

Información de Prensa

28 de Septiembre de 2006

Dodge aumenta su presencia en el Salón de París.

- **El nuevo prototipo Dodge Avenger es centro de atención en el “Mondial de l’Automobile” de París.**
- **El Dodge Caliber es la punta de lanza para la expansión global de la marca.**
- **El Dodge Caliber SRT4 promete alta potencia a precio asequible.**
- **El nuevo Dodge Nitro enciende el mercado de los SUV medios.**

París – La marca Dodge está decidida a expandirse con fuerza en los principales mercados mundiales. En su stand de París brillan con luz propia un nuevo prototipo y tres modelos de serie que individualmente materializan los cuatro atributos clave de la marca: diseño audaz, capacidad, potencia e inteligente valor para el uso diario.

El prototipo Dodge Avenger muestra el futuro diseño de una nueva generación de vehículos del segmento D destinada al mercado global. Por su parte, el Dodge Caliber, el Dodge Caliber SRT4 y el Dodge Nitro son prueba tangible de la ofensiva de productos del Grupo Chrysler y del gran potencial de la marca Dodge en los mercados internacionales.

Prototipo Dodge Avenger

Dodge planea revolucionar el segmento D y el nuevo prototipo Dodge Avenger anticipa cómo piensa hacerlo. El audaz Avenger desmiente el tópico de que un funcional coche medio debe ser de líneas aburridas o cuanto menos monótonas. Las líneas del Avenger constituyen una clara declaración de estilo, su personal y ágil diseño de inmediato capta la atención y transmite los atributos clave de la marca Dodge.

El Dodge Avenger conquistará a clientes de todo el mundo que no sólo buscan un turismo de tamaño medio que les ofrezca funcionalidad y economía de consumo, sino que también destaque del resto y exprese su personalidad. Con su dinámico diseño, su innovador equipamiento y sus convincentes prestaciones el Avenger cumplirá todas estas exigencias.

Encontrará más información en la nota de prensa dedicada al prototipo Dodge Avenger y en la página web del Grupo Chrysler dirigida a los medios.

Dodge Caliber

El Caliber representa una original alternativa dentro del segmento C. Sus claves son una favorable relación valor-precio, un estilo audaz y un flexible interior. El Caliber está diseñado para atraer a los clientes de todo el mundo que se identifican con la actitud de la marca Dodge y desean capacidad, versatilidad y economía de consumo.

El Dodge Caliber ofrece un avanzado motor diesel 2.0 CRD además de **tres** eficaces motores World Engine de gasolina con Doble Distribución Variable dVVT. Además, el motor 2.0 de gasolina está disponible con Transmisión Variable Continua de Segunda Generación CVT2, siendo el primer modelo del Grupo Chrysler en incorporar este tipo de transmisión.

El interior del Dodge Caliber ofrece cinco confortables plazas y un amplio espacio para el equipaje. Su deportivo perfil estilo coupé se une a la fuerza, imagen y funcionalidad de un SUV para captar la atención y evocar los atributos que definen a la marca Dodge.

El Dodge Caliber comenzó a llegar a los mercados internacionales (con volante a la izquierda y la derecha) en el segundo trimestre de este año. Desde su lanzamiento hace poco más de tres meses, el éxito de ventas ha sido total en este breve periodo de tiempo, alcanzando ser el segundo modelo en unidades vendidas durante el mes de agosto del Grupo Chrysler.

Dodge Caliber SRT4

El equipo Street and Racing Technology (SRT) del Grupo Chrysler reafirma su prestigio mundial con la presentación de su nueva obra, el Dodge Caliber SRT4.

Su motor 2.4 Turbo World Engine rinde 303 CV (223 kW) de potencia y 352 Nm (260 lb./pie) de par, cifras que le permiten acelerar de 0 a 100 km/h en 6 seg. (dato previo). En línea con el alto rendimiento del motor, la transmisión ha sido confiada a una especial caja de cambios manual Getrag de 6 velocidades.

Además de ofrecer las impresionantes prestaciones de un auténtico *"tuner car"*, el Dodge Caliber SRT4 exhibe los cinco atributos clave que definen a la división SRT: diseño exterior en consonancia con el carácter de la marca, interior inspirado en el mundo de la competición, comportamiento dinámico y respuesta de máximo nivel en toda la gama de revoluciones, potentes frenos y extraordinario grupo propulsor.

El Dodge Caliber SRT4 estará disponible en Europa y otros importantes mercados

internacionales a finales de 2007.

Dodge Nitro

Dodge aporta emoción y atractivo al segmento de los SUV medios con la presentación del nuevo Dodge Nitro, un SUV con un agresivo y contundente diseño que responde a sus dinámicas prestaciones.

El impresionante Dodge Nitro ofrece a los clientes que desean un vehículo con verdadera “actitud” una gama de motores de gasolina y diesel de excelentes prestaciones. Y les asegura espacio, funcionalidad y flexibilidad, además de economía de consumo y valor.

El nuevo Dodge Nitro incorpora un amplio equipamiento de seguridad, protección y confort. Este SUV medio llegará a Europa y a otros mercados internacionales (con volante a la izquierda y a la derecha) a partir de la primavera de 2007.

La Marca Dodge

En 2005 Dodge vendió más de 1,4 millones de vehículos en todo el mundo. Con una cuota del 7% en el mercado interno, Dodge es la quinta marca más vendida en Estados Unidos y la octava en el mundo. Su gama de productos es muy distinta desde turismos, camiones, monovolúmenes y todoterrenos. En 2005, las incipientes ventas de Dodge en los mercados internacionales aumentaron un 19% en relación a 2004, totalizando 10.772 unidades.

Dodge acaba de llegar a uno de los principales segmentos del mercado europeo con el lanzamiento internacional del Dodge Caliber.

El Dodge Caliber representa la punta de lanza de la expansión de la marca Dodge en los principales mercados fuera de Norteamérica. A este modelo le seguirán el Dodge Nitro y el deportivo Dodge Caliber SRT4 de altas prestaciones.

En su tercer mes de plena disponibilidad en los mercados internacionales, el Caliber ha alcanzado una notable cifra de ventas de 6.900 unidades. En concreto, en el pasado mes de agosto el Caliber se convirtió en el segundo modelo Dodge de mayor venta fuera de Norteamérica con 2.365 unidades comercializadas.

“La expansión de la marca Dodge en los mercados clave fuera de Norteamérica nos permite aumentar el volumen de ventas, aprovechando al mismo tiempo nuestra red de concesionarios y estructura de distribución”, dijo Thomas Hausch, Director Ejecutivo de

Ventas y Marketing Internacional del Grupo Chrysler. “Dodge se dirige además a un tipo de clientes diferentes a los de Chrysler y Jeep[®], y su expansión global contribuirá a nuestro crecimiento sostenible y rentable”.

Al sumar la marca Dodge a su cartera internacional de productos, el Grupo Chrysler se establece como objetivo alcanzar una cuota de mercado del 1,4% en Europa Occidental antes de 2009 – más del doble de la cuota que poseía en el 2.005. Los estudios del mercado europeo han identificado a un segmento de clientes potenciales que se identifican con los valores clave de la marca Dodge. Estos estudios también indican que ninguna marca lidera este segmento, lo que constituye para la marca Dodge una oportunidad de contribuir al crecimiento internacional del Grupo Chrysler, manteniendo su especial identidad de marca.

#

Encontrará información adicional y más noticias sobre la marca Dodge y sus vehículos en:

<http://cgmedia.daimlerchrysler.com>

<http://www.media.discoverdodge.com>

DaimlerChrysler Communications, Stuttgart (Alemania), Auburn Hills (EE.UU.)