

6 de Marzo de 2007

Audaz declaración de intenciones de la marca Dodge en el Salón de Ginebra

- **Prototipo Dodge Demon, primicia mundial en la 77^a Edición del Salón Internacional del Automóvil de Ginebra.**
- **Nuevo Dodge Avenger dirigido al segmento D europeo.**
- **Dodge acelera su expansión a nivel mundial.**

Ginebra – Dodge da un nuevo impulso a su expansión en los mercados internacionales con la presentación mundial del prototipo Dodge Demon y el debut europeo del nuevo Dodge Avenger en la 77^a edición del Salón Internacional del Automóvil de Ginebra. Estos dos vehículos exhiben claramente los cuatro atributos clave de la marca Dodge: audacia, potencia, capacidad y funcionalidad para el uso diario.

El prototipo Dodge Demon supone un interesante planteamiento para un futuro roadster del segmento B, mientras que el Avenger es sedan del segmento D y otra magnífica prueba del gran potencial de la marca Dodge en los mercados internacionales.

Prototipo Dodge Demon

El prototipo Dodge Demon es un compacto y ágil “roadster con actitud”. Su planteamiento muestra un equilibrio perfecto entre las proporciones clásicas y sencillas de un deportivo, el moderno diseño y las altas prestaciones.

El prototipo Demon es un deportivo asequible que combina el característico y audaz diseño de la marca con unas poderosas prestaciones y la diversión de conducir a cielo abierto.

En el frontal, la típica parrilla cruzada de Dodge se integra en una agresiva apertura trapezoidal que parece impulsar el vehículo hacia delante. En el lateral de la carrocería, la principal nervadura discurre sobre las ruedas delanteras para después descender en diagonal hasta las angulosas entradas de aire dispuestas en las aletas traseras para refrigerar los discos de freno. De forma similar, la compacta superficie de las aletas traseras dibuja una curva ascendente sobre las ruedas y crea un amplio plano diagonal que se extiende hasta los pilotos traseros.

El interior del prototipo Dodge Demon es ante todo funcional. Todos los elementos relacionados con la conducción adquieren pleno protagonismo y tienen una ergonómica disposición. Los acabados en aluminio pulido, plata, cromo y fibra de carbono armonizan con la tapicería negra con costuras plata para crear un estimulante interior.

Encontrará más información sobre el prototipo Dodge Demon en su apartado específico de este dossier o visitando la web del Grupo Chrysler dedicada a los medios: <http://cgmedia.daimlerchrysler.com>

Dodge Avenger

Este nuevo sedan de cuatro puertas combina el audaz y agresivo estilo Dodge con altas prestaciones, destacable economía y elevados niveles de seguridad y fiabilidad.

El audaz diseño, las prestaciones y el emocionante carácter del nuevo Dodge Avenger se basan en el Dodge Charger comercializado en Norteamérica. Las musculosas aletas traseras, las grandes llantas y neumáticos y el estilizado spoiler trasero expresan atributos de la marca Dodge como audacia, potencia y capacidad.

Los rasgos estilísticos que distinguen el exterior del nuevo Dodge Avenger son también evidentes en su amplio habitáculo, donde las texturas cuidadosamente combinadas y los acabados satinados crean un estimulante ambiente.

Con su audaz diseño Dodge, motores de gasolina y diesel, un generoso equipamiento de serie e innovadoras soluciones, el nuevo Avenger está preparado para atraer a los concesionarios Dodge a los tradicionales clientes del segmento D y conquistarlos con algo que sólo el Avenger les ofrece: pura actitud Dodge a un precio asequible.

El Dodge Avenger estará disponible en Europa y otros mercados internacionales en versiones SE y SXT a mediados de 2007. El Avenger es el primer Dodge del segmento D destinado a Europa y el cuarto vehículo dentro del plan de expansión de la marca en los mercados de volumen fuera de Norteamérica.

La Marca Dodge

Con una cuota del 6% en el mercado interno, Dodge es la marca más vendida del Grupo Chrysler y la quinta en Estados Unidos. A nivel mundial, Dodge vendió 1.345.517 unidades

durante 2006. La gama Dodge incluye turismos, vehículos comerciales ligeros, monovolúmenes y SUVs.

La expansión de la marca Dodge en los mercados fuera de Norteamérica se refleja en un aumento anual de sus ventas del 185%, cerrando el año 2006 con 30.527 unidades comercializadas. El Dodge Caliber ha sido la punta de lanza de la expansión internacional de la marca y durante 2007 estará acompañado por el Dodge Nitro, Avenger y el Caliber SRT4.

Las fuertes ventas del Caliber en Enero de 2007 lo sitúan como el modelo del Grupo Chrysler más vendido en los mercados internacionales. Desde su presentación mundial en Junio del pasado año, el Caliber siempre se ha mantenido entre los cinco modelos del Grupo Chrysler más vendidos.

"La expansión de la marca Dodge en los mercados clave fuera de Norteamérica nos permite aumentar el volumen de ventas aprovechando 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 diferente 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 del 1,4% en el mercado de Europa Occidental antes de 2009, este objetivo duplica la cuota de participación del Grupo Chrysler obtenida en 2005. Si mantiene su fuerte ascenso de ventas, Dodge podría representar aproximadamente el 30% de las ventas totales del Grupo Chrysler en 2009.

#

Encontrará más información y noticias sobre la marca Dodge y sus vehículos en:
<http://cgmedia.daimlerchrysler.com>

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