PERSBERICHT

## 13/01/2023

**GROEI OP BELGISCHE MARKT HOOFDZAKELIJK IN DE LUXESEGMENTEN**

De statistieken zijn duidelijk: hoe duurder de modellen, hoe sterker de groei. De nieuwste marktinzichten over de markt voor supercars tonen ronduit spectaculaire groeipercentages. Met merken als Porsche, Bentley, Lamborghini en sinds kort ook Maserati in zijn portfolio hoort D’Ieteren met een marktaandeel van bijna 50% duidelijk thuis in dit segment.

Bij sommige kleine autobouwers is de instapprijs echter ruim boven de € 1.000.000 - denk maar aan Bugatti of Rimac. Dit is dan ook het segment voor op maat gemaakte auto’s en zeer beperkte edities.

D’IETEREN PRESENTEERT  
D’IETEREN LUXURY PERFORMANCE:

Het huis van ‘s werelds meest exclusieve automerken

## D'Ieteren (BSX: DIE) onthult een nieuwe divisie binnen zijn retailorganisatie: D’Ieteren Luxury Performance. Met een nieuwe identiteit, die de nieuw gedefinieerde bedrijfsstrategie voor zijn luxe automerken uitdrukt, staat de look-and-feel van D’Ieteren Luxury Performance voor de belofte om de beste klantenervaring te bieden met de meest exclusieve en gewilde automerken ter wereld, waaronder Porsche, Bentley, Lamborghini, Bugatti, Rimac en Maserati (in Antwerpen) op de Belgische - en voor een aantal merken ook op de Luxemburgse - markt.

ONGEËVENAARDE ERVARING

D’Ieteren Luxury Performance bestaat momenteel uit zes officiële Porsche Centers, drie Bentley-concessies, twee Lamborghini-concessies, een Maserati-concessie en de exclusieve BELUX-distributie van de hypercarmerken Bugatti en Rimac. Met een decennialange, ongeëvenaarde ervaring in het verdelen van luxe automerken streeft de divisie ernaar om de meest veeleisende klanten een hele reeks faciliteiten aan te bieden, die idealiter nationaal gevestigd zijn: de verkoop van nieuwe, tweedehands en classic voertuigen, diensten en financiële voordelen met een duidelijke focus op het verbeteren van de persoonlijke digitale en fysieke ervaring binnen het netwerk van D’Ieteren Luxury Performance.

ULTIEME MERKERVARING

“Terwijl de handel van luxewagens de voorbije jaren ingrijpend is veranderd, werd duidelijk dat de perceptie van D’Ieteren als bedrijf in dezelfde mate moest evolueren om zijn onbetwistbare leiderspositie in de markt voor luxeauto’s te behouden”, aldus Eric Cortois, Managing Director van D’Ieteren Luxury Performance.

“De nieuwe divisie D’Ieteren Luxury Performance streeft ernaar zowel binnen als buiten het bedrijf een ultieme merkervaring aan te bieden met een strategie die de nadruk legt op het leveren van de allerhoogste kwaliteit. Zo wil ze anticiperen op de strengste eisen en tegelijk inzetten op de wijdverbreide prioriteit om te ijveren voor meer duurzaamheid. De kernwaarden van D’Ieteren Luxury Performance, namelijk het bieden van een ultieme klantenervaring, respect voor de mensen en de planeet en waardengedreven ondernemerschap, zullen, samen met een concrete marktstrategie, de transformatie van de Belgische markt voor luxe automerken een duwtje in de rug geven. We nemen dan ook de nieuwste standaarden van de OEM (Original Equipment Manufacturer) in acht en werken samen met onze belangrijkste servicepartners om de nieuwe kopers van luxeauto’s en -merken, de generaties Z en Y, beter te begrijpen en te bedienen. Zij hebben immers hogere verwachtingen wat betreft inhoud, duurzame visie en gepersonaliseerde ervaring.

LUXE- EN PERFORMANCE-ERVARING NAAR EEN HOGER NIVEAU TILLEN

De nieuwe merkidentiteit zal in 2023 worden onthuld tijdens de 100ste Brussels Motor Show, die van 13 tot 22 januari plaatsvindt in Paleis 11 in de Brusselse Heizel. De nieuwe divisie zal hier opvallend worden belicht op speciale digitale media en ook live events en bepaalde zones van D’Ieterens grootste retailfaciliteiten zullen een tipje van de sluier oplichten. D’Ieteren Luxury Performance zal eveneens aanwezig zijn op verschillende belangrijke nationale en internationale evenementen waarbij het nieuwe logo en de nieuwe beelden en kleuren, afgestemd op de kernwaarden en merkidentiteit van de divisie, te zien zullen zijn.

Bij de divisie D’Ieteren Luxury Performance horen:

Een eigen logo: het opvallende logo stelt de luxe en performance divisie, wagens, merken en mensen voor en het ziet er prestigieus, luxueus en elegant uit. De vormen, geïnspireerd op het weglatingsteken van D’Ieteren, komen subtiel samen en creëren zo een elegante, maar krachtige, voortuitziende beweging.

Eigen merkkleuren: de combinatie van zeer exclusieve kleuren - zwart, wit, platinum en brons - verwijst naar de rijkdom van de verdeelde luxe automerken. Ze werken allemaal samen om de luxe ervaring en performance naar een volgend niveau te tillen.

Een inclusieve statement, ook.

Gerichte communicatiekanalen, gericht serviceportfolio en exclusieve evenementen.

De missie van de nieuwe divisie luidt als volgt:

**het huis van ‘s werelds meest exclusieve automerken zijn.**

\*Hoewel het paradoxaal kan zijn om de woorden ‘planeet’ en ‘luxeauto’s’ in één adem te noemen, hebben D’Ieteren en de fabrieken belangrijke en concrete initiatieven genomen met het oog op duurzaamheid:

-de Beyond 100-strategie van Bentley: <https://www.bentleymedia.com/en/beyond100>

-de Direzione Cor Tauri-route van Lamborghini: <https://www.lamborghini.com/en-en/news/lamborghini-announces-its-roadmap-for-electrification-direzione-cor-tauri>

-de Mission Zero van Porsche: <https://newsroom.porsche.com/en/2022/company/porsche-annual-press-conference-financial-year-2021-annual-and-sustainability-report-27739.html>

-de duurzaamheidsbenadering van de D’Ieteren-groep: <https://www.dieterengroup.com/sustainability-approach>

Over D’Ieteren:

Onze missie bestaat erin het sociale leven van onze medeburgers te verbeteren dankzij een vlotte en duurzame mobiliteit. Al 125 jaar investeert D’Ieteren, familiale en maatschappelijk betrokken onderneming, onophoudelijk in het onderzoek naar en de uitwerking van geschikte oplossingen om de mobiliteit van eenieder aan te passen aan de dagelijkse realiteit. Met de blik steevast op de toekomst gericht ontwikkelen we non-stop een steeds ruimer gamma mobiliteitsproducten en -diensten die verder reiken dan het louter verkopen en verdelen van voertuigen.

D’Ieteren Automotive is de officiële invoerder van de Volkswagen-groep in België. Het bedrijf verdeelt voertuigen van de merken Volkswagen, Audi, SEAT, ŠKODA, Bentley, Lamborghini, Bugatti, Rimac, Microlino en Porsche, alsook wisselstukken en accessoires. Er zijn ongeveer 1,2 miljoen voertuigen van de merken van de Volkswagen-groep in omloop. Samen maken zij een marktaandeel van bijna 24% uit.

D’Ieteren Automotive beheert een uitgebreid netwerk van onafhankelijke concessiehouders, verspreid over het volledige land, en exploiteert rechtstreeks concessies die op de as Brussel-Mechelen-Antwerpen zijn gevestigd.

Om zijn aanbod te vervolledigen verkoopt het bedrijf eveneens tweedehandsvoertuigen (My Way en Audi *Approved+*) en verleent het onderhouds-, financierings- en leasingdiensten via VDFin, een filiaal dat D’Ieteren deelt met Volkswagen Financial Services.

Dankzij zijn studio Lab Box werkt D’Ieteren bovendien verschillende mobiliteitsoplossingen uit, die verder gaan dan de auto an sich, zoals onder andere Poppy voor gedeelde wagens, HUSH voor autonome pendeldiensten, MyMove voor het beheer van wagenparken met gedeelde auto’s en Taxis Verts. EDI (electric by D’Ieteren) verkoopt oplaadoplossingen voor elektrische auto’s. Dankzij de aanschaf van Go-Solar, actief in het domein van de zonnepanelen, kan EDI een nieuw globaal ecosysteem voor elektrisch opladen aanbieden, zowel voor de auto als voor huishoudelijk gebruik.

Niet lang geleden deed D’Ieteren ook zijn intrede in de fietssector met het merk Lucien. Zo wil het bedrijf een belangrijke speler worden in de tweewielermarkt in België.