



Representantes de la Politécnica de Valencia y de Dacia España, en la presentación del evento.



Dacia se adentra en el mundo 'camper' con el Jogger.



El Dacia Spring eléctrico, una de las novedades.



El equipo de Dacia, con el 'experto doctor'.

Ramón y Cajal y Dacia, en la UPV

'Una mirada a lo esencial'.

La marca acercó la figura del Nobel, en el 170 aniversario de su nacimiento, a los universitarios, que disfrutaron con el show de Eva Soriano



La monoliguista Eva Soriano y su 'troupe'.



El evento celebró el año de Ramón y Cajal.



Auditorio de arquitectura lleno en la actuación.

A. ADALID

La fundación española para la ciencia y la tecnología – FECyT– programó, junto a la Universidad Politécnica de Valencia y con el apoyo de Dacia España, el 'road show' «Cajal: una mirada a lo esencial».

El objetivo del Tour, que se inició en Salamanca y seguirá por varias universidades más, es dar a conocer la figura de Santiago Ramón y Cajal, primer premio Nobel español y único científico, junto a Severo Ochoa, en haber recibido este reconocimiento. El 'motorhome' de esta actividad recibió a los estudiantes con ganas de conocer en una gymkana todas las cualidades de un cientí-

fico que no fue muy buen estudiante, algo gamberro, practicó con cohetes en el jardín de su casa y tuvo una vida amorosa de lo más ajetreada, compaginada con sus estudios sobre la conexiones neuronales que le valieron el Premio Nobel.

Los alumnos conocieron toda la información sobre su vida y logros y jugaron a diferentes actividades para conseguir entradas para el show de Eva Soriano, la conocida presentadora de la emisora de radio Europa FM que, en su faceta de monoliguista, realizó un divertido show en el que mezcló el humor con la información para los alumnos que consiguieron las entradas.

En el evento estuvo presente Francisco Hidalgo, director de Dacia en España y Portugal y muy vinculado a la UPV, donde cursó sus estudios universitarios. Hidalgo destacó la conveniencia de este tipo de actividades para dar a conocer al científico español y la nueva imagen de marca que dirige «queremos que el público joven nos vincule con contenidos interesantes, de ciencia, de comunicación, de estilo de vida, pero siempre apostando por el nuevo camino que tiene la marca: lo esencial, quitando todo lo que sobra para quedarnos con lo mejor que pueden ofrecernos este tipo de experiencias con un nuevo tipo de público objetivo».

Dacia mostró a los universitarios el nuevo Spring, totalmente eléctrico, el familiar Jogger convertido en Camper y los conocidos Sandero, ahora con nueva imagen y con versiones GLP de bajas emisiones. A ellos se sumarán en pocos meses dos nuevos modelos SUV «La tercera generación de Duster va a ser

«Las ideas no duran mucho, hay que hacer algo con ellas», uno de los eslóganes de la cita

realmente espectacular, con un diseño que no tienen nada que envidiar a sus competidores, lleno de tecnologías fáciles de usar para el cliente y sin perder de vista nuestros precios competitivos. Se puede convertir en uno de los coches más vendidos en Europa gracias a sus cualidades».

Más adelante llegará el Bigster, un SUV de siete plazas del que solo se conoce la versión prototipo y que situará a Dacia en un segmento superior al actual, captando parte de la clientela familiar que hasta ahora compra un monovolumen como el Dodge, pero que ahora prefiere un SUV por su imagen más atractiva.