

DACIA, 15 ANS DE SUCCESS STORY EN EUROPE

- Une histoire unique dans l'industrie automobile
- 6,4 millions de véhicules vendus en Europe depuis 2005
- Une part de marché de 3,8 % en 2019 en Europe
- Pour fêter ses 15 ans de présence en Europe, Dacia lance une série limitée anniversaire

Boulogne-Billancourt, le 15 mai 2020 – D'un modèle unique à une gamme complète et diversifiée, forte de 6,5 millions de clients: de 2005 à aujourd'hui, Dacia s'est métamorphosée et a bouleversé l'automobile. Retour sur 15 ans d'une véritable success story, de la commercialisation en Europe de la berline Logan au show-car Spring 100 % électrique.

Naissance d'un modèle économique révolutionnaire

Fondé en 1966 en Roumanie, le constructeur automobile Dacia a toujours été lié à Renault: son premier modèle, commercialisé uniquement sur le marché local, fut la Renault 8 rebadgée Dacia 1100 et assemblée avec des pièces produites en France.

En 1999, le Groupe Renault fait l'acquisition du constructeur roumain avec une vision claire: mettre à profit l'expertise et la situation géographique de Dacia pour commercialiser dans les pays de l'Est alors en pleine reconstruction, la berline tricorps la moins chère du marché.

Un objectif très ambitieux que le Groupe Renault décide d'atteindre en cassant les codes. Pour la première fois dans l'automobile, la conception est faite à «coût objectif» c'est-à-dire en appliquant la méthode du «design to cost».

Innovante, elle inverse la logique de conception traditionnelle: sans compromis sur la fiabilité et la sécurité, l'optimisation du coût devient un guide dans toutes les étapes de la conception d'un véhicule. Du début à la fin, le prix final de vente est une donnée intégrée aux contraintes techniques. Dans cette stratégie, l'utilisation de pièces et de technologies du Groupe Renault, éprouvées et amorties, est un atout considérable.

Du design à la conception puis à la production, les équipes de ce projet Dacia fonctionnent comme un start-up: carte blanche à l'innovation frugale!

Révélee en 2004, Logan tient toutes ses promesses: un rapport dimensions / habitabilité record, des équipements essentiels et un prix neuf imbattable. Elle révolutionne le marché automobile en démocratisant la voiture neuve. Avec un prix d'achat neuf comparable à celui d'une voiture d'occasion, le succès est tel que la commercialisation est étendue à toute l'Europe dès 2005. Dacia devient la référence d'un nouveau mode de consommation automobile. Modèle iconique, Dacia Logan est toujours commercialisée aujourd'hui. Ses ventes, en cumulé depuis 2004, atteignent 1,8 millions d'unités.

Le triplé gagnant

Porté par le succès de Logan, Dacia étoffe sa gamme de véhicules dès 2008 avec Sandero et sa déclinaison baroudeuse Sandero Stepway l'année suivante. Grâce à ses dimensions réduites mais son intérieur habitable, cette berline compacte est d'une polyvalence à toute épreuve.

2010 marque une nouvelle révolution: la commercialisation du Dacia Duster. Ce modèle désormais best-seller a démocratisé l'accès au segment des SUV auparavant uniquement composé de modèles haut de gamme.

Fidèles aux valeurs que Dacia a fait siennes d'habitabilité record, de simplicité, de robustesse, et de prix imbattable, ces deux nouveaux modèles sont un succès commercial.

Sandero (et Sandero Stepway) est la voiture la plus vendue aux particuliers en Europe en 2018 et s'est écoulée à 2,1 millions d'unités en cumulé depuis sa commercialisation. 1,6 million de Duster se sont vendus en cumulé depuis 2010.

Au fil des années, la révolution Dacia continue de répondre aux besoins essentiels des clients avec des voitures simples, fiables et robustes, sans superflu. La marque étoffe sa gamme avec Logan MCV (break) en 2007 puis Lodgy (monospace) et Dokker (ludospace et van) en 2012.

Dacia jouit désormais, grâce à l'engouement pour ses produits, d'une communauté active de clients et de fans. Dacia est aujourd'hui la 8e marque en termes de ventes aux particuliers en Europe.

Aujourd'hui, Dacia s'offre une édition anniversaire dans une teinte inédite Bleu Iron qui porte le numéro 15 ! Cette série transversale est proposée dans tous les pays de commercialisation de la marque à partir de CHF 12'890.- TTC (Sandero TCe 90). Pour en savoir plus, retrouvez les informations détaillées sur www.dacia.ch.

Offrir l'essentiel de demain

Les attentes des clients et les usages de l'automobile évoluent. Dacia est une marque moderne, à l'écoute de ses clients et donc sensible aux enjeux de la mobilité de demain.

Face aux défis environnementaux, Dacia est le seul constructeur à proposer la bi-carburation essence-GPL sur l'ensemble de sa gamme de véhicules particuliers.

Fort de 10 ans d'expertise du Groupe Renault, la prochaine révolution Dacia sera celle de l'électrique abordable. Révélé en mars 2020 Spring electric showcar, préfigure le premier modèle 100 % électrique de la marque. Qui plus est, il s'agira de la première citadine signée Dacia! Un véhicule 5 portes doté de 4 vraies places et d'une autonomie proche de 200 km.

Dacia Spring est la preuve que Dacia peut elle aussi promettre une mobilité durable accessible à tous et rester fidèle à ses valeurs d'audace.

Agitateur de l'automobile depuis 15 ans, Dacia est loin d'en avoir fini avec les révolutions!

Contacts:

Johanna Moreau

Attachée de presse (Gamme Dacia, Patrimoine Renault)
johanna.moreau@renault.com – +33 (0)1 76 85 61 15

Karin Kirchner

Directrice de la communication
karin.kirchner@renault.ch – +41 (0) 44 777 02 26

Maryse Lüchtenborg

Attachée de communication
maryse.luechtenborg@renault.ch – +41 (0) 44 777 02 26

DACIA
dacia.ch