

8 MILLIONS DE CLIENTS DEPUIS 2004, LA SUCCESS-STORY DACIA CONTINUE

8 millions. Un chiffre symbolique qui reflète une incroyable réussite et suscite une grande fierté. Dacia a dépassé en 2023 les 8 millions de véhicules vendus. De constructeur national roumain avant 2004, à marque à succès désormais connue à travers l'Europe, cette métamorphose est une véritable success-story. Quels sont les atouts, les forces, les particularités de Dacia ? Voici en images des informations marquantes ou étonnantes sur le parcours de Dacia depuis 19 ans.

Urdorf – 05 octobre 2023 - Trublion de l'automobile, Dacia est une marque à part. Depuis 2004, elle a instauré un nouveau mode de consommation basée sur une vision pragmatique de l'automobile: redéfinir constamment l'essentiel en proposant le meilleur rapport prix / prestation. Et ça marche ! Les ventes sont en progression constante et le nombre de clients convaincus dépasse désormais les 8 millions. Quelles sont les particularités de Dacia ? (Re)découvrez-les en images.

DEUX VIES, SIX LOGOS

Le saviez-vous ? Dacia ne s'est pas toujours appelée comme telle.

Le constructeur roumain qui allait devenir Dacia voit le jour en 1968 et se nomme alors UAP pour Uzina de Autoturisme Pitesti soit Usine automobile de Pitesti. Cette dernière est une ville située sur les bords de l'Arges dans le judet (département) d'Arges. Le siège social y demeure encore de nos jours.

Le premier logo de l'histoire de Dacia est empreint de références nationales et locales. La montagne en arrière-plan rend hommage à la Roumanie et plus particulièrement aux Carpates. Au centre, l'aigle s'inspire des armoiries du judet d'Arges situé dans la région de la Munténie où se situe le siège social de l'UAP.

Le nom actuel Dacia apparaît en 1980 sur un logo en noir et blanc. Il est directement inspiré de « Dacie », l'ancien nom qu'avaient donné les Romains à la Roumanie.

Renault Group achète le constructeur roumain en 1999. En 2003, le logo se pare de bleu et conserve sa forme de blason. Présent sur la calandre de la Dacia Logan (commercialisée en 2004), il devient le premier logo de la marque dont la notoriété dépasse les frontières de la Roumanie pour s'étendre sur l'Europe.

Avec la commercialisation de Sandero en 2008, un nouveau logo est inauguré. Le bleu disparaît au profit d'un gris clair. La forme de blason est ajourée en son centre.

En 2021, le nouvel emblème porte le nom de « Dacia Link » pour symboliser le lien de confiance entre Dacia et ses clients. Il se compose d'un D et d'un C réunis en leur centre. Le logotype comporte lui 5 lettres au dessin minimaliste, traduisant l'esprit de la marque : robuste et essentiel.

44 PAYS DE COMMERCIALISATION

Pour l'anecdote, la première Dacia Logan commercialisée en 2004 devait, initialement, être réservée au marché roumain puis aux pays de l'Est. Face au succès rencontré, les ventes ont été ouvertes à de nombreux pays du continent européen. Le début de la success-story.

Depuis, les modèles Dacia sont commercialisés dans 44 pays principalement sur le pourtour méditerranéen. Si son pays natal, la Roumanie, est dans le top 5, c'est la France qui est le 1er pays en termes de ventes, suivie par l'Italie.

Le succès continue. Pour la deuxième année consécutive, Dacia est la première marque du marché européen pour les ventes aux particuliers. Elle est par ailleurs la première au Portugal et en Belgique, la troisième sur le marché français. Ces performances soulignent la pertinence de l'offre de la marque et la qualité de ses modèles.

UNE MARQUE PLEBISCITEE PAR LES PARTICULIERS

Aujourd'hui, la gamme Dacia est riche de quatre piliers au positionnement clair et au design séduisant. Offrant un rapport prix / prestations unique, l'offre séduit. La notoriété de la marque est grandissante. Désormais, qui ne connaît pas Dacia en Europe ?

Les ventes sont en progression constante. En 2022, Dacia a ainsi atteint une part de marché record de 7,6% sur le marché des ventes à particuliers en Europe (contre 6,2 % en 2021). La marque bénéficie de taux de conquête et de fidélisation parmi les meilleurs du marché.

Pour la sixième année consécutive (depuis 2017), Dacia Sandero est la voiture la plus vendue aux particuliers en Europe. Duster occupe la 2e place en 2022 et est également le SUV le plus vendu aux particuliers depuis 2018.

UNE GAMME QUI PLAÎT ET DES BEST-SELLERS EMBLEMATIQUES

La gamme centrale de Dacia est composée de la citadine électrique Dacia Spring 100 % électrique (depuis 2020), la berline compacte Dacia Sandero et sa déclinaison baroudeuse Sandero Stepway (depuis 2008), le SUV Dacia Duster (depuis 2010) et la familiale 7 places Dacia Jogger (depuis fin 2021).

La berline tricorps Logan (lancée en 2005) est toujours commercialisée en Europe de l'Est.

Fort de sa gamme et de modèles best-seller, Dacia a atteint le chiffre symbolique de 8 millions de ventes en 2023. Réparties par modèle cela représente 2,78 millions de Sandero, 2,26 millions de Duster, 1,97 de Logan, 630 000 Dokker, 346 000 Lodgy, 93 000 Spring, 80 000 Jogger...

Ces chiffres sont la preuve de l'adhésion des clients à la philosophie de la marque à laquelle elle est toujours restée fidèle : sortir des sentiers battus, être créatif et maline avec un rapport prix / prestation imbattable.

TROIS USINES DE FABRICATION

D'une seule usine historique en Roumanie avant 2012, Dacia dispose désormais de trois usines.

La première usine de l'histoire de Dacia est celle de Mioveni (Roumanie) créée en 1968. Elle est composée d'une unité de carrosserie-montage et châssis, d'une unité de mécanique et d'une fonderie ainsi que d'une plateforme logistique. Elle fabrique les modèles Logan, Sandero, Sandero Stepway, Duster et Jogger.

L'usine de Casablanca (Somaca) au Maroc est détenue à 100 % par Renault Group depuis mars 2019. Créée en 1959, elle est composée d'une unité de carrosserie-montage. Elle fabrique les modèles Logan, Sandero et Sandero Stepway.

L'usine Dacia de Tanger au Maroc a débuté ses activités en 2012. Elle est composée des activités de carrosserie-montage, plate-forme logistique, châssis et montage de sous-ensembles. Ultra-moderne, elle est à la fois zéro carbone et zéro rejet liquide industriel. Elle fabrique les modèles Logan, Sandero, Sandero Stepway et Lodgy.

DES MODELES MULTIRECOMPENSES

Si Logan a fait connaître Dacia en Europe, l'un des plus grands best-sellers de la marque est le SUV Duster. Commercialisé au prix d'une citadine, doté dans sa version 4x4 de capacités de franchissement au meilleur niveau du

marché et d'un design réussi, Duster est un pilier de la gamme Dacia. Un modèle emblématique. Il a remporté plus de 40 trophées dont : Voiture de l'année en Roumanie, Meilleur SUV au Royaume-Uni, Meilleure voiture familiale en Allemagne et en Belgique, et beaucoup d'autres encore.

La familiale 7 places Jogger est une offre unique sur le marché. Il a déjà remporté plus de 13 récompenses dont le prix de voiture de l'année en France par l'Argus.

DES SLOGANS PUBLICITAIRES MEMORABLES

Dacia est un agitateur sur le marché de l'automobile pour ses modèles essentiels vendus au prix juste. La marque est aussi un trublion de la publicité avec des slogans toujours décalés et ou humoristiques. Certaines réclames ont marqué les esprits notamment:

- Le slogan Dacia: «Dacia, scandaleusement accessible»
- La publicité pour Duster 1 «On va quand même pas dépenser si peu...»
- La publicité pour Duster «Don't worry, be Duster» « i vous voulez un 4x4 juste pour grimper dans l'échelle sociale, vous pouvez juste aller voir ailleurs »
- La publicité pour Dacia Sandero «Une option tondeuse cela aurait pu être une bonne idée mais dans Dacia Sandero on a préféré mettre la caméra de recul. Ça c'est utile»
- La publicité pour Dacia Lodgy: «Certains sont prêts à payer n'importe quoi pour une place... mais pas vous»

ÊTRE MALIN AVANT TOUT

Dacia n'aurait probablement pas connu un tel succès sans son ingéniosité. La marque a toujours su faire rimer simplicité et innovation. Dans les Dacia, il n'y a pas d'artifice inutile ni de gadget mais la marque est maline. Ses clients le sont donc aussi!

L'un des meilleurs exemples sont les skis avant et arrière en plastique teinté dans la masse de Sandero. La conception de ces deux pièces impose un dessin étudié. La forme ne doit pas occasionner de zébrure (défaut d'unité de couleur lors du coulage de la matière. Le jeu en vaut la chandelle car ces skis offrent une durabilité sans pareille et s'avère peu fragile face aux rayures du quotidien.

Présentes notamment sur Jogger et Duster, les barres de toit modulables se transforment en quelques tours de clé. Pour accompagner tous les déplacements, même les plus inattendus, les barres font office de galerie de toit pouvant supporter jusqu'à 80 kg (vélos, skis, coffre de toit, etc.).

Le support téléphone intégré dans la planche de bord avec l'équipement Media Control et le support téléphone amovible à côté de l'écran multimédia avec le Media Display / Media NAV simplifie la vie (connectée) du quotidien.

Ces ingénieux systèmes brevetés incarnent l'esprit Dacia : malin, pratique, simple et économique.

PROFIL DES CLIENTS DE DACIA

Dacia souhaite répondre aux besoins essentiels de ses clients. Pour ce faire, elle se doit de bien les connaître. Voici quelques informations sur les acheteurs de la marque:

- 66 % sont des hommes
- 50 % ont entre 55 et 74 ans. Jogger dispose de la clientèle la plus jeune avec 55 % qui ont moins de 54 ans
- Plus de 50 % n'ont plus d'enfant au foyer. Jogger se distingue du reste de la gamme avec une clientèle ayant à 47 % au moins 1 enfant.
- 40 % des clients habitent à la campagne. Dacia Spring est le modèle dont les clients sont les plus de clients ruraux (50 %)
- Ils parcourent par an environ 12 000 kms (11 750 kms) avec un usage mixte ville / campagne

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-carburant essence-GPL sur toute sa gamme de véhicules particuliers et une voiture électrique abordable, la Dacia Spring. Agitateur de l'automobile depuis 19 ans, la marque n'en a pas fini avec les révolutions.

UN SUCCES EGALEMENT EN SUISSE

Depuis le lancement de la marque, les modèles Dacia sont également très demandés en Suisse. Au total, près de 100'000 véhicules ont été vendus depuis 2005. Avec ses modèles, Dacia fait en outre partie des entreprises qui montent

sur le marché des particuliers dans notre pays. Une des raisons de ce succès : le rapport qualité-prix souvent le meilleur du marché et des produits qui sont dans l'air du temps.

CONTACTS MÉDIAS:

Karin Kirchner

Directrice de la communication

karin.kirchner@renault.com – 044 777 02 48

Marc Utzinger

Attaché de communication

marc.utzinger@renault.com – 044 777 02 28

Retrouvez plus d'informations sur notre [site médias](#).

À PROPOS DE DACIA:

Dacia est constructeur automobile depuis 1968. Depuis 2004, la marque offre le meilleur rapport qualité-prix du marché en Europe et dans les pays méditerranéens. Dacia redéfinit sans cesse ce qui est essentiel et s'impose en précurseur lorsqu'il s'agit de créer des véhicules fiables, simples et polyvalents correspondant au mode de vie de ses clients.

Grâce à ces valeurs, les modèles Dacia sont devenus des références en matière de mobilité abordable : avec Logan, la voiture neuve au prix d'une occasion. Avec Sandero, la voiture la plus vendue sur le marché européen des clients particuliers. Avec Duster, le premier SUV abordable. Et avec Spring, le précurseur de l'électromobilité abordable en Europe.

Dacia est une marque du Groupe Renault et est présente dans 44 pays. Dacia a vendu plus de 7,5 millions de véhicules depuis 2004.

Présente en Suisse depuis 2005, la marque Dacia est importée et commercialisée par Renault Suisse SA. En 2022, 7'300 nouvelles voitures particulières ont été immatriculées en Suisse. Les best-sellers de la marque sont Sandero, Duster et Jogger. Le premier véhicule électrique de la marque, Dacia Spring, est arrivé sur le marché en 2021. Le réseau de distribution compte 97 partenaires qui proposent les produits et services de la marque dans 120 points de vente.