

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.

Le 28 septembre 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, cinq 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.

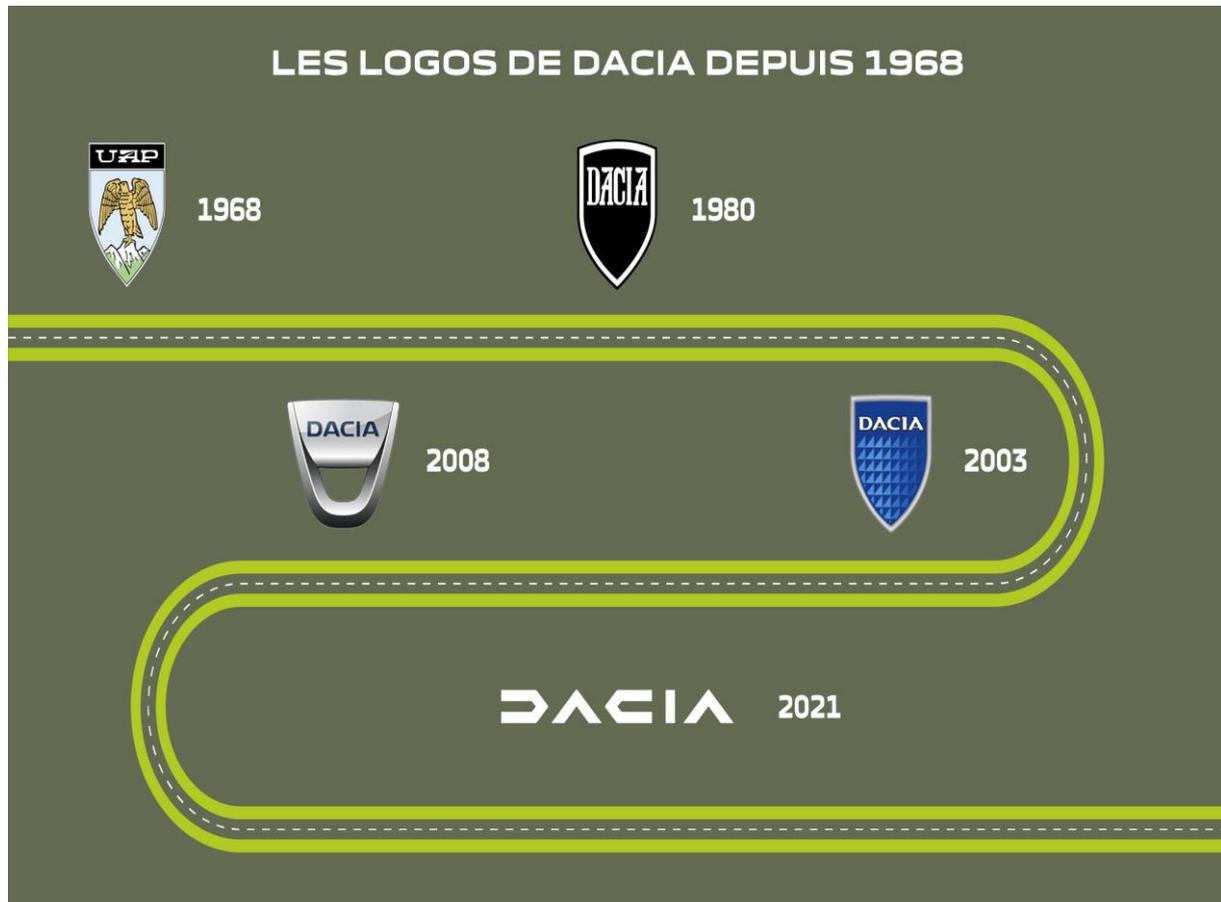
Le premier logo de l'histoire de Dacia est empreint de références nationales et locales. La montagne en arrière-plan rend hommage à la Roumanie et plus particulièrement aux Carpates. Au centre, l'aigle s'inspire des armoiries du judet d'Arges situé dans la région de la Munténie où se situe le siège social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

Le nom actuel Dacia apparait 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, 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 1^{er} 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.

8 MILLIONS DE DACIA VENDUES DANS 44 PAYS

TOP 5
DES PAYS DE
COMMERCIALISATION



FRANCE



ITALIE



ALLEMAGNE



ROUMANIE



MAROC

Une marque plébiscitée 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 2^e place en 2022 et est également le SUV le plus vendu aux particuliers depuis 2018.

DEPUIS 2017
SANDERO
EST LA VOITURE
PARTICULIÈRE
LA PLUS VENDUE
AUX PARTICULIERS
EN EUROPE

DUSTER
OCCUPE LA 2^E PLACE
EN 2022 ET EST
LE SUV
LE PLUS VENDU
AUX PARTICULIERS
DEPUIS 2018



Une gamme qui plaît et des best-sellers emblématiques

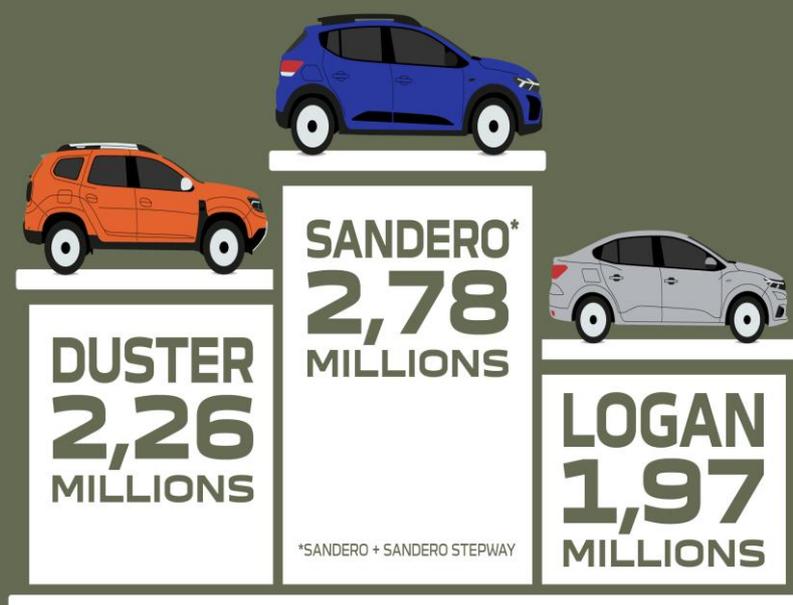
La gamme centrale de Dacia est composée de la citadine électrique Dacia Spring 100 % électrique (depuis 2020), la berline compacte Dacia Sandero et sa déclinaison baroudeuse Sandero Stepway (depuis 2008), le SUV Dacia Duster (depuis 2010) et la familiale 7 places Dacia Jogger (depuis fin 2021).

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 malin avec un rapport prix / prestation imbattable.

LE TOP 3 DES VÉHICULES DACIA LES PLUS VENDUS



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 modèles multirécompensés

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 VÉHICULES DACIA MULTI-RÉCOMPENSÉS

DUSTER
+ DE 40
TROPHÉES



DES VÉHICULES DACIA MULTI-RÉCOMPENSÉS

JOGGER
VOITURE
DE L'ANNÉE
2023
EN FRANCE*



* L'ARGUS 2023

Des slogans publicitaires mémorables

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 » « Si 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 »

DACIA, SCANDALEUSEMENT ACCESSIBLE

ON VA QUAND MÊME PAS DÉPENSER SI PEU...



DUSTER

Une option tondeuse cela aurait pu être une bonne idée mais dans la

DACIA SANDERO

on a préféré mettre la caméra de recul.



Ça c'est utile

DON'T WORRY, BE DUSTER



Si vous voulez un **4x4** juste pour grimper dans l'échelle sociale, vous pouvez juste aller voir ailleurs

Certains sont prêts à payer n'importe quoi pour une place...

mais pas vous



LODGY

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-carburation 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.

ANATOMIE DES CLIENTS DACIA

66 %

SONT DES
HOMMES

50 %

ONT ENTRE
55 ET 74 ANS

+ 50 %

N'ONT PLUS
D'ENFANT AU FOYER



ANATOMIE DES CLIENTS DACIA

JOGGER

CLIENTS LES PLUS
JEUNES

55 %

ONT MOINS
DE 54 ANS

47 %

ONT AU MOINS
1 ENFANT



MODE DE VIE DES CLIENTS DACIA

60 %

DES CLIENTS HABITENT
EN VILLE

40 %

DES CLIENTS HABITENT
EN VILLAGE / MILIEU RURAL



LES CLIENTS DACIA ET ENCORE PLUS DUSTER HABITENT PLUS
LARGEMENT EN MILIEU RURAL QUE LE RESTE DU MARCHÉ