

DACIA SEDUIT UN PARTICULIER SUR SIX EN FRANCE EN 2022

- Avec **132 137 immatriculations en France en 2022**, Dacia poursuit sa croissance et voit ses volumes progresser de **4,5%** dans un marché en recul d'un peu plus de **10%** par rapport à 2021.
- La part de marché VP de Dacia atteint désormais **8,6%**, ce qui positionne la marque, pour la première fois de son histoire, à la troisième place du podium (**130 855 immatriculations**).
- La marque renforce sa position auprès des clients particuliers avec **112 286 unités vendues** pour une part de marché de **15,8%**, en progression de **1,3 points**.
- Ce succès commercial repose sur une gamme entièrement renouvelée et forte, composée de véhicules essentiels et attractifs, sans superflu, tous parmi les leaders de leurs catégories respectives.
- Dacia poursuit le déploiement de la stratégie de nouvelle identité de marque, avec notamment la modernisation de son réseau, intérieur comme extérieur.



UN CLIENT PARTICULIER SUR SIX SEDUIT PAR DACIA

Le marché français est fortement impacté par les pénuries de semi-conducteurs, les contraintes logistiques, et la forte inflation portée par le coût des matières premières.

Dans ce contexte, **Dacia continue sa croissance.**

En VP, la marque a immatriculé 130 855 unités en 2022, soit une augmentation de 4,5% par rapport à 2021, dans un marché pourtant en recul de 7,8%.

Cette performance se traduit par une hausse de part de marché d'un point pour atteindre 8,6%, **ce qui positionne la marque, pour la première fois de son histoire, à la troisième place du podium.**

Autre chiffre en hausse en 2022, celui du niveau de portefeuille qui a bondi de 70%.

La position forte de Dacia repose sur son succès auprès de la clientèle des particuliers, qui représente 85% des immatriculations de la marque. Avec une part de marché de 15,8%, en hausse de 1,3 point, Dacia occupe la deuxième place du marché.

UN SUCCES COMMERCIAL AVEC UNE GAMME DE PRODUITS FORTS

Avec 64 294 immatriculations en 2022, **Sandero est le véhicule le plus vendu à particulier en France, tous segments confondus**, pour la septième année de suite.

Un an après son lancement, avec 18 326 immatriculations, **Spring est le véhicule électrique le plus vendu à particulier**. Le véhicule apporte de nouveaux clients à la marque, avec plus de sept clients Spring sur dix qui achètent un véhicule Dacia pour la première fois.

Duster est le SUV le plus vendu en France à particulier et gagne deux places dans le top 3 par rapport à 2021. Le modèle enregistre 31 648 immatriculations.

Autre fait marquant pour la marque en 2022, le lancement commercial de Jogger, le modèle familial et polyvalent pouvant aller jusqu'à 7 places. En moins d'une année, **Jogger se place à la deuxième place du podium des modèles du Segment C à particulier**, avec 13 063 immatriculations sur ce marché. Déjà disponible avec les motorisations bicarburant essence/GPL ECO-G 100 et essence TCe 110, Jogger propose à la commande dès le 3 janvier 2023 la motorisation HYBRID 140.

Près d'une vente Dacia sur deux se fait en GPL ou en électrique. Sur l'ensemble de la gamme, l'offre « maline » GPL continue de séduire les clients et représente un tiers des ventes. A titre d'exemple, 65% des ventes Jogger se font sur la motorisation GPL ECO-G 100. Sur un marché VP avec un mix électrique à 13,3%, Dacia réalise 14% de ses ventes en électrique, ce qui est légèrement supérieur au mix du marché.

LA NOUVELLE IDENTITE DE MARQUE CONTINUE SON DEPLOIEMENT

En 2021, Dacia présentait sa nouvelle identité visuelle, qui a été déployée sur les différents supports de communication, dont le digital et la publicité.

En 2022, Dacia a réussi le tour de force d'introduire sa nouvelle identité sur l'ensemble de sa gamme simultanément (Spring, Sandero, Logan, Duster & Jogger) : nouvelles couleurs et nouvel emblème Dacia Link, un D et un C épurés et reliés tels les maillons d'une chaîne, symboles de robustesse et de simplicité. Depuis le 16 juin 2022, chaque nouveau véhicule commandé est disponible avec la nouvelle identité de marque.

Initié en 2022, le déploiement de cette nouvelle identité visuelle dans le réseau commercial va s'intensifier tout au long de l'année 2023.

"Dacia augmente sa part de marché et accélère sa croissance, en prenant pour la première fois la troisième place du marché VP. Cette performance confirme la pertinence de la promesse de notre marque : offrir à nos clients l'essentiel au meilleur prix. Pour 2023, nous allons poursuivre notre croissance sur les activités véhicules neufs, mais aussi après-vente. Dacia dispose pour cela de plusieurs leviers : une nouvelle gamme ; l'arrivée de la motorisation hybride sur Jogger, mais aussi la poursuite du déploiement de la nouvelle identité visuelle dans notre réseau."

Thomas DUBRUEL - Directeur Commercial France Dacia



À PROPOS DE DACIA

Née en 1968 puis relancée par Renault Group en 2004 dans toute l'Europe et les pays du bassin méditerranéen, Dacia a toujours proposé des voitures offrant le meilleur rapport valeur / prix, en redéfinissant constamment ce qui est essentiel. Marque disruptive, Dacia conçoit des véhicules simples, polyvalents, fiables et en phase avec le style de vie des clients. Les modèles Dacia sont devenus des références sur le marché : Logan, la voiture neuve au prix de l'occasion ; Sandero, la voiture la plus vendue aux particuliers européens chaque année depuis 2017 ; Duster, le SUV le plus vendu aux particuliers en Europe depuis 2018 ; Spring, la championne de la mobilité électrique accessible ; Jogger le véhicule familial polyvalent du segment C.

Présente dans 44 pays, Dacia a vendu plus de 8 millions de véhicules depuis 2004.