

2022-S1 RÉSULTATS COMMERCIAUX : DACIA POURSUIT SA CROISSANCE ET CONFIRME SON CLASSEMENT SUR LE PODIUM EUROPÉEN DES VENTES À CLIENTS PARTICULIERS

- Avec 277 885 immatriculations à fin juin 2022, les ventes de Dacia progressent de 5,9% par rapport au premier semestre 2021 dans un marché pénalisé par la crise des approvisionnements.

Ce résultat est porté par le succès des best-sellers Sandero (112 000 unités, +1,8% vs S1 2021) et Duster (99 000 unités, +5,5% vs. S1 2021) et des deux nouveaux modèles Spring (20 000 unités) et Jogger (21 700 unités).

Ce résultat fait de Dacia la seule marque européenne en croissance parmi les 20 plus grandes marques sur le périmètre Europe VP+VUL.

- En Europe, Dacia renforce sa 3^{ème} place sur le marché VP à clients particuliers.

Sandero reste le modèle le plus vendu aux particuliers en Europe chaque année depuis 2017 et Duster confirme sa position de SUV le plus vendu aux particuliers en Europe depuis 2018.

Cette performance s'appuie sur des taux de conquête (76% des acheteurs Dacia possédaient auparavant un véhicule d'une autre marque) et de fidélité (64% des renouvelants Dacia rachètent une Dacia) au meilleur niveau du marché¹.

- Le succès des nouveaux modèles se confirme avec des rythmes de commandes bien supérieurs aux immatriculations.
Dacia Spring, la citadine 100% électrique, continue à démocratiser la mobilité électrique en enregistrant plus de 5 000 commandes par mois en moyenne sur ce premier semestre.
Le tout nouveau Dacia Jogger, véhicule familial disponible en 5 et 7 places, enregistre plus de 50 000 commandes au premier semestre 2022.
- L'application de la nouvelle identité de marque à l'ensemble des modèles a été présentée le 15 juin 2022, les commandes sont ouvertes depuis le 16 juin et les véhicules arriveront dans les réseaux au cours du 4^{ème} trimestre 2022.

¹ données 2021 G5

VOLUMES ET PARTS DE MARCHÉ EN HAUSSE

En hausse de 5,9% par rapport à l'année précédente, les volumes de Dacia atteignent 277 885 unités en 2022 sur un marché fortement pénalisé par la crise sanitaire et par la crise des composants électroniques. Sur son périmètre de commercialisation, Dacia augmente sa part de marché de 0,8 point à 3,9% sur un marché en baisse de 14,6%.

La progression de Dacia s'explique tout particulièrement par le succès de sa nouvelle gamme. Au premier semestre 2022, sur le marché VP, Dacia renforce sa position de 3^{ème} marque la plus vendue en Europe auprès des clients particuliers.

En détail, Dacia est sur le podium VP à particuliers en France (2^e), en Roumanie (1^{er}), en Italie (3^e), au Portugal (1^{er}), en Pologne (3^e), en Croatie (3^e), en Rep. Tchèque (3^e), en Hongrie (3^e). La marque est au pied du podium en Espagne (4^e) et en Belgique (4^e). En Allemagne, par rapport au premier semestre 2021, la marque gagne 4 places (9^e) et affiche la 2^{ème} meilleure progression sur le marché VP à particuliers.

En dehors de l'Europe, Dacia maintient son leadership au Maroc.

Les commandes cumulées de Dacia Spring et des modèles utilisant la bicarburant essence GPL (ECO-G, jusqu'à 10% d'émissions de CO₂ en moins) représentent près d'un véhicule sur deux (48% des commandes du périmètre de commercialisation Dacia hors Maroc). Ce mix progresse de 7 points par rapport au premier semestre 2021.



La croissance de la performance commerciale de Dacia dans un marché en net retrait confirme la pertinence de son positionnement basé sur un rapport prestations/prix au meilleur niveau. Les versions électriques et GPL ECO-G représentent quasiment la moitié des commandes clients au premier semestre 2022, faisant écho à la proposition de Dacia de consommer l'automobile de façon plus raisonnée.

Xavier Martinet, Directeur Marketing Ventes & Opérations Dacia



UNE GAMME FORTE DE QUATRE PILIERS

- Spring : sur le podium des véhicules 100% électriques du marché VP à particuliers en Europe²
- Sandero : modèle le plus vendu sur le marché VP à clients particuliers en Europe depuis 2017
- Duster : SUV le plus vendu aux particuliers en Europe depuis 2018
- Jogger : la familiale 7 places la plus abordable du marché, commandée majoritairement dans la finition la plus équipée (64%)

² Immatriculations janvier-mai 2022 en Europe (données à fin juin pas encore disponibles)

LA NOUVELLE IDENTITÉ DE MARQUE

- Juin 2021 : la nouvelle identité Dacia se déploie sur les supports de communication de la marque, dans les publicités et les brochures.
- Début 2022 : les points de vente passent progressivement à la nouvelle image de marque à l'extérieur, renforçant ainsi la visibilité du réseau Dacia.
- 16 juin 2022 : les commandes sont ouvertes sur l'ensemble des modèles de la gamme Dacia (hors Lodgy) avec la nouvelle identité (nouvel emblème, nouveau logotype, nouvelles couleurs). Les premières livraisons auront lieu fin 2022.
- Octobre 2022 : la gamme, arborant la nouvelle identité visuelle de la marque et le nouvel emblème *Dacia Link*, sera présentée au salon de Paris. Ces nouveaux modèles peuvent dès à présent être visualisés en réalité augmentée avec la toute nouvelle application *Dacia AR*, déjà téléchargée plus de 12 000 fois :

bit.ly/DaciaAR ou



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 de segment C.

Présente dans 44 pays, Dacia a vendu plus de 7,5 millions de véhicules depuis 2004.