

PART DE MARCHÉ RECORD POUR DACIA, SUR LE PODIUM EUROPÉEN À CLIENTS PARTICULIERS

- Dacia totalise 573 800 ventes en 2022, soit 6,8 % de croissance dans un marché en recul par rapport à 2021. La marque a franchi la barre symbolique des 8 millions de véhicules vendus depuis 2004.
- Cette performance permet à Dacia d'atteindre des parts de marché record en :
 - VP+VU* en Europe à 3,7 % (+0,5 pt vs. 2021),
 - VP* en Europe à 4,2 % (+0,7 pt vs. 2021),
 - VP à clients particuliers** en Europe à 7,6 % (+1,4 pt), renforçant sa 3^{ème} place sur le podium européen des ventes à clients particuliers, cœur de clientèle de la marque.
- Ce résultat est porté par un plan produit fort autour de 4 modèles piliers :
 - Dacia Sandero : 229 500 unités, soit +1,2 % vs. 2021, 1^{er} véhicule vendu à particuliers en Europe depuis 2017.
 - Dacia Duster : 197 100 unités, soit +5,8 % vs. 2021, 2^{ème} véhicule vendu à particuliers en Europe en 2022 et 1^{er} SUV vendu à particuliers depuis 2018.
 - Dacia Jogger : 56 800 unités pour sa première année de commercialisation, 2^{ème} véhicule du segment C hors SUV vendu à particuliers en Europe.
 - Dacia Spring : 48 900 unités, soit +75 % vs. 2021, 3^{ème} véhicule électrique vendu à particuliers en Europe.
- Le positionnement unique et moderne de Dacia sur les essentiels de la mobilité automobile est plébiscité par tous types de clients avec des taux de conquête et de fidélisation au meilleur niveau du marché.

**VP+VU, VP = Autriche, Belgique, Bulgarie, Croatie, République Tchèque, Danemark, Estonie, Finlande, France (incl. DOM-TOM), Allemagne, Grèce, Hongrie, Islande, Irlande, Italie, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Malte, Pays-Bas, Norvège, Pologne, Portugal, République de Chypre, Roumanie, Slovaquie, Slovénie, Espagne + Iles Canaries, Suède, Suisse, Royaume-Uni*

***VP à clients particuliers = Autriche, Belgique, Croatie, République Tchèque, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Hongrie, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Norvège, Pologne, Portugal, Roumanie, Slovaquie, Slovénie, Espagne, Suède, Suisse, Royaume-Uni*

- **Dans un marché qui devrait rester pénalisé par les crises d'approvisionnement et de logistique, la dynamique de Dacia se poursuivra en 2023 avec :**
 - **dès janvier, l'arrivée dans les showrooms de l'ensemble de la gamme à la nouvelle identité de marque,**
 - **l'extension de l'offre produit électrifiée, Jogger HYBRID 140 et Spring équipée du nouveau moteur ELECTRIC 65,**
 - **le lancement au printemps du nouveau niveau de finition transversal Extreme,**
 - **la poursuite de la modernisation du réseau de vente et d'après-vente à la nouvelle identité de marque.**

TRIPLE RECORD EN PARTS DE MARCHÉ

Malgré la morosité du marché automobile toujours pénalisé par la crise sanitaire, la crise des composants électroniques et la crise logistique, Dacia a su tirer son épingle du jeu et totalise 573 800 ventes en 2022, soit 6,8 % de croissance par rapport à 2021. L'année 2022 marque également un jalon dans l'histoire de Dacia qui a franchi la barre symbolique des 8 millions de véhicules vendus depuis 2004.

Sur le périmètre de commercialisation de Dacia, le marché est en recul de 5,5 % en 2022 par rapport à 2021. La performance commerciale de la marque confirme la pertinence de son positionnement basé sur un rapport prestations/prix au meilleur niveau. Elle se matérialise tout particulièrement par le succès de sa nouvelle gamme auprès des clients particuliers. En 2022, Dacia atteint en Europe une part de marché record de 7,6 % (6,2 % en 2021) sur le marché VP à particuliers, consolidant pour la deuxième année consécutive sa place sur le podium européen. Dacia enregistre également en Europe des parts de marché record en VP+VU* à 3,7 %, en progression de 0,5 pt par rapport à 2021, et en VP* à 4,2 %, en progression de 0,7 pt par rapport à 2021.

En plus de maintenir son leadership au Maroc, Dacia renforce ses positions **en Europe** avec une progression des volumes VP de 15,4 % sur un marché en recul de 4 %.

En France, 1^{er} marché de Dacia, la marque a immatriculé 130 800 VP en 2022, soit une augmentation de 4,5 % par rapport à 2021, dans un marché 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 3^{ème} place du podium VP. Sur le canal des ventes à particuliers, Dacia affiche une part de marché de 15,8 %, en hausse de 1,3 pt, signifiant que 1 client particulier sur 6 a choisi Dacia en 2022.

En Allemagne, où le marché est dominé par les offres du segment C, Dacia a enregistré en 2022 sa meilleure performance commerciale avec une croissance de 50 % en volumes avec 60 300 ventes VP et une part de marché qui a dépassé, pour la première fois de son histoire, les 2% sur le marché VP et 5 % VP à particuliers. Ainsi, Dacia détrône quelques marques bien établies sur ce marché et occupe désormais la 6^{ème} place en ventes VP à particuliers.

Dacia progresse également **en Italie** avec 67 300 ventes VP, soit + 9,2 % par rapport à 2021, dans un marché en recul de 9,7 %. La part de marché VP à 5,1 % est en hausse de 0,9 pt par rapport à 2021. Sur le canal des ventes à particuliers, Dacia est la 4^{ème} marque et gagne une place dans le classement par rapport à 2021, avec une part de marché de 8,3 %, en progression de 2 pts par rapport à 2021.

En **Espagne**, Dacia enregistre 37 800 ventes VP et affiche donc une progression de +2,7 % par rapport à 2021 dans un marché en recul de 5,3 %. La part de marché VP à 4,7 % est en hausse de 0,4 pt par rapport à 2021. Sur le canal des ventes à particuliers, Dacia confirme sa 4^{ème} place dans le classement avec une part de marché de 8,1 %, soit 0,6 pt de progression par rapport à 2021.

Au Royaume-Uni, Dacia a vu son volume de ventes augmenter de 55 % par rapport à 2021 sur un marché en recul de 2%. Sur le canal des ventes à particuliers, la part de marché de la marque est passée de 2 % en 2021 à 3,1 %, ce qui place Dacia à la 13^{ème} place (progression de 5 places).

D'autres performances contribuent fortement aux résultats de Dacia en 2022. **En Roumanie** notamment où la marque a dépassé les 30 % de part de marché VP, soit 2 pts de plus qu'en 2021. **Au Portugal et en Belgique**, Dacia est la 1^{ère} marque sur le canal des ventes à particuliers.

En Europe de l'Est, les Pays Baltes, la Slovaquie et la République Tchèque enregistrent une progression des ventes VP supérieure à 30 %.

En Turquie, les ventes VP ont progressé de 30 % avec une part de marché qui dépasse 6 pts, soit une hausse de 1,1 pt par rapport à 2021.

UN PLAN PRODUIT FORT AUTOUR DE 4 MODELES PILIERS

En moins de 15 mois, Dacia a lancé sa nouvelle gamme désormais forte de 4 modèles piliers : Sandero, Spring, Duster en 2021 et Jogger en 2022. Ultime chapitre de la stratégie de déploiement de la nouvelle identité de Dacia, fin 2022, les 4 modèles sont renouvelés en simultané avec la nouvelle identité de la marque : 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.

En 2022, chaque modèle a contribué à la croissance de Dacia.

Sandero, avec 229 500 ventes en 2022 (soit +1,2 % vs. 2021), est pour la 6^{ème} année consécutive le modèle le plus vendu à clients particuliers en Europe. Sandero est aussi en 2022 le 2^{ème} modèle VP le plus vendu en Europe tous canaux de vente confondus.

Duster suit la même tendance. Il conserve son classement de SUV le plus vendu à particuliers en Europe depuis 2018. Il devient également le 2^{ème} véhicule le plus vendu à particuliers en Europe, juste derrière Sandero. Avec 197 100 exemplaires vendus en 2022 (soit +5,8 % vs. 2021) tous pays confondus, Duster a dépassé les 2 millions d'unités sur les routes depuis son lancement en 2010.

Spring, la citadine 100 % électrique, a atteint 48 900 exemplaires vendus en 2022 (soit +75 % vs. 2021) et a séduit depuis son lancement plus de 100 000 clients, dont les ¾ sont des particuliers. **Spring** monte sur le podium des véhicules électriques les plus vendus à clients particuliers en Europe.

Quant à **Jogger**, pour sa première année de commercialisation, il enregistre 56 800 véhicules vendus en 2022, et se place en 2^{ème} position des véhicules du segment C hors SUV vendus à particuliers en Europe.

L'attractivité des produits Dacia tant en équipements qu'en motorisations se confirme par des mix particulièrement élevés. Plus de 70 % des clients continuent de choisir les versions les mieux équipées.

Côté motorisations, 1 client Dacia sur 3 choisit la motorisation ECO-G 100. Pour Jogger, ce taux monte à 58 %. Cette motorisation à bicarburation essence et GPL permet à Jogger d'émettre en moyenne 10 % d'émissions de CO₂ de moins (118 g CO₂ / km) qu'une motorisation essence équivalente et offre une autonomie de plus de 1 000 km grâce à ses 2 réservoirs.

Véritable booster de la mobilité électrique, **Spring** compte 93 % de primo-accédants à l'électrique parmi ses clients particuliers.

L'attractivité de la gamme Dacia se manifeste également par la conquête et la fidélisation de ses clients. Sur le périmètre Europe 5 (France, Royaume-Uni, Allemagne, Italie et Espagne), 6 clients Dacia sur 10 ne possédaient pas de véhicules de Renault Group. Au moment du renouvellement, 8 clients sur 10 choisissent un véhicule de Renault Group.

PERSPECTIVES POUR 2023

Depuis début janvier, l'ensemble de la gamme à la nouvelle identité Dacia est arrivé dans les showrooms. La marque poursuit sa dynamique avec, en particulier, l'extension de son offre électrifiée.

Jogger HYBRID 140, 1^{er} hybride de la gamme Dacia, est la voiture familiale hybride la plus accessible du marché. Doté d'une technologie performante et éprouvée de Renault Group, Jogger HYBRID 140 intègre la prestation boîte automatique avec la boîte à crabots sans embrayage, et offre aux clients plus de puissance, de confort et d'économie en carburant avec des émissions de CO₂ à partir de 108 g / km.

Avec le nouveau moteur ELECTRIC 65 (65 ch / 48 kW), **Spring** offre plus de puissance, d'accélération et de reprises. Spring inaugure également le nouveau niveau de finition transversal Extreme. Au 2^{ème} trimestre, ce niveau de finition sera disponible sur l'ensemble de la gamme et poussera encore plus loin le concept développé avec succès au lancement de Jogger, illustrant parfaitement l'esprit Outdoor de Dacia.

Depuis début 2022, Dacia déploie le plan de modernisation de son réseau commercial à la nouvelle identité de marque. Ce projet ambitieux vise à renforcer la visibilité et l'attractivité des points de vente et à créer un nouvel environnement intérieur fondé sur les principes de fonctionnalité, de flexibilité et d'éco-responsabilité. A fin 2022, le réseau Dacia compte déjà 10 % de sites modernisés, ce mouvement va s'accélérer en 2023.

« En 2022, les hausses de volumes et la part de marché record de Dacia en Europe confirment la pertinence de notre stratégie basée sur l'essentiel et l'adéquation de nos produits aux usages des clients », affirme Xavier Martinet, Directeur Marketing Ventes & Opérations Dacia, « en 2023, nous poursuivrons cette dynamique avec notamment l'extension de notre offre électrifiée, tout en restant fidèles à l'ADN de Dacia : offrir à nos clients l'essentiel avec un rapport prestations/prix au meilleur niveau. »



CONTACTS PRESSE

Grégoire VITRY

Responsable Communication Produit Dacia

+33 6 79 67 20 95

gregoire.vitry@dacia.com

Aurélie ANDRÉ

Attachée de Presse Dacia

+33 6 82 13 50 76

aurelie.andre@dacia.com

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.