



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

4 mars 2008

# DACIA, GÉNÉREUSE ET INGÉNIEUSE

**Quatre ans après le lancement de Logan, la saga Dacia continue avec Dacia Sandero, une berline 5 portes, accessible, habitable et robuste.**

**En 2008, Dacia propose, selon les marchés, cinq véhicules : Logan, Logan MCV, Sandero, Logan Van et Logan Pick-up.**

**En progression constante, les ventes Dacia affichent une hausse de 17.2% en 2007, avec une très forte croissance en Europe Occidentale (+67.9%) grâce au succès de Dacia Logan MCV.**

Avec sa gamme de cinq véhicules, accessibles, modernes, fiables et robustes, Dacia affirme sa personnalité, celle d'une marque généreuse et ingénieuse. Généreuse, car chacun de ses produits offre une habilité record à un prix accessible. Ingénieuse, car avec sa gamme de véhicules attractifs à petits prix, Dacia a su anticiper les besoins d'une clientèle pragmatique, qui recherche la tranquillité d'esprit. Elle est en phase avec son époque, prend de l'avance sur ses concurrents et saisit de nouvelles opportunités de marchés.

Avec le lancement de Dacia Sandero, l'année 2008 représente un tournant stratégique dans le développement de la marque. Le nouveau logotype Dacia révélé au Salon de Genève exprime, à l'instar des produits, modernité, simplicité et robustesse. Le bleu, couleur emblématique de la marque, demeure présent dans la typographie avec une tonalité plus dense et plus noble.

## **... ET LA SAGA DACIA CONTINUE...**

Dacia proposera dès 2008 une gamme de cinq véhicules composée d'un tricorps (Dacia Logan), d'un break (Dacia Logan MCV), d'une berline bicorps (Dacia Sandero) et de deux véhicules utilitaires (Dacia Logan Van et Dacia Logan Pick-up).

Avec Dacia Sandero, la cinquième caisse développée sur la plate-forme B0 (Logan), et commercialisée à partir de mi-2008, la gamme Dacia, s'ouvre à un nouveau segment, celui des berlines compactes. Comme pour Logan, Dacia Sandero se positionne comme un véhicule d'entrée de son segment avec un rapport prestations/prix inégalé. Selon la nature du marché et les opportunités, Dacia commercialisera dans chaque pays les modèles les plus adaptés de sa gamme.

## **MARCHES MATURES, MARCHES EN FORTE CROISSANCE : L'ALCHIMIE LOGAN FONCTIONNE PARTOUT**

Avec cette nouvelle offre, Dacia pérennise le succès exceptionnel rencontré avec Logan, modèle emblématique depuis 2004. Fondé en 1966, le constructeur automobile roumain est demeuré essentiellement national jusqu'en 1999, date à laquelle il devient filiale de Renault. Depuis 2004, Dacia propose avec la famille Logan une gamme de véhicules d'un genre nouveau, au rapport prix/prestations imbattable. Grâce à cette offre en rupture, le succès dépasse largement les attentes initiales. Ses ventes ne cessent de progresser : de 2003 (68 738) à 2007 (230 164), elles ont triplé. Entre 2006 et 2007, la marque est en hausse de 17,2%.

Dacia est aujourd'hui présente sur 51 marchés. Son territoire s'étend de l'Europe à l'Afrique, en passant par le Maghreb et la Turquie. La marque arrive au Portugal au printemps et en Scandinavie (Suède, Danemark, Finlande) fin 2008.

En 2007, c'est en Europe Occidentale que Dacia a connu la plus forte progression avec des ventes en hausse de 67,9 % (79 740 véhicules). A noter tout particulièrement, des hausses de 73.9% en France (32 684) et de 174.8% en Allemagne (17 517), liées au succès de Dacia Logan MCV. En France, Dacia est en janvier 2008 la neuvième marque la plus vendue (sur 38), trois ans seulement après son lancement.

En Roumanie, son territoire national, Dacia conserve son leadership avec 102 000 véhicules vendus en 2007. Deux séries limitées Logan ont remporté un vif succès dans l'année : l'ABS+, proposant des équipements de sécurité complémentaires (de 20 à 25% des ventes d'avril à décembre), et la Kiss FM, équipée d'une radio CD MP3 (16% des ventes depuis son lancement en avril), qui a touché une clientèle plus jeune.

Au Maroc, Dacia se positionne en deuxième place avec 12,4% de part de marché, juste derrière Renault. Logan est le véhicule le plus vendu du marché, devant Kangoo.

Dacia continue sa progression en Ukraine : 9 350 véhicules vendus en 2007, soit une hausse de 58% par rapport à 2006. Sur un marché ukrainien en forte croissance (+ 35%), la commercialisation de Logan MCV en juillet a confirmé le formidable accueil réservé au modèle au Salon de Kiev en mai, permettant d'installer durablement la marque Dacia dans le paysage automobile ukrainien.

## **UN BUSINESS MODELE A L'IMAGE DE LA VOITURE : ROBUSTE**

La marque Dacia poursuit sa stratégie fondée sur un business modèle « à bas coûts » inédit : tous les choix de conception, de fabrication et de commercialisation sont déterminés par la recherche de la valeur pour le client. Ainsi, tous les coûts sont réduits dans la mesure où le principe suivant est respecté : que le client trouve dans son

véhicule tout ce qu'il recherche, sans rien de superflu. Dacia Sandero s'inscrit dans cette stratégie et sera proposée à un prix très attractif.

## **UN RESEAU EN EXPANSION : LA GARANTIE DE SERVICE POUR TOUS**

La marque Dacia bénéficie d'une couverture réseau dense partout où elle est implantée. En Roumanie, elle est commercialisée dans plus de 100 points de vente, dont 17 ont été inaugurés en 2007. Sur les autres marchés, la marque Dacia s'appuie sur le réseau Renault existant, très dense et professionnel. Au total, plus de 1100 concessionnaires proposent en Europe occidentale la gamme Dacia. En France, deux concessionnaires ont décidé en 2007 de créer des points de vente séparés pour Dacia. Une initiative qui pourrait se développer dans les années à venir avec l'extension de la gamme.

## **L'USINE DE PITESTI : LE CŒUR DE LA PERFORMANCE**

L'usine de Pitesti, berceau de la marque, reste l'usine principale des véhicules utilisant la plateforme B0 (Logan). Grâce la forte commonalisation des pièces entre les différentes caisses, les cinq modèles Dacia sont tous produits sur une seule ligne d'assemblage. En 2007, l'usine a augmenté ses capacités à 350 000 vh/an (60vh/h) pour accueillir Dacia Sandero et accompagner la croissance de la marque.

Les véhicules Dacia sont également produits au Maroc, sur le site de Casablanca. Pour répondre à la forte demande, un troisième site, également au Maroc (Tanger), fournira dès 2010 des véhicules Dacia, au côté de modèles Renault et Nissan.

Contact Presse : Axelle de Ladonchamps, 33 (0)1 76 84 64 69

[www.media.renault.com](http://www.media.renault.com) & [www.renault.com](http://www.renault.com)

## ANNEXE

<b>Ventes Dacia par modèles en 2007</b>			
<b>Modèles</b>	<b>Roumanie</b>	<b>International</b>	<b>Total</b>
<b>Logan berline</b>	76 785	64 801	141 586
<b>Logan MCV</b>	18 164	63 078	81 242
<b>Logan VAN</b>	6 850	486	7 336
<b>Total</b>	101 799	128 365	230 164

<b>L'évolution des ventes Dacia Logan par année</b>					
	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Total</b>
<b>Total</b>	22 833	135 183	184 472	230 164	<b>572 652</b>

<b>Top 10 Dacia en 2007</b>		
	<b>Pays</b>	<b>Unités (Logan)</b>
<b>1</b>	<b>Roumanie</b>	101 799
<b>2</b>	<b>France</b>	32 684
<b>3</b>	<b>Allemagne</b>	17 517
<b>4</b>	<b>Maroc</b>	12 638
<b>5</b>	<b>Ukraine</b>	9 350
<b>6</b>	<b>Algérie</b>	9 090
<b>7</b>	<b>Turquie</b>	8 951
<b>8</b>	<b>Espagne</b>	7 748
<b>9</b>	<b>Italie</b>	4 971
<b>10</b>	<b>Bulgarie</b>	3 014