

LES MARQUES DE RENAULT GROUP TIENNENT LE CAP DANS UN CONTEXTE EXIGEANT

- **Renault Group enregistre au premier semestre 2025 une hausse de ses ventes globales (+1,3 % vs 2024) pour atteindre 1 169 773 véhicules vendus.**
- **A l'international¹, la marque Renault croît de 16,3 % avec le succès commercial des premiers modèles de l'International Game Plan.**
- **En Europe², dans un marché des véhicules particuliers (VP) en baisse de 1,0 %, le Groupe progresse de 5,4 % et atteint les 708 106 véhicules immatriculés. Sandero et Clio sont les deux premiers véhicules les plus vendus.**
 - **La marque Renault :** 394 278 VP (+8,4 %). Renault gagne une place et devient n°2 en Europe (VP+VU). Clio est le véhicule (VP+VU) le plus vendu en Europe tous canaux confondus.
 - **La marque Dacia :** 308 957 VP (+1,1 %). Dacia conforte sa place sur le podium européen des ventes à clients particuliers. Sandero souffre de la baisse du marché mais reste le véhicule le plus vendu à clients particuliers en Europe et ce depuis 2017.
 - **La marque Alpine :** 4 871 VP (+89,8 %). L'A290 booste les ventes du 1^{er} semestre. Alpine reste leader en Europe sur le marché des coupés sportifs deux places avec sa gamme A110.
- **Sur un marché des véhicules utilitaires (VU) en Europe en recul de 13 %, Renault baisse de 29 % au 1^{er} semestre 2025, dans l'attente de la pleine diversité de la gamme Master. Elle conserve sa 2^{ème} place en Europe.**
- **Renault Group poursuit sa politique commerciale en donnant la priorité à la création de valeur plutôt qu'aux volumes,**
 - Une concentration sur le **canal le plus rentable des ventes à clients particuliers** qui représente plus de 56 % des ventes³. Sur ce canal en Europe qui subit une pression commerciale accrue ces derniers mois, le mix de Renault Group demeure plus de 15 points supérieurs à la moyenne du marché avec 4 véhicules du Groupe dans le top 10 des ventes
 - Une **approche rigoureuse des valeurs résiduelles⁴**, supérieures de 4 à 13 points par rapport aux concurrents européens.
 - Un **carnet de commandes solide** en Europe, représentant environ deux mois de ventes prévisionnelles à fin juin 2025.
- **Renault Group s'appuie sur une offre complète pour répondre aux besoins du marché en matière de transition énergétique.** La part des véhicules électrifiés⁵ du Groupe augmente significativement de plus de 15 points pour atteindre près de 44 % des ventes (dont 12,3 % électriques) au 1^{er} semestre 2025 :

¹ Hors Europe

² Périmètre ACEA

^{3&4} Pour les marques Renault et Dacia (véhicules particuliers) en France, en Allemagne, en Espagne, en Italie et au Royaume-Uni.

⁵ HEV, PHEV & EV; Marché VP en Europe

- 59 % des véhicules vendus par **Renault** sont électrifiés. Près d'un véhicule sur deux vendus par la marque est hybride (HEV) (+36,2 % vs S1 2024), Renault est la seconde marque sur le marché de l'hybride (HEV) en Europe. Les véhicules 100 % électriques représentent plus de 16 % de ses ventes (+57,0 % vs S1 2024), porté notamment par Renault 5 E-Tech, leader en Europe sur le segment B-EV.
- Chez **Dacia**, 23,5 % des ventes sont électrifiées. Les ventes de véhicules hybrides bondissent grâce au succès de Duster pour atteindre 17,2 % des ventes (+11,8 points vs S1 2024).
- Les véhicules électriques **Alpine** représentent 76,0 % des ventes de la marque, grâce à A290 lancée fin 2024.
- **En 2025 le Groupe lance 7 véhicules** (dont Renault 4 E-Tech électrique, Dacia Bigster et Alpine A390 pour l'Europe et Boreal pour le marché international) et 2 restylages (Renault Austral et Renault Espace). De plus, la marque Renault va introduire Grand Koleos et Kardian dans de nouveaux pays.

Boulogne-Billancourt, le 23 juillet 2025

Marque Renault

La marque Renault affiche une croissance de ses ventes mondiales de +2,7 % par rapport au premier semestre de 2024 avec 808 413 véhicules vendus dans le monde.

Hors Europe, la marque progresse de 16,3 % par rapport au premier semestre 2024, dans un marché à +4,7 %, portée par le succès commercial des véhicules du Renault International Game Plan 2027. **Renault est la première marque automobile française dans le monde avec** 36 % de ses ventes désormais réalisées hors d'Europe.

- En Amérique latine : ventes en hausse de 24 % notamment grâce à Kardian. Au Brésil les ventes augmentent de 8,8 % et en Argentine de +96,7 %. Renault se classe n°1 en Colombie avec 14,6 % de parts de marché.
- Au Maroc : ventes en hausse de 48 %, bénéficiant notamment du lancement de Kardian.
- En Corée du Sud : ventes en hausse de 150 % grâce à Grand Koleos. Le modèle vient également d'être lancé au Mexique sous le nom de Koleos, poursuivant ainsi son déploiement mondial.

En Europe, la marque gagne une place et devient la deuxième marque, avec une part de marché de 6,7 %. Clio est le véhicule le plus vendu en Europe tous canaux confondus.

Dans un marché VP en baisse (-1,0 % vs S1 2024), Renault progresse de 8,4 % et réalise la plus forte croissance des ventes parmi les marques du TOP15.

Concernant les véhicules utilitaires, les ventes de Renault baissent de 29 % en raison d'un marché baissier (-13 %), de la fin de vie de Renault Express en Europe (ces ventes n'étant pas encore totalement compensées par Renault Kangoo) et une diversité encore incomplète de la gamme Nouveau Renault Master. La marque maintient tout de même sa seconde position sur le marché européen des véhicules utilitaires légers.

Renault poursuit sa stratégie d'électrification avec deux offres de motorisation. Sur les véhicules électriques, les ventes progressent de 57 % dans un marché européen à +24,9 % grâce notamment à Renault 5 E-Tech electric, véhicule électrique du segment B le plus vendu en Europe avec près de 49 000 véhicules vendus depuis son lancement. Renault est la première marque en France sur les véhicules électriques.

Concernant l'offre hybride, Renault confirme sa deuxième place sur le marché européen des hybrides. La marque a enregistré une croissance de plus de 36 %. La technologie full hybrid E-Tech représente désormais plus de 41 % des ventes VP de Renault et la marque approche le cap symbolique du million de véhicules full hybrid E-Tech vendus.

Sur les segments C et supérieurs, qui représentent 40,1 % du mix des ventes au 1^{er} semestre 2025 (+0,4 points), et notamment sur les segments C-SUV et D-SUV, la marque Renault accélère (+52 % par rapport au 1^{er} semestre 2024), portée en particulier par Austral, Espace et Rafale.

Au second semestre, Renault continuera à s'appuyer sur ses bases solides avec de nouveaux lancements. En Europe, la marque poursuivra son offensive électrique avec la version à 25 000 € de Renault 5 E-Tech et les débuts commerciaux de Renault 4 E-Tech. Sur les hybrides, Renault a lancé au printemps les versions restylées d'Austral et Espace et a présenté cet été deux motorisations full hybrid de nouvelle génération, dont le nouveau moteur full hybrid 160 E-Tech, qui équipe Nouveau Captur et Nouveau Symbioz. A l'international, la marque bénéficiera du lancement de Boreal, dévoilé le 10 juillet, dont le déploiement dans plus de 70 pays commencera fin 2025 par le Brésil. Parallèlement, Nouveau Koleos et Kardian continueront leur expansion sur de nouveaux marchés.

Marque Dacia

Au premier semestre 2025, les **ventes mondiales** de la marque (356 084 unités) sont en léger recul par rapport au 1^{er} semestre 2024 (-0,7 %), en raison de Duster en Turquie qui est désormais vendu sous la marque Renault. Elle conserve toutefois une part de marché VP + VU à 4,1%.

- Avec 151 948 véhicules vendus dans le monde au 1^{er} semestre 2025, Dacia Sandero demeure le modèle le plus vendu en Europe cette année (VP), tous canaux de clients confondus. Sandero est le véhicule le plus vendu à clients particuliers en Europe depuis 2017.
- Avec 108 510 unités vendues dans le monde, Dacia Duster reste le 1^{er} SUV vendu à particuliers en Europe. La 3^{ème} génération de Duster a enregistré près de 200 000 commandes depuis son lancement il y a 1 an.
- Dacia Spring enregistre 19 452 véhicules vendus au 1^{er} semestre 2025, en progression de 62,5 % par rapport au 1^{er} semestre 2024. Au total, plus de 180 000 clients sont devenus possesseurs de Spring depuis son lancement, qui demeure l'offre 100 % électrique la plus accessible du marché.
- Dacia Jogger enregistre 42 381 unités vendues dans le monde, en recul par rapport au 1^{er} semestre 2024, sur le segment C hors SUV également en baisse.
- Dacia Bigster, dont les commandes sont ouvertes depuis janvier 2025, enregistre une performance remarquable depuis son lancement avec 17 329 unités immatriculées. Pour ce modèle, 69 % des ventes sont en motorisation hybrid 155, et 88 % dans les finitions les plus hautes (Extreme et Journey). Enfin Bigster est un véritable atout pour de la conquête clients avec 80 % de ses clients français venus de la concurrence.

En Europe, sur le marché VP les ventes de Dacia ont progressé de 1,1 % avec un total de 308 957 immatriculations et une part de marché à 4,5 % (en progression de 0,1 point). La marque maintient sa 9^{ème} place sur le marché VP et sa 10^{ème} place sur le marché VP+VU.

Par ailleurs, Dacia conforte sa place sur le podium européen des ventes à clients particuliers, grâce à ses 5 modèles, et à des taux de conquête et de fidélisation aux meilleurs niveaux du marché.

La marque y poursuit son électrification et a enregistré, au 1^{er} semestre 2025, 23,5 % de ses immatriculations sur des motorisations électrifiées, en progression de 14,4 points par rapport au 1^{er} semestre 2024. Les véhicules hybrides représentent 17,2 % de ses ventes, en hausse de 11,8 points, notamment grâce au succès de Duster hybride. Les ventes de Spring progressent portant la part des véhicules électriques à 6,2 % des ventes totales de Dacia (+2,6 points vs S1 2024).

Marque Alpine

Alpine poursuit sa croissance au 1^{er} semestre 2025 avec 5 015 immatriculations, soit +85 % par rapport au 1^{er} semestre 2024.

L'A290 booste les ventes de la marque avec 3 699 immatriculations dans le monde. La toute première citadine d'Alpine, élue *Car of the Year 2025*, enregistre 2 327 immatriculations en France.

Sur le marché du coupé sportif deux places, Alpine confirme sa position de leader en Europe avec 1 181 A110 immatriculées (46 % de part de marché).

En 2025, la marque comptera près de 200 Alpine Stores avec l'ouverture cet été d'un point de vente en Irlande.

VENTES MONDIALES DU GROUPE PAR MARQUE

	S1 2025	S1 2024	Δ % vs. S1 2024
Renault	808 413	787 379	+2,7 %
VP	642 652	572 789	+12,2 %
VU	165 761	214 590	-22,8 %
Dacia	356 084	358 526	-0,7 %
VP	353 804	354 350	-0,2 %
VU	2 280	4 176	-45,5 %
Alpine	5 015	2 717	+84,6 %
Mobilize ⁽¹⁾	1 086	-	

Renault Group	1 169 773	1 154 882	+1,3 %
----------------------	------------------	------------------	---------------

⁽¹⁾ Les quadricycles ne sont pas inclus dans l'agrégation des ventes totales.

LES QUINZE PREMIERS MARCHÉS DE RENAULT GROUP

		Volumes S1 2025 (En unités)	PDM (En %)	Δ PDM vs. S1 2024 (En points)
1	FRANCE	284 704	27,7	+1,6
2	ITALIE	105 559	11,1	-0,1
3	ESPAGNE	92 701	13,1	+0,7
4	ALLEMAGNE	71 681	4,7	-0,0
5	TURQUIE	69 649	11,5	-3,2
6	ROYAUME UNI	61 941	5,1	+0,0
7	BRESIL	60 673	5,4	+0,2
8	MAROC	43 836	39,1	-1,5
9	BELGIQUE+LUXEMBOURG	38 844	12,9	+1,8
10	ARGENTINE	31 607	10,2	+1,0
11	COREE DU SUD	28 065	3,4	+2,0
12	POLOGNE	26 427	8,3	-0,3
13	ROUMANIE	22 587	31,0	-6,1
14	PORTUGAL	20 816	14,9	-0,3
15	INDE	16 031	0,6	-0,3

**RENAULT GROUP
RELATIONS
MEDIAS**

Paul Jacobsoone
+33 6 82 76 23 96
paul.jacobsoone@renault.com

Rie Yamane
+33 6 03 16 35 20
rie.yamane@renault.com

**RENAULT GROUP
RELATIONS
INVESTISSEURS**

Philippine de Schonen
+33 6 13 45 68 39
philippine.de-schonen@renault.com

À propos de Renault Group

Renault Group est aux avant-postes d'une mobilité qui se réinvente. Le Groupe s'appuie sur la complémentarité de ses 4 marques – Renault, Dacia, Alpine, Mobilize – et propose des solutions de mobilités durables et innovantes à ses clients. Implanté dans 114 pays, Renault Group a vendu 2,265 millions de véhicules en 2024. Il réunit plus de 98 000 collaborateurs qui incarnent au quotidien sa Raison d'Être, pour que la mobilité nous rapproche les uns des autres.

Prêt à relever des défis sur route comme en compétition, le Groupe est engagé dans une transformation ambitieuse et génératrice de valeur centrée sur le développement de technologies et de services inédits, et d'une nouvelle gamme de véhicules encore plus compétitive, équilibrée et électrifiée. En phase avec les enjeux environnementaux, Renault Group a l'ambition d'atteindre la neutralité carbone en Europe d'ici à 2040.

Davantage d'information : <https://www.renaultgroup.com/fr/>