



COMMUNIQUE DE PRESSE

CITROËN FRANCE POURSUIT SA PROGRESSION EN AVRIL : FORTE CONTRIBUTION DES PARTICULIERS ET MONTÉE EN PUISSANCE DE L'ÉLECTRIQUE

- Une croissance soutenue portée par les ventes aux clients particuliers et l'électrification de la gamme
- 3^e place du marché VP+VU avec 8,25 % de part de marché, en hausse par rapport à avril 2025
- Forte progression sur l'électrique : la ë-C3 confirme son succès et illustre l'ambition de Citroën en matière d'accessibilité
- Des résultats solides pour les modèles stratégiques, avec des positions consolidées sur l'ensemble des segments du marché français

Poissy – le 6 mai 2026

En avril, Citroën enregistre de solides résultats commerciaux sur le marché français, s'appuyant à la fois sur une croissance soutenue auprès des clients particuliers et sur le développement de son offre électrifiée.

La marque atteint la 3^e place du marché VP+VU avec une part de marché de 8,25 %, en progression par rapport à avril 2025. Cette performance reflète une attractivité renforcée sur l'ensemble des canaux de vente, avec une contribution particulièrement marquée du marché des particuliers.

Une montée en puissance de l'électrique, soutenue par une offre accessible

Le mois d'avril confirme la progression de Citroën dans l'électrique, avec une activité en nette hausse sur le canal des particuliers. La marque se classe ainsi 2^e en véhicules particuliers BEV sur le mois, portée notamment par la ë-C3 s'impose comme un modèle clé de cette dynamique, illustrant la volonté de la marque de rendre la mobilité électrique accessible au plus grand nombre.

Grâce à ces résultats, Citroën s'inscrit durablement parmi les trois principaux acteurs du marché électrique VP+VU en France et renforce sa position auprès des clients particuliers.

Des performances produits solides sur l'ensemble de la gamme

La gamme Citroën affiche des performances solides et cohérentes sur ses principaux segments.

La C3 reste l'un des véhicules les plus vendus du marché français, la C4 consolide sa position dans son segment, tandis que les SUV poursuivent leur progression et renforcent leur compétitivité.

Résultats cumulés 2026 : une position de leader consolidée

Sur le cumul de l'année 2026, Citroën confirme la solidité de ses positions sur le marché français. La marque enregistre des performances de référence en VP, VU et VP+VU, tout en consolidant sa présence sur les segments clés.

La dynamique est particulièrement portée par la bonne performance des véhicules particuliers, mais également par la stabilité du leadership sur les véhicules utilitaires.

Animations et actualités produits : une gamme en mouvement

Citroën continue d'animer sa gamme avec l'ouverture des commandes de la gamme Collection sur C3, C3 Aircross et C4, ainsi que le lancement de l'Ami Rip Curl, une édition spéciale au positionnement affirmé.

La marque était également présente au Camper Van Week End, où Citroën Holidays a été mis en avant auprès d'une clientèle en quête d'évasion et de véhicules polyvalents. En parallèle, les Jours PRO se poursuivent, renforçant l'accompagnement des professionnels.

« Les résultats d'avril confirment la pertinence de notre stratégie : une gamme de plus en plus attractive, portée par l'accessibilité et l'électrification. Citroën gagne en puissance sur le marché des particuliers et poursuit clairement son ambition de rendre la mobilité électrique simple et accessible au plus grand nombre, » a commenté Édouard George, Directeur de Citroën France.

Perspectives – Mai 2026 : une stratégie offensive centrée sur l'accessibilité

Citroën aborde mai avec une stratégie offensive centrée sur l'accessibilité et la transition énergétique. La marque renforce ses offres avec la prolongation de la prime à la reprise jusqu'à 6 000 € et des loyers

compétitifs sur ses modèles électrifiés.

L'accessibilité reste au cœur de la stratégie avec une ë-C3 à partir de 12 990 € et une C3 Aircross thermique dès 15 990 €.

Citroën

Depuis 1919, Citroën crée des automobiles, des technologies et des solutions de mobilité pour répondre aux évolutions de la société. Audacieuse et innovante, Citroën place la sérénité et le bien-être au cœur de son expérience client et propose une large gamme de modèles, du singulier Ami, objet de mobilité électrique pensé pour la ville, jusqu'aux berlines, SUV et véhicules utilitaires, dont la plupart sont disponibles en version électrique ou hybride. Marque pionnière dans les services et l'attention portée à ses clients particuliers et professionnels, Citroën est présent dans 101 pays et dispose d'un réseau de 6 200 points de vente et de services dans le monde. Pour plus d'informations sur Citroën, visitez le site médias <https://fr-media.citroen.com>