



Alfa Romeo consolide sa croissance au premier semestre 2026

- Croissance des résultats commerciaux dans plusieurs pays : les ventes ont progressé de 24 % au Royaume-Uni, de 95 % au Japon, tandis que l'ensemble de la région Asie affiche une hausse de 50 %. Au Mexique, l'arrivée de Junior a permis une augmentation des immatriculations de 90 %.
- L'Italie, la France et l'Allemagne confirment leur statut de trois principaux marchés d'Alfa Romeo, désormais présente dans 70 pays à travers le monde.
- L'Alfa Romeo Junior, le compact sportif commercialisé dans 45 pays, est désormais le modèle le plus vendu de la gamme, devant Tonale, Stelvio et Giulia, qui contribuent également au succès de la marque.
- Succès de la série exclusive Giulia Quadrifoglio Luna Rossa – les dix exemplaires prévus ayant été vendus en un temps record – ainsi que poursuite des livraisons de la 33 Stradale : les premiers véhicules ont été remis à leurs propriétaires en Europe et aux États-Unis au cours du premier semestre.
- Un semestre particulièrement riche en activités et événements : des débuts de BOTTEGAFUORISERIE à Paris aux Jeux Olympiques de Milan-Cortina 2026, en passant par la 44e édition des 1000 Miglia, les célébrations des 75 ans de collaboration avec les Carabinieri, la participation à la spectaculaire Preliminary Regatta Sardinia remportée par Luna Rossa, ainsi que le 50e anniversaire du Musée Alfa Romeo d'Arese.

Au cours du premier semestre 2026, Alfa Romeo a poursuivi son développement à l'international, portée par le succès commercial du nouveau Junior, son expansion sur de nouveaux marchés et un calendrier particulièrement dense d'activités réunissant clients, passionnés et médias à travers le monde.

Dans un contexte de marché particulièrement concurrentiel, la marque a enregistré des résultats positifs dans plusieurs pays. En Europe, les ventes ont progressé au Royaume-Uni (+24 %) et en Autriche (+0,3 %), tandis que l'Italie, la France et l'Allemagne confirment leur position de principaux marchés de la marque. Alfa Romeo affiche également une croissance de 50 % en Asie, notamment grâce aux excellentes performances enregistrées au Japon, où les immatriculations ont presque doublé (+95 %). Le Mexique contribue également à cette dynamique (+90 %), l'arrivée de Junior permettant à la marque de renforcer sa présence commerciale et de conquérir de nouveaux clients.





La véritable vedette de ce premier semestre est l'Alfa Romeo Junior, désormais commercialisée dans 45 pays et déjà devenue le modèle le plus vendu de la marque. Disponible avec des motorisations hybrides et électriques, elle affiche un mix BEV de 16 %, confirmant la capacité d'Alfa Romeo à répondre aux nouvelles attentes en matière de mobilité sans renoncer à son identité sportive. Junior poursuit également son déploiement international avec son lancement sur de nouveaux marchés stratégiques tels que le Mexique, Singapour et Taïwan, contribuant à étendre la présence mondiale de la marque, aujourd'hui implantée dans 70 pays.

Juste derrière Junior figurent Tonale, Stelvio et Giulia, véritables piliers de la gamme Alfa Romeo. Le nouveau Tonale se distingue notamment par une offre de motorisations conçue pour répondre aux attentes des principaux marchés internationaux : la motorisation la plus plébiscitée est l'Hybrid 1.5 de 160 ch, suivie du Diesel 1.6 de 130 ch. Les versions hautes performances continuent également de séduire : Giulia et Stelvio – dont la commercialisation se poursuivra jusqu'en 2027 – enregistrent une part d'environ 7 % pour les versions Quadrifoglio dans leur mix de ventes global.

Les dix exemplaires exclusifs de la Giulia Quadrifoglio Luna Rossa ont été vendus en un temps record, tout comme les 33 exemplaires de la Nouvelle 33 Stradale. Les livraisons se poursuivent conformément au calendrier prévu, en Europe comme aux États-Unis. Ces deux séries exclusives ont été développées sous l'égide de BOTTEGAFUORISERIE et incarnent l'excellence d'Alfa Romeo dans le segment des voitures de très haute performance, avec des niveaux absolus de design, de qualité et d'innovation.

« Le premier semestre 2026 confirme la pertinence de la trajectoire engagée par Alfa Romeo », a déclaré Santo Ficili, CEO d'Alfa Romeo et Maserati. « Le succès de Junior, la croissance enregistrée sur des marchés clés, les performances de nos séries spéciales ainsi que l'intérêt exceptionnel suscité par la 33 Stradale et la Giulia Quadrifoglio Luna Rossa démontrent la capacité de notre marque à conquérir de nouveaux clients tout en restant fidèle à ses valeurs. Nous continuons de construire l'avenir d'Alfa Romeo en nous appuyant sur ce qui nous rend uniques : le design italien, l'innovation, la sportivité et un lien authentique avec notre communauté mondiale. Au-delà des résultats commerciaux, pour lesquels je remercie l'ensemble des équipes Alfa Romeo, nos clients et notre réseau de distribution, ce premier semestre a été marqué par une intense activité de communication et d'engagement, confirmant notre statut de véritable "love brand", capable de dépasser les frontières géographiques, culturelles et générationnelles. »

Six mois de grands rendez-vous internationaux : sportivité, passion et héritage





L'année 2026 d'Alfa Romeo a débuté en janvier avec sa participation au Salon de Bruxelles 2026, où la marque a présenté en première mondiale l'exclusive Giulia Quadrifoglio Luna Rossa. Quelques semaines plus tard, ce même modèle était de nouveau à l'honneur à Paris, lors de l'Ultimate Supercar Garage, qui accueillait pour la première fois sur un stand dédié BOTTEGAFUORISERIE, le nouveau projet créatif réunissant l'excellence d'Alfa Romeo et de Maserati. Début avril, Alfa Romeo s'est également illustrée au Salon international de l'automobile de New York 2026, réaffirmant sa présence mondiale lors de l'un des événements automobiles les plus prestigieux et innovants du secteur.

La sportivité demeure une valeur fondamentale pour Alfa Romeo. Parmi les temps forts du semestre figure l'initiative menée en février en tant que Partenaire Automobile Premium des Jeux Olympiques et Paralympiques d'hiver de Milan-Cortina 2026. La marque a accompagné cet événement à travers un programme spécialement conçu pour les Alfisti, accueillis au Musée Alfa Romeo avant d'être conduits vers la cérémonie d'ouverture et plusieurs compétitions olympiques.

Le lancement de l'Alfa Romeo Driving Academy a également marqué cette première partie de l'année. Ce projet renouvelle la collaboration entre Alfa Romeo et la Scuderia de Adamich, récemment mise à l'honneur lors d'un événement ayant permis à plus de 200 journalistes issus de 15 marchés de prendre le volant de l'ensemble de la gamme.

Le mois de juin a ensuite été marqué par la légendaire 1000 Miglia, où Alfa Romeo s'est à nouveau imposée grâce à l'Alfa Romeo 6C 1750 Gran Sport n°61 de 1931, confirmant ainsi la suprématie technique et sportive du Biscione. Participait également à l'épreuve l'Alfa Romeo 1900 Super Sprint de 1956, issue de la collection Heritage Hub Italy et habituellement exposée au Musée Alfa Romeo d'Arese.

La marque a également joué un rôle majeur lors de la Preliminary Regatta Sardinia, première épreuve de la 38e Coupe de l'America Louis Vuitton, disputée en mai dans le Golfe des Anges à Cagliari. Cette compétition a marqué le lancement du programme Road to Naples 2027, qui verra le motorhome Alfa Romeo parcourir l'Italie et l'Europe afin d'accompagner les passionnés vers l'événement napolitain tant attendu.

Enfin, début juillet, Alfa Romeo a soutenu en tant que Partenaire Automobile Officiel la Foiling Week, événement de référence pour la communauté internationale du foiling, confirmant ainsi les liens étroits entre la marque automobile et l'univers des embarcations à haute performance.

Un patrimoine de 116 ans toujours vivant





De nombreuses initiatives ont également été consacrées aux 116 ans d'histoire d'Alfa Romeo, un héritage que la marque continue de préserver et de valoriser. Le Musée Alfa Romeo d'Arese a été au cœur de nombreux événements organisés durant ce premier semestre.

En mai, il a notamment accueilli la présentation du livre Carabinieri et Alfa Romeo – pour l'Italie ainsi que la révélation du logo commémoratif ouvrant les célébrations des 75 ans de collaboration institutionnelle avec les Carabinieri.

Le 21 juin a constitué une journée particulièrement émouvante et fédératrice, réunissant différentes générations, cultures et nationalités autour d'une passion commune pour le Biscione. Cette célébration a mis à l'honneur deux anniversaires symboliques : les 116 ans d'Alfa Romeo, fondée à Milan en 1910 et devenue une icône mondiale de l'automobile, ainsi que les 50 ans du Musée Alfa Romeo, gardien de sa mémoire, de ses valeurs, de ses modèles légendaires et de ses exploits sportifs.

Au cours du premier semestre 2026, la communauté du Biscione a également célébré le 150e anniversaire de la naissance de Nicola Romeo, fondateur de la marque, ainsi que les 60 ans du mythique Spider « Duetto », l'un des modèles les plus emblématiques et les plus appréciés des Alfisti à travers le monde.

