



COMMUNIQUE DE PRESSE

BILAN COMMERCIAL 2025 : CITROËN CONFIRME SON RETOUR AU PREMIER PLAN SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

- En 2025, Citroën surperforme le marché et consolide sa 3^e place en France, avec 158 763 immatriculations et une part de marché portée à 8,0 %, en progression de 0,2 point par rapport à 2024.
- Citroën s'impose comme la 3^e marque électrique en France, avec 8,1 % de part de marché, en hausse de 2,3 points.
- L'ë-C3 se classe dans le top 4 des ventes de véhicules électriques en France.
- La C3 se classe 4^e du marché VP avec 61 941 immatriculations.

Poissy, le 9 janvier 2026 – Citroën démontre en 2025 la solidité de sa stratégie et confirme son retour durable au premier plan. Avec **158 763 immatriculations**, la marque atteint **8,0 % de part de marché VP+VU**, en progression de **+0,2 point** par rapport à 2024, et consolide sa **3^e place sur le marché français tous canaux**. Cette performance globale traduit une dynamique commerciale solide, équilibrée et portée par l'ensemble des activités de la marque, dans un marché en recul.

DES GAINS SIGNIFICATIFS SUR L'ENSEMBLE DES SEGMENTS STRATEGIQUES

Citroën enregistre cette année des gains significatifs sur l'ensemble de ses segments stratégiques.

Sur le marché des Véhicules Particuliers, la marque atteint **7,1 % de part de marché (+0,6 pt)** et se hisse au **4^e rang national**, gagnant deux places.

Sur le marché VP à particuliers, Citroën signe **la meilleure progression du secteur (+1,6 pt)** pour atteindre **6,5 % de part de marché**, ce qui lui permet de se positionner en **5^e marque**.

Sur le marché des Véhicules Utilitaires, Citroën confirme également sa solidité avec **12,0 % de part de marché**, se classant **3^e marque**, un véritable pilier du B2B. Sur le B2B hors LCD, la marque progresse encore d'une place pour atteindre **5,6 % de part de marché**.

CITROËN, ACTEUR MAJEUR DE L'ELECTRIFICATION ACCESSIBLE

En 2025, alors que **Citroën a entièrement renouvelé sa gamme**, la marque accélère fortement sur l'électrique et s'impose comme un acteur clé de **l'électrification accessible**. Citroën devient ainsi la **3^e marque BEV en France (8,1 % de part de marché, +2,3 pts)**. L'ë-C3 figure parmi **les quatre véhicules électriques les plus vendus** en France, illustrant le succès d'une offre électrique **accessible et pensée pour les usages quotidiens**.

« Les résultats 2025 confirment que Citroën est pleinement de retour au premier plan. Notre progression, dans un marché en recul, démontre la pertinence de notre stratégie et l'adhésion croissante des clients à une gamme entièrement renouvelée, plus accessible et plus électrique. Le succès de l'ë-C3, qui s'impose dans le top 4 des véhicules électriques en France, illustre parfaitement notre vision : rendre la mobilité électrique désirable et abordable pour tous. Avec une C3 4^e du marché VP et une dynamique en hausse sur l'ensemble de nos segments clés, nous abordons 2026 avec confiance, détermination et l'ambition de poursuivre ce mouvement positif. »

Edouard George, Directeur Citroën France

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>