

RENAULT GROUP ET SES MARQUES ENREGISTRENT UNE TROISIÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE DE CROISSANCE, PORTÉE PAR LES VENTES À L'INTERNATIONAL ET L'ÉLECTRIFICATION

- En 2025, Renault Group a vendu 2 336 807 véhicules dans le monde (+3,2 % dans un marché en hausse de 1,6 %), ses trois marques complémentaires enregistrant toutes une croissance supérieure à celle du marché.
 - Renault : 1 628 030 véhicules (+3,2 % par rapport à 2024)
 - Dacia : 697 408 véhicules (+3,1 % par rapport à 2024)
 - Alpine : a dépassé pour la première fois les 10 000 immatriculations (10 970 véhicules), soit plus du double par rapport à l'an dernier (+139,2 %)
- En Europe¹, avec 1 607 848 véhicules vendus, Renault Group est sur le podium des constructeurs automobiles, grâce à une solide performance sur le marché des véhicules particuliers (VP), notamment sur le segment C.
 - Les ventes de VP de Renault Group ont progressé de 5,9 %, soit plus de deux fois la croissance du marché (+2,3 %). Le Groupe est n°1 des groupes automobiles en France.
 - Les ventes de véhicules utilitaires (VU) de Renault Group montrent des signes de reprise progressive en 2025, avec un second semestre à -10,6 % par rapport à un premier semestre à -29,6 %.
- À l'international², la marque Renault a vu ses ventes augmenter de 11,7 %, grâce à une forte croissance sur ses marchés clés : Amérique latine (+11,3 %), Corée du Sud (+55,9 %) et Maroc (+44,8 %).
- Le Groupe maintient une **politique commerciale stricte centrée sur la valeur** :
 - Les ventes à clients particuliers représentent près de 60 % des ventes totales de VP sur les cinq principaux pays européens³ (+16,9 points au-dessus du marché) avec 3 modèles⁴ dans le top 5 de cette catégorie.
 - Les ventes des segments C et supérieurs en Europe représentent 31,1 % des ventes de VP du Groupe (+1,0 point).
 - **Une approche rigoureuse des valeurs résiduelles**, supérieures de 5 à 12 points à celles des concurrents européens⁵.
- Renault Group poursuit son **offensive d'électrification des véhicules particuliers en Europe**, avec environ 400 000 véhicules hybrides vendus⁶ (+35,1 %) et environ 194 000 véhicules électriques vendus (+76,7 %).
 - Renault mène la course dans les véhicules électriques grâce à ses nouveaux modèles, atteignant un mix VE de 20,2 %, tout en progressant sur les ventes d'hybrides (+17,0 %).

¹ Périmètre Europe de l'ACEA

² Hors Europe

³ France, Italie, Espagne, Allemagne et Royaume-Uni

⁴ Sandero, Duster et Clio

⁵ 22 marques sur le segment VP en France, Italie, Espagne, Allemagne et Royaume-Uni

⁶ Données provisoires à fin décembre 2025 basées sur les marchés européens suivants : Belgique, Estonie, Finlande, France, Allemagne, Grèce, Hongrie, Italie, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Pays-Bas, Norvège, Roumanie, Slovaquie, Espagne, Suisse, Royaume-Uni

- **Dacia a enregistré plus de 113 000 véhicules hybrides vendus sur l'année, soit une croissance de 121,7 % par rapport à 2024.**
- **En 2026, le Groupe poursuit son offensive produit :**
 - **Pour renouveler et élargir son offre thermique et électrique en Europe**, avec, entre autres : Nouvelle Renault Clio, Renault Twingo E-Tech electric, une nouvelle Dacia électrique de segment A, une nouvelle Dacia hybride et thermique de segment C et Alpine A390.
 - **Et accélérer sa croissance à l'international**, notamment avec Renault Boreal en Amérique latine et en Turquie, Renault Duster en Inde, Renault Filante en Corée du Sud et sur les marchés internationaux, et un nouveau pick-up Renault en Amérique latine.

Boulogne-Billancourt, le 20 janvier 2026

*« Les résultats commerciaux du Groupe reflètent l'alignement entre notre plan produit axé sur la valeur, notre politique commerciale rigoureuse et notre stratégie cohérente. Cette année, notre performance à l'international vient compléter notre croissance en Europe. Et la complémentarité de nos marques et technologies est une force pour répondre aux besoins évolutifs des clients », a déclaré **Fabrice Cambolive, Chief Growth Officer, Renault Group**. « Notre stratégie à deux jambes en matière de motorisations est désormais déployée dans l'ensemble du Groupe : Renault est une marque généraliste de référence en termes d'émissions de CO₂, avec deux tiers de ses ventes électrifiées (véhicules électriques et hybrides), tandis que Dacia accélère sur l'hybride. La capacité à combiner solide performance commerciale et électrification repose sur deux véritables facteurs différenciants : nos technologies hybrides, qui répondent à la fois aux attentes des clients et aux objectifs réglementaires de CO₂, et nos plateformes 100 % électriques, qui renforcent l'attrait de nos produits et soutiennent nos ventes. »*

Marque Renault – Une troisième année consécutive de croissance

Renault a réalisé une solide performance en 2025, avec 1 628 030 véhicules vendus dans le monde (+3,2 %), portée par la croissance de 10,0 % de ses ventes de véhicules particuliers.

En Europe, la marque a pris la deuxième position sur le marché VP + VU, grâce à une croissance de 7,4 % de ses ventes de véhicules particuliers. La solide performance en VP repose sur l'approche duale de la marque en matière d'électrification. D'une part, les ventes d'hybrides ont progressé de 17,0 %, atteignant environ 287 000 unités et représentant 38,4 % des ventes de VP de la marque, soit 25,6 points au-dessus de la moyenne du marché. Renault est la deuxième marque sur le marché européen des véhicules hybrides, et Symbioz est le modèle hybride le plus vendu de la gamme. D'autre part, les véhicules électriques ont bondi de 72,2 %, avec 151 939 unités vendues. Grâce à Renault 5 E-Tech electric, deuxième voiture électrique du marché VP à clients particuliers en Europe, les véhicules électriques Renault représentent désormais 20,2 % des ventes de VP de la marque.

Concernant le segment des véhicules utilitaires, du fait d'un marché européen en baisse (-8,3 %), de l'arrêt progressif de l'Express et de l'augmentation progressive de la disponibilité de la diversité du nouveau Master, Renault a immatriculé 244 927 unités, en recul de 21,1 %. Néanmoins, les ventes se sont améliorées séquentiellement en 2025, avec un second semestre à -11,1 % par rapport à un premier semestre à -29,2 %.

Hors Europe, les ventes de VP + VU de Renault ont progressé de 11,7 %, représentant désormais 38 % des volumes totaux de la marque (+2,9 points). Grâce à la croissance notamment en Amérique latine (+11,3 %), en

Corée du Sud (+55,9 %) et au Maroc (+44,8 %), Renault demeure la première marque automobile française dans le monde.

Renault a également poursuivi sa stratégie commerciale centrée sur la valeur et a gagné des parts de marché dans plusieurs pays européens sur le canal des ventes à clients particuliers. Les valeurs résiduelles sont restées globalement stables en 2025 et demeurent nettement supérieures à celles du marché (+5 points). Depuis 2021, elles ont progressé de 7 points.

En 2026, la marque Renault continuera de s'appuyer sur ses bases solides :

- En Europe, l'arrivée de Renault 4 E-Tech sur de nouveaux marchés et le lancement commercial de Twingo E-Tech soutiendront la poursuite de l'offensive d'électrification de la marque. Nouvelle Clio poursuivra également son déploiement commercial.
- Hors d'Europe, l'*International Game Plan* se poursuivra avec l'extension de Boreal sur de nouveaux marchés, le lancement de Filante en Corée du Sud, dans les pays du Golfe et en Colombie, l'introduction de Renault Duster en Inde, ainsi que trois autres produits attendus d'ici 2027.
- L'accélération des ventes de VU sera soutenue par l'élargissement de la gamme Master.

Marque Dacia – Deuxième marque à clients particuliers en Europe

La marque Dacia a enregistré 697 408 ventes en 2025, soit une croissance de 3,1 % par rapport à 2024. La marque a franchi le cap des 10 millions de véhicules vendus depuis 2004.

En Europe, la marque a immatriculé 601 765 véhicules, en hausse de 2,9 %. Axée sur le canal des ventes à clients particuliers, Dacia a atteint une part de marché de 7,9 % sur le marché européen des VP vendus sur ce canal, se hissant à la deuxième place du podium.

Ces résultats sont portés par les cinq modèles piliers de la marque, en particulier Sandero, véhicule particulier le plus vendu en Europe tous canaux confondus. Lancé au deuxième trimestre 2025, Bigster est le C-SUV le plus vendu à clients particuliers en Europe au second semestre 2025. Enfin, Spring devient pour la première fois le véhicule électrique du segment A le plus vendu tous canaux confondus.

En 2025, Dacia a également poursuivi l'électrification de sa gamme. Grâce à Duster et Bigster, les ventes d'hybrides ont plus que doublé (+121,7 %), représentant désormais 19,2 % des ventes totales de VP de la marque (+10,3 points). Un véhicule Dacia vendu sur quatre est électrifié, soit deux fois plus qu'en 2024.

En 2026, la marque poursuivra l'électrification de sa gamme et lancera un nouveau véhicule électrique de segment A. La marque introduira également une nouvelle voiture thermique et hybride sur le segment C.

Marque Alpine – Une croissance à trois chiffres

En 2025, la marque Alpine a réalisé une performance historique sur le segment automobile premium, dépassant pour la première fois les 10 000 immatriculations, avec 10 970 unités, enregistrant une croissance à trois chiffres (+139,2 %). Cette dynamique a été portée par de solides performances sur l'ensemble de ses marchés européens, notamment la France (+89,5 %), le Royaume-Uni (+369,5 %) et l'Allemagne (+133,5 %), par le leadership confirmé de l'Alpine A110 dans la catégorie des coupés sportifs biplaces (2 681 unités), ainsi que par le lancement réussi de l'Alpine A290, avec 8 198 unités vendues. Lancée fin 2025, l'Alpine A390, nouveau véhicule du *Dream Garage* d'Alpine et premier sport fastback de la marque, soutiendra l'expansion d'Alpine en lui permettant de séduire de nouveaux clients.

L'empreinte internationale d'Alpine s'est renforcée avec l'ouverture de 15 nouveaux points de vente, portant le total à 169 *Alpine Store* et *Atelier Alpine* dans 25 pays, une dynamique de croissance appelée à se poursuivre en 2026. Le dynamisme de la marque en matière de stratégie produit et d'innovation, ancré dans son héritage

de la compétition et son expertise en ingénierie, positionne Alpine comme un acteur clé du marché des voitures de sport haut de gamme, tout en préparant son développement futur et son électrification.

VENTES MONDIALES DE RENAULT GROUP PAR MARQUES

	Volumes 2025	Δ % vs 2024
RENAULT	1 628 030	+3,2
VP	1 291 525	+10,0
VU	336 505	-16,5
Dacia	697 408	+3,1
VP	692 671	+3,4
VU	4 737	-23,5
Alpine	10 970	+139,2
Renault Korea Motors	399	-93,9
Renault Group	2 336 807	+3,2

QUINZE PREMIERS MARCHÉS DE RENAULT GROUP EN 2025

	Volumes	Parts de marché (%)
1 FRANCE	533 692	26,8
2 ITALIE	186 158	10,9
3 ESPAGNE	174 135	13,0
4 TURQUIE	169 882	12,4
5 ALLEMAGNE	149 089	4,8
6 BRÉSIL	131 596	5,2
7 ROYAUME-UNI	122 756	5,2
8 MAROC	88 939	37,8
9 BELGIQUE + LUXEMBOURG	67 473	12,6
10 ROUMANIE	60 544	34,6
11 ARGENTINE	59 016	10,2
12 POLOGNE	55 549	8,3
13 CORÉE DU SUD	52 271	3,2
14 PORTUGAL	40 165	15,6
15 INDE	38 065	0,7

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 2,337 millions de véhicules en 2025. 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.

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