

RENAULT GROUP PRIORISE L'ÉLECTRIFICATION DE SA GAMME ET LA QUALITÉ DE SES VENTES

- **Au premier semestre 2026, Renault Group enregistre un niveau de ventes globales stable**, à 1 165 133 véhicules vendus (-0,4 % vs 1^{er} semestre 2025). Ce résultat, fruit de la **complémentarité des trois marques du Groupe**, recouvre une **meilleure qualité des ventes**, une attention portée à la **valeur** et une **accélération de l'électrification de la gamme**.
- **À l'international¹, en VP + VU², Renault Group renforce ses positions sur ses marchés stratégiques**, porté par la hausse des ventes de la marque Renault pour la deuxième année consécutive (+2,8 %). Les ventes du Groupe sont en croissance en Inde (+61,2 %), en Turquie (+15,4 %), au Maroc (+13,7 %) ainsi qu'au Brésil (+5,3 %).
- **En Europe³**, les ventes VP + VU du Groupe s'établissent à 821 092 véhicules (-1,3 %).
 - **Marque Renault** : 528 849 véhicules (+2,6 %). Renault est n°2 en Europe. Renault 5 est le véhicule électrique de segment B le plus vendu en Europe.
 - **Marque Dacia** : 284 021 véhicules (-8,7 %). En amélioration séquentielle au 2^{ème} trimestre, Dacia reste sur le podium européen des ventes VP à clients particuliers. Dacia Sandero est le VP le plus vendu en Europe tous canaux confondus.
 - **Marque Alpine** : 8 222 véhicules (+67,6 %). Alpine enregistre un semestre de ventes record. Alpine A290 continue de soutenir la performance de la marque et Alpine A390 enregistre ses premières livraisons clients.
- **Sur un marché européen du VU en légère reprise (+2,1 %) au 1^{er} semestre, les ventes de la marque Renault progressent de 11,7 %**. Renault bénéficie de la pleine diversité de Master et consolide sa 2^e place du marché.
- **Renault Group poursuit avec succès sa stratégie centrée sur la valeur et la qualité des ventes**.
 - **Priorisation du canal de vente à clients particuliers et réduction de l'exposition aux canaux de vente les moins rentables**. Renault Group vend 60,0 % de ses VP à clients particuliers sur le G5⁴ (+3,8 points, 17,7 points au-dessus du marché).
 - **Progression des ventes VP sur le segment C** en Europe, à 164 161 unités (+15,3 %), grâce en particulier à la montée en puissance de Dacia sur le segment.
 - **Approche rigoureuse sur les valeurs résiduelles⁵**, supérieures de 4 à 13 points par rapport à la concurrence en Europe.
 - Un **carnet de commandes solide** en Europe, représentant 2,1 mois de ventes prévisionnelles à fin juin 2026.
- **Renault Group accélère l'électrification des ventes VP de chacune de ses marques**. En Europe, la part des véhicules électrifiés⁶ du Groupe progresse ainsi de 8,2 points et représente 52,0 % des ventes (dont 18,8 % de mix électrique) au 1^{er} semestre 2026 :

¹ Hors Europe

² Véhicules particuliers et véhicules utilitaires

³ Europe = périmètre ACEA si non spécifié

⁴ Pays du G5 = France, Allemagne, Espagne, Italie et Royaume-Uni

⁵ Pour les marques Renault et Dacia (VP), pays du G5, en comparaison des 23 principales marques VP

⁶ HEV, PHEV & EV; Marché VP en Europe

- **Renault moteur de l'électrification du Groupe** : deux véhicules Renault vendus sur trois (66,3 %) en Europe sont désormais électrifiés (+7,2 points). Les véhicules 100 % électriques représentent 26,6 % des ventes de la marque (+10,3 points), portées notamment par le succès de Renault 5 E-Tech, Renault 4 E-Tech et Scenic E-Tech. Renault occupe la seconde place du marché hybride (HEV) ainsi que du marché des véhicules 100% électriques vendus à clients particuliers.
- **Dacia en croissance rapide sur l'hybride** : 30,8 % des ventes sont électrifiées (+7,2 points). Grâce à Dacia Duster et Dacia Bigster, les ventes de véhicules hybrides progressent fortement (+30,2 %) et représentent une vente sur quatre (+7,5 points).
- **Alpine à pleine vitesse sur l'électrique** : grâce au succès confirmé d'Alpine A290 et au lancement récent d'Alpine A390, plus de 80 % des ventes d'Alpine sont désormais 100 % électriques.
- **En 2026, le Groupe poursuit son offensive produit** avec l'arrivée sur les routes de Renault Twingo E-Tech electric et Renault Duster en Inde au 1^{er} semestre qui sera suivie, d'ici la fin de l'année, des lancements de Renault Trafic Van E-Tech electric, de Renault Niagara en Amérique latine, de Dacia Sandero en nouvelle motorisation hybride, de nouvelle Dacia Spring, de Dacia Striker et de l'Alpine A390 en version GTS.

Boulogne-Billancourt, le 23 juillet 2026

Marque Renault - Déploiement de la stratégie *futuREady* en alliant croissance, électrification et création de valeur

Au premier semestre 2026, la marque a vendu 829 518 véhicules dans le monde, en hausse de 2,6 % par rapport au premier semestre 2025, prolongeant ainsi une **dynamique de croissance continue depuis quatre ans**. Cette performance repose sur une contribution équilibrée de l'Europe et de l'international, avec une accélération notable dans les pays d'Europe du Nord⁷, où Renault progresse de 14,0 % dans un marché en hausse de 6,0 %. Elle s'appuie sur les priorités de *futuREady* : l'accélération de l'électrification, une politique commerciale orientée sur la valeur et le déploiement de la feuille de route internationale de la marque.

Deux véhicules particuliers Renault sur trois vendus en Europe sont désormais électrifiés (66,3 %), en progression de 7,2 points d'une année sur l'autre. Soutenue par une gamme attractive, la marque confirme la pertinence de sa stratégie reposant sur 2 jambes technologiques complémentaires – EV et HEV - et progresse vers son ambition d'atteindre 100 % de ventes électrifiées en Europe à l'horizon 2030. Renault se classe n°2 du marché européen des véhicules électriques auprès des particuliers et n°2 sur le marché hybride. Les ventes de véhicules 100 % électriques progressent de 63,2 % dans un marché en croissance de 34,2 %, portées notamment par le succès de **Renault 5 E-Tech electric, véhicule électrique le plus vendu du segment B en Europe**, tandis que Renault 4 E-Tech electric s'impose comme la référence du segment B-SUV électrique auprès des particuliers.

Renault poursuit en parallèle sa stratégie de création de valeur en privilégiant la **qualité des ventes** et la **protection des valeurs résiduelles**. En Europe⁸, la marque gagne 0,4 point de part de marché sur le canal de vente à particuliers tout en réduisant son exposition aux loueurs courte durée. En France, Renault renforce son leadership avec 18,5 % de part de marché auprès des particuliers (+1,6 point) et 20,9 % sur les flottes (+0,3 point). Les ventes des segments C et D représentent 37,4 % des ventes européennes, contribuant à l'amélioration continue du mix produit.

⁷ Europe du Nord = Allemagne, Royaume-Uni, Irlande, Danemark, Finlande, Islande, Norvège et Suède

⁸ Pays du G5

Dans le cadre de cette stratégie, **les véhicules utilitaires renforcent également la performance commerciale et la rentabilité de la marque**. Renault enregistre un second semestre consécutif de croissance des ventes VU en Europe (+11,7 % dans un marché à +2,1 %), consolidant ainsi sa position de deuxième marque en Europe. Depuis le début de l'année, grâce à la richesse de son offre produit et au succès de la solution "converted by Renault", Renault Master⁹ est leader en Europe sur le marché des grands fourgons. À l'international, les ventes sont portées par la Turquie (+9,8 %) et par l'expansion de Renault Master, notamment au Maroc.

La marque continue de consolider son empreinte internationale et renforce son statut de marque globale sur ses marchés stratégiques. Les ventes hors Europe progressent de +2,8 %, atteignant près de 296 000 véhicules. Cette croissance est portée par la progression de l'Inde (+61,2 %), de la Turquie (+25,7 %), du Maroc (+11,8 %), du Brésil (+5,3 %) et du Mexique (+16,3%). Cette dynamique devrait se poursuivre dans les mois à venir grâce à la montée en puissance de Renault Duster en Inde, au récent lancement de Koleos Full Hybrid au Brésil et à l'accélération du déploiement de Boreal, soutenue par l'ouverture en juin d'un second site de production en Turquie.

Fort de ces solides fondamentaux sur les segments à forte croissance, électrique et hybride, **Renault aborde le second semestre avec confiance**. En Europe, la dynamique d'électrification continuera de s'accélérer avec les récents lancements de Twingo E-Tech electric et de Renault 4 E-Tech electric dans sa version Plein Sud, auxquels viendra s'ajouter l'ouverture des commandes avant la fin de l'année de Trafic Van E-Tech electric, qui fait figure de nouvelle référence sur le marché du VU léger. Hors d'Europe, la révélation du futur pick-up Niagara en septembre viendra soutenir la croissance de Renault en Amérique latine. Ces lancements ouvriront de nouvelles perspectives de croissance, en ligne avec les ambitions de *futuREady*.

Marque Dacia – Un modèle économique et des fondamentaux solides

Au premier semestre 2026, dans un contexte de forte croissance des ventes de véhicules électriques et de progression des marques chinoises en Europe, **Dacia a confirmé la solidité de son modèle et de ses fondamentaux**. La marque enregistre, au deuxième trimestre, 181 729 immatriculations, un niveau quasiment équivalent à celui du deuxième trimestre 2025 (-0,3 %). Sur l'ensemble du semestre, Dacia a réalisé 327 077 ventes, en recul de 8,1 % par rapport au premier semestre 2025. En Europe, la marque affiche une part de marché de 3,9 % sur le marché VP. À fin juin, le carnet de commandes se maintient à un niveau équivalent à celui de 2025, témoignant de la bonne résistance commerciale de la marque en amont du second semestre.

Dacia continue de s'appuyer sur des fondamentaux robustes : Dacia **Sandero demeure la voiture la plus vendue en Europe tous canaux confondus** et la marque se situe à la troisième place du marché des ventes de VP à clients particuliers en Europe. Son modèle économique repose également sur un **mix retail très majoritaire de 77 %¹⁰**, une stricte stratégie de prix nets et des **valeurs résiduelles supérieures de 13 points par rapport à la moyenne du marché**.

L'électrification poursuit sa progression, avec une part croissante de motorisations hybrides dans les commandes, représentant 37 % pour Jogger, 40 % pour Duster et 68 % pour Bigster. Par ailleurs, 58 % des commandes de la gamme concernent les niveaux de finition supérieurs, une proportion qui atteint 71 % sur Duster et 82 % sur Bigster, illustrant la capacité de la marque à améliorer son mix produit tout en restant fidèle à son positionnement fondé sur le meilleur rapport valeur-prix.

Le second semestre sera marqué par le renforcement de l'offre électrifiée de Dacia, avec l'arrivée de **Sandero hybride**, suivie par la commercialisation de **Striker** et le lancement de la **nouvelle génération de Spring**, produite en Europe. Ces nouveautés viendront enrichir l'offre de la marque et accompagner sa transformation afin de répondre avec agilité aux évolutions du marché.

⁹ Renault Master + Renault Master E-Tech electric + Renault Trucks Master + Renault Trucks Master E-Tech electric

¹⁰ Pays du G5 = France, Allemagne, Espagne, Italie et Royaume-Uni

Marque Alpine – Un premier semestre record

Alpine a réalisé un **premier semestre historique** avec 8 538 véhicules vendus dans le monde, en croissance de 69,1 % par rapport à l'année précédente. Les ventes de la marque ont été soutenues par le succès de la citadine sportive Alpine A290, modèle le plus vendu de la marque, dont les ventes ont augmenté de près de 60 % par rapport au premier semestre 2025, à 5 890 unités. Le coupé sportif Alpine A110 a également réalisé une solide performance, avec 1 607 unités vendues (+22,4 %), ceci malgré l'arrêt de sa production en juin afin de préparer l'arrivée de sa troisième génération. Parallèlement, Alpine a fait son entrée sur un nouveau segment de marché avec le lancement du sport fastback Alpine A390 qui a enregistré ses 1 041 premières immatriculations en version GT. Les commandes sont désormais ouvertes pour la version GTS.

Hors de France, la croissance d'Alpine s'est fortement accélérée, notamment au Royaume-Uni où les ventes ont été multipliées par six pour atteindre 1 902 unités. De solides progressions ont également été enregistrées en Espagne (+84 %) et en Allemagne (+78 %), confirmant l'attrait croissant de la marque sur les principaux marchés européens.

Ces réalisations, portées par l'**expansion rapide du réseau de distribution international de la marque**, passé de 169 à 238 points de vente, confirment l'accélération de son développement mondial. Elles renforcent l'ambition d'Alpine de devenir une marque premium dans l'univers des véhicules électriques sportifs, tout en élargissant avec succès sa présence et sa clientèle sur de nouveaux segments de marché.

VENTES MONDIALES DU GROUPE PAR MARQUE

	S1 2026	S1 2025	Δ % vs. S1 2025
Renault¹¹	829 518	808 609	+2,6
VP	656 886	642 731	+2,2
VU	172 632	165 878	+4,1
Dacia	327 077	355 985	-8,1
VP	324 835	353 521	-8,1
VU	2 242	2 464	-9,0
Alpine	8 538	5 050	+69,1
Renault Group	1 165 133	1 169 644	-0,4

LES QUINZE PREMIERS MARCHÉS DE RENAULT GROUP (VP+VU)

		Volumes S1 2026 (En unités)	PDM S1 2026 (En %)	Δ PDM vs. S1 2025 (En points)
1	FRANCE	279 436	26,9	-0,8
2	ITALIE	101 928	9,9	-1,2
3	ESPAGNE	84 472	11,3	-1,9
4	TURQUIE	80 361	14,4	+2,9
5	ALLEMAGNE	76 057	4,7	0,0
6	ROYAUME-UNI	69 077	5,3	+0,2
7	BRESIL	63 861	4,7	-0,7
8	MAROC	49 821	37,8	-1,3
9	BELGIQUE+LUXEMBOURG	35 010	11,8	-1,1
10	POLOGNE	28 213	8,0	-0,2
11	INDE	25 845	0,9	+0,2
12	COREE DU SUD	21 187	2,5	-0,9
13	ARGENTINE	20 489	7,4	-2,8
14	PORTUGAL	18 937	12,3	-2,6
15	MEXIQUE	17 316	2,3	+0,3

¹¹ Y compris Renault Korea Motors au S1 2025

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 trois marques automobiles – Renault, Dacia, Alpine – et sur sa captive financière – Mobilize Financial Services – pour proposer des solutions de mobilités durables et innovantes à ses clients. Implanté dans plus de 100 pays, Renault Group a vendu 2,337 millions de véhicules en 2025. Il réunit plus de 100 000 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 et dans le monde d'ici à 2050.

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