



COMMUNIQUE DE PRESSE

UNE GAMME RENOUVELÉE, UNE DYNAMIQUE CONFIRMÉE : CITROËN ACCÉLÈRE AU PREMIER SEMESTRE 2026

- Citroën maintient une bonne dynamique au premier semestre 2026, avec des ventes mondiales en hausse de 4,4 %
- L'Europe reste un moteur essentiel, avec une progression de 8 % et une part de marché de 3,4 % (en hausse de 0,1 point par rapport à 2025)
- Au cours du premier semestre, les commandes de véhicules électriques ont progressé de 98 % par rapport à la même période de l'année précédente. Cette forte dynamique porte désormais les véhicules électriques à un tiers de l'ensemble des commandes de la marque
- Sur son marché domestique, Citroën a particulièrement bien performé sur cette première partie d'année consolidant ainsi sa place de 3^{ème} marque du marché VP+VUL en France.
- Citroën enregistre des résultats positifs sur l'ensemble de ses autres marchés : cela se traduit par 373 700 unités vendues dans le monde, soit une hausse de 4,4 %

Poissy, le 10 juillet 2026 – Citroën a démarré l'année 2026 sur une dynamique forte, enregistrant un premier trimestre solide, porté notamment par ses performances en Europe. Cette tendance se poursuit tout au long du premier semestre 2026, avec des ventes mondiales en hausse de 4,4 % (Chine comprise). L'Europe reste un moteur essentiel de ces bons résultats, avec une progression de 8 % et une part de marché de 3,4 % (en hausse de 0,1 point par rapport à 2025).

Ces résultats s'appuient sur une gamme entièrement renouvelée, développée avec une ambition claire : proposer des véhicules toujours plus accessibles et en phase avec les attentes des clients. Ils traduisent également la volonté de Citroën de renforcer durablement son engagement en faveur de la satisfaction client, notamment par le biais de « Citroën We Care », son programme de garantie jusqu'à 8 ans.

« Ce premier semestre confirme le retour de Citroën. Notre gamme entièrement renouvelée rencontre son public, nos clients répondent présents et notre vision d'une mobilité plus accessible séduit de plus en plus, notamment en électrique. Ces résultats récompensent l'engagement de nos équipes et de notre réseau. Et ils nous donnent envie d'aller plus loin, avec une deuxième partie d'année qui marquera une nouvelle étape de notre offensive, » déclare **Xavier Chardon, CEO de Citroën**.

L'EUROPE AU CŒUR DES PERFORMANCES SOLIDES DE LA MARQUE

En Europe, Citroën a enregistré des résultats particulièrement solides, la marque ayant surperformé le marché au premier semestre 2026. Les immatriculations ont ainsi augmenté de 8 % depuis le début de l'année et la part de marché s'établit à 3,4 %, soit une hausse de 0,1 point par rapport à l'année dernière.

La marque a notamment enregistré une progression dans cinq pays clés :

- France : 8,4 % (+0,2 point en glissement annuel),
- Allemagne : 2,0 % (+0,1 point vs 2025)
- Royaume-Uni : 2,0 % (+0,4 point vs 2025)
- Portugal : 5,7 % (+0,2 point vs 2025),
- Autriche : 2,5 % (+0,1 point vs 2025)

Par ailleurs, au cours du premier semestre, les commandes de véhicules électriques ont progressé de 98 % par rapport à la même période de l'année précédente. Cette forte dynamique porte désormais les véhicules électriques à un tiers de l'ensemble des commandes de la marque.

Au sein de l'Europe, le marché français a particulièrement bien performé sur cette première partie d'année consolidant ainsi sa position de 3^{ème} marque du marché VP+VUL. Les volumes sont en hausse de 3.8 %, portant la part de marché à 8.4 %. Le succès de la C3, du C3 Aircross et du nouveau C5 Aircross ont notamment permis de voir les ventes de véhicules particuliers croître de 7 %.

L'électrique accélère également pour la marque en France, avec des ventes BEV en progression de 20,3 %, soutenues par les performances des ë-C3 et ë-C3 Aircross (Top 2 dans leur segment respectif), tandis que le nouveau ë-C5 Aircross intègre déjà le Top 10 de son segment.

En ce qui concerne les modèles de la gamme, la C3 continue de séduire, se hissant dans le top 2 du segment des B-Hatch BEV en France et en Espagne, et occupant même la première place en Italie et au Portugal.

Quant au nouveau C5 Aircross, les commandes ont augmenté de 47 % par rapport à l'année précédente, tandis que les immatriculations ont progressé de 7 % en France, de 10 % en Espagne et de 80 % au Portugal.

Enfin, le Berlingo, qui fête cette année son 30^{ème} anniversaire, reste un incontournable pour la marque, avec des immatriculations toujours en croissance (+10 % en France, +3 % en Espagne). Ces bons résultats lui permettent de se hisser dans le top 3 en France et au Portugal, dans le top 2 en Italie et même de décrocher la première place sur le segment C-Van en Espagne.

Au Portugal, Citroën s'est hissée en tête du marché des véhicules utilitaires légers électriques.

DES PERFORMANCES ENCOURAGEANTES À L'ÉCHELLE MONDIALE

Si l'Europe et la France ont été des moteurs particulièrement forts pour la dynamique de la marque, Citroën enregistre des résultats positifs sur l'ensemble de ses autres marchés. Cela se traduit par 373 700 unités vendues dans le monde, soit une hausse de 4,4 %.

La région MEA se porte particulièrement bien, avec une hausse de 6,4 % en volume et une progression de 0,2 point de sa part de marché, qui atteint désormais 2,2 %.

Malgré un marché orienté à la baisse, la Turquie a maintenu son volume de ventes de 2025 à 30 000 véhicules et a ainsi vu sa part de marché passer de 4,8 % à 5,3 %.

Le Maroc fait preuve d'une belle dynamique, avec une hausse de 40 % en volume et une part de marché de 3,5 % (en hausse de 0,6 point par rapport à 2025).

La Tunisie a également affiché d'excellents résultats au premier semestre, avec une hausse de 101 % en volume et une part de marché bondissant de 3,5 % à 7,2 %.

Dans la région IAP, l'Inde a largement contribué à la hausse de 35 % du volume des ventes. En 2026, Citroën a enregistré un peu plus de 5 000 ventes en six mois, soit une progression de 107 % par rapport à 2025 dans ce pays. La C3 reste le modèle le plus vendu en volume.

Enfin, dans la région LATAM, bien que les résultats soient plus contrastés, les performances restent prometteuses en Argentine, qui a conservé une part de marché de 4 %, et en Colombie, où les ventes ont progressé de 77 % et dont la part de marché dépasse désormais 1 %.

Après avoir entièrement renouvelé sa gamme, Citroën entame désormais un nouveau chapitre de son histoire. Le Mondial de l'Auto de Paris, qui se tiendra en octobre prochain, en sera l'une des premières grandes étapes.

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>