



16/01/2025

RÉSULTATS COMMERCIAUX 2024 DE LA MARQUE RENAULT : UNE CROISSANCE MONDIALE, PORTÉE PAR DES CHOIX PRODUITS ET TECHNOLOGIQUES GAGNANTS

- **En 2024, la marque Renault enregistre une deuxième année consécutive de croissance avec une progression de ses ventes de 1,8 %, soit 1 577 351 véhicules (VP + VU).**
- **Cette performance s'appuie sur les fondamentaux de la Renaultion, mis en œuvre par les équipes de la marque depuis quatre ans :**
 - **Les ventes de véhicules électrifiés progressent de 20 % en Europe, confirmant la pertinence des choix produits et technologiques audacieux de la marque.**
 - **Les ventes des véhicules full-hybrid augmentent de 30 %, plaçant Renault à la deuxième place du marché européen, et les ventes de véhicules électriques (VP – VU) progressent de 9 % en Europe¹.**
 - **Renault 5 E-Tech electric, tout juste élue « voiture de l'année 2025 », réussit un très bon démarrage dans les premiers pays de commercialisation et se place déjà à la première place des ventes des citadines électriques du segment B au cumul des mois de novembre et décembre en France.**
 - **Une attention très forte est portée à la qualité des ventes, avec une vente sur deux réalisée auprès des clients particuliers en Europe.**
 - **Grâce au succès commercial des premiers véhicules du Renault International Game Plan, Kardian et Koleos, les ventes progressent de 10 % au Brésil, de 81 % en Corée et de 7 % au Maroc.**
 - **Avec une stratégie équilibrée entre véhicules particuliers et véhicules utilitaires, Renault réaffirme son leadership en Europe sur le véhicule utilitaire² avec une part de marché de 15,3 % et 310 500 ventes en progression de 4,6 %.**

¹ Europe ACEA

² Hors pick up



Boulogne-Billancourt 16 janvier 2025

« En 2024, la croissance de Renault est portée par les choix produits et technologiques de la Renaulution, mis en œuvre avec consistance par les équipes de la marque depuis quatre ans. Notre offensive produit, qui propose le meilleur de l'électrique et de l'hybride, est un succès et la Renault 5 E-Tech electric vient d'être élue voiture de l'année par le jury COTY (Car of the Year). Nous n'avons pas fait de compromis sur la stratégie de la valeur. La qualité des ventes est au cœur de notre politique commerciale et nous la partageons pleinement avec notre réseau de concessionnaires que je remercie. La marque est aujourd'hui parvenue au juste équilibre en termes de répartition des ventes entre particuliers et professionnels ou encore entre hybrides et électriques et s'est dotée d'un plan robuste à l'international pour soutenir ses ambitions hors d'Europe. Cela nous donne l'agilité nécessaire pour saisir les opportunités mais aussi pour préserver nos prix et nos valeurs résiduelles. »

Fabrice Cambolive, CEO de la marque Renault

Renault, portée par une offensive produits inédite et le lancement de huit nouveaux modèles en 2024 (Scénic E-Tech electric, Rafale, Symbioz, Master, Renault 5 E-Tech electric, Renault Duster, Kardian, et Grand Koleos) et un restylage (Captur) affiche une croissance de ses ventes dans le monde de 1,8 %, dans un marché en progression de 1,4 %, et réalise 1 577 351 ventes, soit 28 000 véhicules de plus qu'en 2023.

En Europe¹, la marque progresse de 3,3 %, deux fois plus que le marché à +1,7 %, pour atteindre 1 009 000 véhicules vendus et une part de marché de 6,7 %. Cette progression est tirée notamment par les pays piliers de la marque que sont :

- le Royaume-Uni (+21,4 % en volumes dans un marché à +2,8 %),
- l'Espagne (+10,8 % dans un marché à +8 %),
- l'Italie (+6,7 % dans un marché à -0,3 %),
- la France (+0,4 % dans un marché à -2,5 %).

A noter la très bonne performance de Clio qui se classe numéro 2 sur le marché des véhicules particuliers, gagnant deux places par rapport à 2023, soit une hausse de 7 % en volumes.

Des ventes de véhicules électrifiés qui progressent de 20 % en Europe

Afin de répondre aux besoins de chaque client, Renault poursuit sa stratégie d'électrification sur deux jambes en proposant le meilleur de chacune des technologies, hybride et électrique. Les ventes de véhicules électrifiés (électrique + hybride) augmentent de 20 % en Europe en 2024.

- L'offre full-hybrid de la marque se décline désormais sur l'ensemble de la gamme en Europe (de Clio à Rafale, Renault propose sept véhicules full-hybrid du segment B au segment D).



Renault enregistre en 2024 une hausse de 30 % des ventes de ses véhicules full-hybrid qui représentent 40 % de ses ventes de véhicules thermiques. Renault est le numéro 2 européen de la technologie full-hybrid.

- **Renault enregistre en 2024 une augmentation de 9 % de ses ventes de véhicules électriques VP-VU en Europe¹.** La marque complètera son offre dès 2025 avec l'arrivée de Renault 4 E-Tech electric. La marque a fait le choix ambitieux de privilégier des plateformes électriques dédiées, AmpR Small (segment B) et AmpR Medium (segment C). Uniques en Europe, elles permettent d'embarquer davantage de valeur pour les clients dans des véhicules plus légers, efficaces et modernes : plaisir de conduite, accès aux écosystèmes électriques, connectivité, habitabilité maximale...

- **Renault 5 E-Tech electric réussit son entrée en scène**

Un an après Scénic, Renault 5 E-Tech electric a été élue « voiture de l'année 2025 » (« Car of the Year ») par un jury de 60 journalistes de 23 pays européens. Cette récompense vient confirmer la pertinence de la stratégie de Renault en matière de véhicules électriques.

Lancée en octobre en France, premier pays de commercialisation, Renault 5 E-Tech electric enregistre près de 10 000 immatriculations et se positionne déjà à la première place des ventes des citadines électriques du segment B au cumul des mois de novembre et décembre en France.

Ce bon démarrage permet d'accroître fortement la part de marché de Renault en France sur le marché électrique VP, passée de 15,5 % à fin octobre à 23 % sur novembre et décembre 2024 cumulés.

Sur le premier trimestre 2025, Renault 5 E-Tech electric va poursuivre sa montée en puissance, en élargissant sa couverture prix avec l'arrivée d'une batterie de 40 kWh et de la version à 25 000 euros, ainsi que sa commercialisation dans plusieurs pays européens (Royaume-Uni, Norvège, Suède, Danemark, Finlande, Hongrie, Pologne...)

L'arrivée très attendue de Renault 4 E-Tech electric marquera également un nouveau temps fort produits pour la marque en 2025.

Des choix technologiques gagnants

Les choix technologiques de la marque représentent aujourd'hui de véritables avantages compétitifs qui sont favorablement accueillis par les clients :

- En 2024, le système multimédia openR link avec Google intégré équipe par exemple 81 % des véhicules proposant cette option.
- Le toit panoramique opacifiant Solarbay, innovation lancée en 2024, équipe désormais 42 % des véhicules qui le proposent (Scenic E-Tech electric, Rafale et Symbioz).



- La marque propose aussi sur plusieurs modèles une nouvelle génération de 4CONTROL, système unique de 4 roues motrices. Ce système a été mis au point pour offrir à la voiture plus de sécurité, d'agilité et de dynamisme, en toutes circonstances (conduite en ville ou à vitesses plus soutenues). En 2024, il a équipé 29 % des véhicules de la gamme proposant cette option.

Une qualité des ventes réaffirmée

La performance de la marque s'appuie sur les fondamentaux commerciaux centrés sur la valeur et mis en place avec la Renaulution.

- Ainsi, les ventes à clients particuliers représentent un véhicule sur deux en Europe. Sur les cinq premiers marchés européens³ de la marque, la part des ventes à particuliers de la marque est passée de 6,8 % soit 264 300 véhicules en 2023, à 7,1 % soit 271 900 véhicules.
- Autre marqueur de la qualité des ventes, les valeurs résiduelles de la marque sont supérieures à 2023 et surperforment le marché.
- Les ventes de véhicules des segments C et D SUV progressent de 23 % et représentent désormais 29 % des ventes de la marque en Europe (+4,8 points par rapport à 2023). Avec le renouvellement complet de la gamme C/D achevé en 2024, et l'arrivée de Scenic E-Tech electric, Symbioz et Rafale, la marque vise une poursuite de la croissance en 2025.
- Sur la montée en gamme, la part des versions Iconic et Esprit Alpine, qui représentaient 12 % des ventes en Europe en 2023, a doublé pour atteindre 24 % des ventes.

Une empreinte équilibrée qui donne à la marque toute l'agilité pour saisir les opportunités de croissance

- La marque Renault reste la première marque française vendue dans le monde. Soutenues par le lancement des deux premiers modèles du Renault International Game Plan, Kardian et Koléos, les ventes progressent de 10 % au Brésil, de 81 % en Corée et de 7 % au Maroc. En 2025, Koléos sera commercialisé sur de nouveaux marchés et un tout nouveau SUV du segment C sera lancé sur l'international.
- En Europe, l'offre équilibrée avec une gamme full-hybrid et une gamme 100 % électrique permet à la marque de s'adapter rapidement à chaque marché et de répondre aux besoins des clients qui progressent à leur propre rythme dans la transition électrique.

³ Allemagne, Espagne, France, Italie, Grande Bretagne



- Toujours en Europe, la performance des véhicules particuliers est complétée par une croissance de 4,6 % des ventes de véhicules utilitaires. Renault affiche 403 000 ventes dans le monde dont 310 500 en Europe. La marque occupe de nouveau la place de leader européen du marché du véhicule utilitaire⁴.

Cette performance est due au succès de ses produits phares, Kangoo (+30,5 %) et Trafic (+14,8 %), dans une année de transition marquée par le lancement du nouveau Master, et à l'expertise du réseau Pro+ dédié aux clients flottes.

En 2024, la marque Renault démontre sa capacité à innover et à répondre aux attentes des clients. Grâce à une stratégie audacieuse et équilibrée, alliant électrification, innovation et qualité des ventes, la marque a renforcé ses positions. En 2025, elle confirmera cette dynamique avec de nouveaux lancements en Europe, à commencer par Renault 4 E-Tech electric, et sur les marchés internationaux grâce au déploiement du Renault International Game Plan.

À PROPOS DE RENAULT

Marque historique de la mobilité, pionnier de l'électrique en Europe, Renault développe depuis toujours des véhicules innovants. Avec le plan stratégique « Renaulution », la marque dessine une transformation ambitieuse et génératrice de valeur. Renault évolue ainsi vers une gamme encore plus compétitive, équilibrée et électrifiée. Elle entend incarner la modernité et l'innovation dans les services technologiques, énergétiques et de mobilité dans l'industrie automobile et au-delà.

⁴ Hors pick up