

Forte accélération des ventes en 2023 grâce à une stratégie de marques fortes et complémentaires

- **Renault Group enregistre une forte hausse de ses ventes au niveau mondial : + 9 % par rapport à 2022, et un total de 2 235 345 véhicules sur l'exercice. Le Groupe est dans une dynamique de succès avec trois de ses marques en forte croissance.**
 - **Marque Renault** : croissance de 9,4 % avec 1 548 748 véhicules vendus en 2023 dans le monde. Renault est la marque française la plus vendue dans le monde. En Europe, Renault signe une excellente progression et surperforme le marché : + 19,3 % versus 2022.
 - **Marque Dacia** : croissance de 14,7 % avec 658 321 unités vendues en 2023. Cette dynamique résulte de sa nouvelle identité de marque forte, structurée autour de ses 4 modèles piliers, tous en progression par rapport à 2022.
 - **Marque Alpine** : croissance de 22,1 % avec 4 328 véhicules vendus.
- **En Europe¹, le Groupe bénéficie de son offensive produits en gagnant des parts de marché : augmentation de 18,6 % de ses volumes dans un marché en hausse de 13,9 %**
 - **Renault Group** se hisse à la 3^{ème} place des constructeurs automobiles en Europe, grâce à trois marques fortes, complémentaires et créatrices de valeur.
- **Les ventes à particuliers représentent 65 % des ventes du Groupe sur ses cinq principaux pays en Europe² en ligne avec une stratégie basée sur la valeur.**
- **Renault Group poursuit son offensive d'électrification. Au plus près des besoins clients, le Groupe a opéré des choix technologiques qui portent leurs fruits et accélère ses efforts en matière de transition énergétique.**
 - **Chez Renault**, la demande est croissante pour l'électrification - hybride et 100 % électrique. En Europe, la marque accélère son offensive et prend la 3^{ème} place des véhicules électrifiés grâce à Mégane E-Tech electric qui réalise 2,2 % du marché électrique et au succès de ses motorisations hybrides de plus en plus demandées (Austral, Clio et Captur dans le top 10 des véhicules hybrides en Europe).
 - **Dacia Jogger HYBRID 140**, commercialisé depuis janvier 2023, représente plus de 25 % des commandes clients de Jogger. Dacia Spring 100 % électrique est sur le podium des véhicules électriques vendus à clients particuliers en Europe³.
- **Le portefeuille de commandes du Groupe en Europe représente 2,5 mois de ventes prévisionnelles à fin décembre 2023.**
- **2024 sera une année riche en lancements commerciaux avec 10 nouveaux modèles⁴, vecteurs de performance.**

¹ Périmètre Europe de l'ACEA

² France, Italie, Allemagne, Espagne, Royaume-Uni

³ Autriche, Belgique, Croatie, République Tchèque, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Hongrie, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Norvège, Pologne, Portugal, Roumanie, Slovaquie, Slovénie, Espagne, Suède, Suisse, Royaume-Uni

⁴ 10 lancements de véhicules en 2024, sans compter Renault Duster (hors Europe) et restylage de Captur.

Boulogne-Billancourt, le 17 janvier 2024

MARQUE RENAULT

Monde

La marque Renault a enregistré une performance solide au niveau mondial avec + 9,4 % de croissance de ses ventes (1 548 748 véhicules) par rapport à l'année précédente. Fière de sa reconnaissance internationale, Renault est la marque française la plus vendue dans le monde.

Concernant les véhicules utilitaires, avec une croissance solide de 19,9 %, Renault surperforme le marché mondial en hausse de 10,4 %.

L'exercice écoulé a été marqué par la présentation de l'« *International game plan 2027* » de Renault, qui avec 8 nouveaux modèles entre 2023 et 2027, va permettre d'assurer la croissance future de la marque sur ses marchés hors Europe. En 2023, le développement hors Europe a été tiré principalement par l'activité au Brésil, en Turquie et au Maroc.

Europe

L'activité a été particulièrement soutenue en Europe avec une croissance remarquable de 19,3 % et 977 635 immatriculations. Renault surperforme le marché européen en hausse de 13,9 % : la marque gagne ainsi des parts de marché et passe de la 5^{ème} à la 2^{ème} place du marché européen VP + VU tout en poursuivant sa politique commerciale axée sur la valeur avec une vente sur deux faite à particuliers.

L'Espagne avec +30 % de ventes, l'Italie +37 % et le Royaume-Uni +51 % sont les marchés en Europe qui ont le plus porté la croissance de la marque.

En France, son marché domestique, Renault confirme sa place de leader en VP (277 914 ventes, +18 %) et en VU (112 569 ventes, +13 %). Clio, véhicule préféré des Français, est devenu le 1^{er} véhicule vendu sur le marché national avec 111 741 immatriculations en 2023, tous canaux confondus. Clio est maintenant #3 en Europe avec plus de 219 365 unités vendues.

Par ailleurs, Renault affiche clairement une position de leader européen des véhicules utilitaires⁵ avec une croissance de 25,7 % alors que le marché affiche une progression de 15,3 %. Kangoo/Express (+32,4 %) et Master (+14,5 %) sont les leaders de leurs segments.

Politique commerciale axée sur la valeur combinée à des gains de parts de marché

Conformément à sa stratégie orientée sur la valeur, Renault accélère sa reconquête du segment C et supérieurs (+26 %) en Europe.

- Sur le segment C et supérieurs en Europe, la marque Renault enregistre une croissance de 26 % de ses ventes par rapport à l'année 2022 grâce au succès d'Arkana, Austral, Espace E-Tech Hybrid et Mégane E-Tech electric.
- Le mix et les canaux des ventes sont vertueux : sur ses cinq principaux pays en Europe, la marque Renault réalise plus d'une vente sur deux sur le marché créateur de valeur des clients particuliers. Par ailleurs, les versions haut de gamme à l'instar de « *Esprit Alpine* » sont plébiscitées par les clients. 51 % des Austral et 44 % des Espace E-Tech Hybrid vendus sont en version *Esprit Alpine*.

⁵ Hors pickup

Électrification : une stratégie gagnante en Europe

Renault poursuit son offensive d'électrification (véhicules hybrides et électriques). Les choix technologiques forts assumés par la marque s'avèrent pertinents, en résonance avec les attentes des clients : une gamme 100 % électrique d'une part et une gamme hybride d'autre part pour une transition énergétique plus progressive. Ainsi Renault accélère sa croissance avec une hausse des ventes de +19,7 % en un an (270 362 véhicules vendus) et prend la 3^{ème} place en Europe des véhicules particuliers électrifiés. Les véhicules électrifiés représentent désormais 39,7 % des ventes de véhicules particuliers de la marque.

Cette dynamique est soutenue par une hausse de 62 % des ventes de véhicules hybrides (HEV), soit 185 666 unités. Austral, Olio et Captur sont dans le top 10 des véhicules hybrides les plus vendus en Europe.

Mégane E-Tech electric, lancée mi-2022, est le véhicule qui a repositionné la marque sur le marché de l'électrique et permet de conquérir de nouveaux clients (taux de conquête sur la concurrence supérieur à 50 % en Europe). Mégane E-Tech electric s'est vendue à 47 504 unités en 2023 et occupe désormais une place dans le top 3 de sa catégorie en Europe.

L'offre électrique de la marque Renault sera complétée en 2024 avec Scénic E-Tech electric et Renault 5 E-Tech electric.

2024 : une année historique en lancements commerciaux pour la marque Renault

En 2024, une année historique avec 7 nouveaux véhicules⁶ lancés :

- 2 nouveaux véhicules 100 % électriques avec Scénic E-Tech electric, offrant plus de 600 km d'autonomie WLTP, et Renault 5 E-Tech electric – icône pop 100 % électrique.
- 2 nouveaux véhicules hybrides en Europe dont Rafale E-Tech.
- Nouveau Renault Master (en versions thermique et électrique)
- 2 nouveaux véhicules sur les marchés hors Europe : Kardian et un véhicule Renault Korea Motors. En 2024, la marque Renault poursuivra le déploiement de l'« *International game plan 2027* ». Après le Brésil et la Turquie en 2023, cette année sera marquée par le déploiement de ce plan au Maroc et en Corée du Sud.

MARQUE DACIA

Un succès grandissant en Europe

En Europe, Dacia a vendu 562 890 unités. La marque rencontre un succès grandissant et enregistre une progression de 17,4 % sur un marché en hausse de 13,9 %. Dacia gagne ainsi 4 places, se situant désormais en 11^{ème} position sur le marché européen VP + VU. Dacia intègre le top 10 européen sur le marché VP.

Ce résultat est porté par sa nouvelle identité de marque forte « l'automobile essentielle, cool, robuste, abordable et écologiquement performante » structurée autour de 4 modèles piliers, tous en progression par rapport à 2022.

⁶ 7 lancements de véhicules pour la marque Renault en 2024, sans compter Renault Duster (hors Europe) et restylage de Captur

Parts de marché records de la marque en Europe

Cette performance permet à Dacia d'atteindre des parts de marché records.

- 3,8 % (+0,1 pt vs. 2022) en VP + VU
- 4,3 % (+0,1 pt vs. 2022) en VP
- 8,3 % (+0,7 pt) en VP à clients particuliers. La marque confirme sa 2^{ème} place sur le podium européen⁷ des ventes à clients particuliers, cœur de clientèle de la marque.

Résultats portés par une nouvelle identité de marque forte

Les résultats de Dacia sont portés par une nouvelle identité de marque forte structurée autour de 4 modèles piliers. La marque est plébiscitée par tous types de clients avec des taux de conquête et de fidélisation au meilleur niveau du marché.

- Les ventes mondiales de Dacia Sandero s'élèvent à 269 899 véhicules, en hausse de 17,6 % par rapport à 2022. Sandero reste le 1^{er} véhicule vendu à particuliers en Europe⁸ depuis 2017.
- Avec 200 633 unités vendues dans le monde, Dacia Duster progresse de 1,7 % par rapport à 2022. Il maintient sa position sur le podium des SUV vendus à particuliers en Europe.
- Dacia Jogger enregistre 94 095 unités vendues dans le monde et progresse de 65,6 % par rapport à 2022. Il est le 1^{er} véhicule du segment C hors SUV vendu à particuliers en Europe.
- Avec 61 803 unités vendues dans le monde, Dacia Spring progresse de 26,4 % par rapport à l'année 2022. Elle est le 3^{ème} véhicule électrique vendu à particuliers en Europe.

2024 : 2 nouveaux véhicules commercialisés

Dacia lancera 2 nouveaux modèles :

- Nouveau Dacia Duster commercialisé à partir de mars 2024.
- La Nouvelle Spring 100 % électrique, avec un tout nouveau design extérieur et intérieur, commercialisée à l'été 2024.

La marque présentera Bigster, véhicule du segment C, en fin d'année 2024.

⁷ Autriche, Belgique, Croatie, République Tchèque, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Hongrie, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Norvège, Pologne, Portugal, Roumanie, Slovaquie, Slovénie, Espagne, Suède, Suisse, Royaume-Uni

⁸ Autriche, Belgique, Croatie, République Tchèque, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Hongrie, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Norvège, Pologne, Portugal, Roumanie, Slovaquie, Slovénie, Espagne, Suède, Suisse, Royaume-Uni

MARQUE ALPINE

En 2023, Alpine continue sur une progression à deux chiffres, sur le segment haut de gamme, pour la troisième année consécutive, avec des immatriculations en hausse de 22,1 %, soit 4 328 véhicules vendus :

- En Europe, la marque enregistre de fortes progressions notamment en Allemagne (+34 %), en Belgique (+32 %) et en France (+26 %).
- L'Alpine A110 maintient sa position de premier coupé sportif deux places, vendu en Europe sur 2023, porté par le succès de l'A110 R et des séries limitées : A110 San Remo 73, A110 R Le Mans et A110 S Enstone Edition.
- La marque réalise 3/4 de ses ventes sur les versions haut de gamme.

Stratégie de développement à l'international d'Alpine

En 2023, Alpine poursuit sa stratégie de développement à l'international avec sa commercialisation dans de nouveaux pays comme Israël et le Maroc, et compte désormais 146 points de vente dans le monde. Cette expansion se poursuivra en 2024 avec l'arrivée d'Alpine en Turquie au 1^{er} semestre.

2024 pour Alpine

Alpine commence l'année 2024 avec un carnet de commande équivalent à 7 mois de ventes grâce au très bon démarrage de l'A110 R Turini lancée au mois de décembre 2023.

2024 marquera le virage d'Alpine dans l'électrique, comme annoncé lors du plan Renaulution en 2021. La marque présentera sa citadine sportive, l'Alpine A290, premier véhicule de sa gamme 100 % électrique.

PERSPECTIVES DE MARCHÉS EN 2024

En 2024, le marché automobile européen et l'Amérique latine sont attendus stables et l'Eurasie en baisse de 11 %.

VENTES MONDIALES DE RENAULT GROUP PAR MARQUE

	2023	2022	Variation en %
Renault			
VP	1 156 895	1 088 577	6,3 %
VU	391 853	326 686	19,9 %
Total Renault	1 548 748	1 415 263	9,4 %
Dacia			
VP	652 580	569 406	14,6 %
VU	5 741	4 667	23,0 %
Total Dacia	658 321	574 073	14,7 %
Renault Korea Motors			
VP	21 980	51 083	-57,0 %
Alpine			
VP	4 328	3 546	22,1 %
Jinbei&Huasong			
VP	0	4	-100,0 %
VU	0	106	-100,0 %
Total Jinbei&Huasong	0	110	-100,0 %
Eveasy⁹			
VP	1 963	6 987	-71,9 %
Mobilize			
VP	5	75	
Renault Group			
VP	1 837 751	1 719 678	6,9 %
VU	397 594	331 459	20,0 %
Total Renault Group	2 235 345	2 051 137	9,0 %

⁹ Ventes Eveasy consolidées jusqu'à fin H1 2023

LES QUINZE PREMIERS MARCHÉS DE RENAULT GROUP

		2023	Parts de marché (en %)
1	FRANCE	551 373	25,6
2	ITALIE	187 249	10,6
3	TURQUIE	176 983	14,4
4	ALLEMAGNE	156 729	5,0
5	ESPAGNE+ ILES CANARIES	134 398	12,3
6	BRESIL	126 206	5,8
7	ROYAUME UNI	102 980	4,6
8	BELGIQUE+LUXEMBOURG	62 771	10,5
9	ROUMANIE	61 445	38,1
10	MAROC	60 290	37,3
11	ARGENTINE	51 790	12,2
12	POLOGNE	49 557	9,2
13	INDE	48 321	1,0
14	MEXIQUE	43 779	3,2
15	PAYS BAS	39 688	9,0

RENAULT GROUP RELATIONS MEDIAS

Rie Yamane
+33 6 03 16 35 20
rie.yamane@renault.com

Juliette Faucon
+33 7 89 27 09 92
juliette.faucon@renault.com

RENAULT GROUP RELATIONS INVESTISSEURS

Philippine de Schonen
+33 6 13 45 68 39
Philippine.de-schonen@renault.com

À propos de Renault Group

Renault Group est aux avant-postes d'une mobilité qui se réinvente. Fort de son alliance avec Nissan et Mitsubishi Motors, et de son expertise unique en termes d'électrification, Renault Group s'appuie sur la complémentarité de ses 4 marques - Renault - Dacia - Alpine et Mobilize - et propose des solutions de mobilités durables et innovantes à ses clients. Implanté dans plus de 130 pays, le Groupe a vendu plus de 2,235 millions de véhicules en 2023. Il réunit près de 106 000 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. Celle-ci est centrée sur le développement de technologies et de services inédits, 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.

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