# Renault Group acelera en un contexto desafiante y lidera el mercado con su estrategia electrificada y centrada en el valor

Motor | 23/07/2025




**La multinacional francesa crece un 1,3% en ventas globales en el primer semestre de 2025 y se afianza en Europa y Latinoamérica con Renault, Dacia y Alpine marcando hitos en electrificación y liderazgo comercial**

Renault Group ha demostrado solidez y visión estratégica en un primer semestre de 2025 marcado por la incertidumbre económica y el descenso del mercado europeo de turismos. El grupo ha logrado incrementar sus ventas globales un 1,3%, alcanzando los 1.169.773 vehículos vendidos. Este crecimiento se apoya en una potente ofensiva internacional, una firme apuesta por la electrificación y una política comercial centrada en la rentabilidad.

Renault, imparable dentro y fuera de Europa

La marca Renault ha liderado la ofensiva del grupo con 808.413 unidades vendidas en todo el mundo (+2,7%), destacando un espectacular aumento del 16,3% fuera de Europa. Modelos clave como el Kardian en Latinoamérica y el Grand Koleos en Asia impulsaron este rendimiento, consolidando a Renault como la marca francesa número uno a escala global, con el 36?% de sus ventas fuera del Viejo Continente.

En Europa, Renault ha escalado hasta la segunda posición en el ranking de turismos y vehículos comerciales ligeros, con una cuota del 6,7%. En un mercado que cae un 1?%, la marca ha crecido un 8,4%, liderada por el éxito del Clio —vehículo más vendido en todos los canales— y un repunte notable de los modelos C-SUV como Austral, Espace y el nuevo Rafale.

## La electrificación acelera con fuerza

Renault Group ha reforzado su liderazgo en movilidad sostenible. Casi un 44% de sus ventas en el semestre fueron de vehículos electrificados, con un 12,3% correspondientes a modelos 100% eléctricos. Renault destaca con un 59?% de ventas electrificadas y un fuerte impulso de los híbridos HEV, lo que la posiciona como la segunda marca en Europa en este segmento. El Renault 5 E-Tech eléctrico, líder del segmento B eléctrico, ha sido una de las grandes revelaciones.

Por su parte, Dacia ha duplicado su mix electrificado hasta el 23,5%, gracias al éxito del Duster híbrido y del asequible Spring 100?% eléctrico. Alpine, con el A290 —elegido Coche del Año en Europa—, ha alcanzado un espectacular 76% de matriculaciones electrificadas.

## España: un motor clave para el grupo

España ha sido uno de los mercados más destacados para Renault Group. La marca Renault lidera el mercado total (turismos + comerciales ligeros) con una cuota del 8,1%, logrando su mejor resultado desde 2019 y un incremento del 43,9% en turismos. Dacia se afianza como la segunda marca más vendida a particulares con un crecimiento del 25% y mantiene a Sandero como el coche más vendido en nuestro país. Alpine, por su parte, ha cuadruplicado sus matriculaciones en España, impulsada por la llegada del A290.

## Dacia: consolidación y conquista

La marca Dacia ha mantenido sus ventas globales estables (-0,7%) pese a cambios en mercados clave, y ha consolidado su posición entre las 10 primeras marcas en Europa. El Sandero sigue siendo el turismo más vendido en todos los canales desde 2017, y el nuevo Duster ha superado los 200.000 pedidos en un año. El lanzamiento del Bigster ha sido un éxito, con altas tasas de conquista: el 80% de sus compradores franceses proceden de otras marcas.

## Alpine: la revolución deportiva eléctrica

Con 5.015 unidades matriculadas en el semestre (+85%), Alpine consolida su crecimiento. El urbano deportivo A290 ha transformado el posicionamiento de la marca y representa ya la mayoría de sus ventas. El A110 mantiene el liderazgo en su segmento de cupés biplaza, con una cuota del 46% en Europa.

Perspectivas para el segundo semestre

Renault Group continúa su ambicioso calendario de lanzamientos con siete nuevos vehículos en 2025, incluyendo el esperado Renault 4 E-Tech eléctrico, el SUV Dacia Bigster, el Alpine A390 y la expansión internacional del SUV Boreal. Además, reforzará su gama híbrida con nuevas motorizaciones E-Tech de 160 CV y ampliará su presencia comercial en más de 70 países.

Con una sólida cartera de pedidos y una estrategia que prioriza el valor sobre el volumen, Renault Group se consolida como una referencia global en la industria automotriz, adaptándose a los retos de la transición energética con innovación, rendimiento y compromiso con la rentabilidad.

Autor: Redacción