Renault Group incrementa su facturación un 6,8% en el tercer trimestre de 2025 y confirma sus previsiones anuales

Motor | 23/10/2025



El grupo francés vende más de medio millón de vehículos entre julio y septiembre, con un fuerte impulso de los eléctricos Renault 5 E-Tech y del SUV Dacia Bigster

Renault Group ha cerrado el tercer trimestre de 2025 con una cifra de negocios de 11.426 millones de euros, lo que supone un aumento del 6,8% respecto al mismo periodo del año anterior, y del 8,5% a tipos de cambio constantes. El resultado consolida el buen momento comercial del grupo, que también ha confirmado sus perspectivas financieras para el conjunto del ejercicio, con un margen operativo en torno al 6,5% y un free cash flow estimado entre 1.000 y 1.500 millones de euros.

Entre julio y septiembre, Renault Group vendió 529.486 vehículos, un 9,8% más que en 2024. Las ventas internacionales crecieron un 14,9% y las europeas un 7,5%, situando al grupo como tercer fabricante en Europa con casi 1,7 millones de unidades matriculadas en los nueve primeros meses del año.

Por marcas, Renault mantuvo su impulso gracias al éxito de los modelos Renault 5 E-Tech eléctrico y Scénic E-Tech, que han convertido a la marca en líder europeo del segmento B

eléctrico y segunda en híbridos. Las ventas electrificadas representan ya el 60% de sus matriculaciones, con un aumento del 84,7% en los eléctricos puros. En España, Renault se afianza como segunda marca más vendida y favorita del canal de empresas.

Dacia protagonizó uno de los crecimientos más destacados del trimestre, con 165.451 unidades vendidas (+16,2%), impulsada por el éxito del Bigster, segundo SUV C más vendido a particulares en Europa, y el Sandero, que sigue siendo el coche más vendido del continente. Las ventas híbridas de Dacia se duplicaron con creces, representando ya el 20,9% del total.

Alpine, por su parte, duplicó sus resultados y alcanzó 7.394 vehículos vendidos en nueve meses, gracias al lanzamiento del nuevo A290, primer modelo 100% eléctrico de la marca deportiva, mientras prepara la llegada del A390 fastback.

El director financiero del grupo, Duncan Minto, destacó que estos resultados confirman la solidez de la estrategia de Renault Group:

“En un entorno desafiante, seguimos beneficiándonos de una gama atractiva y competitiva que combina vehículos eléctricos, térmicos e híbridos. Nuestro objetivo sigue siendo generar valor antes que volumen y avanzar en la reducción de costes”, afirmó.

El grupo prevé cerrar el año con la llegada de importantes lanzamientos: el Renault Boreal (C-SUV), el Kwid E-Tech, el Alpine A390 y las primeras entregas del Clio 6, que marcarán una nueva etapa en la electrificación y competitividad del consorcio francés.

Autor: Redacción