



Communiqué de Presse

Vaucresson, le 14 septembre 2026

Toyota mise sur la qualité, le service et le choix pour poursuivre sa progression sur le marché des utilitaires légers

- Toyota présente ses objectifs lors du salon IAA Transportation de Hanovre, à savoir 200 000 utilitaires légers vendus chaque année et 8 % de part de marché en Europe d'ici 2030.
- Les ventes et la part de marché de la Marque en Europe ont plus que doublé au cours des cinq dernières années.
- Des modèles électriques à batterie sont proposés sur l'ensemble de la gamme d'utilitaires légers, qui comprend notamment le nouveau Hilux 100 % électrique.
- Toyota annonce le lancement de la production d'un Hilux à pile à combustible à hydrogène en 2028.
- L'approche multi-technologies de la Marque permet aux clients d'opter pour la technologie la mieux adaptée aux besoins de leur activité.
- Les clients bénéficient de l'assistance d'un réseau de plus de 500 concessionnaires Toyota Professional en Europe.
- Le réseau de conversion en usine et au niveau local, en charge de la transformation de véhicules dans le respect des normes définies par Toyota, est étendu sur tous les marchés.
- L'accent est mis sur la qualité de service, avec un interlocuteur unique pour accompagner les clients dans leurs besoins de financement, d'assurance, de gestion de flotte et de leasing.

Communiqué de Presse

Vaucresson, le 14 septembre 2026

Toyota s'est félicité aujourd'hui de la solidité et du succès de sa gamme européenne d'utilitaires légers lors du salon IAA Transportation de Hanovre (Allemagne), à l'occasion duquel la Marque a également fait le point sur ses résultats et présenté ses perspectives de croissance et d'innovation.

Ces cinq dernières années, les ventes d'utilitaires légers Toyota Professional ont plus que doublé en Europe, franchissant la barre des 165 000 unités en 2026. La part de marché de Toyota a connu la même évolution, puisqu'elle a également doublé, dépassant ainsi les 7 %, ce qui confirme le rôle des utilitaires légers en tant que pilier stratégique de l'activité de la Marque en Europe. En France, Toyota Professional ambitionne d'atteindre 16 000 ventes en 2026, illustrant le potentiel de croissance de la Marque sur le marché des véhicules utilitaires.

Toyota est désormais présent sur tous les principaux segments du marché des utilitaires légers, avec notamment les différentes versions du fourgon PROACE, des modèles dédiés au transport de passagers et le légendaire pick-up Hilux, dont la neuvième génération a été lancée récemment.

Les objectifs pour 2030

Toyota entend consolider ses performances sur le marché européen des utilitaires légers, en s'appuyant sur les trois piliers qui ont soutenu sa croissance jusqu'à présent. La Marque s'est fixée comme objectif d'ici 2030 d'atteindre 200 000 ventes annuelles pour Toyota Professional en Europe, avec une part de marché de 8 %. En France, l'ambition est d'atteindre 25 000 ventes de véhicules utilitaires et de figurer dans le Top 5 du marché des VUL à l'horizon 2030.

Elle souhaite également asseoir son positionnement en tant que pionnier du segment grâce à la commercialisation de nouvelles solutions à hydrogène, parmi lesquelles le Hilux FCEV, qui sera lancé en 2028. Les objectifs annoncés pour ce modèle prévoient une autonomie de plus de 400 km (WLTP) et une capacité de tractage pouvant atteindre 2 500 kg.

Communiqué de Presse

Vaucresson, le 14 septembre 2026

Till Conrad, Vice-président exécutif de Toyota Motor Europe (TME) en charge des ventes, a déclaré : *« La croissance à elle seule n'est pas synonyme de réussite. Si la qualité ne suit pas la même évolution, il ne s'agit alors que d'un chiffre. Le véritable succès se mesure au respect constant des normes établies, à l'excellence de l'exécution et à un réseau tenant chaque jour les engagements de Toyota Professional. »*

L'électrification et l'approche multi-technologies, deux vecteurs clés de croissance

Depuis le lancement cet été du nouveau pick-up Hilux 100 % électrique, Toyota propose des modèles électriques à batterie (BEV) sur l'ensemble de sa gamme d'utilitaires légers. Les BEV représentent désormais 22 % des ventes de Toyota Professional, contre environ 11 % en moyenne des ventes du marché en Europe. Cela montre à quel point les clients apprécient non seulement les véhicules Toyota, mais également la qualité du service et des produits associés, tels que les solutions de financement et d'assurance conçues pour répondre aux besoins et aux priorités de leur activité.

Soulignant l'engagement de Toyota à l'égard de son approche multi-technologies, Till Conrad a précisé à ce sujet : *« Même si nos modèles électriques à batterie affichent d'excellents résultats de vente, nous sommes convaincus que l'ampleur du défi de la décarbonation auquel est confrontée l'Europe nécessite de faire jouer un rôle à chacune des technologies existantes. Des clients différents ont des besoins opérationnels différents, c'est pourquoi il n'existe pas de solution unique adaptée à chaque activité. Toyota continue donc de proposer la bonne technologie pour la bonne application. »*

Une réussite fondée sur trois piliers

La croissance soutenue de Toyota Professional repose sur trois piliers orientés client.

Le premier d'entre eux est le choix offert aux clients ou, en d'autres termes, la capacité de la Marque à proposer à chacun le véhicule, la motorisation et l'équipement répondant à ses attentes.

Communiqué de Presse

Vaucresson, le 14 septembre 2026

L'approche multi-technologies de Toyota élargit ce choix, grâce aux diverses technologies de groupe propulseur, qui favorisent la décarbonation, tout en satisfaisant les différents besoins des clients. Toyota a conscience qu'une seule et même technologie ne peut être adaptée aux contraintes opérationnelles, aux besoins de mobilité ou aux lieux d'activité de tous les clients. C'est pourquoi ses utilitaires légers sont proposés – selon le marché et le modèle – en versions électrique à batterie, hybride 48 V et à moteur diesel. Les modèles diesel sont équipés de moteurs capables de fonctionner avec des carburants renouvelables tels que l'huile végétale hydrotraitée (HVO), contribuant ainsi aux diverses actions menées par Toyota en faveur de la réduction des émissions de carbone.

Le deuxième pilier consiste en l'engagement de Toyota à garantir une totale satisfaction en après-vente, en veillant à répondre aux besoins et priorités des clients. L'assistance dédiée aux clients professionnels est assurée par un réseau de plus de 500 centres Toyota Professional spécialisés en Europe dont 50 en France – un chiffre qui a augmenté de plus de 165 % depuis 2019.

Le temps d'immobilisation des véhicules est un enjeu majeur dans l'activité des professionnels, c'est pourquoi Toyota y contribue en proposant un service express, des véhicules de courtoisie et une assistance dépannage dans le cadre des engagements pris lors de la vente d'un véhicule neuf*.

La Marque renforce également la tranquillité d'esprit de ses clients grâce à Toyota Relax, un programme de garantie constructeur inégalé, qui s'active lors de la réalisation d'un entretien. À l'issue de la période de garantie initiale de trois ans, tous les véhicules Toyota – y compris les utilitaires légers – peuvent bénéficier gratuitement d'une couverture supplémentaire de 12 mois ou 15 000 km. Il suffit d'un entretien effectué dans le réseau Toyota pour qu'un véhicule bénéficie de cette garantie, et ce, jusqu'à ses 10 ans ou 185 000 km.

La commodité et la qualité sont aussi deux composantes fondamentales du troisième pilier, à savoir la mise à disposition d'un écosystème Toyota Professional centralisé, garantissant aux clients un accès facile et rapide aux produits et services Toyota afin de simplifier tant l'achat que l'utilisation quotidienne de leur véhicule. Cela inclut Toyota

Communiqué de Presse

Vaucresson, le 14 septembre 2026

Financial Services (TFS), Toyota Insurance Services (TIS) et KINTO, fournisseur Toyota de services de mobilité innovants, durables et de haute qualité, parmi lesquels le leasing automobile et la gestion de flottes.

La plupart des clients demandent que leur véhicule soit personnalisé, qu'il s'agisse du simple ajout d'éléments aux couleurs de leur entreprise sur la carrosserie ou d'une transformation plus complexe en version benne basculante ou fourgon réfrigéré. Toyota fait en sorte que cela soit réalisable facilement et rapidement, en proposant des options de conversion en usine et au niveau local. Les conversions en usine conviennent pour les solutions standardisées, tandis que les conversions au niveau local sont effectuées par des entreprises partenaires spécialisées, travaillant dans le respect des normes définies par Toyota et offrant au client une solution propre à leur marché.

*Les conditions peuvent varier selon les marchés.

TOUTES LES INFORMATIONS SONT DISPONIBLES SUR

<http://media.toyota.fr/>

Suivez-nous sur nos réseaux



[Toyota France](#)



[@GroupeToyotaFr](#)



[@toyota.france](#)



[@toyotafrance](#)

CONTACTEZ-NOUS

Carine Pâris

Cheffe de département Presse, Events et
Partenariats
01 47 10 86 01

carine.paris@toyota-europe.com

Mathilde Chapron

Attachée de Presse

06 75 91 74 85

mathilde.chapron@toyota-europe.com