

Communiqué de presse
Février 2026

Baromètre Eskimoz

Automobile : quels acteurs se démarquent sur les moteurs de recherche ?

Eskimoz, leader européen du marketing digital, dévoile les résultats de la nouvelle édition de son Baromètre¹ consacré à la visibilité en ligne des acteurs du secteur automobile. En 2025, le marché connaît des changements importants en matière de visibilité en ligne, avec une baisse globale de 13 % du trafic SEO, reflet d'un ralentissement structurel du secteur et d'un changement profond des usages en ligne.

- Le segment des accessoires automobiles se distingue avec 160 millions de visites sur les moteurs de recherche
- Près de 70 % du trafic SEO de l'occasion capté à eux seuls par La Centrale et L'Argus
- 82 % des recherches automobiles réalisées sur mobile, auprès d'une audience majoritairement âgée de plus de 45 ans (75 %)

Spécialistes de l'occasion et mandataires : les acteurs les plus visibles

Avec 192 millions de visites enregistrées en 2025, les **spécialistes de l'occasion** et les **mandataires** restent **les acteurs les plus visibles** sur les moteurs de recherche. Malgré un léger recul par rapport à l'année précédente, ce segment demeure central dans les parcours de recherche des automobilistes, notamment dans un contexte de tension sur le pouvoir d'achat et de recherche de véhicules plus accessibles.

Le marché apparaît toutefois **extrêmement concentré**. À eux seuls, **La Centrale et L'Argus captent près de 70 % du trafic SEO** de cette catégorie, laissant les autres acteurs à bonne distance. Derrière ce duo dominant, seuls quelques groupes comme **Aramis** ou **ByMyCar** parviennent à émerger de manière significative.

¹ Méthodologie : Définir le champ sémantique de l'Assurance. Source : Google Keyword Planner puis affinage des mots-clés pour évacuer le bruit avec un modèle in-house. Sélectionner les acteurs les plus pertinents. Source : ahrefs Identification des domaines les mieux positionnés sur la liste de mots-clés sélectionnés. Classification des acteurs. Source : classification in-house, challengée par Xerfi. Nous avons cherché à avoir le moins de sources différentes possibles, et en comparant les différents outils nous avons sélectionné : Datas SEO, SEA & Keywords : Similarweb Estimation trafic global, démographie, technologie. Source : Data For SEO. Datas liées aux enchères et à la géographie. Source : Trajaan.io

Accessoires automobiles : le principal moteur de croissance

Le segment des **accessoires automobiles** tire son épingle du jeu en 2025, avec **160 millions de visites issues des moteurs de recherche**. Dans un marché globalement en recul, il s'impose comme **le principal moteur de croissance de la visibilité en ligne**, porté par les **besoins d'entretien**, de réparation et de **prolongation de la durée de vie** des véhicules.

Oscaro (20 %), Norauto (18 %) et Autodoc (14 %) concentrent plus de la moitié du trafic SEO du segment, illustrant un marché très structuré autour de quelques acteurs majeurs, capables de répondre efficacement aux recherches techniques et pratiques des automobilistes.

Constructeurs : une visibilité en recul et très fragmentée

Les constructeurs automobiles enregistrent **79 millions de visites SEO en 2025**, un volume en net recul par rapport aux autres segments. Le marché apparaît **très fragmenté**, sans leader incontesté : **aucun acteur ne dépasse les 12 %** de parts de marché.

Renault, Peugeot et Toyota forment un trio de tête resserré, suivis par un peloton dense de marques aux performances proches. Cette dispersion traduit une **perte de centralité des constructeurs** dans les recherches en ligne, au profit de requêtes davantage orientées vers l'occasion, l'entretien et les services.

Publicité en ligne : un levier plus présent que dans d'autres secteurs

La publicité sur les moteurs de recherche (SEA) occupe une place non négligeable dans le secteur automobile, avec **12 % du trafic** global. Les accessoires concentrent **52 % des investissements publicitaires**, devant les constructeurs (**33 %**) et les spécialistes de l'occasion et mandataires (**15 %**).

Cette répartition reflète la forte valeur commerciale des recherches liées à la réparation, au vitrage ou aux pièces automobiles, qui génèrent une concurrence accrue sur certains mots-clés.

Des usages mobiles et une audience mature

Les recherches automobiles sont **massivement réalisées sur mobile (82 %)** et portées par une audience majoritairement âgée de **plus de 45 ans (75 %)**. Les requêtes les plus fréquentes concernent **l'entretien, la réparation, l'occasion abordable** et les modèles spécifiques, traduisant une approche très pragmatique des internautes, davantage tournée vers l'usage que vers la nouveauté.

« Le baromètre montre un basculement des comportements. Dans un contexte où le marché automobile ralentit et où le pouvoir d'achat des Français est mis à rude épreuve, les comportements évoluent. »

*Les automobilistes cherchent avant tout à prolonger la durée de vie de leur véhicule et à maîtriser leur budget, ce qui explique la forte visibilité des acteurs de l'occasion et des accessoires. », déclare **Jérémy Lacoste**, Directeur Général France d'Eskimoz.*

**Pour obtenir le rapport complet ou organiser une interview,
n'hésitez pas à nous contacter.**

À propos d'Eskimoz

Fondée en 2015 par Andréa Bensaid, Eskimoz est une agence global search internationale qui accompagne les entreprises dans leur croissance digitale grâce à une expertise reconnue en SEO, SEA, GEO (Generative Engine Optimization), Data et Content Marketing. Dotée d'un écosystème de plus de 40 outils propriétaires et de 3 plateformes technologiques, l'agence a réalisé un chiffre d'affaires de 36M d'euros en 2025. Présente dans 5 pays, France, Royaume-Uni, Italie, Espagne et Allemagne, Eskimoz est aujourd'hui le partenaire stratégique de plus de 2 000 entreprises en Europe. Eskimoz s'affirme comme une plateforme de consolidation européenne sur le marché du search, tout en maintenant le niveau d'exigence le plus élevé pour chacun de ses clients. www.eskimoz.fr