

## Baromètre Eskimoz

### Automobile :

#### Quels acteurs se démarquent sur les moteurs de recherche ?

**Eskimoz**, leader européen du marketing digital, dévoile son Baromètre<sup>1</sup> consacré au secteur automobile, analysant la visibilité en ligne des différents acteurs du marché. Dans un contexte où le parcours d'achat commence désormais majoritairement sur Internet, cette étude met en lumière les marques, concessionnaires et plateformes qui tirent leur épingle du jeu sur les moteurs de recherche.

#### Constructeurs : Tesla domine, mais les challengers progressent

**Tesla** se hisse en tête des recherches des internautes, concentrant **près de 20 % du trafic SEO des marques automobiles** en France. Son avance s'explique par son positionnement premium, sa communication digitale maîtrisée et la forte appétence des consommateurs pour les véhicules électriques.

Derrière, **Renault (16 %) et Peugeot (15 %)** se disputent la deuxième place, portées par leurs modèles hybrides et électriques. Volkswagen et BMW complètent le classement, tandis que **Hyundai et Kia enregistrent une forte progression, signe d'une montée en puissance des marques asiatiques sur le marché français.**

#### Plateformes et mandataires : le SEO au cœur des stratégies

Le marché de l'achat et de la revente de véhicules en ligne connaît une forte intensification concurrentielle. **LeBonCoin et La Centrale captent à eux seuls 60 % du trafic SEO** sur les recherches automobiles, bénéficiant d'un fort ancrage auprès des particuliers.

Du côté des **mandataires et plateformes de véhicules neufs**, AramisAuto domine avec **25 % des parts de marché SEO**, suivi par Auto-IES et Elite Auto, qui renforcent leur présence grâce à une stratégie de contenu optimisée et des campagnes publicitaires ciblées.

<sup>1</sup> Méthodologie: 1. Définir les acteurs et les catégoriser. Définir le champ sémantique de l'Automobile. 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. 2. Sourcer les datas. 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, enchères Source : Data For SEO Datas liées aux enchères et à la géographie Source : Trajaan.io

## Le marché des véhicules électriques en plein essor

Avec l'essor des réglementations favorisant la transition écologique, **les recherches liées aux voitures électriques ont bondi de 45 % en un an**. Parmi les modèles les plus recherchés, la **Tesla Model 3**, la **Renault Mégane E-Tech** et la **Peugeot e-208** affichent les plus gros volumes de requêtes sur Google.

Cette montée en puissance impacte directement les stratégies digitales des marques : **les constructeurs et revendeurs adaptent leurs contenus SEO et SEA** pour capter cette demande croissante, notamment en intégrant des comparateurs d'autonomie, des simulateurs d'aides gouvernementales et des guides pratiques sur la recharge.

## Une présence en ligne qui évolue : baisse du SEO et montée du SEA

Le trafic organique global du secteur automobile affiche une baisse de **3 % en 2024**, une tendance marquée par **une saturation SEO** et un renforcement des investissements publicitaires.

Le SEA prend ainsi une place grandissante, représentant aujourd'hui **10 % du trafic total**. **Les constructeurs premium comme Mercedes, BMW et Audi dominent ce segment**, misant sur des stratégies payantes pour compenser leur faible dépendance au SEO.

## L'achat de voitures de plus en plus mobile

Le baromètre révèle une évolution marquante des comportements d'achat : **80 % des recherches automobiles sont désormais effectuées depuis un smartphone**, contre **65 % en 2023**.

Par ailleurs, **les acheteurs de véhicules en ligne ne sont plus exclusivement jeunes : 60 % du trafic est généré par des internautes de plus de 40 ans**, signe que la digitalisation de l'achat automobile concerne désormais toutes les tranches d'âge.

*« L'automobile est un secteur en pleine transformation digitale. Les marques doivent redoubler d'efforts pour capter un trafic de plus en plus volatile et exigeant. Notre baromètre met en évidence l'importance d'une approche multicanale combinant SEO, SEA et contenus engageants pour performer en ligne. Les constructeurs, plateformes et concessionnaires qui sauront s'adapter rapidement à ces évolutions tireront leur épingle du jeu. »*

**Jérémy Lacoste, DG 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 d'acquisition internationale dotée d'une expertise reconnue en SEO, SEA, Data, Content Marketing et de 3 plateformes

technologiques. En 2024, l'agence a réalisé un chiffre d'affaires de 36M d'euros. Présent dans 5 pays - France, Royaume-Uni, Italie, Espagne et Allemagne - Eskimoz est aujourd'hui un partenaire clé pour plus de 1 000 entreprises en Europe. Eskimoz continue de démontrer sa capacité à être une plateforme de consolidation Européenne sur son marché, tout en maintenant le niveau d'exigence le plus élevé pour tous ses clients. [www.eskimoz.fr](http://www.eskimoz.fr)