

Le #MondialAuto 2018 : les marques soignent davantage leur communication sur Twitter

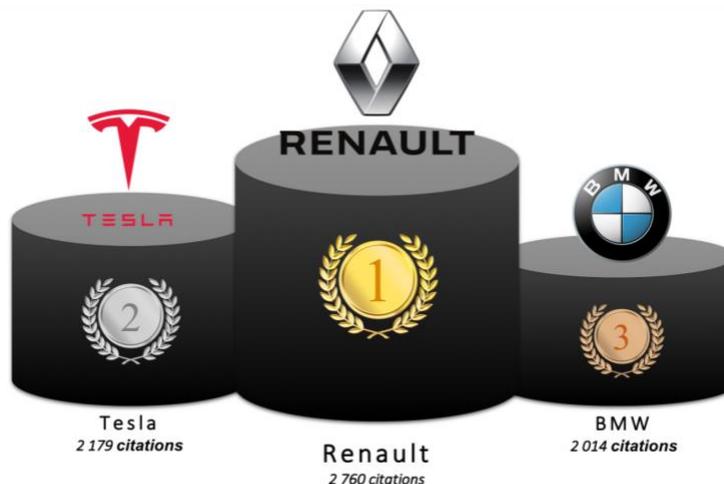
Paris accueille depuis 6 jours, l'événement le plus attendu par les professionnels et passionnés de véhicules : le Mondial de l'Auto. En revanche, sur Twitter, l'engouement est loin d'égaliser celui de 2016. En effet, pour le lancement de cette 120^e édition, **2 fois moins de tweets ont été publiés** par rapport à 2016. **À l'inverse, l'événement a davantage fait parler de lui deux semaines avant son lancement**, où plus de 41 000 tweets ont été publiés, **soit 3,5 fois plus qu'en 2016**. Cela s'explique notamment du fait que, cette année les marques ont davantage capitalisé sur l'événement en matière de communication. Elles ont mieux communiqué avant l'événement sur leurs nouveautés, ce qui a permis d'alimenter davantage les conversations en ligne plusieurs jours avant le lancement.

À l'occasion du Mondial de l'Auto, la plateforme de veille sur les réseaux sociaux Visibrain publie une étude sur les **enjeux du secteur de l'automobile sur les réseaux sociaux**. Cette étude est téléchargeable gratuitement ci-après : « [Secteur Automobile & Réseaux Sociaux : état des lieux](#) ».

#MondialAuto 2018 en 5 data sur Twitter

- **32 163 tweets publiés** par 17 979 internautes
- Seulement **29% des internautes** qui s'expriment sur le Mondial de l'Automobile sont des femmes
- **Renault, Mercedes et Honda** sont les 3 marques qui tweetent le plus sur le Mondial de l'Auto
- **Renault, Tesla, et BMW** sont les 3 marques les plus populaires du #MondialAuto, c'est-à-dire celles dont on parle le plus
- Emmanuel Macron : une visite en demi-teinte. **10% des messages publiés** sur le salon parlent du « mépris » du président envers les professionnels du secteur

Renault, marque la plus populaire du Mondial de l'Auto



D'après l'outil de veille Visibrain, trois constructeurs ont su tirer leur épingle du jeu sur Twitter. Sur la première marche du podium nous retrouvons la marque française, Renault, qui est LA marque dont les internautes ont le plus parlé depuis le lancement du salon. Cité plus de 2 170 fois le géant de l'électrique, Tesla, s'impose devant BMW qui a fait l'objet de 2 014 tweets.

Arrivent ensuite, Peugeot et Mercedes respectivement cités 1 596 et 824 fois.

Le modèle star du #MondialAuto sur Twitter est... allemand !

En plus d'être une des trois marques les plus populaires du salon, BMW est également la marque qui a su susciter le plus d'intérêt auprès des internautes, avec **sa nouvelle série 3 Sedan** citée dans plus de 850 tweets.

<https://twitter.com/BMW/status/1048588707752759298>



[Télécharger gratuitement l'étude Visibrain « secteur automobile et réseaux sociaux : état des lieux »](#)

À propos de [Visibrain](#)

Visibrain est une plateforme de veille des réseaux sociaux utilisée par les professionnels de la communication pour gérer leurs problématiques d'image de marque. Créée en 2011, Visibrain est utilisée aujourd'hui par les leaders les plus exigeants du marché comme Bouygues Télécom, Société Générale, Havas Worldwide, GRDF ou encore SNCF.

<https://www.visibrain.com/fr/>