



Communiqué de presse
Paris, le 14 octobre 2024

TikTok : Les marques automobiles passent à la vitesse supérieure

TikTok s'impose comme le showroom le plus divertissant pour l'industrie automobile et fédère une communauté passionnée de voitures. Tous découvrent de nouveaux modèles, apprennent, se connectent les uns les autres et interagissent avec les marques automobiles de manière totalement inédite.

En forte expansion, cette communauté reflète l'intérêt croissant pour l'automobile avec 89 % des utilisateurs de TikTok qui expriment désormais un attrait pour cet univers. Par exemple, le hashtag [#Car](#) a enregistré une hausse de 25 % des vues de vidéos sur un an (d'avril 2023 à avril 2024) [1].

Ce qui distingue la communauté automobile de TikTok, c'est sa diversité. Elle réunit des profils allant des passionnés chevronnés aux jeunes conducteurs, créant un dialogue riche autour de l'automobile. Les discussions se structurent en micro-communautés, que ce soit autour de la personnalisation de véhicules ou de sous-cultures comme le [#Motorsport](#) et le [#Drift](#), souvent influencées par la musique, le cinéma et la pop culture. TikTok devient ainsi un catalyseur de tendances, favorisant l'émergence de nouvelles sous-communautés et encourageant l'expression de passions uniques, du tuning aux sports mécaniques.

Pour Stuart Flint, **Head of Global Business Solutions Europe chez TikTok** : « *L'expérience d'achat de voitures a considérablement évolué, et se rendre dans une concession n'est plus la seule option pour les acheteurs. Aujourd'hui, des communautés en ligne engagées recherchent du contenu pertinent, consultent des avis, et prennent des décisions, qu'il s'agisse de réserver un essai en concession ou de se faire livrer une voiture à domicile. Ce nouveau paysage représente une opportunité incroyable pour des plateformes comme TikTok, non seulement de présenter de nouvelles marques, mais aussi d'intégrer les clients potentiels dans des communautés passionnées par l'automobile.* »

L'engouement pour l'automobile crée de nouvelles opportunités pour les marques

Des hashtags tels que [#CarSpotting](#), [#SuperCars](#) ou [#GermanCars](#) permettent aux marques automobiles de toucher un public plus engagé et réceptif. TikTok abrite une communauté dynamique de conducteurs, souvent sans préférence pour une marque, mais particulièrement réceptifs aux contenus automobiles. L'engouement pour l'automobile sur la plateforme englobe une large variété de sujets, comme en témoignent les 45 millions de publications sur la série F1 : Drive to Survive [1], offrant ainsi une grande opportunité d'engagement pour les marques.

Que ce soit à travers l'évolution des modes de vie, le désir de véhicules plus modernes ou l'attrait pour des options haut de gamme, TikTok joue un rôle essentiel dans le parcours d'achat des utilisateurs, en stimulant l'inspiration, en facilitant la recherche et en encourageant à l'action.

Les marques automobiles bien établies cherchent désormais de nouvelles manières d'interagir avec cette communauté passionnée. Selon une étude, deux tiers (66 %) des utilisateurs de TikTok envisagent d'acheter une voiture dans les deux prochaines années.

« Chez Stellantis, il est essentiel de s'adapter aux codes de TikTok. Grâce à des collaborations avec des créateurs variés et à l'utilisation des Spark Ads, nous avons créé un contenu authentique qui suscite un engagement fort et établit un lien avec une nouvelle génération de passionnés d'automobile », déclare Camille Bataille, **Head of Brand Content Creative Excellence chez Stellantis.**

Des passionnés d'automobile sur TikTok fidèles à une marque, mais une majorité de cœurs à prendre

Sur TikTok, de nombreux passionnés d'automobile affichent leur fidélité envers certaines marques : 13 % des utilisateurs de la plateforme se considèrent comme de véritables « fidèles », plaçant la réputation et l'héritage des marques au cœur de leurs choix. Ce groupe est 1,7 fois plus susceptible d'acheter ou de louer une nouvelle voiture après avoir vu du contenu automobile sur TikTok [2].

Cependant, il reste de nombreuses opportunités pour les marques concurrentes. En effet, 21 % des utilisateurs de TikTok sont des jeunes conducteurs ou des individus qui envisagent de passer leur permis dans les années à venir. Or, ce groupe est 1,8 fois plus susceptible de ne pas avoir de préférence pour une marque en particulier. TikTok se positionne ainsi comme la plateforme idéale pour les marques automobiles souhaitant capter l'attention de ces futurs consommateurs et forger la prochaine génération de défenseurs de leur marque.

Des conducteurs responsables inspirés par TikTok

Non seulement les utilisateurs de TikTok s'intéressent à l'industrie automobile, mais ils envisagent la conduite d'une manière différente, plus respectueuse de l'environnement, avec une communauté « d'automobilistes conscients » qui privilégient les options de voitures plus écologiques. Selon une étude, 29 % des utilisateurs de TikTok prévoient d'acheter un véhicule électrique ou hybride dans un avenir proche [2].

Les marques répondent à cette tendance. La campagne [#AllElectricNow](#) de [Smart](#), menée avec des créateurs allemands populaires, a mobilisé des milliers d'utilisateurs sur TikTok, générant plus de 576 millions d'impressions avec des transformations rapides et des effets visuels électriques.

Les amateurs de voitures sur TikTok se composent de diverses sous-communautés qui partagent ce mode de pensée plus écologique. Ils représentent un tiers des utilisateurs de la plateforme et s'intéressent fortement aux voitures. Bien que soucieux de

l'environnement, ils restent également attirés par la puissance. Les utilisateurs souhaitant acheter un véhicule électrique ou hybride sont 79 % plus susceptibles de le faire pour des raisons environnementales, mais ils valorisent aussi la performance, la vitesse et la puissance [2].

[1] Données internes TikTok, FR, GB, DE, IT, ES, NO, PL, RO, SE, avril 2024, sur les hashtags croisés

[2] Étude TikTok Marketing Science EUI sur l'automobile en 2024, réalisée par AYTM

À propos de TikTok

TikTok est la destination incontournable pour les vidéos mobiles au format court. Nous avons pour mission d'être une source d'inspiration pour les utilisateurs et d'enrichir leur quotidien en offrant un lieu où exprimer leur créativité ainsi qu'une expérience authentique, amusante et positive. **TikTok** est présent partout dans le monde avec des bureaux notamment à Los Angeles, New York, Londres, Paris, Berlin, Dubaï, Singapour, Jakarta, Séoul et Tokyo. www.tiktok.com