

Communiqués

Jun 10, 2025 | ID: 349870

Les Canadiens affirment que la sécurité prime... mais la confiance n'est pas au rendez-vous, révèle un nouveau sondage de Volvo Car Canada

L'engagement de Volvo envers l'innovation en matière de sécurité contribue à combler l'écart entre les attentes des Canadiens et leur expérience au volant.

RICHMOND HILL (Ontario), le 10 juin 2025 — Les Canadiens sont catégoriques : la sécurité automobile prime. **En effet, 81 % des Canadiens affirment que les cotes de sécurité influencent leurs décisions d'achat.** Mais selon une récente étude menée par Volvo Car Canada, cette conviction ne se reflète pas toujours dans la confiance ou des comportements concrets au volant. Moins de la moitié (40 %) des conducteurs se disent pleinement confiants que leur véhicule actuel les protégerait en cas de collision, un chiffre encore plus faible chez les jeunes conducteurs.

Ces résultats révèlent un écart important entre ce que les conducteurs disent valoriser et ce qu'ils ressentent réellement sur la route. Chez Volvo, la sécurité a toujours été plus qu'une caractéristique : c'est un pilier de la marque. De l'invention de la ceinture de sécurité à trois points en 1959 à l'intégration de la technologie Safe Space dans ses véhicules actuels, Volvo poursuit une mission claire : réduire l'écart entre attentes et réalité grâce à des innovations fondées sur des données concrètes.

« Les Canadiens nous disent que la sécurité importe, et cela fait des décennies que nous les écoutons », affirme Matt Girgis, directeur général de Volvo Car Canada. « Chez Volvo, nous concevons des voitures et des innovations de sécurité qui aident à protéger ce qui compte le plus : les gens et leurs proches. »

Les découvertes clés :

- **Un déficit de confiance** : seulement 40 % des Canadiens sont pleinement confiants que leur véhicule les protégerait en cas d'accident. Ce taux chute à 32 % chez la génération Z et grimpe à 48 % chez les baby-boomers.
- **Confiance versus compréhension** : 61 % font confiance à des systèmes comme la surveillance des angles morts et l'assistance au maintien de voie. Pourtant, 59 % — surtout les jeunes conducteurs — trouvent ces technologies modernes distrayantes ou difficiles à comprendre.
- **Sécurité versus prix** : bien que la sécurité soit jugée importante, seulement 9 % la classent comme facteur numéro un lors de l'achat d'un véhicule, loin derrière le prix (34 %) et l'efficacité énergétique (15 %).
- **Fonctionnalités essentielles** : les Canadiens considèrent les caméras de recul (40 %) et la détection des angles morts (26 %) comme indispensables, et 51 % sont prêts à payer davantage pour des systèmes de sécurité avancés.

Volvo : pionnier de la sécurité dans le monde réel

Grâce à plus de cinq décennies de données recueillies à partir d'accidents documentés, Volvo Cars possède un savoir unique qui capture la complexité du monde réel. C'est ce savoir, la fondation des innovations de sécurité signées Volvo, qui a façonné les standards de la marque au fil des années.

Cet esprit d'innovation se manifeste dans des caractéristiques comme la technologie **Safe**

Space, présente dans la gamme actuelle de Volvo. Il s'agit d'un ensemble de systèmes avancés d'aide à la conduite conçus pour aider à protéger les personnes à bord et autour du véhicule et prévenir les accidents avant qu'ils ne surviennent.

La plus récente innovation en sécurité de Volvo est **la toute première ceinture de sécurité multi-adaptative** qui sera lancée dans le Volvo EX60 entièrement électrique en 2026. Conçue pour offrir une protection encore plus poussée dans des situations routières réelles, elle utilise des capteurs internes et externes pour personnaliser le niveau de protection. Elle ajuste les paramètres en fonction du contexte et du profil individuel comme la taille, le poids, la morphologie et la position assise.

Un avenir plus sécuritaire pour tous

L'entreprise mise également sur les données pour améliorer la sécurité, avec maintenant l'aide de l'IA et de l'apprentissage automatique pour analyser des milliards de données en temps réel, en accélérant l'atteinte de son objectif zéro collision et en propulsant ses innovations en sécurité vers de nouveaux sommets.

Forte de décennies de redéfinition des standards de sécurité, Volvo s'engage à concevoir des **véhicules de confiance aujourd'hui comme demain**. Pour en savoir plus sur l'héritage de sécurité de Volvo et ses innovations : volvocars.com/fr-ca/safety/overview

###

Pour en savoir plus sur les produits et services de Volvo, rendez-vous sur www.volvocars.com/fr-ca

Pour télécharger l'infographie et les éléments visuels, cliquer [ici](#).

Pour plus d'information :

holly.wilks@narrative.ca / (519) 495-2568
jennifer.okoeguale@volvocars.com / (647) 881-6878

À propos de cette étude

Les résultats proviennent d'un sondage mené par Volvo du 8 au 12 mai 2025 auprès d'un échantillon représentatif de 1 505 Canadiens membres du Forum Angus Reid. Le sondage a été administré en anglais et en français. À titre comparatif, un échantillon probabiliste de cette taille aurait une marge d'erreur de $\pm 2,53$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

À propos de Volvo Car Canada Ltd.

Volvo Car Canada Ltd. est une filiale du Volvo Car Group de Göteborg, Suède. VCCL soutient les activités de marketing, de ventes, de pièces, de service, de technologies et de formation pour les 37 concessionnaires Volvo à travers le Canada. Pour plus d'information, visitez le site web médias de Volvo Cars Canada au media.volvocars.com/ca/fr-ca

Volvo Cars en 2024

En 2024, le groupe Volvo Car a enregistré un bénéfice d'exploitation record de 27 milliards de SEK. Le chiffre d'affaires annuel a atteint un sommet historique de 400,2 milliards de SEK, alors que les ventes mondiales atteignaient le nombre record de 763 389 véhicules.

À propos du groupe Volvo Car

Volvo Cars a été fondée en 1927. Elle est aujourd'hui l'une des marques automobiles les plus reconnues et respectées au monde, avec une présence commerciale dans plus de 100 pays. L'entreprise est cotée à la bourse Nasdaq de Stockholm sous le symbole « VOLCAR B ».

« Pour la vie. Donner aux gens la liberté de se déplacer de façon personnelle, écoresponsable et sécuritaire. » Cet objectif se reflète dans l'ambition de Volvo Cars de devenir un constructeur d'automobiles entièrement électriques d'ici 2030, ainsi que dans son engagement envers la

réduction continue de son empreinte carbone, puisqu'elle aspire à être une société climatiquement neutre d'ici 2040.

En décembre 2024, Volvo Cars comptait environ 42 600 employés à temps plein. Son siège social, ainsi que les départements de développement produit, de marketing et d'administration, sont principalement situés à Göteborg, en Suède. Les usines de production sont établies à Göteborg, Gand (Belgique), Caroline du Sud (États-Unis), Chengdu, Daqing et Taizhou (Chine). L'entreprise possède également des centres de recherche et développement ainsi que de design à Göteborg et à Shanghai (Chine).

Mots clés:

Corporate News, Press Releases

La description et les faits repris dans le matériel de presse concernant la gamme de voitures internationale de Volvo Cars. Les équipements peuvent être optionnels. Les spécifications peuvent varier en fonction du pays et peuvent être modifiées sans préavis.

Contacts média

Jennifer Okoeguale

Corporate Communications & PR

Volvo Car Canada Ltd

Téléphone: +1 647-881-6878

jennifer.okoeguale@volvocars.com

Images liées



Plus de photos >

media.volvocars.com >

volvocars.com >

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (or its affiliates or licensors).

