

VBOS

SONDAGE
D'OPINION AUPRÈS
DES ACHETEURS
CANADIENS DE
VÉHICULE



Prospectus d'étude destiné aux décideurs politiques



Premier aperçu national d'un marché canadien des véhicules neufs en pleine mutation : nouveaux groupes propulseurs, évolution des préférences des consommateurs et arrivée des marques automobiles chinoises.

Commandité par



Trois facteurs simultanés sont susceptibles de transformer le marché canadien des véhicules neufs :

- Une transition vers les groupes propulseurs électrifiés qui s'accélère, tout en demeurant inégale;
- L'arrivée des marques automobiles chinoises, maintenant que le gouvernement fédéral leur a ouvert la porte;
- Des questions sur la façon dont le comportement des consommateurs pourrait évoluer à mesure que les choix de marques se multiplient.

Ensemble, ces forces créent les conditions permettant de gagner ou de perdre rapidement des parts de marché.

Le *Sondage d'opinion auprès des acheteurs canadiens de véhicule (VBOS)* est la première étude syndiquée menée auprès des acheteurs canadiens et axée sur ce moment précis : elle offre une analyse nationale, actualisée et reposant sur des données statistiques pour comprendre le raisonnement des acheteurs, leurs souhaits et leurs intentions – ainsi que la clarté nécessaire pour agir en conséquence.

À PROPOS DU SONDAGE

 Public cible	Les adultes canadiens âgés de 18 ans et plus ayant acheté ou loué un véhicule neuf au cours des cinq dernières années
 Échantillonnage	2 007 personnes interrogées provenant du panel de consommateurs Leger Opinio (LEO), le plus important et le plus fiable au Canada, offrant une couverture représentative à l'échelle nationale par province ou région, tranche d'âge et sexe
 Profil psychographique	Les personnes interrogées sont classées en fonction de leurs motivations d'achat d'un véhicule neuf, notamment des critères tels que l'aspect pratique, la fiabilité, la sécurité, la technologie/connectivité et l'impact sur l'environnement
 Échéancier	Collecte de données : du 23 juin au 10 juillet 2026 Publication du Rapport : semaine du 24 août 2026 Comptes rendus de la direction : programmés en consultation avec chaque abonné entre le 24 août et le 24 octobre 2026

COMMANDITAIRES DU SONDAGE

Le sondage est le fruit d'une collaboration entre deux des principaux experts de l'industrie au Canada, Universus Media Group et Clarify Group, qui allie une connaissance approfondie du secteur et une large portée à une expertise en matière de recherche indépendante.

COMMANDITAIRE DU SONDAGE



Universus Media Group Inc. est une agence de communication marketing de premier plan spécialisée en automobile et l'éditeur des magazines *Canadian Auto Dealer* et *Affaires automobiles*, importants médias imprimés et numériques pour les concessionnaires de véhicules neufs du Canada, qui bénéficient d'une audience directe dans tout le réseau des concessionnaires.

RESPONSABLE DE LA RECHERCHE



Clarify Group Inc. est un cabinet canadien spécialisé dans les études de marché et le conseil dans l'industrie automobile. Elle combine des compétences en matière de recherche, de données et d'analyse, de conseil ainsi que de formation et d'accompagnement, afin d'aider ses clients à aller au-delà des données (« Quoi? ») des répercussions (« Et alors? ») et des actions à mener (« Et maintenant? ») pour leurs activités.

Clarify est un partenaire de recherche de confiance pour plusieurs parties prenantes majeures de l'industrie, notamment la Corporation des associations de détaillants d'automobiles (CADA) et bon nombre des plus grands salons automobiles d'Amérique du Nord, ceux de Toronto, New York, Los Angeles, Montréal, Vancouver et Québec, entres autres.

Clarify est responsable de la conception, de la mise en œuvre et de la production des rapports relatifs au Sondage.

VBOS: UNE VISION UNIQUE DES POINTS DE VUE DES CONSOMMATEURS

Alors que d'autres études sur l'industrie se contentent de relever l'intérêt marqué des consommateurs, le présent sondage va au-delà des apparences pour analyser en détail les raisons qui sous-tendent le comportement des consommateurs canadiens. Il propose des réflexions uniques et d'actualité que l'on ne retrouve pas dans d'autres études, à savoir :

Valeur de la marque liée au pays d'origine

Comment les Canadiens perçoivent-ils les marques et les véhicules provenant de différentes régions, soit la Chine, le Japon, la Corée du Sud, l'Europe et l'Amérique du Nord, selon sept critères – un aperçu direct de la façon dont les perceptions des consommateurs influencent leurs intentions.

Soutien de l'opinion publique à la politique d'entrée sur le marché de nouvelles marques

Opinion des Canadiens par région (Colombie-Britannique, Prairies, Ontario, Québec, provinces de l'Atlantique) concernant la décision du gouvernement fédéral d'autoriser l'entrée sur le marché de marques automobiles chinoises, notamment :

- Niveau général de soutien ou d'opposition de l'opinion publique à cette politique
- Principales raisons expliquant le soutien du public, notamment l'amélioration de l'abordabilité des véhicules ainsi que le renforcement de la concurrence et l'élargissement du choix offert aux consommateurs
- Probabilité que les Canadiens envisagent l'achat d'un véhicule de marque chinoise
- Raisons pour lesquelles les Canadiens pourraient hésiter à envisager l'achat d'un véhicule de marque chinoise, telles que l'absence d'expérience préalable ou la méconnaissance de ces marques, la perception de leur qualité et de leur fiabilité, ainsi que le niveau de prise en charge en matière de pièces et de service après-vente

Informations stratégiques au niveau des marques concernant les nouveaux entrants potentiels

Sensibilisation, connaissance et probabilité d'achat pour 15 constructeurs chinois cités, ainsi que probabilité d'achat et perceptions ou obstacles particuliers qui freinent les acheteurs, notamment la protection des données, les considérations éthiques et sociales, le rendement par temps froid et la durabilité.



Fidélité, conquête et défection

Dans quelle mesure les propriétaires sont-ils susceptibles de rester fidèles à la marque ou au concessionnaire, et où existe-t-il un risque de perte de clientèle ou une occasion d'attirer de nouveaux clients?

La demande en groupes propulseurs et l'évolution des véhicules électriques

Répartition actuelle des véhicules et intentions d'achats futurs concernant les véhicules à essence ou au diesel, hybrides, hybrides électriques rechargeables (VHER) et électriques à batterie (VEB), et intérêt pour les véhicules électriques chez les non-propriétaires. Le Sondage évalue les intentions des consommateurs pour l'ensemble des groupes propulseurs; ainsi, la question des véhicules électriques est abordée dans le contexte de l'ensemble du marché, et non de manière isolée.

Dynamique de l'entonnoir d'achat

À quelle étape du parcours d'achat se trouvent les consommateurs :

- Échéancier
- Type de carrosserie
- Comparaison entre les produits neufs et d'occasion
- Prix d'achat prévu et mensualités
- Préférences en matière d'acquisition d'un véhicule chinois : crédit-bail, prêt ou paiement au comptant
- Segmentation démographique et par type de ménage



COMMENT LES DÉCIDEURS POLITIQUES PEUVENT-ILS TIRER PARTI DES RENSEIGNEMENTS FOURNIS PAR LE SONDAGE

Perceptions concernant le commerce et l'accès aux marchés

- Évaluez le soutien de l'opinion publique en faveur de l'ouverture du marché à de nouvelles marques étrangères, et déterminez dans quelle mesure les Canadiens évaluent cet enjeu par rapport à l'emploi, aux droits humains, au libre-échange et aux relations commerciales avec les États-Unis

Confidentialité des données et sécurité des véhicules

- Suivez les préoccupations du public concernant les données et la sécurité des véhicules connectés ainsi que l'importance accordée aux normes de sécurité, aux taux de collision et à la durabilité

Transition vers les véhicules zéro émission et objectifs climatiques

- Comprenez l'intérêt pour les véhicules électriques chez les personnes ne possédant pas de véhicule zéro émission (VZE) et évaluez leur intention d'achat de véhicules hybrides, électriques hybrides rechargeables (VEHR) et entièrement électriques (VEE) afin d'orienter les programmes d'infrastructure et d'incitation

Abordabilité et équité régionale

- Indice des prévisions relatives au prix d'achat et aux mensualités par région (Colombie-Britannique, Prairies, Ontario, Québec et les provinces de l'Atlantique), mis en corrélation avec les revenus et les données démographiques afin d'étayer l'élaboration d'une politique en matière de transport équitable

FRAIS D'ACCÈS AU SONDAGE POUR LES DÉCIDEURS POLITIQUES

Sondage d'opinion auprès des acheteurs canadiens de véhicule 2026

Prix en dollars canadiens (CAD), sans les taxes applicables

9 450 \$

Vos frais d'accès comprennent :

- Rapport d'étude complet** présentant les résultats à l'échelle nationale et régionale (Colombie-Britannique, Prairies, Ontario, Québec et les provinces de l'Atlantique)
- Tableau de bord interactif** permettant d'accéder à l'ensemble des données afin d'explorer, de croiser et de segmenter les résultats
- Compte rendu de la direction** animé par un responsable principal de Clarify spécialisé dans les études sur l'industrie automobile, organisé en ligne et abordant notamment les implications stratégiques pour votre ou vos marques

Pour vous abonner ou en savoir plus, veuillez contacter :



Darren Slind
Cofondateur et président
Clarify Group Inc.
✉ dslind@clarifygroup.com
☎ +1 647 294 3033
www.clarifygroup.com



Mark James
Directeur des relations publiques et des communications
Universus Media Group Inc.
✉ mjames@universusmediagroup.com
☎ +1 416 508 1670
www.universusmediagroup.com