

POUR PUBLICATION IMMÉDIATE

Une nouvelle étude révèle que 63 % des Canadiens interrogés sont favorables à l'ouverture du marché canadien aux véhicules de marques chinoises

Malgré une notoriété encore faible, 38 % des acheteurs de véhicules canadiens interrogés sont prêts à envisager une marque automobile chinoise comme prochain véhicule, les raisons les plus souvent citées étant l'abordabilité, les choix offerts et la concurrence.

MARKHAM (Ont.), le 31 août 2026 Près des deux tiers des acheteurs canadiens de véhicules neufs soutiennent la politique du gouvernement fédéral autorisant les importations limitées de véhicules électriques fabriqués en Chine, tandis que 38 % d'entre eux déclarent envisager d'opter pour une marque automobile chinoise pour leur prochain véhicule, selon une nouvelle étude nationale publiée aujourd'hui.

Conçu par Clarify Group et commandité par Universus Media Group, le **Sondage d'opinion auprès des acheteurs canadiens de véhicule** a interrogé 2 007 Canadiens ayant acheté ou loué un véhicule neuf au cours des cinq dernières années, afin de mieux comprendre le marché canadien des véhicules neufs, en pleine période de transition.

« En s'adressant directement aux Canadiens qui ont récemment fait l'acquisition d'un véhicule, le Sondage fournit des renseignements très précis sur les facteurs qui motivent les réflexions et les décisions des acheteurs de véhicules canadiens, a déclaré Darren Slind, président de Clarify Group. Ce que nous constatons, c'est que de nombreux consommateurs désirent davantage d'options plus abordables – quelle que soit leur origine – et qu'une forte majorité des personnes interrogées font confiance à la politique du gouvernement pour trouver un juste équilibre entre les avantages d'une concurrence accrue et la situation dans un contexte plus large. »

Voici les principales conclusions du Sondage :

Avant même l'arrivée des premiers véhicules, bon nombre de Canadiens évaluent déjà les avantages concrets que pourraient apporter les marques chinoises par rapport aux éventuelles préoccupations.

- **Les personnes interrogées dans une proportion de 63 % soutiennent la politique du gouvernement visant à autoriser l'entrée des marques chinoises sur le marché canadien**, tandis que 12 % n'ont pas d'opinion sur la question.

- Des véhicules plus abordables (72 %), une concurrence accrue (61 %) et un choix plus large (61 %) ont été les principales raisons invoquées pour expliquer cette autorisation.
- Les cinq principaux obstacles cités concernent des aspects pratiques, tels que la qualité et la fiabilité (43 %), l'entretien et les réparations et pièces (40 %), le manque d'expérience avec ces marques (39 %), l'adaptation aux conditions météorologiques du Canada (36 %) et les normes de sécurité (32 %).
- Il existe toutefois des réticences concernant les grands enjeux économiques et politiques : de nombreuses personnes interrogées ont en effet exprimé des inquiétudes quant à la protection des données (30 %) et aux retombées sur l'emploi au Canada (30 %), tandis que seulement 14 % des personnes se sont dites préoccupées par les répercussions sur les relations commerciales avec les États-Unis.

Le Sondage a également cherché à déterminer où les acheteurs canadiens préféreraient acquérir des marques chinoises et a révélé que les concessionnaires locaux ayant su instaurer une relation de confiance et proposant des essais routiers auront une influence déterminante sur la décision de la plupart des Canadiens d'envisager ou non l'achat d'un véhicule de marque chinoise.

- **Malgré une notoriété encore très faible de la marque, 38 % des Canadiens interrogés envisageraient d'acheter une marque chinoise** – les concessionnaires apparaissant comme un facteur essentiel de confiance.

- Les personnes interrogées dans une proportion de 48 % ne pouvaient citer aucune marque chinoise, mais 39 % seraient susceptibles d'envisager d'en acheter une si leur concessionnaire commençait à les commercialiser.
- Les personnes interrogées dans une proportion de 37 % souhaitent essayer un véhicule d'une marque chinoise, ce que 77 % d'entre eux préféreraient faire chez leur concessionnaire local.
- Parmi les personnes ayant indiqué qu'elles envisageraient d'acheter un véhicule chinois, 88 % déclarent qu'elles s'appuieront sur leur concessionnaire agréé pour les aider à prendre leur décision

« Ces résultats soulignent le rôle important que jouent les concessionnaires pour transformer l'intérêt en intention d'achat, mais ce travail doit également commencer plus en amont dans le processus, à mesure que de nouvelles marques font leur entrée sur le marché, a mentionné Niel Hiscox, chef de la direction de Clarify Group. Qu'il s'agisse de vendre ces nouveaux véhicules de marques chinoises ou de leur faire concurrence, le Sondage fournit des renseignements utiles à l'industriel dans un contexte de grande incertitude. »



Pour en savoir davantage sur le Sondage, vous pouvez organiser des entrevues avec Darren Slind, président de Clarify Group, et Niel Hiscox, chef de la direction de Clarify Group.

Pour des entrevues ou d'autres demandes de renseignements des médias, veuillez communiquer avec

Mark James

Directeur des relations publiques et des communications, Universus

Par téléphone au : 416 508-1670

Par courriel : mjames@universusmediagroup.com

À propos du Sondage

Le Sondage d'opinion auprès des acheteurs canadiens de véhicule est le fruit d'une collaboration entre deux des principaux experts de l'industrie au Canada, Universus Media Group et Clarify Group, qui allient une connaissance approfondie de l'industrie automobile à une expertise en matière de recherche indépendante. Il a été conçu pour donner un aperçu national du marché canadien des véhicules neufs en pleine mutation : nouveaux groupes propulseurs, évolution des préférences des consommateurs et arrivée des marques automobiles chinoises. Ses objectifs consistent à déterminer les intentions d'achat de véhicules des Canadiens (moment d'achat, type de carrosserie, groupes propulseurs, budget et préférences quant au mode de paiement), à comprendre les attitudes, le degré de notoriété et le niveau d'intérêt des consommateurs canadiens à l'égard des nouvelles marques automobiles chinoises, ainsi qu'à examiner le rôle du concessionnaire dans la promotion de l'achat futur de véhicules de marques chinoises.

Ces résultats s'appuient sur les réponses de 2 007 adultes canadiens âgés de 18 ans et plus ayant acheté ou loué un véhicule neuf au cours des cinq dernières années. Ce Sondage a été mené entre le 23 juin et le 10 juillet 2026 auprès de répondants provenant du panel de consommateurs Leger Opinion (LEO), le plus important et le plus fiable du Canada, et offrant une couverture représentative à l'échelle nationale par province ou région, tranche d'âge et sexe.

Pour en savoir plus sur l'achat du rapport d'étude complet, veuillez consulter le site clarifygroup.com/fr/vbos/.



À propos de Clarify Group

Clarify Group Inc. est une société de conseil automobile établie dans la région du Grand Toronto. L'équipe de Clarify allie plusieurs décennies d'expérience en gestion automobile internationale à une expertise particulière en matière d'études sur l'expérience client, d'analyse de données, de planification stratégique et d'amélioration du rendement. Clarify accompagne ses clients de l'ensemble de l'écosystème automobile – notamment les constructeurs, les groupes de concessionnaires, les salons automobiles, les associations sectorielles et les fournisseurs de technologies de vente au détail – dans la prise de décisions fondées sur les données. Pour en savoir plus, visitez le site clarifygroup.com.

À propos d'Universus Media Group

Universus Media Group est une agence de marketing et de communication établie à Toronto qui accompagne des clients partout au Canada et aux États-Unis. Grâce à notre expertise en relations publiques, en recherche et en création, ainsi qu'à nos capacités intégrées dans les domaines du leadership, des relations avec les médias, de la création de contenu, du marketing numérique, de la production vidéo et bien d'autres encore, nous aidons les organisations à communiquer avec clarté, crédibilité et détermination. C'est dans le secteur automobile que réside notre expertise la plus approfondie; nous y collaborons avec des constructeurs, des entreprises du marché des pièces de rechange, des fournisseurs et des organisations de l'industrie. Notre expérience couvre également les secteurs de la beauté et du mieux-être, des services financiers, des associations et des organismes à but non lucratif, notamment Special Olympics Ontario. Pour en savoir plus, visitez le site <https://universusmedia.com/>.

#