

Communiqué de presse  
Le 12 mai 2026

## Enquête Alphabet France x YouGov :

### Sécurité routière : près de 8 Français sur 10 estiment que les entreprises ont un rôle à jouer dans la prévention des risques routiers

Alphabet France, le spécialiste des solutions et services de mobilité à destination des entreprises et de leurs collaborateurs, s'est penché, avec l'Institut d'études YouGov, sur la perception des Français quant au rôle que doivent jouer les entreprises dans la prévention des risques routiers.

**Les résultats montrent qu'une large majorité de Français considère que les entreprises ont une responsabilité en matière de sécurité routière :**

- Selon l'enquête, 78 % des Français estiment que les entreprises ont un rôle à jouer dans la prévention des risques routiers, parmi lesquels 28 % jugent ce rôle « très important » et 50 % « assez important ».
- Seules 22 % des personnes interrogées estiment que ce rôle est moindre (19 % « pas vraiment importante » et 3 % « pas du tout importante »).

**Ces résultats traduisent une attente forte de l'opinion publique à l'égard des entreprises en matière de prévention des risques routiers.**

### Une perception largement partagée, quels que soient les profils

L'étude met en évidence une perception globalement homogène du rôle des entreprises dans la prévention des risques routiers au sein de la population :

- **77 % des hommes** et **79 % des femmes** estiment que les entreprises ont un rôle à jouer en matière de sécurité routière.
- Les différences entre catégories socioprofessionnelles sont peu marquées : **76 % des CSP+** et **80 % des CSP-** partagent cette opinion.
- Cette convergence s'observe également au niveau territorial, avec des niveaux proches d'une région à l'autre : **80 % dans le Nord-Est**, **78 % dans le Nord-Ouest**, **76 % en Île-de-France**, **77 % dans le Sud-Est** et **78 % dans le Sud-Ouest**, ce qui traduit une perception globalement partagée à l'échelle nationale.
- Malgré quelques variations, toutes les tranches d'âge se rejoignent quant au rôle des entreprises en matière de prévention routière : **83 % des 18-24 ans**, **83 % des 25-34 ans**, **81 % des 35-44 ans**, **70 % des 45-54 ans** et **77 % des 55 ans et plus** estiment que les entreprises ont un rôle à jouer en matière de prévention routière.

## Une perception également partagée quel que soit l'usage de la route

La perception du rôle des entreprises en matière de sécurité routière est également largement partagée par les personnes interrogées, quel que soit le mode de transport utilisé : les automobilistes estiment à 78 % que les entreprises ont un rôle à jouer, tout comme 77 % des usagers du métro, 80 % des usagers du bus et 74 % des cyclistes.

Ces résultats montrent que la question de la sécurité routière s'inscrit dans une perception globale des enjeux de mobilité, au-delà des seuls usagers directement exposés à la conduite.

## Un enjeu de responsabilité collective pour les entreprises

Alors que les déplacements professionnels constituent un facteur de risque important sur les routes, ces résultats confirment une forte attente des citoyens à l'égard des entreprises. En effet, les entreprises représentent plus de la moitié des immatriculations de véhicules neufs en France et une part très importante des véhicules en circulation, ce qui contribue à expliquer les attentes de l'opinion publique à leur égard en matière de sécurité routière.

**La sécurité routière s'inscrit dans une logique de responsabilité partagée, dans laquelle les entreprises occupent une place importante.** Cet état de fait traduit leur rôle structurant dans l'organisation des mobilités, et dans leur capacité à influencer les comportements.

**Les entreprises disposent de leviers concrets pour agir**, notamment à travers la **sensibilisation** des collaborateurs, la mise en place de **formations** à la conduite préventive, l'**encadrement** de l'usage des véhicules ou encore l'intégration de **critères** de sécurité dans leurs politiques de mobilité. Ces démarches peuvent s'appuyer sur des outils et dispositifs opérationnels tels que la formalisation de chartes d'utilisation des véhicules, le rappel des bonnes pratiques (usage du téléphone, gestion de la fatigue, etc.) et le suivi des comportements de conduite.

En structurant ces actions dans la durée, les entreprises ancrent la prévention dans le quotidien de leurs collaborateurs et consolident leur démarche globale en matière de sécurité routière. Cette reconnaissance renforce la légitimité de leur engagement et souligne l'intérêt d'en faire un axe majeur de leur politique RSE, à la fois humain et stratégique.

---

**Méthodologie** | Enquête réalisée par l'institut d'études YouGov pour Alphabet France. L'enquête a été réalisée sur 1009 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus. Le sondage a été effectué en ligne, sur le panel propriétaire YouGov France, du 14 au 15 avril 2026. Toutes les données ici présentées sont de YouGov France, sauf mention contraire.

---

## À propos d'Alphabet

Chaque jour, les équipes Alphabet s'investissent auprès des responsables d'entreprise pour trouver, mettre en place et maintenir les solutions de mobilité les mieux adaptées à leur organisation et à leurs collaborateurs. Leur volonté est de leur apporter un regard complet sur la mobilité de leur entreprise prenant en compte les aspects financiers, économiques et fiscaux, la réglementation et ses évolutions, la RSE, la sécurité, le bien-être de leurs salariés, leur marque employeur. Leur ambition est de s'inscrire avec chacun de leurs partenaires dans une démarche qualitative de partenariat solide et durable.

Filiale du BMW Group, Alphabet est présent dans 38 pays et accompagne quotidiennement 800 000 conducteurs de véhicules particuliers et utilitaires légers de toutes marques, dont 108 000 en France. Pour suivre les actualités d'Alphabet France en temps réel : [site internet](#) · [LinkedIn](#) · [Facebook](#) · [YouTube](#)

---