

opinionway,

— POUR —



ASSURANCE
PRÉVENTION

Ensemble agir, chaque jour prévenir

Quel est l'impact d'une conversation téléphonique sur la vigilance au volant ?

Rapport de l'étude | Juin 2026

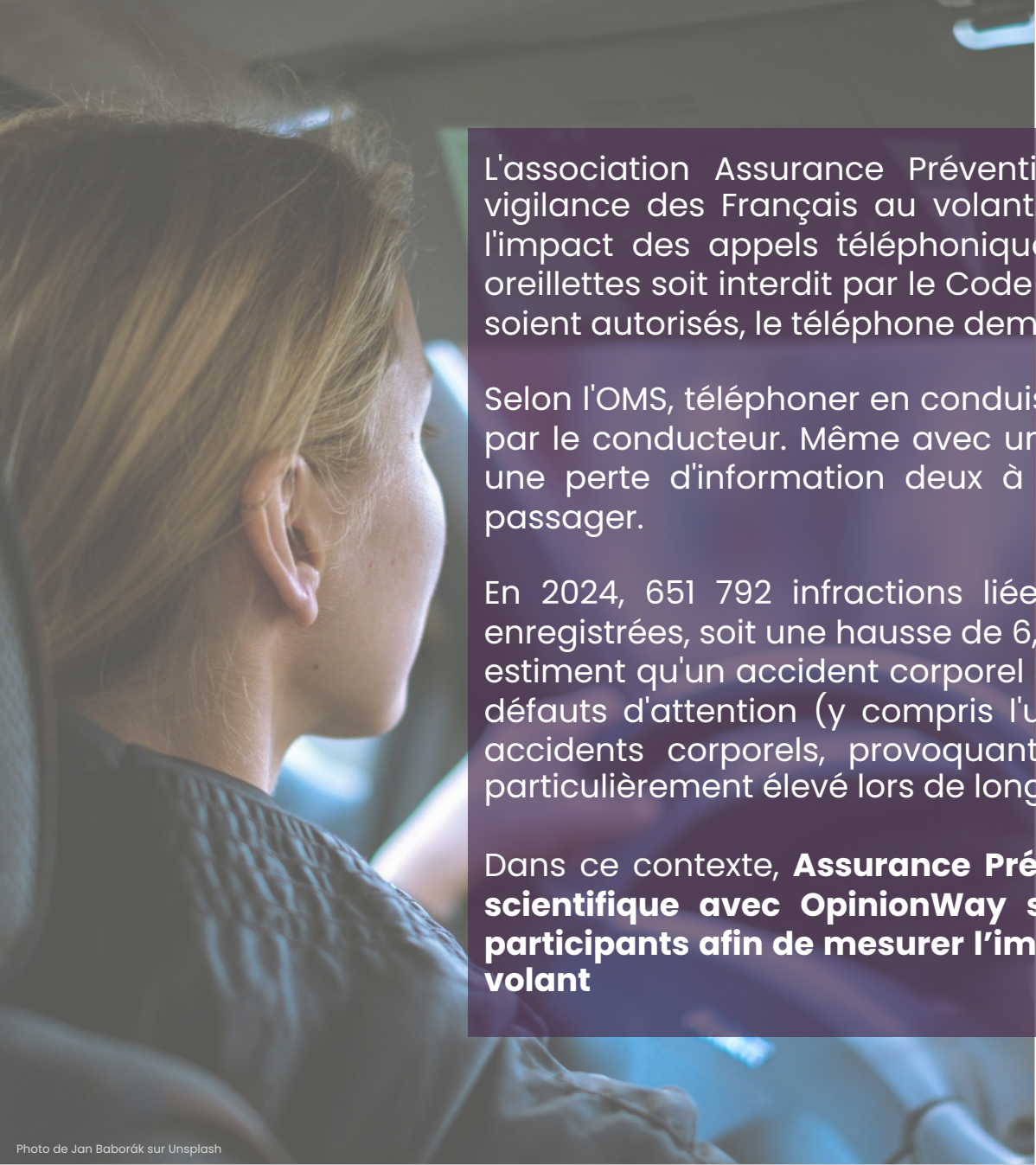




Contexte initial et objectifs

opinionway

Crédits : benjamin-davies



L'association Assurance Prévention mène depuis 2019 des études scientifiques sur la vigilance des Français au volant. Elle a souhaité se pencher en 2026 spécifiquement sur l'impact des appels téléphoniques. Bien que l'usage du téléphone tenu en main et des oreillettes soit interdit par le Code de la route, et que seuls les dispositifs intégrés au véhicule soient autorisés, le téléphone demeure une source majeure de distraction.

Selon l'OMS, téléphoner en conduisant réduit de 30 à 50 % la quantité d'informations perçues par le conducteur. Même avec un kit mains libres, la distraction est significative, entraînant une perte d'information deux à trois fois plus importante qu'une conversation avec un passager.

En 2024, 651 792 infractions liées à l'utilisation du téléphone ou des oreillettes ont été enregistrées, soit une hausse de 6,4 % par rapport à 2023. L'Université Gustave Eiffel et l'Inserm estiment qu'un accident corporel sur dix est lié à l'usage du téléphone au volant. En 2024, les défauts d'attention (y compris l'utilisation du téléphone) étaient en cause dans 24 % des accidents corporels, provoquant le décès de 419 personnes en France. Le risque est particulièrement élevé lors de longs trajets monotones.

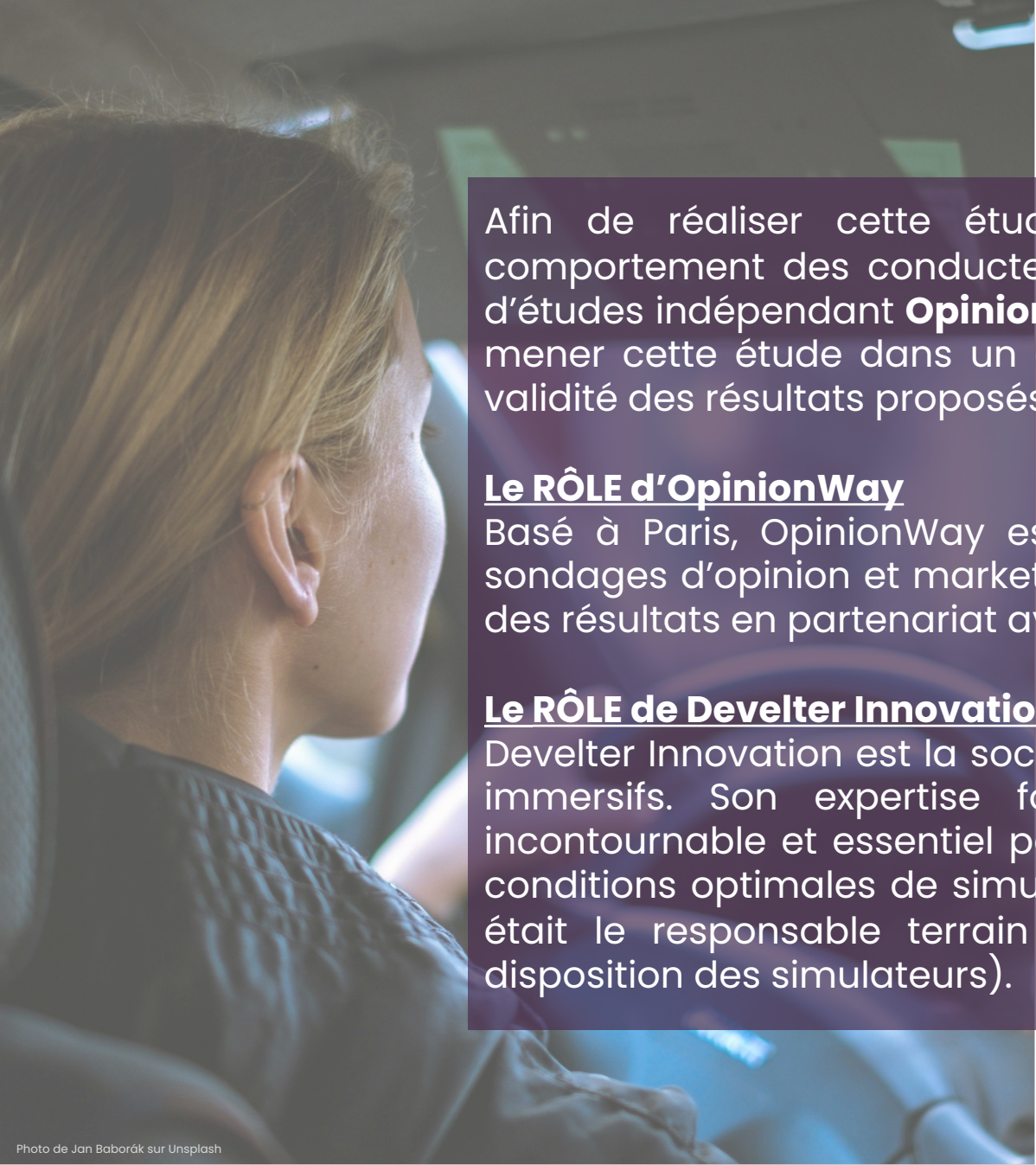
Dans ce contexte, **Assurance Prévention a souhaité aller plus loin en menant une étude scientifique avec OpinionWay sur des simulateurs Develter Innovation auprès de 26 participants afin de mesurer l'impact d'une conversation téléphonique sur la vigilance au volant**



opinionway

Crédits : dev-asongbam

Méthodologie

A woman with blonde hair is seen from the side, looking forward in a car simulator. The background is dark with some blue light reflecting off the dashboard and steering wheel.

Afin de réaliser cette étude, il était nécessaire de pouvoir observer le comportement des conducteurs et collecter des données à mesurer : l'institut d'études indépendant **OpinionWay** et **Develter Innovation** ont été choisis afin de mener cette étude dans un contexte expérimental contrôlé et permettant une validité des résultats proposés.

Le RÔLE d'OpinionWay

Basé à Paris, OpinionWay est un institut d'études indépendant réalisant des sondages d'opinion et marketing et a été chargé du recrutement et de l'analyse des résultats en partenariat avec Develter Innovation.

Le RÔLE de Develter Innovation

Develter Innovation est la société française référente en simulateurs de conduite immersifs. Son expertise forte dans le domaine en fait un partenaire incontournable et essentiel pour la qualité de l'étude et permet de s'assurer de conditions optimales de simulation de conduite automobile. Develter Innovation était le responsable terrain (conception du scénario, animation et mise à disposition des simulateurs).

Photo de Jan Baborák sur Unsplash

ÉCHANTILLON :

26 participants âgés de 21 à 59 ans

(bonne répartition sur les critères du sexe et de l'âge)

- Titulaires permis B
- Usage quotidien ou hebdomadaire de leur voiture personnelle
- Usage d'un téléphone

MATÉRIEL & MÉTHODES :

2 parcours de 30 minutes de conduite simulant un départ en vacances sur un simulateur de conduite

Develter Innovation équipé de la technologie de suivi du regard (Eye Tracking Tobii) :

- 3 km en ville avec feux tricolores et cycle des feux aléatoires
- 17 km sur route départementale, une partie avec franchissements d'intersections, sorties de parking, véhicules arrêtés ; une partie plus monotone avec une longue ligne droite qui va demander d'être attentif : panneaux de limitation de vitesse, radars et dépassement de motos entre notre voie de circulation et la voie d'en face
- 17 km sur autoroute, avec circulation dense avec changements de file des véhicules autonomes de façon aléatoire : 3 motos dépassent à vive allure en interfiles, 1 contrôle radar, péage à franchir et véhicules arrêtés sur la bande d'arrêt d'urgence

Le conducteur est guidé par son GPS et les panneaux de signalisation. En cas d'erreurs d'itinéraire le véhicule s'arrête. En klaxonnant il est repositionné sur le même bon parcours. Même règle en cas d'accident pour permettre d'aller au bout du parcours. Ce même parcours de 37 km est réalisé dans 2 conditions expérimentales :

- Parcours 1 : Conduite sans conversation téléphonique
- Parcours 2 : Conduite avec conversation téléphonique (conversation quasi en continu avec une IA)

Temps moyen de test : 1h30 / participant (incluant phase de prise en main)

MESURES RÉALISÉES EN MAI 2026 :

Analyses sur plus de 1 924 km, soit 26 heures de conduite

- Suivi du regard précis : nombre de regards sur différentes zones, temps de regards sur différentes zones, nombre et temps de fermeture des yeux
- Freinage d'urgence
- Accidents / erreurs de suivi GPS

Le simulateur de conduite est composé de 3 écrans de 55' permettant de reproduire l'angle de vue d'un conducteur.

Le système d'eye tracking Tobii et les fonctionnalités du logiciel Develter Innovation ont permis une analyse automatique de la conduite et comportements des conducteurs et de mesurer les écarts entre les parcours avec et sans conversation téléphonique sur différents critères :

- accidents,
- infractions,
- attention au volant,
- distance de sécurité,
- franchissement des intersections et situations à risques,
- changement de file,
- suivi de l'itinéraire,
- agressivité





Résultats de l'étude

opinionway

Crédits : adobe stock



PARTIE 1

Données générales
descriptives

Suivi du regard :
données d'ensemble



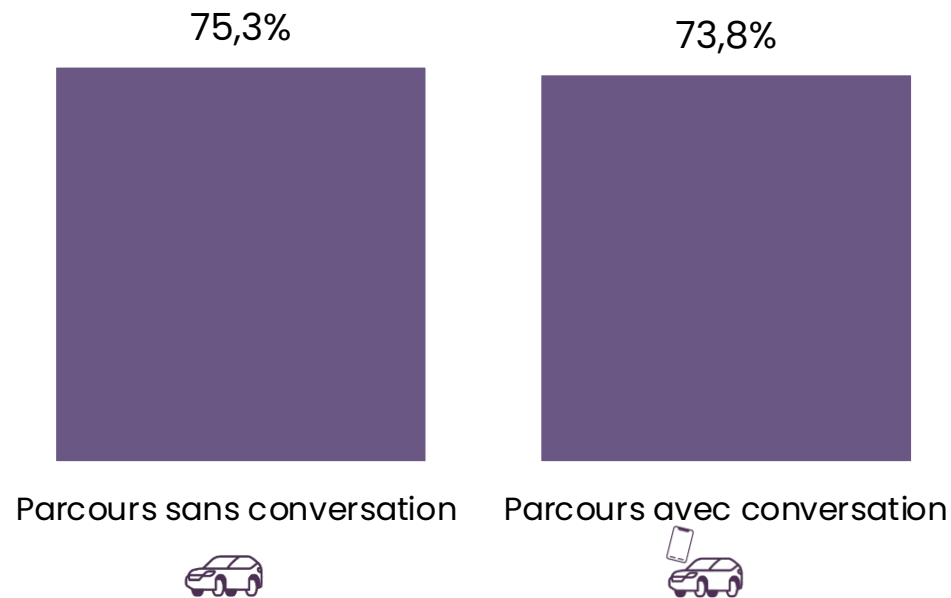


Une vision vers l'avant similaire entre les deux parcours

SUIVI DU REGARD : VISION VERS L'AVANT

Base : 26 participants

Temps de la vision vers l'avant



- Être en conversation téléphonique ne semble pas impacter la vision vers l'avant des conducteurs

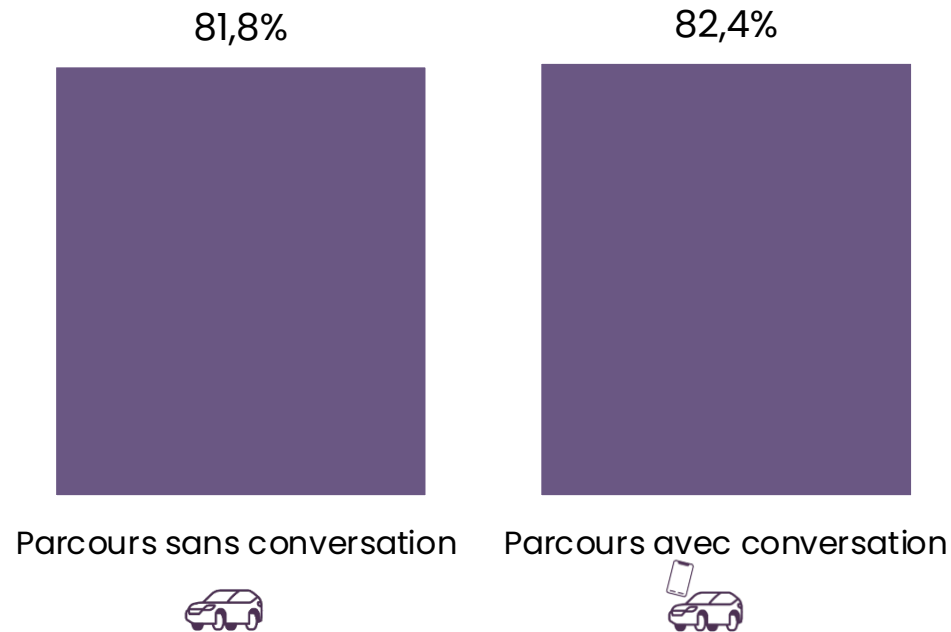


Une attention à la route similaire entre les deux parcours

SUIVI DU REGARD : ATTENTION A LA ROUTE (vision avant et contrôle rétroviseur)

Base : 26 participants

Temps d'attention à la route



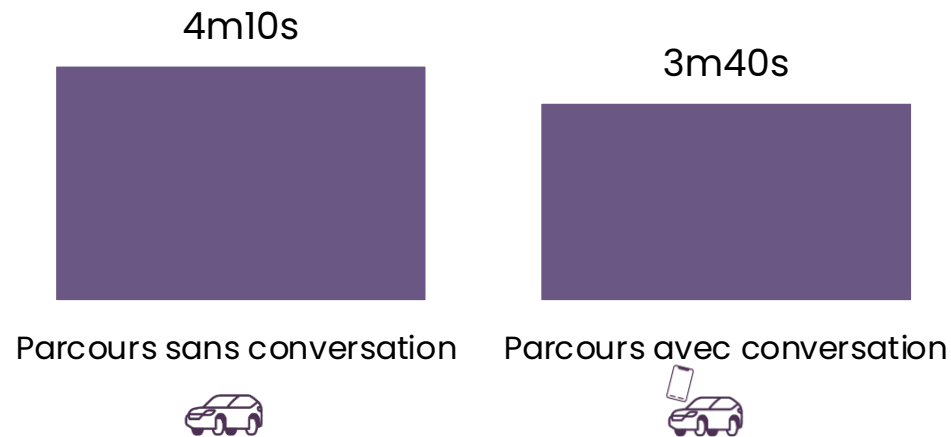
- Être en conversation téléphonique ne semble pas impacter l'attention à la route des conducteurs

” Des conducteurs qui semblent être moins attentifs à leur compteur de vitesse lorsqu'ils sont en conversation téléphonique

SUIVI DU REGARD : COMPTEUR DE VITESSE

Base : 26 participants

Temps global où le conducteur regarde le compteur de vitesse



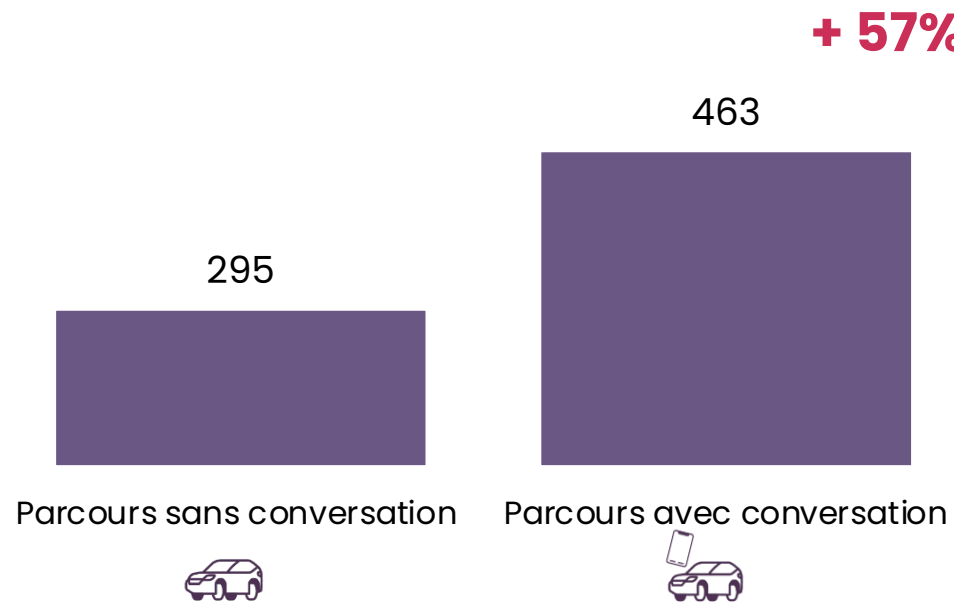
- Une baisse du temps global où le conducteur regarde le compteur de vitesse

Des conducteurs qui clignent davantage des yeux lorsqu'ils sont en conversation téléphonique

SUIVI DU REGARD : CLIGNEMENT DES YEUX

Base : 26 participants

Nombre de clignement des yeux



- Une augmentation du clignement des yeux de +57% lors du parcours avec conversation téléphonique



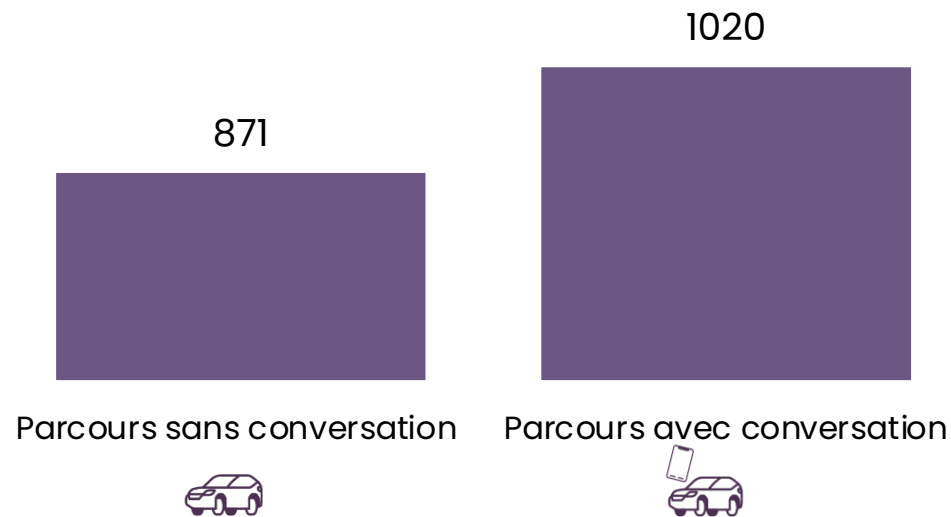
Le nombre de distractions augmente lors du parcours avec conversation téléphonique

SUIVI DU REGARD : DISTRACTION

Base : 26 participants

Nous définissons comme « distraction » tous les comportements ne permettant plus de regarder la route (regard tableau de bord, compteur de vitesse, GPS, clignement de yeux, réglage chauffage, radio etc.).

Nombre de distractions



- Une augmentation du nombre de distractions pour le parcours avec conversation (+17%)

Suivi du regard :
détail selon le type de
route
(ville, départementale, autoroute)





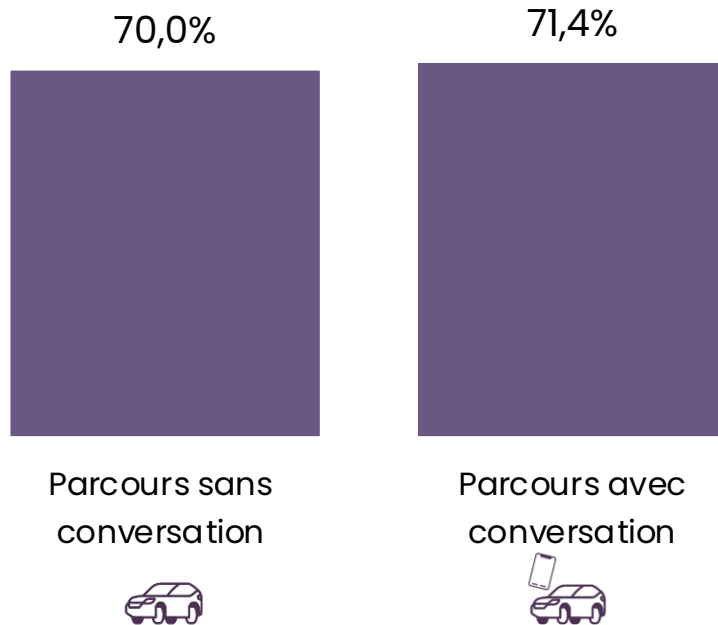
En ville : pas de différence en termes d'attention à la route ; en revanche, le nombre de clignements des yeux augmente lorsque les conducteurs sont en conversation

SUIVI DU REGARD : DETAIL EN VILLE

Base : 26 participants

Pour rappel, les participants ont conduit environ 6 km en ville lors de leurs parcours

Temps d'attention à la route



Temps global où le conducteur regarde le compteur de vitesse



Nombre de clignement des yeux



Nombre de distractions





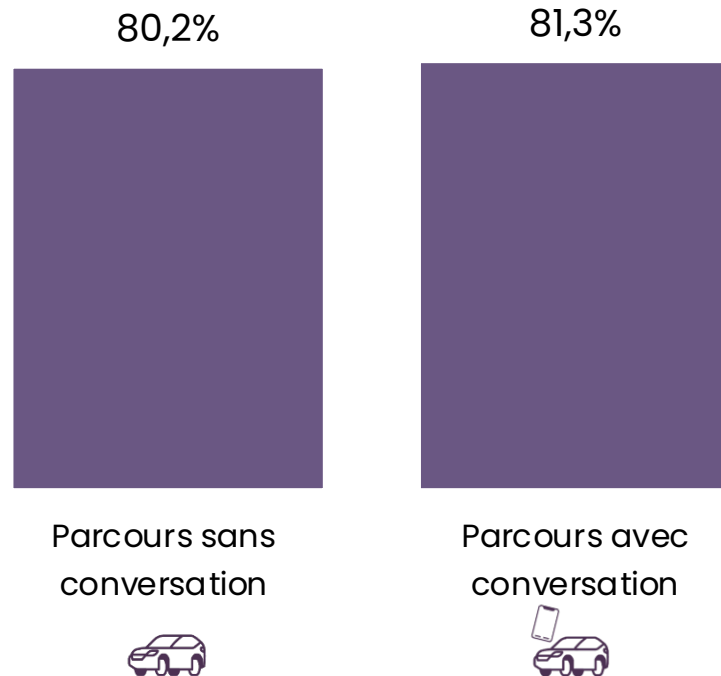
Sur la route : pas de différence en termes d'attention à la route ; en revanche, le nombre de clignements des yeux et de distractions augmente lorsque les conducteurs sont en conversation

SUIVI DU REGARD : DETAIL SUR DÉPARTEMENTALE

Base : 26 participants

Pour rappel, les participants ont conduit environ 34 km sur des routes départementales lors de leurs parcours

Temps d'attention à la route



Temps global où le conducteur regarde le compteur de vitesse



Nombre de clignement des yeux



Nombre de distractions





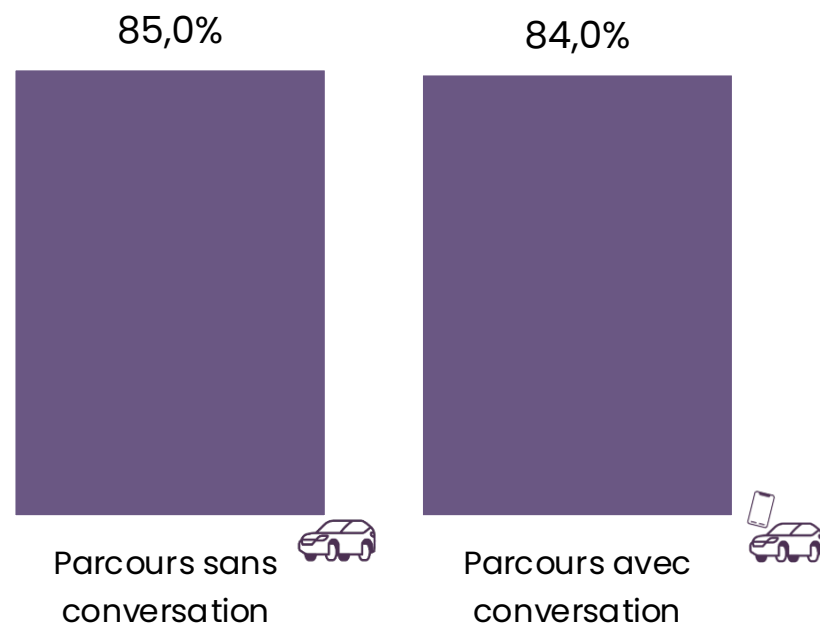
Sur l'autoroute : pas de différence en termes d'attention à la route ; en revanche, le nombre de clignements des yeux et de distractions augmente lorsque les conducteurs sont en conversation

SUIVI DU REGARD : DETAIL SUR AUTOROUTE

Base : 26 participants

Pour rappel, les participants ont conduit environ 34 km sur autoroutes lors de leurs parcours

Temps d'attention à la route



Une vision vers l'avant en recul entre le parcours sans conversation (77,0%) vs. le parcours avec conversation (74,5%)

Temps global où le conducteur regarde le compteur de vitesse



Nombre de clignement des yeux



Nombre de distractions

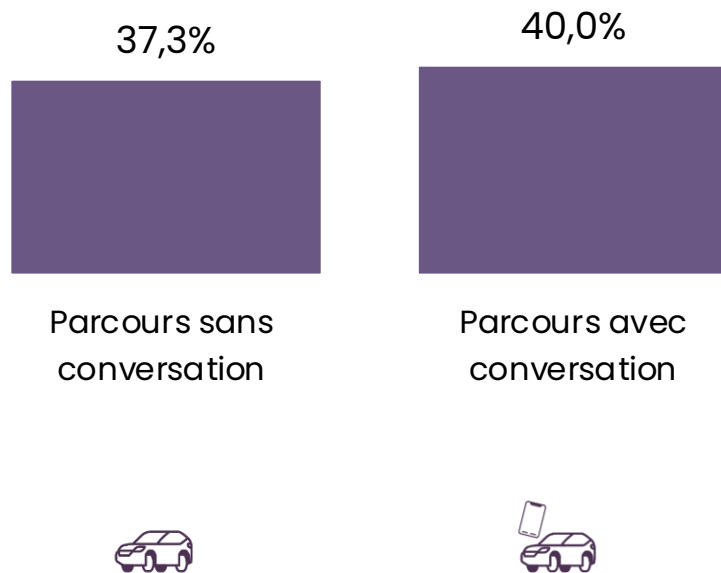


Notons qu'à l'arrêt peu de différences sur les indicateurs sont observés

SUIVI DU REGARD : DETAIL A L'ARRET*

Base : 26 participants

Temps d'attention à la route



Temps global où le conducteur regarde le compteur de vitesse



Nombre de clignement des yeux



Nombre de distractions



Test cognitif :
données d'ensemble



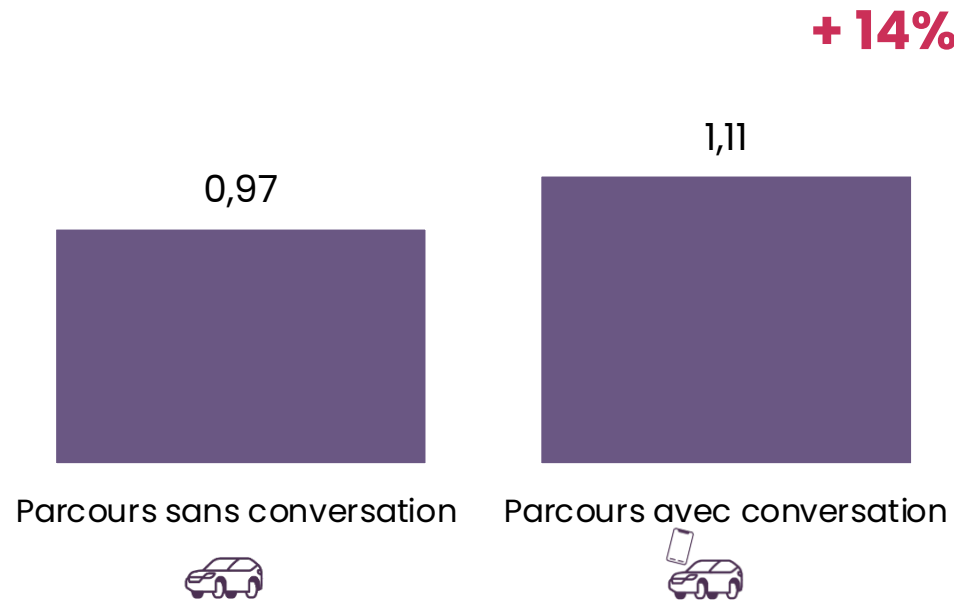
” Le temps de réaction moyen augmente lors du parcours avec conversation téléphonique

TEST COGNITIF : TEMPS DE RÉACTION MOYEN

Base : 26 participants

Test de réflexe où le conducteur conduisait sans aucune perturbation et devait réaliser des actions de conduite qui lui étaient présentées de façon aléatoire ; puis, dans un second parcours le conducteur conduisait en étant en conversation téléphonique et devait de nouveau réaliser des actions de conduite qui lui étaient présentées

Temps de réaction moyen des participants



- Lors de la conversation téléphonique le temps de réaction moyen est plus élevé (+14%)



PARTIE 2

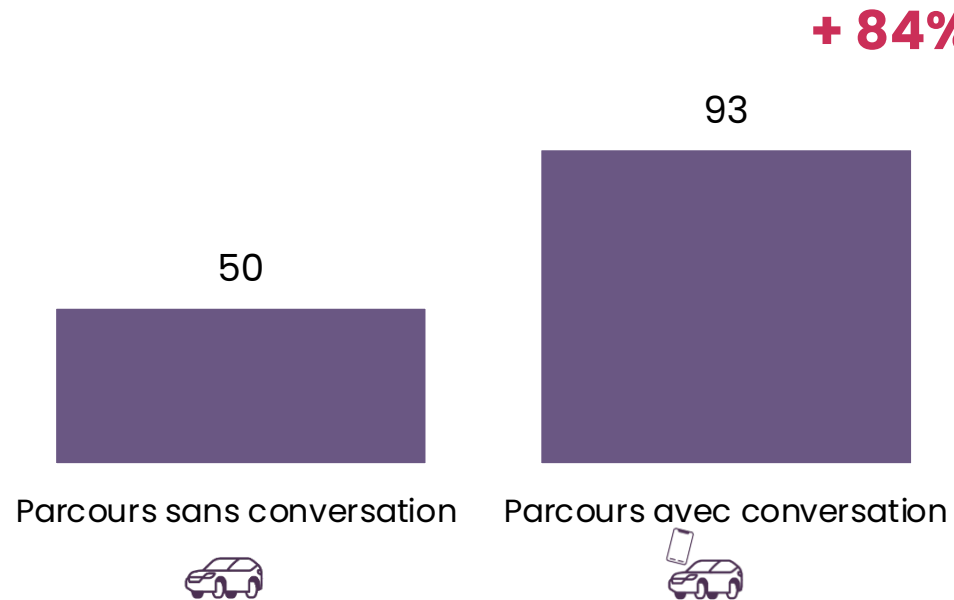
Analyse des comportements

” En cas de danger, des conducteurs qui clignent davantage des yeux lorsqu'ils sont en conversation téléphonique

ANALYSE DU REGARD : CLIGNEMENT DES YEUX EN CAS DE DANGER

Base : 26 participants

Nombre de clignement
des yeux en cas de danger



- Une augmentation du nombre de clignements des yeux important (+84%)

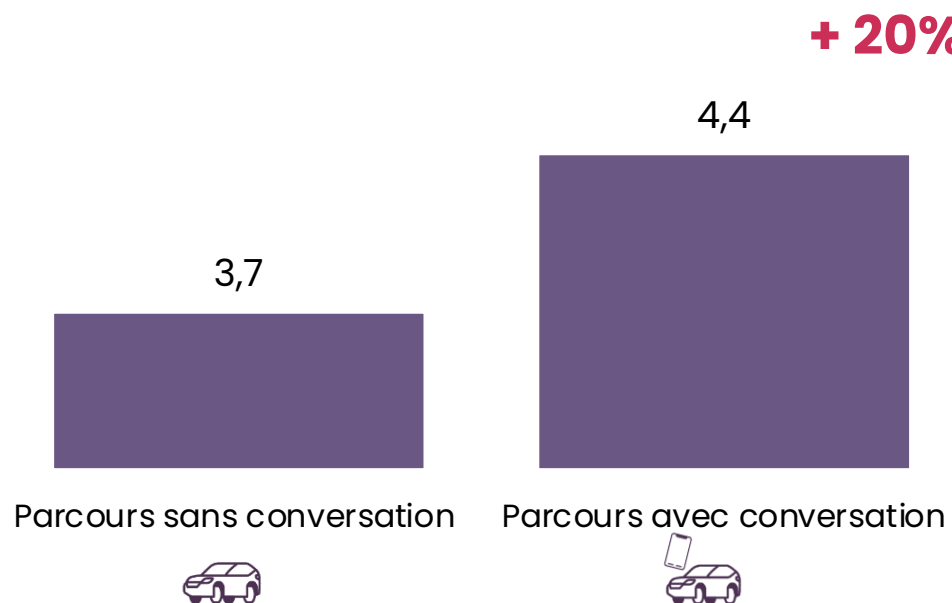


Un nombre d'excès de vitesse plus important auprès des conducteurs qui conduisent en ayant une conversation téléphonique

ANALYSE DES COMPORTEMENTS : EXCÈS DE VITESSE

Base : 26 participants

Nombre d'excès de vitesse



- Une augmentation du nombre des excès de vitesse de +20%

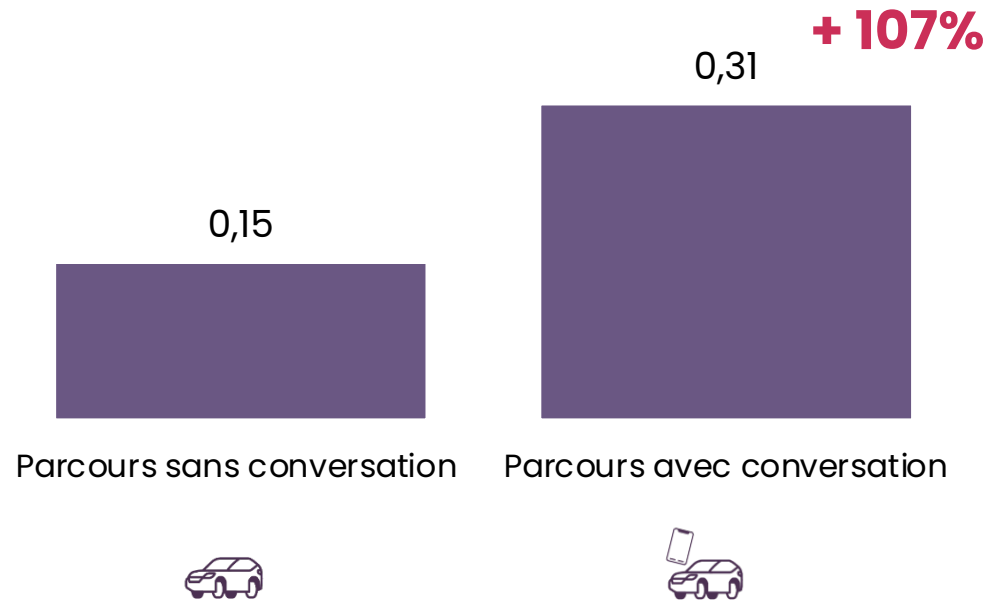
” Un nombre de flashes lors des contrôles radar nettement plus important lorsque le conducteur est en conversation téléphonique

ANALYSE DES COMPORTEMENTS : CONTRÔLE RADAR

Base : 26 participants

3 radars étaient présents pendant les parcours de simulation : 2 sur route et 1 sur autoroute

Nombre de flashes lors des contrôles radar



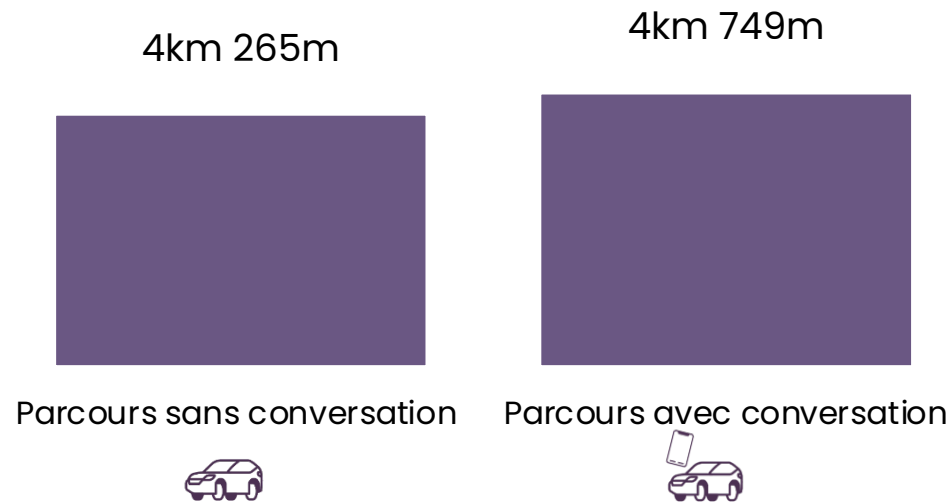
- Une augmentation importante : +107% soit 2x plus qu'en conduite sans conversation téléphonique

” La distance totale parcourue où les distances de sécurité étaient insuffisantes est similaire entre les deux parcours

ANALYSE DES COMPORTEMENTS : DISTANCES DE SÉCURITÉ INSUFFISANTES

Base : 26 participants

Total de la distance parcourue où les distances de sécurité étaient insuffisantes



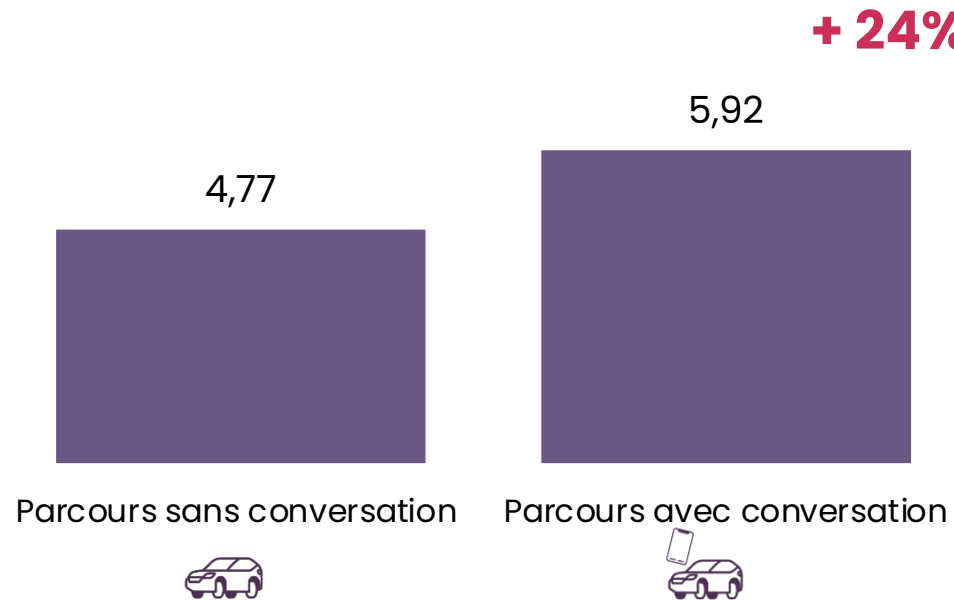
- Malgré la conduite en conversation, nous n’observons pas de dégradation de la conduite sur ce critère

” Un nombre de freinages considérés comme brutaux plus important lors du parcours avec conversation téléphonique

ANALYSE DES COMPORTEMENTS : FREINAGE IMPORTANT (BRUTAL)

Base : 26 participants

Nombre de freinages considérés comme
brutaux



- Une augmentation de ces freinages brutaux de +24%

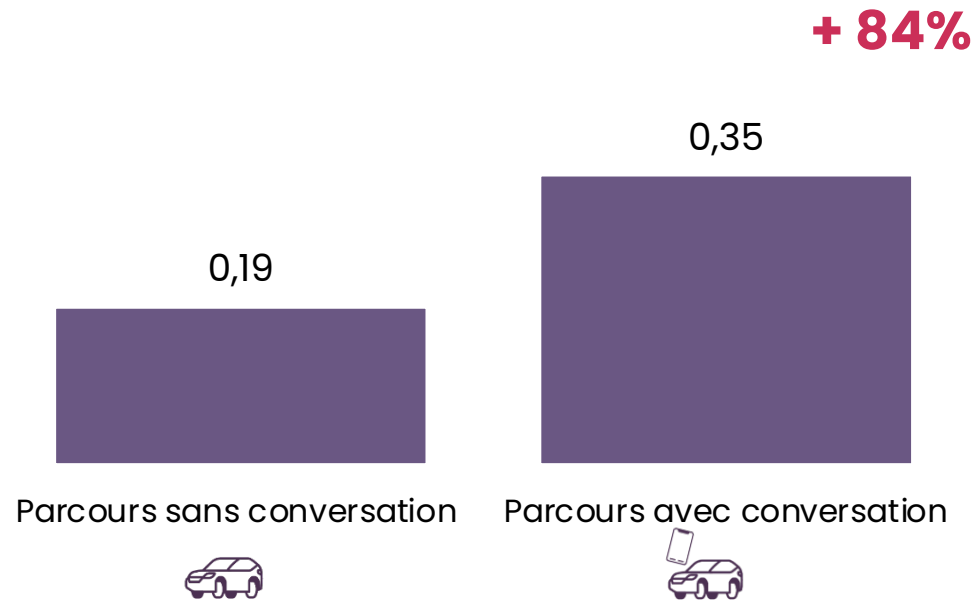


Un nombre d'erreurs de suivi GPS relevées plus important lors du parcours en conversation téléphonique

ANALYSE DES COMPORTEMENTS : ERREUR DE SUIVI GPS

Base : 26 participants

Nombre d'erreurs de suivi GPS relevées



- Une augmentation des erreurs de +84%
- Si ces erreurs ne constituent pas en elles-mêmes des comportements à risque, elles peuvent néanmoins entraîner des conséquences importantes en poussant les conducteurs à adopter des comportements dangereux.

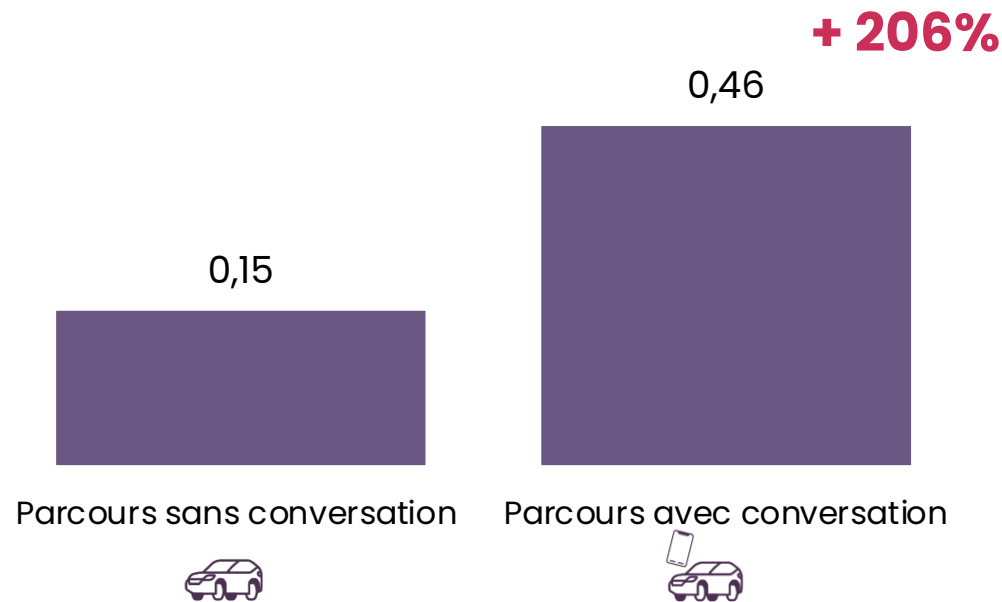


Un nombre d'accidents nettement plus important lors du parcours en conversation téléphonique

ANALYSE DES COMPORTEMENTS : ACCIDENTS

Base : 26 participants

Nombre d'accidents relevés



- Une augmentation de +206% soit un nombre d'accidents multiplié par 3

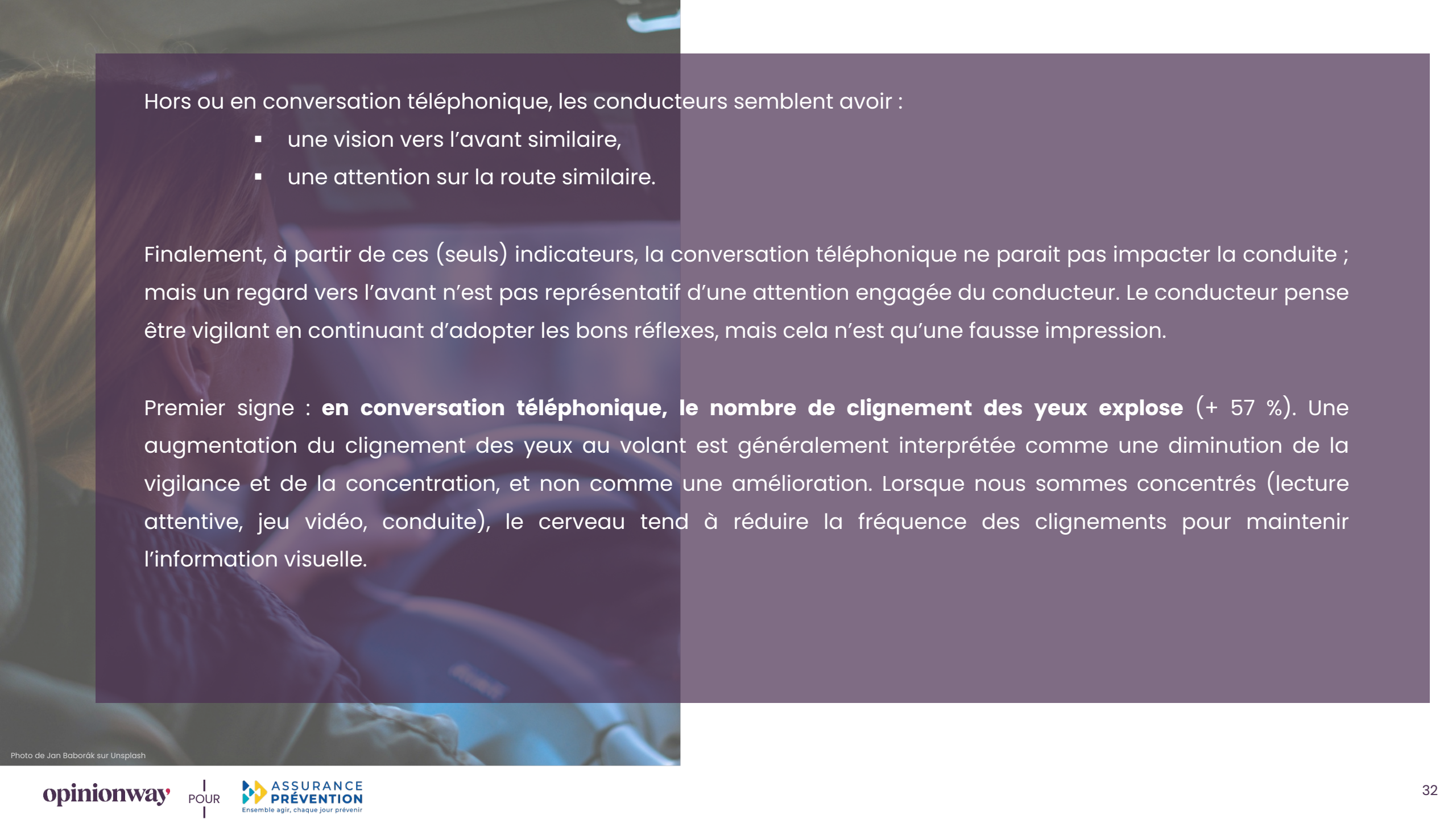


Conclusions

Les principaux enseignements

opinionway

Crédits : adobe stock



Hors ou en conversation téléphonique, les conducteurs semblent avoir :

- une vision vers l'avant similaire,
- une attention sur la route similaire.

Finalement, à partir de ces (seuls) indicateurs, la conversation téléphonique ne paraît pas impacter la conduite ; mais un regard vers l'avant n'est pas représentatif d'une attention engagée du conducteur. Le conducteur pense être vigilant en continuant d'adopter les bons réflexes, mais cela n'est qu'une fausse impression.

Premier signe : **en conversation téléphonique, le nombre de clignement des yeux explose** (+ 57 %). Une augmentation du clignement des yeux au volant est généralement interprétée comme une diminution de la vigilance et de la concentration, et non comme une amélioration. Lorsque nous sommes concentrés (lecture attentive, jeu vidéo, conduite), le cerveau tend à réduire la fréquence des clignements pour maintenir l'information visuelle.

La conversation téléphonique a ainsi un impact sur le nombre de comportements à risque :

- une augmentation des excès de vitesse (+20 %)
- une augmentation du nombre de flashes lors des contrôles radar (+107 %)
- une augmentation du nombre de freinages considérés comme brutaux (+24 %)
- une augmentation des erreurs de suivi GPS (+84 %)
- une augmentation du nombre d'accidents (+206 %)

Même si la conversation téléphonique ne semble pas impacter la vision et l'attention sur la route, de nombreux indicateurs montrent que lorsque les conducteurs conduisent en parlant au téléphone, les comportements à risque sont plus nombreux que lorsqu'ils conduisent sans être en conversation téléphonique. La charge cognitive de la conversation détourne l'attention. Le regard se pose sur la route ou les rétroviseurs sans que l'attention l'accompagne, donc l'information n'est pas encodée, pas analysée, et n'arrive pas jusqu'à la bonne décision.

En conclusion, conduire en ayant une conversation téléphonique a un impact sur le niveau de vigilance au volant et sur la sécurité du conducteur, mais aussi sur celle des autres usagers.

opinionway'

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

Enable today, shape tomorrow

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration – 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

Restons *connectés* !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

Votre contact OpinionWay

Nadia AUZANNEAU

Directrice Générale Adjointe
Directrice du département Santé,
nutrition, bien-être
Responsable RSE

01 81 81 83 42/06 86 28 69 75
nauzanneau@opinion-way.com

esomar

Corporate 2026

