

Le monde croule sous les SUV. Pourquoi c'est un problème et pourquoi ça risque de durer

📅 17/01/2019

[f \(url:https://www.facebook.com/share.php?u=https://blogs.alternatives-economiques.fr/chassignet/2019/01/17/le-monde-croule-sous-les-suv-pourquoi-c-est-un-probleme-et-pourquoi-ca-risque-de-durer\)](https://www.facebook.com/share.php?u=https://blogs.alternatives-economiques.fr/chassignet/2019/01/17/le-monde-croule-sous-les-suv-pourquoi-c-est-un-probleme-et-pourquoi-ca-risque-de-durer)

[🐦 \(url:https://twitter.com/intent/tweet?url=https://blogs.alternatives-economiques.fr/chassignet/2019/01/17/le-monde-croule-sous-les-suv-pourquoi-c-est-un-probleme-et-pourquoi-ca-risque-de-durer\)](https://twitter.com/intent/tweet?url=https://blogs.alternatives-economiques.fr/chassignet/2019/01/17/le-monde-croule-sous-les-suv-pourquoi-c-est-un-probleme-et-pourquoi-ca-risque-de-durer)

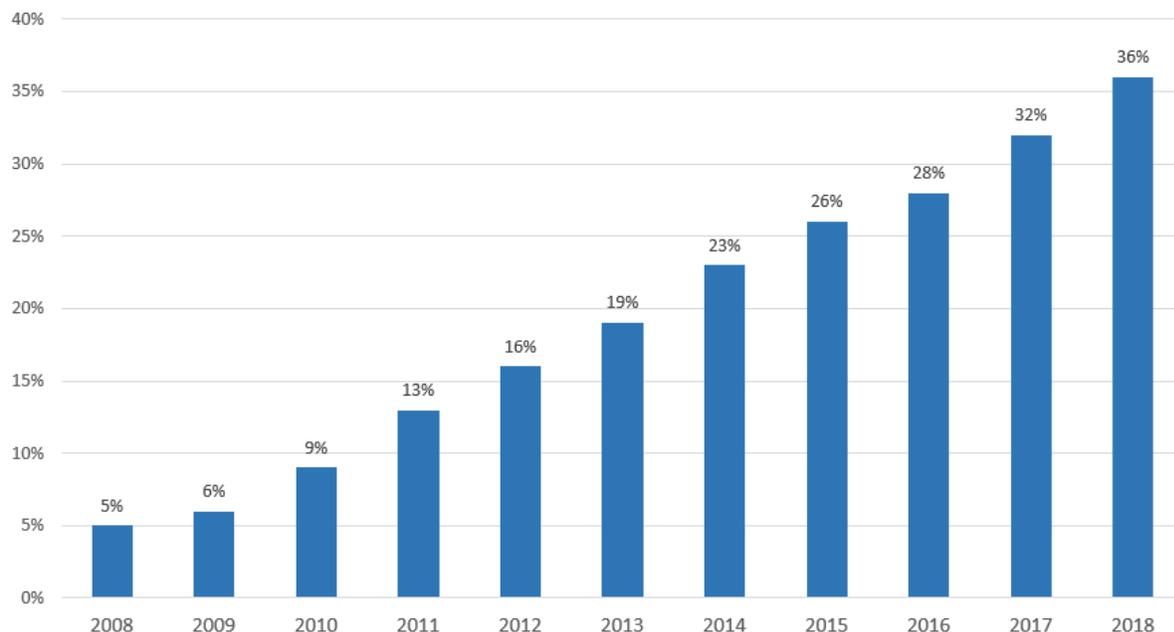
[🔗 \(url:#\)](#)

[📄 \(url:#\)](#)

Les chiffres du marché automobile en 2018 viennent d'être publiés et les ventes de SUV atteignent un nouveau record. En progression constante depuis plus de 10 ans, ce type de véhicules atteint déjà 36% de part de marché. Avec une augmentation de 3 à 4 points par an, les SUV devraient représenter plus de la moitié des ventes dès 2022 si on reste sur cette tendance ! Le marché automobile français est certes encore loin du marché américain (où les SUV et pick-up représentent 70% des ventes) mais qui aurait imaginé il y a 10 ans que les SUV correspondraient à plus d'un tiers des ventes en 2018 ? Que les ventes de pick-up seraient proches de celles des voitures électriques (23 000 pick-up vendus en France en 2018 contre 30 000 voitures électriques) ? On peut ainsi se demander à quoi ressemblera le marché des voitures neuves dans 10 ou 20 ans si les pouvoirs publics n'arrivent pas à endiguer cette tendance.

Le phénomène n'est d'ailleurs pas limité au cas français, mais il se retrouve au niveau européen (où les SUV représentent 35% des ventes en 2018) et même mondial. En effet, parmi les 25 véhicules les plus vendus dans le monde on compte seulement 11 berlines, pour 10 SUV, 3 pick-up (dont le véhicule le plus vendu au monde, Ford F-150), et 1 monospace.

Evolution de la part de marché des SUV dans les ventes de voitures neuves en France

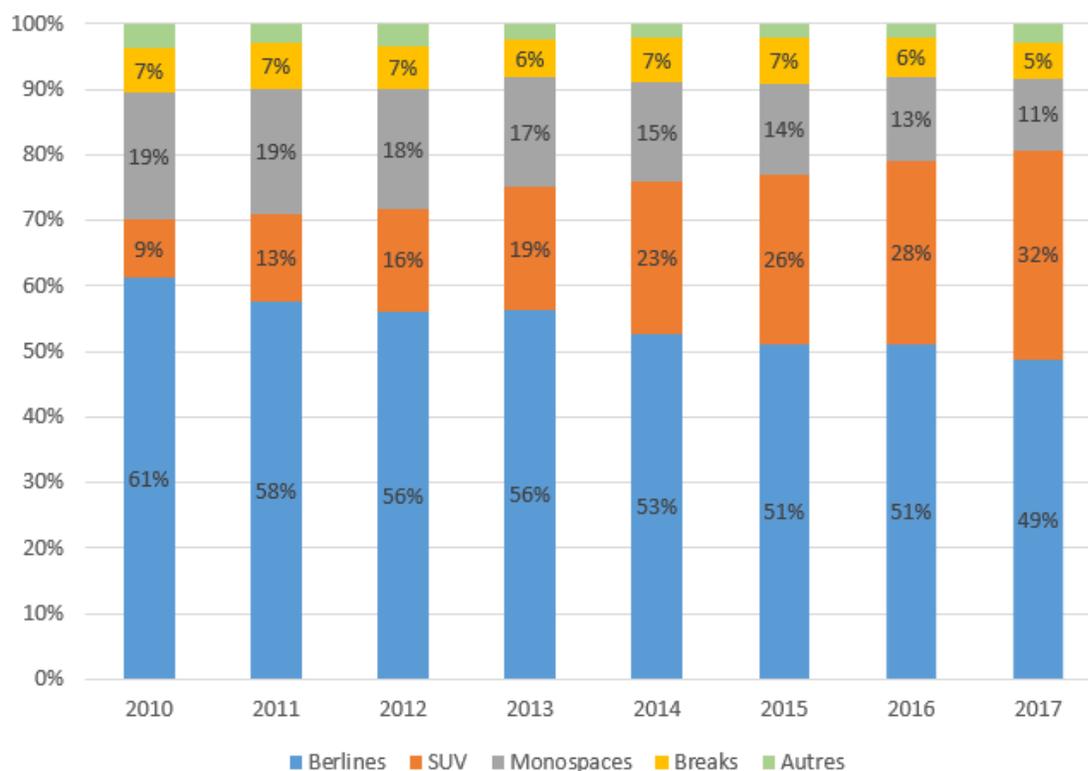


Source : CCFA

Précisons que la progression des SUV ne correspond qu'en partie à une substitution à des monospaces ou breaks. En effet, entre 2010 et 2017 ([url:http://carlabelling.ademe.fr/chiffrescles/r/venteParTypeCarrosserie](http://carlabelling.ademe.fr/chiffrescles/r/venteParTypeCarrosserie)) :

- Les SUV ont progressé de 23 points de part de marché,
- les monospaces ont perdu seulement 8 points de part de marché (passant de 19% à 11%) et les breaks 2 points (de 7% à 5%),
- Les berlines ont perdu 12 points, passant de 61% à 49% de part de marché.

Part de marché des différents types de carrosseries



Source : ADEME

En quoi est-ce un problème ?

Les SUV sont donc en train de s'imposer et de dominer le marché automobile mais est-ce vraiment un problème ? En réalité ce n'est pas *un* problème mais *des* problèmes :

- Le plus évident est la consommation carburant supérieure au modèle berline équivalent (par exemple 208 vs. 208, Captur vs. Clio, etc.). En effet, ces modèles étant plus lourds et moins aérodynamiques, ils consomment davantage. D'ailleurs après de longues années de baisse, les émissions de CO₂/km des voitures neuves ont cessé de diminuer depuis 2 ans : les voitures neuves achetées en France émettaient en moyenne 109 gCO₂/km en 2016, 111 gCO₂/km en 2017 et 112gCO₂/km en 2018. Cette augmentation s'explique principalement par 2 facteurs : la progression des SUV d'une part, et la diminution des ventes de véhicules diesel d'autre part (mais le rééquilibrage essence/diesel correspond à des objectifs légitimes).
- Ce sont des véhicules plus dangereux pour les autres usagers de la route en cas de collision, en particulier les piétons, mais aussi les cyclistes et usagers de deuxroues motorisés. Ce sujet est en train de prendre de l'ampleur aux Etats-Unis où une étude a montré qu'un piéton avait plus de 2 fois plus de risques d'être tué en cas de collision avec un SUV par rapport à une berline. Le même constat a été fait au Canada où des chercheurs ont montré qu'on a 224% de risques supplémentaires de tuer quelqu'un dans une collision en conduisant un SUV qu'en conduisant une berline ([url:https://nationalpost.com/news/canada/larger-vehicles-may-make-canadians-feel-safe-on-the-road-but-heavier-cars-are-proven-to-cause-more-fatal-collisions](https://nationalpost.com/news/canada/larger-vehicles-may-make-canadians-feel-safe-on-the-road-but-heavier-cars-are-proven-to-cause-more-fatal-collisions)). Si bien qu'aux Etats-Unis, certains commencent à se poser cette question : si les constructeurs mettent sciemment sur le marché des véhicules qui vont augmenter le nombre de piétons tués, ne devraient-ils pas en être tenus pour responsables ?

- Ce sont des véhicules qui prennent plus d'espace. Plus longs et plus larges, ils posent particulièrement problème en ville où l'espace est déjà rare les rues ou places de stationnement ne sont pas extensibles. La largeur moyenne des voitures augmente de 1 cm tous les 2 ans (on est passé de 1,68 m de large en moyenne en 1996 à 1,78 m en 2016) et les SUV pourraient accentuer encore cette tendance. Des associations automobiles vontelles réclamer comme en Suisse ([url:https://m.20min.ch/ro/news/suisse/story/berneveut-elargir-les-routes-pour-les-suv-26764453](https://m.20min.ch/ro/news/suisse/story/berneveut-elargir-les-routes-pour-les-suv-26764453)) que les routes s'adaptent et soient élargies? Devra-t-on adapter les parkings comme aux Etats-Unis où dans de nombreuses zones commerciales cohabitent des places standards et des places adaptées aux 4x4 ? Certains demandent d'ailleurs avec humour que les panneaux de signalisation routières s'adaptent à la réalité ([url:https://jalopnik.com/withsedans-going-away-it-may-be-time-to-change-the-de-1831050970](https://jalopnik.com/withsedans-going-away-it-may-be-time-to-change-the-de-1831050970)) en mettant fin à l'hypocrisie qui consiste à représenter des pictogrammes de berline alors qu'elles sont devenues minoritaires sur les routes.



- Enfin il y a l'enjeu social dont on parle trop peu. L'acheteur de voiture neuve est peu représentatif de l'automobiliste moyen. Il est plutôt âgé (56 en moyenne) et aisé. Il peut ainsi se permettre le tarif plus élevé des SUV et leur consommation supplémentaire de carburant. En revanche l'acheteur qui n'a pas les moyens d'acheter neuf et se tourne vers le marché de l'occasion, se retrouve dépendant des véhicules disponibles et doit dépendant du choix fait quelques années auparavant par des personnes plus riches que lui. On rend ainsi plus difficile l'accès pour des personnes modestes à des véhicules sobres et peu coûteux à l'usage (les SUV sont plus coûteux en consommation mais aussi en entretien). Il faut noter également que beaucoup de voitures neuves sont achetées par des entreprises avant d'être mises sur le marché de l'occasion, avec les mêmes problématiques.

Comment en est-on arrivé là ?

Il y a quelques années, on parlait de « 4x4 » (alors même que ces véhicules n'étaient plus forcément dotés de 4 roues motrices). Mais ce terme véhiculait plutôt une image associée à la pollution, à un véhicule peu adapté à la ville, peut-être même à un certain égoïsme (souvenez-vous de la mode controversée des pare-buffles).

Pour balayer cette image négative, la première étape a été de changer de nom. Les 4x4, sont ainsi devenus des SUV, « Sport Utility Vehicles » un anglicisme qui ne signifie franchement pas grand-chose mais qui semble avoir rendu ces 4x4 à nouveau désirables. Toutes les marques ainsi que la presse automobile ont rapidement adopté ce nouveau nom. En tout cas bien plus rapidement que le consommateur puisqu'une analyse des termes de recherche utilisés sur Google ([url:https://trends.google.fr/trends/explore?date=today%205-y&geo=FR&q=suv,4x4](https://trends.google.fr/trends/explore?date=today%205-y&geo=FR&q=suv,4x4)) montre que le terme 4x4 est aujourd'hui encore aujourd'hui plus utilisé que le terme SUV (qui lui-même était quasi-inexistant avant 2015).

Cela pose la question du poids de la publicité et des moyens énormes qui y sont investis par les constructeurs. Une étude ([url:http://www.successfee.fr/automobile-dans-la-publicite/](http://www.successfee.fr/automobile-dans-la-publicite/)) a montré que pour chaque voiture vendue en France en 2013, 1495 € étaient dépensés en publicité. Le budget de la publicit

automobile dépasserait ainsi les 3 milliards d'euros par an, soit l'équivalent du budget TER de l'ensemble des Régions françaises. Bien que représentant 3 des ventes, les SUV concentrent sans doute plus de la moitié de la publicité automobile... difficile, pour ne pas dire impossible, de rivaliser avec l'imaginaire construit par les constructeurs. D'autant plus que des journaux grand public s'y mettent. Les SUV ont littéralement infiltré les pages « Style » du journal *Le Monde* qui chaque semaine ou presque publie un article qui loue le « confort », « l'élégance » ou la « virilité » de ces véhicules... peu à peu se répand l'idée que le SUV est synonyme de modernité.

Et c'est dès le plus jeune âge que l'imaginaire du SUV risque de s'ancrer si les marques de jouets se convertissent à cette mode, à l'instar de Playmobil et Porsche Macan.



Pourquoi ça risque de durer ?

S'il n'y a qu'une chose à retenir c'est que les SUV sont des véhicules très rentables. Le taux de marge est en effet bien plus élevé que sur des véhicules petits et les SUV sont devenus une véritable poule aux œufs d'or pour les constructeurs. Par exemple Peugeot qui s'est très rapidement positionné sur ce segment affiche aujourd'hui des taux de marge records.

Et de ce fait, tous les constructeurs s'y mettent, même ceux qui ont du retard sur les SUV ou qui étaient plus traditionnellement positionnés sur des citadines berlines, à l'image du groupe Fiat qui ne pouvant plus miser uniquement sur le succès de la 500 compte essentiellement sur sa filiale Jeep et sur de nouveaux modèles de SUV.

Plus inquiétant encore, on est en train d'assister à la quasi-disparition des petites citadines (segment B1) qui correspondent aux modèles de type Twingo C1, etc. Les voitures de ce segment souffrent d'une faible rentabilité et les constructeurs les délaissent peu à peu ([url:https://www.auto-moto.com/nouveaute/futur-peugeot-1008-2020-un-suv-ultra-citadin-en-preparation-200344.html#item=1](https://www.auto-moto.com/nouveaute/futur-peugeot-1008-2020-un-suv-ultra-citadin-en-preparation-200344.html#item=1)) à l'image de Ford qui a d'ores et déjà renoncé à développer un nouveau modèle Ka. La parade de Peugeot : abandonner la 108 et la transformer en « SUV ultra-citadin », renommé 1008. Elle gagnerait au passage plus de 50 centimètres de longueur, en passant de 3,46 m à 4 m de long...

Plus qu'une tendance durable, c'est un véritable cercle vicieux qui s'enclenche et dont il sera très difficile de sortir. Le conducteur de citadine ou de berlin par se sentir à l'étroit et en insécurité constamment entouré de SUV dans la circulation. Le jour où il devra se racheter une voiture, la tentation sera forte lui aussi à un tel véhicule. Et quitte à prendre un SUV, pour sa propre sécurité autant et en choisir un plus large est plus gros que celui de son voisin... lui à son tour s'équiper d'un véhicule plus imposant quand viendra l'heure de renouveler le sien.

Quant à nos routes, vont-elles s'adapter, par exemple en augmentant la taille des ralentisseurs, ce qui rendra d'autant plus nécessaire le fait de posséder Les cyclistes (ou usagers de deux-roues motorisés) vont-ils en avoir marre de se frotter à des véhicules qui les mettraient davantage en danger en cas de délaissé leur guidon pour s'installer eux aussi au volant d'un SUV ?

On peut enfin se demander ce qu'il se passera lorsque tout le monde ou presque roulera en SUV. Vers quel type de véhicules faudra-t-il alors se tourner distinguer et se « mettre en sécurité » ? Des SUV plus gros ? Rappelons-nous lorsqu'on a vu débarquer les premiers Porsche Cayenne il y a une quinzaine ils paraissaient énormes ; aujourd'hui ils sont presque devenus banals. Des pick-up ? Ce type de véhicules typiquement américains est tellement éloigné de la culture française... et pourtant ceux-ci se sont vendus à 23 000 unités en 2018 (presque autant que les 30 000 voitures électriques vendues en 2018). Une aggravation par le fait que le pick-up est une niche fiscale et n'est soumis ni au malus écologique ni à la taxe sur les véhicules de société (pour les professionnels). Heureusement cette niche fiscale va prendre fin en juillet 2019, ce qui limitera sans doute la progression de ces véhicules. Du moins pendant un temps...

Le SUV partout et pour tous : est-ce le monde vers lequel les français souhaitent se diriger et où nos dirigeants veulent nous emmener ? Il est *peut-être* temps de sortir de ce cercle vicieux dans lequel nous sommes déjà largement embarqués, mais pour cela il faut agir vite et fort. Cela ne fera pas que des morts mais si nous ne faisons rien nous serons au final tous perdants.

A suivre...

Augmentation de la consommation des véhicules neufs, incapacité de freiner le développement des ventes de SUV... le bonus-malus écologique est critiqué joue clairement plus son rôle. Il est devenu au fil du temps un outil quasi-exclusivement au service des véhicules électriques alors qu'à l'origine il avait permis d'orienter le marché vers des véhicules plus petits et plus sobres. Est-il possible de l'amender pour le rendre à nouveau efficace ? Doit-il se limiter comme actuellement aux émissions de CO₂ ou alors intégrer d'autres paramètres tels que le poids ? Ou bien si cet outil économique ne peut être amendé, faut-il tourner vers une réglementation plus drastique qui interdirait la vente de véhicules qui émettent plus d'une certaine quantité de CO₂ par km (quantité maximale diminuerait au fil des années) ?

Mots-clés : [Mobilité \(url:/chassignet/mots-cles/2054\)](http://blogs.alternatives-economiques.fr/chassignet/mots-cles/2054) | [automobile \(url:/chassignet/mots-cles/2199\)](http://blogs.alternatives-economiques.fr/chassignet/mots-cles/2199) | [Environnement \(url:/chassignet/mots-cles/2200\)](http://blogs.alternatives-economiques.fr/chassignet/mots-cles/2200)