

Le SUV, champion des ventes et des émissions de CO2

Jean-Michel Normand

**Avec leur position de conduite surélevée, qui procure un sentiment de protection, les « faux 4 × 4 » règnent désormais de manière incontestée sur le marché automobile au grand désarroi des écologistes, qui déplorent leur poids et leurs émissions de CO2.**

Le cours des actions, comme les arbres, ne monte jamais jusqu'au ciel, professent les financiers. S'agissant des ventes de SUV, le monde de l'automobile réserve encore son jugement. Depuis plus de dix ans, la part de marché de ces modèles progresse inexorablement. En France, ces « faux 4 × 4 » représentaient 41 % des immatriculations (soit 637 000 ventes) en février 2021, contre 9 % en 2011. Selon le cabinet JATO, la proportion grimpe même à 44 % dans l'Europe des Vingt-Sept. « Le succès est mondial et, à l'horizon du milieu de la décennie, on ne voit pas ce qui pourrait infléchir la tendance. Ces véhicules ont encore de belles années de croissance devant eux », assure Lorraine Morard, de chez IHS Markit.

Ce qui frappe dans le phénomène du sport utility vehicle (littéralement « véhicule utilitaire sportif »), concept importé des Etats-Unis, c'est moins son ampleur et sa rémanence que sa dimension paradoxale. Une forme de schizophrénie semble avoir saisi l'industrie automobile, mais aussi les consommateurs : plus les normes environnementales se durcissent et plus les SUV, véhicules les moins économes en carburant compte tenu de leur masse, sont plébiscités.

Désignées à la vindicte populaire par les organisations environnementales, vouées aux gémonies par la Convention citoyenne sur le climat, ces voitures ne sont pas toutes des monstres de surconsommation. Reste que l'écart avec une berline comparable est loin d'être négligeable. D'après l'ONG Transport & Environnement, le différentiel d'émissions de dioxyde de carbone varie entre 11 % pour un petit modèle et 26 % pour un haut de gamme.

**« Une source de revenu essentielle »**

« La SUV-mania recouvre une dimension éminemment psychologique », considère Marco Fioravanti, responsable de la planification des produits au sein de Nissan Europe, qui vient de renouveler le Qashqai, pionnier du genre. « Leur apparence comme la position de conduite surélevée procurent un sentiment de protection, une sensation de sécurité qui semble très recherchée dans la société actuelle. » S'isoler au-dessus du trafic dans une voiture haute exige une architecture tout en verticalité qui ne favorise guère l'aérodynamique et le gain de poids. En revanche, l'espace ne manque pas pour loger des modules de batteries entre les essieux sans empiéter sur l'espace habitable ou le volume du coffre.

La rentabilité du SUV serait, selon le cabinet AlixPartners, supérieure de 20 % en moyenne à celle d'une berline

Pour l'industrie automobile, le SUV est devenu une source de revenu essentielle en vue de financer la coûteuse transition vers l'électrique. Sa rentabilité serait, selon le cabinet AlixPartners, supérieure de 20 % en moyenne à celle d'une berline. Prodiges, le SUV est aussi un caméléon capable de s'adapter à toutes les catégories. Echaudés par le brusque

effondrement du monospace, ex-coqueluche des années 1990-2000, les constructeurs développent une vision résolument darwinienne de l'automobile. Un mélange des genres qui a vu apparaître des SUV-coupés comme les BMW X4 et X6 ou le Renault Arkana, des berlines surélevées telle la Citroën C4, des SUV mâtinés de monospace comme le Peugeot 5008 et même de décapotable, à l'image du Volkswagen T-Roc.

Après avoir conquis le haut de gamme et les compactes, ces modèles s'appêtent à jeter leur dévolu sur la catégorie des petits modèles du segment B (celui de la Renault Clio), à peu près la seule où ils ne sont pas encore majoritaires. Il suffit de considérer le plan-produit des prochaines années développé par les marques pour comprendre que l'on est encore loin d'en avoir terminé avec la frénésie du sport utility.

Pour l'heure, les constructeurs n'entrevoient pas de signe d'essoufflement, mais ils perçoivent cependant quelques signaux faibles qu'ils auscultent de près. « Une partie des clients les plus "modernes" commencent à regarder de nouveau vers les berlines, mais il s'agit plus d'un questionnement que de l'amorce d'un changement de comportement », estime Michel Costa, responsable des études clientèle chez Citroën. A l'en croire, « les gens veulent du nouveau, mais ils demeurent attachés aux fondamentaux du SUV, un véhicule qui reste désirable ».

### *Choc des normes et des sanctions fiscales*

Pour les constructeurs, le plus grand risque n'est pas que les clients se lassent. Ce serait que les pouvoirs publics se fâchent. Aussi s'activent-ils à édifier un cordon de protection autour des SUV, conscients que leurs piètres performances environnementales les fragilisent. Cet airbag capable d'amortir le choc des normes et des sanctions fiscales tient en un acronyme de quatre lettres : PHEV, pour plug-in hybrid electric vehicle. Autrement dit, les motorisations hybrides rechargeables.

Tous les SUV de gabarit un tant soit peu imposant se sont convertis à cette technologie, qui peut afficher des moyennes de consommation avantageuses grâce à des conditions d'homologation pour le moins bienveillantes. Dopées par un bonus de 2 000 euros à l'achat et une fiscalité très incitative pour les flottes d'entreprise, les ventes d'hybrides rechargeables ont bondi (la croissance atteint 125 % sur les deux premiers mois de 2021) au détriment des versions diesel, en chute libre.

Reste que, dans les faits, le bilan énergétique d'un PHEV lesté par le poids de ses batteries peut devenir exécrable s'il n'est pas branché sur une borne entre chaque déplacement. « Acheter un SUV hybride rechargeable pour des questions d'opportunité fiscale et l'utiliser sur autoroute sans le recharger, c'est en effet artificiel et néfaste, admet Vincent Salimon, président de BMW France. C'est pourquoi nous déconseillons l'achat d'un tel modèle à nos clients qui roulent beaucoup. » Le constructeur a mis au point un système de points afin d'offrir des recharges gratuites à ceux qui utilisent le plus possible leur voiture en mode tout-électrique. Une étude interne à la marque souligne que 69 % des utilisateurs rechargent « quotidiennement » ou « fréquemment » leur voiture. Certains gestionnaires de flotte avancent cependant des évaluations moins optimistes.

« Pour l'heure, on peut considérer que l'hybride rechargeable est en train de sauver le SUV de la menace fiscale », constate Eric Espinasse, directeur du développement chez le consultant Autoways. Ce n'est pas la future taxation fondée sur le poids des véhicules – réclamée, mais en version beaucoup plus contraignante, par la Convention citoyenne – attendue en 2022 qui

risque de donner la migraine aux constructeurs. Elle se déclenche à partir de 1,8 tonne et ne s'appliquera ni aux véhicules électriques ni aux hybrides rechargeables. Seuls quelques gros modèles premium allemands y seront assujettis. Prochaine étape de la marche triomphale du SUV : la barre des 50 % du marché.