

# Popularité des VUS en Amérique du Nord : perspective historique

## 1904-1918 Apparition de l'automobile

Au départ, les véhicules se ressemblent tous; il n'y a pas de distinction entre les voitures et les camions légers. La clientèle est donc composée de gens fortunés, fascinés par la vitesse, l'allure luxueuse et le sentiment de liberté qu'offre le véhicule.

## 1918-1945 Démocratisation de l'automobile

Après la Première Guerre mondiale, l'automobile passe de « bien de luxe » à « **bien de consommation de masse** ». Les pratiques de segmentation marketing apparaissent, notamment avec l'offre de différentes gammes de véhicules (variation du châssis, du moteur et de la carrosserie).

C'est à partir des années 1930 que la distinction entre les voitures et les camions apparaît. Ces derniers camions légers sont initialement conçus pour des **usages commerciaux et institutionnels** (armée, police, services d'incendie, transport de marchandises).

## 1946-1972 Développement de la culture automobile

Pendant près de 40 ans, la « **familiale** » (*station wagon* en anglais) est considérée comme le véhicule de la famille moyenne américaine.

## 1973-1979 Chocs pétroliers et instauration de normes d'émissions de GES pour les véhicules légers

Suite à la forte augmentation du prix du pétrole entraînée par les chocs pétroliers, les premiers **règlements entourant les émissions de GES et la consommation de carburant** des véhicules légers sont mis en place en Amérique du Nord. Dès ce moment, les camions légers bénéficient de **normes moins contraignantes** et sont donc favorisés par les constructeurs.

Parallèlement, la légèreté devient une caractéristique importante, car elle permet de réduire la consommation en carburant des véhicules. Ainsi, le public se tourne vers des modèles plus écoénergétiques européens et japonais. Pour adapter son offre de véhicules en s'inspirant des meilleures pratiques d'ailleurs, l'industrie automobile nord-américaine bénéficie d'un **soutien financier du gouvernement**.

## 1980-2000 Apparition du créneau des camions légers dans le transport de personnes

Des accords commerciaux limitant l'importation de véhicules étrangers s'ajoutent aux nouvelles normes d'émissions de GES et au soutien financier dont a profité l'industrie automobile nord-américaine : **les camions utilitaires sont maintenant adaptés au transport de personnes**. Les consommateurs commencent alors à délaisser les voitures.

Un effet rebond est également constaté : l'amélioration du rendement énergétique des véhicules **favorise l'achat de modèles plus gros**.

En 1984, **la minifourgonnette est le véhicule le plus vendu en Amérique du Nord** : elle devient le nouveau véhicule préféré de la famille américaine moyenne.

## 2001-2007 Diversification de l'offre de camions légers et apparition des VUM

Petits et économiques pour le **contexte urbain**, puissants et sportifs pour le plein air, spacieux et sécuritaires pour les familles, luxueux et prestigieux pour les ménages aisés : **il y a maintenant un modèle de VUS pour tout le monde**. Confirmant sa popularité marquée et croissante, le VUS est le véhicule le plus vendu au Canada en 2004.

L'année 2007 marque l'arrivée des VUM sur le marché, un point tournant dans la « **camionisation** » du **parc de véhicules au Canada**. Proposant des caractéristiques similaires à celles des voitures, ils coûtent moins cher en carburant que les VUS traditionnels.

La popularité des VUM est mise en évidence lorsque le prix de l'essence augmente : on opte en effet pour des véhicules plus petits, mais appartenant à la même catégorie du véhicule qu'on possède.

## 2008 à aujourd'hui Popularité accrue des VUS et des VUM

Dans la foulée de la crise économique de 2008, le gouvernement du Canada offre un **soutien financier à l'industrie automobile nord-américaine** qui favorise ce type de véhicule dans le cadre de la relance économique. Parallèlement, le phénomène de financiarisation de l'industrie automobile devient de plus en plus marqué.