

Levallois-Perret, le 7 décembre 2021

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'OBSERVATOIRE CETELEM DE L'AUTOMOBILE 2022

Une étude internationale réalisée dans 17 pays auprès de 11 000 personnes

45% des immatriculations dans le monde et un avenir radieux malgré une image mitigée : l'insolente trajectoire du SUV

Pointé du doigt pour son impact environnemental, le SUV n'en rencontre pas moins un succès commercial planétaire. Un phénomène hors de toute logique économique et écologique, et pourtant amené à durer.

Le SUV, un véhicule qui divise

Les possesseurs et les non-possesseurs de SUV ont une perception différente de ce véhicule, et notamment de son impact environnemental. 33% des personnes interrogées dans le monde considèrent que les SUV polluent plus que les autres types de véhicules. Les possesseurs de SUV sont au total 23% à le penser, contre 36% de ceux qui n'en possèdent pas. L'aspect néfaste du SUV vis-à-vis de l'environnement semble un sujet de faible importance pour les automobilistes.

Les non-possesseurs de SUV dénoncent ainsi un côté « m'as-tu-vu » dans le fait d'en conduire un. Pour 43% des répondants, l'achat d'un tel véhicule correspond à un effet de mode, et 34% considèrent qu'il va de pair avec une certaine volonté de se faire remarquer (34%). L'idée de limiter la vente des SUV fait par ailleurs hésiter ces deux catégories d'automobilistes : 30% des possesseurs y sont favorables, contre 41% pour les autres.

Le SUV répond parfaitement aux attentes de ses utilisateurs

Pour autant, le SUV présente un bon rapport « qualité-prix » selon 72% des personnes interrogées. Rappelons au passage que le prix et la qualité, ou fiabilité des voitures constituent généralement les deux critères d'achat principaux, ce qui explique en grande partie l'immense succès commercial des SUV. Si ceux-ci représentent un bon rapport qualité-prix, on remarque néanmoins de fortes disparités géographiques. Tandis que les ressortissants de pays comme l'Afrique du Sud (93%), le Mexique (90%) ou encore la Chine (89%) apprécient ce rapport à la quasi-unanimité, les automobilistes allemands (51%) et... français (55%) comptent parmi les plus sceptiques sur le sujet.

Outre son rapport qualité-prix avantageux, le SUV est perçu comme un véhicule disposant d'un habitacle spacieux répondant aux besoins des familles en termes de mobilité (28% des réponses). Il coche également deux autres cases fondamentales, puisque plus d'un quart (26%) des automobilistes affirment se sentir en sécurité à son bord, et à peine moins (23%) le jugent confortable — ce qui est d'autant plus important pour ses utilisateurs, qui ont tendance à rouler davantage que les non-possesseurs de SUV (15.251 km/an contre 13.506km/an).

En termes d'usage, certaines disparités font jour entre les différents pays, et notamment une opposition entre l'Europe et le reste du monde. Hors Europe, le SUV est majoritairement utilisé dans un environnement urbain : 58%, contre 34% en moyenne dans les pays européens, où un usage mixte — urbain et rural — est plébiscité dans 57% des cas.

Le point principal qui achoppe est la consommation en carburant, reconnu comme frein principal à l'achat d'un SUV par 34% de ceux qui ont néanmoins franchi le pas.

L'électrification du SUV : un atout supplémentaire

De notoriété commune, le principal point faible du SUV est son impact environnemental, qui pénalise son image. Cette question est pourtant relativement peu relevée par les sondés, au regard des 36% des non-possesseurs de SUV seulement qui jugent qu'il pollue plus que tout autre véhicule — ils sont encore moins nombreux en toute cohérence à estimer la même chose chez les possesseurs : 23%. Néanmoins, certaines nationalités, avec en tête les Allemands (61%) et les Anglais (55%), suivis de près par les Néerlandais (48%) et les Français (47%), sont nettement plus critiques — parmi les non-possesseurs — vis-à-vis du caractère polluant du SUV.

L'électrification en cours des marchés automobiles devrait permettre de lever au moins en partie cet obstacle. Ainsi, 77% des personnes interrogées dans le cadre de l'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2022 pensent que produire des SUV hybrides ou électriques permet de réduire l'impact environnemental de cette catégorie de véhicules. 71% pensent de la même façon qu'un SUV électrique est plus vertueux sur le plan environnemental qu'une citadine ou une berline thermique.

Une année 2022 encore perturbée par la situation sanitaire

C'est un constat sans appel : le SUV poursuit insolemment sa course en avant. La part de marché qu'il préempte parmi les ventes de véhicules neufs à destination des particuliers a progressé de 15 points dans le monde en moins d'une dizaine d'années, pour s'établir aujourd'hui à 44%. Elle a même doublé en Europe où elle atteint désormais 38%. Au regard des intentions d'achat d'un véhicule neuf dans les 12 prochains mois, avec 29% des non-possesseurs actuels prêts à se convertir au SUV, le marché semble clairement avoir un avenir radieux tracé devant lui.

Il ne faut toutefois pas oublier les très fortes perturbations rencontrées par les marchés automobiles à travers le monde en 2021 et qui devraient perdurer en 2022, malgré une amélioration attendue — mais très progressive — de la production des composants électroniques. Avec en plus une situation sanitaire encore incertaine, la visibilité sur les

perspectives de l'année 2022 restent faibles. En l'état actuel des choses, nous anticipons des volumes de ventes de voitures neuves globalement stables au niveau mondial et européen.

[Télécharger l'étude complète](#)

[Visionner la conférence en replay](#)

Méthodologie :

Les analyses économiques et marketing ainsi que les prévisions ont été réalisées en partenariat avec la société d'études et de conseil **C-Ways**, spécialiste du Marketing d'Anticipation.

Les terrains de l'enquête consommateurs quantitative ont été conduits par **Harris Interactive du 3 au 20 septembre 2021 dans 17 pays** : Afrique du Sud, Allemagne, Belgique, Brésil, Chine, Espagne, États-Unis, France, Italie, Japon, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni et Turquie. Au total, **11 000 personnes ont été interrogées** en ligne (mode de recueil CAWI). Ces personnes âgées de 18 à 65 ans sont issus d'échantillons nationaux représentatifs de chaque pays. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas (sexe, âge). 3 000 interviews ont été réalisées en France et 500 dans chacun des autres pays.

À propos de l'Observatoire Cetelem [@obs_cetelem](#)

Créé en 1985 et dirigé par Flavien Neuvy, l'Observatoire Cetelem est une structure d'études et de veille économique de BNP Paribas Personal Finance.

Sa vocation est d'observer, éclairer et décrypter l'évolution des modes de consommation en France et à l'international. Pour répondre à cette exigence, l'Observatoire Cetelem a mis en place un dispositif fondé sur la diversité et la complémentarité de contenus avec :

- Les Observatoires : 2 études de référence grand public annuelles menées au niveau international, l'une sur l'automobile à l'échelle mondiale (17 pays), l'autre sur la consommation au niveau européen (17 pays).
- Les zOOMs, les modes de vie en vue, proposent d'explorer un grand thème (tourisme responsable, télétravail, place des animaux dans la société, etc.) en 3 temps, sollicitant l'avis des Français au travers de 3 vagues de sondage.
- L'Œil, les nouveaux faits de consommation à la loupe, repère les micro-faits qui préfigurent les innovations et mutations marquantes en matière de consommation.

Plus d'informations ainsi que l'ensemble des études sur [le site de l'Observatoire Cetelem](#)

Contact presse : Rumeur Publique

Arthur Vandekerckhove : arthur@rumeurpublique.fr | +33 6 24 35 21 38

Marie Goislard : marieg@rumeurpublique.fr | +33 6 21 23 37 75