

Le Devoir

Le dossier noir de l'automobile: Quand les muscle cars refont la ville

Depuis 1984, la puissance des nouveaux véhicules a augmenté de 82 % sur les véhicules de base (de 83 à 151 CV) et de 66 % sur les plus performants

Louis-Gilles Francoeur

Le samedi 26 janvier 2002

Belles. Puissantes. Bourrées de gadgets. Luxueuses. Chères et énergivores. Qu'est devenue la voiture en une seule génération, et pourquoi a-t-elle aussi profondément modifié nos villes? Une série de deux entrevues avec Richard Bergeron, qui publiait en 1999 un livre aussi impressionnant que le silence des médias à son endroit: *Le Livre noir de l'automobile*.

Les voitures sont de plus en plus nombreuses, et même si chacune est devenue moins énergivore, la consommation globale de pétrole augmente et les villes sont triturées par de nouvelles autoroutes. Encore aujourd'hui, à Montréal - pensons à l'autoroute Notre-Dame! -, l'auto ne cesse de progresser sur les transports en commun dans ce qui devrait être leur bastion incontesté.

L'explication, raconte Richard Bergeron, responsable des analyses stratégiques à l'Agence métropolitaine de transport (AMT), réside dans la réponse des constructeurs automobiles à la crise du pétrole des années 70.

En 1973, les muscle cars, comme la légendaire Mustang, lâchaient allégrement leurs 350 chevaux-vapeur (CV) aux feux verts. La consommation moyenne des véhicules en Amérique atteignait alors 17 litres aux 100 km (L/100 km).

Pour consolider leur autonomie énergétique au moment de la première crise du pétrole, les États-Unis appliquent, à compter de 1975, la norme dite du Corporate Average Fuel Economy (CAFE), qui visait à ramener à 8,5 L/100 km la consommation moyenne globale du parc automobile américain en 1985. Après avoir réduit cette consommation de 1 L/100 km pendant sept années consécutives, les États-Unis, en 1982, s'entendent avec leurs constructeurs pour s'en tenir aux gains réalisés jusque-là: la consommation s'était stabilisée à 10,3 L/100 km. Une entente jamais divulguée a alors été conclue pour les sauver du péril jaune. Les Japonais avaient en effet profité de la crise pour leur enlever 40 % du marché avec leurs petites voitures, acculant Chrysler à la faillite et déstabilisant GM.

Pour réduire la consommation de leurs ventes globales annuelles, les constructeurs avaient réduit le poids des véhicules et amélioré leurs techniques de carburation. Mais cela a eu un effet à la baisse sur le prix moyen des voitures. En effet, demande Richard Bergeron, «comment pouvaient-ils exiger plus cher pour de plus petits véhicules?». Leur stratégie a alors consisté à respecter la moyenne de consommation de 1982 en transférant au marketing et aux automobilistes le gain des nouvelles technologies.

«La recherche et l'innovation auraient pu servir à dégager une marge technologique qui aurait pu réduire encore davantage la consommation des voitures. Mais les consommateurs, explique Richard Bergeron, n'auraient pas accepté de payer plus cher des véhicules dont la qualité

première aurait été de consommer de moins en moins. L'industrie a donc misé sur plus de puissance, plus de capacité d'accélération, plus de confort et plus de sécurité pour justifier l'accroissement des prix et de ses profits.»

Depuis 1984, la puissance des nouveaux véhicules a ainsi augmenté de 82 % sur les véhicules de base (de 83 à 151 CV) et de 66 % sur les plus performants. Le temps moyen d'accélération (de 0 à 100 km/h) a été amélioré de 3,5 secondes en moyenne par rapport à 1984, et cela, fait remarquer l'auteur du Livre noir, malgré une augmentation moyenne de 295 kilos durant la même période. De 1995 à aujourd'hui, la puissance a en moyenne augmenté de quatre CV par an par modèle. Et la poussée en faveur de véhicules plus gros a culminé avec l'arrivée en scène des «utilitaires sport», qui dominent désormais le marché avec 52 % des ventes annuelles aux États-Unis et 45 % au Canada. Au Québec, on est plus sage ou moins riche: la part des utilitaires est passée de 30 à 36 % depuis 1996.

La transformation des gains technologiques en poids et en puissance additionnelle a donc stimulé le prix des véhicules à la hausse: de 53 % entre 1984 et 2001 (de 19 019 \$ à 29 042 \$). En moyenne, a relevé Richard Bergeron, 600 \$ de plus par unité chaque année.

Pour respecter la norme CAFE, jamais actualisée depuis 1982, ni aux États-Unis ni au Canada, les constructeurs vendent un maximum de gros «utilitaires» et stabilisent ensuite la consommation moyenne de leurs ventes globales annuelles en soldant les petits modèles moins énergivores.

«Au besoin, explique Richard Bergeron, les constructeurs vont couper les prix de 1000 à 2000 \$, quitte à perdre sur chaque unité. Mais cette perte est rentable à deux égards: elle permet de réaliser jusqu'à 10 fois plus de profit sur l'unité supplémentaire vendue dans la catégorie des utilitaires sport. Et elle représente un modeste investissement pour convaincre une jeune femme ou un jeune homme de se motoriser, ce qui en fera un client à vie.» Un phénomène qui se vérifie au Québec et à Montréal.

Au Québec, on compte aujourd'hui 4,5 millions de véhicules pour une moyenne de 600 voitures par 1000 habitants. Le parc automobile provincial augmente de 50 000 unités par année.

Même à Montréal - où, selon Richard Bergeron, «les transports collectifs permettent encore de mener une vie relativement confortable sans auto» -, la part modale du transport collectif est passée de 37,1 à 22,6 %. Si ce calcul englobait tous les déplacements, y compris ceux à vélo et à pied sur l'ensemble de la journée, la part des transports collectifs chuterait à 15,8 %.

Quatre facteurs stimulent cette hausse, explique l'auteur du Livre noir de l'automobile. L'attrait pour la banlieue, le vieillissement de la population, la promotion sociale des femmes (dont le taux de motorisation rejoint celui des hommes) et la motorisation de plus en plus précoce des jeunes.

Selon Richard Bergeron, «le postulat implicite dans tout ça, c'est que les transports collectifs sont un bien inférieur à l'automobile, qu'ils seraient aux transports ce que la soupe populaire est à la restauration de luxe».

Dans ce contexte savamment entretenu par la publicité imparable des constructeurs, le parc automobile métropolitain s'est accru de 27 000 voitures par an, totalisant en dix ans près de 300 000 unités: l'équivalent annuel, bout à bout, d'une file de 162 kilomètres de bagnoles... à garer quelque part!

«De 1987 à aujourd'hui, la population métropolitaine s'est accrue de 1 % par an, son parc automobile, de 2 % par an, et les déplacements en auto, de 3 %. Durant la même période, le taux de motorisation est passé de 416 à 467 véhicules par 1000 habitants.»

La ville, explique Richard Bergeron, se laisse en somme modeler par les moyens de transport disponibles selon les époques, ce dont on ne se rendait pas compte par le passé. Cependant, plus rien ne justifie d'ignorer cela à une époque où l'auto non seulement chambarde les quartiers et la santé publique mais dérègle allégrement le thermostat de la planète.

«À l'ère de la traction animale et de la marche, la ville devait être dense et plurifonctionnelle, comme l'illustrent le vieux centre-ville et les reliquats de Pointe-Saint-Charles, de Saint-Henri et du Centre-Sud. Puis vint le tramway (1880-1940), qui a suscité un certain étalement tout en maintenant une forte densité pour préserver la rentabilité des exploitants: le tramway explique en bonne part la physionomie de quartiers comme le Plateau, Hochelaga-Maisonneuve et NDG. Avec l'automobile, le développement urbain a hésité. Il a stimulé le développement de la périphérie urbaine (Ahuntsic, Saint-Léonard) puis fortement accentué le développement de Laval et de Longueuil. Les investissements majeurs du Québec des années 60 - jusqu'à 12 % du budget provincial certaines années ou l'équivalent de cinq milliards par an en dollars d'aujourd'hui - ont accéléré la tendance à l'étalement urbain, caractérisé par de faibles densités d'occupation du sol, une partition sociale et économique ainsi qu'une spécialisation du tissu urbain, le tout relié par plus d'autoroutes et de ponts», conclut Richard Bergeron.

Premier de deux textes

Le dossier noir de l'automobile: Des milliards en coûts cachés

Louis-Gilles Francoeur

Le lundi 28 janvier 2002

Il s'en dépense de l'argent pour les voitures! Mais si la facture est parfois salée en sortant du garage, qu'en est-il plus globalement? Une deuxième entrevue pour clore cette série avec Richard Bergeron, qui publiait en 1999 aux Éditions Hypothèses *Le Livre noir de l'automobile*.

En 2000, les Québécois ont dépensé quelque 36,7 milliards de dollars pour se déplacer en voiture, soit 96,6 % de toutes les dépenses en transport au Québec ou les quatre cinquièmes du budget annuel du gouvernement provincial !

Telle est l'étonnante compilation, qui n'inclut pas les coûts sociaux comme la pollution et l'étalement urbain, réalisée par Richard Bergeron, l'auteur du *Livre noir de l'automobile* et qui est aussi spécialiste en analyses stratégiques à l'Agence métropolitaine de transport (AMT).

«Et les gens nous disent après ça qu'on exagère quand on demande un accroissement de budget de 20 ou 30 millions pour améliorer le transport en commun», qui n'obtient que 3,4 %. Les miettes de la table!

Richard Bergeron a calculé que la valeur moyenne des nouveaux véhicules vendus au Québec est passée de 26 844 \$ en 1997 à 29 042 \$ en 2001. La hausse des ventes a été encore plus forte: de 298 558 véhicules en 1996 à 382 414 en 2000 pour des ventes totales qui ont bondi de 7,8 à 10,8 milliards, soit une hausse de 38 % en quatre ans.

Lorsqu'il ajoute les ventes de véhicules d'occasion et récréatifs, les ventes des stations-services et les pièces, services et accessoires d'automobiles, le chercheur établit à 21,2 milliards en 1997 les dépenses directes dans le secteur automobile québécois, un chiffre qui est passé à 25,9 milliards en 2000, soit une hausse de 22 %!

Mais il faut aussi tenir compte des investissements publics et ceux, moins évidents, réalisés, par exemple, dans la construction de stationnements.

«Les gens, dit-il, ne réalisent pas, lorsqu'ils acquièrent une résidence de 150 000 \$, qu'ils achètent aussi un garage de 25 000 \$.» Tout comme on comptabilise rarement la valeur des stationnements publics et des grands édifices, qui atteint, selon Richard Bergeron, 1,5 milliard par année, soit une moyenne de quatre stationnements par nouvelle automobile à 7500 \$ l'unité!

Le spécialiste ajoute trois milliards dépensés annuellement en construction et entretien de routes et de voies urbaines, 1,5 milliard pour le traitement médical des blessés et handicapés de la route, deux milliards en assurances pour dommages matériels, un milliard pour l'assurance des personnes, 500 millions en stationnements commerciaux, 750 autres millions en police, pompiers et urgences de toutes sortes et 750 millions pour la gestion du parc automobile québécois (immatriculations, permis, amendes, etc.). Total général: 12 milliards de plus par année à ajouter aux 25,9 en dépenses directes.

En cinq ans, explique-t-il, le total cumulatif de toutes ces dépenses atteint 178 milliards, soit 20 % des 875 milliards auquel correspond le produit intérieur brut cumulatif du Québec pour la même période.

Si les impacts de l'automobile sur la physionomie des villes sont relativement apparents, le déficit que la voiture impose à la balance des paiements l'est moins. Selon Richard Bergeron, le déficit de notre balance commerciale engendré en l'an 2000 par les dépenses pour la voiture personnelle atteignait 17,2 milliards. Ce déficit s'accroît, dit-il, d'un milliard par année depuis 1997. Son excédent équivaut à peu près exactement au surplus de l'exploitation de notre première richesse naturelle, la forêt!

Heureusement, ajoute-t-il, que les 11 ou 12 milliards dépensés pour l'automobile ici au Québec améliorent la situation. Des 38 milliards dépensés en transports en 2001, la moitié, soient 19 %, profite à l'économie d'ici. Mais il n'en reste pas moins que le transport en commun, avec ses maigres 3,4 % des dépenses totales, serait beaucoup plus rentable si on y investissait davantage puisque cette activité suscite 13,5 emplois par million investi contre seulement 5,2 emplois dans le secteur automobile d'ici. Et autant aux États-Unis, au Japon et en Europe...

Comment expliquer cette myopie collective?

Richard Bergeron explique le phénomène par l'énormité des budgets publicitaires de l'industrie automobile qui dépenserait au Québec, a-t-il calculé, près d'un milliard par an, soit 10 % du seul marché des véhicules neufs, ou 5 % du marché des concessionnaires de voitures et de véhicules récréatifs et... 20 % du marché global de la publicité au Québec. Si on coupait, par prudence, son évaluation en deux, pour chaque dollar dépensé en transport en commun, on constaterait que l'industrie automobile a dépensé... 1000 fois plus. En annonçant jusque sur les quais et voitures du métro et des autobus!

Richard Bergeron se demande si on ne devrait pas parler d'un véritable «encadrement idéologique»?