

À propos d'un sondage CSA sur la voiture française la plus novatrice depuis 60 ans

Trois questions à Michel Freyssenet, sociologue CNRS, co-directeur du GERPISA*
L'Argus de l'automobile, 28.9.2005

1. Comment expliquez-vous le plébiscite de la Renault Espace ?

La surprise du sondage est de retrouver la Renault Espace en tête, légèrement devant la 2CV et la DS, modèles qui par contre étaient plus attendus sur le podium. À travers la Renault Espace, c'est probablement le concept de monospace qui est considéré comme l'innovation majeure de ces vingt dernières années. 25% des voitures neuves immatriculées en France en 2004 sont des monospaces et 18% dans l'Union européenne. Il est intéressant de noter que ce qui est considéré comme innovant n'est point tant la nouveauté mécanique, stylistique ou équipementière introduite par un modèle, que la réponse globale réussie, tant sur le plan de l'usage que sur le plan du symbole social, à une attente nouvelle d'une partie de la clientèle. La 2CV a été la voiture à tout faire d'une clientèle accédant pour la première fois à l'automobile. La DS a été la voiture symbole de la modernité triomphante des années 50/60 pour les nouvelles couches supérieures. L'Espace est le concept-symbole de la voiture décalée, attendue de fait par une clientèle épargnée par les rigueurs de la déréglementation salariale et financière, voire légèrement favorisée par elle, et recherchant un usage apaisé et pluri-fonction de l'automobile,

2. Pourquoi chaque tranche d'âge répond-elle en fonction des véhicules qui peuplent ou ont peuplé son époque ?

La nouveauté automobile française marquante dans la période où les enquêtés ont acquis leurs premières voitures est restée logiquement gravée dans leur imaginaire. Mais l'âge n'est pas la seule variable discriminante. Le niveau scolaire, le type de commune, la CSP et la proximité politique interviennent aussi de manière significative.

3. À l'heure où Peugeot s'allie avec Toyota pour sortir une citadine, croyez-vous que l'industrie française est encore capable d'inventer une voiture totalement novatrice?

Tout dépend ce que l'on appelle une voiture novatrice. Les citadines ne le sont plus, puisque d'autres constructeurs en proposent des modèles. Si l'on appelle innovant un modèle qui répond aux attentes nouvelles d'une clientèle potentielle, alors la Logan de Renault est un modèle innovant par son concept, même s'il n'apporte rien de nouveau aussi bien stylistiquement que mécaniquement. Il serait dans la vocation, la compétence et la stratégie bien comprise de Renault de poursuivre dans la voie de "l'innovation et de la flexibilité", et de laisser aux autres la stratégie de "volume et diversité" (PSA, VW, Opel, Fiat) ou la stratégie de "réduction permanente des coûts" (Toyota).

* Dernier livre paru en français: *Les modèles productifs*, La Découverte, Paris, 128 pages