

## Qu'est-ce qu'un SUV ?

SUV est le sigle anglais de Sport Utility Vehicle. C'est un type de véhicule qui combine des caractéristiques d'une voiture de tourisme avec celles d'un véhicule utilitaire, souvent caractérisé par sa taille plus grande et son poids plus important : un SUV pèse 200 kg de plus qu'un véhicule standard, mesure 25 cm plus long et 10 cm plus large.

Période de la journée pendant laquelle une consommation, une fréquentation ou un trafic est le plus important

Le terme « **berline** » désigne un type de carrosserie automobile fermé par un toit rigide, avec un pare-brise fixe et quatre portes latérales. Une berline propose au minimum quatre places sur deux rangées.



Fixer avec attention, concentration son regard sur l'objectif qu'on veut atteindre

Action de voter

Estimation de la valeur de quelque chose permettant un classement

Cercle de réflexion émanant généralement d'institutions privées, et apte à soumettre des propositions aux pouvoirs publics. (Recommandation officielle : laboratoire d'idées.)

Entraîner, pousser avec force

Mettre qqch. en avant, en tirer argument ou prétexte

## Pourquoi les SUV sont-ils autant à la mode ?

Le SUV répond à une envie massive et commune. Bien plus qu'un phénomène de mode, le SUV est devenu un type de véhicule à part entière. D'ailleurs, on trouve des SUV de différentes tailles, des versions coupés, des versions cabriolets... Autant de choix qui permettent une concurrence féroce entre les constructeurs. Pour ces derniers, le SUV est souvent un choix salvateur, qui permet de toucher un public bien plus large. Des prix plus accessibles, plus statutaires et à la mode, les SUV parviennent donc à séduire massivement.

Ces modèles parviennent à atteindre une aérodynamique assez proche de celle d'une berline, en usant d'artifices qui permettent d'avoir une ligne plus fluide. Cela limite la surconsommation et permet d'esquiver un fort malus écologique sur certains carburants. Pour rester dans l'air du temps, les SUV jouent différentes cartes. Le style baroudeur est pleinement assumé par certains constructeurs qui ont une affinité avec l'univers 4x4, comme les Range Rover par exemple. D'autres font du SUV en absorbant les codes de modèles sportifs, à l'image du BMW X6 ou encore du Mercedes GLE tandis que les constructeurs généralistes assument pleinement le concept de SUV urbain en produisant de petits modèles sobrement surélevés.

Et pour terminer, si SUV signifie Sport Utility Vehicle, la notion de sportivité ne fait aucunement écho au dynamisme du moteur. C'est un simple indicateur lié à l'univers du loisir. Le but d'un SUV, c'est aussi de vous permettre de vous amener à vos activités favorites !

Référence : <https://www.caroom.fr/guide/voiture-neuve/comment-choisir/carrosserie/suv/definition>

## Malus CO2/au poids en 2024 : nouvelles règles pour un véhicule de catégorie N1

Publié le 1 janvier 2024

Le malus CO2 et le malus au poids s'appliquent aux véhicules de tourisme.

Certains véhicules de catégorie N1 sont considérés comme des véhicules de tourisme s'ils peuvent avoir le même usage qu'un véhicule de catégorie M1 compte tenu de leur carrosserie, équipements et autres caractéristiques techniques.

Un décret doit déterminer les véhicules de catégorie N1 concernés.

Par ailleurs, un véhicule de catégorie N1 affecté exclusivement à l'exploitation des remontées mécaniques et des domaines skiables n'est pas considéré comme un véhicule de tourisme.

Un décret doit déterminer les conditions dans lesquelles l'exploitation exclusive est constatée.

Les informations présentées dans cette page seront précisées dès publication du décret.

Dans l'attente de la publication de ce décret, les règles restent inchangées.

Référence ; Service-public : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F35947>

Faire volontiers usage d'archaïsmes ou de constructions archaïques



Cœur d'un centre urbain

61% DES PARISIENS SOUTIENNENT LA TARIFICATION DU STATIONNEMENT AU POIDS.

« Les voitures qui font deux tonnes sont le vrai problème »

« Pourcentage »

« Pour l'universitaire, la liberté et la modernité

« Il faut arrêter d'archaïser l'automobile individuelle alors qu'elle rend service et participe également d'une forme de lien social. »

Au-delà de taxer les SUV et autres véhicules lourds, un autre secteur est à prendre en compte : la publicité. Les constructeurs automobiles y mettent en avant un sentiment de liberté avec des véhicules évoluant dans des paysages naturels.

« On laisse le consommateur penser que l'utilisation de ces véhicules serait compatible avec l'essor d'une nature resplendissante. C'est faux ! » Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

Joseph Le Fer

« On laisse le consommateur penser que l'utilisation de ces véhicules serait compatible avec l'essor d'une nature resplendissante. C'est faux ! »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

« Si on cumule chaque jour les publicités pour les SUV à la télévision, cela correspond à trois heures cinquante minutes de visionnage. Concernant la presse écrite, cela reviendrait à un quotidien de 10 pages de publicités. S'il faut penser une ville avec des SUV, nos imaginaires doivent aussi évoluer. »

## Le trop plein de SUV dans la publicité

L'espace publicitaire est aujourd'hui saturé par les SUV. Sur les 4,3 milliards d'euros consacrés à ses dépenses de publicité en 2019, la filière automobile a consacré 1,8 milliards à la promotion des SUV en France. Sur la même période, les constructeurs automobiles ont dédié seulement 1,2 milliards à la promotion des citadines. De même, à la télévision, la pub pour SUV a cumulé en 2019 3h50 de diffusion chaque jour, soit l'équivalent de 2 matchs de football, ou de 6 journaux télévisés. Dans la presse, l'espace qui leur a été dévolu cette même année correspond à la publication d'une édition nationale de 18 pages, chaque jour.

Une aberration face à la réalité que concourent à occulter ces publicités : dérèglement climatique, embouteillages, pollution de l'air, insécurité routière... Tandis que la pub met en avant le sentiment de sécurité et nous vante les mérites d'un véhicule tout terrain permettant d'accéder à des espaces naturels préservés, la réalité est autrement moins flatteuse : un conducteur au volant d'un SUV à 10 % de plus de chances d'être victime d'un accident de la route et le SUV a déjà représenté, dans notre pays, la 2ème source de croissance des émissions de CO2 ces dix dernières années. C'est pourquoi nous réclamons la fin de cette aberrante promotion !

Référence : <https://www.wwf.fr/sengager-ensemble/relayer-campagnes/stop-suv>

Qui est merveilleux, idéal

Mouvement par lequel une entreprise, une activité, etc., se développent rapidement, progressent

Être de même valeur que quelque chose, être égal à

## **SUV : et si les publicités étaient bientôt interdites à la télévision ?**

En l'espace de quelques années, les SUV se sont fait une place sur le marché automobile et figure aujourd'hui parmi les modèles les plus vendus. Si les automobilistes en sont friands, ce n'est pas le cas de tous les politiques puisque certains veulent limiter leur présence sur nos routes, notamment en ville. Une élue des Hauts-de-France se montre encore plus sévère et souhaite interdire la publicité des SUV à la télévision !

### **Une élue veut une loi Évin pour les SUV afin d'interdire leurs publicités**

À l'instar de la loi Évin pour le tabac, Marine Tondelier, secrétaire nationale d'Europe Écologie Les Verts (EELV), souhaite mettre en place une loi similaire pour les SUV et ce, pour interdire leur promotion à la télévision.

Pour justifier sa proposition, elle met notamment en avant l'aspect climaticide des publicités sur les SUV, qui rendraient les citoyens malheureux. Elle se base également sur un rapport de la WWF datant de 2021 démontrant une présence massive des SUV dans les publicités en 2019.

En effet, l'organisation internationale avait relevé que les SUV représentaient 18 pages dans la presse chaque jour et 3h50 de publicité quotidienne à la télévision cette année-là.

L'élue des Hauts-de-France s'est justifiée récemment sur le plateau de LCI en expliquant que :

“Aujourd'hui, on a un problème lié à ce qu'on donne envie aux gens d'acheter. Je fais partie des anti-pub.

J'en ai marre de voir à la télé des pubs qui nous donnent envie de consommer des choses qui ne nous rendent pas plus heureux. C'est le cas des publicités pour les SUV. C'est 3h50 par jour.

Comme il y a eu la loi Évin sur le tabac, je ne comprends pas qu'on ne soit pas capable de faire une loi pour interdire la publicité là-dessus.”

### **Une publicité Toyota déjà interdite au Royaume-Uni !**

Depuis quelques années, la publicité des véhicules motorisés est encadrée en France et intègre désormais le hashtag #SeDéplacerMoinsPolluer, ainsi que le niveau d'émissions de CO2.

Toutefois, il n'est pas impossible que cet encadrement devienne plus strict, notamment lorsque l'on prend en considération ce qu'il s'est passé au Royaume-Uni récemment. En effet, une publicité Toyota y a été bannie !

Diffusée pour la première fois en 2020, cette dernière mettait en scène le nouveau Toyota Hilux. On y voyait plusieurs exemplaires du pick-up japonais roulant hors de sentiers battus, sur des terrains accidentés, rocailleux et poussiéreux afin de montrer ses capacités de franchissement. Les dizaines de Toyota Hilux réunis pour l'occasion ont également traversé des routes montagneuses et des rivières.

Mais en fin d'année 2023, cette publicité a été interdite par le gendarme britannique de la publicité, l'Advertising Standards Authority (ASA), car elle est jugée “irresponsable” pour l'environnement.

C'est l'association Adfree Cities qui avait déposé une plainte auprès de l'ASA, estimant que cette publicité pour le Toyota Hilux encourage des comportements “dangereux pour l'environnement” et “irresponsables”.

L'association salue évidemment cette victoire et comme l'élue Marine Tondelier, elle appelle à "interdire toutes les publicités pour des SUV".

<https://www.caroom.fr/blog/suv-et-si-les-publicites-etaient-bientot-interdites-a-la-television-22258.html>

# Le marché automobile français en 2024

Les effets de la crise sanitaire de la Covid-19 et de la guerre en Ukraine se font ressentir sur le marché automobile depuis quelques années, comme c'était le cas des **pénuries de semi-conducteurs et de matières premières** qui ont obligé de nombreux constructeurs à revoir leurs plans. Toutefois, en 2023, les ventes sont reparties à la hausse, malgré la menace de l'inflation.

Le marché automobile français continue d'enregistrer une **hausse des immatriculations de voitures particulières neuves en 2024**, puisque l'on en recense **142 598 nouvelles immatriculations en février**, contre **126 236** il y a un an à la même période, soit une **hausse de 13 %**. Les **SUV** figurent évidemment parmi les modèles les plus vendus ce mois-ci, comme c'est le cas du SUV routier Peugeot 2008, qui arrive en cinquième position. D'ailleurs, savez-vous ce que veut dire SUV ?

## Les 15 SUV les plus vendus en France depuis janvier 2024

### Peugeot 2008 II



**Leader en 2020, 2021, 2022 et 2023**, le modèle de la marque au lion conserve sa place de roi des SUV en 2024 et enregistre **7 200 immatriculations** (2,7 %) depuis janvier. Charismatique et plein de caractère, le Peugeot 2008 est un SUV compact disponible en motorisations thermique ou électrique qui rassemble les dernières innovations du constructeur sochalien pour un résultat on ne peut plus séduisant.

## Renault Captur II



Le Renault Captur atteint la deuxième place en affichant **6 101 immatriculations** (2,3 %) depuis le début de l'année selon les derniers chiffres publiés par le Comité des Constructeurs Français d'Automobiles (CCFA). Le SUV compact urbain, **véritable best-seller** pour la marque au Losange, est lui aussi monté en gamme pour arborer un look plus mature et qualitatif que jamais.

## Toyota Yaris Cross



Le nouveau **SUV urbain de Toyota**, le [Yaris Cross](#), est un concurrent de taille et recueille **5 658 (2,1 %)** en 2024. S'il repose sur la même plateforme que la citadine et que sa planche de bord classique et moderne ressemble à la Yaris, la **silhouette anguleuse** du SUV nous rappelle plutôt celle du RAV4. Vous aurez par ailleurs le choix entre plusieurs finitions et une motorisation hybride à 2 roues motrices avant ou en **transmission intégrale**.

<https://www.caroom.fr/guide/voiture-neuve/comment-choisir/carrosserie/suv/meilleures-ventes>



## ACTUALITÉ

# Les résultats de la votation sur la tarification des SUV

Mise à jour le 01/03/2024

Partager

### Sommaire

- Résultats de la votation
- Résultats par arrondissement

La Ville de Paris organisait le 4 février une votation sur la place des SUV les plus lourds encombrants et polluants dans la capitale, et notamment sur un tarif spécial de stationnement pour ces véhicules. Toutes les infos sur cette votation.

Dimanche 4 février, les Parisiennes et Parisiens inscrits sur les listes électorales étaient invités à voter « **Pour ou contre la création d'un tarif spécifique pour le stationnement des voitures individuelles lourdes, encombrantes, polluantes ?** » dans l'un des 222 bureaux de vote déployés pour l'occasion, avant que la Ville de Paris ne prenne sa décision.

**78 121 Parisiens se sont exprimés et 54,55 % d'entre eux ont voté pour la création d'un tarif spécifique.**

Pour rappel, depuis dix ans, la place de la voiture individuelle a diminué à Paris du fait d'une politique volontariste de la municipalité. Dans le même temps, la taille et le poids moyens des véhicules n'ont eu de cesse d'augmenter en raison du développement exponentiel des SUV. Ces derniers, qui représentent désormais 40 % des ventes, présentent de nombreux problèmes de pollution, de sécurité et de partage équitable de l'espace public.

Après un vote au Conseil de Paris, cette réforme sera mise en œuvre au 1<sup>er</sup> septembre prochain.

## Résultats de la votation

Sur les 1 374 532 personnes inscrites sur les listes électorales parisiennes, 78 121 électeurs ont pris part au scrutin.

- Bulletin « Pour » : 42 415 votants soit 54,55 % des suffrages exprimés
- Bulletin « Contre » : 35 340 votants soit 45,45 % des suffrages exprimés
- Nombre de bulletins blancs et nuls : 366

Conformément à l'article 29 du règlement de la votation, les six membres de la commission de contrôle ont procédé, lors d'une réunion qui s'est tenue le 5 février 2024 à l'Hôtel de Ville, à l'examen des procès-verbaux centralisateurs et des procès-verbaux des bureaux de vote de la votation.

Elle a examiné par ailleurs plusieurs des bulletins blancs et nuls. À l'issue de cet examen, la commission de contrôle n'a procédé à aucune rectification des résultats de la votation. En conséquence, les résultats de la votation du 4 février 2024 sont considérés comme définitifs.

Conformément à l'article 29 du règlement de la votation, le compte-rendu des travaux de la commission de contrôle est mis en ligne, sous la forme de procès-verbaux, sur [paris.fr](https://paris.fr).



## Résultats par arrondissement

ARRONDISSEMENT	POUR	CONTRE
Paris Centre	62,67 %	37,33 %
5e	60,18 %	39,82 %
6e	47,38 %	52,62 %
7e	25,95 %	74,05 %
8e	26,95 %	73,05 %
9e	61,34 %	38,66 %
10e	76,79 %	23,21 %
11e	71,54 %	28,46 %
12e	60,07 %	39,93 %
13e	63,66 %	36,34 %
14e	59,20 %	40,80 %
15e	40,36 %	59,64 %
16e	18,05 %	81,95 %
17e	37,63 %	62,37 %
18e	71,99 %	28,01 %
19e	73,12 %	26,88 %
20e	73,57 %	26,43 %

## Comment s'organisait la votation ?

---

La votation était organisée le 4 février 2024 dans tous les arrondissements de la capitale, exclusivement physique et se déroulait entre 9 h et 19 h.

Le vote s'effectuait dans l'arrondissement correspondant à l'adresse d'inscription sur les listes électorales.

Les 38 lieux de vote étaient installés dans la capitale, avec 222 bureaux de vote répartis dans tous les arrondissements.

## Qui pouvait voter ?

---

Toutes les Parisiennes et tous les Parisiens inscrits sur les listes électorales à la date du 8 janvier 2024 pouvaient prendre part à cette votation. S'agissant des ressortissants communautaires, seuls ceux inscrits sur la liste complémentaire pour les élections municipales pouvaient participer à cette votation.

- [Liste des documents acceptés comme justificatifs de l'identité](#) 

## Pourquoi une consultation sur les SUV ?

---

La consultation visait à répondre à plusieurs enjeux de **sécurité, de partage de l'espace public et de pollution**. Si, depuis dix ans, la place de la voiture n'a eu de cesse de diminuer dans Paris, dans le même temps, la taille moyenne des voitures, elle, a augmenté dans la capitale.

Cela s'explique par l'explosion des ventes de SUV et 4x4 en France.

Depuis trois décennies, la taille et le poids moyens des voitures en France augmentent, prenant de plus en plus de place sur la chaussée, les trottoirs et l'espace public en général : en moins de trente ans, les voitures se sont ainsi alourdies de près de **250 kilos**. Le poids moyen d'un véhicule représentait **975 kilos** en 1990, il est aujourd'hui de **1 233 kilos**.

Enfin, du fait de leur taille toujours, les SUV sont aussi plus dangereux pour les piétons : en cas de collision avec un enfant, un adulte ou une personne âgée, ces accidents impliquant un SUV sont deux fois plus mortels pour les piétons qu'avec une voiture standard.

**Pour un meilleur partage de l'espace public** dans Paris, faire baisser la pollution et réduire les accidents, la Ville a donc consulté, le 4 février, les Parisiennes et les Parisiens sur l'augmentation des tarifs de stationnement non résidentiel des SUV et 4x4.

## Quelle est la mesure ?

La création d'un tarif spécifique de stationnement destinée aux véhicules lourds, polluants et encombrants. La Ville de Paris propose un triplement des tarifs de stationnement visiteur pour les véhicules concernés.



Par exemple :

- de Paris Centre à Paris 11<sup>e</sup> : 18 euros par heure
- de Paris 12<sup>e</sup> à Paris 20<sup>e</sup> : 12 euros par heure

### PLUS OU MOINS DE SUV À PARIS ?

## Création d'un tarif SUV

durée	1 <sup>er</sup> au 11 <sup>e</sup> arr.	12 <sup>e</sup> au 20 <sup>e</sup> arr.
1h	6€ 18€	4€ 12€
2h	12€ 36€	8€ 24€
3h	24€ 72€	16€ 48€
4h	39€ 117€	26€ 78€
5h	57€ 171€	38€ 114€
6h	75€ 225€	50€ 150€

 Tarification normale  Tarification SUV

Information : la redevance est fractionnable par tranche de 15 minutes.

**LE 4 FÉVRIER, VOTEZ !**

## Qui sera concerné par la mesure ?

---

- les visiteurs détenteurs d'un SUV dépassant le poids réglementaire
- les propriétaires d'un véhicule thermique ou hybride rechargeable de 1,6 tonne ou plus
- les propriétaires d'un véhicule électrique de 2 tonnes ou plus

## Qui ne sera pas concerné ?

---

- les résidents parisiens et les professionnels sédentaires stationnés dans leur zone de stationnement autorisé
- les chauffeurs de taxi dans les stations dédiées
- les artisans, professionnels de santé et éligibles au tarif pro
- les PMR et titulaires d'une carte mobilité Inclusion - stationnement