



31 mai 2012

UNE DÉCENNIE MARQUÉE PAR UN GAIN DE POPULARITÉ DES CAMIONS ET UNE STAGNATION DE L'ÉCONOMIE DE CARBURANT AU CANADA

Faits saillants

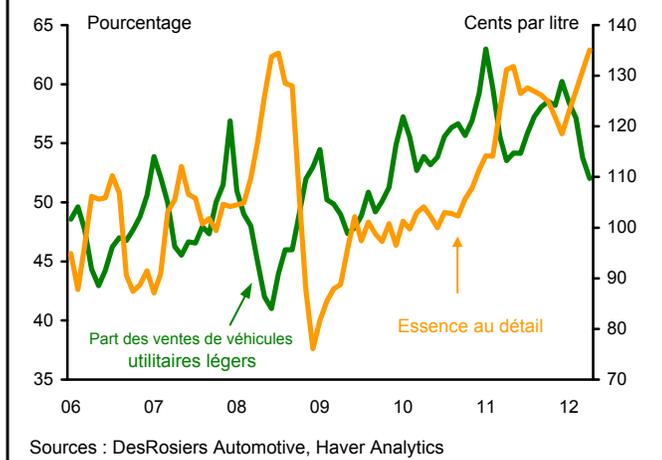
- Les récentes hausses du prix de l'essence ont mis en perspective l'intérêt pour les conducteurs de privilégier des véhicules plus petits et consommant moins d'essence. Or, bien que les Canadiens aient tendance à acheter des véhicules plus petits lorsque le coût du carburant augmente rapidement, les camions ont gagné en popularité ces 10 dernières années.
- Les consommateurs ont pris beaucoup de temps à adopter les véhicules hybrides et électriques. Ces véhicules qui utilisent une source d'énergie de remplacement doivent encore surmonter certains obstacles avant de constituer une part importante du marché canadien.
- En dépit d'efforts soutenus pour améliorer le rendement énergétique de tous les véhicules, la demande croissante de véhicules utilitaires légers (VUL) fait en sorte que l'économie de carburant au Canada stagne depuis 10 ans.

Comme le prix de l'essence demeure élevé, il a beaucoup été question d'un virage vers des véhicules ayant un meilleur rendement énergétique. Bien que les consommateurs aient effectivement tendance à acheter des véhicules plus petits lorsque le prix de l'essence augmente rapidement, les VUL (notamment les véhicules multisegments, les véhicules utilitaires sport, les fourgonnettes et les camionnettes) ont gagné en popularité auprès des conducteurs canadiens au fil des ans. De plus, l'économie globale de carburant au Canada est demeurée assez constante ces 10 dernières années, malgré les importants gains en efficacité rendus possibles grâce aux constructeurs de véhicules automobiles.

Une hausse des ventes de petits véhicules soutenue par les augmentations de prix de l'essence

Ces quatre dernières années, le prix de l'essence a atteint ou frôlé des niveaux record, grimpant à trois reprises aux environs de 1,35 \$ le litre. Chaque fois, la hausse de prix a déclenché une réaction semblable parmi les acheteurs de véhicules neufs, soit une demande accrue pour les voitures automobiles au détriment des VUL. Mais même si la part des voitures automobiles a augmenté parallèlement à la hausse initiale des coûts du carburant, ce lien n'était pas constant. Tant en 2008 qu'en 2011, les ventes de voitures automobiles ont amorcé un recul avant même que le prix de l'essence ne culmine. Qui plus est, même quand le prix de l'essence s'est maintenu à des niveaux relativement élevés, particulièrement en 2011, la demande des consommateurs pour les VUL a grimpé. Ces faits donnent à penser que ce sont davantage les fluctuations que les niveaux de prix de l'essence qui influent sur le choix des consommateurs. Jusqu'en avril cette année, les ventes de véhicules ont grimpé parallèlement au prix de l'essence.

Fait intéressant, ce n'est qu'en 2008, soit lorsque le prix de l'essence a dépassé 1,30 \$ le litre pour

GRAPHIQUE 1 : PRIX DE L'ESSENCE ET PART DES VENTES D'AUTOMOBILES


la première fois, que les ventes de voitures automobiles ont été supérieures à celles des VUL, comptant pour plus de la moitié des ventes totales. Depuis la fin de 2009, les ventes de VUL dépassent celles des voitures automobiles, et ce, même cette année, alors que le prix de l'essence se situe aux environs des sommets de 2008. (graphique 1)

Une préférence des conducteurs canadiens pour les camions

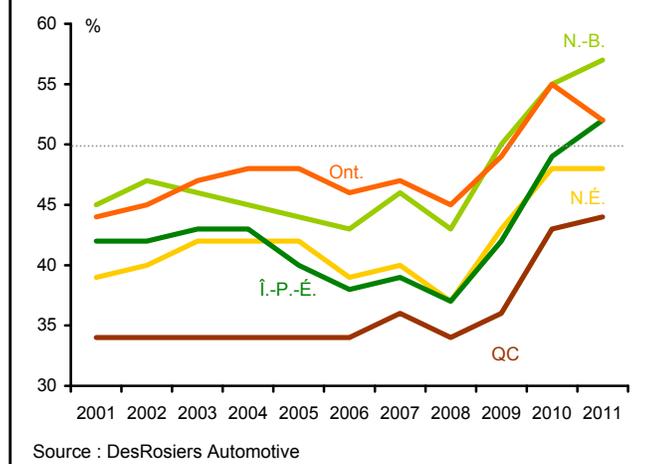
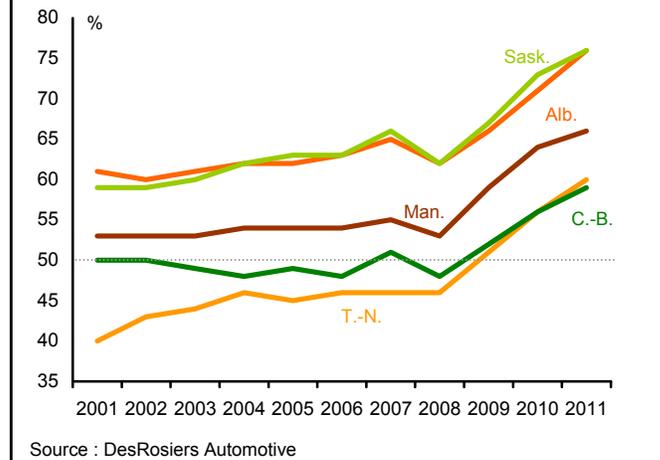
Il semble que les consommateurs se soient adaptés aux prix plus élevés de l'essence et que la progression des prix du carburant constatée au cours de la dernière décennie ne soit pas encore parvenue à les décourager d'acheter des camions. D'après les tendances qui se sont dessinées ces 10 dernières années, il est clair que les préférences des con-

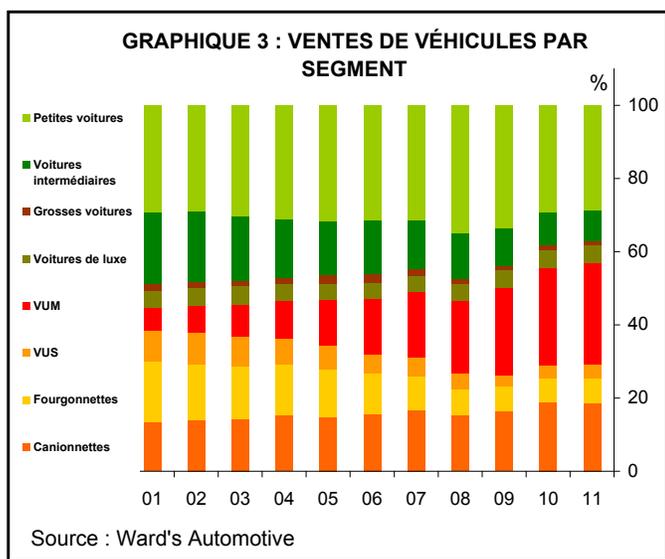
TABLEAU 1: VÉHICULES AFFICHANT LES MEILLEURES VENTES AU CANADA

	2001	2011
1	Dodge Caravan	Ford F-Series
2	Honda Civic	Ram Pickup
3	Ford F-Series	Honda Civic
4	Chevrolet Cavalier	Dodge Caravan
5	Mazda Protege	Toyota Corolla/Matrix
6	Chevrolet Silverado	GMC Sierra
7	Ford Focus	Hyundai Elantra
8	Pontiac Sunfire	Ford Escape
9	Ford Windstar	Chevrolet Silverado
10	Toyota Corolla	Mazda3

% du total des ventes: 33%
 Camions légers en rouge
 Source: Ward's Auto

sommateurs évoluent vers des véhicules plus gros et moins écoénergétiques. Le tableau 1 présente les 10 véhicules les plus vendus au Canada en 2001 et en 2011, comptant pour le tiers des ventes totales de chacune de ces années. Bien que 5 des 10 véhicules figurent dans les deux listes, ces dernières présentent une différence est frappante. En effet, la liste de 2001 contenait quatre VUL comptant pour environ 15 % des ventes totales. La liste de 2011 comprenait six VUL détenant 22 % du marché. Or, de 2001 à 2011, le prix de l'essence a grimpé de 80 % (soit près de 50 % en tenant compte de l'inflation). Il semble donc que la hausse du prix de l'essence n'ait pas amené les consommateurs à délaisser les gros véhicules, comme on s'y serait attendu. Cela dit, comme en 2001, chacun des 10 véhicules les plus vendus de 2011 appartient à la catégorie des petits véhicules, et le

GRAPHIQUE 2A : PART DES VENTES DE VÉHICULES UTILITAIRES LÉGERS PAR PROVINCE

GRAPHIQUE 2B : PART DES VENTES DE VÉHICULES UTILITAIRES LÉGERS PAR PROVINCE




segment des véhicules consommant beaucoup de carburant trône au sommet de la liste en détenant 29 % du marché.

L'évolution vers les VUL s'est faite à grande échelle dans le pays. (graphiques 2A et 2B) Même les provinces qui privilégient les petites voitures, notamment le Québec, la Nouvelle-Écosse et l'Île-du-Prince-Édouard, ont constaté une hausse des ventes de camions ces dernières années. Mais l'intérêt pour les camions a surtout augmenté en Alberta, en Saskatchewan et à Terre-Neuve-Labrador. En effet, la part des ventes de VUL des deux provinces de l'Ouest est passée d'environ 60 % en 2001 à 76 % en 2011. À Terre-Neuve-Labrador, la part des ventes de VUL s'est accrue de 20 points de pourcentage au cours de la dernière décennie, comptant pour 60 % en 2011.

Ce n'est probablement pas une coïncidence que la plus forte hausse de la demande de VUL ait été constatée dans les provinces riches en ressources, à un moment où les prix des produits de base faisaient bonne figure. Mais il y a d'autres facteurs qui sous-tendent la demande accrue de VUL, notamment la taille plus grande des familles, l'emplacement (les camions sont généralement plus populaires dans les régions où il y a plus de neige) et la perception selon laquelle les gros véhicules sont plus sécuritaires.

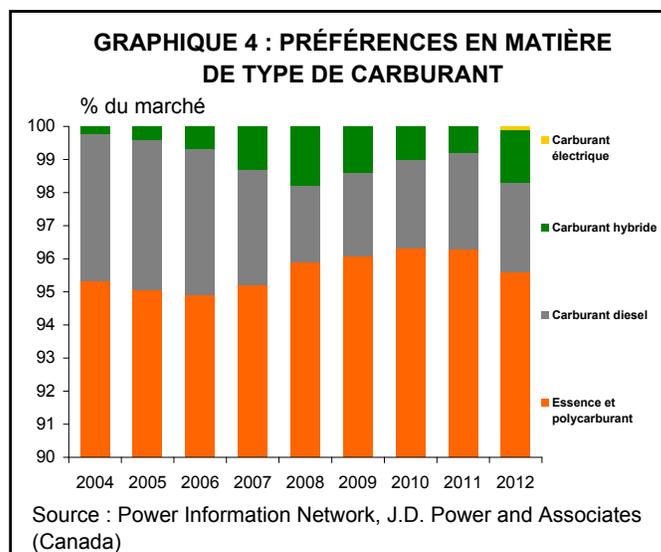
Au cours de la dernière décennie, les VUL ont suscité un intérêt accru, au détriment surtout des voitures intermédiaires. Mais ce ne sont pas tous les segments de camions qui ont été prospères, la répartition ayant considérablement changé en 10 ans. (graphique 3) Les Canadiens aiment les minifourgonnettes, comme l'atteste la présence de ces dernières dans la liste des 10 véhicules les plus vendus depuis plus d'une décennie. Mais ce segment autrefois flo-

rissant a souffert de la popularité croissante des véhicules utilitaires multisegments (VUM). En fait, la part de marché des minifourgonnettes a énormément diminué, passant de 16,4 % en 2001 à 6,8 % en 2011, tandis que celle des VUM qui comptent pour 28 % des ventes totales au Canada a constamment augmenté depuis leur lancement au milieu des années 1990. De même, les véhicules utilitaires sport (VUS) ont cédé du terrain aux VUM au fil des ans. Dans l'ensemble, les VUM consomment moins d'essence que les fourgonnettes et les VUS, mais plus que les voitures petites et intermédiaires. Fait intéressant, les camionnettes qui sont généralement les véhicules les moins écoénergétiques sur la route, sont parvenues à élargir leur part de marché ces 10 dernières années.

Un faible intérêt des consommateurs pour les véhicules hybrides et électriques

Contrairement aux VUM, les véhicules hybrides et électriques n'ont pas connu beaucoup de succès depuis leur apparition sur le marché de masse en 1999. Les consommateurs leur ont réservé un accueil moins enthousiaste que ne l'avaient prévu les constructeurs de véhicules automobiles. En fait, ces véhicules comptent pour moins de 2 % des ventes de véhicules neufs. (graphique 4) Avant que ces véhicules aux technologies évoluées soient plus présents sur les routes canadiennes, ils devront surmonter un certain nombre d'obstacles, ce qui prendra du temps.

En premier lieu, il y a le prix. Pour acquérir un véhicule hybride ou électrique, les consommateurs doivent payer une prime élevée qui n'est pas nécessairement compensée par les économies de carburant. Des analystes estiment qu'il faut compter en moyenne sept ans pour rentabiliser l'acquisition



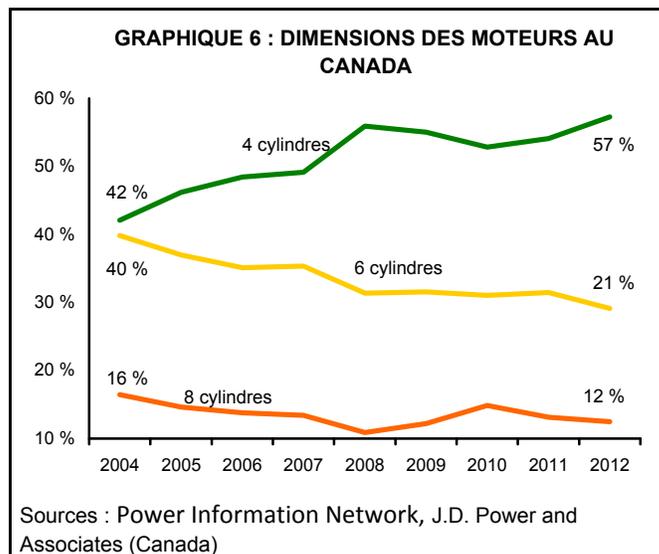
de ces coûteux véhicules¹. Ainsi, les véhicules qui utilisent une source d'énergie de remplacement ne sont pas un choix judicieux pour ceux qui prévoient les conserver de quatre à cinq ans, surtout s'il s'agit d'une location. Même les rabais et les stimulants gouvernementaux ne changent rien à la situation. Les consommateurs seront donc réticents à acheter ces véhicules tant que leurs prix demeureront élevés.

En deuxième lieu, comme ces véhicules utilisent une technologie qui n'existe que depuis peu, les consommateurs ne leur font pas entièrement confiance et hésitent encore plus à les acheter. Par ailleurs, le manque d'infrastructures, les longs délais de recharge (par rapport au temps requis pour faire le plein de carburant) et la distance que les véhicules électriques peuvent parcourir entre deux recharges découragent les consommateurs qui préfèrent la commodité et la souplesse qu'offrent les véhicules à essence. C'est particulièrement le cas pour les consommateurs qui parcourent de longues distances ou prévoient voyager.

En dernier lieu, la satisfaction des consommateurs à l'égard de ces technologies évoluées ne s'avère pas des plus positives. Selon une récente enquête effectuée aux États-Unis, seulement 35 % des propriétaires de véhicules hybrides ont de nouveau acheté de tels véhicules, et ce, malgré une augmentation du nombre de modèles offerts². Même si cette donnée ne tient pas compte des consommateurs qui ont demandé un véhicule non hybride, la faible clientèle acquise n'est pas de bon augure pour les ventes futures.

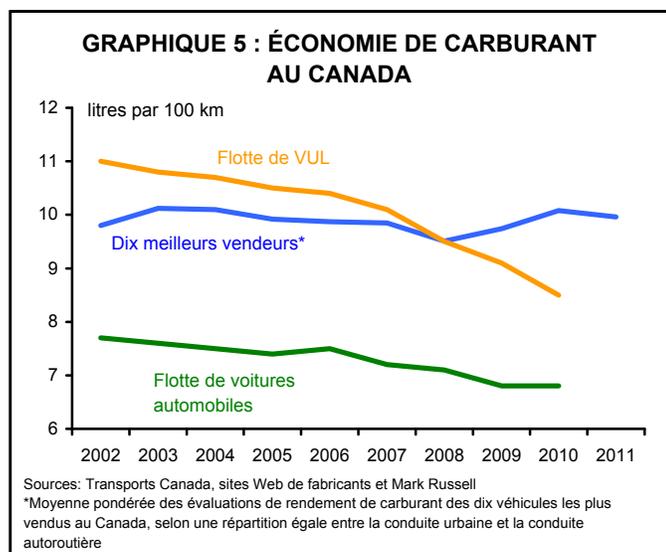
Des gains en efficacité annulés par les gros véhicules

Les constructeurs de véhicules automobiles continu-



eront de lancer des modèles dotés de moteurs hybrides et électriques, ce qui devrait faire grimper la demande. Mais même si ces modèles contribueront à créer une flotte ayant un meilleur rendement énergétique, les consommateurs préfèrent encore les traditionnels moteurs à essence. Heureusement pour les conducteurs, les constructeurs de véhicules automobiles ont beaucoup amélioré l'efficacité des moteurs à combustion interne. Selon des données de Transports Canada, l'économie de carburant moyenne des véhicules fabriqués pour le marché canadien ne cesse de s'améliorer au fil des ans, tant pour les voitures automobiles que pour les VUL. Selon les données de 2010 qui sont les plus récentes, la consommation moyenne de carburant sur 100 km de la flotte de voitures automobiles était de 6,8 litres, contre 7,8 litres en 2000. Cette amélioration est encore plus importante dans le segment des VUL où la consommation de carburant sur 100 km est passée de 11,0 litres en 2000 à 8,5 litres en 2010.

En général, l'efficacité énergétique d'un modèle de l'année en cours est supérieure à celle du modèle de l'année précédente, ce qui signifie que les consommateurs n'ont pas à opter pour un véhicule plus petit pour profiter d'une plus grande économie d'énergie. Les conducteurs canadiens semblent conscients de ce fait et au lieu de profiter d'économies de coûts de carburant, ils choisissent d'acheter un véhicule plus gros. En effet, comme le montre le graphique 5, l'économie globale de carburant au Canada est demeurée relativement stable au cours de la dernière décennie³, malgré les améliorations constantes que les fabricants apportent aux véhicules et en dépit d'un important déplacement vers les moteurs à quatre cylindres, au détriment des moteurs à



six cylindres et, dans une moindre mesure, des moteurs à huit cylindres. (graphique 6)

Cette situation est contraire aux tendances constatées aux États-Unis. Dans un récent rapport intitulé « [Gas Prices Up, But Trucks Still on Top](#) », nous indiquions que l'économie globale de carburant aux États-Unis avait augmenté ces dernières années, même si les camions demeurent parmi les véhicules les plus vendus. La différence entre les deux pays réside dans le fait que les Canadiens adoptent de plus en plus de gros véhicules, tandis que les préférences des consommateurs américains restent relativement les mêmes au fil des ans. En effet, alors qu'au Canada le segment des véhicules intermédiaires a cédé plus de la moitié de sa part de marché au segment de VUL ces 10 dernières années, il est demeuré relativement stable aux États-Unis, comptant pour environ 20 % des ventes totales. Ainsi, les conducteurs américains profitent des gains en efficacité associés aux nouvelles versions de modèles semblables.

Les constructeurs de véhicules automobiles continueront de lancer davantage de véhicules plus écoénergétiques pour être plus concurrentiels et pour respecter les normes gouvernementales. Le gouvernement fédéral du Canada a décidé de se mettre au diapason des nouvelles règles américaines, exigeant que les véhicules neufs affichent une consommation moyenne de carburant sur 100 km de 6,6 litres d'ici 2016 et de 4,3 litres d'ici 2025. Ce qui signifie un plus grand choix de véhicules hybrides et électriques, ainsi que d'autres améliorations au moteur à combustion interne, puisque c'est ce que les consommateurs préfèrent. Mais, à moins d'une importante hausse des prix de l'essence, les constructeurs de véhicules automobiles pourraient avoir de la difficulté à vendre les petits modèles plus écoénergétiques, car les consommateurs préfèrent nettement les gros véhicules.

Les ventes de VUL : une tendance qui persiste

Le récent comportement des consommateurs donne à penser que le prix de l'essence a une incidence temporaire sur les ventes de véhicules neufs au Canada, faisant initialement grimper la demande de petits véhicules. Toutefois, l'effet du prix élevé de l'essence semble se dissiper rapidement, comme l'indique le virage vers les VUL au cours de la dernière décennie, malgré les coûts beaucoup plus élevés du carburant. Le prix de l'essence devrait demeurer assez stable pendant les 18 prochains mois, car nous nous attendons à ce que le prix du baril de pétrole brut se maintienne dans la fourchette de 90 à 110 \$ US, comme c'était la norme l'an dernier. De ce fait, le prix de l'essence devrait avoir un effet plutôt neutre sur les ventes de véhicules.

L'importante amélioration de l'économie de carburant dans tous les segments de véhicules continuera de permettre aux consommateurs d'acheter des véhicules plus gros et à rendement énergétique moins élevé sans trop s'appauvrir. Comme l'Alberta et la Saskatchewan devraient se démarquer sur le plan économique cette année et l'an prochain, nous présumons que la tendance sous-jacente privilégiant les camions restera intacte.

En fait, nous prévoyons que les VUL conserveront leur part de 54 à 57 % des ventes totales des deux dernières années. Comme les ventes de véhicules neufs devraient globalement atteindre plus de 1,6 million d'unités cette année, les ventes de VUL pourraient se situer aux environs de la marque des 900 000 contre un peu plus de 700 000 pour les voitures automobiles. Bien que le segment des petits véhicules demeure en tête de peloton, celui des VUM le talonne de près et devrait même lui ravir le premier rang si les tendances constatées ces dernières années se maintiennent.

Dina Cover
Économiste
416-982-2555

Références

1. Amend, James. « Recession-Weary Car Buyers Consider HEVs, EVs Impractical ». Wardsauto. <http://wardsauto.com/vehicles-amp-technology/recession-weary-car-buyers-consider-hevs-evs-impractical>
2. « Only 35 Percent of Hybrid Owners Buying Hybrids Again, says Polk. » Polk. https://www.polk.com/company/news/only_35_percent_of_hybrid_owners_buying_hybrids_again_says_polk
3. * Selon une moyenne pondérée de la distance parcourue par les 10 véhicules les plus vendus et une répartition égale entre la conduite urbaine et la conduite autoroutière.

Le présent rapport est fourni par les Services économiques TD. Il est produit à titre informatif seulement et peut ne pas convenir à d'autres fins. Il ne vise pas à communiquer de renseignements importants sur les affaires du Groupe Banque TD, et les membres des Services économiques TD ne sont pas des porte-parole du Groupe Banque TD en ce qui concerne les affaires de celui-ci. L'information contenue dans le rapport provient de sources jugées fiables, mais son exactitude et son exhaustivité ne sont pas garanties. De plus, le rapport contient des analyses et des opinions portant sur l'économie, notamment au sujet du rendement économique et financier à venir. Par ailleurs, ces analyses et opinions reposent sur certaines hypothèses et d'autres facteurs et sont sujettes à des risques inhérents et à une incertitude. Les résultats réels pourraient être très différents. La Banque Toronto-Dominion ainsi que ses sociétés affiliées et divisions apparentées qui constituent le Groupe Banque TD ne peuvent être tenues responsables des erreurs ou omissions que pourraient contenir l'information, les analyses ou les opinions comprises dans ce rapport, ni des pertes ou dommages subis.