

Automobile, l'indépassable dépendance

L'automobile conserve une place de premier choix dans les déplacements du quotidien. Néanmoins, son coût pèse davantage sur les budgets des ménages les plus modestes et résidant hors des centres-villes.

Installée depuis plus d'un siècle dans le paysage, l'automobile a connu une forte diffusion en France pendant les trente glorieuses : à partir de 1967, plus de la moitié des ménages ont au moins une voiture, contre 20 % au début des années 1950. Après avoir été considérée comme l'engin du progrès, puis plébiscitée par les masses, c'est dans ce contexte de banalisation qu'elle est, paradoxalement, remise en cause et désormais envisagée comme la source de nombreux fléaux, humains, urbanistiques et environnementaux. Moteur d'un mouvement social, la voiture occupe une place trouble dans le paysage : nécessaire à beaucoup, nuisible pour d'autres, engin d'autonomie ou marchandise d'aliénation, elle n'a jamais été aussi présente et, en même temps, remise à cause.

De plus en plus présente, rendue indispensable par sa banalisation même (*voir encadré*), l'automobile joue un rôle essentiel dans la mobilité quotidienne des ménages, même si son usage varie selon les espaces et selon les groupes sociaux.

Son usage s'est intensifié. Tout d'abord, de moins en moins de ménages sont privés de voiture. Seuls 19 % des ménages, en 2008, n'en ont pas. Ils étaient 30 % en 1981. Ensuite, de plus en plus de ménages en ont au moins deux : ils étaient seulement un quart au début des années 1980, ils sont à présent presque un tiers. Comme d'autres biens de consommation, cet équipement est de plus en plus utilisé à titre individuel. L'essor de l'usage de l'automobile est soutenu par le mouvement de périurbanisation en cours depuis les années 1960. Ce dernier concentre l'emploi dans les pôles urbains et dilue l'habitat dans des zones périphériques, il a largement amplifié le volume des déplacements quotidiens.

Initialement destinée aux loisirs, la voiture est devenue, pour la majorité des ménages, l'engin menant sur la route du travail. Elle reste en effet le mode de déplacement principal des salariés, d'autant plus lorsqu'ils habitent loin des centres-villes. En 2015, selon le recensement de

la population, si seulement 11 % des Parisiens *intra-muros* utilisent la voiture pour se rendre au travail, 72 % des habitants de l'aire urbaine francilienne et 82 % des habitants hors des aires urbaines y recourent. À cette différenciation spatiale, correspondent, partiellement, des variations sociales. Moins des deux tiers des cadres et les employés utilisent la voiture pour aller au travail alors qu'ils sont 78 % parmi les ouvriers.

Paradoxalement, alors que la hausse des prix du carburant ne cesse de soulever des critiques, la part de l'automobile dans le budget des ménages tend à diminuer en moyenne, comme le montre l'analyse de la série des enquêtes Budget de famille menées entre 1984 et 2010. Le budget consacré à l'automobile, qui s'élève à 16 % des dépenses en 1984, s'établit à 12 % en 2010. Plusieurs facteurs concourent à contenir certains coûts. Tout d'abord, le marché de l'occasion s'est fortement développé tout au long de la période. En 1990, on comptait 2,5 voitures d'occasion pour une voiture neuve, alors qu'en 2004, il y en a dorénavant 4,3 pour une voiture neuve. La diésélisation du parc automobile des ménages a par ailleurs amoindri les coûts liés à l'achat du carburant. Seuls les coûts des pièces détachées et des réparations ont réellement augmenté.

YOANN DEMOLI

PIERRE LANNOY

Maîtres de conférences en sociologie à l'Université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines et chercheur au laboratoire PRINTEMPS (UVSQ-CNRS).

Ils ont publié *Sociologie de l'automobile*, La Découverte, 2019.

Cependant, les ménages les plus pauvres ont moins bénéficié de cette diminution du budget consacré à l'automobile. Ainsi, en 2010, les plus pauvres dépensent plus de 14 % de leur budget global pour leur automobile, contre seulement 9 % pour les plus riches. Par ailleurs, les professions les plus qualifiées (et donc les mieux rémunérées) bénéficient plus souvent de voitures de fonction, ce qui diminue le coût de cet équipement dans leur budget.

Plus généralement, les ménages les plus aisés engagent des dépenses principalement pour acquérir un véhicule neuf, qu'ils renouvellent fréquemment (Coulangeon et Petev, 2013). À l'inverse, les coûts d'utilisation directs (carburants et stationnement essentiellement) et indirects (assurances et frais d'entretien divers) sont plus prégnants pour les ménages les plus populaires, au détriment des coûts fixes, achat/location de véhicule notamment. On comprend ainsi pourquoi les ménages ayant perçu des revenus exceptionnels (prime de licenciement, héritage ou don, gains de jeux de hasard...) sont très nombreux à consacrer une partie de ces revenus discrétionnaires à l'achat d'un véhicule.

Comparée à une cathédrale par Roland Barthes en 1957, l'automobile devrait plutôt être considérée, soixante ans plus tard, comme un réfrigérateur, l'un des équipements (avec la chaudière et la machine à laver) dont la panne engendre des coûts particulièrement lourds et anxiogènes, mettant en péril le quotidien des ménages vulnérables (Desjeux, 2019). Indispensable pour beaucoup, nuisible pour certains, la voiture est un objet décidément politique, qui mérite toute sa place dans le débat démocratique. ●

À LIRE

- **Coulangeon Ph. Et Petev I. D.**, «L'équipement automobile, entre contrainte et distinction sociale», *Économie et Statistique*, vol. 457-458, 2013, pp. 97-122.
- **Desjeux D.**, «La culture matérielle des "gilets jaunes". Une lecture anthropologique», *The Conversation*, 2019 (en ligne).



Le « cercle magique » de l'automobile

L'ingénieur Gabriel Dupuy identifie trois effets qui contribuent à entretenir l'utilisation de l'automobile. Ceux-ci constituent selon lui un « cercle magique ».

1 / L'effet de club. L'entrée dans le club des automobilistes suppose l'obtention du permis de conduire. Ce dernier accroît la mobilité dans l'espace physique, dans l'espace professionnel et dans l'espace symbolique. L'acquisition du permis permet par exemple d'entrer dans le club des adultes.

2 / L'effet de parc. En acquérant un véhicule, chacun contribue à la croissance du parc automobile. Or, cet accroissement légitime l'allocation de ressources y étant dédiées. Toujours plus d'aménagements publics sont consacrés à l'encadrement de ce parc; les services aux automobilistes augmentent en fonction du nombre de clients; certaines destinations ne sont plus accessibles qu'en voiture; etc.

3 / L'effet de réseau. Lorsque la circulation s'intensifie, cette pression entraîne la construction de nouvelles routes et l'adaptation des routes existantes, l'élimination des points noirs et le développement d'innovations. Autant de processus qui assurent la fluidité du trafic. La pression de la circulation entretient l'usage de l'automobile, bien plus qu'elle ne le freine. ● **Y.D. ET P.L.**

Source : Dupuy G., *La Dépendance automobile*, Anthropos, 1999.