

Chrysler LLC fête le 25ème anniversaire du monospace

- En 1983, Chrysler invente un nouveau segment avec le lancement du monospace
- Depuis, plus de 12 millions de monospaces Chrysler ont été vendus
- Avec 65 caractéristiques innovantes à son actif, Chrysler est une véritable pionnière du monospace
- Les monospaces Chrysler sont les plus primés avec plus de 260 distinctions

Nous sommes en 1983. Ronald Reagan est Président des États-Unis d'Amérique. Lech Walesa reçoit le Prix Nobel de la Paix. Internet fait son apparition et les premiers téléphones mobiles sont commercialisés auprès du grand public. Les astronautes américains réussissent la première sortie dans l'espace depuis leur navette spatiale. Michael Jackson exécute le *moonwalk* pour la première fois, les *Baltimore Orioles* remportent la « *World Series of Major League* » de Baseball... et Chrysler réussit un coup de maître avec l'introduction du premier monospace.

La société, Chrysler Corporation à l'époque, est la première à commercialiser le monospace cette même année. Toutefois, c'est en 1977 que ce type de véhicule a fait ses premiers pas, en réponse aux nouveaux besoins des clients qui avaient été identifiés sur le marché.

À la fin des années 70, les foyers nord-américains du Baby Boom sont nombreux à fonder une famille et recherchent une solution alternative pour leurs déplacements en automobile. En effet, les dimensions des berlines traditionnelles et des breaks diminuent par souci de réduction de la pollution et de consommation de carburant, et on aménage les fourgonnettes pour les transformer en véhicules de passagers ; mais le confort sommaire de ces fourgonnettes, leur encombrement et leur système de propulsion n'en font pas un mode de transport familial très adapté. Ayant compris tous ces inconvénients, les designers et les ingénieurs de Chrysler ne tardent pas à se lancer dans un projet de développement pour concevoir un véhicule qui répondrait aux besoins de ces nouvelles familles. Chrysler identifie alors un marché potentiel auquel répondent quelques critères simples mais essentiels : économie en carburant, accès facile, convivialité pour la famille et dimensions plus réduites que le Dodge Ram Van.

Après avoir étudié de nombreux concepts et propositions, les chefs de produits s'accordent à l'unanimité sur un concept de plate-forme dotée d'un plancher de chargement plat, l'intégralité du groupe motopropulseur se trouvant en amont de l'habitacle. Grâce à une conception de moteur à l'avant et une transmission de type traction, les ingénieurs de Chrysler créent une plate-forme permettant une position de conduite confortable qui procure une facilité d'accès. En effet, un système à propulsion aurait nécessité un plancher plus haut ou un tunnel central surélevé sur toute la longueur du véhicule pour permettre le dégagement de la transmission. Les ingénieurs de Chrysler estiment également qu'un système à propulsion obligerait les passagers à grimper dans le véhicule au lieu de simplement monter une marche pour y accéder.

Une fois la décision finale arrêtée en faveur du concept à traction pour ce nouveau véhicule familial, le programme du « Magic Wagon » de Chrysler doit faire face à une période d'incertitude pénalisée par des conditions économiques difficiles aux Etats-Unis. Pour disposer des fonds nécessaires et lancer son programme, Chrysler doit donc attendre 1980 pour que lui soit accordé, sous l'égide du *Loan Guarantee Board* fédéral, un prêt de 1,5 milliard de dollars US à investir dans des projets de développement de nouveaux produits.

Grâce à cette injection de capital et à un budget raisonnable de 660 millions de dollars, tous les paris s'engagent sur la construction de ce « Magic Wagon ». Le projet obtient le feu vert définitif et reçoit la désignation officielle interne de « T-115. » Lee A. Iacocca, PDG, et « Hal » K. Sperlich, futur Président, entreprennent alors le développement du véhicule dénommé « *mini van* » - monospace - tout en procédant à la rénovation de l'usine d'assemblage de Windsor en Ontario, au Canada, choisie pour produire le nouveau véhicule familial.

Le 2 novembre 1983, le premier monospace sort de la ligne d'assemblage à Windsor. Le Dodge Caravan et le Plymouth Voyager de l'année-modèle 1984 font bientôt leur apparition chez tous les concessionnaires aux Etats-Unis, de même que les véhicules à succès Dodge Aries et Plymouth Reliant K. Bien que les ressources techniques et financières limitées de Chrysler aient obligé cette dernière à dédier son marketing et ses efforts aux véhicules K, ce sont les monospaces Dodge et Plymouth qui attirent en définitive les clients chez les concessionnaires.

Le lancement du monospace en 1983 crée un segment totalement nouveau. Comme le constate le magazine automobile numéro un aux Etats-Unis *Road & Track*, « Chrysler parie sur l'existence d'un marché important pour un monospace de cette taille et cible les propriétaires actuels de breaks, ceux qui possèdent déjà des clubs wagons plus spacieux et moins pratiques, les familles qui s'agrandissent, ceux qui ont besoin d'un break mais détestent son look banlieusard un peu lourd, les femmes qui sont peu à l'aise au volant des grandes camionnettes conventionnelles, les conducteurs de berlines qui aiment disposer d'un espace intérieur confortable et ceux qui tout simplement apprécient l'aspect innovant du véhicule. »

Chrysler gagne son pari : le succès des monospaces Chrysler est immédiat.

Tandis que le monospace devient une icône culturelle dans toute l'Amérique du Nord des années 80, son introduction sur les marchés internationaux permet d'établir et de renforcer la marque Chrysler dans le monde entier. C'est en 1987 que le nouveau monospace de Chrysler, connu également sous le nom de MPV (*multi-purpose vehicle*, véhicule polyvalent), est commercialisé en Europe.

Les modèles Diesel apparaissent en 1993 et renforcent la présence des monospaces Chrysler en Europe. En 1996, Chrysler lance des versions à conduite à droite, élargissant ainsi les opportunités de ventes aux marchés comme le Royaume-Uni, le Japon, l'Australie et l'Afrique du Sud.

Dans la ligne du critère de l'économie de carburant, un nouveau record mondial est atteint en 2000 par un Chrysler Voyager SE doté d'un moteur turbo diesel 2,5 litres à injection directe à rampe commune (CRD). Le Voyager parcourt 1.724 kilomètres (1.077 miles) avec un seul réservoir de diesel, une grande première pour un monospace.

Les nouveaux monospaces de la cinquième génération, comme la Chrysler Town & Country, le Chrysler Grand Voyager et le Dodge Grand Caravan intègrent plus de 65 caractéristiques exclusives innovantes et l'expérience de plus de 25 ans de développement dans une position de leadership. Leaders du transport familial, les monospaces Chrysler et Dodge élèvent le concept de « salon familial sur roues » à un niveau inégalé.

Laisser leur empreinte en matière d'innovation demeurera toujours une priorité pour les monospaces Chrysler et Dodge. Avec plus de 12 millions d'unités vendues dans le monde entier et plus de 260 prestigieuses récompenses, notamment le titre de « Monospace de l'année » 2008 et de « Véhicule international de l'année » décernés par l'organisation de la « Voiture mondiale de l'année », les monospaces Chrysler et Dodge continuent de faire date dans l'histoire de l'automobile.