

Un centenaire pour l'avenir

Mai 1982

Mitsubishi Pajero – Le SUV révolutionnaire

Alors que les SUV sont aujourd'hui omniprésents sur nos routes – ils représentaient 25 % du marché européen en 2016 – on oublie souvent qu'il y a 35 ans, ils étaient considérés comme une curiosité marginale... Et c'est précisément à cette époque que Mitsubishi Motors Corporation (MMC) décida de lancer son Pajero – première démonstration du savoir-faire de la marque en matière de SUV sur un marché aujourd'hui hautement concurrentiel – conjuguant esprit visionnaire, ingénierie de pointe et pédigrée sportif.

Jusqu'à l'arrivée sur le marché de la légendaire Jeep en 1941, les véhicules 4x4 étaient réservés aux tâches les plus rudes, à l'image du prototype PX33 lancé par Mitsubishi en 1936. La Jeep devint subitement l'incarnation du petit véhicule tout-terrain, à la fois agile et baroudeur dans l'âme, aussi à l'aise en opérations militaires que dans les champs de labour.

Ses aptitudes universelles ne passèrent pas inaperçues, incitant ainsi différents constructeurs du monde entier à puiser leur inspiration dans ce concept original en vue de développer leurs propres véhicules tout-terrain légers à quatre roues motrices – Mitsubishi optant quant à lui pour une solution plus rapide en signant un contrat d'assistance technique et de vente avec Willys-Overland à l'occasion du lancement en production de la Jeep en 1953 (jusqu'en 1998 pour les Jeep civiles).

La première forme d'émancipation vers ce qui deviendrait, des années plus tard, les véhicules de sport et de loisirs (SUV) se produisit en 1963, avec le lancement de la Jeep Wagoneer – un 4x4 tout-terrain aux allures de break, élégant, correctement équipé et confortable. Parfaitement en phase avec la société d'abondance des années 1960, elle inaugura une nouvelle ère, encourageant American Motors Corporation* à « civiliser » ses propres Jeep CJ – un mouvement qui fit des émules parmi une poignée de constructeurs, dont Mitsubishi Motors.

Concept car

De fait, MMC s'appuya sur différentes études de marché pour également anticiper la demande en véhicules tout-terrain « plus civilisés » et davantage dans l'air du temps. Le constructeur commença par sonder le marché en proposant plusieurs showcars « lifestyle », à l'instar du Pajero I (1973), en attendant le Pajero dans sa version définitive.

**AMC racheta Jeep à Kaiser-Jeep en 1970*

Présenté en première mondiale lors de l'édition 1979 du salon automobile de Tokyo dans une éclatante livrée orange, le concept Pajero II à toit Targa – incarnation de la nouvelle évolution conceptuelle du constructeur – confirma les intentions de MMC, tant dans la forme que sur le fond. Il s'affichait en effet comme un véhicule de loisirs à la fois compact et « civilisé », doté d'authentiques aptitudes en tout-terrain et dont le design définissait les grandes lignes du langage stylistique du Pajero que l'on retrouve encore aujourd'hui, à commencer par son fameux « regard »*.

Innovant

Moins de trois ans plus tard, en mai 1982, le Pajero de première génération fut lancé au Japon. Disponible tout d'abord en version 3 portes (avec toit rigide fermé ou capote découvrable), ce SUV compact (387 cm) de Mitsubishi Motors entra dans la même catégorie que d'autres véhicules d'avant-garde comme le Range Rover de 1970, la Lada Niva de 1976 – le Jeep Cherokee (XJ) ayant été lancé en 1983, soit un an après le Pajero.



Capitalisant sur l'expertise technique reconnue de Mitsubishi, le Pajero bénéficia de plusieurs innovations, notamment d'une suspension avant indépendante (à double triangulation), d'une direction assistée ou encore de sièges avant suspendus, autant d'équipements encore peu communs sur ce type de véhicule au début des années 1980, mais en parfaite adéquation avec les attentes des clients.

MMC continua de jouer la carte de l'innovation tout au long du cycle de vie du Pajero de première génération, en l'équipant de moteurs Diesel suralimentés avec intercooler, d'une transmission automatique, de freins à disque sur les quatre roues, d'une nouvelle suspension arrière multibras avec ressorts hélicoïdaux, etc.

Dans sa deuxième génération (lancée en janvier 1991), le Pajero poursuivit son évolution en se dotant d'une boîte de transfert sophistiquée « Super Select 4WD »** – permettant à son conducteur de bénéficier d'une transmission intégrale permanente et de passer de 2 à 4 roues motrices jusqu'à 100 km/h – ainsi que d'un ABS Multimode hautement sophistiqué – un système modulaire interagissant avec la transmission Super Select. Avec l'ajout d'un airbag conducteur et, dès 1997, de la technologie d'injection directe d'essence GDI (l'une des nombreuses innovations techniques proposées en première mondiale par le constructeur), MMC rehaussa encore la dotation technique de son Pajero.

*Le nom Pajero fait référence au chat sauvage Gato pajero vivant en Amérique du Sud. Selon les marchés, le Pajero était également commercialisé sous le patronyme « Montero » ou « Shogun »

** Le système Super Select 4WD, associant les avantages d'une transmission intégrale permanente et enclenchable, avait évolué pour donner naissance au système SS4-II, l'ancien sélecteur de mode de conduite mécanique ayant été remplacé par un sélecteur à commande électrique afin d'améliorer sensiblement les sensations en conduite.

À compter de 1999, année de lancement de sa troisième génération, le Pajero adopta une nouvelle architecture monocoque, des suspensions avant et arrière indépendantes, une direction à crémaillère, des transmissions automatiques INVECS qui s'adaptent au style de conduite de l'utilisateur, une gestion électronique de sa boîte de transfert (désormais baptisée « Super Select 4-II »), le contrôle électronique de trajectoire ASTC, etc.



Portée mondiale

1983 fut une année déterminante à double titre pour le Pajero, avec d'une part le lancement de sa version 5 portes à empattement allongé avec trois rangées de sièges, et d'autre part ses débuts à l'international.

Sans compter ses versions rebadgées telles que le Dodge Raider (de 1987 à 1989) ou le Hyundai Galloper (de 1991 à 2006), ce sont plus de 3 millions de Pajero qui ont été produits depuis 1982*.

Au final, le succès commercial du Pajero au niveau mondial, associé à ses performances de légende en compétition, ont conduit Mitsubishi Motors à faire du nom Pajero une franchise marketing à l'échelle internationale, utilisée pour toute une myriade d'autres SUV, qu'il s'agisse du Pajero Mini, une K-car de 660 cm³ réservée au marché japonais (1994-2012), du petit SUV Pajero Junior (1995-1998), de l'imposant Pajero Sport dérivé du L200 (1996 à aujourd'hui), ou encore du Pajero iO** à l'âme citadine (décliné en différentes versions de 1998 à 2007) et du Pajero Evo aux aptitudes exceptionnelles...

* Chiffre combinant la production de l'usine « Pajero Manufacturing Co., Ltd. » de Mitsubishi Motors dans la préfecture de Gifu (Japon) et les ensembles non montés destinés aux usines d'assemblage implantées à l'étranger.

** Pajero Pinin produit en Europe entre 1999 et 2004

Icône de la compétition automobile

Aussi à l'aise sur route qu'en tout-terrain, tour à tour baroudeur endurant pour professionnel ou SUV chic et élégant pour gentleman farmer, le Pajero ajouta la magie de la compétition automobile lorsque MMC et Sonauto, son distributeur français de l'époque, décidèrent de l'inscrire à la plus mythique des courses tout-terrain : le rallye Dakar.

En guise de clin d'œil au tout premier 4x4 conçu par Mitsubishi, Sonauto développa une version rallye-raid du PX33 de 1936 reprenant les trains de roulement du Pajero. L'une d'elles, pilotée par le Français Jean-Pierre Jaussaud, participa à l'édition 1989 du rallye Paris-Tunis-Dakar et termina à la 31^{ème} place du classement général.

Depuis sa première participation au Dakar en 1983, le Pajero a décroché un nombre impressionnant de victoires dans cette épreuve, 12 au total entre 1985 et 2007, auxquelles s'ajoute la Coupe du monde 2003 des rallyes-raids de la FIA. Autant de titres qui sont à l'origine de la réputation que MMC s'est forgée sur le marché mondial des SUV, sans équivalent à ce jour parmi les autres constructeurs de SUV...



... Et autant d'atouts sur un marché des SUV hautement concurrentiel, conjuguant esprit visionnaire, innovation technologique et pedigree sportif, valeurs toujours présentes dans les SUV de Mitsubishi Motors, qu'il s'agisse de l'avant-gardiste Outlander PHEV hybride rechargeable ou du tout nouveau Eclipse Cross – à suivre...

Contact presse Mitsubishi Motors – France : Caroline Caquot – c.caquot@mitsubishi-motors.fr – 06 74 40 96 63 / 01 34 35 84 06