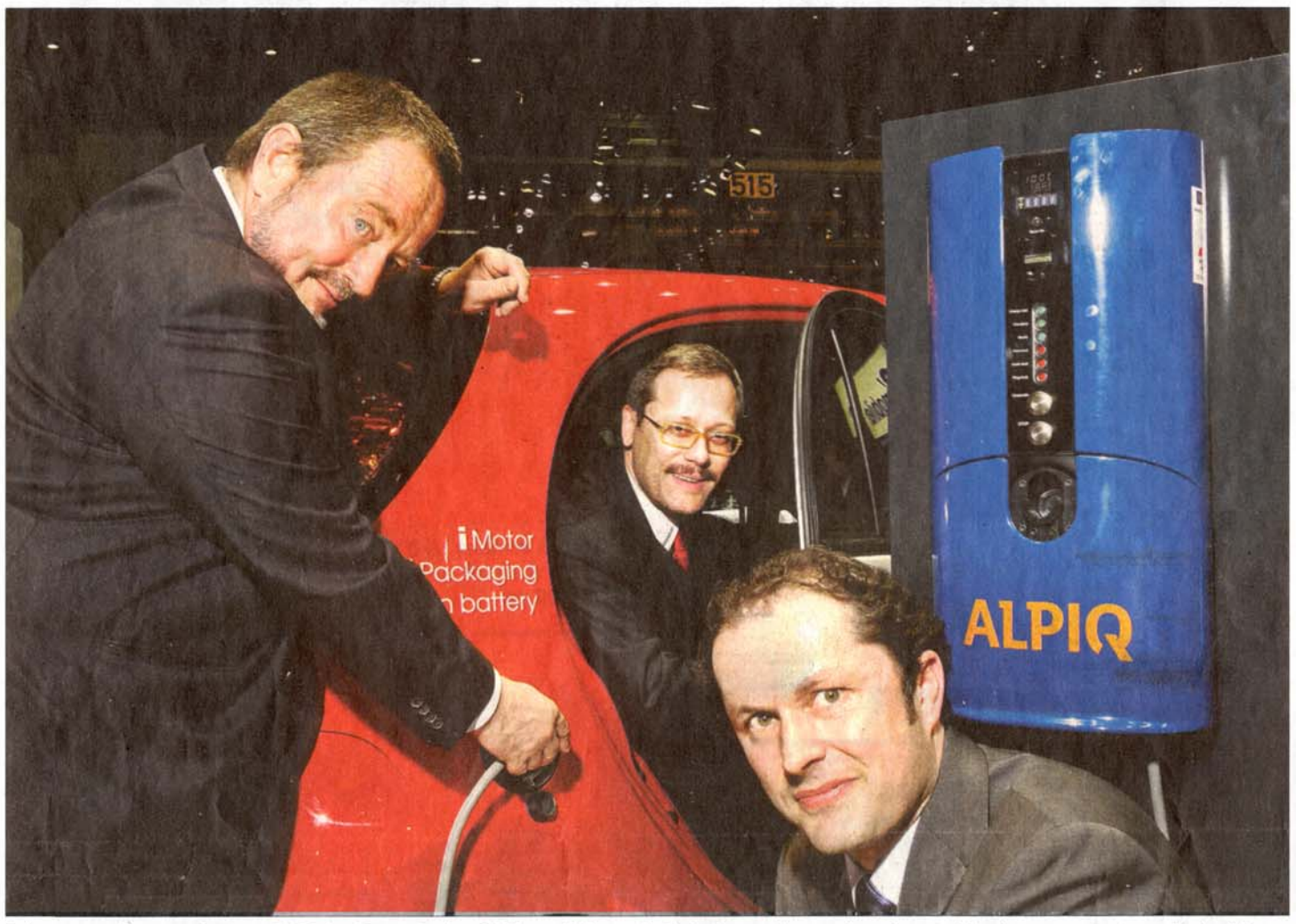
DANS UN CLIMAT ÉLECTRIQUE

Le 80e Salon de l'automobile ouvre ses portes demain. Il dure onze jours; 700 000 visiteurs sont attendus.

La voiture électrique est plus proche des clients. Certains pays n'hésitent pas à lancer des incitations en espèces.

Parmi les obstacles à lever figurent les infrastructures, et principalement les bornes de recharge.



Démonstration sur le stand Alpiq. De g. à dr., Philippe Méan, chef de la section recherche et développement chez Alpiq, Marco Piffaretti, de Protoscar, et Benoît Revaz, responsable du secteur business et développement chez Alpiq. (STEEVE IUNCKER GOMEZ)

Stand E'mobile. La voiture électrique se charge en dix minutes sur des installations surpuissantes. (STEEVE IUNCKER-GOMEZ)

Salon de l'automobile. Lithium-ion, c'est le composant pour le stockage des batteries électriques. (STEEVE IUNCKER-GOMEZ)

ANNE GAUDARD

Elles se rapprochent. D'ici à la fin de l'année ou au début de l'an prochain, plusieurs modèles de voitures électriques circuleront sur les routes européennes et se fondront dans le trafic d'agglomération. Elles embarqueront une batterie lithium-ion, assureront des autonomies de 110 à 130 km et pourront atteindre 130 km/h. Que ce soit chez Peugeot, Citroën, Mitsubishi, Toyota, Nissan ou Ford, la voiture électrique n'est plus un concept car. Mais pas encore une banalité. Et s'il fallait une preuve que la branche ne considère plus l'électrique comme une aventure, le numéro un européen, l'allemand Volkswagen, promet la construction en série de véhicules roulant au courant pour 2013. Il vise d'emblée la place de numéro un cinq ans plus tard, avec 3% de ses ventes. Reste que la «E-Golf» n'a pas encore totalement remplacé la Golf à moteur à combustion.

Miser sur les entreprises

Les constructeurs insistent particulièrement sur la nécessité d'incitations en espèces – très disparates en Suisse – pour tout effort de leur part. Marco Piffaretti, directeur de Protoscar, qui vient de lancer sa Lampo 2, une voiture de sport électrique suisse, voit plus loin: «Si la politique fixe des conditions claires à long terme, alors nous pourrons les atteindre; après c'est le consommateur qui décide.»

Autre élément clé: les infrastructures, dont la recharge. «Elle doit être standardisée, facilitée, même hors de son domicile», explique Yves Lehmann, président d'E'mobile, association suisse des véhicules efficients, qui annonçait hier la création d'un Centre suisse des véhicules électriques, une plate-forme visant à fédérer les différents acteurs de la branche.

> **«La recharge doit être facilitée, standardisée, même hors de son domicile»**
>
> YVES LEHMANN, PRÉSIDENT D'E'MOBILE

A ces attentes s'ajoutent bien sûr les nécessaires développements technologiques, notamment dans l'autonomie des batteries. Ou encore une évolution des prix. «Le problème de la voiture électrique, explique Yves Lehmann, c'est que nous aimerions introduire une nouvelle technologie dans des modèles d'entrée de gamme, pas dans des véhicules premium, comme ce fut le cas pour les GPS ou l'ABS.» Alors, oui, c'est plus cher. Et il ne suffit pas encore de se dire que retour sur investissement il y aura après un certain nombre de kilomètres. Il faut encore un petit plus de motivation de la part du client. Voire une certaine reconnaissance. Nissan l'a compris en lançant sa Leaf, reconnaissable. Comme le fut d'ailleurs la Prius avant elle. Dans ces conditions, les constructeurs misent beaucoup pour accroître leur production sur les flottes d'entreprises. Alpiq a signé un contrat avec Mitsubishi. Renault annonçait hier avoir conquis Schindler et Europcar.

Dans les allées du Salon toujours autant dédiées à l'émotion verte, aux grammes de CO_2, l'électrique se love dans sa niche. Et ce qui incite Yves Lehmann à croire à un décollage prochain, c'est l'arrivée des hybrides rechargeables ou encore le fait que sur le marché japonais apparaissent déjà quelques standards. Impossible cependant pour lui de déterminer quand 10% du parc automobile suisse sera branché. Ailleurs en Europe, les soutiens étatiques éclairent mieux la route.

Accélérer la mise sur le marché, tel est aussi un des buts du Centre suisse. Car aujourd'hui, du discours à la réalité, il y a 97,8%. En 2009, les motorisations alternatives ne représentaient en effet qu'un petit 2,2% (5551 unités) des voitures neuves vendues. Un chiffre tout de même en hausse (+1,4%) dans un marché en baisse (-7,8%). Et il n'y a pas que l'électrique. Le gaz naturel poursuit aussi sa progression; quelque 120 stations de remplissage sont en service en Suisse. Les constructeurs n'oublient pas non plus la pile à combustible. Honda prévoit déjà une borne de production solaire d'hydrogène à planter devant chez soi. Sans oublier enfin – et surtout – les efforts déployés pour améliorer les moteurs traditionnels. Ils restent l'autoroute de demain.

www.tdg.ch
Visionnez la galerie photo sur le Salon de l'auto.

Recharger à la bonne heure

Recharger sa batterie? Un élément incontournable du développement de la voiture électrique. Les villes y pensent, tout comme les constructeurs, nombre de start-up créées sur une idée originale et, bien sûr, les électriciens.

Ainsi, dans une étude, Alpiq a tenté de cerner l'impact et les besoins d'un parc de véhicules électrifié à 15%, son hypothèse 2020. A la question fort discutée des conséquences sur la production d'électricité, sur l'approvisionnement du pays, le groupe conclut que la croissance de la consommation électrique s'établirait dans une fourchette allant de +1,8% à +2,6% par an. A une condition cependant: que les utilisateurs ne branchent pas tous en même temps leur véhicule à recharger et surtout pas pendant les heures de forte demande. L'étude note par ailleurs que l'utilisateur type est un ménage bénéficiant d'un revenu supérieur à la moyenne, habitant une villa hors d'un centre urbain et achetant une deuxième voiture neuve pour les trajets pendulaires. Ainsi, l'essentiel des recharges se fait à la maison.

Tarifs variables

Si aujourd'hui les voitures peuvent être branchées au réseau comme un aspirateur, Alpiq propose une solution «intelligente» qui, selon Philippe Méan, responsable de la recherche et du développement d'Alpiq, «vise à favoriser une recharge meilleur marché». Le but: utiliser les heures creuses de la nuit, quand l'électricité est moins demandée et donc moins chère, pour permettre à la voiture de se recharger lentement (en 8 heures pour 20 kWh). Le distributeur prend en fait le contrôle à distance de la recharge pour mieux la répartir, pour éviter de devoir construire de nouvelles infrastructures électriques. Elles seraient 650 000 en Suisse, ces bornes domestiques. Pour les besoins intermédiaires, Alpiq propose un réseau de bornes moins lentes sur les lieux de travail (80 000 stations) ou en ville (23 000) ainsi que, d'autres, beaucoup plus rapides, sur les aires d'autoroutes (150) à des prix plus élevés que la recharge à la maison.

Reste à définir qui paie quoi et comment entre le fournisseur d'énergie, les autorités et le consommateur. Alpiq se définit comme «facilitateur» dans cette discussion en cours. Reste aussi à savoir quel standard de recharge finira par s'imposer. *(agd)*

«Dès 2015, une Nissan sur dix...»

Quelle est l'importance de la voiture électrique dans la stratégie de Nissan, qui va lancer sa Leaf en fin d'année?

Simon Thomas, responsable ventes et marketing de Nissan Europe: Nissan-Renault a investi 4 milliards de dollars pour la voiture électrique. Pour comparaison, habituellement, le développement d'une voiture coûte un demi-milliard. La voiture électrique ne va pas jouer un rôle massif en termes de volume dans les deux ans à venir, notamment en raison des capacités limitées de fabrication de batteries. Nous sommes d'ailleurs en train de construire deux usines de batteries en Europe. Mais dès 2015, une voiture vendue sur dix devrait être électrique. Pour y parvenir, nous comptons sur trois éléments indispensables.

Quels sont-ils?

En premier lieu, un engagement à long terme des autorités en ce qui concerne les primes incitatives – elles sont en moyenne de 5000 euros en Europe, car le volume de production ne permet pas d'atteindre des économies d'échelle pour l'heure. Le deuxième élément, c'est la présence des infrastructures nécessaires en termes de réseau et de recharge notamment. Et le troisième, ce sont les programmes d'éducation, de sensibilisation pour les clients. Si un gouvernement nous les garantit, alors nous nous lançons. En Irlande, au Portugal, au Royaume-Uni ou encore au Danemark, les discussions sont bien avancées.

Où en est la standardisation des infrastructures en Europe?

Différentes commissions ad hoc y travaillent. Pour l'heure, deux standards ont été définis: un pour le nord de l'Europe, l'autre pour le sud. C'est déjà mieux que dans la téléphonie!

Simon Thomas, responsable ventes et marketing de Nissan Europe. (DR)

A quand des prix proches des voitures traditionnelles?

Lorsque nous parviendrons à la production de masse! Ce ne sera pas le cas au début. Beaucoup dépend en fait des éléments indispensables cités précédemment... Mais le marché est là, ce n'est qu'une question de quand, en effet. *(agd)*

Voir aussi en pages 20 et 28