

DEUX-ROUES LE TOUT ÉLECTRIQUE PEINE À DÉCOLLER

BESOIN DE PERSONNE EN SCOOTER ÉLECTRIQUE

Les heureux détenteurs d'un scooter électrique ne passent pas inaperçus dans le flot de la circulation. Pourtant, même s'il a tout pour plaire, son succès commercial n'est pas encore au rendez-vous. Plusieurs initiatives devraient aider ce deux-roues «vert» à rouler vers de meilleurs auspices.

FRANCESCA SACCO /
OFFICE FÉDÉRAL DE L'ÉNERGIE

Qu'est-ce qui se déplace vite, sans bruit et sans polluer l'atmosphère? Le scooter électrique. Malheureusement pour les défenseurs de l'environnement, il s'en vend très peu depuis l'apparition des premiers modèles, il y a une vingtaine d'années. A peine plus d'un millier par an en Suisse, dont près de huit cents rejoignent la flotte de La Poste. Des chiffres dérisoires, comparés aux 22 000 scooters à essence qui trouvent preneur tous les ans.

COMMENT EXPLIQUER CE PHÉNOMÈNE?

A Colombier, Philippe Gremion, importateur suisse des scooters Peugeot, est l'un des premiers à avoir introduit ce type de véhicules dans le pays. «Les gens se disent probablement qu'avec un vélo équipé d'une assistance au pédalage, ils feront un peu d'exercice physique tout en ménageant l'environnement, déclare-t-il. Cette double incitation commerciale fait défaut aux deux-roues électriques.» Revendeur à Saint-Prex, Daniel Oberson ajoute: «Il faut compter entre 5000 et 6000 francs pour un bon modèle, soit le prix de deux vélos électriques permettant de rouler à 45 km/h.» Bien sûr, le scooter «vert» a d'autres arguments à faire valoir: une autonomie comprise entre 60 et 70 km, un entretien technique minimal, la possibilité de rouler à deux, une protection contre la pluie grâce au pare-brise... Sans oublier sa faible consommation d'énergie; le coût en électricité pour parcourir une distance de 100 km est en effet de 40 à 60 ct, ce qui correspond environ à 2,5 dl d'essence.

DIX ANS DE RETARD SUR LE VÉLO ÉLECTRIQUE

Le succès commercial se fait toutefois attendre. Le marché est en retard d'une dizaine d'années sur celui du vélo électrique, selon Heidi Hofmann, collaboratrice scientifique au Centre interfacultaire d'écologie générale de l'Université de Berne (IKAÖ). Responsable de NewRide – le programme de promotion des deux-roues électriques, lancé par SuisseEnergie en 2002 –, elle pense que le produit souffre d'un manque de visibilité et d'occasions d'être testé par le grand public. Ce programme national tente justement d'y remédier en travaillant en étroite collaboration avec les communes partenaires qui offrent une réduction de

10% sur le prix d'achat d'un modèle figurant sur le catalogue NewRide. A Fribourg, Rachel Brulhart a acheté il y a cinq ans un e-solex qu'elle utilise au quotidien. Pour elle, ce sont essentiellement les lacunes en matière de recharge de la batterie qui expliquent le manque de succès des deux-roues électriques. «J'avais besoin d'un modèle avec une batterie amovible. Or la batterie est presque toujours intégrée dans le véhicule. Avec difficulté, j'ai finalement trouvé en France un e-solex avec une batterie que je peux enlever et brancher sur une prise secteur chez moi.» Interrogé sur les raisons de la rareté des batteries amovibles, Philippe Gremion répond: «Le risque de vol est plus élevé, il y a un facteur esthétique qui entre en ligne de compte et la construction monobloc est toujours plus sûre pour un appareil électrique.» En Suisse, Renault serait en train de tester la mise en place d'un réseau de location de batteries. Le client n'aurait ainsi plus besoin de la recharger, il se contenterait de l'échanger. ■



Rachel Brulhart, Fribourg, a acheté un e-solex il y a cinq ans.