



DÉVELOPPEMENT DURABLE

TRANSPORT DE PROXIMITÉ

QUAND LES URBAINS VONT TRIPORTER

Beaucoup plus stable qu'un vélo seul ou tractant une carriole, le triporteur fait son grand retour dans le cœur de nos villes

Objectif de "Michel et Augustin" ? Lancer une croisade en faveur du triporteur dans la France entière

Les plus anciens de nos lecteurs se souviennent peut-être de l'antique triporteur qui sillonnait les rues de Paris avec un artisan, un rémouleur, sur la selle. Rappelons le concept : il s'agit d'un vélo tricycle avec une roue à l'arrière et deux autres à l'avant fixées de part et d'autre d'une caisse. Eh bien, sachez-le : le grand retour du triporteur dans nos villes est annoncé. Bon, la déferlante est encore modeste mais à Nantes et à Narbonne, deux plombiers se déplacent sur ce type d'engin avec, entassés dans le caisson central, un chalumeau, des tuyaux de cuivre, la sacoche et même l'évier à remplacer...

A Copenhague 25% des familles avec deux enfants utiliserait déjà un triporteur pour faire les courses, emmener les petits à la crèche. C'est beaucoup plus stable qu'un vélo seul ou tractant une carriole et ça remplace avantageusement une voiture pour déplacer les encombrants sur des petites distances. Dans des conditions danoises, c'est-à-dire plates, l'outil est épatant. Sauf que les côtes sont assez vite dissuasives en triporteur. L'objection laisse totalement de marbre Augustin qui veut précisément lancer une croisade en faveur du triporteur dans la France entière. Augustin ? C'est le copain de Michel.

Ensemble ils dirigent la marque « [Michel] et Augustin » qui propose biscuits, yaourts et laitages sympa. La solution d'Augustin pour les côtes ? Le triporteur version électrique. Imparable sauf le prix qui fait vraiment bobo : 5010 euros pour la version avec batterie et 2 620 euros avec juste le pédalier ! Augustin tente bien d'expliquer qu'il s'agit de « la Rolls Royce du triporteur » fabriquée près de Nantes par l'industriel danois Nihola, mais il reconnaît tout de même le problème. Tout en brandissant aussitôt la solution : dans sa ville (plate) de Boulogne-Billancourt où sa société est installée, il vient de lancer l'opération « 50 triporteurs à moitié prix ». C'est « Michel et Augustin » qui offrent l'autre moitié de la facture. Qu'Augustin soit convaincu du caractère révolutionnaire de « ce transport urbain de proximité », c'est indéniable. Mais les affaires restent les affaires. Sur le caisson de leur triporteur, les heureux acquéreurs graveront le surnom de leur engin en s'inscrivant dans l'univers et le code graphique de « Michel et Augustin, trublions du goût ». Un modèle marketing assez malin : ça évite la grosse pub directe qui fait tache et ça permet à tout autre entreprise de faire le sponsor dans une autre ville. **GUILLAUME MALAURIE**

Solution envisagée pour grimper les côtes : le triporteur électrique



e673d5cd5270b10282a64824d20a45840a48194481a24b5