

STORY

LA DOUBLE VIE DE MA BATTERIE

Pour limiter la hausse des températures, l'automobile doit réduire ses émissions de gaz à effet de serre. Comment ? En encourageant le passage au véhicule électrique tout en optimisant et en allongeant la durée de vie des batteries.

Avec MOBILIZE, l'objectif est de faire émerger des écosystèmes durables qui combinent la mobilité électrique, la recharge intelligente et la réutilisation des batteries en seconde vie pour stocker des énergies renouvelables.

Pour réussir ce pari, MOBILIZE conjugue son expertise avec celle d'autres acteurs comme la start-up Green-Vision, basée à Etampes, près de Paris et spécialiste de l'intégration de batteries de seconde vie dans d'autres véhicules. Yann Lelong, son fondateur, nous explique comment fonctionne ce partenariat et à quoi il donne vie avec les ex-batteries de véhicules Renault.

Urdorf, le 10 mai 2021 – Il y a 10 ans, Renault Group était le premier constructeur automobile à parier sur l'économie circulaire et le véhicule électrique. Aujourd'hui, les résultats sont à la hauteur de ce pari avec notamment une place de numéro 1 du véhicule électrique en Europe et une position de leader de l'économie circulaire avec la [Re-Factory de Flins](#). Agir sur l'ensemble du cycle de vie de la batterie passe par l'accélération du déploiement de batterie plus performante, bas carbone mais il reste une étape non négligeable avant son recyclage : celle de sa réutilisation ou reconditionnement.

«On considère la batterie comme usagée quand elle sort du véhicule en fin de vie. C'est pourtant encore largement suffisant pour des applications moins exigeantes en termes énergétiques. C'est là où j'interviens, en tant qu'intégrateur spécialiste du reconditionnement.» **Yann LELONG, Directeur de GREEN-VISION**

A CHACUN SA RECONVERSION !

Conscient du potentiel que peut offrir une batterie et de la vertu environnementale de son reconditionnement, Yann Lelong, ingénieur de formation, passionné d'automobile, de mécanique et d'électronique, s'est spécialisé dans l'électrification et l'économie circulaire. A travers sa start-up Green-Vision, [il donne une seconde vie aux batteries](#) des véhicules électriques pour des clients à la recherche de solutions compatibles avec leurs usages... et leurs valeurs.

Le partenariat avec [MOBILIZE](#) lui permet de réutiliser des batteries usagées des véhicules électriques Renault, lesquelles- après près de 10 ans de bons et loyaux services- entrent alors dans un nouvel usage. Elles ne peuvent plus propulser de véhicule mais peuvent largement avoir d'autres utilisations. Et c'est là que leur nouvelle vie commence... car elles possèdent une capacité encore bien suffisante pour une reconversion de choix !

«En tant qu'intégrateurs nous désassemblons les composants de ces batteries d'origine pour réassembler de nouveaux packs. Un peu comme des LEGO que nous réassemblons avec un nouveau poids et un nouveau voltage, en fonction des besoins de nos clients. C'est la magie de la deuxième vie».

DU SCOOTER DE LIVRAISON DE PIZZAS AU FOOD-TRUCK

Ces nouvelles vies sont variées. Les batteries peuvent par exemple alimenter des deux roues : vélos à assistance électrique, scooters de livraison de pizzas ou encore cette moto qui a battu des records de vitesse. Tout est possible, y compris la performance, avec des batteries de seconde vie !

Autre exemple avec ce foodtruck sur base de Master Z.E., une unité de restauration mobile zéro émission, à la fois côté moteur et côté cuisines. L'importante puissance électrique nécessaires aux gaufriers, saladettes, toasteuses et friteuses est en effet fournie par des batteries de seconde vie et des panneaux solaires. Plus besoin de se brancher sur une prise électrique ni un groupe électrogène bruyant et malodorant pour assurer tout un service non-stop.

Les batteries de seconde vie peuvent aussi être utiles au transport de produits pharmaceutiques, comme des vaccins, pour lesquels la température de stockage doit être absolument stable et maîtrisée. Quand le chauffeur arrête le moteur du véhicule pour une livraison, cela coupe la production de froid. Ici, les batteries de seconde vie continuent à fournir l'énergie nécessaire pour que la chaîne du froid ne soit pas impactée, même si le moteur est coupé.

Comme quoi une tranche de vie supplémentaire [avant le recyclage](#) ce n'est pas négligeable!

«Nous avons encore beaucoup d'idées d'applications avec ces batteries de deuxième vie que nous sommes en train de développer».

Retrouvez l'interview avec Yann Lelong ici: https://youtu.be/cgVck_zDacl

* * *

À PROPOS DU GROUPE RENAULT ET DE RENAULT SUISSE SA

Renault Group est aux avant-postes d'une mobilité qui se réinvente. Fort de son alliance avec Nissan et Mitsubishi Motors, et de son expertise unique en termes d'électrification, Renault Group s'appuie sur la complémentarité de ses 5 marques - Renault – Dacia – LADA – Alpine et Mobilize – et propose des solutions de mobilités durables et innovantes à ses clients. Implanté dans plus de 130 pays, le Groupe a vendu 2,9 millions de véhicules en 2020. Il réunit plus de 170 000 collaborateurs qui incarnent au quotidien sa Raison d'Être, pour que la mobilité nous rapproche des uns des autres.

Prêt à relever des défis sur route comme en compétition, le Groupe est engagé dans une transformation ambitieuse et génératrice de valeur. Celle-ci est centrée sur le développement de technologies et de services inédits, d'une nouvelle gamme de véhicules encore plus compétitive, équilibrée et électrifiée. En phase avec les enjeux environnementaux, Renault Group a l'ambition d'atteindre la neutralité carbone en Europe d'ici à 2050.

Présent en Suisse depuis 1927, Renault Group commercialise en Suisse trois marques du Groupe, Renault, Dacia et Alpine. En 2020, plus de 21'250 nouvelles automobiles et véhicules utilitaires légers fabriqués par le Groupe Renault ont été immatriculés en Suisse. Avec plus de 3'300 mises en circulation de ZOE, Kangoo Z.E. et Master Z.E. en 2020, Renault détient plus de 15 % de part de marché dans la catégorie des véhicules 100 % électriques. Le réseau de distribution des trois marques évolue continuellement et compte désormais 200 partenaires qui proposent les produits et services du groupe dans 228 points de vente.

* * *

Les communiqués de presse et les photos sont consultables et/ou téléchargeables sur le site médias Renault: www.media.renault.ch

Contacts médias:

Karin Kirchner, Directrice de la communication
karin.kirchner@renault.ch / tél.: +41 (0) 44 777 02 48

Maryse Lüchtenborg, Attachée de communication
maryse.luechteborg@renault.ch / tél.: +41 (0) 44 777 02 26

Renault Suisse SA, Bergermoosstrasse 4, 8902 Urdorf
www.media.renault.ch