



Environ vingt mille personnes s'étaient déplacées hier à Zurich pour voir l'Airbus A380. Le géant des airs doit faire escale aujourd'hui à Genève. KEYSTONE

Escale à Cointrin pour un «géant vert»

AVIATION • L'Airbus A380 doit arriver à Genève pour être homologué. Le mastodonte est porté aux nues pour ses émissions sonores amoindries. Des questions demeurent.

KATHARINA KUBICEK

Plus gros, plus beau, moins sale, le «petit» dernier de la famille Airbus? Avec sa capacité allant jusqu'à 855 passagers, l'A380 est le plus grand avion civil en service et le troisième plus gros avion de toute l'histoire de l'aéronautique. Ses constructeurs mettent en avant son décollage plus silencieux et sa «faible» consommation en carburant. Celle-ci diminue de 15% par rapport à son concurrent, le Boeing 747. Un appétit tout de même de l'ordre de 17 000 litres de kéroène pour 100 kilomètres, soit 3 litres par passager par minute.

Un faux poids plume, donc, que ce long-courrier qui devrait se poser aujourd'hui sur le tarmac de Cointrin vers 11 heures. Sa venue est orchestrée en un happening exclusif, où sont conviés public et médias. But de l'opération: l'homologation, par l'Office fédéral de l'aviation civile (OFAC), de l'Aéroport international de Genève (AIG) comme aire de détournement autorisant l'atterrissage du mastodonte.

Côté infrastructure, l'AIG se dit «amplement préparé» à accueillir l'Airbus, selon son porte-parole Bertrand Stämpfli. En 2006, les travaux

d'assainissement entrepris dans le tunnel de Ferney visaient à renforcer la structure de la voûte supportant le nouveau dallage du tarmac, et à permettre ainsi l'atterrissage de cette nouvelle génération d'avions extralourds. Quant aux quelque huit cents passagers qui débarqueront, les terminaux peuvent «pour l'instant» les accueillir «sans problème», estime M. Stämpfli.

Seules les grandes distances sont «écologiques»

Viendra cependant le moment où des privés déposeront des demandes de stationnement à l'AIG pour leur A380 personnel. Selon le porte-parole, plusieurs clients saoudiens ont déjà commandé cet appareil. L'AIG répondra-t-il favorablement? «Bien sûr, tout comme nous acceptons jusqu'à maintenant leurs Boeing 747. Je ne vous cache pas que cela nous posera de sérieux problèmes d'espace: un A380 prend autant de place que deux ou trois avions normaux!»

Rappelons que les caractéristiques «écologiques» de ce géant des airs ne sont valables que pour de grandes distances, et à capacité maximale. A l'inverse, dans le cas

d'utilisations privées, un A380 qui ne transporterait que cinquante personnes pour un trajet court, comme Genève-Londres, se transformerait en aberration écologique.

L'aviation civile, selon le quatrième rapport en 2007 du Groupe intergouvernemental d'experts sur le changement climatique (GIEC), est responsable de 2% des émissions totales de gaz à effet de serre. Un chiffre à multiplier dès lors qu'ils sont émis en haute altitude. Le GIEC exhorte à une diminution globale des émissions de gaz à effet de serre de 40% jusqu'en 2020, et de 95% jusqu'en 2050.

Jérôme Strobel, de l'association Noé21 (qui a proposé, à l'automne dernier, aux candidats au Grand Conseil son «Plan climat cantonal 2009», adaptant les recommandations du GIEC au niveau cantonal), rappelle que l'aéroport de Genève est responsable de presque un tiers des émissions totales de gaz à effet de serre dans le canton, même s'il faut rappeler que l'AIG remplit une mission au plan régional qui dépasse les seules limites du canton. «Une réduction de l'empreinte écologique de l'AIG ne peut se faire que par une

diminution du trafic aérien», martèle Jérôme Strobel.

Des stratégies marketing bien étudiées

Entre les intérêts économiques de l'aéroport et les mesures drastiques à appliquer au domaine de l'aviation si l'on veut atteindre les objectifs édictés par le GIEC, la conciliation semble impossible. «Entre 2000 et 2007 à l'AIG, les émissions de gaz à effet de serre ont doublé, dues à l'explosion des vols low cost à petites distances», commente M. Strobel. «La mobilité est devenue synonyme de valorisation sociale. Or ce sont là des habitudes de consommation qu'il s'agit de changer.»

Dans le contexte d'une réflexion plus globale sur une mobilité soucieuse de son impact environnemental, la publicité autour de l'A380 n'est pas sans rappeler les stratégies marketing des produits allégés et autres gourmandises estampillées «light»: «Allez-y, c'est léger, c'est vert, ça donne bonne conscience!» Au risque d'en consommer le double, et de se retrouver avec quelques tonnes de CO2 difficiles à éliminer par la suite. |