

Concentré d'innovations à Rueil-Malmaison

345 m²

1 000 produits

70 congélateurs

16 m² de chambre froide

1 500 m de

linéaires tuyaux

250 vannes d'arrêt

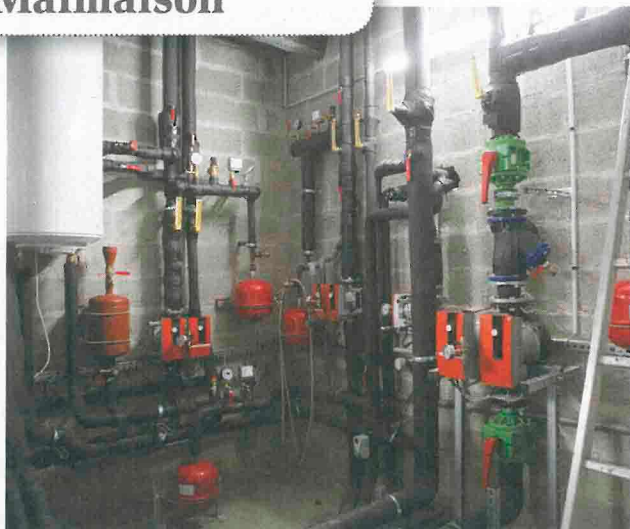
1 700 heures

d'installation

150 m² de

panneaux photovoltaïques

Source : Picard



BOUCLE D'EAU

Les 70 congélateurs et la climatisation sont reliés par un tuyau d'eau froide, qui passe derrière chaque congélateur et récupère la chaleur. Un système de *free-cooling* vient en complément de la boucle d'eau dès que l'air extérieur est suffisamment frais.



RIEN NE SE PERD

Tous les matériaux sont recyclables, une bande de pelouse *ever green* a été installée dehors pour évacuer les eaux de pluie et, pour éviter les déperditions de chaleur, le magasin a été isolé avec une façade en bois.

Dans les coulisses du « lab »

L'enseigne Picard, leader des surgelés en France, a innové dans un magasin expérimental, ouvert mi-août, à Rueil-Malmaison (Hauts-de-Seine). Dans ce « laboratoire », toutes les technologies ont été réunies pour œuvrer dans un meilleur respect de l'environnement.

« Quand on est un acteur des surgelés, il faut être conscient du respect de l'environnement. Chez Picard, nous œuvrons dans ce sens depuis de nombreuses années, mais nous avons décidé d'aller plus loin et de réunir, dans un magasin,

toutes les technologies pour poursuivre la baisse de notre empreinte carbone », explique Aymar Le Roux, responsable pôle technique et sûreté chez Picard. Dans le magasin de Rueil-Malmaison, dans les Hauts-de-Seine, divers dispositifs innovants ont été mis en place depuis mi-août, nécessitant un mois d'études, quatre mois de travaux et un investissement trois fois supérieur à un site « classique ». Objectif : diviser par deux le bilan carbone, réduire de 40 % la consommation

énergétique, de 20 % les émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble du parc à l'horizon 2020, et de 30 % la consommation électrique du magasin. « La transition énergétique est essentielle chez Picard. C'est en enjeu financier, écologique et sociétal », confie Aymar Le Roux. À titre d'exemple, la facture énergétique de l'enseigne se chiffre à 20 millions d'euros par an...

Des initiatives à piocher

Et la mise est de taille. Il faut œuvrer sur plusieurs domaines car, dans un magasin, la consommation énergétique est due à 50 % aux congélateurs, 25 % à la climatisation, 10 % à l'éclairage et 10 % à la chambre froide. Ainsi, l'une des grandes innovations consiste à relier les 70 congélateurs et la climatisation sur une boucle d'eau. Un réseau de tuyaux passe derrière chaque

UN ÉCLAIRAGE 100 % LEDS

L'ensemble du magasin est passé en éclairage à leds, qui a permis de réduire de 30% la consommation électrique.



AGIR POUR LA BIODIVERSITÉ

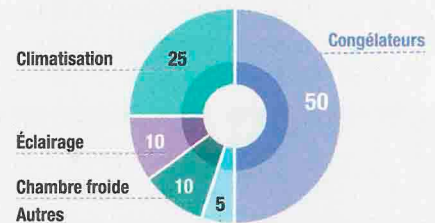
Trois ruches ont été installées devant le magasin, afin de sensibiliser chacun au rôle essentiel des abeilles dans la pollinisation des espèces végétales cultivées.

ÉNERGIES RENOUVELABLES

Le toit du magasin a été recouvert de 150 m² de panneaux photovoltaïques. Ils produiront suffisamment d'énergie pour couvrir les besoins d'une année en éclairage ou pour la consommation de la chambre froide.

DE NOMBREUX POSTES CONCERNÉS

Répartition, en %, des principaux postes de consommation énergétique du magasin Source : Picard



Tous les leviers d'économie sont activés dans le magasin. En effet, chaque poste – des congélateurs à l'éclairage, en passant par la chambre froide – est énérgivore.

DES ÉCONOMIES SUBSTANTIELLES

- Un bilan carbone **divisé par 2**
- **-40%** de consommation énergétique
- **20%** d'émission de gaz à effet de serre sur l'ensemble du parc à l'horizon 2020
- **-30%** de consommation électrique pour le magasin grâce à **100%** d'éclairage leds

écologique de Picard

congélateur pour récupérer la chaleur. Cette eau se réchauffe progressivement et sert aux sanitaires et à dégivrer la chambre froide. «*Sans ce système, la chaleur dégagée par les congélateurs avoisine les 45 °C, il est donc nécessaire de climatiser le magasin, été comme hiver*», note Aymar Le Roux. La chambre froide de 16 m² a également été aménagée avec un compresseur qui génère du froid en CO₂, quand la plupart des chambres froides utilisent le R404A comme fluide frigorigène.

Premier verdict en février

Picard a aussi eu recours aux énergies renouvelables avec 150 m² de panneaux photovoltaïques placés sur le toit. Ils produiront assez d'énergie pour couvrir les besoins annuels d'éclairage du magasin ou de consommation électrique de la chambre froide. Enfin, la boutique de 345 m² est désormais totalement équipée d'un éclairage à leds, qui permet de réduire de 30 % la consommation électrique. «*Tout ce qui est testé ici peut être mis en place ailleurs. Chacun peut piocher l'initiative la plus pertinente en fonction des emplacements des magasins et des besoins*», ajoute Aymar Le Roux.

Pour faire comprendre ces initiatives aux clients, pour qui aucun changement n'est visible, Picard a disposé des pancartes explicatives et a installé trois ruches à l'extérieur pour montrer son action en faveur de la biodiversité. «*C'est du concret pour les consommateurs et ça va nous permettre d'animer le point de vente tout au long de l'année avec la récolte du miel, des ateliers pédagogiques...*», ajoute le responsable. Si, sur le papier, tout à l'air simple, dans les faits, ces installations ont donné des sueurs froides aux équipes techniques. «*Il faut repenser toute la maintenance, les bacs sont désormais figés avec le tuyau d'eau, ce qui rend compliqués les nouveaux aménagements du point de vente ou les plans merchandising. La transition énergétique est un monde complexe avec des contraintes de réglementations, des incertitudes sur les technologies et les matériaux*», explique Philippe Roussel, responsable service technique magasins chez Picard. De nouvelles solutions peuvent encore être trouvées, mais le magasin de Rueil attend les résultats chiffrés, en février 2016, avant de se lancer dans de prochains chantiers. ■

CAMILLE HAREL, À RUEIL-MALMAISON