



LIDL FRANCE MISE SUR LE PROPANE

En août 2018, Lidl France a ouvert son premier supermarché au propane, un hydrocarbure.

En août 2018, Lidl Valenton, en région parisienne (Créteil), est devenu le premier magasin Lidl France à utiliser du propane pour 100% de ses besoins en froid. «Désormais, notre stratégie consiste à ce que tous les nouveaux magasins soient à 100% à base de propane», a déclaré Nabil Rehab, responsable de projet systèmes de réfrigération chez Lidl France, à Accelerate Europe.

À la fin de l'exercice 2018 (clôturé en février 2019), Lidl France avait converti les meubles de refroidissement au propane dans 40 magasins.

«Au cours de la nouvelle année fiscale, nous convertirons 10% supplémentaires de nos magasins, poursuivrons un programme de «transfert de magasin» et ouvrirons de nouveaux magasins au propane», a expliqué Yassine Rami, Responsable du service achats et investissements magasins chez Lidl France. «Au total, nous aurons 250 magasins au propane d'ici la fin de cet exercice.»

Le détaillant a l'intention de changer les meubles de refroidissement dans environ 100 magasins par an. «Dans quelques magasins, nous effectuerons des rénovations, car ils utilisent le R404A», explique Rehab.

Lidl France fait partie de Lidl Stiftung & Co. KG, fondée en 1930 par Joseph Schwarz et basée à Neckarsulm, en Allemagne.

Lidl a utilisé le propane pour la première fois en 2016, lorsque l'entreprise a testé un système au propane dans un supermarché à Munich, en Allemagne. Après avoir également

pris en compte le CO₂, un autre fluide frigorigène naturel, le propane a finalement remporté la victoire.

Qu'est-ce qui a motivé Lidl France à en faire de même et à adopter le propane? Le propane ne fait pas que réduire les émissions de gaz à effet de serre de Lidl France, il permet également d'économiser de l'énergie, selon Rehab.

De plus, l'installation d'armoires enfichables, semi-enfichables et distantes évite le recours à une installation de réfrigération centralisée. «Le propane en soi est un fluide frigorigène très efficace. Nous décentralisons la production », explique Rehab.

Un choix pour l'avenir

Le détaillant agit également par souci du climat. «L'impact des HFC sur l'environnement est aujourd'hui considérable. Ils apportent une contribution majeure à l'effet de serre et c'est la raison pour laquelle la science du climat exige qu'ils soient progressivement supprimés », a ajouté Rami.

«Nous voulons garder une longueur d'avance sur cette courbe tout en réduisant notre impact sur l'environnement», a déclaré Rami.

L'article complet sera publié dans le prochain numéro d'Accelerate Europe, en ligne dès le 6 mars: <http://accelerateeu.com/sites/index>

ÉDITORIAL



Les utilisateurs finaux sont à l'honneur dans cette nouvelle édition de sheccoBase France.

Deux leaders dans le secteur de la grande distribution et de la pharma-

ceutique, respectivement Lidl France et Roche, révèlent leur stratégie pour n'utiliser quasiment que des fluides frigorigènes naturels dans leurs équipements de froid.

Efficacité énergétique, responsabilité sociale et environnementale, désir d'innover et d'investir sur le long terme et à l'abri des mesures réglementaires sont autant d'arguments avancés par ces acteurs.

Une étude récemment publiée dans le cadre du projet européen SuperSmart confirme les bénéfices environnementaux de l'adoption d'équipements à base de fluides frigorigènes naturels dans le secteur de la grande distribution. L'étude identifie les critères requis pour le développement d'un Écolabel européen destiné aux supermarchés, qui incluent l'utilisation de fluides frigorigènes naturels.

Cette édition comprend également les dernières déclarations de la Commission européenne concernant son mandat de normalisation pour les fluides A3 (dont les hydrocarbures) et les mesures envisagées pour lutter contre le commerce illégal de fluides HFC.

Marc Chasserot
CEO, shecco

UTILISATEUR FINAL

Le groupe Roche s'engage à éliminer les fluides frigorigènes halogénés dans ses opérations

Le suisse Roche Pharmaceuticals est la plus grande société de biotechnologie au monde, et le premier fournisseur mondial de traitements du cancer. L'engagement du groupe Roche à éliminer progressivement les fluides frigorigènes halogénés est régi par la directive K6, l'une des 24 directives de l'entreprise que toutes les parties du groupe doivent respecter.

Roche élimine progressivement les fluides frigorigènes halogénés dans son portefeuille de réfrigérateurs de laboratoire, entrepôts frigorifiques, chambres froides de recherche, chambres de stabilité pour le test de produits, équipements de café-téria, chauffage, climatisation, centrifugeuses, systèmes de lyophilisation et d'extinction d'incendie, emballages en mousse et centres de données.

La société applique une politique d'adoption de fluides frigorigènes naturels dans la mesure du possible à toutes les applications susmentionnées.

Roche a-t-il envisagé de suivre la route des HFO ? Dr. Joachim Lemberg, responsable de l'analyse et de la déclaration de données sécurité, santé et environnement, est clair: «En aucune façon! Nous les interdisions. Cela fait partie de notre principe de

précaution. C'est l'annexe 5 de la directive K6», dit-il.

«Les sociétés du secteur chimique ont eu environ 30 ans pour développer un nouveau modèle d'entreprise», a ajouté Walder. «Mais chaque nouvelle génération de fluide frigorigène qu'ils ont mis au point a porté atteinte à l'environnement.»

Il appelle les fabricants de fluides frigorigènes synthétiques à développer de nouveaux modèles commerciaux basés sur les fluides frigorigènes naturels. «Ils pourraient impliquer des fabricants d'équipement dans ce domaine, car dans la plupart des cas, l'utilisateur final n'achète pas de fluide frigorigène», suggère-t-il.

Thomas Wolf, responsable du développement durable chez Roche, exhorte quant à lui les fabricants à tirer profit de ce marché pour le développement de nouvelles technologies. «En concevant quelque chose de complètement nouveau, ils se donnent un avantage qui les distingue de la concurrence», ajoute Wolf.

L'article complet sera publié dans le prochain numéro d'*Accelerate Europe*, en ligne dès le 6 mars: <http://accelerateeu.com/sites/index>

MARCHÉ

Au Royaume Uni, Marks & Spencer installe une unité de condensation au CO₂

La France compte 17 magasins franchisés «M & S food».

Une franchise de la chaîne (appartenant au détaillant britannique Marks & Spencer), installée dans un hôpital public, a installé un groupe de condensation au CO₂ de Panasonic pour refroidir un grand congélateur-chambre.

«Au delà de fournir un service exemplaire pour les besoins d'un hôpital, un projet de cette nature requiert également la solution de réfrigération la plus pratique, efficace et durable. C'est pourquoi [nous] avons choisi le système au CO₂ de Panasonic pour offrir de réels avantages», a déclaré Garry Broadbent, de l'installateur Green Cooling.

Green Cooling a installé l'unité de condensation Panasonic 2 kW CO₂, qui assure un refroidissement à -30 ° C. L'entreprise a également installé une commande de gestion à distance (RDM).

Le projet consistait également à effectuer un retrofit, qui, selon Panasonic, est «25% plus efficace que le réfrigérant HFC utilisé auparavant».

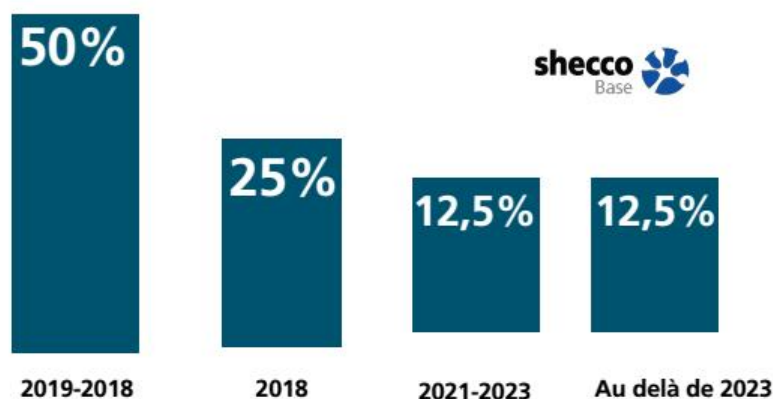
«Ce type d'installation modulaire est typique de l'orientation des magasins de vente au détail de produits alimentaires et des établissements de restauration», a déclaré M. Broadbent.

«Des solutions de réfrigération durables pour la vente au détail d'aliments sont désormais nécessaires pour pérenniser le fonctionnement d'un site et supprimer tous les risques opérationnels résultant de [la réduction progressive de l'utilisation de gaz fluorés, en vertu de la réglementation européenne], en termes de coûts du fluide frigorigène et des restrictions de quota.»

Plus d'informations (en anglais) sur [r744.com](http://www.r744.com/articles/8874/uk_and_installs_co2_condensing_unit): http://www.r744.com/articles/8874/uk_and_installs_co2_condensing_unit

INFOGRAPHIQUE

Utilisateurs finaux: Quand prévoyez-vous d'installer votre premier système à base d'ammoniac à faible charge ? (sondage réalisé en 2018)



Systèmes à l'ammoniac à faible charge: enquête d'opinion pour le projet "World Guide to Low-Charge Ammoniac" (périmètre international)

MARCHÉ

Étude: les fluides frigorigènes naturels peuvent améliorer la durabilité des supermarchés

L'utilisation de fluides frigorigènes naturels dans les systèmes de réfrigération commerciale peut améliorer l'efficacité des supermarchés, selon un rapport technique intitulé «Développement des critères de label écologique de l'Union Européenne pour les magasins de vente au détail de produits alimentaires». Le rapport marque la fin du projet SuperSmart, une initiative financée par l'Union Européenne (UE).



Le rapport, rédigé par les partenaires du projet, notamment SINTEF (Norvège), l'Institut international du froid (France) et shecco (Belgique) et coordonné par Kerstin Martens de l'Agence allemande de l'environnement (UBA), suggère l'attribution de critères pour un nouveau label écologique proposé par l'UE européen destiné aux magasins d'alimentation.

Le rapport identifie 15 critères couvrant les principaux impacts environnementaux des magasins de vente au détail de produits alimentaires: quatre dans le secteur CVC&R, six dans le secteur du Bâtiment, et cinq critères concernant «l'exploitation du magasin».

Les critères couvrent les points les plus importants en terme d'impact social et environnemental des supermarchés, identifiés après plusieurs analyses du cycle de vie de ces types de magasins.

Ainsi, l'impact des techniques de chauffage, de ventilation, de climatisation et de réfrigération dans un magasin, ainsi que la construction et l'exploitation de supermarchés ont été pris en compte.

Chaque critère contient des exigences obligatoires et des exigences en matière de pointage afin de garantir que seuls les 10 à 20% des magasins de vente au détail de produits alimentaires européens les plus performants puissent obtenir le label. Par exemple, des critères spécifiques attribuent des points uniquement aux magasins qui utilisent des fluides frigorigènes naturels et qui ont un système de récupération de chaleur en place.

Plus d'informations (en anglais) sur hydrocarbons21.com: http://r744.com/articles/8866/report-natref-can-improve-food-retail-store-sustainability

POLITIQUE

Une ONG interpelle la Commission européenne concernant le mandat de normalisation des A3 et le commerce illégal de HFC

Legambiente, une ONG italienne de défense de l'environnement, a demandé à la Commission européenne ce qu'elle faisait pour lutter contre le commerce illégal de HFC et expliquer comment elle surveillait les travaux du CEN / CENELEC, les organismes européens de normalisation, concernant la révision des dispositions prévues pour les normes A3.



LEGAMBIENTE

L'ONG a interpellé la Commission européenne lors du salon CVC&R Refrigera, qui a eu lieu du 20 au 22 février dernier en Italie.

La Commission européenne a expliqué qu'elle travaillait actuellement sur un système informatique permettant de surveiller le commerce illégal de HFC lors des contrôles douaniers. «La Commission ne prend pas cela à la légère», a déclaré Niccolò Costantini, qui travaille au sein de l'unité gaz fluorés à la Direction Générale Action pour le Climat de la Commission euro-

péenne. «C'est une priorité pour la Commission. C'est ce qui soutient le [...] résultat [de] l'ensemble de cette législation.»

La Commission a également adressé une demande de normalisation au CEN / CENELEC. «Nous sommes conscients du gros investissement réalisé dans les A2L. Cependant, nous ne voulons pas que cela se fasse au détriment des fluides frigorigènes naturels, par exemple des hydrocarbures», a déclaré Costantini. «Ce mandat de normalisation ne devrait pas produire de normes, mais des spécifications techniques qui devraient compléter les normes.»

Davide Sabbadin de Legambiente a exprimé des doutes concernant le travail du CEN / CENELEC sur les A3. «La Commission a-t-elle un observateur dans la procédure de normalisation ? Parce qu'ils travaillent beaucoup sur les fluides A2L, pas A3», a-t-il demandé. Costantini a assuré qu'un groupe de travail était en train de traiter les fluides A3, et a déclaré: «Ne faites pas toujours confiance aux rumeurs». «Le mandat est très clair pour les fluides classés A3. Le groupe de travail CEN / CENELEC s'est réuni. J'étais là-bas, et j'ai clairement indiqué que les A3 sont importants pour nous», a-t-il ajouté.

Plus d'informations (en anglais) sur ammonia21.com: http://ammonia21.com/articles/8868/

TECHNOLOGIE

L'innovation made in France

«Avec le CO₂, les entreprises sont en mesure de faire quelque chose de logique du point de vue environnemental et économique: il y a une dynamique positive.»
- Cyrille Berthet, Carly

Carly, un fabricant français de composants de réfrigération, est confiant que son engagement en faveur des fluides frigorigènes naturels contribuera à le maintenir sur une trajectoire ascendante.

Fondée en 1923, Carly est actif dans le secteur de la réfrigération depuis plus de 70 ans. L'entreprise a lancé une ligne de composants standard dédiés au CO₂ en 2014 - à commencer par les filtres déshydrateurs pour des pressions de 60, 90 et 140 bar.

«Nous avons pris cette décision stratégique parce que Carly est totalement orienté client», a déclaré Cyrille Berthet, président de la société, au siège social de Carly situé à Lissieu, près de Lyon, en France.

«Nous réalisons plus de 50% de notre chiffre d'affaires avec les équipementiers et, historiquement, nous avons noué de solides partenariats techniques avec les fabricants de racks pour les applications de supermarché», a déclaré Berthet.

L'article complet sera publié dans le prochain numéro d'*Accelerate Europe*, en ligne dès le 6 mars: <http://accelerateeu.com/sites/index>

ÉVÉNEMENTS À VENIR :

CFIA

- 12-14 mars 2019 -
Rennes, France

Le Carrefour des Fournisseurs de l'industrie Agroalimentaire met en avant les équipements et savoir-faire des fournisseurs de l'industrie, y compris dans le secteur CVC&R.

<http://cfiaexpo.com>



Vending Paris

- 2-4 avril 2019 -
Paris, France

Vending Paris rassemble l'ensemble des acteurs de la distribution automatique à l'échelle internationale pour identifier les tendances clé et innovations qui feront l'avenir du secteur.

<https://www.vendingparis.com/fr-fr.html>



CONTACTEZ-NOUS

Inscrivez-vous:
info@sheccobase.com

Soyez visibles et devenez sponsor!
Marc Chasserot
marc.chasserot@shecco.com

Partagez vos idées d'articles!
Marie Battesti
marie.battesti@shecco.com

+32 2 230 3700

À propos de shecco :
shecco est un accélérateur de marché mondial qui aide ses partenaires dans le secteur du chauffage, climatisation et réfrigération à commercialiser leurs solutions innovantes plus rapidement. Nous sommes spécialisés dans les services et produits intégrés pour faire progresser l'utilisation des cinq réfrigérants naturels: dioxyde de carbone (CO₂), ammoniac (NH₃), hydrocarbures (HC), eau et air. Notre portefeuille comprend des activités dans trois domaines: les médias, les événements et le développement de marché.

www.sheccoBase.com



Publié par shecco SPRL. Tous droits réservés.