

Le cool roof se généralise dans le tertiaire

CR-France, leader européen du coolroofing, qui développe des solutions durables pour rafraîchir les bâtiments et les villes, annonce une collaboration avec l'enseigne PICARD. Le spécialiste des produits alimentaires surgelés a mandaté l'entreprise bretonne pour appliquer son revêtement innovant sur la toiture de trois magasins en région parisienne. Objectif affiché : baisser de manière durable la température dans les bâtiments, notamment lors de périodes de fortes chaleurs, et ainsi améliorer les conditions thermiques à l'intérieur des magasins tout en limitant la consommation d'énergie.

Depuis 2015, l'entreprise brestoise CR-France lutte contre les surchauffes des bâtiments en répondant à la base du problème : bloquer les apports solaires, en particulier ceux qui, par le toit, transforme chaque été les plafonds des grandes surfaces et autres entrepôts logistiques en véritable radiateur solaire. Le revêtement de toiture « Cool Roof France » développé par l'équipe bretonne est à la fois réfléchissant et émissif, ce qui signifie simplement qu'il ne transforme quasiment pas le rayonnement solaire en chaleur, et que le peu de chaleur absorbée est réémise. Ne nécessitant que peu d'entretien, la solution contient une couche de finition « topcoat » qui permet de maintenir ces performances sur 15 ans et plus, validés par des tests en conditions réelles.

Les effets ? Alors qu'un toit bitumeux ou métallique classique monte en été parfois à plus de 80°C, un toit « cool roof » ne dépassera guère la température ambiante. Résultat déjà sur l'enveloppe du bâtiment : un toit moins chaud, c'est potentiellement une moindre usure du toit, et un meilleur rendement des condenseurs et autres panneaux solaires qui s'y trouvent.

A l'intérieur, sur l'ensemble des bâtiments réalisés par CR-France en France et à l'international (Leclerc, Boulanger, Aéroports de Paris, CERP, Sanofi...) les analyses révèlent jusqu'à 7°C en moins de température ambiante, 15°C de température ressentie (opérative) et, lorsque les bâtiments sont climatisés, une réduction jusqu'à 30% des consommations de climatisation.

« Nous allons inexorablement vers une augmentation des températures ce qui implique que nous nous adaptons aux changements climatiques pour ne pas en souffrir. Le problème c'est qu'on le fait n'importe comment : on commence par climatiser, et on réfléchit après. Or c'est un véritable cercle vicieux : pour créer du froid dans les bâtiments, les climatiseurs rejettent la chaleur à l'extérieur, et leur cycle de vie est fortement émetteur de GES... Le principe que nous proposons n'est pas révolutionnaire en soi, mais apporte des solutions plus pérennes et durables. Il s'applique particulièrement au secteur du froid-dirigé qui se doit de respecter des consignes de froid mais aussi de maîtriser le bon rendement de leurs équipements » Antoine Horellou, directeur général CR- France.

Si, aujourd'hui, trois magasins sont concernés par cette alternative passive et durable à la climatisation, le spécialiste français des produits alimentaires surgelés, Picard, souhaiterait, après ces premiers tests, pouvoir généraliser ce revêtement à l'ensemble de ses magasins éligibles .

« Nous sommes heureux de participer à ce test, avec Cool Roof France, qui laisse entrevoir une nouvelle conception de toits plus respectueuses de l'environnement et répondant à notre souci permanent de réduire l'empreinte énergétique de notre groupe. Nous sommes depuis plusieurs années à la recherche de solutions d'économie d'énergie, comme en atteste notre Système de Management de l'Energie (ISO 50 001), certifié depuis 6 ans maintenant.