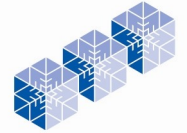




Association Suisse du Froid

c/o Centre Patronal Vaudois CP 1215 1001 Lausanne
Tél 021 796 33 00 Mobile 079 600 39 08 Fax 021 796 33 11
Site internet www.asf-froid.ch E-mail [info@asf-froid](mailto:info@asf-froid.ch)

Section Romande



ASF Association Suisse
du Froid

**Efficacité énergétique dans la technique du froid
et dans les systèmes frigorifiques**

Campagne sur le Froid

La Campagne sur le Froid bénéficie du soutien et du parrainage de l'**Office Fédéral de l'Energie (OFEN)** et de l'**Office Fédéral de l'Environnement (OFEV)**.

1. Contexte

**Production du froid =
env. 18% de la consom-
mation d'électricité en CH**

**Potentiel d'économies
de CHF 300 millions par an**

En Suisse, la consommation des installations frigorifiques de l'industrie, de l'artisanat et des entreprises de services est estimée à 11'000 GWh d'électricité par an, soit près de 18% de la consommation totale d'électricité. Les experts sont unanimes: ces installations présentent un potentiel d'économies d'énergie d'au moins 20% et un potentiel de réduction des coûts énergétiques allant jusqu'à CHF 300 millions par an.

**Manque de
connaissances**

Les experts¹ pensent que les causes de la non-exploitation de ces potentiels d'efficacité se trouvent dans le manque de connaissances sur les coûts et sur l'utilité des différentes mesures d'optimisation et d'assainissement énergétiques. Ils constatent en outre que les exploitants d'installations ne sont pas assez sensibilisés à l'efficacité énergétique et qu'il y a souvent des problèmes d'interface entre le projeteur en technique du bâtiment et le frigoriste pour les installations de froid et de climatisation.

**Manque de
sensibilisation**

**Manque de
solutions simples**

S'il existe des solutions éprouvées, simples à mettre en œuvre et approuvées par les spécialistes, les exploitants et les spécialistes peuvent mieux exploiter les potentiels et améliorer durablement le rendement énergétique.

¹ Résultats de l'atelier d'experts du 10.11.08 et résultats de l'atelier de la branche du froid ayant réuni 150 spécialistes le 27.11.08 (rapport final du 02.02.09 disponible en allemand: Vorabklärung Energieeffizienz in der Kältetechnik und bei Kältesystemen, OFEN)



suisse énergie

Campagne sur le Froid de Suisse Energie

2. Objectifs de la campagne

Sensibiliser	Le principal objectif de la campagne est de diminuer la consommation d'énergie des systèmes frigorifiques en Suisse et de réduire ainsi les coûts d'exploitation.
Mettre des outils à disposition	Cette campagne a pour but de sensibiliser les exploitants d'installations frigorifiques en leur montrant des mesures faciles à mettre en œuvre pour augmenter l'efficacité énergétique lors d'une optimisation, de la construction ou du renouvellement de leur installation. Ils recevront des informations concrètes en vue de diminuer les coûts énergétiques et de réduire les coûts d'exploitation de la production de froid. Elle vise aussi à sensibiliser les installateurs et les projeteurs de solutions de froid au rendement énergétique et à augmenter leurs compétences en tant que fournisseurs de solutions économes en énergie.
Diminuer les coûts énergétiques et les coûts d'exploitation	

3. Procédure

Une approche participative garantit le lien avec la pratique	Les spécialistes et les exploitants sont étroitement associés à la campagne au moyen de tables rondes, d'entretiens d'experts et d'ateliers. Cette approche participative permet d'obtenir rapidement des résultats en phase avec la pratique. Elle garantit que les mesures sont adaptées aux modes de travail des exploitants et des installateurs et qu'elles puissent être appliquées avec succès, de manière durable, dans les entreprises. ² Un groupe de suivi composé de partenaires de la campagne, de spécialistes du terrain et de scientifiques participe à la conception de la campagne et veille à la qualité intrinsèque des mesures.
---	--

Trois phases pour atteindre ces objectifs

Phase 1: Préparer les bases	Pendant la phase 1, on identifiera les besoins des exploitants et on analysera les connaissances et les possibilités des installateurs. On élaborera des mesures d'efficacité énergétique réalisables dans la pratique et on quantifiera les coûts et l'utilité des investissements possibles. On étudiera les problèmes d'interface pour les nouvelles installations et on proposera des solutions d'assainissement pour les installations existantes.
Phase 2: Elaborer des moyens de communication	Durant la phase 2, on créera une plate-forme internet pour la mise en réseau et le partage d'informations. En se fondant sur les conclusions de la phase 1, on développera des outils d'optimisation pour différents groupes-cibles d'exploitants d'installations frigorifiques (industrie, artisanat, commerce de détail, froid & climatisation). On élaborera aussi un outil présentant comment résoudre les problèmes d'interface. Pour l'assainissement / le renouvellement d'une installation, on créera un outil montrant comment l'exploitant doit procéder et à où il doit faire attention pour obtenir une solution optimale.

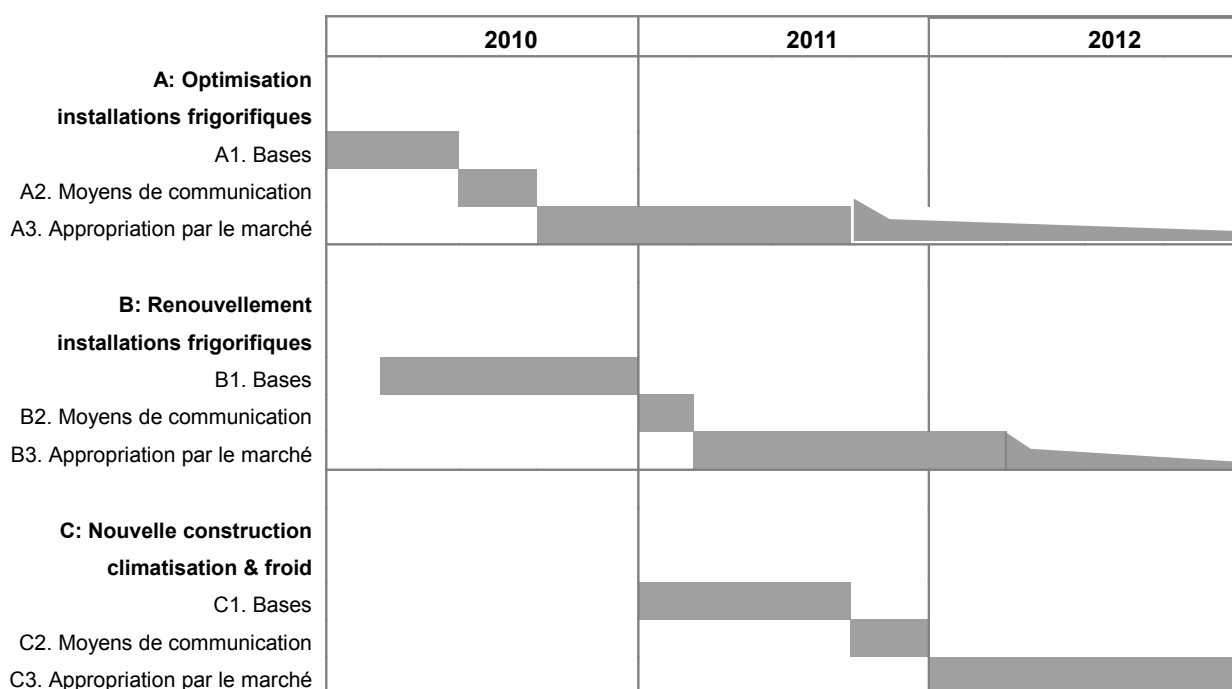
² Cette méthode a été utilisée lors de la campagne «Air comprimé efficient» menée de 2005 à 2008 (www.druckluft.ch)

Phase 3:
Communiquer les mesures

L'appropriation par le marché s'effectue au cours de la phase 3. En raison de la composition hétérogène des groupes-cibles, il faut aborder les exploitants via différents canaux de distribution et de communication. C'est pourquoi le réseau de la branche du froid de l'ASF sera intégré à la campagne. Des intermédiaires tels que l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC), des fournisseurs de Facility Management et des associations actives dans le domaine du froid sensibiliseront de manière ciblée les différents groupes-cibles. Dans le cadre de la campagne, des articles seront publiés dans des médias spécialisés afin de sensibiliser les exploitants et les spécialistes.

4. Calendrier

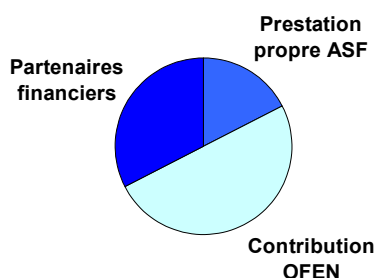
La campagne sera lancée le 1^{er} mai 2010 et durera trois ans.



5. Financement

Coût total: Le montant de la campagne du froid a été estimé à 830'000 CHF (y.c. TVA), dont 270'000 CHF devront être cofinancés au travers des partenaires (constructeurs/fournisseurs, installateurs/projeteurs, entreprises électriques et opérateurs)

Financement à trouver:
CHF 270'000.-



6. Prestations et utilité pour les partenaires

Partenaires financiers Dans le cadre de la campagne, les partenaires financiers ont la possibilité de se présenter. Ils sont aussi invités à participer activement à l'élaboration de la campagne en partageant leurs connaissances et en exposant les problèmes qu'ils rencontrent: il en résultera de précieux échanges d'informations entre spécialistes, des possibilités de nouer de nouveaux contacts et d'acquérir des nouvelles connaissances, ce qui leur donnera une longueur d'avance (connaissance, réseau, image) sur leurs concurrents.

Image
Visibilité
Profil

Voici les prestations possibles pour les partenaires de la campagne:

	Fabricants, fournisseurs	Entreprises spécialisées (installateurs, projeteurs)	Producteurs (énergie, agents frigorigènes)	Utilisateurs de froid, exploitants
Montant de la contribution	5'000.- par an 15'000.- au total	2'500.- par an 7'500 au total	20'000.- par an 60'000.- au total	7'000.- par an 21'000.- au total
Affichage du logo de l'entreprise sur le site web	X	Raison sociale mentionnée	X	X
Utilisation du logo de la Campagne sur le Froid	X	X	X	X
Article sur l'entreprise dans «Friscaldo» « Le Frigoriste » (½ page)	X	X	X	X
Présentation de l'entreprise (bannière) aux AG de l'ASF	X	X	X	X
Participation aux séances du groupe de suivi			X	
Participation à la définition du contenu	X	X	X	X
Information actualisée au fur et à mesure	X	X	X	X
«Bonne pratique» présentée aux médias	X	X	X	X

Collaboration active souhaitée dans le groupe de suivi

La campagne mise sur la collaboration active des partenaires financiers dans le groupe de suivi. Elle repose sur les connaissances actuelles des experts du froid. Son succès dépend notamment de l'accueil qui sera réservé aux mesures par la branche et de leur diffusion par l'intermédiaire des réseaux existants. Nous serions heureux de pouvoir vous compter parmi les partenaires de cette campagne.

Contact

Association Suisse du Froid – ASF section romande

André Hutin
c/o Centre Patronal Vaudois - Route du Lac 2
1004 Paudex
Téléphone: +41 79 600 39 08
Mail: info@asf-froid.ch



Campagne sur le Froid de Suisse Energie