

Parkings innovants (1/5) : les commerçants se convertissent à l'infiltration

Les eaux pluviales des parkings des grandes surfaces n'ont pas vocation à encombrer les réseaux d'assainissement public. Lidl et Decathlon l'ont compris, comme le montrent deux rénovations en cours à Abbeville et Vannes, avec deux approches différentes : le chantier picard s'appuie sur des produits industriels, tandis que le maître d'ouvrage breton mise sur l'arrosage des plantes et leur fonction de filtres. Pour désimperméabiliser 126 places de stationnement sur les 130 de son magasin d'Abbeville (Somme), Lidl a choisi la simplicité et l'efficacité dans la durée. Ces critères ont guidé le choix de coupler deux produits industriels : en surface, des dalles en plastique recyclé installées par O2D Environnement, distributeur exclusif des produits de l'allemand TTE pour la France et la Belgique ; sous les fondations, des textiles perméables à l'eau et capables d'éliminer les hydrocarbures, y compris les hydrocarbures polycycliques aromatiques. Zéro surverse d'huile La bonne perméabilité du sol existant aurait permis d'envisager un parking filtrant sans ce dernier produit, fourni par TenCate Aquavia. Mais le maître d'ouvrage ne veut rien laisser au hasard : « Même en cas de forte pluie et de manque d'entretien, ce dispositif évite le risque de surverse d'huile », argumente Pierre Rucar, responsable technique de l'enseigne pour une partie des Hauts-de-France. Lidl tient d'autant plus à garantir le résultat que son site d'Abbeville sert de vitrine en matière de rénovation environnementale, sur un site resté longtemps en friche : « Compte tenu des montants en jeu, nous désimperméabilisons rarement des ouvrages existants », confirme Cédric Mathey, responsable régional de l'immobilier. Sur ses aménagements neufs, l'enseigne a en revanche pris le pli des parkings filtrants qui associent les dalles d'O2D Environnement avec l'aquatextile de TenCate Aquavia. « Nous généralisons ce schéma depuis deux ans », confirme Cédric Mathey. Rénovations globales Début septembre, le public d'Abbeville découvrira un nouveau site. Complément du parking filtrant, 33 arbres ponctueront l'espace de détente qui jouxte le magasin, conformément au projet dessiné par l'agence de paysage lilloise Autrement dit ; des bornes de recharge électrique équiperont 20 % des places de stationnement. Des éclairages led adapteront leur consommation à la fréquentation. 950 m² de panneaux photovoltaïques couvriront le bâtiment, et le recyclage touchera 80 % des eaux pluviales de toiture... Comme le Lidl d'Abbeville, le Decathlon de Vannes inscrit la désimperméabilisation de son parking dans une rénovation environnementale globale. Mais dans le chantier en cours jusqu'à la fin juin, aucun produit industriel ne contribue ni aux écoulements, ni à la dépollution : par effet gravitaire, le soulagement des réseaux publics se combine avec l'arrosage du talus routier géré par le service des espaces verts de la ville, en aval du parking. Arrosage des espaces verts « Il a fallu de longs mois de négociation pour convaincre la collectivité du bénéfice qu'elle tirerait de ces dispositions », soupire Christophe Chenevière, directeur de la construction de l'enseigne pour l'Ouest de la France. Au passage, Decathlon économise 17 000 euros de grilles avaloirs et 23 000 euros de bordures minérales, sur le parking de 206 places. Un projet pilote réalisé en 2017 à Saint-Malo a nourri l'approche environnementale suivie à Vannes : le paysagiste concepteur Eric Lequertier a élaboré une grille de 74 critères environnementaux, dont 15 consacrés à la trame verte et bleue, pour orienter les

projets immobiliers de Decathlon. Caution officielle « Quand une opération dépasse la barre de 50 sur 74, son impact devient positif pour le vivant », expose Christophe Chenevière. Depuis l'aménagement de Saint-Malo, 14 projets totalisant 180 hectares ont intégré la méthode. Outre l'arrosage des massifs du talus routier, le bilan écologique du parking s'appuie sur la diversité des végétaux, leur intégration aux écosystèmes locaux et leur contribution à la lutte contre l'érosion. S'il se sent encore souvent seul y compris dans son propre groupe pour défendre son approche écologique, Christophe Chenevière se réjouit d'un soutien institutionnel récent : « le guide « Eau et biodiversité dans les espaces commerciaux » a conforté ma démarche », témoigne le représentant de Decathlon. Signé par le paysagiste Jean-Marc Bouillon et l'ingénieur Michel Besnard, ce document édité par le syndicat de commerçants Perifem a obtenu le soutien de l'agence de l'eau Seine-Normandie au début de cette année.

