

CCI de Lyon
Palais du Commerce
Place de la Bourse
69289 Lyon cedex 02
Tél. 0 821 231 251
(0,32 € HT/mn)

www.lyon-shop-design.com

- Grand Lyon
- Unibail-Rodamco
- Altarea
- Soderip
- ARDI Rhône-Alpes – Centre du Design
- Ecole Supérieure d'Architecture Intérieure de Lyon

L'ATELIER N°2
**LYON
SHOP &
DESIGN**

Les bonnes feuilles
de l'atelier n°2
du 22 septembre 2008

Cahier n°2

Que la lumière soit !

Bien utilisée, la lumière constitue un formidable outil de marketing pour les commerçants. Elle permet de rendre convivial le plus banal des espaces marchands, de « raconter une histoire ».

Tous les acteurs de la filière « éclairage » sont là pour vous aider à définir une solution adaptée à vos attentes spécifiques.

Des spots qui permettent de concentrer la lumière sur un objet précis, des lampes fluorescentes qui créent un véritable bain de lumière aux couleurs changeantes, des luminaires qui mettent en valeur la forme des objets, des lampes à diodes qui améliorent le rendu des couleurs et garantissent leur stabilité... Grâce aux **progrès des sources lumineuses**, il existe aujourd'hui une large gamme de solutions d'éclairage permettant de rendre une vitrine « accrocheuse », de créer une ambiance harmonieuse à l'intérieur d'un espace marchand.

Tous les experts sont d'accord sur un point : grâce à l'offre qui est devenue extrêmement riche et diversifiée, **la lumière constitue dorénavant un moyen performant d'optimiser l'espace marchand**. Selon eux, c'est non seulement un véritable **vecteur d'image** mais aussi un précieux moyen de **capter l'attention du chaland, de se différencier des concurrents**.

C'est indéniable, un commerce bien éclairé fait vendre plus !

Ces nouvelles sources lumineuses méritent d'autant plus qu'on s'y intéresse qu'elles ne consomment pas forcément plus d'énergie que les lampes traditionnelles. Quand la solution « éclairage » est bien conçue, c'est même l'inverse qui se produit !

Tels sont les messages essentiels qu'ont voulu faire passer au public les différents professionnels qui sont intervenus lors de l'Atelier n°2 « Lyon Shop & Design » organisé le 22 septembre dernier à Lyon.

Gare à la méthode !

Faire de la lumière un vecteur d'image et un outil de différenciation nécessite néanmoins d'imaginer une **solution d'éclairage performante** dans tous les domaines : marketing, esthétique, technique, humain, réglementaire, environnemental, financier...

> Règle n° 1 : Définissez des objectifs précis

Le commerçant qui désire exploiter les nouvelles opportunités offerte dans l'univers de l'éclairage doit d'abord définir des objectifs précis : **Que veut-on mettre en valeur ? Pour qui ? Pourquoi ?**

Pour Marine Morain, Associée au sein du cabinet « Arbor & Sens architecture et ambiances », il est important de travailler sur **l'ambiance globale** :
« Les boutiques françaises sont belles mais elles se ressemblent toutes. Si on veut vraiment se différencier il faut prendre le temps d'imaginer un concept vraiment original ».

Contrairement à ce que pensent certains commerçants, il n'est pas facile de **concevoir une solution d'éclairage performante**. La démarche impose de prendre en compte un grand nombre de paramètres : la fiabilité des sources lumineuses, leurs performances esthétiques et techniques (en exploitation mais aussi dans le domaine de la maintenance), les normes de sécurité, l'environnement du lieu... et le coût global.

Selon Marc Fontoynt, Directeur du laboratoire des sciences de l'habitat de l'ENTPE (et Vice président de la Commission internationale de l'éclairage) la démarche impose aussi de prendre en compte les **attentes du personnel** travaillant sur place et les **aspirations des clients**. Ces derniers sont de plus en plus sensibles **aux vitrines bien éclairées qui valorisent les produits** :

« Ils apprécient une lumière harmonieuse qui apporte un réel **confort sensoriel** qui **crée des effets, améliore le rendu des couleurs mais ne les éblouit pas**. Ils sont séduits par les **espaces qui mettent en scène les produits** ».

> Règle n°2 : Evitez la surenchère lumineuse !

Marc Fontoyront l'a rappelé plusieurs fois durant son intervention : **la surenchère de lumière peut être totalement contreproductive**. En matière de lumière, **c'est la qualité qui compte, pas la quantité !**

Ce conseil ne doit pas être pris à la légère car les excès sont immédiatement sanctionnés comme il l'a constaté lors d'un récent voyage en Asie¹ où certains commerçants ont tendance à abuser des opportunités qu'offre l'éclairage, en accentuant à outrance les effets éblouissants des projecteurs. Il semble que ce soit une tradition assez répandue : « j'ai visité certains espaces marchands dans lesquels j'étais tellement ébloui que j'ai dû repartir tout de suite ».

La meilleure approche consiste à mettre **la juste quantité de lumière au bon endroit** de manière à valoriser les produits : « **il suffit parfois d'un rien pour obtenir un effet maximum** ».

> Règle n°3 : Ne raisonnez pas à court terme

Choisir une source lumineuse impose de **raisonner « global » et à long terme**, selon Huguette Annas Saint Yves, experte en éclairage au sein d'EDF et membre du bureau régional de l'Association Française de l'Eclairage. D'après elle, le produit le moins cher à l'achat n'est pas forcément la solution la plus économique : « **dans ce domaine la performance se mesure sur le long terme** ».

Pour se faire une idée précise, il faut prendre en compte le coût d'achat mais aussi les coûts d'exploitation et de maintenance, la durée de vie du produit, sa consommation d'énergie... **Certaines solutions coûteuses à l'achat s'avèrent économiques par la suite**. Un point important dans la mesure où le coût des lampes, par exemple, peut varier de 1 à 10 !

¹« Je l'ai observé à Dubaï dans les commerces indiens et également, mais de manière moins flagrante, dans plusieurs villes chinoises. Mais je pense que les populations locales s'en accommodent. Comme pour les tubes fluorescents de mauvaise qualité dans le Maghreb ».

> Règle n°4 : Faites vous accompagner

Les commerçants désireux d'élaborer une **solution « éclairage » performante** auront intérêt à **se faire accompagner par les professionnels du secteur**. Ces derniers les aideront à définir le profil de leurs clients, leur habitudes d'achat, les contraintes liées aux caractéristiques de l'espace marchand (situation par rapport aux autres commerces, hauteur sous plafond...). Grâce à eux ils pourront élaborer un **cahier des charges adapté à la nature des produits exposés dans l'espace marchand, décrypter l'offre, évaluer de manière précise les performances des sources lumineuses** (rendu des couleurs, durée de vie...) **et les tester**.

Comme l'a expliqué Philippe Losilla, responsable « Prescription éclairage », le Comptoir Lyonnais d'Electricité aide **les commerçants et les professionnels du secteur à définir des solutions « permettant d'éclairer mieux tout en consommant moins »**. Son show-room NRA Lighting (120 avenue Jean Jaurès, Lyon 7^{ème}) animé par Sylvie Sonnery, est une mine d'informations pour ceux qui désirent innover.

Quant à l'Association Française de l'Eclairage, elle constitue une précieuse mine d'informations selon Huguette Annas Saint-Yves, experte du secteur au sein du groupe EDF qui en est membre : « l'association permet une **approche particulièrement complète des problématiques** du fait qu'elle fédère des architectes, des ingénieurs, des chercheurs, des industriels, des médecins... ».

> Règle n°5 : Prenez en compte l'aspect énergétique

Investir dans l'éclairage n'est pas forcément onéreux d'après Jean-Luc Martin, chef de Projet à la Direction Marketing d'EDF. Il faut cependant **être attentif aux consommations** : à raison de 12 heures par jour, parfois sans interruption, l'éclairage peut représenter jusqu'à 60% de la facture. Le site www.edfpro.fr permet à EDF d'**informer et de guider les professionnels** dans le type de lampes et d'éclairages, en privilégiant les lampes à forte efficacité lumineuse, performantes et économiques, car peu énergivores. Une **fiche synthétique** peut être adressée par email aux professionnels qui en font la demande.

Un exemple : Auchan éclaire mieux ses magasins en dépensant moins

Dans le cadre de ses responsabilités au sein du laboratoire des Sciences de l'habitat de l'ENTPE dont il est le directeur, Marc Fontoynt ont apporté sa contribution au développement par la Direction Technique du groupe Auchan, d'un nouveau concept d'éclairage qui a été largement étendu depuis au sein du groupe depuis l'an 2000.

Partant de l'observation que les nappes d'éclairage au plafond des hypermarchés privilégient beaucoup trop l'éclairage sur les sols carrelés que sur les gondoles, le **nouveau concept propose de n'éclairer que les produits**, par des éclairages de proximité, **l'espace de vente étant éclairé par les réflexions lumineuses sur les produits**.

Avec cette solution, la direction technique d'Auchan est parvenue à créer une **véritable dynamique « éclairage »**.

Une dynamique vertueuse puisqu'elle a permis de **réduire sa consommation électrique de 30%** tout en mettant mieux en **valeur les produits** en rayons et en créant **une ambiance conviviale**. La démarche a nécessité de développer de divers prototypes et imposé la réalisation de nombreux tests.

Les solutions ont fait également l'objet de nombreuses enquêtes réalisées auprès des personnes concernées (salariés du magasin, clientèle...).

Une mine d'information : L'Association Français de l'Eclairage

Mes produits sont-ils bien mis en lumière ? Ma consommation d'énergie est-elle cohérente par rapport à ma solution éclairage ? Quel matériel dois-je choisir ? Comment se former ?

Les commerçants désireux de s'informer dans le domaine de l'éclairage trouveront des réponses pertinentes auprès de **l'Association Français de l'Eclairage**. **L'expertise de cette association** est d'autant plus intéressante qu'elle **fédère des experts de toutes les disciplines concernées par le sujet** : ingénieurs, chercheurs, architectes, urbanistes, industriels, médecins...

Les fabricants : Un foisonnement d'innovations

Les industriels développent en permanence de nouveaux produits qui permettent de **nouvelles solutions d'éclairage de plus en plus performantes**.

Les nouveaux produits améliorent la qualité de l'éclairage et permettent d'attendre le **même niveau d'éclairage tout en consommant moins d'énergie**.

Les produits d'éclairage par diodes électroluminescentes (LED) de la dernière génération apportent des progrès dans tous les domaines. Ils contiennent moins de mercure et de plomb. Ils diffusent une lumière de qualité supérieure et durent plus longtemps tout en étant plus fiables et plus compacts. Ils sont plus faciles à monter et démonter.

Le groupe **Philips** propose aux commerçants un nouveau concept d'éclairage flexible qui permet de changer l'ambiance d'un magasin en fonction de la cible de clientèle visée.

Afin d'optimiser les marchandises exposées sur un présentoir, **Sylvania** propose des solutions intégrant des filtres spéciaux qui modifient les couleurs de la lumière à l'intérieur du luminaire selon l'aspect que l'on veut donner aux produits.

Quant au groupe **General Electric Consumer & Industrial Lighting**, il propose des lampes apportant un haut niveau de qualité d'éclairage, de très longue durée de vie tout en réduisant les coûts de maintenance.

A l'Atelier n°2 Lyon Shop & Design étaient présents :

> Philips

Philippe MAZIERE, Tél. : 06 25 31 00 35
Email : philippe.maziere@philips.com
www.philips.fr



> Sylvania

Fabrice RAMAGE, Tél. : 01 55 51 11 26
Email : maguy.veynand@sylvania-lighting.com
www.havells-sylvania.com



> GE Consumer & Industrial

Pierre BOUILLON, Tél. : 06 07 61 27 37
Email : pierre.bouillon@ge.com
www.ge.com



A retenir

La lumière vous aide à donner une **identité à votre espace marchand et fait vendre** : les clients sont sensibles à une belle vitrine de bijoux, vêtements, chaussures, produits de luxe, viandes, fruits et légumes...

Les clients privilégient les commerces qui leur procurent un **confort sensoriel**. Ils n'aiment pas être aveuglés. Une simple lampe cassée devient dorénavant pénalisante pour votre image de marque.

Le secteur a fortement progressé ces dernières années : avec **un nombre de moins en moins important de sources lumineuses on valorise de mieux en mieux un espace marchand**.

Grâce aux nouvelles générations de sources lumineuses vous pouvez obtenir des **couleurs exactement appropriées à vos produits**, créer des effets intenses, des contrastes. Grâce à ces moyens vous pouvez mettre en scène votre vitrine et **« raconter une histoire »**.

N'hésitez pas à **investir du temps** afin de trouver le **bon équilibre** entre les diverses sources lumineuses, entre lumière naturelle et la lumière artificielle, afin de mettre la juste quantité de lumière « aux bons endroits ».

Évitez les ambiances trop agressives ou trop uniformes. La meilleure solution n'est pas celle qui met en œuvre le plus grand nombre de lampes. **Trop de lumière tue la lumière**. Il faut savoir donner de la place à l'ombre.

L'Atelier n°2 Lyon Shop & Design a été organisé au sein des locaux du MAT Electrique, « vitrine » du Comptoir Lyonnais d'Electricité (20 rue Lortet, Lyon 7^{ème})

> Intervenant

Marc Fontoynt, *Directeur du laboratoire des sciences de l'habitat de l'ENTPE, Responsable du groupe de recherche en éclairage au CNRS, Vice Président de la Commission Internationale de l'Eclairage.*

> Table ronde animée par Franck Bercegeay, *Chargé de mission ARDI Rhône-Alpes Centre du Design.*

Participants

Huguette Annas Saint-Yves, *Expert en éclairage au sein d'EDF, Membre du bureau régional de l'Association Française de l'Eclairage (AFE), Architecte DPLG.*

Philippe Losilla, *Responsable prescription éclairage au Comptoir Lyonnais d'Electricité, distributeur matériel électrique, spécialité éclairage.*

Jean-Luc Martin, *Chef de projet EDF marché particulier et professionnel, direction marketing conception des offres de prestation de service d'EDF vis-à-vis de la clientèle des professionnels.*

Marine Morain, *Associée du cabinet « Arbor & Sens : architecture et ambiances », Ingénieur TPE, Architecte DPLG.*