

Éléments de recherches sur l'éclairage

SOMMAIRE

1. CONTEXTE

2. ÉLÉMENTS DE RECHERCHES

3. ILLUSTRATIONS

- Commerces
- Centres commerciaux
- Grandes et petites surfaces
- Restaurants
- Hôtels
- Autres inspirations

SOMMAIRE

1. CONTEXTE

2. ÉLÉMENTS DE RECHERCHES

3. ILLUSTRATIONS

- Commerces
- Centres commerciaux
- Grandes et petites surfaces
- Restaurants
- Hôtels
- Autres inspirations

Matériel protégé par le droit d'auteur



L'ÉCLAIRAGE des magasins

MODE OPÉRATOIRE

Cyril Ihssan El Younani

EYROLLES

Matériel protégé par le droit d'auteur



La Revue des Sciences de Gestion

SPECIAL MARKETING

- **LE COMPORTEMENT**
Annonce et Marketing
Pratiques de mesure de performance des comportements pour une clientèle internationale
Comprendre l'usage de biens durables à long terme
Généralisation sélective et réaction de consommation
Communisme et développement durable
- **LA DISTRIBUTION**
Les produits étrangers
Général et magasins de proximité
- **LA FIDÉLISATION**
Parsons-Parroni et l'histoire de l'apert
Qualité dans la relation Service-Client
Avenir de la fidélisation dans les grandes et moyennes surfaces
- **LA COMMUNICATION**
Efficacité de la publicité
Rôle des TIC dans la relation client - Analyse stratégique



FONCTIONS de **L'ENTREPRISE**
marketing communication

Marketing sensoriel du point de vente

Créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux

Coordonné par Sophie RIEUNIER
Préface de Joël JALLAIS

4^e édition

DUNOD

La conception lumière

Appréhender le contexte, les enjeux et les acteurs

Coordonné par l'Association des concepteurs lumière et éclairagistes

Préface de François Chaslin

ACE
LE MONITEUR



COMMERCIAL
LIGHTING
DESIGN
GUIDE

CONTECH
LIGHTING



RETAIL
LIGHTING
DESIGN
GUIDE

CONTECH
LIGHTING

CONTECH
LIGHTING | a LEVITON
company

THE CONTECH ADVANTAGE

107.1



SUPERMARKET
LIGHTING
DESIGN
GUIDE



HOSPITALITY
LIGHTING
DESIGN
GUIDE

CONTECH
LIGHTING



luminous



Light background

Scenographic arts
Leo Wilms, Peter Weiss, Max Fordham LLP and Flat of a Bigga Flat

Innovative technologies
VenturiROM and other ideas both designers and users

luminous

Meeting the architects
IMBudo and Expedition Architecture

Lighting designers' projects
From a school through by Aglio Young Ltd to a beautiful museum by Mafico Leo Lobo

The spirit of light



luminous



Challenges in lighting design
Mesa, Stockholm, The Challenge boards

Sustainable office building
The edgehead offices, Amsterdam

Connected with light

luminous



Comfort in public spaces

A museum in a cloud
Coop Himmelb(l)au architecture and Hal Holbrook lighting

The future of design
Aurora E. Reginald Lobby, California, USA

luminous

International Lighting Magazine 2016 January

ORGANIC LIGHT

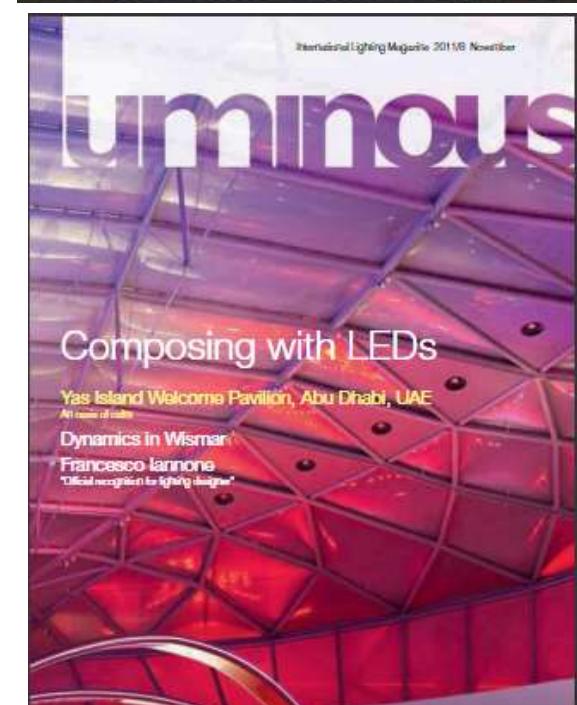
KAS OOSTERHUIS

Use of the latest Technologies

A BRIEF HISTORY OF INSPIRATION



luminous



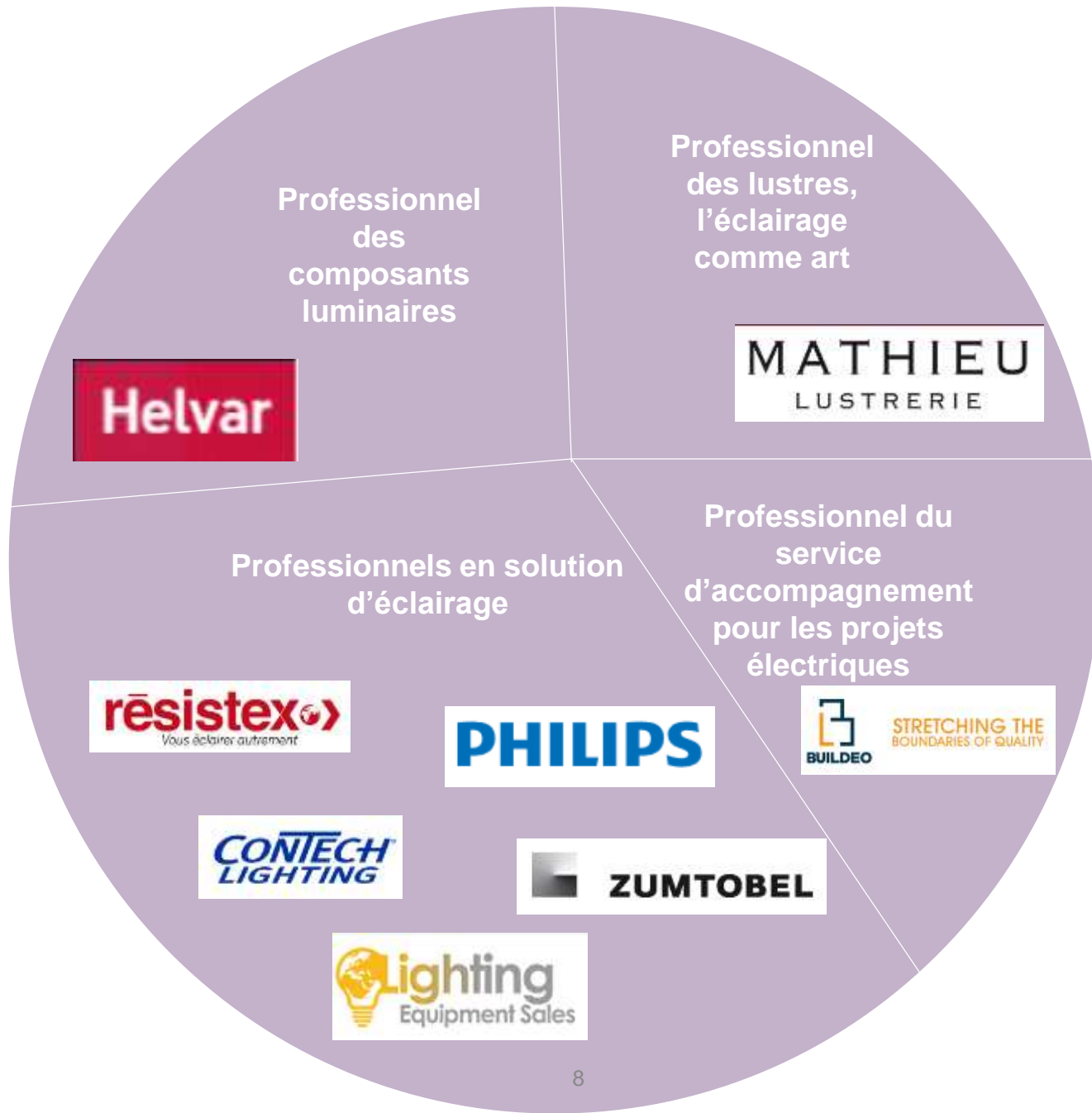
Composing with LEDs

Yas Island Welcome Pavilion, Abu Dhabi, UAE
All kinds of lights

Dynamics in Wisman

Francesco Iannone
"Official recognition for lighting design"

Sources



Sources



SOMMAIRE

1. CONTEXTE

2. ÉLÉMENTS DE RECHERCHES

3. ILLUSTRATIONS

- Commerces
- Centres commerciaux
- Grandes et petites surfaces
- Restaurants
- Hôtels
- Autres inspirations

LES SITES



MATHIEU

LUSTRERIE

REGIS MATHIEU

DESIGNER

EXPERTISE

REEDITIONS

ANTIQUITES

UNIVERS

EVENEMENTS



Le savoir-faire MATHIEU LUSTRERIE

L'art de la lumière sous toutes les facettes

Au cœur du Lubéron, sur la route des Ocrus, les Ateliers Mathieu Lustrerie restaurent, rééditent et créent des lustres d'exception pour les lieux les plus prestigieux du monde. Régis Mathieu et une vingtaine de compagnons ont développé des techniques uniques afin que chaque pièce qui passe entre leurs mains devienne une véritable œuvre d'art, qui égale ou dépasse le niveau d'exigence des maîtres du XVIII^e siècle.



« Les lustres sont des objets magiques, qui procurent un plaisir inouï à qui sait les regarder. Longtemps oubliés, ces véritables sculptures de lumière ont un intérêt à la fois historique, architectural, social et esthétique qu'il est temps de redécouvrir.

A travers toutes les activités de Mathieu Lustrerie, je souhaite avant tout partager ma passion pour ces pièces exceptionnelles et recréer le désir des lustres. »

Régis Mathieu



Espace Presse

Communiqués et dossiers de presse, ressources documentaires et iconographiques...

Zoom sur...



REJOIGNEZ-NOUS
[Adhérez à l'AFE](#)



LES BRÈVES DE L'AFE



RESSOURCES DOCUMENTAIRES



MON COMPTE
Connexion

MES ACHATS
0 article

LUX
SOCIÉTÉ D'ÉDITIONS
ET DE FORMATION

La société d'éditions et de formation de référence sur l'éclairage depuis 1967.

Retrouvez des extraits
Retrouvez Lux, la revue de l'éclairage sur son espace dédié Google Plus. Vous pourrez y consulter...

+ En savoir plus...

- GUIDES ET RECOMMANDATIONS
- FORMATIONS
- LUX, LA REVUE DE L'ÉCLAIRAGE
- COLLOQUES ET CONGRÈS
- PUBLICATIONS DE LA CIE
- QUI SOMMES-NOUS ?
- ACTUALITÉS
- ACCÈS DIRECT BOUTIQUE

[Accueil](#) / LUX, la revue de l'éclairage



LUX, la revue de l'éclairage

Retrouvez Lux, la revue de l'éclairage sur [Google Plus](#) et suivez les informations en temps réel

Bulletin d'abonnement en PDF

Télécharger le bulletin

Recevoir la newsletter

lettrelux@gmail.com



12next ›last »

WHAT'S NEW

30W LED PAR38 Ultra Rich Color Lamp. E26 Base
 These Ultra Rich Color Lamps are available in PAR38 E26 Base and PAR16 GU10 base. Featuring a CRI of 97, these lamps deliver excellent color rendering, ideal for retail lighting applications!

SEE MORE



WHERE TO BUY



The fastest and easiest way to find ConTech Lighting product is by connecting with one of our sales representatives.
[Click here to find a sales rep near you »](#)

RESOURCES  LED PRODUCTS  ecoTECHNOLOGY sustainable energy solutions 

VOS PROJETS MAGASINS - COMMERCE - ECLAIRAGE D'ACCENTUATION

VOS PROJETS

LOGEMENTS SOCIAUX

IMMOBILIER RÉSIDENTIEL

ETABLISSEMENTS DE SANTÉ

BÂTIMENTS INDUSTRIELS

BÂTIMENTS TERTIAIRES

HÔTELLERIE

Accueil > Magasins - Commerces > Eclairage d'accentuation

Eclairage d'accentuation

Retrouvez nos solutions d'**éclairage d'accentuation** : spot, downlight orientable, projecteur extérieur, projecteur intérieur, spots sur rail, source / lampe, alimentation, accessoires...

Lorsque certains espaces demandent une attention toute particulière pour attirer tous les regards, le juste éclairage est indispensable. La modularité de nos luminaires associée à un choix pertinent des angles des faisceaux permettent une lumière optimisée.

NOS FAMILLES DE PRODUITS



DOWNLIGHTS & SPOTS

La variété de nos familles de downlights et spots vous permet de répondre à tous vos projets.

[Voir les gammes](#)



ACCENTUATION

Pour répondre à un éclairage exigeant, flexible et pratique, nos spots sur rails sont parfaits pour les magasins, surfaces commerciales...

[Voir les gammes](#)



SOURCES

Avec leur faible consommation d'énergie, leur longue durée de vie, quel que soit le type de source dont vous avez besoin : LED, fluocompacte, fluorescent, iode, sodium ou spéciale minuterie, nous avons la lampe qu'il vous faut.

16 [Voir les gammes](#)

DOCUMENTATIONS



Vous avez des questions ?

L'Association française de l'éclairage vous apporte des réponses

Pour obtenir la version imprimable de ces fiches : afe@afe-eclairage.fr. Nous vous remercions de citer vos sources AFE lors de l'utilisation des éléments de ce document.



Solutions pour la réduction des nuisances lumineuses et la protection de la biodiversité (1/2)



Il n'existe, à ce jour, aucune méthodologie de réduction des nuisances lumineuses permettant de concilier besoins et sécurité des usagers tout en protégeant à 100 % la biodiversité. Si 30 % des vertébrés et 60 % des invertébrés vivent partiellement ou totalement la nuit, le pic d'activité de la plupart des espèces coïncide avec le pic de demande en éclairage (premières heures de la nuit et à l'aube). Cette majorité d'espèces ne bénéficie donc pas des mesures d'extinction nocturne¹. D'autres solutions plus efficaces doivent donc être envisagées afin de concilier au mieux les besoins humains et le respect des besoins de la biodiversité. Une mesure qui passera inéluctablement, à plus ou moins long terme, par la rénovation des installations du parc français, vieillissant et encore souvent inadaptée à la lutte contre les nuisances lumineuses (40 % ont plus de 25 ans).

Ce document est une synthèse qui, par ses contraintes de formes, ne se veut pas exhaustif.

Identifier les sources des nuisances lumineuses

La nuisance lumineuse la plus critiquée est celle du halo visible dans le ciel nocturne urbain. Elle est due principalement à la réflexion vers le ciel des lumières directes et indirectes perçues par les surfaces éclairées publiques et privées. Halo pour lequel la lumière n'est, qu'un révélateur des pollutions naturelles ou artificielles de l'atmosphère, sans lesquelles la lumière ne serait pas visible. (Attention : cette notion de nuisances lumineuses est une description de la perception de l'œil humain, également appelée luminosité nocturne naturelle et artificielle).

L'éclairage public focalise l'attention dans la lutte contre les nuisances lumineuses, mais il est loin d'en être le seul responsable. Sont généralement exclus de la lutte contre les nuisances lumineuses : les parkings, les sites privés et publics (industriels, logistiques...), les terrains de sport...

Les nuisances lumineuses trouvent leur explication, dans la majorité des cas, dans les installations de luminaires pour lesquels le flux lumineux perdu vers le haut et vers le bas n'est pas maîtrisé ou qui n'ont pas fait l'objet d'un projet d'éclairage sérieux.

Les Français et les nuisances lumineuses

84 % des français se disent peu ou pas exposés aux nuisances lumineuses selon une enquête TNS Sofres menée en 2012.

Les outils de mesures des nuisances lumineuses

Il n'est pas possible de mesurer les nuisances lumineuses via des données collectées depuis le ciel (ou l'espace dans le cas des données satellites). L'AFE a d'ailleurs rédigé un communiqué de presse commun avec le Ministère (ex Cerlu, aujourd'hui CEREMA) afin

Si le nombre de points lumineux a augmenté depuis les années 1990, ce qui coïncide avec l'urbanisation de la France (de 7,2 millions en 1990 à près de 10 millions aujourd'hui²), la durée d'éclairage a paradoxalement suivi une courbe inverse sur la même période : de 4 300 heures en 1990 à 3 100 heures en moyenne pour une commune de métropole en 2015. Une tendance largement due à l'évolution des outils de gestion de l'éclairage.

Quelles obligations légales pour les élus ?

En matière d'éclairage public, la législation française fixe des obligations de résultats (limitation et réduction des nuisances lumineuses) mais pas de moyens.

À lire également la fiche 9 :

« Normes et réglementation en éclairage public : les essentielles »

¹ FWWPNA - *Salon de l'éclairage public du SE2* - Juin 2015 / *Cécé Biodiversité*, *Cahier des Déjà et des Convergences* - juillet 2015

² ADEME - 2015

Vous avez des questions ?

L'Association française de l'éclairage vous apporte des réponses

FICHE 16



Pollution lumineuse et biodiversité : des enjeux scientifiques à la trame noire (2/2)



Cette fiche a été rédigée avec le Muséum national d'Histoire naturelle (UMS Patrimoine naturel AFB-CHRS-MNH) en s'appuyant sur ses travaux (cf. Références). Ce document est une synthèse qui, par ses contraintes de forme, ne se veut pas exhaustif. Cette fiche, complémentaire de la fiche AFE « Solutions pour la réduction des nuisances lumineuses et la protection de la biodiversité », a pour but de vous aider à établir un projet de réduction de la pollution lumineuse. Vous y trouverez un rappel des effets connus de la lumière artificielle sur la biodiversité par catégorie puis des conseils méthodologiques pour prendre en compte ces impacts dans les trames.

Depuis les années 2000, la recherche concernant les effets de la lumière artificielle nocturne sur la biodiversité s'est considérablement développée. De nouveaux groupes biologiques sont étudiés (flore, chauves-souris...) et les impacts sont désormais analysés à l'échelle des communautés écologiques, des relations entre espèces, du paysage, des services écosystémiques. Aujourd'hui, bien que des connaissances manquent encore, le corpus scientifique est consistant et permet de préciser des actions concrètes et efficaces pour réduire la pollution lumineuse, depuis la gestion de la lumière artificielle jusqu'à sa prise en compte à des niveaux plus vastes comme celui des réseaux écologiques.

Rappel : plusieurs postes d'émissions lumineuses sont sources de perturbations pour la biodiversité : l'éclairage public, l'éclairage résidentiel et privé (parkings...), l'éclairage événementiel, les enseignes lumineuses...

Effets de la lumière artificielle sur la biodiversité

La lumière artificielle la nuit a des conséquences sur tous les groupes biologiques, flore et faune (rappel : environ 30 % des vertébrés et 60 % des invertébrés vivent partiellement ou totalement la nuit), et sur tous les milieux écologiques (terrestres, aquatiques, marins).

Faune

Deux grands mécanismes sont identifiés :

- certaines espèces (oiseaux marins ou en migration, jeunes tortues marines...) se dirigent grâce à la lumière naturelle de la nuit (ciel étoilé, réverbération de la mer...). Elles sont donc désorientées et luttent par les éclairages artificiels, ce qui peut aller jusqu'à leur mort. Par exemple, une route éclairée piège les insectes et vidange les milieux naturels adjacents.
- certaines espèces sont repoussées par la lumière (la plupart des chauves-souris, les rongeurs...), fuyant l'éblouissement ou assimilant la mise en lumière comme un facteur de danger face à la prédation par d'autres animaux (phénomène déjà constaté par rapport à la Lune). Par exemple, une route éclairée constituera une barrière imperméable aux amphibiens en migration.

Au final, la lumière artificielle perturbe les déplacements de la faune et fragmente les habitats. Elle peut agir de manière :

- « directe » : risques d'éblouissement voire de lésions oculaires,
- « précise » : chaque point lumineux est une cible d'attraction ou de répulsion,
- « ambiante » ou « projetée » : l'éclairage du sol et des feuillages est interprété par de nombreuses espèces comme un risque accru de prédation et entraîne une réaction d'évitement des zones éclairées. La qualité des habitats nocturnes est ainsi dégradée,
- « diffuse » : l'association des particules de lumière avec celles de l'atmosphère forme un halo néfaste aux espèces se guidant avec le ciel étoilé.

Il est important de prendre en compte l'ensemble de ces manifestations pour adopter une démarche complète. À ce titre, la réduction du halo atmosphérique est une première étape nécessaire mais il convient de la compléter en prenant en compte les effets au sol.

Vous avez des questions ?

L'Association française de l'éclairage vous apporte des réponses

FICHE 3



Lumière et santé : effets de la lumière sur l'Homme

Pour obtenir la version imprimable de ces fiches : afe@afe-eclairage.fr. Nous vous remercions de citer vos sources AFE lors de l'utilisation des éléments de ce document.

L'Association française de l'éclairage travaille sur l'éclairage, naturel et artificiel, depuis longtemps. Son Collège Santé, composé d'experts libéraux et médicaux reconnus, effectue une veille scientifique sur les effets de la lumière sur l'Homme. Ses membres participent également aux travaux d'unités telles que l'ANSES. Pour plus d'informations sur le Collège Santé de l'AFE, consultez notre site internet rubrique « Collège Santé ».

La découverte de la mélatonine, il y a près de 15 ans, a ouvert de nouvelles voies à la connaissance scientifique des effets de la lumière sur l'Homme. En voici une brève synthèse pédagogique. Pour des informations plus détaillées sur chacun des points évoqués, n'hésitez pas à consulter notre site internet : www.afe-eclairage.fr.

Quels sont les effets de la lumière artificielle sur l'Homme ?

Positifs et indésirables. Tout comme la lumière naturelle, la lumière artificielle peut être bénéfique ou avoir des effets indésirables sur l'Homme. Toute forme de lumière, qu'elle soit naturelle ou artificielle, est perçue par les récepteurs particuliers de l'œil, qui régulent nos rythmes biologiques et de nombreuses autres activités dans le cerveau. Une étude vient d'ailleurs de démontrer que des personnes aveugles pouvaient être influencées par la lumière malgré leur handicap.

Les effets de la lumière sur l'Homme sont classifiés en deux catégories, fortement liées :

- Les effets biologiques de la lumière, c'est-à-dire les effets de la lumière sur le fonctionnement de l'organisme humain
- Les effets psychologiques de la lumière, car la lumière influence fortement l'humeur et la psyché de l'Homme

L'influence de la lumière sur l'état psychologique de l'Homme est souvent mise en évidence par le trouble affectif saisonnier. Chaque année, en hiver, plus d'une personne sur six souffre de dépression saisonnière entre novembre et janvier, et les formes les plus sévères nécessitent d'être traitées par une lumière artificielle palliative (photothérapie ou luminothérapie). Toutefois, les effets de la lumière sont bien plus larges, et elle est couramment utilisée pour synchroniser l'horloge biologique dans certains troubles du sommeil. Les études récentes montrent qu'elle peut être utilisée pour améliorer les performances cognitives dans certaines situations.

La principale influence biologique de la lumière sur l'Homme est liée à son rythme biologique. Toutefois, ses effets sur l'humain s'étendent au-delà des rythmes circadiens.

Voir la fiche AFE « La lumière, un élément essentiel pour l'Homme ».

Y-a-t-il des populations à risques ?

Oui, trois types de population doivent faire particulièrement attention à leur exposition à la lumière. En première ligne, les personnes atteintes de malvoyance, qui ont une relation à la lumière très particulière. Certaines personnes malvoyantes présentent une photosensibilité importante, tandis que d'autres ont besoin de contrastes lumineux. Les populations les plus exposées sont regroupées en trois catégories :

- Les enfants
- Les personnes âgées
- Les personnes présentant une pathologie de l'œil

Quels sont ces risques ?

La lumière influence le développement biologique chez les enfants. En cas de manque de lumière, ces derniers peuvent développer des pathologies handicapantes : rachitisme, myopie précoce ou aggravée...

Vous avez des questions ?

L'Association française de l'éclairage vous apporte des réponses

FICHE 2



La lumière, un élément essentiel pour l'Homme

Pour obtenir la version imprimable de ces fiches : afe@afe-eclairage.fr. Nous vous remercions de citer vos sources AFE lors de l'utilisation des éléments de ce document.

La lumière et l'éclairage sont trop souvent considérés comme un problème exclusivement énergétique avec une stratégie sociale de mise en œuvre et un financement, en particulier des lieux publics, qui entraînent des dépenses difficiles à supporter.

Par ailleurs les ingénieurs développeront des technologies de plus en plus performantes en termes d'efficacité lumineuse et de rentabilité. La mémoire de l'Homme a tendance, souvent, à oublier l'essentiel. Comme l'air respiré paraît d'évidence, la lumière semble une chose acquise et due. **À quoi sert en fait la lumière et pourquoi faut-il éclairer ?**

Les millions de malvoyants que compte la population mondiale auront une réponse toute prête. Les avancées de la médecine qui permettent une vie plus longue, mais en faisant face à des maladies cécitantes, mettent en « lumière » ce bien indispensable à notre développement dont le génie humain a prolongé les effets lorsque la nuit arrive.

La lumière fondamentale pour la vie

Fondamentalement le monde vivant est né avec la lumière, qui a joué et joue toujours un rôle capital, au niveau énergétique et sensoriel. C'est ainsi que, très tôt, les plantes ont eu la capacité à mouvoir leur tige et leurs feuilles en fonction du déplacement du soleil (phototropisme), certaines espèces ont une sensibilité des cellules à la lumière en l'absence de récepteurs spécifiques entraînant leur déplacement (photokinésie). L'animal, frappé par le flux lumineux, s'orientait par rapport à lui (phototaxie).

Dès l'origine, l'Homme a établi avec le soleil / lumière une vénération, un pacte essentiel pour garantir les conditions de son existence. Par la suite, l'œil est devenu un capteur actif des informations environnementales, réfléchies par la lumière, pour la survie de l'espèce et pour interférer avec l'environnement.

C'est ainsi que l'entité lumière est considérée comme une facilitation pratique pour globalement « voir » quand la luminosité du soleil

diminue, pour analyser les éléments physiques de l'environnement, qu'il est alors à même de détecter, coder et interpréter cognitivement. Il paraît impossible de vivre sans vision, et l'angoisse sainte quand une maladie de l'œil menace celle-ci. En effet, nous ignorons le plus souvent l'extraordinaire potentiel de cet organe des sens, dont le rôle est multiple et permet de **Regarder, de Voir, de Comprendre pour agir, admirer, contempler, rêver**. Il est également l'expressivité de nos émotions, en quelque sorte une fenêtre ouverte sur la pensée.

Le besoin de lumière...

Le besoin de lumière est essentiel dans la vie, pour l'établissement de relations, dans les déplacements, dans la notion de paix intérieure. La lumière est un élément fondamental de la vie de l'être humain.

Une bonne lumière apparaît nécessaire pour une bonne vision, pour une personne physiologiquement normale. Ceci l'est plus encore lorsqu'il existe un déficit ou une maladie de l'œil.

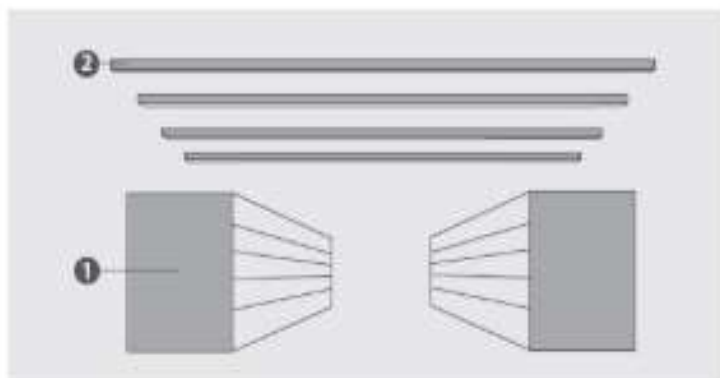
Être en harmonie avec son environnement est une des expressivités du bonheur, sans que l'on sache si c'est le sujet qui est en harmonie ou l'environnement ou plus précisément les deux.

Se situer et s'orienter dans une grande mégapole est parfois difficile de jour, et encore plus difficile la nuit. Or, l'information rapidement prise en compte est facteur de sécurité et de protection sociale.

Un appartement mal exposé, une région à hiver rude et prolongé, une ville trop éclairée la nuit avec des feux à éclats entraînent un état rapidement dépressif. Ces constatations sont souvent très bien prises en compte par les professionnels de l'éclairage pour essayer d'y remédier. Cependant savons-nous précisément utiliser et gérer l'ensemble de la composante lumière / œil / vision / cerveau / pensée / bien-être ?

ECLAIRAGE DE GONDOLES

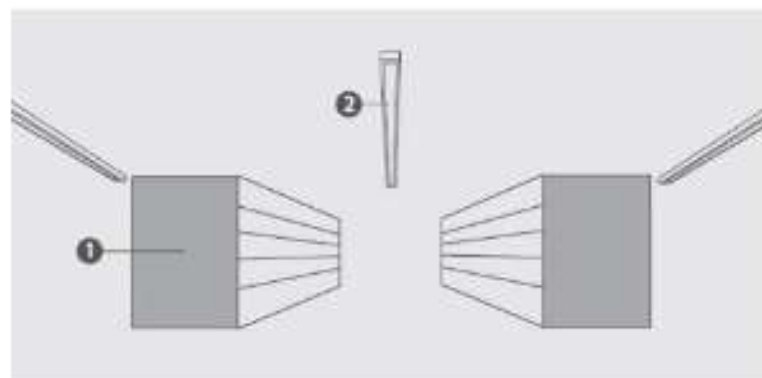
Eclairage en nappe perpendiculaire



Cette solution consiste à remplacer les rampes existantes par des rampes LED intégrées.

Facilité de mise en oeuvre mais pas de valorisation de produit.

Eclairage en axe d'allée



Cette solution consiste à remplacer les luminaires actuels par des luminaires LED.

Mieux que la solution précédente, elle offre une véritable mise en valeur des produits.

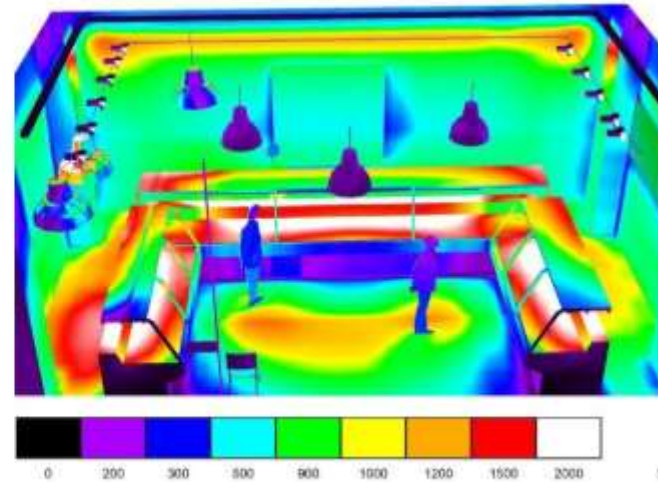
TEINTES LED POUR ÉCLAIRAGE DE GRANDE SURFACE

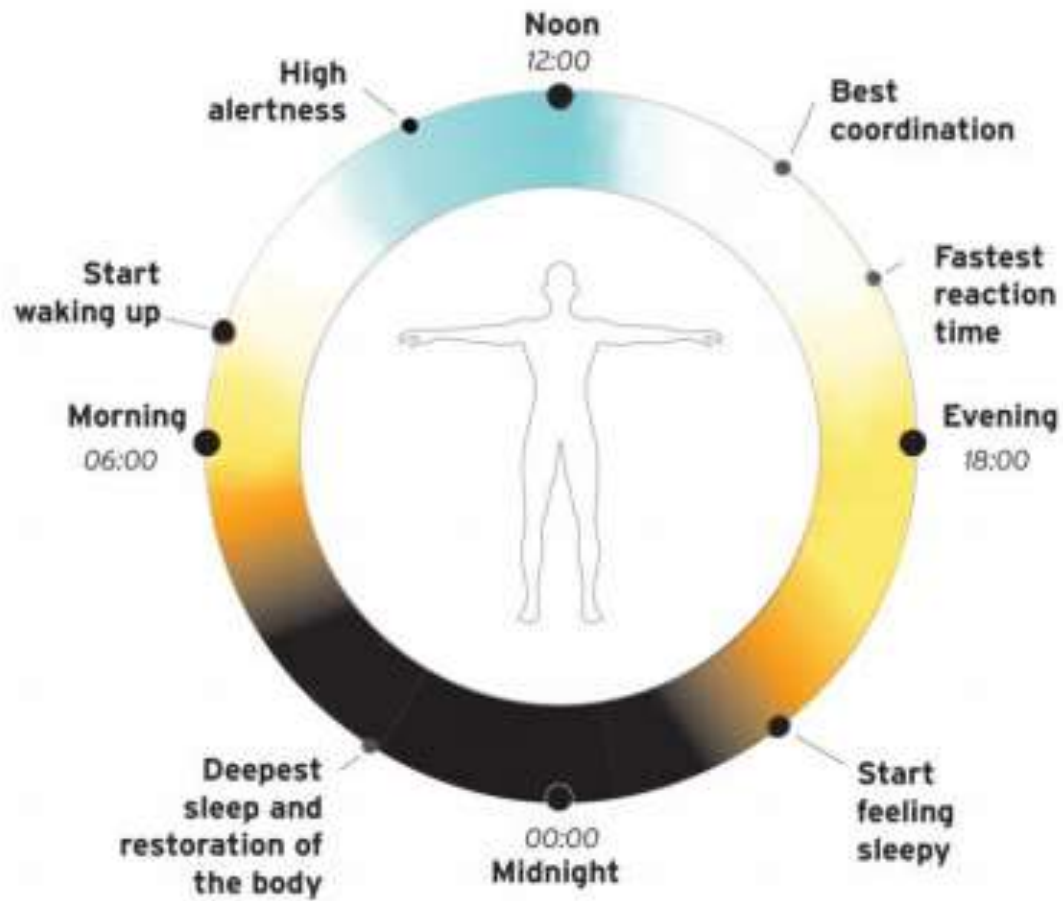
La LED envoie une lumière blanche et froide ? C'est faux !

Nos luminaires LED disposent de teintes de couleur adaptées à chaque univers.

Grâce à Velum, apportez confort visuel, bien-être à vos clients, sublimesz vos produits à forte valeur ajoutée :

- Poissonnerie
- Boulangerie / pâtisserie
- Boucherie / charcuterie
- Fruits & légumes
- Equipements multimédia





Morning

*Cool light,
High intensity*



Afternoon

*White light,
High intensity*



Evening

*Warm light,
Low intensity*



Night

No light

LIVRES ET VIDÉOS



La Revue des Sciences de Gestion

2^e revue internationale francophone de marketing
Tome 10 (2018) - N° 1 - Juin 2018 - 120 pages - 10€

SPÉCIAL MARKETING

« Bonne nouvelle, tout n'est pas encore perdu ! »

- **LE COMPORTEMENT**
An In-store Marketing
Pratiques de mesure de performance des comportements
pour une clientèle adolescente
Comprendre l'effet de l'ordre d'attente à guichet de service
Éclairage additionnel et réactions du consommateur
Satisfaction et développement durable
- **LA DISTRIBUTION**
Les produits éthiques
Espace et magasins de proximité
- **LA FIDÉLISATION**
Processus d'achat et attitudes de sport
Qualité dans la relation Service Client
Analyse de la fidélisation dans les grandes et moyennes surfaces
- **LA COMMUNICATION**
Efficacité de la publicité
Rôle des TIC dans la relation client - Analyse comparative

Vous consultez

L'impact d'un éclairage additionnel dans un point de vente sur les réactions comportementales du consommateur

par **Fatma Ezzahra Bakini Driss**

Docteur en Marketing Département Marketing Institut Supérieur de Gestion de
Tunis Laboratoire de Recherche en Marketing ERMA (Tunisie)

et **Hajer Ben Lalle**

Docteur en Marketing
Humanité Ecole Supérieure

et **Mustapha Zghal**

Professeur émérite FSF

RÉSUMÉ

L'éclairage est un thème qui revêt une grande importance dans le contexte du magasin et du comportement du consommateur. Les recherches dans le domaine ont présenté d'abord la dimension sensorielle comme étant une réponse possible au besoin vital des entreprises de se différencier par rapport à leurs concurrents. Ensuite, elles ont déterminé la place de la variable atmosphère, capable d'influencer les réponses cognitives, affectives et comportementales des consommateurs. Enfin, elles ont étudié les dimensions olfactives, visuelles, tactiles et sonores de l'atmosphère. Cependant, la variable de l'éclairage a été très peu étudiée. La présente étude propose de faire connaître l'impact d'un éclairage additionnel sur les réactions comportementales des clients dans un point de vente. Pour ce faire, une expérimentation a été menée auprès de 120 clients d'une grande surface. Les résultats révèlent que l'éclairage additionnel influence la dimension conative notamment le nombre d'articles achetés, le montant dépensé, le nombre d'articles imprévus achetés et l'intention de retour. Ils montrent également que celui-ci engendre des évaluations positives du rayon éclairé et de la lumière.

Atmosphère du point de vente

comportement du consommateur

réactions conatives

facteurs d'ambiance

éclairage additionnel

Matériel protégé par le droit d'auteur



L'ÉCLAIRAGE des magasins

MODE OPÉATOIRE

Cyril Ihssan El Younani

EYROLLES

Matériel protégé par le droit d'auteur

La conception lumière

Appréhender le contexte, les enjeux et les acteurs

Préface de François Chaslin

Coordonné par
l'Association
des concepteurs
lumière
et éclairagistes

ACE
LE MONITEUR

PRÉFACE

Le siècle des lumières

François Chaslin

La nuit était jadis ténébreuse, pleine de toiles, de coups, de chausse-trapes et de pleurs d'enfants. Elle était inquiétante, terrifiante parfois, livrée aux maléfices, aux enchantements. On y entendait le cri du chat huant. Les campagnes étaient remplies d'étoiles, de vers luisants, de lucioles en saison, de bruits furtifs glissant parmi les feuilles. Les villes étaient alors d'énormes trous d'ombre dans lesquels on lisait à la bougie, claquemurés.

Lampes à huile puis à arc, flambeaux, lanquades, vitrines et néons, phares d'automobiles, tubes fluorescents de nos cuisines, commutateurs : clic-clac, le jour se fit à toute heure. Ou bien à heure fixe : « C'est la consigne, répondait l'allumeur de réverbères du Petit Prince de Saint-Exupéry. Bonjour. – Qu'est-ce que la consigne ? – C'est d'éteindre mon réverbère. Bonne nuit. [...] – Mais pourquoi viens-tu de le rallumer ? – C'est la consigne. » Nos besoins étaient fonctionnels, principalement. Les réponses leur étaient adaptées : elles étaient donc plutôt d'ordre technique et industriel.

Dans les années 1850 déjà, certains écrivains se mirent à regretter l'ancienne nuit. Barntôt, il n'y en aura plus, annonçait Théophile Gautier, car sur chaque place s'élevèrent « des phares, des minarets d'architecture mauresque dont le sommet portera des aigrettes de lumière électrique ». Il n'y a déjà plus de noctambules, déploieait Théodore de Banville, plus de ces « êtres raffinés, étranges, avides d'émotion et de splendeur » tels qu'ils étaient normés à l'époque et dont « c'était la joie, la volupté et le ravissement de marcher en contemplant le ciel parsemé ».

Toutes sortes de fêtes apparurent pourtant. De nouveaux enchantements : la lueur des réverbères sur les pavés et les murs, les guirlandes d'ampoules colorées des guinguettes, les ornements clignotantes, le paysage publicitaire de Time Square ou Piccadilly Circus, la lumière orange des tunnels éclairés de lampes au sodium, les files parallèles des feux rouges et des phares des voitures bloquées sur le boulevard périphérique un soir de pluie, le spectacle extraordinaire des raffineries. La plupart de ces effets n'étaient pas voulus : on éclairait pour telle ou telle raison de commodité et c'est nous qui y trouvons de la beauté. Et apparaissent des mystères fortsuits, comme dans cette nouvelle de Calvino : « La nuit durait vingt secondes, et vingt secondes aussi le GNAC. Pendant vingt secondes, on voyait le ciel bleu traversé de nuages noirs, la faucille dorée de la lune croissante, entourée d'un halo immatériel, impalpable, puis des étoiles dont les multiples points scintillants – plus on les regardait – allaient s'éparpillant jusqu'aux nuages de poussière de la Voie lactée. Tout cela vu très vite, très vite : chaque détail sur quoi on s'arrêtait vous faisait perdre quelques secondes de l'ensemble, car les vingt secondes finissaient tout de suite, et le GNAC commençait. Le GNAC était une partie du panneau publicitaire SPAAK-COGNAC qui se trouvait sur le toit d'en face, qui restait allumé vingt secondes et, vingt secondes, éteint. »

Puis la terre nous parut progressivement rétrécie. La nuit véritablement noire se fit plus rare. Des milliards de points lumineux couvraient les territoires que survolaient nos avions. C'était comme si la Voie lactée s'était couchée sur le sol, elle que nous voyions d'ailleurs moins distinctement dans le ciel. Sur la photographie satellitaire des continents endormis, seule la Corée du Nord restait éteinte. En l'espace d'un siècle et demi, nous avions tué la nuit.

LA CONCEPTION LUMIÈRE

Les techniques s'étaient extraordinairement affinées et diversifiées. Les questions posées s'étaient complexifiées. Nuancées aussi. Les enjeux économiques étaient devenus considérables. Tous avaient leurs raisons : les compagnies d'électricité, les marchands de matériel, de mâts d'éclairage, lampes et câbles, les publicitaires, les urbanistes et les élus locaux, les gestionnaires de monuments historiques et les inventeurs de son et lumière, la police et les responsables de la sécurité publique, les migrants inquiets, les ergonomes, les médecins, les savants électrophysiologistes.

La ville était devenue un mélange complexe de nécessité et de spectacle. Ses paysages étaient révélés par les « mises en lumière », son image remodelée par l'éclairage, ses ambiances radicalement transformées. La nuit devenait un artéfact réglable, coloré, dynamique, mouvant. Et il est vrai que nous avons maintenant des nuits à certains égards plus belles que nos jours. La demande sociale est considérable, parfois excessivement pressante. Celle des municipalités notamment, qui en veulent « pour leur argent » : de la lumière, des couleurs vives et changeantes, et pas trop d'ombre au tableau. Comme Paulhan qui demandait à Corbu, l'architecte des cités radieuses, s'il ne pouvait inventer également un univers un peu maussade, « une petite chambre sombre et raisonneuse », certains esprits chagrins ont rêvé que l'on faisait un peu moins jour.

Et vintent les écologistes, qui dénoncèrent le gaspillage énergétique, la dispersion lumineuse dans le ciel, les nuisances envers la faune et la flore. Ils expliquèrent que les oiseaux étaient détournés de leur route, que les insectes venaient par nuées griller sur les lampes, que les hérissons, intimidés, n'osaient plus sortir la nuit, et que les arbres poussaient trop vite et de travers.

C'est alors qu'est apparu, il y a une trentaine d'années peut-être, le nouveau métier de concepteur lumière, ces « éclairagistes ». Certains avaient été éclairagistes – au sens plus technique du mot –, d'autres étaient ingénieurs radioélectriciens ou électroniciens, d'autres encore venaient du cinéma ou de la photographie, d'autres enfin étaient des artistes, des décorateurs, des scénographes d'exposition, des architectes ou des designers.

Comme les paysagistes quelques années plus tôt (qui venaient eux aussi d'horizons éparpillés : l'horticulture ou le jardinage, l'architecture et l'urbanisme, l'aménagement urbain ou les écoles d'art), mais en revanche dépourvus de lieux d'enseignement et de statut professionnel, ils ont dû se fédérer et, au fil des ans, élaborer une culture commune. Explorer des champs techniques, sociologiques, physiologiques, normatifs, historiques et culturels qui étaient nouveaux et surtout dispersés. Confronter des esthétiques aussi. Cet ouvrage collectif témoigne de leurs efforts à l'aube d'une époque qui s'annonce comme le siècle des lumières artificielles.

Marketing sensoriel du point de vente

Créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux

Coordonné par Sophie RIEUNIER

Préface de Joël JALLAIS

4^e édition

DUNOD

© Dunod 2013



5. Comment gérer les couleurs et les lumières ?

promulguées dans le courant de 2013 (v. encart ci-dessous). Des expériences menées ces dernières années ont évalué l'impact émotionnel et cognitif des niveaux d'éclairage et de température de couleur (Baron, Bea & Daniels, 1992 ; Knez, 1995 ; Hawes et al. 2011). Il semblerait que l'intensité lumineuse croissante favorise les tâches cognitives si la température de couleur n'est pas trop élevée (c'est-à-dire un blanc pas trop « froid »).

Efficiences énergétique du point de vente

Selon les dernières statistiques connues,¹ le secteur tertiaire français consomme environ 225 TWh d'électricité annuellement, dont 52 TWh uniquement pour les commerces. On estime, dans cette consommation commerciale, que 10 à 12 TWh sont consommés pour l'éclairage, soit l'équivalent d'un million de tonnes de CO₂. Or les économies potentielles sont importantes. La réglementation thermique actuelle en France (RT 2012 issue de Grenelle 2) était applicable dans le tertiaire à partir du 28 octobre 2011, et dans le résidentiel à partir du 1^{er} janvier 2013. Pour les autres types de bâtiments du secteur tertiaire, la RT 2012 devait être complétée pour une application au plus tard le 1^{er} janvier 2013. La RT 2012 ne concerne que les bâtiments neufs. La réglementation pour les autres bâtiments non résidentiels (commerces, bâtiments industriels, musées, équipements sportifs ou culturels, etc.) a fait l'objet d'un arrêté ministériel publié au J.O. le 1^{er} janvier 2013 (NOR ETLL 1233337A). Elle stipule 2,8 watts par mètre carré de surface utile par tranche de 100 lux et ce, pour les points de vente de plus de 100 m². Alternativement, l'éclairage général de ce point de vente doit présenter un rendement supérieur à 55 %, avec des lampes affichant une efficacité lumineuse supérieure à 65 lumens par watt (lm/W). Par comparaison, les lampes à incandescence atteignaient 12 à 20 lm/W, les lampes fluocompactes de 50 à 80 lm/W, les LED blanches de 90 à 120 lm/W et les lampes fluorescentes de 70 à 120 lm/W. Les ingénieurs prévoient à partir de 2013 une prévalence de la LED, même devant la lampe à tube métallique, avec plus de 150 lm/W (200 lm/W sont prévus pour 2016).

Pour illustration, le supermarché Super U de Parigné-l'Évêque (dans la Sarthe) est une des premières GMS à s'être équipée d'éclairage 100 % LED (Mortier, 2012). L'éclairage y représente 25 % des charges d'électricité. Son directeur considère que l'économie d'énergie annuelle atteindra 13 800 euros pour un investissement initial de 77 k€. À flux d'éclairage égal, la consommation est

PHILIPS Retail Scene
Retail Lighting

The **future** of retail lighting

Design guru Rodney Fitch and IPhar: Roger van der Made in conversation

+ **Time to change**
Fitting room revisited

Green thinking
from supermarket giant Lidl

Foot on the gas
Caprom drives lighting innovation

Windows come alive
Telling a story through displays

Which color is the perfect match?

There's more and more evidence that LED lighting can really enhance the appearance of fresh foods on your supermarket shelf and also help to prevent discoloration. But which are the best choices to accompany your menu of bread, meat, fish and vegetables?

LED Champagne
See it, Open your bag of bread. Bread is the perfect match, and it's made that, bread is the perfect match.

LED Rose
Meet the reddest of reds. This LED light is the perfect match for the reddest of reds. It's made that, red is the perfect match.

LED Frost White
This is the best choice for fish. It's made that, fish is the perfect match.

LED Authentic White
A warm light source. This LED light is the perfect match for the warmest of whites. It's made that, white is the perfect match.

Making an impression

How LED from Philips is transforming retail environments, right across Europe.

1. Philips, London, UK
2. H&M, Stockholm, Sweden
3. H&M, Paris, France
4. H&M, Berlin, Germany
5. H&M, Madrid, Spain
6. H&M, Rome, Italy
7. H&M, Athens, Greece
8. H&M, Moscow, Russia
9. Philips, Paris, France

RETAIL LIGHTING DESIGN

12.1 Functions of Retail Lighting

- To attract attention
- To send message about the nature of shop
- To guide shoppers around the shop
- To display the merchandize, and
- To encourage customers to buy



RETAIL LIGHTING DESIGN

12.2 Factors to be considered

- Shop Profile
- Daylight or Electric Light
- Nature of Merchandize
- Obstruction

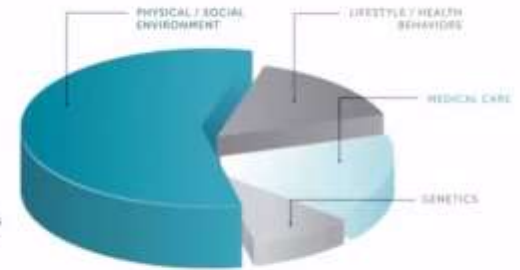
The type of lighting and the color of the light sources used depend on the nature of the merchandize.



Retail Lighting Design (SLL Lighting Design Handbook)

- PART I: To be WELL- an introduction
 - Why WELL?
 - Light and health
 - Light Concept in WELL
- PART II: Design Process & Lighting Strategy:
 - Project Goals
 - Visual Comfort- Acuity & brightness management
 - Daylight Integration
 - Energy savings- LEED & WELL
 - Controls & Operation
- PART III: Technology Solutions:
 - Luminaire Solutions
 - Lighting Control Innovations
 - What Next...?

WHAT FACTORS INFLUENCE HEALTH & WELL-BEING?



University of Virginia Center for Health Systems, 2012. © 2012 Center for Health Systems, All Rights Reserved. Photo: Shutterstock.com



Arup Boston

Location: Downtown Boston
 Number of employees: 82
 Certification: WELL Gold

Project Goals

- Design a space to align with values of innovation
- Implement a Circadian Lighting system which emulates daylight with changing color temperatures
- Design in accordance with the WELL Building Standard
- Improve performance from old office space with employee satisfaction in mind

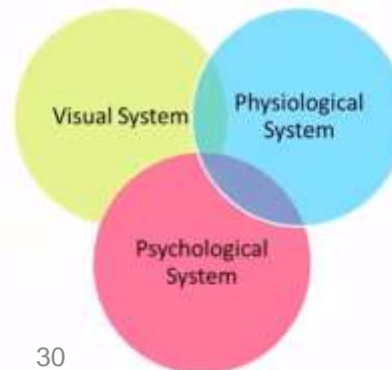


Lighting impacts every system which support human health and wellbeing.

Visual System:
 Information received visually is processed the most quickly, it is the fastest way to communicate what information, and keep workers safe.
80% sensory input is visual.
30% brain capacity dedicated to the visual system.

Physiological System Light is the most powerful regulator of the "master clock" cyclical physiological functions. The circadian system in the brain and distributed throughout the body. The Circadian system also regulates sleep and sleep quality.

Psychological System Light effects mental functioning including cognitive functions, emotions, state-of-mind and behavior. These are acute and subjective effects such focus, calm, and alerting or energizing.





#3 - Quel est l'écosystème autour du bâtiment intelligente...



#4 - Quelle est la place au bien-être dans un bâtiment...



Lighting Applications: Supermarket

457 views • 6 months ago



#7 - Comment le bâtiment intelligent s'inscrit-il dans la...



#6 - Est-ce qu'un bâtiment intelligent c'est plus green ?



Signify

29,174 subscribers



Optimisez l'apparence de bien-être de votre aquarium...



#5 - Pourquoi investir dans l'éclairage connecté ?



Lighting Applications: Fashion

362 views • 6 months ago



Lighting Applications: Office

477 views • 6 months ago

CC



Lighting Applications: Supermarket



In fashion image is everything

Lighting Applications: Fashion

DES EXEMPLES INNOVANTS



Smartsantander

À Santander, les murs ont des oreilles, les réverbères des yeux, les trottoirs et les poubelles parlent. Les bennes préviennent qu'il est temps de les vider, les pelouses des jardins de Pereda réclament directement un peu d'eau, les places de stationnement avertissent qu'elles sont libres et l'éclairage public s'adapte à la luminosité d'un après-midi d'orage ou d'une nuit de pleine lune. Et cela grâce à des milliers de capteurs cachés sous le bitume, enterrés dans les jardins municipaux, installés sur les mobiliers urbains, mais aussi sur le toit des bus, des taxis et des voitures de polices ! Et le maire, Iñigo de la Serna, peut littéralement prendre « le pouls de la ville » : c'est le nom d'une application mobile (« Pulsa de la ciudad »), développée spécialement pour que les habitants puissent signaler un nid-de-poule, un embouteillage, une ampoule grillée, ou tout autre incident.

Quand l'éclairage apporte une nouvelle dimension aux applications mobiles

Depuis plus de 100 ans, Philips, leader mondial de l'éclairage, aide les enseignes du monde entier à réaliser des économies d'énergie et à créer une atmosphère à la fois confortable et engageante dans leurs magasins. Aujourd'hui, face à l'intégration croissante des dispositifs d'éclairage dans l'Internet des Objets, nous avons la volonté d'accompagner les enseignes dans le développement de nouvelles offres commerciales en leur proposant des systèmes et des services qui vont au-delà de la simple fonction d'éclairer.

La transformation numérique des enseignes et l'influence grandissante de la génération Y façonnent désormais une nouvelle réalité pour les enseignes. Dans un monde ultra connecté avec smartphones et réseaux sociaux, l'expérience d'achat s'est enrichie grâce à la multiplication des points de contacts entre un commerçant et un client qui dispose de plus en plus de latitude.

L'avènement d'Internet a instauré un changement de paradigme au sein du commerce. Désormais, les acheteurs se renseignent sur un produit avant de se rendre en magasin. Grâce aux smartphones, ils peuvent même continuer de s'informer une fois sur place. Une étude menée par Google en 2013¹ a révélé

que 79 % américains ayant un téléphone mobile étaient des « *smartphone shoppers* », c'est-à-dire des clients qui utilisent leur téléphone en magasin pour faciliter leurs achats. Cette tendance va continuer de se renforcer puisque les consommateurs appartenant à la génération Y - nés entre 1980 et 2000- deviennent le centre d'attention. Ces acheteurs représentent d'ailleurs la première génération véritablement numérique, qui a vu Internet, les réseaux sociaux et les téléphones mobiles devenir des standards technologiques. Déjà très puissante aujourd'hui, on estime que cette génération représentera 30 % du total des ventes aux États-Unis d'ici 2020².

Les enseignes doivent donc s'adapter à ces clients, à leurs nouveaux comportements et à leurs besoins

Hypermarché Carrefour Euralille

Laissez vous guider par la lumière Philips

SOMMAIRE

1. CONTEXTE

2. ÉLÉMENTS DE RECHERCHES

3. ILLUSTRATIONS

- Commerces
- Centres commerciaux
- Grandes et petites surfaces
- Restaurants
- Hôtels
- Autres inspirations

COMMERCES



Penhaligon by Jenner studio, Londres



Nature & Découverte





Dior kids, Paris



Glitter, Lyon



Boutique Repetto, Belgique



Balenciaga, Cannes



Hermès, Lausanne en Suisse



Apple Store, New York



Versace, Beverly Hills



Abercrombie & Fitch, Londres



Sostrene Grene





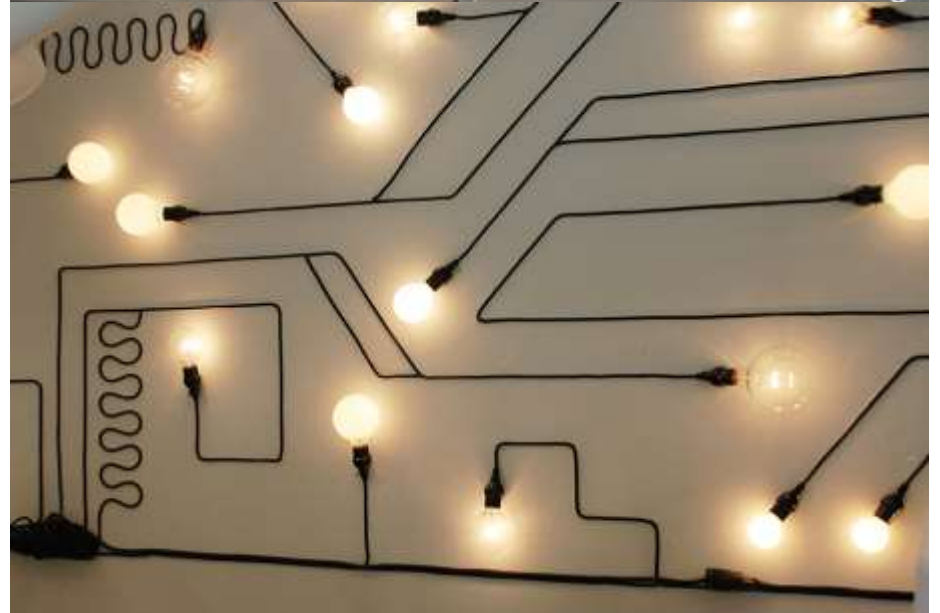
Kiko



Yves Rocher



Macy's



H&M, Nice



Little Extra, Paris





Swarovski, Paris



Bijou Brigitte



Cléor, Limoges

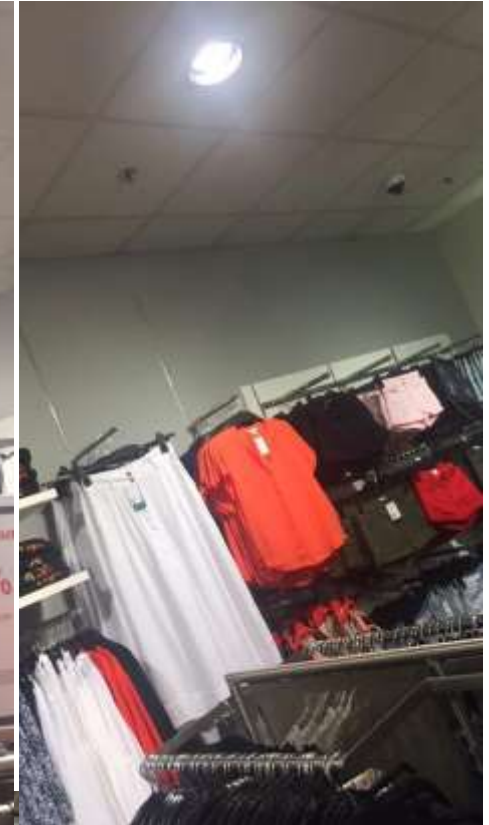


Brandy Melville Passy



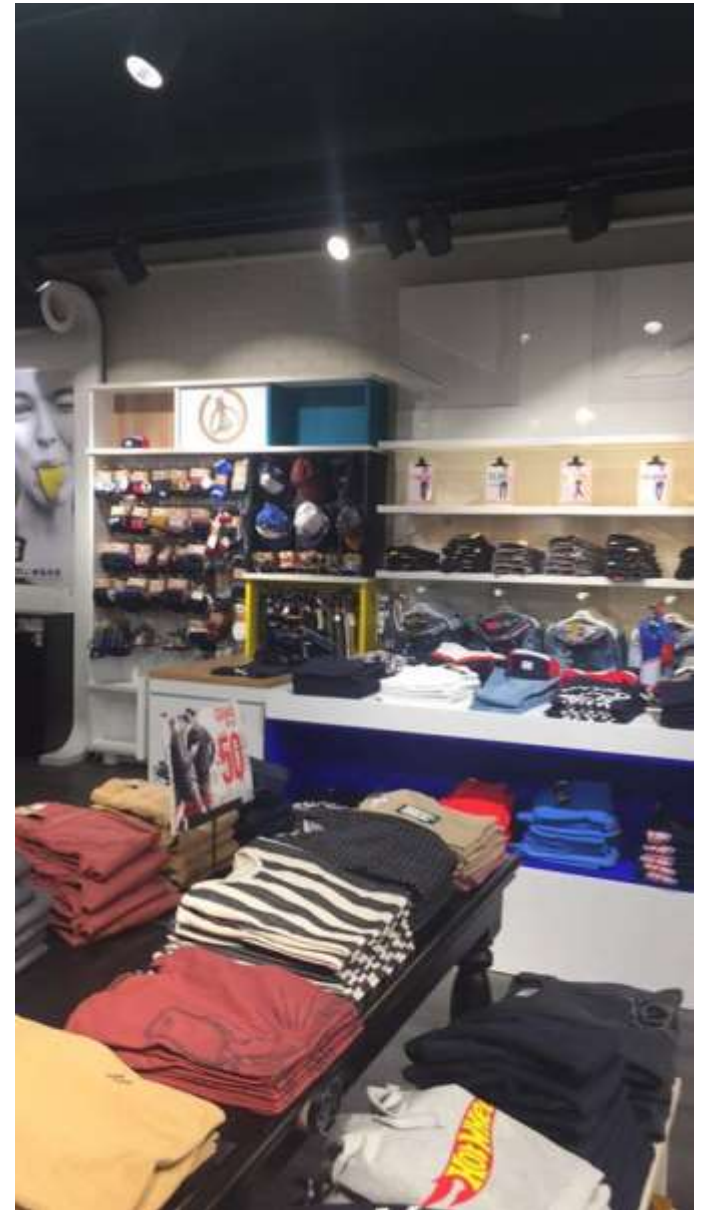


H&M, Limoges





Bizzbee, Limoges





Pimkie, Limoges





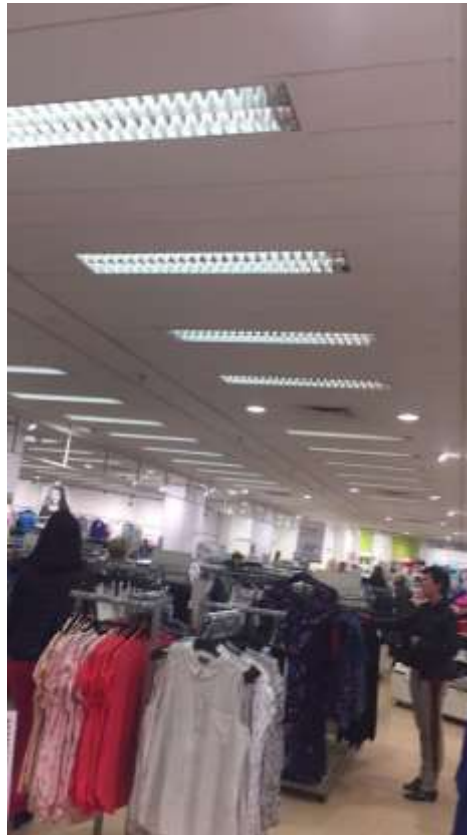
Autre Pimkie



Tape à l'œil, Limoges



C&A, Limoges





Naf naf, Limoges





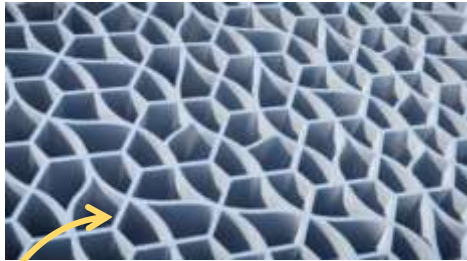


CENTRES COMMERCIAUX



Projet du centre commercial Steel à Saint-Etienne

Le toit en résille métallique permet une lumière douce et naturelle



Docks Bruxsel

verrière de 11.000 m²



Centre commercial Beaulieu, Nantes



Cap 3000, Nice



Beaugrenelle, Paris



Centre Saint-Martial, Limoges



Galaxy Mall



GRANDES ET PETITES SURFACES



Eclairage classique ne mettant pas en valeur les produits, Cora, Limoges



Mercadona, Palencia

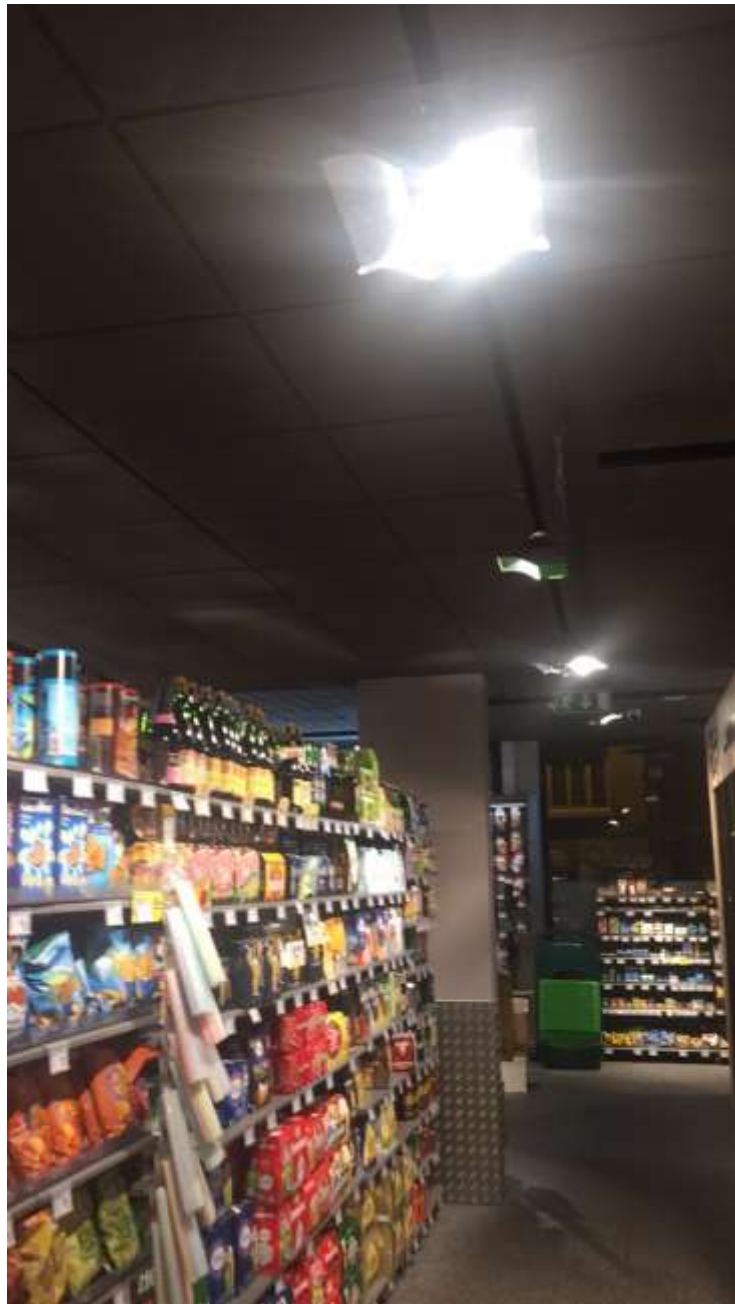


Carrefour Market, 13^{ème} arrondissement Paris



Carrefour city, Limoges





Leclerc, Avermes





RESTAURANTS



Tournesol, Paris

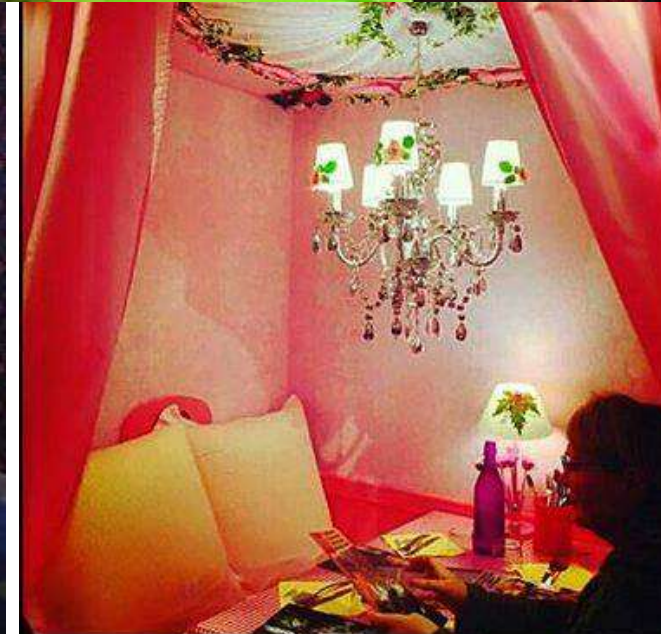




Bei Restaurant, Pékin



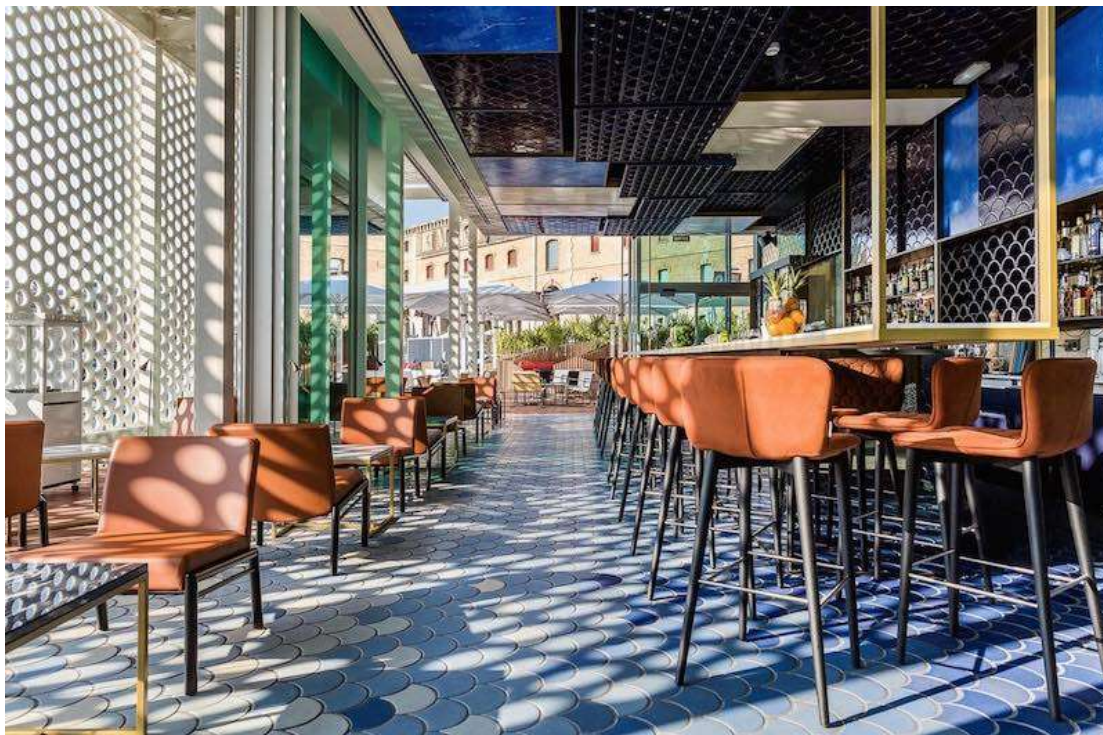
Mamie Bigoude



Salon Stockholm Furniture & Light Fair, Design Bar the industry



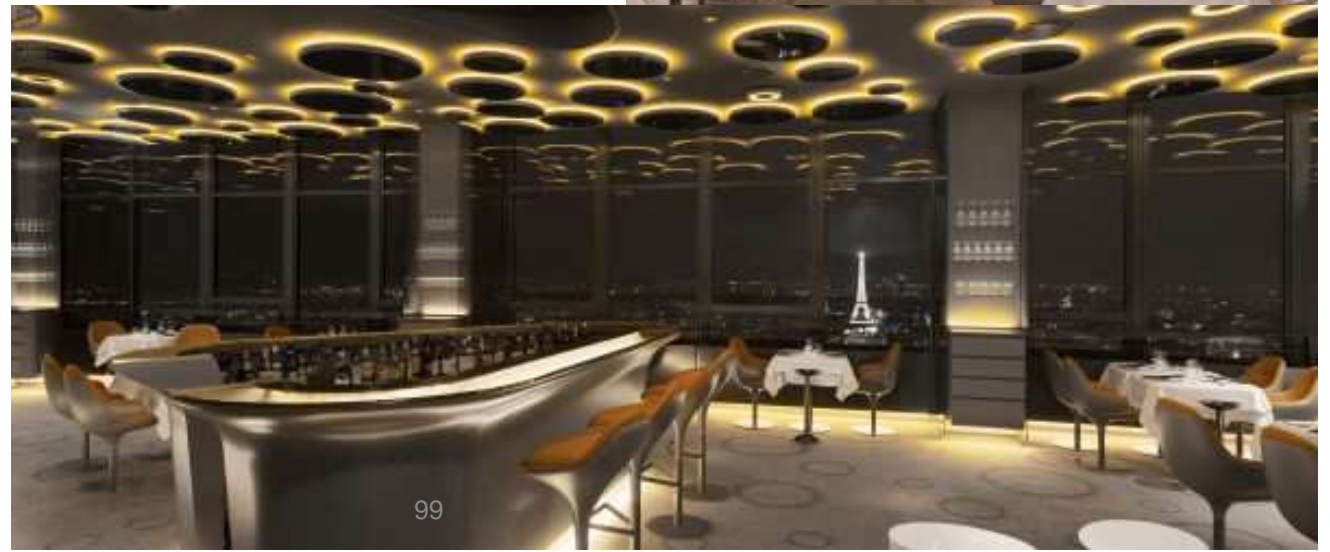
Oneocean bar, barcelona



Mama Shelter, Lyon



Restaurant bar Tour Montparnasse



Restaurant Auberge de port, Bandol



Le Marrakech, Limoges





HÔTELS



Maison Moschino, Milan



Hall Hôtel Holiday Inn, Andorra



The Hollander, Chicago



Cannes Palace hôtel



Sofitel Strasbourg Grande Ile



Le Swissotel, Zurich





Hilton, Pattaya



Hôtel Hannong, Strasbourg



NH Hôtel, Toulouse blagnac



Bella sky, Copenhagen



The Warehouse hotel, Singapore



AUTRES INSPIRATIONS



Office Lobby Business Bay



