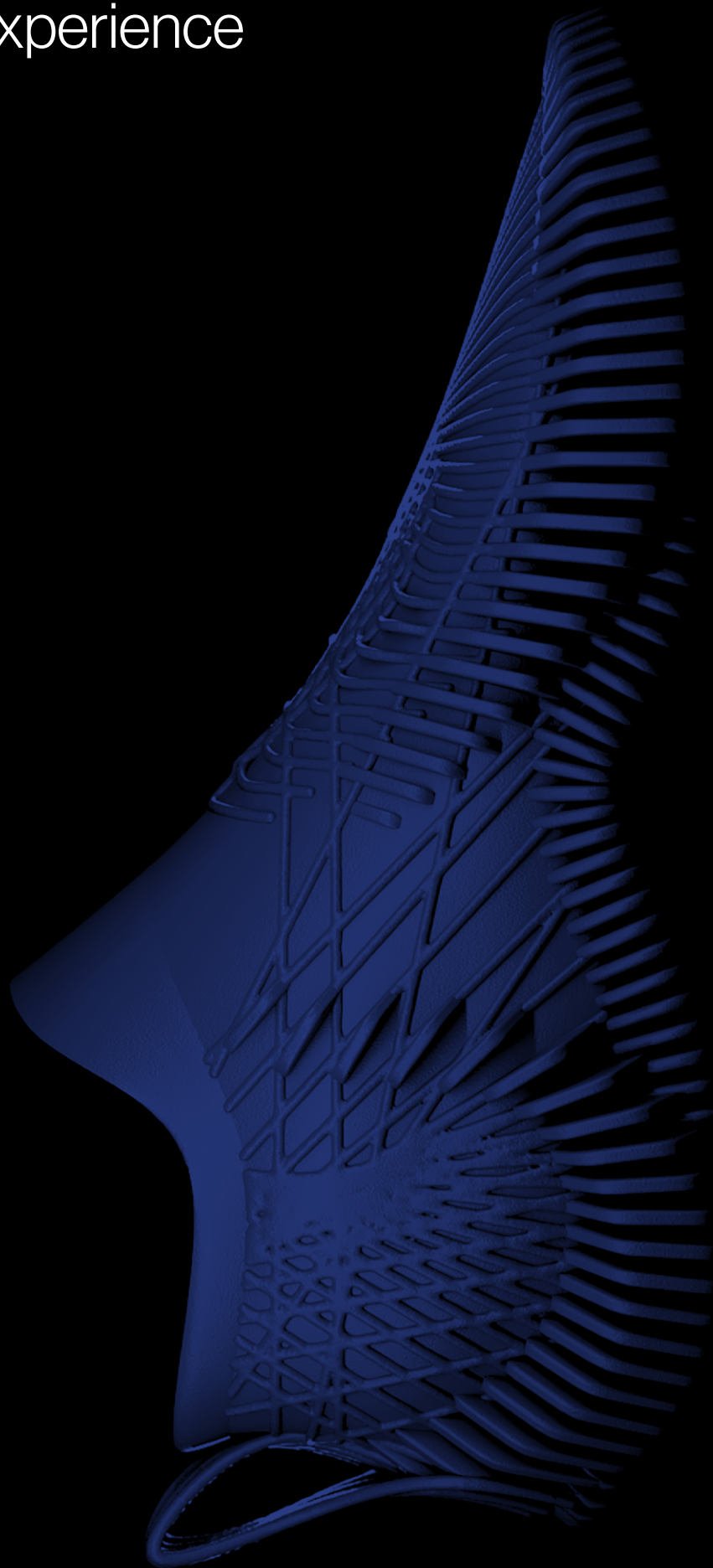




# New shopping experience

Retail lighting







**Kastner & Öhler, Kaufhaus Tyrol**  
Innsbruck, AT –  
by DIOMA AG / WHIR3 / K&Ö Bauabteilung  
with lighting design by  
VEDDER.LICHTMANAGEMENT



## Espace d'expérience du commerce de détail

Faire des achats, c'est bien plus qu'un moyen de parvenir à ses fins : il s'agit d'un événement émotionnel. Depuis des années, les boutiques du monde entier se transforment pour offrir à leurs clients non seulement des produits, mais aussi des expériences.

Plus l'environnement est inspirant et plus les gens se sentent à l'aise dans les magasins, plus ils sont enclins à acheter, et plus leur association avec le commerçant ou la marque en question est positive. Une ambiance agréable et pleine de charme n'est donc pas seulement un objectif esthétique, mais aussi un facteur économique essentiel.

La lumière contribue de manière décisive à ce vécu atmosphérique. L'éclairage adapté remplit plusieurs fonctions : il crée une orientation et guide les clients de manière visuelle et intuitive à travers la surface de vente. Des accents lumineux choisis à dessein mettent les marchandises en scène de manière attrayante, mettent certaines gammes en valeur et éveillent des associations sensorielles avec les produits. Depuis l'éclairage flatteur dans les cabines d'essayage jusqu'à la solution d'éclairage spécifique pour l'art culinaire exclusif : c'est la lumière qui détermine si les clients achètent ou non. Et plus le concept est détaillé, plus l'expérience sera inoubliable.







## Boutiques de mode

Surface de vente	➔ 16
Cabines d'essayage	➔ 32
Vitrines	➔ 36
Zone des caisses	➔ 40

## Magasins spécialisés

Éclairage de vitrine	➔ 46
Éclairage de mise en valeur	➔ 52

## Supermarchés

Aliments frais	➔ 64
Produits de consommation courante	➔ 70

Savoir-faire	➔ 74
--------------	------

Exemples de planification	➔ 78
---------------------------	------

Gestion des grands comptes	➔ 82
----------------------------	------

Groupe d'entreprises	➔ 84
----------------------	------



## Éclairage sans limites

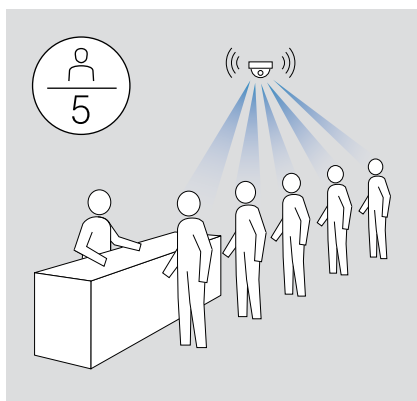
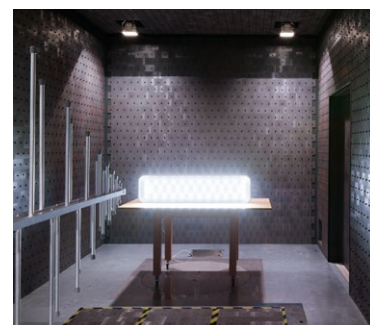
Tout commence par une passion pour la lumière. Depuis 30 ans, XAL développe, en collaboration avec des concepteurs d'éclairage et des architectes, des luminaires individuels à la pointe de la technologie, qui séduisent en outre par leur style et leur esthétique. Toujours avec un objectif : dépasser les limites de ce qui est techniquement possible et permettre ainsi des conceptions visionnaires pour vos espaces de vente. Cette exigence est possible car nos collaboratrices et nos collaborateurs travaillent dans nos

propres laboratoires de conception, sites de production et centres de distribution dans le monde entier. Être présent sur le terrain pour nos clientes et nos clients est essentiel pour obtenir des succès communs. Grâce à un niveau élevé de fabrication en interne, nous pouvons répondre individuellement aux besoins de nos clientes et de nos clients, et créer des expériences de marque uniques. Nous présentons dans cette brochure les résultats de ces projets novateurs dans le domaine de la vente au détail.



## Les normes de qualité les plus élevées

Notre exigence en matière de qualité est très élevée. Les certifications obtenues confirment la cohérence du système interne de gestion de la qualité selon la norme ISO 9001, les mesures de protection de l'environnement et du climat selon la norme ISO 14001 et les mesures de sécurité et de santé au travail selon la norme ISO 45001. En plus de cela, notre savoir-faire de longue date en matière de LED garantit une qualité de traitement maximale tout au long du processus de production et nos laboratoires d'éclairage ultramodernes dans notre centre de compétence au siège social en Autriche assurent une longue durée de vie des produits. Des tests de qualité approfondis sont effectués dans tous les domaines, depuis la fabrication des platines jusqu'au produit fini. Nous optimisons ainsi chaque produit pour son domaine d'application individuel.



## Solutions numériques

Les luminaires équipés de capteurs modernes créent non seulement une lumière optimale, mais vous fournissent également des données sur l'état de votre éclairage ou sur l'utilisation de l'espace dans le magasin. Grâce à l'Energy Monitoring, vous pouvez par exemple évaluer précisément la consommation d'énergie et l'optimiser en permanence. Les capteurs de l'installation d'éclairage commandée par DALI donnent également un aperçu précieux de l'utilisation des lo-

caux et permettent de mesurer la qualité de l'air et la température ambiante. Dans le secteur du commerce de détail en particulier, l'atmosphère est déterminante pour le bien-être du client et donc pour la durée de son séjour dans le magasin. Découvrez quand une file d'attente se forme devant une caisse ou combien de personnes entrent ou sortent du magasin. Nos experts vous présenteront les possibilités et mettront en œuvre avec vos exigences individuelles.

## In the spotlight

### BO 32 / 45 / 55 / 70

semi-recessed / surface / base surface /  
track / intrack

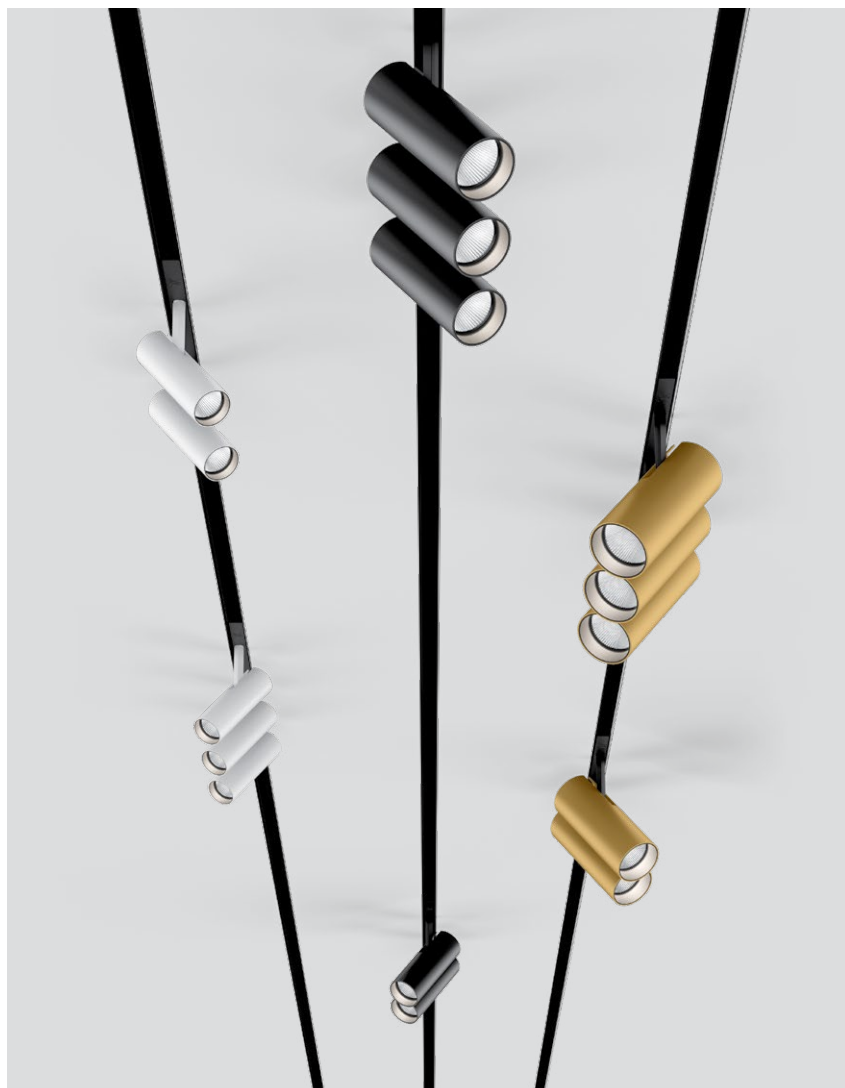
Semi-encasté / en surface / surface de  
base / rail / dans rail plafond en plaques de  
plâtre / plafond en béton  
2700K, 3000K, 4000K

#### Domaine d'application idéal

Surface de vente, vitrines, zone de caisse,  
éclairage de mise en valeur

#### Couleurs

blanc, noir, noir / or et couleurs spéciales



## Vers les produits



## Elegance on track

### MOVE IT 10

recessed / surface / suspended / pole

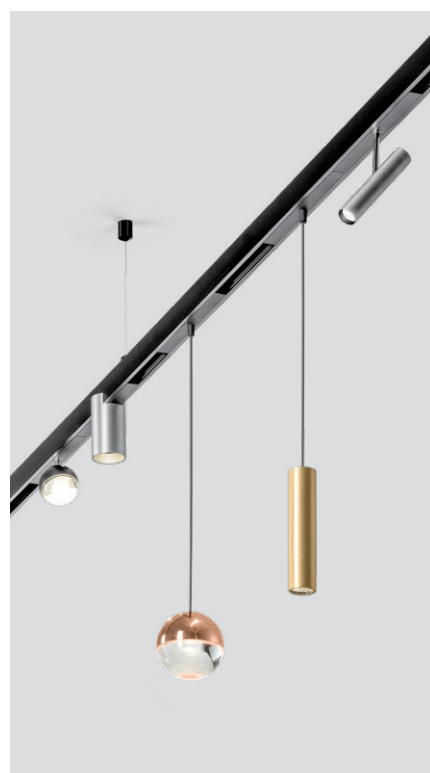
Plafond en plaques de plâtre / plafond  
alvéolaire / plafond en béton  
3000K, 4000K

#### Domaine d'application idéal

Surface de vente, vitrines, zone de  
caisse, éclairage de mise en valeur

#### Couleurs

blanc, noir, et couleurs spéciales





# Universal expert

## VARO 80 S / 110 S

track

Plafond en plaques de plâtre / plafond alvéolaire / plafond en béton  
3000K, 4000K

### Domaine d'application idéal

Surface de vente, éclairage de mise en valeur, supermarchés

### Couleurs

blanc, noir et couleurs spéciales



up to 132 lm / W  
(high efficiency)



## Everything on track

### MOVE IT 25 / 45 avec JUST 55

recessed / surface / suspended

Encastré / en surface / suspendu  
plafond en plaques de plâtre / plafond en béton, 2700K, 3000K, 4000K

### Domaine d'application idéal

Surface de vente, vitrines, zone de caisse, éclairage de mise en valeur

### Couleurs

blanc, noir, or et couleurs spéciales

## Down to the smallest detail

### NANO / PICO / PICO Support

recessed / standing

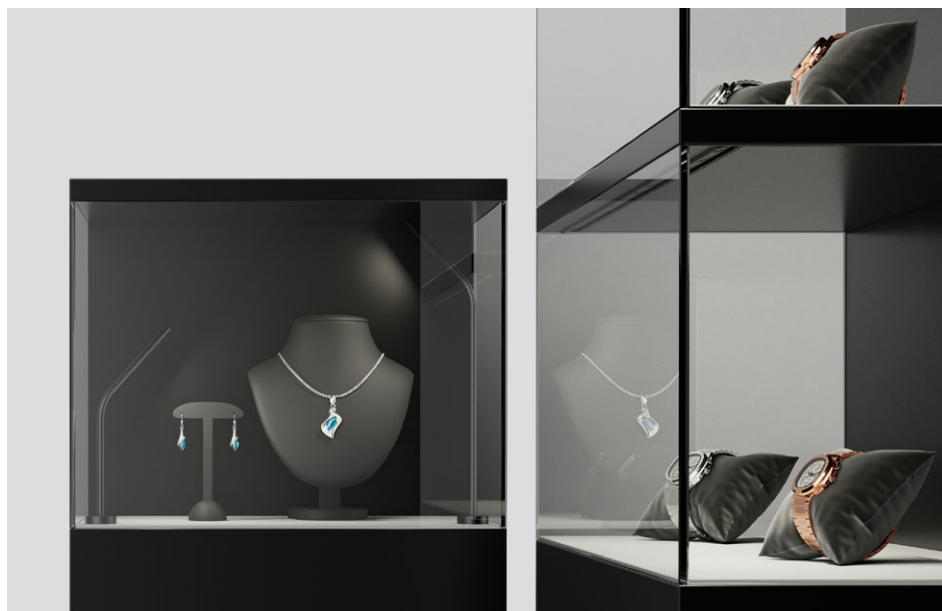
Montage en rayonnage, montage en vitrine, 3000K, 4000K

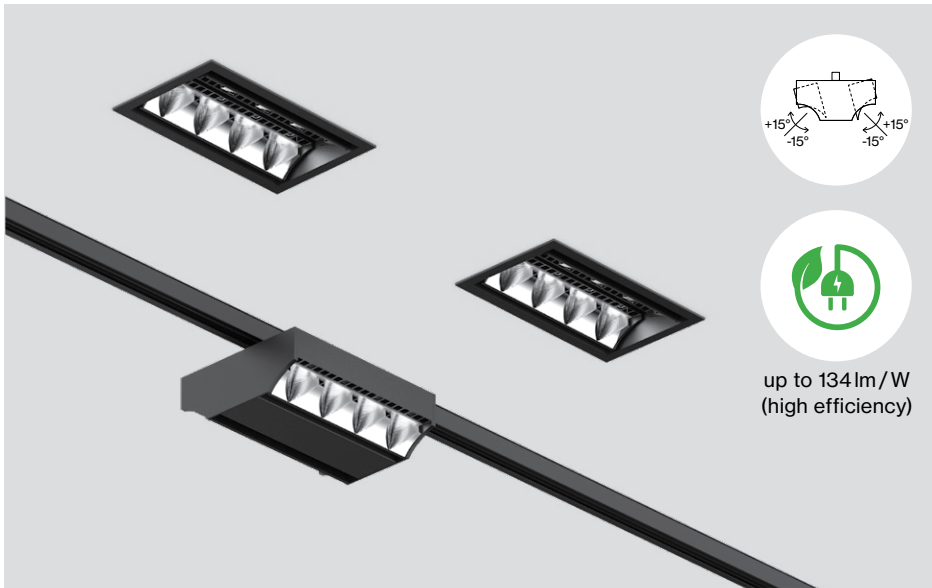
### Domaine d'application idéal

Éclairage de vitrine, éclairage de mise en valeur

### Couleurs

gris, noir





## Elegance on track

### SQUADRO

recessed / track

Plafond en plaques de plâtre / plafond alvéolaire / plafond en béton  
3000K, 4000K

#### Domaine d'application idéal

Surface de vente, éclairage de mise en valeur, supermarchés

#### Couleurs

blanc, noir, et couleurs spéciales

## Add a little twist

### TWIST 100

recessed

Plafond en plaques de plâtre / plafond en béton, 3000K, 4000K

#### Domaine d'application idéal

Surface de vente, vitrines, éclairage de mise en valeur

#### Couleurs

blanc, noir



## Combine with your design

### SASSO 60 / 100

recessed / semi-recessed / ceiling

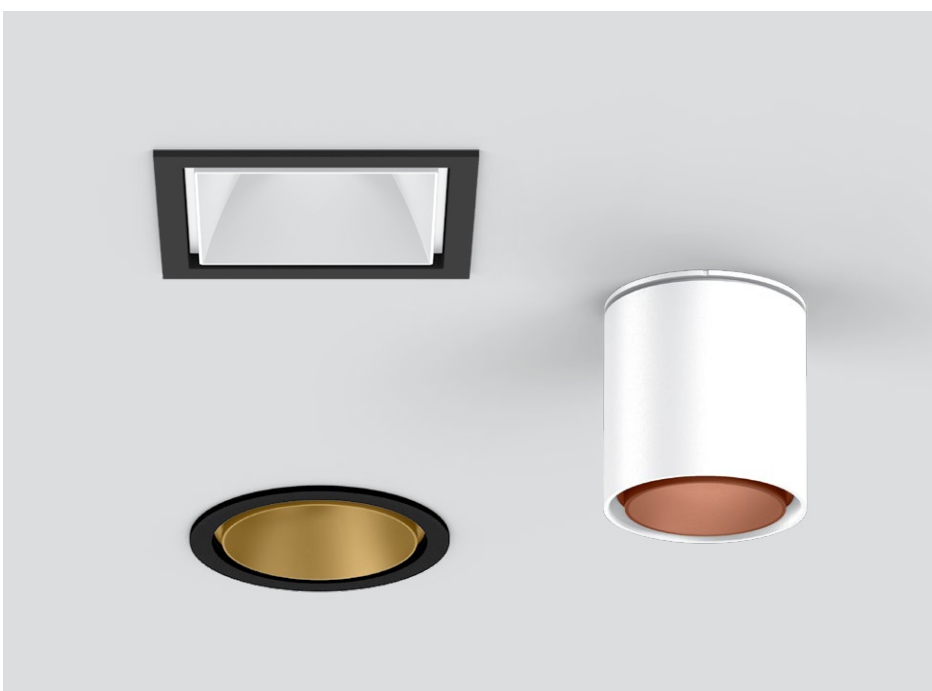
Plafond en plaques de plâtre / plafond alvéolaire / plafond en béton, 2700K, 3000K, 4000K, CWD (Colour Warm Dimming) et TW (Tunable White) dans la variante PRO, UGR ≤ 16

#### Domaine d'application idéal

Surface de vente, Cabines d'essayage, vitrines, zones de caisse, éclairage de mise en valeur

#### Couleurs

Cadre d'encastrement : blanc, argenté, noir  
Boîtier : blanc, noir, or  
Réflecteur : blanc, argent, noir, or et bronze







## The light jungle

### JANE

semi-recessed / surface / suspended

Plafond en plaques de plâtre / plafond en béton, 3 000 K, 4 000 K, UGR<sub>≤</sub>19

#### Domaine d'application idéal

Surface de vente, vitrines, zone de caisse

## Create light sculptures

### INO circle

suspended

Plafond en plaques de plâtre / plafond en béton, 2700 K, 3000 K, 4000 K

#### Domaine d'application idéal

Surface de vente

**Couleurs**  
blanc, gris, or, noir, couleurs spéciales





## Solutions personnalisées

Dans le commerce de détail en particulier, il s'agit de susciter des émotions par des expériences d'achat uniques. En collaboration avec vous, nous développons des solutions d'éclairage individuelles, parfaitement adaptées aux besoins spécifiques de votre projet. En fonction du volume de la commande, nous réalisons donc de petites adaptations sur des produits existants jusqu'à de nouveaux développements complets. Le projecteur sur rail VARO 80s, qui se caractérise par un profilé particulièrement bas, a par

exemple été créé dans le cadre d'une telle collaboration avec un concepteur d'éclairage et à partir d'un projet concret. À l'origine, il s'agissait d'un produit conçu pour répondre aux besoins d'un petit magasin. Aujourd'hui, il s'agit de l'un des produits les plus utilisés dans le secteur de la vente au détail. Nous soutenons ainsi les concepteurs d'éclairage avec des solutions d'éclairage toujours nouvelles et améliorées pour répondre aux exigences individuelles des espaces de vente.

## Durabilité

En tant qu'entreprise, nous nous considérons comme faisant partie d'un tout, dont nous sommes les obligés, aujourd'hui et pour un avenir qui vaut la peine d'être vécu. Le développement durable a toujours été une priorité dans notre travail : par leur efficacité énergétique, nos produits contribuent non seulement à améliorer le bilan climatique de notre clientèle, mais aussi à leur bien-être grâce à des conditions d'éclairage idéales. Nous venons de décupler nos efforts en matière de durabilité en nous fixant des objectifs concrets, en adoptant un train de mesures et en nous appuyant sur des données mesurables :

Notre Corporate Carbon Footprint (empreinte carbone d'entreprise) nous aide à planifier et à mettre en œuvre des actions environnementales ciblées visant à d'atteindre notre objectif de neutralité carbone sur l'ensemble de nos sites à l'horizon 2030 au plus tard, avec notamment l'installation et l'utilisation de nos propres panneaux photovoltaïques, une gestion des déplacements professionnels respectueuse du climat et la transition vers la mobilité électrique. Notre Sustainability Report est l'outil idéal pour suivre, de manière transparente et compréhensible, nos activités dans le domaine de la protection du climat, de la durabilité sociale et de la gouvernance d'entreprises éthique. Il était important pour ce faire que nous nous alignions sur les normes internationales. Le Greenhouse Gas Protocol et le GRI nous ont servi de base pour ce premier rapport – les suivants tiendront bien entendu compte des nouvelles évolutions des normes européennes de reporting (CSRD, ERSR).

Afin de refléter l'empreinte écologique de nos produits tout au long de leur cycle de vie et de fournir la base de décisions respectueuses de l'environnement, nous



avons d'ores et déjà établi des déclarations environnementales pour plusieurs de nos produits conformément aux normes ISO 14025 et EN 15804 – et le portefeuille ne cesse de s'étoffer. Nous en exploitons les résultats pour rendre nos produits toujours plus durables. Depuis 2020, nous sommes membres du pacte Global Compact des Nations Unies et en intégrons les principes dans les relations que nous entretenons, à notre environnement, à la gestion de notre supply chain ainsi qu'à notre stratégie en matière de ressources. Convaincus de la nécessité de rendre nos actions et le cycle de vie de nos produits aussi intelligibles que transparents, nous savons devoir nous aligner sur des normes claires. C'est dans cet esprit qu'outre la norme ISO

9001, nous sommes également certifiés ISO 14001, la norme de gestion environnementale. De même, nous confions l'évaluation de notre responsabilité sociale d'entreprise à des acteurs indépendants : nous sollicitons régulièrement Ecovadis afin d'évaluer notre responsabilité sociale d'entreprise de façon globale et à l'aune de critères objectifs, en faisant la part belle aux enjeux de l'environnement, des droits humains et du travail, de l'éthique et de l'approvisionnement responsable.







# KASTNER & ÖHLER

**Kastner & Öhler, Kaufhaus Tyrol**  
Innsbruck, AT –  
by DIOMA AG / WHIR3 / K&Ö Bauabteilung  
with lighting design by VEDDER.LICHTMANAGEMENT



## Éclairage : Quand la technique rencontre l'aménagement

### Entretien avec Reinhard Vedder

Le designer d'éclairage Reinhard Vedder nous parle du commerce de détail du futur. Déclenché par la pandémie de Coronavirus et un commerce en ligne en plein essor, il voit la volonté de changer ce qui est obsolète – et le courage de créer de nouveaux concepts d'aménagement.

Selon lui, le facteur décisif pour le magasin du futur reste la création d'émotion. Aujourd'hui plus que jamais, la surface de vente au détail est une surface d'expérience pour laquelle les nouvelles technologies à LED offrent d'excellentes options d'aménagement. Les boutiques qui réussissent – qu'il s'agisse de l'épicerie du coin ou d'une marque de mode haut de gamme établie – proposent une offre de marchandises, de services et d'expériences finement organisée dans des espaces qui invitent les clients et leur offrent quelque chose de spécial. Cet effort ne devient vraiment perceptible et convaincant que par l'effet psychologique d'une conception professionnelle de l'éclairage.

La commande intelligente de la lumière gagne ici en importance. L'époque où l'on allumait la lumière le matin que l'on éteignait le soir est techniquement révolue. Dans le commerce de détail, il est désormais question de scènes lumineuses qui s'adaptent à l'espace et à l'occasion. La luminosité et les couleurs peuvent varier en fonction de la saison ou du moment de la journée, ce qui représente non seulement un avantage énergétique considérable, mais façonne également l'expérience du client. Ainsi, le rayon classique pour hommes « a besoin d'une lumière sans fin, même si l'on planifie avec raffinement », tandis que les secteurs hauts en couleur comme la mode féminine se contentent de moins d'intensité lumineuse. Les grands écrans, les éléments de décoration de valeur et les magnifiques « étals de marché » sont des éléments efficaces qui sont tout naturellement intégrés chez VEDDER.LICHTMANAGEMENT. Ils apportent des informations sensorielles et des impulsions d'expérience que le commerce stationnaire peut comptabiliser comme un avantage pour lui-même.

Reinhard Vedder en est persuadé : la lumière est l'instrument le plus important dans le commerce de détail du futur. « Un aménagement de magasin plus détendu est déjà une œuvre d'art. Mais la mise en scène parfaite – la création d'espaces grandioses, d'une ambiance et d'une atmosphère particulières – est quelque chose que seule la lumière permet de réaliser ».



**Reinhard Vedder**  
Designer d'éclairage,  
VEDDER.LICHTMANAGEMENT

# Boutiques de mode







- Surface de vente
- Cabines d'essayage
- Vitrines
- Zone des caisses

# Surface de vente



# Vivre les boutiques sous le bon éclairage

Faire des achats est une expérience sensorielle : cela est d'autant plus vrai pour les vêtements et les accessoires. Une atmosphère inspirante, dans laquelle les clientes aiment fouiller, est surtout créée par un éclairage adéquat. Celle-ci doit d'abord créer une orientation sur la surface de vente et structurer visuellement l'espace, puis il s'agit de mettre en scène la mode de manière émotionnelle. Une lumière agréable augmente non seulement l'attractivité des vêtements et des bijoux présentés, mais aussi le temps passé par les clients dans le magasin – ce qui augmente considérablement la volonté d'achat.

La mode et les tendances sont soumises à une constante évolution et les collections des boutiques de mode changent également plusieurs fois par an. Pour que l'éclairage puisse s'adapter aux arrangements dans le magasin, les solutions d'éclairage doivent être flexibles et permettre une scénographie sans cesse renouvelée. Nos familles de produits MOVE IT, BO et VARO vous offrent précisément cette liberté en vous permettant de repositionner les cartouches pivotants et inclinables à l'infini. Complétée par des projecteurs encastrés ou apparents focalisables tels que SASSO ou BO, ainsi que par le luminaire profilé classique MINO, elle offre une lumière dynamique pour un environnement de magasin vivant. Pour éviter des surfaces lumineuses trop homogènes, il convient de varier les angles de rayonnement et les contrastes de luminosité. Cela crée une dynamique visuelle qui rend la visite de la boutique divertissante. La mise en valeur de certains présentoirs et mannequins permet de guider le regard du client, créant ainsi un parcours intuitif à travers la boutique.

## Recommandations

- Structurer la surface de vente avec l'éclairage
- Éviter une illumination excessivement homogène de la surface commerciale
- Guider les clients en mettant l'accent sur certains présentoirs
- Une lumière dynamique attire l'attention sur certains présentoirs

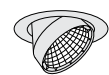
MINO



SASSO



TWIST



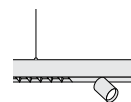
JANE



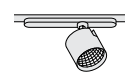
INO



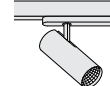
MOVE IT



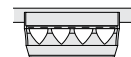
VARO



BO



SQUADRO





**Calvin Klein Store**  
La Vallée Village, FR –  
by Hyphen







**s.Oliver** Munich, DE – by Kitzi Interior Design GmbH including lighting design







**Shop SVNTY**  
Antwerp, BE –  
by Verhamme de vel Architecten  
with lighting design by Electro Goaverts



**Kastner & Öhler, Kaufhaus Tyrol**

Innsbruck, AT –

by DIOMA AG / WHIR3 / K&amp;Ö Bauabteilung

with lighting design by VEDDER.LICHTMANAGEMENT











**Mode von Feucht GmbH**  
Innsbruck, AT –  
by blocher partners with lighting  
design by Hailight Lichtplanung,  
Andreas Haidegger





## Une expérience unique

### **Mode von Feucht, Innsbruck**

Les émotions naissent de la lumière. Chaud, froid, accueillant, sobre – l'éventail est large, le jeu – selon le projet – toujours différent. Dans le secteur de la vente au détail en particulier, il s'agit de créer des surfaces de vente à l'éclairage émotionnel qui créent une atmosphère de bien-être pour le client. C'était aussi l'objectif clair lors de ce projet. Nous voulions créer une mise en scène lumineuse qui génère des hauteurs et des profondeurs, qui joue avec la taille et les niveaux du bâtiment. Mais dans le commerce de détail, la lumière est toujours un beau moyen de guider le client de manière subconsciente. Pour cela, blocher partners ont éclairé de manière optimale les différentes zones de mise en valeur. La surface de vente s'élève à plus de 11000 mètres carrés. Et pourtant, nous avons réussi à créer un scénario qui se déroule sans interruption à travers l'ensemble du magasin. Aucune zone n'est oubliée, tout est imbriqué – que ce soit par des liens thématiques ou par toutes les superbes références visuelles. Le caractère de l'expérience est lui aussi unique. Le visiteur est divertie au mieux dès son arrivée – en entrant dans le bâtiment grâce à l'immense mur de LED qui ressemble à une cascade, en se régalant au bar, au café du petit-déjeuner ou dans la cabine de shopping personnelle. Les enfants disposent même d'un toboggan pour descendre de l'étage des sportifs à celui des enfants de Feucht, un étage plus bas.



«Dans le secteur de la vente au détail en particulier, il s'agit de créer des surfaces de vente à l'éclairage émotionnel qui créent une atmosphère de bien-être pour le client. C'était aussi l'objectif clair lors de ce projet.»

Tina Buchholz, Architecte d'intérieur Senior, blocher partners



**Tina Buchholz**

Architecte d'intérieur Senior, blocher partners





**Mode von Feucht GmbH**  
Innsbruck, AT –  
by blocher partners with lighting  
design by Hailight Lichtplanung,  
Andreas Haidegger





**Jelmoli in the Circle**  
Zurich, AT –  
by MINT Architecture with lighting  
design by Reflexion AG



## L'individualité au service de l'unité

### Jelmoli dans le Circle, Zurich

En tant que premier centre commercial, Jelmoli est présent depuis peu dans le Circle à Zurich avec ses deux boutiques indépendantes « Lifestyle House » et « Sports House ». Le bureau d'architectes zurichois Mint Architecture est responsable de l'ensemble de la présentation. Le concept de design reprend l'architecture du Circle et la traduit en une expérience de shopping unique dans un espace tridimensionnel. La boutique Lifestyle House est conçue comme un concept store et propose sur quatre étages une gamme finement organisée. À chaque étage, le langage des matériaux de haute qualité est interprété de manière thématique et spécifique au groupe cible. Des systèmes en filigrane aux formes surprenantes pour la présentation des marchandises peuvent être combinés de manière flexible. La boutique Sports House est consacrée sur quatre étages à un type de sport ou à un segment de clientèle. Ici, la différence de hauteurs sous plafond des pièces et les perspectives créent des points d'éclat. Grâce au concept d'éclairage raffiné des spécialistes de l'éclairage de Reflexion, les marchandises sont mises en scène de manière optimale et, en même temps, une atmosphère stylée a été créée, laquelle reflète l'essence de chaque marque.



**Andrea Steffens**  
Architecte d'intérieur, Mint Architecture









## Une expérience d'achat originale et exclusive

### Grand magasin Oberpollinger, Munich

L'un des grands défis de la planification lumineuse pour le grand magasin traditionnel de Munich a été de répondre aux exigences de secteurs très différents par un concept global : d'un côté des marques haut de gamme qui souhaitent différencier leurs produits de ceux de leurs concurrents, de l'autre, des clients en attente d'une expérience d'achat attrayante et stimulante. En plus de cela, les solutions de lumière doivent être adaptées aux locaux existants et être à la pointe de la technologie en matière de technique lumineuse. XAL a développé un ton doré unique, tant pour les projecteurs BO 55 utilisés que pour les profils ronds fabriqués sur mesure des rails conducteurs. Le revêtement en poudre a délibérément été laissé à l'écart pour cet univers de shopping exclusif. Le résultat de haute qualité est un mélange de tons dorés durs et doux avec une structure fine, qui n'existe pas encore sur le marché. Grâce à un concept de lumière innovant, le client bénéficie d'une expérience d'achat originale et exclusive.



**Isabel Sternkopf,**  
Designer d'éclairage, Licht Kunst Licht AG



# Cabines d'essayage



## Des espaces pour se sentir bien

C'est dans la cabine d'essayage d'un magasin de mode que les clients décident d'acheter ou non. Plus ils se sentent à l'aise lors de l'essayage et plus la perception qu'ils ont d'eux-mêmes dans la cabine est positive, plus la probabilité d'un achat est grande.

Par conséquent, l'éclairage dans les cabines d'essayage joue un rôle déterminant. La solution optimale est une lumière douce, diffusée en surface, qui enveloppe le corps, fait « disparaître » les irrégularités de la peau et – contrairement aux spots directionnels – crée une image globale homogène et attrayante. Nos produits, tels que MINO ou CORNER, sont particulièrement adaptés à l'éclairage d'une cabine d'essayage, car ils peuvent garantir une illumination uniforme. Ils présentent l'avantage de rendre la marchandise attrayante pour le client sous tous les angles et d'éviter en outre la formation d'ombres peu avantageuses.

Là où les boutiques de mode locales sont de plus en plus en concurrence avec le commerce en ligne, des cabines d'essayage au design attrayant peuvent donner un avantage. Les clients ont ici la possibilité de découvrir les marques et les vêtements de près, au sens propre du terme, et d'entrer en contact avec l'atmosphère inspirante du magasin. Il est donc d'autant plus important d'aménager l'espace en toute connaissance de cause, et non comme un moyen de parvenir à ses fins. En collaboration avec des concepteurs d'éclairage renommés, XAL a développé son propre concept de lumière pour les cabines d'essayage. Pour ce faire, nous combinons les principes d'éclairage du studio photo avec ceux de la vente au détail. La silhouette du corps est mise en scène de manière optimale – pour une expérience de shopping digne d'une séance photo.

### Recommandations

- Éclairage homogène de la cabine d'essayage
- Atmosphère de bien-être grâce à la couleur de lumière blanc chaud (3000K)
- Rendu des couleurs élevé (IRC  $\geq 90$ )

### SASSO

### VELA



### MINO

### CORNER





**Kastner & Öhler, Kaufhaus Tyrol**

Innsbruck, AT –

by DIOMA AG / WHIR3 / K&amp;Ö Bauabteilung

with lighting design by VEDDER.LICHTMANAGEMENT







**Mode von Feucht GmbH**  
Innsbruck, AT –  
by blocher partners with lighting  
design by Hailight Lichtplanung, Andreas Haidegger



# Vitrines



# Effet de signalisation grâce aux jeux de lumière

La vitrine est la scène d'un magasin. Les passants deviennent des clients lorsqu'une devanture de magasin capte leur regard. Plus l'éclairage des étalages et des vitrines est efficace et dynamique, plus la probabilité que les clients entrent dans un magasin est grande. Le regard suit de préférence une dramaturgie visuelle qui n'est pas immédiatement transparente : comme l'alternance de clair et d'obscur ou une profondeur d'espace renforcée par des zones mises en valeur différemment dans la vitrine. Pour obtenir un tel jeu de lumière, les luminaires sont utilisés aussi bien horizontalement que verticalement.

Il est tout aussi important de mettre en valeur de manière ciblée certaines marchandises représentatives pour donner un avant-goût de l'assortiment proposé dans la boutique. Le système de rails magnétiques MOVE IT, entre autres, offre la flexibilité nécessaire pour une décoration de vitrine qui change souvent, avec sa multitude de projecteurs orientables et pivotants. Les luminaires avec un angle de rayonnement plus étroit servent à éclairer et à accentuer les objets avec précision. En outre, il est possible d'utiliser des luminaires à faisceau plus large pour mettre en valeur, le cas échéant, les parois arrière et les éléments décoratifs supplémentaires de la vitrine. Il faut toutefois veiller à ne pas les accentuer davantage que les marchandises sur les présentoirs.

Des systèmes de gestion de l'éclairage commandés par capteurs régulent en plus la luminosité en fonction de l'heure ou de la lumière du jour : ils créent ainsi un étalage attrayant 24 heures sur 24 et réduisent la consommation d'énergie à long terme.

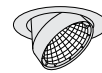
## Recommandations

- Utiliser un éclairage horizontal et vertical
- Attirer l'attention par une lumière dynamique, utiliser une combinaison de luminaires à faisceau étroit et à faisceau large
- Utiliser une solution d'éclairage flexible en raison de l'évolution de la situation de la vitrine
- Des systèmes de gestion de l'éclairage commandés par des capteurs régulent en plus la luminosité en fonction de la lumière du jour

### SASSO



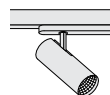
### TWIST



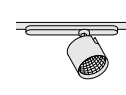
### JANE



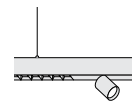
### BO



### VARO



### MOVE IT





**Shop SVNTY**

Antwerp, BE –

by Verhamme de vel Architecten

with lighting design by Electro Goaverts







**Kastner & Öhler, Kaufhaus Tyrol**  
Innsbruck, AT –  
by DIOMA AG / WHIR3 / K&Ö Bauabteilung  
with lighting design by VEDDER.LICHTMANAGEMENT



# Zone des caisses



# La conclusion réussie

La zone des caisses complète l'expérience d'achat. Elle doit être attrayante et conviviale, de sorte que les clients se sentent confortés dans leur décision d'achat et qu'ils quittent la boutique avec un sentiment positif. Des accents lumineux efficaces dans l'espace aident à s'orienter dans la zone d'attente. Pour que la zone des caisses soit facilement repérable de n'importe où dans le magasin, des éléments qui attirent l'attention, tels que de grands luminaires suspendus avec des nuances décoratives, conviennent parfaitement.

Certes, les employés se déplacent aussi dans l'espace de vente, mais c'est dans la zone des caisses qu'ils travaillent le plus longtemps d'affilée. C'est pourquoi l'éclairage dans ce secteur doit également répondre aux exigences d'un poste de travail sain et conforme aux normes. Lors du scan et de l'emballage des marchandises ainsi que lors de l'encaissement, une luminosité suffisante est nécessaire sur la surface de la table. Le travail est ainsi moins fatigant pour les yeux, et la fatigue moins rapide. Pour créer une atmosphère conviviale et de confiance au comptoir de la caisse, les visages doivent pouvoir être bien perçus. Un éclairage non éblouissant, avec le moins d'ombres possible, réalise une mise en valeur optimale des expressions faciales. Si l'on travaille également avec des écrans au comptoir de la caisse, il faut tenir compte des normes spécifiques au pays : comme l'anti-éblouissement optimal pour les sources de lumière ou un éblouissement par réflexion réduit sur l'écran et le clavier.

## Recommandations

- Accorder une attention particulière à cette zone lors de la planification
- Un éclairage décoratif combiné à l'éclairage de l'espace de vente
- Point d'information et d'orientation pour le client
- Éclairage non éblouissant avec peu d'ombres portées

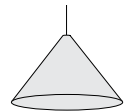
**SASSO**



**TULA**



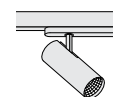
**ARY**



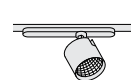
**JANE**



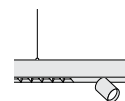
**BO**



**VARO**



**MOVE IT**





**Kastner & Öhler, Kaufhaus Tyrol**

Innsbruck, AT –

by DIOMA AG / WHIR3 / K&Ö Bauabteilung  
with lighting design by  
VEDDER.LICHTMANAGEMENT





R & ÖHLER

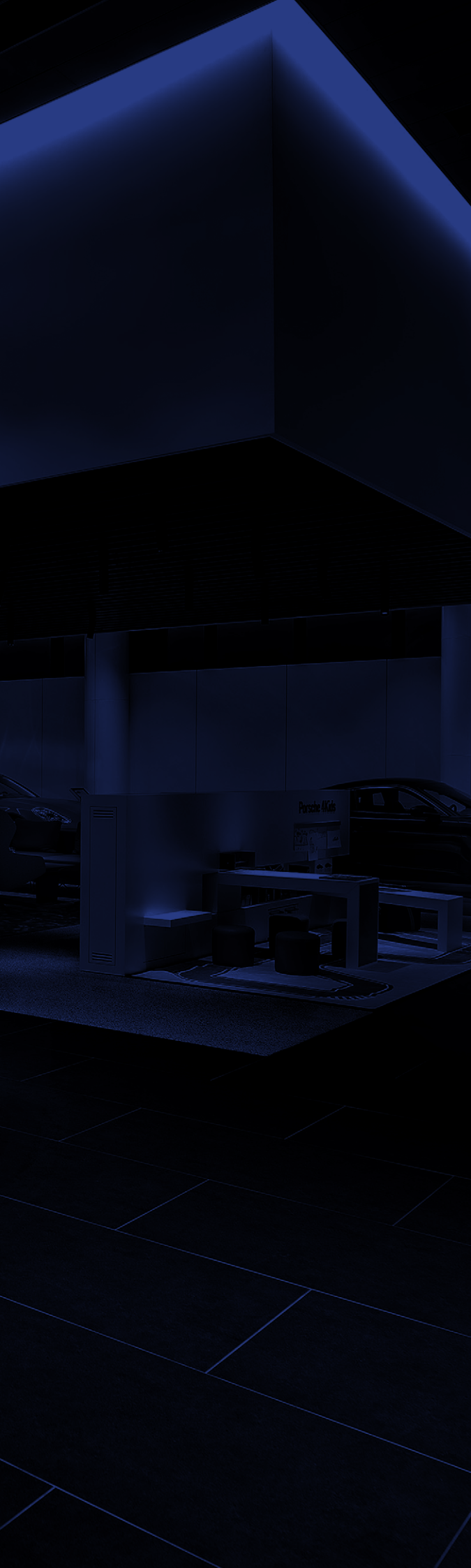
**K&O**  
KASTNER & ÖHLER  
WWW.KASTNER-ÖHLER.AT  
Im Online Shop und 15x in Österreich.

Click & Collect



# Magasins spécialisés





- Éclairage de vitrine
- Éclairage de mise en valeur



# Éclairage de vitrine



# Pleins feux sur l'exceptionnel

Dans les vitrines, les marchandises exclusives sont délibérément mises en avant. Pour un impact maximal, cette représentation est organisée et mise en scène jusque dans les moindres détails. S'il s'agit de produits de consommation, comme des bijoux ou des accessoires, l'incitation à l'achat naît déjà à ce niveau. Dans les expositions et les musées, la vitrine est un lieu plus important, souvent le lieu de présentation d'objets très petits, qui méritent la plus grande attention et une protection particulière.

La présentation optimale attire l'attention sur les particularités de la marchandise ou des objets exposés et rend visible la richesse de leurs détails. NANO ainsi que les familles de produits apparentées PICO et PICO SUPPORT ont été développés pour une utilisation sans éblouissement dans les rayonnages et les vitrines, afin de réaliser précisément cela. Les solutions à LED de haute qualité et respectueuses du produit, avec un excellent rendu des couleurs, fournissent une illumination intense avec un dégagement de chaleur minimal. Ceci est particulièrement important pour les matériaux sensibles ainsi que pour les produits haut de gamme, comme les bijoux faits main ou les articles en cuir précieux. La variance entre les différentes températures de couleur crée de la diversité pour l'œil et donne des accents brillants. Une lumière dirigée depuis l'angle, à différentes températures de couleur, augmente l'effet de scintillement. De plus, les luminaires dans les vitrines doivent être visuellement discrets afin de ne pas détourner l'attention des pièces exposées.

## Recommandations

- Rendu des couleurs élevé (IRC  $\geq 90$ )
- Éviter l'éblouissement, les reflets
- Des intensités d'éclairage élevées pour les montres et les bijoux

## NANO



## PICO







**John&Audrey Group**  
Wiesbaden, DE – by  
VONKLIPSTEIN with lighting  
design by ORB. Atelier für  
Lichtgestaltung



**Hangl's Uhren & Schmuck**  
Samnaun, CH –  
by Brem & Zehnder AG  
including lighting design





**Breitling Boutique**  
Stuttgart, DE –  
by Breitling









# Éclairage de mise en valeur



# Des accents brillants pour des produits haut de gamme

Dans les magasins de marque, une attention particulière est accordée à la présentation des produits. Les clients ne viennent pas seulement dans un magasin pour acheter des marchandises, mais aussi pour profiter d'une expérience d'achat particulière. Utilisé à bon escient, l'éclairage de mise en valeur peut affiner l'identité visuelle d'une marque et rendre ses attributs perceptibles dans le magasin phare. Cette ambiance de luxe et d'exclusivité résulte d'une interaction réussie entre l'architecture, le mobilier et l'éclairage. Pour une expérience d'achat particulière, l'accent et l'arrière-plan sont volontairement équilibrés. Le magasin lui-même doit transmettre visuellement le calme, tandis que les produits sont mis en scène au centre. L'éclairage de mise en valeur guide non seulement le regard, mais met spécialement en scène les produits haut de gamme – et en tant que tel a une influence essentielle sur le comportement d'achat des visiteurs dans la boutique.

De petits points lumineux orientés avec précision créent des reflets et intensifient l'effet de matière des marchandises : le cuir brossé, les bijoux étincelants ou les appareils hi-fi aux reflets métalliques sont ainsi perceptibles dans la plus grande richesse de détails. Des spots encastrés anti-éblouissement et à angle de rayonnement étroit, comme le projecteur flexible UNICO, et des intensités d'éclairage élevées de plus de 4000 lux sur le produit mettent en valeur les détails et la finition – ce qui est particulièrement pertinent pour les bijoux et les montres. L'or est particulièrement bien mis en valeur par une lumière chaude, l'argent par une lumière froide. Un très bon rendu des couleurs (IRC  $\geq 95$ ) représente les surfaces et les matériaux de manière aussi valorisante et authentique que possible.

## Recommandations

- Utiliser les luminaires comme un moyen de style volontaire
- Créer une atmosphère unique et exclusive
- L'éclairage d'accentuation transmet l'identité d'entreprise d'une marque
- Points lumineux non éblouissants placés dans le plafond
- Lumière dirigée
- Intensités d'éclairage élevées chez les bijoutiers et les horlogers (plus de 4000 lux sur le produit)
- Le magasin doit inspirer le calme
- Différentes couleurs de lumière pour différents produits

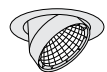
## SASSO



## UNICO



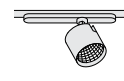
## TWIST



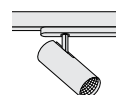
## NANO



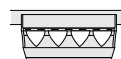
## VARO



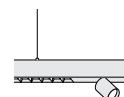
## BO



## SQUADRO



## MOVE IT







# YOUR LTD GOLDEN

★ BE GOLDEN STAY GOLDEN ★ YOUR STORY OUR STORY ★ PERFECT IMPERFECTION ★ WE INJECT LIFE IN WHAT WE DO ★ OUR JOURNEY OF LOVE ★ FOR DREAM USE ONLY ★ BE GOLDEN STAY GOLDEN



★ WE INJECT LIFE IN WHAT WE DO ★ OUR JOURNEY OF LOVE ★ FOR DREAM USE ONLY ★ BE GOLDEN STAY GOLDEN ★ YOUR STORY OUR STORY ★ PERFECT IMPERFECTION ★ WE INJECT LIFE IN WHAT WE DO



★ YOUR STORY OUR STORY ★ PERFECT IMPERFECTION ★ WE INJECT LIFE IN WHAT WE DO ★ OUR JOURNEY OF LOVE ★ FOR DREAM USE ONLY ★ BE GOLDEN STAY GOLDEN ★ YOUR STORY OUR STORY



★ YOUR STORY OUR STORY ★ PERFECT IMPERFECTION ★ WE INJECT LIFE IN WHAT WE DO ★ OUR JOURNEY OF LOVE ★ FOR DREAM USE ONLY ★ BE GOLDEN STAY GOLDEN ★ YOUR STORY OUR STORY



★ BE GOLDEN STAY GOLDEN ★ YOUR STORY OUR STORY ★ PERFECT IMPERFECTION ★ WE INJECT LIFE IN WHAT WE DO ★ OUR JOURNEY OF LOVE ★ FOR DREAM USE ONLY ★ BE GOLDEN STAY GOLDEN



★ FOR DREAM USE ONLY ★ BE GOLDEN STAY GOLDEN ★ YOUR STORY OUR STORY ★ PERFECT IMPERFECTION ★ WE INJECT LIFE IN WHAT WE DO ★ OUR JOURNEY OF LOVE ★ FOR DREAM USE ONLY ★ BE GOLDEN STAY GOLDEN

7381





## Nouveau concept de vente au détail innovant

### **Golden Goose, Milano**

Golden Goose a ouvert ses portes sur la Via Verri à Milan avec un nouveau concept de vente au détail innovant pour la marque et le monde de la mode : le Golden TV dont le concept inaugure une nouvelle voie physioconnectée, équilibrant une approche high-tech et numérique avec une touche émotionnelle et humaine. La boutique présente les dernières collections de prêt-à-porter, tout en dévoilant de nouvelles catégories de produits et des baskets en édition limitée. Couvrant une surface de 465 m<sup>2</sup> sur deux niveaux différents, le magasin offre une expérience à multiples facettes. Une approche artisanale et une gamme d'activités numériques interactives coexistent, offrant aux visiteurs la possibilité de s'embarquer dans un voyage immersif et mémorable. Le concept d'éclairage a perfectionné l'interaction entre le design architectural et l'expérience de la marque grâce au système de rails MOVE IT 25s de XAL avec des inserts linéaires et des projecteurs JUST. Au premier étage, le LAB accueille les visiteurs en mettant l'accent sur l'héritage artisanal de Golden Goose, l'artisanat exclusif et les expériences de co-création. Ici, les amoureux de la marque peuvent écrire leur propre histoire avec le soutien d'artisans qualifiés, traduisant leurs rêves et leurs désirs en créations uniques en leur genre. L'espace combine un look futuriste avec la tradition. Une multitude de baskets sont suspendues au plafond – un lien avec l'idée originale des fondateurs de la marque de faire sécher les chaussures à la lumière du soleil pour obtenir la teinte jaune vintage emblématique du renard. La Golden Room – recouverte de métal galvanisé en amande – abrite les collections d'accessoires.



BY APPOINTMENT TO THE ROYAL DANISH COURT  
**BANG & OLUFSEN**

EXPERIENCE THE SOUND





**Bang & Olufsen Airport Store**  
Copenhagen, DK –  
with lighting design by anker & co





**Shop Optiek**  
Sagaert, BE





**Shop SVNTY**  
Antwerp, BE –  
by Verhamme de vel Architecten  
with lighting design by Electro Goaverts









## Destination Porsche

### Porsche Studio Zürich

Le nouveau concept de vente au détail « Destination Porsche » a été déployé pour la première fois avec l'ouverture du Porsche Studio de Zurich. Les espaces d'exposition classiques des centres Porsche doivent ainsi devenir des lieux où l'on peut vivre et toucher la marque et ses produits. Le concept d'éclairage contribue largement à ce que Porsche permette de vivre de plus en plus intensément l'expérience de la marque dans le commerce. L'être humain est encore plus au centre qu'auparavant. Les visiteurs doivent se sentir à l'aise et ressentir la marque Porsche. La configuration changeante de l'espace de vente nécessite une solution d'éclairage flexible. La réponse a ici été MOVE IT 45, avec de multiples inserts lumineux (ici des projecteurs JUST 55 et des Opal Insets) qui peuvent être montés et remplacés sans outil dans le système de rails.



# Supermarchés







- Aliments frais
- Produits de consommation courante



# Aliments frais



# L'éclairage, un facteur d'appétit

La vente de produits frais représente à la fois un risque et une opportunité pour les gérants de supermarchés. La faible durée de conservation des produits exige qu'ils se vendent rapidement. Cependant, grâce à leur présentation attrayante, généralement dès l'entrée du magasin, les clients y accèdent le plus souvent spontanément. La condition préalable est une présentation attrayante et appétissante des marchandises.

Pour mettre en scène les légumes, les fruits et les produits d'épicerie fine avec goût, il faut un concept d'éclairage finement différencié. En effet, l'éclairage optimal souligne la couleur naturelle intrinsèque des produits et leur donne un aspect particulièrement frais, authentique et appétissant. Ainsi, les produits de boulangerie, les fruits et légumes, le fromage, la viande et le poisson nécessitent chacun un éclairage individuel avec des couleurs et des intensités lumineuses différentes. Pour la viande et la charcuterie, la lumière doit présenter un bon rendu des rouges, tandis que les poissons et les fromages sont plutôt froids et les pâtisseries éclairées dans des tons dorés chauds. Les produits animaux étant particulièrement sensibles à la chaleur et à la lumière, on utilise ici des solutions modernes à LED à faible chaleur rayonnante. Cela permet non seulement de garantir leur fraîcheur, mais aussi de réduire la puissance frigorifique nécessaire dans le comptoir. Des projecteurs spéciaux pour magasins, comme le projecteur 6 en 1 SQUADRO à haute efficacité énergétique, permettent d'obtenir une présentation particulièrement brillante des marchandises grâce à leur orientation de la lumière très précise et réglable avec exactitude. Ils intensifient les contrastes de couleurs des aliments frais et sont anti-éblouissement dans toutes les directions afin de permettre aux clients de faire leurs achats de manière agréable et inspirante.

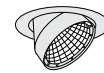
## Recommandations

- Couleurs propres reproduites fidèlement
- Utiliser des couleurs de lumière spécifiques aux marchandises
- Lumière avec un très bon rendu des rouges pour la viande et la charcuterie
- Ton doré pour les produits de boulangerie et les produits laitiers jaunes
- Blanc frais pour le poisson et les produits laitiers

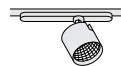
## UNICO



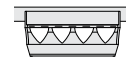
## TWIST



## VARO



## SQUADRO







Fraxner Kriasi 22 km  
 Heidelbeeren Sohm Lauterach 39 km  
 Mahlerhof Gemüse Höchst 40 km  
 Winder Beeren Dornbirn 33 km  
 Bischof Kartoffeln Ludesch 21 km

Frühstücks Variationen 2,90

Frisch Schnell! Gut!

Sutterlütti austo

DANKE FÜR IHRE

WIR SIND





**Atelier Martin Auer** Graz, AT –  
by Janser Castorina Katzenberger











Oasis Store  
Melbourne, AU –  
by Sync Design



# Produits de consommation courante



## « Espace boutique » Éclairage zonal

Comme les supermarchés proposent de plus en plus d'assortiments différents, la tendance est à l'articulation visuelle, au principe de l'« Espace boutique ». Les différents groupes de marchandises – comme la droguerie, le textile ou les vins et spécialités – sont mis en scène de manière adaptée à chaque produit. L'éclairage dans différentes couleurs et intensités de lumière crée d'une part une séparation optique qui permet aux clients de s'orienter et augmente d'autre part l'attractivité de l'assortiment concerné. Grâce à un éclairage adéquat, les produits de consommation courante sont mis en scène de manière attrayante. Ainsi, les couleurs chaudes de l'éclairage des produits cosmétiques évoquent les spas et les centres de bien-être, tandis que l'éclairage froid, proche de la lumière du jour, rend le mobilier de jardin et les appareils électroniques plus attrayants. Et les délices méditerranéens servis dans une zone assombrie avec des accents lumineux brillants rappellent la visite d'un restaurant gastronomique.

Lors de la planification de l'éclairage pour les produits de consommation courante, on mise moins sur l'éclairage de base et davantage sur l'éclairage d'accentuation. Des plafonniers orientables dans les zones périphériques assurent la délimitation visuelle, tandis que, parallèles aux rayonnages, ils mettent les marchandises en valeur. Une répartition de la lumière adaptée à la disposition des rayons aide en même temps à trouver rapidement les gammes souhaitées. L'objectif est de mettre l'accent sur les produits et de faire passer les allées au second plan. Et pour terminer, un concept d'éclairage qui mise davantage sur une mise en valeur ponctuelle est plus économique : contrairement aux solutions d'éclairage de surface, moins de luminaires sont nécessaires. Les projecteurs spéciaux pour magasins, comme SQUADRO, fonctionnent avec des points lumineux de haute précision afin de fournir la puissance la plus élevée possible avec une consommation d'énergie minimale.

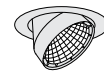
### Recommandations

- Plus que l'intensité lumineuse au sol, il est important d'avoir un éclairage vertical, aussi uniforme et clair que possible sur toute la façade de l'étagère.
- Mettre en scène les produits de manière authentique et en douceur
- Différentes températures de couleur adaptées au groupe de produits
- Les produits éclairés directement bénéficient d'une mise en valeur esthétique

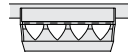
### UNICO



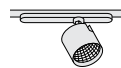
### TWIST



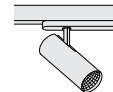
### SQUADRO



### VARO



### BO





**Pharmacy Schiervelde**  
Roeselare, BE









# Qualité de lumière Mode

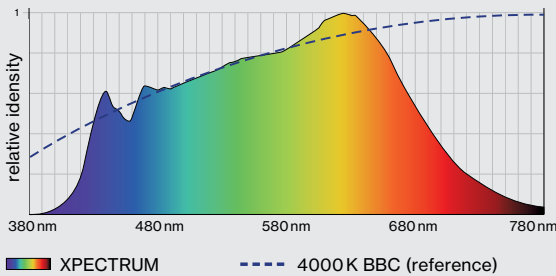
## LED à plein spectre

XPECTRUM - les nouvelles LED à plein spectre de XAL, semblables à la lumière du jour, atteignent un excellent  $R_a$  et  $R_e \geq 98$  (ou TM-30 rf) et offrent ainsi un meilleur confort visuel. Grâce à cette grande fidélité des couleurs, l'œil humain parvient à identifier plus facilement les produits dans la boutique et à les percevoir de manière authentique. De plus, les couleurs vives et naturelles ont un effet activant et émotionnel sur le client - l'expérience d'achat n'a jamais été aussi attrayante.

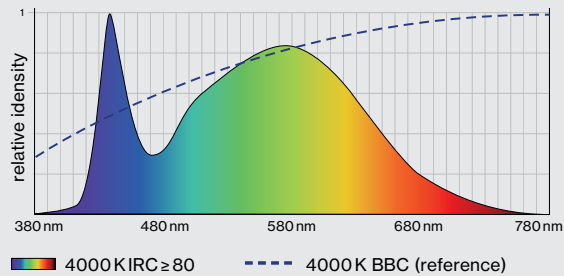
## Flexibilité et qualité de lumière maximales

Outre les LED XPECTRUM, les modules à LED spéciaux pour la mode et l'alimentation ont fait leurs preuves pour mettre en scène les marchandises de manière à favoriser les ventes. La flexibilité, qui permet aux gérants de magasins d'adapter de manière optimale la couleur de la lumière

### XPECTRUM LED



### Commercially available LED 4000K

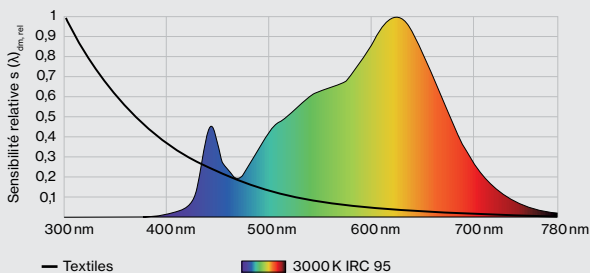


## Décoloration des couleurs sous l'effet de la lumière

Depuis l'utilisation de sources lumineuses à LED, on part du principe que la suppression des UV élimine en grande partie le risque de décoloration. Néanmoins, une exposition de longue durée à des niveaux d'éclairage élevés peut entraîner une dégradation visible de la couleur.

En principe, les couleurs de lumière blanc froid ont un potentiel de nocivité plus important que les couleurs blanc chaud. Un indice de rendu des couleurs plus faible des sources lumineuses à LED a un potentiel de nocivité plus important qu'un indice de rendu des couleurs élevé, car avec une valeur élevée, l'intensité de la longueur d'onde rouge est aussi nettement plus élevée.

Détérioration spectrale de la surface selon l'université technique de Berlin (Aydinli)



Le graphique montre que ce spectre des LED ne contient que peu de longueurs d'onde bleues nocives. Une température de couleur  $\leq 3000$  K et IRC  $\geq 95$  (comme par exemple avec SASSO 60/100) sont recommandés pour les surfaces sensibles.

à l'application concernée, est un énorme avantage. Les couleurs spéciales offrent une présentation des marchandises de bien meilleure qualité que la couleur de lumière de 3000 K utilisée jusqu'à présent sur l'ensemble de la surface.

Grâce à l'utilisation ciblée des modules à LED spéciaux, nous sommes aujourd'hui en mesure d'optimiser les surfaces de vente en fonction des exigences du merchandising. En effet, des collections différentes nécessitent des qualités de lumière différentes. Dans les rayons classiques pour hommes ou dans la mode nuptiale, par exemple, il est important de rendre visibles les plus petites nuances des surfaces blanches, comme le fait la couleur de lumière BRILLIANT. Les qualités de lumière spécifiques aux marchandises favorisent la décision d'achat et élèvent la qualité de la boutique à un niveau supérieur.

## Mesures pour éviter la décoloration

### Augmenter la distance d'éclairage :

Comme l'intensité de la lumière diminue avec le carré de la distance, un doublement de la distance d'éclairage n'a plus qu'un quart du potentiel de dommage initial, un triplement de la distance n'a plus qu'un neuvième du potentiel de dommage initial (loi photométrique de la distance).

### Utiliser des sources de lumière à faible intensité des longueurs d'onde bleues :

- Utiliser des couleurs de lumière blanc chaud  $< 3000$  K avec un indice de rendu des couleurs élevé  $R_a \geq 90$
- Ne pas utiliser de LED avec une puce GaN violette comme PHILIPS Crisp White, Brilliant White ou SORAA

### Gradation :

- Ne faire fonctionner les luminaires qu'avec la moitié de l'intensité du courant, par exemple
- Utiliser une optique à longue portée

### Limiter la durée d'éclairage :

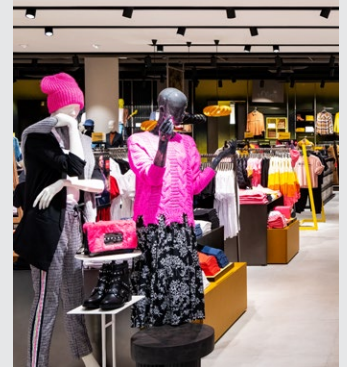
Les textiles éclairés par une intensité d'éclairage  $> 3000$  lx devraient être remplacés chaque tous les mois.

**VOGUE 3250K, IRC 95, R<sub>1-15</sub> 95**

La couleur de lumière spéciale VOGUE a été développée pour la mode décontractée. Toutes les couleurs sont représentées avec une forte saturation. Même les tissus blancs et noirs sont très convaincants. Grâce à la saturation accrue des couleurs, VOGUE convient à toutes les applications nécessitant des couleurs vives. Domaines d'application : de la boutique de mode au fleuriste et à l'éclairage des plantes.



Éclairage standard



Couleur de lumière spéciale VOGUE

**GALLERY 3100K, IRC 92, R<sub>1-15</sub> 93**

La couleur de lumière spéciale GALLERY vise à obtenir des représentations de couleurs vives. Les tons rouge-jaune en particulier sont impressionnants grâce à une légère sursaturation. GALLERY constitue le premier choix là où des couleurs opulentes sont souhaitées. Les couleurs étant particulièrement vives, il faut tenir compte d'un blanc légèrement jaunâtre. Les domaines d'application sont le commerce de l'art et les départements de mode avec des présentations en blocs de couleur.



Éclairage standard



Couleur de lumière spéciale GALLERY

**BRILLIANT 3050K, IRC 91, R<sub>1-15</sub> 87**

La couleur de lumière spéciale BRILLIANT a été développée pour une représentation très claire du blanc et du noir. BRILLIANT est la seule couleur de lumière qui peut également représenter un violet saturé. Grâce à la large répartition des longueurs d'onde dans le spectre, même les plus petites nuances des surfaces blanches sont visibles sous l'éclairage BRILLIANT. C'est important, par exemple, pour les chemises blanches dans l'habillement d'affaires. Application : Bijouterie en argent/platine avec pierres précieuses et brillants, mode de mariage, sous-vêtements, assortiment blanc dans le commerce de la mode.



Éclairage standard



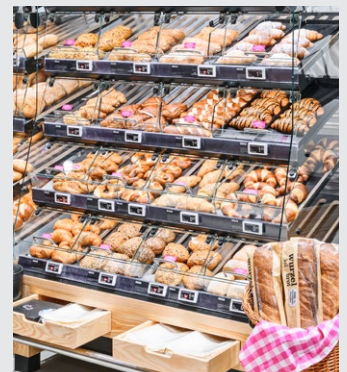
Couleur de lumière spéciale BRILLIANT

**PASTRY 2320K, IRC ≥ 80**

La couleur de lumière spéciale PASTRY a été développée pour les produits à dominante jaune tels que les bijoux en or et les produits de boulangerie. L'emplacement de la couleur sous la BBL (Black Body Line) donne aux pâtisseries un aspect croustillant et frais comme au four. Les couleurs du bois également sont très confortables sous l'éclairage PASTRY. Mais les produits laitiers jaunes se prêtent eux aussi à l'utilisation de cette couleur de lumière.



Éclairage standard



Couleur de lumière spéciale PASTRY



# La qualité de la lumière sur les l'étagères avec SQUADRO

Si l'on compare les systèmes de bandeaux lumineux habituels avec les projecteurs XAL SQUADRO spécialement conçus pour les grandes surfaces, la différence d'effet lumineux est frappante.



## Effet d'un système standard sur les marchandises

- Mise en scène uniforme
- Luminance la plus élevée sur le rayonnage le plus bas
- La bande lumineuse se dessine comme une ligne brillante
- L'application de l'emballage est faiblement soulignée
- Chute de la luminance vers une marchandise plus exclusive

## Effet de SQUADRO sur les marchandises

- Contraste de couleur et brillance élevés
- Couleur vive du bois
- Le système d'éclairage enrichit les détails
- L'application de l'emballage a un effet tridimensionnel
- Intensité lumineuse la plus élevée sur des marchandises exclusives



Éclairage standard



Eclairage avec SQUADRO

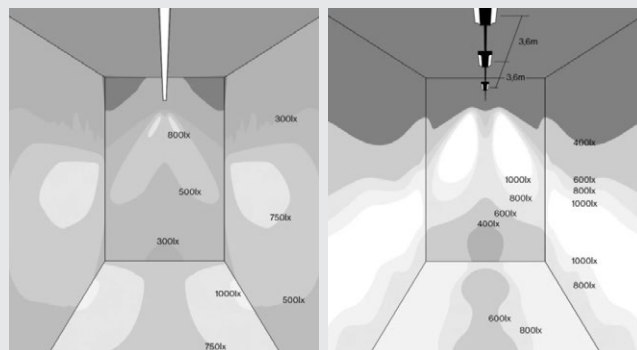
# SQUADRO – la solution optimale pour la présentation des marchandises

Les projecteurs sont anti-éblouissement à la fois en longueur et en largeur. Le cône lumineux est exactement adapté aux façades des rayonnages, ou aux gondoles de l'espace central. Les informations très détaillées de la surface des marchandises résultent du rapport idéal entre la distance d'éclairage et la surface émettrice de lumière du

projecteur SQUADRO. L'excellent confort visuel est le résultat d'un rendu des couleurs élevé combiné à une représentation brillante de la structure. L'intensité lumineuse élevée sur la surface des marchandises réfléchit suffisamment de lumière sur le sol. Aucun éclairage de base supplémentaire n'est ainsi nécessaire.



- 1 L'intensité lumineuse la plus élevée est située sur les deux niveaux supérieurs de présentation.
- 2 Les produits sont mis en scène de manière attrayante et brillante.
- 3 La lumière orientée permet d'attirer l'attention sur des panneaux publicitaires et des objets.
- 4 Grâce à l'important effet de profondeur, les aliments présentent de forts contrastes de couleurs et des points brillants.
- 5 Grâce à l'antiéblouissement longitudinal, le système d'éclairage est à peine perceptible pour le client dans le sens de la marche.
- 6 L'antiéblouissement transversal empêche de surcroît l'éblouissement sous tous les angles.



SQUADRO remplace une ligne continue éclairante de 3,6m et avec un meilleur rendement lumineux



## Exemples de planification espace de vente

Dans les pages suivantes, nous vous présentons un concept d'éclairage réel pour un client. Pour ce faire, la première étape a consisté à nous fournir toutes les informations essentielles sur le magasin pour couteaux, montres, articles de voyage et parfums haut de gamme envisagé, informations indispensables lors de la phase de conception afin de garantir une planification professionnelle.

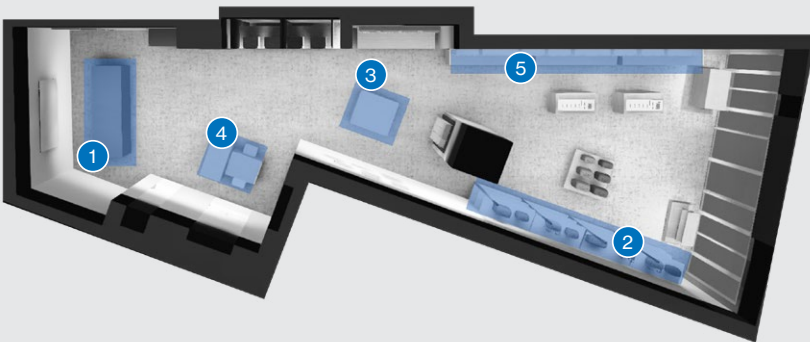
Après un entretien de conseil, nous avons convenu avec le client de développer deux concepts d'éclairage qui soient à la fois variés et efficaces dans le choix des produits et qui représentent des ambiances opposées. Le client a ainsi la possibilité de choisir le concept le plus approprié en fonction de ses besoins.

Dans le premier exemple, un concept d'éclairage linéaire a été utilisé pour créer un éclairage homogène de l'espace de vente. Le deuxième concept a été élaboré avec des projecteurs sur rail afin de créer un environnement flexible et accentué.

### Exigences relatives à l'éclairage

- Bon rendu des couleurs IRC 90/95
- Éclairage dynamique générant des zones de mise en valeur
- Intensité lumineuse minimale 700–2000 lx
- Pas d'éblouissement
- Entrée accueillante
- Éclairage optimal des meubles et étagères muraux
- Utilisation efficace de produits adaptés en fonction du plan d'ensemble

## Spécifications



### Dimensions du local

Plan horizontal allongé, divisé optiquement en deux parties

Hauteur du local : 3,3m

Surface du local : 92m<sup>2</sup>

### Équipement

Étagères murales, montées à demeure. Vitrines verticales et horizontales. Comptoirs de vente.

### Surface de mesure

- ① Caisse : Ø 1804 lx / min. 1094 lx / max. 2266 lx
- ② Étagère : Ø 1170 lx / min. 685 lx / max. 1789 lx
- ③ Comptoir de vente 1 : Ø 1994 lx / min. 1229 lx / max. 2763 lx
- ④ Comptoir de vente 2 : Ø 1462 lx / min. 1109 lx / max. 1984 lx
- ⑤ Étagère murale : Ø 1164 lx / min. 730 lx / max. 1441 lx

### Intensité d'éclairage

# MOVE IT 45 system



## Objectif :

Éclairage uniforme des étagères murales ou de la marchandise dans le magasin. Ambiance calme.

## Mise en œuvre :

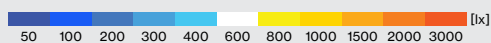
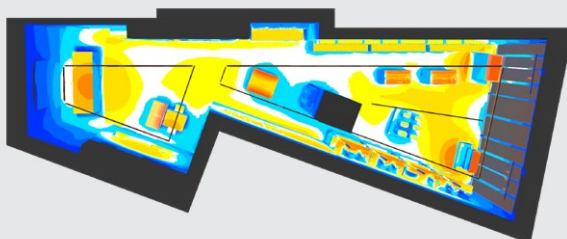
Il est prévu de créer un éclairage global homogène qui génère peu ou pas d'ombres afin de créer une atmosphère détendue. Des luminaires linéaires sont posés à travers le magasin en tant que système fermé et sont équipés de HPO Cover ou de lèches-murs, suivant la surface de vente. Pour l'éclairage général du magasin, la marchandise qui se trouve sur les surfaces de vente horizontales est mise en valeur par un éclairage individuel des meubles.

## Quantité Luminaire

52	MOVE IT 45, microprismatic UGR $\leq$ 22, 22,6W
36	MOVE IT 45, L6 wallwasher, 20,6W
15	PICO support square, 3W
6	VARO 80, 28,8W
3	PICO support square, 7W
3	MOVE IT 45, L10 office, 30W
1	MOVE IT 45, L24 office, 20,8W

Performance du système 25,2W/m<sup>2</sup> ( 2314,4W/91,8m<sup>2</sup>)

Surface de mesure	Intensité d'éclairage	Uniformité
① Caisse	$E_m$ 1804lx	$U_0$ 0,61
② Étagère	$E_m$ 1170lx	$U_0$ 0,59
③ Comptoir de vente 1	$E_m$ 1994lx	$U_0$ 0,62
④ Comptoir de vente 2	$E_m \geq$ 1462lx	$U_0$ 0,76
⑤ Étagère murale	$E_m$ 1164lx	$U_0$ 0,63





# VARO 80

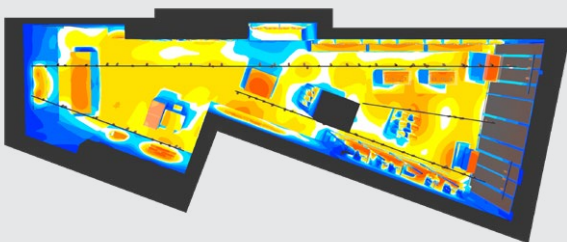


## Objectif :

Contraste élevé entre la marchandise et la zone de passage.  
Mise en valeur des marchandises verticales et horizontales.  
Une dynamique riche en contrastes.

## Mise en œuvre :

Cette option consiste à équiper les rails d'alimentation de projecteurs sur rail avec différents angles de rayonnement. Le placement précis des projecteurs sur rail crée un éclairage dynamique et riche en sensations. Le client est délibérément guidé vers les produits phares sélectionnés dans le magasin, en mettant en évidence la marchandise grâce à des projecteurs orientés. Nous avons ici volontairement renoncé à l'éclairage des meubles afin de souligner l'hétérogénéité des marchandises et de la zone des allées.



50 100 200 300 400 600 800 1000 1500 2000 3000 [lx]

## Quantité Luminaire

77 VARO 80, 28,8W

5 VARO 80, 28,8W

Performance du système 25.7W/m<sup>2</sup> ( 2361.6W/91.8m<sup>2</sup>)

Surface de mesure	Intensité d'éclairage	Uniformité
1 Caisse	$E_m$ 2 042lx	$U_0$ 0,59
2 Étagère	$E_m$ 1196lx	$U_0$ 0,42
3 Comptoir de vente 1	$E_m$ 2 863lx	$U_0$ 0,51
4 Comptoir de vente 2	$E_m \geq 1260$ lx	$U_0$ 0,59
5 Étagère murale	$E_m$ 2 054lx	$U_0$ 0,56





Grüezi Berlin  
Hallo Berlin



# Gestion des grands comptes



## Le client au centre de notre attention :

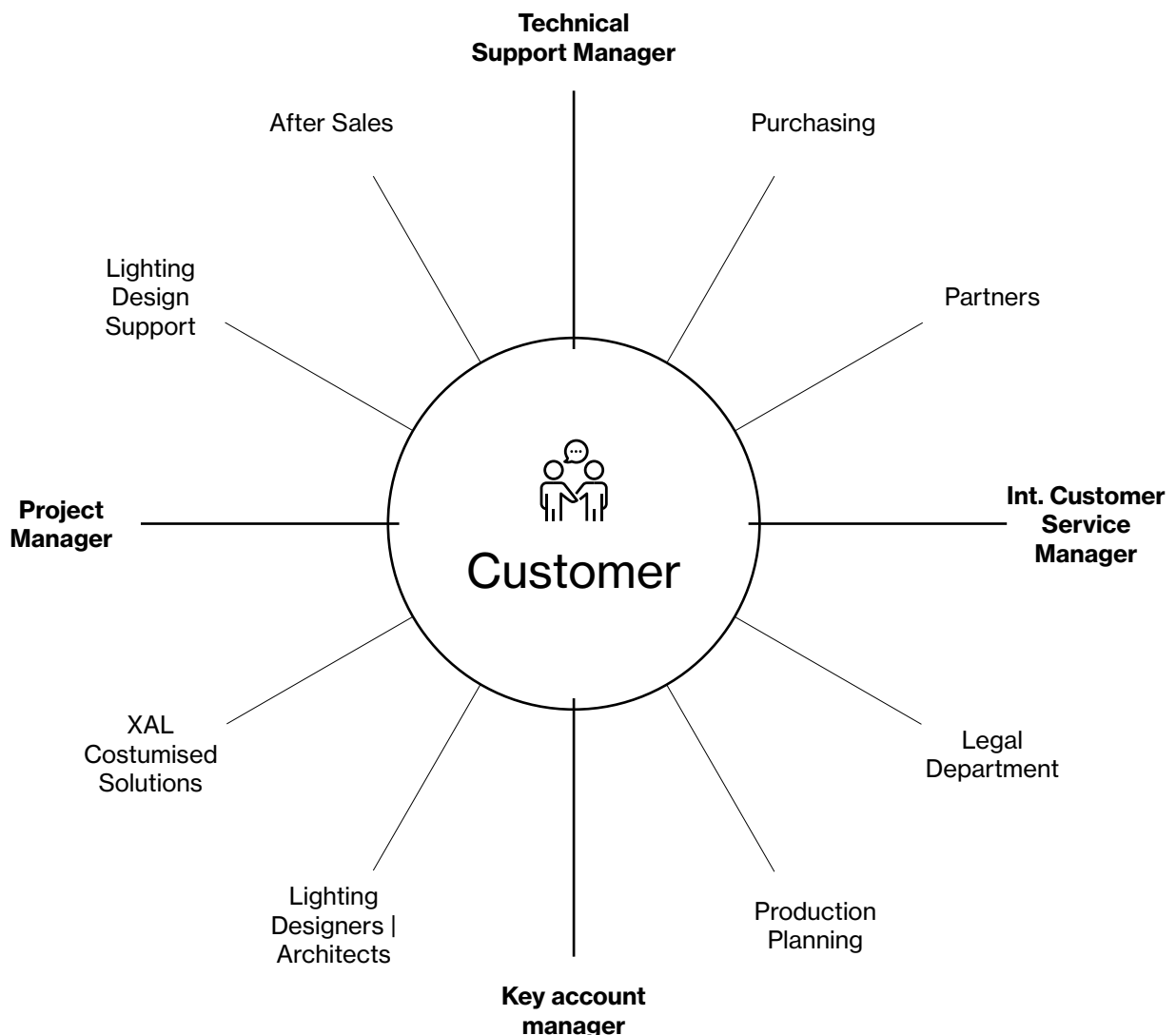
Nous nous efforçons chaque jour d'offrir à nos clients détaillants le meilleur service possible et le plus complet. Vos besoins internes et externes sont au centre de nos préoccupations.

## Chez nous, ce niveau de service se compose de quatre piliers principaux :

- Key account manager (Responsable des grands comptes)
- Project manager (Chef de projet)
- Technical support manager (Technicien d'éclairage)
- International customer service manager (Gestionnaire de commande)

Ils constituent l'interface entre le client et les services internes de XAL. Nous formons un réseau optimal avec nos services spécialisés, la production, l'équipe de conception d'éclairage ainsi qu'avec nos partenaires. Cela signifie que vous pouvez accéder à un ensemble complet de services dans le monde entier.

Nous nous occupons de toutes les demandes et nous nous engageons à réaliser vos souhaits individuels pour vos espaces de vente.



## Service de gestion de projet

Nous nous considérons comme une interface et un intermédiaire entre les clients, l'équipe de développement des magasins, les architectes, les concepteurs d'éclairage et les agences de magasins ainsi que nos services internes. Nous nous chargeons de mettre en œuvre efficacement les exigences spécifiques des projets. Dans le cadre de la gestion de projet, chaque phase du projet est accompagnée d'un dialogue étroit avec les clients et les partenaires sur place. Le contrôle des stocks fait également partie de nos attributions, afin de garantir la capacité de livraison et d'éviter les retards dans les projets. De plus, nous travaillons en étroite collaboration avec l'assistance technique

et le service clientèle afin que les projets qui sont menés en parallèle soient parfaitement coordonnés. Les chefs de projet XAL gardent une vue d'ensemble de toutes les phases du projet afin de garantir son bon déroulement et son achèvement dans les délais et dans le respect du budget. La longue expérience dans la collaboration transnationale avec tous les partenaires ainsi que le déroulement sans faille des projets sont des facteurs de réussite essentiels.

La base de ce service haut de gamme très complet est un processus d'amélioration interne continu qui garantit une qualité élevée et constante.



## Assistance au montage et maintenance

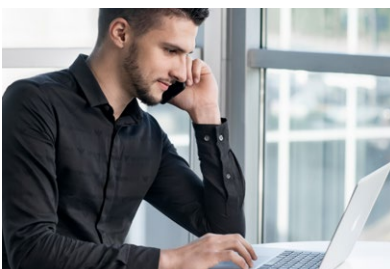


La pleine intensité lumineuse dès le premier instant. Nous nous chargeons du montage et de la mise en service de votre installation d'éclairage. Cela comprend l'installation et la programmation expertes de tous les luminaires, afin que vous puissiez immédiatement les gérer de manière centralisée. Si vous le souhaitez, nous pouvons également nous charger de la télémaintenance de votre installation. Nous proposons des rendez-vous de contrôle réguliers ou une solution tout compris avec un service d'urgence 24 heures sur 24. Pour les installations techniquement complexes, nous élaborons également des concepts de maintenance individuels. Les avantages résident dans la prévention des dommages indirects et de ce fait une prolongation au maximum de la durée de vie du produit.

## Service après-vente

Le Service après-vente XAL est le point de contact central et l'aide immédiate et rapide pour toutes les demandes concernant les produits livrés. Cette prestation de service internationale va du conseil pour le montage et la mise en service jusqu'à l'entretien courant en passant par l'assemblage. En présence d'influences internes ou externes sur le réseau électrique, XAL apporte son soutien en effectuant des mesures d'analyse du réseau.

Numéro d'appel du S.A.V. :  
+43 316.3170.9400  
Lu-Ve 07h00 - 20h00



## Assistance et planification de la conception d'éclairage

La planification d'une installation d'éclairage destinée à promouvoir les ventes est souvent une tâche complexe. Profitez de nos nombreuses années d'expérience avec les systèmes d'éclairage modernes et utilisez le service de planification d'éclairage XAL pour votre solution complète personnalisée. Nos planificateurs d'éclairage recherchent les tendances, les repensent et développent des concepts individuels à la pointe de la technique d'éclairage, toujours adaptés à vos exigences spécifiques en termes de taille de magasin, de design, d'identité de marque et de groupe ciblé. Pour ce faire, nous travaillons en collaboration avec des concepteurs d'éclairage, des architectes et des planificateurs internationaux, dans un effort constant pour rendre possibles des projets stimulants. Le respect du budget, des certifications et des normes fait également partie intégrante de la prestation de service. Vous pouvez être sûr de trouver en XAL un partenaire de projet dynamique et



fiable, capable de fournir des solutions de haut niveau, même dans des délais serrés. Nous travaillons avec des programmes de calcul d'éclairage de pointe qui nous permettent de proposer rapidement des solutions individualisées.

Nos experts vous présentent des exemples de planification sur mesure avec différentes variantes pour la mise en scène de la lumière, qui mettent en valeur vos produits de manière optimale sur le point de vente. En plus de cela, vous bénéficiez d'une offre de services complète. Nous vous accompagnons depuis le choix des luminaires jusqu'à la mise en service et la maintenance, en passant par le système de commande adapté. Vous pouvez compter sur nous.



# À propos de nous

## XAL-Groupe

L'histoire du succès de XAL a commencé il y a plus de 30 ans. Depuis, XAL collabore avec des concepteurs d'éclairage, des architectes et des planificateurs pour développer des luminaires personnalisés au plus haut niveau technique. Le groupe XAL, dont le siège social se trouve à Graz, emploie actuellement 1300 personnes dans le monde et compte 30 filiales internationales. Qu'il s'agisse de surfaces de vente au détail de marques de classe mondiale, de bureaux modernes, d'hôtels exclusifs, de restaurants ou de maisons privées, nous assistons nos clients dans la planification et la réalisation de leurs concepts d'éclairage dans le monde entier. Le groupe d'entreprises comprend également les marques Wever & Ducré pour les luminaires décoratifs et la marque scandinave Wästberg pour les luminaires design haut de gamme.



**XAL**

## WEVER & DUCRÉ

Wever & Ducré a été fondée au début des années 80 comme l'une des premières entreprises d'éclairage décoratif design au Benelux et fait partie du groupe XAL depuis 2011. Aujourd'hui, c'est une marque internationale qui exporte dans 60 pays à travers le monde. Afin d'être le plus proche possible de ses clients, l'équipe de vente internationale de Wever & Ducré est présente dans les principaux pays européens, au Moyen-Orient et en Asie.



**WEVER & DUCRÉ**  
LIGHTING

## Wästberg

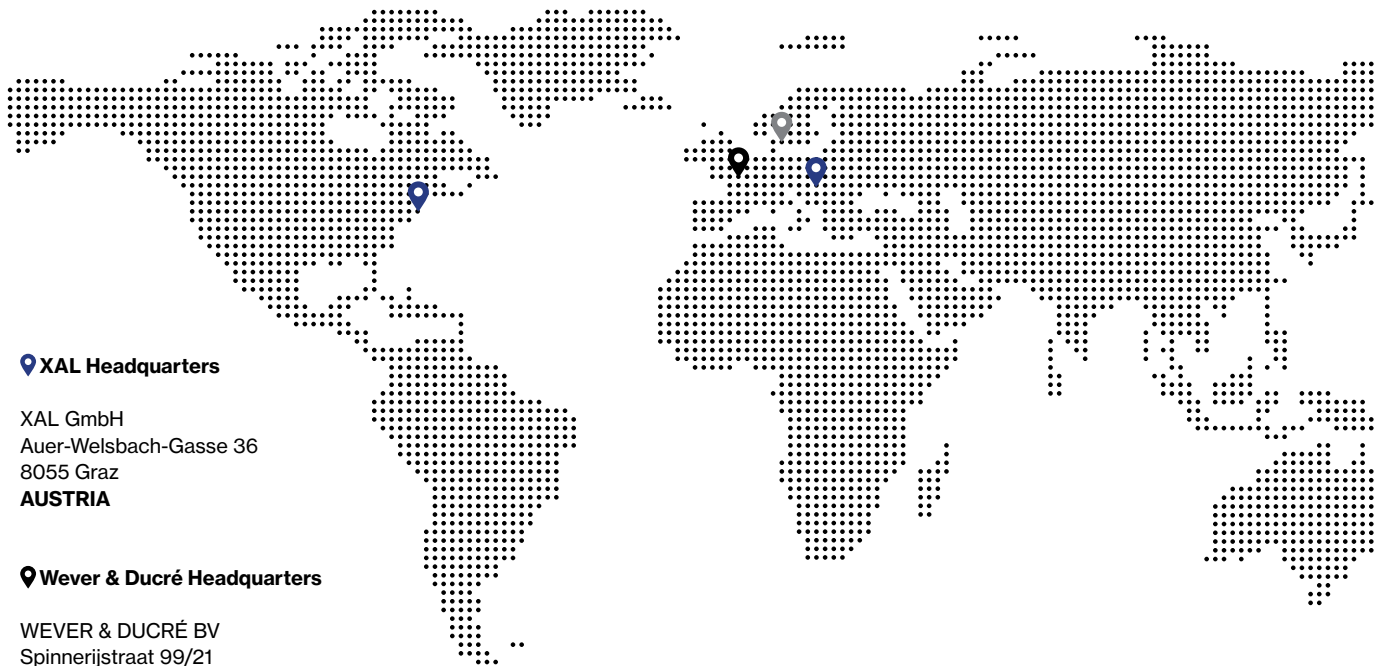
En étroite collaboration avec des architectes et des designers de premier plan, l'objectif de Wästberg est de créer du bien-être grâce à une lumière de qualité. Wästberg conçoit des éclairages motivés par la technologie, économiquement viables et respectueux de l'environnement. Un éclairage qui répond aux besoins physiques et émotionnels fondamentaux de l'être humain et qui s'adapte à ces besoins à mesure qu'ils évoluent et changent.



**wästberg**

# Autour du Monde

Nous sommes à votre disposition près de chez vous. Nos bureaux de vente internationaux nous permettent de travailler avec des planificateurs d'éclairage et des architectes du monde entier. Les échanges internationaux et la passion partagée pour la lumière ont forgé cette ouverture sur le monde qui caractérise le groupe XAL. Aujourd'hui, nous développons et produisons des luminaires innovants sur trois continents et fournissons nos clients dans le monde entier.



## 📍 XAL Headquarters

XAL GmbH  
Auer-Welsbach-Gasse 36  
8055 Graz  
**AUSTRIA**

## 📍 Wever & Ducré Headquarters

WEVER & DUCRÉ BV  
Spinnerijstraat 99/21  
8500 Kortrijk  
**BELGIUM**

## 📍 Wästberg Headquarters

Wästberg  
Muskötgatan 4  
254 66 Helsingborg  
**SWEDEN**



# Un extrait de notre liste de références

## **Boutiques de mode :**

Calvin Klein  
Golden Goose  
HUGO BOSS  
Jelmoli  
Mode von Feucht  
Kastner & Öhler  
Oberpollinger  
s.Oliver  
Tommy Hilfiger

## **Magasins spécialisés :**

ADAC Südbayern e.V.  
Bang & Olufsen  
Caran d'Ache  
Casagrande Luxury Lifestyle  
Coop Vitality  
John & Audrey  
MiSENSO  
Porsche  
Louis Vuitton  
Victorinox  
VITALIA Reformhaus

## **Montres et Bijoux :**

Audemars Piguet  
Breitling  
Bucherer  
Chopard  
IWC Schaffhausen  
Jaeger Le Coultre

## **Supermarchés :**

HOFER KG  
REWE International AG  
Sutterlüty

XAL GmbH  
**AUSTRIA**, Graz

XAL Finland Oy  
**FINLAND**, Helsinki

XAL Sarl  
**FRANCE**, Paris

XAL GmbH  
**GERMANY**, Munich

XAL India Pvt. Ltd.  
**INDIA**, Pune

XAL Srl  
**ITALY**, Bolzano

XAL B.V.  
**NETHERLANDS**, Amsterdam

XAL AS  
**NORWAY**, Oslo

XAL Sp. z.o.o.  
**POLAND**, Warsaw

XAL Eastern Europe k.s.  
**SLOVAKIA**, Bratislava


XAL Iluminación S.L.  
**SPAIN**, Barcelona

XAL AB  
**SWEDEN**, Stockholm

XAL Schweiz GmbH  
**SWITZERLAND**, Zurich

XAL Middle East DMCC  
**UNITED ARAB EMIRATES**, Dubai

XAL Ltd.  
**UNITED KINGDOM**, London

 XAL Inc.  
**USA**, New York

Tous les sites ici :  
**[xal.com/sites](https://xal.com/sites)**



## Conception entièrement personnalisée

Notre mission consiste à concevoir des projets et à les perfectionner en concertation avec les architectes et les planificateurs, afin de les rendre uniques.

Nous envisageons notre rôle comme celui d'un partenaire à votre service. De la planification de l'éclairage à la mise en service et à l'entretien, en passant par le bon choix du produit et de la commande, nous sommes à vos côtés dans toutes les phases de votre projet.

Parlons ensemble de votre projet : [gkam@xal.com](mailto:gkam@xal.com)

### **XAL Headquarters**

XAL GmbH  
Auer-Welsbach-Gasse 36  
8055 Graz

**AUSTRIA**  
T +43.316.3170  
[office@xal.com](mailto:office@xal.com)

Tous les sites ici :  
[xal.com/sites](http://xal.com/sites)

## Aperçu du photographe

dreiformstudio GmbH (Cover), Jens Pfisterer (p. 2 | 4 | 12 | 22-23 | 34 | 36 | 39 | 42-43 | 75), VEDDER.LICHTMANAGEMENT (p. 13), Nathalie Zimmermann Fotografie (p. 4), Z. Gataric Fotografie (p. 4 | 60-61 | 62-63 | 66 | 73 | 76), Elisabeth Mörz (p. 6 | 7 | 83), Paul Ott (p. 6 | 67), Joachim Grothus (p. 14-15 | 24-25 | 27 | 35), Oliver Rust (p. 16 | 28-29), Sébastien d'Halloy (p. 18-19) Kris Dekeijser (p. 21 | 38 | 52 | 56-57 | 58 | 59 | 72 | 84), blocher partners (p. 26), Mint Architecture (p. 29), Oberpollinger | The KaDeWe Group (p. 4 | 30-31), Licht Kunst Licht AG (p. 31), Huy Nguyen (p. 20 | 32 | 75), Obrist interior AG (p. 40), Porsche Vietnam (p. 44-45), Brigida González (p. 46), Bildschön GmbH (p. 48), Brem+Zehnder Innenarchitektur (p. 49), Christopher Busch (p. 50-51), Golden Goose (p. 54-55), Christian Kerber (p. 64 | 75), Dan Preston Studio (p. 68-69), Kurt Kuball (p. 70), Dirk Tacke (p. 82), Philipp Schuster (p. 84), 9.18 buro (p. 84), Stellan Herner (p. 84)

## Mentions légales

Les données de ce catalogue correspondent à la situation au moment de l'impression, elles ne sont pas contraignantes et ont uniquement un but informatif. XAL n'est pas responsable des écarts constatés entre un produit et ses images ou données. Nous nous réservons le droit d'apporter des modifications à nos produits à tout moment. Toutes les commandes sont prises conformément à nos conditions générales de vente et de livraison, que vous pouvez retrouver au [www.xal.com](http://www.xal.com), et dans leur version en vigueur.



