

Press Information

16 avril 2012

Réf. : 4033

Philips présente ses nouvelles solutions d'éclairage pour améliorer l'expérience d'achat du client

Francfort (Allemagne) – Au salon Light+Building 2012, Philips présente sa gamme de solutions d'éclairage destinées à générer des revenus supplémentaire pour les commerçants. En effet, Philips peut contribuer à améliorer l'expérience d'achat des clients en magasin et ainsi stimuler les ventes. Un éclairage innovant permet aux commerçants de mettre leurs produits idéalement en valeur et de créer une ambiance agréable et accueillante pour les clients.

Alors que les budgets des consommateurs s'amenuisent, les commerçants recherchent des solutions novatrices pour renforcer l'identité de leur marque et accueillir les clients en se démarquant de la concurrence. Étant donné l'essor du commerce en ligne, il s'avère de plus en plus important d'attirer le client et de lui faire vivre une expérience aussi unique qu'agréable.

Des études montrent que l'éclairage peut avoir un impact positif sur le comportement d'achat et l'augmentation des ventes. Par exemple, lors d'un test réalisé en partenariat avec le spécialiste mode néerlandais, Livera, l'éclairage d'un magasin a été entièrement repensé. Philips a été désigné pour équiper ce magasin de son concept d'éclairage flexible AmbiScene Fitting Room. Au cours de ce test, le point de vente a amélioré son chiffre de 15%. En effet, inspirés par les lieux, les clients étaient sous le charme du concept d'éclairage flexible des cabines d'essayage qui leur a permis de choisir les motifs de l'éclairage selon leurs préférences.

Philips a imaginé de nombreuses solutions pour l'éclairage des magasins de mode, d'alimentation ou plus généralistes. Le recours aux LED a repoussé les limites en termes de qualité de lumière et de design, tout en garantissant un excellent rendement grâce à une économie d'énergie maximale.

Un éclairage pour une expérience unique en magasin

Les clients se rendent dans les centres commerciaux tant pour leur dimension sociale et leur ambiance que pour y faire du shopping. La tendance fait progressivement converger lumière, son et vidéo, de sorte à créer une expérience unique pour le consommateur tout en le sensibilisant aux différentes marques.

Philips collabore avec des propriétaires de centres commerciaux pour élaborer des éclairages percutants qui inspirent les clients par le biais d'une **solution d'éclairage architectural créatif**. Qu'il s'agisse d'associer la lumière et la vidéo à l'entrée d'un magasin pour appâter l'acheteur, d'utiliser un éclairage qui attire le client vers certaines parties d'un commerce en le dirigeant vers les entrées ou des rayons importants, de transformer des façades tristes par une débauche de lumières colorées, ou de donner vie à des lieux de rencontre tels que les parcs ou les restaurants à l'aide de lumières et d'animations, nos solutions d'éclairage offrent une multitude de possibilités.

Par ailleurs, Philips présente sa solution **ChainDirector**, un dispositif de commande centralisé pour grands ensembles commerciaux polyvalents. Cette solution permet aux commerçants d'harmoniser l'intérieur de leur magasin tout en réalisant d'importantes économies sur le plan de l'énergie et de l'exploitation. Tout cela grâce à un suivi, une gestion et une optimisation à distance de la consommation énergétique du magasin, notamment de l'éclairage, la réfrigération, la ventilation, le chauffage, ou de tout autre dispositif similaire. Ces systèmes sont commandés au départ d'un seul site centralisé au moyen d'une interface conviviale à écran unique.

Innovations en matière d'éclairage LED

Les supermarchés exigent une lumière blanche de qualité pour souligner idéalement les produits et stimuler les achats. C'est pour eux que Philips a développé **ExactEffect** qui répartit précisément la lumière tout en économisant l'énergie. Un éclairage précis se traduit par une diminution de 25% du nombre de luminaires requis pour un espace donné, avec un rendement accru par rapport à l'éclairage traditionnel, ce qui porte l'économie d'énergie réalisée par de tels luminaires à 35%. Avec des ampoules d'une durée de vie de plus de 50.000 heures, les commerçants épargnent de surcroît sur les frais d'entretien. La qualité de la lumière ExactEffect permet de mettre les articles en valeur, par exemple en créant un effet de scintillement sur les bouteilles de vin.

Philips présente également le **Maxos LED Performer**, un nouveau système de commutation de l'éclairage qui permet de réaliser de substantielles économies d'énergie, tout en proposant une lumière agréable et non éblouissante. Les faisceaux d'une grande précision attirent l'attention sur les produits exposés en magasin. Maxos LED Performer s'inspire de l'actuel système Maxos de Philips : il peut donc être aisément installé et accepte facilement les LED.

StyliD Performance de Philips a révolutionné l'éclairage d'accentuation pour les supermarchés et les magasins de mode, en dépassant les performances des lampes à flux élevé. Cette solution d'accentuation par LED émet moins de chaleur et de rayons ultraviolets que l'éclairage conventionnel, et assure la longévité des produits tels que le cuir ou les cosmétiques.

Souligner les textures et les détails dans les magasins de mode

Pour un magasin de mode, faire ressortir les détails et les textures s'avère fondamental pour démontrer la qualité d'un article et souligner sa profondeur et sa richesse. Les créateurs de mode associent plusieurs textures complémentaires ou contrastées afin de concevoir des motifs uniques qui attirent le client. Au salon Light+Building 2012, Philips présente une vaste offre pour sa solution **PureDetail**, un éclairage LED révolutionnaire qui accroît la perception de tout ce qui est doux, soyeux, laineux ou tissé. Cela permet au client de ressentir un tissu rien qu'avec les yeux, d'intensifier l'attractivité du produit et de stimuler l'envie d'acheter.

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Sarah Facxin
PR Manager Lighting & Healthcare
Tél. : +32 2 525 80 78 (ne pas publier)
E-mail : sarah.facxin@philips.com

Philips Customer Care Center, tél. 070 700 036

À propos de Royal Philips Electronics

Royal Philips Electronics N.V. (NYSE : PHG, AEX : PHI) se pose comme une entreprise diversifiée, active dans les domaines « de la Santé et du Bien-être » et qui a pour but d'améliorer la qualité de vie des personnes par des innovations significatives. Philips est un

leader mondial dans les domaines des soins de santé, de la vie moderne et de l'éclairage ; l'entreprise intègre la technologie et le design dans des solutions qui sont axées sur les personnes, qui s'appuient sur une connaissance profonde des consommateurs et qui répondent à la promesse de la marque « sense and simplicity »/du sens et de la simplicité. Philips, dont le siège social se trouve aux Pays-Bas, emploie quelque 122.000 personnes actives dans les domaines de la vente et des services dans plus de 100 pays et a réalisé un chiffre d'affaires de 22,6 milliards d'euros en 2011. L'entreprise est leader sur les marchés des soins cardiologiques, des soins de médecine d'urgence et des soins de santé à domicile, des solutions d'éclairage économique et des nouvelles solutions d'éclairage, des produits de la vie moderne ; elle occupe une position de leader très forte dans les marchés des rasoirs électriques, des systèmes de divertissement portables et des soins dentaires. Vous trouverez plus de renseignements sur Philips via les liens suivants : www.philips.com/newscenter et www.philips.be