

Press Information

10 février 2014

Réf. : 4255

Des "signatures lumineuses" sur mesure permettent aux boutiques de mode d'assortir leur éclairage à l'identité de leur marque

- *Philips peut créer une nuance sur mesure de lumière blanche (signature lumineuse) assortie à l'identité et au positionnement de la marque de chaque commerce.*
- *La teinte de couleur de la lumière (plus chaude ou plus froide) peut créer une ambiance qui renforce l'identité d'une marque tout en fournissant le meilleur éclairage pour les produits.*

Düsseldorf (Allemagne) – Au cours de l'Euroshop (16-20 février 2014), Philips, le leader mondial de l'éclairage, présente une nouvelle solution d'éclairage LED qui fournit aux marques des signatures lumineuses sur mesure. Elles peuvent ainsi projeter l'image de leur marque et se différencier sur un marché où la concurrence est toujours plus acharnée.

L'éclairage personnalisé de Philips offre aux marques une liberté de choix totale dans le spectre lumineux entier, de façon à déterminer la signature lumineuse (ou la teinte de couleur) précise qui représente le mieux leur identité. Les marques souhaitent que leur éclairage intérieur se distingue pour véhiculer des messages spécifiques à leurs clients, qu'il s'agisse d'intimité, d'excellent rapport qualité-prix ou de luxe. La signature lumineuse fournit toujours la lumière idéale pour les produits : les blancs sont intenses et lumineux alors que les couleurs sont vives et riches.

"Des études réalisées par Philips ont examiné quelles sensations procurent différentes températures et teintes de couleurs. La lumière chaude dégage une impression d'ouverture et de confort, ce qui explique pourquoi la lumière d'une bougie (chaleureuse) est romantique. Dans le commerce, la lumière chaude se prête bien aux boutiques de luxe où le client prend le temps de se détendre et de passer l'assortiment en revue. La lumière froide procure une sensation d'efficacité et d'activité et se rencontre donc dans les signatures lumineuses des commerces de produits économiques, de proximité ou sportifs, où les clients veulent se sentir éveillés, explique Frank van Son, de Philips Lighting. Notre nouvelle solution d'éclairage personnalisée pour les commerces aide les marques à se différencier en créant une ambiance qui traduit leur individualité."

L'identité d'une marque est essentielle à une époque de concurrence acharnée et d'accroissement du shopping en ligne : les clients doivent pouvoir s'identifier instantanément avec leurs commerces favoris. Une boutique de mode de luxe, un magasin de vêtements économiques ou une boutique de lingerie au caractère plus intime se doivent de créer des ambiances différentes pour attirer leurs clients et les inciter à passer du temps dans le magasin et, en fin de compte, à y faire leurs achats.

Avec une signature lumineuse personnalisée, les magasins peuvent éclairer tous leurs produits dans des conditions optimales. Les clients voient tous les vêtements dans leurs véritables coloris, mais dans un environnement de marque qu'ils reconnaissent instantanément. Même si ces signatures lumineuses créent des ambiances bien différentes, elles fournissent toutes un éclairage idéal pour les produits, en laissant s'exprimer les blancs les plus intenses et les couleurs les plus vives.

Philips a étudié les préférences en termes de signature lumineuse de différents types de boutiques de mode, comme illustré ci-dessous :

- Une boutique de lingerie proposant des tissus riches, de la soie et de la dentelle souhaitera créer une ambiance sensuelle et intime, voire carrément sexy. Le décor est luxueux et l'éclairage doit le compléter et l'accentuer. La signature lumineuse sera chaleureuse, avec une teinte rosée et éventuellement rougeâtre, de façon à créer une ambiance sensuelle pour la clientèle.
- À l'autre extrémité du spectre, une boutique économique voudra créer une impression basique, minimaliste et nette, afin de dégager une impression de valeur et de simplicité, au moyen d'une lumière blanche froide. Cette signature lumineuse est également populaire dans les boutiques de vêtements professionnels ou de sport, où elle crée un environnement vif et actif.
- Une boutique de mode haut de gamme ou un magasin de jeans griffé désirera véhiculer une image de marque ambitieuse, cool et conviviale. Pour ce faire, la signature lumineuse emploiera un blanc chaleureux.

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Elke Moereels

PR Manager Lighting & Healthcare a.i.

Tél. : +32 2 525 80 78 (ne pas publier)

E-mail : elke.moereels@philips.com

A propos de Royal Philips :

Royal Philips (NYSE : PHG, AEX : PHIA) 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 dans les domaines des soins de santé, de la vie moderne et de l'éclairage. Philips, dont le siège social se trouve aux Pays-Bas, emploie quelque 115.000 personnes actives dans les domaines de la vente et des services dans plus de 100 pays et a réalisé un chiffre d'affaires de 23,3 milliards d'euros en 2013. 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 ainsi que dans le domaine des rasoirs électriques et des soins d'hygiène dentaire.

Vous trouverez plus de renseignements sur Philips via www.philips.com/newscenter.