

Information presse

9 mars 2017

Philips Lighting démontre qu'un éclairage coloré stimule le chiffre d'affaires des supermarchés

Le supermarché Globus en Allemagne a testé l'éclairage LED coloré et augmenté ses ventes de 6% et la fréquentation de sa zone promotionnelle de 15%

Suresnes, France – Philips Lighting (Euronext Amsterdam ticker: LIGHT), leader mondial de l'éclairage et Globus, un important distributeur agro-alimentaire en Allemagne, ont mesuré les effets positifs de l'éclairage dans une [étude](#) commune. En collaboration avec le Centre allemand de recherche sur l'intelligence artificielle DFKI¹ et EIT Digital², une série d'expériences a été menée au supermarché Globus à Sarrebruck, destinée à étudier l'impact de différentes combinaisons d'éclairage coloré sur les ventes et le comportement des clients. Le système d'éclairage [Philips StoreWise](#) a permis d'augmenter les ventes tout en permettant des économies d'énergie allant jusqu'à 75% par rapport à un éclairage conventionnel.

Les chercheurs ont passé deux mois à tester différentes ambiances d'éclairage dans la zone d'exposition promotionnelle de 180 m² du supermarché, équipée de Philips StoreWise et de l'éclairage LED de Philips Lighting. Trois réglages ont été mesurés : une nappe d'éclairage uniforme du magasin, un éclairage d'accentuation à base de projecteurs, et une combinaison de luminaires produisant une lumière couleur pastel.



L'étude a démontré que la combinaison la plus efficace pour attirer les consommateurs était celle des projecteurs de couleur pastel qui a permis une augmentation des ventes de 6%. La même combinaison de lumières colorées a également eu un impact dans la zone promotionnelle, sa fréquentation ayant augmenté de 15%. Lorsque l'éclairage conventionnel a été remplacé par des projecteurs seuls, la fréquentation a augmenté de 7%.

«L'ajout de couleurs pastel, destiné à mettre en évidence les produits, présente un fort potentiel pour l'industrie du commerce. Pour la première fois, la recherche démontre que l'éclairage peut influencer le comportement des consommateurs et stimuler le chiffre

¹ Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI)

² EIT Digital, European Institute of Innovation and Technology

d'affaires des magasins », a déclaré Gonneke Gros, Responsable Marché GSA GSB, Philips Lighting. «Avec de nouveaux systèmes d'éclairage comme Philips StoreWise, associé au système de géolocalisation intérieure par la lumière de Philips Lighting, nous offrons la possibilité aux distributeurs d'analyser leurs ventes et leur trafic au sein du magasin en temps réel, et d'ajuster les conditions d'éclairage pour optimiser leurs ventes. »

Les enseignes de la grande distribution utilisent traditionnellement un éclairage blanc uniforme. La recherche a prouvé que l'utilisation des 58 sources lumineuses dédiées à l'expérience avait permis de renforcer la perception de la couleur des produits. L'ajout de luminaires colorés donne plus de visibilité aux zones de promotions.

Norbert Scheller, directeur de magasin au supermarché Globus à Sarrebruck explique : « Les distributeurs doivent créer un environnement multi-sensoriel et un effet « wow » dans leurs magasins s'ils veulent se différencier de la concurrence. En travaillant avec Philips Lighting, nous avons réalisé à quel point l'éclairage était un critère important dans le parcours d'achat des consommateurs et un atout incontournable pour guider nos clients vers les zones promotionnelles de nos magasins. »

Cette nouvelle étude réaffirme les précédents résultats des recherches de Philips Lighting, visant à démontrer que l'utilisation de couleurs pastel au sein des enseignes apporte confort et bien être aux clients.

Notes

L'étude a été réalisée au supermarché Globus à Sarrebruck, en Allemagne, en collaboration avec le Centre allemand de recherche sur l'intelligence artificielle (DFKI) et l'Institut européen d'innovation et de technologie (EIT).

Pendant deux mois, différentes combinaisons d'éclairage ont été testées dans la zone promotionnelle de 180 m² du magasin. 300 caddies et plusieurs capteurs, installés dans le plafond, ont été utilisés pour enregistrer le nombre de visiteurs et le temps passé dans cette zone par rapport au reste du magasin. Les données ont également été analysées en fonction du chiffre d'affaires de l'enseigne, par l'étude du nombre de produits achetés dans la zone promotionnelle éclairée.

Philips StoreWise est un système d'éclairage intuitif pour les distributeurs, utilisé en combinaison avec l'éclairage LED de Philips Lighting. Chaque point lumineux de ce système d'éclairage peut être contrôlé indépendamment via l'application Web Philips StoreWise et être réglé individuellement en fonction de la couleur, de la luminosité et de la saturation de la zone d'éclairage. Cela a permis aux gestionnaires de magasin d'affiner les combinaisons d'éclairage via un smartphone, une tablette ou un ordinateur en fonction de leurs besoins.

Trois combinaisons d'éclairage ont été appliquées: (1) un éclairage uniforme pour imiter l'éclairage régulier (ligne de base pour la recherche), (2) des projecteurs pour éclairer et mettre en avant les promotions par un jeu de lumière et d'ombre, (3) Et de jouer à l'humeur des acheteurs.

Suite à cette expérience réussie, le supermarché Globus a décidé de pérenniser l'installation Philips StoreWise et l'éclairage LED dans son magasin de Sarrebruck.

Pour de plus amples renseignements, veuillez contacter :

Agence Ketchum

Aurélie Chambon & Laure de Chastellux au 01 53 32 56 88 - 01 53 32 55 78

aurelie.chambon@ketchum.fr - laure.dechastellux@ketchum.fr Retrouvez également Philips sur Twitter : @PhilipsLightFR

À propos de Philips Lighting

Philips Lighting (Euronext Amsterdam ticker : LIGHT) est le leader des solutions, des plateformes et services dans le domaine de l'éclairage en France et dans le monde. Fort de son expertise et de sa maîtrise technologique et digitale, Philips Lighting conçoit, développe et fabrique des produits et des plateformes innovants destinés à améliorer le confort et les conditions de vie des personnes, en offrant de nouvelles expériences lumineuses dans un environnement intelligent. Présent sur les marchés professionnel et résidentiel, Philips Lighting est l'un des acteurs majeurs de internet des objets et de la lumière connectée, et transforme l'éclairage des foyers, des bureaux, des commerces et des villes. En 2016, Philips Lighting a réalisé un chiffre d'affaire de 7.1 milliards d'euros, et emploie 34 000 personnes dans plus de 70 pays.

Des informations publiées par Philips Lighting sont disponibles à l'adresse suivante : <http://www.newsroom.lighting.philips.com>