

## Information Presse

18-04-2012

### Inauguration du premier supermarché 100% leds à Saclay

**Paris, France** – Hier à Saclay (91), Philips et Simply Market ont inauguré le premier supermarché entièrement éclairé de LED et permettant des économies d'énergie de l'ordre de 60%.

La création d'une ambiance détendue dans un magasin permet de transformer l'acte d'achat en expérience hédoniste à laquelle l'éclairage contribue largement. Le chaland est ainsi amené à rester plus longtemps dans les linéaires, et est susceptible de faire des achats plus importants.

C'est en ce sens que **Philips Lighting, partenaire de Simply Market**, a pensé la mise en lumière de ce nouveau magasin : un juste équilibre entre éclairage naturel et artificiel afin de lier bien-être et enjeux environnementaux. Les LED constituent la technologie la plus efficace pour parvenir à une excellente cohérence des couleurs, un éclairage plus uniforme et à la réduction de l'éblouissement. Véritables systèmes intelligents, elles permettent de **diriger la juste lumière, au bon endroit et au bon moment**.

C'est ainsi que, pour la première fois en France, un supermarché est entièrement éclairé en leds. Le Simply Market de Saclay est empreint de cette technologie de la surface de ventes en passant par l'éclairage extérieur, les parkings aériens et en sous-sol et leurs accès.

### Une réponse à la politique développement durable de Simply Market Saclay

La lumière naturelle est au cœur du projet. Elle provient essentiellement des versants vitrés de la toiture et des vitrines qui courent tout au long de la façade. Ainsi à Saclay, l'éclairage artificiel a été traité comme appoint de la lumière naturelle. La lumière artificielle apportée a pour but de limiter l'éclairage inutile et de s'adapter à l'intensité de la lumière naturelle afin d'optimiser la consommation énergétique.

**Le système de gestion Dynalite de Philips pilote l'éclairage artificiel et génère 20% d'économies d'énergie.** Il est géré de manière centralisée, adaptant automatiquement l'intensité de l'éclairage selon l'ensoleillement et la luminosité extérieure. En plus d'une maintenance plus espacée (divisée par 3 par rapport à une version fluorescente), **l'économie d'énergie totale générée est de l'ordre de 60%.**

Par ailleurs, les LED nécessitent peu de maintenance tout en présentant une longue durée de vie, multipliée par 3 par rapport aux versions fluorescentes. Elles n'émettent aucune chaleur, limitant ainsi le recours à l'air conditionné et, par conséquent, la consommation énergétique.

Enfin, les alternatives LED aux lampes fluorescentes ne contiennent ni mercure ni plomb, ce qui se traduit par une réduction des émissions de CO<sub>2</sub> et sont conçues pour être facilement recyclables.

### Les leds, concentrés de technologies intelligentes

Les systèmes utilisant les sources LED sont intelligents à plusieurs égards et réduisent sensiblement les coûts d'exploitation.

Ces sources dirigent leur lumière blanche étincelante sur les produits à mettre en valeur ; elles rendent les couleurs plus intenses de manière naturelle et renforcent l'image de fraîcheur, sans produire ni chaleur ni UV susceptibles de dégrader la qualité ou de décolorer les produits frais. Elles assurent partout des zones correctement éclairées et sans ombre.

La lumière est orientée exactement vers la zone requise, grâce à un système de gestion numériquement centralisé qui permet de s'adapter à toute modification de la disposition du magasin.

### Un éclairage optimisé pour chaque zone du supermarché

Ainsi, les technologies LED permettent d'adapter l'éclairage à la surface ou au produit éclairé. Un supermarché étant divisé en différentes zones spécifiques et les LED permettant une combinaison infinie de couleurs et d'intensité, l'éclairage du magasin est adapté à chacune d'entre elles, pour combiner mise en valeur des produits au bien-être des usagers.

Le savoir-faire de Philips Eclairage, grâce à sa Recherche et développement (plus de 800 brevets concernant la technologie LED), permet d'obtenir une parfaite homogénéité de la teinte de lumière et du rendu des couleurs, quelques soient les produits d'éclairage utilisés et sa date de production.

- **Les produits frais :** Les légumes verts ou les fruits aux couleurs vives présentent toujours un attrait particulier pour les clients. Leur fraîcheur témoigne du soin apporté par le supermarché à la qualité de ses produits. Une lumière blanche étincelante est donc mise en place, afin de rendre leurs couleurs plus intenses.
- **Les meubles froids :** Le système d'optiques original Philips empêche la source de lumière d'être directement visible, réduisant ainsi l'éblouissement. Et puisqu'elles dégagent moins de chaleur rayonnante, le gaspillage d'énergie en zone froide est d'autant plus limité avec des énergies qui peuvent atteindre 80%.
- **La zone produits secs :** La solution Philips retenue, MAXOS LED, oriente la lumière exactement vers la zone requise, créant un éclairage vertical élevé et augmentant la visibilité des produits sur vos rayons. Ce sont véritablement les linéaires qui sont mis en valeur et non pas les allées. La flexibilité totale du système permet d'adapter l'éclairage à toute modification apportée au rayonnage. L'économie d'énergie générée sur cette zone est de 40%.

- **Les caisses** : Elles ont été pensées afin d'apporter un éclairage clair et sans ombre afin de permettre aux clients distinguer clairement les informations relatives aux prix des produits. Les clients doivent à leur tour pouvoir bénéficier d'un éclairage adéquat pour vérifier leur facture et effectuer leur paiement en liquide ou par carte.
- **Parking couvert et non couvert** : Ce sont des zones qui ne peuvent être négligées, dans la mesure où elles correspondent au premier et dernier contact de la clientèle avec son supermarché. Les parkings doivent procurer un sentiment de sécurité tout en étant accueillants; ils constituent un repère, qui guident les clients vers la zone commerciale. C'est en ce sens que les LED Philips ont été mises en place, dans des tons aux lumières chaudes. Les économies générées sur les parkings sont de 30% en extérieur et de 50% pour les parkings couverts, avec une maintenance divisée par 3.
- **L'extérieur** : À l'extérieur, une fois la nuit tombée, la lumière LED blanche permet un meilleur rendu des couleurs. Elle augmente le niveau de luminosité perçu, et permet ainsi de mieux distinguer les objets, les couleurs, les formes et les gens. Les visages sont plus faciles à reconnaître, même de loin, et le sentiment de sécurité des clients à l'extérieur du magasin s'en trouve accru. Les économies d'énergie générées par rapport à une solution conventionnelle est de 50% avec une maintenance divisée par 7.

#### L'éclairage du Simply Market de Saclay en quelques chiffres :

- Plus de **300 000 LED** (composant électronique)
- Economie d'énergie globale de près de **60%**
- Réduction des coûts d'exploitation avec une maintenance **divisée par 3**
- Gestion de la **lumière naturelle**.
- Pas d'émission **d'infrarouge ni ultraviolet**
- Pas d'émissions **de chaleur**
- Produits conçus pour être totalement **recyclés**.

#### Pour plus d'informations, merci de contacter :

Béatrice Cassagnol / Emilie Molinier-Ravage

Fleishman-Hillard pour Philips

01 47 42 90 18 / 01 70 69 04 15

[cassignb@fleishmaneuropa.com](mailto:cassignb@fleishmaneuropa.com) / [moliniee@fleishmaneuropa.com](mailto:moliniee@fleishmaneuropa.com)

### **A propos de Royal Philips Electronics**

Royal Philips Electronics (NYSE : PHG, AEX : PHI), Pays-Bas, est une entreprise dédiée à la santé et au bien-être visant à améliorer la vie des personnes grâce à des produits et services innovants. Leader mondial dans les domaines de la santé, de l'éclairage et du style de vie, Philips intègre technologie et design à ses solutions centrées autour de l'utilisateur, fondées sur les attentes des consommateurs et sa promesse « sens et simplicité ». Basé aux Pays-Bas, Philips emploie 122.000 salariés et commercialise ses produits et services dans plus de 100 pays dans le monde. Avec un chiffre d'affaires de 22,6 milliards d'euros en 2011, l'entreprise occupe des positions de leader sur les marchés des soins du cœur, des soins de précision et de santé à domicile, des systèmes d'éclairage à économie d'énergie Grand Public et Professionnels et des solutions pour le bien-être et le confort des individus, plus précisément en écrans plats, rasoirs et tondeuses pour homme, produits de divertissement nomades et produits d'hygiène bucco-dentaire.

Les informations sur Philips sont disponibles sur :

[www.philips.fr/presse](http://www.philips.fr/presse)

[www.philips.com/newscenter](http://www.philips.com/newscenter)