

## Info Presse

mars 2017

Une première à l'expo EuroShop à Düsseldorf

### **Une nouvelle expérience d'achats chez Edeka Paschmann L'éclairage Philips LED s'adjoint de la technologie de positionnement en intérieur**

**Düsseldorf, Allemagne** – Un magasin EDEKA situé à Düsseldorf-Bilk réalise la première installation dans un supermarché en Allemagne d'un système d'éclairage LED de Philips Lighting, capable de faire bien davantage qu'éclairer les allées et les rayons. En effet, c'est la première installation en Allemagne à adopter le système de positionnement Philips basé sur la lumière (Indoor Positioning System, IPS). Ce système aide le client via son Smartphone et une app à naviguer dans la surface de vente de 2'400m<sup>2</sup> vers l'article recherché. L'app sert aussi à communiquer des informations sur l'assortiment et les promotions actuelles au client sur son Smartphone.

Pour permettre la navigation à l'aide de la lumière il a fallu remplacer l'installation d'éclairage fluorescente du magasin par un système LED, et de développer une app sur mesure. D'autres investissements en matériel n'étaient pas nécessaires.

Conceptuellement, le système StoreWise de Philips Lighting est à la pointe de la technologie d'éclairage LED. Ce concept novateur prévoit le développement de réalisations en éclairage sur mesure, répondant entre autres aux exigences particuliers d'exploitants de magasins en matière de soutien convivial par la lumière des promotions et autres activités de vente. Dans l'installation EDEKA les allées et rayonnages sont éclairés par 146 luminaires Maxos LED Non-Linear et pour la première fois, s'agissant de la navigation, des projecteurs StyliD-LED et des downlights LuxSpace-Accent LED sont intégrés à l'installation.

#### **Guidé par la lumière**

L'assortiment du magasin EDEKA Paschmann à Düsseldorf comprend environ 45'000 articles. C'est guère étonnant que même les collaborateurs n'ont pas toujours tous les articles et leur position dans le magasin en mémoire. On imagine facilement le problème pour le client! Désormais le système d'éclairage LED intelligent connecté en réseau Philips se charge de l'orientation dans les locaux et exploite les luminaires LED à des fins de navigation locale et de transmission d'informations. Par l'intermédiaire de son Smartphone et une app contenant des données sur les allées, les rayonnages et les marchandises, le client est guidé personnellement à travers le magasin vers les articles de son choix.

Derrière la solution de navigation se trouvent les propriétés de la lumière des luminaires LED installés. Un code est alloué à chaque luminaire et indique sa position précise dans le magasin. La lumière codée est visible pour le caméra du SmartPhone mais invisible pour l'œil humain. De manière similaire à celle d'un système de navigation GPS l'app peut, à partir des signaux reçus, localiser la position du SmartPhone à 30 cm près.

L'app pour la navigation dans le supermarché est un développement de Favendo SA de Bamberg, Allemagne. L'entreprise est bien connue pour ses systèmes de navigation intérieur sans fil et pour l'application EDEKA elle intégrant pour la première fois les signaux de lumière codée du Philips Visible Light Communication dans la structure de l'app. Favendo atteint une précision de 30 cm dans la localisation, ce qui répond parfaitement aux exigences particulières des magasins de distribution au détail de produits alimentaires.

### **Faire ses achats ,relax'**

'L'IPS s'occupe de l'orientation et offre un réel plus-value au détaillant comme au consommateur' déclarait Falk W. Paschmann propriétaire du supermarché en expliquant sa décision en faveur de la nouvelle technique. 'C'est précisément dans des magasins à grandes surfaces que ce système est un modèle pour l'avenir. Ce qui nous a convaincu, c'est que le système nous livre des informations qui peuvent être traduites en instructions au personnel de vente ou utilisées dans les décisions stratégiques. Et il n'y a pas que les jeunes rompus aux technologies modernes que nous visons comme clients qui en profitent. Même les clients sans SmartPhone en tirent des avantages. Notre personnel de vente peut les aider plus rapidement et avec plus de fiabilité à retrouver l'article convoité. Et le réapprovisionnement des rayons est simplifié par le système de navigation'.

Monsieur Paschmann ne craint pas une diminution des achats spontanés en raison du meilleur ciblage des articles recherchés. Au contraire, 'Un client qui sait où il doit aller, est beaucoup plus détendu qu'un client qui doit chercher, et il peut prendre le temps de regarder les rayons' dit-il. Kim-Van Blessin, Enduser Marketing Retail chez Philips Lighting, souligne l'effet positif du service supplémentaire sur la satisfaction des clients. 'Notre système d'éclairage en réseau transforme les achats en une expérience interactive. De plus, elle offre la chance au détaillant de se démarquer de ses concurrents et d'augmenter la fidélité de ses clients par de nouvelles prestations de service à plus-value.'

### **Plus-values pour acheteurs et exploitants**

Indoor Navigation ouvre la voie à des options pour d'autres applications. Les responsables de magasins peuvent exploiter les informations sur la fréquentation des différents secteurs pour optimiser la disposition des rayonnages et leur contenu, ou pour récolter des idées sur une amélioration possible de la présentation d'un secteur. On pourrait imaginer de proposer d'autres articles aux clients en fonction de leurs demandes d'orientation, ou de formuler des menus permettant aux clients d'aller directement vers leur sélection d'articles. Monsieur Paschmann voit à l'avenir pouvoir tirer des avantages importants de l'intégration des données IPS au système de gestion des marchandises. 'Mais d'abord il s'agit de vivre nos expériences et de démontrer la fonctionnalité complète de ce projet-pilote. Nous sommes au début d'une courbe d'apprentissage et espérons que beaucoup de clients sauront apprécier le plus-value que nous offrons'.

## A l'attention de la rédaction

### **Le système de positionnement intérieur IPS renforce l'expérience d'achat et augmente les ventes**

Des études<sup>1</sup> conduites en 2015 indiquaient que déjà 68% des clients étaient disposés de se servir de leurs Smartphone pour chercher un article ou pour obtenir des informations sur un produit lors de leurs achats. Et que la distribution de coupons à proximité des rayonnages pour donner plus d'information aux clients sur le point de vente gagnait en importance.

Indoor Positioning peut soutenir plusieurs prestations basées sur la localisation qui transforment la corvée des achats en une expérience interactive, personnalisée et plus divertissante. En plus de la simple navigation dans le magasin, le client bénéficie de la localisation de l'article recherché et des bons de rabais personnels ou des notifications sur des articles alternatifs. Les détaillants peuvent proposer une expérience personnalisée d'achats qui augmente la satisfaction du client, renforce sa fidélité envers une marque et enfin, augmente le chiffre d'affaires.

De plus, IPS peut augmenter l'efficacité des collaborateurs, La nouvelle technique les aide à retrouver plus facilement les articles ou leur informe lorsqu'une gondole doit être réapprovisionnée. La communication des données de localisation via le SmartPhone fonctionne même lorsque le niveau d'éclairage est réduit.

### **Sphère privée protégée**

Philips Indoor Positioning System, système breveté, ne lit aucune information sur le Smartphone du client et aucune donnée n'est saisie ou enregistrée par le système d'éclairage. Chaque luminaire transmet des données digitales à l'aide de la technologie VLC (Visible Light Communication) en une seule et unique direction, soit vers l'appareil photo du Smartphone. Les données sont invisibles pour l'œil humain. Le client opte pour la prestation en téléchargeant l'app du magasin. L'information codée sur la localisation de l'utilisateur de l'app servent à présenter des prestations en fonction de la position. L'acheteur peut débrancher l'app à tout moment.

Plus d'information sur le système IPS sous: [www.philips.com/indoorpositioning](http://www.philips.com/indoorpositioning)

### **Plus d'informations pour journalistes:**

Porte-parole Philips Lighting Suisse

Charlotte Loyal

Tél : +41 (0) 79 584 0083

E-Mail : [charlotte.loyal@philips.com](mailto:charlotte.loyal@philips.com)

### **A propos de Philips Lighting**

Philips Lighting (Euronext Amsterdam: LIGHT) leader mondial dans le secteur de l'éclairage est une entreprise active dans la fourniture de produits, systèmes et services. L'entreprise allie

---

<sup>1</sup> Marktbericht GSMA 2015 „Die mobile Wirtschaft“

ses connaissances des effets positifs de la lumière sur l'homme à ses vastes compétences technologiques pour créer des systèmes innovants d'éclairage digital. Ceux-ci ouvrent de nouveaux secteurs d'application et d'affaires, débouchant sur des effets d'éclairage fascinants et contribuent à améliorer la vie de l'homme. Tant aux utilisateurs professionnels qu'aux ménages, Philips Lighting fournit plus d'éclairages LED à haute efficacité énergétique que n'importe quelle autre entreprise. Fournisseur de pointe de systèmes en réseau et de prestations de service professionnelles, elle exploite l'Internet des Objets pour transformer le simple éclairage en un monde connecté - dans l'habitation, les bâtiments et l'espace urbain. En 2016, Philips Lighting avec un effectif mondial de 34'000 collaborateurs dans plus de 70

pays, a réalisé un chiffre d'affaires de 7,1 milliards d'euros. Philips Lighting annonce ses nouveautés sur [www.philips.ch/a-w/about/news.html](http://www.philips.ch/a-w/about/news.html).