

Info Presse

mars 2017

Philips Lighting révèle le secret du comportement des acheteurs

L'éclairage LED de couleur augmente les ventes

Les résultats d'un projet-pilote conduit dans un supermarché Globus à Saarbruck affirment une augmentation des ventes de presque 8% et une progression de 15% de la fréquentation dans la zone promotionnelle après l'installation d'une éclairage LED de couleur.

Düsseldorf, Allemagne – Philips Lighting et Globus, un détaillant alimentaire important sarrois, ont mesuré l'effet positif de l'éclairage dans un projet-pilote de recherche conjoint. En collaboration avec le Centre allemand pour l'intelligence artificiel ([DFKI](#)) une série de recherches à été conduite dans un supermarché Globus à Saarbruck pour déterminer l'effet sur le comportement des clients et des ventes de différentes combinaisons de lumière de couleur. Les résultats démontrent que l'emploi d'Uplights de couleur, ensemble avec le concept d'éclairage de magasins Philips StoreWise, a contribué à une augmentation des ventes et en même temps a apporté une économie d'énergie de l'ordre de 75% par rapport à des éclairages conventionnels.

Pendant deux mois les chercheurs essayaient différentes conditions d'éclairage dans un secteur de 180m² du magasin dédié aux promotions et équipé de [Philips StoreWise](#) et d'un système d'éclairage LED. Les effets de trois scénarios d'éclairage - éclairage uniforme par plafonniers, projecteurs standards et une combinaison de projecteurs et Uplights avec lumière dans des tons pastel - étaient à la base des essais.

Les études ont démontré que l'éclairage fourni par une combinaison de projecteurs et de Uplights en couleurs pastel obtenait la préférence des acheteurs – et les ventes de la zone ‚promotions‘ ont augmenté de huit pourcent. La même combinaison d'éclairage avec une lumière de couleur a eu pour effet que les clients se sont attardés plus longtemps dans le secteur et que la fréquentation s'est augmenté de 15% par rapport à celle d'un secteur éclairé de manière conventionnelle. Au cas où l'éclairage conventionnel était entièrement remplacé par des projecteurs la fréquentation augmentait de 7% mais les ventes de seulement 2.6%.

„Avoir recours à des couleurs pastel pâles pour mettre en valeur certains articles donne certainement de nouvelles impulsions aux ventes. L'étude démontre pour la première fois que différentes conditions d'éclairage influencent le comportement d'achat et peuvent apporter

une augmentation des ventes“ déclarait Gonneke Gros, Responsable Food and Large Retail, Philips Lighting. „Avec de nouveaux systèmes d’éclairage comme Philips StoreWise et le système de navigation pour l’intérieur de Philips le détaillant peut analyser en temps réel les données des ventes et de la fréquentation de son magasin et faire modifier automatiquement l’ambiance lumineuse de ses locaux pour optimiser les ventes“

Traditionnellement, les magasins de vente au détail ont presque toujours un éclairage blanc réalisé par des plafonniers ou luminaires encastrés. Les résultats des études ont démontré que les 58 projecteurs employés pour les recherches mettaient la marchandise mieux en valeur par l’augmentation des contrastes. Et l’addition de Uplights avec une lumière de couleur permettait de faire ressortir visuellement les articles de leur environnement immédiat en les rendant davantage visible, même de loin.

Norbert Scheller, responsable du supermarché Globus à Saarbruck, explique: „En tant que détaillants nous devons continuellement rechercher à créer un environnement d’achat multisensoriel et un effet Waouh! afin de nous démarquer de nos concurrents. La collaboration avec Philips Lighting nous a fait reconnaître l’importance capitale et tout le potentiel de l’éclairage. Nous pouvons attirer nos clients vers les secteurs promotionnels et leur aborder d’une manière toute nouvelle.“

A l’attention de la rédaction

L’étude dans le supermarché Globus à Saarbruck était conduite en collaboration avec le Centre allemand pour l’intelligence artificielle ([DFKI](#)) et financé par l’Institut européen d’innovation et de technologie (EIT). Les conditions d’éclairage sur une surface de vente de 180m² étaient évaluées pendant une période de 2 mois. Des sensors montés au plafond et dans 300 chariots mesuraient la fréquentation et le temps passé par les clients dans la zone par comparaison avec le reste du magasin. Ces données étaient comparées au chiffre d’affaires afin de déterminer si l’éclairage spécial de la zone avait un effet sur le nombre d’articles vendus dans ce secteur.

Pour les études il a été employé un système d’éclairage intuitif pour les magasins de détail [Philips StoreWise](#), connecté à des appareils à sources LED. Chaque appareil d’éclairage était géré par l’intermédiaire du Philips StoreWise WebApp et sa couleur, son flux lumineux et la saturation de sa couleur commandés individuellement. Le gérant du magasin pouvait optimiser les conditions d’éclairage à tout moment par l’intermédiaire d’un Smartphone, une tablette ou un PC. Trois scénarios ont fait l’objet des recherches: 1) éclairage uniforme, afin de simuler l’éclairage habituel (Base de départ de l’étude), 2) projecteurs pour souligner les actions promotionnelles par la création d’accents lumineux et d’ombres, 3) Uplights avec des teintes colorées pâles pour créer une atmosphère spéciale susceptible de modifier l’humeur des acheteurs. A la suite des études, Globus a pris la décision d’installer Philips StoreWise et un éclairage LED partout dans la filiale de Saarbruck.

Plus d'informations pour journalistes:

Porte-parole Philips Lighting Suisse

Charlotte Loyal

Tél : +41 (0) 79 584 0083

E-Mail : 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 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.