

esprit client

La boîte à outils >

>> FICHE OUTIL COMMERCE - N°21

*Un éclairage
efficace :
consommer -
attirer + !*

LE CONSEIL DU PRO

Moderniser votre éclairage peut
vous permettre de réduire votre dépense
énergétique par 2!

WWW.CCIMP.COM/ESPRIT-CLIENT



Un éclairage efficace

CONSOMMER MOINS ET ATTIRER PLUS DE CLIENTS !



POURQUOI ?

1. Pour réduire votre facture d'électricité

- Car l'éclairage représente entre **25 et 50% de la facture électrique** des commerces.
- Un éclairage efficace vous permet aussi de réaliser des économies sur les frais de maintenance.

2. Pour augmenter votre chiffre d'affaire

- **L'éclairage influence le comportement du consommateur et permet de dynamiser votre point de vente. Il va vous permettre :**
 - . De créer une ambiance. Les clients auront davantage envie d'entrer si la vitrine est attractive. Cela augmentera le temps d'arrêt du passant.
 - . De mettre en valeur vos produits
 - . D'inciter l'acheteur à dépenser plus et à passer plus de temps dans le magasin.

BON À SAVOIR



- Le temps passé devant une vitrine mal éclairée pour un passant est en moyenne de 7 secondes, ce temps passe à 24 secondes quand l'éclairage est bon, soit **3 fois plus de chances d'entrer**.
- La photosensibilité est très répandue : 3 femmes sur 5 contre 2 hommes sur 5 disent ne pas rester dans un espace lorsque la lumière les agresse.
- Un client qui reste 5 minutes de plus dans un point de vente, **c'est augmenter de 70% les chances qu'il consomme !**

LES QUESTIONS A SE POSER POUR UN ECLAIRAGE EFFICACE

A L'INTÉRIEUR DE VOTRE POINT DE VENTE

1. Votre éclairage correspond-il à votre marque, à son positionnement?
2. Avez-vous remarqué des gênes pour les clients du type ombres lorsque le client s'approche du produit ?
3. Avez-vous l'impression que la couleur de vos produits, affiches... est dénaturée par la lumière ?

4. Avez-vous choisi l'indice de rendu des couleurs de vos ampoules ?
(L'IRC, indice de rendu des couleurs doit mettre en valeur vos produits en fonction du type de commerce, pour un magasin de vêtement par exemple, l'indice doit être supérieur à 90 afin que les clients n'aient pas de mauvaises surprises quant à la couleur des habits achetés).
5. Vous arrive-t-il en levant la tête d'être ébloui par des ampoules ?
6. Avez-vous mis en avant vos produits phares et promotions grâce à des zones d'éclairage faibles et des zones d'accentuation ?
7. Avez-vous pensé à ne pas chauffer inutilement la surface de vente afin de ne pas incommoder vos clients ?

A L'EXTÉRIEUR DE VOTRE POINT DE VENTE

De préférence en pleine journée (15h), sortez de votre point de vente, éloignez-vous à environ 5 mètres de votre vitrine et

8. Voyez-vous clairement les produits de votre vitrine ?
9. Voyez-vous l'intérieur du magasin jusqu'au mur du fond ?
10. Votre œil se pose-t-il plus de temps à ces endroits précis ?
11. Avez-vous l'impression de voir un espace structuré ?
12. Pensez-vous que le niveau d'éclairage est suffisant ?

COMMENT AMELIORER VOTRE ECLAIRAGE?

1. Faites appel à un professionnel : designer ou électricien. L'éclairage d'un point de vente est un vrai métier. Faites réaliser un avant-projet de l'implantation de votre éclairage et réfléchissez aux paramètres sur lesquels vous pouvez agir. **Par exemple :** Différenciez l'éclairage d'accentuation des portants et des présentoirs, l'éclairage des caisses et cabines, l'éclairage de l'enseigne, de la vitrine ou encore de la réserve.

2. Quelques gestes simples et astuces

- **Utilisez au maximum la lumière naturelle :** les couleurs claires réfléchissent mieux la lumière et permettent d'éviter l'éclairage artificiel.
- Portez attention à l'efficacité énergétique des lampes, celle-ci est graduée de « A » pour les plus économes à « G » pour les plus gourmandes.
- **Dépoussiérez vos éclairages régulièrement,** vous gagnerez 40% de luminosité.
- **Remplacez les ballasts ferromagnétiques par des ballasts électroniques sur vos ampoules fluorescentes.** (Le ballast est une composante de régulation de la tension électrique. Il réduit la consommation et augmente la durée de vie de vos équipements.)
- Remplacez autant que possible les ampoules à incandescence dont la suppression progressive a été lancée il y a plus de trois ans, car trop consommatrices d'énergie. Les nouveaux types d'ampoule consomment 5 fois moins et durent 10 fois plus. Le coût est plus élevé à l'achat mais cela constitue un investissement qui rapporte rapidement.

Un éclairage efficace

CONSOMMER MOINS ET ATTIRER PLUS DE CLIENTS !

Par exemple, pour le passage d'une lampe à incandescence à fluo compact, vous pouvez économiser par lampe et par an : 63,66 euros en fonction de la consommation, de la durée de fonctionnement par an, de la durée de vie moyenne de la lampe, du prix d'achat, des coûts énergétiques par an, des coûts de maintenance.

POUR SE REPÉRER RAPIDEMENT DANS TOUS LES TYPES D'AMPOULE :

TECHNOLOGIE	UTILISATION - APPLICATION	LUMIÈRE	DURÉE MOYENNE	ECO
Halogène haute efficacité la plus belle des lumières	Excellente qualité de lumière. Mise en valeur des couleurs et de l'espace Adapté à tous les types de luminaires	Lumière douce, blanche, et brillante	Jusqu'à 3 ans	B ou C Entre 30 et 50%
Fluo-compactes la plus économique des lumières	Peu gourmande, très résistante et offrant une très bonne qualité de lumière pour un éclairage général. Le plus large choix de modèles	Plusieurs ambiances lumineuses au choix	Jusqu'à 15 ans (Ne pas jeter à la poubelle)	A (jusqu'à 80%)
Lampes à LED la plus durable des lumières	La solution de l'avenir Plusieurs formes et finitions	Plusieurs ambiances lumineuses au choix	Jusqu'à 25 ans (Ne pas jeter à la poubelle)	Jusqu'à 90%

BON À SAVOIR

Se renseigner auprès d'organismes spécialisés

- Voir la fiche commerces et restaurants sur www.syndicat-eclairage.com
- L'OPMEC (l'Observatoire pour la Promotion et la Modernisation de l'Eclairage du Commerce en France) : www.opmec.org
- L'AFE (l'Association Française de l'Eclairage), voir le questionnaire pour évaluer l'installation d'éclairage de votre point de vente : www.afe-eclairage.com.fr
- www.ledtek.fr (Onglet applications LED puis commerces).