



## L'éclairage de ponctuation de la boutique Chanel, à Shanghai

La seule bijouterie Chanel en Chine est implantée à Shanghai. La boutique a été conçue dans un esprit très asiatique, avec des panneaux de bois exotiques qui lui confèrent une atmosphère chaleureuse, d'une sobre élégance.

Les bijoux de la marque de luxe sont présentés dans 26 compartiments muraux répartis dans l'espace de vente. L'éclairage de ces niches a été réalisé avec des LED RVB. Les diodes électroluminescentes s'avéraient être le meilleur choix pour cet éclairage de ponctuation du fait de leur absence de rayonnement infrarouge.

La combinaison trichromique permet par ailleurs d'obtenir des blancs de différentes températures de couleur. L'éclairage est piloté à distance, via le protocole DMX, grâce à un écran tactile et un système de contrôle où sont programmés plusieurs scénarios lumineux. 78 LED ont été réparties par sets de couleurs, et placées dans chacun des compartiments. L'éclairage est ainsi modulé, contrôlé et ajusté dans chacun des 26 compartiments, ce qui permet d'avoir la lumière la plus adaptée à la mise en valeur de l'objet exposé.

Les LED RVB fonctionnent grâce à 2 alimentations de 100 W, soit une consommation totale de 200 W maximum pour l'ensemble de l'éclairage des compartiments.

*Maître d'ouvrage : Chanel*

*Concepteur éclairagiste : Ferrier Chan & Partners*

*Fabricant : Traxon Technologies*

## 3. Éclairage de commerces

La part de la consommation énergétique liée à l'éclairage dans un commerce varie selon le secteur d'activité de 35 % à plus de 50 %. Une surconsommation qui s'explique ▶▶▶

▶▶▶ par le fait que l'éclairage fonctionne en permanence, quel que soit l'apport de lumière naturelle.

La LED, avec sa faible consommation d'énergie, a déjà connu un emballement il y a quelques années, comme le rappelle Marc Dumas, dirigeant du bureau d'étude Euro-Lighting, spécialisé dans la conception lumière de magasins, et membre de l'Opmec<sup>(4)</sup> : « Lorsque la LED 1 W est arrivée sur le marché, les vendeurs promettaient une durée de vie invraisemblable et tout le monde voulait faire des essais. Les résultats n'ont pas convaincu : souvent installée dans des endroits inadéquats, la LED surchauffait. C'était une découverte. Elle n'émettait pas d'infrarouge, mais, à l'arrière de la lampe, le système montait déjà jusqu'à 58° ! » Entre-temps, les diodes ont évolué et l'effet de mode est revenu. La demande est pressante, surtout de la part des chaînes de franchises et des magasins de luxe, explique-t-il, mais il y a une totale méconnaissance de la technologie et la demande est extrêmement floue : « Les clients demandent de la LED sans jamais avoir vu de réalisations, sans même en savoir le prix, il faut presque leur faire un cours sur cette technologie. »

### Grâce à la LED, l'éclairage statique va devenir scénique et révolutionner la mise en scène de vitrines

Selon lui, l'intérêt majeur de la LED dans le commerce réside dans l'éclairage dynamique et la variation de couleurs, qui va révolutionner les habitudes. L'éclairage statique va devenir scénique. Associée à un système de pilotage de type Dali, la LED va permettre d'animer les vitrines comme jamais auparavant. « Les vendeurs ne devront pas se limiter à mettre un objet en scène, ils devront modifier les ambiances en faisant varier la température de couleur d'un faisceau et son intensité lumineuse, allumer ici, éteindre là... Passer de l'or à l'argent, de l'émeraude au diamant ne peut pas se faire correctement avec un éclairage statique. Il faudra que les étalagistes apprennent à scénariser une vitrine ; à nous, bureaux d'étude ou conseillers spécialisés, de leur apporter des solutions domotiques pour en assurer la réalisation technique. »

(4) Opmec : Observatoire pour la promotion et la modernisation de l'éclairage du commerce en France. Créé fin 2009, l'Opmec rassemble des adhérents publics, des associations syndicales ou privées en lien avec l'éclairage de commerce. Sa mission consiste à dresser une cartographie de l'évolution de la consommation de l'éclairage des commerces en France. Son action passe notamment par des diagnostics et du conseil auprès des commerçants. Renseignements sur [www.opmec.org](http://www.opmec.org).