économies

attractivité

énergie

le guide

éclairage & accessibilité pour les commerçants

accueil

commerce

service

réglementation

valorisation

développement durable

client

handicap

Cluster **Lumière** PMEC CCI LYON

ÉDITO
PRÉSIDENT DE LA CCI DE LYON

Guide de l'éclairage et de l'accessibilité

La CCI de Lyon s'est fixée pour objectif d'accompagner la croissance et la performance du commerce, des restaurants et du tourisme de son territoire. Elle met au service des chefs d'entreprises ses compétences, son expertise, ses réseaux pour favoriser l'entrepreneuriat et la proximité. Car la CCI de Lyon, ça sert à ça !

Dans un contexte de concurrence aiguë, où l'offre crée la demande, les chefs d'entreprise dans les services, la restauration ou le commerce ont plus que jamais besoin de se professionnaliser.

La raison d'être de la CCI est d'accompagner votre développement et les outils ou événements à votre disposition ne manquent pas : CCI Diagnostic, Semaine du Commerce, Lyon Shop & Design, Lyon Shop WEBdesign, l'enquête consommateurs, le Forum Franchise...

La lumière, l'éclairage lorsqu'il s'agit d'espaces intérieurs influent sur l'émotion, le comportement et l'acte d'achat. Pour ces raisons, dynamiser son point de vente passe par un éclairage de qualité.

Ce guide de l'éclairage et de l'accessibilité met en lumière des solutions concrètes et pratiques, car valoriser ses produits par un éclairage adapté, c'est réduire sa consommation, se donner une identité, créer une ambiance et bien sûr développer son chiffre d'affaires.

Emmanuel Imberton
Président de la CCI de Lyon

Jacques Descours
Descours Fleurs

« S'éclairer, c'est se différencier. Pour un créateur d'ambiance florale, la valorisation des compositions est incontournable. J'ai passé beaucoup de temps pour finaliser l'éclairage de mon point de vente, mais je ne le regrette pas ! »

Marc Degrange
Lyon Botté

« Je vends des chaussures de qualité qui ont des spécificités. L'éclairage cohérent et soigné de mon point de vente crée l'ambiance propice à une relation client incitant à l'achat ».

SOMMAIRE

l'éclairage des commerces

Introduction :
De l'importance de la lumière p.6

Chapitre 1 :
Un peu de technique p.9
- La lumière c'est quoi
- Vision et visibilité
- Quantifier la lumière
- Qualifier la lumière

Chapitre 2 :
Les sources éclairantes p.13

Avec quoi peut-on s'éclairer ?

Les lampes à incandescence
- Les lampes halogènes
- Les lampes à décharge
- La fluorescence
- Les lampes à iodure métallique

Les lampes semi-conducteurs
- Les LED
- La OLED

Les produits innovants
- Phosphore
- Fibre et tissu

Chapitre 3 :
Les appareillages et luminaires p.23
- À quoi sert un luminaire ?
- Les types de luminaires
- Les caractéristiques d'un luminaire
- Les classes de luminance des luminaires
- Facteur de maintenance et dépréciation
- Les normes

Chapitre 4 :
Bien éclairer pour mieux vendre p.27
- L'impact de l'éclairage sur les performances d'un commerce
- Comment créer un vrai confort visuel
- Un éclairage adapté aux différentes cibles et produits
  - les couleurs de la lumière
  - l'intensité

Chapitre 5 :
Éclairage et développement durable p.31
- Part de l'éclairage dans la consommation énergétique d'un commerce
- Économies en éclairage
- Calcul et démonstration
- Performance et économies
- Le coût de l'énergie : un argument pour agir

Chapitre 6 :
Comment appréhender l'éclairage d'un commerce ? p.35

Les différents types d'éclairage
- Éclairage fonctionnel et balisage
- Éclairage d'ambiance
- Éclairage d'accentuation

Les différentes applications dans un commerce
- Les façades
- Les vitrines

Les espaces spécifiques
- L'enseigne
- La caisse
- La cabine d'essayage

La réglementation

Cluster lumière p.39

Lyon Shop & Design p.47

CCI Diagnostic p.50

Nagabbo©Lyon Shop & Design

l'accessibilité des personnes en situation de handicap

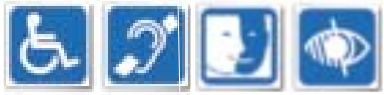
Nouvelles normes 2015 p.55

Les échéances

Principes à respecter
- Guichet / point d'accueil
- Caisse
- Cabine d'essayage
- Établissements recevant du public assis
- Le bon sens

Dérogations

Contacts p.62



DE L'IMPORTANCE DE LA LUMIÈRE...

Dans une vitrine, la lumière va bien au-delà de l'éclairement. Elle met en scène, raconte l'histoire du produit, elle valorise, sculpte, donne du relief, fait apparaître les volumes, les couleurs, les matières.

Lorsque nous sommes plongés dans le noir, nous perdons nos repères... plus de relief, plus de couleur, plus d'image.
Aussi, l'homme créa la lumière artificielle.

Restait à la maîtriser, à prendre en compte son influence sur la perception architecturale, la couleur, la matière, l'objet et même sur le bien-être et la santé.

L'éclairage répond à des objectifs précis : bien éclairer un plan de travail pour éviter la fatigue de l'œil, **donner une valeur ajoutée aux points de vente et attirer le regard du client,** mettre en évidence un mur, une couleur ou un objet...

Le regard va interpréter l'espace et l'ambiance créés par l'éclairage et générer un ressenti.
Au même titre qu'un tableau, le visuel que nous mettons en place doit **donner de l'émotion** et l'image de cet espace évoluera grâce à la lumière, du matin jusqu'au soir.

Pour de nombreux commerçants indépendants, les vitrines sont les premiers et parfois les seuls **outils de communication** et de stimulation des ventes.

Elles reflètent leurs messages publicitaires, imposent leur identité comme celle de leurs produits.

C'est pourquoi, les compétences de l'électricien ne sont pas suffisantes, il convient de faire appel à l'expertise d'un éclairagiste, dont le métier est la maîtrise de la lumière.

La Chair de l'Orchidée©Lyon Shop & Design

Fuxia©Lyon Shop & Design

Optique Galimard©Lyon Shop & Design

UN LEVIER D'AUGMENTATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Les hommes sont irrésistiblement attirés par la lumière !

Dans une boutique, l'éclairage vient sublimer l'offre commerciale.
La lumière crée une plus-value, une source de bien-être.
La lumière peut en outre transformer l'espace de vente en un monde de sensations et de perceptions.

La lumière doit servir l'objectif de l'exploitant et le confort du client.

Un éclairage intelligemment mis en œuvre a le pouvoir de susciter des pulsions d'achat et de promouvoir les ventes.
À contrario, s'il est mal pensé, il peut être néfaste car source d'inconfort, privant l'enseigne d'un "vendeur" qui ne remplit pas son rôle.

La perception et le bien-être conditionnent largement le comportement d'achat.
La mise en scène des produits et de l'architecture est un facteur clé pour doper les ventes.

Il faut savoir que **80 % des informations reçues sont enregistrées par la vue.**
La lumière structure l'espace, facilite l'orientation et renseigne sur les tailles, les surfaces, les matières, les couleurs.

Quelle est la solution lumière permettant d'obtenir l'attraction et l'attention désirées ? Quelles mesures doivent être prises pour influencer réellement la perception des clients ?

Ce guide de l'éclairage vous permettra d'aborder simplement et efficacement ce domaine aujourd'hui indispensable pour votre point de vente, puisqu'il constitue un vrai levier d'augmentation de votre chiffre d'affaires.

Tout va maintenant s'éclairer, **suivez le guide...**

1 un peu de technique...

Quelques notions essentielles d'éclairagisme.
Ce guide n'a pas la vocation ni la prétention de faire de vous un technicien de l'éclairage, mais de vous aider à appréhender quelques principes généraux.

LA LUMIÈRE C'EST QUOI ?

La lumière est la partie des ondes électromagnétiques visibles par l'œil humain, plus précisément les ondes électromagnétiques dont la longueur d'onde est comprise entre 380 nm et 780 nm (nanomètre : 1 milliardième de mètre).

Vision et visibilité

PRINCIPES GÉNÉRAUX DE LA LUMIÈRE

L'œil réagit aux ondes électromagnétiques d'une longueur d'onde située entre +/- 400 et 700 nm (nanomètres). Les ondes situées autour de 400 nm correspondent à une lumière violette, celles situées autour de 700 nm à une lumière rouge.
Entre les deux, nous avons toutes les couleurs de l'arc-en-ciel (rouge, orange, jaune, vert, bleu, indigo, violet). Il existe également toute une série d'ondes en dehors du spectre visible (infrarouges, ultraviolets, rayons X, ...).

Un objet n'est visible que par la lumière qu'il envoie. Cette lumière est soit produite par l'objet (source lumineuse), soit réfléchie.

Une source lumineuse envoie de la lumière dans toutes les directions.
Cette lumière peut varier en teinte et en intensité.
La lumière se déplace dans le vide à une vitesse approximative de 300 000 km/s. On peut donc considérer que la transmission est instantanée.

Tout corps qui reçoit un flux lumineux absorbe une partie de la lumière, éventuellement transmet (laisse passer) une autre partie (objet translucide) et réfléchit le reste. L'objet est visible grâce à la partie du flux lumineux qu'il réfléchit ; il devient en quelque sorte une source lumineuse.

Les principes de réflexion sont à la base des miroirs et autres réflecteurs, qui seront utilisés pour « canaliser » la lumière.

Principe de réfraction : un rayon lumineux qui change de milieu (exemple : qui passe de l'air au verre) subit une déviation qui dépend de la nature des milieux, de l'angle d'attaque, ainsi que de la longueur d'onde de la lumière.

Quantifier la lumière

FLUX LUMINEUX :
quantité totale de lumière émise par une source lumineuse, dans un espace (toutes les directions à la fois).
Le tableau des lumens (p.11), lampes incandescentes (retirées des ventes), aide à choisir un produit équivalent en flux lumineux.

INTENSITÉ LUMINEUSE :
quantité de lumière émise dans une direction donnée. Cette notion est utile pour les calculs d'éclairement essentiellement utilisés par les fabricants et les éclairagistes.
Unité de mesure : **le candela (cd)**

LUMINANCE :
quantifie l'impression lumineuse perçue par un observateur qui regarde une source ou une surface dans une direction donnée. La luminance est utilisée surtout dans l'éclairage public.
Unité de mesure : **les candelas/m² (cd/m²)**

ÉCLAIREMENT :
quantité de lumière reçue à un endroit donné.
Une grande partie des réglementations s'appuie sur cette notion de niveau d'éclairement. Des recommandations sont proposées par activité pour déterminer vos projets.
Les lux se mesurent avec un luxmètre.
Unité de mesure : **le lux**

RENDEMENT LUMINEUX :
efficacité lumineuse d'une lampe.
Les fournisseurs d'énergie facturent un nombre de watt et non un nombre de volts, de lumens ou de candela. L'efficacité lumineuse permet de classer les lampes en fonction du rapport entre la lumière produite et la consommation électrique. C'est donc un élément important dans l'objectif de réduction de la dépense énergétique.
Unité de mesure : **le lumens/Watt (lm/W) consommé.**

Watt n'égale pas lumière ?
Aujourd'hui, il faut donc penser en lumens pour choisir son éclairage.
Le flux lumineux en lumen permet aussi d'évaluer l'efficacité (ou le rendement) de la source lumineuse.

Qualifier la lumière

La lumière artificielle blanche est la somme de lumières colorées (chaque longueur d'onde étant une couleur de base depuis le violet jusqu'au rouge).

COMMENT CHOISIR SA LUMIÈRE ?
La température de couleur : la couleur apparente de la lumière blanche
La lumière du jour peut varier dans des conditions extrêmes de 2 000 à 16 000 K. Plus une lumière est froide, plus sa température sera élevée et plus elle sera bleue. Inversement, plus une lumière est chaude, plus sa température sera basse et plus elle sera jaune ou orange. Cette variation de couleur de la lumière dans une même journée n'est que difficilement reproductible par la lumière artificielle et souvent avec des appareils complexes et coûteux. Elle relativise la notion de normalité de la lumière naturelle. Pour imiter la lumière du jour, on utilise des sources lumineuses variant entre 4 500 K et 6 500 K.
La grande majorité des produits éclairants que l'on trouve sur le marché s'échelonnent entre 2 700 K et 6 000 K.
Unité de mesure : **le Kelvin (K)**

Une lampe est l'agent lumineux qui est placé dans un luminaire et qui sert de source de lumière. Le luminaire est un appareil d'éclairage.

TEMPÉRATURE SYNONYME D'AMBIANCE ?

Les ampoules modernes offrent différentes températures de couleurs avec un marquage sur l'emballage. Une lumière chaude et jaune a une température de couleur plus basse, une valeur en Kelvin moins élevée et fournit une ambiance accueillante. Une lumière bleue et froide a une température de couleur plus haute et une valeur en Kelvin plus élevée, ce qui la rend plus dynamisante et stimulante. Grâce à ces choix, vos commerces et vos espaces seront façonnés par la lumière.

Hôtel Particulier©Lyon Shop & Design

IRC

Indice de rendu des couleurs :
capacité d'une source à restituer les différentes couleurs de l'objet ou la surface éclairée.
L'indice de rendu des couleurs se base sur la restitution parfaite qui est de 100, C'est l'équivalent d'une couleur vue à la lumière naturelle.
En dessous d'un IRC de 85, les couleurs sont déformées, vous ne distinguez plus le bleu marine du noir, le blanc est soit jaune, soit gris...

Quelques exemples
La lumière du jour a un IRC de 100 comme les lampes à halogène.
Les tubes fluorescents et lampes fluocompactes ont un IRC de 60 à 96.
Les LED ont un IRC de 65 à 97.
Indice de mesure : **IRC ou Ra de 0 à 100**

RENDU DES COULEURS RIME AVEC CONFORT VISUEL ?

Autrefois, les lampes fluorescentes utilisées avaient souvent des IRC 60 dans les commerces. C'est pourquoi, les clients avaient tendance à sortir dans la rue pour vérifier la couleur réelle du tissu, des couleurs de cheveux, etc.

FripesKetchup©Lyon Shop & Design

mémo

Puissance absorbée	Flux lumineux
25 watts	230 lumens
40 watts	400 lumens
60 watts	720 lumens
75 watts	930 lumens
100 watts	1 400 lumens

Équivalence entre les lampes à incandescence, aujourd'hui retirées de la vente et un produit similaire en terme de flux lumineux.

mémo

Watt	Puissance consommée
Lumen	Quantité de lumière émise par une source (ampoule)
Lumen/Watt	Rendement lumineux ou quantité de lumière émise par watt consommé (efficacité lumineuse)
Candela	Quantité de lumière dirigée à un endroit (intensité lumineuse)
Optique	Ensemble de l'appareillage du luminaire (ballasts, transfo..)
Réflecteur	Partie du luminaire qui entoure l'ampoule afin de mieux envoyer la lumière à un endroit donné
Lux	Quantité de lumière à un endroit précis
Kelvin	Unité de mesure de la couleur de la lumière
Ra-IRC	Indice de Rendu des Couleurs ou unité de mesure qui évalue la capacité d'une source à restituer la couleur réelle de ce qui est éclairé

attention

Il est important de bien distinguer la couleur de la lumière et le rendu des couleurs que permet la lumière.

Une bonne lumière, quelle que soit sa couleur, doit influencer au minimum la couleur réelle de ce qui est éclairé. Si la première notion se mesure avec précision, en Kelvin, la deuxième est plus complexe.

2 les sources éclairantes

On considère qu'il existe actuellement et spécifiquement dans l'éclairage artificiel pour le commerce, 5 familles de sources éclairantes.

1 **L'INCANDESCENCE**
Famille la plus répandue car la plus ancienne, mais un dispositif de suppression progressive des sources de cette famille a été mis en place par le Grenelle de l'environnement.

2 **L'HALOGÈNE**
Cette lampe à incandescence offre une meilleure efficacité et sa durée de vie est doublée grâce à l'utilisation d'un gaz halogénure qui agit sur le filament.

3 **LA FLUORESCENCE**
La plus connue, car il s'agit des tubes, appelés néons (abus de langage), et des ampoules fluo compactes appelées communément basse consommation.

4 **LES LAMPES À DÉCHARGES**
Nous aborderons uniquement l'iodure métallique que l'on commence à voir de plus en plus souvent dans les points de vente.

5 **LA LED**
Une diode électroluminescente (DEL en français, mais souvent remplacé par l'acronyme anglophone LED, Light-Emitting Diode), est un composant électronique qui conduit et émet de la lumière. C'est une technologie d'avenir dans le domaine de l'éclairage général.

Halogène

À décharge

Fluorescence

LED

FONCTIONNEMENT, CARACTÉRISTIQUES ET EFFICACITÉ

L'incandescence

L'AMPOULE À FILAMENT D'EDISON

140 ans après son invention, nous continuons à nous éclairer avec cette famille, la plus répandue au monde, mais aussi la plus énergivore.

- Rendement lumineux de 8 à 15 lumens par watt
- Durée de vie moyenne : 1 000 heures
- IRC 100
- **Qualité de lumière :** particulièrement confortable, elle est adéquate pour le résidentiel comme pour certains points lumineux dans les espaces professionnels.
- **Environnement :** le Grenelle de l'environnement et l'Union Européenne ont voté le retrait des ampoules à incandescence et **en 2016, la lampe Edison appartiendra au passé.**

DANS LA FAMILLE INCANDESCENCE, ON INTÈGRE ÉGALEMENT LES LAMPES HALOGÈNES ET LA BASSE TENSION

Pour les lampes et spots

- Rendement lumineux de 12 à 24 lumens par watt
- Durée de vie moyenne : 2 000 heures
- IRC 100

Les spots basse tension, appelés BT basse tension 230 V, TBT Très Basse Tension (12 V) ou encore pépite, sont très répandus dans nos points de vente. Sans doute grâce à leur aspect pratique et leurs prix particulièrement bas à l'achat. Principal défaut : leur durée de vie et leur émission de chaleur.

mémo

La durée de vie est un élément à toujours prendre en considération lorsqu'on investit dans un éclairage.

Clesa Fleurs et Jardin ©Lyon Shop & Design

La fluorescence

PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT :
les tubes fluorescents ou les lampes fluocompactes, sont des lampes basse consommation d'énergie, équipées d'un tube fluorescent et d'un ballast électronique.

Sous l'effet du courant électrique, un mélange de gaz (argon, mercure) et de poudres fluorescentes émet de la lumière. C'est pourquoi, il faut en général attendre un instant pour que le tube atteigne sa température optimale de fonctionnement.

AVANTAGES :
durée de vie et rendement énergétique très supérieurs à ceux des ampoules à incandescence ; produit moins de chaleur.

En 20 ans, la fluorescence a fortement évolué et fait partie aujourd'hui des familles de sources les plus performantes au niveau efficacité énergétique et en terme de qualité de lumière. Il faut distinguer les lampes basse consommation des tubes fluorescents.

LES FLUOCOMPACTES

basse consommation

- Rendement lumineux de 50 à 80 lumens par watt.
- Durée de vie moyenne : 3 000 à 15 000 heures, soit l'équivalent d'environ 3 ans pour une boutique.
- Température de couleur : de 2 700 K à 10 000 K.
- IRC : jusqu'à 85.

AVANTAGES :
une gamme de produits variés qui remplace avantageusement les lampes énergivores.

INCONVÉNIENTS : peu esthétiques, elles supportent mal les allumages répétitifs et rarement graduables (produits hors standard). Temps d'attente à l'éclairage. Attention aux IRC.

LES TUBES FLUORESCENTS

basse consommation

- Rendement lumineux de 70 à 100 lumens par watt
- Durée de vie moyenne : 10 000 à 60 000 heures.
- Température de couleur : de 2 700 K à 16 000 K
- IRC : jusqu'à 96

AVANTAGES :
faible consommation.
Marquage standardisé sur le tube par un code à 3 chiffres (640). Le premier chiffre "6" indique l'indice de rendu des couleurs (IRC60), les deux derniers chiffres "40" la température de couleur (4 000 K). Pour un éclairage linéaire uniforme.

INCONVÉNIENTS : encombrants, ils restituent une lumière diffuse.

CHOISIR SES AMPOULES FLUORESCENTES

Pour le choix de vos sources fluorescentes dans vos points de vente, il est préférable de lire les étiquettes et même de vous rapprocher d'un professionnel de l'éclairage (éclairagiste, bureau d'étude, distributeur...). Ce conseil vaut pour tous types d'achat d'ampoules en éclairage. Et pensez évidemment à étudier ce que l'ampoule doit éclairer à différentes distances et non pas l'ampoule directement.

Boucherie Eric Rantet©Lyon Shop & Design

LES LAMPES À DÉCHARGE

plus particulièrement les "iodures métalliques" appelées également "lampes aux halogénures métalliques".

PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT :
ressemble à celui de la fluorescence, soit l'émission de lumière par l'excitation de gaz contenus dans la lampe. Les gaz sont cependant différents et on ne parle plus de ballast ou de starter, mais de platine avec les appareillages nécessaires au fonctionnement (ballast, amorceur condensateur de compensation).

AVANTAGES :
L'iodure fait partie des technologies qui devraient déjà être les plus utilisées en boutique.

- Large spectre de couleurs de lumière.
- IRC : excellent, certaines ampoules atteignent l'indice 93.
- Efficacité lumineuse peut dépasser les 90 lm/W jusqu'à 110 lm/W selon les réflecteurs.
- Durée de vie : en moyenne 6 000 à 12 000 heures.

INCONVÉNIENTS :
Le temps d'allumage. Pour minimiser cette gêne, il faut penser une implantation luminaire adaptée. Il faut donc mixer cette source avec une technologie Led, halogène ou fluorescence.

CHOISIR SES LAMPES À DÉCHARGE

Comme pour la fluorescence, c'est la qualité de votre lampe qui vous assurera la qualité de la lumière émise. N'hésitez pas à demander à ce que l'on vous montre le type de lumière que l'on vous propose. L'iodure a un bon IRC (selon les fabricants) et consomme généralement moins que la Led, d'où son intérêt dans un projet d'éclairage. N'oubliez pas de mixer les sources pour éviter le "noir scène" dans vos boutiques.

à savoir

Pour l'allumage, sachez que le temps moyen de chauffage de ces lampes est de plusieurs minutes.
Si pendant la journée, vous subissez une coupure de courant, Il faudra parfois jusqu'à 5 minutes avant de pouvoir être à nouveau éclairé. C'est également une des raisons pour laquelle on veille à ne pas éclairer entièrement un espace en iodure.

attention

En précaution systématique : s'il n'est jamais conseillé de toucher à main nue des ampoules en fonctionnement ou que l'on vient d'éteindre, pour l'iodure, il s'agit d'une interdiction formelle.
La chaleur de la source atteint plusieurs centaines de degrés Celsius, le risque de brûlure grave est important. Cependant, que l'ampoule soit chaude voire très chaude, ne signifie pas forcément qu'elle dégage de la chaleur. En l'occurrence, l'iodure transforme à plus de 90 % l'énergie en lumière et non en chaleur.
De façon générale, il est préférable de ne pas toucher ce type d'ampoule, même éteinte, mais de la manipuler à partir de son culot. Le contact fragilise sa performance.

Optique Galimard©Lyon Shop & Design

LA LED (Light Emitting Diode)

PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT :

La LED, ou DEL en français, n'a pas de filament ni de composition gazeuse. C'est le composant électronique qui émet de la lumière lorsqu'il est parcouru par un courant électrique.

La technologie LED est en passe de supplanter l'éclairage traditionnel dans les commerces. Mais, attention, ce composant électronique n'est pas encore normalisé de sorte que des matériels peu fiables et de qualité douteuse coexistent avec des matériels d'excellente qualité. Les informations données par les fabricants ne se rapportent pas toujours au même référentiel, donc les comparaisons sont difficiles à établir.

COULEURS :

On note une grande disparité dans les performances selon les couleurs, variables parfois dans un même lot. Il peut y avoir techniquement des LED identiques qui n'émettront pas la même lumière.

Une LED blanche peut générer de la lumière froide ou chaude : ce sera indiqué dans ses spécifications.

Une lumière très chaude de moins de 3 000 K (Kelvin) correspondant à la lumière de nos ampoules à filament. Une lumière plus froide, jusqu'à 6 500 K et plus, correspondant à la lumière du jour.

La qualité des produits LED et leur bonne intégration conditionnent la durée de vie de l'installation, ainsi que la qualité de la température de couleur.

AVANTAGES :

La LED, sur son principe, revêt une multitude d'avantages et d'utilisations :

- faible consommation électrique,
- bonne efficacité lumineuse avec possibilité d'atteindre 80 lm/W.
- ne dégage ni ultraviolet ni radiations infrarouges,
- programmable facilement, capacité à être automatisée, domotisée,
- la lumière n'émet pas de chaleur (ce qui ne signifie pas qu'elle n'en produit pas).
- durée de vie évaluée entre 20 000 et 50 000 heures.
- sa taille lui permet de s'intégrer facilement dans un luminaire.

INCONVÉNIENTS :

Le terme LED recouvre trop de produits différents. Il n'y a pas de réglementation, de normalisation, ni de loi sur cette technologie.

- coût relativement élevé,
- rendu des couleurs difficile à évaluer, il est donc impératif de la tester au moins sur plusieurs journées.
- utilisation des LED bleues avec parcimonie. Selon l'agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) ces éclairages ne sont pas sans risque pour les yeux, notamment pour les enfants. L'Anses demande aux industriels de procéder rapidement à un étiquetage et de ne mettre sur le marché que des LED à moindre intensité, et sans risque. Des études sont en cours.

LED blanche moins puissante?

Si vous choisissez des Led à température chaude, pensez à vérifier leur puissance en lumen car elles dégageront moins de lumière que leur équivalente en blanc froid.

à savoir

Bien que le choix d'un éclairage LED soit difficile, il existe aujourd'hui sur le marché des produits adaptés au commerce, de qualité, aux tarifs accessibles comparativement aux autres technologies, et qui permettent de bénéficier de tous les avantages qu'offrent la LED de puissance. Ne cherchons pas à remplacer des ampoules incandescentes par des ampoules à LED. En effet, la réussite de l'intégration de la LED dans les techniques efficaces de l'éclairage passera par l'élaboration du luminaire autour de la LED et non par la volonté d'adapter la LED aux luminaires existants. D'où la nécessité impérieuse de travailler avec des professionnels avertis qui associent éclairagisme, électronique et marketing ! De très nombreuses ampoules LED sur le marché ne sont pas aptes à remplacer les ampoules traditionnelles dans un point de vente.

	Efficacité lumineuse	Durée de vie	Rendu des couleurs IRC - Ra
Incandescence	8 à 15 lm/w	1 000 h	100
Halogène	20 à 26 lm/w	2 000 à 5 000 h	100
Lampes fluocompactes	50 à 80 lm/w	7 000 h	85
Lampes fluorescentes	70 à 100 lm/w	17 000 h	75 à 98
Iodures métalliques	90 à 115 lm/w	12 000 h	95
Leds	50 à 150 lm/w	20 000 à 50 000 h	75 à 90

LES NOUVELLES SOURCES LUMINEUSES

LA OLED (Organic Light Emitting Diode)

PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT :
Une superposition de couches semi-conductrices organiques entre deux électrodes. Il s'agit d'un support lumineux fin et souple avec un bon rendu des couleurs et économe en énergie. Aujourd'hui utilisé dans les écrans de téléphone, il deviendra très intéressant dans quelques années dans l'aménagement intérieur afin, par exemple, de créer des vitrines éclairantes.

FIBRE ET TISSU ÉCLAIRANTS

PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT :
Cette technologie innovante lumineuse «créateur d'ambiance» propose des structures lumineuses avec des supports textiles. Par exemple, un système d'éclairage d'ambiance qui intègre des leds multi couleurs dans des panneaux de tissus blancs ou colorés. Le résultat intègre l'éclairage dans un élément architectural et donne force à l'atmosphère de chaque pièce. Un élément flexible qui exprime les émotions, met en scène et anime les lieux de vie.

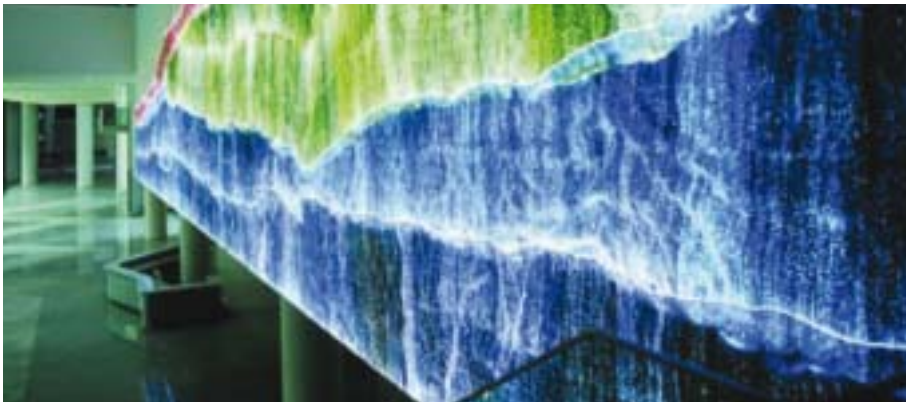
BANDES ÉCLAIRANTES PHOSPHORE

PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT :
La technologie repose sur l'excitation de cristaux de phosphore pour produire de la lumière. Il s'agit d'une réaction par laquelle du phosphore, traversé par un courant électrique calibré à haute fréquence, émet une lumière uniforme.

Fabriqués en bandes de différentes largeurs, produites en rouleaux de plusieurs de dizaines de mètres, elles ne dépassent pas le millimètre d'épaisseur.

AVANTAGES :
flexible, pliable, basse consommation, sur-mesure, uniformité de lumière, tensions 12 ou 24 V.

INCONVÉNIENTS :
éclairage peu puissant pour le balisage, durée de vie courte en fonction de la luminosité et du cycle d'utilisation.
Cette technologie est en développement. Cependant, elle est à ce jour encore trop peu puissante et coûteuse pour l'éclairage. Elle est donc conseillée pour la mise en valeur des produits . La OLED s'affirme comme une technologie prometteuse qui évolue rapidement et dont il faut surveiller l'évolution des applications dans les années à venir.



témoignage

LIBRAIRIE "PASSAGES"

Concepteur éclairagiste
Franck Bouvier
LIGHTS MARKETING
contact@lightsmarketing.fr
06 09 41 58 36
Architecte Sabbagh Maged
Installateur Elec création

CONTEXTE

La librairie Passages est une librairie de littérature générale créée en septembre 2000 au 11 rue de Brest, Lyon 2e, d'une surface de 250 m².
La librairie se veut un lieu d'échanges où les libraires de l'équipe, les «passagers», lecteurs assidus, manifestent au quotidien l'esprit et le savoir-faire de leur métier entre tradition et modernité.
En 2012, l'éclairage a été complètement modernisé.

PROBLÉMATIQUE

Un éclairage global énergivore, peu précis et dégageant beaucoup de chaleur dans l'espace de vente.

EXEMPLE DE MODIFICATION

Les lampes 150 W d'éclairage général sont remplacées par des 35 W à iodure métallique à faisceau intensif. Un travail sur le balisage au sol a permis une meilleure déambulation de nos clients

GAINS

- consommation réduite
- efficacité lumineuse
- balisage amélioré
- réduction de la température dans le magasin

"MOINS 5 °C CONSTATÉ DANS LA LIBRAIRE L'ÉTÉ M'A ÉVITÉ D'INVESTIR DANS LA CLIMATISATION"

Éric CHARIOT

Comptoir des Cotonniers©Lyon Shop & Design

3 les appareillages et luminaires

À QUOI SERT UN LUMINAIRE ?

Un luminaire sert à tenir les lampes et ses appareillages éventuels. Il assure aussi une fonction de protection à la fois des utilisateurs et des agressions du milieu ambiant. Sa conception de l'optique permet d'orienter la lumière vers les surfaces à éclairer.

LES TYPES DE LUMINAIRES

Plafonnier, encastré, suspendu, applique, lampadaire, spot... La flexibilité d'intégration des technologies d'éclairage solides LED OLED ouvre un large champ de possibilités avec, par exemple, l'intégration de source directement dans le mobilier dès la conception de celui-ci.

Vos principaux choix :

- **Projecteurs ou spots sur rail ou patère**

Intéressant pour les commerces, car leur conception optique permet de concentrer la lumière dans une direction donnée. Compacts, ils peuvent recevoir différents types de lampes (halogènes, iodures métalliques, fluocompactes, LED et des accessoires tels que des filtres colorés). Sur rail, ils sont déplaçables pour s'adapter aux transformations du magasin.

- **Spots encastrés**

Appelés « downlight » par les professionnels, car souvent encastrés dans le plafond ou dans les murs et le sol, ils peuvent être équipés de lampes LED, halogènes, fluocompactes et iodures métalliques. De nombreux modèles existent jouant sur la forme, la couleur et les matériaux.

- **Appliques**

Placées sur un mur, elles complètent souvent l'éclairage général pour donner plus de volume à la boutique et dans les circulations. Elles peuvent être équipées de lampes LED, halogènes, fluocompactes, et iodures métalliques.

- **Luminaires fluorescents**

Utilisés plutôt en éclairage général. En saillie ou intégrés aux modules du faux plafond, ils sont bien adaptés aux grandes surfaces. Installés en saillie avec un choix porté sur l'esthétique (carrés, rectangulaires ou ronds). Ils produisent un éclairage direct, indirect ou mixte avec le choix de répartition lumineuse extensive ou intensive.

- **Suspensions**

Il s'agit de luminaires suspendus au plafond qui permettent de répartir la lumière dans la boutique tout en créant un style par le choix de l'esthétique.

LES CARACTÉRISTIQUES D'UN LUMINAIRE

Les caractéristiques électriques (la tension (volt), la puissance électrique (watt) et la classe électrique (I, II, III) sont des éléments principaux. La classe électrique est très importante : elle permet de déterminer l'utilisation du luminaire dans des locaux humides, notamment pour le risque électrique.

LES CLASSES DE LUMINANCE

Les classes de luminance (basse, très basse catégorie 1 ou 2) correspondent à l'angle maximum d'observation afin d'éviter l'éblouissement. Ces données sont importantes dans les surfaces de vente afin de garantir à vos clients et prospects le confort visuel qu'ils attendent de vos luminaires.

FACTEUR DE MAINTENANCE ET DÉPRÉCIATION

Avec le temps, les niveaux d'éclairement moyen d'une installation d'éclairage diminuent.

Cette diminution résulte de quatre facteurs :

- la chute du flux lumineux de la lampe au cours de sa durée de vie ;
- l'empoussièrement des luminaires
- l'encrassement du local.

Il est donc nécessaire de déterminer un facteur de maintenance qui permet de prévoir cette dépréciation des performances dès l'installation.
Ce facteur prend toute sa valeur au travers de la notion d'éclairement moyen à maintenir spécifiée dans la norme.

Absorba©Lyon Shop & Design

Nicolas Fafiotte©Lyon Shop & Design

à savoir

Les textes réglementaires obligatoires et les normes.

Les textes réglementaires relatifs d'une part à la sécurité des personnes, des animaux et des biens lors de l'emploi de matériels électrique (marquage...) d'autre part relatif au bâtiment (ERP, RT), sont obligatoires pour pouvoir vendre en Europe.

Les normes en éclairage sont établies par des experts de l'ensemble de la filière. Elles donnent les critères d'exigences que doivent atteindre les installations d'éclairage pour que les conditions de performances et de confort visuel des usagers soient établies.
Elles concernent les conditions optimales de santé, de sécurité, d'efficacité ergonomique et de productivité au travail.
Ces normes françaises et européennes vous protègent contre les risques électriques et mécaniques qui peuvent engendrer des dégâts majeurs pour votre commerce (incendie, plaintes, assurance). Un professionnel de l'éclairage doit vous renseigner sur l'application en fonction de vos projets.

- Tenue du matériel aux chocs : IK
- Indice de protection à la pénétration de corps solides et liquides : IP
- Comportement au feu
- Classe électrique

Certains labels tels que Promotelec existent.

témoignage

SALON DE COIFFURE BRUNO ESTATOFF

PRESTATAIRE
Concepteur éclairagiste
Wilfried Wegiel
ww@eclairage-concept.fr
06 14 34 50 35
Architecte Emilie Chaussy

CONTEXTE
Ce salon de coiffure conjugue à la fois une activité coiffure, un centre de formation professionnelle et un studio photo.

PROBLÉMATIQUE
Différents espaces à éclairer selon les spécificités métier, esthétique et fonctionnelles.

SOLUTION
Des éclairages spécifiques pour chaque zone de travail : le salon, le studio et l'espace formation.

Éclairage Concept accompagne dans les projets d'éclairage intérieur et extérieur. Grâce au show-room, le choix des produits s'est fait en parfaite connaissance du rendu.

GAINS
- augmentation du CA
- bien-être
- très bonne visualisation des couleurs
- visibilité de la rue améliorée pour une meilleure mise en avant.

Salon Bruno Estatoff©Lyon Shop & Design

Salon Bruno Estatoff©Lyon Shop & Design

"GRÂCE À L'ÉCLAIRAGE, L'ESPACE EST MIEUX STRUCTURÉ ET MON ÉCLAIRAGISTE A TENU COMPTE DES SPÉCIFICITÉS MÉTIER POUR LA TEINTURE DES CHEVEUX ET DU CONFORT VISUEL DE MES CLIENTS EN ÉVITANT L'ÉBLOUISSEMENT."

Bruno ESTATOFF

Salon de coiffure et studio photo
Davy MONTILLET
13 cours Lafayette 69006 LYON
Tél. 04 72 75 06 45
yourcutacademy@hotmail.fr
www.bruno-estatoff.com

4 bien éclairer pour mieux vendre

L'impact de l'éclairage sur les performances d'un commerce

L'éclairage est un enjeu majeur de la gestion des points de vente.

DYNAMISER LES VENTES

Concevoir un projet d'éclairage incluant la dimension architecturale apporte une réelle valeur ajoutée et participe à l'acte d'achat. La lumière doit servir l'objectif de l'exploitant et le confort du client.

Tout doit contribuer au succès du concept d'architecture commerciale :

- mise en valeur des produits,
- confort des clients,
- identité du commerce,
- qualité de la circulation,
- sécurité des personnes et des biens,
- confort de travail des collaborateurs.

Pour les enseignes, l'éclairage doit conforter l'identité de la marque.

OPTIMISER LES COÛTS

L'éclairage doit respecter les contraintes économiques :

- coût d'investissement,
- consommation électrique,
- frais de maintenance (dont durée de vie des sources)
- accessibilité, respect des couleurs dans le temps...

RÉDUIRE SA CONSOMMATION D'ÉNERGIE

Le coût de l'électricité est amené à augmenter de 30 % au cours des 5 prochaines années du fait de la loi NOME adoptée fin 2010 sur la libéralisation du marché français de l'électricité et de la nécessité de tenir compte de l'augmentation des coûts directs de la production.

L'éclairage est un poste sur lequel des économies importantes en pourcentage sont possibles (30 à 50 % selon l'ADEME), et ce moyennant des investissements limités.

La réglementation RT 2012 va imposer aussi aux propriétaires de points de vente de repenser radicalement l'éclairage. En adoptant les nouvelles technologies de lampes et de luminaires, en repensant la conception même de son éclairage avec des professionnels , il est aujourd'hui possible d'améliorer la mise en valeur de l'offre commerciale tout en maîtrisant ses coûts d'exploitation.
Travailler sur l'éclairage revient aussi à réduire la consommation de la climatisation utilisée pour compenser le dégagement de chaleur de certaines sources.

À QUOI SERT L'ÉCLAIRAGE SUR UN POINT DE VENTE ?

Rappelons que l'homme est instinctivement attiré par la lumière.

Pour un point de vente, de façon générale, les missions de l'éclairage sont :

- localiser le lieu de vente (enseigne et identité),
- montrer que le commerce est ouvert,
- créer une ambiance, un style, une atmosphère,
- structurer l'espace, guider le client,
- valoriser les produits, les mettre en scène, souligner le meilleur de ce qu'ils offrent,
- donner aux clients l'envie de rester, de toucher, de goûter, d'essayer, et finalement d'acheter.

Comment créer un vrai confort visuel ?

Les paramètres à considérer pour évaluer le confort visuel sont :

- le niveau d'éclairement,
- un rendu conforme aux besoins du point de vente (des couleurs correctes),
- une répartition harmonieuse de la lumière dans l'espace,
- l'absence d'ombres gênantes,
- la mise en valeur du relief et du modelé des objets,
- une teinte de lumière agréable,
- la modification de la perception d'une forme, d'un volume, d'une surface,
- l'absence d'éblouissement.

Parce que l'éclairage assure toutes ces missions, les professionnels de l'aménagement intérieur des points de vente, merchandisers, architectes d'intérieur, designers, étalagistes décorateurs reconnaissent que 50 à 80 % de la réussite d'un projet global repose sur la mise en lumière. Même si la réussite globale d'un point de vente dépend de tous les paramètres physiques, l'éclairage est en mesure, à lui seul, de modifier radicalement la perception du commerce.

Modulis Vendôme©Lyon Shop & Design

Halles 9©Lyon Shop & Design

UN ÉCLAIRAGE ADAPTÉ AUX CIBLES ET AUX PRODUITS

L'efficacité d'un éclairage tient aussi à sa personnalisation liée, non seulement à la sensibilité propre du commerçant, à l'image développée par l'enseigne, mais également à l'adaptation de l'éclairage au produit et à sa cible.

L'IMPACT DES COULEURS DE LA LUMIÈRE

Globalement, les lumières froides excitent, énervent, réveillent, stressent, tandis que les lumières chaudes confinent, calment, apaisent, rassurent, détendent...

L'IMPACT DE L'ÉCLAIREMENT

L'éclairement avec l'intensité lumineuse contribue fortement à susciter l'émotion, à générer l'acte d'achat.

Pour stimuler le cerveau et le corps, un éclairage d'accentuation se situe autour de 800 lux, tandis qu'un éclairage d'ambiance se situe aux alentours de 500 lux. La lumière joue un rôle : le fond du magasin doit être éclairé avec attention.

L'éclairage dynamique est l'élément qui vous permettra d'attirer les clients. Il donne les moyens de capter leur attention avec une mise en valeur des façades et des vitrines. Les systèmes de gestion de l'éclairage encouragent vos clients à rester plus longtemps et à se familiariser plus rapidement avec votre commerce.

Quelques exemples

- **Enseigne : mode**

Cible : public adolescent, féminin.

Produit : du type vêtement "coup de cœur", accessible et "mode".

Lumière : plutôt froide, entre 5 000 et 6 500 K.

Intensité : 800 lux.

- **Enseigne : lingerie**

Cible : public féminin devant se sentir en sécurité.

Produit : nécessite de l'intimité.

Lumière : chaude, entre 3 000 et 4 200 K.

Intensité : 500 lux.

- **Enseigne : pharmacie**

Cible : toutes.

Attente : propreté, hygiène, univers aseptisé.

Lumière : froide, blanche, proche de 6 000 K et abondante. Une couleur chaude risquerait de donner un aspect gris ou jaune aux produits qui sont généralement conditionnés dans des emballages blancs.

Intensité : 800 lux.

- **Enseigne : boulangerie**

Cible : tout public.

Produit : développer l'appétence.

Lumière : chaude, entre 2 700 et 3 000 K.

5 éclairage et développement durable

UN ENJEU PERMANENT DE L'ÉCLAIRAGE DES COMMERCES

PART DE L'ÉCLAIRAGE DANS LA CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE D'UN COMMERCE

L'éclairage représente, selon l'activité, entre 50 et 70 % de la facture d'électricité des commerces. Les enjeux sont de trois ordres :

- enjeux économiques : augmentation future de l'énergie
- enjeux environnementaux : Grenelle de l'environnement
- enjeux sociaux : sécurité des personnes, qualité de vie, ambiance lumineuse

ÉCONOMIES EN ÉCLAIRAGE

La maîtrise de la dépense énergétique d'une installation est liée à la qualité des études d'éclairage.

Une étude photométrique pertinente, la préconisation de matériel qualitatif, associées à des systèmes de gestion et de variation de puissance, garantissent une optimisation de la consommation énergétique.

LE COÛT DE L'ÉNERGIE : UN ARGUMENT POUR AGIR

Le 1er Juillet 2013, les bureaux, commerces et bâtiments ont été "invités à éteindre les éclairages inutiles la nuit, de 1 h à 7 h du matin".
Cette initiative politique pose, sur le principe de la réduction de la consommation énergétique, les bases d'une gestion économique de l'éclairage et des nuisances lumineuses. Toutefois, elle délaisse la gestion intelligente de l'éclairage, pourtant bien plus porteuse en économie d'énergie.
"Éclairer juste", c'est aussi et surtout "éclairer intelligemment" !

UNE DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE QUI DOIT TENDRE VERS UNE RÉFLEXION ÉCLAIRAGISTE.

Dans sa démarche, l'arrêté du 25 janvier 2013, "relatif à l'éclairage nocturne des commerces afin de limiter les nuisances lumineuses et les consommations d'énergie", a le mérite de mettre en exergue l'impact environnemental et économique de l'éclairage.

"Des dérogations aux horaires d'illumination des façades d'immeubles non résidentiels et à ceux de l'éclairage des vitrines de magasins de commerce ou d'exposition sont possibles par arrêté préfectoral."

LA SÉCURITÉ DES COMMERCES VICTIME DU "TROP DE LUMIÈRE"

Certes, les éclairages destinés à assurer la sécurité des bâtiments lorsqu'ils sont asservis à des dispositifs de détection de mouvement ou d'intrusion dérogent à cette nouvelle règle. Mais encore faut-il en être équipé. Cet arrêté devrait donc constituer une base de référence, tout en étant modulé en fonction des applications.

Le véritable enjeu de la gestion de l'éclairage : des systèmes intelligents qui éclairent juste, quand il le faut, de nuit comme de jour. En analysant la lumière naturelle et en détectant les mouvements, ces derniers représentent 70 % d'économies.

The Royal Racer©Lyon Shop & Design

témoignage

CAVE CHROMATIQUE

PRESTATAIRES
Fabricant Expert lumière
Yves Farion
yves.farion@fagerhult.fr
Tél. 04 37 22 64 10
Architecture & Design :
L'atelier de la Madelaine
François Madelaine

FABRICANT
Fagerhult développe, fabrique et commercialise des systèmes d'éclairage professionnels pour les environnements publics tels que les bureaux, les commerces, les écoles, les industries et les hôpitaux.

CONTEXTE
Chez ce caviste, les vins sont classés par couleur selon leur particularité et l'aménagement permet une déambulation ludique et pédagogique. La cave chromatique propose, à Lyon, une véritable expérience sensible, hors des sentiers battus à la découverte des vins.

PROBLÉMATIQUE
Concevoir un éclairage peu énergivore qui s'adapte à ce nouveau concept. La lumière doit aider le client à choisir son vin.
Les projecteurs doivent pouvoir s'adapter en fonction de l'exposition des produits.

GAINS
- balisage amélioré
- mise en lumière modulable grâce à des spots sur rail
- visibilité de la rue améliorée
- diminution de la consommation

Cave chromatique©Lyon Shop & Design

Cave chromatique©Lyon Shop & Design

"UNE FOIS LE CONCEPT DU MAGASIN DÉFINI, J'AI TRAVAILLÉ UNE MISE EN LUMIÈRE ADAPTÉE AVEC UN PROFESSIONNEL. GRÂCE À DES SOURCES DE LUMIÈRE À LED, NOUS AVONS À LA FOIS BAISSÉ LA CONSOMMATION ÉLECTRIQUE DE 30% ET PERSONNALISÉ LA LUMIÈRE EN FONCTION DES COULEURS ASSOCIÉES AUX VINS"

Michel BOMBAIL
Gérant de Cave Chromatique

Cave à vins
Michel BOMBAIL
35 rue de la charité 69002 Lyon
Tél. 04 78 71 19 87
cavechromatique@orange.fr
www.cave-chromatique.com

Hôtel Particulier©Lyon Shop & Design

6 comment appréhender l'éclairage d'un commerce?

Les boutiques mal éclairées, trop éblouissantes ou au contraire trop sombres, sont encore trop nombreuses. Des études démontrent que le public regarde davantage les devantures et étalages des magasins bien éclairés.

LES DIFFÉRENTS TYPES D'ÉCLAIRAGE

ÉCLAIRAGE FONCTIONNEL ET BALISAGE

Quantitatif : éclairage fonctionnel uniformément réparti pour bien voir en toute sécurité. Le balisage est là pour guider le visiteur et souligner l'espace.

ÉCLAIRAGE D'AMBIANCE

Qualitatif : lumière satisfaisante pour rendre attrayants les produits en harmonisation avec l'architecture de la salle, du décor... L'ambiance générale est prédominante avec une possibilité de travailler différemment chaque espace selon les usages (accueil, banque, salle de travail...).

ÉCLAIRAGE D'ACCENTUATION

C'est en jouant sur les effets lumineux que l'on crée des éclairages d'accentuation. Ce type d'éclairage peut être programmé en fonction de scénarii pour animer l'espace de vente. Il existe aujourd'hui sur le marché des systèmes de contrôle pilotés par télécommande ou smartphone qui commandent l'allumage, l'extinction, la gradation et même l'orientation des sources de lumière.

LES DIFFÉRENTES APPLICATIONS DANS UN COMMERCE

LES FAÇADES

Chaque commerce cherche à attirer l'attention. Avec un éclairage réfléchi, vous pouvez créer la différence.
Un éclairage étudié sur un ensemble de commerces d'une même rue peut avoir des effets impressionnants sur la vie de la rue au niveau de sa fréquentation, de son ambiance : une sensation de sécurité augmentée, une diminution des actes de violence et une envie de se balader. Les façades de magasins au-dessus des vitrines étaient autrefois éclairées par des projecteurs halogènes 300 et 500 W très énergivores. Les solutions d'éclairage actuelles, comme l'iodure métallique, permettent une mise en valeur des façades afin de maîtriser la quantité de lumière et par conséquent les coûts d'exploitation et de maintenance.

LES VITRINES
Pour les vitrines, dirigez précisément la lumière pour la mise en valeur de vos produits. Augmentez le niveau d'éclairement en privilégiant les teintes claires afin d'éviter les reflets. L'éclairage dynamique peut inciter les passants à s'arrêter tout en accompagnant vos actions promotionnelles.

LES ESPACES SPÉCIFIQUES

L'ENSEIGNE
La loi du 1er Juillet 2013 demande l'extinction des enseignes à 1 heure du matin sauf dérogation. L'utilisation de technologie Led remplace avantageusement nos installations en tube à cathode froide "néon" fragile qui nécessite une installation électrique spécifique.
Les bandeaux Led étanches encastrés dans le bâti permettent de souligner et de créer une identité de marque forte. Il n'est pas conseillé de se servir de l'éclairage de l'enseigne pour la vitrine, car il génère souvent des reflets gênants qui ne permettent pas une bonne mise en valeur des produits.

LA CAISSE ET LE COMPTOIR
Ce lieu de passage obligé pour nos clients doit laisser une bonne image. Il faut considérer cet espace comme un lieu de transparence et de confiance.
L'éclairement doit être chaleureux et réconfortant pour créer une sensation de proximité avec son client. L'utilisation de suspensions au-dessus de la caisse aux nom, logo ou marque de la boutique permet d'identifier de loin le point de vente.

LA CABINE D'ESSAYAGE
Cet espace est souvent négligé dans les boutiques. Un éclairage performant sera un atout décisif pour séduire, puis vendre. Un éclairage mal placé déforme, crée des reflets avec le miroir et des zones d'ombre.
L'acheteur potentiel doit se projeter dans l'achat de ce qu'il essaye.

Audition Santé©Lyon Shop & Design

Aux Volutes©Lyon Shop & Design

Comptoir des Cotonniers©Lyon Shop & Design

témoignage

DÉLICES DES SENS

PRESTATAIRES

Concepteur éclairagiste

Franck Bouvier
contact@lightsmarketing.fr
Tél. 06 09 41 58 36
Entreprise lyonnaise spécialisée dans l'éclairage de magasins de petites, moyennes et grandes surfaces et de locaux professionnels

Architecte

Patrick Mantini

CONTEXTE

La pâtisserie chocolaterie Délices des Sens dispose de 3 points de vente à Lyon. Boulevard des Brotteaux, la pâtisserie chocolaterie est adossée au laboratoire de production et propose une gamme complète de douceurs sucrées et salées.

PROBLÉMATIQUE

Un éclairage sans chaleur pour le chocolat et adapté à l'esthétique de l'architecte. Améliorer la visibilité du commerce.

GAINS

- augmentation du CA
- fiabilité du système valorisation des produits
- visibilité depuis la rue améliorée
- adéquation projet architecte et éclairagiste

Pâtisserie Chocolaterie
Délices des Sens
Raphaële & Romaric BOILLEY
62 cours vitton 69006 Lyon
Tél. 04 78 24 48 25
contact@delicesdessens.com

"NOUS AVIONS SOUVENT DES LAMPES ÉTEINTES AVANT L'INTERVENTION D'UN SPÉCIALISTE DE L'ÉCLAIRAGE QUI A FIABILISÉ NOTRE INSTALLATION ET RÉDUIT DE 80 % LE POSTE MAINTENANCE."

Romaric et Raphaële BOILLEY
Gérants de Pâtisserie Chocolaterie

Cluster Lumière

Performance & Innovation

CLUSTER LUMIÈRE, LE RÉSEAU DE COMPÉTENCES DE LA FILIÈRE ÉCLAIRAGE AU SERVICE DE VOS PROJETS.

LES MEMBRES DU CLUSTER VOUS APPORTENT LEUR EXPERTISE POUR :

- Dynamiser vos ventes
- Optimiser vos coûts
- Réduire votre consommation d'énergie
- Mettre en place des scénarios "lumière" sur mesure
- Prendre en compte l'éclairage dans la conception architecturale
- Optimiser le concept d'éclairage
- Trouver les sources lumineuses les mieux adaptées
- Intégrer des apports naturels et indirects d'éclairage
- Réaliser un bilan énergétique de votre local

LE CLUSTER LUMIÈRE, UN RÉSEAU QUI COUVRE TOUTES LES COMPÉTENCES DE LA FILIÈRE ÉCLAIRAGE :

- Bureaux d'étude
- Concepteurs
- Fabricants
- Industriels
- Laboratoires
- Installateurs

LES MISSIONS

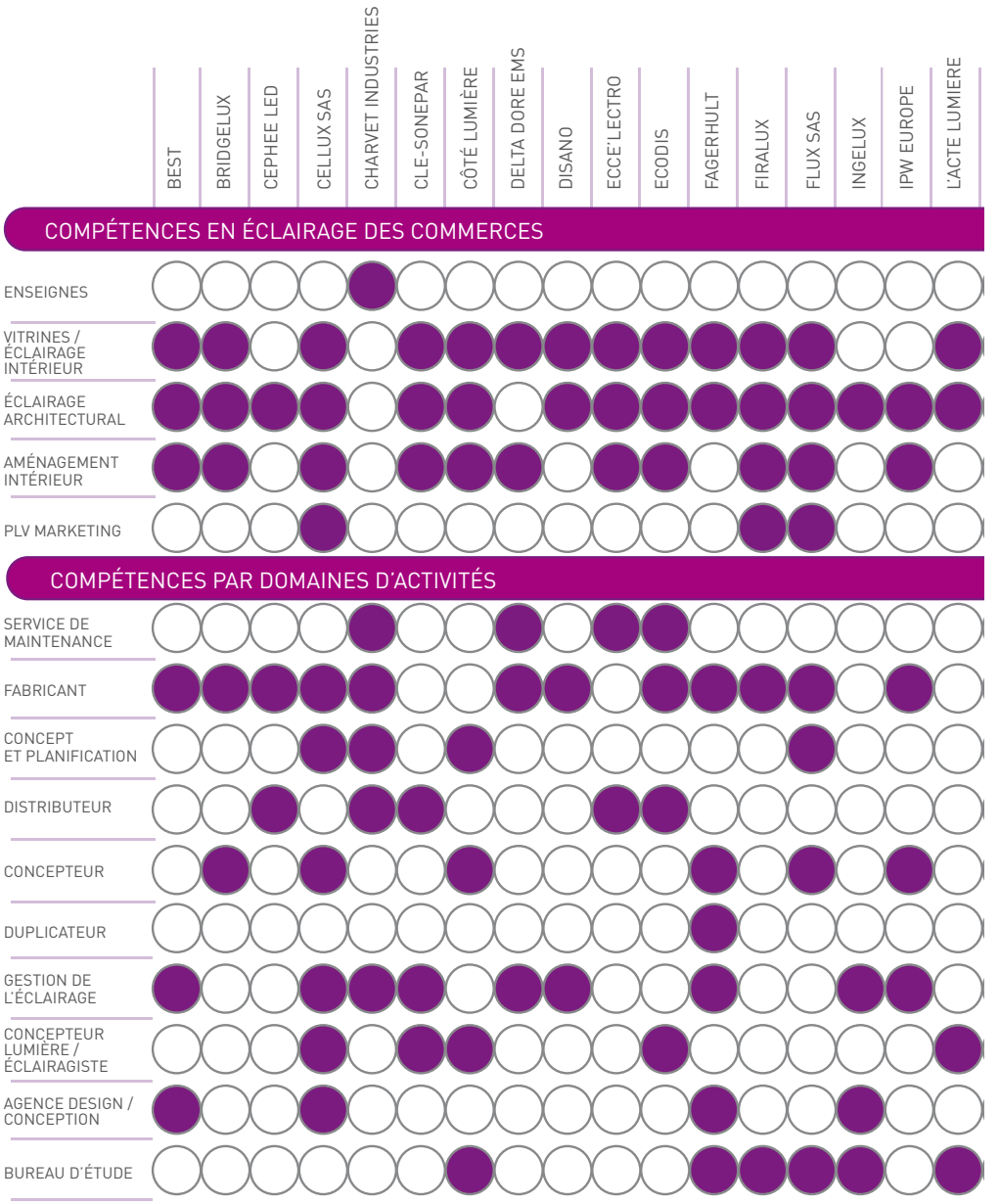
- Favoriser la compétitivité et le travail collaboratif de ses membres
- Renforcer l'innovation dans les solutions d'éclairage
- Réunir la filière et proposer des solutions globales
- Rechercher des économies d'énergie le confort et la santé des utilisateurs

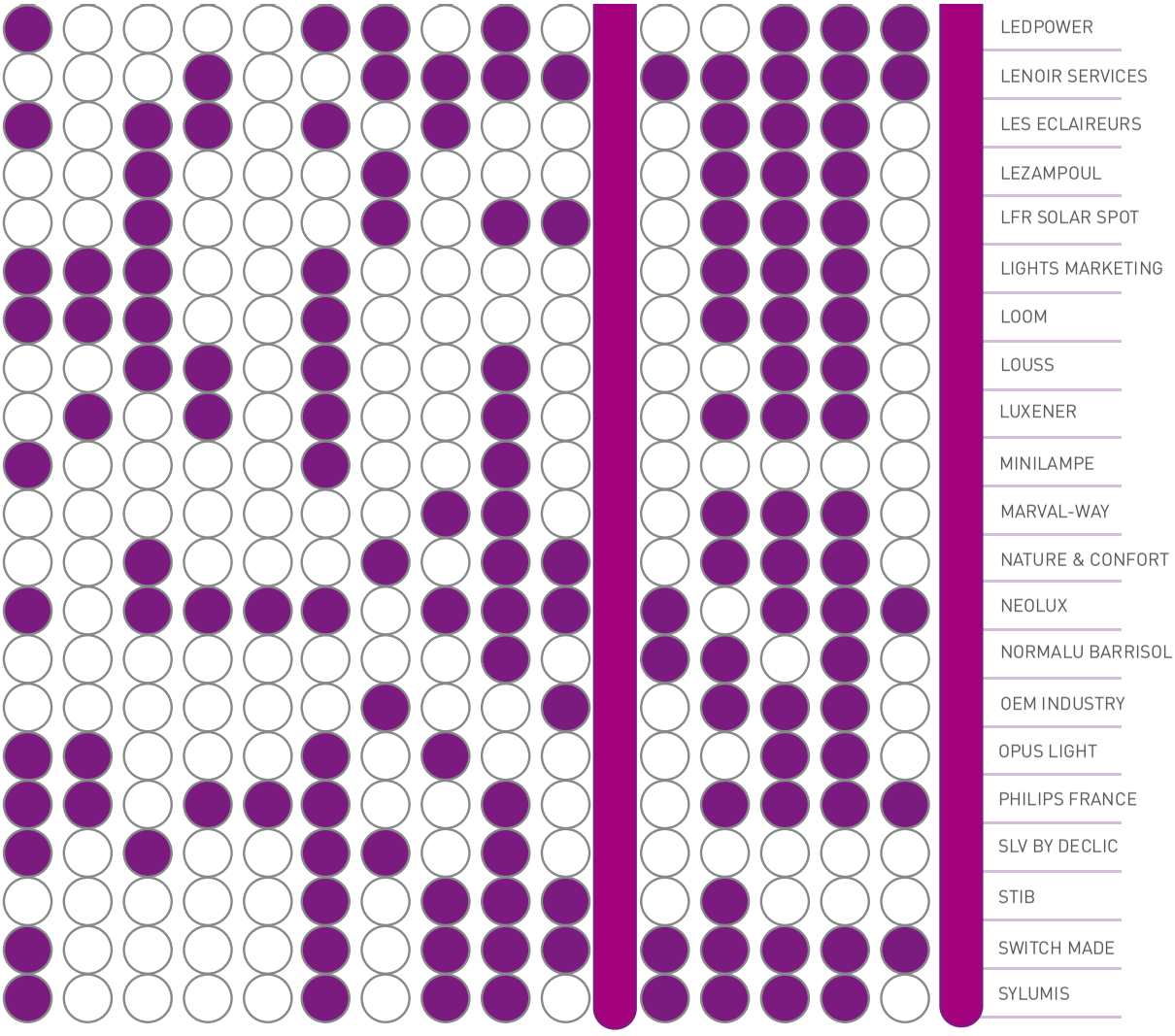
Cluster Lumière
CCI de Lyon – Place de la Bourse
69002 Lyon

Fax +33 (0)4 72 40 57 45
clusterlumiere@lyon.cci.fr

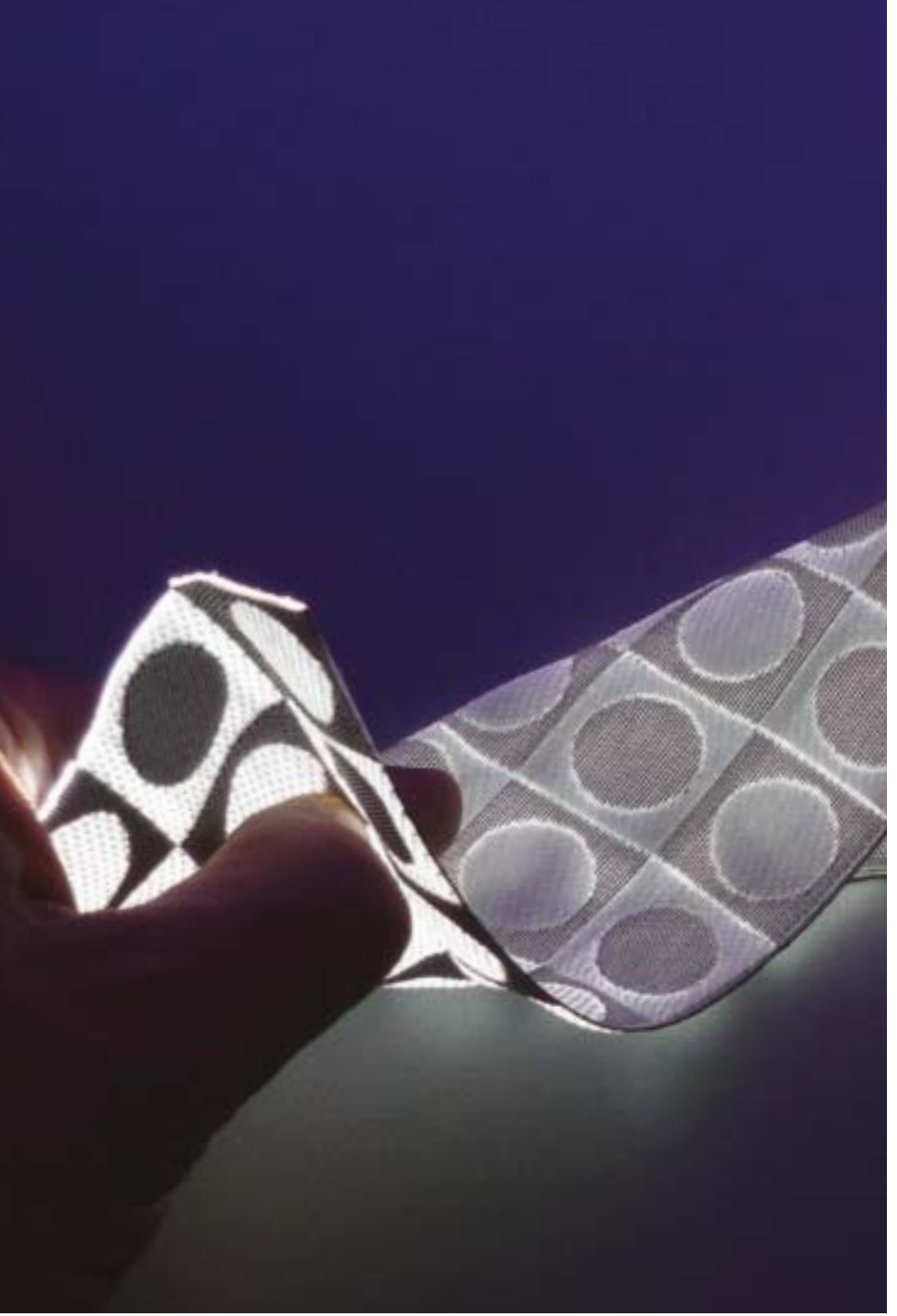
www.clusterlumiere.com

TROUVER VOTRE PARTENAIRE LUMIÈRE





LEDPOWER
LENOIR SERVICES
LES ECLAIREURS
LEZAMPOUL
LFR SOLAR SPOT
LIGHTS MARKETING
LOOM
LOUSS
LUXENER
MINILAMPE
MARVAL-WAY
NATURE & CONFORT
NEOLUX
NORMALU BARRISOL
OEM INDUSTRY
OPUS LIGHT
PHILIPS FRANCE
SLV BY DECLIC
STIB
SWITCH MADE
SYLUMIS



©Lenoir Services

LENOIR SERVICES : L'INNOVATION EN LUMIÈRE

LENOIR SERVICE conçoit, fabrique et installe des sources lumineuses, des luminaires sur-mesure, développe une gamme de luminaires, tangentiels et gère des projets complexes de mise en lumière ou de scénarisation lumineuse. Grâce à l'intégration de solutions innovantes, la société conçoit et réalise des surfaces lumineuses : murs, étagères, caissons, signalétique, et escaliers lumineux.

ET SI LES SURFACES DEVENAIENT SOURCES DE LUMIÈRE ?

- Pour atténuer l'effet éblouissant des sources ponctuelles
- Pour s'intégrer au bâti
- Pour intégrer des éléments horizontaux ou verticaux de l'habitat : plafonds, sols, cloisons, vitrages, meubles, moquettes...
- Pour maîtriser les consommations
- Pour apporter du bien-être et ouvrir de nouvelles perspectives architecturales
- Pour permettre de jouer avec les couleurs et les formes

APPLICATIONS OU PRODUITS :

- PLV et signalétique des espaces de vente
- Des fibres et tissus à base de fibres optiques
- Garde-corps, éléments vitrés lumineux
- Escalier lumineux, caisson lumineux
- Signalétique lumineuse extra-plate (10 mm) : en surface ou noyée dans le mur
- Encres électroluminescentes, Oled, nano-luminophores

CONTACT

LENOIR SERVICES
23 allée du Mens 69100 Villeurbanne
Tél. 04 78 79 50 30
www.lenoirservices.fr

Contact : Philippe Lespagnol
plespagnol@lenoirservices.fr
Tél. 06 16 18 13 85

"La place de l'éclairage dans la réussite d'un point de vente est essentielle. Nous développons des innovations, adaptées aux commerces, notamment la réalisation de dalles lumineuses extra-fines selon un procédé breveté, permettant la mise en œuvre comme étagère, fond de caisson ou de signalétique de boutique, ou encore élément architectural ou de décoration."

Philippe Lespagnol,
Directeur Général de Lenoir Services.

©Nature & Confort

NATURE & CONFORT : L'ÉCLAIRAGE NATUREL

Nature et Confort est le spécialiste de l'éclairage naturel en France.
Nous sommes persuadés que l'éclairage naturel apporte un plus à la société que ce soit en termes de bien-être, de qualité de la lumière, d'économie et de développement durable. C'est pour cela que nous sommes acteurs pour que l'éclairage naturel gagne ses lettres de noblesse en France.
Le bureau d'études apporte une solution personnalisée à chaque projet d'amélioration de l'éclairage.

CONCEPT

Au moyen d'un dôme situé sur le toit, le conduit de lumière Solatube® recueille la lumière extérieure et la dirige ensuite vers chaque pièce à éclairer au travers d'un tube aux parois hautement réfléchissantes. Le diffuseur, situé au plafond, permet une diffusion homogène de la lumière sur une surface importante : le modèle (ou diamètre) dépendra de la surface à éclairer.

ET SI L'ÉCLAIRAGE NATUREL ÉTAIT SOURCE DE CONFORT ET DE BIEN-ÊTRE ?

- Impact positif sur la santé, pas de champs électromagnétiques
- Consommable, déchets : zéro
- Pollution zéro émission GES, CO2
- Rendu des couleurs : inégalable
- Pratiquement pas d'apport de chaleur (filtre les infrarouges)
- Éclairage zénithal : limite l'éblouissement
- Éclairage uniforme toute la journée
- Bonne isolation thermique

APPLICATIONS

Par son très bon rendu des couleurs l'éclairage naturel est idéal pour les commerces de bijouterie, vêtements, fruits & légumes, peinture...
Et particulièrement pour tous les espaces de vente et de stockage sans fenêtre.

CONTACT

NATURE & CONFORT
18 rue des Rosiéristes
69410 Champagne-au-Mont-d'Or
Tél. 04 81 65 01 01
www.natureetconfort.fr

Contact : Valéry LEUREAU
contact@natureetconfort.fr
Tél. 04 81 65 01 01

SONEPAR LE MAT'ELECTRIQUE : TOUT VOIR POUR BIEN CHOISIR

"Choisir une lampe moins énergivore pour remplacer l'incandescence, comparer les intensités de couleur, découvrir des luminaires d'exception, tout l'éclairage décoratif et technique, de la source au luminaire, de l'habitat à l'industrie, est au MAT'ELECTRIQUE."

CONCEPT

LE MAT'ÉLECTRIQUE.
Salon permanent regroupant 70 fournisseurs, avec mise en scène des produits, le MAT'ELECTRIQUE présente sur 1200 m² toutes les technologies innovantes en termes de chauffage, éclairage ou gestion d'énergie. Véritable centre d'expertises, le MAT'ELECTRIQUE propose aux commerçants des solutions techniques adaptées à leurs besoins grâce aux compétences de 8 ingénieurs d'affaires spécialisés en éclairage et génie climatique.

Le MAT'ELECTRIQUE a également pour ambition de devenir le bureau de recherche et développement de Sonepar Sud-Est avec des lieux de test, espace montage et salle pour les essais lumières : un véritable lieu de vie de référence pour les professionnels de la filière.
Le MAT'ELECTRIQUE propose à tous les commerçants une mise en scène de leurs produits dans leur environnement réel, en démontrant leur valeur d'usage selon 3 axes principaux : confort, sécurité et performance énergétique.

CONTACT

SONEPAR FRANCE
Région Rhône-Alpes
Alain Meyet
alain.meyet@sonepar.fr
LE MAT'ELECTRIQUE / NRA Lighting
112 avenue Jean Jaurès 69007 Lyon
Tél. +33 (0)4 72 73 57 57
Fax +33 (0)4 78 58 79 19

Halle 9©Lyon Shop & Design

LYON SHOP & DESIGN, UNE ACTION DE LA CCI DE LYON POUR LA MODERNISATION DES COMMERCES DE LYON PAR LE DESIGN

Lyon Shop & Design, créé en 2004 à l'initiative de la CCI de Lyon, a pour ambition de :

- stimuler l'innovation et la créativité dans les commerces, afin de donner un nouveau dynamisme au **tissu commercial.**
- développer le shopping qui est un axe de plus en plus fort dans la destination **touristique**.
- favoriser les effets d'entraînement auprès de toutes les filières (commerce, architecture, artisanat du bâtiment...).

La démarche Lyon Shop & Design encourage la collaboration entre commerçants et architectes/designers. Elle permet le renouvellement de l'offre commerciale et participe à la richesse et la diversité des centres villes lyonnais.

LA DÉMARCHE LYON SHOP & DESIGN
DES OUTILS POUR DYNAMISER LES POINTS DE VENTE

• **les ateliers :** rencontres annuelles autour d'experts sur des thématiques liées à l'architecture commerciale (lumière, merchandising, branding, nouveaux concepts, accessibilité...).

• **le site internet :** un centre de ressources pour les commerçants et les professionnels de l'architecture et du design (dernières réalisations, tendances, annuaire des professionnels de l'architecture et du design).

Un outil de promotion des commerces qui permet de trouver un endroit où sortir, où acheter dans un espace spécialement conçu pour le confort et le plaisir du client.

• **l'accompagnement des commerçants** dans une réflexion sur le positionnement, le cahier des charges, et le design de leur commerce.

• **le concours** qui récompense et met en avant les concepts lyonnais les plus performants.

www.lyon-shop-design.com

LYON SHOP & DESIGN VOUS ACCOMPAGNE DANS VOTRE PROJET ET VOUS PROPOSE LA BONNE MÉTHODE POUR RÉUSSIR L'ÉCLAIRAGE DE VOTRE COMMERCE* :

Entre deux éditions du concours Lyon Shop & Design, la CCI de Lyon invite commerçants et architectes/designers à assister à des ateliers dédiés à l'aménagement de l'espace marchand (collaboration, lumière, branding, design sensoriel, merchandising).

Les intervenants sont des professionnels spécialistes des thématiques abordées. Chaque atelier fait l'objet d'un compte rendu : les cahiers Lyon Shop & Design. Vous pourrez retrouver sur internet le cahier "Spécial Lumière".

- Définir les objectifs précis
- Éviter la surenchère lumineuse
- Raisonner à long terme
- Prendre en compte l'aspect énergétique, se faire accompagner

* Retrouvez les experts éclairage ayant participé au concours sur www.lyon-shop-design.com

Lucien et la Cocotte Cie©Alain Rico / Lyon Shop & Design

Up by Upper Shoes©Lyon Shop & Design

CCI diagnostic

des experts à vos côtés pour optimiser la performance de votre commerce

LE DIAGNOSTIC ÉCLAIRAGE DU POINT DE VENTE : UN OUTIL OBJECTIF ET EFFICACE, DES SOLUTIONS CONCRÈTES POUR TOUS LES COMMERÇANTS.

1 **SENSIBILISATION :**
Quelles sont vos attentes, vos problèmes d'éclairage ?
La première partie du diagnostic consiste en un échange entre le conseiller et le dirigeant commerçant pour situer son éclairage et ses problématiques.

2 **BILAN DE PUISSANCE :**
Quelle est la performance des sources éclairantes ?
Le conseiller relève l'ensemble des sources (ampoules) avec leur typologie, leur puissance et lorsque c'est possible, l'appareillage qui peut majorer de 30 % la consommation énergétique de l'ampoule. Il identifie les couleurs, les luminaires...

3 **RELEVÉS, MESURES ET APPRÉCIATIONS :**
Quelle est la perception donnée par votre éclairage ?
Le conseiller, dessine un plan à main levée, à l'aide d'un luxmètre, mesure les quantités de lumière par type d'espace et apprécie les aspects dits sensibles de l'éclairage en fonction du résultat constaté (rendu des couleurs, adaptation de la couleur de la lumière à ce qui est éclairé...).

4 DÉMONSTRATION :
Expérimentez la mise en œuvre d'un nouvel éclairage, plus économique, plus valorisant
À l'aide de la mallette pédagogique de démonstration développée par l'OPMEC (sans marque), le conseiller montre aux dirigeants les différentes technologies éclairantes, de différentes puissances et de différentes couleurs. Le commerçant réalise ainsi dans son point de vente qu'il peut éclairer d'une autre manière avec efficacité et qualité.

5 PRÉCONISATIONS PAR ESPACE ET PAR PRIORITÉ :
Vous disposez d'une étude simple et claire, un résultat lisible pour améliorer l'éclairage de votre point de vente.
Le conseiller, sur place, remplit un premier tableau des améliorations ou changements qui permettraient de rendre plus adapté, plus efficace l'éclairage du point de vente. Le diagnostic va être utilisé pour constituer une étude lisible, compréhensible par le commerçant.

6 RAPPORT D'INTERVENTION :
Toutes les solutions concrètes pour améliorer la performance de l'éclairage de votre point de vente sont disponibles, vous avez les atouts en main pour valoriser votre outil de travail et réaliser des économies conséquentes.
Le conseiller envoie dans les 10 jours un compte rendu qui porte sur les économies possibles, les recommandations en termes d'améliorations et les préconisations. Le commerçant sait ce que vaut son éclairage, ce qu'il lui coûte et comment l'améliorer pour qu'il soit efficace et commercial.

DIAG' Éclairage

Heritage©Lyon Shop & Design

Visionnaires©Lyon Shop & Design

Bénéficiez de plusieurs diagnostics sur **www.cci-diagnostic.fr** :

CCI Diagnostic améliore la performance globale de l'entreprise, d'un commerce, d'un restaurant, d'un point de vente ou sur des thèmes spécifiques : internet, l'accessibilité, la sécurité... Et l'éclairage !

témoignage

FRANÇOISE MONNET

GÉRANTE DE MADY D'JESS

À COURS LA VILLE

La faiblesse qualitative de la lumière dégrade le rendu de l'offre, aussi bien pour la mise valeur des produits que pour la circulation des clients dans l'espace, l'ambiance générale ou encore la visibilité de tous les rayons. "L'éclairage de notre boutique était uniforme et trop agressif pour un magasin de prêt-à-porter enfants et futures mamans, atteste Françoise Monnet. Le prestataire a joué avec les lampes de tailles et de teintes différentes pour faire ressortir les couleurs des jouets, mettre en valeur les vêtements de la vitrine, éclairer plus les produits que les allées. Le résultat était épatant, la boutique faisait plus intime, l'ambiance du coin futures mamans était cosy... Je me suis aperçue que la lumière était un élément primordial et que l'intensité ne faisait pas l'attractivité".

l'accessibilité des personnes en situation de handicap dans les commerces et les services

La loi pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées a été promulguée le 11 février 2005.

NOUVELLES NORMES 2015, MODE D'EMPLOI.

Toute personne en situation de handicap doit pouvoir accéder à tous les bâtiments recevant du public et évoluer de manière continue, sans aucune rupture, tel est le concept d'accessibilité : "se déplacer partout, tout le temps, pour tout le monde quel que soit le type de handicap, notamment physique, sensoriel, cognitif, mental ou psychique".
Récemment encore, les handicaps étaient considérés séparément. Désormais, il faut adapter son commerce à une personne qui peut à la fois être en fauteuil roulant et sourde, par exemple.

POSITIVONS !

En France, les personnes à mobilité réduite représentent plus de 10 % de la population.
Les contraintes PMR doivent aussi être envisagées comme une amélioration des conditions de travail. Un aménagement qui facilite les déplacements profite à tous, ne serait-ce qu'au livreur. Les personnes âgées, femmes enceintes, papa avec poussette, mais aussi le client chargé de paquets, sont considérés comme PMR.
Par exemple : des toilettes adaptées sont souvent plus faciles d'entretien. Autre exemple : la loi PMR prévoit l'installation d'une tablette au niveau de la banque ou du guichet, ce qui rend service à tout le monde, surtout quand on a un grand sac à main !

QUELS COMMERCES SONT CONCERNÉS ?

En tant qu'établissement recevant du public (ERP), les commerces sont concernés par la chaîne de l'accessibilité des personnes handicapées ou à mobilité réduite (PMR).
La réglementation s'applique aux commerces qui sont en général classés dans la 5e catégorie.
La 5e catégorie correspond aux établissements dans lesquels l'effectif du public n'atteint pas les chiffres fixés par le règlement de sécurité.
Pour cette catégorie, seul l'effectif du public est pris en compte.
Le classement en catégorie 5 intervient lorsque cet effectif ne dépasse aucune des limites indiquées dans le seuil maximum du tableau. (p.56)

	Effectif sous-sol	Effectif total des étages	Effectif total de tous les niveaux
Magasins de vente, centres commerciaux	100	100	200
Restaurants, cafés, bars, brasseries, etc.	100	200	200
Hôtels, Pensions de famille etc.			100
Salles d'exposition à vocation commerciale	100	100	200

Sous-sol + total des étages = seuil maximum de public à tous les niveaux à ne pas dépasser

QUELLES SONT LES ÉCHÉANCES POUR RENDRE VOTRE ÉTABLISSEMENT ACCESSIBLE ?

• **DANS LE CADRE D'UN LOCAL EXISTANT :**

Avant 2015
En cas de travaux

- Maintien des conditions d'accessibilité existantes
- Les parties créées (extensions, mezzanines) sont accessibles
- Pas d'exigences sur parties non touchées
- Pas d'exigences de diagnostic pour la 5e catégorie

1er janvier 2015

Une partie de l'ERP, où peut être fourni l'ensemble des prestations, doit être accessible. Une partie des prestations peut être fournie par des mesures de substitution.

• **DANS LE CADRE DE LOCAUX NEUFS :**
Depuis le 1er janvier 2007, tous les ERP neufs doivent être accessibles à tous les handicapés.

mémo

La CCI de Lyon a mis en place un dispositif d'accompagnement.

Contact : Marie-Laure Chappuis
Conseil référent accessibilité
Tél. 04 72 40 58 58
chappuis@lyon.cci.fr

PRINCIPE GÉNÉRAL D'ACCESSIBILITÉ

Depuis l'entrée du bâtiment, tous les aménagements et équipements, en particulier les espaces de réception du public, doivent être facilement accessibles et repérables pour un usage autonome.

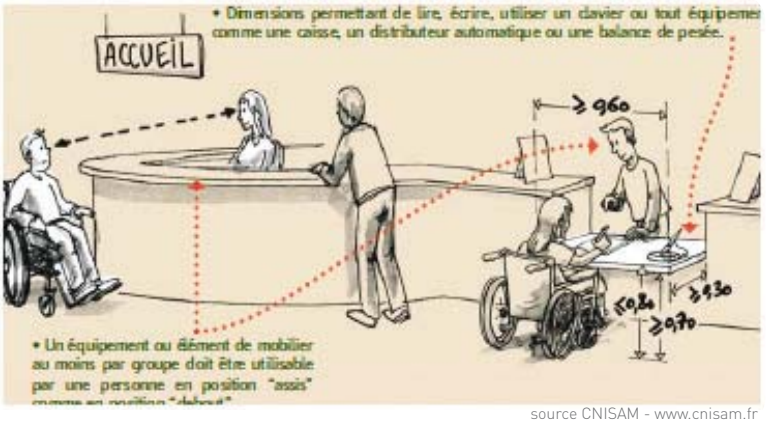
- Les entrées principales doivent être facilement repérables.
- Équipements, dispositifs de commande et mobiliers doivent être repérables grâce à un contraste visuel (veiller au choix des couleurs et de l'éclairage).
- Les éventuels dispositifs de contrôle d'accès ou de communication doivent être utilisables et permettre la communication par tous.
- La communication visuelle et auditive entre le personnel et le visiteur doit être préservée au maximum (une personne en difficulté doit pouvoir être repérée par le personnel le plus rapidement possible).
- La signalétique et l'éclairage doivent être adaptés (dès l'entrée du bâtiment). Privilégier l'emploi de matériaux mats afin d'éviter les effets d'éblouissement variables selon la lumière naturelle des saisons.

Boulangerie Dias©Lyon Shop & Design

PRINCIPES À RESPECTER POUR LES GUICHETS, POINTS D'ACCUEIL, ÉQUIPEMENTS EN LIBRE-SERVICE...

• Dimensions permettant de lire, écrire, utiliser un clavier ou tout équipement comme une caisse, un distributeur automatique ou une balance de pesée.

• Un équipement ou élément de mobilier au moins doit être utilisable par une personne en position "assise" comme en position "debout".



source CNISAM - www.cnisam.fr

PRINCIPES À RESPECTER POUR LES CAISSES DE PAIEMENT

• Affichage directement lisible pour les personnes sourdes ou malentendantes ou désavantagées par la taille.

• Comme pour un guichet ou un point d'accueil, penser à l'aménagement d'une tablette pour rédiger un chèque ou un bon de participation...

• Penser à une signalétique clairement identifiable.

PRINCIPES À RESPECTER POUR LES CABINES D'ESSAYAGE

Une cabine au moins, située au même endroit que les autres, doit être adaptée aux personnes handicapées et dégagée de tout obstacle

Elle doit être équipée :
• d'un espace de manœuvre avec possibilité de demi-tour
• d'un équipement permettant de s'asseoir
• de barres de maintien (solidement fixées)
• d'un appui en position debout
• si possible de patères de différentes hauteurs
• d'un système de fermeture (rideau ou porte) qui pourra utilement être équipé d'un dispositif d'aide à la fermeture avec un loquet facile à utiliser
• d'un éclairage suffisant.

Tout lieu de paiement doit être adapté pour favoriser l'accueil de tous les clients.

S'il y a des caisses en batterie, une caisse au moins doit être adaptée (minimum 1 caisse adaptée pour 20 caisses de paiement).

Cela est applicable s'il y a des caisses sur différents niveaux du bâtiment.

PRINCIPES À RESPECTER POUR LES ERP AVEC PUBLIC ASSIS (RESTAURANTS…)

• Tout établissement ou installation accueillant du public assis doit pouvoir recevoir des personnes handicapées dans les mêmes conditions d'accès et d'utilisation que celles offertes aux personnes valides :

Nombre nécessaire de places adaptées pour personnes en fauteuil roulant :

Pour 50 places assises : 2
Pour chaque tranche de 50 places en plus : 1
Pour un nombre supérieur à 1 000 places : → 20 et fixé par arrêté municipal

ÉCLAIRAGE*

• 20 lux pour un cheminement extérieur accessible • 200 lux au poste d'accueil • 100 lux pour les circulations intérieures horizontales • 150 lux pour les escaliers et équipements mobiles • 50 lux pour les circulations piétonnes des parcs de stationnement • 20 lux pour tout autre point des parcs de stationnement

S'il existe un système temporisé, veiller à l'extinction progressive.

* Éclairage artificiel mesuré au sol. Valeur à respecter a minima en tout point des cheminements ou de la pièce et sans zone d'ombre.

mémo

DÉFINITIONS ESSENTIELLES

Le palier de repos
Il permet à une personne debout, mais à mobilité réduite ou à une personne en fauteuil roulant, de se reprendre, de souffler.

Caractéristiques dimensionnelles : le palier de repos s'insère en intégralité dans le cheminement. Il correspond à un espace rectangulaire de dimensions minimales : 1,20 m x 1,40 m.

L'espace de manœuvre (avec possibilité de demi-tour)
- Il permet la manœuvre du fauteuil, mais aussi d'une personne avec une ou deux cannes.
- Il permet de s'orienter différemment ou de faire demi-tour.

Caractéristiques dimensionnelles :
l'espace de manœuvre reste lié au cheminement, mais présente un espace libre de tout obstacle (diamètre 1,50 m).

L'espace de manœuvre de porte
Qu'une porte soit située latéralement ou perpendiculairement à l'axe d'une circulation, l'espace de manœuvre nécessaire correspond à un rectangle de même largeur que la circulation, mais dont la longueur varie selon qu'il faut pousser ou tirer la porte.

Caractéristiques dimensionnelles :
2 principaux cas de figure :
- Ouverture en poussant : la longueur minimum de l'espace de manœuvre de porte est de 1,70 m.
- Ouverture en tirant : la longueur minimum de l'espace de manœuvre de porte est de 2,20 m.

L'espace d'usage :
Il permet à une personne en fauteuil roulant, ou une personne utilisant une canne ou deux, de pouvoir se positionner au droit d'un équipement ou d'un dispositif de commande ou de service, puis d'utiliser celui-ci.

Caractéristiques dimensionnelles :
L'espace d'usage est situé à l'aplomb de l'équipement, du dispositif de commande ou de service. Il correspond à un espace rectangulaire de 0,80 m x 1,30 m.

N.B. : L'ensemble de ces espaces doit être horizontal au dévers près (⩽ 2 %) et hors tout obstacle

L'ACCESSIBILITÉ DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP C'EST AUSSI DU BON SENS

• Mettre à disposition une ou plusieurs chaises permettant aux personnes de s'asseoir si elles ont des difficultés à rester debout lors d'attente dans le magasin.

• Pour favoriser l'accès à l'information des clients handicapés visuels, mais aussi pour faciliter la lecture de tous, privilégier les étiquettes, carte du jour, tarifs, écrits en gros (taille minimum de 16 avec police simple à ligne droite avec des interlignes suffisamment larges) avec un contraste suffisant entre le fond du document et l'écrit. Pour les cartes de restaurants, le braille n'est pas obligatoire, mais le personnel doit alors clairement donner le choix oralement. Lorsque vous servez une personne ayant une déficience visuelle, mentionnez-lui votre nom. Demandez-lui le sien, pour pouvoir vous adresser à elle directement.

• Autoriser les personnes handicapées visuelles d'être accompagnées de leur chien-guide ou d'un animal d'assistance sauf si l'animal est exclu des lieux par une autre loi. Dans ce dernier cas, recourir à d'autres mesures pour fournir des services à la personne handicapée (accompagnement de la personne par la vendeuse, espace extérieur aménagé pour attacher l'animal...).

Délices des Sens©MoMa Lyon / Lyon Shop & Design

• En cas de client avec un handicap auditif, le personnel pourra avoir le réflexe d'engager la communication par écrit à l'aide d'un bloc papier et d'un stylo, toujours laissés à cet effet à proximité du comptoir pour assurer une bonne réactivité du personnel. Placez-vous en face des clients sourds ou malentendants. Ils peuvent peut-être lire sur les lèvres. Restez face au client et assurez-vous qu'il vous comprend.

• Permettre au personnel à l'accueil d'être à l'aise face à des personnes handicapées ou âgées – réaliser un recueil de préconisations destiné à l'information et à la sensibilisation de votre personnel et aux nouveaux recrutés pour traiter l'ensemble de la clientèle avec respect et dignité. Formez le personnel à ce type de clientèle. Si vous ne savez pas quoi faire, demandez simplement à la personne de vous expliquer comment vous pouvez l'aider.

• Faites preuve de patience. Les personnes ayant certains types de handicaps peuvent avoir besoin d'un peu plus de temps pour vous comprendre et pour vous répondre.

à savoir

Pour les bâtiments existants, des dérogations peuvent être accordées par la sous-commission départementale d'accessibilité du fait d'une impossibilité technique, d'une disproportion manifeste entre l'amélioration et les conséquences, pour la préservation du patrimoine.

Maison Vessière©MoMa Lyon / Lyon Shop & Design

contacts

• **CCI de Lyon**

Allo la CCI
04 72 40 58 58
Place de la Bourse
69289 Lyon Cedex 02
infos@lyon.cci.fr
www.lyon.cci.fr

• **Lyon Shop & Design**
CCI de Lyon
Tél. 04 72 40 58 19
www.lyon-shop-design.com

• **CCI Diagnostic**

Allo la CCI
04 72 40 58 58
performance@lyon.cci.fr
www.cci-diagnostic.fr

• **Cluster Lumière**
CCI de Lyon
Place de la Bourse
69289 Lyon Cedex 02
clusterlumiere@lyon.cci.fr
www.clusterlumiere.com

• **Opmec**
7 avenue des Mondaults
33270 FLOIRAC
Tél. 09 72 26 24 07
www.opmec.org
contact@opmec.org

• Votre concepteur lumière :

• Votre électricien :

Regards Croisés©Lyon Shop & Design

OPMEC

Observatoire pour la Promotion et la Modernisation de l'éclairage du Commerce en France

Organisme indépendant
pour la création de nouvelles solutions éclairantes

L'éclairage de vos surfaces de vente représente des enjeux commerciaux, économiques et énergétiques essentiels.

Fondé en 2009 par les acteurs collectifs et experts, l'OPMEC offre des solutions concrètes et propose des services innovants.

- Un **diagnostic exclusif** en 4 étapes qui permet aux commerçants de comprendre le niveau d'efficacité commerciale et énergétique de leur éclairage, puis de disposer de préconisations simples, adaptées et respectueuses des réglementations pour en augmenter sa performance.
- Des **ateliers et conférences** interactifs, concrets et accessibles.
- L'élaboration d'un **référentiel national** soulignant l'évolution de l'éclairage dans les commerces, par activité, par espace, par familles de produits utilisés.
- Le référencement de **prestataires recommandés** par l'OPMEC capables de conseiller selon une méthodologie stricte les commerçants dans leur éclairage.
- **L'accompagnement des territoires** de manière personnalisée en fonction de leur problématique.

02/2013 - OPMEC, association loi 1901 - contact@opmec.org

Les prestataires

Les prestataires OPMEC signent une charte les engageant dans la qualité des produits conseillés et vendus, tous doivent assurer des formations régulières permettant de suivre l'évolution constante des technologies éclairantes.

Pour le Rhône, voici la liste des prestataires recommandés pour une solution d'éclairage performante:

LUMALED — HEXAGONE — ergie

Vous trouverez la liste de nos prestataires de tout le territoire sur notre site

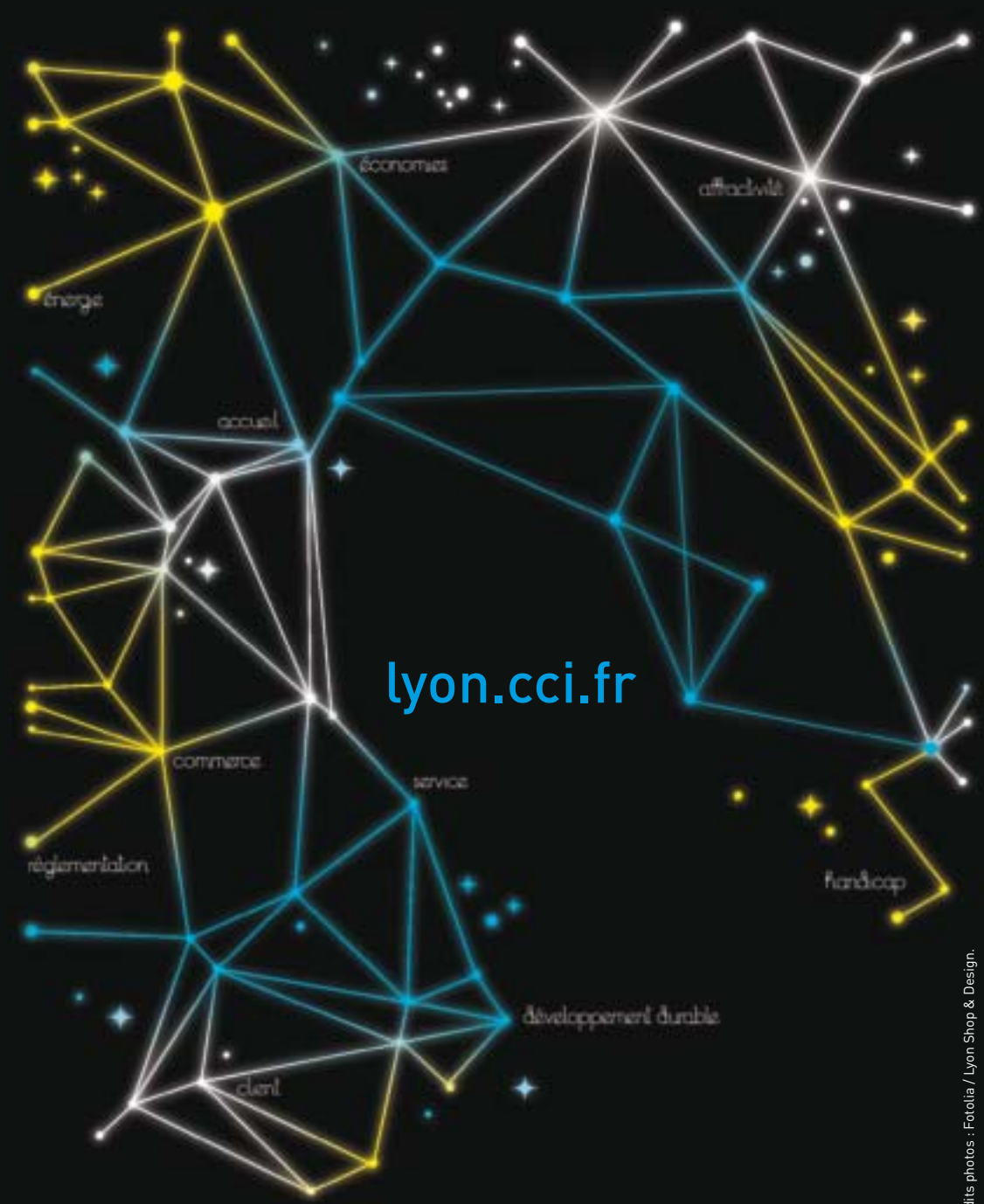
www.opmec.org

Plus d'informations sur le blog

http://www.opmec.blogspot.fr/

Les fondateurs

LYON 7 RIVE GAUCHE ADC7 — FFAC Fédération Française des Associations de Commerçants — EURO-LIGHTING — CCI RENNES — MERCHANfeeling



CCI LYON

PMEC

LYON SHOP & DESIGN

CCI Lyon métropole

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

l'Europe s'engage en Rhône-Alpes avec le FEDER
Financé avec l'aide de l'Union Européenne FEDER

leteam.fr / Crédits photos : Fotolia / Lyon Shop & Design.