

r&f *Analisi mercato*

illuminazione avanti Led!

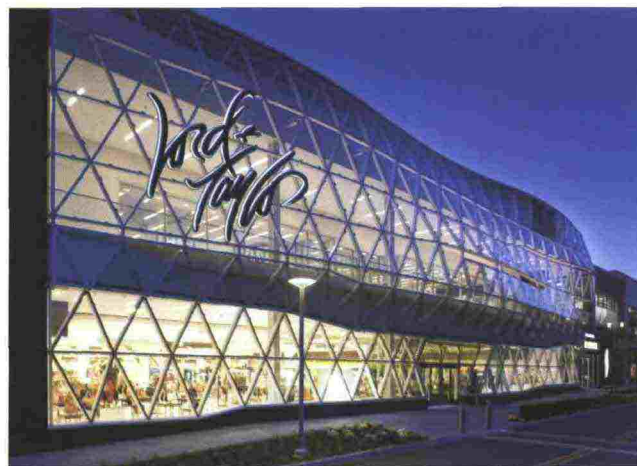
I sistemi di lighting degli spazi retail, food e gdo sfruttano sempre più spesso i vantaggi dei diodi a emissione luminosa: abbattimento dei costi e lunga durata, cui si somma adesso la declinazione in forme di design che arredano e fasci che esaltano differenti tipi di merci. Perché anche l'occhio vuole la sua parte

Il sistema delle imprese elettroniche ed elettrotecniche si sta riprendendo: secondo **Anie**, il fatturato del settore ha raggiunto i 63 miliardi di euro, 29 dei quali di esportazioni, mentre, a testimonianza della sua vitalità, arriva al 4% l'incidenza della spesa in Ricerca & Sviluppo. Non solo: nei primi 11 mesi del 2013, secondo dati **Istat**, era cresciuto dello 0,7% il comparto italiano dell'elettrotecnica e dell'1,7% quello dell'elettronica. Dati incoraggianti dopo quelli negativi registrati nel 2012. In particolare, nel segmento dell'illuminazione, era stato proprio quello l'anno peggiore, con un calo netto del 10% e un giro d'affari crollato a 3,368 miliardi di euro, dei quali grosso modo 200 relativi al segmento dell'illuminazione per il retail. Un mondo che, oltre a fiutare (e auspicare) la ripresa, ha sempre più voglia di... luce! E, segnatamente, di luce a Led. Abbattute le barriere tecniche che ne avevano limitato l'im-

piego, specie nel retail, questo tipo di luce si adatta sempre meglio anche a questo canale oltre che all'alimentare, dove le basse temperature ne favorivano l'uso già in passato. Il successo del Led anche in contesti caratterizzati da una certa cura dell'aspetto estetico e del design, ha trovato riscontro anche di recente, durante l'ultima edizione, la 53ª per l'esattezza, del *Salone del mobile di Milano*, che si è svolto dall'8 al 13 aprile scorsi nel polo espositivo di Rho-Però. Ebbene, nel corso delle centinaia di eventi della kermesse parallela che si svolge da oltre 20 anni in sempre più quartieri (trasformati per l'occasione in veri e propri design district) del capoluogo lombardo, il *Fuorisalone*, proprio la luce a Led è stata protagonista del *Ventura Lambrate*, il vivace distretto creativo realizzato - non a caso - nei paraggi del Politecnico di Milano. L'iniziativa, giunta alla sua quinta edizione, ha ospitato un centi-

naio di espositori in un'area di circa 13.000 metri quadri, con un passaggio di circa 80mila visitatori. Ebbene, in quei giorni, il network *Italian Lighting Designers*, in collaborazione con *As-*

sodel (Associazione italiana fornitori elettronica) e con il patrocinio di *Apil* (Associazione dei professionisti dell'illuminazione), ha presentato un percorso volto alla promozione della "cultura





della luce". L'obiettivo era quello di realizzare un vero e proprio laboratorio dove poter sentire e provare gli effetti benefici della luce creata con la tecnologia Light emitting diode.

A ciascuno il suo Led

Tutto ciò pochi giorni dopo la fiera di Francoforte *Light+Building* (30 marzo - 4 aprile), tra le manifestazioni più importanti a livello internazionale dedicate all'illuminazione con oltre 2.300 espositori e 230mila visitatori, nel corso della quale è emersa con forza la sempre maggiore centralità del Led. E non a caso, considerando i vantaggi offerti dai diodi a emissione luminosa. Questa tecnologia, infatti, oltre a consumare poca energia, permette alle lampadine di durare più a lungo e ed è altamente compatibile con i moderni sistemi di controllo dell'illuminazione. Inoltre, anche per quanto riguarda la qualità e il colore della luce, il Led non è più secondo alla tradizionale lampadina a incandescenza. A tutto ciò si sommano ulteriori vantaggi: la mancanza di un attacco per la sostituzione della lam-

pa di - na, lo sviluppo di calore contenuto, l'adozione di differenti dispositivi di controllo e l'assenza di manutenzione. E ancora: invece della lampada, è la luce a essere messa in scena con i raggi che diventano l'elemento di design dominante. Le moderne luci a Led vengono infine combinate con materiali naturali, grezzi o ispirati al mondo industriale come l'ottone, la ceramica, il vetro ma anche il calcestruzzo e la carta.

Ecco gli atout che stanno facendo diffondere rapidamente il Led nel mondo dell'illuminazione nei più disparati ambienti. A partire dal retail.

«Il Led è sicuramente una delle fonti di illuminazione favorite per il settore retail, grazie ad alcuni plus che lo caratterizzano: grande versatilità di impiego, impatto cromatico e, soprattutto, un elevatissimo rapporto resa-risparmio energetico» ci dice **Danilo Reggiani**, presidente e ceo di **Reggiani Illuminazione**. «È una tecnologia all'avanguardia e in continua

evo - luzione, che sta progressivamente sostituendo le precedenti. Il sistema Led Luce di Reggiani rappresenta un'eccellenza nella resa cromatica, nella flessibilità, nel rendimento e nella durata, grazie all'impiego dello IOS (Interchangeable Optical System)».

La crescente importanza del Led è testimoniata anche da un'altra realtà del mercato, **Idealed**, del **Gruppo Bibetech**, nelle parole del suo R&D Marketing, **Marco Ferrari**: «Il nostro portafoglio prodotti è costituito da un'ampia gamma di tecnologie Led: dai sistemi per grandi negozi e showroom fino agli spot per il piano cottura, passando per le lampadine Led e le soluzioni adatte ad ambienti esterni e piscine. Considerando invece il gruppo industriale di cui siamo parte, la percentuale del business che riguarda ap-

Analisi mercato

«OPERIAMO IN OLTRE 80 PAESI DEL MONDO»

DANILO REGGIANI,

presidente e ceo **Reggiani Illuminazione**

Quali sono le vostre principali produzioni destinate ai segmenti retail e food?

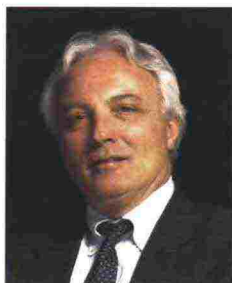
Tra i prodotti di punta presentati a Euroshop e Light+Building c'è intanto la famiglia Yori, una gamma completa e versatile per le esigenze di illuminazione dei punti vendita: minimalista e funzionale, Yori è un proiettore piccolo ma dalle elevate prestazioni. Trybeca è invece una famiglia di incassi dal design elegante ed essenziale, declinata in tre forme geometriche: il quadrato, il cerchio e il rettangolo. Splyt, a sua volta, è il sistema di proiettori per interni nato dall'esigenza di offrire ottiche Wall Washer dalle alte performance e fasci strettissimi. Infine, Linea Luce Slim offre la versatilità del sistema lineare a Led, con performance eccellenti e ampie possibilità di utilizzo. Sono tutti prodotti utilizzabili in contesti retail, un mondo che sempre più spesso richiede progettazioni tailor made.

Quanto conta una corretta installazione per il funzionamento dei dispositivi luminosi?

Dedichiamo molta attenzione all'aspetto tecnico restando a fianco degli installatori per offrire un supporto nel post-vendita, anche attraverso la semplificazione delle istruzioni per il montaggio e aree specifiche per il download sul nostro sito www.reggiani.net.

Come adattate i vostri prodotti ai differenti canali retail e food cui vi rivolgete?

Grazia a una consulenza personalizzata, siamo in grado di offrire a qualsiasi tipo di negozio, che si tratti di abiti, alimenti o altro prodotto merceologico, un'illuminazione che valorizza l'oggetto e che migliora quella che oggi viene definita la shopping experience. A questo scopo sono state allestite all'interno del Reggiani International Light Forum una serie di spazi in cui sperimentare la resa luminosa, dove invitiamo spesso i nostri clienti a vedere e "toccare con gli occhi" come valorizzare i colori dei capi o dei prodotti attraverso le diverse fonti luminose proposte,



a dimostrazione del fatto che la luce non è solo illuminare, ma anche "rendere luminoso". Per il settore food, in particolare, offriamo apparecchi completi di filtri selettivi che esaltano gli alimenti e i loro colori.

Quale percentuale della vostra produzione esportate? Verso quali mercati?

Operiamo in oltre 80 paesi del mondo dove abbiamo anche diverse sedi aziendali. Reggiani China, ad esempio, è il fulcro di attività produttive, di commercializzazione e logistica per il mercato orientale, grazie anche alla presenza di uno showroom di recente apertura a Chengdu, nella provincia del Sichuan. La stessa funzione è svolta per il mercato americano da Reggiani USA Inc. che ha sede a Carlstadt, nel New Jersey, e uno showroom per la presentazione dei prodotti. Si tratta di realtà dalla straordinaria efficienza produttiva che rispettano gli standard più rigorosi adottati in Europa e negli Stati Uniti. Qui, in particolare, abbiamo una rete nazionale di agenti di vendita Reggiani Lighting USA. A sua volta, Reggiani Ltd Lighting UK opera in Inghilterra dal 1985, curando la distribuzione dei prodotti sul territorio inglese e ospita il RE Lighting International Design Center. Abbiamo quindi un ufficio commerciale a Mosca e uno showroom a Parigi, aperto nel 1997.

Ci illustre una vostra recente realizzazione?

Tra le centinaia di installazioni in punti vendita, spazi espositivi, sedi e rappresentanze di associazioni di categoria, aeroporti, stazioni e ospedali, luoghi di culto, culturali, pubblici e all'aperto, ci piace segnalare l'illuminazione di Lord&Taylor a Ridge Hill, New York, completata nel 2012. Il progetto customizzato prevedeva l'integrazione tra diverse tecnologie - Led, alogenuri e fluorescenti - e si rifaceva all'architettura triangolare della facciata esterna dell'edificio che ospita lo store. Altissima qualità di resa cromatica e ottiche molto efficienti hanno permesso al Lighting Designer di illuminare gli spazi nel modo più efficace, nel rispetto dei limiti di consumo energetici imposti in tutti gli USA.

parecchiature Led raggiunge il 40%». Per massimizzare i vantaggi di questa tecnologia, non va trascurata neppure la sua personalizzazione e la declinazione sulle esigenze dei diversi tipi di clienti e di negozi cui è destinata nei segmenti del retail, del food e della gdo: «Abbiamo inserito nel nostro catalogo una variegata scelta di ottiche ad alto rendimento, che consentono di modellare a piacimento l'elemento luminoso e variare l'accento in funzione di differenti necessità espositive. Le profonde competenze sviluppate sin dall'avvento nel campo della tecnologia Led ci permettono di integrare il catalogo con soluzioni on demand, in un'ottica di costante ascolto delle esigenze di clienti sempre più attenti e consapevoli», chiosa Ferrari.

La Gdo fa scuola

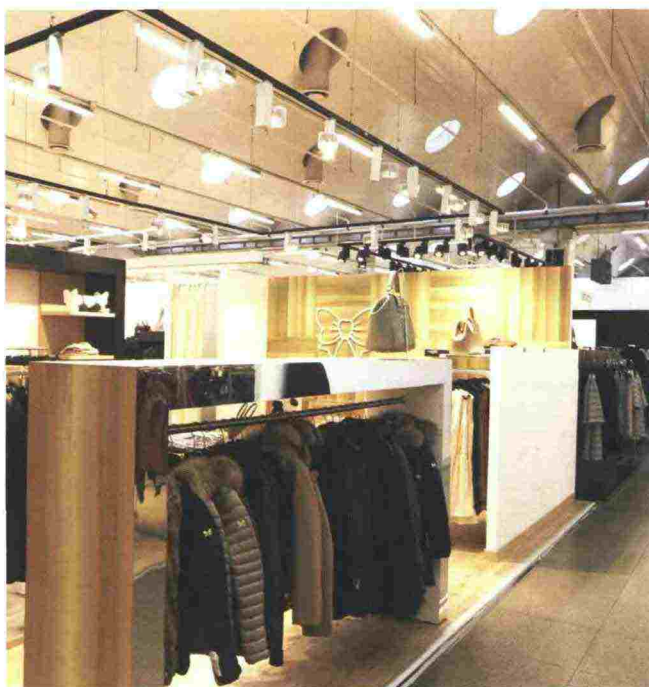
Anche la Grande distribuzione organizzata ricorre sempre più spesso al Led, e non solo nei reparti di alimentari dove originariamente è stata impiegata. È una soluzione tanto più necessaria in un'epoca nella quale gioco forza, vuoi per ragioni di crescente sensibilità ambientale, vuoi per esigenze di risparmio, abbattere il costo dell'energia usata per illuminare un supermercato, che si aggira mediamente attorno al 30% dei costi totali di gestione, diventa indispensabile.

Lo dimostra il "caso" dello store di Desio di **Coop Lombardia** (920 milioni di euro di fatturato e 4mila dipendenti per una rete di 50 tra iper e supermercati), in provincia di Monza e Brianza. Nel 2012, la struttura è stata insignita del *Greenlight Award* durante la penultima edizione di *Light+Building*, nell'ambito del



BELCA
 Illuminazione per la ristorazione

20841 CARATE B.ZA (MB) - VIA RIVERA, 48 - TEL. ++39 0362.903044 FAX ++39 0362.803555
www.belcasrl.it e-mail info@belcasrl.it



“Convegno internazionale sull'uso efficiente dell'energia negli edifici non residenziali”. Qui, infatti, l'adozione di sistemi di illuminazione naturale, l'implementazione di tecnologie Led e di altre soluzioni a risparmio energetico (attraverso la collaborazione con **Inres**, il consorzio che eroga servizi tecnici alle cooperative dei consumatori Coop sul territorio italiano), hanno permesso di ridurre del 14% il consumo di energia del supermercato. In generale, le tipologie di apparecchi illuminanti alle quali si può ricorrere in un punto vendita della Gdo sono varie: «da una plafoniera a un corpo illuminante a sospensione, da un faretto incassato in un controsoffitto a quello posto su binario elettrificato», ci spiegano da **Coop**, uno dei colossi del mercato che, con circa 1500 punti vendita, di esperienza



anche in materia di illuminazione ne ha da vendere. «Di fondamentale importanza è l'uso appropriato delle ottiche che possono essere abbinate al corpo illuminante: per le plafoniere a fila continua possono essere usate ottiche a fascio largo che dirigono il flusso luminoso principalmente sul corridoio, oppure ottiche a fascio doppio asimmetrico studiate per diffonderlo invece sulla scaffalatura. In questo modo, attraverso l'illuminamento verticale sullo scaffale, si valorizza il prodotto in vendita. Anche per i faretti la scelta delle ottiche più appropriate ricopre una notevole importanza. A seconda dell'ampiezza

Analisi mercato

del fascio luminoso di diffusione (espresso in gradi) i faretti si suddividono in spot (fascio stretto), flood (fascio largo) e wide-flood (fascio molto largo).

Questo è lo stato dell'arte, ma già si profilano all'orizzonte delle novità che potrebbero ancora una volta cambiare lo scenario. Molti produttori stanno lavorando alla prossima sfida: perfezionare i diodi organici a emissione luminosa, i cosiddetti Oled. La differenza con la tecnologia primigenia? Mentre i Led creano un punto luce, gli Oled producono una superficie luminosa e, date le dimensioni ridotte, sono ideali ad esempio per illuminare tessuti, oggetti o intere pareti, mentre, se applicati a una finestra, riproducono la luce del giorno. Insomma: le possibilità di applicazione e di innovazione collegate a questa nuova tecnologia sono numerose e tutte da esplorare perché, lungi dall'essere in concorrenza con i Led, gli Oled ne rappresentano un completamento intelligente e naturalmente efficiente sotto il profilo dei consumi.

Massimo Andreis

«IL NOSTRO È UN MADE IN ITALY AUTENTICO»

MARCO FERRARI,
 R&D Marketing **Idealed**

Quali sono le vostre produzioni destinate ai segmenti retail & food?

Le principali soluzioni illuminotecniche pensate per ambienti quali outlet e centri commerciali sono quattro: la nostra gamma di plafoniere Ceilled, i proiettori serie Floodled, gli incassi Led serie Downled e le sospensioni HiBay Pendant.

Come affrontate la concorrenza dei produttori stranieri e quali sono i vantaggi del prodotto italiano?

Svolgiamo ogni fase del processo produttivo in Italia, dalla progettazione fino alla realizzazione industriale. È un made in Italy autentico, che rappresenta un vantaggio competitivo universalmente riconosciuto in termini di qualità, affidabilità e competenza; i segni distintivi delle nostre produzioni. Rispetto alla concorrenza asiatica siamo in grado di offrire un prodotto più efficiente (in termini di lumen per watt e di migliore costo per lumen), più longevo e durabile (grazie alle eccellenti prestazioni dei dissipatori di calore), oltre a tutta una serie di servizi su misura che ci consentono di creare sorgenti luminose personalizzate e di affrontare in maniera rapida ed efficace qualsiasi problematica riscontrata dai nostri clienti.



Quanto conta una corretta installazione per il funzionamento dei dispositivi luminosi? Quanto l'illuminazione può incrementare la visibilità di un prodotto e quindi le vendite di un negozio?

Un'ottima progettazione illuminotecnica deve essere seguita da una corretta installazione dell'impianto luminoso: per il buon funzionamento della tecnologia Led nel proprio sistema di illuminazione è sempre consigliabile affidarsi ad un professionista qualificato.

Per quanto riguarda l'incidenza della qualità della luce sulle vendite, è sufficiente considerare che i dispositivi Led hanno progressivamente sostituito le sorgenti tradizionali in virtù di una maggiore flessibilità cromatica, caratteristica di notevole rilievo se si pensa alla necessità tipica del segmento retail & food di valorizzare al meglio l'impatto visivo dei prodotti. Inoltre, questa tecnologia non emette raggi UV o infrarossi: un ulteriore vantaggio per i grandi negozi al fine di preservare gli oggetti illuminati.

Quale percentuale della vostra produzione esportate? Verso quali mercati?

Al momento le vendite e i progetti sono concentrati sul suolo italiano. Tuttavia, anche grazie alla partecipazione al Light+Building 2014 di Francoforte, l'intenzione è di ampliare la distribuzione oltre i confini nazionali e consolidare la nostra presenza di Idealed sui mercati esteri.

«IN UNO STORE, L'IMPIANTO DI ILLUMINAZIONE È FONDAMENTALE»

Coop

Quali sono gli elementi alla base di un sistema di illuminazione in uno store Coop?

In uno spazio architettonico come uno store, l'impianto di illuminazione è fondamentale: non è solo strumento tecnico necessario, ma, allo stesso tempo, espressione (e veicolo) di un messaggio di tipo emozionale e percettivo. Negli ultimi anni il concetto di "immagine commerciale" ha subito una notevole trasformazione e alle esigenze funzionali si sono legate sempre più finalità estetiche e comunicative: l'enfaticizzazione di volumi e la definizione di spazi di vendita per rendere più appetibile la merce da vendere hanno portato ad una crescente attenzione circa gli aspetti progettuali per individuare lo scenario luminoso più adatto alla varietà merceologica che deve essere proposta. A tutto ciò si è aggiunto il tema dell'efficienza e del risparmio energetico, con la contemporanea introduzione su larga scala della tecnologia Led nel mondo del lighting.

zionali si sono legate sempre più finalità estetiche e comunicative: l'enfaticizzazione di volumi e la definizione di spazi di vendita per rendere più appetibile la merce da vendere hanno portato ad una crescente attenzione circa gli aspetti progettuali per individuare lo scenario luminoso più adatto alla varietà merceologica che deve essere proposta. A tutto ciò si è aggiunto il tema dell'efficienza e del risparmio energetico, con la contemporanea introduzione su larga scala della tecnologia Led nel mondo del lighting.

Quali tipi di illuminazione deve creare un impianto all'interno di un super o iper mercato?

Fondamentalmente tre tipi: generale, d'accento e operativa. Il primo è il tipo di illuminazione che si ottiene nei supermercati con plafoniere (a fluorescenza) in fila continua poste longitudinalmente lungo la mezzera dei corridoi tra scaffale e scaffale, mentre negli ipermercati si ricorre ad un sistema puntiforme con apparecchi (a fluorescenza) di dimensioni più contenute. In queste zone si ha un illuminamento orizzontale medio di 800-900 lux a 0.85 m. Il secondo tipo si ha in quelle zone in cui si vuole evidenziare una promozione, una merceologia in offerta, il lancio di un nuovo prodotto o un'area di vendita (ad esempio la pescheria). Si ottiene generalmente ricorrendo

a faretti, e si ha un illuminamento medio superiore a 1000 lux sul banco o sul prodotto in vendita. La terza forma di lighting riguarda tutte le aree di lavoro (ad esempio laboratori o zona casse): qui l'illuminamento medio è di almeno 500 lux sul piano di lavoro e, per ottemperare a quanto richiesto dalla normativa vigente, in queste zone si può ricorrere ad ottiche "dark", che permettono di abbassare l'abbagliamento diretto (UGR) entro i valori prescritti dalla legge.

Quali sono gli elementi progettuali predominanti nell'illuminazione per la Gdo?

Intanto la temperatura di colore e la resa cromatica (indice Ra o CRI) delle sorgenti luminose, per sottolineare la freschezza dell'alimento e invogliare il cliente all'acquisto. Quindi il posizionamento e la tipologia di apparecchio illuminante da utilizzare (ad esempio se impiegare un dispositivo ad incasso in un controsoffitto o a sospensione). In terzo luogo conta l'efficienza luminosa e la durata della sorgente luminosa; si tratta di elementi che devono limitare i costi gestionali ed energetici, considerando le superfici da illuminare e le ore di utilizzo prolungate. Infine, non vanno trascurati l'utilizzo di sistemi di gestione remota o di dimming e il rispetto delle normative e degli standard illuminotecnici di riferimento.

