



Imoon srl • Tel. +39/02/89515533-215 • www.imoon.it

**L'innovation technologique rencontre la créativité :**  
**Imoon et sa marque *Makris* révolutionne l'éclairage dans les magasins**

Milan, le 15 octobre 2020

Dans un cadre de plus en plus orienté vers l'expérience d'achat, la dimension qualitative de l'espace physique devient un élément fondamental pour la fidélisation du Client, particulièrement dans un secteur aussi concurrentiel que la grande distribution. De l'entrée jusqu'à la zone de sortie, le défi consiste pour les détaillants à créer un parcours visuel émotionnel où les équipements, les finitions et les lumières concourent à la création d'une atmosphère favorisant l'acte d'achat et augmentant le séjour à l'intérieur du point de vente. C'est en ce sens qu'**Imoon** - *acteur de premier plan sur le marché international de l'éclairage pour le secteur Food & Fashion Retail* - se positionne en qualité d'allié pour les détaillants qui souhaitent se singulariser, en personnalisant les zones à haute visibilité comme les **caisses**, grâce aux solutions de sa marque **Makris**. Par ailleurs, pour garantir une **lisibilité** et une **attractivité** supérieures des produits en **exposition** dans les **rayons**, une zone qui représente entre 50 et 80 % de la surface d'un magasin, **Imoon** propose le luminaire innovant **Cyberwing**.

**Mot d'ordre : personnalisation**

Une communication cohérente et attirante pour le consommateur ne peut se passer de la personnalisation de la zone des caisses, un espace extrêmement stratégique à la conclusion du parcours d'achat, mais également élément de singularité de la marque du détaillant. C'est pourquoi les solutions *custom* **Dart Number**, **Sphera** et **Pagoda** de **Makris** sont dignes d'intérêt, car elles font ressortir le caractère dans la zone des caisses, tout en valorisant le logo de l'Enseigne.

**Dart Number**

Évolution fonctionnelle de la solution DART de Makris, elle se caractérise par l'ajout d'une section numérique rétro-éclairée sur les trois cotés, frontal et latéraux, du luminaire et par la possibilité d'insérer un logo, également rétro-éclairée, dans le revêtement personnalisable. Une



utilisation technique de la lumière qui permet un allumage séparé de la numérotation, éclairée en vert, pour indiquer une caisse ouverte, ou en blanc neutre, en cas de fermeture.

## Sphera



**Sphera** offre aux espaces une allure légère et essentielle en exprimant toute sa polyvalence dans ses nombreuses combinaisons de finitions et sa variété de volumes. En plus de ses versions mono- ou bicolores, **Sphera** est en effet disponible en trois dimensions différentes, pour satisfaire toutes les exigences de décoration. Enfin, la variante Design devient l'expression de l'identité de marque grâce à la possibilité de mettre le logo de la marque rétro-éclairé sur

l'avant de la lampe.

## Pagoda

Un concept qui, en s'inspirant de la forme la plus ancienne d'architecture bouddhiste, présente une structure s'élançant vers le haut où la lumière devient un élément tangible, presque matérielle, pour mettre en valeur la zone des caisses. La lumière



comme élément d'accueil : Pagoda est dotée d'un écran à micro-prisme, assurance d'un confort visuel optimal, et est réalisée en PMMA pouvant être peint de la couleur la mieux adaptée à la zone à éclairer.

**Avec Cyberwing, la polyvalence s'envole**



**Cyberwing**, éclairage d'accentuation, a pour but de créer des points d'attraction pour orienter l'attention du consommateur vers les produits exposés sur les gondoles plutôt que sur les couloirs. La structure de **Cyberwing** est conçue pour s'adapter parfaitement à chaque type d'aménagement : la régulation indépendante

des groupes optiques latéraux, avec un intervalle de rotation équivalent à  $+10^{\circ}$ - $-10^{\circ}$ , permet en effet au luminaire de s'adapter aussi bien à la variabilité des rayons, en termes de hauteur et de largeur, qu'aux différentes dimensions des rayonnages. Le caractère tridimensionnel des marchandises devient ainsi un véritable acteur de la scène grâce à un jeu de contrastes entre ombres et lumières, rendu possible par la puissance réflectrice importante de l'optique, qui peut atteindre des niveaux de luminosité sur les rayonnages supérieurs à 1000 lx. Cette efficacité élevée et l'émission lumineuse se traduisent même par des intervalles plus grands pour l'installation, qui peuvent atteindre jusqu'à 3,5 mètres, ce qui permet de réduire le nombre global de luminaires, avec également des répercussions positives en termes d'économies d'énergie.

De plus, la forme des réflecteurs, étudiée par le team **Imoon** de Concepteurs Lumière, garantit un excellent contrôle du flux lumineux, sans produire les fameuses ombres indésirables sur les articles, typiques des projecteurs. La géométrie des deux sources de lumière à LED est elle aussi définie sur mesure pour obtenir le rendement optique



maximal et une excellente distribution de la lumière. Enfin, la possibilité d'utiliser deux températures de couleur différentes et adaptées, sur les deux groupes optiques latéraux, assure une illumination parfaite en fonction de chaque catégorie de marchandises.

Afin de répondre à toute exigence conceptuelle, deux nouveaux modèles sont en phase de lancement, en complément de la famille **Cyberwing** : **encastré**, idéal pour les espaces dotés de faux-plafonds et de panneaux 60X60 et **projecteur asymétrique**, étudié pour l'éclairage de zones périmétriques, d'étagères simples ou d'éléments graphiques sur les murs.

*« Dans l'aménagement du point de vente, les stimuli visuels sont prioritaires. C'est pour cela que notre projet technique d'éclairage est étudié dans les moindres détails pour étonner le*



Imoon srl • Tel. +39/02/89515533-215 • [www.imoon.it](http://www.imoon.it)

*consommateur et l'accueillir à l'intérieur d'un lieu exclusif, créé sur mesure pour incarner l'imaginaire du style et de la qualité souhaité par le détaillant» déclare **Pierluigi Gusmani, Directeur des Ventes à l'international d'Imoon** qui conclut : « En ce sens, la valeur ajoutée de notre offre réside dans la complémentarité entre produits disponibles sur catalogue et le développement de nouveaux concepts sur mesure, grâce à la marque **Makris**, qui peut accompagner les Clients dans une dimension du shopping encore plus attrayante ».*

### **Imoon – [www.imoon.it](http://www.imoon.it)**

*Fondée en 2010, Imoon est un acteur de premier plan de la conception et de la production de solutions d'éclairage, entièrement Made in Italy, pour le secteur Food & Fashion Retail. Le siège de l'Entreprise est à Milan et elle se positionne sur le marché comme un partenaire pouvant fournir à ses clients un service complet, présent à toutes les phases de la conception : de l'étude préliminaire aux simulations d'éclairage en passant par l'étude de rendement énergétique, et jusqu'au fine-tuning du projet et au service après-vente. Imoon peut également développer des solutions personnalisées grâce à la marque Makris, née de la volonté de former de nouveaux concepts d'éclairage alliés à la meilleure technologie d'avant-garde. Imoon est une entité bien implantée internationalement grâce à ses filiales au Royaume-Uni, en République tchèque, en Turquie, en République Sud-africaine, en Finlande, et à ses partenaires commerciaux dans la région EMEA et en Amérique. Les solutions Imoon sont présentes dans plus de 40 pays dans le monde entier et l'entreprise réalise près de 400 points de vente par an, et peut se targuer de collaborer avec les enseignes les plus importantes du Food Retail : Carrefour, Coop, Conad, Auchan, E.Leclerc, Migros, Silpo, Globus, Booths Supermarkets et Warner's Budgens.*

*Pour plus d'informations :*

#### **Lbdi Communication**

Silvia Vara – email : [svara@lbdi.it](mailto:svara@lbdi.it)

Federica Cosmo – email : [fcosmo@lbdi.it](mailto:fcosmo@lbdi.it)

Ginevra Fossati – email : [gfossati@lbdi.it](mailto:gfossati@lbdi.it)

Tel. +39 02/43910069 M. +39 3662694449

Skype: LBDI\_pr