

# TRENDY w oświetleniu FMCG



fot. TRILUX Polska

Dzięki upowszechnieniu LED w ostatnich latach dokonana się technologiczna rewolucja w zakresie oświetlenia placówek handlowych. I choć ogólne zasady projektowania ekspozycji świetlnej zasadniczo pozostają niezmiennie, dzięki diodom dużo łatwiej wcielić w życie zalecenia ekspertów.



**FILIP GABRYELCZYK**  
Menedżer sprzedaży  
segmentu retail  
**TRILUX Polska**  
oraz ekspert oświetlenia  
Polskiego Komitetu  
Oświetleniowego

**W** ostatnich latach ceny opraw wykorzystujących diody spadają w tempie parunastu procent rocznie. Kilukrotnie skrócił się więc czas zwrotu z tego typu inwestycji. W związku z tym z roku na rok rozwiązania LED są wykorzystywane coraz powszechniej. Szacuje się, że ich udział w rynku oświetlenia sklepowego pomiędzy 2010 r. a 2015 r. zwiększył się z 7% do 45%. Według prognoz McKinsey & Company do 2020 r. wzrośnie on do 68%. Ta technologiczna rewolucja jest najważniejszym trendem w oświetleniu branży retail tej dekady. Skutkuje nie tylko zmniejszeniem kosztów energii elektrycznej, ale również poszerzeniem możliwości dostosowania ekspozycji świetlnej do specyfiki sklepu. Uzyskanie optymalnych efektów, zgodnych z zasadami sztuki oświetleniowej i sprzyjających zwiększeniu sprzedaży, jest łatwiejsze niż kiedykolwiek wcześniej.

### LED – na czym polega rewolucja?

Jedną z największych zalet opraw w technologii LED jest niezwykle wysoka wydajność świetlna, czyli skuteczność zmiany energii elektrycznej w widzialne światło. W przypadku tradycyjnych rozwiązań znaczna część pobranego prądu – nawet 70-80% – marnowała się i była oddawana jako ciepło. Uzyskanie światła o wysokim natężeniu, używanego do ekspozycji produktów, wiązało się z dużymi nakładami energetycznymi. Nowoczesne diody natomiast zamieniają na światło już

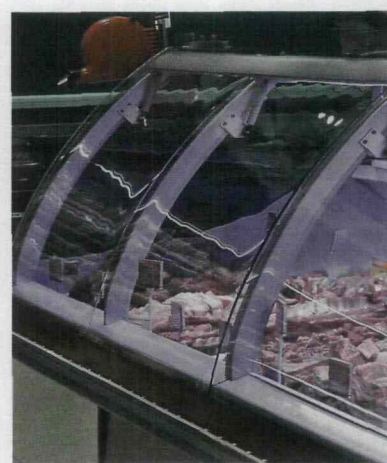
ponad 50% pobieranego prądu, osiągając skuteczność na poziomie przekraczającym 100 lumenów na wat. Gwarantują tym samym efektywną prezentację towaru za ułamek dotychczasowych kosztów. Inną, istotną z punktu widzenia nakładów na eksploatację cechą oświetlenia diodowego jest trwałość układów optycznych. Ze względu na żywotność sięgającą kilkudziesięciu tysięcy godzin pracy rozwiązania LED właściwie nie generują dodatkowych kosztów serwisu. Diodowa rewolucja ma znaczenie nie tylko dla kwestii kosztów, ale również jakości światła. Technologia LED pozwala na stosunkowo proste dopasowanie koloru i temperatury barwowej światła do ekspozowanych produktów, gwarantując ich optymalną prezentację.

### Kolor dopasowany do produktu

Artykuły spożywcze z reguły kupowane są przez konsumentów „wzrokiem”. Dlatego bardzo ważna jest oprawa towaru, pozwalająca w pełni podkreślić jego atuty, np. poprzez wydobywanie odpowiednich barw, decydujących o pozytywnym postrzeganiu produktu. Atrakcyjność mięs można zwiększyć, stosując światło różowej barwy. W oświetleniu drobiu sprawdzi się światło barwy białej. Do oświetlania gotowych ciast oraz pieczywa wykorzystywane jest natomiast białe, ciepłe światło o temperaturze barwowej 2700 K. Według relacji klientów skala wzrostu obrotów wynikająca z implementacji rozwiązań oświetleniowych, pozwalających na skuteczną ekspozycję towarów, sięga kilkudziesięciu procent. Co ważne, moduły do oświetlenia żywności w technologii LED nie wymagają filtrów, jak miało to miejsce w przypadku konwencjonalnych rozwiązań. Zastosowanie do produkcji układów optycznych diod barwnych pozwala uzyskać odpowiedni kolor bez dodatkowego wyposażenia, sprzyjając tym samym miniaturyzacji urządzeń.

### Kontrast zawsze w cenie

Chcąc wyeksponować określone produkty, często stosuje się efekt



kontrastu negatywnego. Polega on na wykorzystaniu naturalnej tendencji do kierowania wzroku na obiekty różniące się od otoczenia. W praktyce najłatwiej osiągnąć ten rezultat, wykładając produkty w ciemnych opakowaniach na jasnych półkach. W przypadku sklepów, w których towary prezentowane są na ciemnych półkach, warto zastosować oświetlenie punktowe, gwarantujące ich wysoką widoczność. Najbardziej złożoną kwestią jest natomiast ekspozowanie ciemnych produktów na ciemnym tle. W takim przypadku koncepcję należy wypracować na miejscu, eksperymentując z różnymi parametrami. Rozwiązaniem wykorzystywanym w sklepach o zróżnicowanym towarze lub dużej zmienności asortymentu są oprawy oświetleniowe o pośrednich wartościach temperatury barwowej – od 3100 K do 3500 K.

### Światło, do którego chce się wracać

Decydując się na modernizację sklepowego oświetlenia, warto pamiętać o jego podstawowej funkcji – zapewnieniu dobrej widoczności oraz odpowiednich warunków do komfortowego przeglądania etykiet. Gwarancją bezproblemowego rozpoznawania opakowań czy sprawdzania składu produktu jest oświetlenie ogólne o natężeniu około 300 luksów i współczynniku oddawania barw (Ra, CRI) powyżej 80. Tego typu jasne światło sprawi, że pomieszczenie będzie wizualnie „czyste” i przyjemne, a klienci chętnie będą wracać do sklepu. 🐦