

# Un'esposizione pubblica di acume

## Aggiunta di valore commerciale attraverso display intelligenti

Quando i clienti visitano i locali di un rivenditore, l'esperienza riflette il marchio. Tutto, dal layout del negozio alla scelta dei colori, alla musica che viene riprodotta, diventa parte di questa esperienza. Naturalmente, durante il processo di ristrutturazione, i rivenditori tengono in considerazione l'esperienza del cliente in ogni decisione presa. Tuttavia, si trascura spesso un componente chiave: l'illuminazione.

L'illuminazione è una risorsa sottovalutata per i rivenditori, considerata un costo e una fonte di frustrazione quando qualcosa va storto. Dal momento che spesso l'illuminazione non è certa ai primi posti nella lista delle priorità al momento dei lavori di ristrutturazione, o non è considerata fino a quando i sistemi iniziano a rompersi, non viene sfruttata al massimo delle sue potenzialità. La realtà è che l'illuminazione può svolgere un ruolo significativo sia nell'esperienza del cliente, sia nel funzionamento dell'azienda, se i rivenditori ne comprendono il vero potenziale.

Le opportunità offerte ai rivenditori dalle soluzioni di illuminazione sono infinite, perché l'illuminazione può fare molto di più che illuminare semplicemente un negozio. L'illuminazione può creare un'atmosfera, una tabella di marcia per il viaggio in negozio del cliente, evidenziare i prodotti chiave e molto altro ancora. Inoltre, può creare risparmi energetici, risparmi sui costi e adeguamento alle conformità, aprendo la strada a pratiche aziendali ottimizzate.

In questo eBook, affronteremo l'importanza dell'esposizione nel nuovo mondo della vendita al dettaglio, le lezioni che si possono imparare da applicazioni di fascia alta, come le gallerie d'arte e gli spazi museali, il perché sia necessario un approccio più ponderato all'illuminazione intelligente, l'evoluzione della semplice sostituzione e, infine, la necessità e l'opportunità di allineare le soluzioni di illuminazione ai fattori aziendali.



### Tecnologia e tradizione

Il negozio tradizionale è un componente essenziale dell'esperienza del marchio.

p/2



### Apprendere dai migliori

Imparare dalle applicazioni di fascia alta.

p/4



### Quando intelligente non significa brillante

Esaminiamo quanto efficacemente sono implementate le soluzioni intelligenti.

p/8



### Illuminazione allineata ai fattori aziendali

Avvicinarsi a nuove soluzioni nel migliore interesse della più ampia strategia aziendale.

p/10



### Trovare i fondi

Alla ricerca di opzioni di finanziamento flessibili, per sostenere gli obiettivi operativi e di capitale.

p/13

# Tecnologia e tradizione

Sebbene il mondo moderno porti con sé considerazioni rispetto all'e-commerce e alla vendita online, il negozio tradizionale rimane un componente essenziale per la costruzione del marchio e la fidelizzazione del cliente. L'aumento dello shopping online significa che gli ambienti espositivi devono lavorare di più per attrarre un numero sufficiente di clienti in modo da raggiungere i propri obiettivi di vendita e redditività. L'illuminazione aiuta a raggiungere la coerenza tra i diversi negozi e la differenziazione dalla concorrenza: considerazioni importanti all'interno dell'ambiente di vendita.

## Rivalutazione della vendita al dettaglio

L'ascesa dell'e-commerce non elimina la necessità di un'esperienza coinvolgente in negozio. Al contrario, spinge la necessità di creare ambienti sempre più allettanti e differenziati, per attirare il giusto tipo e il giusto numero di clienti, in modo da raggiungere gli obiettivi.

## Creare coerenza

L'illuminazione svolge un ruolo significativo nel successo o nel fallimento dell'ambiente di vendita. Dall'ambiente, ai dettagli, alle vetrine, tutti dovrebbero collaborare per creare un'esperienza differenziata che consenta ai rivenditori di distinguersi dalla concorrenza, creando al contempo riconoscibilità e fedeltà del marchio attraverso la coerenza tra negozi e aree geografiche.

Siccome i consumatori scelgono sempre più la vendita online, l'allineamento dell'esperienza in negozio è fondamentale, al fine di creare un'unica visione del cliente, in modo da facilitare il percorso dell'acquirente e creare un volto coerente sul mercato. Ciò è particolarmente importante per le catene più grandi, che devono garantire lo stesso aspetto e la stessa atmosfera in più negozi e in più regioni. È quindi importante progettare soluzioni di illuminazione che possano essere implementate in diverse aree geografiche, nonché trovare un fornitore che abbia la capacità di fornire e implementare soluzioni globali.

## Alla ricerca della sostenibilità

Insieme a queste considerazioni estetiche, i rivenditori devono soddisfare obiettivi di sostenibilità sempre più severi. Gli incentivi fiscali, come il Climate Change Levy o CEE in Francia, dovrebbero spingere i rivenditori verso l'efficienza energetica, ma trovare un esborso di capitale per aggiornarsi può rappresentare un problema. L'illuminazione svolge un ruolo importante in questo senso. Con l'aumento dei costi energetici, l'illuminazione deve fare molto di più che offrire semplicemente esposizioni attraenti. Deve essere efficiente dal punto di vista energetico e contribuire al raggiungimento di obiettivi di efficienza difficili. L'illuminazione può essere un componente trascurato, ma può anche contribuire a migliorare una linea di fondo, aggiungendo valore agli ambienti espositivi e alla più ampia strategia aziendale.

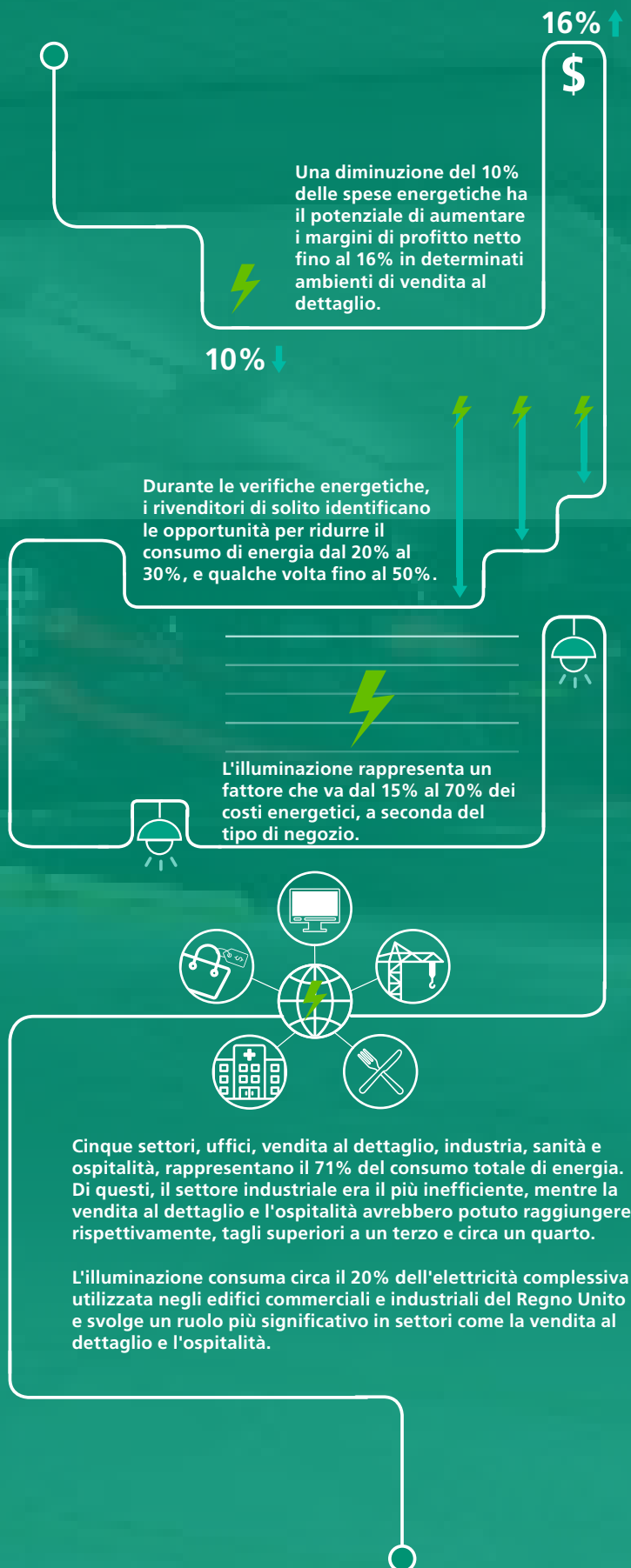
## Illuminare la strada a pratiche commerciali più intelligenti

Sebbene l'illuminazione possa chiaramente essere un importante elemento di differenziazione per considerazioni estetiche, può fare molto di più. Esistono diversi modi attraverso i quali i rivenditori possono soddisfare le difficoltà e gli obiettivi aziendali tramite soluzioni di illuminazione ed è essenziale un approccio pratico e ponderato. Sebbene le soluzioni "smart" siano sempre più in voga, devono essere affrontate in modo intelligente. In teoria, possono aumentare il controllo, generare informazioni utili sui clienti e aiutare le aziende a risparmiare energia e denaro, ma la loro implementazione dovrebbe essere guidata dalle esigenze aziendali. Esiste una miriade di applicazioni intelligenti disponibili: discuteremo più avanti in questo eBook il perché i rivenditori devono prestare attenzione al loro utilizzo.

L'infografica evidenzia i grandi numeri per illustrare quanto i rivenditori possano ottimizzare le prestazioni aziendali attraverso un uso più intelligente dell'illuminazione.

## Illumina la strada verso un maggiore risparmio sui costi

Quando si tratta di illuminazione, i numeri parlano da soli. I rivenditori possono letteralmente illuminare la propria strada verso maggiori risparmi in termini di costi ed efficienza.





# Apprendere dai migliori

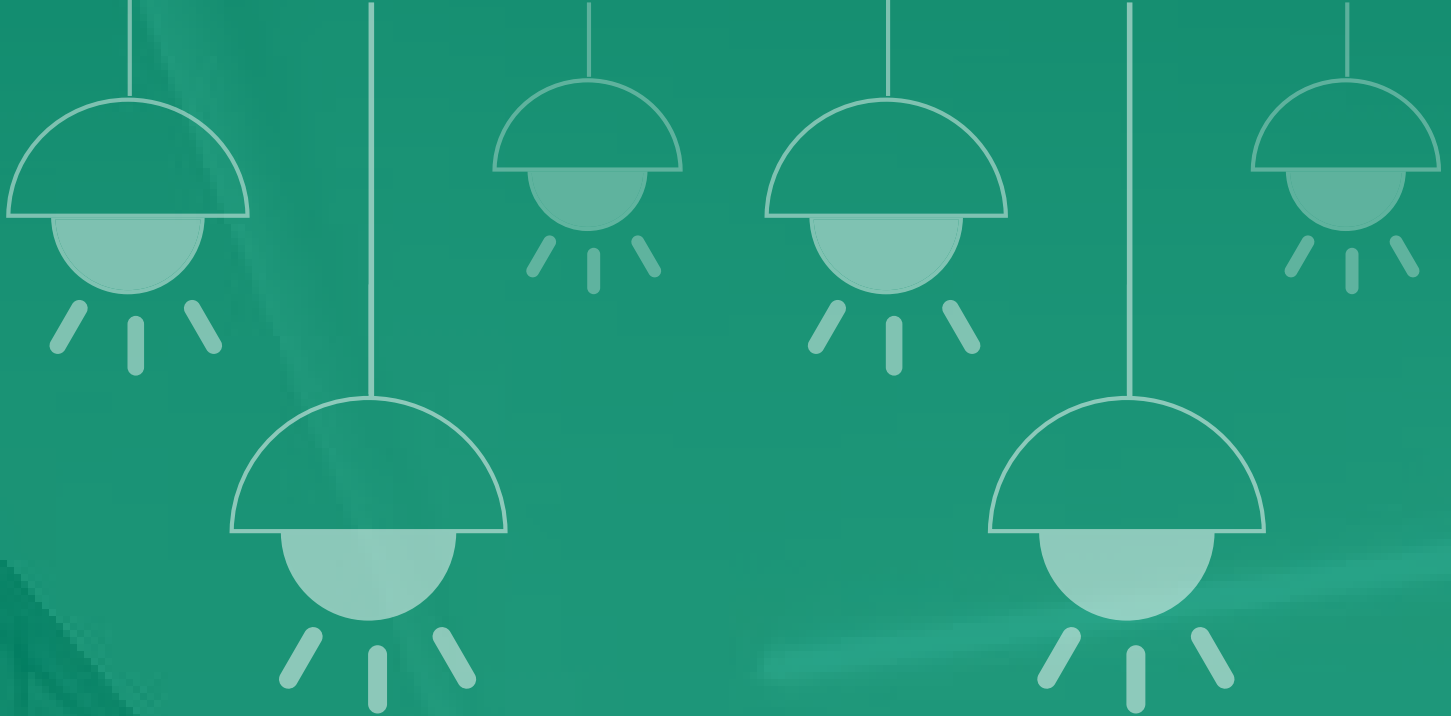
In termini di resa dell'illuminazione più efficace per i rivenditori, l'esposizione è un elemento fondamentale. Le esposizioni intelligenti, veramente ben ponderate, aggiungono valore ai prodotti e aumentano le vendite. In nessun luogo l'esposizione è più importante che nei musei e nelle gallerie d'arte. I rivenditori possono imparare molto da queste applicazioni di fascia alta che possono essere implementate in negozio. L'illuminazione è utilizzata nei musei e nelle gallerie d'arte per guidare le emozioni, comunicare sensazioni e migliorare le mostre. Gli stessi principi possono e devono essere applicati nello spazio di vendita.

Quando si progetta uno schema di illuminazione efficace per un museo o una galleria d'arte, è necessario creare l'ambiente perfetto per esporre manufatti, proteggere gli oggetti esposti e offrire un'esperienza visivamente confortevole ai visitatori.

Dalla creazione dell'anticipazione all'arrivo, alla comunicazione di sensazioni, o alla contemplazione all'interno dello spazio espositivo, l'illuminazione assume un ruolo fondamentale.

L'importanza dell'edificio stesso deve essere presa in considerazione anche nella vendita al dettaglio, dove l'ambiente edificato può e deve essere utilizzato per creare impatto, e i sistemi di illuminazione devono essere progettati per integrare e migliorare l'architettura già esistente.





## Applicazione delle giuste tecnologie

**Illuminazione dell'ambiente:** più è luminoso, meglio è? Non proprio. Uno studio condotto dal Royal Institute of Technology di Stoccolma ha rilevato che l'illuminazione luminosa e uniforme è inefficace nell'attrarre l'attenzione. La soluzione, invece, è il contrasto. Mantenendo un'illuminazione ambientale sobria e guidando l'attenzione sui dettagli, i rivenditori possono creare un'esperienza per il cliente molto più "controllata". Inutile dire che l'illuminazione particolare si associa molto di più alle applicazioni di fascia alta, quindi crea un'impressione più lussuosa rispetto a una luminosità ambientale costante.

**Illuminazione particolare:** lascia che parlino i riflettori. Negozi diversi hanno esigenze differenti, sensazioni e aspetti diversi che sperano di ottenere nelle esposizioni illuminate e messaggi diversi che desiderano comunicare in questo modo. A seconda del prodotto che vogliono esporre, l'illuminazione è particolarmente importante per valorizzare un prodotto e attrarre l'attenzione del cliente. Oltre a mettere in evidenza prodotti specifici, l'uso efficace dell'illuminazione crea anche uno stato d'animo e un'atmosfera migliori nel negozio, facendo sentire i clienti più rilassati e aumentando il tempo di permanenza, con un effetto positivo sulle vendite.

**Esposizione in vetrina:** prima di poter sperare di aumentare il tempo di permanenza, è necessario innanzitutto attrarre i clienti. Una vetrina efficace può indurre gli acquirenti e i passanti a entrare nei locali in pochi secondi, mettendo in mostra prodotti e temi, creando l'atmosfera giusta, o semplicemente suscitando la loro curiosità. In termini di tecnologia, la creatività è fondamentale. Dall'attenta illuminazione dei manichini ai passaggi cromatici dei LED in continua evoluzione, un'ampia varietà di apparecchi può rivelarsi efficace. Combinando diverse soluzioni di illuminazione, le vetrine dei negozi possono essere trasformate rapidamente in modo da riflettere le mode, le stagioni o le promozioni

che si alternano. Oggigiorno, un numero sempre maggiore di negozi rimane aperto più a lungo; molti lasciano le vetrine illuminate tutta la notte. Con l'aumento dei costi energetici, è più importante che mai trovare il giusto equilibrio tra estetica ed efficienza dei costi. Ovviamente, la necessità di vetrine più luminose e di un minore consumo di energia punta direttamente al LED come soluzione ottimale.

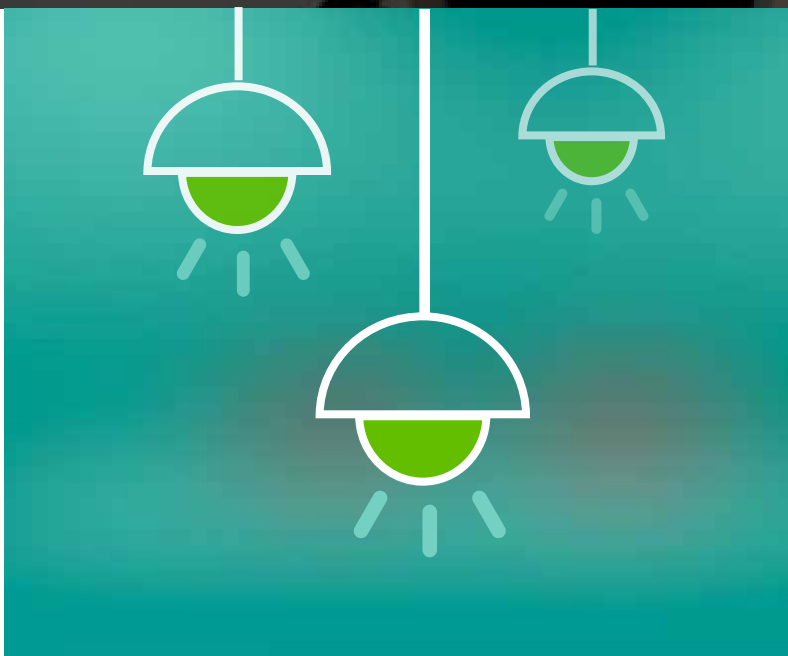
**Un soffitto brutto:** le lampade e gli accessori possono essere in qualche modo sgradevoli e si dovrebbero preferibilmente nascondere. La progettazione dell'illuminazione per il negozio deve tenerne conto. Non solo i progettisti devono cercare soluzioni in cui gli apparecchi e gli accessori siano concepiti in modo da essere esteticamente gradevoli o, quantomeno, facilmente camuffati, devono anche cercare di distogliere lo sguardo da quello che succede "dietro le quinte". L'illuminazione della superficie verticale e l'illuminazione con riflettori possono contribuire a raggiungere questo obiettivo assicurando che l'attenzione sia attratta altrove.

**Temperatura e resa cromatica:** la temperatura e la resa cromatica sono particolarmente importanti per proteggere la bellezza e il colore dei tessuti nella vendita al dettaglio. Un bellissimo indumento illuminato da una lampadina alogena calda può perdere rapidamente il suo fascino. Rimanendo nel settore della moda, la maggior parte delle decisioni di acquisto di un prodotto in negozio si basano su come il consumatore si sente nello spogliatoio. Anche qui l'illuminazione svolge un ruolo importante. Il modo in cui la luce è posizionata, la temperatura e la resa cromatica contribuiscono alla decisione del consumatore di acquistare o meno. La luce bianca crea spazio, mentre i colori più caldi creano intimità: il colore deve essere usato per ottenere il miglior effetto in diverse zone, a seconda dell'umore e delle azioni del cliente che si desiderano.



## Illuminare il Museo del Design

**Il Museo del Design è una meraviglia moderna con uno splendido spazio interno progettato da John Pawson e illuminato da uno schema di illuminazione versatile che impiega luci Concord firmate Sylvania.**

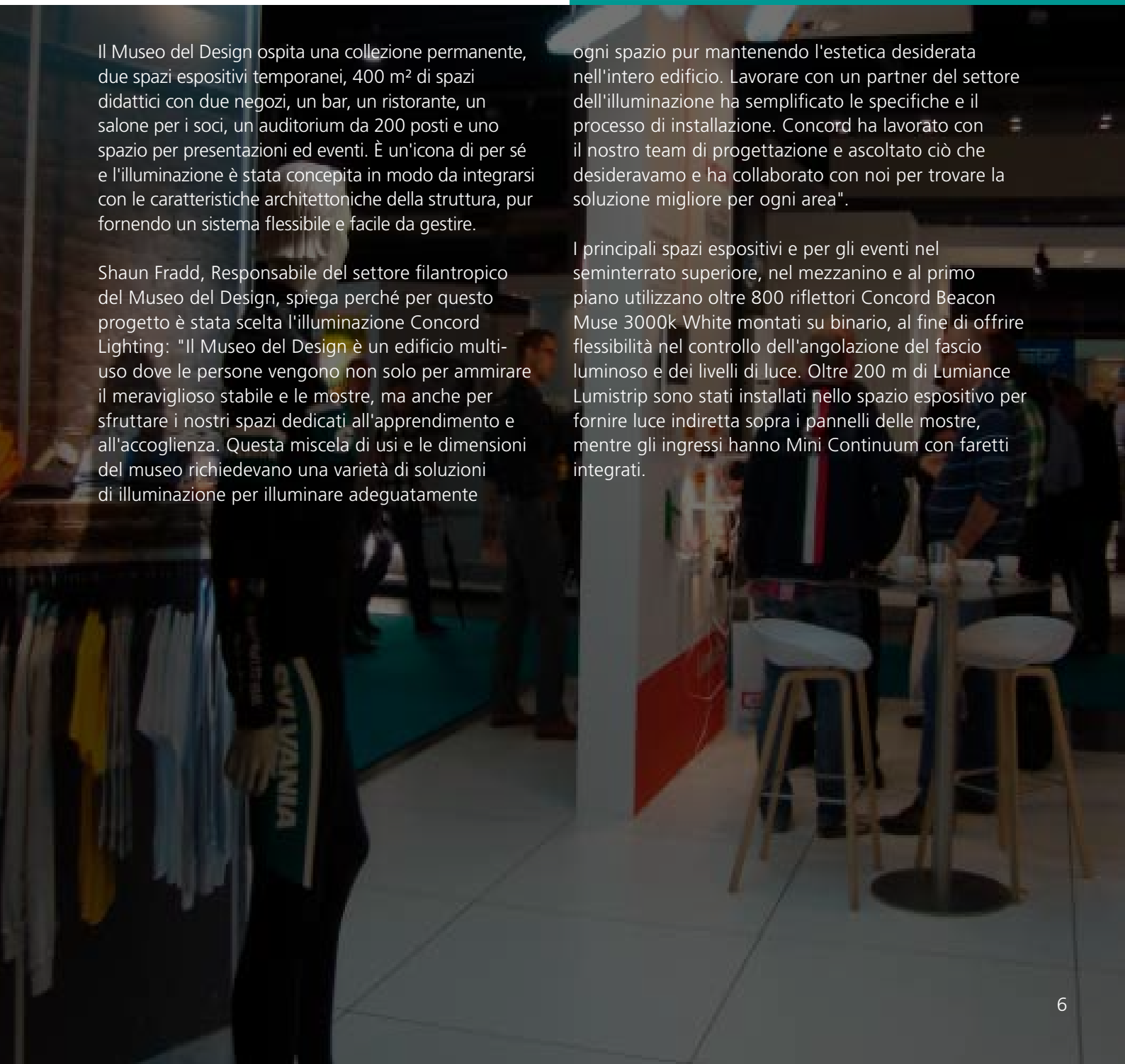


Il Museo del Design ospita una collezione permanente, due spazi espositivi temporanei, 400 m<sup>2</sup> di spazi didattici con due negozi, un bar, un ristorante, un salone per i soci, un auditorium da 200 posti e uno spazio per presentazioni ed eventi. È un'icona di per sé e l'illuminazione è stata concepita in modo da integrarsi con le caratteristiche architettoniche della struttura, pur fornendo un sistema flessibile e facile da gestire.

Shaun Fradd, Responsabile del settore filantropico del Museo del Design, spiega perché per questo progetto è stata scelta l'illuminazione Concord Lighting: "Il Museo del Design è un edificio multi-uso dove le persone vengono non solo per ammirare il meraviglioso stabile e le mostre, ma anche per sfruttare i nostri spazi dedicati all'apprendimento e all'accoglienza. Questa miscela di usi e le dimensioni del museo richiedevano una varietà di soluzioni di illuminazione per illuminare adeguatamente

ogni spazio pur mantenendo l'estetica desiderata nell'intero edificio. Lavorare con un partner del settore dell'illuminazione ha semplificato le specifiche e il processo di installazione. Concord ha lavorato con il nostro team di progettazione e ascoltato ciò che desideravamo e ha collaborato con noi per trovare la soluzione migliore per ogni area".

I principali spazi espositivi e per gli eventi nel seminterrato superiore, nel mezzanino e al primo piano utilizzano oltre 800 riflettori Concord Beacon Muse 3000k White montati su binario, al fine di offrire flessibilità nel controllo dell'angolazione del fascio luminoso e dei livelli di luce. Oltre 200 m di Lumiance Lumistrip sono stati installati nello spazio espositivo per fornire luce indiretta sopra i pannelli delle mostre, mentre gli ingressi hanno Mini Continuum con faretto integrati.



## Imparare dal Museo del Design

- **L'illuminazione deve essere progettata per integrarsi e completare l'architettura esistente**
- Mentre la differenziazione zonale è importante, poiché l'illuminazione deve essere allineata alle attività intraprese in un'area specifica, la coerenza e una perfetta esperienza del cliente in tutto l'ambiente nel suo insieme sono fondamentali
- Si devono progettare sistemi flessibili che consentano di aggiornare l'aspetto grafico di uno spazio attraverso la riangolazione e il cambio cromatico, anziché il miglioramento o il refitting dei sistemi

## Creare risparmi energetici al Riverside Transport Museum

Il primo edificio pubblico di Zaha Hadid aperto nel Regno Unito, il Glasgow Riverside Transport Museum è orgoglioso di essere il fiore all'occhiello della rigenerazione del quartiere lungo le rive del fiume Clyde della città. Grazie alla forma unica e alla presenza dominante, non sorprende che il progetto illuminotecnico non potesse subire compromessi.

DHA Design era responsabile dell'illuminazione delle mostre museali. Il compito era progettare un sistema di visualizzazione prevalentemente montato a terra che fornisse dettagli e contrasti adeguati alle mostre e alle collezioni.

DHA ha utilizzato il riflettore versatile per evidenziare in modo selettivo le opere esposte, illuminando veicoli, biciclette, modelli in miniatura, parti di automobili e opere d'arte. I livelli di conservazione erano validi per tutti gli oggetti esposti, quindi la protezione dell'opera d'arte dai danni dell'esposizione alla luce era essenziale. Il basso UV della sorgente LED e un potenziometro regolabile integrato nel Beacon Muse consentivano di gestire comodamente tutte le situazioni.

## Imparare dal Riverside Transport Museum

- **L'illuminazione con riflettori è essenziale per attirare l'attenzione del cliente e mantenerla dove si desidera**
- I riflettori possono fare molto di più che illuminare pezzi specifici
- Per pezzi di valore davvero elevato, i LED devono essere utilizzati per proteggere dall'esposizione alla luce

# Quando intelligente non significa brillante

Nonostante il grande entusiasmo per la tecnologia Smart nella vendita al dettaglio, dall'AI all'AR alla VR, le applicazioni reali finora non sono riuscite a tenere il passo. Questo vale sia per l'illuminazione intelligente, sia per le applicazioni Smart in senso più ampio. Quante vetrine ad "attivazione automatica" si vedono nei negozi delle vie principali? Quanti gestori immobiliari conosci che monitorano le esigenze di manutenzione da remoto?

**... dall'AI all'AR alla VR, le applicazioni reali finora non sono riuscite a tenere il passo**



Sebbene esista un enorme potenziale per le tecnologie intelligenti nel settore della vendita al dettaglio e l'impatto potenzialmente incredibile che la tecnologia Smart è in grado di esercitare su fattori come il tempo di permanenza, per prendersi un momento di pace per allontanarsi dalla frenesia, quanto è efficace l'uso della tecnologia Smart nella vendita al dettaglio?

Molti rivenditori hanno assistito al successo dei canali online e mobili, ma esiste ancora un modo per integrare il digitale nel negozio fisico. Ora che il settore del negozio online è maturo, il negozio tradizionale lotta per recuperare.

**Ora che il settore del negozio online è maturo, il negozio tradizionale lotta per recuperare**



L'illuminazione rappresenta la spina dorsale delle tecnologie intelligenti. Già installata ovunque e con una fonte di alimentazione, è il posto più ovvio per iniziare a connettere le tecnologie in negozio e per collegare i clienti a tali tecnologie. Inoltre, esistono molte tattiche di prossima generazione che i rivenditori possono impiegare per diventare Smart.

Tuttavia, fare questo senza pensare ai fattori aziendali raramente è un'idea particolarmente brillante. Invece, l'uso migliore di tecnologie comprovate deve essere il primo passo verso un impatto più efficace in generale.



## Partire dall'inizio

La verità è che non siamo ancora arrivati al punto in cui il sopravvento dei LED è onnipresente. Nella seconda metà del 2017, Lux Review ha visitato la più famosa destinazione dello shopping del Regno Unito, Oxford Street, per valutare lo stato dell'illuminazione della vendita al dettaglio. Su una strada famosa proprio per i negozi, dovrebbe essere presente tecnologia di esposizione all'avanguardia. Non era così. Circa due terzi dei rivenditori di questa indagine occasionale non avevano ancora implementato luci a LED. Quelli che l'avevano fatto, non sembrano pronti per l'implementazione di tecnologie smart in futuro.

## Cercare un fornitore più intelligente

Esiste un'enorme offerta sul mercato. I progettisti di negozi e i visual merchandiser si confrontano con più marchi, più prodotti e più tipi di valore aggiunto. Spesso la difficoltà è proprio come scegliere: come confrontare, selezionare, essere convinti, trovare una chiara differenziazione e confrontare i prezzi?

Nessun fornitore può "fare tutto" quando si tratta di fornire soluzioni intelligenti per pratiche ottimali, allineate in modo genuino ai fattori aziendali. Si deve partire dal problema che si cerca di superare o dall'obiettivo che si vuole raggiungere.

Da lì, la collaborazione è fondamentale per riunire le tecnologie migliori e le competenze pertinenti che sappiano superare le difficoltà specifiche o le motivazioni di ogni singolo rivenditore.

Un approccio collaborativo è fondamentale in un mondo che sta diventando sempre più digitale. Siccome esistono più elementi da conoscere per garantire il successo, riunire le migliori conoscenze in materia e le tecnologie migliori della categoria da parte di fornitori diversi è spesso il percorso più efficace per una soluzione autenticamente personalizzata, applicabile e ottimale. Il famoso futurista Gerd Leonhard parla di questa esigenza di "iper-collaborazione" come "un requisito fondamentale per la creazione di tutti i nuovi ecosistemi". Sarà una delle pratiche fondamentali verso un mondo più intelligente.

## Modello di verifica

Una volta che la teoria è in atto, cioè che le tecnologie sono state identificate e integrate, la soluzione deve essere comprovata. Ciò deve accadere su piccola scala nel negozio simulato del cliente per dimostrarne l'adeguatezza e l'efficacia, prima che si possa pensare ad un lancio intelligente in termini reali. I rivenditori devono cercare fornitori disposti a collaborare con loro, per definire la soluzione giusta, anziché fornire semplicemente una lista di prodotti intelligenti preordinata.

## Sommersi dai dati

Va inoltre considerato cosa accadrà effettivamente a qualsiasi dato raccolto attraverso l'implementazione di tecnologie intelligenti. Devono essere adottate risorse adeguate per gestire, analizzare e raccogliere informazioni da ciò che può rapidamente diventare un enorme potenziometro di dati.

Ciò richiederà nuove competenze che molti rivenditori al dettaglio attualmente non hanno ed è considerato il motivo principale per la titubanza a rivolgersi alle tecnologie intelligenti. È importante conoscere la finalità: conoscere la motivazione aziendale per l'installazione di soluzioni intelligenti è un passo fondamentale per individuare i dati da raccogliere e il modo in cui dovranno essere gestiti.

# illuminazione allineata ai fattori aziendali

Abbiamo stabilito che l'illuminazione può rappresentare un valore reale per l'azienda. Una diminuzione del 10% delle spese energetiche ha il potenziale di aumentare i margini di profitto netto fino al 16% in determinati ambienti di vendita al dettaglio.

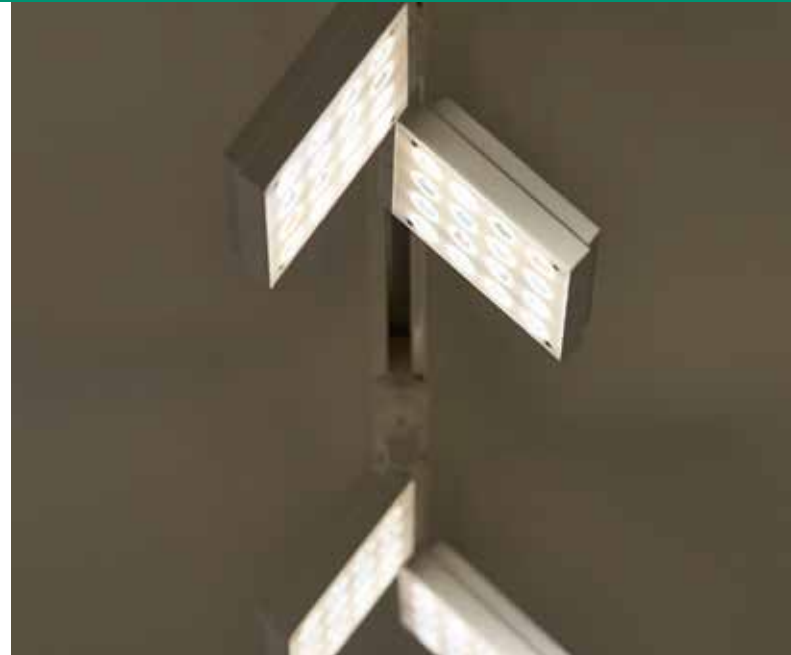
**Una diminuzione del 10% delle spese energetiche ha il potenziale di aumentare i margini di profitto netto fino al 16% in determinati ambienti di vendita al dettaglio.**

Come tale, l'illuminazione va considerata prima nel processo di ristrutturazione. Un approccio più olistico all'illuminazione, considerandola un elemento contributore, anziché che un costo, può aiutare le aziende a risparmiare denaro su un numero più ampio di negozi e ottenere di più dagli aggiornamenti.

Si deve anche prendere in considerazione il riutilizzo, piuttosto che lo smaltimento, delle soluzioni,

soprattutto in vista dei tempi rapidi di refitting associati all'ambiente di vendita al dettaglio.

Un approccio basato sull'economia circolare è fondamentale e i rivenditori dovrebbero essere sempre più consapevoli degli incentivi fiscali che tale modalità potrebbe comportare.



## Tabella di marcia verso refitting più efficienti

### FASE 1: definire il fattore aziendale più importante

Le soluzioni devono essere guidate dalle esigenze aziendali in termini più ampi. Ad esempio, se è necessario creare coerenza tra i negozi, si dovrebbe cercare un fornitore con una portata globale che possa garantire la coerenza a livello globale. Se desidera raggiungere obiettivi di sostenibilità, il LED è una scelta ovvia insieme a soluzioni come rilevatori di presenza per garantire che la luce non venga mai sprecata, soprattutto nelle aree del retro del negozio.

### FASE 2: intraprendere una verifica energetica

È fondamentale capire dove si trovano le inefficienze, prima di decidere miglioramenti o refitting. Molti rivenditori non sanno quale tipo o quanti apparecchi di illuminazione hanno in magazzino, un problema che diventa molto più complesso in un intero complesso immobiliare. È opportuno collaborare con un fornitore in grado di effettuare una verifica energetica completa dell'ambiente, al fine di garantire le migliori soluzioni che funzionino per le esigenze dell'azienda.

Effettuando una valutazione in loco, è possibile stabilire in modo chiaro e corretto i guadagni in termini di efficienza che potrebbero essere realizzati attraverso un eventuale investimento, l'infrastruttura necessaria per consentire che ciò accada e la soluzione finanziaria appropriata per massimizzare il rendimento in termini di risparmi per l'azienda.

### FASE 3: comprendere il valore dell'ammodernamento

Cosa succede se non puoi permetterti una ristrutturazione completa? Gli interventi di ammodernamento forniscono opzioni di miglioramento dell'efficienza a basso costo ed economicamente convenienti per i rivenditori che devono limitarsi a effettuare miglioramenti di capitale incrementali nel proprio edificio.

Gli interventi di ammodernamento standard includono l'ammodernamento di apparecchiature, sistemi e assemblaggi. L'ammodernamento, in linea di principio, deve avere solo un impatto limitato sulla struttura fisica di un edificio, quindi è spesso considerato una soluzione preferenziale per la capacità di fornire risultati rapidi.

Considerati i tempi di refitting rapidi nella vendita al dettaglio, è opportuno cercare fornitori in grado di offrire soluzioni facili da aggiornare, in modo che l'esposizione della nuova stagione non richieda la sostituzione completa.

### FASE 4: scegliere un fornitore a lungo termine

È opportuno cercare un fornitore che offra soluzioni che durino nel tempo, che si possano evolvere nel tempo e che collabori per definire e fornire una soluzione che soddisfi in modo specifico le esigenze dell'azienda ora e in futuro. Cerca solidità, esperienza e affidabilità nel tempo per assicurarti che la soluzione scelta ti sia utile nel lungo periodo.

### FASE 5: fatti furbo con tecnologie intelligenti

Non precipitarti a cambiare senza pensare a un fattore aziendale. Primi passi efficaci verso le tecnologie Smart includono rilevatori di presenza in aree non dedicate ai clienti, la determinazione del passaggio rispetto a risorse prioritarie, o la calibrazione mobile dell'illuminazione per la salute e la sicurezza.

### FASE 6: considerare l'illuminazione di emergenza

Per intraprendere una ristrutturazione completa, o semplicemente migliorare alcuni elementi, è fondamentale tenere il passo con gli standard più recenti in materia di illuminazione di emergenza.

L'illuminazione di emergenza viene attivata quando la normale illuminazione non funziona a causa di un'interruzione di corrente. Garantisce che le persone possano lasciare l'edificio in modo sicuro con una guida e una visibilità sufficienti verso vie di fuga sicure, che le posizioni delle attrezzature di emergenza siano facilmente identificabili, che i servizi di emergenza dispongano di un'adeguata illuminazione per svolgere le proprie attività e che le operazioni critiche di sicurezza possano proseguire o interrompersi in maniera appropriata.



# Trovare i fondi

---

## Adottare un approccio più innovativo al finanziamento

Sebbene sia riconosciuto che sistemi più efficienti di illuminazione e di illuminazione di emergenza possano avere un effetto positivo sulla riduzione dei costi operativi, al contempo esistono problematiche finanziarie in termini di finanziamento di tale investimento e di velocità di rendimento di qualsiasi esborso di capitale.

Cerca un fornitore che abbia la flessibilità di adottare un approccio più innovativo al finanziamento, per soddisfare le tue esigenze finanziarie. Un modo sempre più utilizzato in molti aspetti delle operazioni di un'azienda è trasformare gli investimenti da una spesa in conto capitale (CAPEX) in una operativa (OPEX). Ciò elimina la necessità dell'anticipo di capitali, ma consente alle organizzazioni di ridurre i costi energetici, migliorare l'efficienza operativa e rispettare le misure di sostenibilità, proteggendo allo stesso tempo il capitale circolante. Si stima che il 50% dell'illuminazione sia altamente inefficiente, quindi oggi per le aziende esiste una chiara opportunità, nonché una necessità finanziaria, di ridurre la quantità di energia consumata nelle sedi riesaminando l'illuminazione e l'illuminazione di emergenza.

Il settore dell'illuminazione ha preso atto delle preoccupazioni delle imprese e sviluppato soluzioni flessibili per finanziare nuove soluzioni di illuminazione che estendano i costi in modo gestibile, distribuiscano equamente i risparmi e, in alcuni casi, offrano un contratto basato sui servizi a lungo termine.

## Facilità di rimborso

Un semplice contratto di servizio a noleggio rappresenta un modo ottimale per distribuire il pagamento di un miglioramento dell'illuminazione senza la necessità di spese in conto capitale. I pagamenti mensili gestibili sono prevedibili, mentre non vi sono spese in conto capitale e costi iniziali, e ciò consente alle imprese di utilizzare il proprio capitale circolante altrove, migliorando al contempo l'efficienza del proprio consumo energetico. I vantaggi della riduzione del consumo di energia e dei risparmi in termini di efficienza, come la minore manutenzione e un minor tasso di guasto degli apparecchi, sono immediatamente evidenti utilizzando questo tipo di accordo.

## Condivisione dei risparmi

Un'opzione finanziaria più approfondita che garantisce risparmi e condivide i benefici tra l'azienda di illuminazione e il cliente è una soluzione di condivisione del risparmio. Sempre su base OPEX, questa soluzione tende ad essere adatta per progetti superiori a £ 100.000 ed è una partnership, in cui ogni risparmio ottenuto attraverso una migliore illuminazione è diviso al 50% tra l'appaltatore e il cliente. Ciò rappresenta un profilo di rischio più basso per un'azienda, poiché incentiva efficacemente l'azienda di illuminazione a realizzare guadagni in termini di efficienza attraverso sistemi migliori. Se si sceglie un'opzione di condivisione del risparmio, deve essere disponibile una garanzia che, qualora il progetto si traduca in una perdita, l'azienda di illuminazione pagherà la differenza.

## Cerca un fornitore che abbia la flessibilità di adottare un approccio più innovativo al finanziamento



### "Luce come servizio"

Un approccio più innovativo e a lungo termine per organizzazioni più grandi che si sta diffondendo sempre di più, in quanto la tendenza verso l'outsourcing resta forte, è il miglioramento delle infrastrutture di illuminazione utilizzando un contratto di servizio. Adatto per progetti superiori a mezzo milione di sterline, un contratto di servizio ha il vantaggio di offrire costi operativi noti per tutta la durata specificata del contratto. La luce come servizio esternalizza efficacemente la fornitura, l'installazione, la gestione e la messa in servizio di infrastrutture di illuminazione e di illuminazione di

emergenza per un rimborso mensile fisso. Tale rimborso è in genere inferiore alla bolletta elettrica attuale di un'organizzazione e offre i vantaggi aggiuntivi della costante messa in servizio di miglioramenti per tutta la durata del contratto, senza costi di manutenzione ad hoc. I contratti possono durare fino a vent'anni e, a seconda delle dimensioni dell'azienda e della durata del mandato, offrono l'opportunità di significativi risparmi energetici, superiori al 50%, sia durante il periodo del finanziamento, sia oltre.



Sebbene in questa pubblicazione sia stato dedicato il massimo impegno per garantire l'accuratezza nella compilazione dei dettagli tecnici, le specifiche e i dati sulle prestazioni sono in continua evoluzione. È quindi opportuno verificare i dettagli attuali con Feilo Sylvania Europe Limited.

Copyright Feilo Sylvania Europe Limited Maggio 2018

[Sylvania-lighting.com](http://Sylvania-lighting.com)

Una Società Feilo Sylvania