



TRI LUX
SIMPLIFY YOUR LIGHT.

MARKS AND SPENCER

Sfeer zoals in een markthal, Verenigd Koninkrijk

Marks and Spencer

Sfeer zoals in een markthal

Groter, beter, verser: met dit doel voor ogen renoveert Marks & Spencer momenteel zijn 'Foodhalls'. Het verlichtingsconcept komt van TRILUX. Het doel is om een winkelervaring en een levendige sfeer te creëren die vergelijkbaar is met die van een markt.

Het verlichtingssysteem op maat is gebaseerd op het E-LINE lichtlijnsysteem met ConVision optiek. Met zijn zwarte afwerking past het profiel discreet in het plafond - zodat de focus altijd op de aangeboden goederen ligt.



Adres

Great North Road 9, SG1
1XN England, Verenigd
Koninkrijk



In april 2022 opende Marks & Spencer een nieuwe winkel in Stevenage, ten noorden van Londen, met een oppervlakte van bijna 7000 m². Het is een van de eerste in het land waar het nieuwe designconcept wordt gepresenteerd. Met meer dan duizend vestigingen is Marks & Spencer een van de toonaangevende retailbedrijven in Groot-Brittannië. Huidig project: De foodhallen, het vlaggenschip van de keten, krijgen een frisse, nieuwe look.

Met een sfeer die meer doet denken aan een mediterrane markthal dan aan een traditionele supermarkt. Voor het bijbehorende verlichtingsconcept haalden de retailontwerpers de retailexperts van TRILUX aan boord.

"Onzichtbaar" licht - met ConVision-technologie

De supermarktverlichting van gisteren was meestal helder, wit en ongedifferentieerd - en dus niet erg duurzaam. Ook bij Marks & Spencer domineerden armaturen met onnodig hoge lichtsterktes de matte armatuurkappen. TRILUX verving de oude verlichting door een nieuw systeem met een beduidend lagere energiebehoefte. Het is gebaseerd op het bewezen E-LINE lichtlijnsysteem. De armaturen zijn echter individueel voor het project uitgerust met zwarte profielen en ConVision optieken.

De laag diffuse lenzen en de nauwkeurig berekende afscherming door de begrenzers resulteren in een comfortabele verblindingsbescherming. Het effect: de lichtbronnen blijven verborgen zolang de klant zich niet direct onder de armatuur bevindt. In combinatie met de dubbele asymmetrische lichtverdeling kunnen de verticale rekoppervlakken op deze manier gelijkmatig, verblindingsvrij en bijzonder efficiënt worden verlicht.





TRILUX
SIMPLIFY YOUR LIGHT.







Individueel licht creëert ervaringen

Door zijn differentiatie helpt het lichtontwerp van TRILUX de voedingshallen van Marks & Spencer om te vormen tot een uitnodigende markthalachtige winkelervaring. Meer dan tien locaties zijn nu uitgerust met het nieuwe verlichtingssysteem. Het bedrijf is van plan het concept in alle nieuwe winkels uit te rollen.



VERSCHILLENDE PRODUCTWERELDEN

Verschillende verlichtingsstemmingen

De sterke identiteit van het merk wordt weerspiegeld in de consistente ontwerpelementen: Bijvoorbeeld de lichtgekleurde schappen en de zwarte metalen goederenrekken. De zwarte E-LINE stripverlichting vormt ook doorlopende lijnen die gericht zijn op de gangpaden van de schappen. Binnen dit kader hebben de retailontwerpers thematische zones gecreëerd. Verschillende wandmaterialen, grootformaat belettering en gedifferentieerde verlichting onderscheiden deze zones van elkaar. Dit maakt het voor klanten gemakkelijker om hun weg te vinden in de winkel.

Het centrale voordeel van het E-LINE systeem voor zulke gedifferentieerde verlichtingsconcepten is zijn modulariteit. Armaturen kunnen op elke gewenste positie worden geïntegreerd - en indien nodig net zo flexibel en met weinig moeite worden verplaatst. Waar nodig zijn B.VEO spots en GRADO wallwashers op deze manier geïntegreerd in de structuur bij Marks & Spencer. Dit zorgt voor een rustig plafondbeeld.



DE SLEUTEL:

Accentverlichting en wallwashing

De planners gebruikten accentlicht in de foodhal om de blik van de klanten te sturen, bijvoorbeeld om actiegebieden te benadrukken of functionele gebieden te markeren. Ze gebruikten wallwashing om de ruimte in zones te verdelen: In sommige gevallen wordt het boven de schappen geplaatst - voor een hoge, lichte indruk van de ruimte. Waar een intiemere sfeer gewenst is, bijvoorbeeld bij wijn en sterke dranken, zijn de wallwashers lager geplaatst, gericht op de koopwaar. Zo ontstaan thematische zones waarin de verschillende productgroepen in een passende lichtsfeer worden gepresenteerd.



In afzonderlijke ruimtes dienen pendelarmaturen ook als decoratieve blikvangers. Lichtplafonds met opalen diffusorpanelen zweven boven het fruit en de groenten. Met een kleurtemperatuur van 4000K tegenover 3000K in de rest van de winkel creëren ze een lichtkoepeleffect. Afzonderlijke E-LINE lichtstroken accentueren de kassazone. Hier zijn de lineaire armaturen uitgerust met matte optieken.

MEER FOTO'S



GEBRUIKTE PRODUCTEN



GRADO

Reclamespot met variabele lichtverdeling



E-LINE

Uit ervaring. Uit de markt. Voor de toekomst.



B.VEO TRACK

Nagenoeg naadloze overgang naar de spanningsrail