



INDUSTRIE & SERVICES

marketing

L'éclairage se met à l'heure de la LED

LUMINAIRE

Bien moins gourmandes en énergie que les ampoules halogènes, désormais interdites en Europe, les nouvelles ampoules encouragent la créativité des fabricants et des enseignants.

Valérie Leboucq

Pour les consommateurs, la disparition des ampoules halogènes – interdites dans l'Union européenne depuis le 1^{er} septembre – est passée totalement inaperçue. Pas besoin de renouveler ses lampes à la maison, puisque le culot des nouvelles ampoules LED est identique à celui des halogènes. Mais certains comme Mr Bricolage, en partenariat avec son fournisseur XanLite, ont été proactifs en basculant d'un seul coup la totalité des rayons en ampoules LED.

« Les prix sont passés de 15 euros, il y a encore quatre ans, à 5 euros aujourd'hui, avec une durée de vie moyenne de quinze ans pour une consommation électrique d'à peine 1 euro par an, là où la consommation d'une ampoule halogène se chiffre à 15, on y gagne clairement », affirme Harald de

Maillard, directeur commercial de XanLite. La PME française, concurrente des géants Osram et Philips, s'est spécialisée dans l'intégration de la technologie LED aux produits d'éclairage, pour les professionnels et, de plus en plus, les particuliers.

Plus puissante et moins énergivore que l'halogène, la LED s'est beaucoup améliorée depuis ses débuts il y a une vingtaine d'années. Les tonalités uniformément blanches ont cédé la place à une large palette lumineuse allant du plus froid (pour se réveiller le matin ou au bureau) au plus chaud (adapté à la maison et à l'endormissement). La LED a libéré aussi la créativité des fabricants d'ampoules. Format XXL, filaments grossis pour un look « vintage » ou à messages – le mot « love » s'affiche lors de l'allumage – ou encore ampoules montées en grappe pour une suspension : la LED devient, à elle seule, objet décoratif.

La souplesse d'utilisation de la LED a aussi permis d'imaginer des modèles de suspensions ou des lampadaires entièrement constitués de bandes lumineuses intégrant des centaines de mini-ampoules.

Pour vaincre les réticences et encourager l'achat de ces produits spectaculaires mais chers, deux grandes enseignes

nationales, Keria Luminaires et Laurie Lumière, garantissent cinq ans tous leurs dispositifs à LED. « Cela a rassuré les consommateurs. Les lampes à LED intégrées représentent désormais un quart de nos ventes de luminaires », constate Yoann Le Berrigaud, directeur général du groupe Keria.

Ampoules intelligentes

Intelligentes, les ampoules à LED s'allument ou s'éteignent toutes seules dans les bureaux ou les espaces publics en fonction de la présence des occupants ou de la luminosité naturelle. Plus besoin d'ajouter aux interrupteurs un variateur de lumière, c'est l'ampoule qui monte et baisse son intensité grâce à une télécommande qui peut aussi en changer la couleur en fonction de l'ambiance voulue. Laurie Lumière va plus loin en présentant dans quelques-uns de ses points de vente My Li-Fi, une lampe à LED, qui permet, en plus d'éclairer, de se connecter à Internet. Conçue par Oled.com, une start-up issue de l'université de Versailles, cette lampe utilise la technologie Li-Fi, alternative au wi-fi.

« Elle est déjà couramment utilisée dans les grandes entreprises, à la RATP, dans les stations de métro, ainsi que par la grande distribution qui s'en sert pour



faire du micromarketing géolocalisé en diffusant des messages publicitaires au passage des clients », explique son directeur général, Benjamin Azoulay.

Oled a soigné le style de My Li-Fi et fait appel au designer Pierre Gagnaire. Primée au dernier CES de Las Vegas, la lampe sera bientôt déclinée en plafonnier assez puissant pour connecter une dizaine d'utilisateurs. Benjamin Azoulay met en avant, les bénéfices du Li-Fi : *« Pas d'émission d'onde radio et la garantie que la connexion, invisible de l'extérieur, ne sera pas piratée, contrairement au wi-fi classique », dit-il.*

Laurie Lumière s'en est assuré l'exclusivité avec 1.000 exemplaires présentés à 799 euros. L'enseigne cherche à se différencier des autres grâce à ce type d'opérations, découverte de produits innovants, collaborations (avec Swarovski, Fat-boy...) ou commercialisation en série limitée de pièces iconiques du design telle la lampe Pipistrello de Martinelli Luce. ■



La lampe My Li-Fi (Pierre Gagnaire Design) permet en plus de se connecter à Internet. *Photo Laurie Lumière*