

GDO Lighting. Waterloo - Foodie's Market

“One Stop Shopping”: accenti e colori della luce

Elviro Di Meo*

*arch. Elviro Di Meo



le forme
del progetto

Il concept di Foodie's Market, nuovo supermercato aperto nella città belga di Waterloo, si basa su una tipologia commerciale definita "One Stop Shopping": nello stesso punto vendita convivono, infatti, più spazi, dotati di una propria identità e ambientazione



Waterloo - Foodie's Market.
L'illuminazione dell'area frutta & verdura bio (courtesy: AXIA)



Waterloo - Foodie's Market. Nella zona dedicata ai prodotti da forno si è optato per un'illuminazione più calda, pari a una tc 2700 K (courtesy: AXIA)

Le scelte per l'allestimento e per la luce

Il punto vendita **Foodie's Market** a Waterloo è un buon esempio di rappresentazione della nuova tendenza in atto nella GDO verso spazi "One Stop Shopping", ispirati cioè dal bisogno sempre maggiore delle aziende di avere un solo interlocutore, che centralizza costi e risultati gestionali in termini logistici.

Così nello stesso punto vendita convivono più spazi, dotati di una propria identità e ambientazione. Ci sono la panetteria, la

macelleria, l'enoteca, il reparto del pane e dei dolci. Frutta e verdura sono rigorosamente biologici, così come lo sono tutti gli altri prodotti che - accanto alla versione tradizionale - presentano l'alternativa bio. Per esaltare la qualità della sua offerta merceologica, Foodie's Market ha voluto **3F Filippi** come partner illuminotecnico. Dopo i numerosi interventi per alcuni dei maggiori marchi della grande distribuzione europea, l'azienda di Pianoro, nel territorio bolognese, ha confermato la sua competenza tecnica, seguendo tutte le fasi di



Lo spot "3F Emilio Track"
(courtesy: 3F Filippi)



TIPOLOGIE DEGLI APPARECCHI E RISULTATI PROGETTUALI

Per l'illuminazione generale dell'area vendita, sistema modulare lineare LED 3F Linux; per l'illuminazione d'accento: spot 3F Emilio TK.

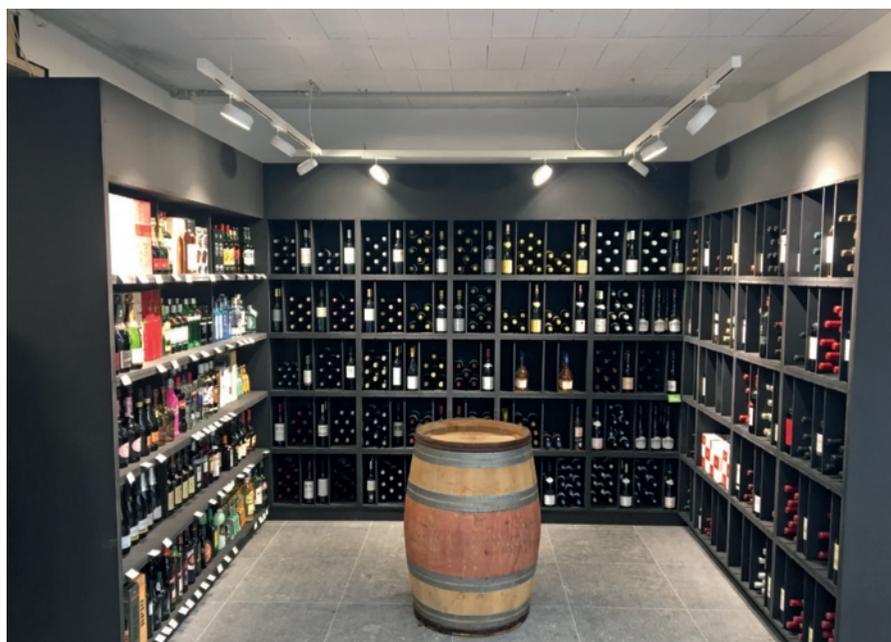
Le altezze di installazione degli apparecchi sono state fissate a 3,50 m per il sistema modulare 3F Linux e a 2,70 m per gli spot 3F Emilio.

Con una altezza del piano di lavoro a 0,8 m, il progetto ha stabilito questi valori di riflessione: Soffitto 50% Pareti 50% Pavimento 30% (per gli scaffali: altezza 2,20 m/0,8 m riflessioni 55%). Valore del fattore di manutenzione $K=0,85$

Indice di resa cromatica $Ra >80$, tranne che per le sorgenti con ottica dello spot tipo "Meat", con $Ra 87$



(courtesy: AXIA)



lighting design e utilizzando due tipologie di apparecchi, recentemente sviluppati: lo spot "3F Emilio Track" e il sistema modulare lineare LED "3F Linux". Quest'ultima soluzione è stata adottata nelle versioni dotate di un'ampia distribuzione del fascio luminoso, sospese a 3,5 m di altezza, lungo tutte le corsie del supermercato. Per queste superfici, si è scelto di utilizzare una temperatura colore corrispondente a 4000 K, così da offrire ai clienti il massimo comfort visivo durante gli spostamenti all'interno del negozio.

Una soluzione ad hoc per l'illuminazione

Progettato dall'Ufficio progettazione 3F Filippi, con la consulenza dei designer belgi Serge e Robert Cornelissen, '3F Emilio' è concepito per ottenere una resa termica ottimale, con un forte equilibrio fra i lumen in uscita e l'ingombro del corpo dell'apparecchio. Il piccolo proiettore, infatti, è stato ottimizzato per garantire la stessa performance degli spot di maggiori dimensioni già presenti sul mercato. Progettato principalmente per il settore retail, le sue dimensioni contenute e la sua forma arrotondata

Waterloo - Foodie's Market. Per il reparto vini e liquori si è invece puntato su una luce con $tc 3000 K$ (courtesy: AXIA)

FOODIE'S MARKET

Dove: Waterloo - Belgio

Progetto di Interior Design: Jean Loui De Ridder - AXIA

Lighting design: Ufficio progettazione 3F Filippi

Apparecchi di illuminazione: 3F Filippi

Design apparecchi: Ufficio progettazione 3F Filippi, con la consulenza dei designer Serge e Robert Cornelissen



I designer Serge e Robert Cornelissen
(photo: Kleur Klein)



L'Interior Designer
Jean Loui De Ridder
(courtesy: AXIA)



Waterloo - Foodie's Market. Nell'area macelleria, è visibile per la luce d'accento l'utilizzo di sorgenti con ottica dello spot tipo "Meat", per esaltare le caratteristiche cromatiche delle carni esposte, combinata con il sistema modulare lineare (courtesy: AXIA)

ne facilitino la pulizia. Collocato ad un'altezza di 2,7 m dal pavimento, "3F Emilio" ha svolto un ruolo di assoluta importanza nel Foodie's Market, in sintonia con le aspettative del progetto architettonico.

La sua presenza infatti ha operato nella valorizzazione di alcune specifiche categorie di prodotti, attraverso una luce più emozionale, adottando varie temperature di colore. Se per il **reparto vini e liquori** si è puntato su una luce con tc 3000 K, **nel caso di pane e dolci** – cioè tutti i prodotti da forno - si è deciso invece di avere un'illuminazione più calda, pari a una tc 2700 K. Una scelta ancora differente ha riguardato **il modo di illuminare lo spazio adibito alla vendita della carne**, dove si è preferito l'utilizzo di sorgenti con ottica dello spot tipo "Meat", per esaltare le caratteristiche cromatiche delle carni esposte.

Affrontare il progetto illuminotecnico per Foodie's Market ha rappresentato un'esperienza stimolante per i progettisti di 3F Filippi. La particolare distribuzione degli ambienti, all'interno di un'area allungata e stretta, dalla tipica forma a L, ha richiesto non solo un'attenzione maggiore per i dettagli, ma anche un'analisi *ad hoc* degli effetti luminosi, con un lavoro di ricerca più approfondito rispetto allo studio necessario per i tradizionali locali commerciali con planimetria rettangolare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



<http://www.foodiesmarket.be/>



<http://www.axia.be/fr/a-propos.html>



<http://www.3f-filippi.it/>