

ILLUMINAZIONE DELLE AREE COMMERCIALI E RETAIL DALLA NORMA ALLA PROGETTAZIONE PRATICA

Docenti: Paola Bertoletti
Durata: 4 ore
Data: 8 ottobre 2026
Sede: Imoon Via Imperia, 2 - 20142 Milano IT

PROGRAMMA

Modulo A: REQUISITI NORMATIVI
9:00 – 11.00
Modulo B: APPLICAZIONI ED ESEMPI IN IMPIANTI
11.00 - 13:00
Lunch 13.00 – 14.00

ABSTRACT

Il corso si propone di analizzare il ruolo strategico dell'illuminazione negli spazi commerciali e retail, evidenziando come una progettazione attenta possa costruire la shopping experience, veicolare l'identità del brand e trasformare il cliente da semplice utente a protagonista dello spazio di vendita. Saranno affrontate le principali tendenze del settore — nuovi sales set, integrazione tecnologica, coinvolgimento sensoriale e unicità — e approfondito il legame tra comfort visivo, qualità cromatica e performance del punto vendita, nel rispetto dei requisiti minimi della norma EN 12464-1:2021.

Nel corso dell'incontro sarà illustrata la struttura a layers dell'illuminazione nel punto vendita e le applicazioni specifiche per ciascuna area dello store — spazio di vendita, scaffalature, merchandise, bancone cassa, camerino e vetrina — mostrando come soluzioni mirate accompagnino il visitatore nelle tre fasi del percorso d'acquisto: attirare, coinvolgere, convincere. Sarà posta particolare attenzione all'accent lighting, alla resa cromatica dei prodotti, all'illuminazione delle cabine prova e alla vetrina come primo punto di contatto visivo con il cliente.

Attraverso una panoramica di criteri progettuali, strumenti operativi e casi studio nazionali e internazionali, verranno fornite indicazioni concrete per la scelta e l'implementazione delle soluzioni illuminotecniche nelle diverse tipologie di store, con un approccio integrato alla flessibilità, alla sostenibilità e al total cost of ownership.

La proposta formativa verterà su:

Modulo A

1. **Evoluzione del retail e shopping experience:** Il punto vendita come spazio esperienziale e strumento di comunicazione del brand.
2. **Il ruolo strategico della luce nel customer journey:** Strategie per attrarre, coinvolgere e accompagnare il cliente verso l'acquisto.
3. **Costruzione del concept illuminotecnico:** Analisi di brand, target, layout e merchandising e definizione delle gerarchie visive.

Modulo B

4. **Illuminare le diverse aree dello spazio commerciale:** Principi e strategie per l'illuminazione delle diverse aree
5. **Qualità della luce e percezione/valorizzazione del prodotto:** Distribuzione luminosa, direzione della luce, contrasto, controllo dell'abbagliamento, temperatura di colore e resa cromatica. Relazione tra caratteristiche della sorgente, materiali, colori e corretta percezione della merce.
6. **Flessibilità, tecnologia e sostenibilità:** Sistemi di controllo, adattabilità dell'impianto, efficienza energetica e manutenzione.