

Moda feminina

Por Erlei Gobi

Fotos: Rubens Campo e Algeo Cairolli/Divulgação GE

Mix de LED e vapor metálico valoriza produtos da loja Gregory



A GREGORY É UMA MARCA BRASILEIRA DE MODA FEMININA QUE atua desde 1981 trazendo a suas consumidoras as principais tendências de Nova York, Londres, Paris e Milão. Atualmente, conta com 85 lojas em 23 estados brasileiros, sendo uma delas a do Shopping Pátio Higienópolis, na capital paulista, reformada e ampliada em maio de 2014 após dez anos de funcionamento.

A arquiteta Cristina Mafra, titular do escritório Cris Mafra Arquitetura, é a responsável pelos projetos arquitetônicos das lojas da rede e esteve à frente da ampliação da unidade de Higienópolis, de 108 metros quadrados. "A Gregory abrange um grande público, desde os mais jovens até os clientes mais experientes e fieis à marca. A loja trabalha com uma enorme variedade de

cores e roupas, então, desde o início, a ideia sempre foi neutralizar o projeto de arquitetura. Por esta razão, trabalhamos com um pano de fundo, com as paredes e o teto na cor cinza, para valorizar os produtos vendidos na loja", explicou.

A reformulação do projeto de iluminação da unidade ficou por conta da GE Lighting, que juntou tecnologia LED para vitrines, salão de vendas e provadores com lâmpadas de vapor metálico, com foco mais fechado, para destaque dos produtos expostos. "Desenvolvemos o conceito de iluminação em parceria com a arquiteta para uma loja da Gregory em Blumenau (SC). Depois do conceito pronto, Cristina começou a replicar este projeto nas outras unidades da rede, distribuindo as luminárias e as lâmpadas

conforme o layout de cada uma delas. Além dessas duas, mais quatro lojas já tiveram suas iluminações refeitas: a da Henrique Schaumann (SP), de Mogi das Cruzes (SP), de Sorocaba (SP) e do Shopping SP Market (SP)", contou Lanna Caram, gerente de vendas da GE Lighting.

Vitrine e área interna

Na vitrine, por ser um espaço onde os produtos estão mais em exposição e ter como função atrair o cliente para dentro da loja, a luz é mais intensa. Nesse espaço foram utilizados embutidos triplos equipados com lâmpadas de vapor metálico com bulbo cerâmico de 70W e LED PAR 38 de 20W/25". "A iluminação de lojas deve ser considerada uma ferramenta de vendas nos ambientes comerciais. Soluções de iluminação

bem projetadas melhoram a apresentação da mercadoria e ajudam a aumentar as vendas e a economizar energia", disse Alexandre Ferrari, gerente geral da GE Lighting no Brasil.

A área interna também recebeu embutidos no teto, sendo alguns triplos, outros duplos ou individuais. As lâmpadas escolhidas para essas luminárias foram LED PAR 30 de 10W/20" e lâmpadas de vapor metálico com bulbo cerâmico de 35W. "Esta loja possuía halógenas PAR 30 e AR 111 de 75W e 100W que foram substituídas por uma solução mista. Os embutidos com três, duas, ou apenas uma lâmpada, seguem o conceito arquitetônico e o posicionamento do mobiliário definido pela arquiteta. As lâmpadas metálicas estão focadas nos produtos mais importantes, enquanto os LEDs proporcionam luz geral", afirmou Lanna.

Gregory do Shopping Pátio Higienópolis trocou as lâmpadas PAR 30 e AR 111 de 75W e 100W por LEDs de 10W e 20W e lâmpadas de vapor metálico com bulbo cerâmico de 35W e 70W.



Ainda segundo a gerente de vendas da GE Lighting, os layouts das lojas da Gregory são alterados, em média, a cada cinco anos. A ideia é que o sistema de iluminação dure o mesmo tempo do layout da loja e que a manutenção seja nula durante este período. "O cliente está muito satisfeito, principalmente pela questão da manutenção, já que as lojas possuem pé-direito de quatro metros de altura, o que dificulta a troca das lâmpadas", ressaltou Cristina.

Outro ponto importante a ser levantado é que a nova iluminação deve proporcionar uma economia de energia anual de aproximadamente 40%. "Estamos felizes com a troca por LEDs e, em algumas lojas, já vimos uma redução significativa no consumo de energia elétrica. A solução apresentada, e o projeto desenvolvido pela GE Lighting, conseguiu atender às nossas exigências e manteve-se de acordo com o elevado padrão visual das nossas unidades", afirmou Andrea Duca, diretora de marketing

da Gregory. "Além disso, gostamos muito da temperatura que a loja ficou, pois as lâmpadas não esquentam e deixam o clima interno ainda mais agradável para lojistas e clientes", complementa.

A sanca localizada acima das prateleiras dos produtos receberam lâmpadas T5 de 14W, mesma solução utilizada atrás dos espelhos para iluminação dos provadores. Já o grande pendente no meio da loja foi equipado com LED bulbo de 10W. "Conseguimos elaborar uma solução atual e sustentável, mas sem perder a vivacidade da loja, que é uma das principais preocupações de quem adota o LED para o varejo. Além disso, viabilizamos o investimento, pois uma loja 100% LED em uma rede como a Gregory, que possui franqueados, pode ser um problema", disse Lanna. Para a arquiteta Cristina, o forte dos projetos é a questão da valorização dos produtos. "A iluminação destaca as roupas, e a arquitetura não conflita com as peças vendidas", finalizou. ◀

A nova iluminação deve proporcionar uma economia de energia anual de aproximadamente 40% na loja.

Ficha técnica

Projeto luminotécnico:
Lanna Caram/
GE Lighting

Projeto arquitetônico:
Cristina Mafra/
Cris Mafra Arquitetura

Lâmpadas e LEDs:
GE Lighting