

# TRUST

SOLUÇÕES PERSONALIZADAS DE ILUMINAÇÃO PARA O VAREJO

## INSIDER

Walter Prandi, Diretor Presidente da Prandix Construtora

---

## LUZ

Outer, Shoes, O.Stilo e SouQ: iluminação sob medida com a assinatura da Trust

---

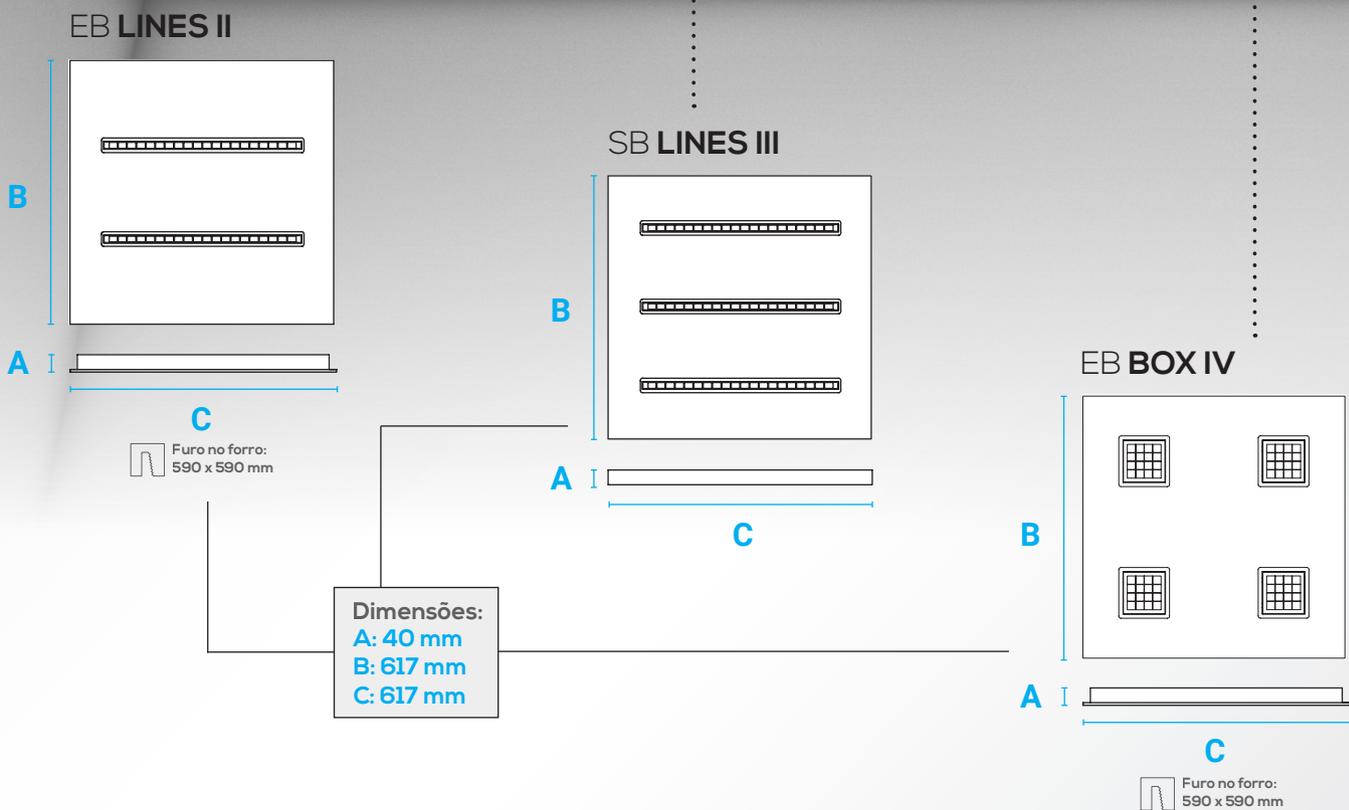
## WORK

A luz planejada pela Trust Iluminação para as empresas Vimer e WeWork

---

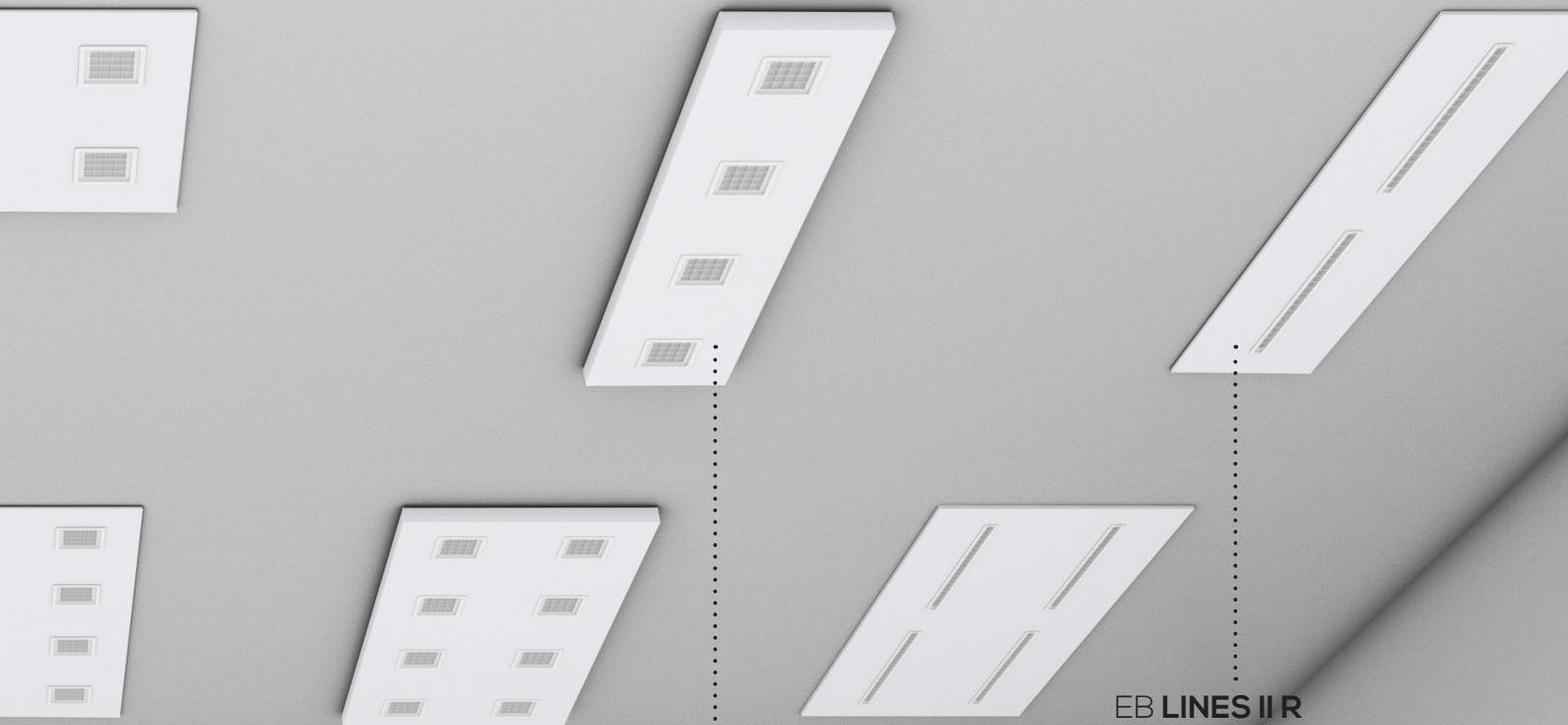


# LANÇAMENTO

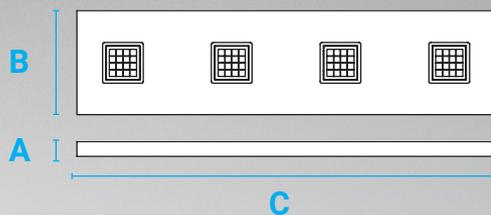


Todos os modelos estão disponíveis nas versões embutido e sobrepor, na cor branca.

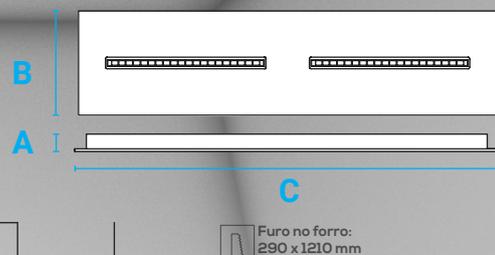
# LED PANELS



SB BOX IV R



EB LINES II R



Dimensões:  
A: 40 mm  
B: 308 mm  
C: 1235 mm

Catálogo completo disponível em [trustiluminacao.com.br/downloads](http://trustiluminacao.com.br/downloads)



**Luxímetro Dr.LED®**

O 1º aplicativo de iluminação para celular e tablet com tabela aprovada pela ABNT

+  
de **40k**  
downloads



SOLUÇÕES PERSONALIZADAS DE ILUMINAÇÃO PARA O VAREJO

[trustiluminacao.com.br](http://trustiluminacao.com.br)

@trustiluminacao @trust.iluminacao @trustiluminacao

Rua da Consolação, 2180 - São Paulo / SP - Tel: (55 11) 3231-1100



SOLUÇÕES PERSONALIZADAS DE  
ILUMINAÇÃO PARA O VAREJO

**GRUPO TRUST DE ILUMINAÇÃO**

Presidente

Evandro de Souza Rego Filho

Diretora Comercial

Emanuelle Latorre Rego

Coordenadora de Vendas

Caroline Rego

*Showroom*

Rua da Consolação, 2180

São Paulo / SP

CEP 01302-001

Tels: (11) 3231-1100

**PROJETO EDITORIAL**

**LEMON**

[www.studiolemon.com.br](http://www.studiolemon.com.br)

Rua Patizal, 38

CEP 05433-040

Tel (11) 2893 - 0199

São Paulo - SP

**DIRETOR DE CRIAÇÃO**

Cesar Rodrigues

[cesar@studiolemon.com.br](mailto:cesar@studiolemon.com.br)

**DIRETOR EXECUTIVO**

Chico Volponi

[cvolponi@studiolemon.com.br](mailto:cvolponi@studiolemon.com.br)

**EDITOR**

Luiz Claudio Rodrigues

[luizclaudio@studiolemon.com.br](mailto:luizclaudio@studiolemon.com.br)

**PROJETO GRÁFICO**

Lemon Comunicação & Conteúdo

**DESIGN**

Arthur Carlos

Wagner Rodrigues

**REVISÃO**

Claudio Eduardo Nogueira Ramos

**FINALIZAÇÃO**

Pedro Enrike

**COLABORADORES**

Lauro Lins

Claudio Gues

# INOVAÇÃO

**N**as duas primeiras décadas do século 21 as mudanças e transformações em todos os setores da vida humana não param de acontecer. E no varejo não tem sido diferente. As tecnologias digitais estão cada vez mais presentes nos pontos de venda e as lojas físicas estão mais conectadas com o e-commerce e as redes sociais de suas marcas. Diante dessa realidade, surge um novo conceito: o Varejo Imersivo. Com ele, as lojas se tornam espaços de experiência entre as pessoas, os produtos e a missão da marca. Uma interação entre consumidor e marca que vai além da compra ao estabelecer uma relação de identidade com o estilo de vida das pessoas. Para saber um pouco mais sobre essa evolução, a seção TENDÊNCIA esclarece como as grandes marcas estão se comportando com os desafios do nosso tempo. Nessa mesma seara, o entrevistado da seção INSIDER, o empresário Walter Prandi, especialista na construção de espaços comerciais e há mais de 40 anos à frente da Prandix Construtora, acredita que o varejo segue o compasso das inovações ao investir mais em automação, iluminação e segurança com as mais novas tecnologias disponíveis no mercado. Para completar esse rol de informações, conversamos com Nicolas Daunis, Gerente de Engenharia da GreenYellow – companhia francesa especializada em gestão de energia – que fala da importância da eficiência energética para a redução do consumo de energia no comércio.

Entre os demais destaques desta edição, os projetos luminotécnicos executados pela Trust para as lojas Outer. Shoes, O.Stilo e SouQ, além de dois espaços corporativos que levam a assinatura Trust: a Vimer e a WeWork, lugares de trabalho que fogem do lugar-comum. Em TECNOLOGIA, o Culturespace, em Paris, um centro cultural pioneiro em digital art e o arquiteto e designer Osvaldo Tenório que usa metais nobres e madeira para criar luminárias de traçado simples e surpreendente em DESIGN. Para fechar a edição, um toque de arte: uma instalação icônica da artista Lygia Pape do acervo permanente do Inhotim.

Boa leitura.

**TRUST ILUMINAÇÃO**

# SUMÁRIO

## REVISTA TRUST //

---

---

**08**

---

---

### **Vitrine**

O conceito internacional das grandes marcas atendidas pelo Grupo M|Checon

---

---

**10**

---

---

### **News**

Com diversas possibilidades de configuração, o formato circular dos trilhos da coleção Track Curves

---

---

**12**

---

---

### **Mundo**

O colorido das luzes de Shibuya, o distrito mais movimentado no centro de Tóquio

---

---

**16**

---

---

### **Tendência**

A conexão entre marcas e pessoas através da experiência do varejo imersivo

---

---

**24**

---

---

### **Luz**

Os projetos luminotécnicos executados pela Trust nas lojas Outer. Shoes, O.Stilo e SouQ

---

---

**40**

---

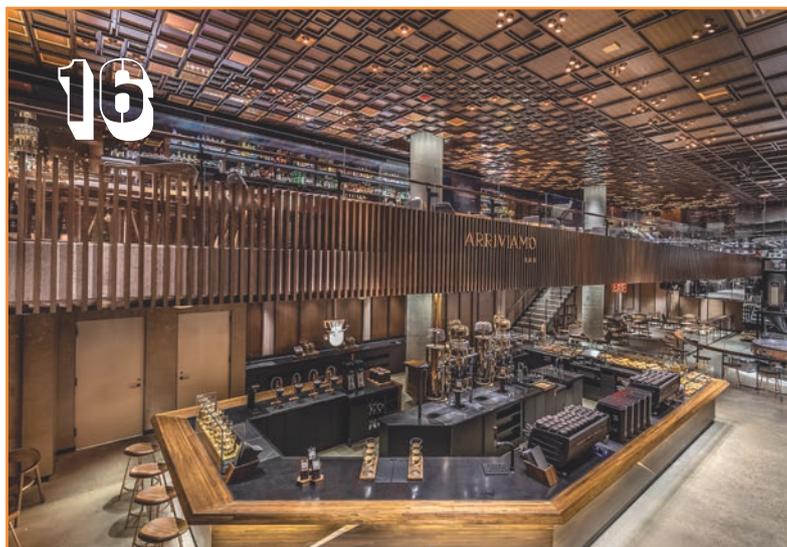
---

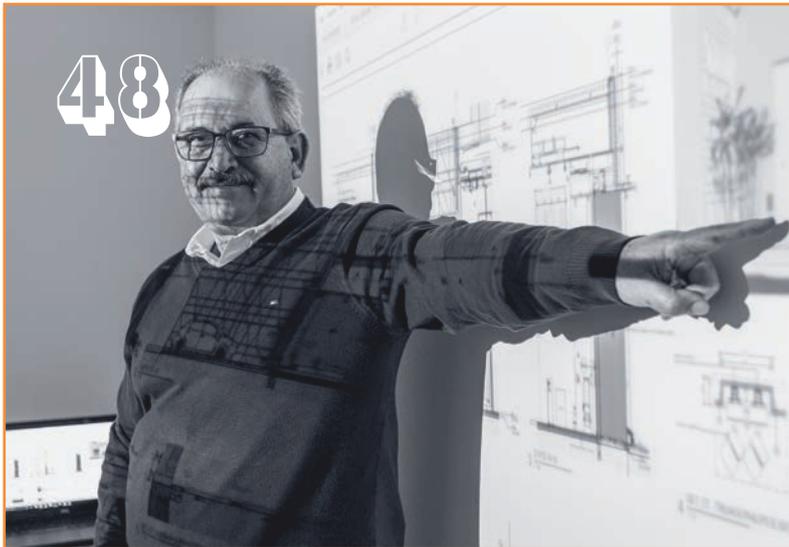
### **Work**

Com assinatura da Trust, a iluminação dos espaços corporativos Vimer e WeWork

---

---





*Capa:* Fachada interior da Vimer, com espaço flexível e iluminação executada pela Trust Iluminação.  
*Foto:* Potyra Tamoyos.



---

---

**48**

**Insider**

Entrevista exclusiva com o empresário Walter Prandi, presidente da Prandix Construtora

---

---

**56**

**Energia**

Nicolas Daunis, da GreenYellow, fala sobre redução do consumo de energia em estabelecimentos comerciais

---

---

**60**

**Tecnologia**

Culturespaces: o primeiro centro de arte digital em Paris e no mundo

---

---

**66**

**Design**

O traçado clean e contemporâneo das luminárias assinadas por Osvaldo Tenório

---

---

**70**

**Arte**

A instalação Ttéia 1C, de Lygia Pape: ícone do Movimento Neoconcreto brasileiro

---



**CORREÇÃO**

Na edição número 4 da revista Trust, na matéria intitulada Lúdico – sobre a loja Mini Clube Melissa, no Rio de Janeiro –, o nome correto do escritório que executou o projeto da loja é **PIPA ARQUITETURA**. Mais informações no site [pipaarquitetura.com.br](http://pipaarquitetura.com.br)

## FASHIONISTA

---

**C**om mais de sete mil projetos em sua trajetória, o Grupo M|Checon é uma das mais atuantes empresas de visual merchandising no Brasil. Sua unidade de negócios Retail – comandada por Andrea Maginador – conta com uma equipe especializada em arquitetura de varejo e uma oficina própria para atender as soluções criativas e construtivas desenvolvidas por seu time de criadores. Seu portfólio de clientes inclui algumas das mais famosas marcas globais e brasileiras, como a Cartier, Havaianas, Jeep, Nokia, Arezzo, Louis Vuitton, Philips, O Boticário e Amsterdam Sauer, entre outras. Aqui, uma pequena amostra das vitrines conceituais criadas para a Burberry, L'Occitane e Moncler em São Paulo: todas adaptadas a partir de seus guides criativos.

M|Checon | [mchecon.com.br](http://mchecon.com.br)

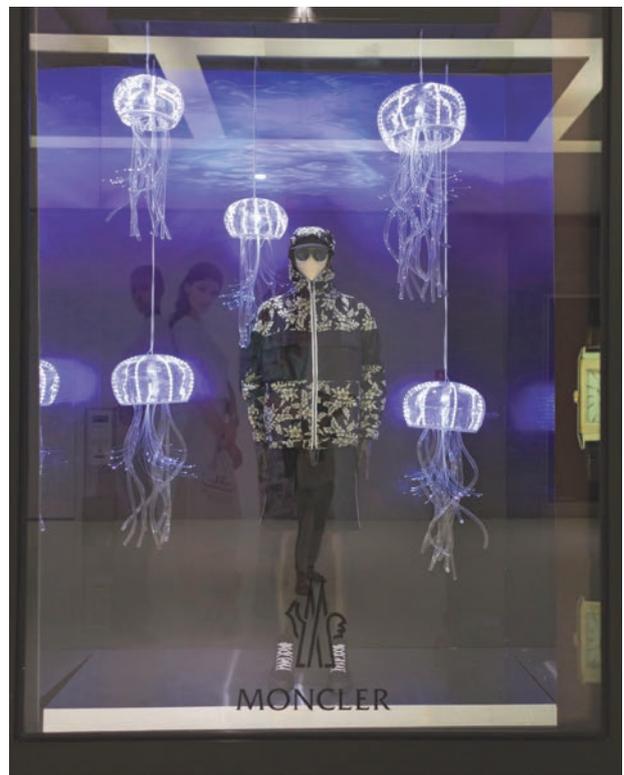


## L'OCCITANE

Para o lançamento do perfume Terre de Lumiè-re, a loja da L'Occitane - no Iguatemi Shopping, em São Paulo - foi repaginada em tom de doura-do pela M|Checon. Adaptada à arquitetura mais aberta da loja, as lâmpadas LED - que formam o desenho geométrico no teto - receberam um filtro (gelatina) levemente âmbar, que posteriormente foi adotado permanentemente pela loja.

## MONCLER

A vitrine - no shopping JK Iguatemi, na capital paulista - foi iluminada apenas por um spot cen-tral da própria loja direcionado ao mane-quin. O restante da iluminação foi desativado para enfa-tizar a luz das águas vivas de acrílico que com-põem o espaço. Nelas, foram utilizadas fitas de LED branco no corpo e um foco central no con-junto de fibras óticas para provocar um efeito de luz junto aos tentáculos.



## BURBERRY

A marca inglesa costuma ter uma abordagem mais tradicional em iluminação em suas cenografias. O direcionamento dos spots são sempre voltados ao produto (acessório ou manequim) e o residual de iluminação é utilizado para compor com a cenografia. Na loja do Iguatemi Shopping, a vitrine com um par de esculturas com folhas metalizadas pra-teadas refletem um pouco dessa luz, fazendo das cores vivas um contraste com o cenário sóbrio.

# CIRCULAR

---

---

*O Track Curves é uma versão do trilho eletrificado em formato circular da Trust Iluminação. Seu formato possibilita a utilização de composições em diversos desenhos e usados em conjunto com spots cria um sistema de iluminação diferenciado. Pode ser utilizado como sobrepor ou pendente.*

---

---



Fotos: Cortesia Trust Iluminação



## PORTFÓLIO TRUST

Com tecnologia LED, os produtos da Trust possuem diversas possibilidades de fluxo luminoso (1000, 2000, 3000 e 4000lm), alta eficiência (produtos com até 150 lm/w) e diferentes índices de reprodução de cor (>80, >90 e >95). Também possuem grande variedade de feixes de abertura: 15°, 24°, 36°, 45° e 60°. E, sob consulta, qualquer outra necessidade especial de cores e fluxos para projetos exclusivos.

[trustiluminacao.com.br](http://trustiluminacao.com.br)



MUNDO

STARBUCKS COFFEE

TSUTAYA

21018

NEKO BUS



# FUTURAMA



Foto: Alex Knight / Unspalsh

Um dos principais centros financeiros e comerciais do mundo, o distrito de Shibuya, em Tóquio, tem mais de 200 mil moradores. Com essa densidade populacional, o distrito se tornou famoso mundialmente por seu intenso cruzamento de pedestres. Localizado em frente à saída Hachiko da estação de Shibuya e com o movimentado tráfego de veículos, onde os pedestres tomam conta do cruzamento a cada intervalo do sinal verde. Durante a noite, com as fachadas iluminadas, videowalls e letreiros, o local cede espaço para o show de luzes que se estende de Shibuya até Shinjuku. ■



Foto: Nagahoshi Shimmawata / Unspalsh

Foto: Benjamin Hung / Unspalsh



Foto: Zed Benson / Unspalsh



> Flagrantes do distrito de Shibuya revelam o caráter cosmopolita da região que tem mais de 200 mil habitantes

14  
15

Foto: Lyn Nguyen / Unspalsh



**V  
A  
R  
E  
J  
O**

As lojas tradicionais se transformam em espaços de experiência e revelam a nova interação entre pessoas e marcas



**I  
M  
E  
R  
S  
I  
V  
O**

**Texto:** Luiz Claudio Rodrigues | **Fotos:** Cortesia IWC Schaffhausen, Nike, Starbucks e Gocase

**O** conceito do momento chama-se Varejo Imersivo. Com a acelerada evolução do e-commerce e das redes sociais, as lojas físicas não se definem mais pelo formato tradicional que estamos acostumados. E algumas lojas nem se declaram mais como lojas. A nova geração dos pontos de venda é feita de espaços de experiência, com muita interação e troca. A tendência já é realidade para algumas marcas famosas no exterior, como a Nike, Starbucks e IWC Schaffhausen, entre muitas outras. No Brasil, a Vimer – empresa líder em Visual Merchandising, especializada em inteligência de PDV – é uma das pioneiras em adotar o conceito em nosso varejo. “O ambiente físico é a grande aposta da Vimer, que enxerga na oferta de experiências deste canal um enorme potencial na transformação da relação entre pessoas e marcas”, afirma a empresa em seu comunicado institucional. >>>

> Detalhe da loja House of Innovation 000 da Nike em Nova York: a prateleira com opções de cores para a customização de tênis





18  
19

Entre algumas das ofertas que constroem o varejo imersivo estão a tecnologia digital, staff especializado, serviços diferenciados e espaços sem rótulos. Nas lojas, a tecnologia digital é ferramenta básica para apresentação de produtos e é acessada por totens ou displays com monitores sensíveis ao toque (touch screen); o staff surge como interlocutor e representante da marca, conduzindo a experiência e aprofundando a imersão; e ao dispensar rótulos, o espaço físico se transforma em um ambiente informal para a oferta humanizada de produtos e serviços, um hub social para viver experiências e entretenimento. “Com o termo ter cada vez mais obsoleto, o ser se relaciona ao viver e a vivência diz sobre as experiências. O produto não é o reason why, ele se tornou o meio para trazer a experiência do ambiente de loja e entregar serviços que se tornam extensões da oferta”, afirma Camila Salek, sócia-fundadora da Vimer.

Aberto há pouco mais de um ano em Genebra, o bar Les Aviateurs oferece aos clientes da

> Interior do bar Les Aviateurs, em Genebra. Acima, Thomas Herbert, CEO da Globus; e Christoph Grainger-Herr, CEO da IWC Schaffhausen| Fotos: The Image Gate > [iwc.com](http://iwc.com)

IWC Schaffhausen – um ícone da alta relojoaria suíça – um lugar concebido no estilo de um exclusivo clube de cavalheiros das décadas de 1920 e 1930, inspirado em sua coleção de relógios Pilot. Instalado ao lado da loja, o bar é um convite para os clientes mergulharem nos primeiros anos da aviação e sentir o espírito de pilotos pioneiros. “O bar atua como uma extensão da nossa boutique e é o primeiro do seu tipo no segmento de relógios de luxo. Com ele, estamos oferecendo uma nova experiência de marca”, pontua Linus Fuchs, diretor administrativo da IWC. Para dar o toque gourmet ao espaço, a IWC fez uma parceria com a Globus, a mais prestigiada rede de lojas de departamento de luxo da Suíça, que tem expertise nesse segmento por sua seção delicatessen. O espaço é caracterizado pelo uso da madeira escura nos revestimentos, couro no mobiliário e detalhes garimpados em antiquários, como fotos e mapas originais que transportam o visitante de volta à época dos pioneiros da aviação. >>>

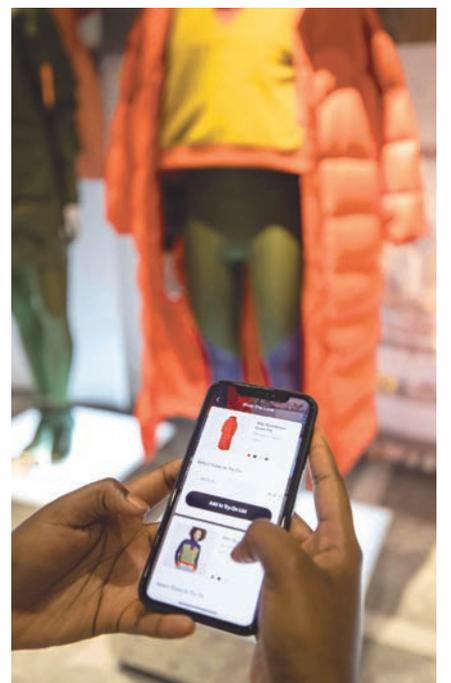
× **TENDÊNCIA** ×

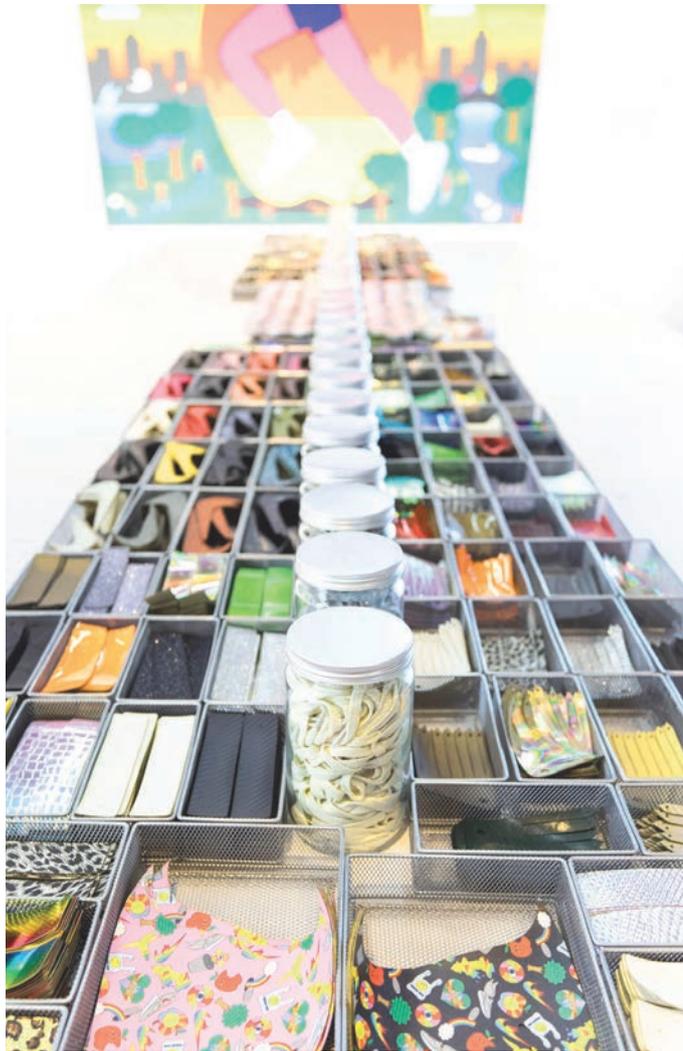


× **TENDÊNCIA** ×



> Interiores da loja House of Innovation 000, em Nova York: a nova loja da Nike ocupa um prédio inteiro de seis andares  
> [nike.com/us/en\\_us/e/cities/nyc/nikenyc\\_hoi\\_000](https://nike.com/us/en_us/e/cities/nyc/nikenyc_hoi_000)





Em um recente Talk sobre inovações, a Vimer apresentou alguns cases de varejo imersivo. Entre eles, a Nike e a Starbucks. Em Nova York, a Nike abriu a House of Innovation 000 com a intenção de ser uma loja emblemática para toda a cidade, ao mesmo tempo que é uma volta às suas origens. O espaço ocupa um prédio inteiro de seis andares na esquina da 5th Avenue com a 52th Street. Todos os andares, incluindo o subsolo, oferecem experiências pessoais e responsivas. A nova loja também provoca um quê de nostalgia: muitos nova-iorquinos lembram de sua primeira visita à Niketown, aberta há mais de 20 anos. Entre os diferenciais encontrados por lá está o Nike Speed Shop, um andar inteiro que usa dados locais para estocar produtos com base no que a comunidade deseja. Conhecida por ser uma das marcas pioneiras na customização, a Nike dá um upgrade nesse conceito no novo espaço, com uma ala exclusiva para quem gosta de toques individuais: o The Arena. Nela, uma variedade de tecidos, rendas, decalques e outros materiais para personalizar toda a coleção de tênis da Nike. Independentemente da interação preferida na loja, os recursos do Nike App oferecem ainda mais opções experimentais por meio do seu dispositivo inteligente. Entre elas, o Shop The Look, onde o cliente pode digitalizar um código em um manequim da loja, procurar cada item que o manequim está vestido, verificar se há tamanhos específicos disponíveis na loja e solicitar para qualquer vendedor os itens selecionados para que sejam enviados a um provador. >>>

× **TENDÊNCIA** ×



> Interior da Starbucks Roastery Reserve, no Meatpacking District, em Nova York.  
> [starbucksreserve.com](https://starbucksreserve.com)



Outra novidade em varejo imersivo na Big Apple é o Starbucks Roastery Reserve. Aberta em dezembro de 2018, no Meatpacking District, na esquina da 9th Avenue com a 15th Street, a loja promove uma experiência imersiva no universo do café ao celebrar o legado da torrefação e o lado artesanal do bebida. “Projetamos o Roastery como a experiência máxima em torno do café e não há nada parecido no mundo. Com cafés premium, chás, mixologia e a icônica padaria milanese Princi, a loja serve como um amplificador da marca Starbucks e uma plataforma para inovações futuras”, afirma Kevin Johnson, CEO da Starbucks. Além da Princi – que serve pães artesanais, doces e saladas durante todo o dia – a loja tem o bar Arriviamo, com um cardápio de coquetéis com infusão de café e chá. Na loja, o cliente observa como o café arábica, da mais alta qualidade do mundo, é torrado e aprende mais sobre suas origens. Os clientes observam de suas mesas a jornada dos grãos de café verde, que chegam ensacados, e são encaminhados para a torra. Após essa fase, os grãos giram em uma bandeja de resfriamento antes de prosseguir caminho rumo à moagem até chegar aos baristas, que preparam o café das mais diversas maneiras. Além da unidade em Nova York, as lojas Reserve da Starbucks são encontradas em Seattle, Xangai, Tóquio e Milão. Em cada uma delas o cliente encontra itens locais exclusivos.



## CONEXÃO EMOCIONAL

No Brasil, entre as lojas que adotaram o conceito, está a Gocase. A marca – especializada em customização de acessórios mobile e têxtil – nasceu digital e migrou para o off-line. Sua primeira loja física surgiu há quatro anos no Iguatemi Shopping, em Fortaleza. O espaço – de apenas 30 m<sup>2</sup> – aderiu ao conceito de varejo imersivo desde o fim do ano passado e seu novo layout foi planejado e executado pela Vimer. “O varejo imersivo foi adotado porque acompanhamos de perto as inovações do setor. A Vimer trouxe as referências de varejo 4.0 que valoriza o envolvimento do cliente, a conexão emocional. Desde a sua adoção, a loja bate recordes de faturamento. As vendas aumentaram entre 50% e 60% nos últimos meses. A mudança trouxe um encantamento do cliente com a marca”, diz João Romcy, Diretor de Expansão da Gocase. De acordo com ele, a ideia de ter um espaço de varejo imersivo veio de encontro ao DNA da marca. “Mais do que produtos, a Gocase é uma marca de moda, comportamento e identificação pessoal através de acessórios customizados.

> [gocase.com.br](http://gocase.com.br)  
> [vimer.com.br](http://vimer.com.br)

Além disso, aplicamos em nosso negócio o conceito de fast fashion, onde novas estampas e produtos são lançados quase diariamente”, completa Romcy. Na loja – onde o cliente tem à disposição mais de 3 mil estampas, todas apresentadas por categorias de temas, que podem ser usadas no mix de produtos da marca –, a vitrine cedeu espaço para o videowall e a personalização dos produtos é feita por meio de totens com telas touch screen. Neles, o cliente faz a simulação da customização e tem um preview automático na tela. Após essa etapa, o pedido do cliente segue para o processo de criação da customização, que é feita em tempo real, num período que leva de 30 minutos à 2 horas para ficar pronto. Com a finalização, o produto desce do mezanino numa bola de pelúcia em um escorregador metálico. Além disso, o cliente encontra um espaço “instagramável”, composto por um sofá colorido e um espelho com grafismo em néon. O tom rosa nos interiores revela o principal consumidor da marca: o público feminino é responsável por 85% das vendas da Gocase. ■

\* LUZ \*

24  
—  
25



\* LUZ \*

# LIGHTING DESIGN

Três projetos luminotécnicos com  
assinatura da Trust Iluminação

RIO DE JANEIRO | RJ

# SENSORIAL





Instalada na rua Ataulfo de Paiva, no Leblon, na zona sul carioca, a loja Outer. Shoes desenvolveu seu layout a partir do conceito de uma galeria de arte ao ar livre, com direito a folhagens e uma mescla de tons: da pintura branca nas paredes, passando pela madeira natural nas prateleiras até o verde no mobiliário. A partir desse briefing, o escritório Kube Arquitetura criou um espaço de atmosfera leve e contemporânea.

O objetivo principal do projeto para a loja foi criar uma atmosfera despojada e contemporânea ao espaço. Para isso, deixou em evidência os elementos estruturais do edifício. Concreto, tijolos e dutos fazem contraponto às paredes e móveis pintados de branco e aos detalhes em madeira, fazendo um contraste entre o ambiente urbano e natural. O piso em madeira de demolição completa o espaço. “Com essa ambientação, o espaço estimula o sentimento de acolhimento do cliente, deixando-o à vontade para experimentar os produtos e, ao mesmo tempo, criando uma experiência particular na hora da compra. Utilizamos materiais urbanos e comunicação que remetem à cidade na entrada da loja que, ao longo do percurso, o cliente reconhece esse equilíbrio com a mistura dos materiais urbanos e naturais. Por fim, o reconhecimento desse lugar de natureza interna e mais próxima de si é sentido de forma quase que intuitiva”, afirma a arquiteta Juliana Neves, responsável pelo projeto.





> Com luminárias direcionáveis e um par de trilhos de spots no teto, a loja Outer. Shoes destaca os produtos e revela as diferentes texturas da ambientação

Na Outer. Shoes, os produtos estão expostos juntos com a comunicação visual que informa ao cliente, através de textos e croquis, o processo de criação até a montagem dos mesmos, que em alguns momentos são vistos como objetos de arte dispostos sobre tablados de acrílico.

## ILUMINAÇÃO

Para criar uma atmosfera acolhedora no interior da loja, a Kube Arquitetura desenvolveu o projeto de iluminação - executado pela Trust - com luminárias direcionáveis para serem ajustadas com a posição dos produtos no mobiliário, tornando-o flexível para iluminar os produtos de acordo com as mudanças de layout do visual merchandising. O teto conta com um par de trilhos de spots, com lâmpadas de 2700k com focos diferentes, variando entre 100 e 240. Além dos trilhos no teto, a loja tem luminárias posicionadas próximas às paredes - com 2700k - para destacá-las, iluminando a caixa da loja, revelando as diferentes texturas e contrastes das mesmas: as originais da construção e os painéis de gesso acartonado. >>>



### FICHA TÉCNICA

SPOT TECH IX  
QUADRO TWISTAR SYSTEM NO  
FRAME ARTICULADO

[kubearquitetura.com.br](http://kubearquitetura.com.br)  
[outershoes.com.br](http://outershoes.com.br)  
[trustiluminacao.com.br](http://trustiluminacao.com.br)

SÃO PAULO | SP

# TECH

Fotos: Potyra Tamoyos

**A** rede de óticas Mitani criou uma loja conceito em sua unidade no Morumbi Shopping, na capital paulista. Em parceria com a marca Acuvue - líder mundial em lentes de contato da gigante americana Johnson & Johnson - e a LG Electronics, o espaço ganhou o nome de O.Stilo. A união inédita das três empresas tem o objetivo de integrar saúde ocular e tecnologia para oferecer uma experiência de consumo tecnológica e divertida, tornando o cliente protagonista no ambiente. O destaque da inovação é a aplicação da tecnologia das telas OLED, da LG, de forma pioneira no Brasil: em vez das paredes, as telas estão no chão. O propósito das telas no piso é estimular a interatividade com o público, uma vez que o uso dos smartphones faz o olhar das pessoas estar cada vez mais voltado para baixo. O conceito da loja foi idealizado por Daniela Farina, que além de diretora da Mitani é arquiteta de formação. Para o projeto, Daniela convidou as arquitetas Flavia Pagotti Silva e Claudia Cavalcanti que desenvolveram e detalharam a ideia. “Os principais elementos e conceitos desse projeto são a fluidez e o movimento. O desafio era convidar o cliente, de forma inovadora, a entrar na loja e percorrer o seu interior até o final. O segundo desafio era fazer o cliente ficar interessado ou, no mínimo, curioso com o produto, as lentes de contato”, afirma Daniela. Para criar essa fluidez, a solução foi o uso de telas no piso com a produção de um conteúdo específico para esse formato, além de elementos arquitetônicos que ajudaram a composição do espaço. >>>



\* LUZ \*

# O. STILO

GRUPO MITANI

SWAROVSKI



ACUVUE





As telas de OLED no chão – da linha Digital Signage Oled, da LG – proporcionam uma experiência digital que se funde à instalação física. “A tecnologia OLED já é utilizada na Ásia para garantir uma experiência de consumo diferenciada. As telas, que têm mais de 8 milhões de pixels, nunca foram colocadas no chão no Brasil. Para o projeto, fizemos uma força-tarefa de logística para importação das telas e instalação do produto, que precisa ser refrigerado e monitorado constantemente”, explica Rodrigo Fiani, diretor de vendas da área de Business Solutions da LG. O trajeto das telas chama a atenção dos clientes e apresenta o storytelling da marca Acuvue, conduzindo o cliente para uma área especial onde descobre todos os benefícios das lentes de contato. “O projeto precisou de uma infraestrutura no piso para embutir as telas dentro de uma estrutura metálica invisível e uma cobertura de vidro para que fosse possível circular sobre elas. Além disso foi necessária a instalação de sistema de ventilação e de exaustão para evitar o superaquecimento das telas”, completa Daniela Farina. >>>



32  
33

> Além da iluminação difusa por todo o espaço, a distribuição dos pontos de luz foi planejada para destacar os óculos que ficam em expositores na parede

## FICHA TÉCNICA

EMBUTIDO TWISTAR FLAT 130 1X  
EMBUTIDO TWISTAR FLAT 185 1X  
EMBUTIDO TOP ECO 1X





## ILUMINAÇÃO

A integração da arquitetura com a tecnologia das telas foi o elemento chave para o projeto lumino-técnico. “Era preciso deixar o ambiente como um todo bastante claro, sem focar no percurso das telas no piso”, afirma Daniela Farina. Outro desafio importante foi iluminar o espaço sem causar reflexos nas lentes de contato em exposição. Na vitrine, a luz é projetada de baixo para cima e foi planejada para não ofuscar o cliente. De acordo com Daniela, a iluminação geral do forro permitiu o uso de expositores de acrílico opaco branco, sem a necessidade do uso de luz dentro do expositor.

A distribuição dos pontos de luz foi planejada para destacar os óculos que ficam em expositores nas paredes (sem ofuscar o cliente e sem criar reflexo nas lentes), criar um corredor com menos iluminância (onde estão instaladas as telas no piso) e proporcionar iluminação adequada nas mesas de atendimento. O projeto de iluminação foi direcionado para atender a funcionalidade de uma ótica. “O produto comercializado na loja é muito suscetível à cor da luz e os clientes, em sua grande maioria, necessitam de correção visual”, pontua Daniela. >>>

SÃO PAULO | SP

# BAZAAR

*Fotos:* Potyra Tamoyos

36  
37

Inspiração nos bazares e mercados árabes, o layout da loja SouQ – no Shopping JK Iguatemi, em São Paulo – segue o estilo contemporâneo para atender uma clientela que viaja e conhece as grandes capitais internacionais. O projeto – que tem a assinatura do escritório paulistano BIZ Arquitetura – foi pensado para expor o mix de produtos oferecido pela loja, que inclui vestuário, objetos de casa e acessórios femininos. “Algumas peças do mobiliário são exclusivas. Entre elas, o ‘bijuteiro’ que tem prateleiras fixas com iluminação próxima do produto sem ofuscar o cliente”, afirma a arquiteta Maria Lavinia, da Biz Arquitetura. >>>

× LUZ ×





## ILUMINAÇÃO

Como todo o shopping center tem espaços muito claros, com nível de luminosidade intenso, a iluminação da vitrine da SouQ foi planejada para destacar os produtos expostos. No interior, a ambientação ganhou uma luz difusa, mas com uma intensidade amena a fim de criar uma atmosfera de aconchego para os clientes. ■



## FICHA TÉCNICA

OVER ALL LED 550LM 40°  
SPOT STAR MINI LED 2000LM 24°  
SPOT STAR MINI LED 1000LM 45°

> A iluminação suave no interior da loja cria uma atmosfera de conforto e bem-estar para a clientela

bizarquitectura.com.br  
souqstore.com.br  
trustiluminacao.com.br



# MODERNIDADE

Além do segmento de varejo, a Trust Iluminação desenvolve projetos luminotécnicos para espaços corporativos. Entre os mais recentes estão o da empresa VIMER e da rede internacional WEWORK

*Fotos:* Potyra Tamoyos

 Com a mesma expertise de inovação por trás dos projetos de iluminação de lojas, shoppings centers e grandes redes de varejo, a Trust atua na execução de projetos luminotécnicos de empresas que apostam na diferenciação e novas tecnologias quando o assunto é iluminação planejada. Entre os mais recentes espaços corporativos que a Trust participou estão todas as sedes paulistanas da rede internacional WeWork e a nova sede da empresa de visual merchandising VIMER.

> À esquerda, lounge da WeWork, na Vila Olímpia, com projeto luminotécnico executado pela Trust Iluminação

## **WEWORK**

A WeWork é uma plataforma global que oferece espaços de trabalho, comunidade e serviços, tanto físicos como digitais, a mais de 400 mil pessoas no mundo. A empresa transforma edifícios em ambientes dinâmicos que estimulam a criatividade, a produtividade e conexões entre as pessoas. É assim que a rede internacional de coworking se apresenta em sua comunicação institucional. Fundada em Nova York, em 2010, por Adam Neumann e Miguel McKelvey, a WeWork possui atualmente mais de 480 unidades em 28 países. No Brasil desde 2017, a empresa conta com 19 prédios em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte para acomodar uma comunidade de 16 mil membros. >>>

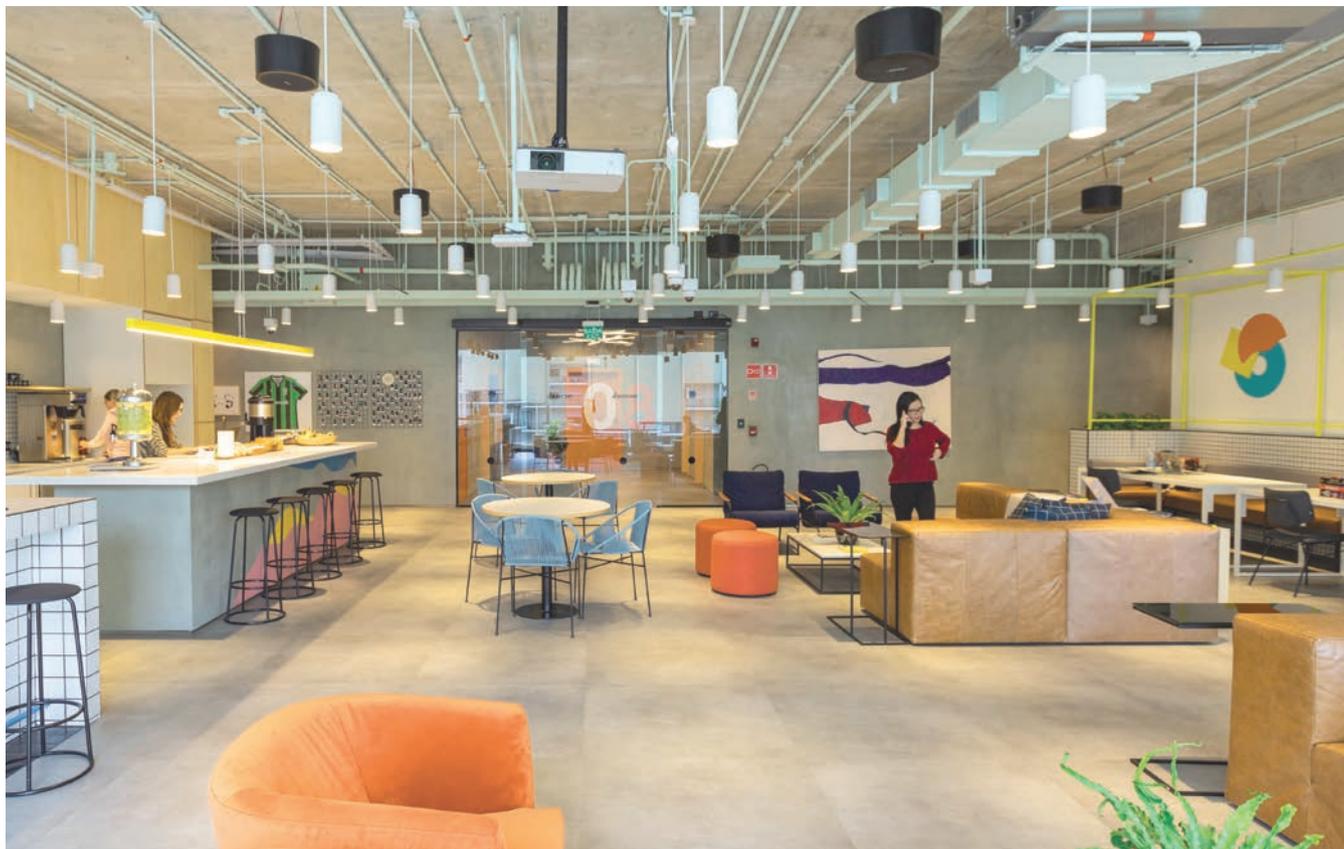
× **WORK** ×



> Aqui, interiores da WeWork, na Vila Olímpia, com diferentes espaços de trabalho e cozinha coletiva. À direita, na WeWork Colomati, na Avenida Paulista, o projeto luminotécnico está totalmente integrado ao décor

## FICHA TÉCNICA

PENDENTE RETRO OFFICE 1300LM  
120° 3000K  
PENDENTE MINI MATRIX (COM PINTURA  
CUSTOMIZADA) 1440LM 120° 3000K  
PENDENTE STAR 24° (DIMERIZÁVEL)  
1250LM 3000K  
PENDENTE MATRIX MINI (LENTE  
COLIMADORA) 60° 2000LM 3000K



## ILUMINAÇÃO

“Cultura é o grande diferencial da WeWork, e temos como um dos nossos maiores compromissos agregar valor às empresas que fazem parte de nossa comunidade. Outro diferencial é que enquanto plataforma, reunimos e conectamos, física e virtualmente, empresas de todos os tamanhos e segmentos, estimulando sua interação e criando oportunidades que façam negócios entre si”, afirmam os fundadores.

O interior das unidades da WeWork tem estrutura que inclui internet de alta velocidade, café e chope à vontade, limpeza, recepção e segurança 24h. As unidades oferecem três tipos diferentes de espaços de trabalho: Hot Desk, que dá direito ao uso dos espaços nas áreas comuns; Mesa Dedicada, um espaço de trabalho determinado em uma sala que é compartilhada com outros membros e Escritório Privativo com espaços totalmente fechados, que podem ser trancados e usados por grandes equipes, com possibilidade de anexar mais escritórios conforme expansão e customização de cada empresa.

Todo o trabalho de iluminação da WeWork no Brasil segue as diretrizes do guide global da empresa. Para cada tipo de ambiente foram seguidos certos requisitos da matriz americana, fazendo com que, à medida que os espaços se encontram, as soluções de iluminação se complementem. Outro aspecto que é levado em consideração no projeto luminotécnico são as cores do ambiente, pensadas para criar uma atmosfera mais acolhedora e aconchegante. Para acompanhar os interiores, a iluminação se diferencia muito do esquema tradicional dos escritórios. “O conceito geral dos espaços WeWork é que se assemelhem ao conforto das casas das pessoas. E é por isso que existem vários formatos de espaço, criados para acomodar todos os tipos de tarefas”, afirma o comunicado de imprensa. Todas as unidades da WeWork seguem um conjunto básico de iluminação que inclui fontes pontuais, fontes lineares e luminárias decorativas. Todos de LEDs para garantir a conformidade energética e a longevidade do projeto. >>>



44  
—  
45



> A iluminação difusa e pontual - executada pela Trust Iluminação - destaca a arquitetura arojada da sede da Vimer, na capital paulista

## VIMER

Pioneira e líder no mercado brasileiro no desenvolvimento de visual merchandising, a Vimer desde 2006 atua na criação de projetos para o varejo. Ao longo desse tempo, a empresa evoluiu e adicionou em sua expertise a criação de Store Design e Ações que proporcionam experiências capazes de transformar a relação entre consumidores e marcas. Capitaneada pela publicitária Camila Salek, a empresa tem em seu portfólio projetos elaborados para marcas nacionais e internacionais. Seu portfólio de clientes inclui as marcas Havaianas, C&A, O Boticário, Hering, Marisa, Calvin Klein, Swarovski e Christian Louboutin, entre muitas outras.

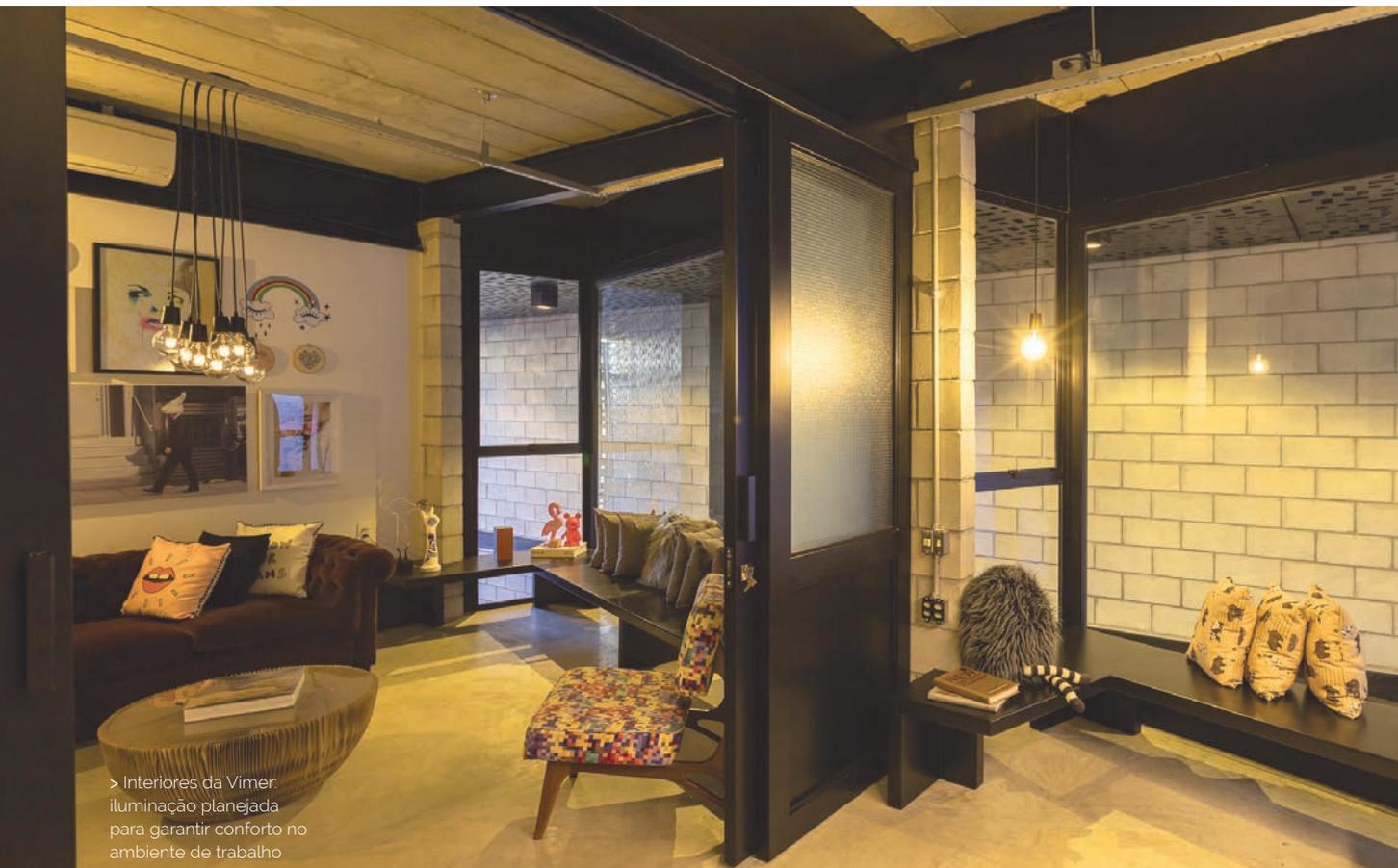
Instalada na Vila Madalena, na capital paulista, a sede da Vimer - planejada pelo escritório de arquitetura Storrer Tamburus - tem 600 m<sup>2</sup>, com quatro pavimentos para acomodar os colaboradores e espaços diferenciados como o subsolo e a cobertura. No primeiro, o ambiente é modular e versátil: durante o dia a dia é espaço de convivência e desconpressão para equipe e para receber visitantes se transforma em auditório de palestras ou apoio para recepção de convidados na cozinha gourmet.

[vimer.com.br](http://vimer.com.br) | [trustiluminacao.com.br](http://trustiluminacao.com.br)



× WORK ×





> Interiores da Vimer: iluminação planejada para garantir conforto no ambiente de trabalho



Na cobertura, o Rooftop Bar é palco para eventos promovidos pela Vimer, com vista privilegiada para o bairro. A arquitetura reflete a identidade visual construída ao longo dos anos pela Vimer. A madeira rústica contrasta com o vidro aramado no interior e se harmoniza com a modernidade do design de interiores e da fachada com placa metálica e logo em neon. “Os nossos projetos e a relação com os nossos clientes e parceiros se estabelecem pelo compartilhamento, das ideias e referências às entregas e realizações, é tudo sobre trocas. Agora temos um ambiente para consolidar essa relação que faz parte da Vimer”, afirma Camila Salek, sócia-fundadora da Vimer. ■

## FICHA TÉCNICA

PROJETO COM MEDIDAS CUSTOMIZADAS  
 PENDENTE TWISTAR, COM LUZ GERAL NO CENTRO, DOIS FOCOS EM LED  
 PENDENTE MATRIX COM LUZ DIRETA E INDIRETA LED  
 PENDENTE STYLE DECORATIVO COM LÂMPADA DE FILAMENTO LED  
 SPOT SCENIC LED 480LM 24°  
 CONJUNTO PENDENTE STYLE DECORATIVO COM LÂMPADA DE FILAMENTO LED

[wework.com/pt-BR](http://wework.com/pt-BR) | [trustiluminacao.com.br](http://trustiluminacao.com.br)

× INSIDER ×



# MÃOS À OBRA

Com expertise há mais de 40 anos na construção de espaços comerciais, o empresário Walter Prandi – Diretor Presidente residente da Prandix Construtora – acredita que o varejo segue o compasso das inovações e das novas tecnologias ao adotar mais investimentos em iluminação, automação e segurança

48  
—  
49

*Texto:* Luiz Claudio Rodrigues | *Retrato:* Potyra Tamoyos | *Fotos:* Cortesia Prandix Construtora

**A** importância de uma boa construtora para executar projetos de espaços comerciais é fundamental para se fazer sucesso no mercado de varejo. Seja qual for o segmento – com suas particularidades de negócio – todos dividem algo em comum: a relevância de atender o cliente da melhor forma possível. Entre as construtoras brasileiras especializadas na construção de lojas e grandes redes de varejo, a Prandix trabalha com marcas e fabricantes líderes do mercado. Em seus 50 anos de história, a empresa contabiliza mais de 850 mil m<sup>2</sup> construídos e possui um portfólio de clientes que inclui algumas das marcas mais conhecidas dos brasileiros como Marisa, Hering, Riachuelo, Renner, Centauro e outras. Para nos contar sobre as principais mudanças, inovações e demandas que o setor de varejo atravessa no momento, entrevistamos o Diretor Presidente da Prandix, o empresário Walter Prandi. Confira a seguir, os principais trechos dessa conversa exclusiva. >>>

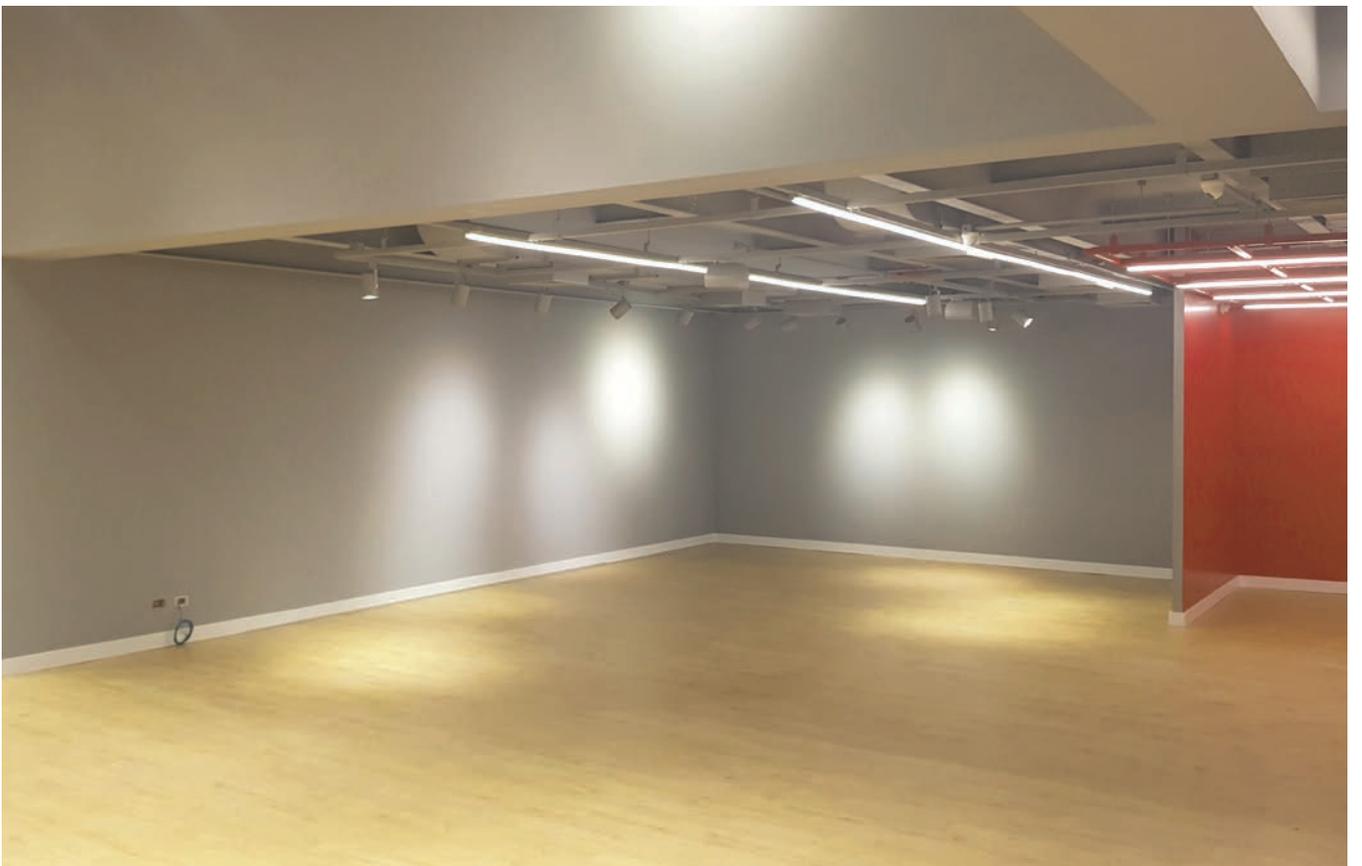
> Entre os projetos executados pela Prandix Construtora estão as grandes redes de varejo brasileiro: nas fotos, as obras da Centauro



× **INSIDER** ×



× **INSIDER** ×



**TRUST: A construtora Prandix tem mais de 50 anos no mercado e é especializada na construção de espaços comerciais. Durante esse período, quais as principais mudanças que ocorreram no segmento?**

*Walter Prandi:* Com o passar dos anos, o que percebemos é uma constante mudança nos hábitos dos consumidores influenciando diretamente sobre a construção dos espaços comerciais para atendê-los da melhor forma possível. Independentemente do segmento, vestuário, alimentício e outros, percebemos que se deve propor conforto, segurança e agilidade aos consumidores. Desta forma, percebemos que o espaço deve estar bem climatizado, ter uma acústica apropriada, uma iluminação que proporciona a harmonização dos ambientes, comunicação visual de fácil entendimento, posicionamento de layout que facilita a circulação, agilidade no atendimento e localização privilegiada, entre outros detalhes.

**TRUST: Como a Prandix procura permanecer atualizada no competitivo mercado da construção civil brasileira? Há um diferencial da empresa em relação aos seus concorrentes?**

*Walter Prandi:* Com o aumento das informações e a velocidade com que o mercado se altera, precisamos estar acompanhando essas mudanças. Para isso, a busca por inovação deve ser primordial para o nosso crescimento. Desta forma, investimos em tecnologia, seja em softwares, hardwares, aplicativos, metodologias e capacitação, entre outros. Sobre o nosso diferencial, acredito que esteja em nossos profissionais, na dedicação e no comprometimento para que esteja tudo acontecendo conforme o planejado. Gosto de manter contato com todos, desde o administrativo até a linha operacional.

**TRUST: Nas duas primeiras décadas do século 21, o senhor sabe dizer quais foram as principais transformações e demandas dos empreendedores do varejo?**

*Walter Prandi:* Nos últimos 20 anos percebemos que os empreendedores passaram a investir mais em projeto, buscando a otimização dos espaços no layout, iluminação, segurança e automação, entre outros. Também há uma preocupação maior com a acessibilidade, segurança do trabalho, documentações, laudos e um aumento de processos e relatórios para que seja tudo executado conforme o esperado.

**TRUST: Entre os clientes da Prandix estão grandes redes do varejo brasileiro. O layout das grandes redes segue alguns princípios básicos?**

*Walter Prandi:* Acredito que sim, pois percebemos diversos detalhes: a localização dos caixas e provadores em lugares estratégicos para o cliente caminhar por toda a loja ao se deslocar; a preocupação com a acessibilidade dos clientes; provadores maiores e mais confortáveis, deixando um atendente sempre à disposição no caso da troca de alguma peça; exposição de produtos iguais em menor quantidade para aumentar a diversidade; iluminação com foco principal nos produtos deixando os corredores de circulação com uma luz mais amena; disposição de caixas eletrônicos para consulta ou pagamento de cartão, agilizando esse tipo de operação; e a exposição de produtos no corredor das filas.

**TRUST: Quais as inovações e novas tecnologias usadas nas construções mais recentes da Prandix?**

*Walter Prandi:* Sabemos que para uma empresa se manter no mercado a busca pela inovação é

fundamental. Nós não poderíamos agir diferente. Hoje temos softwares aplicados na empresa desenvolvidos exclusivamente para a área da construção civil; todo nosso banco de dados fica na nuvem, facilitando o acesso em qualquer lugar do país; e em campo, dispomos das mais sofisticadas ferramentas e maquinários do mercado. Também trabalhamos em parceria com escritórios que usam tecnologia BIM (Building Information Modeling), onde é fundamental para uma verificação apurada e o desenvolvimento de projetos.

**TRUST: Há algum material que se destaca na atualidade entre os mais requisitados para a construção de espaços comerciais?**

*Walter Prandi:* Quando falamos de construção de espaços comerciais voltados para o varejo o que vem num primeiro momento é o fator tempo, tem que ser ágil, e o que percebemos em sua maioria é o uso de estruturas metálicas e sistemas de Drywall. Acredito que essa dupla de materiais seja a mais indicada devido à versatilidade e agilidade na execução.

**TRUST: Cada vez mais as lojas tiram partido das tecnologias digitais em seus espaços.**

**Qual o impacto dessas tecnologias nos projetos que a Prandix desenvolve?**

*Walter Prandi:* O impacto que nos causa é a busca pela informação e a capacitação profissional para que possamos realizar as execuções de acordo com as premissas do projeto. Temos sempre que pensar além, no cliente final, na funcionalidade e praticidade que essas tecnologias geram para o consumidor. Hoje, com a generalização do uso de smartphones, as compras online só tendem a crescer, assim como a Inteligência Artificial fará a integração das lojas físicas e digitais. Temos que estar preparados com esses avanços. É um caminho sem volta.

“

**A ILUMINAÇÃO É FUNDAMENTAL. ELA REALÇA OS PRODUTOS E MERCADORIAS EM EXPOSIÇÃO, DEIXANDO AS LOJAS MAIS VISTOSAS E CONFORTÁVEIS**

*Walter Prandi*

”

**TRUST: A iluminação é um dos elementos marcantes para o varejo. De que forma a iluminação é tratada nos projetos que a Prandix desenvolve?**

*Walter Prandi:* A iluminação é fundamental, pois realça os produtos e mercadorias em exposição, deixando as lojas mais vistosas e confortáveis, mas sempre é bom manter o equilíbrio. Temos diversos clientes que atendem públicos de classes sociais econômicas diferentes. Em um ambiente popular, a luz mais clara, forte e uniforme é a mais indicada. Em ambientes mais sofisticados há uma preferência por luz baixa, com sombras, mantendo o foco apenas nas mercadorias.

**TRUST: O que há de mais inovador em projetos luminotécnicos para o varejo?**

*Walter Prandi:* O sistema LED. Acredito ter sido o mais inovador até o momento, vem crescendo desde 2013. Em alguns clientes realizamos a troca de todas as lâmpadas de diversas filiais para modelos LED. O que percebemos também no mercado varejista é o uso de luminárias focais, seja de embutir ou spots aparentes. ■

[prandix.com.br](http://prandix.com.br)



# PARCEIROS DA CONSTRUÇÃO CIVIL.

Além da Prandix Construtora, a Trust Iluminação agradece a todos os parceiros da construção civil. Somente com a união dos esforços dessas parcerias, é possível realizar a execução dos projetos luminotécnicos, desenvolvidos por nós, com a agilidade e qualidade que todos os nossos clientes merecem.

AD Arquitetura e Construtora  
Calixto Instalações  
Construpoli  
Construtora Uni  
Dias Righi Construtora  
DM Engenharia  
Gomes Perdigão Construtora  
HRO Engenharia  
IT'S Informov  
JAPJ Engenharia  
JSOUTO Construtora  
Kairos Engenharia e Gerenciamento  
KN Arquitetura e Construção  
LAR Construtora  
Lock Engenharia  
LVA Engenharia e Construção  
Masterplan Engenharia  
MAXIMO arquitetura & engenharia  
MKJ Engenharia e Instalações  
S.A.G Construções  
MP Engenharia  
MR. Build  
Paraguaçu Engenharia  
Prandix Construtora  
Projeto Construtora  
SAENG Engenharia  
Santa Irreverência  
SENG Engenharia  
Vitacon



> Interior de uma das unidades do Extra: rede de supermercados que adotou o projeto de eficiência energética da GreenYellow

# EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Fotos: Cortesia GreenYellow

**E**specializada em gestão de energia, a GreenYellow – empresa do grupo francês Casino na área de eficiência energética – desenvolve projetos para reduzir o consumo de energia de seus clientes. Sua clientela inclui supermercados, hipermercados, redes de atacadistas e centros comerciais. A companhia – que atua há mais de cinco anos no Brasil – conta com mais de 2 mil projetos de eficiência energética implementados em todo o mundo e cerca de 800 no Brasil. Além da gestão de energia e projetos de eficiência energética, a empresa oferece geração de energia solar distribuída visando a demanda de empresas que se interessam em sustentabilidade e energia renovável.

Entre os cases brasileiros que se destacam entre os projetos planejados da GreenYellow estão o Grupo Pão de Açúcar e a Rede Assaí Atacadista. No primeiro, a companhia garantiu uma economia

de aproximadamente 25% no consumo de energia elétrica em cada uma das 2 mil unidades do grupo com projetos de eficiência energética. Na rede atacadista Assaí foram investidos mais de R\$ 18 milhões para a construção de 4,5 MWp de usinas fotovoltaicas. Em um ano de atividade, essas usinas produziram mais de 6.600 MWh de energia, o equivalente ao consumo de 3.400 residências, deixando de emitir cerca de 530 toneladas de gás carbônico na atmosfera. Com suas usinas de luz solar, a rede Assaí tem, em média, 25% da energia gerada por meio de energia limpa e renovável. Para falar um pouco mais sobre a redução do consumo de energia e o monitoramento do consumo em espaços comerciais, o Gerente de Engenharia da GreenYellow, Nicolas Daunis, concedeu uma entrevista exclusiva para a reportagem da revista TRUST. Aqui, os principais trechos da conversa.

> Nicolas Daunis,  
Gerente de Engenharia  
da GreenYellow



**TRUST: Como a GreenYellow avalia a receptividade dos planos de eficiência energética das empresas brasileiras? Quais os setores que mais investem nesse tipo de solução?**

*Nicolas Daunis:* Atualmente a receptividade com projetos de eficiência energética é bastante grande e, muitas vezes, a redução do consumo de energia é inclusive meta de muitas empresas. Contudo, muitas delas não sabem quais ações realizar ou calcular a possível redução no consumo para viabilização dos projetos. Por isso, independentemente do segmento, há uma abertura nas empresas para discussões, porém sempre com focos diferentes. O varejo foca mais na área de vendas com soluções de iluminação e refrigeração, enquanto a indústria visa projetos na parte de utilities como chillers, caldeiras, fornos, etc.

**TRUST: A GreenYellow é uma empresa especializada em gestão de energia. No Brasil, desenvolveu projetos para supermercados e redes atacadistas. Quais são as principais necessidades desse setor na gestão de energia?**

*Nicolas Daunis:* Hoje existem duas necessidades principais: redução do consumo de energia e monitoramento do consumo. Para a redução de energia, os principais pilares de ação no varejo alimentar são iluminação, ar condicionado e refrigerador comercial, todos suportados por automação. Na iluminação, destacamos que apenas o retrofit (troca de lâmpadas no modelo 1x1) já não é tão atrativo, visto que muitas lojas já fizeram a troca para o LED. Hoje, nossas soluções possuem projetos luminotécnicos com maior valor agregado como a readequação da iluminância às normas brasileiras e/ou as normas dos clientes, preocupação com a segurança do trabalho, automação (liga/desliga automático) ou projetos que dão mais visibilidade ao produto do cliente.

**TRUST: Como é feito o planejamento do monitoramento do consumo de energia?**

*Nicolas Daunis:* O monitoramento permite saber como é o consumo do cliente de forma remota e, no caso da GreenYellow, possuímos uma equipe de monitoramento dedicada para verificar o andamento do consumo ao longo do mês. Muitos clientes não sabem de forma clara qual o seu consu-

mo ao longo do dia e como é a distribuição do seu consumo (rateio entre iluminação, ar condicionado, refrigeração, etc.). Além disso, outras vantagens do monitoramento é que ele permite entender o perfil de consumo do cliente para definir novas ações de eficiência energética; e, uma vez feitas essas ações, temos a possibilidade de acompanhar os ganhos obtidos. Por exemplo, já tivemos casos de lojas que possuíam automação para o desligamento de luzes à noite, mas ficavam ligadas durante toda a noite, pois o sistema havia sido colocado no modo manual, gastando mais energia. Ou seja, apenas pelo monitoramento podemos verificar essas inconsistências e apoiar o cliente na garantia da economia de suas ações.

**TRUST: Há um programa básico de eficiência energética que pode ser adotado por qualquer perfil ou segmento de empresas grandes ou pequenas? Ou cada caso é um caso?**

*Nicolas Daunis:* As ações de eficiência energética possuem segmentos principais como iluminação, ar condicionado, refrigeração, utilidades, etc. Algumas ações são mais padrões e outras que devem ser customizadas, mas não existe pacote ideal. Cada cliente precisa ser avaliado para entender as necessidades e verificar quais ações são aplicáveis, principalmente focando no investimento da ação versus a redução de consumo gerada. Na GreenYellow, devido à nossa expertise de 900 projetos de performance,

quando um cliente possui mais um de um lugar com as mesmas características, podemos desenhar a solução para um e depois estabelecer um roll-out para aplicar a mesma solução nos outros lugares, com pequenos ajustes para cada um.

**TRUST: O varejo tem necessidades específicas quando se trata de eficiência energética? Quais são as principais demandas desse setor?**

*Nicolas Daunis:* A maior requisição do varejo é a redução de despesas com energia. Nesse sentido, as soluções mais praticadas para atender a demanda dos clientes em varejo são a adequação de normas de iluminância e a valorização de seus produtos no ambiente de vendas (um bom projeto luminotécnico) e, naturalmente, a gestão de equipamentos de ar condicionado. Para o varejo alimentício, podemos acrescentar a redução das avarias dos produtos (fechamento de balcões, controle da temperatura dos balcões), redução do consumo da refrigeração comercial (automação do sistema) e adequação às normas de iluminação. Em ambos os casos, o monitoramento do consumo é importante.

**TRUST: O Brasil está em fase de mudanças no seu modelo de Geração Distribuída. Quais são as principais alterações previstas e quais as mais necessárias?**

*Nicolas Daunis:* A principal alteração prevista é a revisão da REN ANEEL 482/2012, que prevê a redução do benefício financeiro dos projetos de GD por meio da exclusão de alguns componentes tarifários do sistema de compensação, mais intensamente na geração remota (fazendas solares) do que na geração local (usinas de telhado). Com previsão de publicação no início de 2020 é importante destacar que a revisão normativa ainda está em definição, com consultas e audiências públicas, e que é prevista a conservação dos benefícios do regime atual para os consumidores que conectarem seus sistemas até a publicação da revisão.

**TRUST: De uma forma ampla, como sociedade, quais os benefícios da Geração Distribuída?**

*Nicolas Daunis:* É importante refletir sobre os benefícios da GD de maneira que os não optantes, que é a grande maioria da população, uma vez que os investimentos são relativamente altos, não sejam prejudicados. No entanto, é essencial considerar cada um dos múltiplos benefícios que a GD traz à sociedade como a modernização, sustentabilidade e o desenvolvimento do setor energético brasileiro. ■

[greenyellowbr.com](http://greenyellowbr.com)



## × ENERGIA ×

> À direita, detalhe do supermercado Lopes e, abaixo praça de alimentação do supermercado Extra: redução de despesas com o monitoramento do consumo de energia





# ARTE DIGITAL.

O primeiro centro de digital art em Paris estabelece uma nova maneira de compreender a arte >>>

Fotos: E. Spiller | Cortesia Culturespaces

60  
61

> A pintura 'Almond Blossom' (1890), de Vincent Van Vogh, projetada sobre as paredes e o piso do Culturespaces, em Paris. A Culturespaces é uma operadora privada que faz a gestão de monumentos, museus e centros de arte. Desde 2012, tornou-se pioneira na criação de centros de arte digital e exposições digitais imersivas

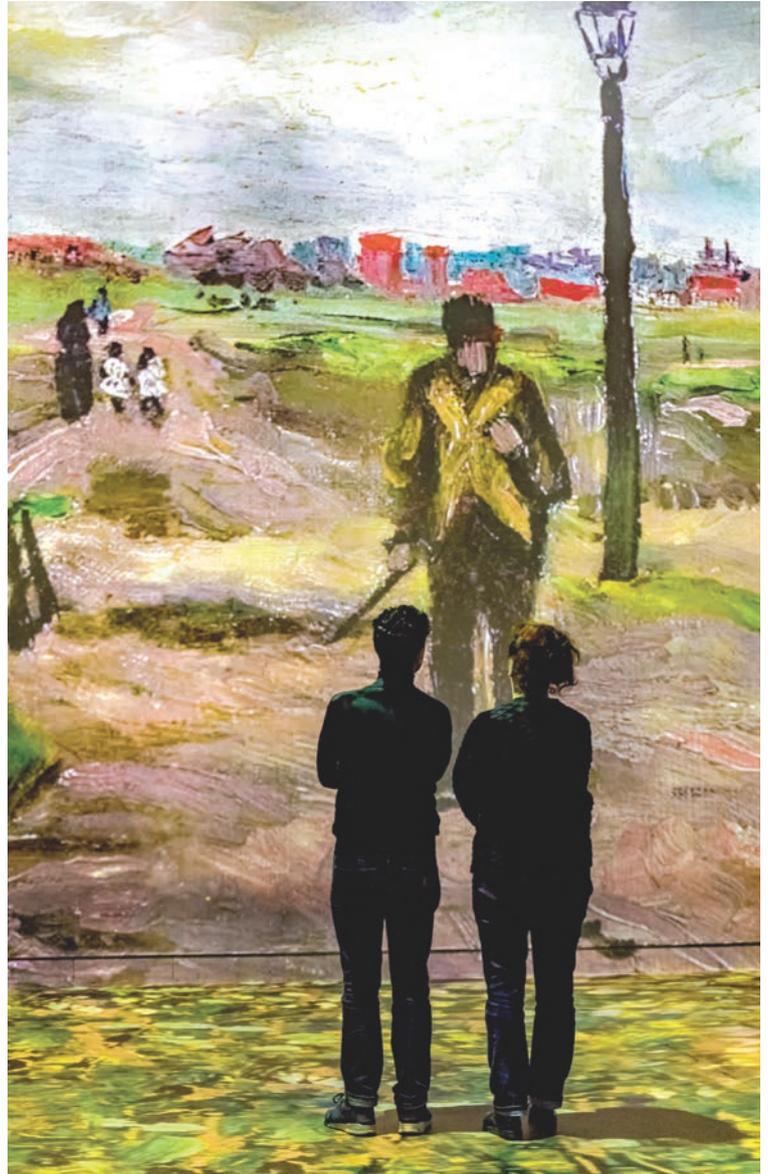
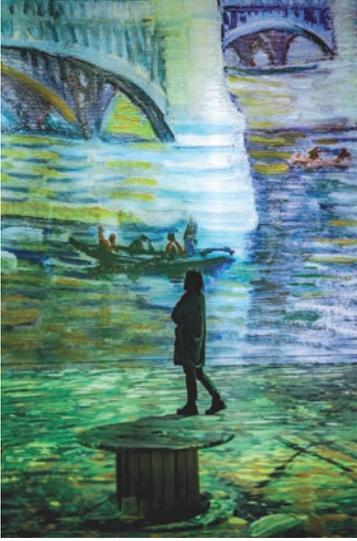
**A** mais nova intervenção de arte digital da Culturespaces, a exposição 'Van Gogh - La Nuit Étoile', em cartaz no Atelier des Lumières, em Paris, reafirma que a aproximação entre arte e tecnologia veio para ficar no século 21. Desde 2012, a Culturespace cria exposições imersivas monumentais que permitem uma nova visão do público sobre a obra de grandes mestres da história da arte. Para isso, a instituição cultural desenvolveu a tecnologia AMIEX (Art & Music Immersive Experience), baseada em instalações de

vídeo e música, impulsionadas pelo mais poderoso software e equipamento técnico. Este processo, combinando arte e tecnologia digital, coordena milhares de imagens de vídeo e música high end em grande escala. A instalação abraça totalmente o espaço e são projetadas imagens em grandes superfícies combinadas com uma trilha sonora. Imerso na imagem e na música, o visitante é convidado a passear e é levado para uma aventura sensorial e artística, proporcionando um deleite de pura emoção estética. >>>

> Na foto maior, projeção dos autorretratos do famoso artista holandês. Em sentido horário, as obras digitalizadas de algumas de suas pinturas mais famosas, como a tela 'Irisés' (1890), e visitantes observando uma das projeções



× **TECNOLOGIA** ×





> A imersão nas projeções em grande escala insere o visitante às pinturas mais icônicas de Van Gogh. A experiência se torna mais intensa com sons e músicas que invadem o espaço

“Estou convencido de que, cada vez mais, nos apropriamos da arte através da experiência de imersão e das emoções que ela proporciona. O casamento entre arte e digital é o futuro da difusão cultural para as futuras gerações”, acredita Bruno Monnier, presidente da Culturespaces. Desde o ano passado, a instituição criou o Atelier des Lumières no 11º Arrondissement na capital francesa, em um espaço que foi sede, no século 19, da antiga fundição Plichon. O centro de arte digital conta com 140 projetores de vídeo e um sistema de som especializado formando um complexo multimídia. As projeções são feitas em uma área 3.300 m<sup>2</sup>, do

piso ao teto, com pé-direito de 10 metros de altura.

A exposição inaugural do Atelier des Lumières foi dedicada a Gustav Klimt e outros artistas austríacos. Neste ano, a vez é do artista holandês Vincent Van Gogh. A mostra tem curadoria de Gianfranco Iannuzzi, Renato Gatto e Massimiliano Siccardi. O trio de curadores criou uma exposição que apresenta 500 obras assinadas por Van Gogh, evocando seu mundo interior, caótico e, ao mesmo tempo, poético. Nela, o visitante viaja para o coração das obras, dos primórdios à maturidade do artista, suas passagens ensolaradas e seus noturnos, retratos e naturezas-mortas.

A tecnologia digital destaca a riqueza cromática, o poder do design e a força do artista. A programação é complementada pelo pequeno programa 'Sonhando com o Japão: Imagens do Mundo Flutuante', uma criação original sobre as obras e decorações imaginárias do Japão que fascinaram o artista holandês, dirigido por Danny Rose; e Verse, de Thomas Venz, com imagens espetaculares do cosmos e das estrelas. "O formato da exposição é adequado para todos os tipos de

visitantes de todas as gerações, especialmente os jovens para quem a tecnologia digital faz parte do cotidiano", afirma Monnier. Para o diretor artístico Gianfranco Iannuzzi, a intenção da mostra é evidenciar impacto das cores na obra de Van Gogh sob uma nova perspectiva. "A ideia da exposição digital é levar o visitante para longe da visualização passiva tradicional, levando-o para o coração das obras em um palco enorme onde ele mesmo se torna parte integrante da obra", diz o curador. ■

La Nuit Étoile, em cartaz até 31/12 | atelier-lumieres.com



# OBJETO DO DESEJO

*Texto:* Claudio Gues | *Fotos:* Potyra Tamoyos

66  
—  
67

> Exibida em um stand da SP ARTE deste ano, a coleção de mobiliário e luminárias desenhada por Osvaldo Tenório para a Etel



**F**oi em 2009 que o arquiteto e designer Osvaldo Tenório ganhou projeção no Brasil e no mundo. Em dezembro daquele ano, com a inauguração do Kenoa Resort, em Barra de São Miguel, no litoral de Alagoas, era revelado um novo talento no segmento de design de interiores e a partir desse trabalho, a mídia especializada e algumas das mais importantes mostras de decoração – a Mostra Black e a Casa Cor São Paulo – lhe abriram as portas para exibir sua criatividade. >>>



Como designer, Tenório tem predileção por materiais naturais. A madeira, os metais nobres e as pedras estão entre os seus favoritos para compor peças de mobiliário e luminárias. Para ele, as principais referências para suas criações não estão em arquitetos ou designers emblemáticos ou em movimentos de estilo do passado ou presente. Tenório afirma que suas inspirações são a “intuição, proporção e equilíbrio”. A maioria das peças de design que levam sua assinatura foram desenvolvidas para a loja Etel, conhecida pela reedição primorosa da produção de design moderno brasileiro e peças contemporâneas desenhadas, sob encomenda, por arquitetos e designers.

> Acima, o arquiteto e designer Osvaldo Tenório com a luminária Linha. À direita: o plafon e arandela Alvorada e a premiada luminária Linha

“Desde o início da minha carreira desenvolvo peças de design. As primeiras foram desenhadas para complementar a necessidade dos meus projetos, pouco a pouco elas passaram a protagonizar os espaços, assumindo uma posição de design até chegarmos às produções em série”, afirma o designer.

No ano passado, Tenório conquistou o Prêmio Casa Vogue Design com a luminária Linha. O primeiro em sua carreira. “O sentimento que tenho com relação a esse prêmio é de gratidão. É um caminho que se abre agora. Apesar de desenvolver peças de design há bastante tempo, só agora tudo começa a acontecer”, pontua o profissional. Com estrutura de latão e detalhes em madeira, a luminária Linha tem linguagem arquitetônica, mais especificamente da arquitetura modernista de Brasília. Com suas formas puras e simples, a luminária permite diversas composições.

Todas as criações de design assinadas por Tenório fazem parte do conceituado acervo de design da Etel. A pequena coleção – de traçado sutil e minimalista – é composta pela mesa Brasília e as luminárias Linha e Alvorada, que fazem uma homenagem à Brasília; e outras inspiradas no reino animal, como a mesa Tatu, o aparador Siriema, a poltrona Cabrita e o espelho Coruja. Uma produção ainda pequena, mas notável pelo estilo simples, detalhista e sofisticado do designer. ■

**Oswaldo Tenório** | Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 492. (11) 97434 1200, São Paulo, SP  
@tenoriostudio

**Etel** | Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 1834.  
(11) 3064 1266, São Paulo, SP, @etelinteriores



Fotos: Fernando Laszlo





# TETEIA

Neste ano, comemoramos os 60 anos do surgimento do Movimento Neoconcreto no Brasil. Entre os artistas que assinaram o seu Manifesto está Lygia Pape (1927-2004) – ao lado de Amílcar de Castro, Ferreira Gullar, Franz Weissmann, Lygia Clark, Reynaldo Jardim e Theon Spanudis. O Neoconcreto, baseado na liberdade de experimentação e o resgate da subjetividade, foi criado por esse grupo de artistas cariocas contra a ortodoxia construtiva e o dogmatismo geométrico de artistas paulistas do Concretismo. A artista fluminense foi uma das principais vozes na arte brasileira da segunda metade do século 20. Para coroar sua carreira, no final da década de 1990, Lygia criou grandes instalações com fios metalizados integrados à arquitetura do espaço, do piso ao teto, que ganham um efeito cenográfico com a iluminação pontual. A série foi chamada de Ttéia 1C e atualmente, uma delas, pode ser vista num pavilhão totalmente dedicado à instalação no Instituto Inhotim, em Brumadinho (MG). Na obra, é possível identificar o desdobramento da linguagem geométrica de seus trabalhos iniciais. O título da obra faz alusão à teia e à expressão teteia, uma pessoa ou coisa muito graciosa.

Foto: Daniella Paoliello | Cortesia: Instituto Inhotim | [inhotim.org](http://inhotim.org)

× DESIGN

PHILIPS

Certalux

LED

Certaflux DL-S



## O melhor custo benefício em módulo de LED downlight

Boa iluminação e uniformidade são essenciais para ambientação comercial, principalmente para lojas.

Complementadas com boa eficiência luminosa e longa vida útil, contribui para redução do consumo de energia e custos de manutenção.

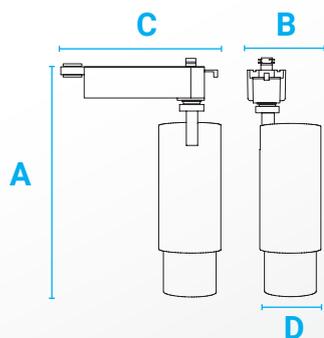


# SPOT ZOOM



4 Opções de  
regulagem  
de ângulos  
de abertura:

10° | 24° | 36° | 45°



Dimensão: **A: 280 mm B: 98 mm**  
**C: 212 mm D: ø80 mm**

Fluxo Luminoso: **1000 lm | 2000 lm**

Ângulo: **10° | 24° | 36° | 45°**

Temp. de Cor: **3000K | 4000K**

IRC: **80**

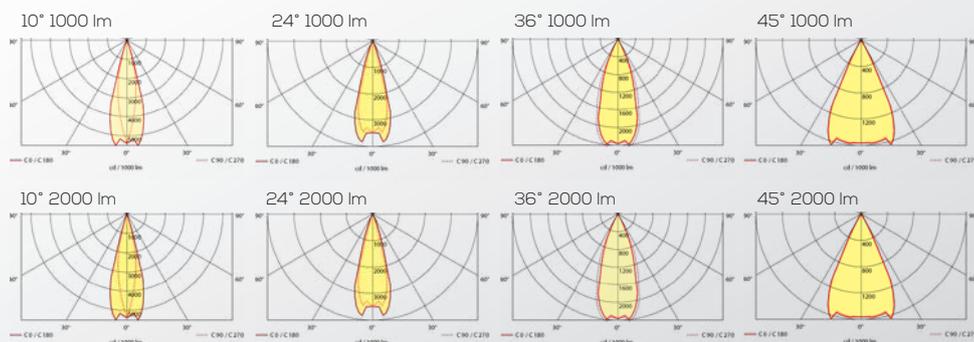
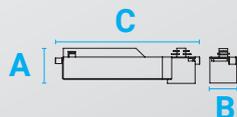
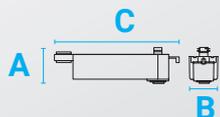
Cor: **Preto**

Box Mini

A: 47 mm x B: 50 mm C: 202 mm

Box Mini II

A: 45 mm B: 34 mm C: 173 mm



Catálogo completo disponível em [trustiluminacao.com.br/downloads](http://trustiluminacao.com.br/downloads)



SOLUÇÕES PERSONALIZADAS DE  
ILUMINAÇÃO PARA O VAREJO

[trustiluminacao.com.br](http://trustiluminacao.com.br)

@trustiluminacao @trust.iluminacao @trustiluminacao

Rua da Consolação, 2180 - São Paulo / SP - Tel: (55 11) 3231-1100