



agencement

Chez **Media 6 Pharmacie**, le Flexi Wall métallique lancé l'an dernier est désormais livré à plat pour permettre aux plaques métalliques d'être entièrement formées au dernier moment, sur place, dans la pharmacie cliente. On y adapte ensuite les caissons de bois et la décoration personnalisée. Avantages : il s'adapte à toutes les topographies et permet de minorer le prix d'environ 30 %. Nouveau aussi, le comptoir libre accès dont la structure galbée per net d'orienter tous les produits exposés vers le client. Ce petit meuble compact préserve le conseil et le contrôle du pharmacien. A noter également le comptoir Icône, qui permet d'implanter un poste de délivrance à proximité des linéaires ou encore le nouveau mobilier modulaire léger et coloré, moitié moins cher que le mobilier classique. Ses fonds, interchangeableables, peuvent être suspendus ou collés. Enfin, Media 6 propose dorénavant son programme de vitrines consacrées à différentes pathologies (Alzheimer, diabète, hypertension...) sur un support métallique à bras latéraux modulables, assorti du prêt d'un écran plat aux clients qui acquièrent les 10 vitrines annuelles.



• **Mobil M** mise toujours sur l'expertise en architecture commerciale, la communication identitaire et la créativité sans tabous, à l'image de son stand décalé en copeaux de bois naturel agglomérés pour évoquer la « pharmacie durable », le montable-démontable éphémère et les tendances bio et nutrition, de plus en plus présentes. Une des dernières créations de Patrice Coupechoux : des « boîtes », sortes de corners tous identiques destinés aux marques - comme dans les grands magasins - au cœur de l'espace de vente.

• Nouveau venu issu de la société **D2C**, **Ma-facade.com** propose un concept complet de développement des façades destiné à encourager l'achat d'impulsion. Les premières pharmacies répondant à ce concept devraient voir le jour d'ici septembre.



• Crise oblige, **Boursin Agencement** propose un mobilier métallique d'une largeur de 90 cm sur 230 cm de hauteur à prix attractif : 460 € le meuble Ligne Essentielle. Un module fabriqué en grande série permettant de répondre aux problèmes financiers du moment ou de reporter sur la décoration et l'éclairage une partie du budget initialement prévu pour le seul mobilier. Boursin a également conçu un mur végétal amovible. Il peut être demandé avec ou sans rayonnages, avec fausses ou vraies plantes. Dans ce dernier cas, le kit de jardinage et les plantes sont livrées avec le meuble.

• Un stand épuré pour signifier une nouvelle vision de la pharmacie chez **Alfonso Maligno** : marketing sensoriel répondant au besoin d'expérience ludique du consommateur, environnement design accueillant en masse des produits à prix attractifs, nouvelles matières, nouvelles sensations (corian cintré très résistant pour les comptoirs). Et des audaces créatives : pont de bois, lames à effets d'optique aux murs, harpe de métal, corner paquebot, scénographies lumineuses.

• La nouveauté chez **Design Santé** (anciennement CQFD) est d'ordre organisationnelle : intégration dans l'agencement des différents métiers paramédicaux dans l'officine (notamment optique et audio), prise en compte des difficultés financières avec une offre low-cost, mise en place d'un pack Pharmavalue associant agencement et financement. Design Santé travaille également sur la demande d'attractivité spécifique de certaines zones et notamment la zone libre-service dans la perspective de développer des corners spécifiques.

• **Apotheka** met en avant sa ligne low-cost **Trebol (40 000 € pour 150 m² de linéaire)** en bois, sans rétro-éclairage et sans visuels, ce qui, selon elle, constitue une économie de 50 % par rapport au mobilier traditionnel. A signaler la ligne **Millenium**, dont les cadres coulissants et colorés permettent de mettre en avant une zone choisie. Coloris vert anis, bleu lagon, rouge franc attirent le regard, de même que le panneau éclairé qui émerge, seul, au-dessus du linéaire et permet une mise en scène thématique.

• Adossée à un organisme financier, **Essor 3** accompagne la montée en puissance de la location financière de mobilier (avec une offre de 400 € par mois sur 5 ans). La société finance également des travaux en leasing, ce qui permet, en cas de transfert d'officine, de transférer aussi les charges. Côté mobilier, Essor 3 lance ses lignes **Tema** et **Lina**. La première étant une ligne d'entrée de gamme rigoureuse et sobre alternant tablettes et meubles avec un bon travail de signalétique. Selon la société, cette ligne permet une économie de 30 % environ et donc un petit investissement. La ligne **Lina** s'adresse davantage à la partie parapharmacie avec de petits caissons de couleur où tout est amovible et renouvelable.

• Plus que des nouveautés produits, **Fahrenberger** se positionne comme le coach global des pharmaciens. Il propose un état des lieux complet de l'officine, une véritable étude de marché, chiffres et zone de chalandise à l'appui, avant même de penser agencement : travail quotidien de l'équipe, ergonomie, étude minutieuse de la circulation, optimisation de chaque rayon, merchandising, marketing, etc. C'est à ces seules conditions, estime-t-on chez Fahrenberger, que l'on peut agencer une officine de façon totalement individualisée et pour la plus grande efficacité économique. Ensuite, avec son cahier de tendances **Atmospharm**, il pourra préconiser différentes atmosphères.



Chez **Botigelli** l'accent est mis cette année sur la culture de l'image. Un nouveau rayonnement lumineux à LED a été conçu pour mettre en avant des promotions.

Enseignes

• **Ideal Pharma** a peaufiné la densité lumineuse de ses croix, leur durée dans le temps et leur fiabilité électronique. Cette dernière était nécessaire pour permettre le développement des textes lumineux, de plus en plus demandés par les pharmaciens.

• Chez **Comptoir pharmaceutique et médical**, pas un millimètre carré de croix sans diode (jusqu'à 6 200 sur certains modèles). Ses croix permettent une triple animation : faire défiler un texte très lisible

à l'intérieur, intégrer un logo, une animation, une image informatisée et animer le pourtour de la croix. Le pharmacien peut lui-même faire varier tous ces éléments à partir de son ordinateur. La programmation des croix se fait par Wi-Fi.

• **Winlight** a présenté son enseigne remplie de diodes de façon à la rendre très lumineuse. Une technique qui accompagne une tendance vers les croix géantes, notamment dans les centres commerciaux (la plus grande mesure 2 mètres).

• La dernière née des croix à diodes chez **Charvet Industries** s'appelle **Profilya**. Profilée, galbée, elle peut être habillée et changée à souhait. Dans son format carré, le pourtour de la croix pourra être, à loisir, habillée de bois, d'éléments naturels, d'images et comporter des textes en 3D (programmables par PC). Ses diodes puissantes lui permettent d'être bien visible en journée. Elle est garantie 8 ans, habillage compris, si un contrat de maintenance est signé à l'achat. Et si vous souhaitez à intervalles réguliers changer d'habillage, libre à vous.

