

# Vitrine d'été: créez l'événement

Les vacances approchent. Il est temps de penser à votre vitrine d'été. Pour être efficace, jouez sur la créativité, l'originalité, l'attractivité, la simplicité et la cohérence. *Nicolas Bohbot*



Vitrine-Conseil MÉDIAPHARM Soleil

Pour 2008, la Vitrine-conseil Médiapharm soleil aborde la préparation, la protection et la prolongation.

Une vitrine d'été est toujours un petit événement dans l'officine. De multiples thèmes sont possibles. À vous de choisir celui qui aura le meilleur impact, en fonction notamment de votre activité, de votre stratégie et de la situation géographique et concurrentielle de votre pharmacie. La trousse de secours, les moustiques, les petites blessures, la peau, la beauté et le solaire restent des sujets porteurs. Mais il est important de ne pas les banaliser et de savoir

## MICHELINE DESPREZ: « VITRINE D'ÉTÉ... LE VISAGE SOURIANT DE LA PHARMACIE »

Micheline Desprez, épouse du titulaire de la pharmacie Forum Santé Desprez, à Brionne (27), s'occupe notamment de la conception des vitrines de l'officine. Elle prend bien soin de celle de l'été. « Il faut faire des choix. J'essaie de rester simple et proche de la nature, s'enthousiasme-t-elle. Il faut que ma vitrine parle. J'ai un message fort, mes couleurs sont vives, et j'essaie de raconter une histoire. Pour moi, la vitrine est le visage souriant de la pharmacie. C'est notre fierté. Les vitrines doivent être personnalisées. Elles sont à nous, elles n'appartiennent pas aux laboratoires. »

jouer la carte de la nouveauté. « Il est toujours possible de faire un traitement innovant. Il y a quelque temps, nous avons abordé, par exemple, le chapitre "méduse" dans une vitrine plutôt consacrée aux moustiques », raconte Armand Lepot, conseiller pharmaceutique de Media 6 Pharmacie. Il ajoute: « Pour 2008, la Vitrine-conseil Médiapharm soleil aborde la préparation, la protection et la prolongation: on y voit un énorme éventail jaune, un palmier et une jeune femme, de dos, regardant la mer. Cette vitrine apporte un message simple et très cohérent. »

## Laisser place à la création

Vous pouvez choisir des thèmes originaux, comme l'aromathérapie. « L'intérêt des huiles essentielles, c'est que vous pouvez en parler en vitrine et en diffuser dans la pharmacie. Il y a convergence entre les sens visuel et olfactif, explique Loïc Bureau, responsable de formation à l'Institut de formation des acteurs de santé (Ifas). Il y a aussi la phytothérapie: il est possible de communiquer sur des plantes à tisane agréables et le plaisir de boire utile. »

Votre vitrine d'été est un excellent moyen de communication, à condition qu'elle ait du caractère. « Il faut la personnaliser, insiste Loïc Bureau. Une vitrine personnalisée permet de se différencier. Il faut laisser la place à la création et ne pas avoir peur de surprendre. »

Seau, pelle, filet à papillons, canne à pêche, poissons en papier mâché, cartes routières... Les accessoires sont les bienvenus dans la vitrine d'été. Mais attention à ne pas en abuser! « Il faut qu'il y ait une cohérence entre le message et les accessoires, explique Loïc Bureau. La beauté de la vitrine ne doit pas primer sur le message. » « Il faut être relativement synthétique, ajoute Armand Lepot. Le fourre-tout est la pire des méthodes dans une vitrine. » Il est important, en effet, de ne pas surcharger son espace. « Il ne faut pas aller au-delà de trois références et de douze produits », poursuit Armand Lepot. Enfin, votre vitrine d'été mérite de valoriser la qualité de votre conseil santé et de votre équipe. Elle doit être aussi dans le bon « timing ». Elle peut commencer à dévoiler ses atours au cours de la deuxième quinzaine de juin et quitter l'affiche, au plus tard, au début du mois de septembre. Et là, il sera temps de penser à la rentrée, mais ceci est une autre histoire... ●