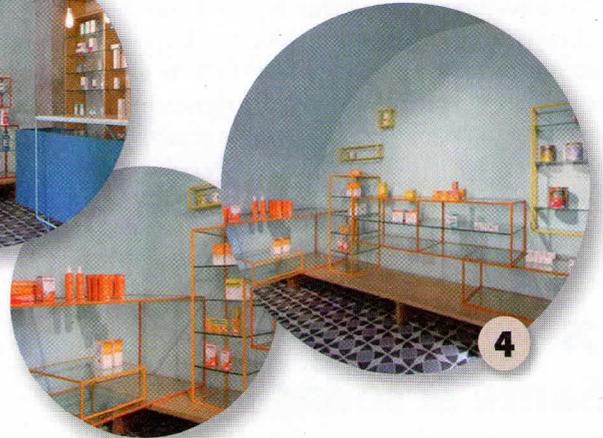


à suivre

La distribution bouge ! Monique Large, consultante en innovation de marques, a fait le tour du monde et repéré les points de vente qui s'adaptent aux nouvelles attitudes de consommation... et qui peuvent inspirer l'officine. Présentation.



l'épure et à la sélection des produits.

Exemple : la farmacia de Los Austrias ④ à Madrid a renoué avec l'ambiance du laboratoire, avec un décor réduit à l'essentiel (des étagères et quelques références exposées). Trop rigoriste ? Reste que le positionnement médical transpire...

« Urban culture »

La valeur ajoutée d'un point de vente se mesure aussi à sa capacité à organiser des événements culturels. À l'image de Louis Vuitton aux États-Unis qui a demandé à l'artiste japonaise Yayoi Kusama de relooker ses flagships. Mais la culture peut aussi se penser d'un point de vue local en proposant des produits fabriqués régionalement.

Exemple : la chaîne de pharmacies hospitalières Vårdapoteket ⑤ en Suède a fait appel à un graphiste pour créer son identité visuelle et retranscrire ainsi son ambi-

tion d'« être une oasis de santé dans toutes les situations liées aux soins ».

« Techno-show »

Bienvenue dans le monde de la réalité augmentée, des écrans géants, des vitrines interactives, des essayages virtuels (comme chez Marks & Spencer qui propose une virtual manucure) ! Également, les robots font leur apparition dans les lieux publics.

Exemple : l'hôtel Yotel ⑥ à New York crée l'attraction en installant un robot dans sa consigne à bagages.

Idée pour la pharma : vous êtes équipé d'un automate ou d'un robot ? Pourquoi ne pas montrer le cheminement des boîtes de médicaments dans les rampes d'accès ? À méditer.

« Be extra-terrestrial »

Tout le monde a besoin de « sortir de l'ordinaire », de rêver... La preuve ? L'espace culturel The Barbican a installé une « salle de pluie » qui est devenue l'attraction la plus populaire à Londres, avec une file d'attente pouvant durer jusqu'à 12 heures !

Exemple : le confiseur Cioccolato Monterrey ⑦ à Mexico crée la surprise avec son rose dégoulinant sur une partie du mobilier blanc immaculé.

Idée pour la pharma : un plafond étoilé dans la salle de confidentialité, un puits de lumière au centre de l'officine... Un peu de ciel bleu ensoleille le quotidien de vos patients !

Myriam Loriol