

Les vitrines

Les vitrines sont l'espace de communication le plus immédiat du point de vente. Elles doivent être esthétiques, créatives et accrocheuses, tout en restant conformes avec la législation pharmaceutique.

La vitrine révèle l'identité du point de vente et ses choix stratégiques. C'est un espace de communication qui « travaille » 24 heures/24, même quand la pharmacie est fermée.

Les règles de l'art

- 1 Le message véhiculé à l'extérieur doit être relayé à l'intérieur
- 2 Pour une bonne visibilité, les produits doivent être exposés entre la ligne d'efficacité (à 70 cm du sol) et la ligne d'horizon (1,50 m à 1,60 m du sol)
- 3 Une pyramide de produits est synonyme d'abondance et de prix attractifs. Cet effet de masse est à éviter pour les produits haut de gamme
- 4 Les couleurs donnent le ton en fonction des thématiques et du sujet abordé. Pour une palette réussie, deux couleurs suffisent dont une dominante
- 5 Au-delà de 3 à 6 semaines, le taux d'usure est atteint et il est temps de renouveler la vitrine



6 secondes

C'est le temps moyen de passage devant une vitrine. Le message véhiculé doit donc être clair pour être vite compris.

L'affichage des prix

C'est une obligation et aussi un plus pour vendre, quel que soit le niveau de prix.

Pas d'écarts avec la déontologie

(article R. 4235-59)

- « Les vitrines des officines et les emplacements aménagés pour être visibles de l'extérieur ne peuvent servir à présenter que les activités dont l'exercice en pharmacie est licite »
- « Les vitrines ne sauraient être utilisées aux fins de solliciter la clientèle par des procédés et moyens contraires à la dignité de la profession »

Le pharmacien doit communiquer avec « tact et mesure ».

Sont interdits :

- Les messages publicitaires agressifs
- Les lettres gigantesques, les panneaux lumineux ou tout autre moyen insistant sur des prix, des promotions ou des rabais

Les sanctions :

En cas d'infraction aux règles déontologiques, le pharmacien s'expose à une sanction disciplinaire de l'ordre de l'avertissement ou du blâme.

REPERE

- Les médicaments conseil peuvent être exposés en vitrine à condition d'être munis d'un visa grand public demandé par le laboratoire responsable de leur mise sur le marché.
- Les médicaments vignetés ne peuvent pas être présentés en vitrine.*
- Les produits inscrits à la LPPR peuvent être utilisés pour composer le décor d'une vitrine thématique.**

* Les vaccins font exception à cette règle.

** Toute allusion à leur remboursement ou à leur prise en charge par l'assurance maladie est interdite.

Conception : Fabienne Rizos-Vignal, réalisation : Franck L'Hermitte



L'équipe de Moniteur Expert s'appuie sur un groupe d'experts reconnus.
Pour contacter le service réservé aux abonnés du Moniteur Expert : N° Audiotel 0 892 700 392*
Pour vous abonner : N° Vert 0 800 94 98 96

* 0,34 € la minute

Découvrez les services
du Moniteur Expert