

Naturalité : 5 idées de vitrine naturelle pour vous démarquer durablement

Cap sur la naturalité en officine ! Aujourd'hui plus que jamais, la tendance est au design épuré et au retour à la pharmacie naturelle à l'intérieur et à l'extérieur. Que diriez-vous de jolies vitrophanies tendances pour habiller les vitrines de votre pharmacie ? On vous dévoile ici nos 5 coups de cœur du moment. L'objectif est double : moderniser votre image avant l'été et pousser vos atouts (proximité, conseil, connaissance). Voyons ensemble comment dynamiser votre activité grâce à une communication extérieure impactante.

En bord de mer, une vitrine naturelle conçue comme une véritable plongée dans l'océan



Pharmacie Petton – Pouldreuzic (29) – adhésif microperforé

Se fondre dans son environnement est un excellent moyen de renforcer la proximité avec sa clientèle attachée à son quartier, son lieu de vie. Il permet de **valoriser votre officine** et de **donner envie de rentrer** notamment pour une clientèle de passage. Avec une communication orientée vers l'extérieur, vous multipliez vos chances de **capter l'attention des passants**, à condition de faire le choix de la créativité en matière de conception graphique.

En l'occurrence, la pharmacie du Pouldreuzic donne le ton avec **une ambiance 100% marine**. Elle a opté pour une vitrophanie personnalisée qui indique sa proximité immédiate avec la mer. Pour illustrer cette thématique, le décor, ponctué de bleu et de gris, privilégie les éléments visuels et les matières naturelles que lui inspirent l'océan (esprit cabane, bois et sable, plage océanique, planches de surfs...).

Découvrez les différentes solutions d'habillage vitrine.

[PAR ICI NOS VITROPHANIES >](#)

Demande sans engagement !

En ville, valorisez la santé au naturel et l'espace bébé grâce à votre vitrine pharmacie



ESPACE BÉBÉ |



BIEN-ÊTRE

SANTÉ
SOIN





Précédent

Suivant

Pharmacie des plantes – Paris 14 – adhésif opaque

Créer une [identité visuelle unique pour votre pharmacie](#), valoriser votre expertise en matière de naturalité, vous démarque de vos concurrents. Elle se définit au travers de **votre charte graphique** (choix du logo, de la typo, des couleurs, de la composition) qui doit être en phase avec les valeurs incarnées. Par exemple, naturalité en officine rime avec santé en sécurité et respect de l'environnement. C'est d'autant plus essentiel à l'heure où [le bio se renforce en pharmacie](#) (notamment au rayon bébé).

En l'occurrence, la pharmacie de la rue des Plantes à Paris a opté pour la sobriété avec une création entre élégance et modernité. En outre, on apprécie le choix du vert sur fond noir, en cohérence avec le caducée et la croix. La devanture

reflète l'aspiration à la naturalité et au bien-être de la patientèle. Elle valorise en particulier « la santé au naturel » avec la présence du bonsaï et des pictogrammes de spécialités. De même, « l'espace bébé » incite à découvrir un rayon puériculture où règne le naturel.

À la campagne, invitez votre patientèle à s'émerveiller devant le spectacle de votre vitrine naturelle...



Pharmacie Sterling à Soustons (40) – Adhésif microperforé



Un logo nature qui traduit l'ancrage territorial de la pharmacie

Les bienfaits avérés de la forêt sont relayés dans la vitrine naturelle de la pharmacie Sterling. Cette vitrophanie couvrante en **adhésif microperforé** offre le double avantage de capter toute la lumière à l'intérieur et de masquer des meubles trop apparents. Elle offre une vision oxygénante de l'environnement, reflet de [l'envie de naturalité des patient](#). Le choix du logo, charmant petit écureuil des bois, est également cohérent avec cette connexion à la nature, au territoire. Les pictogrammes rythment la composition, pour rappeler le rôle de conseil et de proximité du pharmacien.

Pour aller plus loin, la nature s'invite à l'intérieur de l'officine grâce aux cadres végétaux stabilisés : inspirez-vous ici pour [créer une décoration végétale dans votre pharmacie](#).

En centre commercial, faites savoir naturellement ce que vous faites. Faites entrer la nature...



Pharmacie La Maison Blanche – St Sylvain d'Anjou (49)

Dans un centre commercial, le but est de faire savoir ce que vous faites : les passants doivent **identifier en un clin d'œil vos services**, vos spécialités, vos points forts. Pour **réaliser une vitrine pharmacie naturelle attractive**, vous sélectionnez soigneusement vos thématiques prioritaires, tout en évitant de surcharger la vitrine. C'est un choix à faire en accord avec vos axes stratégiques et les attentes de vos clients.

De même, pensez à relooker votre vitrine de pharmacie **en cohérence avec vos outils de communication**. L'**habillage vitrine** de la pharmacie Maison Blanche est en phase, dans le fond et la forme, avec ses différents outils de communication. Elle cultive la santé au naturel : pour cela elle a choisi un adhésif opaque, donnant la priorité aux pictogrammes repris sur ses gardes ordonnances et étuis porte carte vitale.

Le saviez-vous ?

Le [sac de jute en pharmacie](#) peut devenir un atout supplémentaire pour répondre au besoin de naturalité en officine des patients.

Téléconsultation en pharmacie : communiquez sur vos services de proximité !



Pharmacie Wilson – Denain (59)

La pharmacie naturelle, c'est **un positionnement qui fait sens aujourd'hui**. Affichez ce choix et les compétences associées ! Mais pour une démarche encore plus globale, nous vous conseillons d'associer **le développement durable à la notion de proximité et de service**. Aussi, pensez à optimiser l'utilisation de votre vitrine de pharmacie pour promouvoir votre démarche de conseil en matière de **prévention et d'accompagnement des patients**. Par exemple, la vente de

matériel médical, la contention, l'orthopédie, la livraison à domicile, les vaccinations et les tests, et les entretiens pharmaceutiques.

À titre d'exemple, la pharmacie Wilson a choisi de **promouvoir le développement de la téléconsultation** en pharmacie. 2500 structures, dont de nombreuses pharmacies, sont aujourd'hui équipées d'un [dispositif de consultation médicale](#). Une vitrophanie bien renseignée permet de rendre visible cette activité très recherchée (74 % des Français la plébiscite), en particulier dans les zones de désertification médicale où l'on cherche à éviter l'équation pas de médecin = pas de pharmacien.

Comment décorer et animer votre espace vitrine et à quel prix ?

[CONTACTER NOS EXPERTS](#)

Demande sans engagement !

Lire aussi :

- [Mieux communiquer en pharmacie : osez la singularité pour vous démarquer !](#)
- [Nos 6 conseils pour faire connaître votre nouvelle pharmacie](#)
- [5 pièges à éviter pour réaliser une vitrine de pharmacie attractive](#)