



## L'équipe

De gauche à droite :  
Alain Hababou,  
Sandrine Courtier,  
Djamila Merzouki,  
Morgane Belfort,  
Carole Lacourarie,  
Mariam Konate.



dieuse. Ces « écrans » lumineux abritent des produits diététiques faisant écho à un référencement important dans l'officine. A l'intérieur, la surface de vente a été augmentée de 40 m<sup>2</sup> et les linéaires ont doublé. Atypique et peut-être unique en France, cette officine n'a plus désormais aucun back-office derrière les comptoirs grâce à la robotisation en sous sol (voir encadré) et un stock extérieur de 100 m<sup>2</sup> situé dans la rue adjacente et qui sert à entreposer la parapharmacie.

## booster à la croissance. »

### Une synergie de quartier

Largelement ouverte sur la rue piétonne, l'officine attire par une douce luminosité diffusée par des appliques au plafond. Si elle s'inscrit particulièrement bien dans l'environnement, le titulaire joue pleine-

ment la carte de la synergie avec les autres commerçants. Dès l'entrée à gauche, une borne interactive donne des renseignements sur le quartier en matière de santé mais aussi sur les commerçants alentours. Le journal du quartier « Clin d'Orgueil » est à disposition à côté des paniers de self-service. Côté linéaires, un système de rétro-éclairage permet de mettre en avant les produits sans agresser l'œil. Au fond à droite, un porche blanc accentue la sensation de profondeur de l'espace et délimite différents univers. Le mobilier a été conçu par Boursin Pavitub.

### Miser sur la stratégie de référencement

Face aux spécificités de sa zone de chalandise, le titulaire privilégie la variété du référencement. L'offre diététique et les compléments alimentaires couvrent une vaste zone linéaire sur une bonne partie de la vitrine opaque. « *La diététique explose de façon phénoménale, nous sommes largement au-dessus de la croissance du marché* », confirme le titulaire. Côté dermocosmétique, il cherche des niches originales. « *Nous allons référencer la marque Taaj, un concept de cosmétique ayurvédique dont les actifs viennent tout droit des massifs himalayens ainsi que L'Occitane, dont le concept colle bien au quartier* ». Taaj, référencée pour le moment dans quelques ●●●

## [ CHIFFRES CLÉS ]

- > CA actuel : entre 3 et 4 M€
- > Répartition :
  - Médicament : 50 %
  - OTC : 20 %
  - Parapharmacie : 30 %
- > Equipe de 12 personnes :
  - 1 titulaire
  - 3 pharmaciens assistants
  - 5 préparateurs
  - 2 stockistes
  - 1 rayonniste et ménage
- > Surface totale : 210 m<sup>2</sup>
- > Surface de vente : 120 m<sup>2</sup>
- > Stock externe : 100 m<sup>2</sup>
- > Fréquentation : 450 à 500 clients/jour
- > Panier moyen : 25 €
- > Coût du réaménagement : 500 000 €
- > Groupement : UPIE