



FORME & SANTÉ



ETC Agencement

Pharmacie de la République, Bar-sur-Seine (10), agencée par ETC Agencement

Au cœur de la Champagne, c'est un véritable « espace santé et bien-être » qui est proposé aux consommateurs. L'eau d'une fontaine, œuvre originale d'une artiste, amène dès l'entrée une quiétude ressentie dans toutes les zones de l'officine. Une immense photo du village ancien et de ses habitants agrémentent cette pharmacie en chêne et peinture cirée. Les plafonds en floqué aspect daim sont scandés par des poutres anciennes qui accroissent la sensation de bien-être et créent un lien entre les différentes parties de l'officine. Au sol, un « balisage » réalisé grâce à des leds (*luminescent electro diod*) incorporés dans la matière chaude du bois permet d'augmenter l'ambiance chaleureuse, sereine et intime de cette officine.

Pharmacie Fitoussi Nahon, Paris 13^e, agencée par ETC Agencement

Dans cette grosse officine du quartier des artistes, à Paris, des sculptures colorées permettent aux clients de patienter en toute quiétude, sans craindre de « perdre leur place » et dans la même ambiance que celle d'un musée. Le blanc permet de faire ressortir les couleurs vives des œuvres exposées. Une animation de vitrine signale dès l'extérieur la « différence » de cette officine et son intégration dans un quartier prisé des Parisiens. Loin de l'agressivité, tout est fait chez Mmes Fitoussi et Nahon pour un accueil dans la détente et la culture.

Les marques se mettent au bien-être

Darphin, spécialiste de l'aromathérapie de haut de gamme, développe des corners bien-être en officine. La polysensorialité se passe au niveau du toucher et des odeurs via des testeurs d'aromathérapie. Les clientes peuvent se servir seules ou aidées d'une conseillère. Autre dimension plaisir, les cabines dédiées aux mini-soins (gratuits). « Nous avons 5 CD de musiques correspondant à nos 5 huiles essentielles, 5 soins, 5 couleurs, 5 odeurs, et que nous utilisons pour relaxer les clientes. Les titulaires qui choisissent notre marque veulent développer un pôle bien-être et prestige dans leur officine. La plupart des marques sont orientées cliniques, scientifiques, résultats, molécules... Des produits avec des couleurs, des odeurs, des textures travaillées, c'est assez nouveau pour les pharmaciens. Nos produits sont fondés sur le parfait équilibre entre résultats et bien-être », relève Anne Supplisson, directrice marketing des laboratoires Darphin, qui ajoute : « Souvent, on part de l'ordonnance pour aller vers un soin visage. Selon la problématique au niveau du corps, il y a obligatoirement une incidence au niveau de la peau, qui est le miroir de ce qui se passe à l'intérieur du corps. »



Cabinet d'architecture Alfonso Maligno



ETC Agencement

POUR EN SAVOIR PLUS:

→ Architectes: dpeyronnet@nordnet.fr → Boursin Agencement: thierry.trasbot@boursin-pavipub.com → Cabinet d'architecture Alfonso Maligno: www.alfonsomaligno.com → Daniel Boisson Partners: boisson.partners@wanadoo.fr → Darphin: www.darphin.fr → Essor3: www.essor3.com → ETC Agencement: www.etc-agencement.com → Formaplust: hermouetformaplust@wanadoo.fr → Giropharm: svallon@giropharm.fr → Hélène Werber: www.fenghui-village.com → Ifmo: prim@ifmo.fr → Philippe Jéron: philippe.jeron@wanadoo.fr → Média6 Actis: www.actis-agencement.com → Mobil M: www.mobil-m.com → NeoPharma: levy@neopharma.fr → OCP: www.ocp.fr → Pharmactiv: www.pharmactiv.com → Plus Pharmacie: www.pluspharmacie.com → Viadys: www.pharmareference.fr