

# PHARMACIE DU MUSÉE

## UN ÉCRIN 100% NATUREL

La Pharmacie du Musée de Saint-Omer affiche ses convictions en faveur des soins naturels et bio en complément de l'allopathie. Cette année, elle va plus loin, en étant la première à adopter le concept éco-responsable de son groupement, Pharm O'naturel.

Rédaction et coordination : Fabienne Colin  
Photographie : Zabou Carrière



**Mobilier en bois.** La titulaire, Isabelle Vanhaecke, a opté pour le nouveau concept de Pharm O' naturel, tout en bois de France. Depuis, le point de vente comprend notamment un bar à tisane.

**C**e n'est qu'un début ! », avertit Isabelle Vanhaecke, à propos des travaux qui viennent tout juste de s'achever dans son officine, à Saint-Omer, au cœur du Pas-de-Calais. Installée là depuis 2005, la titulaire de la Pharmacie du Musée vient d'adopter le nouveau concept de Pharm O'naturel et voit dans ces atours, conçus par l'agence Mobil Wood, l'illustration de ses valeurs, un moyen de mieux conseiller les médecines douces et de développer son offre spécifique et ses services. « J'apprécie le conseil plutôt orienté naturel, c'est ce qui m'attire », explique Marina, une jeune maman, venue là le jour de notre reportage fin août. « Et depuis le nouvel aménagement, c'est plus aéré, tout est plus visible. Avant on ne pouvait pas approcher les produits installés derrière les comptoirs, désormais tout est là. On peut tout voir, même ce qui est placé au ras du sol », détaille la cliente.

**DES ATOURS MODERNES.** Il faut dire que l'officine, située au rez-de-chaussée d'un immeuble à la façade défraîchie et pourvue d'une vitrine envahie d'affiches publicitaires, avait besoin d'un vent de modernité. « Il fallait me démarquer, car aujourd'hui tout le monde fait au moins un rayon naturel et je voulais un contenant et un contenu en adéquation », précise-t-elle en faisant référence aux six autres officines du bourg, dont certaines déjà sous enseigne (Well&Well, Totum...) et d'autres aux partis pris plus ou moins affirmés... La plus proche, la Pharmacie de la Poste, a toujours une vitrine dans son jus, décorée de quelques pots d'apothicaires. Une autre plus loin, baptisée "Pharmacien", affiche pêle-mêle des œuvres d'art, des posters sur des produits Pharma Phyt, des informations sur

**ÉQUIPE**  
■ titulaire  
■ adjointe,  
■ préparatrice et  
■ naturopathe (en intervenant extérieur)

**DATE DES TRAVAUX**  
Mai 2021

**INVESTISSEMENTS POUR LES TRAVAUX**  
**10 000€**  
(façade)  
**67 000€**  
(l'intérieur)

**SURFACE TOTALE**  
**116 m<sup>2</sup>**

**SURFACE DE VENTE (AVANT/ APRÈS TRAVAUX)**  
**55 m<sup>2</sup> / 61 m<sup>2</sup>**

**C.A 2020 HT**  
**545 000€**  
au 30 juin 2021

**RÉPARTITION DU C.A. PAR TAUX DE TVA**  
**69%**  
de TVA à 2,  
**18%**  
de TVA à 5,5,  
**9%**  
de TVA à 20%  
**4%**  
de TVA à 10%

**TAUX DE MARGE COMMERCIALE 2020**  
**31%**

**PANIER MOYEN**  
**38€**

**FRÉQUENTATION**  
**50** clients/jour

**GROUPEMENT**  
Pharm O'naturel

**ENSEIGNE**  
Pharm O'naturel

**PRÉSENCE SUR INTERNET**  
Instagram



L'algue brune Padina Pavonica, sur l'aloë vera, etc tandis qu'une boutique baptisée "Les secrets de la nature" by Juliet, active sur Facebook, propose des compléments alimentaires, des huiles essentielles, etc.

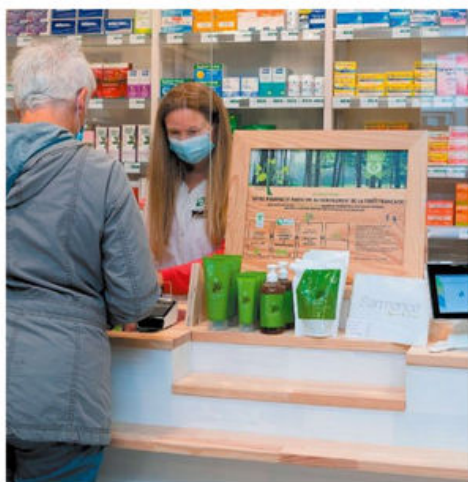
**UNE TRANSPARENCE AFFIRMÉE.** Aujourd'hui, la façade noire et blanche de la Pharmacie du Musée tranche avec les commerces au marketing plus hasardeux. De la rue, on distingue les meubles en bois clair qui habillent l'intérieur. En entrant, une impression de transparence et de naturalité domine. Dès la porte, on aperçoit le bureau de la titulaire - un meuble en bois massif hérité de sa grand-mère - installé au fond de ce local en profondeur. Les linéaires, derrière les comptoirs, laissent entrevoir cette pièce administrative et même l'hortensia placé derrière la baie vitrée.

**EN BOIS "MASSIF" !** Ici, tous les muraux sont en bois de couleur naturelle ou blancs. Et les produits sont, le plus souvent, installés sur des tablettes en verre. Sur l'un des linéaires, trois tiroirs rompent la monotonie des étagères. Dotés d'un contenant en inox fermé d'un couvercle, ils sont destinés au stock de plantes en vrac. « Ils sont dans le concept, mais je ne m'en sers pas pour l'instant. Gérer du vrac est sans doute plus compliqué que de vendre des plantes en paquet déjà faits. Pour le moment, les tiroirs sont là pour la déco », précise la titulaire qui n'a pas (encore ?) osé franchir le pas de vendre au poids.

**UN GAIN DE VISIBILITÉ.** L'ambiance générale rappelle celle des intérieurs scandinaves, ponctués de luminaires et d'une chaise en bois. Résultat, l'endroit est très lumineux. « Nous avons gagné en visibilité et on peut notamment exposer toutes les plantes en sachet », résume la titulaire, qui porte une montre en bois à



**Naturellement moderne.** Grâce à un investissement de plus de 10% de C.A., cette pharmacie d'un peu plus de 540 000€ a intégré un mur végétal pour valoriser ses produits naturels et s'est équipée d'une salle de confidentialité.



**Eco-responsabilité.** Par le biais de Mobil Wood, l'officine a fait planter autant d'arbres que ceux coupés pour les travaux. Elle explique sa démarche sur un panneau au comptoir. De quoi engager la conversation sur les valeurs de l'officine.



**Assortiment sélectif.** La titulaire sélectionne principalement des produits naturels, issus essentiellement du catalogue de référencement de son groupement Pharm O'naturel.



**Plus de services.** Ici, on livre une maison de retraite et quelques patients, on propose une appli de scan & collect, on vaccine etc...

son poignet, dispose depuis longtemps d'un compost à son domicile, mange uniquement du fait-maison... Plus original, la surface de vente, de seulement 55 m<sup>2</sup>, accorde un coin entier à un bar à tisane. En fait, deux tabourets hauts entourent une table où trône chaque jour une tisanière électrique où les infusions restent chaudes toute la journée. Et parfois ici, on bouscule tout pour la tenue d'ateliers. On pousse alors deux petites gondoles centrales pour, d'un côté, canaliser le flux de patients de la porte au comptoir, et, de l'autre, rassembler les participants aux conférences. Dans ce nouveau décor, la titulaire espère multiplier les rendez-vous en groupe, notamment avec une naturopathe. Certaines thématiques ont déjà été abordées comme la digestion, la circulation, le stress... « Un atelier "Do it yourself" est également en projet », confie la pharmacienne qui mitonne notamment ses propres produits de lessive.

**UNE COMMUNICATION SOBRE.** Pour l'heure, la communication est modeste, à l'image de la titulaire. Tout est bien lisible, avec une signalétique en bois peinte en blanc et des mots simples tels que "herboristerie", "ordonnance", "dermatologie", "conseil"... Sur le comptoir, un tableau en bois explique que « la pharmacie participe au reboisement de la forêt française ! ». Il détaille combien d'arbres ont été replantés en compensation de ses travaux (216 !). De fait, Mobil Wood (lire interview ci-contre), l'officine et son groupement contribuent à la reforestation. Et pour valoriser son offre quasiment 100% naturelle, la pharmacienne a voulu un mural d'exposition tapissé de mousse stabilisée. Depuis, cet élément de décor équipé de tablettes de verre, figure dans le cahier du concept. Il répond en écho au logo du groupement, également composé de végétaux et accroché sur le mur d'en face. De même, pragmatique, la titulaire a demandé à équiper les vitrines de roulettes. Conçues avec des lattes doublées, elles permettent d'y accrocher, côté rue comme côté magasin, des présentoirs sous forme de niche et des posters, désormais institutionnels. « Ce nouvel aménagement m'a donné un nouvel élan », conclut la titulaire. Et déjà, elle s'appête à intégrer d'autres services, comme une carte de fidélité, un système de click & collect, voire une borne de téléconsultation. ●



**JOEL DIDIERLAURENT**  
CHARGÉ D'AFFAIRES CHEZ  
MOBIL WOOD

**Spécialiste de l'aménagement des points de vente en bois, comment Mobil Wood travaille-t-il ?**

Nous sommes spécialisés dans la réalisation de mobilier éco-conçu, sur-mesure, et dans l'aménagement de points de vente (Ndlr, comme pour les enseignes Les Comptoirs de la bio, Biocoop, mais aussi pour des meubles de vrac). Notre process de fabrication est écologique sans rejet de solvant. Dans cette logique, nous utilisons des matières recyclables et du bois local, et aucun dérivé du bois comme le mélaminé ou le stratifié.

**Que comprend l'offre que vous avez conçue pour le groupement de pharmacies Pharm O'naturel ?**

Suite à la décision du groupement de pharmacies Pharm O'naturel - entreprise aux valeurs proches des nôtres -, nous avons mis en place un "cahier du concept" pour définir le nouveau point de vente, très orienté sur le naturel et l'éco-responsabilité. Ce dernier se compose uniquement de bois massif, principalement du pin des Landes, couvert d'un vernis naturel à l'eau. Les meubles comprennent de nombreuses tablettes en verre ou en bois. Seule entorse à nos valeurs écologiques, nous avons équipé les trois comptoirs de protections en plexiglass. "Le cahier du concept" a été conçu par l'architecte designer du groupe Ulteria, auquel nous appartenons (dont la raison d'être est : "Ecosystème créateur de valeurs pour l'Homme et le vivant"). Quant au plan de la pharmacie, il a été réalisé par notre bureau d'études.



# TENDRE VERS PLUS DE COHÉRENCE

**La Pharmacie du Musée s'appuie essentiellement sur son groupement Pharm O'naturel pour étoffer son offre. C'est autant de temps gagné pour développer les services.**

Par Fabienne Colin

La titulaire de la Pharmacie du Musée à Saint-Omer privilégie depuis longtemps les produits naturels, bio et fabriqués en France. Malgré sa détermination, Isabelle Vanhaecke a fini par trouver la recherche de nouvelles références trop chronophage. D'autant qu'au fil du temps sa réputation s'est faite. « Je sais qu'ici il n'y a pas de grandes marques (NdlR on trouve quand même du Avène, Saforelle, etc), mais cela ne me gêne pas », explique une fonctionnaire venue avec une ordonnance le jour de notre reportage fin août.

**ETOFFER AU NATUREL.** Depuis qu'Isabelle Vanhaecke (ex-Alphéga) a rejoint Pharm O'naturel, elle s'appuie surtout sur son groupement pour rentrer de nouveaux produits. « Je sais qu'ils ont leurs propres critères concernant les compositions, l'éthique des laboratoires, les emballages etc. Je suis tranquille concernant la qualité », dit celle qui, pour éviter le sur-stock, passe aussi par Le Comptoir des Pharmacies pour acheter à l'unité et revendre des produits bientôt périmés. Son passage au concept Pharm O'naturel, en mai dernier, a permis de mettre en scène un rayon "herboristerie" où sont proposées les plantes en sachets. Là, les produits à la marque du groupement figurent à hauteur des yeux. Au menu : des gélules monoplatées réalisées avec Activa et des tisanes, développées avec la société auvergnate Happy Plantes. Ce jour-là, les clients peuvent déguster l'infusion "détox". « Beaucoup de ceux qui ont goûté nos tisanes ne savaient pas que nous en vendions et allaient les acheter ailleurs... », relate la titulaire. Depuis les travaux, l'offre en beauté et dermocosmétique a été également étoffée. Elle intègre notamment les soins Epicosm (aux huiles végétales), Sarmance (à base d'extrait de vigne), ou encore, les parfums Eau de Mars. Résultat, le positionnement est déjà largement compris par la patientèle, avant même le passage à l'enseigne Pharm O'naturel, un changement pas toujours repéré. « Je suis infirmière et je sais qu'ici j'aurai de bons conseils concernant les produits à base d'huiles essentielles. Je viens-là pour parler entre professionnels de santé », affirme cette autre blouse blanche.



**Un conseil naturel.** Ici, les patients n'ont pas forcément repéré le nom de la nouvelle enseigne, Pharm O'naturel, mais ils savent que l'équipe, formée en aromathérapie avec le Dr Goeb, sur les huiles essentielles chez OT Formations..., privilégie les produits naturels.

**DE NOUVEAUX SERVICES.** Le nouvel aménagement va aussi permettre de développer de nouveaux services. Depuis les travaux du printemps (15 jours de fermeture), l'officine s'est équipée d'une salle de confidentialité, une pièce sans fenêtre grignotée sur le back-office. « Je suis venue me faire vacciner là. C'est peut-être une question de confiance », explique, le temps de son quart d'heure d'attente après sa deuxième injection Pfizer, Marina, qui vient souvent ici pour chercher des conseils et des produits naturels pour ses enfants. La fidélité se construit. D'autres découvrent seulement cette officine située entre l'hyper centre et la gare. « Je remarque que le vaccin fait rentrer de nouvelles personnes et que ces gens reviennent pour des produits naturels », indique la titulaire. De fait, depuis les travaux, les ventes de compléments alimentaires augmentent de 20% et celles des tisanes et des cosmétiques naturels affichent même + 50% ! ●