

## Comment communiquer dans et hors de l'officine, sans polluer ☐ ?

Car s'il est facile de se prétendre écologique, aller au-delà du slogan et du *greenwashing* n'est pas forcément une mince affaire. Pourtant, le jeu en vaut la chandelle. L'écologie, la durabilité, le développement durable ne sont pas de vains mots aux oreilles des Français, en particulier les jeunes, qui s'orientent de préférence vers des commerces et entreprises plus vertes.

### Les premiers pas

Au-delà de la question de l'image, pour l'entreprise elle-même, adopter une démarche écologique permet également de faire des économies, notamment en réduisant sa facture énergétique. Mais par où commencer? Pour trouver une solution à un problème, la première étape est d'identifier ce dernier. Le recours à un audit énergétique et/ou à un bilan carbone (que ce soit auprès d'un électricien, d'une société spécialisée, d'un logiciel dédié ou d'une chambre de commerce et d'industrie) est une bonne opportunité pour identifier les actions possibles visant à obtenir une consommation énergétique plus modeste. Même si chaque officine est unique, les postes les plus énergivores sont généralement, en plus du chauffage, l'éclairage (parfois jusqu'à 60 % de la consommation énergétique), la signalétique et l'enseigne.

### L'éclairage, premier axe d'amélioration

La majorité des produits d'animation de l'officine (écrans d'affichage dynamique en vitrine, enseigne, croix de la pharmacie) consomment de l'énergie, et polluent en conséquence. C'est particulièrement le cas pour certaines vieilles pharmacies, dont les croix utilisent encore un éclairage néon, particulièrement énergivore et toxique. Changer ses ampoules et autres systèmes d'éclairage pour des lampes basse consommation ou LED est une initiative « simple », concrète, à la portée de toute pharmacie, et très significative de la démarche visée : *« Aujourd'hui, nous sommes plus que jamais dans une période où il faut affirmer ses choix et être cohérent avec ces derniers. Une pharmacie qui vend des produits écoresponsables mais utilise un éclairage polluant et énergivore manque de cohérence »*, pointe Denis Fragne, directeur général délégué en charge du développement réseau de Pharm O'naturel .

En plus de l'aspect écologique, un tel changement permet à un commerçant, selon l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) de réaliser 30 à 70 % d'économies d'énergie. Si les deux options peuvent représenter un investissement conséquent (parfois jusqu'à plusieurs centaines voir milliers d'euros), les coûts d'amortissement et les économies d'énergie sont indéniables. À noter qu'il est possible, en fonction du projet, de bénéficier d'aides, directement de l'ADEME ou *via* [le dispositif des certificats d'économies d'énergie \(CEE\)](#) .

### Fournisseurs et groupements, partenaires de la démarche écoresponsable

Mais les actions ne s'arrêtent pas là. Pour Jean-Filbert Roussel, président de Proébo [Promoplast](#). *« Il faut déjà réfléchir avec ses fournisseurs et voir lesquels sont engagés dans une démarche de développement durable. C'est une première étape de sélection pour l'officine, qui peut ensuite choisir des partenaires qui respectent l'environnement. »* Après de ces derniers (généralement certifiés ou sous label), une pharmacie peut se fournir en produits écoresponsables et/ou de proximité et garantir la traçabilité de ses produits. Il peut s'agir de médicaments, bien entendu, mais aussi de sacs, d'emballages ou même d'étiquettes, avec des matériaux biodégradables, recyclés, ou fabriqués localement, voir les trois à la fois.

La pharmacie, en plus de réduire son empreinte écologique, peut valoriser sa démarche écoresponsable, en concevant des sacs personnalisés, avec une identité visuelle en adéquation avec son engagement « vert ». Une opération peu chère (généralement quelques dizaines d'euros les centaines de sacs) mais très efficace : *« Il y a une grande sensibilité de la société à l'égard de ce sujet. Le pharmacien peut communiquer dessus via son identité visuelle, d'autant que ce type d'action a un impact très positif en termes d'image pour l'officine »* , rappelle Jean-Filbert Roussel.



Bien entendu, pour qu'une pharmacie soit écoresponsable, il faut que ce soit aussi le cas de l'équipe qui la compose. Plusieurs groupements ou associations proposent des formations à l'écoresponsabilité, afin de sensibiliser les adjoints. Ces derniers peuvent ensuite valoriser l'engagement de l'officine auprès des clients, par exemple, en proposant la récupération des radiographies usagées ou des boîtes de médicaments vides pour recyclage (Cyclamed), ou en mettant en avant des gammes de produits écoresponsables.

#### Assumer ses choix

De nombreux groupements ont décidé d'aller encore plus loin. C'est le cas par exemple du groupement Pharm O'naturel. Ce dernier s'est associé à une entreprise de construction éco-responsable, Mobile Wood, pour concevoir des Concept Store 100 % bois écoresponsable. La transformation coûte entre 75000 et 80000 euros pour une pharmacie de 50 à 60 m<sup>2</sup>. Un investissement conséquent, mais qui paye, selon Denis Fagne, « *Une pharmacie qui se contente de proposer des gammes naturelles mais sans faire évoluer son agencement ou son identité n'observera pas un grand effet sur ses ventes. Mais, chez nos adhérents qui passent par un écoconcept complet, nous avons constaté des hausses allant jusqu'à + 50 % du chiffre d'affaires* » affirme Denis Fagne. Autant pour les finances de l'officine que le bien de la planète, tout le monde y gagne donc.