

# VITRINES

# WAW

ATELIER  
WALLONIE ALIMENTAIRE WINDOWS

---

FEVRIER 2026

ALMA SANA - CANDICE ENDERLÉ - @ALMA\_SANA

# Candice Enderlé

---



- **Architecte d'intérieur**
- Mémoire sur les vitrines en 2003
- Premier boulot en 2004 : Visual Merchandiser chez Ikea
- Designer Holistique de passion : **éco-conception**, Feng-shui, **neuro-design** et psychologie des couleurs
- Enseignante en **étalagisme** en secondaire
- Des **dizaines de magasins** au Danemark, Suède, Norvège, Espagne et Belgique
- Écopreneure fondatrice d'**Alma Sana "Ateliers ZD"**
- Fondatrice et Designer des 3 magasins de la **droguerie durable et partagée La Ressource**

# Objectifs et intentions

---



Comprendre à quoi sert  
une vitrine



Décrypter les clefs d'une  
vitrine réussie

ET TOI, QUI ES-TU ?

« Ma vitrine aujourd'hui, c'est plutôt... »

---



QU'EST-CE QU'UNE VITRINE ?

# Quel est son rôle?

---

## 1. Capter l'attention

*Si personne ne s'arrête, ce n'est pas qu'on n'aime pas.  
C'est qu'on n'a pas vu.*

## 2. Renforcer l'**identité** de ton commerce

*Ta vitrine exprime tes valeurs et **fidélise** ta clientèle !*

## 3. Booster tes **ventes**

*Ta vitrine n'est pas juste décor, c'est un **outil commercial** puissant !*

QUIZZ  
WAW

# VRAI OU FAUX ?

---

« Une vitrine bien pensée peut faire augmenter le chiffre d'affaires jusqu'à 30 %. »

VRAI !

*Une vitrine efficace n'est pas décorative :  
c'est un réel levier commercial !*

# VRAI OU FAUX ?

---

« 68 % des décisions d'achat sont basées sur l'apparence visuelle. »

**FAUX !**

*Le chiffre réel est 93 %.*

*La décision se joue majoritairement avant même que le client ne réfléchisse.*

# VRAI OU FAUX ?

---

« 8 passages suffisent pour que votre vitrine devienne invisible. »

**FAUX !**

*Il suffit de 5 passages. D'où l'importance de changer régulièrement sa vitrine. Idéalement : environ 23 vitrines par an !*

# VRAI OU FAUX ?

---

« Tu disposes d'environ 3 secondes pour attirer  
le regard avec ta vitrine. »

VRAI !

*Au-delà de ces quelques secondes,  
le passant est déjà ailleurs.*

# VRAI OU FAUX ?

---

« 26% des impulsions d'achat sont influencées  
par la couleur »

**FAUX !**

*Le chiffre réel est 85 %.*

*Le choix de la couleur, et notamment du fond de vitrine, est souvent déterminant pour capter l'attention.*

# ANALYSE FLASH

# Analyse

---

	<b>Qu'est-ce que j'ai vu ?</b>	<b>Est-ce que je m'arrête et pourquoi ?</b>	<b>Quel produits sont vendus ?</b>
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			



Coopérative Paysans-Artisans



FRUITS & LÉGUMES - BOUCHERIE  
BOULANGERIE - CRÈMERIE - ÉPICERIE  
BISCUITS & CHOCOLATS  
PLATS PRÉPARÉS - BOISSONS







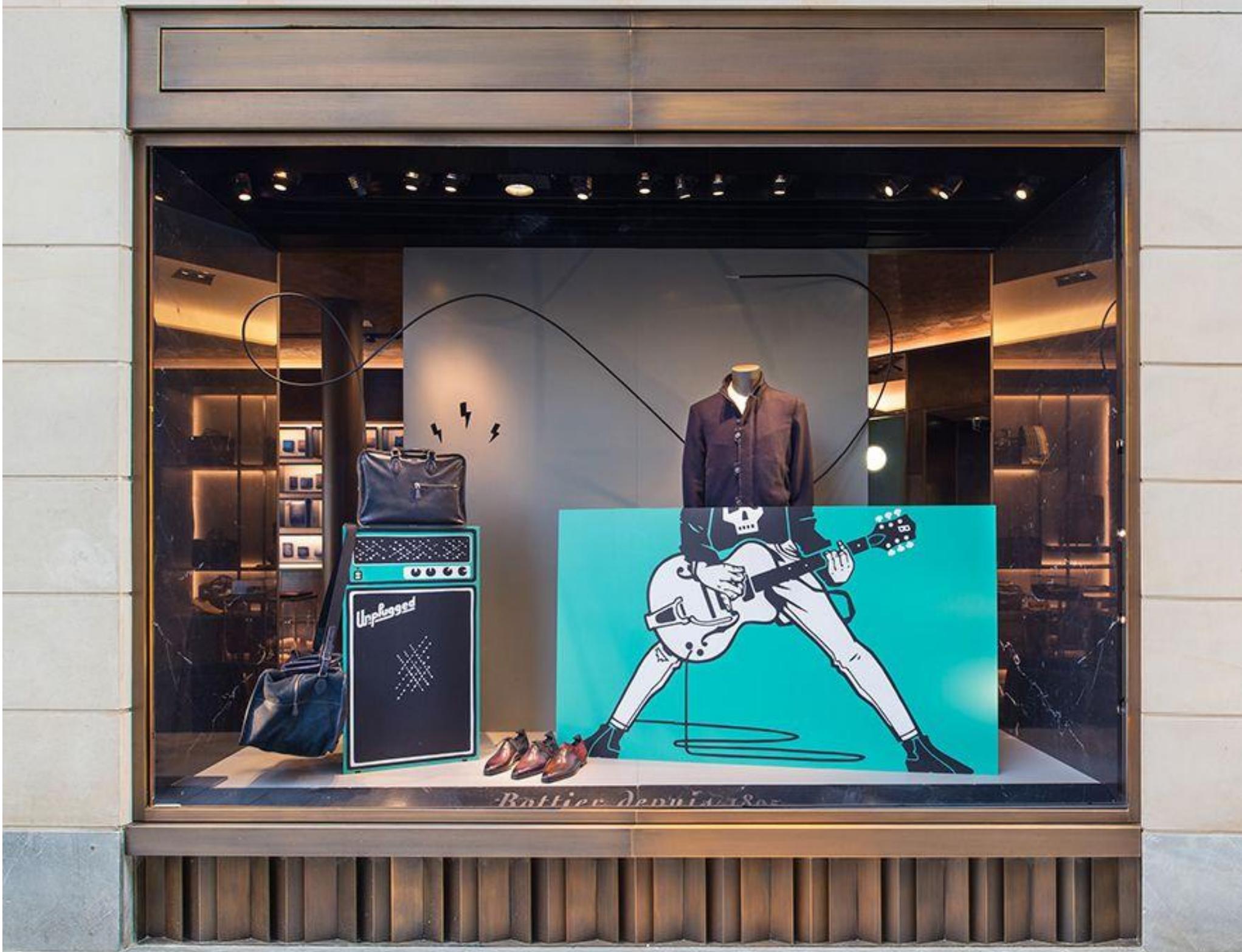






Choose love

uti







# Attention

---

*Si plus d'une réponse n'est pas claire,  
la vitrine ne remplit pas son rôle commercial !*

# LES 3 CLÉS D'UNE VITRINE EFFICACE

## Transformer une date en titre de film

- époque
- pays
- domaine (art, cinéma, sport,...)
- souvenirs
- Autour d'un personnage

**Un message central = Ici on t'aide à ...**

## Transformer une date en titre de film

**Saint Valentin** “Recette d’Amour” Dire “Je t’aime” avec l’assiette.

**Printemps** “Papy fait le ménage” Nettoyer facile et naturellement.

**Fêtes des mères** “Mamma Mia” Faire plaisir et avec des pâtes.

**Septembre** “Rentrée ZEN” Booster ton système pour rester cool.

**Un message central = Ici on t'aide à ...**

# BRAINSTORMING COLLECTIF

Quel titre donner à 1 date importante  
pour ton commerce ?

# Sélectionner les bons produits

---

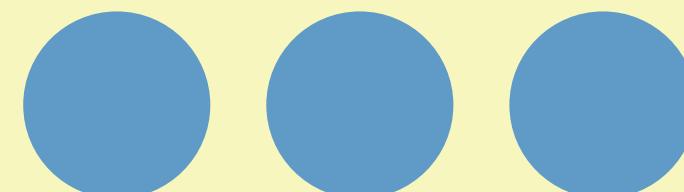
- Définis à qui tu t'adresses.
- Analyse tes ventes pour choisir tes produits.
- Choisis un produit phare en fonction du moment.
- Imagine une combinaison dynamique de 3 produits.



# Composer la mise en scène

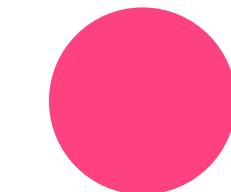
---

## Ligne horizontale



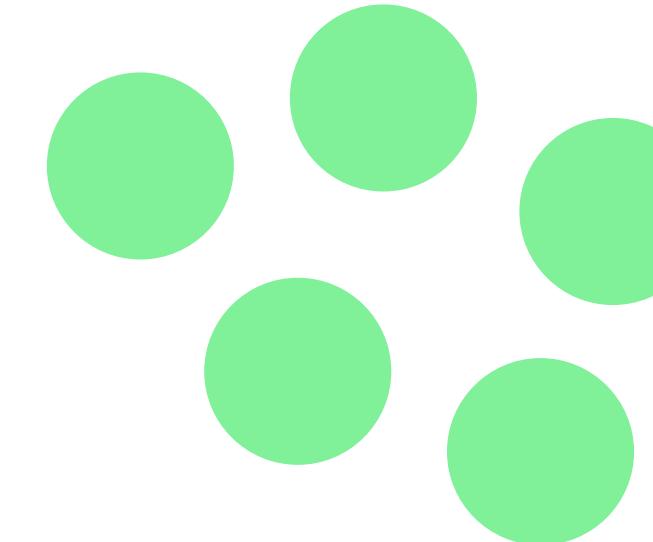
Facile et rapide

## Focus unique



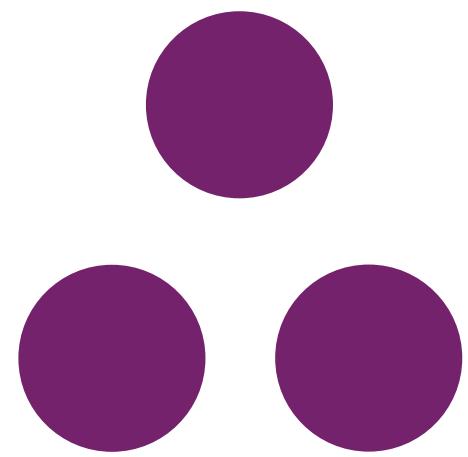
Précieux et de qualité

## Vrac organisé



Varié et accessible

## Triangle



Dynamique et ciblé









AVANT DE  
SE QUITTER...

# Ensemble on a vu...

- Qu'est-ce qu'une vitrine ?
- Quel est son rôle ?
- Quel est son impact en chiffres sur la vie de mon magasin ?
- Qu'est-ce que j'en retiens en 3 secondes ?
- Les clés d'une vitrine efficace
- Comment raconter une histoire
- L'importance de sélectionner les bons produits
- Les secrets de la composition

# ET TOI ? OU'EN RETIENS-TU?

A la fin de cet atelier,  
par rapport à ma vitrine, je me sens...

LA SUITE...

FORMATION VITRINES WAW

LUNDI 20.04.26

9H30 - 12H30

# Objectifs et intentions

---

**Repartir avec une idée concrète à mettre en place pour une prochaine date dans ton magasin**



**Comprendre ce qu'est  
une vitrine**



**Créer un calendrier  
de vitrines**



**Maîtriser les bases du  
merchandising**



**Réaliser des vitrines  
zéro-budget**

# ALMA SANA

Holistic Design

Candice Enderlé - Holistic Designer

0478.28.63.54

candice@almasana.be

@alma\_sana

Parlons-en pendant la pause 

**Besoin d'un coup de pouce ?**

# Formations Expertise com'

- ▶ Biowallonie, Collectif5C et Consomaction mandatés par Manger Demain
  - ▲ 3/03: Canva : créer des visuels en toute autonomie – Rhisnes
  - ▲ 3/03: Meta Business Suite : les fonctionnalités clés pour gérer vos comptes Facebook et Instagram – Rhisnes
  - ▲ 9/04: Comment créer un flyer percutant de A à Z avec Canva ? – Niveau avancé (savoir utiliser Canva) – Namur
  - ▲ 9/04: Introduction à l'IA générative, un outil pour améliorer votre communication digitale – en ligne
  - ▲ 20/04: Wallonie Alimentaire Windows : La formation qui aide les commerces alimentaires wallons à créer des vitrines irrésistibles – Gembloux
  - ▲ 20/04: Comment rendre les rayons frais attractifs et davantage rentables ? – Gembloux
  - ▲ 19/05: Communication digitale et non digitale – en ligne
  - ▲ 19/05: Newsletter – Louvain-la-Neuve
  - ▲ 22/06: Comment réaliser des vidéos adaptées à Facebook et Instagram ? – Namur

