

Annexe 1 au Cadre de réponse - ACM TRANSVERSES (À fournir par module)



Intitulé du module : **MODULE 3 – AMÉNAGER SA VITRINE**

Évaluation diagnostique

En début de session :

- Observation collective de plusieurs photos de vitrines locales (marché, centre-ville, centres commerciaux).
- **Grille de diagnostic vierge** à remplir individuellement pour mesurer les points forts et points à améliorer d'une vitrine réelle ou imagée.
- Discussion collective sur les perceptions : qu'est-ce qui tient l'œil ? qu'est-ce qui donne envie d'entrer ?

Contenu détaillé

Séquence 1 : Les fondamentaux de la vitrine commerciale

- Les fonctions d'une vitrine : attirer, informer, séduire, vendre
- Les 3 zones visuelles : sol, yeux, tête
- Types de vitrines : événementielle, permanente, promotionnelle
- **Activité** : classer des visuels selon leur objectif

Séquence 2 : Concevoir une vitrine cohérente

- Choisir un thème, un fil conducteur
- Organisateur des produits et supports
- Règle des 3 couleurs – Équilibre, densité, symétrie
- **Atelier créatif** : créer un plan de vitrine sur papier

Séquence 3 : Éléments techniques et esthétiques

- L'éclairage : direction, température, ambiance
- L'arrière-plan, la propreté, l'accessibilité visuelle
- L'importance de la PLV, des prix affichés et lisibles
- **Observation critique** : analyser d'une vitrine en photo

Séquence 4 : Mise en pratique

- Travail en petits groupes : chaque groupe reçoit un thème (fête, saison, produit...)
- Réalisation d'un prototype de vitrine sur table ou panneau
- Présentation à l'oral du projet + explication des choix

Séquence 5 : Retail tour

- Sortie en centre-ville (ex : rue De Gaulle à Cayenne)
- Remplissage d'une grille de diagnostic réel (propreté, visibilité, lisibilité, séduction)
- Restitution collective et pistes d'amélioration

Méthodes pédagogiques utilisées

- Observation guidée de vitrines locales
- Grilles d'analyse pratiques
- Ateliers collaboratifs de création
- Travail sur maquettes (papier ou objets réels)
- Retail tour réel ou simulation si en intra
- Commentaires croisés avec le groupe
- Exercices de projection : « si c'était votre boutique ? »



Objectifs pédagogiques

- Comprendre les règles de base du merchandising visuel
- Concevoir une vitrine attractive et cohérente
- Mettre en valeur les produits dans l'espace de vente

Public visé

Salariés en contact avec la clientèle,
Salariés du commerce de détail

Prérequis : Aucun

Modalités pédagogiques

Présentiel / 2 jours / atelier créatif + retail tour / diagnostic vitrine / fiche de suivi individuel

Durée de formation en heures et en jours
7 heures / 1 jour

Organisme de formation – contact de l'OF à renseigner mail et Tel :
Guide Guyane Formation – Jennifer Sagrafena – jlepezel@hotmail.fr – 06 94 44 08 59