



PAR THE PRINT KORNER — FABRICANT-CONSEIL

PLV : la boîte à outils du trade marketer.

11 pages, prêtes à imprimer : check-lists,
tableau d'arbitrage matériaux, rétroplanning type,
anti-pièges et modèle de cahier des charges.

*Promouvoir vos marques,
partout où sont vos clients.*

*Édition 2026 · The Print Korner
www.theprintkorner.com*

Pourquoi ce guide.

Un brief PLV bien posé, c'est 80 % du projet réussi. Un brief flou, c'est trois allers-retours, deux semaines perdues et un présentoir qui finit par coûter plus cher que prévu.

Ce guide n'est pas un cours de PLV pour débutant. C'est un condensé d'outils opérationnels qu'on aimerait avoir avant chaque devis chez TPK : check-lists, tableaux d'arbitrage, ordres de grandeur, anti-pièges, modèle de cahier des charges.

À utiliser à plusieurs moments : avant de rédiger votre brief (check-list), au moment d'arbitrer matière et durée de vie (tableau), avant de valider un BAT (check-list dédiée), ou en référence pendant un échange avec un fabricant.

Tous les chiffres sont donnés en ordres de grandeur. Chaque projet a ses particularités — ce guide donne le cadre, pas la réponse finale.

SOMMAIRE

- P. 03** Check-list — 10 infos indispensables avant de briefer
- P. 04** Tableau d'arbitrage matériau x durée de vie x coût
- P. 05** Coût unitaire vs coût global — la formule
- P. 06** Rétroplanning type d'un projet PLV

- P. 07** 7 erreurs fréquentes (les nôtres et les vôtres)
- P. 08** Check-list de validation BAT
- P. 09** Glossaire fabricant en 10 termes
- P. 10** Modèle de cahier des charges à remplir

10 infos indispensables avant de briefer.

Cochez ce que vous avez en main. À partir de 7 sur 10, on peut déjà chiffrer sérieusement.

01 Contexte commercial

Quelle opération motive le projet : lancement, promo saisonnière, partenariat distributeur, animation événementielle ? Calendrier ?

02 Produits exposés

Dimensions, poids, conditionnement, nombre de références, facing par référence, photo ou échantillon disponible.

03 Réseau de distribution

GMS, GSS, pharmacie, parfumerie, réseau spécialisé, événementiel ? Quelles enseignes ciblées ?

04 Format et emplacement

Display sol, comptoir, tête de gondole, shop-in-shop, vitrine ? Empreinte au sol et hauteur max imposées ?

05 Durée d'exploitation

Éphémère (semaines), semi-permanent (mois), permanent (années), réutilisable d'une opération à l'autre ?

06 Volumes et zone

Nombre d'unités prévues (estimation OK), zone (France, Europe, international), nombre de PdV à équiper.

07 Budget

Budget unitaire ou total. Curseur entre prix bas / qualité de rendu / rapidité.

08 Délais

Date impérative de mise en linéaire et jalons intermédiaires (validation BAT, prototype, production).

09 Logistique et montage

Qui monte (chef de secteur, équipe externe) ? Capacité de stockage, contraintes de transport.

10 Exigences RSE

Matériaux exigés ou exclus, labels attendus, fin de vie souhaitée (recyclage, reprise, réemploi).

Quel matériau pour quel usage ?

Tableau d'arbitrage — ordres de grandeur. Le projet précis peut faire varier sensiblement.

Type de dispositif	Durée de vie	Matériau privilégié	Ordre de coût unitaire	Cas d'usage typique
Display promo court	1 à 3 mois	Carton micro-cannelure	Quelques € à dizaines d'€	Opérations promo GMS,ancements
Display semi-permanent	6 à 12 mois	Carton renforcé / PVC / bois	Dizaines d'€	Corner promo, ILV, tête de gondole
Présentoir longue durée	1 à 3 ans	Bois MDF / contreplaqué / métal	Centaines d'€	Shop-in-shop, mobilier de marque
Mobilier permanent	3 à 5 ans +	Bois massif, métal, multi-matériaux	Milliers d'€	Boutique exclusive, concept-store
Stand événementiel	Réutilisable	Modulaire alu, tissu, vinyle	Variable	Salons, foires, animations terrain

LE RÉFLEXE FABRICANT

Plus la durée de vie augmente, plus le coût unitaire grimpe — mais le coût rapporté au temps d'exposition baisse. Un présentoir de sol bois à 150 € qui tient deux ans sera plus rentable qu'une PLV carton à 30 € refaite huit fois.

Coût unitaire vs coût global.

Le piège classique : choisir le moins cher unitaire et payer le double au global.

LA FORMULE

$$\text{Coût global} = \text{Coût unitaire} \times \text{Quantité} + \text{Transport} + \text{Stockage} + \text{Montage} + \text{Fin de vie}$$

Les postes qui s'ajoutent au prix unitaire

- **Transport** À plat ou monté ? Volume palette, distance, nombre de points de livraison.
- **Stockage** Stockage chez le fabricant, plateforme intermédiaire, ou direct magasin ?
- **Montage** Qui monte : chef de secteur (gratuit pour vous), équipe externe (facturé) ?
- **Fin de vie** Recyclage en magasin (gratuit), reprise par le fabricant (coût), destruction (coût élevé).
- **Stockage retour** Si le présentoir revient en réserve marque entre deux ops, le local coûte.

Exemple — opération 1 000 présentoirs de comptoir en pharmacie

	Option A — Moins cher	Option B — Mieux pensé
Prix unitaire	5 € (carton fin)	8 € (carton renforcé)
Transport	Coût standard	Optimisé (mise à plat)
Montage magasin	Complexe — ~10 min	Simple — ~2 min
Casse linéaire	10-15 % à remplacer	< 3 %
Coût total estimé	≈ Plus élevé qu'attendu	≈ Souvent moins cher

Rétroplanning type d'un projet PLV.

Compté à rebours depuis la date de mise en linéaire. Marge à prévoir : ajouter 10 à 20 %.

Étape	PLV carton standard	Semi-permanent bois	Permanent multi-matériaux
Brief définitif + cadrage	J-60	J-90	J-120
Conception + maquette graphique	J-50	J-75	J-100
Validation BAT graphique	J-40	J-60	J-80
Prototype (si pertinent)	—	J-50	J-65
Validation prototype	—	J-40	J-50
Lancement production	J-30	J-30	J-35
Livraison entrepôt / PdV	J-7	J-10	J-15
Montage et mise en linéaire	J-3 à J0	J-5 à J0	J-7 à J0
TOTAL DURÉE PROJET	≈ 8-10 semaines	≈ 12-14 semaines	≈ 16-20 semaines

ATTENTION

Les projets serrés (< 6 semaines) restent faisables sur du carton standard, mais excluent souvent prototype, matériaux peu courants et sourcing optimisé. Anticiper, c'est aussi avoir plus de marge sur le coût.

7 erreurs fréquentes (les nôtres et les vôtres).

Ce qu'on voit revenir le plus souvent en début de projet — et comment l'éviter.

- 01 Calibrer le poids sur les facing moyens, pas maxi**

Si vous prévoyez 3 facing × 1 kg mais que la marque peut décider de mettre 4 facing × 1,3 kg à la dernière minute, le présentoir s'affaisse. Toujours dimensionner sur la charge maxi théorique.
- 02 Oublier les contraintes de passage en porte**

Beaucoup de GMS ont des portes automatiques à 80 cm de large. Un présentoir monté plus large que ça ne rentre pas. Une PLV livrée à plat évite le problème, à condition que le montage soit simple.
- 03 Choisir un sourcing lointain pour gagner 8 %**

L'économie réalisée à l'achat est souvent rongée par le transport, le risque de retard douane et la rigidité face aux ajustements de dernière minute. Calculer le coût global avant de signer.
- 04 Confondre BAT et prototype**

Le BAT (bon à tirer) valide le graphique. Le prototype valide l'objet physique. Les deux ne se remplacent pas. Sur un projet à enjeu (volumes, finitions, durée de vie), prévoir les deux.
- 05 Briefer sans photo ni dimensions des produits**

Un fabricant doit dimensionner les niches, les facing, la portance. Sans la fiche technique du produit (ou au minimum les dimensions et le poids unitaire), il avance à l'aveugle. Et corrige au prototype, ce qui coûte plus cher.
- 06 Demander une PLV "écologique" sans préciser ce qu'on entend**

FSC, recyclé, recyclable, biodégradable, mono-matériau, réutilisable : ce sont des choses différentes. Préciser le critère prioritaire (et idéalement le label attendu côté marque ou distributeur) évite les malentendus.
- 07 Valider un BAT sans relire les marquages obligatoires**

Triman, informations éco-emballages, mentions légales pays-spécifiques, logos partenaires : ces éléments sont souvent oubliés sur les BAT pressés. Une réimpression coûte plus cher que dix minutes de relecture.

Check-list de validation BAT.

Les 10 points à vérifier avant de signer le bon à tirer. Une réimpression coûte plus cher que dix minutes de relecture.

■ Couleurs Pantone validées

Référence Pantone précise + tolérance acceptée par la marque. Important : les Pantone ne sont pas reproductibles en impression numérique — prévoir une conversion en CMJN dans ce cas.

■ Zones tramées et aplats

Vérifier qu'aucun aplat n'est tramé par erreur (et inversement). Les tramés mal calibrés sont visibles en grand format.

■ Marges techniques

Fonds perdus à 3 mm minimum. Marges de sécurité à 5 mm autour des textes. Découpe à plat dans la zone autorisée.

■ Découpe

Lignes de découpe en ton direct nommé « CutContour », 100 % magenta, sur calque séparé. Si le fabricant fournit un gabarit, ne pas le modifier sans son accord — risque de problème technique ou de non-conformité sur la série.

■ Logos et autorisations

Logos partenaires et marques tierces avec autorisation écrite. Charte logo respectée (zone de respect, taille mini).

■ Marquages obligatoires

Triman, mentions éco-emballages, info légales pays-spécifiques (RGPD si QR-code), marquage CE si pertinent.

■ Polices vectorisées

Toutes les polices vectorisées ou fournies au fabricant. Pas de Word ou PowerPoint pour les fichiers définitifs.

■ Résolution images

300 dpi minimum sur le quadri à l'échelle 1:1. Pas d'images web (72 dpi) qui pixellent à l'impression.

■ Visa de la marque

Validation écrite (mail ou note formelle) de la marque sur le BAT. Pas de validation orale.

■ Visa du distributeur

Si projet en enseigne (corner, shop-in-shop), validation écrite du distributeur sur le visuel final.

Glossaire fabricant en 10 termes.

Les mots qu'on utilise tous les jours côté atelier — utiles à connaître pour dialoguer efficacement.

BAT — Bon à tirer

Validation graphique avant lancement de la production. Engage la marque. Différent du prototype.

Prototype

Exemplaire physique fabriqué avant la série pour valider la mécanique, le rendu et la résistance.

Échantillon

Exemplaire fini du produit série, fourni au client pour archive ou test interne.

Série

La production finale, en quantité commandée. À ne pas confondre avec la pré-série (test à petite échelle).

Mise à plat

Présentoir livré non monté, sous forme plane (carton replié, pièces séparées). Optimise transport et stockage.

Cannelure / Microcannelure

Épaisseurs de carton : microcannelure E (1,5 mm) pour les présentoirs fins, cannelure B (3 mm) pour les structures, double cannelure pour les charges lourdes.

Forex / PVC expansé

Plaque légère, rigide, imprimable, résistante à l'humidité. Bonne alternative au carton pour la signalétique.

Vernis sélectif

Finition de surface appliquée uniquement sur certaines zones du visuel pour créer un effet de relief ou de brillance.

Pelliculage

Film plastique mat ou brillant appliqué sur l'impression. Protège et donne du rendu.

Palettisation

Façon dont les présentoirs sont empilés sur palette pour le transport. Détermine le coût de transport et de stockage.

Modèle de cahier des charges minimaliste.

À imprimer et remplir avant le premier échange. Ou à reprendre comme trame dans un email/document Word.

Marque / société

Nom, contact projet, distributeurs concernés

Opération

Lancement, promo saisonnière, partenariat, animation événementielle

Date de mise en linéaire

Date impérative + jalons souhaités (BAT, prototype, livraison)

Type de dispositif

Display sol / comptoir / tête de gondole / mobilier / vitrine / signalétique

Réseau de distribution

GMS, GSS, pharmacie, spécialisé, événementiel, mixte

Volume estimé

Nombre d'unités, nombre de PdV, zone géographique

Produits exposés

Dimensions, poids, conditionnement, nombre de références, nombre de facing

Budget

Unitaire ou global, plus priorité (prix / qualité / délai)

Durée d'exploitation

Éphémère, semi-permanent, permanent, réutilisable

Contraintes logistiques

Qui monte, mise à plat exigée, stockage intermédiaire, transport spécifique

Exigences RSE

Matériaux exigés ou exclus, labels, fin de vie souhaitée

Pièces jointes

Charte graphique, fiche produit, plan magasin, contraintes enseigne



Parlons de votre projet.

Vous avez utilisé ce guide pour préparer votre brief ? Envoyez-le nous.
On revient sous 24 h ouvrées avec un premier point de cadrage et un budget indicatif.

TÉLÉPHONE

04 69 96 86 85

EMAIL

contact@theprintkorner.com

SITE

www.theprintkorner.com