



## SALONS

# LES SENIORS À L'HONNEUR Animations & innovations

**Cette année encore, le Salon des Séniors qui connaît un succès croissant a dépassé largement les 50 000 visiteurs comptabilisés l'an dernier. Pour sa dix-septième édition, ce rendez-vous incontournable des plus de 50 ans a multiplié les animations, rencontres avec les experts, ateliers et conférences. Un grand cru très apprécié !**



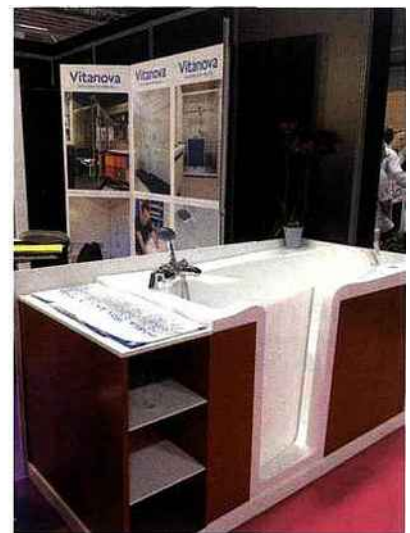
« **A**ujourd'hui nous avons 25 ans d'espérance de vie à la retraite, souligne Hervé Sauzay, Commissaire général du Salon, un temps suffisant pour construire un nouveau projet de vie. Ce salon a une mission : accompagner les séniors, dans tous les domaines au service de cette ambition ». Pour cela le Salon des Séniors a proposé dix villages thématiques pour s'informer, découvrir des activités, voyager, tester des produits innovants et pratiques, rebondir professionnellement,

connaître ses droits. Car les séniors d'aujourd'hui sont de plus en plus curieux et avides de nouvelles expériences.

### Tournés vers le mouvement et la nouveauté

Parce que la France compte 15 millions de personnes de 60 ans et plus, et qu'il y en aura 5 millions de plus dans 15 ans, les industriels et créateurs d'entreprises se préoccupent de leurs attentes.

Intéressés par les nouvelles technologies, les séniors ont découvert au gré des stands, au-delà des nombreuses sociétés leur proposant des cours d'informatiques, des produits adaptés à leurs besoins comme la tablette Simply Tooti de Telefunken, son interface simple d'accès a été pensée pour des personnes peu habituées à ce type d'appareil. Les icônes sont grandes pour une meilleure visibilité et la navigation très intuitive. La société Doro, acteur de référence sur le marché des tech-



nologies simplifiées a attiré beaucoup de monde avec son offre de smartphones compacts à prix abordables. Plus axée sur la sécurité, Assistel, société de télé assistance s'est faite largement remarquée par la gent féminine grâce à son bijou connecté équipé d'un boîtier vocal qui permet de déclencher un appel. Raffiné et élégant, il se fait oublier, mais reste un précieux allié en cas de besoin.

## Bien vivre chez soi

Préoccupation très présente chez les seniors, la sécurité au quotidien. Sachant qu'il y a 10 000 décès par an en France suite à une chute, les industriels cherchent à faciliter les mouvements et prévenir les accidents. Ainsi le Salon accueillait plusieurs experts de la salle

de bain comme Vitanova spécialiste des douches sur mesure ou Kinedo et son concept bain-douche avec porte dans la baignoire. Des conférences comme celle donnée par La maison des Travaux, réseau de courtiers spécialisés dans l'aménagement et la rénovation, ont mis en lumière les pouvoirs de la



domotique pour faciliter la vie de tous les jours de façon non négligeable. Dans le registre des produits malins et utiles, les sprays Gliss'Grip qui rendent antidérapants les carrelages, baignoires et bacs de douche avec un traitement simple, rapide et économique ont attiré les foules. Quant à l'appartement-témoin Lapeyre qui mettait en scène des solutions pour l'amélioration de l'accessibilité, il a été extrêmement visité.

## Un salon pour se distraire...

Le Salon des Seniors est aussi l'occasion de découvrir l'offre des voyagistes, des spécialistes des croisières comme Costa aux villages Vacances Bleues ou aux gîtes de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, en passant par les offres multiples des régions. C'est aussi un lieu pour s'informer sur le bénévolat dans les associations ou sur les clubs de rencontres. Et pour le côté fun, une mine d'activités y sont chaque année proposées : studios photos pour prendre la pose, ateliers dégustations et cuisine, cours de danse country, simulateur de pêche, démonstrations sportives... De quoi s'amuser entre deux rencontres informatives avec un expert (architecte, diététicien, notaires...) et une discussion avec un professionnel de la retraite !



Julie Djian





**JEAN PHILIPPE ARNOUX**  
**DIRECTEUR MARKETING/ACHATS LAPEYRE**

# Lapeyre rend l'accessibilité accessible

**C**et appartement-témoin à forte accessibilité, quelle est sa mission ?

A la demande du Salon des Séniors et avec le concours de Saint-Gobain, nous avons réaménagé un appartement-témoin pour montrer des solutions d'accessibilité proposées par Lapeyre, et prouver que l'on peut adapter son logement à moindre coût avec des solutions standard du marché. En classant ces pièces dans l'ordre d'urgence de sécurisation, il y a d'abord la salle de bain où des points d'appui et une douche à l'italienne réduisent les efforts. La cuisine est une pièce que l'on peut améliorer pour éviter de se baisser et alléger la difficulté des gestes. Et pour la chambre, il existe différents accessoires astucieux, notamment dans les dressings, qui facilitent le quotidien... Nous pensons qu'il faut arrêter d'imaginer que tout ce qui est à destination des seniors doit forcément être cher. Notre idée est de rendre l'accessibilité accessible, et de se dire qu'il vaut mieux éviter d'attendre que surgisse un problème ou un accident, pour rendre la maison un peu plus sûre et accessible. Est-ce que Lapeyre s'intéresse depuis longtemps à cette problématique ? Nous y travaillons depuis 5 ans, mais avec une certaine éthique et de la déontologie. Cela passe par une étude approfondie du marché et des consommateurs, des groupes de travail composés de clients de tout âge (handicapés, séniors de 60 à 90 ans...), d'ergothérapeutes et d'aïdants. Ainsi, nous avons au fil du temps regroupé une offre pour traiter toutes les pièces de la maison y



compris l'extérieur. Nous sommes ensuite partis dans une campagne de développement et d'innovation produits, car effectivement nous ne trouvons pas aujourd'hui toutes les solutions que l'on voudrait, notamment en termes d'usage et d'esthétique.

**Quelle est votre stratégie pour développer de nouveaux produits ?**

Comme Lapeyre a la chance d'avoir dix usines en France, cela nous a permis de revisiter des meubles de cuisine et de salle de bain pour proposer une autre vision de l'accessibilité. Notre enjeu n'est pas de créer des gammes

réservées à une typologie de clientèle, mais au contraire de concevoir différemment les produits, pour qu'ils s'adaptent à tout type de situation. Notre politique est aussi d'être à l'écoute des idées des petites entreprises pour les aider à industrialiser et distribuer leurs produits. Ainsi nous allons sortir trois innovations majeures d'ici la fin de l'année tant dans le domaine de la salle de bain et cuisine.

**Comment mettez-vous en avant cette offre de produits dans les points de vente ?**

Pour l'univers salle de bain, nous avons créé des corners qui vont de 10 m<sup>2</sup> à 60 m<sup>2</sup>, où le client peut découvrir une offre complète dans les domaines des barres de maintien, douches, sièges, déclinaisons de couleurs... Nous avons aussi voulu mieux accessoiriser nos salles d'exposition en intégrant de plus en plus une barre ou un siège. En effet, de tels produits ne constituent pas seulement une aide au handicap, mais ils offrent tout simplement, à tous, un confort supplémentaire. De plus, afin d'anticiper les accidents, l'État propose des aides et de crédits d'impôt. Aujourd'hui des moyens, simples et esthétiques rendent la salle de bains ou la cuisine beaucoup plus confortable, et surtout moins dangereuse.

**Est-ce que ces produits nécessitent une formation vendeur spécifique ?**

A ce jour, nous avons formé 600 vendeurs sur les 1 400 du réseau à l'accessibilité. Cette formation est obligatoire et elle le sera aussi bientôt pour les

**Concept'Care****Un meuble de salle de bain inédit**

Très remarqué dans l'appartement témoin Lapeyre, ce meuble de salle de bain Concept'Care qui combine fonctionnalité, confort d'usage et esthétique. Conçu en partenariat avec l'Ecole des Ponts et l'Ehpad, un établissement pour les personnes âgées en perte d'autonomie, ce meuble novateur intègre un fauteuil de salle de bain monté sur roulette qui se range à l'intérieur, des tiroirs, une tablette coulissante qui transforme la vasque en coiffeuse, un miroir extractible du mur pivotant dans tous les sens et une prise de courant qui évite d'avoir à se lever pour brancher un appareil. La logique de ce meuble a été d'intégrer un maximum de fonctionnalités et d'ergonomie dans un minimum d'espace tout en restant à un prix inférieur à 1 000 €.



managers. Nous souhaitons les sensibiliser parce que la France vieillit et que nous devons être à l'écoute de nos clients. De plus, nous possédons un outil de e-learning qui nous permet de faire de la formation en interne, avec 4 modules, animés de dessins et vidéos. Le premier explique pourquoi l'accessibilité est importante, le deuxième guide le consommateur dans le catalogue que nous avons mis en ligne, et les deux modules suivants sont consacrés aux aides et au financement. En effet, bien souvent, les consommateurs ne savent pas à qui s'adresser.

***Cette offre ne demande-t-elle pas aussi plus de propositions d'installation clé en main ?***

Depuis une vingtaine d'années, Lapeyre a sélectionné ses partenaires poseurs (2 500 sur tout le territoire) et s'engage avec eux sur la qualité des travaux, le respect des délais, des produits et de l'installation. Lapeyre a aussi souhaité

simplifier la vie du consommateur en communiquant de plus en plus des prix de produits « livrés et posés » sur les catalogues. Nous véhiculons également le message que le fait de passer par un professionnel du bâtiment ouvre le droit au crédit d'impôt et aux aides.

***Comment communiquez-vous sur ces gammes spécifiques ?***

Par les corners en magasin, le guide de la maison accessible sorti en septembre 2014 est déjà distribué à plus de 150 000 exemplaires. Nous travaillons aussi sur un site dédié, plus fonctionnel, pour véhiculer de l'actualité. Nos partenaires pourront également s'y connecter. Il sera hébergé par le site internet Lapeyre actuel.

***Adapter les produits à l'habitat des seniors est-il un véritable enjeu commercial ?***

C'est non seulement un enjeu commercial, mais surtout un enjeu straté-

gique. Nous ne pouvons pas être une enseigne qui propose à la fois des produits et des installations et faire fi des consommateurs qui représenteront, demain, 60 % de la population. Aujourd'hui le marché des seniors représente 694 milliards d'euros au Japon. En France, à l'horizon 2020, il est estimé à 100 à 120 milliards d'euros. Cela va révolutionner le monde de l'automobile, de l'alimentaire et de l'habitat. Il faut donc suffisamment anticiper et tordre le cou aux idées reçues qui tendent à dire que c'est stigmatisant, compliqué, hospitalier, cher... Nous devons repenser notre stratégie d'innovation en prenant en compte encore plus les seniors. La Silver Economie est une évolution lente de nos modes de vie qui ouvre un champ d'exploration sociétale, économique, industrielle et commerciale fantastique.

**Propos recueillis  
par Julie Djian**

