

## ■ ZOOM SUR LES ENTREPRISES APF

Si la tendance, pour la cinquantaine d'EA<sup>1</sup> et Esat<sup>2</sup> regroupés sous la marque APF Entreprises et organisés en filières depuis 2009, est au développement de contrats avec les grands comptes dans le tertiaire – centres d'appels, numérisation - ou dans des travaux industriels comme l'imprimerie, la signalétique, le câblage ou la maintenance, d'autres initiatives fleurissent. Pour répondre aux besoins de personnes en situation de handicap, développer un produit de bout en bout ou mieux accompagner les usagers dans leur parcours professionnel.

### Handistore.fr, la boutique en ligne des personnes en situation de handicap

L'entreprise adaptée APF Pierre Floucault d'Amiens a plus d'une corde à son arc. Si cet établissement qui compte une centaine de salariés s'est récemment illustré avec un contrat de reconditionnement des casques acoustiques d'Air France, dont la ligne fait l'objet d'un brevet, il est également à l'origine d'une boutique en ligne dédiée aux personnes en situation de handicap. Handistore.fr a ouvert en mars 2012. On y trouve des produits pour l'incontinence, des coussins, repose-têtes, repose-bras et autres accessoires de positionnement, du matériel de transfert, de la literie, du textile et des produits médicaux.

« Nous voulions développer des activités propres à l'entreprise, faire autre chose que de la sous-traitance industrielle », explique Marie Gurzynski, responsable qualité, sécurité et environnement. Justement, une étude de marché menée en 2010 a fait ressortir des besoins pour le type de produits vendus sur [www.handistore.fr](http://www.handistore.fr) chez les personnes qui ne peuvent pas se déplacer et chez les personnes âgées. Patrick Deseyne, le nouveau directeur de l'EA, décide donc d'en reprendre les conclusions et recrute un webmaster. En parallèle, l'EA monte un partenariat avec une centrale de référencement pour les hôpitaux et rencontre les fournisseurs afin de pouvoir mieux conseiller les clients.

**Etre 15 % moins cher que la concurrence**

Côté navigation, c'est une boutique classique. Les produits sont répartis en grandes familles, tous assortis d'une fiche technique et d'une photo. Il suffit de se créer un compte pour les commander. Les produits, en stock, sont conditionnés en une journée pour être livrés en 48 heures dans toute la France, à l'exception des matelas. Et côté prix, l'objectif est d'être 15 % moins cher que la moyenne des concurrents.

La boutique totalise aujourd'hui une quarantaine de comptes pour 70 commandes. Avec des clients aux profils divers puisque leur âge va de 24 à 103 ans ! Parmi eux, des particuliers et 50 % de professionnels, infirmières ou auxiliaires de vie. « Ce site correspond parfai-



tement à notre vocation d'aider les personnes en situation de handicap. Plus de tabou. On achète tranquillement chez soi sans avoir besoin de raconter sa vie à qui que ce soit », conclut Marie Gurzynski. ■

<sup>1</sup> Entreprises adaptées

<sup>2</sup> Etablissements et services d'aide par le travail