

# J'AI ENTENDU

## Les épiciers apprennent à mieux comprendre leur clientèle âgée pour mieux la servir

Par Danielle Massé

Les personnes qui doivent se débrouiller avec certaines limites physiques n'ont pas toujours la vie facile. Par exemple, «faire sa commande» avec des problèmes de dextérité ou une vue déficiente peut constituer un véritable exploit. Comme il s'agit tout de même d'une activité essentielle à l'autonomie et pour faciliter la tâche des personnes âgées, l'entreprise UMANO a conçu des ateliers intitulés « Comment développer le «réflexe aîné» dans les supermarchés ». On y traite de la disposition et de la taille des produits, de l'éclairage, de la largeur des allées, des stratégies de communication auprès des personnes ayant une difficulté auditive ou visuelle, des comportements à adopter... Les participants ont également l'occasion d'enfiler un habit qui simule le vieillissement... Une première expérience réalisée auprès du personnel de la succursale du IGA des Sources de Charlesbourg a été très réussie. En effet, en 2013, le commerce a fait l'objet d'un projet pilote et la direction de l'établissement est très satisfaite de la démarche.

Depuis plus de cinq ans, UMANO accompagne diverses organisations, entreprises de services, marchés d'alimentation et résidences pour aînés qui souhaitent développer leur «réflexe aîné» et optimiser leur service à la clientèle aînée.

On peut en savoir plus sur UMANO à l'adresse suivante : <http://www.umanovie.com/>



Source:  
Association québécoise de gérontologie.  
Revue Vie et Vieillessement.  
2014 - vol.11 no.4. p.57.  
<http://aqg-revue.netedit.info/revues/10/index.html>