



Une marque au service de la dignité

CONTACTS PRESSE

SELFIA
Aurélie Malignani
Route de Saint Aubin
49710 LE LONGERON
Tél. : 02 41 63 78 20 – Fax : 02 41 46 60 19
a.malignani@mulliez.fr

MDS COM
Michaela Demissy
40 rue du Maréchal Foch
91310 LEUVILLE SUR ORGE
Tél./Fax : 01 60 84 53 92
mdemissy@mdscom.fr



1 – SELFIA HABILLAGE

...De l'idée au concept...

En 2002, un ingénieur textile prend conscience des **difficultés d'habiller une personne en perte de mobilité**, en observant son voisin de 93 ans. Pour enfiler une chemise, il s'aperçoit que les gestes les plus simples peuvent devenir douloureux.

De ce constat, l'ingénieur travaille sur un nouveau concept, avec un seul objectif :

Faciliter l'habillage, autant pour la personne atteinte d'un handicap même léger, que pour le soignant ou l'aidant.

Le concept SELFIA est né...

...La recherche par l'immersion...

Jean-François DECALONNE, ingénieur textile participant au projet, décide de s'immerger dans le monde des seniors afin d'appréhender les contraintes de chacun et les demandes spécifiques. Il parcourt les centres gériatriques et les maisons de retraite, à l'écoute des personnes âgées. Il crée des groupes de paroles où le personnel soignant confie ses difficultés lors d'une séance d'habillage. Il détecte et analyse les gestes douloureux à réaliser pour chacune des pathologies.

L'immersion dans le monde des seniors apporte de nombreux constats : il est plus aisé d'accéder aux changes ou à une sonde urinaire lorsque le patient est habillé simplement, par exemple en chemise de nuit et robe de chambre. Les soins sont facilités, le personnel consacre alors plus de temps aux activités cérébrales ou aux repas qu'à l'habillage.

Cependant, garder la même tenue jour et nuit ne permet plus de se mettre en valeur vis-à-vis des regards extérieurs, et de réaliser « la gymnastique des gestes liés à l'habillage ».

Anisi, la création d'une ligne de vêtements de prêt-à-porter adaptée aux personnes en perte de mobilité, qu'elles aient un léger handicap ou une dépendance totale devient une évidence.

...Les objectifs...

Plusieurs observations sont faites:

- les personnes âgées sont gênées de demander de l'aide pour le simple fait de s'habiller
- le vêtement doit **simplifier l'habillage, pour le porteur et pour l'aidant**
- il doit offrir **autonomie et dignité** au porteur.

Plusieurs objectifs sont alors définis pour répondre aux attentes des porteurs :

- faciliter l'habillage **en autonomie** ou aidé, grâce à des astuces insérées dans le vêtement
- s'habiller **sans douleur**
- redonner le **goût de se vêtir** aux porteurs par une gamme élégante.



...Le concept...

La gamme SELFIA HABILLAGE offre des vêtements pratiques et confortables aux hommes et aux femmes souffrants d'un handicap.

Les adaptations discrètes et efficaces ont été mises au point en coopération avec des ergothérapeutes, afin que le vêtement réponde à chacune des difficultés d'habillage, quelles que soient les circonstances de la vie : maladie, accident, vieillissement, handicap...

Invisibles au porté, on retrouve ces nombreuses astuces dissimulées dans la totalité de la collection, qui se veut moderne, citadine et élégante.

Ergonomique et facile d'entretien, les vêtements Selfia simplifient la vie avec élégance.

...Les cibles...

La marque SELFIA s'adresse :

- aux personnes à mobilité réduite
- aux personnes ayant un handicap temporaire ou permanent suite à une opération chirurgicale par exemple, une malformation, une maladie dégénérante, un accident de la vie...
- aux personnes souffrant d'arthrose ou de la maladie de Parkinson
- au personnel soignant, aide à domicile et famille de personnes en perte de mobilité.

...La gamme...

Tous les vêtements SELFIA peuvent s'ouvrir totalement au moyen de zips. Ils peuvent donc être enfilés en position debout, assise ou allongée.

PANTALON HOMME ET FEMME



La ceinture est dotée d'élastiques sur les côtés pour un meilleur maintien et un confort optimal en position assise.

Au niveau du postérieur, le pantalon SELFIA dispose d'une plus grande surface de tissu qu'un pantalon standard. Ainsi, lorsque la personne s'assoit, ses lombaires restent couvertes en cas de froid. Ce surplus de tissu est également apprécié lorsque la personne, à cause de son incontinence, est protégée.

Chaque vêtement du bas est conçu avec des zips sur le devant de chaque jambe.

La braguette est factice. Le pantalon s'ouvre totalement de haut en bas ou de bas en haut au moyen de zips discrets situés tout le long de la jambe.

Ce système de zips évite de lever une jambe pour passer le pantalon. Il reste également très efficace quand il s'agit d'ajuster une prothèse à la jambe ou tout simplement accéder aux toilettes.





Chaque pantalon est équipé d'une poche située à l'intérieur de la jambe, entre la cheville et le mollet. Elle permet d'insérer un système de sonde urinaire.

La ceinture intérieure est ajustable selon 3 tailles. Elle permet de profiter de toutes les possibilités d'ouverture, tout en maintenant le pantalon bien en place autour de la taille.

CHEMISE OU CHEMISIER

La chemise est équipée de zips sur toute la partie latérale, du poignet à la hanche, en passant par les aisselles. Ces zips permettent l'ouverture totale du vêtement afin de l'enfiler sans contrainte de mouvement. Quelle que soit la situation, ce n'est pas le bras qui cherche la manche, mais la manche qui vient couvrir le bras.

Les boutons de la chemise sont factices. L'ouverture et la fermeture frontales du vêtement se réalisent via des bandes auto agrippantes.

La chemise conserve son apparence initiale.

Les poignets, eux aussi équipés de boutons factices et de bandes auto agrippantes, possèdent une anse de préhension. Une fois le pouce passé dans cette anse, il suffit de tirer légèrement sur le zip, du poignet vers l'aisselle, afin de fermer la chemise.

Comme à l'intérieur du poignet, la chemise est équipée d'une ganse latérale au niveau de la hanche. Cette patte de tissu permet de glisser le pouce et de pouvoir d'un seul doigt, remonter la fermeture jusque sous les aisselles.

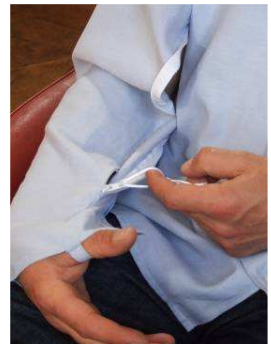


CARDIGAN



Le cardigan possède les mêmes astuces que la chemise Selfia à une différence près : les boutons sont factices mais la fermeture se réalise par bande aimantée.

Pratiquement invisibles, les aimants facilitent l'habillage : il suffit de placer le premier aimant et l'ensemble se ferme automatiquement pour un ajustement parfait.



...La distribution...

Le site de vente en ligne www.selfia.fr est accessible au grand public : vidéos de démonstration, zooms sur les techniques du vêtement, coloris, prix...

Un service clientèle dédié à la marque Selfia est également joignable par téléphone (02 41 63 77 69) ou par mail (contact@selfia.fr).



...Les prix...

La marque SELFIA s'applique à proposer des prix similaires au prêt-à-porter senior conventionnel, soit 75€ pour un pantalon modèle femme ou homme. A partir de 49€, les chemises et chemisiers Selfia sont disponibles en plusieurs matières et coloris. Tous les prix sont disponibles sur le site Internet www.selfia.com.

2 - SELFIA MEDICAL

Outre la gamme de prêt à porter, la marque SELFIA a développé un produit consacré, dans un premier temps, aux établissements de santé.

A la demande du Dr CAMUS, alors gériatre au Centre Hospitalier de Roubaix, SELFIA a mis au point un couchage de sécurité à destination des personnes désorientées : le Sécuridrap®.

Plusieurs nuits d'observation en clinique ont été nécessaires pour comprendre les problématiques des patients ; Alzheimer notamment. On constate que les patients ont des nuits agitées, se découvrent, et même parfois sortent du lit.

Le Sécuridrap®, turbulette ingénieuse pour adulte, sécurise le patient : celui-ci ne peut plus tomber du lit, fuguer ou se déshabiller. Il a la possibilité de dormir dans toutes les positions naturelles de sommeil.

La conception du Sécuridrap® permet la position assise et le décubitus latéral et évite au patient de se dévêtir ou d'accéder à son change. Ce dernier reste couvert tout au long de la nuit et reste digne vis-à-vis de l'extérieur.

Le Sécuridrap® n'a pas à être enfilé. Conçu sur le même principe que SELFIA HABILLAGE, il s'ouvre complètement par un système de zip. Le patient n'est pas sollicité par des gestes douloureux, il se sent calme et libre tout en étant en sécurité.

Le Sécuridrap® prévient les risques d'accidents, il limite les chutes ou blessures possibles et restreint l'agitation. Les interventions des surveillants s'en trouvent réduites, le patient est calme, propre, couvert.



Depuis 4 ans, le Sécuridrap® fait l'objet de multiples évaluations et est adopté dans plus de 500 établissements. Il est aussi prescrit pour le domicile.

Le Sécuridrap® est un système de contention douce qui ne doit en aucun cas être associé à une contention « dure ». Un nombre croissant de médecins le prescrit pour favoriser le maintien à domicile et soulager le quotidien des proches et des aidants.



...la distribution...

Le Sécuridrap® est distribué par une équipe commerciale, qui visite les hôpitaux et maisons de retraite de la France. Un service clientèle est également formé à ce produit spécifique. Il est joignable par téléphone au 02 41 63 77 69.

Il est également possible de la commander en ligne sur le site Internet www.selfia.fr, onglet Médical ou par mail sante@mulliez.fr. Le site Internet propose également une vidéo de démonstration du produit.

...un concept reconnu...

Une thèse de médecine soutenue à la faculté de Lille en 2007, dont la publication est prévue en 2009, confirme l'intérêt du Sécuridrap® comme couchage de sécurité pour la personne désorientée. Une nouvelle évaluation du Sécuridrap® a débutée et aboutira à une thèse à la faculté de médecine de Nice en octobre 2009.

Le Sécuridrap® a également bénéficié de nombreux prix :

- Prix de l'entreprise innovante du Ministère de l'Industrie et de la Recherche, géré par l'ANVAR en juin 2003
- Prix du jury au salon AUTONOMIC 2004,
- Master 2004 et 2006 du Sénat,
- Lauréats 2004 de Nord Entreprendre,
- Prix de l'innovation en juin 2005 et 2006 attribués par le Conseil Général du Nord.

3 – STRUCTURE

En 2007, le groupe Mulliez-Flory, **créateur et confectionneur** de linge et **vêtements professionnels**, acquiert la marque SELFIA. Cette acquisition permet au groupe Mulliez Flory, puissant industriel sur le secteur du textile professionnel - **vêtements et uniformes d'image et linge destiné aux collectivités à caractère social** - d'évoluer dans son **rôle social**.

Courant 2006, Jacques GINDRE, PDG du Groupe Mulliez-Flory, découvre un article sur Selfia dans la presse économique. Le concept de la marque retient son attention...

En effet, déjà en 1989, Jean-Paul BELLIER, directeur commercial du pôle Santé du groupe, a travaillé sur un concept similaire, alors nommé FORM4. A l'époque, ce projet est abandonné, faute d'un marché suffisamment mature. L'acquisition de la marque prend alors aujourd'hui toute sa légitimité au sein du groupe.

Actuellement, SELFIA représente une faible part du chiffre d'affaires du groupe. Mais le concept permet avant tout d'adhérer à un **projet social commun**.

