



per il
gerente
che accoglie tutti
nel suo negozio

e il
consumatore
che riesce a fare
la spesa più facilmente

INDICE

	pagine
ACCESSIBILITÀ	4-5
INFRASTRUTTURA INTERNA	6-7
SUPPORTI ALL'ACQUISTO	8-9
DISPOSIZIONE DELLA MERCE	10-11
IMBALLAGGIO DELLA MERCE	12-13
ACCOMPAGNAMENTO	14-15

piccolo glossario

Barriera architettonica : qualunque elemento costruito od ostacolo che impedisce, limita o rende difficoltosa l'accessibilità o l'utilizzo di servizi.

Merce sfusa : merce in vendita senza imballaggio, di cui il cliente può scegliere la quantità (es: frutta e verdura).

Codice QR : codice che può essere letto grazie ad una APP con il cellulare e rinviare ad un sito con informazioni su un prodotto specifico.

Persone fragili : persone bisognose di aiuto, con limitata capacità motoria, sensoriale o cognitiva.

Un'attività semplice e quotidiana come fare la spesa può mettere in difficoltà alcune persone che incontrano ostacoli e limitazioni.

Capita di dover rinunciare ad un acquisto perché non si riesce ad accedere ad un negozio, di rinunciare all'acquisto di un prodotto perché si trova troppo in alto o troppo in basso, di dover comprare un prodotto anche se non si riesce a leggere i suoi ingredienti, oppure di sentirsi in imbarazzo chiedendo aiuto.

Bastano piccoli accorgimenti nella logistica e nell'organizzazione dei negozi per eliminare alcune di queste difficoltà.

Il presente opuscolo è il frutto di osservazioni raccolte da volontari su sei tematiche centrali: accessibilità, infrastruttura interna, logistica, disposizione della merce, imballaggi e accompagnamento del cliente.

Incoraggiamo i commercianti a prendere spunto per integrare migliorie nei servizi e nelle infrastrutture. I clienti sono invitati a farsi parte attiva per segnalare ai negozianti le loro difficoltà.

ACCESSIBILITÀ



È importante che i punti di vendita siano raggiungibili da tutti con i mezzi di trasporto pubblici, e che sia possibile accedervi senza incontrare **barriere architettoniche**. Infatti la comodità di accesso influenza la scelta di un negozio da parte dei clienti*.

La possibilità di muoversi all'interno dei negozi è anche importante, in particolare si presti attenzione all'accesso agli ascensori e al passaggio tra gli scaffali.





Le porte d'accesso sono automatiche e sono sufficientemente ampie (minimo 210 x 90 cm).

In caso di presenza di **barriere architettoniche**, esistono vie alternative (es: montascale, ascensori, pulsante di chiamata).

Le alternative sono ben segnalate (cartelli leggibili e numerosi).

C'è una fermata del bus o del treno a meno di 300 metri di distanza dal negozio.

La fermata è accessibile e ben servita.

La clientela è informata sulle soluzioni possibili per avere più facilità ad accedere al negozio (orari particolari, posizione fermate, accessi particolari).



La circolazione all'interno del negozio è resa difficoltosa dalla presenza di elementi mobili (es: cesti con **merce sfusa**) o da **barriere architettoniche** (es: scalini all'entrata, rampe fuori norma, passaggi troppo stretti).

Non esiste un numero sufficiente di posteggi per persone con disabilità o per famiglie. Quelli che ci sono non sono a norma (es: stretti, in pendenza, o con pavimentazione difficoltosa).

** Per dettagli tecnici vedi: norma SIA 500.*

INFRASTRUTTURA INTERNA



Fare la spesa può risultare per taluni un'attività che richiede tempo.

Alcuni servizi vengono in aiuto a queste persone: la presenza di sedie o panchine per riposare durante la spesa e la disponibilità di servizi igienici accessibili.

Questi servizi diminuiscono la superficie di vendita o di stoccaggio dei negozi, ma influenzano in modo positivo la scelta dei clienti.





All'interno del negozio è possibile sedersi per riposare, possibilmente prima del passaggio alla cassa, e su sedie dotate di braccioli.

È possibile utilizzare i bagni del personale, su richiesta.

I clienti possono usare i bagni del centro commerciale, o di altre infrastrutture esterne in cui il negozio è inserito.

I bagni disponibili sono accessibili alle persone con disabilità e sono forniti di Eurochiave* .



Il negozio funge anche da sportello postale ma non esiste la possibilità di sedersi aspettando di essere serviti.

Nessun servizio igienico è disponibile.

I bagni a disposizione sono difficilmente accessibili (es: rampe di scale, locali di dimensioni ridotte).

È obbligatorio rivolgersi al personale per utilizzare i servizi igienici.

** È una chiave utilizzata unicamente da persone con disabilità per l'apertura e la chiusura di porte o per la gestione di impianti di trasporto (ascensori, montascale) dotati di una serratura con cilindro universale Eurochiave (eurokey.ch).*

SUPPORTI ALL'ACQUISTO



Bastano piccoli accorgimenti per rendere i carrelli e i cestini per la spesa adeguati a tutti i clienti.

Anche il sistema di pesatura della merce sfusa deve essere semplice e accessibile.

La possibilità di fare la spesa lentamente è fondamentale per alcune persone, che evitano di frequentare i negozi quando ciò non è possibile.





Il cliente ha a disposizione supporti alternativi al carrello classico, ritenuto spesso troppo pesante da manovrare (es: cestino-trolley ma alto, cestino-deambulatore, carrello alto e poco profondo).

Il negozio dispone di un sistema di pagamento autonomo che permette ai clienti di non spostare la spesa due volte.

È possibile pesare la **merce sfusa** direttamente alla cassa.

Esistono casse dove si può fare con calma.

I clienti sono informati sugli orari in cui possono beneficiare più facilmente dell'aiuto da parte del personale del negozio.

Le casse dispongono di tre scivoli per la merce.

I numeri sui tasti della bilancia sono ben contrastati (nero sul bianco, o bianco sul nero) e scritti in grande*.



Gli spazi alla cassa sono ristretti (assenza degli scivoli per la merce, mancanza di spazio per depositare la merce).

I tasti della bilancia per la merce sono troppo in alto per essere raggiunti da tutti.

* Per dettagli tecnici vedi: norma SIA 500.

DISPOSIZIONE DELLA MERCE



Scaffali troppo alti o troppo bassi mettono in difficoltà i clienti, che sono obbligati a chiedere aiuto per fare la spesa.

Anche la lettura delle etichette sui ripiani può mettere in difficoltà.

Bastano pochi accorgimenti per rimediare.

La disponibilità del personale e degli altri clienti può assicurare un ulteriore sostegno a chi ha bisogno.





Gli scaffali sono alti al massimo 170 cm.

Il personale è disponibile quando il cliente ha bisogno.

I prodotti dispongono di **codici QR** per offrire maggiori informazioni.

Le etichette sui ripiani sono coperte da materiali anti-riflesso.



Alcuni prodotti sono disposti troppo in basso o troppo in alto.

Gli sgabelli a disposizione dei clienti per raggiungere la merce posta in alto sono pericolosi e difficili da utilizzare.

Le etichette sui ripiani hanno una scrittura di meno di 14 pt. o sono poco leggibili perché sovrapposte o scritte su materiali che riflettono la luce.

Le etichette si spostano facilmente a destra o a sinistra.

L'apertura delle porte dei frigoriferi impedisce alle persone in carrozzella di avvicinarsi alla merce.

IMBALLAGGIO DELLA MERCE



Chi fatica a cucinare ha bisogno di trovare nei negozi una buona scelta di prodotti imballati freschi, anche in porzioni singole.

Il cliente apprezza la possibilità di poter scegliere tra vari prodotti di qualità.

Gli imballaggi dei prodotti in vendita devono riportare in modo chiaro le informazioni sul contenuto e i suoi ingredienti.





Ci sono prodotti freschi in piccole porzioni.

La maggior parte delle etichette sui prodotti sono leggibili (forti contrasti di colore).

È possibile avere maggiori informazioni sui prodotti, sotto forma di documenti o supporti informatici.



I prodotti freschi (in particolare le piccole porzioni) sono imballati sotto vuoto e/o sono difficili da aprire.

I prodotti per persone singole non godono di promozioni.

Le etichette dei prodotti contengono testi difficilmente leggibili (es: testi non abbastanza contrastati, scritti a colore su sfondo colorato o trasparente, o in carattere troppo piccolo)*.

** Per dettagli tecnici vedi: norma SIA 500.*

ACCOMPAGNAMENTO



I clienti hanno spesso bisogno di rivolgersi a personale qualificato in grado di aiutarli.

Possono aver bisogno di accompagnamento in alcuni momenti della spesa, magari anche solo per superare una limitazione del negozio (v. scaffali alti, etichettatura, ...).





Il personale del negozio è informato sulle necessità specifiche delle *persone fragili* e sul corretto rapporto da avere col cliente.

È assicurata la presenza di un assistente di vendita (es: apprendista qualche ora al giorno) che si dedica all'aiuto dei clienti in difficoltà. Oppure esiste una collaborazione con volontari che aiutano chi ha bisogno.

Il cliente ha a disposizione telefoni o pulsanti per chiamare aiuto senza rincorrere il personale.

È possibile farsi consegnare la spesa a casa senza costi eccessivi.



Il personale è troppo sotto pressione per dedicarsi ai clienti con calma.

Il personale di vendita è poco disponibile ad aiutare i clienti dopo il passaggio in cassa (riporre la spesa, trasportare pesi, ...)



www.acsi.ch



www.atte.ch



www.generazionepiu.ch



www.generazioni-sinergie.ch



www.inclusione-andicap-ticino.ch



www.operaprima.ch



www.lnrg.ch/pipa



www.proinfirmis.ch



www.ti.pro-senectute.ch



www.supsi.ch/cca/



www.unitas.ch

Dal 2014 l'Associazione Consumatrici e Consumatori della Svizzera Italiana (ACSI), in collaborazione con una rete di altre associazioni ticinesi, sviluppa una riflessione sull'accessibilità e l'adeguatezza dei punti vendita per le persone anziane e per altre categorie di persone potenzialmente in difficoltà, come le persone con disabilità fisiche, sensoriali o cognitive, o semplicemente i genitori con i passeggini.

Maggiori info: segretariato ACSI - 091 922 97 55, tasto 2 - acsi@acsi.ch