

Portatori di handicap: la Gdo non eccelle in accoglienza

MANCANZA DI PARCHEGGI RISERVATI, SERVIZI E CASSE DEDICATE. MOLTI I PROBLEMI RILEVATI DURANTE L'INDAGINE REALIZZATA IN 17 PUNTI VENDITA MILANESI DI OTTO INSEGNE, IN COLLABORAZIONE CON L'UNIONE ITALIANA LOTTA ALLA DISTROFIA MUSCOLARE

| di Laura Giunti,
| Giuseppe Ravera

Il tema dell'indagine mystery di questo mese è sicuramente ambizioso ma altrettanto ineludibile: misurare la qualità del business con il metro dell'etica. Il progetto di ricerca è stato sviluppato insieme agli amici della sezione di Milano dell'Uildm (Unione italiana lotta alla distrofia muscolare) con i quali abbiamo definito gli standard di riferimento necessari per



la stesura dei questionari e la definizione dei 'pesi' attribuiti alle variabili considerate.

Una volta messo a punto l'impianto di ricerca sono state condotte nel mese di ottobre una serie di visite in 17 punti vendita a libero servizio a Milano e provincia da 'clienti misteriosi' davvero speciali: persone portatrici di handicap insieme ai loro accompagnatori. Le persone affette da distrofia muscolare utilizzano prevalentemente carrozzine a motore elettrico il cui peso di oltre un quintale rende particolarmente

problematico l'accesso in un punto vendita.

Obiettivo dichiarato dell'indagine non era solo di misurare la customer satisfaction di uno specifico target di consumo, quanto di dare un contributo il più oggettivo possibile alla più centrale delle questioni: la sostenibilità etica del nostro modo di fare business. Una questione che riguarda il futuro del pianeta per quanto concerne il punto d'equilibrio tra sviluppo economico e tutela dell'ambiente, ma anche il futuro dell'idea di civiltà e di qualità della vita così

come è concepita nella cultura occidentale.

Di conseguenza, verificare come viene affrontato dalla grande distribuzione organizzata il tema delle pari opportunità nei confronti della popolazione diversamente abile ci è apparso il

modo più immediato ed efficace per comprendere quale sia la cultura imprenditoriale che sappiamo esprimere e come il sistema-Paese nel suo complesso si stia attrezzando. Gli amici dell'Uildm rappresentano, evidentemente, solo la punta dell'iceberg; quando si riflette sul tema delle pari opportunità non dobbiamo scordare che la popolazione italiana sta invecchiando e che la piramide delle età mostra un declino preoccupante.

Il tema della ricerca qualitativa potrebbe quindi essere ridefinito così: «Sono socialmente responsabile come impresa e come imprenditore non solo perché in tal modo esprimo i valori di una civiltà basata sul rispetto e sulla tolleranza della diversità, qualunque essa sia, ma anche perché – e

qui sta l'elemento nuovo e più interessante – solo in questo modo 'faccio bene impresa' e quindi sono un bravo imprenditore».

In un'epoca in cui i mercati e le economie crescono travolgentemente solo dall'altra parte del mondo a condizioni non si sa per quanto ancora sostenibili, ogni segmento, ogni target e ogni singolo individuo sono importanti. Anzi vitali. E le persone 'diversamente abili' per usare un eufemismo a volte stupido, non solo sono cittadini come gli 'altri', ma sono pure consumatori, esattamente come gli altri, cioè noi tutti. Così se non mi

CHE COS'È L'UILDM

Da 40 anni a fianco dei disabili

L'UNIONE ITALIANA LOTTA ALLA DISTROFIA MUSCOLARE SEZIONE DI MILANO è un'associazione attiva dal 1968

e che svolge gratuitamente per i suoi soci attività di accompagnamento dal domicilio verso scuole e ambulatori fisioterapici e organizza attività ricreative, sportive e vacanze estive. Offre inoltre sostegno al domicilio in caso di emergenze familiari e assistenza nel disbrigo di pratiche burocratiche. Garantisce adeguata informazione e sensibilizzazione sulle problematiche della disabilità anche attraverso l'aggiornamento dei siti internet www.uildmmilano.it e www.inforesp.org (dedicato specificamente ai problemi respiratori).

Che cos'è la distrofia muscolare? La distrofia muscolare è la più nota delle malattie neuromuscolari. Si tratta di un

gruppo di diverse malattie di origine genetica, che causano danni progressivi alla muscolatura (come la riduzione delle masse muscolari in particolari distretti del corpo), accompagnati da debolezza e talvolta da alterazioni visibili della postura, dell'andatura o più in genere dell'aspetto. I muscoli, volontari e involontari, sono di importanza fondamentale per la sopravvivenza dell'individuo, perché sovrintendono al

funzionamento di organi vitali quali il cuore e i polmoni.

I muscoli danneggiati sono diversi a seconda del tipo di distrofia muscolare. Sebbene tutti i 434 muscoli volontari possano essere danneggiati, la muscolatura spinale e quella dei cingoli (le spalle e le anche) sono quelle più frequentemente coinvolte, quindi danneggiate per prime e più profondamente. La forma più grave di distrofia muscolare è la distrofia di Duchenne.



curo in modo adeguato di una persona con problemi derivanti da deficit motori o visivi o di qualsiasi altro genere, ordine e grado, la cultura di cui sarò espressione sarà purtroppo assai simile a quella di un pur simpatico neandertaliano. E peggio per me se il mio 'vicino di business' saprà invece applicare al volo gli standard ambientali, strumentali e relazionali (è il caso di dirlo) più evoluti.

COSA ABBIAMO IMPARATO

Prima di entrare nel merito dei risultati, ricordiamo che mystery client è una ricerca qualitativa. Per-

tanto espressioni come "nel 20% dei casi" non vanno quindi lette come "questo fatto è accaduto 3.4 volte", bensì vanno interpretate alla stregua di marcatori rilevanti. Per il cliente che vive un determinato evento ciò che si verifica non è mai un'espressione numerica, una probabilità statistica, un accidente della matematica, ma un fatto. Un fatto che molto spesso gli farà cambiare negozio, insegna, marca, prodotto.

I 17 punti vendita visitati fanno parte delle catene Brico, Esselunga, Ipercoop, Coop, Ld Market, Penny Market, Gs, Unes. ▶



"A" COME ACCESSO

Per poter fare acquisti in una qualsiasi superficie commerciale è innanzitutto necessario arrivarci. Affermazione nient'affatto lapalissiana, poiché in circa il 19% dei casi il punto vendita non è dotato di posti auto riservati ai disabili.

Non è tutto. Nel restante 81% i posti auto riservati non sono collocati vicino all'ingresso, né esistono corsie preferenziali. Nel caso in cui il parcheggio è situato su di un piano differente rispetto al negozio (38,5%) il mezzo di trasporto è l'ascensore (100%) i cui pulsanti di comando non sono purtroppo facilmente raggiungibili nel 40% dei casi.

Un dato 'overall' per capire meglio cosa accade dal punto di vista del visitatore disabile: nel 24% dei casi la superficie commerciale è stata giudicata non facilmente accessibile.

"P" COME PERCORSI INTERNI

Come ci si muove all'interno di un supermarket seduti su di una sedia a rotelle pesante 100 kg? Complessivamente molto meglio di quanto si potrebbe pensare (82% di casi positivi). Il vero guaio per gli amici dell'Uildm e per chiunque debba muoversi su una di una carrozzella sono i così detti "ingombri temporanei" (53%) che rendono difficile se non del tutto impossibile muoversi nei corridoi.

"C" COME CARRELLI

Solo nel 47% dei casi il punto vendita è dotato di carrelli/contenitori adeguati alle difficoltà di chi sta su una sedia a rotelle.

"T" COME TOILETTE

Argomento spinoso che attraversa trasversalmente tutte le categorie merceologiche e di servizio (negozi, ristoranti, autogrill, aeroporti, alberghi...) e riguarda tutti i target di consumo; come è ampiamente noto la qualità dei servizi igienici in Italia lascia più che a desiderare.

Per quanto riguarda il nostro test, il primo dato è poco incoraggiante: nel 63% dei casi non esiste nel punto vendita una toilette dedicata ai clienti. Tuttavia nel restante 37% la toilette risulta a norma (e perfettamente funzionante).

"C" COME CASSE

Anche quest'area del punto vendita, certamente tra quelle definibili

come cruciali, non è esente da limiti: nell'82,5% dei casi non esiste una cassa dedicata ai portatori di handicap.

"T" COME TRASPORTO

Dopo le fatiche dell'accesso e del difficile percorso tra gli scaffali, dopo aver stoicamente ignorato eventuali stimoli corporali durante l'attesa alla cassa, il nostro portatore di handicap deve affrontare l'ultima difficile prova: il trasporto delle merci acquistate. In nessuno (0%) dei punti vendita visitati esiste una qualsiasi agevolazione o ausilio per il trasporto dei sacchetti della spesa sino all'auto. Certo, nel 30% dei casi è previsto il servizio di consegna a domicilio; quest'ultimo non viene quasi mai proposto spontaneamente dal personale (80% dei casi).

IN CONCLUSIONE

Quello che vi abbiamo proposto è solo un breve saggio, per nulla esaustivo, sulla consapevolezza che la nostra società esprime nei confronti della diversità. Non pensiamo siano dati nuovi e neppure che siano stupefacenti; basta provare a camminare per strada in una qualunque delle nostre città per constatare come sia meglio, molto meglio, cercare di conservarsi in perfetta salute fisica. Barriere architettoniche, parcheggi abusivi, ciclisti e motociclisti in transito sui marciapiedi sono condizioni considerate ormai "nella norma". E non occorre neppure simulare un qualche handicap motorio: basta spingere una carrozzina per bambini e provare a districarsi nel traffico. Responsabilità nostra di cittadini e responsabilità di chi amministra (o dovrebbe) la vita delle nostre città. Diverso il discorso per le realtà imprenditoriali. Fare bene il proprio business crediamo significhi innanzitutto rispettare i clienti in quanto persone. ●

EVOLVERE



Evolvere elabora progetti di ricerca, comunicazione e formazione in grado di favorire i percorsi di evoluzione competitiva delle imprese con particolare riguardo ai fenomeni e alle dinamiche tipiche delle reti distributive.

**Evolvere via Andrea Costa 2, Milano,
tel. 02 26113414 www.evolvere.it**