



КАК В X5 GROUP РАЗВИВАЮТ ИНКЛЮЗИВНУЮ СРЕДУ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

X5 Group активно работает над созданием инклюзивного пространства и цифровых сервисов для разных групп сотрудников и покупателей. Наши инициативы помогают включать самых разных людей в общественную жизнь с равными возможностями. О том, какие инклюзивные проекты развивает компания, как поддерживает пожилых покупателей и чему мы можем поучиться у европейских коллег — в нашем материале

Инклюзивное развитие подразумевает не только создание рабочих мест для людей с инвалидностью или другими недугами — это в первую очередь процесс включения людей в активную общественную жизнь с равным со всеми остальными по уровню комфорта возможностями.

Установлено, что компании с действующей инклюзивной политикой работают на 35% лучше конкурентов. Таким образом, развитие инклюзии в бизнесе оказывается выгодным для всех. Но чтобы почувствовать положительный эффект, нужно приложить определённые усилия, а также отчасти перестроить работу и инфраструктуру компании.

X5 Group активно принимает участие в создании инклюзивных пространств и цифровых сервисов для разных групп клиентов. «Пятёрочка» **принимает** на позиции сборщиков заказов в магазины слабослышащих сотрудников. Кампанию по привлечению сотрудников с нарушениями слуха торговая сеть проводит совместно с Всероссийским обществом глухих (ВОГ).

Светлана Бояршинова, директор по управлению персоналом территории «Москва» торговой сети «Пятёрочка»:

«Мы как крупный ритейлер работаем с разными целевыми аудиториями: студентами, пенсионерами, женщинами в декрете, людьми с ограниченными возможностями. Проект, который мы запустили в сотрудничестве с Всероссийским обществом глухих, уже получил позитивные отзывы – и от персонала магазина, и от новых сотрудников – сборщики с нарушением слуха работают точно так же, как и весь остальной коллектив. Считаю, это большой шаг вперёд, прежде всего, компании как социально ответственного бизнеса».

Кроме того, торговая сеть начала реализацию масштабного социального проекта по улучшению доступности своих магазинов для людей с проблемами зрения и других инициатив, так как понимает важность инклюзивной среды в магазинах.

Сергей Гуськов, директор трансформационного офиса торговой сети «Пятёрочка»:

*«Мы непрерывно работаем над адаптацией торговых залов под потребности различных групп населения и стремимся сделать процесс покупок товаров первой необходимости максимально комфортным и доступным для всех. Мы понимаем, как это важно для людей с ограничениями по здоровью. Мы уделяем особое внимание удобным подъездам к магазину, к входной группе и передвижению внутри. В прошлом году мы провели **исследование с применением костюма симуляции возраста GERT** и, основываясь на полученном опыте, разрабатываем и внедряем различные элементы для упрощения клиентского пути, делая его инклюзивным и безопасным».*

X5 не останавливается на достигнутых результатах и постоянно ищет дополнительные возможности развития инклюзивной среды. Среда, в которой никто не ощущал бы на себе ограничений в силу тех или иных причин, как связанных с ограничениями по здоровью, так и с возрастом.



«Перекрёсток» со своей стороны продолжает улучшать инфраструктуру супермаркетов для людей с инвалидностью и запустил социальную программу «[Доступная среда](#)», направленную на повышение доступности офлайн-инфраструктуры продуктовых магазинов. Сейчас проект реализуется в пяти регионах: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Воронеже и Белгороде. Сертификацию о доступности уже получили около 45 магазинов.

Татьяна Степанова, директор по бренду и долгосрочной лояльности торговой сети «Перекрёсток»:

«Мы используем системный подход и хотим, чтобы доступность, удобство были не разовым мероприятием, а вошли в днк-нашей сети.

При этом мы понимаем, что любой человек может оказаться в ситуации ограничения мобильности. Это может быть человек с инвалидностью, родитель с детьми, пожилой человек, человек, временно получивший ограничения мобильности. Чтобы быть удобными для всех покупателей и в любой ситуации, в 2021 году в нашей сети запущена программа «Доступная среда»».

Программа реализована при поддержке инклюзивного проекта Everland и проводится по системе добровольной сертификации «Доступность торговых помещений, веб-сайтов и мобильных приложений для людей с инвалидностью». Everland помог также «Пятёрочке» определить критерии оценки доступности сайтов и мобильных приложений для клиентов с инвалидностью. В дальнейшем это поможет совершенствовать действующий функционал, а возможность пользоваться цифровыми решениями X5 станет доступнее и проще для всех.

Невозможно обойти стороной и недавно подведенные итоги проекта «[Островок безопасности](#)».

В рамках этого проекта в магазинах торговых сетей нашей компании выделяются специальные зоны, оборудованную отличительным знаком в виде оранжевого геолокационного пина, который является ориентиром для всех потерявшихся людей, среди которых часто оказываются люди старшего и пенсионного возраста.

Игорь Шехтерман, главный исполнительный директор X5 Group:

«Для нас крайне важно заботиться о людях не только обеспечивая их качественными товарами на полках, но и оказывая необходимую помощь тем, кто попал в трудную ситуацию. Больше двух лет мы реализуем важный социальный проект «Островок безопасности», помогая потерявшимся людям добраться домой».

Часто мы воспринимаем пожилых людей как непохожих на нас и чаще нуждающихся участников общества. Иногда это действительно так. Но чтобы детально погрузиться в клиентский опыт этой группы людей, необходимо прежде всего обозначить границы и уточнить совместное понимание, кого мы считаем старшими.

Классификация, принятая ВОЗ, выделяет пять возрастов: молодой, средний, пожилой, старческий и возраст долголетия. 61 год - с этого возраста начинается старость по мнению респондентов опроса, проведенного агентством Ipsos в России. Для сравнения, в Великобритании и Испании это 68 лет и 74 года соответственно. Однако, по данным опроса ВЦИОМ, 32% россиян считают, что старость начинается в промежутке от 50 до 59 лет. И еще 31% считают, что это происходит в промежутке от 60 до 69 лет.

Процент населения старше 65 лет

По прогнозам ООН к 2050 году в подавляющем числе развитых и развивающихся стран процент населения старше 65 лет превысит пятую часть (20%). А в Японии, Италии и Германии старшие 65+ будут составлять треть от всех жителей страны; сейчас этот процент уже >20.

Прогноз ООН к 2050 году

В РФ на сегодняшний день реализуются отдельные федеральные программы и точечные меры, а также действуют самостоятельные организации, работающие в интересах старших граждан. Но объединяющих системных институтов поддержки или единого хаба по работе с проблемами старших на всех уровнях в России пока нет.

Доля населения старше 60 в России

По данным Росстата за почти 100 лет доля населения старше 60 лет в России выросла с 7 до 23% – это каждый пятый житель. Наглядным является также ускоряющийся темп роста численности населения 60+. По стране этот процент распределен неравномерно: самыми «старыми» регионами являются Тамбовская, Тульская, Рязанская и Пензенская область, в каждой из которых доля населения 60+ превышает 30%, самыми «молодыми» – Чеченская республика и Республика Тыва – менее 15%. В лидерах по числу долгожителей Республика Северная Осетия – Алания и Москва.

Процент населения старше 60 лет

О правах и уважении

В 2017 и 2018 годах ВЦИОМ проводил исследования, посвященные пожилым людям, ярко демонстрирующие проблемы, с которыми приходится сталкиваться старшим.

76% респондентов отмечают, что люди старшего возраста обделены вниманием, а 45% считают, что к пожилым людям в нашей стране относятся без должного уважения.

Тем не менее, старшие – будущие потребители!

СУПЕРМАРКЕТЫ – ОСНОВНОЙ КАНАЛ ТРАТ ДЛЯ СТАРШИХ

По данным европейского исследования, у старших большинство трат приходится на жилье, электроэнергию и продукты. По данным Росстата 40% трат жителей России также приходится на продукты.

Факторы и барьеры старших покупателей

Физические факторы:

Быстро устают: пожилые люди быстрее устают, иногда раньше, чем собирают корзину с продуктами. Нести пакеты с покупками тяжелее, чем людям среднего возраста.

Имеют слабое зрение: зачастую не могут прочитать мелкий шрифт на этикетках товаров и ценниках, если забывают дома очки. С возрастом снижается и общая сенсорная чувствительность, не только зрение, но и, например, слух.

Раньше просыпаются и раньше активны: исследователями разных стран установлено, что люди с возрастом встают раньше и, как правило, сразу принимаются за дела. Чаще всего, это самые ранние покупатели.

Социальные факторы: несмотря на большое количество свободного времени старшие, однако, зачастую имеют меньше возможностей досуга: мероприятий для старших меньше, а круг общения может быть сужен. Здесь уместно будет напомнить о продолжении реализации проекта по развитию центров местных сообществ. **По итогам** 5 месяцев работы пилота гости, особенно старшего возраста, отмечали, что благодаря подобным инициативам с местными жителями пространство магазина выглядит более «тёплым и живым», изменения вызывают позитивный эмоциональный отклик.

Что можно сделать, чтобы улучшить ситуацию?

В супермаркетах Великобритании в определённые дни открыты кассы, которые поддерживают идею медленного и спокойного шоппинга. В исследованиях старшие сообщили, что ценят возможность пообщаться с персоналом, другими



покупателями и не чувствовать спешки.

Медленные кассы являются решением сразу нескольких проблем, с которыми сталкиваются старшие, например, снижение физических возможностей, давление эйджизма и уменьшение круга общения.

Как ритейл сегодня может облегчить и улучшить свой сервис для пожилых людей?

Важно прорабатывать улучшения магазинов, используя следующие моменты:

- Посещение супермаркетов для старших – вид досугового мероприятия.
- Старшие планируют рацион, покупки и посещение магазина заранее.
- Старшие часто дробят одну большую закупку на несколько небольших и ходят в магазин чаще.
- При наличии рядом нескольких магазинов старший покупатель выберет тот, в котором персонал приветливее и больше помогает.
- Старшие стараются выбрать наименее загруженное в магазине время для посещения.
- Старшие испытывают давление очереди на кассе, когда оплачивают и собирают свои покупки на кассе, если не могут это делать в быстром темпе.

Не требующие значительных затрат и ресурсов проекты по прототипированию и повсеместному внедрению могут быть следующими:

- Увеличительные стекла у полок. Помогут быстрее и лучше прочитать мелкий шрифт ценника и состава продукта.
- Облегченные тележки. Помогут старшим со сниженными и ограниченными возможностями к передвижению комфортнее совершать покупки.
- Медленные кассы. Могут помочь тем, кто не способен или не хочет быстро собирать свои покупки. Кроме того, кассиры на этих кассах должны быть обучены взаимодействовать со старшими и/или обладать особыми личными качествами.
- Сидения в супермаркете. Чтобы было где отдохнуть или присесть в случае недомогания или пока члены семьи выбирают продукты и ждут в очереди к кассе.

Источник: X5 Group

[Ссылка на публикацию](#)