



UNC  
CONSUMATORI.IT

## **SUPERMERCATI: cosa chiedono i consumatori dalla moderna distribuzione**

23 Giugno 2015

Fare la spesa è un'esigenza a cui nessuno può sottrarsi, ma può anche diventare più piacevole di altre incombenze casalinghe. Come? Basterebbe organizzarsi con lista alla spesa alla mano e buona volontà, certamente, ma non guasterebbe anche una maggiore attenzione del mondo della grande distribuzione per i consumatori.

Quali sono gli aspetti che queste moderne cattedrali dello *shopping* potrebbero migliorare per rendere più facile la vita dei loro clienti? Ecco la lista delle dieci cose che non dovrebbero mancare nel nostro supermercato ideale.

- 1) Prevedere strumenti più efficaci di **interazione con la clientela**: non solo con il classico punto di ascolto presso il supermercato (o il *call center*), ma anche App e altri canali digitali come i social network;
- 2) maggiori informazioni sulla **provenienza dei prodotti**, anche oltre le previsioni normative, a cominciare dall'introduzione in etichetta dell'informazione sullo stabilimento di produzione;
- 3) divieto di collocare i **prodotti per bambini alle casse**, così da non sollecitare gli acquisti di impulso dei più piccoli;
- 4) predisposizione dei prodotti all'interno del grande magazzino secondo **le esigenze consumatore** (e non secondo le tecniche di *visual merchandising* del supermercato): quindi prima l'acqua minerale, per evitare che schiacci altri prodotti, poi prodotti in scatola, quindi i freschi come formaggi, frutta e verdura e per ultimo i surgelati vicini alla casse, per non interrompere la catena del freddo;
- 5) impegno a **non cambiare la disposizione dei prodotti** solo per disorientare il consumatore e costringerlo a peregrinare per le corsie;
- 6) indicazione del **prodotto più conveniente** per facilitare gli acquisti di chi si indirizza ai prezzi più vantaggiosi;
- 7) impegno per la **sostenibilità ambientale**: dall'uso di materiali riciclabili ai contenitori per la raccolta delle batterie esaurite, dal divieto di uso della pellicola pvc per salumi e formaggi alla installazione di termometri visibili al pubblico nei congelatori, fino alla

corretta raccolta del RAEE;

8) seri investimenti sulla **formazione degli addetti** ai punti vendita anche per introdurre nuove figure di assistenti alla clientela che possano indirizzare il consumatore per trovare i prodotti tra gli scaffali e le notizie necessarie per acquisti di buon rapporto qualità prezzo;

9) migliore **accoglienza per la clientela**: dalla disponibilità di cartellonistica sui diritti di garanzia e post-vendita alla presenza di etichette “green” e di prodotti per particolari esigenze dei consumatori, dal contenimento delle file alle casse (offrendo percorsi privilegiati o automatizzati), alla disponibilità di aree *wifi* o per la ricarica di *smartphone* o *tablet*, fino a luoghi attrezzati per i minori o gli anziani;

10) sistemi di **certificazione da parte delle Associazioni dei consumatori** sulla qualità dell'informazione, i servizi di ascolto, la sicurezza prodotti (ad esempio tramite ispezioni o attività di *mystery shopping* che consentano di pervenire al rilascio di un *trustmark* di fiducia).