

PERSONALIZZA IL TUO CARRELLO DELLA SPESA (nei supermercati)

Avete mai pensato di personalizzare gli anonimi carrelli dei supermercati - con delle semplici targhe mobili (o fisse) su cui compaiono nomi di persona, di città, di piante, di uccelli od altro, per riconoscere il proprio che si è preso in uso, ed evitare di mettere la merce che abbiamo scelto in quello degli altri (e viceversa) **e farne anche un piccolo “money-maker” per attività di beneficenza** (segue il progetto completo di schemi foto e disegni).

di Marco Biffani

INDICE

INTRODUZIONE.....Pag 1

SFRUTTARE L'IDEA PER UNA "BUONA" CAUSA.....Pag 4

INTRODUZIONE

Ormai quasi tutti andiamo in un supermercato per la spesa domestica settimanale.

Sposato/a, vedovo/a, separato/a, divorziato/a, single. Tutti. (E torniamo a casa con coppie di buste di plastica da almeno 15 Kg di peso ciascuna). Il supermercato (ed in particolare il Discount) ci consente ormai un risparmio sicuro, e i piccoli esercizi sono ormai destinati a scomparire.

I supermercati e gli ipermercati diverranno i negozi del domani. Sono quasi tutti aperti anche la domenica e i giorni festivi ed in un futuro più o meno breve, saranno aperti anche di notte.

Ormai siamo familiarizzati con quegli spazi enormi colmi di prodotti allettanti. Quei chilometrici scaffali, alti fino al soffitto, pieni di ogni merce, sia alimentare che di qualsiasi altro articolo (di recente anche dei parafarmaci).

Siamo studiati da psicologi, condizionati, plagiati, indotti a comprare di tutto di più. Entriamo per acquistare una lampadina e usciamo con una sedia sdraio, un ombrello e tante altre cose (di cui poi magari ci pentiamo).

A seconda dell'ora siamo ormai avvezzi a sopportare file più o meno lunghe alla cassa.

Siamo tempestati da locandine (grosse talora come lenzuoli!) con le offerte "speciali" settimanali o mensili dei supermercati della nostra zona, e le consultiamo per scoprire dove e su cosa si può risparmiare.

Ci assicuriamo la tessera di socio-affiliato-iscritto-sostenitore-cliente preferito per ulteriori sconti e per i premi che otterremo dopo aver accumulato migliaia di punti.

Comodi sono comodi e già in una città come Roma sono alcune centinaia. Decine infatti sono le catene, le Coop, le sigle non solo italiane, ma anche estere. E ciascuna – nella capitale - supera spesso le dieci unità. AUCHAN, GS, SMA, COOP, EUROSPIN, TUODI', STANDA, LA METRO, PANORAMA, SIGMA, TRISCOUNT, DI MEGLIO, SIDIS, GIOTTO, ELITE, TODIS, CONAD, PAM, DICO, LIDL, GROSS, INGRANDE, CARREFOUR ed altri.

Lo stesso dovunque. In tutte le città. E' ormai una tendenza di tutti i Paesi ricchi. E tutti usano pressoché gli stessi carrelli. FOTO 1 – FOTO 2



FOTO 1



FOTO 2

Quante volte, trascinando il carrello all'interno del supermercato, lo avete perso di vista nella ricerca di qualche prodotto della vostra lista della spesa? E lo avete cercato sbirciando all'interno degli altri carrelli vicini per riconoscere il vostro dalle merci già acquistate? Quante volte avete

messo qualche prodotto nel carrello di un altro e tornando a casa non avete trovato (magari) le olive per il Martini? Eppure eravate certi di averle prese per quella vostra serata “interessante”?

Quante volte avete visto delle merci abbandonate in zone non di loro competenza ? (Come se qualcuno, vedendo nel proprio carrello un prodotto messoci da qualcun altro, se ne sia sbarazzato posandolo dove capita)

Il problema non è importante. Lo capisco. Eppure nessuno ancora ha pensato a personalizzare i carrellini all’ingresso del supermercato, per riconoscerli! Almeno io non ne ho visti in giro.

Qualche volta le piccole idee possono risultare economicamente interessanti.

Ricordate il tappo a pressione delle bibite? La linguetta a strappo delle lattine della Coca Cola? Il tetrapak?

Ma più sono semplici e pratiche, e più è facile che prima o poi a qualcuno vengano in mente!

Se c’è in loro una logica, una semplicità. Ma soprattutto se soddisfano una esigenza, una necessità. Anche piccola, ma che risolve un problema. Anche contingente. Possono essere una fonte di introiti.

Perché non personalizzare i carrelli dei supermercati per poterli riconoscere anche a distanza? Per ritrovare facilmente il tuo senza fatica, confusione e perdite di tempo. Ed essere certo di riportare a casa tutto quello che hai scelto.

Si può fare con estrema facilità (ed a costo zero!).

Per evitare che altri mettano i loro prodotti nel tuo carrello o che tu metta i tuoi acquisti in quello di un altro e quando te ne accorgi magari è troppo tardi e sei già in fila alla cassa.

La soluzione è semplice. E’ sufficiente apporre una specie di cartello sulla parte superiore del carrello. Magari delle dimensioni di questo foglio di carta. Magari con lettere fluorescenti. CHE SIA COMUNQUE RICONOSCIBILE A DISTANZA

Una specie di **targa** – leggibile da entrambe le parti – che riporti –a lettere grandi – un nome di persona – di cosa – magari abbinato ad un numero di una o due cifre (per rendere i cartelli tutti diversi fra loro nella quantità necessaria). Un proverbio, il nome di una città, un disegno, una fotografia, un animale, un fiore, un minerale, una farfalla, un uccello, un prodotto casalingo etc.
ILLUSTRAZIONE 1

ILLUSTRAZIONE 1



Qualcosa di riconoscibile anche da lontano e facilmente memorizzabile.

Due semplici ganci consentirebbero di fissarlo – temporaneamente - al bordo superiore del carrello.

Si potrebbero utilizzare anche altri sistemi come palloncini gonfiati con scritto un nome, da legare con uno spago al carrello (magari sotto le feste), e sistemi analoghi. E’ il principio che conta.



ILLUSTRAZIONE 2

Se all'ingresso del supermercato, trovi – magari vicino alla fila dei carrelli a disposizione dei clienti - una serie di queste “targhe” (almeno un centinaio per ogni supermercato, tutte diverse fra loro) agganciate ad un asse, a disposizione dei clienti, in una piccola – semplice - postazione personalizzata, che ti chiede per quel servizio, una piccola monetina, la cosa può funzionare.

SFRUTTARE L'IDEA PER UNA “BUONA” CAUSA

Se per servirtene devi versare una monetina e questa è destinata anche ad una “buona” causa (motivata in chiaro sulla postazione), non ti pesa il farlo. Ti risolve un piccolo problema e fai una buona azione.

Se quel servizio è patrocinato da una Onlus in difesa di disabili, un'organizzazione missionaria, un'opera di carità, un ente di ricerca, di protezione animali, di difesa del territorio, un ospedale, o un organismo di qualsiasi altro genere laico o religioso, sono convinto che può costituire per loro un introito forse piccolo, ma che dura molte ore al giorno, tutti i giorni della settimana.

E' una forma di beneficenza che ti dà però un servizio pratico e molto semplice.

“Scegli una “targa” per il tuo carrello! Quella che ti è più simpatica e memorizzabile. Così lo riconosci fra gli altri! Non lo confondi e fai un'opera di beneficenza”.

Oppure:”Personalizza il tuo carrello per non confonderlo con gli altri, e ci dai una mano”

Oppure; “Non più confusioni, ci vuole una targa per riconoscere il tuo carrello”

Oppure:” Con una targa riconoscerai il tuo carrello e farai del bene”

Uno di questi potrebbe essere lo slogan da utilizzare.

Se il costo del cartello-targa fosse molto contenuto (fatto in Cina potrebbe essere addirittura irrisorio), potrebbe essere venduto, magari per € 0,50 / 1,00, e non ci si preoccuperebbe più della sua riconsegna. (Per attestarne l'acquisto sarebbe sufficiente che venisse timbrato nella postazione). Il cliente potrebbe arrotolarlo, metterlo nella busta della spesa e riutilizzarlo per le spese successive in ogni supermercato.

Se la targa invece dovesse essere affittata e riconsegnata all'uscita, la postazione potrebbe essere sistemata vicino alla stazione dei carrelli, in modo che, chi ripone il carrello e recupera l'Euro necessario ad utilizzarlo, possa riconsegnare la targa e.....perché no, forse versare anche quell'euro “alla causa”. O passare dall'affitto all'acquisto!

Se è previsto che la targa debba venire riconsegnata all'uscita ci si deve affidare all'onestà della gente. Ma ritengo che, poiché il sistema è destinato ad opere di beneficenza, è difficile che qualcuno se ne appropri. Anche perché l'oggetto è vistoso e (se rigido) è difficile da nascondere. Chi tentasse di appropriarsene rischierebbe una figuraccia e difficilmente se ne potrebbe servire nuovamente, o in un altro supermercato (a meno di non averlo comperato per quell'euro, proprio all'uscita, dopo averne constatato la praticità e averla accoppiata ad una buona azione).

Tenere quella targa nel bagagliaio (dove si depongono anche le buste della spesa) e servirsene ogni volta che si fa la spesa in un qualsiasi supermercato, oltre che pratico, sottolineerebbe la buona azione che si è fatta perché sulla targa ci sarebbe riportato anche il logo della Associazione di Beneficenza che l'ha proposta.

Se poi queste targhe dovessero essere comunque riconsegnate, sarebbero gli stessi "clienti" a riagganciarle sull'asse della postazione all'uscita.

C'è il problema del recupero delle monetine, ed il rischio che qualche malintenzionato si appropri del piccolo contenitore fissato stabilmente nella postazione.

Si potrebbero fare alcune ipotesi al riguardo:

1) Che l'Associazione di beneficenza promotrice si accordi con la Direzione del Supermercato (che comunque deve dare il suo benestare per questa operazione meritevole) per far sì che quest'ultima, ogni sera, si faccia carico di raccogliere - con apposite chiavi - le monetine dal contenitore e le versi all'Associazione con un bonifico (magari aggiungendoci del proprio per la "causa"!).

2) Che l'Associazione di beneficenza promotrice, con il mezzo di trasporto di un proprio funzionario responsabile, faccia il giro dei vari supermercati per ridurre i tempi di giacenza delle monete nei vari contenitori, e ridurre il rischio di furto.

3) Che l'Associazione di beneficenza promotrice disponga un proprio elemento vicino alla postazione, che curi la consegna, il ritiro e, a fine giornata, anche il recupero del denaro.

Potrebbe essere **anche la sola presenza di una persona disabile** a dare importanza, regolarità e maggior credibilità all'operazione. Anche se questa persona non facesse alcunché. La sua sola presenza renderebbe ancora più motivato l'atto di beneficenza, e, senza chiedere nulla, potrebbe dare maggiore impulso all'operazione e dare a questi infelici il modo di impiegare fruttuosamente il proprio tempo e - svolgendo un incarico - sentirsi utili e produttivi.

E' ovvio che, in questo caso, un pulmino dell'Associazione dovrebbe, ad orari fissi, portare sul posto queste persone e recuperarle a fine giornata insieme al denaro.

In alternativa, nella postazione potrebbero essere presenti, studenti, volenterosi e benefattori che, a fine giornata potrebbero curare anche la consegna del denaro all'Associazione.

Qualora si optasse per la presenza di un volontario attivo della Associazione nella postazione, per conquistare la benevolenza ed ottenere il permesso della Direzione del Supermercato, a consentire la presenza della "postazione" nell'ambito del proprio esercizio, l'Associazione potrebbe proporre al supermercato alcuni semplici "favori" che il volontario potrebbe svolgere.

Il recupero delle "targhe" dimenticate sui carrelli nei box, il controllo degli stessi carrelli, il tenere gli occhi aperti in caso di ingresso di persone indesiderate nell'esercizio e di fatti degni di nota che si svolgano all'ingresso e avvertirne la direzione. Il mettere a disposizione il tavolino della postazione per la consegna di locandine e avvisi del supermercato etc.

Questo non configurerebbe un lavoro vero e proprio e quindi un incarico soggetto a contributi e assicurazioni. Ma potrebbe comunque risultare utile al supermercato.

Il costo della operazione complessiva sarebbe contenuto. Comunque proporzionale al numero dei Supermercati che si sarà convinti ad accettare nei propri locali (o fuori di essi), una postazione della Associazione.

Ciascuna “postazione” comprenderebbe una composizione (smontabile) costituita da tre pareti di plastica cernierate, con 2 o 3 o 4 tubi orizzontali – (che, una volta montati, irrigidirebbero la composizione), sui quali agganciare, ben in vista, le “targhe” e mostrare, sia sulle superfici esterne che in quelle interne, il perché è comodo personalizzare i carrelli del supermercato, e a chi vanno e perché i soldi dell’affitto (o dell’offerta libera).

E da una specie di salvadanaio-cassafortina con la fessura per le monete, fissata su una delle tre pareti. ILLUSTRAZIONE 3

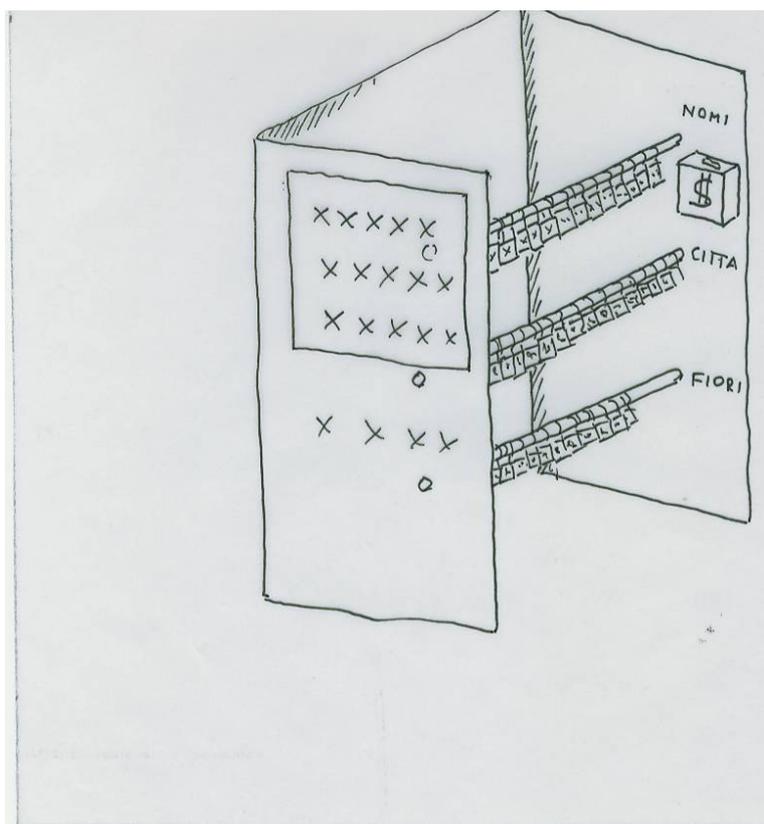


ILLUSTRAZIONE 3

Le targhe (se fossero da riconsegnare) dovrebbero essere almeno un centinaio. Di più se il supermercato è molto grande. Il loro numero dipende da quante persone sono presenti contemporaneamente nell’esercizio, dalla loro rotazione fra chi entra e chi esce, e dalla percentuale di chi se ne serve.

Il discorso è diverso se le “targhe” si vendono o sono a perdere. Il loro numero dipenderà dal loro successo.

Queste potrebbero essere realizzate anche dagli stessi elementi dell’Associazione.

Al più si potrebbe aggiungere un piccolo tavolino, una sedia per il volontario dell’Associazione e materiale promozionale dell’Associazione, da consegnare o da far ritirare direttamente dai clienti.

Il costo complessivo dell’operazione dipenderebbe dal numero totale delle postazioni complete da realizzare, e questo scaturirebbe dai Supermercati che accettassero di farsene Patrocinatori (senza alcuna spesa) – e con l’orgoglio di favorire una meritoria operazione di beneficenza.

Ma soprattutto questa operazione **potrebbe risultare quasi sicuramente a costo zero.**

Sarebbe facilmente reperibile, infatti, fra le migliaia di Case Produttrici di prodotti PRESENTI ALL’INTERNO DEL SUPERMERCATO lo SPONSOR (O GLI SPONSOR) della iniziativa che, volentieri, porrebbero il loro logo sulle pareti delle postazioni.

Sono certo che il loro numero sarebbe di gran lunga superiore alle necessità dell’iniziativa.

L'Associazione benemerita potrebbe puntare anche ad un solo Sponsor che si facesse promotore - in esclusiva - dell'iniziativa, tipo: Coca Cola, Mac Donald, Rana, Barilla, Fiorucci, Oliveto etc. Basterebbe chiedere.

In questo caso l'autorevolezza di un Testimonial della Associazione potrebbe essere premiante.

Se la causa è giusta non ci dovrebbero essere problemi. La beneficenza paga.

Su una delle superfici della postazione si potrebbe disporre una grande lavagna classica, nera, con un gessetto (o una di quelle di plastica con una leva a scomparsa) sulla quale (dietro una offerta libera - giornaliera - alla Associazione), il produttore XX potrebbe comunicare alla clientela del Supermercato che nello Stand dei formaggi, è in promozione la mozzarella di bufala fresca di giornata, oppure che nello stand YY c'è, oggi, una vendita speciale, o che nello stand ZZ c'è la dimostrazione pratica di una crema dermatologica per pelli delicate!

In questo modo la "postazione" potrebbe diventare anche produttrice di pubblicità per le stesse merci presenti nel supermercato, per renderne edotti i clienti in entrata, (che si abituerebbero anche a consultarla per la loro convenienza). E quindi sarebbe un ulteriore introito - immediato - per la Associazione di beneficenza promotrice.

Per rendere la postazione "ancora più utile ed amichevole" - su un'altra delle tre pareti si potrebbe disporre una "bacheca" nella quale, chi ne ha necessità, potrebbe apporre un piccolo messaggio di ricerca, di smarrimento, di proposta di impiego, di offerta, di vendita, che avrebbe una platea sterminata di lettori (tutti noi). ILLUSTRAZIONE 4

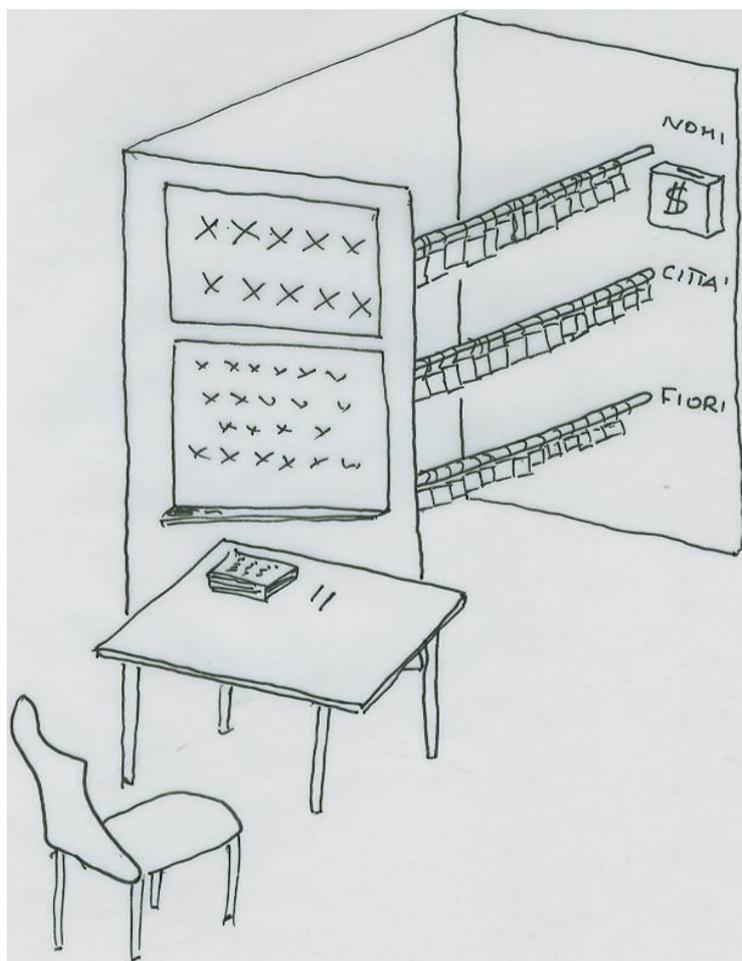


ILLUSTRAZIONE 4

Una tappa - gradita - da visitare comunque, all'ingresso del Supermercato, dopo aver ritirato il carrello e prima di iniziare la spesa

Ma sono certo che se questa operazione non si farà al più presto, rapidamente e non sarà attivata nel maggior numero di Supermercati **contemporaneamente**, presto sarà copiata e realizzata da altri. E' troppo semplice e pratica.

Mi stupisce che qualche supermercato non abbia ancora pensato a regalare ai propri clienti una targa rimovibile - con il proprio logo - per personalizzare i carrelli (magari facendola pagare o inserendola fra i regali a punti! (Magari sponsorizzata da un fornitore).

Anche per fidelizzarli.... E farsi ulteriore réclame - mostrando il proprio logo - anche in altri supermercati presso i quali dovesse essere utilizzata allo stesso scopo.

O che una fabbrica di carrelli non li produca – con una targa incorporata – uno diverso dall’altro, magari ingentilito, ciascuno, da una bella fotografia – plastificata – con il nome di una Città Italiana! Di un Fiore! Di un Uccello!

Siamo giornalmente tempestati da dépliant, pieghevoli, locandine, e plichi, con allegati bollettini di Conto Corrente con richieste relative a interventi caritatevoli, per un pozzo d’acqua nel Belize, per una scuola in Mozambico, per una adozione a distanza, per la costruzione di un ospedale, per missionari, portatori di handicap, malati di HIV etc.

Personalmente ne ricevo almeno una decina a settimana, per un totale di oltre 3000 ogni anno!

Ritengo però che, per avere successo, per suscitare un moto dell’animo che persuada a mettere le mani in tasca alla gente, che induca qualcuno ad un versamento di danaro, anche piccolo, si debba dare (purtroppo!) anche qualcosa in cambio.

Magari poco, ma che faccia superare quella grossa “soglia” che intercorre tra la pietà che si prova, il nostro naturale empito di solidarietà, la carità che vorremmo fare a tutti per superare il nostro senso di colpa, *ed il freno indotto dalla nostra avarizia!*

Hanno successo quelle campagne (soprattutto per la ricerca contro malattie invalidanti) in cui a fronte di un piccolo importo, si ricevono fiori, frutta e oggetti utili.

L’idea che propongo, fa parte di quest’ultima categoria.

Risolve un piccolo problema pratico che si presenta a tutti settimanalmente. Dà qualcosa e richiede pochissimo in cambio. Ma nel tempo e con continuità può risultare vincente per quella Associazione Caritatevole, per quell’Organismo che si occupa della ricerca su una malattia, o per quell’Ente religioso che se ne farà promotore per primo.

L’idea dovrebbe essere depositata e protetta ufficialmente in qualche modo (come modello di utilità?) per cercare di averne oltre che la primogenitura, anche l’uso esclusivo.

Questo anche perché, prima o poi, qualche supermercato o qualche costruttore di carrelli produrrà - in prima assoluta in Italia (e forse nel mondo) - il “carrello personalizzato”(con le serie: “città” - “animali” – “fiori”...)

O qualche Sponsor, per incrementare le sue vendite nei supermercati, si farà promotore dell’iniziativa!

(L’altro giorno ero in un supermercato e – per riconoscere il mio carrello fra i tanti - sono stato tentato di poggiarvi il mio berretto, ben in vista. Poi ho pensato che a qualcuno sarebbe potuta venire la stessa idea, o correvo il rischio di non trovarlo più!)

Quanto potrebbe valere questa idea se l’Associazione di beneficenza - proprietaria del modello di utilità - la proponesse – in esclusiva – ad una catena di supermercati che ha centinaia di esercizi in tutto il mondo?

ELENCO DELLE FOTO (dell'autore)

N° 1 – Pag 2 – Gruppo di carrelli davanti ad un supermercato

N° 2 - Pag 2 – Carrelli parcheggiati in sosta festiva

ELENCO DELLE ILLUSTRAZIONI (dell'autore)

N° 1 – Pag 3 – Una targa con un uccello attaccata con due ganci ad un carrello . Ed un'altra con il nome e la foto di una città su un altro carrello, che si incrociano all'interno di un supermercato.

N° 2 – Pag 4 –Un palloncino con nome femminile attaccato ad un carrello, per distinguersi.

N° 3 – Pag 6 – Una postazione costituita da tre pareti irrigidite da tre tubi orizzontali sui quali sono attaccate alcune decine di targhe con due ganci ciascuna. Alcune scritte spiccano sulle pareti e compare un salvadanaio-cassafortina attaccata su una parete.

N° 4 – Pag 7 – Una postazione analoga alla precedente con bacheca su una parete, una lavagna sull'altra, un piccolo tavolino con sopra dei dépliant e delle penne ed una sedia.