

Miliardy lidí na celém světě se potýkají s různými zdravotními problémy. Nevidomým s rozpoznáváním produktů během nákupu i v domácnosti pomáhají nejrůznější technologické novinky

13.3.2024 - | PROTEXT

Na nákupu stráví až několik hodin

Zajít si do obchodu a nakoupit jídlo, kosmetiku a další každodenní potřeby není pro běžného člověka problém. Když spěcháme, přijdeme do obchodu, rychle vybereme vše potřebné a míříme k pokladně. Pro nevidomé a slabozraké osoby je však nákup v klasických obchodech stále velký problém. Podle průzkumu jim trvá až 30 minut, než získají o produktu dostatek informací a zjistí, k čemu slouží a jak se používá. Rozeznat šampon od kondicionéru je takřka nemožné, stejně jako se třeba rychle vyznat v druzích pracích kapslí či zubních past.

Některé rady, které lidem se zrakovou poruchou usnadní nákupy, přibližuje nevidomá Andrea Hlaváčková: *"Při nákupu je pro nevidomé důležité, aby se co nejméně měnil obsah regálů a jejich rozmístění v obchodu. Když chci jít sama nakupovat, mám naučené, co kde najdu, a samostatně se tam dostanu. Občas se navíc může stát, že člověk trpící zrakovou poruchou potřebuje pomoc od zaměstnance. Je proto dobré instruovat personál, že tato situace může nastat a nevidomý bude chtít asistenci při nákupu. V neposlední řadě je také důležité dát slabozrakému nebo nevidomému člověku dostatek času na nákup a neomezovat ho a nepopohánět ve výběru."*

V současnosti se proto řada firem a značek snaží udělat své produkty co nejvíce přístupné i pro osoby se zrakovou vadou. Existují například aplikace, které pomocí skenu kódu umístěného na produktu samy poznají, o jaký produkt se jedná, a člověku se zrakovým postižením během chvilky přečtou veškeré potřebné informace. Společnost Procter & Gamble navíc zavádí na své produkty také hmatové značení, které za použití různých symbolů jednoduše odliší jednotlivé produkty - na pracích kapslích Ariel je třeba umístěný jednoduchý hmatový symbol pračky.

Žena, která stojí za inovacemi pro miliardy zrakově postižených spotřebitelů

Jednou z nejinspirativnějších osobností v oblasti zavádění inkluzivních a přístupných produktů je bezpochyby Sam Latifová, první vedoucí společnosti P&G v oblasti přístupnosti produktů. Sam se narodila se vzácným onemocněním, kvůli kterému přišla do svých 16 let o 97 % zraku. To však Sam nezastavilo a v roce 2000 začala pracovat ve společnosti Procter & Gamble v IT oddělení. Postupně začala pracovat na osvětě svých kolegů a vedení společnosti a pomocí Disability Challenge jim ukázala, jak je obtížné používat produkty, když člověk trpí postižením - jak náročné je se zrakovou vadou rozeznat šampon od kondicionéru nebo jak složité je se sníženou pohyblivostí rukou nasadit děťátku plenku Pampers.

Postupně se vypracovala na vedoucí pozici a nyní je zodpovědná za vývoj více než 65 značek. Sam Latifová, která ve světě P&G vede revoluci přístupnosti, je hrdinkou bez pláště. Přestože sama ztratila většinu zraku, její vize světa bez bariér je ostřejší než kdy jindy. Sam a její tým se snaží neustále hledat nové cesty k větší přístupnosti produktů. Sam ke svému poslání dodává: "Žít ve

světě, kdy jste součástí menšiny, vás činí odolným a buduje váš charakter. Mým posláním je vybudovat takový svět, který bude inkluzivnější a přístupnější pro lidi s postižením. A právě díky své osobní zkušenosti vím, jak frustrující je žít ve světě, kde něco není přístupné. Musíme se zaměřit na rozpoznávání a odstraňování bariér a více zapojit lidi s postižením do tvorby produktů. To je mise, na kterou jsme se já i společnost Procter & Gamble společně vydali."

Produkty, které nedělají rozdíly

Mezi přístupné produkty každodenní potřeby, které můžeme nalézt v českých obchodech, patří třeba prací kapsle Ariel a vonné perličky Lenor Unstoppables, které disponují technologií NaviLens. Technologii NaviLens si můžeme představit jako GPS pro nevidomé v supermarketu. Tato revoluční technologie umožňuje vašemu telefonu "vidět" a "číst" informace o produktech jedním stisknutím. Stačí naskenovat kódy umístěné na produktech a aplikace sama přečte veškerá důležitá data o výrobku. NaviLens také pomáhá s nalezením produktu v regálech.

Kromě technologie NaviLens disponují kapsle v kartonovém boxu Ariel EcoClic unikátním designem, který umožňuje snadné otevření osobám se sníženou pohyblivostí rukou. Krabičky jsou vybavené také taktickým značením ve formě symbolu pračky. Tyto symboly nejsou založeny na Braillově písmu, ale jedná se o hmatové ikony, které umožňují lidem se zdravotním postižením snadno a rychle poznat, o jaký výrobek se jedná, a to bez ohledu na národnost nebo rodný jazyk. Hmatovým značením jsou vybavené i šampony a kondicionéry Herbal Essences. Díky symbolům na zadní straně lze od sebe snadno rozeznat – šampon má pruhy a kondicionér tečky. Také tekutý prostředek na mytí nádobí Fairy má speciální láhev, u které je třeba méně síly v ruce a zápěstí, aby se tekutina dostala ven. Kartáček Oral B má některé funkce, jako je například citlivý režim, které jsou více vhodné pro osoby se zdravotním postižením.

Převratnou novinkou jsou také žiletky Gillette Treo, které umožňují lidem s omezenou pohyblivostí rukou snadné a bezpečné holení. Díky jedinečnému designu holicího strojku můžete snadno oholit i někoho jiného.

Přístupná je také reklama. Společnost P&G již ve všech střeoevropských zemích používá ve své reklamě zvukový popis a titulky a také všechny lokální webové stránky jsou přístupné osobám se zrakovým postižením.

Ve společnosti Procter & Gamble nejde jen o vytváření produktů, ale také o vytváření zkušeností. Proto P&G motivuje své týmy designérů k tomu, aby spolupracovali s osobami se zdravotním postižením pro inspiraci v designu. Inspirace lidmi s postižením totiž vede k výsledku, který myslí na každého a tvoří lepší svět bez rozdílů.

ČTK Connect ke zprávě vydává obrazovou přílohu, která je k dispozici na adrese <https://www.protext.cz>.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/miliardy-lidi-na-celem-svete-se-potykaji-s-ruzny-mi-zdravotnimi-problemy-nevidomym-s-rozpoznavanim-produktu-behem-nakup-u-i-v-domacnosti-pomahaji-nejruznejsi-technologicke-novinky/2492239>