

Hulpmiddelen voor consumenten met visuele beperking

Op naar toegankelijke productinformatie?

Voor mensen met een visuele beperking is inkopen doen geen sinecure. Niet te verwonderen dus dat ze enthousiast reageren op initiatieven die het winkelen vergemakkelijken. *StoreCheck Magazine* liet zijn licht schijnen op enkele innovaties die meer specifiek de productinformatie toegankelijker maken.

Op 6 juli heeft het Europees Parlement ingestemd met nieuwe regels voor voedsel-etiketten (1). Volgens de nieuwe regelgeving moeten etiketten een voedingswaardetabel bevatten zodat ze duidelijke informatie verschaffen over de hoeveelheid calorieën, vetten, suiker en zout. Even was er sprake van dat de etiketinformatie ook in braille moest aangebracht worden, maar deze bepaling is uiteindelijk niet opgenomen in de verordening. Dit betekent echter niet dat de Europese parlementsleden niet bekommerd zijn om de toegankelijkheid van productinformatie voor mensen met een visuele beperking. "Er beweegt wel degelijk een en ander", zo vertelt ons Harry Geyskens, algemeen coördinator van de Belgische Confederatie voor Blinden en Slechtzienden (BCBS) en namens BCBS vertegenwoordiger van België bij de Europese Blinden Unie (EBU).

EUROPESE DRUK

Wat blijkt? Op 23 maart hebben vijf Europese parlementsleden een schriftelijke verklaring ingediend over een vrijwillig systeem van etikettering in brailleschrift op de verpakking van industriële producten (2). "Maar liefst 447 parlementsleden hebben deze verklaring ondertekend", meldt Harry Geyskens. "Door deze verklaring aan te nemen, dringt het Europees Parlement er bij de Europese Commissie op aan om een studie op te starten over de kosten, doeltreffendheid en haalbaarheid van de invoering op Europees

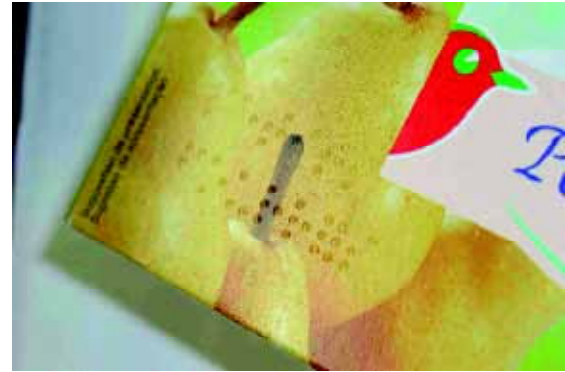
niveau van een vrijwillig systeem van etikettering in brailleschrift. Omdat niet alle blinde personen braille kunnen lezen, moet tijdens de voorgestelde raadpleging ook worden gezocht naar alternatieve methoden om de informatie op de verpakking toegankelijker te maken."

Harry Geyskens is opgezet met dit Europese initiatief. "Gezien meer en meer retailers en toeleveranciers grensoverschrijdend werken, is een Europese aanpak aangewezen. Maar dit betekent niet dat lidstaten, distributeurs en toeleveranciers intussen zelf geen actie kunnen ondernemen om de productinformatie toegankelijk te maken voor blinde en slechtziende consumenten. Ik hoop ten stelligste dat de Belgische bedrijven hun verantwoordelijkheid zullen opnemen."

BRILLESCHRIJF OP AUCHAN-PRODUCTEN

Auchan heeft alvast niet op Europese regels gewacht alvorens in actie te schieten. In 2000 liet de Franse retailer onderzoeken hoe het de verpakking van zijn parfumerieproducten van eigen merk meer grip kon geven. Bij de ontwikkeling van het gripsysteem kwamen de verpakkingsspecialisten tot de vaststelling dat ook een aanduiding in braille technisch mogelijk was. Daarop startte Auchan in samenwerking met de organisatie 'Donne-moi tes yeux' en met fabrikanten en verpakkers van hun huismerkproducten een grootschalige studie naar de wenselijkheid en haalbaarheid van brilleschrift op de verpakkingen. Na twee jaar studiewerk verschenen eind 2001 de eerste Auchan-producten met braille-opschrift in de winkelrekken.

Intussen zijn meer dan 1500 Auchan-producten voorzien van brailletekens. Ze geven uitsluitend informatie over het type product, bv. 'melkchocolade'. De brailletekens worden rechtstreeks op de verpakking gedrukt of op een sticker die op de verpakking wordt aangebracht. Deze producten worden verkocht in de Auchan-hypermarkten en Simply Market-supermarkten in Frankrijk, Spanje en Portugal. Klanten die blind zijn, reageren enthousiast omdat dankzij deze maatregel hun autonomie toeneemt. Het gaat daarbij



Auchan liet op meer dan 1500 huismerkproducten informatie in braille aanbrengen.



In Zwitserland stellen zowel Coop als Migros hun data ter beschikking voor Woodscan (vroegere naam: Milestone).

niet zozeer over de autonomie bij het winkelen (de meeste personen die blind zijn, laten zich in winkels begeleiden door een ziende), maar des te meer over de autonomie bij het gebruik van de etenswaren. Dankzij de braille-informatie, weet de blinde persoon wat in welke verpakking zit en hoeft hij zelf geen hulpmiddeltjes met stickers of plakband te bedenken.

HULPMIDDELEN IN DE KEUKEN

Voor blinde en slechtziende personen die het brailleschrift niet beheersen, zijn er gelukkig andere hulpmiddelen voorhanden. "Een ervan is de Touch Memo, een systeem waarmee blinde en slechtziende personen zelf labels kunnen maken", vertelt Ivo Van Genechten van Integra Belgium, een firma die hulpmiddelen verdeelt. "Je spreekt de informatie over het product zelf in en drukt het label af op een sticker die je aanbrengt op het product. Als je met de pen over het label gaat, wordt die informatie voorgelezen." Ivo Van Genechten is zelf slechtziend en



PocketShopper herkent meer dan drie miljoen producten die in Duitsland verkocht worden.

ondervindt dus dagelijks wat het betekent om 'op de tast' in de keuken aan de slag te gaan. "De meeste mensen met een visuele beperking kunnen zich goed behelpen met een scanner of spraaksoftware, maar die zijn meestal aan hun computer gekoppeld. Op andere plaatsen in huis en op verplaatsing moeten ze het zonder die hulpmiddelen stellen. Daar kan de gsm ondersteuning bieden."

Een gsm die helpt om producten te identificeren, dat vraagt om een woordje uitleg. "Op mijn gsm heb ik naast spraaksoftware ook TextScout van de Duitse firma Elumo

geïnstalleerd. Als ik dat programma activeer en de gsm boven een bedrukt vlak houd, kan ik daarvan een foto nemen. Het beeld wordt voor herkenning doorgestuurd naar een server waar OCR-software het omzet in tekst. Even later ontvang ik op mijn gsm de tekst die ik kan uitvergroten op het scherm van mijn gsm of laten voorlezen met het spraakprogramma. Het is een handig hulpmiddel om bijvoorbeeld de gebruiksaanwijzing en de kooktips op een doos rijst te kunnen 'lezen', informatie die je moeilijk allemaal aan een zelfgemaakt label kunt toevoegen omdat je dan uren zou zoet zijn met het labelen van producten en daarbij hulp van een ziende nodig hebt."

SLIMME BARCODESCANNER

Met TextScout kan een blinde of slechtziende persoon niet veel aanvangen in de supermarkt, onder meer omdat je een stabiele ondergrond nodig hebt om je ellebogen op te laten rusten op het moment dat je de foto neemt en omdat de vorm of het materiaal van sommige verpakkingen niet altijd geschikt is voor omzetting naar tekst. Bovendien lukt de uitwisseling van gegevens met de server niet altijd omdat er geen GPRS-netwerk is.

Net daarom is Ivo Van Genechten bijzonder opgetogen dat Elumo vorig jaar PocketShopper op de markt bracht. PocketShopper bestaat uit een kleine scanner (ongeveer 5 op 3 cm) en een softwareprogramma dat rechtstreeks op de geheugenkaart van de gsm wordt geïnstalleerd. De scanner staat in verbinding met de gsm via Bluetooth. Nadat de gebruiker de software heeft geactiveerd, gaat hij met de scanner over de verpakking van het product waarover hij meer informatie wil. Zodra de scanner de barcode vindt, weerklinkt een geluidssignaal en wordt de informatie uit de barcode omgezet in tekst, in gesproken versie of op het scherm. "In de handleiding staan tips waar de barcode meestal te vinden is. Doordat de scanner een ruim bereik heeft, hoef je bovendien het toestel niet vlak boven de barcode te houden om resultaat



© Jon Super

Braille bij Sainsbury's

Bij Sainsbury's Woolton in Liverpool zijn sinds midden september brailletekens aangebracht op de schapverdelers in de foodafdeling. De aanduidingen in braille zijn een initiatief van de plaatselijke winkelmanager, die zijn plan voorlegde aan het hoofdkantoor. Daar werd het persoonlijk goedgekeurd door topman Justin King. Sainsbury's Woolton werkte voor de uitwerking van het plan samen met de Royal National Institute of Blind People (RNIB) en lokale blindenorganisaties. Voorlopig is nog niet duidelijk of Sainsbury's de toepassing zal uitrollen in andere vestigingen.



Casino test een gsm-applicatie die de klant toelaat om de informatie die vervat zit in een chip op het schaplabel weer te geven op zijn gsm.

te bereiken. Dat is heel belangrijk, want wie niets of bijna niets ziet, weet natuurlijk niet waarop hij die scanner precies moet richten."

SAMENWERKING MET RETAILERS

PocketShopper kan alleen maar informatie geven als het gescande product zit opgeslagen in de database. Het aanleggen van die databases vormde een van de grootste uitdagingen bij de ontwikkeling van PocketShopper. "Elumo is gevestigd in Duitsland, dus zijn we eerst met een database voor de Duitse markt gestart", vertelt Martin Lautzas van Elumo. "Het heeft ons veel geld en tijd gekost om de database samen te stellen. We klopten aan bij supermarktketens, sectororganisaties en data suppliers. Sommige retailers reageerden eerder afwachtend, maar zodra de toepassing gelanceerd was, gingen veel 'twijfelers' alsnog overstap. Momenteel 'herkent'



Met TextScout kan je een foto van een bedrukt vlak nemen en die laten omzetten in tekst.

PocketShopper meer dan drie miljoen producten die in Duitsland verkocht worden, waaronder één miljoen voedingswaren, één miljoen boeken en één miljoen cd's. Ook de huismerken van Aldi, Lidl, Netto, Penny, Plus, Norma, dm, Schlecker, Rossmann en Müller zijn opgenomen in de database."

Elumo plaatst om de zes tot negen maanden een update van de database op zijn website, zodat PocketShopper-gebruikers die daar kunnen downloaden en installeren op hun gsm. "Bij de volgende update zal de Duitse database zo'n vijf miljoen producten bevatten", legt Martin Lautzas uit. "We zoeken nu partners om databases aan te leggen voor andere Europese landen zodat mensen met een visuele beperking ook daar kunnen gebruikmaken van PocketShopper. Integra is druk doende om als verdeler in België ook Belgische retailers over de streep te trekken om hieraan mee te werken."

FUNCTIES EN GEBRUIKSPRIJS

PocketShopper geeft in eerste instantie de naam en het merk weer, soms ook andere gegevens zoals het gewicht of allergenen-informatie... De gebruiker kan daar met de opnamefunctie bijkomende gegevens aan toevoegen die voor hem nuttig zijn tijdens het winkelen of het koken. Prijsinformatie is niet beschikbaar. Martin Lautzas: "De prijs verschilt van winkel tot winkel en verandert heel frequent. Daardoor kunnen we die niet opnemen in onze database."

Ivo Van Genechten wijst op enkele andere nuttige functies: "Als het programma het product niet herkent, kan de gebruiker zelf het product toevoegen aan de database op zijn gsm zodat PocketShopper de volgende keer het product wel herkent. Bij de

software krijg je standaard 100 stickers met een barcode. Je scant de barcode, spreekt zelf de informatie in die je aan die barcode wenst te koppelen en plakt de sticker op het product. Superhandig om bijvoorbeeld etenswaren in de koelkast en de diepvriezer mee te labelen."

Hoe zit het met de prijs van de mobiele toepassingen? Martin Lautzas: "TextScout kost ongeveer 700 euro. Zowel België als Duitsland voorzien in een tussenkomst voor de aankoop van het programma als het deel uitmaakt van de werkuitrusting. Voor privégebruik is er spijtig genoeg geen terugbetaling. PocketShopper kost in Duitsland ongeveer 2000 euro en wordt ook voor privégebruik terugbetaald door de ziekteverzekering. Voor België ligt de prijs nog niet vast."

TESTWINKEL CASINO

Als we het hebben over hulpmiddelen voor supermarktklanten, moeten we zeker ook Woodscan van de Zwitserse firma Bones vermelden. Het is net als PocketShopper een barcodelezer, met dat verschil dat de software niet op de geheugenkaart van de gsm staat, maar op een makkelijk te bedienen toestel dat bij de scanner geleverd wordt. Het toestel is sinds juli 2010 beschikbaar in Zwitserland. Zowel Coop als Migros stellen hun data ter beschikking, waardoor de Zwitserse database ongeveer 85% van de Zwitserse producten dekt. Bones heeft intussen ook databases voor Duitsland, Oostenrijk en de VS.

Een laatste initiatief dat zeker het vermelden waard is, is dat van Casino in Frankrijk. De groep sloot een uniek samenwerkingsverband af met het 'Institut de la Vision',

Toegankelijke supermarkten

Het spreekt voor zich dat productinformatie niet de enige struikelblok is voor blinde en slechtziende supermarktklanten. Ook de locatie, de signalisatie, de verlichting, de routing, het verpakkingsdesign en de informatie op het internet bepalen mee in welke mate een winkel toegankelijk is voor deze consumenten. Daarop komen we uitgebreid terug in een latere editie van *StoreCheck Magazine*.

het onderzoekscentrum van het nationale Franse oftalmologisch ziekenhuis 'Quinze-Vingts' in Parijs. Samen met het Institut de la Vision inventariseerde Casino op een wetenschappelijk onderbouwde manier de knelpunten waarmee slechtziende klanten geconfronteerd worden. In mei 2011 werd in het Institut de la Vision een winkellaboratorium geopend waar nieuwe hulpmiddelen en aanpassingen aan bijvoorbeeld verpakkingen, verlichting en website beoordeeld worden door een panel van slechtziende personen. Casino test er onder meer een gsm-applicatie die de klant toelaat om de informatie die vervat zit in het schaplabel weer te geven op zijn gsm. Om de informatie op te halen, volstaat het om met de gsm over een chip te schuiven die opvallend is aangebracht op het schap. De grote troef van deze applicatie is dat ze ook informatie over de prijs geeft. Bovendien kan ze gekoppeld worden aan een persoonlijk profiel dat de gebruiker op voorhand kan instellen. Hij kan bijvoorbeeld invullen dat hij allergisch is voor gluten. Scant hij een product dat gluten bevat, dan krijgt hij een verwittiging. Een ding staat vast: nieuwe technologieën bieden tal van mogelijkheden om klanten met een visuele beperking een groter winkelgemak en -plezier te bezorgen. Wie neemt in België het voortouw en neemt deze uitdaging op in zijn CSR-strategie?

Frederika Hostens

(1) Standpunt van het Europees Parlement in tweede lezing vastgesteld op 6 juli 2011 met het oog op de aanneming van Verordening (EU) nr. .../2011 van het Europees Parlement en de Raad betreffende de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten.

(2) Europees Parlement, schriftelijke verklaring nummer 0014/2011, ingediend op 23 maart 2011 en aangenomen op 23 juni 2011.