**Actieplan Detailhandel**

**A. Inleiding & doelstelling**

**Detailhandel Nederland**

Detailhandel Nederland behartigt de collectieve belangen van winkeliers. Detailhandel Nederland is de vereniging van het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL), de Nationale Winkelraad (NWR) van MKB-Nederland en de Raad Nederlandse Detailhandel (RND) en verbindt hiermee 24 brancheorganisaties uit het midden- en kleinbedrijf en grootwinkelbedrijf. Het actieplan dat voor u ligt, kan als voorbeeld dienen voor deze brancheorganisaties. Detailhandel Nederland zal haar leden inspireren en motiveren om een eigen branche-actieplan op te stellen met dit format als handvat.

In de Nederlandse detailhandel werken bijna 700.000 mensen in 100.000 winkels en ambachten. Hiermee is de detailhandel de grootste werkgever in Nederland. De omzet van de detailhandel bedroeg in 2016 ruim 100 miljard.

**Vergroten bewustwording, vergroten toegankelijkheid**

Detailhandel Nederland onderstreept het belang van verdere bewustwording van het onderwerp toegankelijkheid bij winkeliers. Een beperking wordt immers pas een belemmering als de retailer of het personeel er helemaal geen rekening mee houdt. Gelukkig wordt er in vrijwel elke winkel al gewerkt vanuit het principe van klantvriendelijkheid. Iedereen is welkom. Belangrijk is ervoor te zorgen dat ook iedereen zich welkom *voelt*.

Dit sectorplan bevat concrete maatregelen om het bewustzijn onder winkeliers en winkelpersoneel te vergroten en maatregelen die de toegankelijkheid bevorderen. Daarnaast voorziet het in structureel overleg met de Alliantie voor Inclusie, door middel van deelname aan een maatschappelijk overleg georganiseerd door MKB-Nederland en VNO-NCW. Het doel van dit sectorplan is niet alleen bewustwording te vergroten, maar ook de keuzemogelijkheden voor personen met een handicap te verruimen en het inclusief denken in de sector detailhandel te bevorderen. Dit zal er geleidelijk toe leiden dat winkels steeds meer algemene voorzieningen zullen treffen, waar iedereen gebruik van kan maken. Hierdoor zullen doeltreffende aanpassingen in een concreet geval op termijn minder noodzakelijk worden, ondanks de grote verschillen tussen winkels. Een belangrijke voorziening is immers immaterieel en gaat om de juiste bejegening, duidelijke communicatie en voldoende aandacht voor mensen met een beperking.

Niet alleen klanten met een beperking profiteren van meer toegankelijkheid, ook klanten zonder beperking kunnen hier baat bij hebben. Klanten met een kinderwagen of rollator bijvoorbeeld. Een toegankelijke winkel is klantvriendelijk voor een breed publiek. Zeker 15% van de Nederlandse samenleving heeft een vorm van een beperking. Wanneer deze groep een winkel kan binnenkomen, eenvoudig gebruik kan maken van de producten en diensten en zich welkom voelt, worden ze al snel vaste klant. Bovendien groeit ook de groep ouderen in Nederland snel. Winst dus: op klantvriendelijkheid en op maatschappelijk gebied.

**B. Communicatie**

Het actief uitdragen van het belang van toegankelijkheid onder winkeliers en winkelpersoneel zal een impuls geven aan toegankelijkheid in de sector. Communiceren over toegankelijkheid heeft naast het agenderen van het thema en het vergroten van het bewustzijn ook het doel om ondernemers en winkelpersoneel te informeren, te inspireren en te activeren. MKB-Nederland zal een landelijke communicatietraject starten, waarbij diverse brancheorganisaties aangesloten zijn. Met behulp van deze sector-overschrijdende aanpak en een continue communicatieflow zullen ondernemers en werknemers worden bereikt.

Detailhandel Nederland sluit zich aan bij het communicatietraject van MKB-Nederland. MKB-Nederland ontwikkelt generieke content, die in principe één-op-één te verspreiden is. Om het gewenste bereik te generen, ontwikkelt Detailhandel Nederland (evt. in samenwerking met MKB-Nederland) sector specifieke content, die expliciet is toegeschreven naar de achterban van DetailhandelNL.

**Maatregelen:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Datum/periode** | **Actie** |
| Gehele jaar | **Nieuwsbrieven**  Detailhandel Nederland en de diverse brancheorganisaties binnen de sector detailhandel beschikken over nieuwsbrieven. Detailhandel Nederland zal er zorg voor dragen dat via deze nieuwsbrieven relevante informatie over dit actieplan en zijn onderdelen ontsloten worden.  **Sociale Media**  Detailhandel Nederland en de diverse brancheorganisaties besteden (periodiek) aandacht aan het thema op de sociale media kanalen van de brancheorganisatie. Gedeeltelijk op basis van generieke content opgesteld door MKB-Nederland en gedeeltelijk met behulp van eigen sectorspecifieke content (vb. voorbeeld cases, checklist etc.). |
| 8-12 oktober 2018 | **Week van de toegankelijkheid**  Tijdens de Week van de Toegankelijkheid laten maatschappelijke organisaties zien hoe belangrijk het is dat mensen met een beperking net als iedereen mee kunnen doen. Detailhandel Nederland zal in 2018 actief aan deze week deelnemen. Bijvoorbeeld door het organiseren van een communicatiecampagne, brancheoverleg of werkbezoek. De concrete activiteiten worden vooraf overlegd met de organisatie van de week. Er wordt aangesloten bij communicatiecampagnes van het projectbureau van MKB-Toegankelijk. |
| Gehele jaar | **Pagina op sector- en branchewebsites**  Detailhandel Nederland en de diverse brancheorganisaties binnen de sector detailhandel beschikken over websites, waarmee winkeliers van informatie worden voorzien. Detailhandel Nederland zal er zorg voor dragen dat informatie voor deze sites over onderdelen uit dit actieplan beschikbaar worden gemaakt. |
| Gehele jaar | Detailhandel Nederland zal actief de ontwikkelden producten en tools (o.a. MKB-tool Webtoegankelijkheid, MKB-tool Drempelhulp, MKB-tool Toegankelijk Verbouwen) verspreiden onder de achterban. MKB-Nederland verzorgt hiervoor communicatiemiddelen (vb. algemene content/voorlichting) om de uitrol te bespoedigen.  Hiervoor kunnen diverse communicatiekanalen van Detailhandel Nederland worden ingezet: nieuwsbrief, website, sociale media, bijeenkomsten etc. |

**C. Concrete projecten**

1. **Best Practices**

Een toegankelijke winkel levert ondernemers en klanten veel voordelen op. Vaak hebben kleine aanpassingen al grote impact op de toegankelijkheid en klantvriendelijkheid van een onderneming. Het is dan ook logisch dat steeds meer winkeliers maatregelen nemen om hun winkel toegankelijk ter maken. De goede voorbeelden en positieve ervaringen willen wij gebruiken om ook andere ondernemers enthousiast te maken over het vergroten van toegankelijkheid (in brede zin). Dit jaagt andere ondernemers aan om te onderzoeken wat er in hun winkel anders kan en maatregelen te nemen. Het projectbureau van MKB-Toegankelijk zal goede voorbeelden en best practices op de portal/website van het project zetten.

|  |  |
| --- | --- |
| **Datum/periode** | **Actie** |
| Gehele jaar | **Beste practices**  Het projectbureau verzamelt en deelt structureel de goede voorbeelden in het project MKB-Toegankelijk, in samenwerking met Detailhandel NL. |

1. **Checklist, webinar & e-learning module**

*Checklist*

Toegankelijk en klantvriendelijk zijn, is lang niet altijd kostbaar, ingrijpend of ingewikkeld. De tips op onderstaande checklist helpen winkeliers en hun personeel hierbij:

1. Vraag of u kunt helpen
2. Maak oogcontact
3. Geef klanten de tijd
4. Wees creatief
5. Informeer klanten over de toegankelijkheid van uw winkel
6. Zorg voor een toegankelijke website
7. Overweeg kleine aanpassingen
8. Houd rekening met toegankelijkheid bij veranderingen in uw winkel

De checklist is in het kader van het programma Alles Toegankelijk door Detailhandel Nederland samen met organisaties voor gehandicapten opgesteld en is nog steeds actueel. De checklist is een belangrijke hulpmiddel om kennis en bewustwording bij winkeliers en personeel te vergroten.

*E-learning toegankelijkheid detailhandel / webinar*

Ook de e-learning tool is een aantal jaar geleden – als onderdeel van het programma Alles Toegankelijk – opgesteld in overleg met gehandicaptenorganisaties. De e-learning detailhandel leert winkeliers en medewerkers in 45 minuten over toegankelijkheid en klantvriendelijkheid voor klanten met een beperking.

De e-learning module maakt onderdeel uit van het Super Super Keurmerk van het Vakcentrum (brancheorganisatie van zelfstandige supermarkten).

Deze tool is zeer geschikt om winkelpersoneel te leren omgaan met mensen met een beperking. De module zou bijvoorbeeld onderdeel kunnen worden van de inwerkperiode van nieuwe medewerkers. Wel duurt de module relatief lang. Overwogen wordt de module korter en daarmee aantrekkelijker te maken voor winkeliers.

De uitrol van de checklist en e-learning module verdient een apart project-/communicatieplan, waarbij ook de grote winkelketens en brancheorganisaties betrokken zullen worden.

**Maatregelen:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Datum/periode** | **Actie** |
| Januari – maart  2018 | E-learning en checklist laten beoordelen door aantal winkelketens, brancheorganisaties en de Alliantie. Daarna eventueel aanpassen. |
| Voorjaar 2018 | Up-to-date maken van e-learning tool en checklist. |
| PM | Uitrol tools / aansluiting communicatieplan Projectbureau |

1. **Digitale ontsluiting Toegankelijk winkelgebied**

Het bedrijfsleven zet in op versterken toegankelijkheid op landelijk niveau via branche-actieplannen, en op lokaal niveau via pilots. Bij de lokale pilots wordt onderzocht hoe de toegankelijkheid van een winkelgebied als geheel kan worden verbeterd. Bij de lokale pilots worden de vertegenwoordigers van de plaatselijke ondernemersorganisatie(s), de gemeente en de cliëntenorganisaties betrokken. Waarschijnlijk worden vier á vijf pilots, volgtijdelijk georganiseerd.

Belangrijk struikelblok bij de toegankelijkheid van winkelgebieden is de beschikbaarheid van betrouwbare informatie. In het kader van de lokale pilotprojecten wordt op experimentele wijze onderzocht hoe relevante informatie kan worden ontsloten zodat ze ook daadwerkelijk gebruikt worden door gehandicapten. Inbreng van de doelgroep is hierbij cruciaal. De volgende vragen komen aan de orde:

• Welke instrumenten worden ingezet (website, app, gemeentegids, etc)

• Zelf ontwikkelen of ‘aanhaken’ bij bestaande informatiebronnen

• Rolverdeling bij inrichting en onderhoud informatiebronnen

• Impact bij gebruikers

• Acceptatie door ondernemers

• Flexibiliteit instrumenten

• Kosten, complexiteit en duurzaamheid

1. **MKB-tool Drempelhulp**

Nog steeds veel winkels hebben een drempel bij de entree. Zelfs een onopvallende drempel van slechts 2 cm kan al belemmerend zijn voor mensen met een beperking en die slecht ter been zijn. Bovendien wordt de groep ouderen snel groter en lopen zij meer risico’s om te vallen. Goede redenen om ervoor te zorgen dat winkeliers hun drempels waar mogelijk wegnemen. Winkels met een drempel kunnen met een drempelhulp toegankelijk gemaakt worden voor rolstoelen, rollators, kinderwagens, buggy’s en scootmobiels.

Een drempelhulp is een hulpmiddel voor het gelijk maken van drempels. Het hulpmiddel wordt gebruikt om de afstand tussen de grond en de drempel te overbruggen, waardoor het hoogteverschil van de drempel opgeheven wordt. Ook hoge drempels kunnen door een drempelhulp verdwijnen.

Er zijn veel verschillende drempels, in hoogte en breedte, en er is een grote diversiteit aan drempelhulpen. Daarnaast kunnen drempelhulpen zowel binnen als buiten gebruikt worden. De keuze voor een bepaalde drempelhulp is nog helemaal niet eenvoudig voor een winkelier. Vanzelfsprekend kan een aanbieder van drempelhulpen ondernemers goed adviseren over de mogelijkheden die er zijn per drempel. Een winkelier kan hier uiteraard altijd gebruik van maken. Een drempelhulp is niet duur en als deze maatregel een paar extra klanten oplevert, verdient de ondernemers de investering in korte tijd terug.

Om winkeliers meer handvatten te geven om te bepalen of zijn een drempelhulp nodig hebben en welke geschikt zijn, zal MKB-Nederland een MKB-tool Drempelhulp ontwikkelen. Met de tool kan de ondernemer zelf ‘berekenen/nagaan’ welke drempelhulpen voor zijn winkel geschikt zijn (o.m. aan de hand van draagvermogen, gewicht, hoogte, lengte en breedte van de drempel). Met het promoten van de tool, vergroten we tevens de bewustwording van het belang van een drempelvrije winkel.

**Maatregelen:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Datum/periode** | **Actie** |
| December ‘17-februari 2018 | Ontwikkeling MKB-tool Drempelhulp (hulpmiddel bij selecteren/oriënteren aanschaf drempelhulp. |
| Voorjaar 2018 | Toetsen drempelhulp |
| Voorjaar 2018 | Start uitrol MKB-tool Drempelhulp |

1. **Toegankelijke kasssa-omgeving**

De kassa-omgeving neemt in bijzondere plek in tijdens een winkelbezoek. Het is van belang dat alle klanten in een winkel eenvoudig, snel en efficiënt de producten kunnen afrekenen. In het verleden werden door Detailhandel Nederland met relevante stakeholders (zoals de NVB, Stichting bevorderen efficent betalen e, visirus) projecten opgetsart voor een meer toegankelijke kassa-omgeving. Het resultaat van deze samenwerking is de opkomst van de pinarmen, het toegankelijke gebruik van de contactloze betaling, Detailhandel Nederland wil in het kader van dit actieplan onderzoeken hoe de kassa-omgeving kan worden verbeterd en hoe goede voorbeelden kunnen worden opgevolgd.

|  |  |
| --- | --- |
| **Datum/periode** | **Actie** |
| Voorjaar 2018 | **Overleg stakeholders**  Detailhandel Nederland organiseert begin 2018 een bijeenkomst met relevante partijen uit het Maatschappelijk overleg betalingsverkeer. Het doel is om te komen tot een werkprogramma voor een toegankelijke kassaomgeving. |
| Structureel | **Promotie toegankelijke kassa omgeving**  Detailhandel Nederland zorgt er voor dat goede voorbeelden en producten uit dit project structureel onder de aandacht van winkeliers worden gebracht. |

1. **Uitrol MKB-tool Webtoegankelijkheid**

Het internet is niet meer weg te denken uit de retailsector. We winkelen massaal online. En inmiddels hebben ook de meeste kleine winkels een webwinkel. Het is daarom belangrijk dat webwinkels toegankelijk zijn voor iedereen, zodat mensen met een handicap zo goed mogelijk zelfstandig digitaal kunnen winkelen.

Een toegankelijke website betekent dat een site bruikbaar is voor mensen met een functiebeperking. Denk hierbij aan doven, slechtzienden, blinden, slechthorenden en mensen met een beperkte handfunctie. Er zijn al veel hulpmiddelen ontwikkeld die de bediening van een computer mogelijk maakt voor gehandicapten. De nieuwste software kan veel, maar er is nog geen screenreader ontwikkeld die op eigen kracht een foto of plaatje op een website, kan verwoorden. Redacteuren moeten eerst een tekst aan het plaatje koppelen, zodat een screenreader in staat is om de foto of plaatje te omschrijven. Op een webwinkel staan doorgaans heel veel afbeeldingen, van de handelswaar, met een omschrijving erbij. Het koppelen van een aparte omschrijving aan de afbeelding is echter zeer tijdrovend. Bovendien wijzigt het online winkelaanbod in veel webwinkels in een behoorlijk tempo. En volgens de webrichtlijnen moeten video’s voorzien worden van ondertiteling (captions) en audiodescriptie. Deze internationale webrichtlijnen zijn in de Europese toegankelijkheidsstandaard EN 301 549 verwerkt. Alle overheidswebsites in Europa moeten aan deze standaard voldoen.

Voor het midden- en kleinbedrijf is de implementatie van de richtlijnen volgens deze standaard te ingewikkeld en kostbaar, zeker als zij al een bestaande site hebben. Daarom zullen Thuiswinkel.org en MKB-Nederland een tool ontwikkelen die kleine winkeliers wel kunnen toepassen, maar een stuk laagdrempeliger dan de internationale webrichtlijnen. Een tool die ondernemers enerzijds bewust maakt van het belang van een toegankelijke website en anderzijds handvatten geeft voor het toegankelijker maken bedrijfswebsites. Zeker als de website vernieuwd moet worden. Ondernemers moeten bewust worden van het belang van een goed kleurcontrast, duidelijke tekstkoppen en manieren om beter te navigeren door webpagina’s. Een dergelijke tool gericht op mkb-ondernemers, in het bijzonder webwinkels, is nog niet voorhanden.

*Voordelen*

Een toegankelijke(r) website heeft ook belangrijke voordelen voor ondernemer. De webwinkel is een stuk beter vindbaar op Google (die toegankelijk sites beter indexeert). De kwaliteit van de website verbetert. Bovendien levert een toegankelijke site natuurlijk meer klanten op. En aangezien zichtproblemen sterk toenemen naarmate mensen ouder worden, zijn de verwachtingen dat door de vergrijzing het aantal ouderen met een visuele beperking jaarlijks met 10% toeneemt.

De MKB-tool Webtoegankelijk is gereed op 1 januari 2019. Vanaf dat moment zal Detailhandel Nederland actief de tool gaan uitrollen bij haar achterban.

**Maatregelen:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Datum/periode** | **Actie** |
| Januari ’19 - maart’19 | MKB-tool Webtoegankelijkheid in juiste vormgeving (digitaal of fysiek) transformeren (actie MKB-Projectbureau en Thuiswinkel.org) |
| Vanaf maart 2019 | MKB-tool Webtoegankelijkheid uitrollen |
|  |  |

1. **MKB-tool Toegankelijk Verbouwen**

Om te zorgen dat ondernemers die willen verbouwen zich bewust zijn van de kansen en mogelijkheden op gebied van toegankelijkheid, zal VNO-NCW/MKB-Nederland in samenwerking met deskundigen uit de achterban een MKB-tool Toegankelijk Verbouwen ontwikkelen. Deze tool (bijvoorbeeld een gedigitaliseerde checklist) kan vervolgens onderdeel uitmaken van de actieplannen van branches en van de geplande lokale pilotprojecten.

Het vergroten van de toegankelijkheid in het geval van een toch al geplande verbouwing, is veel efficiënter en kosteneffectiever dan aanpassingen achteraf. MKB-Nederland zal in overleg met stakeholders en deskundigen informatie over dit onderwerp verzamelen en dit omzetten in een voor ondernemers met verbouwplannen bruikbaar handvat. Voor dit onderwerp geldt bij uitstek dat de bewustwording vergroot moet worden. Niet alleen bij winkeliers, ook bij architecten en aannemers bijvoorbeeld.

**Maatregelen**

|  |  |
| --- | --- |
| PM (2018) | MKB-Nederland ontwikkelt een tool toegankelijk verbouwen in overleg met stakeholders |
| PM | Uitrol handvat in de detailhandel |

1. **Opleiding & training**

Diverse branches in de detailhandel beschikken over een duidelijke opleidingsstructuur voor hun personeel. Dit opleidingshuis wordt gebruikt voor het klaarstomen of bijscholen van personeel in de sector detailhandel.

Deze opleidings- en bijscholingstrajecten vormen het ideale moment om winkelpersoneel bij te spreken en vaardigheden aan te leren over toegankelijkheid in de detailhandel. In het bijzonder waar het gaat om de relatie winkelmedewerker en klant.

Detailhandel Nederland wil de toegankelijkheidsprojecten positief aandragen voor de opleidingsstructuren. Hier gaat het onder meer om de bestaande structuren rondom de supermarktbranche, drogisterijen, doe-het-zelf en non food.

|  |  |
| --- | --- |
| **Datum/periode** | **Actie** |
| Voorjaar 2018 | **Instructiemateriaal**  Ontwikkelen instructiemateriaal voor opleidingsstructuren |
| Zomer 2018 | **Gesprekken met opleidingshuis**  In afstemming met opleidingshuizen wordt het instructiemateriaal aangedragen voor de diverse opleidingen. |

**D. Overleggen VN-verdrag met partnerorganisaties**

**Maatschappelijk overleg**

MKB-Nederland en VNO-NCW zullen een maatschappelijk overleg VN-verdrag organiseren, waarin zowel brancheorganisaties als vertegenwoordigers van gehandicapten zullen deelnemen. Dit overleg zal circa 2 keer paar jaar plaatsvinden met als doelen:

* Bespreken voortgang actieplannen
* Uitwisseling best practices en valkuilen
* Bespreken voortgang lokale projecten
* Bespreken activiteiten projectbureau
* Afspraken maken

Detailhandel Nederland zal actief deelnemen aan dit overleg.

**Klankbordgroep lokale pilots**

Ten behoeve van de lokale pilots wordt een klankbordgroep in het leven geroepen. Hier zullen in ieder geval vertegenwoordigers van het bedrijfsleven, de VNG en de Cliëntenorganisaties zitting nemen. De Klankbordgroep heeft enerzijds als opdracht om mee te denken over de voortgang en opbrengsten van de pilots. Anderzijds hebben de leden als taak om de eigen achterban te activeren en stimuleren om bij te dragen aan de pilots. De frequentie waarin de Klankbordgroep bijeen komt is afhankelijk van de fasering van de pilots, maar zal waarschijnlijk gemiddeld driemaandelijks worden georganiseerd.

**Maatregel**

|  |  |
| --- | --- |
| 2 x per jaar | N.a.v. maatschappelijk overleg mogelijk aanpassen van het actieplan op onderdelen. |
| 4 x per jaar | Klankbordgroep komt bij elkaar op basis van de fasering en voortgang van de pilots |