DISCRIMINAZIONE AL CARREFOUR DI ASSAGO

Domenica 13 settembre al **Carrefour** di Assago, in occasione del concorso **Cars Tour 2008**, che vedeva come protagonisti i **bambini** e le vetture di **Cars**, il celebre film a cartoni animati della **Disney**, è successo un fatto davvero increscioso, potremmo definirlo "**ai concimi della realtà**". Lo ha raccontato nel suo blog **Barbara**, mamma di un **bambino autistico** che ha dovuto **subire**, in un giorno che avrebbe dovuto essere **felice** insieme ai protagonisti del suo film preferito, una **vergognosa discriminazione**.

Il popolo della rete si è immediatamente **mobilitato** per dare **solidarietà** e sostegno a **Barbara** e al suo bambino, anche noi di **Bricoliamo**, come molti altri siti e portali vogliamo riportare la toccante **lettera** di mamma **Barbara** alla direzione del **Carrefour** di Assago, augurandoci di non dover mai più **pubblicare** storie del genere. Vi lasciamo alla lettura della lettera.

Alla CA. Gentile Direzione Carrefour di Assago
Mi chiamo Barbara e sono la mamma orgogliosa di un bambino autistico di quattro anni. Nel Vostro sito, leggo della Vostra

missione e soprattutto del Vostro impegno nel sociale.
“*La nostra capacità di integrarci con il territorio in cui siamo presenti, di comunicare con le istituzioni locali e di sostenere progetti sociali e associazioni umanitarie si riscontra attraverso azioni concrete:*
• *Finanziamento della ricerca contro alcune malattie del XXI secolo*
• *Sostegno alla giornata nazionale indetta dal Banco Alimentare per la raccolta di generi alimentari*
• *Sostegno di iniziative umanitarie di vario tipo*”

Lasciatemi dire che oggi nel punto vendita di Assago avete sfiorato la discriminazione punibile per legge. Era previsto un evento che mio figlio aspettava con ansia: il tour delle auto a grandezza reale del film Cars. Vestito di tutto punto con la sua maglietta di Cars, comprata **DA VOI**, oggi l’ho portato, emozionatissimo, ad Assago. Vista la posizione di Saetta, ci siamo avvicinati per fare una foto.

Click, click, click, bimbo sorridente a lato della macchina. Avevate previsto un fotografo, sui sessant’anni, sembrava un rassicurante nonno con una digitale da 2000 euro, collegata a un pc dove un quarantacinquenne calvo digitalizzava un volantino carinissimo con le foto dei bimbi di fronte a **Saetta**, stampate all’interno della griglia di un finto giornale d’auto. Una copertina, insomma, che i bimbi chiedevano a gran voce e avrebbero poi incorniciato in una delle costose cornici in vendita nel Vostro reparto bricolage.

Chiaramente, il mio biondino, che purtroppo per la sua malattia non parla (ancora), mi ha fatto capire a gesti che gli sarebbe piaciuto. Per quale ragione non farlo? Semplice, lo avrei capito dopo poco.

Attendo il turno di mio figlio, con estrema pazienza, e senza disturbare nessuno. Ci saranno stati una ventina di bambini, non di più. Non cento, una ventina. Arriva il turno del mio piccolo, e non appena varca la transenna, resta il tempo di

ben **DUE SECONDI** girato verso il suo idolo a grandezza naturale, invece di fissare l'obiettivo del fotografo. Mi abbasso, senza dar fastidio alcuno, scivolo sotto la corda e da davanti, chiedo a mio figlio di girarsi.

Il fotografo comincia ad urlare "**Muoviti! Non siamo mica tutti qui ad aspettare te**" Mio figlio si gira, ma non abbastanza secondo il "professionista". Gli chiedo "Per favore, anche se non è proprio dritto, gli faccia lo stesso la foto…" "**Ma io non ho mica tempo da perdere sa? Lo porti via! Vattene! Avanti un altro, vattene!**" Un bambino a lato urla "**Oh, mi sa che quello è scemo**" e il vostro Omino del Computer, ridendo "**Eh, si! Vattene biondino, non puoi star qui a vita!**"

Mio figlio, che non è *SCEMO*, **non parla ma capisce tutto**, sentendosi urlare dal fotografo, da quello che digitalizzava le immagini e dalla claque che questi due individui hanno sollevato ed aizzato, si mette a piangere, deriso ancora dal fotografo che lo fa scendere dal piedistallo di fortuna che avete improvvisato davanti alla macchina, facendolo pure inciampare.

A nulla valgono le imbarazzate scuse della guardia giurata,che poco prima aveva tranquillamente familiarizzato con mio figlio. L'umiliazione che è stata data dai Vostri incaricati, che avrebbero dovuto lavorare con i bambini, a un piccolo di quattro anni che ha la sfortuna di avere una sindrome che poco gli fa avere contatto visivo con il resto del mondo e non lo fa parlare, è stata una cosa lacerante.

In lacrime, con il torace scosso dai singhiozzi, umiliato, deriso, leso nella propria dignità di bambino non neurotipico. Una signorina, con la **Vostra** tshirt, mi si è avvicinata per chiedermi cosa fosse successo. Alla mia spiegazione, dopo averle detto che il piccolo aveva una sindrome autistica, mi ha detto "**Ma se non è normale non lo deve portare in mezzo alla gente**".

Son stata talmente male da non riuscire a reagire, ho dovuto uscire all'aria aperta, con il bambino piangente, per prendere fiato dopo tanta umiliazione. Ho pianto. Dal dolore.

Questo è l'articolo 2 comma 4 della legge 67 del 1 Marzo 2006, a tutela dei soggetti portatori di handicap:
–Sono, altresì, considerati come discriminazioni le molestie ovvero quei comportamenti indesiderati, posti in essere per motivi connessi alla disabilità, che violano la dignità e la libertà di una persona con disabilità, ovvero creano un clima di intimidazione, di umiliazione e di ostilità nei suoi confronti.

Vorrei sapere come intendete agire, se con una scrollata di spalle come i Vostri dipendenti, di fronte a un trauma che avete fatto subire ad un bambino che già dalla vita è messo ogni giorno a dura prova.

Manderò questa mail in copia alla segreteria dell'onorevole Carfagna, e alla redazione di Striscia la Notizia, oltre a pubblicarla sul mio sito personale. Tacere non ha senso, e ancora minor senso hanno le umiliazione che io e mio figlio abbiamo subito oggi.

LA RISPOSTA DI CARREFOUR

A questa lettera di mamma **Barbara** dopo qualche giorno **Carrefour** ha ritenuto di dare una risposta. Ecco il testo della risposta:

> *Buongiorno.*
> *Il Gruppo Carrefour Italia è profondamente sorpreso e sinceramente dispiaciuto dell'accaduto riferito dalla Signora, fatto che non rientra assolutamente nelle nostre filosofie e nei comportamenti dei nostri collaboratori.*
>
> *Non possiamo che confermare che il nostro costante impegno è rivolto alla soddisfazione dei nostri Clienti, al totale rispetto delle loro esigenze ed aspettative, dai più piccoli*

ai più grandi. L'etica è alla base della nostra attività e condizione imprescindibile del comportamento dei nostri collaboratori.

Il tour Disney Cars, realizzato presso il Carrefour di Assago e programmato in altri ipermercati della nostra rete che ne fanno da cornice, rientra pienamente in questo nostro impegno: abbiamo voluto offrire ai bambini ed alle loro famiglie un momento di divertimento.

Affinché i piccoli frequentatori degli ipermercati potessero vivere per un attimo dentro la "favola", l'organizzazione è stata curata nei minimi dettagli, anche attraverso l'ausilio di società esterne. Tutte le persone coinvolte sono state adeguatamente selezionate ed informate circa la filosofia aziendale ed i comportamenti necessari.

Abbiamo preso contatto con la Signora con la volontà di approfondire l'accaduto affinché ogni responsabilità accertata venga punita con il massimo rigore.

Ci auguriamo peraltro che un singolo sfortunato episodio non pregiudichi il rapporto di fiducia che siamo riusciti a costruire con le migliaia di Clienti che ogni giorno frequentano i nostri punti di vendita e che ci scelgono anche per i valori che contraddistinguono la nostra insegna.

Molti cordiali saluti
Gruppo Carrefour Italia

Avremmo preferito una risposta meno **formale** e più **sentita**. Sarebbe stato forse troppo invitare il piccolo a una visita a **EuroDisney** dove, tra le attrazioni, c'è il parco **Cars Race Rally** tutto dedicato a **Radiators Spring** e ai protagonisti del film **Cars**?

Company generated content

Le aziende possono generare ‘contenuti’ come i media tradizionali? Un articolo de Il Sole 24 Ore a firma Mario Lupi
Company generated content.pdf

Cosa s’intende realmente quando parliamo di strategia

Come passare da un modello strategico ad uno economico: l’intervista di Andrea Genovese al Prof. Porter (Harvard Business School)
Cosa-s-intende-realmente-quando-parliamo-di-strategia1.pdf

Luxury brand e relazioni esterne

In un breve post di Patrik Trancu, una riflessione sul discutibile posizionamento di alcuni marchi del lusso made in Italy
Luxury brand e relazioni esterne.pdf

Le relazioni pubbliche in crescita

Non vedenti ed arte: un esperimento d’integrazione
Crescita RP.pdf