



Dostępność Plus

Dostępność w polskich centrach handlowych

- Informacje
- Stan faktyczny
- Dobre praktyki





Dostępność Plus

Redakcja: Anna Niemira-Jurek

Teksty: Kamil Kowalski, Anna Niemira-Jurek

Współpraca: Justyna Ostrowska

Projekt graficzny: Artur Kluska / Iskrzenie Studio

Więcej: dostepnoscplus.gov.pl

Dostępność w polskich centrach handlowych

Warszawa, 2020

Opracowanie współfinansowane ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego
w projekcie: „SUCCESSIBILITY zapewnienie koordynacji
rządowego programu Dostępność Plus”

Słowo wstępu	6
Wprowadzenie	7
Program Dostępność Plus a centra handlowe	8
Centra handlowe w Polsce	8
Podstawowe dane o centrach handlowych w Polsce	9
Sytuacja polskich centrów handlowych	10
Zmiany społeczne i ekonomiczne a ewolucja polskich centrów handlowych	10
Czy w Polsce jest dużo centrów handlowych	11
Zmiany centrów handlowych w Polsce	12
Rozwój centrów handlowych	13
Rodzaje obiektów handlowych	14
Jakie chcą być centra handlowe w Polsce – trendy	15
Wyzwania i ograniczenia	17
Dostępność	19
Czym jest dostępność?	19
Różne rodzaje niepełnosprawności	20
Idea Programu Dostępność Plus	20
Co jest skutkiem, co przyczyną istnienia barier	21
Charakterystyka demograficzna osób z niepełnosprawnościami	21
Różne rodzaje niepełnosprawności i innych specjalnych potrzeb	23
Ile osób z niepełnosprawnością jest w Polsce?	26
Dostępność w centrum handlowym. Metodologia.	27
Wyniki badań	31
Preferencje użytkowników	31
Dojazd i parkowanie	40
Otoczenie budynku	43
Wejścia	44
Dostęp do sklepów, punktów usługowych, rozrywki	45
Toalety	47
Pokoje rodzica (opiekuna) z dzieckiem	48
Recepcje i punkty informacyjne	48

Informacja	49
Wsparcie pracownika centrum handlowego	50
Dostępność cyfrowa	53
Dobre praktyki	54
Dojazd i parkowanie	54
Otoczenie budynku	56
Wejścia	56
Dostęp do sklepów, punktów usługowych, rozrywki	60
Toalety	62
Pokoje rodzica (opiekuna) z dzieckiem	64
Recepcje i punkty informacyjne	66
Informacja	68
Procedury i wsparcie personelu	70
Dostępność cyfrowa	71
Przykłady z polskich centrów handlowych	72

Szanowni Państwo,

Pragnę przekazać na Państwa ręce poradnik poświęcony zapewnianiu dostępności centrów handlowych dla osób ze szczególnymi potrzebami, stanowiący jeden z efektów realizacji rządowego Programu Dostępność Plus 2018-2025.



Program Dostępność Plus jest dokumentem, którego strategicznym celem jest zapewnienie równych możliwości udziału w życiu społecznym i publicznym wszystkim członkom społeczeństwa, poprzez realizację szeregu działań i inicjatyw w takich obszarach tematycznych jak np. architektura, transport, edukacja czy usługi.

Jedną z takich inicjatyw jest właśnie poradnik dotyczący dostępności centrów handlowych, które są nieodłącznym elementem pejzażu współczesnych aglomeracji oraz miast, nie tylko dużych i średniej wielkości. Stały się one ważnymi ośrodkami życia społecznego, pełniąc nie tylko funkcje handlowe ale także rozrywkowe, rekreacyjne, kulturalne, edukacyjne, integracyjne i socjalizacyjne.

Część centrów handlowych musi się lepiej dostosować do potrzeb klientów np. osób z różnymi niepełnosprawnościami - nie tylko ruchu, ale też wzroku, słuchu czy intelektualnymi, a także rosnącej grupy seniorów. Dlatego zależy nam, aby poziom dostępności centrów handlowych uwzględniał w jak największym stopniu zróżnicowane i szczególne potrzeby ww. osób oraz był sukcesywnie zwiększany.

Punktem wyjścia do usuwania barier i tworzenia przestrzeni przyjaznej dla każdego, kto się w niej znajduje, jest budowanie świadomości wśród projektantów, osób zarządzających i na co dzień pracujących w centrach handlowych. Niebagatelne znaczenie ma także zaangażowanie państwa w tworzenie prawa, które wspiera znoszenie ograniczeń, ale także promuje instytucje i przedsiębiorstwa, które takie rozwiązania stosują.

Poradnik ten stanowi zbiór wiedzy i podstawowych rekomendacji, na temat oczekiwań osób ze szczególnymi potrzebami, a także wskazuje na rozwiązania, które mogą być wprowadzone w celu zwiększenia dostępności architektonicznej, cyfrowej i informacyjno-komunikacyjnej centrów handlowych.

Jestem przekonana, że niniejszy poradnik jest początkiem współpracy, dzięki której polskie centra handlowe będą postrzegane jako miejsca równe, przyjazne, bezpieczne i dostępne dla wszystkich bez wyjątku.

Małgorzata Jarosińska-Jedynak,
Sekretarz Stanu w Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej

Nie możemy zmienić kierunku wiatru, ale możemy odpowiednio ustawić żagle.

Paul Hanna

Wprowadzenie

Różne formy niepełnosprawności dotyczą ponad 4,5 mln osób w Polsce, a czasowe ograniczenia spowodowane chorobą lub, wypadkiem mogą dotknąć każdego. Dlatego myśląc o szczególnych potrzebach użytkowników przestrzeni publicznej, myślimy o każdym z nas – myślimy także o sobie.

Z drugiej strony obecność różnego typu barier jest wpisana w nasze codzienne funkcjonowanie w przestrzeni zarówno prywatnej, jak i publicznej: w pracy, domu, podróży. Jako społeczeństwo stawiamy sobie za cel ich likwidowanie lub gdy to niemożliwe, łagodzenie ich skutków.

Niniejszy poradnik powstał z myślą o osobach o ograniczonej mobilności i szczególnych potrzebach oraz o zarządcach i właścicielach obiektów handlowych. Jego idea wyrasta z przekonania, że dzięki wzajemnemu zrozumieniu potrzeb, ograniczeń i oczekiwań możemy uczynić przestrzeń, w której wszyscy funkcjonujemy, lepszą i bardziej przyjazną.

Program Dostępność Plus a centra handlowe

Program Dostępność Plus zainicjowany w 2018 roku obejmuje wiele aspektów życia i funkcjonowania osób o ograniczonej mobilności. Jego kompleksowy charakter daje szeroką perspektywę w spojrzeniu na ważne kwestie związane z lokalizowaniem i usuwaniem barier – nie tylko architektonicznych.

Ważnym elementem programu, obok zapewnienia dostępności przestrzeni publicznej, jest zachęta wystosowana do podmiotów prywatnych, w tym centrów handlowych, aby jeszcze bardziej otworzyły się na specyficzne potrzeby różnych grup osób.

Niniejszy podręcznik zbiera opinie i informacje pochodzące od osób o ograniczonej mobilności oraz od dyrektorów centrów handlowych, a także rekomendacje ekspertów. Dzięki temu przedstawia pełen przegląd istniejących udogodnień, barier i oczekiwań, a także rozwiązań gotowych do wdrożenia.

Dzięki ścisłej współpracy z osobami z niepełnosprawnością, dyrektorami centrów handlowych oraz Polską Radą Centrów Handlowych oddajemy w ręce Czytelników kompendium wiedzy o tym, jak centra handlowe otwierają się na osoby o różnych potrzebach, i inspirację, jak mogą robić to jeszcze lepiej.

Centra handlowe w Polsce

Zagwarantowanie dostępności obiektów użyteczności publicznej jest jednym ze sposobów na zrównanie praw wszystkich osób do korzystania z usług, udogodnień czy rozrywek.

Zarządcy i właściciele dążą do tego, żeby uczynić obecność w centrach handlowych możliwie przyjemną, wygodną i pozbawioną uciążliwości. Wiąże się z tym nie tylko ich interes ekonomiczny, ale ogólne przekonanie, że przestrzeń handlu powinna być przyjazna i budzić dobre skojarzenia.

Historia centrów handlowych, funkcjonujących jako domy towarowe, sięga w Polsce początku XX wieku. Jednak to po 1989 roku obiekty te przeszły wielotorową ewolucję i stworzyły zróżnicowaną i bogatą sieć o różnych funkcjach i parametrach. Poznanie charakteru rynku centrów handlowych w Polsce pozwala zrozumieć wyzwania, przed jakimi stoją ich zarządcy.

Podstawowe dane o centrach handlowych w Polsce

548

obiektów handlowych
(centrów, parków handlowych
i specjalistycznych) w Polsce ¹

12,45

mln m kw. GLA

(powierzchni najmu)– zasoby powierzchni
handlowej w Polsce – niemal tyle, co 61
Stadionów Narodowych! ²

29%

to udział obrotu w centrach
handlowych w handlu
detalicznym w Polsce ³

Ok.

400 000

osób zatrudnionych
w centrach handlowych
w Polsce ⁴

327 m kw.

/ 1000 mieszkańców

– poziom nasycenia pow.
handlową w Polsce ⁵

Infografika przedstawia dane liczbowe dotyczące rynku centrów handlowych w Polsce: 548 centrów handlowych istnieje w Polsce, 12,45 mln metrów kwadratowych to ich całkowita powierzchnia najmu, 29% - udział obrotów w centrach handlowych w handlu detalicznym w Polsce, ok 400 000 osób jest zatrudnionych w centrach handlowych, 327 metrów kwadratowych przypada na każde 1000 mieszkańców Polski.

Ostatnie 30 lat to dla polskiej gospodarki okres szybkiej modernizacji, a także bogacenia się społeczeństwa. W ślad za wzrostem siły nabywczej Polaków i weryfikacją oczekiwań wobec miejsc handlu, zmieniały się także sklepy, pomysły na marketing i same obiekty handlowe. Dziś, podobnie jak inne gałęzie gospodarki, polskie nieruchomości handlowe uczestniczą w globalnych trendach, twórczo je przetwarzają i modyfikują.

1 Raport Retail Research Forum PRCH, H1 2020

2 Dane Polskiej Rady Centrów Handlowych

3 Raport „Wpływ pandemii COVID-19 na polski rynek centrów handlowych”,
Deloitte, kwiecień 2020

4 Dane Polskiej Rady Centrów Handlowych za 2018 rok

5 Raport Retail Research Forum PRCH, H1 2020

Sytuacja polskich centrów handlowych

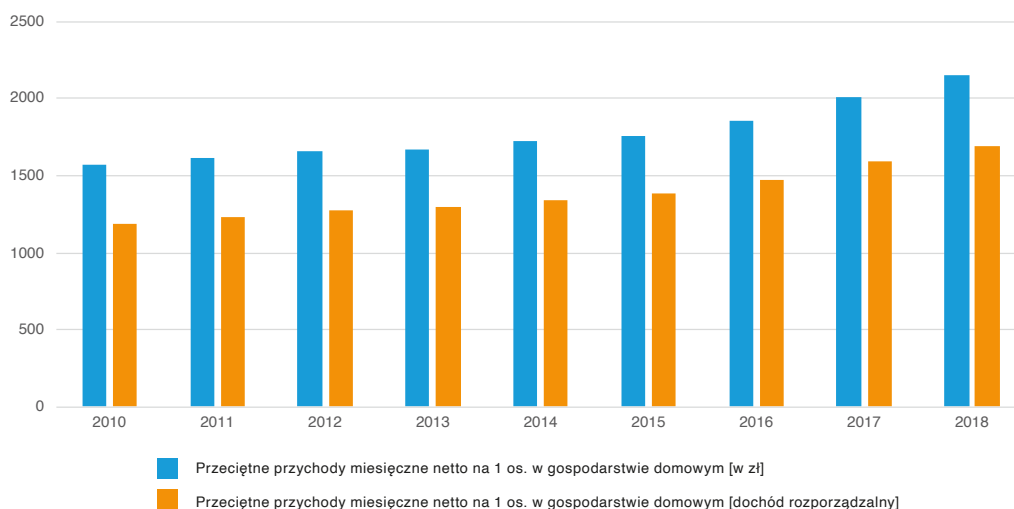
Deweloperzy i właściciele obiektów handlowych stawiają dziś na ekologiczne rozwiązania pozwalające na ograniczenie zużycia energii czy optymalizację wykorzystania przestrzeni. Wiele uwagi poświęca się projektowaniu uniwersalnemu, uwzględniającemu potrzeby seniorów (z uwagi na starzenie się społeczeństwa) oraz osób z niepełnosprawnością.

W projektowaniu nowoczesnych obiektów handlowych widać najnowsze trendy architektoniczne, często nawiązujące do rozwiązań modernizmu. Centra handlowe wzbogacają architekturę miejsc, w których powstają, równocześnie dając wiele możliwości przyjemnego spędzania czasu wszystkim członkom społeczeństwa: rodzinom, seniorom, młodzieży i osobom z ograniczeniami mobilności.

Zmiany społeczne i ekonomiczne a ewolucja centrów handlowych

Wskaźniki ekonomiczne dla polskiej gospodarki dowodzą stosunkowo szybkiego bogacenia się społeczeństwa, a wzrost siły nabywczej i dochodu rozporządzalnego jest dobrą rekomendacją dla inwestorów zainteresowanych branżą handlu w naszym kraju.

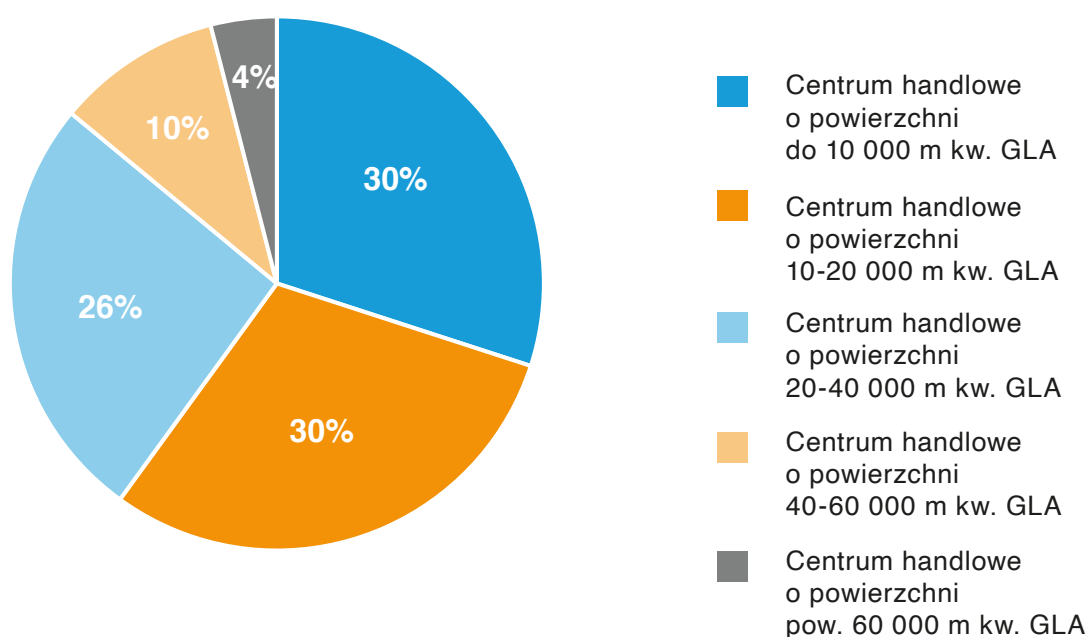
Powyższe czynniki, przy stałym spadku bezrobocia i niskiej inflacji przyczyniły się także do modernizacji centrów handlowych. Dzięki rozwojowi gospodarczemu, Polska stała się, także w sektorze nieruchomości komercyjnych, interesującym rynkiem dla inwestycji i innowacji.



Badanie BGD - warunki materialne ludności wg grup społeczno-ekonomicznych i wielkości gospodarstwa . Wzrost wynagrodzeń i przeciętnego dochodu rozporządzalnego w ostatnich latach. Źródło: GUS

Dziś w Polsce istnieje 548 obiektów handlowych o łącznej powierzchni ponad 12,45 mln m kw. GLA (tj. powierzchni najmu). Większość z nich to małe centra i parki handlowe do 10 000 m kw. GLA (niemal 1/3 wszystkich) oraz obiekty między 10 a 20 000 m kw. GLA. **W sumie mniejsze i średnie centra handlowe (czyli takie do 40 000 m kw. GLA) to ponad 85% wszystkich obiektów handlowych w Polsce.** Dla porównania – Rynek Główny w Krakowie ma 40 000 m kw. Jedynie kilkadziesiąt centrów handlowych w Polsce można określić jako bardzo duże, tj. o powierzchni najmu większej niż 60 000 m kw. GLA.

Struktura centrów handlowych w Polsce



Czy w Polsce jest dużo centrów handlowych?

Poziom nasycenia powierzchnią handlową w Polsce (powierzchnia przypadająca na 1000 mieszkańców) wynosi 327 m kw./1000 osób.⁶, co jest na tle europejskim średnim wynikiem (dla porównania: nasycenie na Litwie wynosi 377 m kw. GLA / 1000 osób, we Francji – 286 m kw. GLA / 1000 osób, w Niemczech – 177 m kw. GLA / 1000 osób, w Hiszpanii – 248 m kw. GLA / 1000 osób⁷). W 2019 roku na polskim rynku oddano do użytku 406 tys. m kw. powierzchni najmu⁸.

⁶ Raport PRCH Retail Research Forum, H1 2020.

⁷ Raport "EUROPEAN SHOPPING CENTRES THE DEVELOPMENT STORY", maj 2018, Cushman & Wakefield.

⁸ Raport „Rynek handlowy w Polsce. Retail Occupier Economics. Podsumowanie 2019 roku”, Cresa.

Wiele osób dostrzega, że w kraju szybko przybywa nowych centrów handlowych. To prawda, ponieważ centra, po okresie dynamicznego rozwoju w dużych i bardzo dużych miastach oraz aglomeracjach, coraz częściej otwierają się w mniejszych miejscowościach. Ich powierzchnia właśnie w małych miastach przyrasta w szybkim tempie tak, że udział powierzchni handlowej w miastach do 50 tys. mieszkańców i od 50 do 100 tys. mieszkańców wzrósł z nieco ponad 4% w 2000 roku, do niemal 20% w 2019 roku³.

Zmiany centrów handlowych w Polsce

Rozwój technologiczny oraz zmiany zachodzące na polskim i europejskim rynku doprowadziły do ewolucji formatów handlowych. Dziś obok siebie funkcjonują obiekty pochodzące z różnych okresów, charakteryzujące się odmiennymi cechami i parametrami. W tym samym mieście możemy znaleźć obiekty starsze (a nawet przestarzałe) oraz hipernowoczesne i wielofunkcyjne. Stosunek pierwszych do drugich systematycznie spada dzięki wielu rewitalizacjom i przebudowom, do których doszło w ostatnich latach.

Rozwój centrów handlowych

Supermarkety i hipermarkety

W pierwszych latach po transformacji w Polsce otworzyły swoje placówki europejskie spożywcze sieci handlowe. Bywało, że mieściły się w większych, istniejących wcześniej budynkach. Czasem jednak na ich potrzeby stawiano nowe konstrukcje, dopasowane do potrzeb handlu wielkopowierzchniowego. W warunkach polskich możemy mówić o nich jako o bezpośrednich poprzednikach centrów handlowych.

I generacja centrów handlowych

W połowie lat 90. w większych miastach pojawiły się hipermarkety, wokół których znalazło się miejsce na kilka lub kilkanaście lokali usługowych lub handlowych, które nie były konkurencyjne dla głównego sklepu. Centra I generacji były zazwyczaj parterowe, skupione wokół jednego, wielkopowierzchniowego marketu. Otaczały je wielkie zewnętrzne parkingi.

II generacja centrów handlowych

Od końca lat 90. powstawało coraz więcej centrów handlowych z rozbudowaną ofertą sklepów odzieżowych i sportowych. Pojawiły się duże polskie sieci odzieżowe przenoszące do Polski światowe trendy. Ekspansję nad Wisłą rozpoczęły też masowo sieci europejskie. W centrach tworzone pierwsze strefy gastronomiczne (kilka restauracji lub barów – jedna przestrzeń ze stolikami).

III generacja centrów handlowych

W pierwszych latach XXI wieku nowe centra zaczęły oferować wiele wariantów rozrywkowych: pojawiły się kina, kręgielnie, kluby fitness oraz większa liczba punktów usługowych. Zakupy spożywcze przestały być głównym powodem wizyty klientów. Rozbudowana oferta sklepów odzieżowych, gastronomii oraz wygodne przestrzenie wspólne (korytarze, toalety, kąpiki zabaw dla dzieci) przyciągała klientów na kilkugodzinne zakupy.

IV generacja centrów handlowych

Po 2010 roku dawne centra handlowe modernizowały się, a nowe stawiały na przyjemny i elegancki wygląd. Poszerzano ofertę gastronomiczną o klasyczne restauracje, rozbudowano ofertę rozrywkową. Ten etap rozwoju wyróżnia się także rewitalizacjami budynków pofabrycznych adaptowanych na cele handlowe oraz tworzeniem centrów, których oferta jest kierowana do konkretnego odbiorcy (np. centra outletowe, osiedlowe, premium).

Nowe koncepty handlowe

W ostatnich latach pojawiają się obiekty wielofunkcyjne. Dużą część ich powierzchni stanowią przestrzenie wspólne, food halle, show roomy („sklepy”, które nie sprzedają, a jedynie prezentują towar), pop-up’y (sklepy tymczasowe, otwierane tylko na kilka miesięcy, a nawet tygodni), concept store’y (sklepy dostarczające wielu wrażeń, projektowane, żeby zaciekawić, zaskoczyć klienta). Nowe obiekty stawiają na dostarczanie doświadczeń i inspiracji, wykorzystują nowe technologie i konceptualny design.

Rodzaje obiektów handlowych

Zgodnie z wytycznymi ICSC (Międzynarodowej Rady Centrów Handlowych) oraz Polskiej Rady Centrów Handlowych obiekty handlowe można podzielić ze względu na pełnione funkcje na:

Centra handlowe

Nieruchomości, w skład których wchodzi co najmniej 10 sklepów o łącznej powierzchni najmu minimum 5000 m kw. Centra handlowe są zarządzane przez jeden podmiot (nazywany zarządcą centrum handlowego) i mieszczą się w jednym budynku (lub w kilku nieruchomościach połączonych trwale ze sobą).

Parki handlowe

Zespoły budynków lub lokali z osobnymi wejściami. W skład parków handlowych zazwyczaj wchodzi średnie i duże sklepy (np. spożywczy, meblowy, budowlany, sportowy). W latach 2012–2017 zaobserwowano znaczący wzrost znaczenia parków handlowych w Polsce, które zwiększyły swój udział w strukturze rynku o 40%.

Centra wyprzedażowe

Projekty handlowe ze sklepami, w których sprzedawcy oferują produkty o obniżonych cenach, często nadwyżki, końcówki kolekcji lub kolekcje posezonowe. Centra wyprzedażowe w Polsce mają zazwyczaj ograniczoną ofertę rozrywkową, gastronomiczną, na ich terenie nie ma też dużych sklepów spożywczych.

Należy podkreślić, że dziś różnice między formatami zacierają się, a obiekty handlowe coraz częściej łączą w sobie wiele funkcji.

Jakie chcą być centra handlowe w Polsce – trendy

Według Polskiej Rady Centrów Handlowych można wskazać zestaw 10 podstawowych trendów – celów, ku realizacji których zmagają zarządcy nieruchomości handlowych.



Dostępność – centra dla każdego – Dostępność w centrach handlowych nie dotyczy wyłącznie osób z niepełnosprawnościami, ale także seniorów, rodziców z dziećmi, kobiet w ciąży, osób czasowo niesprawnych lub poruszających się z bagażem. Przestrzenie w centrach handlowych nie tylko są projektowane zgodnie z wymogami prawa budowlanego, ale także uwzględniają dodatkowe rozwiązania ułatwiające poruszanie się i orientację w terenie. W większości obiektów znajdują się przewijaki, pokoje do opieki nad dziećmi, dodatkowe miejsca parkingowe, wygodne i szerokie windy, w niektórych pętle indukcyjne i systemy oznaczeń dla osób z niepełnosprawnością wzroku.



Przyjazne dla całej rodziny – przestrzeń w obiektach handlowych projektowana jest w sposób ograniczający wszelkie uciążliwości związane z przebywaniem w budynku. Poza inteligentnie sterowaną klimatyzacją, wentylacją i oświetleniem, zarządcy obiektów kontrolują czystość i zapachy, zapewniają obecność roślin i wygodnej małej architektury, a także czytelne oznaczenia. Budynki starszych generacji są sukcesywnie przebudowywane i odświeżane. W projektowaniu rozwiązań wykorzystuje się najnowsze trendy, a także wnioski płynące z konsultacji społecznych.



Wiele kanałów – jeden cel – centra handlowe wykorzystują w kontaktach z klientami różne formy komunikacji. Największą popularnością cieszą się kanały internetowe, które umożliwiają prezentowanie nie tylko reklam, ale także działania wizerunkowe i informacyjne. Klienci odwiedzający centrum mieszkają zazwyczaj w jego okolicy, dlatego zarządcy skupiają się na skutecznym i prostym dotarciu do nich przy pomocy dostępnych kanałów komunikacji.



Nowoczesność dzięki technologii – nowe technologie i rozwiązania są powszechnie wykorzystywane w obiektach handlowych. Klienci dostrzegają zazwyczaj tylko ich część – wielkie ekrany LCD, infokioski, lustra reklamowe, gadżety. W rzeczywistości nowoczesne technologie wspierane przez sztuczną inteligencję sterują wykorzystaniem mediów, skanują budynki, wspierają ochronę oraz obsługę techniczną, a także analizują dane.



Gastronomia niejedno ma imię – zróżnicowana oferta gastronomiczna w centrach handlowych to efekt przeniesienia ciężaru ruchu z samoobsługowych bistro na pełnowymiarowe restauracje i nowoczesne koncepty gastronomiczne.



Czas wolny i rozrywka – oferta centrów handlowych odpowiada na potrzeby klientów. Z jednej strony dobór najemców z branży rozrywkowej staje się bardziej różnorodny (pojawiają się kina czy siłownie), z drugiej - znacząco poszerza się kalendarz wydarzeń dla klientów organizowanych przez centra handlowe (np. kiermasze, teatryki dla dzieci). W centrach otwierają się kina, sale zabaw, kręgielnie, kluby fitness, szkoły tańca, a nawet niewielkie muzea, escape roomy i wystawy. Często dochodzi do współpracy z lokalnymi organizacjami pozarządowymi, szkołami, bibliotekami, ośrodkami kultury, samorządami.



Centra szyte na miarę – wybierając sklepy, które otworzą się w obiekcie, tworząc kalendarze wydarzeń i plany rozbudowy, zarządcy centrów handlowych korzystają ze szczegółowych badań dotyczących potrzeb swoich klientów.



Lokalne, czyli nasze – obiekty handlowe funkcjonują w konkretnym miejscu. Kalendarz wydarzeń, strategie marketingowe, rozwiązania technologiczne, a nawet współpraca z firmami czy instytucjami – są powiązane właśnie z lokalizacją nieruchomości.



Wiele funkcji w jednym miejscu – dążenie do zaspokajania wszystkich potrzeb mieszkańców w jednym miejscu widać w największych centrach handlowych otwartych w ostatnich latach. Wielkie, nowoczesne obiekty zapewniają dostęp do możliwie szerokiej listy sklepów, usług i rozrywki na ograniczonej przestrzeni. Te olbrzymie inwestycje dają miejsce pracy tysiącom osób, ściągają do Polski kapitał z zagranicy i, dzięki znacznym budżetom, mogą stosować u siebie nowoczesne technologie.



Design i ład – dążenie do nadania budynkom estetycznego wyglądu jest siłą napędową rewitalizacji i przebudów, które przechodzą w Polsce centra starszych generacji. Znaczne inwestycje poprawiające dostępność i funkcjonalność obiektów odświeżają je i pozwalają na rozsądne wykorzystanie przestrzeni.

Wyzwania i ograniczenia

Centra handlowe są budynkami komercyjnymi, tworzą platformę, na której sieci handlowe (właściciele sklepów) wynajmują lokale, aby oferować w nich swoje produkty lub usługi.

Ponieważ obiekty handlowe w takiej formie powstawały w Polsce głównie w ciągu ostatnich 30 lat, występują między nimi znaczące różnice.

W zakresie dostępności wyzwaniami, przed jakimi stoją właściciele i zarządcy centrów handlowych, są:



dostępność architektoniczna – wynika często z historycznego charakteru niektórych budynków. Architekci i generalni wykonawcy centrów handlowych są zobowiązani do przestrzegania przepisów prawa budowlanego oraz wytycznych architektów miejskich, a świadomość istnienia szczególnych potrzeb osób o ograniczonej mobilności cały czas się zwiększa.



dostępność informacyjna – to dopasowanie sposobów prezentowania informacji do potrzeb osób o różnych ograniczeniach, np. intelektualnych lub niepełnosprawności zmysłów. Jej zapewnienie wymaga często odświeżenia lub zmiany materiałów informacyjnych, materiałów on-line oraz POS i dostosowania ich do potrzeb klientów z niepełnosprawnościami (np. wzroku, słuchu).



dostępność komunikacyjna – dotyczy możliwości dojazdu do obiektu handlowego i często jest związana ze współpracą z samorządem, spółkami komunikacyjnymi (PKP, PKS) lub instytucjami. Wyzwaniem dla zarządców jest współpraca z podmiotami zewnętrznymi, budżet oraz terminy realizacji inwestycji.

Komentarz Eksperta:



Centra handlowe przyciągają coraz większe rzesze klientów. Całkiem dużą grupę stanowią osoby, które mają szczególne potrzeby, najczęściej związane z ograniczeniami ruchu. Szacujemy, że co czwarty odwiedzający nasze obiekty, wymaga udogodnień, które pozwolą mu komfortowo i bez ograniczeń realizować różne potrzeby, od zakupów po korzystanie z usług, czy gastronomii. Usprawnienia, które są wprowadzane do obiektów dotyczą najliczniej obserwowanych grup – seniorów, osób z niepełnosprawnością ruchu, rodzin z małymi dziećmi, kobiet w ciąży. Zdajemy sobie sprawę, że zwłaszcza w mniejszych miastach galerie handlowe są jedynymi miejscami, które umożliwiają osobom z niepełnosprawnościami korzystanie z oferty wielu sklepów i usługodawców. Pamiętamy także o zróżnicowaniu typów niepełnosprawności, staramy się obserwować i reagować na potrzeby naszych klientów poprzez planowanie inwestycji, które zlikwidują bariery i uczynią nasze miejsca jeszcze bardziej przyjaznymi i dostępnymi.

Jan Dębski

Prezes Zarządu Polskiej Rady Centrów Handlowych

Chairman of Business Development, Unibail-Rodamco-Westfield

Dostępność

Krótką charakterystyka zagadnienia dostępności

Czym jest dostępność?

Dostępność oznacza, w największym uogólnieniu, możliwość korzystania z budynków i przestrzeni przez wszystkich potencjalnych użytkowników. Tworzą ją pojedyncze rozwiązania (np. przestrzeń komunikacyjną czy windy), ale dopiero wtedy, gdy **stanowią funkcjonalną, uzupełniającą się i spójną całość**.

- ◇ Równy dostęp (*equitable use*) – rozwiązanie powinno być użyteczne i atrakcyjne dla ludzi o różnych możliwościach fizycznych.
- ◇ Elastyczność użytkowania (*flexibility in use*) – rozwiązanie powinno uwzględniać potrzeby i możliwości różnych użytkowników.
- ◇ Prostota i intuicyjność (*simple and intuitive*) – sposób korzystania z rozwiązania powinien być łatwy do zrozumienia i niezależny od doświadczeń, wiedzy, znajomości języka czy stopnia koncentracji użytkownika.
- ◇ Czytelna informacja (*perceptible information*) – informacja powinna być czytelna niezależnie od warunków otoczenia oraz możliwości sensorycznych użytkowników.
- ◇ Tolerancja na błędy (*tolerance for error*) – rozwiązanie powinno minimalizować niebezpieczeństwo i negatywne konsekwencje przypadkowych lub niezamierzonych działań.
- ◇ Minimalizowanie wysiłku fizycznego (*low physical effort*) – korzystanie z rozwiązania powinno być możliwe w sposób efektywny, wygodny i niepowodujący zmęczenia.
- ◇ Parametry i wielkość przestrzeni umożliwiające dostęp i użytkowanie (*size and space for approach and use*) – przestrzeń i parametry danego rozwiązania powinny umożliwiać korzystanie z niego niezależnie od parametrów ciała, postury i mobilności użytkownika⁹.

⁹ Punkty za publikacją „Włącznik” Fundacji Integracja. Publikacja powstała we współpracy z firmą Skanska. Lista za: Centrum Projektowania Uniwersalnego w Karolinie Północnej.

Różne rodzaje niepełnosprawności

Osoby z różnymi niepełnosprawnościami to, według różnych szacunków, ponad 4,5 miliona mieszkańców Polski. To nie tylko osoby z widocznymi niepełnosprawnościami, np. poruszające się na wózku lub chodzące z białą laską osoby niewidome. Wśród nich wymienić trzeba też osoby z chorobami kardiologicznymi czy nowotworowymi, innymi chorobami przewlekłymi, osoby z niepełnosprawnością słuchu, autyzmem czy chorobami psychicznymi.

Dostępność staje się kluczowym wymaganiem dla projektowania przestrzeni i budynków również z przyczyn demograficznych - wraz ze wzrostem długości życia obserwujemy wzrost liczby osób z niepełnosprawnością. Wśród osób w wieku 20 lat tylko 2% posiada jakąś formę niepełnosprawności. W grupie 75-latków - to już ponad 50%.

Idea Programu Dostępność Plus

Celem programu Dostępność Plus jest umożliwienie wszystkim mieszkańcom Polski – zwłaszcza seniorom, osobom z niepełnosprawnościami i tym, u których występują ograniczenia w zakresie poruszania się – niezależnego życia. Dzięki Funduszowi Dostępności stale zwiększa się dostępność architektoniczna budynków i modernizuje się infrastruktura.

Program działa w dwóch wymiarach¹⁰:

Pierwszy wymiar – uniwersalny i długofalowy

Dzięki Programowi Dostępność Plus państwo i jego instytucje będą w swych działaniach uwzględniać potrzeby osób z niepełnosprawnościami, np. tworząc akty prawne gwarantujące, że nowe i remontowane budynki będą dostępne, a przestrzeń publiczna (place, chodniki, ulice, parki itp.) będzie spełniała wymogi dostępności. Ocena skutków nowych regulacji będzie dokonywana z uwzględnieniem ich wpływu na sytuację osób z niepełnosprawnościami. Szczególny nacisk autorzy programu położyli na nowe technologie i rozwiązania, które ułatwią też dostęp do rehabilitacji i innych usług zdrowotnych.

Drugi wymiar – bezpośredni

To aktualnie realizowane i zaplanowane inwestycje, m.in. nowe budynki, zakup pojazdów, nowe technologie, jak też modernizacja i usprawnianie istniejącej infrastruktury, przestrzeni, środków transportu, serwisów internetowych i wszystkich oferowanych przez instytucje usług. Działania w ramach Programu Dostępność Plus są już dziś realizowane w ośmiu obszarach: architektura, transport, edukacja, służba zdrowia, cyfryzacja, usługi, konkurencyjność,

¹⁰ Punkty za publikacją „Włacznik” Fundacji Integracja. Publikacja powstała we współpracy z firmą Skanska. Lista za: Centrum Projektowania Uniwersalnego w Karolinie Północnej.

Co jest skutkiem, co przyczyną istnienia barier

Można powiedzieć, że bariery architektoniczne są fizyczną konsekwencją istnienia barier społecznych.

„Niepełnosprawność jest pojęciem ewoluującym (...) niepełnosprawność wynika z interakcji między osobami z dysfunkcjami a barierami wynikającymi z postaw ludzkich i czynników środowiskowych, które utrudniają tym osobom pełny i skuteczny udział w życiu społeczeństwa, na zasadzie równości z innymi osobami”.

Konwencja ONZ o prawach osób z niepełnosprawnościami

Zmiana spojrzenia na niepełnosprawność polega na podkreśleniu, że to bariery zewnętrzne mają kluczowy wpływ na jakość życia, a nie ograniczenia natury zdrowotnej.

Prof. Andrzej Twardowski pisze, że „w modelu medycznym niepełnosprawność jest traktowana jako biologicznie zdeterminowana wada, natomiast w modelu społecznym – jako rezultat funkcjonowania barier społecznych”¹¹. Dr Mateusz Karaś dodaje zaś, że „niepełnosprawność powstaje dopiero w zetknięciu z barierami, za które odpowiedzialne jest społeczeństwo. Uszkodzenia ciała nie tworzą niepełnosprawności w sensie społecznym. To dopiero ograniczenia wynikające z nieprzystosowania społeczeństwa decydują o tym, czy dana osoba zostanie z niego wykluczona”¹².

Charakterystyka demograficzna osób z niepełnosprawnościami

4,697 mln

Ogólna liczba osób niepełnosprawnych w Polsce ¹³

7,69 mln

Ogólna liczba osób niepełnosprawnych biologicznie w Polsce (wg metodologii Eurostatu, czyli liczba osób, które twierdziły, iż z powodu problemów zdrowotnych miały ograniczoną zdolność wykonywania czynności, jakie ludzie zwykle wykonują; uwzględniono poważne i mniej poważne ograniczenia) ¹⁴

3,801 mln

Ogólna liczba osób niepełnosprawnych prawnie (posiadających orzeczenie) ¹⁵

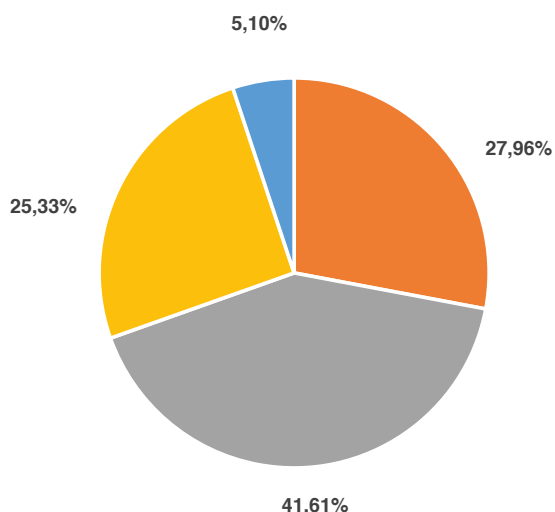
11 Twardowski A., „Społeczny model niepełnosprawności – analiza krytyczna”; Studia Edukacyjne nr 48/2018, s. 104.

12 Karaś M., „Niepełnosprawność, od spojrzenia medycznego do społecznego i Disability Studies”; Przegląd Prawniczy, Ekonomiczny i Społeczny, nr 4/2012.

13 Narodowy Spis Powszechny 2011.

14 Stan zdrowia ludności Polski w 2014 roku; GUS.

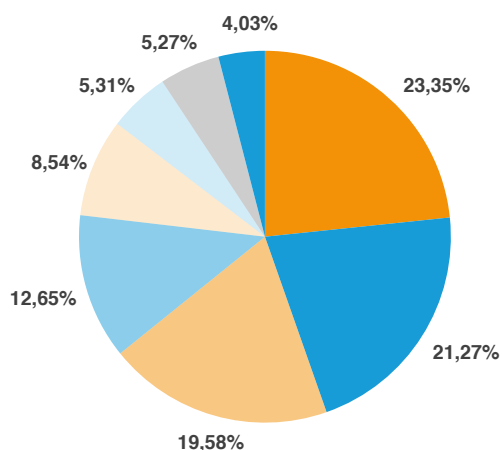
15 Tamże.



Udział osób z określonym stopniem niepełnosprawności w populacji osób z niepełnosprawnościami

- Znaczny stopień niepełnosprawności
- Umiarkowany stopień niepełnosprawności
- Lekki stopień niepełnosprawności
- Bez orzeczonego stopnia (dzieci do lat 16)

Źródło: GUS



Osoby z niepełnosprawnością (prawnie i biologicznie) wg wieku:

- 0-19 lat
- 20-29 lat
- 30-39 lat
- 40-49 lat
- 50-59 lat
- 60-69 lat
- 70-79 lat
- 80 lat i więcej

Osoby z niepełnosprawnością wg miejsca zamieszkania¹⁸:

3 018 036

osób

Miasta (64,25%)

1 679 012

osób

Wieś (1 679 012)

5,9%

Stopa bezrobocia osób z niepełnosprawnością w wieku produkcyjnym¹⁹

29,7%

Współczynnik aktywności zawodowej osób z niepełnosprawnością w wieku produkcyjnym²⁰

28%

Wskaźnik zatrudnienia osób z niepełnosprawnością w wieku produkcyjnym²¹

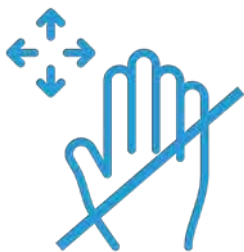
17 Narodowy Spis Powszechny 2011.
 18 Tamże.
 19 Badanie Aktywności Ekonomicznej Ludności GUS; I kw. 2020.
 20 Tamże.
 21 Tamże.

Różne rodzaje niepełnosprawności i innych szczególnych potrzeb

Dostępność, rozumiana jako stałe dążenie do zapewnienia równych warunków funkcjonowania w przestrzeni, wymaga zrozumienia rodzajów ograniczeń, które występują wśród ludzi. W pierwszym skojarzeniu są to niepełnosprawności widoczne gołym okiem – związane z kończynami i zmysłami. Jest to jednak lista z oczywistych względów niepełna.

Przedstawiamy podstawowe formy ograniczenia mobilności – stałego lub czasowego, które dają ogłęd kto i dlaczego może potrzebować specjalnych rozwiązań ułatwiających przebywanie w centrum handlowym.

Niepełnosprawność narządu ruchu



Może istnieć od urodzenia, ale może też być nabyta w wyniku zachorowania czy wypadku. Wiąże się z ograniczoną mobilnością, wynikającą z różnego rodzaju chorób kończyn dolnych i/lub górnych, ale też paraliżu, uszkodzenia kręgosłupa itp. Grupa osób z niepełnosprawnością ruchową jest różnorodna – może więc mieć wiele różnych potrzeb. Osoby te mogą poruszać się na wózku (ręcznym lub elektrycznym), za pomocą kul, skutera, balkonika. Niektóre nie są w stanie samodzielnie opuścić domu, a nawet łóżka. Wśród największych potrzeb osób z niepełnosprawnością ruchową znalazły się, jak wskazano w raporcie PFRON²², wsparcie w obszarze mieszkalnictwa i samodzielnego życia. Szczególnie ważna dla tej grupy była likwidacja barier architektonicznych w przestrzeni publicznej, ale też przystosowanie środka transportu.

Niepełnosprawność narządu słuchu



Osoby głuche mogą nie słyszeć z powodu uwarunkowań genetycznych bądź z powodu utraty słuchu w wyniku choroby. Do tej grupy zaliczają się także osoby starsze, które stopniowo mogą tracić słuch w związku z wiekiem, oraz słabosłyszące. Szacuje się, że liczba osób głuchych w Polsce, komunikujących językiem migowym, może się wahać od 45 tys. do 60 tys., niemal 900 tys. ma poważny uszczerbek słuchu

Dla osób z niepełnosprawnością słuchu bardzo istotne są narzędzia komunikacji z otoczeniem, czyli sprzęt umożliwiający słyszenie, np. pętle indukcyjne oraz zapewnienia tłumacza migowego w przestrzeni publicznej²³.

22 PFRON, „Badanie potrzeb osób niepełnosprawnych”. Raport końcowy 2017, str. 5.

23 Tamże, str. 6–7.

Niepełnosprawność narządu wzroku



Może wynikać z choroby genetycznej i trwać od urodzenia lub wiązać się z utratą wzroku po przebytej chorobie lub po wypadku. W tej grupie są także osoby słabowidzące albo mające tylko poczucie światła. Z danych GUS wynika, że w Polsce żyje ponad 1 mln 800 tys. osób z niepełnosprawnością wzroku.

Najbardziej istotne potrzeby tej grupy to dostęp do urządzeń, które zniwelują ograniczenia w komunikacji oraz likwidacja barier w przestrzeni publicznej np. przez sygnalizację dźwiękową, a także dostosowanie dokumentów i tekstów (większy druk, możliwość powiększenia tekstu, użycie alfabetu Braille'a)²⁴.

Osoby z autyzmem



Główna różnica między osobami z autyzmem i resztą społeczeństwa związana jest z wrażliwością i odbiorem zmysłowym. U osób ze spektrum autyzmu (ASD) zmysły pracują inaczej, przez co osoby te inaczej postrzegają świat, inaczej też rozumują. To wpływa na to, jak odbierają przestrzeń i to, jak w niej funkcjonują.

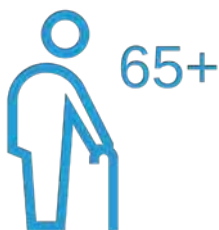
Choć nie można stworzyć zbioru arbitralnych zasad zapewniających dostępność dla osób z autyzmem to istnieje kilka reguł, którymi powinno się kierować przy projektowaniu przyjaznych dla nich przestrzeni.

Istotna jest przede wszystkim akustyka i wyeliminowanie zbędnego hałasu, logiczność i przewidywalność przestrzeni odpowiadająca kolejnym podejmowanym czynnościom, uwzględnienie skłonności do rutynowych zachowań, a także zabezpieczenie tzw. stref ucieczki.

Rekomendacja: Więcej informacji na temat tworzenia przestrzeni przyjaznych dla osób z autyzmem można znaleźć na stronie prof. Magdy Mostafy: An architecture for autism <https://www.autism.archi/>

²⁴ Tamże, str. 6–7.

Seniorzy - osoby powyżej 65. roku życia



Z danych GUS wynika, że Polska starzeje się w szybkim tempie. W 2019 roku 1,7 mln Polaków było w wieku powyżej 80 lat. Jednak proces starzenia przebiega różnie u różnych osób, dlatego nie istnieje jedna granica, po przekroczeniu której można mówić o radykalnym ograniczeniu samodzielności i mobilności. Niemniej jednak pozostaje faktem, że z wiekiem u większości osób następuje pogorszenie stanu zdrowia, często trudności z poruszaniem się, szybsze odczuwanie zmęczenia, niechęć do przebywania w głośnych przestrzeniach.

Kobiety w ciąży, osoby z urazami fizycznymi, osoby po wypadkach – ograniczenia czasowe



Osoby w pełni sprawne i zdrowe mogą czasowo mierzyć się ze stanami ograniczającymi ich mobilność. Dotyczy to kobiet w ciąży, osób po wypadkach i w trakcie rekonwalescencji, ale też osób podróżujących z dużym bagażem lub po prostu tych, które w danej chwili poczują się słabo.

Dla nich wszystkich możliwość wybrania windy zamiast schodów, odpoczynek na ławce lub łatwe odnalezienie przestronnej toalety staje się ważnym czynnikiem zapewniającym komfort w codziennym życiu.

Ile osób z niepełnosprawnością jest w Polsce?



Niepełnosprawność ruchowa

4 mln 249,5 tys. Polaków (13,16% populacji) w wieku powyżej 15 lat ma trudności z przejściem 500 metrów po płaskim terenie, z czego 1 mln 210,6 tys. (3,75%) deklaruje duże trudności, a 536,5 tys. (1,66%) w ogóle tego nie zrobi²⁵.



Niepełnosprawność słuchowa

1 mln 583,7 tys. (4,9%) Polaków w wieku powyżej 15 lat korzysta z aparatu słuchowego lub implantu ślimakowego, a 16,2 tys. (0,05%) to osoby głuche²⁶.



Niepełnosprawność wzrokowa

Wśród osób w wieku 15 lat i więcej 7 mln 625,7 tys. osób ma trudności z widzeniem (23,6% populacji w tym przedziale wiekowym). Duże trudności deklaruje 979,1 tys. z nich (3%), a w ogóle nie widzi 42 tys. osób (0,13%)²⁷.



Osoby powyżej 65. roku życia

65 lat ukończyło 6,947 mln Polaków, co stanowi nieco ponad 18% populacji kraju²⁸, natomiast GUS przewiduje, że w 2025 roku osoby straszne będą stanowiły powyżej 21,7% ludności Polski.



Kobiety w ciąży

W 2019 roku zarejestrowano 376 192 urodzenia²⁹. Ponieważ liczba ta co rok jest na zbliżonym poziomie, można wysnuć wniosek, że w każdym czasie tyle Polek jest w ciąży.

25 Stan zdrowia ludności Polski w 2014 roku; GUS.

26 Tamże.

27 Tamże.

28 Ludność. Stan i struktura ludności oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym (stan w dniu 31.12.2019); GUS 2020.

29 Rocznik Demograficzny 2020; GUS 2020.

Dostępność w centrum handlowym. Metodologia.

Aby lepiej zrozumieć, jak wygląda dziś dostępność w centrach handlowych oraz jak stosowane w nich rozwiązania mają się do faktycznych potrzeb osób z niepełnosprawnością, przeprowadzono badania ilościowe oraz eksperckie. Badanie centrów handlowych składało się z trzech etapów:

Okiem dyrektora

Data badania: 1–10 września 2020 roku

Liczba skutecznie rozesłanych ankiet: 252

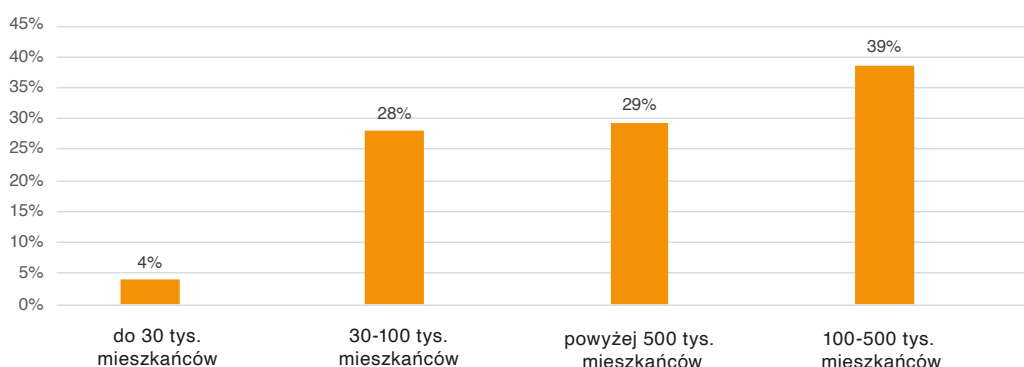
Liczba uzyskanych odpowiedzi: 75

Metodologia: ankieta do dyrektorów centrów handlowych. Ankieta nie uwzględnia bardzo małych obiektów o powierzchni GLA poniżej 2000 m kw.

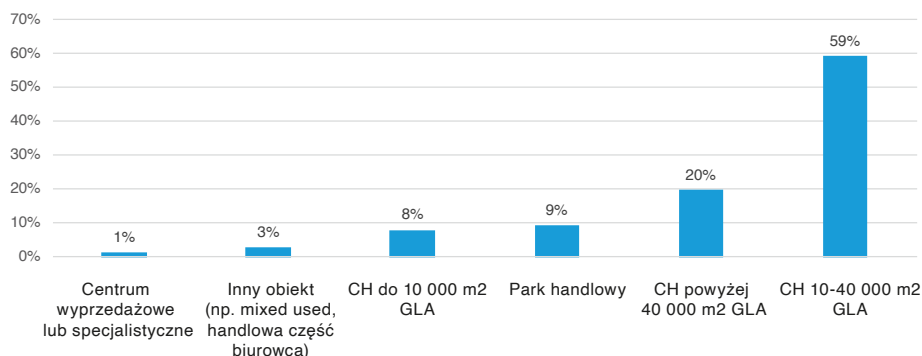
Cel badania: uzyskanie ogólnych informacji na temat dostępności architektonicznej, proceduralnej i cyfrowej centrów handlowych.

Struktura zbadanych centrów handlowych:

Wielkość miasta



Rodzaj centrum handlowego



Okiem użytkownika

Data badania: 1–14 września 2020 roku

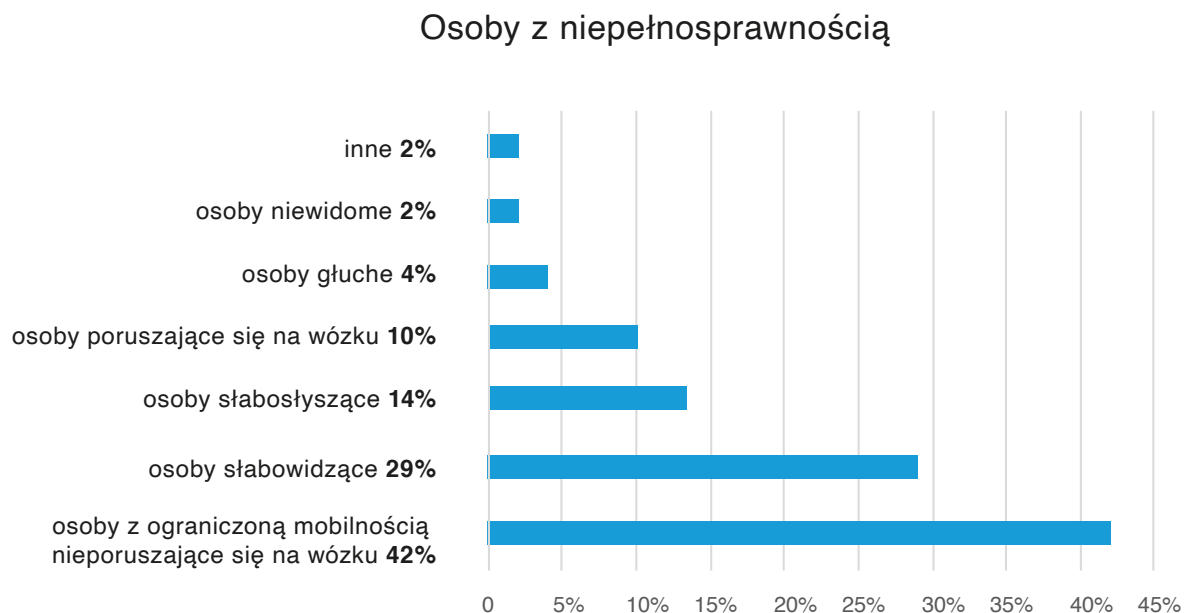
Liczba uzyskanych odpowiedzi:

- osoby z niepełnosprawnością: 355,
- osoby czasowo niepełnosprawne: 155,
- kobiety w ciąży: 120

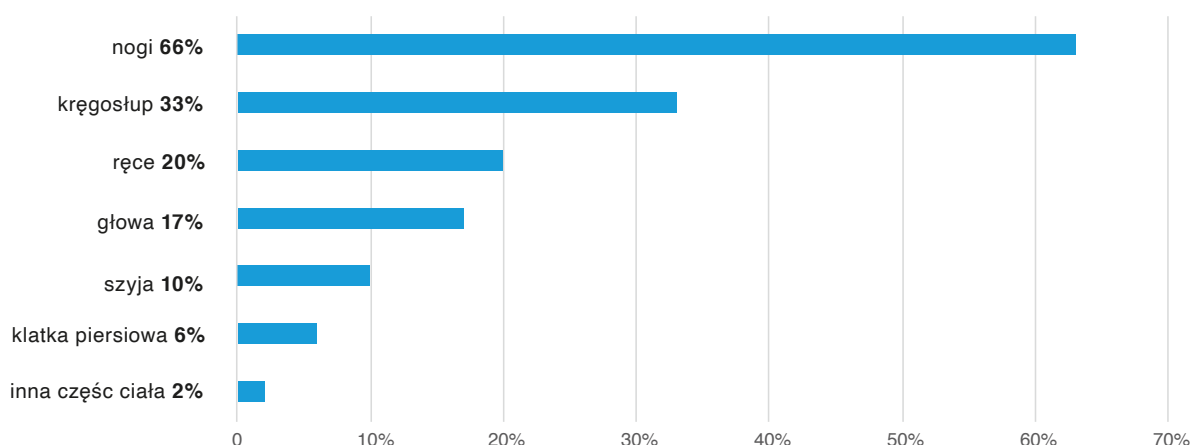
Metodologia: panel badawczy Ariadna.

Cel badania: celem badania było określenie preferencji osób z niepełnosprawnością i czasową niepełnosprawnością oraz kobiet w ciąży. Badane były m.in. powody, dla których odwiedzają lub omijają centra handlowe, jak często i z jakich usług korzystają oraz jakich rozwiązań oczekują.

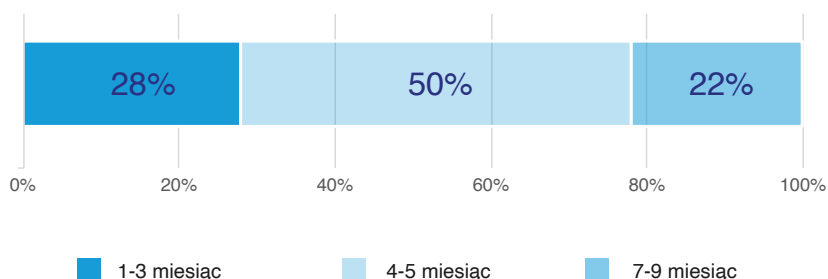
Struktura zbadanej grupy:



Osoby z czasową niepełnosprawnością



Kobiety w ciąży



Zastrzeżenie metodologiczne: Wśród ankietowanej grupy osób z niepełnosprawnością 14% osób deklarowało ciężki stopień niepełnosprawności, jednak zgodnie z danymi GUS BAEL 2016 osoby te stanowią 27% osób niepełnosprawnych³⁰. W przeprowadzonym badaniu osoby poruszające się na wózku stanowiły 10% osób z niepełnosprawnością, głuche 4%, natomiast niewidome 2%, przy czym pytano wyłącznie o wiodącą niepełnosprawność. Powyższe informacje mogą mieć znaczenie dla interpretacji wyników.

Osoby z najpoważniejszymi niepełnosprawnościami, które w szczególnym stopniu potrzebują rozwiązań pozwalających na swobodne korzystanie z centrów handlowych, stanowią w badanej grupie stosunkowo niewielki odsetek. Liczba osób z niepełnosprawnością w stopniu ciężkim, które wzięły udział w badaniu, jest proporcjonalnie o niemal połowę mniejsza niż wskazują dane na temat polskiej populacji. Po drugie, brak odpowiednich rozwiązań wpływa nie tylko na zmniejszenie komfortu tych osób, ale może uniemożliwiać lub utrudniać im korzystanie z infrastruktury.

30 Badanie aktywności ekonomicznej ludności (BAEL), GUS 2016.

Okiem eksperta

Data badania: 7–20 września 2020

Liczba zbadanych obiektów: 12

Metodologia: 12 centrów handlowych odwiedzonych przez ekspertów w zakresie dostępności dla osób ze szczególnymi potrzebami. Informacje zostały uzupełnione w oparciu o ogólną wiedzę ekspertów.

Cel badania: celem badania była ocena jakości rozwiązań stosowanych w centrach handlowych, określenie najczęściej pojawiających się problemów w zakresie dostępności dla osób ze szczególnymi potrzebami oraz wskazanie dobrych praktyk i przykładów stosowania konkretnych rozwiązań.

Struktura zbadanych centrów handlowych:

	Rodzaj centrum handlowego	Wielkość miasta
1	Park handlowy	średnie miasto (20–100 tys. mieszkańców)
2	do 10 000 m² GLA	średnie miasto (20–100 tys. mieszkańców)
3	10 000–40 000 m² GLA	duże miasto (100–500 tys. mieszkańców)
4	10 000–40 000 m² GLA	bardzo duże miasto (powyżej 500 tys. mieszkańców)
5	10 000–40 000 m² GLA	duże miasto (100–500 tys. mieszkańców)
6	10 000–40 000 m² GLA	średnie miasto (20–100 tys. mieszkańców)
7	powyżej 40 000 m² GLA	bardzo duże miasto (powyżej 500 tys. mieszkańców)
8	powyżej 40 000 m² GLA	bardzo duże miasto (powyżej 500 tys. mieszkańców)
9	powyżej 40 000 m² GLA	bardzo duże miasto (powyżej 500 tys. mieszkańców)
10	powyżej 40 000 m² GLA	bardzo duże miasto (powyżej 500 tys. mieszkańców)
11	powyżej 40 000 m² GLA	bardzo duże miasto (powyżej 500 tys. mieszkańców)
12	powyżej 40 000 m² GLA	duże miasto (100–500 tys. mieszkańców)

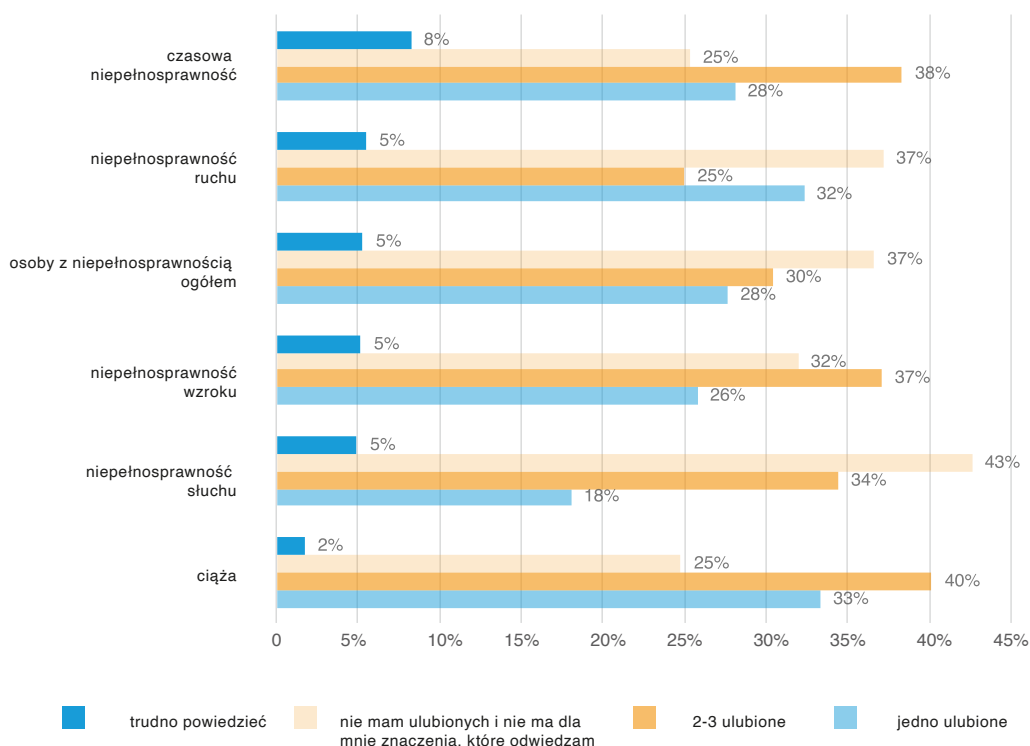
Wyniki badań

Preferencje użytkowników

Badania wskazują, że centra handlowe są popularnym miejscem korzystania z usług i robienia zakupów.

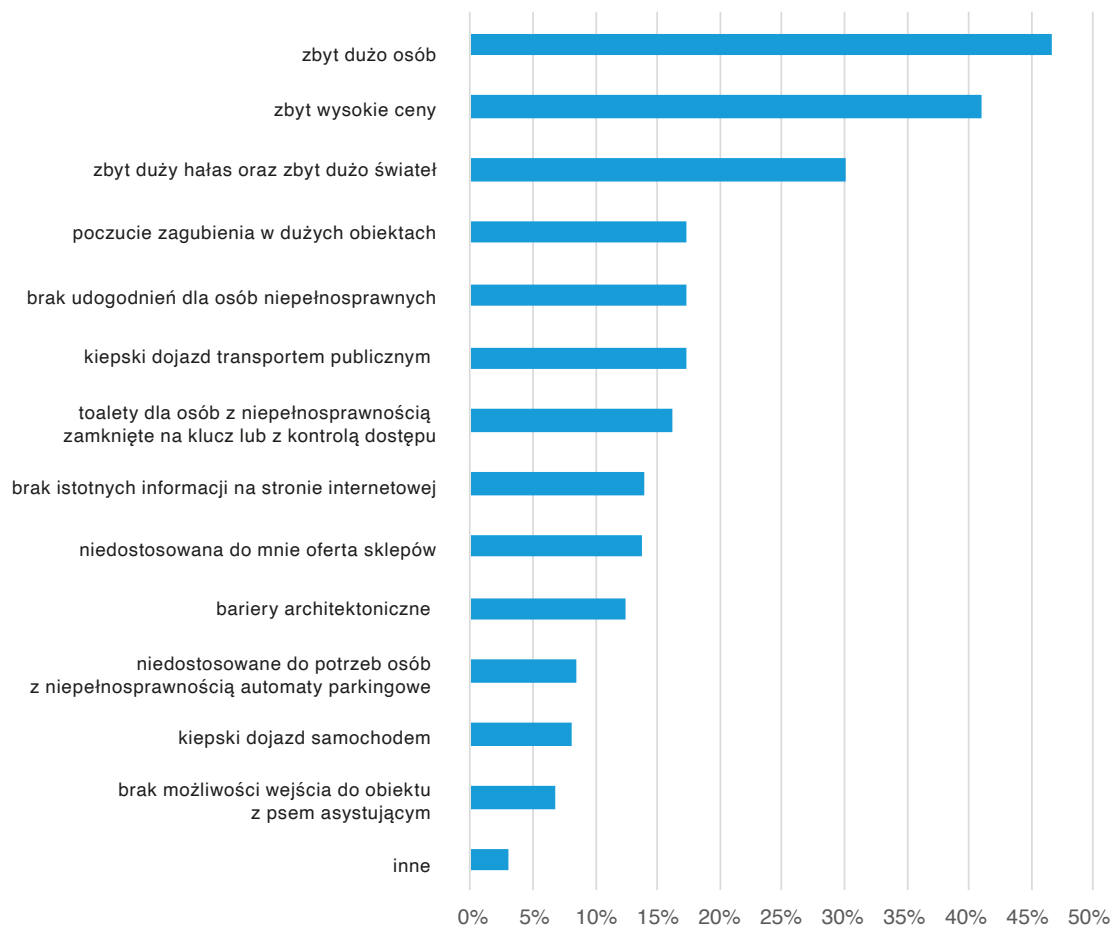
Częstotliwość odwiedzania centrów handlowych przez osoby głuche i słabosłyszące jest zauważalnie większa niż wśród innych grup osób z niepełnosprawnością. 57% osób w tej grupie udaje się do centrów handlowych przynajmniej kilka razy w miesiącu. W pozostałych grupach osób z niepełnosprawnością podobne zachowanie wykazuje od 41 do 44% osób. Pod względem częstotliwości odwiedzin zachowanie osób z niepełnosprawnością słuchu jest zbliżone do zachowania osób z czasową niepełnosprawnością i kobiet w ciąży.

Kto wykazuje największe przywiązanie do konkretnego centrum handlowego?



W każdej grupie użytkowników od 60 do 70% osób ma jedno lub kilka ulubionych centrów handlowych. Osoby z niepełnosprawnością nieco częściej wskazują, że nie mają ulubionego obiektu (37% w porównaniu z osobami z czasową niepełnosprawnością – 25% i kobietami w ciąży – 25%).

Co przeszkadza ci w centrum handlowym, które odwiedzasz (osoby z niepełnosprawnością)?



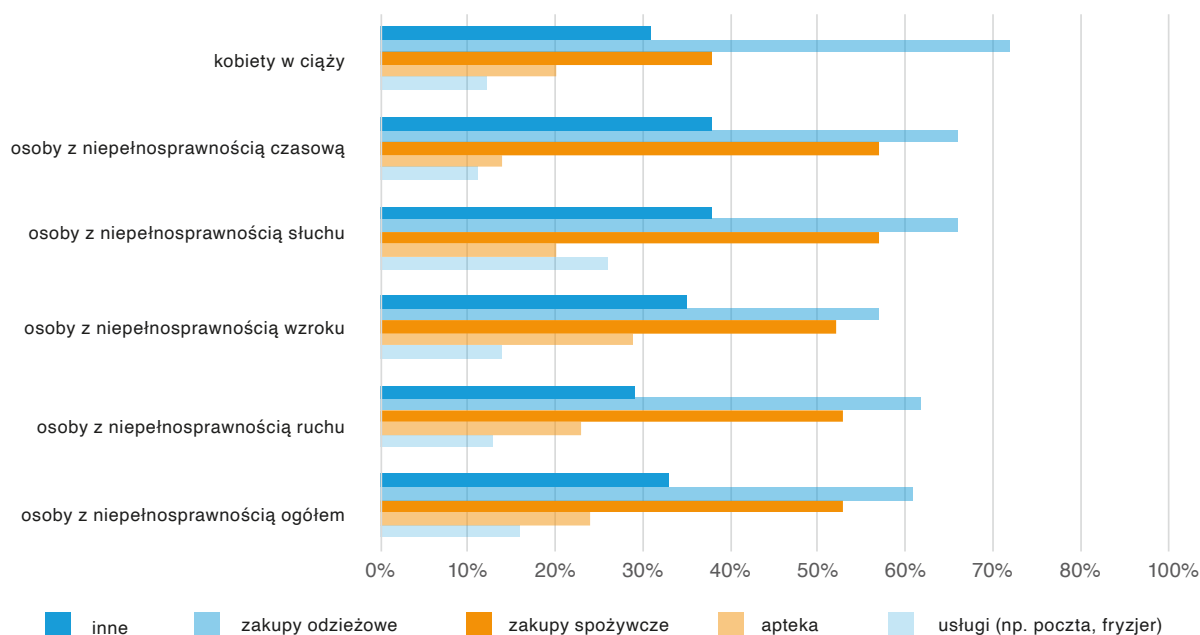
Osoby z niepełnosprawnością odwiedzające centra handlowe zapytano, co przeszkadza im w obiektach, z których korzystają.

Najczęstszym problemem była zbyt duża liczba osób (47% odpowiedzi) oraz zbyt wysokie ceny (41%). 30% osób przeszkadza hałas oraz zbyt duża ilość świateł.

Czynniki takie jak kiepski dojazd transportem publicznym, toalety dla osób z niepełnosprawnością zamknięte na klucz lub wymagające użycia kontroli dostępu, brak udogodnień dla osób z niepełnosprawnością, poczucie zagubienia – były wskazywane tylko przez 16–17% osób. Na bariery architektoniczne wskazało 12% ankietowanych. Odpowiedź taka była rzadsza niż „niedostosowana oferta sklepów”, czy „brak istotnych informacji na stronie internetowej” (po 14% odpowiedzi).

Warto zwrócić uwagę na różnice występujące w odpowiedziach poszczególnych grup osób z niepełnosprawnością. Dla osób z niepełnosprawnością słuchu szczególnie dotkliwy jest hałas i duża ilość świateł (36% odpowiedzi w grupie). Poczucie zagubienia jest większe u osób z niepełnosprawnością wzroku i słuchu (odpowiednio 24 i 20% odpowiedzi w grupie), a najmniejsze u osób z niepełnosprawnością ruchu (13%). Osoby z niepełnosprawnością ruchu najczęściej zwracały natomiast uwagę na bariery architektoniczne, brak udogodnień oraz kiepski dojazd transportem publicznym czy samochodem.

Jakie są najczęstsze powody wizyty w centrum handlowym?

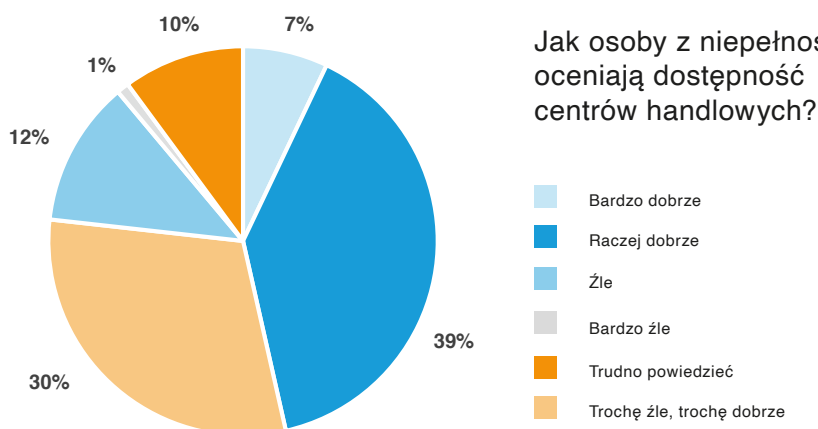


Preferencje dotyczące celu wizyty w centrum handlowym są w poszczególnych grupach zbliżone. Można je podzielić na kilka grup:

- ◇ dominujące (zakupy odzieżowe i spożywcze),
- ◇ o średniej ważności (zakupy inne niż odzieżowe i spożywcze, jedzenie w punktach gastronomicznych, apteka, kino),
- ◇ o niskiej ważności (usługi),
- ◇ o bardzo niskiej ważności (sport, gry i zabawy, inne).

W niektórych grupach można jednak zauważyć odchylenia od średniej, np.:

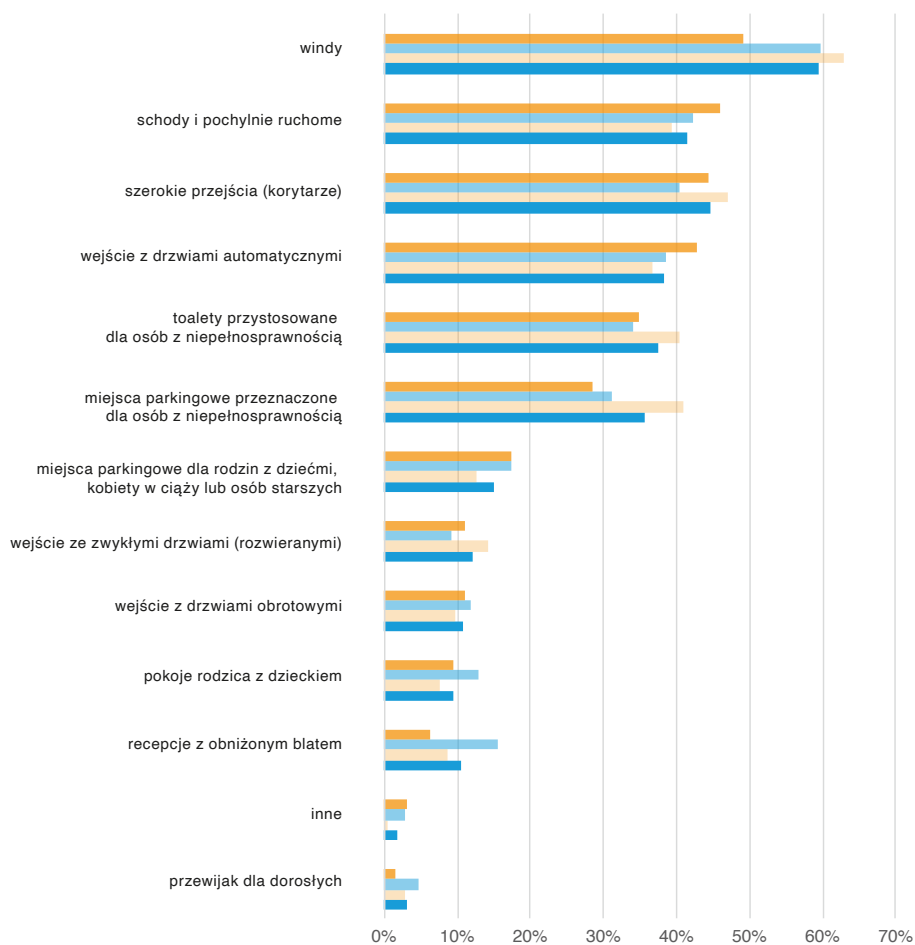
- ◇ zakupy spożywcze są głównym celem tylko dla 38% kobiet w ciąży, ale zakupy odzieżowe są najważniejsze dla 72% kobiet w tej grupie,
- ◇ osoby z niepełnosprawnością wzroku oraz z czasową niepełnosprawnością rzadziej niż inne grupy dokonują zakupów odzieżowych (odpowiednio 57 i 56%),
- ◇ apteka jest istotny celem aż 29% osób z niepełnosprawnością wzroku i tylko 14% osób z niepełnosprawnością czasową,
- ◇ usługi mają szczególne znaczenie dla 26% osób z niepełnosprawnością słuchu,
- ◇ jedzenie w punktach gastronomicznych jest najważniejszym celem dla 36% osób z niepełnosprawnością słuchu i tylko dla 17% osób z niepełnosprawnością ruchu.



Wśród osób z niepełnosprawnością centra handlowe najwyżej oceniane są przez osoby z niepełnosprawnością słuchu (52% raczej dobrze i bardzo dobrze).

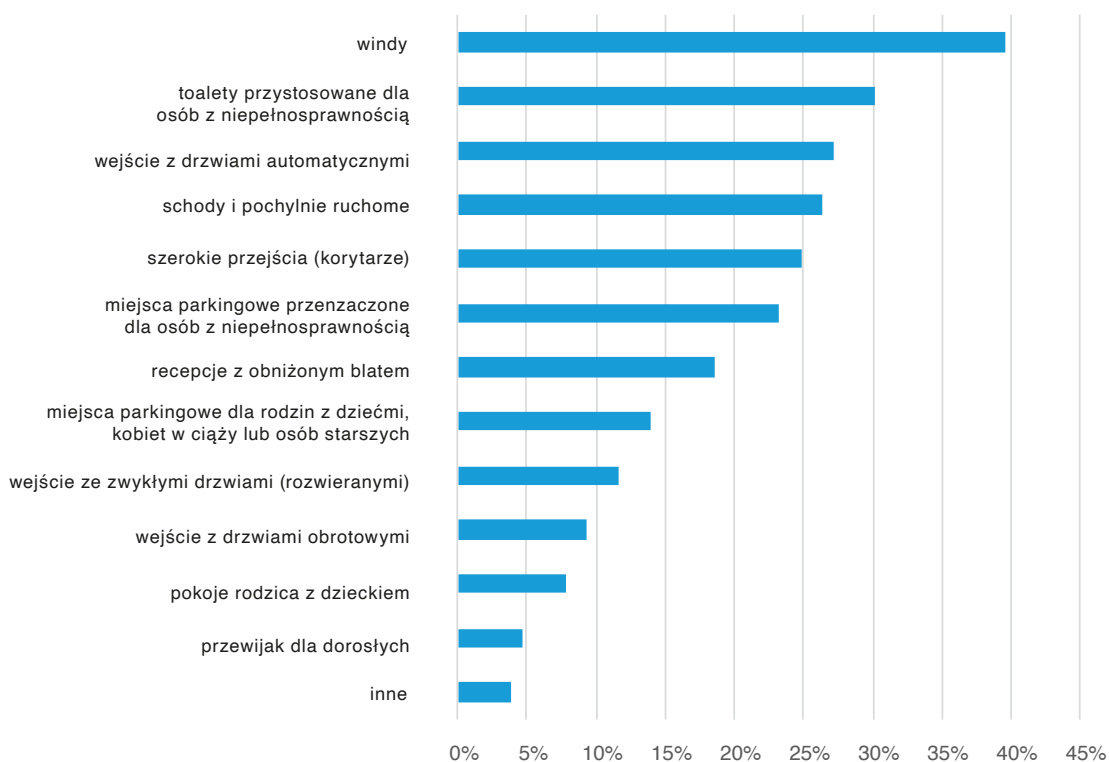
O wyborze centrum handlowego przez osoby z niepełnosprawnością decydują przede wszystkim lokalizacja (51% odpowiedzi), oferta sklepów (45%) oraz łatwość poruszania się po obiekcie (42%).

Jakie rozwiązania mają największe znaczenie w odczuciu osób z niepełnosprawnością

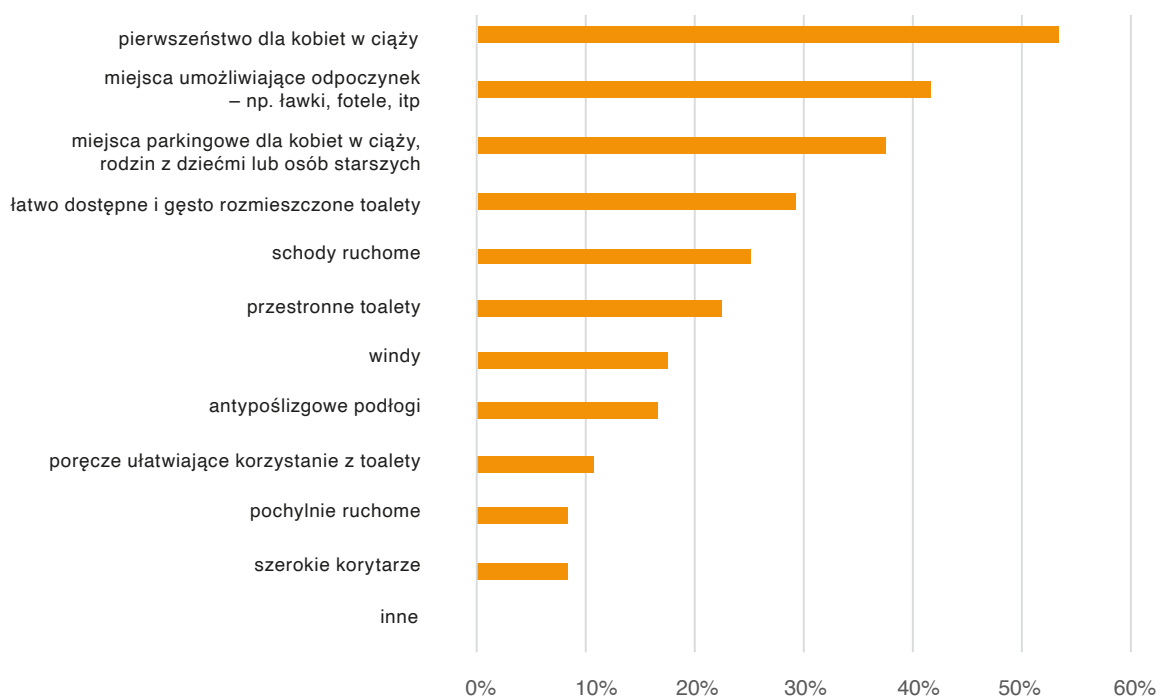


■ osoby z niepełnosprawnością ogółem
 ■ osoby z niepełnosprawnością słuchu
■ osoby z niepełnosprawnością wzroku
 ■ osoby z niepełnosprawnością ruchu

Jakie rozwiązania mają największe znaczenie w odczuciu osób z czasową niepełnosprawnością



Jakie rozwiązania mają największe znaczenie w odczuciu kobiet w ciąży?



O wyborze danego centrum handlowego decyduje przede wszystkim jego lokalizacja i oferta sklepów. Dla osób z niepełnosprawnością ważne są również: łatwość poruszania się po obiekcie, wygodny parking, przystosowania architektoniczne i toalety dla osób z niepełnosprawnością. Po 7% użytkowników z niepełnosprawnością wskazało również na oznaczenia dla osób z niepełnosprawnością wzroku i możliwość skorzystania z asysty pracownika.

Spośród rozwiązań architektonicznych najważniejsze dla osób z niepełnosprawnością są windy, ale duże znaczenia mają również szerokie przejścia, schody i pochylnie, przystosowane toalety, wejścia z drzwiami automatycznymi oraz miejsca parkingowe.

Dla kobiet w ciąży ważne jest natomiast pierwszeństwo obsługi, miejsca umożliwiające wypoczynek oraz rozwiązania ułatwiające przemieszczanie się pomiędzy kondygnacjami.

Tylko 9% osób z niepełnosprawnością, 6% osób z czasową niepełnosprawnością i 3% kobiet w ciąży odpowiedziało, że nie odwiedza centrów handlowych.

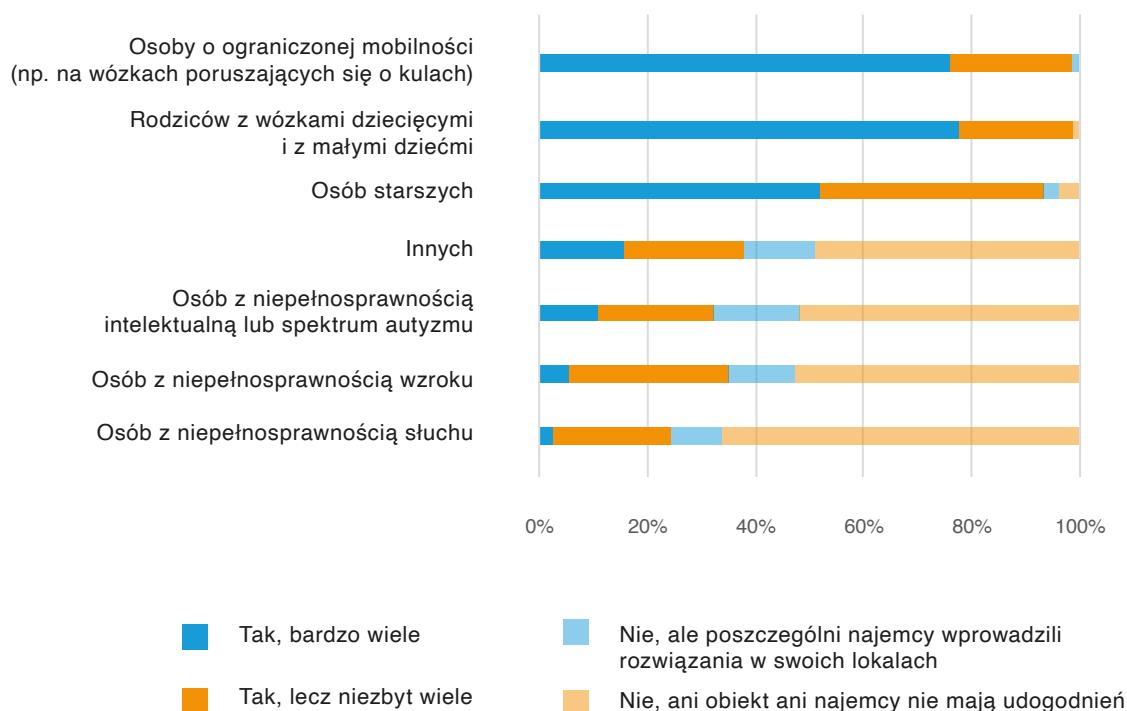
Przyczyny, dla których badani nie odwiedzają centrów handlowych, są różne, najczęściej jednak wskazuje się „brak potrzeby”, poczucie zagubienia i zbyt dużą liczbę innych osób.

Ogólnie o dostępności centrów handlowych

W kontekście opinii osób z niepełnosprawnością i kobiet w ciąży należy przyjrzeć się wynikom badania przeprowadzonego wśród dyrektorów centrów handlowych.

Poziom przystosowania zarządzanych przez siebie obiektów dyrektorzy oceniają zadowolająco, średnio na 73%.

Czy obiekt, który Pan/Pani zarządza posiada udogodnienia dla:



Dyrektorzy centrów handlowych deklarowali, że ich centra posiadają udogodnienia dla trzech grup – osób niepełnosprawnych, seniorów oraz rodziców z dziećmi:



osoby o ograniczonej mobilności (76% obiektów ma wiele rozwiązań dla tej grupy, a 23% niewiele) – przede wszystkim są to miejsca parkingowe dla osób z niepełnosprawnością oraz dostosowane toalety. W 81% obiektów nie wskazano innego rodzaju rozwiązań,



rodzice z dziećmi (78% obiektów ma wiele tego typu udogodnień, a 23% niewielką liczbę),



seniorzy (52% obiektów ma wiele udogodnień, 41% – niewielką liczbę udogodnień).

Rzadkie są udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością wzroku oraz z niepełnosprawnością intelektualną lub spektrum autyzmu, choć niemal w połowie obiektów stosuje się rozwiązania dla tych grup.

12% centrów handlowych do końca 2021 roku planuje wdrożenie rozwiązań dla osób z niepełnosprawnością sensoryczną lub intelektualną oraz spektrum autyzmu.

W ciągu ostatnich 5 lat w niemal 15% centrów handlowych wprowadzono duże zmiany poprawiające dostępność obiektu, w 47% zmiany były mniejsze, nie wymagały np. przebudowy czy remontu. Dyrektorzy 8% nie wprowadzali dotychczas zmian, ale mają je w planach.

Dyrektorzy z reguły nie spotykali się z negatywnymi reakcjami dotyczącymi barier w zarządzanych przez siebie obiektach. **Tylko 25,35% dyrektorów centrów handlowych spotkało się sporadycznie z negatywnymi reakcjami na dostępność, do niemal 3/4 w ogóle negatywne opinie nie trały.**



Badania eksperckie przeprowadzone przez audytorów potwierdzają odpowiedzi dyrektorów i obserwacje osób z niepełnosprawnościami, że większość centrów handlowych jest dostosowana co najmniej na podstawowym poziomie do potrzeb osób z niepełnosprawnością ruchu.

Czy w ostatnich 5 lat w obiekcie, którym Pan/Pani zarządza wprowadzono zmiany poprawiające jego dostępność?



Komentarz Eksperta



Centra handlowe to obiekty otwarte dla każdego, a wysoki komfort robienia zakupów i spędzania wolnego czasu przez wszystkich odwiedzających, są najważniejsze także dla właściciela i zarządcy. Konieczne jest więc planowanie ich przestrzeni tak, aby już na etapie projektowania uwzględniona była dostępność do szeregu funkcjonalności dla osób z różnego typu niepełnosprawnościami. Potrzeby wprowadzania takich rozwiązań dla obiektów dostrzegają nie tylko architekci i klienci, inicjatywa wychodzi także od właścicieli i zarządców galerii handlowych.

Tomasz Skuza
Head of Retail Property Management, EPP

Wszystkie z odwiedzonych obiektów wyznaczyły miejsca parkingowe dla osób z niepełnosprawnością, miały dostępne wejścia oraz zapewnione toalety dostosowane do szczególnych potrzeb.

Przemieszczanie się w obrębie kondygnacji najczęściej nie wymagało pokonywania zmian poziomów, a dostęp na poszczególne piętra zapewniony był za pomocą wind oraz schodów lub pochylni ruchomych. Schody stałe najczęściej służyły jedynie do ewakuacji lub uzupełniały podstawowy system komunikacji.

Należy podkreślić, że kwestie wygodnego poruszania się pionowego po przestrzeni przeznaczonej dla klientów są w centrach handlowych rozwiązane w sposób bardzo dobry i prosty.

Badanie eksperckie pokazało także, że w centrach handlowych zazwyczaj zapewnione są także rozwiązania dla rodziców z dziećmi, np. specjalne miejsca parkingowe, pokoje do opieki, a czasem również miejsca umożliwiające podgrzanie posiłku czy karmienie.

Przeprowadzone badania wskazują, że nie wszędzie zarządcy obiektów odpowiednio stosują rozwiązania przeznaczone dla osób głuchych, niedosłyszących, niewidomych i niedowidzących. Eksperci stwierdzili, że w części centrów handlowych w windach brakowało komunikatów głosowych lub zastosowane zostały niedostępne dla osób z niepełnosprawnością wzroku panele dotykowe. W niewielu z badanych centrów zadbano o oznaczenia w alfabecie Braille'a przy wejściach do pomieszczeń, w jednym natomiast wprowadzono przewodnik dedykowany osobom niewidomym.

Należy podkreślić jednak, że w projektowaniu przestrzeni widać próby dostosowania rozwiązań zwłaszcza do potrzeb osób z niepełnosprawnością wzroku. Uzyskane dane pozwalają jednak stwierdzić, że rzadko stosowane są rozwiązania dla osób z niepełnosprawnością słuchu, takie jak pętle indukcyjne czy tłumacz języka migowego online.

Komentarz Eksperta



Nam wszystkim – klientom, użytkownikom, właścicielom, zarządcom centrów handlowych, jak i ich projektantom zależy tym, by podczas planowania, budowy, rewitalizacji czy rozbudowy obiektów handlowych uwzględnić możliwie wiele postulatów projektowania uniwersalnego. Rządowy program Dostępność Plus jest dla całej branży istotnym punktem odniesienia w działaniach na rzecz usprawnienia i wdrażania rozwiązań dla osób o ograniczonej mobilności. Rozwiązań, którym przyświeca też etos działań Fundacji Integracja – wzajemnego szacunku i savoir-vivre'u wobec osób z niepełnosprawnością. Spędzanie czasu w galeriach handlowych jest ważnym elementem społecznej aktywności Polaków, zaś atutem tych miejsc jest różnorodna oferta dostępna pod jednym dachem.

Aleksandra Zentile-Miller,
Członkini Zarządu Polskiej Rady Centrów Handlowych,
Dyrektor Chapman Taylor International Services, architektka

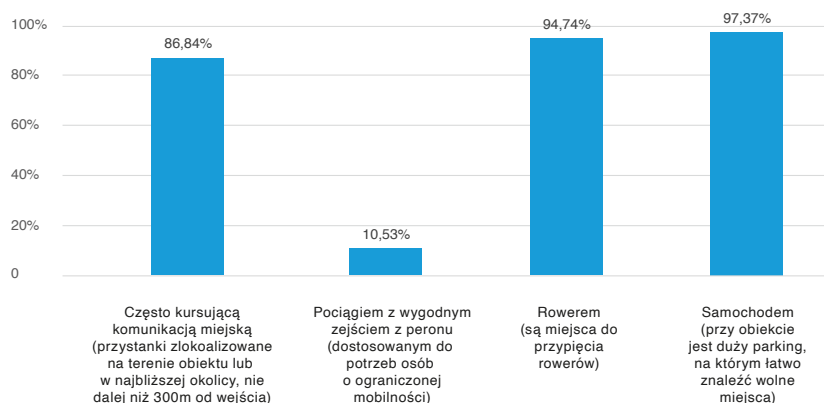
Porada Eksperta: *Osoby z niepełnosprawnością w swoich opiniach wyrażały obawy związane z korzystaniem z centrów handlowych, ze względu m.in. na duży hałas, zbyt dużą liczbę świateł, problemy w orientacji. Ważne wydaje się więc skoncentrowanie wysiłków na potrzebach osób z niepełnosprawnością wzroku, ale również innych osób, które mogą się czuć zagubione w tego typu obiektach.*

Kamil Kowalski,
Fundacja Integracja

Dojazd i parkowanie

Z ankiet przeprowadzonych wśród osób z niepełnosprawnością wynika, że 67% badanych dociera do centrów handlowych samochodem. 46% osób korzysta z własnego samochodu, a 21% jest przywożona przez osoby z rodziny lub znajomych. Na drugim miejscu znajduje się transport publiczny (19%), a następnie pieszy (9%). Nieliczne osoby korzystają z taksówki lub przewozu osób (2%) albo specjalnego przewozu osób niepełnosprawnych (1%).

Czy do obiektu można wygodnie dotrzeć?



W bardzo dużych miastach (powyżej 500 tys. mieszkańców), z transportu publicznego w celu dotarcia do centrum handlowego korzysta aż 40% osób z niepełnosprawnością, a udział transportu samochodowego zmniejsza się do 50%.

Komentarz Eksperta



W kwestii zapewnienia dostępności komunikacyjnej kluczowa jest współpraca z samorządami, administracją publiczną i przedsiębiorstwami komunikacyjnymi. Łatwość dojazdu, uwzględnienie lokalizacji obiektu handlowego w sieci komunikacji miejskiej, czy szerzej lokalnej, to jeden z najważniejszych czynników decydujących o atrakcyjności miejsc handlu.

Właściciele i zarządcy bardzo często angażują się w inwestycje przestrzeni wokół centrów handlowych obejmujących drogi dojazdu, chodniki, węzły komunikacyjne. Dzięki nim zyskują wszystkie strony - klienci dogodny i bezpieczny dojazd, samorząd realizuje cele związane z budową infrastruktury dla mieszkańców, a deweloper, kosztem ogromnych nakładów, buduje długofalową pozycję centrum handlowego, docelowo zwiększając jego wartość.

Anna Malcharek

Wiceprezes Zarządu Polskiej Rady Centrów Handlowych,
Dyrektor Zarządzający Gemini Holding

Osoby z niepełnosprawnością wzroku częściej niż inni użytkownicy docierają do centrum handlowego pieszo lub za pomocą transportu publicznego.

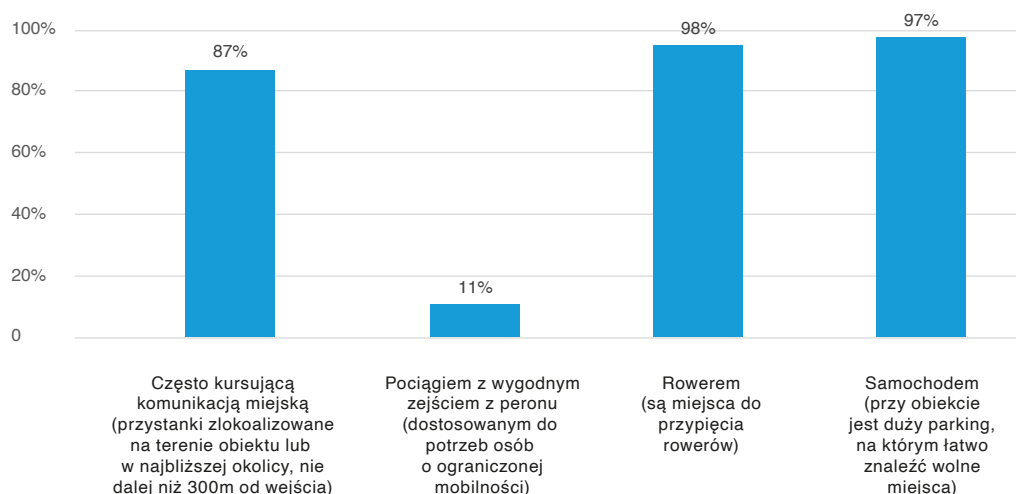
Od średniej odbiegają również zachowania osób z niepełnosprawnością wzroku, które w aż 14% wskazywały, że docierają do centrum handlowego na piechotę, a w 22% – za pomocą transportu publicznego. Samochód jest natomiast kluczowym środkiem transportu dla osób z niepełnosprawnością ruchu. Aż 51% osób w tej grupie korzysta z własnego auta, a 23% jest przywożonych przez rodzinę lub znajomych. Samochód jest równie ważny dla osób z niepełnosprawnością słuchu. Przy czym aż 56% korzysta z niego samodzielnie, a tylko 10% jako pasażer.

Centra handlowe wyraźnie odpowiadają na te tendencje. **W 97% przypadków dyrektorzy deklarowali dogodną możliwość dojazdu samochodem, a w 87% przypadków wskazywali, że w odległości do 300 m od głównego wejścia do centrum znajdują się przystanki transportu publicznego.**

Ponadto do 95% obiektów można dojechać również rowerem, a na ich terenie zapewniono miejsca umożliwiające zaparkowanie jednoślada. Co dziesiąte centrum handlowe znajduje się w pobliżu dostosowanej dla osób z niepełnosprawnością stacji kolejowej.

Opłaty za parking pobierane są w co czwartym obiekcie, w połowie z nich dyrektorzy wskazali, że automaty parkingowe są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością.

Czy do obiektu można wygodnie dotrzeć?



Z ankiety wynika również, że w 83% obiektów zapewniono specjalne miejsca parkingowe dla rodziców z dziećmi, kobiet w ciąży lub seniorów.

Badania eksperckie potwierdzają większość deklaracji dyrekcji centrów handlowych. Wszystkie odwiedzone obiekty posiadały dobrze oznaczone i poprawnie wykonane miejsca parkingowe dla osób z niepełnosprawnościami, a tylko dwa z nich nie miały miejsc przeznaczonych dla rodzin z dziećmi, kobiet w ciąży lub seniorów.

Badanie eksperckie pokazało, że w połowie z odwiedzonych centrów konieczne było dokonanie opłaty za postój. Niestety, w badanych obiektach automaty nie zostały we właściwy sposób dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością. Najczęściej przyciski i kieszenie umieszczone były znacząco powyżej zasięgu osób poruszających się na wózku. W kilku przypadkach zastosowano przyciski umożliwiające wezwanie pracownika centrum, ale one również umieszczone były zbyt wysoko. W dwóch z odwiedzonych centrów zapewniono alternatywne metody płatności:

- ◇ możliwość dokonania opłaty kartą przy wyjeździe z parkingu, bez konieczności wysiadania z samochodu,
- ◇ możliwość dokonania płatności za pomocą aplikacji zainstalowanej na telefonie klienta.



Rekomendacja: Jeśli w miejscu handlu należy dokonać opłaty za parking, a istniejące parkometry nie są dostosowane do potrzeb osób poruszających się na wózkach, warto rozważyć umożliwienie dokonywania płatności przez aplikację centrum handlowego. W takim przypadku należy zadbać o to, żeby informacja o takiej opcji pojawiła się przy wjeździe na parking.

Otoczenie budynku

Centra handlowe, które odwiedzili eksperci, można podzielić na dwie główne grupy, biorąc pod uwagę sposób organizacji otoczenia budynku:

- ◇ obiekty z parkingami podziemnymi i zadaszonymi,
- ◇ obiekty z parkingami zewnętrznymi.

W pierwszej grupie znajdują się przede wszystkim większe centra handlowe wybudowane w miastach o wielkości powyżej 100 tys. mieszkańców. Część zarządców w tej grupie dba o stworzenie przyjaznej dla użytkowników przestrzeni wokół centrów, znajdują się tam zielone skwery z ławkami, fontannami, a nawet placami zabaw. Centra handlowe i parki handlowe z parkingami zewnętrznymi cechują się natomiast zazwyczaj dużo niższą jakością przestrzeni pieszej. Najważniejszy jest w nich ruch samochodowy, a piesi poruszają się po powierzchni parkingu. Szczególnie w parkach handlowych chodniki przed punktami handlowymi i usługowymi mają niewielką szerokość i bywają blokowane przez reklamy i towary wystawiane na zewnątrz przez najemców oraz zbyt głęboko zaparkowane samochody. Nie jest to jednak regułą.

Wyjątek stanowił na przykład wybrany do badania park handlowy Stop Shop w woj. łódzkim, w którym chodniki były szerokie, a na miejscach parkingowych zainstalowano progi uniemożliwiające zbyt głębokie wjechanie samochodem.

Część centrów handlowych wprowadza rozwiązania zwiększające bezpieczeństwo pieszych w obrębie parkingu, poprzez projektowanie zarówno na parkingach zewnętrznych, jak i w garażach szerokich, wydzielonych ciągów pieszych ułatwiających dotarcie do wejścia.

Przed budynkami najczęściej znajdują się także miejsca do siedzenia: tylko dwa z dwunastu centrów handlowych nie posiadały ławek. W połowie przypadków miejsca do siedzenia miały jednak dość niską jakość ergonomiczną: brakowało oparcia, nie zapewniono też podłokietników ułatwiających skorzystanie z nich seniorom oraz osobom z niepełnosprawnością ruchu.



Rekomendacja: Projektując przestrzeń wokół obiektu handlowego warto wybrać ławki z oparciem i podłokietnikami, jeśli nie jest to możliwe w każdym przypadku – należy rozważyć wybór różnych typów ławek tak, żeby chociaż część spełniała te wymogi.

Dostrzegalny jest progres jakości przestrzeni otaczającej nowe oraz poddawane remontom centra handlowe. Zarządcy starają się, żeby przestrzeń była atrakcyjna dla klientów, wprowadzając do niej różnego rodzaju usługi, m.in. gastronomiczne i sportowe.

Z punktu widzenia osób z niepełnosprawnością ruchu ważny jest sposób kształtowania przestrzeni wokół budynku. Dookoła poddanych badaniu eksperckiemu centrów nie występowały istotne zmiany poziomów, a dostęp do wejść był stosunkowo łatwy. Tylko w trzech obiektach do niektórych wejść prowadziły pochylne. Należy ocenić, że poziom dostępności przestrzeni zewnętrznej dla osób z niepełnosprawnością ruchu był stosunkowo wysoki.

Spośród badanych obiektów żaden nie dysponował natomiast rozwiązaniami ułatwiającymi odnalezienie wejść osobom z niepełnosprawnością wzroku. W wielu obiektach w pobliżu wejść znajdowały się place lub ciągi piesze o dużej szerokości, które mogą utrudniać orientację osobom z niepełnosprawnością wzroku. Z ankiet przeprowadzonych wśród użytkowników wynikało, że **osoby z niepełnosprawnością wzroku najczęściej ze wszystkich grup decydują się na dotarcie do centrów handlowych za pomocą transportu publicznego lub na piechotę**, dlatego szczególnie ważne jest stworzenie odpowiednich warunków ułatwiających tej grupie klientów znalezienie drogi do wejścia.

Wejścia

Badania eksperckie wskazują, że wejścia do centrów handlowych cechują się wysokim poziomem dostępności dla osób z niepełnosprawnością ruchu.

Tylko w jednym centrum handlowym nisko oceniono jakość dostępu do wejść, ponieważ konieczne było pokonanie wysokich pochylni lub schodów, a drogi dla osób poruszających się na wózku były dłuższe niż dla osób sprawnych.

Wśród 12 obiektów poddanych badaniom eksperckim 9 posiadało wejścia z drzwiami przesuwными lub rozwieranymi otwieranymi automatycznie, przy czym w jednym przypadku osoba poruszająca się na wózku nie była w stanie skorzystać z tych wejść, m.in. ze względu na brak windy lub konieczność ręcznego otwarcia kolejnych drzwi.

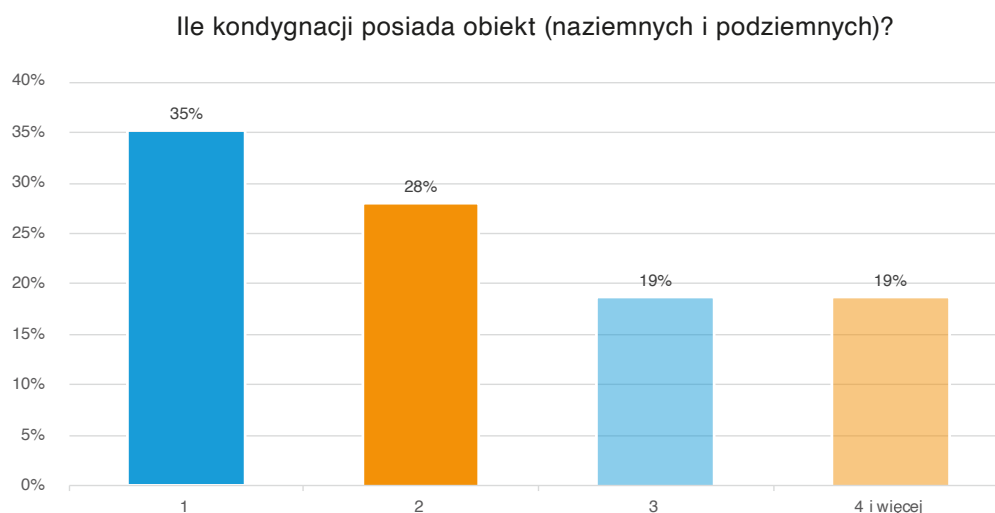
W parkach handlowych wszystkie punkty handlowo-usługowe dostępne są bezpośrednio z zewnątrz. W poddanym badaniu obiekcie do wszystkich pomieszczeń można było dostać się z poziomu terenu. W drzwi automatyczne wyposażono natomiast wyłącznie wejście do głównego supermarketu.

W większości obiektów zadbano również o wyraźne oznaczenie przezroczystych powierzchni drzwi.

Rozwiązanie takie jest szczególnie istotne dla osób słabowidzących, ale ma także znaczenie dla osób sprawnych, które np. wpatrzony w telefon mogą nie zauważyć przeszkody znajdującej się na ich drodze.

Dostęp do sklepów, punktów usługowych, rozrywki

Z badań przeprowadzonych wśród dyrektorów centrów handlowych wynika, że budynki jednokondygnacyjne stanowią 35% wszystkich obiektów. Dwie kondygnacje miało 28% budynków, trzy oraz cztery lub więcej – po 19%.



65%

Ilość centrów handlowych które posiadają więcej niż jedną kondygnację

Jednocześnie 89,47% odpowiedzi wskazywało, że do wszystkich lokali handlowych i usługowych można dostać się bez korzystania ze schodów. W obiektach poddanych badaniom eksperckim większość przestrzeni dostępna była dla wszystkich użytkowników obiektu. Audytowany park handlowy był obiektem parterowym. W pozostałych budynkach zapewniono windy oraz schody lub pochylnie ruchome. Schody stałe służyły przede wszystkim do ewakuacji lub jako uzupełnienie podstawowej komunikacji pionowej. W dwóch centrach handlowych utrudniony był dostęp do strefy fitness. W jednym komunikacja w obrębie parteru wymagała korzystania z podnośnika pionowego. W dwóch centrach handlowych nachylenie istotnych pochylni przekraczało zdaniem ekspertów dopuszczalne przepisami normy.

Ponadto eksperci zwrócili uwagę na następujące błędy dotyczące komunikacji pionowej:

- ◇ brak kontrastowych oznaczeń krawędzi stopni – 10 obiektów,
- ◇ brak komunikatów głosowych w kabinie windy – 4 obiekty,
- ◇ sterowanie windą za pomocą dotykowych paneli – 2 obiekty,
- ◇ brak oznaczeń dotykowych na panelach sterujących w windach (oznaczenia w alfabecie Braille'a, wypukłe cyfry i symbole) – 2 obiekty,
- ◇ zbyt stroma pochylnia – 2 obiekty,
- ◇ bardzo niski poziom oświetlenia w kabinie windy – 1 obiekt.

W windzie wyposażonej w panel dotykowy podjęto próbę jego dostosowania poprzez naklejenie oznaczeń w alfabecie Braille'a. Rozwiązanie takie ma jednak niską skuteczność, ponieważ próba odczytania napisów przez osobę z niepełnosprawnością wzroku kończy się wciśnięciem przycisków.



Rekomendacja: W przypadku paneli dotykowych w windach bez oznaczenia w alfabecie Braille'a rekomenduje się ich wymianę.

Kłopotliwe kina: Najniżej oceniono dostęp do kin. Osoby poruszające się na wózku są często zmuszone do korzystania z innych dróg niż osoby sprawne, np. boczne wejście wyposażone w podnośnik schodowy, specjalna winda uruchamiana po wezwaniu pracownika kina, niskiej jakości podnośnik schodowy.

Oddzielny problem stanowi orientacja, szczególnie w największych centrach handlowych. Układy komunikacyjne bywają skomplikowane, co w połączeniu z dużą ilością dźwięków, światła i liczbą osób stanowi utrudnienie dla osób z niepełnosprawnością wzroku. Z przeprowadzonych wśród użytkowników ankiet wynika, że podobne oczekiwania w kwestii orientacji mają także inne grupy.

Opinia eksperta: Pomimo występujących utrudnień ogólną dostępność centrów handlowych dla osób z niepełnosprawnością ruchu należy ocenić wysoko w porównaniu z budynkami o innych funkcjach.



Właściciele i zarządcy często wyprzedzają wprowadzanie przepisów regulujących kwestie dostępności, dlatego w obiektach handlowych obserwujemy zmiany wynikające z oczekiwań klientów. W przestrzeni galerii handlowych klienci powinni swobodnie przemieszczać się i korzystać nie tylko z zakupów, ale także z gastronomii i innych usług. Ma to szczególne znaczenie dla osób z problemami z poruszaniem się czy wadami wzroku. Wdrażając nowatorskie rozwiązania branża dokłada starań, aby osoby te mogły w jednym miejscu zaspokoić wiele potrzeb.

Krzysztof Poznański
Dyrektor Zarządzający Polskiej Rady Centrów Handlowych

Toalety

Dyrektorzy centrów handlowych zapewniają, że wszystkie obiekty są wyposażone w toalety dla osób z niepełnosprawnością, w tym w 76,68% obiektów zapewniono więcej niż jedno takie pomieszczenie. Potwierdzają to obserwacje dokonane podczas badania eksperckiego.

W pojedynczych obiektach deklarowano wyposażenie toalet dla osób z niepełnosprawnością w system alarmowy. Toalety dla osób z niepełnosprawnością najczęściej są też stosunkowo duże. Jeśli można wskazać w nich elementy nie dość dobrze dostosowane do potrzeb osób o ograniczonej mobilności, to są to przede wszystkim nieprawidłowo zamontowane urządzenia (najczęściej zbyt wysoko) i brak odpowiednich poręczy.

W centrach handlowych dostęp do toalet dla osób z niepełnosprawnością jest ograniczany za pomocą urządzeń kontroli dostępu. Uszkodzenia klamek i zamków wskazują, że użytkownicy często nie potrafią znaleźć odpowiednich przycisków i próbują otwierać drzwi na siłę.



Rekomendacja: Zamykanie toalet dla osób z niepełnosprawnością nie jest najlepszym rozwiązaniem problemu korzystania z tych pomieszczeń przez nieuprawnione do tego osoby. Lepiej pozostawić je otwarte na takich samych zasadach jak inne toalety.

Pokoje rodzica (opiekuna) z dzieckiem

Zgodnie z wprowadzoną w 2017 roku nowelizacją rozporządzenia Ministra Infrastruktury w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie, pomieszczenia dla rodziców z dziećmi muszą obowiązkowo znajdować się w budynkach o funkcji gastronomicznej, handlowej lub usługowej o powierzchni użytkowej powyżej 1000 m kw.

Centra handlowe spełniają ten wymóg zazwyczaj w stopniu większym, niż przewidują przepisy. Wiele obiektów posiadających rozbudowaną infrastrukturę tego typu zostało wybudowanych przed datą wprowadzenia ustawy – zarządcy dostosowywali swoje obiekty do potrzeb różnych grup osób zanim wymogły to przepisy.

Dyrektorzy 93,34% centrów handlowych wskazali, że dysponują pokojem dla rodzica z dzieckiem, a tylko w 5,33% przypadków przewijaki zapewniono wyłącznie w toalecie.

Potwierdza to audyt ekspercki - w 11 z 12 odwiedzonych centrów handlowych zapewniono pokoje dla rodzica (opiekuna) z dzieckiem. Najczęściej były one wyposażone w fotel lub krzesło do karmienia, przewijak oraz umywalkę.

Recepcje i punkty informacyjne

60% osób z niepełnosprawnością uważa, że bardzo ważna jest możliwość uzyskania niezbędnych informacji od pracownika centrum handlowego.

Wśród odwiedzonych przez ekspertów centrów handlowych 7 wyposażonych było w recepcje. Około połowa stanowisk posiadała dwupoziomowe blaty, dostosowane do potrzeb osób o różnym wzroście oraz osób poruszających się na wózku.

Co więcej, wśród osób, które rezygnują z korzystania z centrów handlowych, 15% wskazuje, że głównym powodem jest poczucie zagubienia. Wśród osób odwiedzających tego typu obiekty 17% uważa ten sam powód za jedno z głównych utrudnień.



Rekomendacja: Dane pokazują, że odpowiednio zlokalizowane punkty informacyjne i recepcyjne mogą mieć istotne znaczenie dla osób z niepełnosprawnością oraz wpływać na decyzje dotyczące wizyty w centrum handlowym, a także zwiększać poczucie samodzielności.

Warto zatem tworzyć dostępne recepcje blisko głównego wejścia do budynku.

Informacja

Z badań eksperckich wynika, że większość centrów handlowych dysponuje systemami informacji kierunkowej, oznaczeniami na wejściach do pomieszczeń oraz drukowanymi lub interaktywnymi planami obiektów. **W większości przypadków informacja tego typu jest dobrze widoczna i w czytelny sposób kieruje w odpowiednie miejsca.** W pojedynczych przypadkach zdarzało się, że informacja była zbyt mała w stosunku do odległości, z której powinna być widoczna lub brakowało jej w istotnych punktach decyzyjnych. Tylko w jednym obiekcie informacja znajdowała się daleko od głównych przestrzeni komunikacji pieszej i nie wskazywała w odpowiedni sposób drogi.

W pojedynczych obiektach zapewniono informację dotykową w postaci oznaczeń w alfabecie Braille'a lub wypukłych piktogramów przy wejściach do pomieszczeń (głównie toalet), a w jednym obiekcie dostępny był przewodnik dla osób z niepełnosprawnością wzroku.

Jakiego rodzaju informacji potrzebują osoby z niepełnosprawnością



Osoby z niepełnosprawnością zazwyczaj poszukują rozwiązań informacyjnych, które potrzebne są również osobom sprawnym. W ankietach najczęściej wymieniana była informacja kierunkowa i oznakowanie pomieszczeń, drukowane i interaktywne mapy obiektu oraz kontrastowe oznaczenia stopni.

Niepełnosprawność wzroku: Osoby z niepełnosprawnością wzroku z większą częstotliwością wskazywały na potrzebę zapewnienia informacji głosowej (35% odpowiedzi w tej grupie osób z niepełnosprawnością), oznaczeń dotykowych – alfabet Braille’a, wypukłe piktogramy i litery (29%), ścieżek dotykowych (25%), planów dotykowych (20%). Mniejsze znaczenie niż dla pozostałych grup osób z niepełnosprawnością ma dla nich informacja wizualna.

Niepełnosprawność słuchu: Dyrektorzy centrów handlowych deklarują, że rozwiązania dla osób z niepełnosprawnością słuchu (np. pętle indukcyjne, tłumacz języka migowego online) są zapewnione w 18,67% obiektów.

Jednak 69,33% obiektów nie dysponuje rozwiązaniami dla osób z niepełnosprawnością słuchu i nie planuje wprowadzać ich w najbliższym czasie.

Wśród odwiedzonych przez ekspertów obiektów żaden nie dysponował rozwiązaniami ułatwiającymi rozmowę z osobami słabosłyszącymi lub głuchymi.



Rekomendacja: Osoby z niepełnosprawnością słuchu to często także seniorzy. Można zapewnić im dostęp do pętli indukcyjnych np. w recepcji.

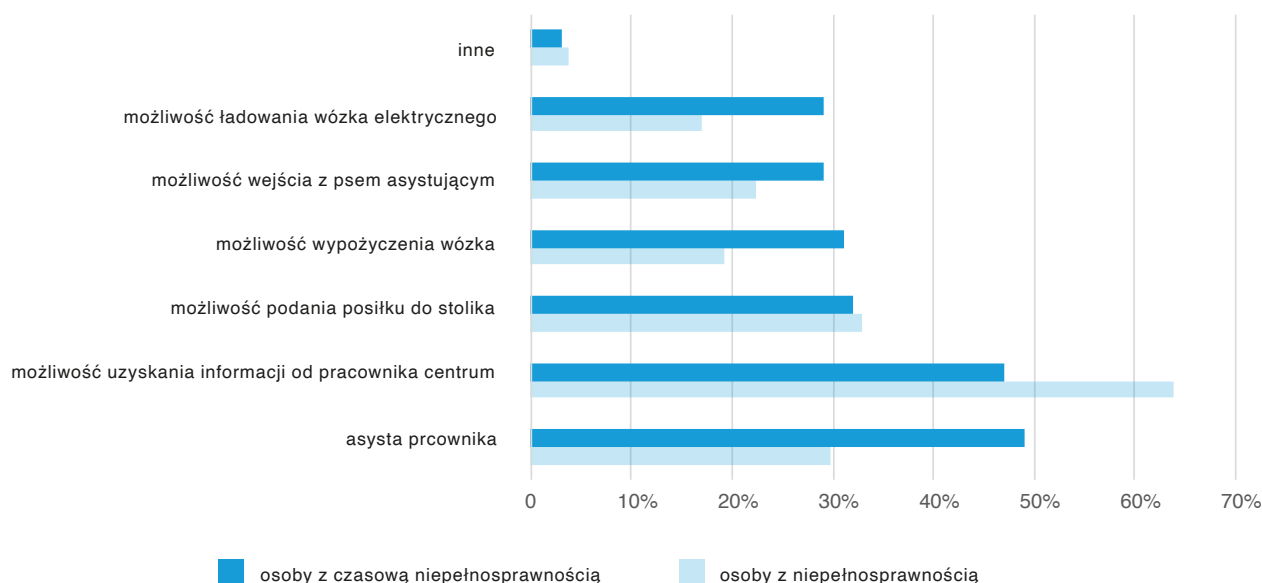
Wsparcie pracownika centrum handlowego

Osoby z niepełnosprawnością najczęściej odwiedzają centra handlowe w towarzystwie rodziny lub znajomych (63% osób), ale tylko 26% ankietowanych potrzebuje pomocy tych osób. Pozostałe osoby cenią sobie wyłącznie ich towarzystwo. 33% osób niepełnosprawnych korzysta z centrów handlowych samodzielnie.

Tylko 4% osób niepełnosprawnych korzysta ze wsparcia pracownika obiektu, ale jednocześnie 19%, które potrzebują takiej asysty, wskazało, że brakuje odpowiedniego wsparcia ze strony personelu centrów handlowych.

Przeważająca liczba osób potrzebujących asysty ma obawę, że nie poradzi sobie sama w centrum handlowym (43%) oraz nie czuje się w nim komfortowo (39%). Najczęściej z pomocy innych osób korzystają osoby z niepełnosprawnością wzroku (32% ze wsparcia rodziny/znajomych i 6% ze wsparcia pracownika obiektu). Likwidowanie barier architektonicznych oraz zapewnienie lepszej informacji są istotnymi czynnikami wpływającymi na zwiększenie atrakcyjności centrów handlowych dla osób z niepełnosprawnością. Badania wskazują jednak, że równie – a nawet bardziej – istotne jest zwiększenie poczucia komfortu i bezpieczeństwa, a także zmniejszenie poczucia zagubienia. Szczególnie widoczna jest potrzeba wprowadzenia rozwiązań dla osób z niepełnosprawnością wzroku, ale również rozwijanie kompetencji pracowników recepcji czy obsługi.

Istotne rozwiązania proceduralne dla osób z niepełnosprawnością stałą i czasową



Analizując usprawnienia możliwe do wprowadzenia w centrum handlowym należy podkreślić także, że osoby z czasową niepełnosprawnością częściej niż osoby trwale niepełnosprawne potrzebują asysty pracownika centrum handlowego oraz możliwości wypożyczenia wózka.

Wydaje się, że wynika to z faktu, że osoby stale niepełnosprawne dobrze znają i posiadają na własność specjalistyczny sprzęt, czują się także pewniej.

Procedury ewakuacyjne: Tylko dwa spośród odwiedzonych centrów handlowych dysponowały procedurami ewakuacji osób z ograniczoną mobilnością. W 5 przypadkach nie udało się ustalić, czy procedury takie wdrożono.



Rekomendacja: Tworząc procedury należy precyzyjnie określić, który pracownik obiektu i w jakim zakresie odpowiada za wsparcie osób z niepełnosprawnością.

Dostępność cyfrowa

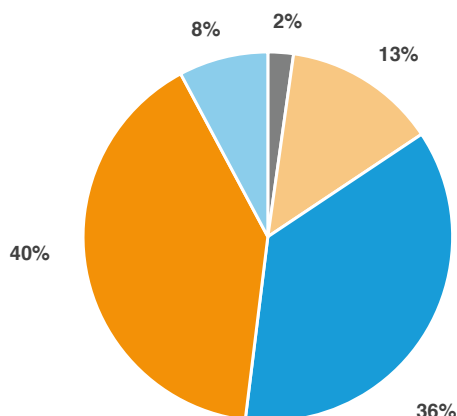
50% osób z ankietowanych osób z niepełnosprawnością nigdy nie korzystało ze strony www centrum handlowego.

Piętą achillesową centrów handlowych jest sfera dostępności cyfrowej dla osób z niepełnosprawnościami. Ich strony internetowe oraz aplikacje nie są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością. Potwierdza to zarówno ankieta przeprowadzona wśród dyrektorów jak i badanie eksperckie.

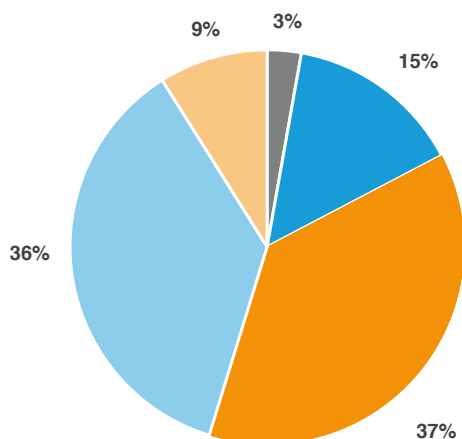


Rekomendacja: Należy wprowadzić do istniejących stron www opcję zwiększenia kontrastu i regulowania wielkości czcionki.

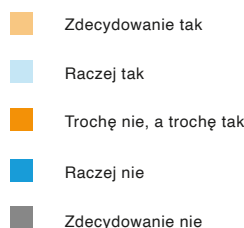
Nieco lepiej wygląda dostępność informacji na stronach internetowych centrów handlowych. Według deklaracji dyrektorów 32% obiektów posiada informacje istotne dla wszystkich grup: osób z niepełnosprawnością, rodziców z dziećmi i seniorów. W 33,33% obiektów informacje te obejmowały tylko część wskazanych grup użytkowników.



Czy osoby z niepełnosprawnością znajdują na stronach centrów handlowych niezbędne informacje?



Czy w ocenie osób z niepełnosprawnością strony internetowe centrów handlowych są odpowiednio dostosowane?



Okolo połowa osób z niepełnosprawnością korzystających ze stron centrów handlowych uważa, że strony te powinny być lepiej dostosowane do ich potrzeb.

Najniżej dostępność stron internetowych oraz jakość prezentowanych informacji oceniają osoby z niepełnosprawnością wzroku. W praktyce to właśnie ta grupa w największym stopniu potrzebuje specjalnych rozwiązań na stronach internetowych (odpowiedniej struktury strony, zwiększonego kontrastu, większych napisów, możliwości używania strony bez wykorzystania ekranu). Również dla niej najistotniejsze są informacje umożliwiające wcześniejsze przygotowanie się do wizyty w centrum handlowym.

Dobre praktyki

Dojazd i parkowanie

67% osób z niepełnosprawnością dociera do centrum handlowego za pomocą samochodu.

Pamiętaj, żeby:

- ◇ zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. z 2019 r. poz. 1065 z późn. zm. par. 18, par. 21) na parkingi powinna znajdować się odpowiedni ilość miejsc przeznaczonych dla osób z niepełnosprawnością o szerokości:
 - w przypadku parkowania prostokątnego: min. 360 x 500 cm,
 - w przypadku parkowania równoległego: min. 360 x 600 cm,
- ◇ zapewnić miejsca parkingowe dla innych grup osób o ograniczonej mobilności np. dla kobiet w ciąży, osób podróżujących z małymi dziećmi, dla seniorów,
- ◇ czytelnie oznaczyć te miejsca – najkorzystniej jest zapewnić znaki pionowe i poziome z symbolem osoby z niepełnosprawnością oraz pomalować powierzchnię na kolor niebieski. Miejsca parkingowe dla osób z niepełnosprawnością warto zaznaczyć na mapie parkingu lub w materiałach dla osób o szczególnych potrzebach,
- ◇ obniżyć krawężniki przy parkingu i zapewnić podjazd dla wózków, jeśli jest konieczny,
- ◇ wskazać osobie z niepełnosprawnością drogę do dostępnych dla niej wejść, jeżeli w garażu nie wszystkie wejścia są wyposażone w windy,
- ◇ zadbać o dostosowanie do potrzeb osób z niepełnosprawnością automatów parkingowych, jeśli konieczne jest dokonanie opłaty za parking,
 - obniżyć odpowiednio wysokość ekranu tak, żeby mogła z niego korzystać osoba poruszająca się na wózku,
 - zapewnić kontrastową wersję interfejsu,
 - zadbać o usunięcie wszelkich przeszkód utrudniających dotarcie do automatu (np. krawężników, schodków, potykaczy),
- ◇ jeżeli zainstalowane już automaty są niedostosowane – zadbać o zapewnienie alternatywnych metod płatności, np. w punkcie obsługi klienta, za pomocą aplikacji, przy wyjeździe (bez konieczności wysiadania z samochodu),
- ◇ zapewnić możliwość zgłoszenia zapotrzebowania na asystę już na poziomie parkingu.

Nie zapomnij: większość osób dociera do centrum handlowego za pomocą samochodu, ale i tak muszą dojść do wejścia. Osoby poruszające się na wózku, dzieci i niskie osoby są słabo widoczne dla kierowcy cofającego samochodu.

Pamiętaj, żeby:

- ◇ umieścić miejsca parkingowe dla osób z niepełnosprawnością oraz miejsca dla rodzin z dziećmi w pobliżu wejść,
- ◇ wydzielić w obrębie parkingu drogi dla pieszych – najkorzystniejsze jest oddzielenie ich od ruchu samochodowego (np. umieszczenie pomiędzy sąsiadującymi rzędami miejsc parkingowych, wydzielenie inną fakturą), a jeżeli nie jest to możliwe, przynajmniej za pomocą wyraźnej zmiany koloru nawierzchni. Rozwiązanie takie zwiększa bezpieczeństwo i ułatwia znalezienie wejścia,
- ◇ wprowadzić wyraźne oznakowanie wizualne i fakturowe uniemożliwiające zbyt głębokie parkowanie, jeżeli samochody parkują prostopadłe przy krawędzi przestrzeni pieszej – w ten sposób ułatwisz poruszanie się pieszych i zadbasz o przejrzystość przestrzeni dla osób z niepełnosprawnością wzroku,
- ◇ umożliwić dojazd transportem specjalistycznym dostosowanym do przewozu osób z niepełnosprawnością jak najbliżej wejścia.



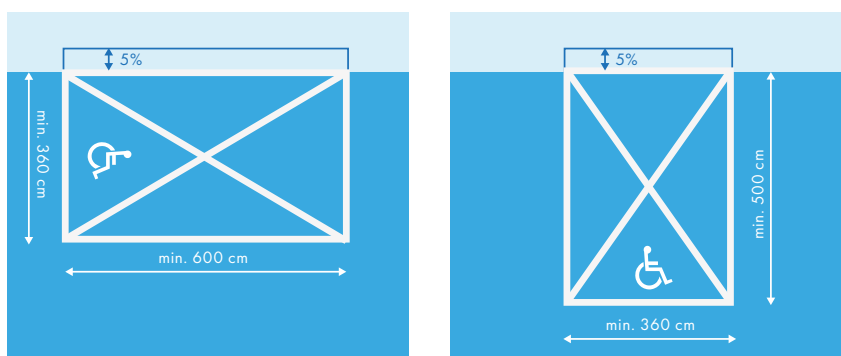
Dobre praktyki:

- ◇ na parkingu często trudno znaleźć wolne miejsce parkingowe – system świetlny skróci czas poszukiwania miejsca,
- ◇ na dużym parkingu odnalezienie miejsc przeznaczonych dla osób z niepełnosprawnością, rodzin czy seniorów może stanowić wyzwanie – zapewnij plan z oznaczeniem tego typu miejsc,
- ◇ miejsca dla osób z niepełnosprawnością bywają zajmowane przez osoby bez uprawnień; wprowadź procedury, które pozwolą pracownikom na reagowanie w tego typu sytuacjach,
- ◇ trasa od wejścia do budynku do każdego miejsca parkingowego powinna być wolna od przeszkód - krawężników, reklam, małej architektury blokującej przejście.

Przykład:



W centrum handlowym Westfield Arkadia busy przewożące osoby z niepełnosprawnością mogą zaparkować na specjalnej strefie parkingu podziemnego, tuż pod wejściem do Centrum bez konieczności szukania wolnego miejsca oraz bez narażania osób z niepełnosprawnością na niekorzystne warunki atmosferyczne. Dostęp do strefy jest możliwy przez użycie domofonu lub, dla osób odwiedzających centrum częściej, przez kartę dostępu możliwą do wyrobienia w Biurze Dyrekcji.



Wymiary miejsc parkingowych dla osób z niepełnosprawnością. Po lewej parkowanie równoległe, po prawej - prostopadłe. Warto udostępnić także miejsce parkingowe dla osób z niepełnosprawnością umożliwiające zaparkowanie mini-vana (miejsce o wymiarach 360 cm x 900 cm).



Centrum handlowe przy dworcu kolejowym

Urząd Transportu Kolejowego w porozumieniu z Ministerstwem Funduszy i Polityki Regionalnej i PRCH rekomenduje, aby w przypadku centrów handlowych położonych przy dworcach kolejowych zapewniać standard w zakresie dróg dojścia do dworców, parkingów i węzłów komunikacyjnych zgodnie z Techniczną Specyfikacją Interoperacyjności odnoszącą się do dostępności systemu kolei Unii Europejskiej dla osób niepełnosprawnych i osób o ograniczonej możliwości poruszania się (rozp. Komisji UE nr 1300/2014 z dnia 18 listopada 2014).

Otoczenie budynku

W miastach powyżej 500 tys. mieszkańców klienci częściej niż w innych lokalizacjach docierają do centrum handlowego za pomocą transportu publicznego. Także osoby z niepełnosprawnością wzroku częściej niż inne grupy użytkowników docierają do tego typu obiektów za pomocą transportu publicznego oraz pieszo.

Pamiętaj, żeby:

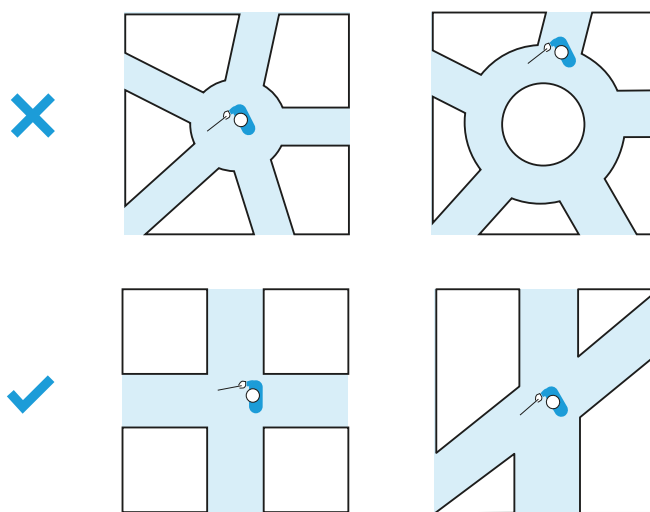
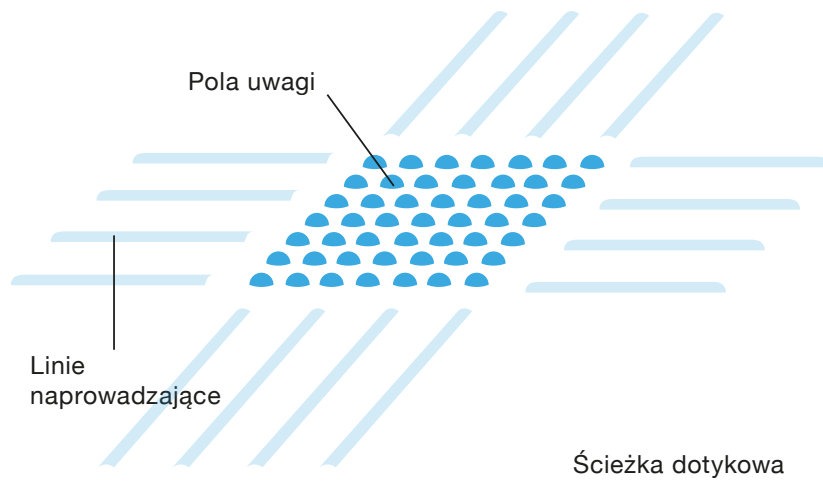
- ◇ konsultować z samorządem i użytkownikami o różnych potrzebach obecność i jakość transportu publicznego i dobry dostęp do budynku/ budynków dla pieszych,
- ◇ zapewnić odpowiednią dostępność strony internetowej i umieścić na niej istotne informacje dotyczące środków transportu publicznego, lokalizacji wejść itp.,
- ◇ wprowadzić rozwiązania ułatwiające znalezienie wejścia, np.:

- Czytelny układ komunikacyjny, z zachowaniem (w miarę możliwości) dróg spotykających się pod kątem prostym,
 - Niezbyt duże szerokości ciągów komunikacyjnych – ułatwią orientację osobom z niepełnosprawnością wzroku. Jeżeli ze względu na natężenie ruchu konieczne są szerokie przestrzenie komunikacyjne, zamiast jednego ciągu o dużej szerokości można zapewnić kilka równoległych, o mniejszej szerokości,
- ◇ zapewnić wzdłuż chodnika oznaczeń kolorystycznych i fakturowych – osobie posługującej się białą laską ułatwią one znalezienie ciągu pieszego i wyznaczenie kierunku ruchu,
 - ◇ podkreślić za pomocą odpowiednio zaprojektowanych zmian faktur lub ścieżek dotykowych głównych kierunków ruchu i dojść do wejścia,
 - ◇ umieścić małą architekturę i urządzenia poza przebiegiem dróg,
 - ◇ stworzyć punkty informacyjne – dla osoby z niepełnosprawnością wzroku znaczenie mogą mieć różnego rodzaju sygnały, np. zmiana rozchodzenia się dźwięku (ściana go odbija, a rośliny pochłaniają), brzmienie kroków na różnym podłożu, szum wody lub drzew, dlatego warto umieścić takie elementy zwłaszcza w kluczowych miejscach (np. koło wejścia, przy windach, przy punkcie informacyjnym).

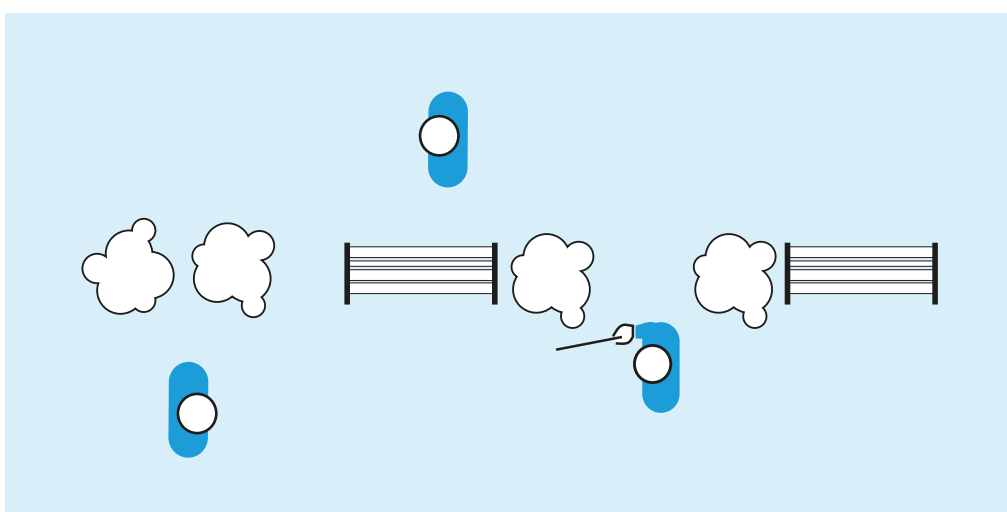


Dobre praktyki:

- ◇ spraw, żeby osoby z niepełnosprawnością mogły korzystać z tych samych dróg, co pozostali użytkownicy,
- ◇ zapewnij ergonomiczne miejsca do siedzenia, wyposażone w oparcia i podłokietniki, o odpowiedniej wysokości i profilu,
- ◇ zapewnij miejsca przy ławkach przeznaczone dla osób poruszających się na wózkach, dzięki temu nie tylko będą mogły wygodnie się zatrzymać, ale też nie zablokują przejścia innym osobom,
- ◇ zadbaj o obecność roślin i przyjemnych w odbiorze materiałów,
- ◇ jeżeli dysponujesz odpowiednią przestrzenią, możesz zadbać o atrakcje dla dzieci: plac zabaw, fontanny.



Różne sposoby projektowania układów komunikacyjnych. Na dole układy ułatwiające orientację osobom z niepełnosprawnością wzroku.



Szeroki ciąg pieszy, dzielony na węższe przestrzenie za pomocą ławek i drzew, ułatwiających poruszanie się osobie niewidomej. Węższe ciągi komunikacyjne powinny wciąż zachowywać szerokość umożliwiającą swobodne poruszanie się osobom na wózkach.

Wejścia

Osoby korzystające z centrum handlowego często przychodzą do niego z dziećmi, pchają wózek z zakupami lub dźwigają ciężkie torby. Dostępność wejścia jest ważna nie tylko dla osób z niepełnosprawnością.

Pamiętaj, żeby:

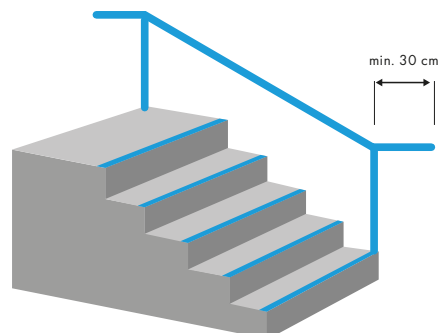
- ◇ w miarę możliwości zapewnić wejścia dostępne z poziomu terenu, a jeżeli nie jest to możliwe – za pomocą pochylni,
- ◇ w miarę możliwości zmniejszać nachylenie pochylni o kilka procent względem wartości maksymalnych określonych w przepisach. Pochylnie takie będą łatwiejsze do pokonania,
- ◇ unikać stosowania podnośników – niekomfortowe, powolne i służą przede wszystkim osobom poruszającym się na wózku (nie są odpowiednie dla rodziców z dziećmi, rowerzystów), są wolne, mają małą przepustowość i nie zapewnią komfortu klientom,
- ◇ zapewnić drzwi automatyczne – najlepiej przesuwne, ponieważ ich skrzydła w trakcie otwierania nie uderzą osoby korzystającej z wejścia,
- ◇ jeżeli konieczne są drzwi obrotowe – zapewnić dla nich alternatywne wejście przeznaczone dla osób z niepełnosprawnością. Dostęp do tego wejścia nie powinien być ograniczony, dlatego nie stosuj kontroli dostępu, nie blokuj drzwi, nie uzależniaj otwarcia ich od decyzji pracownika ochrony,
- ◇ jeżeli drzwi są przeszklone – zgodnie z obowiązującymi przepisami zapewnić odpowiednie oznaczenia, dzięki czemu osobom z niepełnosprawnością będzie łatwiej zauważyć przeszkodę. Wdzięczne za takie rozwiązanie będą również osoby wpatrzone w telefon,
 - oznaczenia powinny być kontrastowe i czytelne
 - oznaczenia powinny znajdować się na dwóch wysokościach: na wysokości wzroku stojącego dorosłego oraz na wysokości wzroku osoby na wózku
- ◇ wyraźnie oznaczyć drzwi tradycyjne, jeśli znajdują się obok drzwi obrotowych lub automatycznych,
- ◇ jeśli przy drzwiach istnieje opcja spowolnienia ruchu, zapewnić możliwość jej wywołania za pomocą aplikacji mobilnej lub w formie głosowej,
- ◇ oznakować drzwi dźwiękowo (dźwięk może być wywoływany w aplikacji mobilnej), dzięki temu osoba podchodząca do drzwi zostanie o tym powiadomiona za pomocą sygnału lub komunikatu głosowego.

Dostęp do sklepów, punktów usługowych, rozrywki

Centra handlowe cechują się zazwyczaj wysokim poziomem dostępności dla osób z niepełnosprawnością ruchu.

Pamiętaj, żeby:

- ◇ unikać różnego rodzaju podnośników – są wolne, ich samodzielna obsługa sprawia trudności,
- ◇ unikać zmian poziomów w obrębie kondygnacji, a jeżeli nie jest to możliwe – zapewnić możliwość ich pokonania za pomocą pochylni o jak najmniejszym nachyleniu,
- ◇ zapewnić szerokość ciągów pieszych równą co najmniej 180 cm. Pozwoli to na minięcie się dwóch osób poruszających się na wózkach lub osób z wózkami dziecięcymi. Ze względu na natężenie ruchu pieszych konieczne mogą być jednak większe szerokości,
- ◇ przy wejściach do sklepów i innych lokali zapewnić dogodne przejście o szerokości co najmniej 90 cm, a jeśli to możliwe - 120 cm,
- ◇ wyposażyć windy osobowe w:
 - lustra umieszczone naprzeciwko wejścia,
 - poręcze w kabinie,
 - panele sterujące z mechanicznymi przyciskami,
 - panele sterujące z oznaczeniami w alfabecie Braille'a oraz wypukłymi cyframi i symbolami,
 - komunikaty głosowe informujące o kierunku jazdy kabiny, wjeździe kabiny na kondygnację i numery kondygnacji,
- ◇ oznaczyć w sposób kontrastowy krawędzie schodów oraz pochylni ruchomych. Kontrastowe oznaczenie krawędzi schodów oznacza, że tylko pierwszy i ostatni stopień powinny być wyróżnione. Wymagania dotyczące oznaczeń regulują odpowiednie przepisy. zapewnić przy schodach stałych:
 - Zapewnić ergonomiczne poręcze - najkorzystniej o przekroju okrągłym, średnica 35-45 mm. Poręcze powinny posiadać na początku i na końcu przedłużenie o długości 30 cm i być oznaczone w sposób dostępny dla osób niewidomych i niedowidzących,



- dodatkowe poręcze na wysokości odpowiedniej dla dzieci – około 70–75 cm od przedniej krawędzi stopnia,
 - kontrastowe oznaczenia krawędzi pochylni,
 - dotykowe oznaczenia ostrzegawcze dla osób z niepełnosprawnością wzroku, (przynajmniej przy schodach znajdujących się bezpośrednio na istotnych szlakach komunikacyjnych),
- ◇ zapewnić osobom z ograniczoną mobilnością możliwość korzystania z tych samych dróg, co pozostałe osoby,
 - ◇ wszystkie dotykowe oznaczenia ostrzegawcze powinny zostać naniesione na tyflomapy dostępne w punktach informacyjnych.

Wiele osób z niepełnosprawnością korzystających z centrów handlowych zwraca uwagę, że przeszkadza im zbyt duża liczba klientów, duży hałas oraz przesadne oświetlenie. O dostępność centrum handlowego można zadbać, nie tylko budując windy oraz ruchome schody i pochylnie.



Więcej informacji dotyczących dostępności przestrzeni, wind, schodów i ciągów komunikacyjnych można znaleźć w publikacji „Włącznik” Fundacji Integracja przygotowanej wraz z firmą Skanska.

Pamiętaj, żeby:

- ◇ zapewnić czytelny układ komunikacyjny, z zachowaniem w miarę możliwości dróg spotykających się pod kątem prostym,
- ◇ unikać montowania elementów wiszących na wysokości głowy - mogą być niebezpieczne dla osób z niepełnosprawnością wzroku, osób starszych lub zajętych w danej chwili rozmową,
- ◇ zapewnić niezbyt duże szerokości ciągów komunikacyjnych – ułatwią one orientację osobom z niepełnosprawnością wzroku. Jeżeli ze względu na natężenie ruchu konieczne są szerokie przestrzenie komunikacyjne, zamiast jednego ciągu o dużej szerokości, można zapewnić kilka równoległych, o mniejszej szerokości, umożliwiających jednak minięcie się osób na wózkach lub opiekunów z dziecięcymi wózkami bliźniaczymi,
- ◇ umieścić wyposażenie, urządzenia, wyspy handlowe, reklamy obok głównych przestrzeni komunikacyjnych, a nie bezpośrednio na nich,
- ◇ tworzyć punkty orientacyjne – dla osoby z niepełnosprawnością wzroku znaczenie mogą mieć różnego rodzaju sygnały, np. zmiana proporcji przestrzeni, materiałów wykończeniowych, charakterystyczne dźwięki otoczenia i zapachy,
- ◇ podkreślać główne kierunki ruchu za pomocą rozwiązań materiałowych i kolorystyki,

- ◇ w miarę możliwości ograniczyć ilość bodźców, przynajmniej w wybranych godzinach np.:
 - rozwiązania tłumiące hałas,
 - zmniejszenie głośności lub rezygnacja z muzyki (np. w wybranych godzinach),
 - ograniczenie liczby dekoracyjnych świateł i innych elementów rozpraszających uwagę,
 - wprowadzenie rozwiązań przestrzennych i materiałowych, które sprawią, że przestrzeń będzie wyglądała przyjaźniej, a liczba osób będzie wydawała się mniejsza.



Przykład: W Gemini Park Tychy zastosowano specjalny, oparty na kontrastowych kolorach i rozmiarze czcionki system wayfinding, który ułatwia m.in. osobom niedowidzącym poruszanie się po centrum handlowym.

Toalety

Pamiętaj, żeby:

- ◇ zapewnić toalety dla osób z niepełnosprawnością na każdej kondygnacji, na której znajdują się zwykłe toalety, a w miarę możliwości – w każdym zespole toalet,
- ◇ zapewnić czytelne oznaczenia dla osób z niepełnosprawnością wzroku dostępne co najmniej przez aplikację mobilną, np. komunikaty dźwiękowe, bikony,
- ◇ zapewnić w toalecie pole manewrowe o wymiarach min. 150 x 150 cm – powinno ono być prostokątne i musi zapewniać wygodny dostęp do poszczególnych elementów wyposażenia,
- ◇ zapewnić wygodny dostęp do muszli – najkorzystniej, jeżeli przesiadanie się z wózka możliwe jest z trzech stron muszli,
- ◇ zapewnić odpowiedni dobór, rozmieszczenie i wysokość montażu muszli, umywalki i pozostałego wyposażenia; nie należy montować muszli z wcięciem zbyt wysoko, a stabilność i działanie zawiasów w muszli warto regularnie sprawdzać,
- ◇ wzmocnić ściany w miejscu montażu sprzętów i uchylnych poręczy,
- ◇ wyposażyc toalety w system alarmowy umożliwiający wezwanie pomocy, oraz stworzyć czytelną procedurę dotyczącą tego który pracownik i w jaki sposób powinien zareagować w przypadku alarmu,
- ◇ unikać zamykania toalety dla osób z niepełnosprawnością na klucz

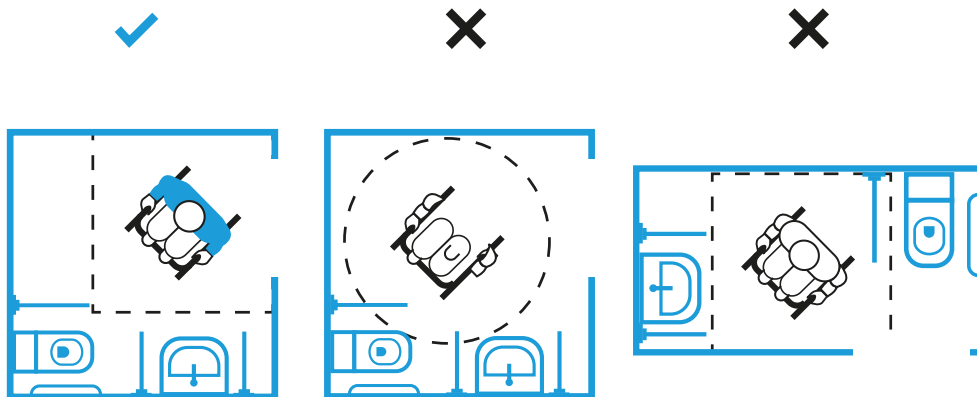
lub stosowania kontroli dostępu,

- ◇ zadbać o odpowiednią czystość i stan techniczny urządzeń,
- ◇ jeśli w obiekcie nie ma osobnego pokoju, w którym można przewinąć dziecko - należy takie miejsce zapewnić w toalecie z zachowaniem wszelkich wytycznych dla wymiarów przewijaka.



Dobre praktyki:

- ◇ wiele osób przychodzi do centrów handlowych z dziećmi, dlatego warto dostosować wybrane toalety do wzrostu najmłodszych użytkowników,
- ◇ niektóre osoby mają problem z obsługą automatycznych urządzeń, dlatego nie warto ukrywać kranów, dozowników mydła i suszarek do rąk za lustrami, w blacie lub w ścianach,
- ◇ umieścić w toalecie foliowych woreczków na odpady higieniczne zwiększy komfort korzystania w sytuacjach awaryjnych.



Zasada wyznaczania pola manewrowego w toalecie dla osób z niepełnosprawnością. Po lewej stronie pole kwadratowe – wyznaczone poprawnie; pośrodku pole manewrowe okrągłe – wyznaczone nieprawidłowo; po prawej – pole manewrowe wyznaczone poprawnie, jednak położenie muszli poważnie utrudnia dostęp do drzwi.



Przykład: W Galerii Chełm toalety dla osób z niepełnosprawnością mają specjalne wzmocnienia w miejscu montażu poręczy, system alarmowy, który można uruchomić w razie kłopotów oraz pozwalają na swobodne wejście, dzięki temu, że nie zostały wyposażone w systemy kontroli dostępu.

Pokoje rodzica (opiekuna) z dzieckiem

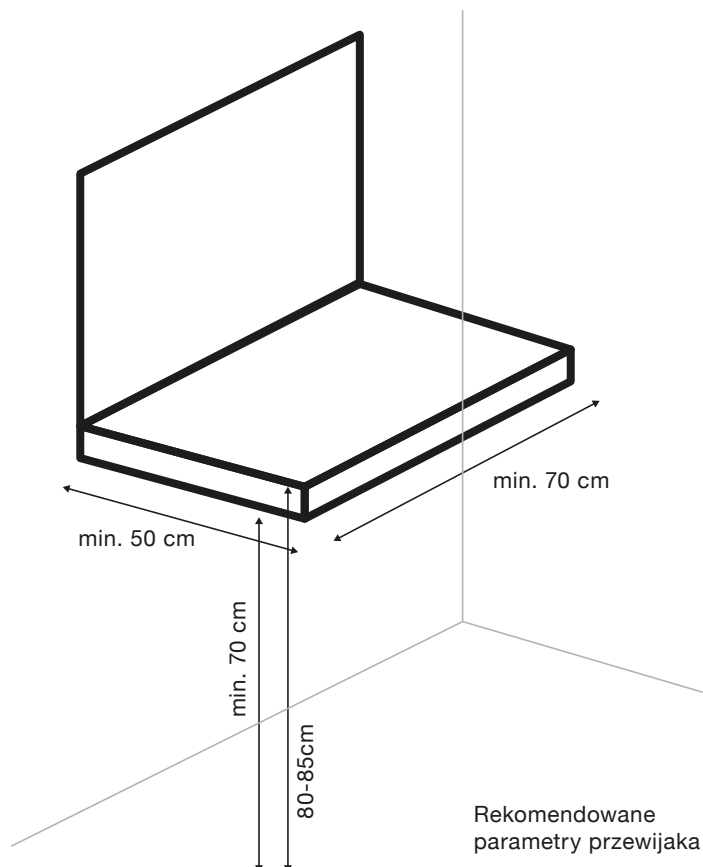
Pamiętaj, żeby:

- ◇ zapewnić przynajmniej jeden pokój rodzica (opiekuna) z dzieckiem w budynku,
- ◇ zapewnić w pomieszczeniu przynajmniej fotel do karmienia, przewijak, kosz na śmieci i umywalkę,
- ◇ umieścić wyposażenie w zasięgu osób o różnym wzroście oraz osób poruszających się na wózku,
- ◇ zadbać o dostępność pokoju dla rodziców z niepełnosprawnością, m.in. o:
 - lokalizację w miejscu dostępnym dla osób poruszających się na wózku,
 - drzwi o szerokości min. 90 cm,
 - pole manewrowe o wymiarach min. 150 x 150 cm,
- ◇ zapewnić przewijak zapewniający odpowiedni poziom bezpieczeństwa (wymiały przewijaka zaprezentowano na rysunku obok).



Dobre praktyki:

- ◇ jeżeli dostępna jest odpowiednia ilość miejsca, warto zadbać, aby w pokoju dla rodzica (opiekuna) z dzieckiem były:
 - przynajmniej dwie umywalki umieszczone na różnych wysokościach – dla osób dorosłych oraz dzieci,
 - dostęp do ręczników papierowych zamiast suszarek elektrycznych, których hałas może budzić niepokój u dzieci,
 - dostęp do woreczków foliowych, w które rodzic może spakować zużyte środki higieniczne po dziecku zanim wyrzuci je do kosza,
 - dostęp kuchenki mikrofalowej umożliwiającej podgrzanie posiłku,
- ◇ stworzyć osobną toaletę wyposażoną przynajmniej w dwie kabiny ustępowe – po jednej dla dzieci i dorosłych. Rodzicom z dzieckiem w wózku łatwiej jest skorzystać z toalety w pokoju rodzica z dzieckiem niż z toalet ogólnodostępnych,
- ◇ w ogólnodostępnych przestrzeniach centrum handlowego, np. w pobliżu strefy gastronomicznej, zapewnić miejsca do podgrzewania posiłków dla dzieci.



Przykład: W Galerii Bronowice w Krakowie znajdują się przestronne i bogato wyposażone pokoje dla rodziców z dziećmi, a w toaletach – specjalne siedziska, które zapewniają bezpieczeństwo dziecku podczas korzystania z toalety przez opiekunów.

Przebieralnie

Wiele osób przebywa w centrach handlowych po kilka godzin. na ich komfort wpłynie udostępnienie zamkniętych przebieralni, w których mogą nie tylko zmienić ubranie, ale też zadbać o higienę osobistą.

Pamiętaj żeby:

- ◇ zapewnić przynajmniej jedną przebieralnię w obiekcie, najlepiej usytuować ją w kompleksie toalet na parterze, możliwie blisko wejścia,
- ◇ wyposażyć miejsce do przebierania w dostęp do umywalki i podstawowe środki czystości (mydło, ręczniki papierowe, kosz na odpady),
- ◇ postawić w przebieralni krzesło lub inne podwyższenie, które pozwoli na

chwilę usiąść osobie, która poczuje się słabo, osobie starszej lub bezpiecznie postawić delikatny ładunek.

Dobre praktyki:

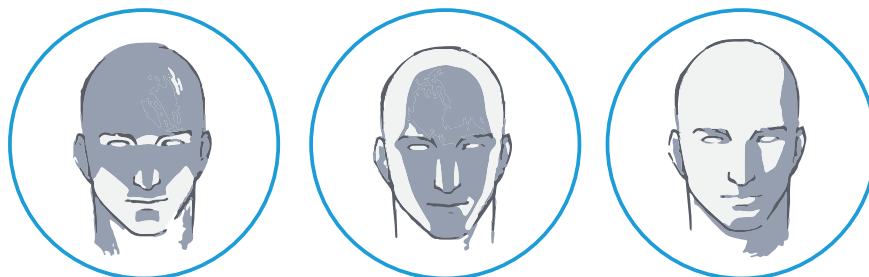
- ◇ oznacz wyraźnie przebieralnię, także na mapie obiektu,
- ◇ zadbaj o spokojne oświetlenie i wyłącz muzykę w przebieralni,
- ◇ zapewnij foliowe woreczki na odpady, których osoba korzystająca z przebieralni użyje, zanim wrzuci coś do kosza.

Recepcje i punkty informacyjne

60% osób z niepełnosprawnością przyznaje, że ważna jest dla nich możliwość uzyskania informacji od pracownika centrum handlowego.

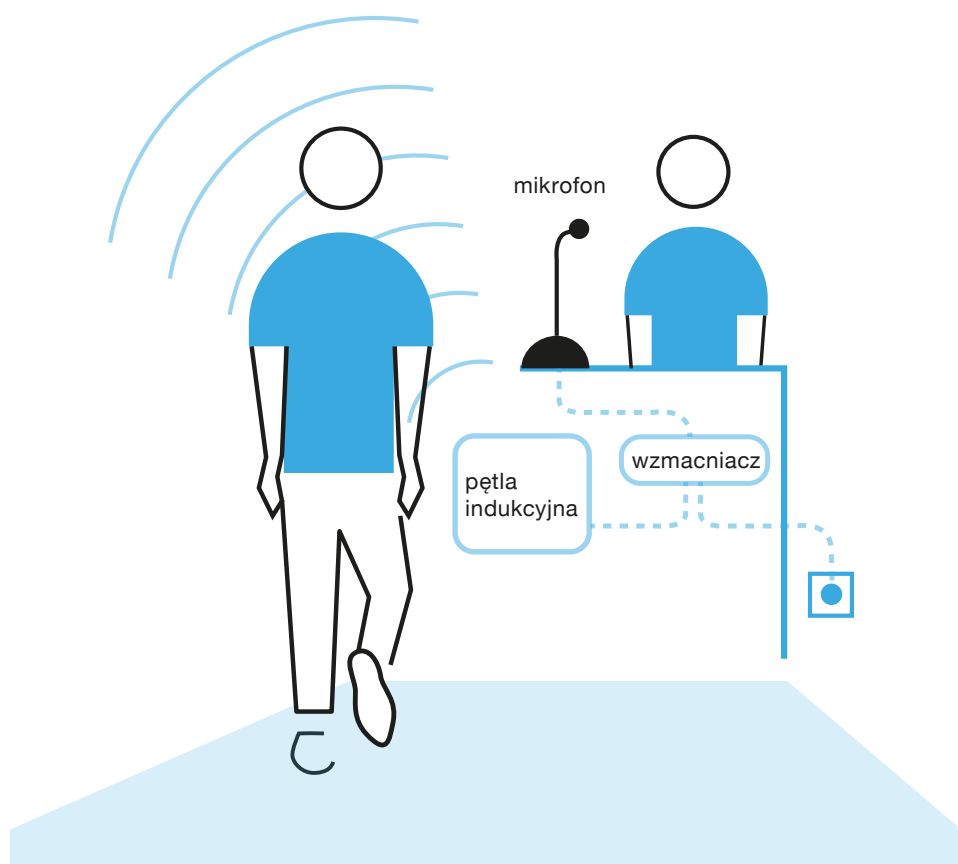
Pamiętaj, żeby:

- ◇ zapewnić przynajmniej jeden punkt informacyjny lub recepcyjny jeżeli, z jakiegokolwiek powodu, nie jest możliwe zapewnienie punktu informacyjnego lub recepcji, zadbać o przeszkolenie pracowników, którzy będą w stanie udzielić klientom pomocy. Pracownicy odpowiedzialni za wsparcie klientów powinni wyróżniać się strojem,
- ◇ zapewnić przy każdym punkcie informacyjnym uproszczoną tyflomapę,
- ◇ zapewnić odpowiednie parametry blatu – blat o wysokości do 80 cm umożliwia nawiązanie wygodnego kontaktu wzrokowego pomiędzy pracownikiem punktu informacyjnego, a osobą poruszającą się na wózku. Pamiętaj również o osobach stojących, dla części z nich wygodniejszy może być blat o wysokości 100–110 cm. Można więc zapewnić blat na dwóch poziomach, zapewnić odpowiednie oświetlenie – rozproszone i równomiernie oświetlające twarz pracownika,

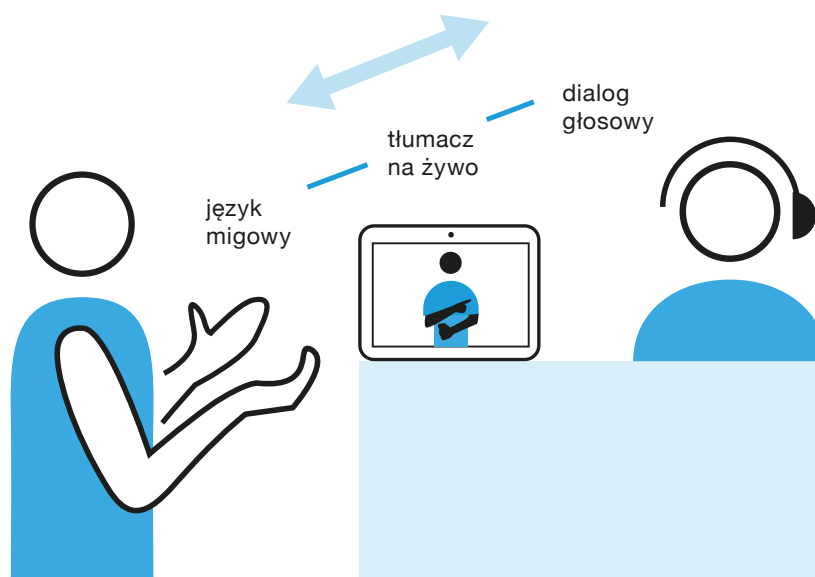


Różne sposoby oświetlania twarzy pracownika recepcji

- ◇ zamontować ekrany skierowane w stronę klienta, na których pracownik recepcji może zaprezentować ważne informacje. Ekrany powinny być zamontowane na dwóch wysokościach,
- ◇ zapewnić rozwiązania ułatwiające komunikację z osobami z niepełnosprawnością słuchu:
 - pętla indukcyjna – to urządzenie, które przetwarza dźwięk na falę elektromagnetyczną, która może być odebrana bezpośrednio przez aparat słuchowy. W ten sposób osoba słabosłysząca słyszy np. wyłącznie głos pracownika punktu informacyjnego, bez odgłosów tła – rozmów, kroków, muzyki. Stanowisko wyposażone w pętlę indukcyjną musi być odpowiednio oznaczone,
- ◇ tłumacz języka migowego online – nowoczesne rozwiązania sprawiają, że nie musisz zatrudniać pracownika znającego język migowy. Za pomocą komputera, tabletu, a nawet telefonu można połączyć się na odległość z biurem tłumaczeń. W urządzenia przenośne z odpowiednią aplikacją możesz wyposażyć też pracowników ochrony.



Schemat działania pętli indukcyjnej stanowiskowej (w recepcji).



Schemat działania tłumacza języka migowego online

Dobra praktyka:

W miarę możliwości umieszczenie punktu informacyjnego lub recepcji w pobliżu wejścia.



Przykład: Pospolonia zleca regularne szkolenia pracowników punktów informacyjnych oraz personelu pomocniczego przez fundację Wózkowicze działającą na rzecz osób z niepełnosprawnością ruchu, aby uwrażliwić pracowników na szczególne potrzeby osób z różnym stopniem niepełnosprawności poruszających się na wózkach inwalidzkich.

Informacja

17% osób z niepełnosprawnością odwiedzających centra handlowe czuje się w nich zagubiona. Dobrze zaprojektowana informacja jest jednym z elementów, które mogą zmniejszać takie odczucie.

Pamiętaj, żeby:

- ◇ zapewnić czytelną informację wizualną, ułatwiającą znalezienie ważnych miejsc w centrum handlowym,
- ◇ zadbać o to, żeby prezentując informacje:
 - posługiwać się piktogramami – można je zobaczyć z większej

odległości, są czytelniejsze dla dzieci, obcokrajowców i innych osób, które mogą mieć problem z przeczytaniem tekstów,

- zapewnić wysoki kontrast pomiędzy znakami a tłem, dopasowaniu wielkości znaków odpowiedniej do odległości, z której powinny być one odczytywane. Pamiętaj przy tym, że nie wszyscy widzą tak samo dobrze i wielkość, która jest odpowiednia dla osób ze sprawnym wzrokiem, nie zawsze będzie wystarczająca dla osób słabowidzących czy seniorów,
 - stosować czcionki bezszeryfowe – prosty krój pisma umożliwia odczytanie informacji z większej odległości,
 - zapewnić informację kierunkową w pobliżu wejść oraz we wszystkich punktach wymagających decyzji, np. skrzyżowania dróg. Jeżeli na dużym odcinku nie ma punktów decyzyjnych – zapewnić dodatkowe tablice informacyjne, żeby klient mógł się upewnić, czy poprawnie wybrał drogę,
 - umieścić informację bezpośrednio na drogach komunikacyjnych,
- ◇ zapewnić mapy centrum handlowego, jeśli to możliwe mapy powinny uwzględniać udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością,
 - ◇ zapewnić informację przeznaczoną dla osób z niepełnosprawnością wzroku, np. oznaczenia w alfabecie Braille'a oraz wypukłe symbole przy wejściach do istotnych pomieszczeń – pamiętaj, że oznaczenia tego typu określają wyłącznie funkcję pomieszczenia, które wcześniej trzeba znaleźć. Są one tylko częścią systemu informacji dla osób z niepełnosprawnością wzroku,
 - ◇ zapewnić plany dotykowe (tyflograficzne) obiektu,
 - ◇ wprowadzić ścieżki dotykowe – ułatwiające np. odnalezienie punktu informacyjnego. Pamiętaj, że ścieżki dotykowe służą do wyznaczenia bezpiecznych dróg i wskazują kierunki. Pamiętaj, że nadmiar ścieżek może być kłopotliwy dla osób o ograniczonej mobilności, dlatego kluczowe jest zapewnienie czytelnych i przewidywalnych układów komunikacyjnych.



Dobra praktyka:

Jeżeli zapewnia się plany interaktywne, warto zadbać o ich dostępność dla osób o różnym wzroście, dzieci i osób poruszających się na wózku. Na dole ekranu można umieścić przycisk, który pozwoli przesunąć wszystkie aktywne elementy aplikacji na dół ekranu.



Przykład: W krakowskim centrum handlowym Bonarka wysokość lady w punkcie informacyjnym jest dostosowana potrzeb do osób poruszających się na wózku inwalidzkim, a w czasie pandemii szyba z pleksi została wyposażona w system interkom ułatwiający komunikację. W punkcie info znajduje się również wózek inwalidzki oraz mapy centrum z zaznaczonymi toaletami dla osób z niepełnosprawnością.



Dobra praktyka:

Tworząc regulaminy i instrukcje dla klientów zadbaj szczególnie o to, żeby były napisane w sposób prosty i zrozumiały. Część informacji można przedstawić posiłkując się schematami lub rysunkami.

Procedury i wsparcie personelu

Przeważająca liczba osób potrzebujących asysty ma obawę, że nie poradzi sobie sama w centrum handlowym (43%) oraz nie czuje się w nim komfortowo (39%).

Pamiętaj, żeby:

- ◇ zapewnić klientom wsparcie personelu, m.in. pracownika recepcji, ochrony,
- ◇ pracownicy mogący udzielić wsparcia mieli wyróżniające się stroje,
- ◇ jeśli to możliwe, zapewnić klientom asystę w trakcie wizyty w centrum,
- ◇ zadbać o szkolenia pracowników w zakresie obsługi osób ze szczególnymi potrzebami,
- ◇ opracować procedury ewakuacji osób ze szczególnymi potrzebami. Tworząc procedury, pamiętaj, żeby wyznaczyć konkretne osoby odpowiedzialne za wykonanie poszczególnych zadań w trakcie ewakuacji,
- ◇ zapewnić wózki ewakuacyjne.



Dobre praktyki:

- ◇ możliwość wypożyczenia wózka, np. dla seniorów lub osób z niepełnosprawnością ruchu,
- ◇ zapewnienie godzin dla osób ze spektrum autyzmu (m.in. wyciszenie muzyki, przygaszenie świateł), jeśli to możliwe godziny z przyciszoną muzyką i mniej intensywnym światłem powinny też obowiązywać w weekendy oraz w czasie przypadającym po standardowych godzinach pracy,
- ◇ możliwość wypożyczenia wózka dla dziecka,
- ◇ bezpieczne strefy zabaw dla dzieci,
- ◇ foteliki dla dzieci w strefie gastronomicznej.



Przykład: Należące do EPP Galeria Twierdza Zamość, Galeria Solna w Inowrocławiu, Galeria Sudecka w Jeleniej Górze czy Centrum Handlowo-Rozrywkowe Galaxy w Szczecinie wprowadziły rozwiązania skierowane do osób ze spektrum autyzmu. Obejmują one czasowe redukcje bodźców wizualnych i dźwiękowych w centrum handlowym, poprzez przygaszenie świateł i neonów, wyłączenie muzyki i innych sygnałów dźwiękowych, czyli tak zwane „Godziny ciszy”.

Dostępność cyfrowa

Z reguły strony internetowe i aplikacje mobilne centrów handlowych nie są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością. Warto to zmienić!

Pamiętaj, żeby:

- ◇ zadbać o zgodność strony internetowej z najnowszą wersją standardu WCAG³¹,
- ◇ przetestować stronę z użytkownikami o różnych potrzebach np. z seniorami, osobami z niepełnosprawnością wzroku, osobami młodszymi, opiekunami dzieci,
- ◇ zadbać o przedstawienie na stronie istotnych z punktu widzenia osób z niepełnosprawnością informacji, np.:
 - sposób dojazdu transportem publicznym (nazwy przystanków, numery pojazdów),
 - odległość przystanków od wejść i opis dojścia,
 - lokalizacja punktu informacyjnego lub recepcji,
 - dostępność architektoniczna budynku,
 - rozwiązania, z których mogą skorzystać różne grupy użytkowników,
 - zakres wsparcia udzielanego klientom przez pracowników centrum,
- ◇ zadbać o umieszczenie informacji dla innych grup o szczególnych potrzebach: rodziców z dziećmi, seniorów, podróżnych z większym bagażem oraz osób nie posługujących się językiem polskim,
- ◇ te same zasady dotyczą aplikacji mobilnych i innych informacji w formie cyfrowej.

31 W chwili tworzenia publikacji jest to wersją WCAG 2.1,



Szczegółowe wytyczne dotyczące dostępności materiałów informacyjnych (i inie tylko) można znaleźć w Wytycznych w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020, **Załącznik nr 2. Standardy dostępności dla polityki spójności 2014-2020.**

Dobre praktyki:

Centra handlowe już dziś wdrażają rozwiązania zwiększające dostępność dla różnych grup osób.

1

Centrum handlowe Posnania podjęło współpracę z MIGAM – firmą, która specjalizuje się w rozwiązaniach dla osób głuchych i usprawnieniem komunikacji między głuchymi, a słyszącymi. Powstał film będący instrukcją w języku migowym, w którym wskazano zachowania pozwalające na bezpieczne zakupy w centrum. Na terenie Posnania powstał też pokój wyciszenia, z którego skorzystać mogą osoby ze spektrum autyzmu, a wprowadzone na początku roku, codzienne godziny ciszy pozwalają na komfortowe zakupy klientom z zaburzeniami neurologicznymi. Za swoje zaangażowanie centrum otrzymało w 2018 roku tytuł „Lidera Dostępności” przyznawany przez Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej.

2



W 2019 roku **Ceetrus** we wszystkich centrach i galeriach handlowych wprowadził „Godziny ciszy”. W wybranym dniu tygodnia w godzinach popołudniowych klienci mogą robić zakupy w ciszy, przy przygaszonym oświetleniu i wyłączonych telewizorach. „Godziny ciszy” obowiązują zarówno w pasażach galerii handlowych, jak i w hipermarkecie Auchan. Akcja „Godziny ciszy” została wprowadzona z troski o osoby ze spektrum autyzmu

i zaburzeniami pokrewnymi, dla których zakupy w przestrzeni z silnymi bodźcami, jakimi są głośna muzyka czy częste komunikaty dla klientów, mogą być uciążliwe.

3

W **Galerii Twierdza** w Zamościu zastosowano kompleksowe rozwiązania dla rodzin z dziećmi. Wyznaczono miejsca parkingowe dla kobiet w ciąży oraz rodzin, stworzono pokój rodzica wyposażony nie tylko w mikrofalówkę do podgrzania jedzenia, fotelik do karmienia starszych dzieci, wygodną kanapę dla matek karmiących niemowlęta i przewijak, ale też helpomat z niezbędnym asortymentem takim jak nawilżane chusteczki, pieluchy jednorazowe czy jednorazowe przewijaki.

4

Gemini Park Tychy stworzyło czytelny i nowoczesny wayfinding system, który ma pomóc w poruszaniu się po galerii m.in. osobom w podeszłym wieku, a także osobom z wadami wzroku, w tym niedowidzącym. Taki efekt uzyskano m.in. wkomponowując system wskazywania dróg w aranżację wnętrz. W efekcie, stał się on naturalnym, lecz zauważalnym elementem, z którego klienci korzystają w sposób intuicyjny. Nośniki informacji pojawiają się w niewaligicznych punktach i są ulokowane na odpowiedniej wysokości. W realizacji wykorzystano wyraźne, kontrastujące kolory, czytelny krój pisma i odpowiedni rozmiar. Całość uzupełniono zrozumiałymi i prostymi komunikatami w formie piktogramów. Cechą charakterystyczną systemu oznakowania w Gemini Park jest płynne połączenie cyfrowych i tradycyjnych nośników informacji. Dzięki temu klienci mogą bez trudu określić, w którym punkcie galerii się znajdują, gdzie położona jest toaleta, wejścia i wyjścia czy restauracje.



5

Dom Handlowy Supersam ze względu na swoją lokalizację w ścisłym centrum Katowic, przy deptaku i przy ważnym autobusowym węźle przesiadkowym, jest codziennie odwiedzany przez dużą ilość osób. Wejścia do budynku mają rozwiązania bezprogowe, do środka wchodzi się z ulicy poziomu chodnika, nie ma żadnych krawężników, pochylni, innych utrudnień. Przy drzwiach obrotowych znajdują się oznakowane słupki z przyciskami które spowalniają prędkość obrotową skrzydeł drzwi i dostosowują ją do potrzeb osób niepełnosprawnych. Poruszanie się między piętrami wewnątrz budynku ułatwiają przestronne windy, a drogę do nich wskazują piktogramy oraz przeszkolony personel obiektu. Toalety dla osób niepełnosprawnych wyposażone są w pełen zakres ułatwień, takich jak uchwyty, odpowiednio wyprofilowane umywalki z kranami, linki alarmowe, lustra na odpowiedniej wysokości. Właściciel Supersamu - firma Globalworth - w innych swoich obiektach stosuje podobne rozwiązania i ułatwienia dla osób niepełnosprawnych.



6

Forum Gdańsk znajduje się w sercu miasta, dlatego dostępność jest dla właściciela priorytetem. Istotną rolę spełniają tu windy zewnętrzne i wewnętrzne. Płaska i równa nawierzchnia umożliwia swobodny dostęp do toalet oraz miejsc parkingowych. Innowacyjnym rozwiązaniem zastosowanym w centrum jest usługa tłumacza migowego MIGAM. Mogą z niej korzystać osoby słabosłyszące i niesłyszące. Połączenia wideo z tłumaczem języka migowego odbywa się z poziomu przeglądarki internetowej, aplikacji mobilnej i dowolnego urządzenia wyposażonego w kamerę z podłączeniem do Internetu. Dodatkowo, w Punkcie Informacyjnym Forum dostępne są tablety, z których można uzyskać połączenie video z tłumaczem migowym.



7

Centrum handlowe Platan w Zabrze przeszło gruntowną modernizację i rozbudowę i po ponownym otwarciu od października 2018 roku jest galerią przyjazną dla osób niepełnosprawnych oraz rodzin z małymi dziećmi. Podczas modernizacji na terenie zewnętrznym zostały usunięte krawężniki i wyrównane przejścia między galerią, a Placem teatralnym. Wszystkie węzły sanitarne są wyposażone w toalety dla niepełnosprawnych. W trzech z czterech węzłów sanitarnych są również toalety dla rodziców z dziećmi, z wygodnym stanowiskiem do pielęgnacji niemowląt. Galeria zapewnia też stały nadzór wykwalifikowanych ratowników medycznych, wyposażonych w nowoczesny defibrylator. Na stałym wyposażeniu centrum jest również wózek inwalidzki, wózek spacerowy, nosidełko, wózek dla seniorów. W cyklicznych akcjach organizowanych w Platanie rodzicom rozdawane są specjalne opaski niezgubki, na których rodzic wpisuje numer telefonu i zapina dziecku na rękę, by w przypadku zagubienia ochrona mogła szybko zlokalizować opiekuna. Wyjątkowo wrażliwi klienci mają możliwość wypożyczenia dodatkowo specjalnych słuchawek wyciszających.

8

W **VIVO! Lublin** ochrona oraz personel sklepów odbywają regularne szkolenia z zakresu wsparcia osób z niepełnosprawnością podczas ewakuacji i codziennego funkcjonowania obiektu. W obiekcie znajdują się ponadto łazienki dla osób z niepełnosprawnością, wyposażone w specjalny sprzęt (umywalki, lustra, muszle toaletowe, barierki i system alarmowy). W obiekcie funkcjonują trawelatory łączące parkingi z poziomów A oraz C z centrum handlowym, a także znajduje się tu 26 specjalnych miejsc parkingowych na każdym poziomie parkingu, o zwiększonej szerokości, wszystkie położone blisko wejść do obiektu.

