



Ministerstwo Funduszy
i Polityki Regionalnej

Jak prowadzić biznes zgodnie z Polskim Aktem o Dostępności

Podręcznik dla przedsiębiorców

Wydawca:

Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej

Departament Spraw Europejskich i Współpracy Międzynarodowej

ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa

Publikacja przygotowana w ramach projektu PTFE.02.01-IZ.00-0002/24 „Wsparcie beneficjentów polityki spójności w zakresie dostępności”



Pomoc Techniczna
dla Funduszy Europejskich



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Spis treści

SŁOWO WSTĘPU	5
DOSTĘPNOŚĆ W BIZNESIE	7
Co to jest dostępność i kto z niej korzysta?	7
Dostępność jako szansa dla biznesu	8
KOGO I CZEGO DOTYCZY POLSKI AKT O DOSTĘPNOŚCI?	11
Kogo dotyczy ustawa?	11
Produkty i usługi objęte ustawą	12
Od kiedy trzeba zapewniać dostępność? Czy są okresy przejściowe na dostosowanie się do nowych obowiązków?	13
PRZEGLĄD WYMAGAŃ DOSTĘPNOŚCI PRODUKTÓW I USŁUG	16
Czym są wymagania dostępności? Co może Ci pomóc w ich spełnianiu?	16
Wymagania dostępności dla produktów	17
Wymagania dostępności dla usług	24
Czy są wyjątki od zapewniania dostępności?	31
OBOWIĄZKI PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH W ZAKRESIE DOSTĘPNOŚCI	35
Producent	35
Importer	41
Dystrybutor	43
Usługodawca	45

JAKIE PRAWA MA KONSUMENT I JAK OD STRONY PRAKTYCZNEJ WYGLĄDA NADZÓR RYNKU	48
Uprawnienia konsumentów, gdy produkt lub usługa są niedostępne	48
Nadzór i kontrola dostępności produktów i usług	50
Kary finansowe za nieprzestrzeganie wymagań dostępności produktów i usług	53
DOBRA PRAKTYKA – DOSTĘPNY MARKETING	55
Marketing tradycyjny	56
Marketing cyfrowy	57
Marketing bezpośredni i B2C	59
ŚRODKI NA WIĘKSZĄ DOSTĘPNOŚĆ – WSPARCIE Z FUNDUSZY EUROPEJSKICH	62
Preferencyjne pożyczki na dostępność	62
Dotacje na szkolenia i doradztwo	63
Dotacje na innowacje	64
POLITYKA SPÓJNOŚCI DLA WSZYSTKICH – DOSTĘPNOŚĆ JAKO ZASADA I CEL	65
Dostępność jako zasada w zapewnianiu równości szans i niedyskryminacji	65
Jak dostępność wpisuje się w politykę spójności	66
Standardy dostępności 2021–2027	66
Kontrola i monitorowanie	67
KRÓTKIE PODSUMOWANIE	69

Słowo wstępu

Dla kogo jest ten podręcznik?

28 czerwca 2025 r. wszedł w życie tzw. Polski Akt o Dostępności, czyli ustawa z 26 kwietnia 2024 r. o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze. Nowe przepisy zobowiązują przedsiębiorców do zapewniania dostępności wybranych produktów i usług – takich, które umożliwiają nam codzienną komunikację, zakupy, zarządzanie finansami, pracę, naukę, dostęp do rozrywki, czy kultury. Od tej pory muszą być one projektowane w taki sposób, aby mogła z nich skorzystać samodzielnie jak największa liczba osób – niezależnie od wieku, sprawności czy umiejętności technologicznych.

❖ Warto wiedzieć

Polski Akt o Dostępności wdrożył do polskiego prawa unijną dyrektywę, tzw. Europejski Akt o Dostępności. Od 28 czerwca 2025 r. nowe obowiązki w zakresie dostępności zaczęły zatem obowiązywać we wszystkich państwach członkowskich Unii Europejskiej.

Ten podręcznik kierujemy do przedsiębiorców działających w Polsce – producentów, upoważnionych przedstawicieli, importerów, dystrybutorów oraz usługodawców – którzy oferują produkty i usługi objęte ustawą i którzy podlegają nowym obowiązkom w zakresie dostępności.

Chcemy, aby ta publikacja:

- ✓ w prosty sposób wyjaśniła, czym jest dostępność i dlaczego warto uwzględnić ją w praktyce biznesowej,
- ✓ pomogła krok po kroku poznać i zrozumieć nowe obowiązki związane z zapewnianiem dostępności.

Znajdziesz w niej także:

- ✓ dobre praktyki, takie jak zapewnianie dostępności działań marketingowych,
- ✓ informacje, jak otrzymać wsparcie na poprawę dostępności z funduszy europejskich,
- ✓ wyjaśnienie, dlaczego należy stosować zasadę dostępności, realizując projekty współfinansowane z Funduszy Europejskich.

Podręcznik nie jest wykładnią prawa, więc nie traktuj go jako wiążącej interpretacji przepisów ustawy. Przykłady i wskazówki w zakresie zapewniania dostępności opisane w tym podręczniku to wyłącznie pogładowe inspiracje. Nie stanowią one zestawu działań gwarantujących zgodność z przepisami ustawy. Każdy przedsiębiorca powinien samodzielnie ocenić, w jakim zakresie przepisy go dotyczą i jakie działania powinien podjąć, aby prawidłowo spełnić wszystkie obowiązki określone w ustawie.

Podręcznik powstał w oparciu o aktualne na dzień jego publikacji przepisy i interpretacje. W przyszłości będziemy uzupełniać wiedzę w nim zebraną o nowe informacje. Warto równocześnie śledzić aktualności na temat Polskiego Aktu o Dostępności, ale również pozostałych ustaw na rzecz dostępności oraz innych ważnych inicjatyw, w portalu: www.dostepnosc.gov.pl.

Dostępność w biznesie

Co to jest dostępność i kto z niej korzysta?

Dostępność oznacza, że produkty, usługi, przestrzeń fizyczna, czy informacje są tak zaprojektowane i zbudowane, żeby mogła z nich skorzystać jak największa liczba osób – bez konieczności codziennego mierzenia się z barierami technologicznymi i niepotrzebnymi trudnościami w obsłudze lub użytkowaniu.

Chodzi o to, żeby dostrzec i zrozumieć, że Twój klienci są różni. Mogą mieć różną sprawność, być w różnym wieku i znajdować się w różnych sytuacjach życiowych. Wśród nich mogą być osoby niewidome, słabowidzące, niesłyszące, słabosłyszące albo takie, które mają trudności z poruszaniem się. To też osoby z niepełnosprawnościami poznawczymi, a także osoby neuroróżnorodne, np. z dysleksją, dyskalkulią, w spektrum autyzmu lub z ADHD. To osoby po urazach, które mają czasowo ograniczoną sprawność, np. z powodu złamania ręki, czy niedawno przebytej operacji. To kobiety w ciąży, rodzice z małymi dziećmi. To w końcu również seniorzy, którzy często napotykają na podobne trudności co osoby z niepełnosprawnościami oraz mogą mieć problemy z obsługą skomplikowanych technologii. W tej grupie znajdziesz również osoby podróżujące, obcokrajowców i osoby mające trudności językowe.

Projektując produkty i usługi, weź pod uwagę te różne potrzeby i pokaż, że zależy Ci na wszystkich klientach – bez względu na ograniczenia funkcjonalne, czasowe czy stałe, których może doświadczać każdy z nas na różnych etapach życia. Zadbaj o to, żeby każdy mógł łatwo zrozumieć Twoją ofertę, skontaktować się z Tobą i w pełni skorzystać z tego, co oferujesz. To właśnie jest dostępność. Ona służy każdemu z nas. Rozwiązania zaprojektowane z myślą o użytkownikach z niepełnosprawnościami mają dobrą jakość, są uniwersalne, proste i intuicyjne w użyciu. Takie podejście do projektowania na pewno poprawi komfort użytkowania produktów i usług każdej osobie, na przykład:

- ✓ podczas korzystania z telefonu w słońcu, kiedy nie widzi ona wyraźnie ekranu,
- ✓ kiedy znajduje się w hałaśliwym otoczeniu i trudno jej się skupić i zrozumieć komunikaty głosowe,
- ✓ albo po prostu spieszy się lub jest zmęczona i zależy jej na szybkim i prostym załatwianiu spraw.

Dostępność jako szansa dla biznesu

1. Dostępność to dotarcie do większej liczby klientów

Być może nie zdajesz sobie sprawy, że część osób, które mijają Twój lokal albo odwiedzają Twoją stronę internetową nie może skorzystać z oferty z powodu różnych barier: komunikacyjnych, informacyjnych czy technologicznych.

❖ Warto wiedzieć

Bariera dostępności to każda cecha produktu, usługi lub sposobu komunikacji, która utrudnia lub uniemożliwia części użytkowników ich pełne i komfortowe wykorzystanie. Może to być fizyczna przeszkoda, jak schody bez poręczy, ale także bariera cyfrowa (np. brak opisów alternatywnych do grafik, tekst o zbyt małym kontraście czy formularz, którego nie można obsłużyć klawiaturą). Bariery te nie muszą wynikać ze złej woli, lecz często są skutkiem nieuwzględnienia zróżnicowanych potrzeb użytkowników.

Zgodnie z wynikami Europejskiego Badania Warunków Życia Ludności (EU-SILC), przeprowadzanego każdego roku przez Eurostat, w 2024 r. 22,1% mieszkańców Polski w wieku 16 lat i więcej zadeklarowało trwałe ograniczenia w codziennym funkcjonowaniu z powodu stanu zdrowia¹. W praktyce oznacza to, że nawet co czwarty klient może mieć trudność z przeczytaniem informacji zapisanych drobnym drukiem, obsługą formularza na stronie internetowej, odbyciem rozmowy telefonicznej albo zrozumieniem tekstu sformułowanego językiem specjalistycznym. Szacuje się, że w Polsce nawet do 7,7 mln osób odczuwa ograniczenia sprawności. Często nie zdajemy sobie sprawy ze skali wykluczenia, bo większość niepełnosprawności jest niewidoczna².

Dodatkowo, możemy zaobserwować wzrost odsetka osób starszych. W Polsce liczba ta wzrasta szybciej niż w większości krajów UE³. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego w 2023 r. osoby w wieku 60 lat i więcej stanowiły ponad 26%

¹ Eurostat, Population with self-perceived long-standing limitations in usual activities due to health problem, by sex, age and country of residence, EU-SILC 2024, dane dla Polski, populacja 16 lata i więcej – 22,1%.

² Nie ma dokładnych danych, ale w różnych opracowaniach szacuje się, że nawet 75% niepełnosprawności jest niewidocznych. Wiele osób cierpi na przewlekłe „niewidoczne” schorzenia, takie jak problemy z kręgosłupem, łagodne zaburzenia poznawcze, niepełnosprawność psychospołeczna, przewlekły ból, chroniczne zmęczenie, zaburzenia wzroku i słuchu.

³ Rządowa Rada Ludnościowa, Sytuacja demograficzna Polski. Raport 2023-2024, Warszawa 2025.

społeczeństwa⁴. Według prognozy GUS, w 2030 r. osoby w wieku 60 lat i więcej będą stanowiły około 29% populacji Polski, w 2050 r. – około 40%⁵. To grupa z dużym potencjałem konsumenckim, często lojalna wobec marek, które uwzględniają ich potrzeby. Seniorzy chętnie korzystają z technologii, ale oczekują prostych interfejsów, czytelnych treści i wysokich kontrastów. Dostosowanie produktów i usług do ich potrzeb może otworzyć Ci dostęp do nowego, rosnącego i stabilnego w decyzjach zakupowych segmentu rynku.

Kiedy Twoja oferta jest dostępna i można w prosty sposób z niej skorzystać, zyskujesz nie tylko bezpośredniego klienta, ale także jego wsparcie i rekomendacje wśród rodziny, opiekunów czy znajomych. Dostępność buduje zaufanie – osoby, które czują, że ich potrzeby są zauważone i spełnione, chętnie wracają, ale też polecają Twoją firmę dalej. Jeśli więc odpowiednio zadbasz o dostępność, grono Twoich klientów może się znacznie poszerzyć. Im więcej osób poczuje się zauważonych i docenionych, tym większe masz szanse na rozwój swojej działalności.

2. Dostępność to atrakcyjność dla partnerów biznesowych

Weź pod uwagę, że małe, duże i średnie firmy oraz mikroprzedsiębiorstwa obracające produktami są zobowiązane do zapewniania dostępności na mocy Polskiego Aktu o Dostępności. Będą one zatem szukać takich partnerów biznesowych i podwykonawców w łańcuchach dostaw, którzy również oferują dostępne produkty i usługi. Zwracanie uwagi na dostępność to także element odpowiedzialności społecznej, która jest standardem wpisanym w politykę wielu firm. Brak podstawowych działań w tym zakresie może już na starcie utrudnić Ci zawieranie i utrzymanie relacji biznesowych.

Pamiętaj, że nowe przepisy dotyczące dostępności obowiązują nie tylko w Polsce, ale też w całej Unii Europejskiej. Jeśli myślisz o rozwoju działalności za granicą, sprzedaży swoich produktów lub oferowaniu i świadczeniu usług w innych krajach UE – dostępność znacznie ułatwi Ci start, pozyskiwanie zagranicznych klientów i konkutowanie z wieloma firmami, które już teraz spełniają wymagania dostępności.

3. Dostępność to obowiązkowy element zamówień publicznych

⁴ Główny Urząd Statystyczny, Sytuacja osób starszych w Polsce w 2023 r., Warszawa 2024.

⁵ Główny Urząd Statystyczny, Sytuacja osób starszych w Polsce w 2021 r., Warszawa 2022.

Dostępność jest obowiązkowa dla firm, które chcą współpracować z instytucjami publicznymi, realizując zamówienia publiczne. Zgodnie art. 100 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych⁶ oraz art. 3 ust. 3 Polskiego Aktu o Dostępności, nowe wymagania dostępności produktów i usług będą miały zastosowanie do wszystkich zamówień publicznych, które mają służyć osobom fizycznym, czyli nam wszystkim. Co to oznacza dla Ciebie? Jeśli Twoje produkty lub usługi nie będą dostępne, nie będziesz mógł brać udziału w licznych postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego, a zatem stracisz szansę na środki publiczne, które bardzo często są wykorzystywane w rozwoju wielu firm.

4. Dostępność to silniejsza marka

Dostępność buduje Twój wizerunek jako przedsiębiorcy odpowiedzialnego, który prowadzi swój biznes świadomie, z myślą o różnych klientach, nie tylko tych „statystycznych”, „typowych”, „idealnych”. Buduje renomę marki, której można zaufać. A zaufanie to jeden z najważniejszych powodów, dla których ludzie wracają do tego, a nie innego przedsiębiorcy, lub polecają go innym. Dostępność wzmocni pozytywne postrzeganie Twojej firmy, która odtąd będzie jeszcze mocniej kojarzona z profesjonalizmem, szacunkiem do klienta i nowoczesnym podejściem do prowadzenia biznesu.

Warto też pamiętać, że wiele rozwiązań, które poprawiają dostępność, usprawnia codzienne funkcjonowanie firmy. Zrozumiałe i czytelne opisy produktów, instrukcje, które można przeczytać albo odsłuchać, pomagają wszystkim szybciej zrozumieć, jak działa produkt lub usługa, zmniejszają liczbę pytań i nieporozumień. Klient czuje się pewniej i bezpieczniej, bo wie, co kupuje i jak z tego korzystać, a Ty masz mniej pracy i mniej reklamacji. Dobrze oznaczony lokal usługowy sprawia, że klient bez problemu trafi na miejsce. Przejrzyste regulaminy i prosty język w komunikacji ograniczają liczbę spornych sytuacji. Klienci wiedzą, na jakich zasadach działasz i rzadziej mają wątpliwości. Strona internetowa, która dobrze działa na telefonie i nie przytłacza informacjami, to dziś podstawa dobrej obsługi – nawet jeśli prowadzisz niewielki lokalny biznes. To wszystko razem przekłada się na lepsze doświadczenie klienta, a to dziś kluczowy element budowania silnej marki.

⁶ Dz. U. z 2024 r. poz. 1320 z późn. zm.

Kogo i czego dotyczy Polski Akt o Dostępności?

Kogo dotyczy ustawa?

Nowe obowiązki w zakresie dostępności dotyczą podmiotów gospodarczych, które oferują produkty lub usługi wymienione w ustawie.

W przypadku zapewniania dostępności produktów, chodzi o przedsiębiorców w całym łańcuchu dostaw – od wytwarzania produktu, przez jego dostarczenie na rynek, aż po sprzedaż klientowi końcowemu, czyli:

- **producentów** – ustawa dotyczy Cię, jeśli wytwarzasz produkt objęty Polskim Aktem o Dostępności lub zlecasz jego zaprojektowanie albo wytworzenie, a następnie wprowadzasz go do obrotu i sprzedajesz na rynku pod własną nazwą lub znakiem towarowym,
- **upoważnionych przedstawicieli** – jesteś zobowiązany do przestrzegania ustawy, jeśli działasz na terenie Unii Europejskiej w imieniu producenta objętego ustawą na podstawie pisemnego pełnomocnictwa do wykonywania określonych czynności,
- **importerów** – jesteś objęty ustawą jeśli wprowadzasz do obrotu na terenie Unii Europejskiej produkt wymieniony w ustawie, który pochodzi spoza UE albo Europejskiego Stowarzyszenia Wolnego Handlu (EFTA),
- **dystrybutorów** – ustawa dotyczy Cię, nawet jeśli nie jesteś producentem ani importerem danego produktu objętego ustawą, ale udostępniasz taki produkt na rynku.

Ustawa obejmuje również **usługodawców**, którzy oferują lub świadczą w Unii Europejskiej usługi wymienione w ustawie.

❖ Uwaga!

Mikroprzedsiębiorcy (czyli firmy, które zatrudniają mniej niż 10 pracowników, a ich roczny obrót wynosi poniżej 2 milionów euro), którzy świadczą usługi objęte ustawą, są zwolnieni z obowiązku zapewniania dostępności.

Produkty i usługi objęte ustawą

Jak wspominaliśmy we wstępie, Polski Akt o Dostępności zobowiązuje przedsiębiorców do zapewnienia dostępności takich produktów i usług, które są najczęściej używane na co dzień – na przykład podczas robienia zakupów i dokonywania płatności, w trakcie podróży, spędzania czasu wolnego, czy przy kontaktowaniu się z rodziną i znajomymi. Dlatego tak ważne jest, aby osoby ze szczególnymi potrzebami, a przede wszystkim osoby z niepełnosprawnościami, mogły korzystać z nich na równi z innymi – bez barier, ograniczeń czy potrzeby proszenia o pomoc.

Zgodnie z ustawą, producenci, upoważnieni przedstawiciele, importerzy i dystrybutorzy muszą zapewniać dostępność tych produktów:

- **komputerów konsumenckich** (np. komputerów stacjonarnych, laptopów, tabletów czy smartfonów) i **ich systemów operacyjnych**,
- **terminali płatniczych** (chodzi o terminale w stacjonarnych sklepach, lokalach usługowych i w wielu innych miejscach, w których płacimy za różne produkty lub usługi – nie tylko te objęte ustawą),
- **terminali samoobsługowych**, tj. bankomatów i wpłatomatów, automatów biletowych, urządzeń do odprawy samoobsługowej oraz interaktywnych terminali informacyjnych,
- **urządzeń umożliwiających dostęp do usług telekomunikacyjnych**, np. telefonów, routerów, modemów,
- **urządzeń umożliwiających dostęp do audiowizualnych usług medialnych**, np. telewizorów, dekodek, odtwarzaczy multimedialnych,
- **czytników książek elektronicznych** (zarówno sprzętu, jak i oprogramowania, które jest przeznaczone do dostępu i korzystania z książek elektronicznych).

Ustawa dotyczy również usługodawców, którzy oferują lub świadczą:

- **usługi telekomunikacyjne**, takie jak usługi telefoniczne (w tym łączność alarmową) i internetowe, przy czym nie dotyczy to komunikacji pomiędzy maszynami, np. automatycznego przesyłania danych między czujnikami

a serwerem (przykładowo, systemy bezpieczeństwa w budynkach, które automatycznie raportują alarmy do centrum monitoringu),

- **usługi dostępu do audiowizualnych usług medialnych**, np. platformy streamingowe, usługi VOD (*video on demand*) lub dostęp do kanałów telewizyjnych przez Internet,
- **usługi cyfrowe w transporcie pasażerskim (autobusowym, autokarowym, wodnym, lotniczym i kolejowym)**, tj. strony internetowe, aplikacje mobilne, bilety elektroniczne i elektroniczne systemy sprzedaży biletów, dostarczanie informacji o usłudze transportu (w tym informacji o podróży w czasie rzeczywistym) przez systemy informacji pasażerskiej oraz interaktywne terminale samoobsługowe,
- **usługi bankowości detalicznej**, tj. usługi w zakresie pieniądza elektronicznego, usługi płatnicze i powiązane z rachunkiem płatniczym, umowy o kredyt konsumencki i hipoteczny oraz usługi maklerskie),
- **usługi rozpowszechniania książek elektronicznych** (dotyczy to zarówno tworzenia książek elektronicznych, jak również ich oferowania oraz sprzedaży w Internecie lub przez aplikacje mobilne);
- **usługi handlu elektronicznego**, czyli sprzedaż na stronach internetowych i w aplikacjach mobilnych wszelkich produktów i usług, również tych, które same w sobie nie są objęte ustawą.

Lista produktów i usług, które muszą spełniać wymagania dostępności znajduje się w art. 3 ustawy. Z kolei w art. 5 znajdziesz definicje poszczególnych produktów i usług.

Od kiedy trzeba zapewniać dostępność? Czy są okresy przejściowe na dostosowanie się do nowych obowiązków?

Przepisy Polskiego Aktu o Dostępności zaczęły obowiązywać 28 czerwca 2025 r. Od tej daty wprowadzane do obrotu (czyli po raz pierwszy udostępnione na rynku) produkty oraz oferowane i świadczone usługi, które są objęte przepisami ustawy, muszą być co do zasady zgodne z wymaganiami dostępności. Istnieje jednak kilka wyjątków oraz okresów przejściowych, które ułatwiają przedsiębiorcom dostosowanie działalności do nowych obowiązków.

Po pierwsze, nie musisz dostosowywać do wymagań dostępności produktów, które zostały wprowadzone do obrotu przed wejściem w życie ustawy, czyli przed 28 czerwca 2025 r. Takie produkty mogą pozostać w sprzedaży na dotychczasowych zasadach, bez konieczności ich modernizacji, czy wycofania z rynku. Podobne warunki dotyczą umów na świadczenie usług zawartych przed tą datą – mogą one obowiązywać w obecnej formie i treści aż do czasu ich wygaśnięcia, jednak nie dłużej niż do 28 czerwca 2030 r. Ale pamiętaj, że jeśli zawierasz nowe umowy z klientami, to zgodnie z przepisami Twoje usługi muszą spełniać wymagania dostępności już teraz. Dobrą praktyką jest jednak traktowanie wszystkich klientów jednakowo. Jeśli oferujesz tę samą usługę zarówno osobom, które zawarły umowę przed 28 czerwca 2025 r., jak i po tej dacie, najlepiej przygotować jedną wersję usługi dostępną dla wszystkich – niezależnie od tego, kiedy podpisali umowę.

Ustawa pozwala również na dłuższe świadczenie usług z wykorzystaniem produktów niespełniających wymagań dostępności aż do 28 czerwca 2030 r. pod warunkiem, że produkty te były używane już przed wejściem w życie ustawy i służyły tej samej usłudze. Jeśli po tej dacie zamierzasz nadal oferować i świadczyć daną usługę, będziesz musiał korzystać z produktów zgodnych z Polskim Aktem o Dostępności. Dlatego warto już teraz sprawdzić, z jakich produktów korzystasz i zaplanować ewentualne zmiany z odpowiednim wyprzedzeniem.

Szczególny, dłuższy okres przejściowy dotyczy terminali wykorzystywanych do świadczenia usług, jeśli zaczęły być używane przed 28 czerwca 2025 r. Mogą one być dalej wykorzystywane bez konieczności dostosowywania do wymagań dostępności aż do końca ich ekonomicznej użyteczności, jednak nie dłużej niż przez 20 lat od dnia rozpoczęcia ich użytkowania. Oznacza to, że nie masz obowiązku natychmiastowej wymiany tego rodzaju sprzętu, ale przy każdej nowej inwestycji musisz już wybierać terminale zgodne z wymaganiami dostępności.

Ustawa wprowadza także pewne ograniczenia w zakresie zapewniania dostępności treści cyfrowych opublikowanych na stronach internetowych i w aplikacjach mobilnych przed 28 czerwca 2025 r. Nie masz obowiązku dostosowywania do wymagań dostępności treści multimedialnych (takich jak filmy, podcasty, webinary, nagrania konferencji itd.) oraz plików dokumentów (niezależnie od ich formatu) opublikowanych przed dniem wejścia w życie ustawy, a także treści zarchiwizowanych, które nie były aktualizowane ani edytowane od dnia wejścia

w życie ustawy. Pamiętaj jednak, że wszystkie nowe treści, a także wszelkie aktualizacje wprowadzane od 28 czerwca 2025 r., muszą już być zgodne z wymaganiami ustawy.

Warto też zwrócić uwagę na art. 4 Polskiego Aktu o Dostępności, w którym przewidziano kilka wyjątków od stosowania wymagań dostępności. Dotyczą one elementów takich jak mapy interaktywne na stronach internetowych i w aplikacjach mobilnych, treści niezależnych od przedsiębiorców, a także usług komunikacji miejskiej oraz przewozów o charakterze gminnym, metropolitalnym, powiatowym, powiatowo-gminnym i wojewódzkim.

Przegląd wymagań dostępności produktów i usług

Czym są wymagania dostępności? Co może Ci pomóc w ich spełnianiu?

Dostępność – powtórzmy – to zbiór cech i właściwości, które sprawiają, że produkty i usługi są proste, intuicyjne i wygodne w obsłudze, tak aby jak największa liczba osób mogła korzystać z nich swobodnie i samodzielnie.

Wymagania dostępności w Polskim Akcie o Dostępności to zbiór prawnie wiążących wytycznych wskazujących, jak osiągnąć dostępność wybranych produktów i usług.

Określone w ustawie wymagania nie narzucają szczegółowych parametrów, ani konkretnych rozwiązań technologicznych, które trzeba zastosować w produkcie lub usłudze. Mają one charakter funkcjonalny – określają cele, jakie powinny zostać osiągnięte, pozostawiając przedsiębiorcom swobodę w sposobie ich realizacji. Takie podejście pozwala na zastosowanie rozwiązań jak najlepiej dostosowanych do charakteru Twojego produktu lub usługi. Umożliwia też reagowanie na zmiany technologiczne i wdrażanie nowoczesnych, innowacyjnych rozwiązań, odpowiadających na potrzeby różnorodnych użytkowników.

W kolejnym podrozdziale tego podręcznika znajdziesz przegląd i krótki opis wymagań dostępności. Jeśli chcesz poznać techniczne rozwiązania, które można zastosować w celu spełnienia tych wymagań, zajrzyj do Wytycznych „Jak zapewnić dostępność produktów i usług”, przygotowanych przez Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON). Dużą pomocą może być też stosowanie norm zharmonizowanych wydawanych przez europejskie instytucje normalizacyjne, w szczególności normy EN 301 549 określającej dostępność produktów i usług związanych z technologiami informacyjno-komunikacyjnymi. Norma ta jest regularnie aktualizowana, żeby uwzględniać nowe wymagania dostępności⁷.

Pomocne w interpretacji i stosowaniu wymagań dostępności mogą być również Rekomendacje Rady Dostępności, opracowane przez działającą przy Radzie grupę

⁷ Na dzień publikacji tego podręcznika nie ma dostępnej aktualizacji normy EN 301 549, która powinna objąć nowe wymagania Europejskiego Aktu o Dostępności. Oczekiwane są także nowe normy do elementów spoza przestrzeni cyfrowej, takich jak dostępność niecyfrowych informacji związanych z produktami, dostępność usług wsparcia związanych z produktami i usługami (centrów pomocy technicznej, centrów obsługi telefonicznej, usług przekazu i usług szkoleniowych) oraz dostępność i interoperacyjność łączności alarmowej.

roboczą ds. wdrażania ustawy. Na dzień publikacji tego podręcznika Rada przyjęła pierwsze sześć rekomendacji. Kolejne będziemy na bieżąco zamieszczać na stronie internetowej Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej (MFiPR).

Wymagania dostępności dla produktów

Dostępna informacja o produkcie

Zgodnie z ustawą, dostępność zaczyna się od informacji o produkcie – dlatego, że to właśnie zapoznawanie się z etykietą i oznaczeniami na produktach czy opisami na stronach internetowych są często pierwszym momentem, w którym potencjalny klient spotyka się z Twoim urządzeniem. Jeśli od razu zrozumie, do czego służy produkt i jak go używać, nie musząc przy tym prosić nikogo o pomoc, z pewnością zbuduje pierwsze pozytywne wrażenie o Twojej marce i chętniej ją wybierze. Dlatego tak ważne jest, aby informacje o produkcie, które podajesz, były nie tylko kompletne, ale również czytelne i łatwo zrozumiałe dla każdego. Niezależnie od tego, czy ktoś ma problemy ze wzrokiem, korzysta z narzędzi wspomagających, czy po prostu napotyka trudności w zrozumieniu specjalistycznego języka technicznego.

Przyglądając się szczegółom wymagań ustawowych, musisz zadbać o dostępność wszelkiego rodzaju **instrukcji, etykiet i ostrzeżeń, które są zamieszczone w produkcie, na produkcie lub na jego opakowaniu**. Co to oznacza?

- zapewnij, że można je odebrać za pomocą więcej niż jednego zmysłu. Dzięki temu osoby, u których jeden ze zmysłów (np. wzrok) funkcjonuje gorzej, również będą mogły samodzielnie zapoznać się z informacjami. Przykładowo, warto zadbać o dodatkowe oznaczenia w postaci wypukłych znaków, napisy w alfabecie Braille'a lub o komunikaty w wersji audio, które umożliwią odbiór informacji osobom z niepełnosprawnością wzroku,
- przedstaw treści w sposób jasny i łatwy do zrozumienia. Język, którym się posługujesz powinien być jak najlepiej dostosowany do odbiorcy. Jeśli Twój produkt skierowany jest do szerokiego grona użytkowników, postaraj się unikać technicznego żargonu i zadbaj o możliwie proste komunikaty. Tak, aby osoby, które nie mają specjalistycznej wiedzy technologicznej mogły bez problemu zrozumieć, jak z niego korzystać,

- spraw, żeby informacje były czytelne i przejrzyste – zadбай o odpowiedni rozmiar i styl czcionki, kontrast tekstu względem tła oraz odstępy między literami, wierszami i akapitami. Ułatwi to odbiór informacji osobom ze słabszym wzrokiem, seniorom, a także wszystkim, którzy będą próbowali zapoznać się z informacjami w mniej sprzyjających warunkach, np. przy ciemniejszym lub zbyt jasnym świetle.

Jeśli instrukcje dotyczące użytkowania produktu nie znajdują się w/na produkcie lub jego opakowaniu, muszą być publicznie dostępne w inny sposób, np. na stronie internetowej. W takim przypadku w/na produkcie lub jego opakowaniu trzeba umieścić wyraźną informację, gdzie dokładnie można znaleźć te materiały (np. podać adres strony lub kod QR, który do niej przekierowuje). Pamiętaj, że **instrukcje dostępne online** również muszą być zgodne z zasadami dostępności.

Co to oznacza?

- Podobnie jak w instrukcji w formie fizycznej – zadбай, by treść była zrozumiała, czytelna i możliwa do odebrania za pomocą więcej niż jednego zmysłu.
- Zapewnij alternatywę dla treści nietekstowych – elementy takie jak schematy, wykresy czy grafiki powinny być przedstawione w formie opisu tekstowego lub w wersji dźwiękowej.
- Opisz interfejs użytkownika, tak aby każdy mógł zrozumieć, jak obsługiwać produkt i jego oprogramowanie.
- Podaj informacje, czy produkt spełnia wymagania dostępności i w jaki sposób – wskaż konkretne rozwiązania, które zostały w tym celu zastosowane.
- Zapewnij opis oprogramowania i sprzętu współpracującego z narzędziami wspomagającymi oraz podaj listę takich narzędzi, z którymi produkt został przetestowany.

Pełna lista wymagań dostępności dla instrukcji, etykiet i ostrzeżeń jest określona w art. 7 Polskiego Aktu o Dostępności. Sprawdź, które z nich musisz zastosować dla swoich produktów.

Ogólne wymagania dla produktu i interfejsu użytkownika

Projektując produkt, warto pamiętać, że będą z niego korzystać różni użytkownicy – w tym osoby starsze oraz z różnymi rodzajami niepełnosprawności, np. z ograniczeniami ruchowymi, słuchowymi, wzrokowymi lub poznawczymi. Każdy

z nich może mieć inne potrzeby i możliwości fizyczne, percepcyjne czy poznawcze, dlatego produkt powinien oferować różne opcje interakcji i obsługi, tak aby nikt nie był wykluczony z jego użytkowania. Zgodnie z ustawą produkty, w tym interfejsy użytkownika, powinny zapewniać:

- **różne opcje komunikacyjne.** Zapewnij, że użytkownik może komunikować się z urządzeniem i odbierać informacje za pomocą więcej niż jednego zmysłu. Dodaj więc opcje alternatywne dla słuchu (np. komunikaty tekstowe, proste symbole, wibracje), wzroku (np. komunikaty dźwiękowe, oznaczenia dotykowe), dotyku (np. sterowanie głosowe, elementy wizualne) i dla mowy (np. elementy wizualne, sterowanie za pomocą przycisków),
- **czytelność elementów wizualnych.** Zadbaj o to, żeby produkt umożliwiał regulację jasności i kontrastu, powiększanie obrazu oraz żeby elementy wizualne były odpowiednio wyraziste,
- **alternatywę dla kolorów.** Jeśli w Twoim produkcie kolor używany jest do przekazywania informacji (np. czerwony kolor oznacza błąd, a zielony potwierdzenie), musisz zadbać o to, by te informacje były zapewniane również w innej formie (np. w postaci prostych symboli lub tekstu). To pomoże poprawnie zrozumieć komunikat osobom z zaburzeniami widzenia barw.
- **sterowanie elementami dźwiękowymi.** Jeśli produkt odtwarza dźwięki, musisz umożliwić użytkownikowi sterowanie głośnością i szybkością ich odtwarzania. Należy też zadbać o czystość i wyrazistość dźwięku oraz o zmniejszenie zakłóceń pochodzących od pobliskich urządzeń,
- **ułatwienia w obsłudze manualnej.** Jeśli produkt wymaga obsługi ręcznej (np. przyciskania przycisków, przeciągania palcem) i sterowania, zadbaj o to, żeby mogły z niego swobodnie korzystać także osoby z ograniczoną sprawnością rąk czy palców. Wprowadź sterowanie sekwencyjne i unikaj sytuacji, w których użytkownik musi jednocześnie używać dwóch przycisków czy wykonywać kilka czynności naraz. Dobrym rozwiązaniem jest umożliwienie sterowania jedną ręką, bez konieczności wykonywania skomplikowanych lub precyzyjnych ruchów. Ważne jest również, aby przyciski były możliwe do rozróżnienia za pomocą dotyku (np. różniły się kształtem, rozmiarem i fakturą), co ułatwi nawigację osobom z niepełnosprawnością wzroku.

- **brak konieczności dużego wysiłku fizycznego.** Twoje produkty nie mogą wymagać od użytkownika dużej siły fizycznej, **wykonywania ruchów o szerokim zasięgu.** Przykładowo, jeśli produkt ma interaktywny ekran, zadбай o to, aby użytkownik nie musiał przeciągać elementów na długą odległość ani naciskać ich z dużą siłą,
- **ograniczenia prawdopodobieństwa wywołania ataków padaczki fotogennej.** Zadбай o bezpieczeństwo użytkowników wrażliwych na bodźce wzrokowe i ogranicz w swoich produktach emisję intensywnych błysków, migających świateł, czy szybko zmieniających się animacji,
- **ochronę prywatności użytkownika.** Zapewnij, że podczas korzystania z funkcji związanych z dostępnością użytkownik produktu będzie miał możliwość zachowania prywatności. Przykładowo, osoba niewidoma lub słabowidząca, która korzysta z bankomatu w trybie głosowym powinna mieć gwarancję, że nikt postronny nie usłyszy szczegółów transakcji,
- **alternatywy dla zabezpieczeń biometrycznych.** Nie wszystkie osoby mogą lub chcą korzystać z rozwiązań identyfikacji biometrycznej, takich jak na przykład rozpoznawanie twarzy, odcisk palca, czy skan tęczówki. Zapewnij więc użytkownikom Twoich produktów możliwość skorzystania z dodatkowej, prostszej metody odblokowania urządzenia lub potwierdzenia danej czynności, np. podania kodu PIN lub hasła,
- **dostosowany czas reakcji dla użytkowników na działania.** Powinieneś zadbać o to, aby użytkownik Twojego produktu miał wystarczająco dużo czasu na interakcję z urządzeniem (np. wpisanie kodu, wypełnienie formularza, przeczytanie komunikatu, czy kliknięcie odpowiedniego przycisku zanim operacja zostanie anulowana). Produkt powinien też pozwalać na wydłużenie tego czasu, jeśli użytkownik tego potrzebuje. Takie rozwiązanie jest szczególnie korzystne dla osób z trudnościami poznawczymi lub motorycznymi, a także dla seniorów.
- **spójność funkcji.** Produkt powinien być przewidywalny w obsłudze, to znaczy, że użytkownik powinien bez problemu rozpoznawać i używać tych samych funkcji produktu w różnych miejscach. Jest to szczególnie ważne dla osób z trudnościami poznawczymi i seniorów, ponieważ ułatwia im korzystanie z produktów, zmniejsza stres i ryzyko błędów.

– **interoperacyjność i kompatybilność z narzędziami wspomagającymi.**

Oznacza to, że użytkownik powinien mieć możliwość podłączenia swoich narzędzi wspomagających (np. czytnika ekranu, systemu rozpoznawania mowy, czy alternatywnej klawiatury) do produktu i korzystać z niego efektywnie, bez przeszkód i zakłóceń.

Poza ogólnymi wymaganiami dostępności, Polski Akt o Dostępności przewiduje także szczegółowe wymagania dla poszczególnych produktów.

Terminale

Poza spełnianiem ogólnych wymagań dla produktów, również tych w zakresie informacji o produkcie, terminale (zarówno płatnicze, jak i inne terminale samoobsługowe) powinny:

- **być wyposażone w technologię syntezy mowy** (czyli system, który czyta na głos komunikaty widoczne na ekranie) w języku interfejsu (np. po polsku). Przykładowo, bankomat powinien odczytywać na głos opcje wyboru użytkownika, takie jak „wyplata gotówki”, czy „sprawdzenie salda”. Umożliwia to samodzielne korzystanie z terminala osobom niewidomym lub słabowidzącym, które mają problemy z odczytaniem tekstu na ekranie,
- **obsługiwać przewodowe stereofoniczne zestawy słuchawkowe.** Na przykład bankomat powinien mieć gniazdo, które umożliwia podłączenie własnych słuchawek. Dzięki temu użytkownik może odsłuchać komunikaty głosowe z zachowaniem prywatności, bez konieczności korzystania z głośnika zintegrowanego z urządzeniem. To rozwiązanie jest szczególnie ważne dla osób z niepełnosprawnością wzroku, ponieważ pozwala im bezpiecznie i dyskretnie korzystać z terminala – bez ryzyka, że osoby postronne usłyszą ich działania, na przykład podczas wypłaty gotówki,
- **zapewniać gotowość do korzystania z funkcji zapewniających dostępność bez potrzeby ich dodatkowego włączenia**, czy wcześniejszej konfiguracji terminala. Przykładowo, po podłączeniu zestawu słuchawkowego do terminala informacyjnego, urządzenie powinno automatycznie uruchomić tryb komunikatów głosowych i odpowiedni interfejs, bez konieczności dodatkowego włączenia tej funkcji w ustawieniach, czy konfiguracji słuchawek ze sprzętem,

- **mieć klawisze lub przełączniki oznaczone w sposób kontrastowy i możliwy do rozróżnienia za pomocą dotyku.** Przykładem jest terminal płatniczy, mający przyciski (także te funkcyjne, np. „Anuluj”, czy „Zatwierdź”) dobrze widoczne dzięki wyraźnemu kontrastowi kolorów, a także łatwe do rozpoznania dotykowo (np. dzięki wypukłym cyfrom i symbolom, różnym kształtom czy fakturze powierzchni). Dzięki temu osoba z niepełnosprawnością wzroku może obsłużyć urządzenie samodzielnie, nie popełniając przypadkowych błędów,
- **przekazywać informacje o wymaganym działaniu za pomocą więcej niż jednego kanału sensorycznego (dźwięk, obraz, dotyk) oraz umożliwiać wydłużenie czasu na reakcję użytkownika.** Przykładowo, jeśli bankomat wyświetla komunikat „Wprowadź PIN w ciągu 30 sekund”, powinien również odczytywać taki komunikat głosowo oraz zasygnalizować dźwiękowo rozpoczęcie czasu przeznaczonego na działanie użytkownika. Musi również umożliwiać wydłużenie czasu na reakcję użytkownika, np. przez wciśnięcie odpowiednio oznaczonego przycisku. To rozwiązanie jest szczególnie ważne dla osób starszych, z trudnościami poznawczymi oraz osób, które po prostu potrzebują więcej czasu na podjęcie decyzji czy wykonanie danej czynności,
- **być kompatybilne z narzędziami wspomagającymi w zakresie dźwięku.** Jeśli terminal wykorzystuje elementy dźwiękowe – niezależnie od tego, czy są to sygnały dźwiękowe, czy mowa syntetyczna – powinien być zaprojektowany tak, aby działał bez zakłóceń z urządzeniami wzmacniającymi dźwięk, takimi jak aparaty słuchowe czy osobiste wzmacniacze audio. Oznacza to, że dźwięki powinny być czyste, wyraźne i odpowiednio głośne, bez zniekształceń utrudniających ich odbiór.

Czytniki książek elektronicznych

Czytniki e-booków, oprócz spełniania ogólnych wymagań dostępności dla produktów oraz dotyczących dostępności informacji, muszą być dodatkowo wyposażone w **technologię syntezy mowy**, czyli funkcję, która odczytuje na głos treści widoczne na ekranie. Technologia ta musi być dostępna w języku, w jakim działa interfejs urządzenia (np. po polsku).

Urządzenia umożliwiające dostęp do usług telekomunikacyjnych

Poza spełnianiem ogólnych wymagań dla produktów oraz wymagań w zakresie informacji o produkcie, muszą umożliwiać:

- **komunikację tekstową w czasie rzeczywistym** (RTT – *real-time text*)
i obsługiwać dźwięk w jakości Hi-Fi (jeśli te urządzenia oferują jednocześnie komunikację głosową i tekstową);

❖ **Co to jest komunikacja tekstowa w czasie rzeczywistym?**

To komunikacja tekstowa, w ramach której wprowadzany tekst jest przesyłany i odbierany jako komunikacja ciągła w trybie znak po znaku. Oznacza to sposób pisanania i czytania wiadomości, w którym tekst pojawia się u odbiorcy natychmiast, znak po znaku – w czasie rzeczywistym, czyli dokładnie wtedy, gdy ktoś go pisze.

- **pełną konwersację**, jeśli te urządzenia oprócz komunikacji głosowej i tekstowej oferują także możliwość transmisji wideo;

❖ **Na czym polega „pełna konwersacja”?**

Ten polski termin odpowiada angielskiemu „*total conversation*”. Jest to standard telekomunikacyjny, który umożliwia jednoczesne korzystanie z wideo, dźwięku i tekstu w czasie rzeczywistym. Dzięki pełnej konwersacji osoby w dwóch lub więcej miejscach mogą: 1) widzieć się nawzajem (wideo), 2) słyszeć się (głos), 3) pisać do siebie (tekst w czasie rzeczywistym). Użytkownicy mogą korzystać z jednego, dwóch lub wszystkich trzech sposobów komunikacji jednocześnie – wszystko odbywa się na żywo.

Co ważne w tym sposobie komunikacji, jakość wideo powinna być na tyle wysoka, aby można było porozumiewać się bez zakłóceń w języku migowym.

- dawać dostęp do **bezprowadowego, niezakłóconego łączenia z narzędziami wspomagającymi dźwięk**.

Urządzenia umożliwiające dostęp do audiowizualnych usług medialnych

Oprócz spełniania podstawowych wymagań dostępności dla produktów, w tym informacji o produkcie, urządzenia te muszą pozwalać na korzystanie z udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji⁸

⁸ Usługi przekazywane przez sieć telekomunikacyjną, wykorzystywane do identyfikacji usług medialnych w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2022 r. poz. 1722 oraz z 2024 r. poz. 96), z wyłączeniem programów radiowych, do wyboru takich

(tj. napisów, audiodeskrypcji, tłumacza migowego). Użytkownik musi mieć możliwość wyboru tych funkcji, sterowania nimi i personalizacji ustawień. Dodatkowo, urządzenia muszą dobrze działać razem z różnymi narzędziami wspomagającymi.

Wymagania dostępności dla produktów zostały opisane w art. 8-11 Polskiego Aktu o Dostępności.

Wymagania dostępności dla usług

Ogólne wymagania dostępności dla usług

Usługa dostępna to taka, która jest przystępna, zrozumiała i wygodna na każdym etapie – od wyszukiwania informacji o ofercie, kontaktu z klientem, aż po składanie zamówienia i zawarcie umowy oraz jej realizację.

Zgodnie z ustawą, aby usługa była dostępna, należy dopilnować, aby:

- **produkty** wykorzystywane do jej oferowania lub świadczenia spełniały odpowiednie wymagania dostępności,
- **informacje o usługach lub produktach związanych z usługą** (w tym funkcjach, właściwościach i opcjach interoperacyjności) były przekazywane w formie papierowej lub elektronicznej
 - za pomocą więcej niż jednego kanału sensorycznego,
 - w sposób zrozumiały,
 - w formatach tekstowych, które umożliwiają ich wykorzystanie w alternatywnej lub wspomagającej komunikacji i które mogą być przedstawione za pomocą więcej niż jednego zmysłu (wzroku, słuchu lub dotyku),

❖ Alternatywna i wspomagająca komunikacja

To różne sposoby porozumiewania się, które pomagają mówić, pisać lub rozumieć innych – szczególnie wtedy, gdy mowa jest utrudniona lub niemożliwa. Mogą ją wspierać gesty, obrazki, symbole, urządzenia lub inne formy przekazu.

usług i odbierania informacji o nich oraz do ich wyświetlania, w tym powiązanych z nimi udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w rozumieniu art. 4 pkt 28 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, a także elektroniczne przewodniki po programach, o których mowa w art. 2 pkt 7 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. – Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. z 2024 r. poz. 34 i 731).

- z uwzględnieniem dostępnego formatowania tekstu (czcionka, kontrast, odstępy między literami, wierszami i akapitami),
 - z alternatywną prezentacją treści nietekstowych (obrazów, schematów),
- **strony internetowe i aplikacje mobilne były postrzegalne** (odbierane przez zmysły wzroku, słuchu lub dotyku), **funkcjonalne** (możliwe do odbioru w pełnym zakresie przez każdego użytkownika), **zrozumiałe** (przedstawione w sposób jasny i logiczny) oraz **kompatybilne** (możliwe do odbioru za pomocą niezakłóconego współdziałania z produktami, które nie są objęte ustawą oraz narzędziami wspomagającymi).

❖ Co to jest to WCAG?

Postrzegalność, funkcjonalność, zrozumiałość i kompatybilność (zwana też czasami solidnością) to 4 zasady wytycznych dotyczących dostępności treści cyfrowych WCAG (ang. *Web Content Accessibility Guidelines*).

WCAG to międzynarodowy standard, który powstał, by pomagać firmom i organizacjom tworzyć strony internetowe, aplikacje i inne cyfrowe kanały w taki sposób, aby były dostępne dla osób z różnymi niepełnosprawnościami (m.in. wzorku, trudnościami poznawczymi, czy ograniczoną motoryką). Te wytyczne zawierają konkretne kryteria, które ułatwiają ocenę i poprawę dostępności treści cyfrowych – od kolorów i kontrastu, przez nawigację, aż po czytelność i współpracę z różnymi urządzeniami wspomagającymi.

Standard WCAG jest systematycznie aktualizowany i rozwijany, dlatego powstało już kilka jego wersji, takich jak WCAG 2.0, 2.1, 2.2, a wkrótce pojawi się wersja 3.0. Śledzenie tych aktualizacji i wdrażanie nowych wytycznych pomoże Ci udoskonalać dostępność Twoich stron internetowych i aplikacji mobilnych. Warto wiedzieć, że WCAG jest punktem odniesienia dla europejskiej normy EN 301 549, o której wspominaliśmy na str.16.

Warto jednak pamiętać, że norma EN 301 549 jest szersza niż WCAG — obejmuje również wymagania dotyczące dostępności sprzętu, oprogramowania, dokumentów elektronicznych czy usług komunikacyjnych.

Usługi telekomunikacyjne

W przypadku usług telekomunikacyjnych, oprócz spełniania ogólnych wymagań dostępności dla usług, trzeba również zadbać o to, żeby osoby z różnymi potrzebami mogły się swobodnie porozumiewać. Należy więc dodatkowo zapewnić:

- **komunikację głosową i tekstową w czasie rzeczywistym**, jak również
- **pełną konwersację**, jeśli oprócz komunikacji głosowej i tekstowej udostępniana jest także transmisja wideo.

Usługi dostępu do audiowizualnych usług medialnych

Oprócz spełniania podstawowych wymagań dostępności dla usług, usługi dostępu do audiowizualnych usług medialnych powinny również:

- **posiadać postrzegalne, funkcjonalne, zrozumiałe i kompatybilne elektroniczne przewodniki po programach** (czyli elektroniczne opisy tego, co jest aktualnie nadawane i co będzie emitowane) **oraz informacje o udogodnieniach dla osób z niepełnosprawnościami**⁹, takich jak audiodeskrypcja, napisy, czy tłumaczenie na Polski Język Migowy (PJM),
- **przekazywać udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami z zapewnieniem ich właściwego wyświetlania, synchronizacji z dźwiękiem i obrazem oraz sterowania nimi przez użytkownika**. Np. jeśli film zawiera napisy, to muszą one pojawiać się dokładnie wtedy, gdy padają konkretne słowa. Jeśli jest audiodeskrypcja, musi być ona dopasowana do przerw w dialogach. Dzięki temu osoba, która korzysta z tych udogodnień, może śledzić film tak samo jak inni widzowie. Dodatkowo, obsługa tych funkcji nie może być ukryta ani zbyt skomplikowana.

Usługi towarzyszące usługom transportu pasażerskiego

W ramach usług towarzyszących usługom autobusowego, autokarowego, wodnego, lotniczego i kolejowego transportu pasażerskiego, oprócz podstawowych wymagań dostępności, należy spełnić kilka dodatkowych obowiązków informacyjnych – aby osoba ze szczególnymi potrzebami mogła jak najlepiej zaplanować i odbyć swoją podróż. Obowiązki te obejmują **podawanie informacji** o:

⁹ Art. 4 pkt 28 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji;

- zapewnianiu warunków niezbędnych do korzystania z danej usługi przez osoby ze szczególnymi potrzebami, z uwzględnieniem aktualnej sytuacji, które odnoszą się do:
 - pojazdów samochodowych (autobusów, autokarów), kolei, samolotów i statków,
 - pomieszczeń oraz budynków oraz infrastruktury, wykorzystywanych do oferowania lub świadczenia usługi¹⁰,
- pomocy świadczonej osobom ze szczególnymi potrzebami i możliwościami skorzystania z niej,
- elektronicznych systemach sprzedaży biletów,
- podróży w czasie rzeczywistym.

❖ Czym jest informacja o podróży w czasie rzeczywistym?

To aktualne dane na temat przebiegu podróży, które pasażerowie mogą sprawdzić przed wyjazdem lub w jego trakcie. Taka informacja powinna dotyczyć:

- rozkładów jazdy, lotów lub rejsów,
- dalszych połączeń tym samym środkiem transportu,
- podstawowych możliwości przesiadek na inne środki transportu,
- odwołania danej podróży,
- opóźnień w rozpoczęciu podróży,
- zakłóceń ruchu.

Takie informacje muszą być udostępniane pasażerom za pomocą systemów dynamicznej informacji pasażerskiej – czyli np. przez strony internetowe, aplikacje mobilne, interaktywne terminale informacyjne na dworcach.

Dzięki takim rozwiązaniom podróżni mogą na bieżąco podejmować decyzje o zmianie trasy, zaplanować przesiadkę, czy po prostu nie czekać niepotrzebnie na

¹⁰ Informacje w szczególności dotyczące: spełniania wymagań określonych w 1) art. 6 pkt 1 oraz pkt 3 lit. a i b ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami; art. 5 ust. 1 pkt 1 lit. d oraz pkt 4 ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. – Prawo budowlane (Dz.U. z 2024 r. poz. 725).

spóźniony środek transportu. A dla Ciebie to szansa na lepszą jakość obsługi, mniej pytań na infolinii i większe zaufanie klientów.

Usługi bankowości detalicznej

Dostępna bankowość detaliczna, oprócz podstawowych wymagań dostępności dla usług, musi zapewniać:

- **postrzegalne, funkcjonalne, zrozumiałe i kompatybilne metody identyfikacji klienta, składania przez niego podpisu elektronicznego, zabezpieczeń oraz usług płatniczych.** Na przykład, jeśli Twój system płatności wymaga zatwierdzenia transakcji w aplikacji mobilnej, upewnij się, że użytkownik będzie mógł dokonać potwierdzenia na kilka sposobów, będzie miał wystarczający czas na reakcję, a cały proces będzie zrozumiały, nie będzie zawierał skomplikowanych komunikatów i będzie działał bez zakłóceń z technologiami wspomagającymi, np. czytnikami ekranu.
- **informacje w języku polskim lub – za zgodą klienta – w innym języku na poziomie biegłości językowej B2** zgodnie z Europejskim Systemem Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy. Przykładowo, jeśli udostępniasz klientowi warunki korzystania z usługi, regulaminy, umowy lub jakiegokolwiek inne dokumenty, musisz zadbać o prostotę informacji. Tak, aby każdy klient – także ten, który nie ma specjalistycznej wiedzy z zakresu bankowości i nie zna terminów branżowych – mógł je bez problemu zrozumieć.

Usługi rozpowszechniania książek elektronicznych

Poza ogólnymi wymaganiami dla usług, usługi rozpowszechniania e-booków powinny dodatkowo umożliwiać:

- **synchronizację tekstu i dźwięku, jeśli e-książka zawiera oba elementy.** Oznacza to, że użytkownik słuchający e-booka powinien jednocześnie widzieć, który fragment tekstu jest czytany,
- **interoperacyjność plików e-książek z narzędziami wspomagającymi.** Pliki e-booków muszą być zaprojektowane i zapisane w taki sposób, aby dobrze współpracowały z narzędziami wspomagającymi, takimi jak czytniki ekranu, czy

oprogramowanie powiększające, co pozwoli osobom ze szczególnymi potrzebami na korzystanie z nich w pełny i funkcjonalny sposób,

- **dostęp do treści i struktury e-książki**, czyli np. nagłówek, podrozdziałów, przypisów, spisu treści,
- **nawigację po treści i układzie graficznym, także w dynamicznej wersji.** Użytkownik powinien mieć możliwość łatwego poruszania się po pliku e-książki, niezależnie od tego, czy ma ona prosty, liniowy układ (jak klasyczna powieść), czy bardziej złożony, np. z tabelami, kolumnami czy dynamicznym układem strony,
- **alternatywne sposoby prezentacji treści, aby zapewniały one jej postrzegalność, zrozumiałość, funkcjonalność i kompatybilność.** Może to być np. możliwość zmiany kontrastu, powiększenia czcionki lub przełączenia na wersję uproszczoną wizualnie, która ułatwi czytanie i koncentrację, np. osobom neuroróżnorodnym, czy z trudnościami poznawczymi,
- **dostęp do informacji o funkcjach i właściwościach książki elektronicznej związanych z dostępnością przez metadane.** Dzięki temu użytkownicy oraz platformy sprzedażowe mogą łatwo wyszukać i zidentyfikować książki dostosowane do określonych potrzeb.

Usługi handlu elektronicznego

Dostępny handel elektroniczny, poza spełnianiem podstawowych wymagań dla usług, musi ponadto zapewniać:

- **informację, czy produkty lub usługi spełniają wymagania dostępności.** Jeśli prowadzisz sklep internetowy i otrzymałeś od dostawcy informacje, że dany produkt lub usługa, które sprzedajesz, spełniają wymagania dostępności, musisz udostępnić tę informację swoim klientom. Dzięki temu osoby, które potrzebują konkretnych funkcjonalności od razu będą wiedzieć, czy dany produkt lub usługa będą dla nich odpowiednie,
- **postrzegalność, funkcjonalność, zrozumiałość i kompatybilność** w odniesieniu do:
 - identyfikacji stron usługi handlowej (np. jasne wskazanie, że klient znajduje się w Twoim sklepie internetowym),

- bezpieczeństwa (np. szyfrowanie danych i ochrona prywatności),
- procesu dokonywania płatności, składania podpisów elektronicznych oraz korzystania z usług płatniczych.

Oznacza to, że cały proces zakupowy – od wejścia na stronę, po wybór produktu lub usługi, aż po finalizację transakcji – powinien być dostępny dla jak największej liczby użytkowników. Ważne jest także, aby strona działała poprawnie na różnych urządzeniach oraz w różnych przeglądarkach, również przy użyciu narzędzi wspomagających.

Wymagania dostępności dla usług znajdziesz w art. 12-18 ustawy.

Kryteria funkcjonalne

W ustawie opisano wymagania dostępności dla wybranych produktów i usług. Ale co w przypadku, gdy taki produkt lub usługa posiadają cechy, których ta ustawa dokładnie nie reguluje? Może się tak wydarzyć np. ze względu na szybki postęp technologiczny oraz wdrażanie coraz to nowych innowacji, których prawo nie przewidziało. Wtedy właśnie mają zastosowanie kryteria funkcjonalne, czyli zestaw ogólnych zasad, które mają sprawić, że z produktu lub usługi będzie mogła skorzystać bez barier jak największa liczba osób.

Kryteria funkcjonalne można też stosować zamiast „klasycznych” wymagań dostępności, ale tylko pod warunkiem, że zapewni to taką samą albo lepszą dostępność produktu lub usługi. Musisz jednak pamiętać, że kryteria funkcjonalne są równoważne z innymi wymaganiami dostępności i, tak jak one, podlegają wszystkim przepisom ustawy, także tym dotyczącym kontroli, czy dochodzenia swoich praw przez konsumentów.

Kryteria funkcjonalne pozwalają spojrzeć na dostępność od strony interakcji użytkownika z produktem. Jeżeli zatem korzystanie z produktu lub usługi wymaga od użytkownika użycia:

- wzroku – wówczas należy zapewnić:
 - że co najmniej jeden tryb obsługi produktu lub sposób korzystania z usługi, musi pozwalać na korzystanie bez angażowania wzroku, z ograniczoną zdolnością widzenia lub bez zdolności widzenia barw i rozróżniania kolorów,
 - ograniczenie prawdopodobieństwa wywołania ataków padaczki fotogennej,

- słuchu – wtedy co najmniej jeden tryb obsługi produktu lub sposób korzystania z usługi musi pozwalać na nieangażowanie słuchu lub posiadać zaawansowane funkcje dźwiękowe i umożliwiać korzystanie osobom z ograniczoną zdolnością słyszenia,
- głosu – wówczas trzeba zapewnić, że co najmniej jeden tryb obsługi produktu lub sposób korzystania z usługi nie wymaga użycia mowy,
- obsługi manualnej albo użycia siły fizycznej – to co najmniej jeden tryb obsługi produktu lub sposób korzystania z usługi musi pozwalać na korzystanie
 - bez konieczności wykonywania czynności z zakresu motoryki małej,
 - bez posiadania sprawności manualnej i siły fizycznej w rękach,
 - bez konieczności jednoczesnego używania więcej niż jednego przełącznika,
 - z ograniczonym zakresem ruchów.

Dodatkowo:

- elementy, które umożliwiają korzystanie z produktu lub usługi, muszą być w zasięgu wszystkich użytkowników;
 - przynajmniej jeden tryb obsługi produktu lub sposób korzystania z usługi powinien być uproszczony i łatwy w użyciu;
 - użytkownik powinien mieć możliwość zachowania prywatności podczas korzystania z funkcji związanych z dostępnością.

Kryteria funkcjonalne są opisane w art. 18 Polskiego Aktu o Dostępności.

Czy są wyjątki od zapewniania dostępności?

Jeśli ustaliłeś, że Twoja działalność podlega ustawie, jesteś prawnie zobowiązany do zapewniania dostępności swoich produktów i usług. W Polskim Akcie o Dostępności przewidziano jednak dwie szczególne okoliczności, w których masz prawo ograniczyć obowiązki w zakresie zapewniania dostępności niektórych elementów swojej oferty.

Pierwszą z nich jest sytuacja, w której zastosowanie danego wymagania dostępności znacząco **zmieniłoby podstawowe właściwości produktu lub usługi**. Chodzi o takie modyfikacje, które wpłynęłyby na główne funkcje, charakter i przeznaczenie

produktu lub usługi, przez co przestałyby one spełniać cele, dla których zostały zaprojektowane i wprowadzone na rynek.

W drugim przypadku, masz prawo wyłączyć się z obowiązku stosowania danego wymagania dostępności, jeśli jego wdrożenie byłoby **nieproporcjonalnym obciążeniem** dla Twojego biznesu. Aby ocenić, czy wdrożenie danego wymagania dostępności stanowi nieproporcjonalne obciążenie, zastosuj te kryteria:

- stosunek kosztów netto związanych z wdrożeniem danego wymagania dostępności do ogólnych kosztów operacyjnych i inwestycyjnych Twojej działalności,
- szacowane koszty zastosowania danego wymagania dostępności w stosunku do korzyści społecznych. Porównaj koszty wdrożenia danego wymagania dostępności z przewidywanymi korzyściami dla klientów, szczególnie tych ze szczególnymi potrzebami. Weź pod uwagę liczbę użytkowników, którzy faktycznie skorzystają z dostosowanego pod względem dostępności produktu lub usługi, a także oraz częstotliwość korzystania z tego produktu lub usługi,
- koszty netto wobec przychodów netto. Przeanalizuj, czy wydatki netto związane z zastosowaniem danego wymagania dostępności zmniejszyłyby, czy też zwiększyły przychody netto Twojej firmy z ich sprzedaży.

Przy obliczaniu kosztów netto uwzględnij wydatki takie jak:

- jednorazowe koszty związane z zatrudnieniem dodatkowych specjalistów ds. dostępności produktów lub usług, szkoleniami dla personelu, tworzeniem nowych procesów i strategii produkcyjnych, opracowaniem wytycznych oraz zapoznaniem się z przepisami w zakresie dostępności;
- bieżące koszty produkcji i rozwoju ponoszone w związku z projektowaniem właściwości i funkcji, które zapewnią dostosowanie produktów lub usług do ustawowych wymagań, realizacją procesów wytwórczych, testowaniem produktów i usług pod kątem dostępności oraz opracowaniem dokumentacji dotyczącej powyższych działań.

Wiedz jednocześnie, że nie możesz powoływać się na nieproporcjonalne obciążenie, jeśli otrzymałeś dofinansowanie na poprawę dostępności ze źródeł innych niż zasoby

własne – niezależnie od tego, czy pochodziło one od podmiotów publicznych czy prywatnych.

Pamiętaj, że każda decyzja o odstąpieniu od wymagań dostępności produktów lub usług musi być **odpowiednio uzasadniona i udokumentowana**. Należy więc:

- sporządzić szczegółową dokumentację przebiegu oceny, czy na podstawie wyżej wymienionych kryteriów masz prawo do ograniczenia stosowania danego wymagania dostępności i ustaleń, które wynikają z tej oceny. Usługodawcy, którzy powołują się na okoliczność nieproporcjonalnego obciążenia muszą dokonywać takiej oceny regularnie, co najmniej raz na 5 lat oraz za każdym razem gdy zakres tej usługi albo sposób jej oferowania lub świadczenia uległ zmianie,
- przechowywać te dokumenty przez co najmniej 5 lat od zakończenia udostępniania na rynku produktu albo oferowania lub świadczenia usługi,
- na żądanie Prezesa Zarządu PFRON lub odpowiednich organów nadzoru rynku dostarczyć kopię tej dokumentacji,
- niezwłocznie poinformować pisemnie właściwy organ nadzoru rynku o odstąpieniu od zapewnienia danego wymagania dostępności produktu lub usługi.

Mikroprzedsiębiorcy dokonujący obrotu produktami są zwolnieni z obowiązku sporządzania i przechowywania dokumentacji oraz informowania organów nadzoru rynku o odstąpieniu od zapewnienia danego wymagania dostępności.

Jeśli jednak Prezes Zarządu PFRON lub organ nadzoru rynku zwrócą się do mikroprzedsiębiorcy o przedstawienie dokumentów albo wyjaśnienie okoliczności, które miały wpływ na decyzję o zastosowaniu wyjątku związanego z zapewnianiem dostępności – mikroprzedsiębiorca ma obowiązek udzielić takich informacji.

❖ Uwaga!

Nawet jeśli na podstawie tych kryteriów wyłączysz się spod obowiązku zapewnienia danego wymagania dostępności, musisz dołożyć wszelkich starań, aby pozostałe wymagania były spełniane prawidłowo, a Twój produkt lub usługa były dostępne w jak największym stopniu. Pamiętaj też, że każde wyłączenie trzeba oceniać osobno. Nie możesz z góry zakładać, że nie dasz rady spełnić żadnego z wymagań dostępności i w ten sposób całkowicie uniknąć obowiązku zapewnienia dostępności.

Obowiązki podmiotów gospodarczych w zakresie dostępności

W tym rozdziale przybliżymy obowiązki producentów, upoważnionych przedstawicieli importerów, dystrybutorów i usługodawców w zakresie dostępności. Każda z tych grup odgrywa bardzo istotną rolę w zapewnianiu dostępności odpowiednio do swojej roli w łańcuchu dostaw produktów lub świadczenia usług. Ich zadania nie ograniczają się tylko do dbania o dostępność, ale obejmują też sporządzanie odpowiedniej dokumentacji, wypełnianie obowiązków informacyjnych, czy współpracę z organami nadzorującymi dostępność.

Producent

Największy wpływ na dostępność produktu ma producent – to on od samego początku decyduje o zastosowaniu rozwiązań technicznych, które wpłyną na funkcje i właściwości danego urządzenia. Jego działania – od procesu projektowania, po produkcję i udostępnienie produktu na rynku – mają zatem bezpośredni wpływ na to, czy dany produkt będzie przyjazny w obsłudze dla jak największej liczby osób, niezależnie od ich ograniczeń sensorycznych, motorycznych lub poznawczych.

Jak rozpocząć wdrażanie dostępności w produktach?

1. Dostępne projektowanie

Zgodnie z ustawą, podstawowym sposobem zapewniania dostępności jest projektowanie uniwersalne. To podejście, w którym już na etapie tworzenia produktu uwzględnia się potrzeby jak najszerzej grupy jego potencjalnych użytkowników, mając na uwadze ich różnorodny wiek, poziom sprawności, poziom umiejętności cyfrowych, czy warunki, w jakich mogą korzystać z danego urządzenia.

Projektowanie uniwersalne to nie tworzenie dodatkowych, specjalnych rozwiązań dla osób z niepełnosprawnościami. To dbałość o to, żeby każdy mógł skorzystać z produktu w sposób naturalny, bez przeszkód i poczucia wykluczenia.

Jako producent, już na etapie projektowania swojego produktu zadaj sobie zatem pytanie, kto potencjalnie będzie z niego korzystał? Z całą pewnością nie tylko „standardowy”, młody, zdrowy i biegły w nowoczesnych technologiach klient.

Zastanów się, czy z produktu bez problemu skorzysta np. osoba starsza, która może mieć trudności z obsługą skomplikowanego interfejsu albo czy osoba z niepełnosprawnością wzroku, słuchu lub ruchu poradzi sobie z jego obsługą bez

konieczności proszenia o pomoc? Pomyśl też, czy ktoś w pośpiechu, w hałaśliwym otoczeniu, z jedną ręką zajęta torbą z zakupami, będzie w stanie szybko skorzystać z produktu i znaleźć to, czego szuka? Albo czy produkt będzie intuicyjny dla osoby, która korzysta z niego po raz pierwszy? Postaraj się spojrzeć na swój produkt z perspektywy różnych użytkowników i uwzględnić ich potencjalne potrzeby i możliwości w zakresie korzystania z urządzenia.

Pamiętaj też, że projektowanie uniwersalne jest opłacalną inwestycją. W ten sposób nie tylko tworzysz rozwiązanie, które trafia do znacznie szerszej grupy odbiorców, ale także unikasz późniejszych dostosowań gotowego produktu, które często są trudniejsze i bardziej kosztowne do wdrożenia.

2. Testowanie produktów

Polski Akt o Dostępności nie nakłada na producentów obowiązku testowania produktów pod względem dostępności. Przeprowadzenie takich testów przed wprowadzeniem produktu na rynek lub rozpoczęciem produkcji seryjnej jest jednak bardzo korzystne. Regularne i dobrze przeprowadzone testy pomogą wykryć potencjalne problemy z dostępnością na wczesnym etapie i pozwolą wprowadzić niezbędne poprawki, zanim jeszcze produkt dotrze do klienta.

Jak można ulepszyć proces testowania dostępności produktów?

– Testy użytkowe

Dobrym i niezwykle skutecznym sposobem na sprawdzenie, czy produkt rzeczywiście jest dostępny, jest zaangażowanie w proces testowania osób z niepełnosprawnościami. Spełnienie formalnych wymagań dostępności to oczywiście bardzo ważny krok, ale nie zawsze wystarczający. Produkt może teoretycznie spełniać różne wymagania dostępności, a mimo to być niefunkcjonalny w użytkowaniu. Osoby z niepełnosprawnościami, które na co dzień doświadczają barier w różnych obszarach życia, potrafią najlepiej ocenić, czy dane rozwiązanie z zakresu dostępności działa w praktyce. Często są w stanie dostrzec problemy, na które osoba w pełni sprawna nie zwróci uwagi. Mogą zatem pomóc Ci tworzyć lepsze rozwiązania, które odpowiadają na rzeczywiste potrzeby użytkowników.

- **Narzędzia testowe**

Podczas testów wykorzystuj dostępne narzędzia technologiczne, takie jak symulatory ograniczeń sensorycznych czy testery kompatybilności z urządzeniami wspomagającymi, które pomagają ocenić zgodność produktu z wymaganiami dostępności.

- **Testy w różnych warunkach użytkowania**

Testuj produkt w różnych warunkach i sytuacjach, aby upewnić się, że będzie wygodny w codziennym użytkowaniu, np. w warunkach ograniczonego oświetlenia lub w pełnym słońcu, w ruchu lub przy ograniczonej sprawności manualnej, a także przy użyciu narzędzi wspomagających.

- **Dokumentowanie wyników testów**

Wszystkie testy dostępności i ich wyniki powinny być dokładnie dokumentowane. Pozwolą one zidentyfikować potencjalne problemy i stanowią podstawę do wprowadzania odpowiednich zmian. Dodatkowo, dokumentacja ta może być dowodem na zgodność produktu z wymaganiami dostępności, np. w przypadku kontroli.

Dobłą praktyką jest również stałe monitorowanie opinii użytkowników. Zbieraj informacje zwrotne i analizuj te, które wskazują na ewentualne trudności w użytkowaniu produktu. Dzięki temu nie tylko pokazujesz, że dbasz o swoich klientów, ale także zyskujesz cenne wskazówki, które mogą pomóc Ci wdrażać usprawnienia i dostosowywać swoje produkty do potrzeb rynku.

Obowiązki producenta:

- **Przeprowadzenie oceny zgodności produktu z wymaganiami dostępności.**

Zanim producent wprowadzi produkt do obrotu, ma obowiązek sprawdzić, czy spełnia on odpowiednie wymagania dostępności. Taką ocenę producent przeprowadza wewnętrznie w ramach firmy – jako część tzw. kontroli produkcji.

- **Sporządzenie dokumentacji technicznej produktu.** W ramach wewnętrznej kontroli produkcji, producent ma obowiązek przygotować dokumentację techniczną produktu. Opisuje w niej, w jaki sposób produkt spełnia poszczególne wymagania dostępności oraz uwzględnia normy zharmonizowane i specyfikacje

techniczne, jeśli je zastosował. Producent musi przechowywać taką dokumentację przez 5 lat od dnia wprowadzenia produktu do obrotu,

- **Zamieszczenie informacji o produkcie oraz swoich danych.** Producent ma obowiązek zamieszczenia na produkcie, jego opakowaniu albo w dołączonych do niego dokumentach, informacji pozwalających na identyfikację produktu, takich jak nazwa typu, numer partii czy numer serii. Musi również podać swoje imię i nazwisko lub nazwę, zarejestrowaną nazwę handlową lub znak towarowy i swoje dane kontaktowe w języku polskim,
- **Dołączenie do produktu lub publiczne udostępnienie instrukcji, ostrzeżeń, etykiet oraz innych informacji, które pozwalają na korzystanie z produktu.** Dokumenty te muszą spełniać odpowiednie wymagania dostępności,
- **Zgodność z wymaganiami dostępności w ramach produkcji seryjnej.** Zgodnie z ustawą producent ma obowiązek zapewnić procedury, które zagwarantują, że produkty wytwarzane w ramach produkcji seryjnej spełniają wymagania dostępności. Jest to szczególnie istotne w przypadku produkcji zautomatyzowanych i realizowanych na dużą skalę, ponieważ pozwoli uniknąć kosztownych problemów takich jak np. konieczność wycofania wadliwych partii produktów z rynku.

Jakie działania można podjąć, żeby zapewnić dostępność w ramach produkcji seryjnej?

- Opracowanie i wprowadzenie procedur zgodnych z wymaganiami dostępności
- Każdy proces produkcyjny powinien być oparty na jasno określonych procedurach z uwzględnieniem wymagań dostępności. Stanowi to podstawę do standaryzacji działań i pomaga uniknąć błędów, które mogłyby wpłynąć negatywnie na jakość i dostępność produktu. Należy mieć na względzie ewentualne zmiany w projekcie lub właściwościach produktu, a także w normach zharmonizowanych czy specyfikacjach technicznych, które są stosowane do zapewnienia dostępności danego produktu.

- Standaryzacja procesów produkcyjnych

Standaryzacja to podstawa spójnej produkcji seryjnej. Wszystkie procesy wytwórcze powinny być opisane w szczegółowej dokumentacji technicznej i

instrukcjach. Linie produkcyjne należy skonfigurować tak, aby każda partia produktów była zgodna z ustalonymi wymaganiami dostępności.

- Wdrożenie systemu kontroli jakości

Każdy etap produkcji seryjnej powinien być nadzorowany pod kątem zgodności z wymaganiami dostępności. Regularny monitoring i testy kontrolne na losowych próbkach produktów mogą zapobiec ewentualnym odchyleniom. Warto opracować listę kontrolną dostępności, która będzie wykorzystywana przez personel odpowiedzialny za sprawdzanie jakości testowanych produktów.

- Rozwiązywanie problemów w produkcji seryjnej

Produkcja seryjna nie jest wolna od błędów, dlatego ważne jest szybkie i skuteczne reagowanie. Jeśli w trakcie procesu zostaną wykryte niezgodności z wymaganiami dostępności, wówczas należy wstrzymać produkcję wadliwych partii, zidentyfikować przyczynę problemu, a następnie wdrożyć działania naprawcze, które wyeliminują odstępstwa od standardów dostępności.

- Testy naprawionych partii

Wszystkie naprawione produkty powinny zostać przetestowane, aby upewnić się, że spełniają wymagania dostępności.

- Dokumentowanie zgodności produktów z wymaganiami dostępności.

Producent powinien rejestrować wyniki testów kontrolnych oceniających zgodność produktów z wymaganiami dostępności. Każda zmiana wprowadzona do procesu produkcji powinna być udokumentowana i oceniona pod kątem wpływu na dostępność danego produktu.

- **Sporządzanie deklaracji zgodności.** Jeśli z przeprowadzonej oceny wynika, że produkt spełnia wymagania dostępności, producent sporządza deklarację zgodności. Deklaracja ta musi być przygotowana przed wprowadzeniem produktu do sprzedaży i użytkowania. Dokument może być sporządzony w formie papierowej lub elektronicznej.

❖ Czym jest deklaracja zgodności?

To dokument, w którym producent potwierdza, że bierze pełną odpowiedzialność za zgodność produktu z odpowiednimi przepisami UE. W deklaracji zgodności

należy wykazać, że produkt spełnia odpowiednie wymagania dostępności. Jeśli jednak ocena dostępności wykaże, że niektóre wymagania nie są spełnione (np. jeśli ograniczyłeś stosowanie danego wymagania dostępności na podstawie nieproporcjonalnego obciążenia), trzeba podać, które wymogi zostały pominięte.

Deklaracja zgodności nie jest dokumentem sporządzanym jednorazowo i na stałe. Producent jest zobowiązany do jej **aktualizacji** za każdym razem, gdy zmieniają się funkcje lub właściwości produktu. Dokument powinien odzwierciedlać obecny stan zgodności produktu z wymaganiami dostępności.

Producent musi przechowywać deklarację zgodności przez **5 lat** od momentu wprowadzenia produktu na rynek. Dokument ten może być wymagany w przypadku kontroli lub zapytań ze strony organów nadzoru rynku.

Jeśli dla produktu wymagane są różne deklaracje zgodności, wynikające z odmiennych przepisów, producent powinien sporządzić jeden zbiorczy dokument. Powinien on uwzględniać wszystkie wymagania i wyraźnie wskazywać przepisy, z których wynikają poszczególne obowiązki.

- **Zamieszczanie oznakowania CE.** Każdy artykuł spełniający wymagania dostępności musi być oznakowany symbolem CE – w sposób widoczny, czytelny i trwały na samym produkcie lub jego tabliczce znamionowej. Jeśli z powodu charakteru produktu nie jest to możliwe lub uzasadnione, znak można umieścić na opakowaniu lub w dokumentach dołączonych do produktu.

❖ Co to jest oznakowanie CE?

To specjalne oznakowanie, które wskazuje, że dany produkt został zbadany przez producenta i uznany za spełniający wymagania UE w zakresie zdrowia, bezpieczeństwa i ochrony środowiska. Jego użycie musi być zgodne z zasadami określonymi w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 765/2008 z dnia 9 lipca 2008 r. ustanawiającego wymagania w zakresie akredytacji i uchylającego rozporządzenie (EWG) nr 339/93 (Dz. Urz. UE L 218 z 13.08.2008, str. 30, z późn. zm.¹¹).

Producent może wyznaczyć **upoważnionego przedstawiciela**, który będzie realizował określone obowiązki w jego imieniu. Jednak nie może on delegować

¹¹ Zmiana wymienionego rozporządzenia została ogłoszona w Dz. Urz. UE L 169 z 25.06.2019, str. 1.

najważniejszych obowiązków jak przeprowadzenie oceny zgodności czy zapewnienie dostępności dokumentacji.

Co musi zrobić producent, jeśli produkt nie spełnia wymagań dostępności?

Jeśli jako producent masz wątpliwości, czy Twój produkt spełnia wymagania dostępności, powinienes:

- **podjąć działania naprawcze lub wycofać produkt z rynku.** Jeśli stwierdzisz, że produkt nie spełnia określonych w ustawie wymagań, Twoim priorytetem powinno być podjęcie działań naprawczych, czyli czynności, które doprowadzą do zapewnienia jego dostępności. W pierwszej kolejności sprawdź zatem, co możesz zrobić, aby poprawić dostępność – być może wystarczy zaktualizować funkcje produktu lub w niewielki sposób zmienić jego komponenty. Jeśli jednak naprawa jest niemożliwa lub nieopłacalna, musisz natychmiast wycofać ten produkt z obrotu,
- **powiadomić odpowiednie dla Twojej działalności organy nadzoru rynku.** Jeśli zauważysz, że produkt nie spełnia wymagań dostępności, niezwłocznie poinformuj o tym odpowiednie organy nadzoru rynku. Opisz szczegóły związane z niedostępnością produktu oraz poinformuj organy o działaniach naprawczych, które podjąłeś lub o decyzji o wycofaniu produktu z obrotu,
- **prowadzić pisemną ewidencję produktów niespełniających wymagań dostępności,** w formie papierowej lub elektronicznej. Uwzględnij w niej nie tylko niezgodności, które sam wykryłeś, ale także skargi na brak dostępności, które wpłynęły do Ciebie od konsumentów. Taka ewidencja będzie źródłem informacji w przypadku kontroli lub zapytań ze strony organów nadzoru rynku,
- **współpracować z Prezesem Zarządu PFRON i organami nadzoru rynku** w celu usunięcia niezgodności produktu z wymaganiami dostępności. Musisz na żądanie tych organów przekazywać informacje i dokumentację potwierdzającą zgodność produktu z wymaganiami dostępności, a także zapewnić tłumaczenie tych dokumentów na język polski, jeśli są one sporządzone w innym języku.

Importer

Importer ponosi odpowiedzialność za to, aby produkty, które wprowadza na rynek UE spełniały odpowiednie wymagania dostępności. Zakres jego obowiązków przed

wprowadzeniem produktu do obrotu jest dosyć szeroki. Jest bowiem zobowiązany do sprawdzenia, czy producent wywiązał się ze swoich obowiązków, jak i do właściwej reakcji w sytuacji, jeśli okaże się, że produkt nie spełnia wymagań dostępności.

Obowiązki importera

- **Wprowadzanie do obrotu tylko produktów, które spełniają wymagania dostępności.** Importer musi upewnić się, czy produkt, który chce wprowadzić do obrotu, spełnia wymagania dostępności lub czy producent, od którego nabył produkt, miał prawo do skorzystania z wyłączenia na podstawie nieproporcjonalnego obciążenia lub zasadniczej zmiany produktu.
- **Sprawdzenie wykonania obowiązków przez producenta.** Zanim importer wprowadzi produkt na rynek musi zweryfikować, czy producent spełnił swoje ustawowe wymagania dostępności w zakresie sporządzenia dokumentacji technicznej, dołączenia deklaracji zgodności i zamieszczenia oznakowania CE.
- **Podanie swoich danych.** Na produkcie, jego opakowaniu lub w dokumentach do niego dołączonych importer powinien umieścić swoje imię i nazwisko, nazwę firmy oraz nazwę handlową, ewentualny zarejestrowany znak towarowy oraz dane kontaktowe w języku polskim.
- **Dołączenie instrukcji i ostrzeżeń.** Importer musi zapewnić, żeby do produktu były dołączone lub publicznie udostępnione instrukcje i ostrzeżenia dotyczące jego użytkowania, napisane w sposób zrozumiały w języku polskim.
- **Dbłość o przechowywanie i transport.** Należy zadbać, aby warunki przechowywania i transportu produktu, w czasie kiedy importer jest za ten produkt odpowiedzialny, nie wpłynęły negatywnie na jego zgodność z wymaganiami dostępności.
- **Przechowywanie deklaracji zgodności.** Importer musi przechowywać kopię deklaracji zgodności przez 5 lat od dnia wprowadzenia produktu na rynek.
- **Udostępnia dokumentację techniczną** produktu na żądanie Prezesa Zarządu PFRON lub właściwego organu nadzoru rynku.

Co musi zrobić importer, jeśli produkt nie spełnia wymagań dostępności?

Jeśli jako importer masz wątpliwości, czy produkt, który chcesz wprowadzić lub już wprowadziłeś na rynek spełnia określone w ustawie wymagania dostępności, masz obowiązek:

- **nie wprowadzać takiego produktu do obrotu i poinformować producenta**, od którego nabyłeś produkt o swoich wątpliwościach,
- **wdrożyć działania naprawcze**, które zapewnią dostosowanie produktu do odpowiednich wymagań dostępności lub wycofać ten produkt z rynku,
- **poinformować właściwy organ nadzoru rynku o braku dostępności produktu**. Opisz szczegóły związane z niespełnianiem wymagań dostępności i poinformuj o czynnościach, jakie w związku z tym podjąłeś, takich jak działania naprawcze albo wycofanie produktu z rynku,
- **prowadzić pisemną ewidencję produktów, które nie spełniają wymagań dostępności**, w formie papierowej lub elektronicznej. Uwzględnij w niej nie tylko niezgodności, które sam wykryłeś, ale także skargi na brak dostępności, które wpłynęły do Ciebie od konsumentów,
- **współpracować z Prezesem Zarządu PFRON i organami nadzoru rynku** w celu usunięcia niezgodności produktu z wymaganiami dostępności. Musisz także przekazywać na żądanie tych organów odpowiednie informacje i dokumenty, które będą potwierdzać, że dany produkt spełnia wymagania dostępności. Dokumenty te muszą być przygotowane w języku polskim, w formie papierowej lub elektronicznej i przekazywane organom w określonym przez nie terminie,

❖ Uwaga!

Jeśli importer wprowadza produkt do obrotu pod własną nazwą lub znakiem towarowym albo go modyfikuje, przepisy traktują takiego importera jak producenta. Musi on zatem spełniać dodatkowo obowiązki producenta.

Dystrybutor

Dystrybutor odgrywa bardzo ważną rolę w kontekście Polskiego Aktu o Dostępności. To właśnie on jest ostatecznie odpowiedzialny za to, żeby produkty, które trafiają

do konsumentów, były zgodne z wymaganiami dostępności i aby mogły być używane bez barier przez osoby ze szczególnymi potrzebami.

Obowiązki dystrybutora

– Weryfikacja zgodności produktu z wymaganiami dostępności

Zanim dystrybutor udostępni produkt na rynku musi sprawdzić, czy producent oraz importer wypełnili swoje obowiązki związane z zapewnianiem dostępności. Musi się upewnić, że:

- na produkcie, jego opakowaniu lub dołączonym dokumencie są zamieszczone informacje umożliwiające identyfikację produktu, a także identyfikację producenta i importera,
- do produktu dołączono lub udostępniono w inny sposób instrukcje użytkowania, etykiety, ostrzeżenia i inne informacje, które są zgodne z wymaganiami dostępności,
- producent oraz importer dołączyli dokumentację techniczną produktu, umożliwiającą ocenę zgodności produktu z wymaganiami dostępności,
- do produktu dołączona jest deklaracja zgodności, która potwierdza spełnianie przez produkt wymagań dostępności i innych wymagań określonych w prawie unijnym,
- na produkcie lub tabliczce znamionowej umieszczono oznakowanie CE.

– Zapewnienie odpowiednich warunków przechowywania i transportu produktu, które nie wpłyną negatywnie na zgodność produktu z wymaganiami dostępności,

Co musi zrobić dystrybutor, jeśli produkt nie spełnia wymagań dostępności?

Jeśli jako dystrybutor masz wątpliwości, czy produkt spełnia odpowiednie wymagania dostępności określone w ustawie, musisz:

- **wstrzymać udostępnianie tego produktu na rynku,**
- **zgłosić producentowi, upoważnionemu przedstawicielowi lub importerowi konieczność podjęcia działań naprawczych lub wycofać produkt z obrotu,**

- **poinformować o niespełnianiu wymagań dostępności odpowiedni organ nadzoru rynku.** Opisz w jakim zakresie produkt jest niezgodny z ustawą i poinformuj o podjętych działaniach naprawczych albo o decyzji o wycofaniu produktu z rynku,
- **współpracować z Prezesem Zarządu PFRON oraz właściwym organem nadzoru rynku** w celu usunięcia niezgodności produktu z wymaganiami dostępności. Musisz także przekazywać na żądanie tych organów odpowiednie informacje i dokumenty, które będą potwierdzać, że dany produkt spełnia wymagania dostępności. Dokumenty te muszą być przygotowane w języku polskim, w formie papierowej lub elektronicznej i przekazywane organom w określonym przez nie terminie.

❖ Uwaga!

Jeśli dystrybutor wprowadza produkt do obrotu pod własną nazwą lub znakiem towarowym albo dokonuje jego modyfikacji, to jest traktowany jak producent i musi dodatkowo spełniać obowiązki producenta.

Usługodawca

Usługodawca, oferując lub świadcząc usługi wymienione w ustawie, ma obowiązek zapewnić ich zgodność z wymaganiami dostępności. Musi on zadbać nie tylko o to, żeby zaprojektować usługę z uwzględnieniem odpowiednich wymagań, ale także świadczyć ją w sposób dostępny dla jak największej liczby użytkowników i podejmować odpowiednie działania, jeśli trzeba coś poprawić.

Obowiązki usługodawcy

- **Przeprowadzenie oceny zgodności usługi z wymaganiami dostępności.** Pierwszym krokiem jest sprawdzenie, czy oferowana lub świadczona usługa spełnia wymagania dostępności określone w odpowiednich przepisach ustawy i czy mogą z niej bez problemu skorzystać użytkownicy z różnorodnymi potrzebami.
- **Udostępnianie informacji o usłudze.** Po dokonaniu oceny, usługodawca musi przygotować i udostępnić klientom (w sposób spełniający wymagania dostępności)

w regulaminie świadczenia usług lub innym równoważnym dokumencie informacje o swojej usłudze.

❖ Czym jest inny równoważny dokument?

To dokument, który zawiera informacje o oferowaniu lub świadczeniu danej usługi, inny niż regulamin. Mogą to być na przykład ogólne warunki umów (OWU), polityka usług, polityka dostępności, statut, czy warunki świadczenia usług lub sprzedaży. Taki dokument powinien mieć konkretną formę, na przykład pliku elektronicznego (PDF lub inny dokument do pobrania) dostępnego na stronie internetowej usługodawcy lub wersji papierowej dostępnej w stacjonarnym lokalu usługowym. Innym równoważnym dokumentem nie jest zatem sama informacja zamieszczona na stronie internetowej, bez jednoczesnego udostępnienia pełnego dokumentu o odpowiedniej randze.

Informacje te muszą obejmować:

- wszystkie dane niezbędne do korzystania z usługi,
- informacje, w jaki sposób usługa spełnia wymagania dostępności,
- dane o procesie oferowania lub świadczenia usługi oraz jego monitorowania,
- informacje o dostępności budynków, w których świadczone są usługi i otaczającej je infrastrukturze, np. dostępności podjazdów, wind, oznakowań wizualnych czy znaczników dźwiękowych ułatwiających przemieszczanie się i orientację w przestrzeni,
- dane o certyfikacie dostępności, jeśli usługodawca taki posiada.

❖ Czym jest certyfikat dostępności?

To dokument, który potwierdza, że dany podmiot zapewnia w ramach swojej organizacji dostępność osobom ze szczególnymi potrzebami. Wydawany jest na cztery lata przez uprawnione do tego instytucje. Zawiera on m.in. takie informacje jak:

- oznaczenie podmiotu dokonującego certyfikacji;
- dane przedsiębiorstwa;
- numer i oznaczenie certyfikatu;

- skrócony opis zapewnienia dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami;
- okres ważności;
- ewentualne zalecenia w zakresie poprawy dostępności dla osób ze szczególnymi potrzebami.

Informacje na temat certyfikacji dostępności oraz instytucji uprawnionych do wydawania certyfikatów dostępności znajdują się na [stronie internetowej Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej \(MFiPR\)](#).

- **Przechowywanie udostępnianych informacji o usłudze** przez cały okres, w którym usługa jest dostępna w ofercie.
- **Uwzględnianie zmian w sposobie świadczenia usługi.** Usługodawca musi uwzględniać zmiany w przepisach oraz aktualizacjach norm zharmonizowanych i specyfikacji technicznych, na podstawie których deklaruje zgodność swojej usługi z wymaganiami dostępności.

❖ **Pamiętaj!**

Choć ustawa nie zobowiązuje usługodawców do zapewnienia dostępności architektonicznej, już samo informowanie o tym, czy dany lokal jest przystosowany dla osób z niepełnosprawnościami i szczególnymi potrzebami **odgrywa bardzo ważną rolę**. To wyraz profesjonalizmu firmy, szacunku wobec klientów i dbałości o ich komfort. Nawet jeśli miejsce, w którym świadczysz usługę nie jest w pełni dostępne, komunikuj to uczciwie i przejrzysto. Taka informacja da klientowi szansę, aby odpowiednio zaplanować wizytę albo wybrać inną formę skorzystania z usługi (np. telefonicznie czy online). Dzięki temu unikniesz nieprzyjemnych sytuacji, w których klient przychodzi na miejsce i dopiero wtedy orientuje się, że nie może wejść do środka, bezpiecznie poruszać się po budynku, czy skorzystać z windy lub toalety.

Co jeśli Twoja usługa nie spełnia wymagań dostępności?

Jeśli zauważyłeś, że oferowana lub świadczona przez Ciebie usługa nie spełnia wymagań dostępności, zgodnie z ustawą powinieneś:

- **podjąć odpowiednie działania naprawcze.** Przeanalizuj, jakie wymagania dostępności nie zostały spełnione i postaraj się wdrożyć odpowiednie środki, żeby zapewnić zgodność usługi z przepisami Polskiego Aktu o Dostępności.
- **niezwłocznie poinformować o braku dostępności odpowiedni dla Twojej działalności organ nadzoru rynku.** Opisz, jakie wymagania dostępności nie zostały spełnione oraz jakie działania podjąłeś, aby poprawić tę sytuację,
- **współpracować z Prezesem Zarządu PFRON oraz właściwym organem nadzoru rynku** w zakresie podejmowanych działań naprawczych. Na ich żądanie musisz również przedstawić wszystkie niezbędne informacje, które potwierdzą zgodność usługi z przepisami o dostępności. Pamiętaj, żeby zrobić to w terminie wskazanym w takim żądaniu.

Listę obowiązków usługodawcy znajdziesz w art. 32 i 33 Polskiego Aktu o Dostępności.

Jakie prawa ma konsument i jak od strony praktycznej wygląda nadzór rynku

W tym rozdziale wyjaśniamy jakie działania mogą podjąć konsumenci, gdy firmy nie zapewniają dostępności produktów i usług objętych ustawą. Przybliżamy także, jak wygląda system nadzoru rynku nad stosowaniem przepisów ustawy, czyli kto sprawdza, czy przedsiębiorcy przestrzegają przepisów, jak przebiega kontrola dostępności oraz jakie konsekwencje prawne mogą spotkać przedsiębiorców w przypadku naruszenia prawa.

Uprawnienia konsumentów, gdy produkt lub usługa są niedostępne

Jako przedsiębiorca musisz wiedzieć, że dostępne produkty i usługi to **prawo każdego człowieka – ustawa jedynie potwierdza to prawo** w zakresie wybranych produktów i usług i nadaje mu konkretny wymiar prawny w postaci obowiązków – z jednej strony, oraz uprawnień – z drugiej. Dlatego, jeśli produkt lub usługa nie spełniają odpowiednich wymagań dostępności, konsument ma prawo zareagować i dochodzić swoich praw. Jedną z takich ścieżek, które określa ustawa, jest złożenie bezpośrednio do przedsiębiorcy skargi na brak dostępności produktu lub usługi.

Skargę ma prawo złożyć konsument, czyli osoba która kupuje dany produkt albo korzysta z danej usługi. Może przekazać ją do każdego z podmiotów gospodarczych.

Jeśli złoży ją do dystrybutora, ten ma obowiązek przesłać ją przedsiębiorcy, od którego otrzymał produkt do udostępnienia, i poinformować o tym klienta.

Skarga powinna zawierać:

- imię i nazwisko konsumenta,
- dane kontaktowe (adres, e-mail lub numer telefonu) oraz preferowany sposób kontaktu,
- szczegółowe informacje o produkcie lub usłudze,
- wskazanie wymagań dostępności, które nie zostały spełnione,
- żądanie podjęcia działań naprawczych.

Klient może także zasugerować preferowany sposób rozwiązania problemu. Jeśli skarga nie spełnia opisanych formalnych wymagań, masz prawo pozostawić ją bez rozpatrzenia.

Zgodnie z ustawą, konsumenci mogą złożyć skargę na kilka sposobów:

- na piśmie: osobiście lub przesyłką pocztową,
- ustnie: telefonicznie lub podczas wizyty w siedzibie przedsiębiorcy,
- elektronicznie: przez wskazane przez przedsiębiorcę środki komunikacji elektronicznej. Zadbaj więc o to, żeby podać takie kanały kontaktu do publicznej wiadomości, np. na swojej stronie internetowej.

Jako przedsiębiorca masz obowiązek rozpatrzenia skargi i zareagowania na nią **w terminie 30 dni**. W przypadku skomplikowanych spraw możesz wydłużyć ten termin do **maksymalnie 60 dni**, ale musisz poinformować konsumenta o powodach zwłoki oraz nowym terminie odpowiedzi. Jeśli nie dotrzymasz terminu, skargę uznaje się za rozpatrzoną zgodnie z żądaniem konsumenta. Musisz więc wtedy zapewnić dostępność w ciągu 6 miesięcy od złożenia skargi.

Odpowiedź na skargę powinna zawierać informację o wyniku rozpatrzenia skargi oraz dane i stanowisko pracownika, który nią się zajmował. Jeśli skarga została uwzględniona, to w odpowiedzi musisz wskazać termin realizacji żądań konsumenta, jednak **nie dłuższy niż 6 miesięcy**. W decyzji odmownej musisz podać uzasadnienie prawne i faktyczne jej nieuwzględnienia oraz informacje o prawie do:

- odwołania się od decyzji, jeśli przewidujesz taką procedurę, oraz o terminie i sposobie złożenia odwołania;
- skorzystania z mediacji lub innych pozasądowych sposobów rozwiązania sporu, jeśli oferujesz takie rozwiązanie;
- złożenia zawiadomienia do Prezesa Zarządu PFRON.

❖ Zawiadomienie do Prezesa Zarządu PFRON

Niezależnie od skargi, każda osoba, która zauważy, że produkt lub usługa nie spełnia wymagań dostępności, może złożyć zawiadomienie o tym fakcie do Prezesa Zarządu PFRON. Taka osoba nie musi korzystać z produktu lub usługi — może zgłosić zawiadomienie, nawet jeśli nie ma w tym własnego interesu. Prezes PFRON ma 30 dni na rozpatrzenie zawiadomienia albo przekazanie sprawy do właściwego organu nadzoru rynku.

Skarga i zawiadomienie to dwa niezależne od siebie sposoby dochodzenia swoich praw. Konsument może wybrać, czy woli zwrócić się z problemem bezpośrednio do przedsiębiorcy, czy od razu poinformować PFRON o możliwym naruszeniu przepisów ustawy przez daną firmę. Mogą także zrobić te dwie rzeczy równolegle.

Potraktuj skargę **jak reklamację** i informację zwrotną, że coś w Twoim produkcie lub usłudze nie działa tak, jak powinno. W ten sposób konsument komunikuje, że napotyka przeszkody w prawidłowym korzystaniu z Twojej oferty, a Ty możesz wykorzystać to jako bezcenny sygnał, że można coś ulepszyć i postarać się, żeby produkty i usługi odpowiadały na rzeczywiste potrzeby użytkowników. Reagując z otwartością i gotowością do działania, pokazujesz, że Twoja firma naprawdę słucha klientów i traktuje ich poważnie. A to przekłada się nie tylko na zgodność z przepisami, ale i na realne zaufanie do marki. Jest to też dla Ciebie szansa, aby poprawić produkt lub usługę w dwustronnej relacji z konsumentem, **bez angażowania w ten proces organów nadzoru rynku.**

Nadzór i kontrola dostępności produktów i usług

W ustawie wyznaczono organy, które mają za zadanie pilnować, czy przedsiębiorcy zapewniają dostępność produktów i usług oraz czy prawidłowo realizują odpowiednie obowiązki określone w ustawie. W skład tego systemu wchodzi:

- **Prezes Zarządu PFRON** – koordynuje cały system nadzoru rynku (może też wykonywać działania nadzorcze),
- **organy nadzoru rynku** – zależnie od branży i rodzaju produktu lub usługi:
 - Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej – nadzoruje wszystkie produkty objęte ustawą, a także usługi telekomunikacyjne, usługi dostępu do audiowizualnych usług medialnych i usługi rozpowszechniania książek elektronicznych,
 - minister właściwy do spraw informatyzacji – nadzoruje usługi handlu elektronicznego,
 - Rzecznik Finansowy – nadzoruje usługi bankowości detalicznej,
 - Prezes Urzędu Transportu Kolejowego – nadzoruje usługi cyfrowe w transporcie kolejowym,
 - wojewódzcy inspektorzy transportu drogowego – nadzorują usługi cyfrowe w transporcie autobusowym i autokarowym,
 - dyrektorzy urzędów morskich w Gdyni i Szczecinie – nadzorują usługi cyfrowe w transporcie morskim,
 - dyrektor Urzędu Żeglugi Śródlądowej w Bydgoszczy – nadzoruje usługi cyfrowe w transporcie wodnym śródlądowym,
 - Prezes Urzędu Lotnictwa Cywilnego – nadzoruje usługi cyfrowe w transporcie lotniczym,

W systemie nadzoru rynku mamy też **organy celne** – pilnują dostępności produktów, które mają zostać wprowadzone do obrotu spoza UE. Produkty te, przed dotarciem do użytkowników końcowych w UE, są przedstawiane do odprawy celnej w ramach procedury dopuszczenia do obrotu. Celem dopuszczenia do obrotu jest wypełnienie wszystkich formalności przywozowych, tak aby towary mogły zostać udostępnione i być przedmiotem obrotu na rynku unijnym jak każdy inny produkt wytworzony w UE.

Kontrola dostępności

Jeśli pojawi się sygnał, że produkt lub usługa mogą nie spełniać wymagań dostępności, Prezes Zarządu PFRON lub właściwy organ nadzoru rynku mogą przeprowadzić u danego przedsiębiorcy kontrolę. Takim sygnałem może być

np. wpłynięcie zawiadomienia o braku dostępności produktu lub usługi, które Prezes Zarządu PFRON uzna za uzasadnione.

Kontrola może obejmować sprawdzenie, czy przedsiębiorca nie tylko zapewnia dostępność swojego produktu lub usługi, ale także czy wywiązuje się z innych obowiązków określonych w ustawie, np. czy odpowiednio stosuje oznakowanie CE i sporządza właściwą dokumentację.

Podczas kontroli osoby, które ją przeprowadzają mają prawo:

- żądać udostępnienia dokumentów i nośników informacji związanych z przedmiotem kontroli, sporządzenia z nich kopii i notatek, a także tłumaczenia tych dokumentów na język polski w zakresie niezbędnym do przeprowadzenia kontroli,
- zapoznawać się z produktami, a także oglądać pomieszczenia i budynki, w których świadczone są usługi,
- weryfikować sposób oferowania lub świadczenia usługi,
- sprawdzać, czy produkty i usługi spełniają wymagania dostępności,
- sprawdzać umieszczenie oznakowania CE,
- legitymować osoby kontrolowane, aby poznać ich tożsamość,
- żądać od przedsiębiorcy pisemnych i ustnych wyjaśnień w wyznaczonym terminie,
- zasięgać opinii biegłych,
- zabezpieczać dowody i produkty,
- pobierać bezpłatnie próbki produktów do badań. Organ, który przeprowadza kontrolę może poddać produkt badaniom lub zlecić ich przeprowadzenie, ponosi także ich koszty. Uwaga: jeśli jednak w wyniku badania okaże się, że produkt nie spełnia wymagań dostępności, koszty takiego badania ponosi przedsiębiorca, który wprowadził produkt na rynek.

Jeśli kontrola wykaże, że produkt nie spełnia odpowiednich wymagań dostępności organ, który przeprowadzał kontrolę sprawdza, czy wcześniej przedsiębiorca dokonał oceny zgodności produktu lub usługi z wymaganiami dostępności lub oceny, na podstawie której wyłączył się ze stosowania danego wymagania. Jeśli

przedsiębiorca nie przeprowadził oceny dostępności produktu lub usługi albo zawiera ona nieprawidłowości, to zostanie wezwany przez dany organ do wykonania tej oceny i przedstawienia jej wyników w terminie nie krótszym niż 60 dni. Jeśli tego nie zrobi, wszczynane jest **postępowanie administracyjne**.

W przypadku, gdy w wyniku kontroli okaże się, że produkt lub usługa nie spełnia wymagań dostępności lub przedsiębiorca nie wykonał swoich obowiązków, wówczas Prezes Zarządu PFRON lub organ nadzoru rynku może:

- w pierwszej kolejności wezwać przedsiębiorcę do podjęcia **działań naprawczych** i zapewnienia zgodności produktu/usługi z wymaganiami dostępności lub wykonania obowiązków, których przedsiębiorca nie dopełnił. Może także wezwać przedsiębiorcę do wycofania produktu bądź usługi z rynku. Przedsiębiorca musi przedstawić dowody na dokonanie tych czynności w terminie nie dłuższym niż 120 dni od otrzymania wezwania. W przeciwnym razie Prezes Zarządu PFRON lub organ nadzoru rynku mogą wszcząć wobec takiego przedsiębiorcy postępowanie,
- **zakazać dalszego udostępniania produktu lub oferowania/świadczenia usługi** na okres nie dłuższy niż 180 dni,
- **nakazać poinformowanie konsumentów** o niespełnieniu wymagań dostępności lub o zagrożeniu, jakie produkt lub usługa stanowi dla zdrowia lub bezpieczeństwa.

Szczegóły dotyczące przebiegu kontroli są opisane w rozdziale 5 Polskiego Aktu o Dostępności.

Kary finansowe za nieprzestrzeganie wymagań dostępności produktów i usług

Jeśli przedsiębiorca w sposób uporczywy nie wywiązuje się z obowiązków określonych w ustawie, to oprócz zakazu dalszego udostępniania produktu lub oferowania czy świadczenia usługi Prezes PFRON albo organ nadzoru rynku może nałożyć na takiego przedsiębiorcę karę pieniężną.

Wysokość kary może wynieść do dziesięciokrotności przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w Polsce za rok poprzedzający, jednak nie więcej niż 10% obrotu osiągniętego przez przedsiębiorstwo w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, ustalonego według stanu na dzień wydania decyzji.

❖ Wysokość kary

W 2024 r. przeciętne wynagrodzenie w gospodarce narodowej wyniosło 7 140,52 zł.

Kara finansowa za brak dostępności w 2025 r. może zatem wynieść maksymalnie **71 405,2 zł**, o ile nie przekracza 10% obrotu danego przedsiębiorstwa w 2024 r.

Aktualne informacje nt. przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w Polsce są dostępne w formie obwieszczeń na [stronie internetowej Głównego Urzędu Statystycznego](#).

Przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej, właściwe organy uwzględniają zakres naruszenia przepisów ustawy, w tym jego wagę, liczbę produktów lub usług, które nie spełniają wymagań dostępności, a także liczbę osób, na które niedostosowanie produktu lub usługi do wymagań dostępności wpływa negatywnie.

Przepisy w zakresie kar pieniężnych znajdziesz w rozdziale 6 ustawy.

Dobra praktyka – dostępny marketing

Marketing to proces, dzięki któremu firma może dotrzeć do potencjalnych klientów z informacją o swojej ofercie i wartościach, jakie reprezentuje. Oprócz zwiększania sprzedaży, marketing ma na celu również budowanie trwałych relacji z klientami, opartych na zaufaniu i satysfakcji. Działania marketingowe mogą być skierowane do biznesów (B2B, *business-to-business*) lub nastawione na dotarcie do klientów indywidualnych (B2C, *business-to-client*). Obok marketingu tradycyjnego, opartego na drukowanych materiałach promocyjnych, reklamach prasowych czy billboardach, coraz większe znaczenie zyskuje marketing cyfrowy, wykorzystujący strony internetowe, media społecznościowe, kampanie e-mailowe czy multimedia. Ważnym nurtem pozostaje także marketing bezpośredni i relacyjny, w którym kluczowe są indywidualne kontakty z klientami – od obsługi w punktach sprzedaży, po wydarzenia promocyjne czy konferencje.

Choć działania marketingowe same w sobie nie są objęte przepisami Polskiego Aktu o Dostępności, ustawa wymaga, aby informacje o oferowanych produktach i usługach były dostępne dla wszystkich. Jeśli zależy Ci na tym, żeby skutecznie dotrzeć ze swoją ofertą biznesową do jak największej liczby klientów, zadbaj o to, żeby każdy mógł się z nią zapoznać w dogodny dla siebie sposób. Materiały marketingowe zaprojektowane w sposób dostępny będą korzystne przede wszystkim dla osób z niepełnosprawnościami wzroku, słuchu, czy trudnościami poznawczymi. Ale zyskają na nich także osoby obcojęzyczne, które lepiej rozumieją proste komunikaty, jak również osoby neuroróżnorodne, które mogą mieć problemy z koncentracją, czy też osoby, które są w pośpiechu i cenią sobie krótki i jasny przekaz.

Wdrażanie dostępności w marketingu to nie tylko dotarcie do większej liczby potencjalnych klientów. To także sposób na zbudowanie wizerunku marki, która zauważa różnorodne potrzeby swoich klientów, szanuje je i stara się na nie jak najlepiej odpowiedzieć. A to cechy, na które w dzisiejszych czasach zwraca uwagę coraz większa liczba osób, także tych, które nie mają szczególnych potrzeb, ale cenią odpowiedzialność społeczną przedsiębiorstw.

Marketing tradycyjny

Choć dzisiejszy marketing coraz częściej przenosi się do świata cyfrowego, tradycyjne formy komunikacji wciąż mają ogromne znaczenie w budowaniu wizerunku marki. To one często stanowią pierwszy punkt styku odbiorcy z ofertą – szczególnie w przestrzeni publicznej, w punktach usługowych czy podczas wydarzeń. Dlatego zadбай o to, aby z takimi materiałami mogła zapoznać się jak największa liczba osób. W tym przypadku zapewnienie dostępności nie wiąże się z dodatkowymi kosztami – wymaga jedynie świadomości i podjęcia odpowiednich decyzji na etapie projektowania materiałów promocyjnych.

❖ Drukowane materiały reklamowe

Ulotki, broszury, czy inne drukowane materiały reklamowe powinny być jak najbardziej czytelne dla odbiorców. Dlatego w pierwszej kolejności zadбай o prostą, bezszeryfową czcionkę o odpowiedniej wielkości, zapewniającą wysoki kontrast między tekstem a tłem. Unikaj ozdobnych czcionek, które – choć mogą wydawać się atrakcyjnie wizualne – są trudniejsze w odbiorze dla osób słabowidzących, starszych, czy z dysleksją. Pomyśl także o odpowiednim układzie tekstu – podziel go na krótkie akapity z wyraźnymi nagłówkami, które umożliwią szybkie odnalezienie najważniejszych informacji. Dłuższe, nieprzejrzyste bloki tekstu, mogą przytłoczyć odbiorcę i utrudnić odbiór komunikatu.

Postaraj się też używać prostego języka, który zrozumieją także osoby bez znajomości Twojej oferty, czy specjalistycznej wiedzy na temat branży, w której działasz. Nie przesadzaj również z elementami graficznymi, aby uniknąć wrażenia wizualnego chaosu.

Dostępność w marketingu tradycyjnym dotyczy nie tylko samych materiałów, lecz także sposobu ich rozmieszczenia i prezentacji. Plakaty zawieszane zbyt wysoko lub w miejscach trudno dostępnych, ulotki ułożone poza zasięgiem ręki, czy nieczytelne tablice informacyjne – to drobne błędy, które mogą całkowicie wykluczyć część odbiorców. Dlatego warto zwracać uwagę na to, by ekspozycja materiałów promocyjnych była przemyślana i dostępna dla wszystkich. Dobrą praktyką jest także umieszczanie kodów QR, które prowadzą do dostępnych wersji treści online – np. filmów z audiodeskrypcją, napisami lub w uproszczonym języku objaśniającym ofertę. Takie rozwiązanie łączy świat fizyczny z cyfrowym i pozwala każdemu

odbiorcy wybrać sposób kontaktu z treścią, który najlepiej odpowiada jego potrzebom.

❖ **Reklamy zewnętrzne**

Plakaty, billboardy i banery powinny być przede wszystkim widoczne i czytelne z dużej odległości. Zastosuj możliwie dużą czcionkę i odpowiedni kontrast oraz zadbaj o zwięzłość komunikatu. Pamiętaj, że odbiorca ma zwykle tylko kilka sekund, by zapoznać się z przekazem – np. przechodząc ulicą, jadąc rowerem czy samochodem. Zwięzłość, prostota i wyrazistość graficzna są tu kluczowe.

Jeśli w swojej kampanii reklamowej wykorzystujesz ekrany cyfrowe, unikaj migających, pulsujących lub zbyt jasnych efektów świetlnych, które mogą być uciążliwe, a w niektórych przypadkach nawet niebezpieczne – szczególnie dla osób z epilepsją fotogenną, nadwrażliwością sensoryczną czy problemami ze wzrokiem. Dobrą praktyką jest zachowanie umiarkowanego tempa zmian obrazu, odpowiedniego poziomu kontrastu i oświetlenia oraz testowanie treści pod kątem komfortu wizualnego.

❖ **Reklama radiowa i telewizyjna**

Klasyczne media, takie jak radio i telewizja, wciąż mają duży zasięg i siłę oddziaływania. W reklamach radiowych warto dbać o klarowność przekazu – wyraźną dykcję, odpowiednie tempo mówienia i unikanie nadmiaru informacji w krótkim czasie.

W przypadku telewizji i wideo coraz większego znaczenia nabierają napisy i tłumaczenie na Polski Język Migowy dla osób głuchych lub z niedosłuchem oraz audiodeskrypcja opisująca obraz dla osób niewidomych lub słabowidzących. Takie rozwiązania nie tylko poszerzają grono odbiorców Twojej reklamy, ale też budują wizerunek marki jako otwartej i odpowiedzialnej społecznie.

Marketing cyfrowy

Marketing cyfrowy to dziś jedna z najważniejszych form komunikacji z klientami i prezentacji swojej marki. Obejmuje wszystkie działania prowadzone z wykorzystaniem Internetu i urządzeń elektronicznych – od stron internetowych, mediów społecznościowych i kampanii mailingowych, po reklamy w wyszukiwarkach, podcasty, webinary czy materiały wideo. Jeśli realizujesz działania marketingowe

w Internecie, weź pod uwagę, że nie każda osoba korzysta z urządzeń elektronicznych i materiałów cyfrowych w ten sam sposób. Postaraj się dostosować przekaz do różnych możliwości i preferencji Twoich klientów.

- Zadbaj o to, żeby Twoje strony internetowe i aplikacje mobilne były zgodne z aktualnymi wytycznymi dla treści cyfrowych (WCAG). Upewnij się, że:
 - zdjęcia, ilustracje, wykresy, schematy i wszystkie inne elementy graficzne mają opisy alternatywne,
 - nawigacja po stronie lub aplikacji jest intuicyjna i możliwa tylko za pomocą klawiatury,
 - treści są możliwe do odebrania przy użyciu narzędzi wspomagających, np. czytników ekranu,
 - treści wyświetlają się poprawnie w różnych przeglądarkach i na różnych urządzeniach (np. nie tylko na komputerze, ale również na smartfonie czy tablecie).
 - multimedia (takie jak filmy i nagrania) zawierały również napisy. W miarę możliwości postaraj się także dodać do nich tłumaczenie na PJM oraz audiodeskrypcję opisującą obraz. W przypadku podcastów i nagrań audio rozważ publikację transkrypcji tekstowej, która umożliwi odbiór treści osobom z niepełnosprawnością słuchu lub preferującym czytanie,
- Postaraj się, żeby **wpisy w mediach społecznościowych** zawierały jasne, proste w odbiorze komunikaty. Zapewnij, żeby treści nie były przekazywane wyłącznie w formie (info)grafik, ale zawierały również jasny komunikat tekstowy. Do relacji, rolek i materiałów wideo dodawaj napisy, a tam, gdzie to możliwe, zapewnij tłumaczenie na PJM. Unikaj zbyt szybkich, migających efektów lub nadmiaru animacji, które mogą utrudniać odbiór osobom z nadwrażliwością sensoryczną. Dobrą praktyką jest także tworzenie postów w sposób przemyślany wizualnie – z wysokim kontrastem, czytelną typografią i prostym językiem.
- Zadbaj o zamieszczanie na swoich kanałach treści, które angażują różne zmysły (np. podcasty, które będą dobrym rozwiązaniem dla osób słabowidzących),
- W komunikacji e-mailowej (np. newsletterach) stosuj prosty, zrozumiały język i dbaj o przejrzystość układu wiadomości. Unikaj grafik zawierających tekst,

a w przypadku zdjęć i ilustracji dodawaj alternatywne opisy. Zadbaj też o odpowiedni kontrast kolorów i wielkość czcionki, by treść była czytelna na różnych urządzeniach.

Porozmawiaj z osobami, które prowadzą Twoje strony internetowe, media społecznościowe i inne kanały cyfrowe, aby za każdym razem, kiedy publikują treści, mieli na uwadze ich dostępność. Jeśli zatrudniasz informatyków, poproś ich, żeby sprawdzili Twoje kanały komunikacji pod względem dostępności cyfrowej.

Niewykluczone, że znają te standardy, ale nie mieli świadomości, że należy je stosować, bo nikt dotychczas tego od nich nie wymagał. Możesz także samodzielnie zrobić przegląd dostępności za pomocą darmowych, dostępnych w Internecie programów, check-list i innych narzędzi, które pomogą Ci wykryć ewentualne błędy.

Marketing bezpośredni i B2C

W dzisiejszym świecie, w którym dbałość o klienta i jego potrzeby odgrywa kluczową rolę w budowaniu zaufania do marki, dostępność w marketingu bezpośrednim i B2C, staje się coraz ważniejszą kwestią. Dotyczy ona nie tylko tworzenia czytelnych treści reklamowych, czy łatwych w nawigacji stron internetowych. To całościowe podejście do komunikacji z klientem, w tym sposób jego obsługi, prowadzenia spotkań, czy organizacji wydarzeń promocyjnych.

W tej części przedstawiamy kilka wskazówek, które warto wziąć pod uwagę w bezpośrednim kontakcie z klientem:

- **Zadbaj o różne sposoby kontaktu.** Pamiętaj, że Twoi klienci mogą mieć różne możliwości w zakresie komunikacji. Np. niektóre osoby będą preferować rozmowę telefoniczną, ale dla osób głuchych i słabosłyszących, czy z niepełnosprawnością mowy, taka forma może być całkowicie niemożliwa do zrealizowania. Wprowadzenie kilku różnych sposobów komunikacji – takich jak e-mail, formularz kontaktowy na stronie, SMS, komunikator, czy wideorozmowa (z możliwością udziału tłumacza PJM), sprawi, że każdy będzie mógł skontaktować się Twoją firmą w dogodny dla siebie sposób,
- Jeśli organizujesz **wydarzenie, takie jak targi, szkolenia czy konferencje**, załóż od początku, że wśród jego uczestników mogą znaleźć się osoby ze szczególnymi

potrzebami, w tym z niepełnosprawnościami. Dlatego już na etapie planowania wydarzenia uwzględnij takie aspekty, jak:

- **Miejsce wydarzenia wraz z otaczającą go infrastrukturą.** Zadbaj, aby było jak najlepiej dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami, np. bez barier dla wózków, z obniżoną częścią rejestracyjną, niskimi stolikami i miejscami siedzącymi w części cateringowej, dostosowanymi toaletami, pętlą indukcyjną, czy oznaczeniami dla osób niewidomych (np. dotykowymi lub dźwiękowymi). Zapewnij swobodne wejście na wydarzenie z psem asystującym i odpowiednie warunki dla zwierzęcia, np. przestrzeń dla odpoczynku i dostęp do wody. Jeśli charakter wydarzenia na to pozwala, zapewnij możliwość uczestnictwa w innej formie, np. online, z tłumaczeniem na PJM i napisami na żywo.
- **Dostępny formularz rejestracyjny i uwzględnianie potrzeb uczestników spotkania** – po pierwsze, zadbaj o to, żeby formularz spełniał wymagania dostępności i żeby można było go obsłużyć np. przy użyciu samej klawiatury, czy z wykorzystaniem czytnika ekranu. Po drugie – zadaj w formularzu pytanie, czy uczestnik potrzebuje dodatkowych udogodnień (takich jak np. pętla indukcyjna, tłumaczenie na PJM, napisy na żywo, możliwość przyjścia z psem przewodnikiem, czy zapewnienie asystenta na czas wydarzenia). Jeśli otrzymasz takie zgłoszenia, zapewnij te elementy i poinformuj o tym zainteresowane osoby. Jeśli wydarzenie nie wymaga zapisów, postaraj się zapewnić jak najwięcej udogodnień z góry i zamieść odpowiednią informację np. na stronie internetowej wydarzenia, co pomoże osobom ze szczególnymi potrzebami zaplanować swój udział.
- **Materiały udostępniane klientom** – zadbaj o to, żeby wszystkie dokumenty, broszury, prezentacje i inne materiały, które przekazujesz klientom spełniały wymagania dostępności. Bądź też otwarty na zapewnianie takich materiałów w alternatywnych formatach, np. w druku powiększonym, w alfabecie Braille'a, czy w uproszczonym języku,

Szkolenia zespołu z zakresu dostępności. Zadbaj o to, żeby cały Twój zespół, a w szczególności osoby, które odpowiadają za bezpośredni kontakt z klientem – niezależnie, czy jest to obsługa osobista, telefoniczna, czy mailowa, miały

odpowiednią wiedzę z zakresu komunikacji z osobami z niepełnosprawnościami. Powinny być przygotowane na obsługę klientów, którzy mają różnorodne potrzeby komunikacyjne i umieć profesjonalnie oraz empatycznie dostosowywać się do sytuacji, bez oceniania drugiej osoby. Jeśli w Twojej organizacji wdrożono udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami, takie jak np. systemy komunikatów dźwiękowych dla osób niewidomych, czy pętle indukcyjne dla osób z niepełnosprawnością słuchu, upewnij się, że Twój zespół umie je prawidłowo obsługiwać i w razie potrzeby pomóc danej osobie z nich skorzystać.

Środki na większą dostępność – wsparcie z Funduszy Europejskich

Zadbanie o to, by produkty i usługi były dostępne dla wszystkich, to nie tylko wymóg prawny, ale też ogromna szansa rozwojowa. Dla wielu firm może to jednak być wyzwanie – zarówno organizacyjne, jak i finansowe.

Aby ułatwić przedsiębiorcom ten proces, MFiPR, wspólnie z Bankiem Gospodarstwa Krajowego (BGK) i Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), przygotowało zestaw programów, które pomagają wprowadzać rozwiązania zwiększające dostępność¹². Programy finansowane są ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR) oraz Europejskiego Funduszu Społecznego Plus (EFS+). Dzięki nim przedsiębiorcy mogą skorzystać z dotacji, preferencyjnych pożyczek oraz wsparcia szkoleniowo-doradczego, czyli konkretnych narzędzi, które pomagają inwestować w nowoczesne technologie, rozwój kompetencji pracowników i rozwiązania przyjazne dla wszystkich klientów.

Wsparcie jest dostępne dla **mikro, małych, średnich i dużych firm**.

Preferencyjne pożyczki na dostępność

Jednym z instrumentów wsparcia jest **pożyczka na preferencyjnych warunkach w ramach projektu „Dostępność Plus – Europejskie pożyczki dla przedsiębiorców”**, realizowanego przez BGK we współpracy z pośrednikami finansowymi.

Projekt jest częścią programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021–2027 (działanie 03.06 „Europejskie pożyczki dla przedsiębiorców na dostępność”), współfinansowanego ze środków EFS+.

❖ Na co można otrzymać pożyczkę?

Finansowanie jest dostępne dla przedsiębiorców, którzy chcą zwiększyć dostępność swojej działalności w trzech obszarach:

- **architektonicznym** (np. dostosowanie lokalu usługowego),
- **cyfrowym** (np. poprawa dostępności strony internetowej lub aplikacji),

¹² Informacje o aktualnych naborach i konkursach dotyczących dostępności są dostępne na stronie <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/fundusze-europejskie-bez-barier/dostepnosc/program/nabory-konkursy-i-zamowienia/nabory/aktualne-nabory-i-konkursy>

- **komunikacyjno-informacyjnym** (np. wprowadzenie nowych form komunikacji z klientem).

❖ **Najważniejsze warunki:**

- Maksymalna kwota pożyczki: do 1 mln zł (nie trzeba ubiegać się o całość od razu).
- Oprocentowanie: tylko 0,15% w skali roku.
- Spłata: do 7 lat (dla pożyczek poniżej 500 tys. zł) lub do 10 lat (dla wyższych kwot).
- Karencja w spłacie: do 12 miesięcy.
- Możliwość umorzenia do 30% kapitału – po prawidłowej realizacji inwestycji i uzyskaniu certyfikatu dostępności.

❖ **Warto pamiętać o audycie**

Warunkiem uzyskania pożyczki jest przeprowadzenie audytu dostępności *ex ante*, czyli przed złożeniem wniosku. Audyt pomoże określić zakres inwestycji i wyznaczyć priorytety. Można go przeprowadzić samodzielnie, zlecić zewnętrznej firmie lub instytucji certyfikującej. Koszt audytu można pokryć z pożyczki.

Dotacje na szkolenia i doradztwo

Przedsiębiorcy mogą również skorzystać z dotacji na rozwój kompetencji w ramach działania „Kadry nowoczesnej gospodarki” (Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego, Priorytet 01. Umiejętności).

Dostępne są dwa główne rodzaje wsparcia:

1. **Uniwersalne projektowanie towarów i usług** – szkolenia i doradztwo z zakresu dostosowania produktów i usług do potrzeb osób ze szczególnymi potrzebami,
2. **Dyrektywa EAA** – wsparcie dla firm, które muszą wdrożyć wymogi **Europejskiego Aktu o Dostępności** (EAA) do swojej działalności.

Środki są zarządzane przez MFiPR, a za ich wdrażanie odpowiada PARP, który wybrał już operatorów do realizacji działań szkoleniowo-doradczych.

Dotacje na innowacje

Jeśli Twoja firma chce opracować lub wdrożyć innowacyjne rozwiązania, które poprawią dostępność dla osób ze szczególnymi potrzebami, warto zainteresować się konkursem „Dostępność” w ramach działania „Ścieżka SMART”.

To część programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki (FENG), który wspiera badania, wdrażanie innowacji, cyfryzację, zieloną transformację i rozwój kompetencji.

W konkursie można realizować projekty z maksymalnie siedmiu modułów, obejmujących m.in.:

- przestrzeń cyfrową,
- budynki,
- systemy informacyjno-komunikacyjne,
- produkty, usługi i procesy.

Wsparcie obejmuje m.in.:

- prace badawczo-rozwojowe i wdrożeniowe,
- rozwój infrastruktury badawczej,
- transformację cyfrową lub ekologiczną,
- internacjonalizację,
- szkolenia i rozwój kompetencji.

Dla MŚP obowiązkowy jest co najmniej jeden moduł B+R lub wdrożenie innowacji, natomiast pozostałe (np. promocja czy ochrona własności przemysłowej) są fakultatywne.

Środki pochodzą z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, a wdrażaniem zajmują się:

- **PARP** – dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw,
- **NCBR** – dla dużych firm.

Polityka spójności dla wszystkich – dostępność jako zasada i cel

Dostępność jako zasada w zapewnianiu równości szans i niedyskryminacji

Unia Europejska opiera się na wspólnych wartościach – poszanowaniu godności człowieka, wolności, demokracji, równości i praworządności. Ochrona praw człowieka jest podstawą jej działania. Jednym z kluczowych sposobów realizacji tych wartości jest **zasada równości szans i niedyskryminacji**, obowiązująca we wszystkich działaniach UE.

Oznacza ona, że każdy – niezależnie od płci, wieku, stanu zdrowia, pochodzenia, wyznania czy niepełnosprawności – ma mieć **równy dostęp** do edukacji, pracy, transportu, usług publicznych czy informacji. W tym kontekście **dostępność** jest warunkiem równego traktowania – bez niej nie można w pełni uczestniczyć w życiu społecznym, zawodowym czy kulturalnym.

Brak dostępności to w praktyce zgoda na istnienie barier utrudniających korzystanie z przestrzeni, informacji lub usług, a tym samym to również **forma dyskryminacji**.

Może ona przybierać różne formy:

- **barier architektonicznych** – np. brak podjazdów, wind, sygnalizacji dźwiękowej czy niskopodłogowego transportu,
- **barier cyfrowych** – niedostępne strony internetowe, aplikacje lub dokumenty,
- **barier społecznych** – stereotypy, brak wiedzy czy niechęć do dostosowań.

Dlatego dostępność to nie tylko kwestia techniczna – to **podstawa równego korzystania z praw człowieka i obywatela**.

Zasady równości i dostępności wynikają bezpośrednio z unijnych aktów prawnych:

- **art. 10 Traktatu o Funkcjonowaniu UE (TFUE)** zobowiązuje UE do zwalczania wszelkich form dyskryminacji,
- **Karta Praw Podstawowych UE** w art. 21 zakazuje dyskryminacji, a w art. 26 gwarantuje osobom z niepełnosprawnościami prawo do integracji społecznej i zawodowej,
- **Konwencja ONZ o prawach osób z niepełnosprawnościami (KPON)**, ratyfikowana przez UE oraz wszystkie państwa członkowskie UE, zobowiązuje

państwa do usuwania barier i zapewnienia równego dostępu do wszystkich sfer życia.

Jak dostępność wpisuje się w politykę spójności

Polityka spójności Unii Europejskiej – nazywana też polityką regionalną – to jeden z głównych mechanizmów wspierających rozwój społeczny i gospodarczy państw członkowskich. Jej celem¹³ jest zmniejszanie różnic między regionami i zapewnianie harmonijnego rozwoju całej Unii.

Finansowanie odbywa się głównie z trzech funduszy:

- Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR),
- Europejskiego Funduszu Społecznego Plus (EFS+),
- Funduszu Spójności.

Środki te wspierają inwestycje w infrastrukturę, edukację, rynek pracy, innowacje i działania społeczne – w tym te, które zwiększają dostępność i równość szans.

Zgodnie z rozporządzeniem UE dotyczącym wspólnych przepisów o funduszach UE¹⁴, wszystkie projekty finansowane z polityki spójności muszą być zgodne z zasadami równości szans i dostępności. Oznacza to, że beneficjenci, którzy korzystają z funduszy unijnych, mają obowiązek stosować rozwiązania zapewniające dostępność produktów, usług i przestrzeni – m.in. w oparciu o ustawę Polski Akt o Dostępności.

Standardy dostępności 2021–2027

Aby ułatwić stosowanie tych zasad, wprowadzono Standardy dostępności dla polityki spójności 2021–2027 – załącznik do Wytycznych dotyczących realizacji zasad równościowych¹⁵.

To zestaw praktycznych wymagań i wskazówek, które pomagają zapewnić,

¹³ Zgodnie z art. 174 Traktatu o Funkcjonowaniu UE.

¹⁴ Rozporządzenie (UE) 2021/1060 ustanawiające wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego Plus, Funduszu Spójności, Funduszu na rzecz Sprawiedliwej Transformacji i Europejskiego Funduszu Morskiego, Rybackiego i Akwakultury, a także przepisy finansowe na potrzeby tych funduszy oraz na potrzeby Funduszu Azylu, Migracji i Integracji, Funduszu Bezpieczeństwa Wewnętrznego i Instrumentu Wsparcia Finansowego na rzecz Zarządzania Granicami i Polityki Wizowej.

¹⁵ Dokument ten można znaleźć pod tym linkiem: <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/fundusze-na-lata-2021-2027/prawo-i-dokumenty/wytyczne/wytyczne-dotyczace-realizacji-zasad-rownosciowych-w-ramach-funduszy-unijnych-na-lata-2021-2027/>

że projekty finansowane z funduszy UE są dostępne dla wszystkich, w tym osób z różnymi niepełnosprawnościami – ruchowymi, wzrokowymi, słuchowymi, intelektualnymi czy komunikacyjnymi.

Standardy są **obowiązkowe dla wszystkich beneficjentów**, od etapu planowania projektu po jego realizację i rozliczenie. Założenie, że „nikt z niepełnosprawnością się nie zgłosi” jest niedopuszczalne, a odmowa udziału w projekcie z powodu barier może zostać uznana za dyskryminację.

W praktyce stosowanie standardów oznacza korzystanie z zasad:

- **uniwersalnego projektowania** – czyli tworzenia rozwiązań użytecznych dla wszystkich bez potrzeby specjalnych adaptacji, lub
- **racjonalnych usprawnień** – czyli wprowadzenia niezbędnych dostosowań, gdy pełna dostępność nie jest możliwa.

Dzięki temu każdy – niezależnie od ewentualnych szczególnych potrzeb – może wziąć udział w projekcie i korzystać z jego efektów.

W omawianym dokumencie wyróżniamy pięć obszarów standardów dostępności:

1. **Standard szkoleniowy** – zapewnia dostępność szkoleń, warsztatów i doradztwa,
2. **Standard informacyjno-promocyjny** – gwarantuje dostępność materiałów informacyjnych i wydarzeń promocyjnych w różnych formatach,
3. **Standard transportowy** – określa wymagania dla dostępnego transportu publicznego i infrastruktury komunikacyjnej,
4. **Standard cyfrowy** – dotyczy stron internetowych, aplikacji, dokumentów elektronicznych i multimediiów,
5. **Standard architektoniczny** – obejmuje dostępność budynków i przestrzeni, w tym miejsc parkingowych dla osób z niepełnosprawnościami.

Kontrola i monitorowanie

Instytucje zarządzające funduszami unijnymi **monitorują przestrzeganie standardów dostępności**. Beneficjenci muszą wykazać, że ich projekty są zgodne z zasadami już na etapie wniosku o dofinansowanie, a także podczas realizacji

i rozliczania projektu. Brak spełnienia wymogów dostępności może prowadzić do uznania części wydatków za **niekwalifikowalne**.

Krótkie podsumowanie

Mamy nadzieję, że dzięki temu podręcznikowi przedsiębiorcy poszerzą wiedzę na temat nowych obowiązków określonych w Polskim Akcie o Dostępności i zyskają świadomość, że zgodność produktów i usług z wymaganiami to nie tylko obowiązek prawny, lecz także sposób na poprawę wizerunku firmy, zwiększenie liczby klientów i dostosowanie się do rosnących oczekiwań rynku. To inwestycja w przyszłość oraz element zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu.

Wdrożenie wymagań ustawy to proces, który warto rozpocząć jak najszybciej. Nowe przepisy obowiązują już od 28 czerwca 2025 r. Należy więc sprawdzić, jakie zmiany trzeba wprowadzić w swojej firmie. Można skorzystać przy tym ze wsparcia, jakie jest oferowane z funduszy polityki spójności UE.

Nie trzeba być ekspertem od dostępności, aby zacząć. Najważniejsze jest zaangażowanie, świadomość i chęć wprowadzania ulepszeń. Wiedza z tego podręcznika jest podstawą do dalszych działań, jednak można sięgać po dodatkowe wsparcie – konsultantów, ekspertów, narzędzia i dobre praktyki, które pomogą osiągnąć cel, jakim jest zapewnienie dostępnych produktów i usług. Dzięki zaangażowaniu i wprowadzanym zmianom przedsiębiorcy mogą zbudować bardziej otwarte i przyjazne środowisko, z którego korzystają wszyscy użytkownicy.

Zapraszamy do regularnego odwiedzania [strony internetowej MFiPR](#), gdzie znajduje się wiele aktualnych informacji i materiałów na temat dostępności. Polecamy również [stronę internetową PFRON](#), w tym [sekcję FAQ](#), w której można znaleźć odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania dotyczące Polskiego Aktu o Dostępności.