

Podsumowanie spotkania okrągłego stołu

Waszyngton, 25 czerwca 2024 r.

Brak inkluzywnej higieny w toaletach publicznych: ciche zagrożenie dla zdrowia milionów osób



Każdego dnia wiele osób zajmuje się swoimi codziennymi sprawami, utrzymuje kontakty towarzyskie oraz pracuje i jednocześnie zmagają się z przeszkodami, korzystając z publicznych toalet. Dbanie o prawidłową higienę jest niezwykle trudne w przypadku braku odpowiedniego dostępu do łazienek i produktów higienicznych.

Niektórzy zmagają się z mniej lub bardziej zauważalnymi barierami. Zaburzenia

poznawcze, wiek lub inne okoliczności mogą utrudniać korzystanie z toalet publicznych. W większości przypadków łazienki nie są wyposażone odpowiednio do tych potrzeb. Problem dotyczy znacznie większej liczby osób niż może nam się wydawać. Z ostatniego badania wynika, że 44%¹ osób obawia się korzystania z toalet publicznych.

To jest sprawa, która wymaga uwagi społeczeństwa. Nierozwiązana wpłynie na działalność prywatnych i publicznych organizacji.

Problem był tematem ostatniego wydarzenia wspólnie zorganizowanego w Waszyngtonie przez Tork i Globalne Partnerstwo na rzecz Mycia Rąk (ang. Global Handwashing Partnership, GHP). Celem spotkania było przedyskutowanie sposobów zwiększenia poziomu higieny i inkluzywności toalet publicznych. Wśród uczestników znaleźli się przedstawiciele rządu, ochrony zdrowia, środowiska akademickiego oraz grup dotkniętych tym problemem. Wszystkich łączyła chęć działania na rzecz bardziej inkluzywnej higieny w toaletach publicznych i zwiększania świadomości tematu.

Oto kluczowe wnioski z dyskusji.

Potrzeba poprawienia przestrzegania higieny w toaletach publicznych dotyczy zaskakująco dużej części populacji.

Jest to wszechobecne wyzwanie dla zdrowia publicznego. Przykładowo w przypadku ludzi zmagających się ze schorzeniami skórными, takimi jak egzema, na którą cierpi 31,6 mln osób w USA, problem polega na tym, że mydło w toaletach publicznych może znacząco podrażniać skórę. Dla osób zmagających się z parurozą, tzw. zespołem nieśmiałego pęcherza (nawet 16% populacji), trudność stanowi brak prywatności w toaletach publicznych. Dla młodych rodziców lub osób z zapaleniem stawów

problemem może być nieodpowiednio zaprojektowana łazienka i brak stosownych produktów lub wyposażenia. Konieczność skorzystania z brudnej toalety może być przykrym doświadczeniem dla wszystkich, a szczególnie dla osób zmagających się z zaburzeniami obsesyjno-kompulsyjnymi lub z fobiami i lękami przed drobnoustrojami.

Ludzie często zmieniają swoją codzienną rutynę, aby uniknąć wizyty w łazience. Unikają obiektów komercyjnych, a złe warunki w toalecie mogą nawet wpłynąć na decyzję o rezygnacji z pracy.

Z przeprowadzonej wśród ponad 6000 osób z pięciu krajów ankiety wynika, że 38% osób unika jedzenia lub picia, aby ograniczyć konieczność korzystania z publicznych toalet. 26% badanych rezygnuje z wydarzeń towarzyskich w obawie o dostępność łazienek w danym miejscu. Co szósta osoba rezygnuje z pracy z powodu niedostatecznego poziomu higieny w toalecie¹.

Te dane oraz rozmowy okrągłego stołu ujawniły między innymi, że klienci restauracji mogą przestać chodzić do lokali, pracownicy zdalni mogą nie chcieć wrócić do pracy stacjonarnej, a kupujący będą bardziej oszczędni. **Innymi słowy, toalety publiczne, w których nie stawia się na pierwszym miejscu inkluzywnej higieny i czystości, negatywnie wpływają na renomę firmy i potencjalne przychody. Zapewnianie ogólnodostępnej higieny jest korzystne dla przedsiębiorstw, ich gości, klientów, pracowników i personelu sprząającego.**



Dużym problemem jest także niewystarczająca liczba łazienek publicznych w Stanach Zjednoczonych. Średnio na 100 000 osób przypada osiem toalet². Zmusiło to obywateli do wzięcia spraw w swoje ręce, na przykład do stworzenia crowdsourcingowych map Google, na których zaznaczono, gdzie dostępne są publiczne toalety w danym stanie. Powstały też innowacyjne rozwiązania, takie jak Throne Labs, startup z siedzibą w Waszyngtonie zapewniający przenośne łazienki – „Thrones” (ang. trony) – które budowane są z wykorzystaniem zaawansowanych technologii w celu zwiększania dostępu do czystych toalet dla wszystkich, w tym pracowników mobilnych.

Podróż ku zmianie

Tork oraz Globalne Partnerstwo na rzecz Mycia Rąk zapraszają innych interesariuszy do przyłączenia się do działań wspierających inkluzywną higienę w toaletach publicznych i znalezienie sposobów na podniesienie jej poziomu.

Pierwszy etap polega na zwiększeniu społecznej świadomości i stworzeniu zrozumiałego dla wszystkich, wspólnego języka „inkluzywnej higieny”. Zrozumienie, że higiena w toaletach publicznych musi być dostępna dla wszystkich jest niezwykle ważne. W naszym pojęciu inkluzywna higiena oznacza eliminację wszystkich przeszkód, aby jak najwięcej osób mogło komfortowo korzystać z toalet publicznych niezależnie od problemów, z którymi się zmagają.

Spotkanie eksperckie w Waszyngtonie pokazało nam, że jest jeszcze wiele do zrobienia. Podkreśliło znaczenie otwartych rozmów celem stworzenia planu działania na rzecz wspólnego rozwiązania problemu i normalizacji debaty dla większej części społeczeństwa.

Nadszedł czas, aby zainspirować firmy do stworzenia praktycznych rozwiązań oraz podjąć wspólne działania.

Aby promować zmiany, marka Tork oraz Globalne Partnerstwo na rzecz Mycia Rąk dzielą się swoimi wnioskami z decyzyjnymi osobami, w tym właścicielami przedsiębiorstw, kierownikami obiektów i kierownikami operacyjnymi.

1. Stwórz wspólny język „inkluzywnej higieny” w toaletach publicznych, zrozumiały dla wszystkich w Twojej organizacji. Usprawni to komunikację i dzielenie się pomysłami oraz wnioskami.
2. Podnoś świadomość na temat problemu, skali jego wpływu na Twoją firmę oraz społeczeństwo. Stwarzaj warunki do rozmowy, aby umożliwić ludziom swobodne mówienie o własnych doświadczeniach i przeszkodach związanych z higieną, na które natrafiają podczas korzystania z toalet publicznych.
3. Wspieraj uświadamianie społeczeństwa, przedstawicieli rządu, firm i innych interesariuszy w zakresie przeszkód uniemożliwiających dostęp do prawidłowej higieny w pracy lub w miejscu publicznym. Prezentuj działania Twojej firmy na rzecz rozwiązania tego problemu.
4. Dziel się historiami sukcesu i wspieraj tworzenie innowacyjnych rozwiązań oraz podejmuj działania na rzecz poprawy wrażeń z wizyty w toalecie dla możliwie jak największej liczby osób.

Dołącz do nas w mediach społecznościowych @Tork i odwiedź [naszą stronę internetową](#), aby dowiedzieć się, jak zwiększyć poziom inkluzywności swoich toalet. Możesz śledzić naszą podróż ku inkluzywnej higienie w toaletach publicznych oraz dzielić się swoimi historiami, pomysłami i innowacjami.

1 Dane z ankiety Tork Insights przeprowadzonej w 2024 wśród 6000 osób, w tym 900 respondentów ze świata biznesu, w wieku 18–65+ w USA, Meksyku, Wielkiej Brytanii, Niemczech i Francji.

2 Dane z raportu za rok 2021 od QS Supplies. Firma QS Supplies wykorzystwała narzędzie do wyszukiwania toalet PeePlace w celu policzenia toalet w różnych częściach świata oraz oficjalne dane dot. stanu ludności do obliczenia liczby toalet na 100 000 osób.

3 Hanifin JM, Reed ML; Eczema Prevalence and Impact Working Group. [A population-based survey of eczema prevalence in the United States](#). *Dermatitis*. 2007 Jun;18(2):82-91. doi: 10.2310/6620.2007.06034. PMID: 17498413.



Think ahead.



Tork, marka Essity – wiodącego producenta produktów higienicznych i zdrowotnych na świecie. Każdego dnia z naszych produktów, rozwiązań i usług korzystają miliardy ludzi na całym świecie. Postawiliśmy sobie za cel usunięcie przeszkód na drodze do dobrostanu konsumentów, pacjentów, opiekunów, klientów i społeczeństwa. Prowadzimy sprzedaż w około 150 krajach pod wiodącymi globalnymi markami, takimi jak TENA i Tork, oraz silnymi markami regionalnymi, m.in. Actimove, Cutimed, JOBST, Knix, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Modibodi, Nosotras, Saba, Tempo, TOM Organic i Zewa. W 2023 roku Essity osiągnęła sprzedaż netto na poziomie ok. 147 mld SEK (13 mld EUR) i zatrudniała 36 000 osób. Siedziba główna firmy Essity mieści się w Sztokholmie, w Szwecji, a spółka jest notowana na Sztokholmskiej Giełdzie NASDAQ. Więcej informacji na stronie www.essity.com.

