

Internet bez barier

Do 2010 roku serwisy internetowe instytucji użyteczności publicznej powinny zostać dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych, w tym niewidomych i niedowidzących. Na podstawie projektu zrealizowanego przez SUPERMEDIA Interactive dla Zamku Królewskiego w Warszawie opowiemy jakie czynniki należy przeanalizować rozważając tego typu projekt i jak się do niego przygotować.

Dlaczego dostosowywać serwisy?

Zastanawiając się nad dostosowaniem serwisu internetowego do potrzeb osób niepełnosprawnych i sposobem realizacji tego zadania należy wziąć pod uwagę następujące aspekty:

- Etyczny
- Strategiczny
- Prawny
- Ekonomiczny

Etyka

Aspekt etyczny będzie szczególnie ważny dla wszystkich organizacji, których działalność prowadzona jest w oparciu o wyraźnie komunikowane wartości, które wdrażają zasady CSR (społecznej odpowiedzialności biznesu) oraz dla tych podmiotów, których działalność poddawana jest silnej kontroli publicznej – przede wszystkim instytucji użyteczności publicznej i dużych korporacji, często będących celem silnych nacisków społecznych. Rozważając etyczne aspekty dostosowania stron internetowych do potrzeb osób niepełnosprawnych należy przede wszystkim zastanowić się nad tym na ile brak takiego rozwiązania stoi w sprzeczności z deklarowanymi przez dany podmiot wartościami oraz filozofią działania. Istotna będzie również ocena tego czy brak dostępu do informacji danej organizacji stanowi dla osób niepełnosprawnych znaczące utrudnienie i czy zasoby te są z ich punktu widzenia istotne. Należy również zastanowić się czy brak dostosowania serwisu internetowego do potrzeb tej grupy może znacząco wpływać na ocenę społeczną działania naszej organizacji i czy może doprowadzić do poważnych problemów wizerunkowych.

Strategia

Rozważając aspekty strategiczne związane z dostępnością serwisu dla osób niepełnosprawnych można brać pod uwagę strategię biznesową, marketingową, strategię w obszarze HR, PR oraz CSR. Zgodnie z danymi prezentowanymi na portalu widzialni.eu w Polsce mieszka około 100 tysięcy osób niedowidzących oraz niewidomych, a aż około 1,7 mln osób ma problemy ze wzrokiem (źródło: GUS, Stan zdrowia ludności Polski w 2004 roku). Jeśli nasza firma poszukuje nowych grup odbiorców i rynków zbytu, osoby niedowidzące i niewidome mogą okazać się ciekawą niszą, a pełne dostosowanie produktów oraz sposobu komunikacji do potrzeb tej grupy, dość jeszcze zaniedbanej na polskim rynku, może zapewnić firmie przewagę nad konkurencją.

Osoby niedowidzące i niewidome mogą być również dla niektórych firm ciekawą grupą z punktu widzenia polityki personalnej. Coraz częściej są to osoby dobrze wykształcone w pełni przygotowane do pełnienia obowiązków zawodowych.

Dopasowanie stron internetowych do potrzeb osób niepełnosprawnych może również dobrze wpisywać się w strategię PR lub CSR. Z punktu widzenia wizerunku i społecznej odpowiedzialności zainteresowanie się potrzebami osób niepełnosprawnych może być szczególnie istotne dla firm, których usługi lub produkty są bezpośrednio lub pośrednio skierowane do tych osób albo związane z dbałością o wzrok. Może być to ważne również dla organizacji, które w swoim bliskim otoczeniu posiadają placówki edukacyjne przeznaczone dla osób z uszkodzeniami narządu wzroku (np. dla firm działających w Łaskach) lub które w swojej misji społecznej uwzględniają walkę z wykluczeniem społecznym różnych środowisk.

Prawo

Rozważając aspekty prawne należy przede wszystkim zwrócić uwagę na instytucje użyteczności publicznej, których strony internetowe zgodnie z podpisaną 11 czerwca 2006 r. Deklaracją Ministrów Państw Członkowskich UE, powinny być w pełni dostępne dla niepełnosprawnych, w tym niedowidzących, do 2010 roku. Prawo nie nakłada co prawda obowiązku stworzenia osobnych stron dla osób niedowidzących, wymaga jednak zapewnienie zgodności z ogólnymi standardami i wytycznymi dotyczącymi dostępności określanymi przez konsorcjum W3C (World Wide Web Consortium).

Jak wynika z przeprowadzonego na zlecenie Prezydencji Brytyjskiej w roku 2005 badania „eAccessibility of public sector services in the EU” nawet to kryterium nie było spełniane przez większość serwisów instytucji użyteczności publicznej. Pomimo tego, że pierwsze próby prawnego uregulowania tej kwestii pojawiły się już w 2002 roku (rezolucja Parlamentu Europejskiego zobowiązująca podmioty tworzące internetowe serwisy publiczne do spełnienia kryterium podwójnego A), nie odniosły one skutku. W 2005 po zmianie i doprecyzowaniu kryteriów jedynie 3% z przebadanych 436 witryn spełniało wymogi minimalnych standardów W3C. 10% spełniało wymogi standardu tylko w części, 17% stron miało poważne braki, a aż 70% zupełnie nie odpowiadało standardom. Brak tego typu danych dotyczących serwisów polskich instytucji, jednak należy się spodziewać, że sytuacja jest podobna.

W przypadku podmiotów niepublicznych nie ma jasnych norm prawnych nakładających na nie obowiązek dostosowania serwisów internetowych. Znane są już jednak przypadki pozwania instytucji komercyjnych przez osoby niewidome za brak dostępu do ważnych zasobów prezentowanych na stronach internetowych. Są to na razie pojedyncze przypadki, a w Polsce podobnych pozwów nie zanotowano. Analizując ustawodawstwo polskie umocowanie prawne dla działań zmierzających do zapewnienia dostępności stron internetowych wszystkich podmiotów można odnaleźć w Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej w artykułach dotyczących niedyskryminacji (art. 32, pkt 2) oraz praw do uzyskiwania informacji publicznej (art. 61 ust. 1).

Ekonomia

Wszystkie rozpatrywane powyżej czynniki mogą nieść ze sobą skutki ekonomiczne – zarówno pozytywne, jak i negatywne. Wdrożenie rozwiązań ułatwiających komunikację z osobami niepełnosprawnymi może doprowadzić do pozyskania nowej grupy odbiorców usług i produktów firmy. Może również przyczynić się do poprawy wizerunku i reputacji danej organizacji przekładając się na wzrost wartości jej marki. Z drugiej strony, w dłuższej perspektywie, możliwe są również negatywne skutki – np. koszty procesów prawnych i odszkodowań, kary za niespełnienie standardów określonych dla instytucji publicznych, utracone korzyści związane z brakiem komunikacji z nową grupą klientów lub straty związane z gorszym wizerunkiem. Oczywiście należy również zwrócić uwagę na koszty związane z wdrożeniem możliwych rozwiązań zapewniających dostosowanie strony do potrzeb osób niewidomych i niedowidzących. Czym kierował się Zamek Królewski?

W przypadku Zamku Królewskiego w Warszawie wszystkie wymienione aspekty miały wpływ na decyzję o przystąpieniu do projektu. Jednak kluczowe znaczenie miały aspekty etyczne i strategiczne.

Zamek Królewski w Warszawie to Pomnik Historii i Kultury Narodowej. Jako obiekt rewitalizowany (wraz z kompleksem Starego Miasta) wpisany został na światową listę dziedzictwa kulturowego UNESCO. Pełni rolę muzeum i ośrodka kultury o rozbudowanym programie aktywności: wystawienniczej, popularyzatorskiej w zakresie kultury i sztuki oraz artystycznej, oświatowej i edukacyjnej. Dlatego niezmiernie ważne jest zapewnienie pełnego dostępu do zasobów oraz informacji o Zamku jak największej grupie odbiorców – w tym także osobom niedowidzącym i niewidomym. Pomijanie wymagań, jakie pociąga za sobą tego rodzaju niepełnosprawność, stałoby w sprzeczności z podstawową misją Zamku, jaką jest propagowanie wiedzy o historii i dziedzictwie kulturowym Polski wśród wszystkich uczestników życia kulturalnego.

Dostosowanie serwisu internetowego do potrzeb osób niedowidzących i niewidomych wpisało się w sposób naturalny w dawno przyjętą przez Zamek strategię działania. Nie jest wykorzystywane do celów PR'owych. W tym przypadku bardziej istotna była spoczywająca na Zamku Królewskim w Warszawie odpowiedzialność społeczna. Systematycznie znoszone są bariery architektoniczne utrudniające zwiedzanie osobom niepełnosprawnym ruchowo. Szkoły specjalne i ośrodki szkolno-wychowawcze mogą korzystać z bogatej oferty edukacyjnej - zajęcia dostosowano do programu nauczania oraz możliwości dzieci i młodzieży, a osoby prowadzące lekcje i warsztaty są przygotowane do pracy z osobami niepełnosprawnymi. Osobom

niepełnosprawnym przysługują bilety ulgowe i preferencyjne ceny zajęć. W ramach oferty skierowanej do osób niewidomych i niedowidzących Zamek umożliwił poznawanie wybranych elementów wnętrza poprzez dotyk (pod opieką przewodnika) a także wchodzenie na ekspozycję z psem-przewodnikiem. Dostosowanie stron internetowych do potrzeb tej grupy odbiorców było konsekwencją działań popularyzatorskich.

Zamek Królewski jako instytucja użyteczności publicznej podlegał również obowiązkom prawnym wynikającym z Deklaracji Ministrów Państw Członkowskich UE nakładającym na te podmioty obowiązek dostosowania stron internetowych do potrzeb osób niepełnosprawnych. Jednak w momencie realizacji projektu świadomość istnienia tych uregulowań była stosunkowo niska i nie był to z pewnością kluczowy czynnik decydujący o przystąpieniu do prac nad serwisem.

Nie dysponujemy danymi dotyczącymi ekonomicznych skutków wdrożenia serwisu. Jednak biorąc pod uwagę fakt, że w przypadku Zamku decydującą rolę odgrywał aspekt społeczny, znaczenie czynników ekonomicznych można uznać za mniej istotne. Z punktu widzenia kosztów – wybrane przez Zamek rozwiązanie było optymalne.

Jakie rozwiązania można brać pod uwagę?

Decydując się na dostosowanie stron internetowych do potrzeb osób niewidomych i niedowidzących można brać pod uwagę następujące rozwiązania:

- Jednolita wersja serwisu www posiadająca rozwiązania ułatwiające osobom niepełnosprawnym korzystanie z serwisu Strategiczny
- Osobny serwis z rozwiązaniami dedykowanymi osobom niewidomym i niedowidzącym będący dodatkową wersją podstawowego serwisu internetowego
- Opracowanie udźwiękowionej strony internetowej

Wybierając jedno z tych rozwiązań należy brać pod uwagę ich silne i słabe strony, które opisujemy poniżej.

Jednolita wersja serwisu www

Istnieje możliwość zbudowania serwisu www w taki sposób, by uwzględnił on potrzeby osób niewidomych i niedowidzących. Podstawowymi odbiorcami takiego serwisu będą pełnosprawni użytkownicy Internetu, jednak dzięki zastosowaniu odpowiednich standardów serwis będzie również dostosowany do wymagań niepełnosprawnych użytkowników Internetu. Nie wyjdzie jednak poza opisywane w standardach minimum narzędzi dla nich.

W tym przypadku należy wprowadzić na stronie internetowej zalecenia Web Content Accessibility Guidelines (WCAG), które opisują w jaki sposób należy projektować strony www tak, by były one możliwe i łatwe do odczytania przez screen readersy i przeglądarki typu Intelligent Web Reader. Zalecenia WCAG określają w jaki sposób prezentować na stronach różnorodne treści – m.in. jak tworzyć opisy elementów graficznych czy określać tytuły wierszy i kolumn w tabelach.

Zaletą tego rozwiązania jest niski koszt wdrożenia – nie jest konieczne poniesienie kosztów opracowania dodatkowej podstrony dostosowanej do potrzeb osób niewidomych i niedowidzących. Wadą rozwiązania jest jednak to, że tak opracowana strona spełnia jedynie minimalne standardy dostępności dla osób niewidomych i niedowidzących. Jest możliwa do odczytania wyłącznie dla osób dysponujących odpowiednim sprzętem i oprogramowaniem umożliwiającym odczytanie strony –screen readerami, monitorami brajlowskimi itp. Nie posiada ona rozwiązań graficznych ułatwiających odczytanie strony osobom niedowidzącym, które nie używają drogiego, specjalistycznego sprzętu i mają nieco niższe potrzeby związane ze sposobem prezentacji treści w Internecie. Tę wadę tego typu rozwiązania można częściowo zniwelować decydując się na wprowadzenie funkcji zmiany wielkości czcionek. Nie można jednak w równie łatwy sposób podnieść kontrastu strony, a sama duża czcionka może nie zapewnić wystarczającej czytelności.

Opracowanie jednego wspólnego serwisu nakłada również na jego twórcę ograniczenia techniczne. Zrealizowanie wytycznych WCAG jest łatwe do spełnienia w przypadku serwisów bazujących na rozwiązaniach typu CMS (Content Management System) i operujących klasyczną grafiką. Jednak serwisy

zawierające znaczne ilości animacji i efektownych elementów wizerunkowych, a zwłaszcza w pełni wykonane w technologii flash mają bardzo niskie szanse spełnienia wymogów WCAG.

Rozwiązanie tego typu ma również mniejszy potencjał komunikacyjny – co może być szczególnie istotne dla firm, które chcą wykorzystać projekt do poprawienia swojego wizerunku.

Osobny serwis z rozwiązaniami dedykowanymi osobom niewidomym i niedowidzącym

W przypadku przyjęcia tego rozwiązania decydujemy się na wprowadzenie dwóch spójnych ze sobą co do treści wersji strony. Strona podstawowa nie musi wówczas uwzględniać ograniczeń wynikających ze standardów WCAG, gdyż wprowadzona zostaje osobna wersja serwisu w pełni dostosowana do potrzeb osób niewidomych i niedowidzących. Kluczowe znaczenie w tym przypadku będzie miało odpowiednio czytelnie oznaczone pole pozwalające na przejście do właściwej wersji serwisu.

Serwis dopasowany do potrzeb osób niedowidzących powinien być pozbawiony zbędnych elementów graficznych. Ważne jest zachowanie wysokiego kontrastu przez zastosowanie ciemnego tła i jasnej czcionki, o dużym stopniu oraz odpowiednie uporządkowanie treści i wyeksponowanie nagłówków. Z punktu widzenia potrzeb osób niewidomych kluczowe jest dostosowanie serwisu do potrzeb programów typu screen reader.

Dodatkowym mechanizmem jaki może wykorzystać serwis dedykowany niepełnosprawnym są skróty klawiszowe, które umożliwiają poruszanie się po stronie za pomocą klawiatury. Wybranie skrótu umożliwi internaucie przejście do poszukiwanej sekcji serwisu lub mechanizmu np. do mapy strony www, wyszukiwania zaawansowanego czy strony głównej.

Zaletą tworzenia osobnej wersji serwisu dla osób z uszkodzeniami narządu wzroku jest jego pełne dostosowanie do ich potrzeb. Serwis taki jest dostępny dla osób niedowidzących bez konieczności posiadania przez nie specjalistycznego sprzętu. Jednocześnie rozwiązanie to nie powoduje ograniczeń dotyczących podstawowej wersji serwisu. Posiada również duży potencjał komunikacyjny. Wadą tego rozwiązania jest wyższy koszt wdrożenia, który jest uzależniony od technologii w jakiej wykonany został bazowy serwis www. Decydując się na takie rozwiązanie należy również zwrócić uwagę na to, by nie narzucało ono na administratora serwisu konieczności podwójnego wprowadzania zmian na stronach. Zmiany wprowadzone w głównym serwisie powinny być automatycznie widoczne w wersji dla niedowidzących i niewidomych. Umożliwia to niemal każdy system CMS.

Udźwiękowiona strona internetowa

W przypadku tego rozwiązania decydującą rolę odgrywa dostosowanie serwisu do wymogów oprogramowania umożliwiającego odczytanie strony poprzez syntezytor mowy za pomocą screen readera lub przeglądarki z wbudowanym syntezytorem. Najczęstszym rozwiązaniem jest wykonanie wersji tekstowej strony, prezentującej treści w sposób liniowy. Oprogramowanie generujące mowę czyta zawartość strony od początku pliku a zatem od góry strony do dołu, co wpływa na sposób przygotowania wersji testowej. Treści powinny być przygotowane w taki sposób, by po usłyszeniu kilku pierwszych zdań użytkownik wiedział czego dotyczy dana strona i czy jest dla niego interesująca. Język powinien być prosty, jasny, bez zbędnych ozdobników.

Decydując się na tego typu rozwiązanie, zgodnie z obecnymi trendami, powinno się zapewnić użytkownikom bezpłatny dostęp do programu umożliwiającego odczytanie strony. Takich programów jest na rynku bardzo wiele. W większości są to rozwiązania płatne, lecz zarówno rozpiętość cenowa licencji jak i sposoby licencjonowania są tak różnorodne, że nie jest trudno znaleźć rozwiązanie dostosowane do potrzeb własnego projektu.

W Polsce najczęściej strony takie buduje się z wykorzystaniem Intelligent Web Reader'a - "mówiącej" przeglądarki internetowej. Oprogramowanie jest darmowe dla końcowego użytkownika. Po dodaniu do strony specjalnego profilu może być ona w łatwy sposób odczytana dzięki wbudowanemu w przeglądarkę syntetycznemu głosowi. Wszystkie strony internetowe dostosowane do potrzeb IWR są umieszczone specjalnej liście „mówiących stron” (<http://www.ivo.pl/iwr/lista.htm>) i mogą ubiegać się o logo „mówiąca strona internetowa” (warunkiem uzyskania logo jest wsparcie finansowe programu).

Zaletą tego typu rozwiązań jest jego pełna dostępność dla osób niewidomych, niedowidzących i mających problemy ze wzrokiem bez konieczności posiadania specjalistycznego sprzętu na dowolnym komputerze wyposażonym w głośniki. Jest to też rozwiązanie o dużym potencjale komunikacyjnym.

Wadą rozwiązania jest jego koszt. Konieczne są zarówno prace w samym serwisie www jak i inwestycja w zewnętrzną licencję umożliwiającą korzystanie z oprogramowania umożliwiającego odczytanie strony.

Zamek – opis projektu

Po rozważeniu wszystkich możliwości Zamek zdecydował się na przygotowanie osobnej wersji serwisu z rozwiązaniami dedykowanymi niepełnosprawnym.

Głównym założeniem projektu było to, że wersja dla osób niepełnosprawnych powinna być w pełni zintegrowana z podstawową wersją serwisu, rozwijać się równoległe z nią, zapewnić skalowalność (czyli elastyczną rozbudowę) i umożliwiać łatwą aktualizację zawartości. Osiągnięto to dzięki opracowaniu dodatkowego stylu graficznego wprowadzonego za pośrednictwem stylów CSS czyli specjalnych plików definiujących kroje, wielkości, kolory czcionek projektu www Zamku Królewskiego. To najprostsze podejście okazało się najskuteczniejsze, gdyż nie wymaga od właściciela dodatkowych prac związanych z wersją dla niedowidzących. Wszelkie aktualizacje prowadzone są na serwisie głównym, a system CMS automatycznie generuje wersję o odmiennych stylach zgodną z ustalonym standardem dla niedowidzących. Zastosowany w serwisie autorski system CMS opracowany przez SUPERMEDIA Interactive nie generował potrzeby dobudowania dodatkowych kosztownych modułów. Zapewnił spójność zarówno ze standardem W3C jak i WCAG oraz dobrą czytelność serwisu dla programów typu screen reader.

Style zastosowane w wersji dla niedowidzących zapewniają wysoki kontrast prezentowanych treści, powiększenie czcionek i zwiększenie czytelności elementów nawigacyjnych oraz odejście od zbędnych elementów flash na korzyść dobrze opisanych statycznych elementów graficznych. W planowaniu szczegółów rozwiązania istotnym elementem był dobór barw silnie kontrastowych (biel, czerń, żółć) i konsekwentne ich zastosowanie z absolutnym wykluczeniem barw będących problematycznymi dla osób z zaburzeniami rozróżniania kolorów (zieleń, czerwień). Ważne było również zastąpienie stałych elementów graficznych (logotypy) ich wersjami o wysokim kontraście. Zgodnie z wytycznymi WCAG wszelkie obrazki zostały zamieszczone wraz z przyjaznymi opisami, które zapewniają równowagę przekazu wizualnego.

Po szczegółowym rozważeniu tematu nie zdecydowaliśmy się na zastosowanie mechanizmu skrótów klawiszowych. Analiza skrótów udostępnianych przez przeglądarki i programy typu screen reader wykazała, że nie ma spójnych standardów korzystania ze skrótów. Wielość rozwiązań i często sprzeczne wykorzystanie tych samych skrótów mogły być mylące dla użytkowników. Uznaliśmy więc, że korzystniejsze będzie dążenie do prostoty i zastosowanie czytelnej i odpowiednio wyeksponowanej nawigacji.

Do wersji serwisu dla niedowidzących i niewidomych można wejść poprzez specjalną ikonę. Jest ona eksponowana w stałym miejscu – w górnym prawym rogu serwisu, na samym początku strony, co zwiększa szansę odnalezienia jej przez niewidomych. Osoby korzystające z tzw. „gadaczy”, czyli programów czytających strony www, są zmuszone do posuwania się po stronie od góry w dół. Dlatego na początku strony zamieszczony został również link do mapy serwisu - kolejnego rozwiązania ułatwiającego korzystanie ze stron.

Warto wspomnieć, że dostosowanie wersji serwisu do potrzeb osób niewidomych i niedowidzących nie ogranicza się do wdrożenia rozwiązań prezentacji graficznej i standardów kodowania. Wymaga ono także odpowiedniej i przemyślanej pod kątem grupy struktury informacyjnej serwisu. Jak już wiemy, Internauta jest zmuszony do czytania strony od początku do końca, zatem kolejność prezentowania treści od ogółu do szczegółu, tak istotna w budowaniu stron www, nabiera w tym przypadku szczególnej roli. Mając to na uwadze, w witrynie Zamku Królewskiego, szczególną wagę przyłożono do wartości komunikacyjnej etykiet nawigacji, tytułów artykułów i nagłówków. Odpowiednio pogrupowano również i ograniczono ilości elementów nawigacyjnych i linków na stronie.

Nie tylko dla niewidomych

Chociaż do tej pory skupiliśmy się przede wszystkim na opisaniu w jaki sposób strony internetowe mogą być dopasowane do potrzeb osób niepełnosprawnych, na koniec warto dodać, że tak przygotowane serwisy mają szersze zastosowanie. Dzięki spełnieniu norm WCAG zdefiniowanych przez W3C serwis może być dostępny dla użytkowników o nietypowych potrzebach, mających różne trudności z użytkowaniem Internetu. Będą mogły z niego skorzystać osoby starsze, które często mają słaby wzrok i nie są tak sprawne w poruszaniu się po sieci jak ludzie młodzi – uproszczona, intuicyjna struktura serwisu ułatwi im poruszanie się po nim. Tak zbudowany serwis można kierować również do pracowników dużych korporacji, którym restrykcyjna polityka bezpieczeństwa uniemożliwia przeglądanie wybranych elementów serwisów (np. Flash, skrypty). Jak widać opisane rozwiązania mają znacznie większy potencjał i zwiększają dostępność stron internetowych dla różnych grup odbiorców.

autorzy:

Anna Kopczyńska, Kierownik Działu Client Service, akopczynska@smi.pl

Anna Kostro, Internet Consultant, akostro@smi.pl

Kinga Szydzińska, Marketing Manager, kszydzinska@smi.pl

SUPERMEDIA Interactive zajmuje się tworzeniem indywidualnych rozwiązań internetowych i mobilnych, wspierających firmy w realizacji ich kluczowych celów biznesowych, wizerunkowych i informacyjnych.

SMI oferuje doradztwo oraz projektowanie serwisów internetowych, ekstranetów i intranetów, rozwiązań e-commerce, rozwiązań komunikacji mobilnej. Specjalizuje się w obsłudze firm działających w sektorach: finansowym, ubezpieczeniowym, mediów i rozrywki, przemysłowym, usługowym, telekomunikacyjnym, IT.

Do klientów SMI należą m.in.: Lukas Bank, Bank Ochrony Środowiska, Polskie Towarzystwo Ubezpieczeń, Grupa PZU, Raiffeisen Leasing, ING Lease, Giełda Papierów Wartościowych, Radio ESKA, Edipresse Polska, PKN ORLEN, APSYS, PKP Intercity.

SUPERMEDIA Interactive działa na rynku od 1996 roku - początkowo w ramach spółki SUPERMEDIA, a od marca 2007 roku jako samodzielna spółka. SMI wchodzi w skład silnej grupy kapitałowej ZPR S.A., do której należą SUPERMEDIA, IDM Net, Afilo, Ad Action, Radio ESKA, Murator.