

# Włącz się do gry

Raport Życie w społecznościach  
Czerwiec 2026

**INGKA**<sup>™</sup>  
CENTRES



# Spis treści

Wszystko, co znajdziesz w tym raporcie.

<b>Rozgrzewka</b> W skrócie: cel i tematyka raportu. 03	<b>Wciśnij start</b> Dlaczego zabawa jest kluczowa dla wszystkich, jak bardzo jest odsuwana na dalszy plan i dlaczego czas zrobić dla niej miejsce. 06	<b>Gry i zabawy</b> Jak dorośli spędzają czas poza domem, jakie napotykają bariery i jakie są ich potrzeby względem miejsc spotkań. 14	<b>Barwy przyszłości</b> Jak zmienić zapał do zabawy w ponadczasowe pomysły i aranżacje. 22	<b>Finałowa rozgrywka</b> Od analizy do działania: zabawa jako strategia projektowa oraz kolejne kroki. 31
---	--	--	---	--

# Dlaczego zabawa ma znaczenie właśnie dzisiaj?

## Zawsze ciekawi nas, jak się żyje w naszych społecznościach.

W Ingka Centres dążymy do tworzenia przestrzeni, w których ludzie mogą nie tylko robić zakupy, ale także spotykać się, czerpać inspirację, zjeść smaczny posiłek, poszerzać swoją wiedzę, doświadczać czegoś nowego i przede wszystkim miło spędzać czas. Nazywamy je „miejscami spotkań”. Sposób, w jaki powołujemy je do życia, jest bardzo prosty: we wszystkim, co robimy, stawiamy potrzeby, życzenia i pragnienia ludzi zawsze na pierwszym miejscu.

W 2023 roku postawiliśmy sobie za cel bliżej poznać lokalne społeczności w pięciu krajach. Dlaczego? Żeby lepiej zrozumieć nawyki, potrzeby i aspiracje ludzi związane ze spędzaniem czasu poza domem. Ta pełna niespodziewanych odkryć i nowych spostrzeżeń podróż zaowocowała powstaniem naszego pierwszego raportu Życie w społecznościach.

Jednym z najciekawszych wniosków z pierwszego raportu było to, że ludzie w każdym wieku szukają nowych i odmiennych sposobów na odpoczynek, relaks i kontakt z innymi poza domem.

To odkrycie, wraz z wnioskami z IKEA Play Report, skłoniło nas do zbadania wpływu zabawy poza domem – oraz potencjalnych korzyści dla miejsc spotkań, marek i społeczności.

## Przed Wami druga edycja raportu Życie w społecznościach!



**11,8 odwiedzających na sekundę**

Przy każdym odbiciu piłki (mniej więcej) do miejsc spotkań Ingka Centres wchodzi około 11 osób.

# Podsumowanie

Pierwszy raport Życie w społecznościach pokazał, że chętnie szukamy nowych sposobów na spędzanie czasu poza domem. Czy rozrywka może być kluczem? Ten raport bierze pod lupę sens zabawy w świecie dorosłych i pokazuje, jak przekłada się ona na miejsca spotkań, marki czy budowanie wspólnoty.

## Potrzeba zabawy jest powszechna

Każdy ma prawo do zabawy – zgadza się z tym 8 na 10 dorosłych. Od odprężenia po budowanie więzi i nowe możliwości – większość z nas twierdzi, że rozrywka wzbogaca życie, a ponad połowa uważa ją za ważną część codzienności. Jednak bywa ona również ograniczana przez brak czasu, pieniędzy, utrudniony dostęp oraz normy społeczne. Jednocześnie 46% osób uważa, że w ciągu najbliższych pięciu lat będą mieć więcej czasu i możliwości na rozrywkę.

## Sposoby na relaks i rozrywkę

Kiedy dorośli szukają zabawy poza domem, najchętniej wybierają aktywności na świeżym powietrzu i wydarzenia kulturalne. Na podstawie raportu powstała paleta rozwiązań oferująca dorosłym sześć form zabawy, które zatrzymają ich w miejscach spotkań na dłużej: natura w mieście, oazy spokoju, centra aktywności społeczności, ukierunkowana zabawa, cyfrowe place zabaw oraz kąciaki kreatywne. Każda z tych propozycji odpowiada na potrzeby przynajmniej połowy dorosłych na całym świecie, zwłaszcza rodzin z dziećmi, młodszych dorosłych i osób z krajów takich jak Chiny czy Indie.

## Kolejne kroki dla miejsc zabawy

Miejsca spotkań stworzone z myślą o ciekawości, bliskości i radości zyskują na wartości w oczach ludzi, ożywiają społeczności i lepiej radzą sobie na

rynku. Potencjał komercyjny jest jasny: przestrzenie do zabawy sprzyjają dłuższym wizytom, większym zakupom i wzrostowi lojalności. Rekomenduje się cztery zmiany, żeby współtworzyć przestrzenie sprzyjające rozrywce:

1. Uczynić rozrywkę kluczową zasadą projektowania.
2. Zbudować sieć przestrzeni sprzyjających rozrywce.
3. Korzystać z palety różnorodnych pomysłów na rozrywkę.
4. Współtworzyć z lokalnymi społecznościami.

Zróbmy miejsce na zabawę – wspólnie i dla każdego.

## Dowiedz się więcej

[centrespr@ingka.com](mailto:centrespr@ingka.com) (zapytania prasowe)  
[leasing.global.gl@ingka.com](mailto:leasing.global.gl@ingka.com) (zapytania o leasing)  
[Ingka Centres na LinkedIn](#)  
[www.ingkacentres.com](http://www.ingkacentres.com)

# Metodologia

**3000** dorosłych

**6** krajów

**8** eksperckich głosów

**2** badania

**1** raport

Ten raport to próba zrozumienia, co rozrywka daje dorosłym i jak dzięki niej możemy tworzyć lepsze miejsca spotkań. Badania łączą jakościowe analizy trendów przyszłości z ilościowymi wywiadami kwestionariuszowymi.

## **Przyszłość i analizy jakościowe**

Future Minds, firma zajmująca się prognozowaniem i doradztwem w zakresie innowacji, zaczęła od zbadania, jak zmienia się rozrywka

i co to oznacza dla miast oraz miejsc spotkań. Prace objęły wywiady z ośmioma ekspertami i liderami zmian, przegląd publikacji oraz trendów związanych z rozrywką, dobrostanem i funkcjonowaniem miast, a także analizę konkretnych przykładów miejskich stref zabawy i inicjatyw społecznych.

## **Badanie ilościowe**

Firma Ipsos, specjalizująca się w badaniach rynku i opinii, zweryfikowała

następnie wnioski z analizy jakościowej za pomocą ankiety internetowej w Chinach, Indiach (NCT Delhi), Polsce, Hiszpanii, Szwecji i Wielkiej Brytanii. Łącznie przeprowadzono 3000 wywiadów z reprezentatywną dla kraju próbą osób w wieku 18+ (po 500 wywiadów na każdy rynek).

## **Raport**

Raport to połączenie obu badań. Wszystko to pozwala realnie spojrzeć

na to, dlaczego rozrywka jest dziś tak ważna, jak dorośli spędzają wolny czas, czego oczekują i jak na te potrzeby mogą odpowiedzieć miejsca spotkań, marki oraz społeczności.

*Uwaga: W tym raporcie „średnia globalna” odnosi się do odpowiedzi udzielonych na dane pytanie przez wszystkich respondentów z każdego kraju, w którym prowadzono badania.*

# 1. Wciśnij start

Zabawa nie jest tylko dla dzieci – to dzięki niej ludzie i miejsca budzą się do życia.



Co mamy  
na myśli,  
mówiąc  
o zabawie?

**Aktywności  
nastawione  
na przyjemność  
i satysfakcję –  
podejmowane w sieci  
lub poza nią, pod dachem  
lub na zewnątrz – które  
promują dobre samopoczucie,  
kreatywność i budowanie więzi  
między ludźmi.**

# Zabawa dla ludzi

Zamknij oczy i pomyśl o zabawie.

Czy w twojej głowie pojawiły się zabawki, place zabaw, dzieci? Być może uświadamiasz sobie właśnie, że brakuje ci takich chwil na co dzień. To powszechne wrażenie. Zabawa nie jest zarezerwowana tylko dla dzieci – stanowi ona fundamentalną potrzebę każdego człowieka.

Niestety w prozie życia – gdzieś pomiędzy latami nauki a arkuszami kalkulacyjnymi – wiele osób po cichu o niej zapomina. Bywa postrzegana jako dziecinna, mało poważna, stanowiąca jedynie zbędny luksus.

To nieprawda. Większość dorosłych nie tylko wierzy w rozrywkę – ponad połowa mówi, że to ważna część ich codzienności, na którą znajdują czas nawet wtedy, gdy mają dużo na głowie.

To nie jest kaprys ani luksus. To priorytet. A przemyślane, zorientowane na zabawę projektowanie może ten potencjał uwolnić.



*8 na 10 dorosłych uważa,  
że każdy zasługuje na  
chwilę zabawy, bez  
względu na wiek.*

Tylko

**15%**

dorośli uważa,  
że rozrywka to  
strata czasu.

**20%**

uważa, że zabawa  
jest tylko dla dzieci.

**52%**

uważa zabawę za  
ważną część swojej  
codziennosci.

**„Jest zbyt  
ważna,  
by z niej  
rezygnować”.**

Karen Feder,  
Lab for Play Design



# Zabawa się opłaca

Zabawa to czysta przyjemność. Też to czujesz?

Jeśli tak, jesteś po stronie większości. Dla większości dorosłych zabawa to sposób na lepszą równowagę w życiu, głębsze relacje i lepszą codzienność – nawet w obliczu poważnych wyzwań i niepewnych czasów. Warto traktować ją nie tylko jako sposób na poprawę nastroju, ale jako ważną życiową umiejętność. Jest niezbędna jak tlen. Daje poczucie, że wszystko jest możliwe, i pomaga przetrwać nawet w momentach największego napięcia. Jest tak samo ważna dla dobrego samopoczucia jak oddychanie czy poczucie przynależności.

Wykorzystanie potencjału zabawy stwarza doskonałe perspektywy biznesowe. Ludzie pamiętają wizyty, które ich zaskoczyły, sprawiły przyjemność i pozwoliły nawiązać relację z inną osobą. Wracają. Przyprawiają ze sobą innych.

Dla miejsc spotkań, marek i społeczności, dawanie radości nie jest jedynie opcjonalnym dodatkiem. To po prostu mądry wybór.

**„Nasze umiejętności społeczne powoli znikają... Wspólna zabawa ułatwia nawiązywanie kontaktów podczas angażujących, pozytywnych aktywności”.**

Ryan K. Rosen, założyciel Friendly Futures

**70%**

osób twierdzi, że znalezienie równowagi między pracą a zabawą poprawia ich samopoczucie.

**3 w 4**

dorosłych zgadza się, że wspólna zabawa zbliża ludzi i wzmacnia więzi emocjonalne.

**61%**

osób uważa, że dbanie o zabawę w ciągu dnia wzbogaca ich życie.

## Czas na przerwę

L	O	X	E	E	R	P	O	L	E	D	B	P	T
E	E	X	A	P	U	B	P	H	N	O	E	A	E
Y	G	R	R	L	P	J	R	U	R	R	P	U	P
E	O	M	R	E	E	P	O	Y	O	N	H	J	O
L	C	O	R	N	E	R	K	L	P	L	N	X	R
P	Y	E	O	U	G	L	R	E	O	O	B	E	Y
E	A	P	J	A	S	E	H	H	B	U	R	N	H
U	N	R	I	E	H	D	A	E	R	N	N	X	I
X	P	L	O	S	O	P	O	N	E	G	O	O	S
P	L	N	E	H	P	E	A	E	A	E	E	O	N
Y	A	L	N	Y	P	H	T	P	K	P	Y	G	L
U	Y	N	A	M	I	D	I	G	Y	O	J	L	A
L	M	P	Y	R	N	R	M	K	O	M	J	D	E
H	R	L	Y	P	G	L	E	N	G	X	G	Y	U

PLAY  
~~TIME~~  
RELAX

GROUND  
SHOPPING  
HAPPY

JOY  
LOUNGE

BREAK  
CORNER

# Nie ma się z czego śmiać

Zabawa może być ważna, ale bywa ograniczana.

Przez ostatnie 50 lat drastycznie ograniczyliśmy dzieciom możliwość swobodnej zabawy, wywołując tym samym poważny kryzys ich zdrowia psychicznego. Zabawa u dorosłych jest często odrzucana jako coś błahego, pomimo dowodów wskazujących na to, że więcej zabawy oznacza mniej stresu, lepsze radzenie sobie z trudnościami i większą satysfakcję z życia<sup>1</sup>.

Ponad połowa dorosłych jest zdania, że świat dotknął kryzys zabawy. Co znamienne, bardziej niepokoją się o innych niż o samych sobie: o ile tylko 29% ankietowanych deklaruje, że ich własny czas na zabawę skurczył się w ciągu minionych pięciu lat, o tyle aż 63% uważa, że inni ludzie bawią się mniej niż dziesięć lat temu. Wychodzi na to, że z nami wszystko w porządku – to wszyscy inni mają z tym problem.

<sup>1</sup> Światowa Organizacja Zdrowia 2024 i 2025

Ludzie często winią technologię – 69% osób twierdzi, że ekrany zastąpiły tradycyjną zabawę, ale aż 47% uważa, że całkiem dobrze radzą sobie z zachowaniem równowagi.

Zatem choć zabawa nie znika, jej pozycja staje się zagrożona. Jest ograniczana przez czas, pieniądze, technologię i miejsca, w których na co dzień funkcjonujemy.

**„Zostaliśmy wychowani w przekonaniu, że zabawa to strata czasu. Jednak zabawa nie jest przeciwieństwem rygoru – jest na niego lekarstwem”.**

Tabitha Dell'Angelo, inicjatorka programu edukacji miejskiej

## Kto najmocniej odczuwa niepokój z powodu kryzysu zabawy?

Grupa wiekowa  
**18–34**  
(59%)

Płeć  
**kobiety**  
(54%)

Kraj  
**Indie**  
(76%)

Poziom dochodów  
**Średni**  
(57%)

*Globalny kryzys zabawy przejawia się obniżeniem jej dostępności oraz pogorszeniem warunków do podejmowania aktywności nastawionych na zabawę dla ludzi na całym świecie. Często dzieje się tak z przyczyn ekonomicznych, społecznych lub środowiskowych.*

# Wszystko przed nami

A jednak coś się zmienia.

W codziennym życiu rodzin ponownie pojawia się przestrzeń na radość i bez troskę<sup>2</sup>. Prawie połowa dorosłych uważa, że w ciągu najbliższych pięciu lat będzie mieć więcej czasu i środków na zabawę, a tylko 14% spodziewa się, że będzie ich mniej. To nie pesymizm. To wyraz stłumionych dotąd potrzeb.

Aktywność rekreacyjna dorosłych już teraz obejmuje więcej przestrzeni, niż powszechnie przypuszczamy. Ponad jedna trzecia dzieli swój czas na zabawę po równo między dom a przestrzeń poza domem. A kiedy zapytaliśmy o preferowane aktywności w przestrzeniach publicznych, na pierwszym miejscu respondenci wskazali kontakt z naturą, wydarzenia kulturalne i swobodę odkrywania.

Jak na te trendy mogą zatem odpowiedzieć zarządzający miejscami spotkań i markami? Pytanie nie brzmi, czy ludzie poszukują zabawy poza domem. (Bo to oczywiste). Chodzi o to, czy zabawa jest możliwa w miejscach, które odwiedzają – czy też wizyta polega jedynie na „załatwieniu sprawy” i powrocie do domu.

<sup>2</sup> IKEA Play Report 2024



## Rozbieżność w nastrojach

Mieszkańcy krajów azjatyckich patrzą z dwa razy większą nadzieją na przyszłe perspektywy zabawy niż mieszkańcy krajów europejskich. Co jest powodem tej różnicy?



40%

Spędzanie czasu w otoczeniu zieleni



37%

Wyjście do kina



22%

Poznawanie zakątków miasta

*Najbardziej pożądaną aktywności w przestrzeniach publicznych*

# Gdzie dorośli spędzają czas wolny?

**29%**

Głównie w domu

**37%**

W równym stopniu w domu i poza nim

**30%**

Głównie poza domem

**46%**

dorośli uważa, że za pięć lat będą mieć więcej czasu i środków na zabawę.

# 2. Gry i zabawy

Jak dorośli bawią się w wolnym czasie – i co im tę zabawę umożliwia.



# Liczenie minut

Zastanów się: ile czasu w tygodniu przeznaczasz na zabawę?

Choć może to dziwić, ponad 95% dorosłych deklaruje, że regularnie dba o chwile rekreacji – choćby w minimalnym wymiarze. Dla większości limit tygodniowy to zaledwie kilka godzin, a zabawa jest sprowadzona do krótkich chwil pomiędzy wszystkimi codziennymi obowiązkami.

Ogólnie rzecz biorąc, czas na zabawę u dorosłych nie zmienił się znacząco w ciągu ostatnich pięciu lat. Niektórzy mają na to więcej czasu, inni mniej, ale w przypadku najliczniejszej grupy respondentów wskaźniki te pozostają bez zmian.

Czy ta stabilizacja to powód do optymizmu? Niekoniecznie. W pędzącym, szybko zmieniającym się świecie to właśnie te krótkie chwile najłatwiej możemy utracić.



## Od słów do czynów

W Chinach 63% dorosłych przeznaczają na zabawę ponad 2 godziny tygodniowo. To aż o 28 punktów procentowych więcej niż średnia!

*Tygodniowy czas przeznaczany przez dorosłych na zabawę w minutach (wartości procentowe zaokrąglone)*

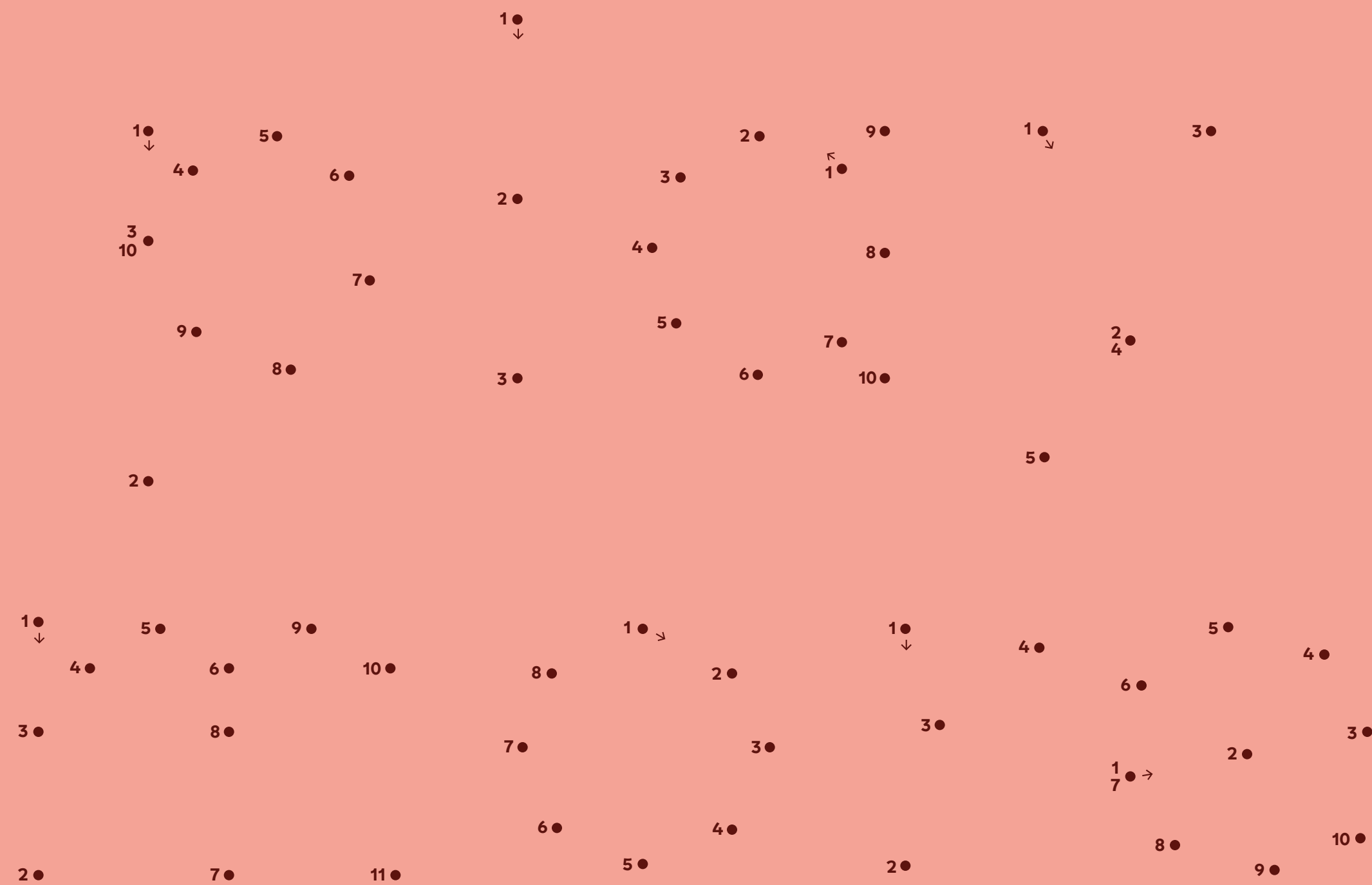
**35%** >120 min

**46%** 30–120 min

< 30 min **15%**

0 min **5%**

## Czas na przerwę



# Czas na własną zabawę dorosłych obecnie a 5 lat temu

**29%**

Teraz mniej czasu

**36%**

Mniej więcej tyle samo

**32%**

Teraz więcej czasu

# Zabawa poza domem

Dorośli poza domem potrafią się świetnie bawić.

Ich ulubione miejsce? Na zewnątrz. Ponad dwie trzecie dorosłych spędza każdego miesiąca czas na terenach zielonych – to zdecydowanie ich ulubiona forma zabawy – podczas gdy prawie połowa lubi odkrywać miejskie zakątki. Wiele osób lubi też rozwijać swoje pasje kulturalne, sportowe i artystyczne.

Bliższe spojrzenie ujawnia wyraźne tendencje. Mimo wielości zachowań ludzie zwykle wykazują określone



7 na 10 dorosłych spędza czas w przestrzeniach zielonych przynajmniej raz w miesiącu.

preferencje: wybierają ruch, eksplorację, stymulowanie wyobraźni, rywalizację albo działania kreatywne. Każdy spędza czas wolny po swojemu. Tak jest od zawsze.

Miejsca spotkań, marki i społeczności nie muszą zaspokajać tych wszystkich potrzeb jednocześnie. Kluczem do sukcesu jest analiza lokalnej specyfiki i dopasowanie do niej oferty.

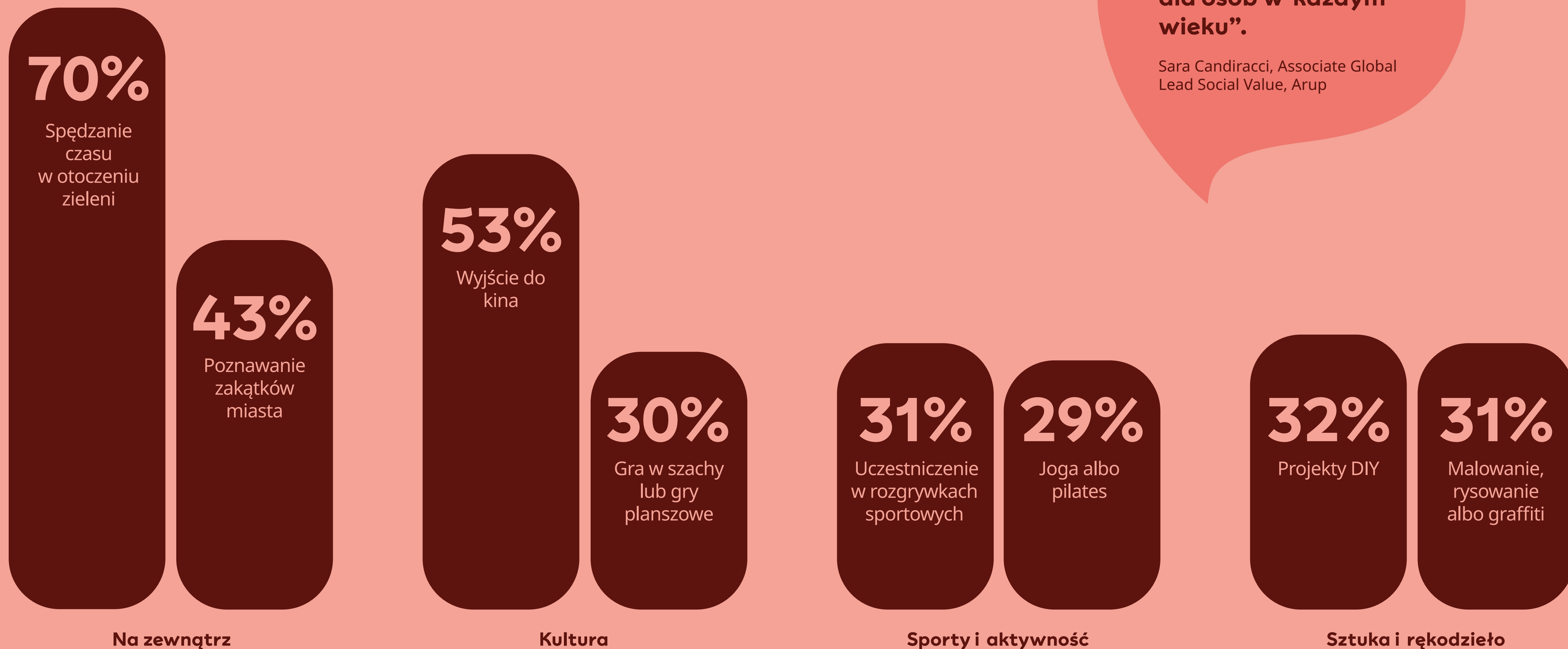


**15%**

Czy Szwedzi w pełni korzystają z uroków przyrody? Choć 85% z nich mieszka w pobliżu terenów zielonych, to regularny odpoczynek w takich miejscach deklaruje jedynie 70%. Co zatem robi cała reszta?



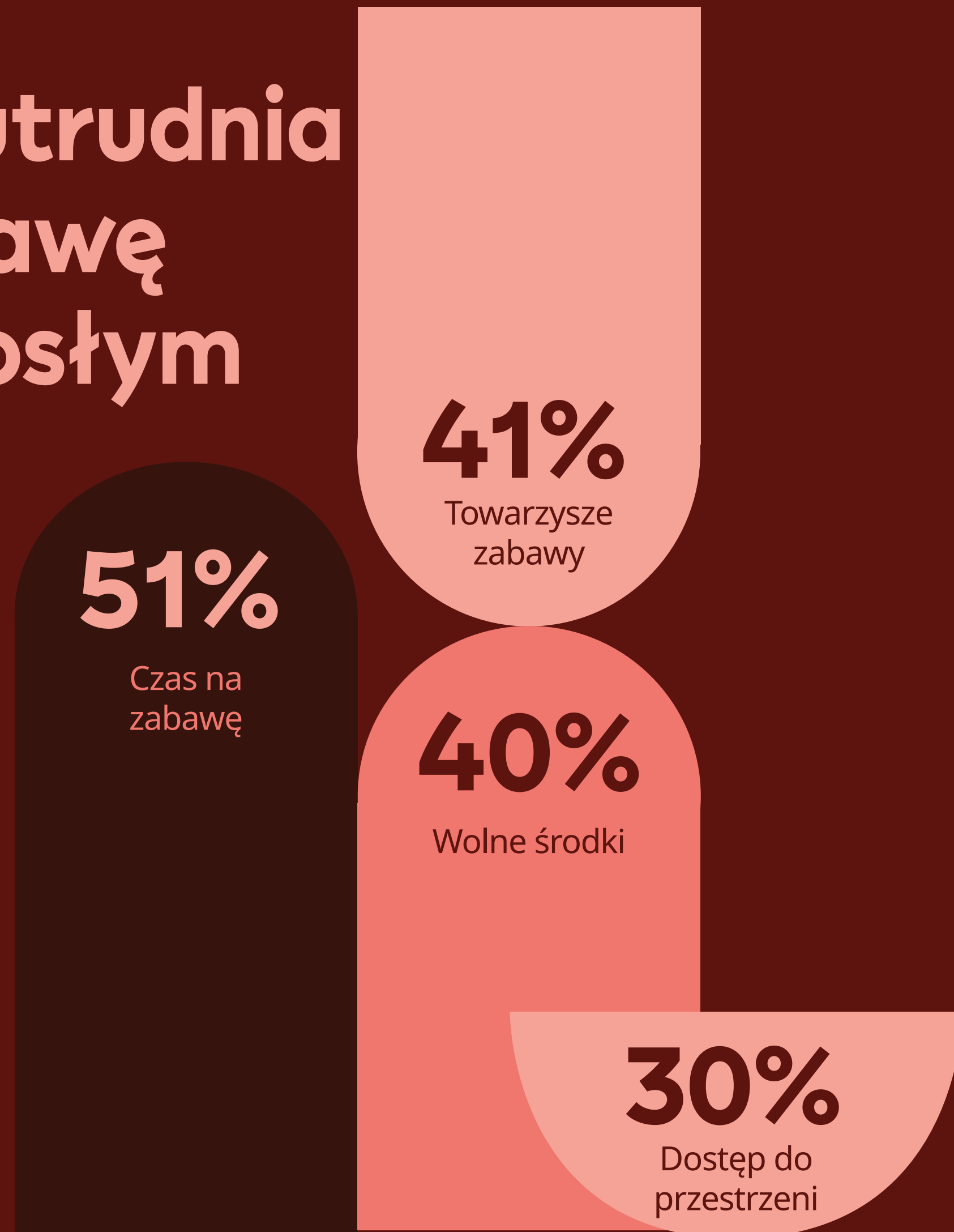
## Najczęstsze aktywności dorosłych poza domem



„Kontakt z naturą jest bardzo ważny dla osób w każdym wieku”.

Sara Candiracci, Associate Global Lead Social Value, Arup

## Co utrudnia zabawę dorosłym



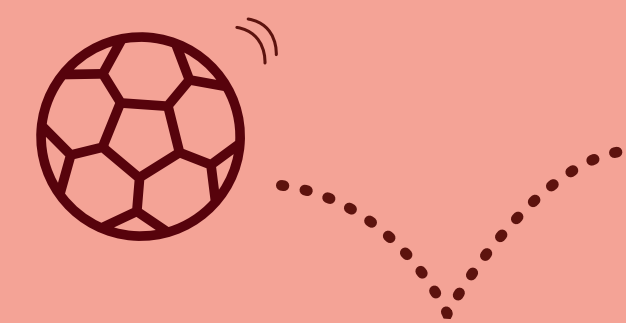
# Na drodze do zabawy

Oczywiście, droga do zabawy rzadko bywa prosta.

Przeszkody są zawsze te same: brak czasu, pieniędzy, towarzystwa czy odpowiedniego miejsca.

Główny powód, na który wskazuje ponad połowa dorosłych? Brak czasu. W natłoku codziennych obowiązków zabawa często schodzi na dalszy plan – nie dlatego, że brakuje na nią chęci, ale dlatego, że inne sprawy zawsze mają pierwszeństwo.

Przestrzenie też odgrywają dużą rolę. Choć 52% dorosłych uważa, że lokalne przestrzenie publiczne sprzyjają rozrywce, prawie jedna trzecia dostrzega utrudniony dostęp do tych miejsc. Dla zarządzających miejscami spotkań, marek i społeczności to zarazem ostrzeżenie i szansa.



## Bariery

Gdzie bariery dają się najbardziej we znaki? Pod względem finansów przoduje Wielka Brytania, braku towarzystwa – Chiny, a w kwestii przestrzeni – Indie. Brak czasu? To z kolei problem globalny.

# Wejdziesz. Kup. Wyjdziesz.

Pomysł na pełne zabawy przestrzenie publiczne na papierze wygląda super, ale w rzeczywistości nie obywają się bez zgrzytów. W rzeczywistości aż trzy na cztery osoby dorosłe dostrzegają przynajmniej jedną przeszkodę w zabawie w centrach handlowych i innych miejscach spotkań. Jak sobie z tym poradzić? Zrozumieć bariery i zmodyfikować ofertę.

Dane potwierdzają, że dorośli często żyją w pośpiechu. Dla co trzeciej osoby centrum handlowe to miejsce na załatwienie spraw, a nie na nowe doświadczenia – chcą po prostu wejść, zrobić, co trzeba i wyjść. Koszt to kolejna przeszkoda, szczególnie dla kobiet. Istnieje też bariera społeczna – prawie co czwarta osoba dorosła, a w szczególności ludzie młodszy, rezygnuje z zabawy z obawy przed śmiesznością.

Zarządzający miejscami spotkań, marki i społeczności mają niepowtarzalną okazję, aby zmienić zasady gry. Zapewniając łatwo dostępną, niedrogą i wolną od skrępowania zabawę, mogą zamienić podejście „wejdź, kup, wyjdź” na „wejdź, zrelaksuj się, zostań”.

33%

Chcę tylko zrobić, co trzeba i wyjść

28%

Nie mam pieniędzy na zabawę

23%

Zabawa poza domem byłaby dla mnie krępująca

14%

Nie czuję potrzeby ani chęci na zabawę

*Przeszkody w zabawie dorosłych w centrach handlowych*

**„Dorośli często brakuje pewności siebie w poszukiwaniu zabawy, ale w bezpiecznej i wolnej od krytyki przestrzeni potrafią się rozluźnić i otworzyć na rekreację”.**

Sara Candiracci

# Moje życzenie...

Zapytaliśmy dorosłych, co chcieliby robić w przestrzeniach publicznych. Potraktujmy to jako ich listę życzeń.

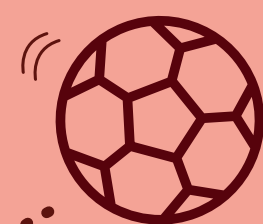
Na czele wciąż są obszary zielone – cztery na dziesięć osób potrzebuje bliskości natury. Na drugim miejscu, z minimalną stratą zaledwie 3 punktów procentowych, znajduje się kino – dla porównania, w przypadku obecnych nawyków ta różnica wynosi aż 17 procent. Pomiedzy marzeniem a rzeczywistością filmy zaczynają odgrywać coraz większą rolę.

Pozostałe pozycje na liście obejmują aktywności takie jak zwiedzanie,

rywalizacja sportowa czy rysowanie. Około jedna na pięć osób chce po prostu pospacerować po okolicy, a co szósta ładuje akumulatory poprzez sport, jogę lub pilates. Aktywności kreatywne zamykają pierwszą dziesiątkę listy.

W Chinach i Indiach ludzie szczególnie chętnie wplatają zabawę w codzienne życie – od kontaktu z naturą i sportu po warsztaty praktyczne i zajęcia edukacyjne.

Dla zarządców miejsc spotkań, marek i społeczności może to stanowić podstawę do opracowania strategii działań. Pierwszy krok w stronę stworzenia bardziej przyjaznej i pełnej zabawy przyszłości.



## Zwrot ku naturze

Czy z wiekiem bardziej cenimy naturę? Starsze pokolenie stawia na pierwszym miejscu tereny zielone, z kolei osoby w wieku 18–34 lat wybierają kino.

**40%** Spędzanie czasu w otoczeniu zieleni

**37%** Wyjście do kina/ obejrzenie filmu

**22%** Poznawanie zakątków miasta

**17%** Rozgrywki sportowe (np. piłka nożna, koszykówka)

**16%** Joga albo pilates

**16%** Projekty DIY

**16%** Gra w szachy lub gry planszowe

**15%** Wystawy fotograficzne i artystyczne

**14%** Malowanie, rysowanie, graffiti

**13%** Kręgle lub bilard

## 10 najpopularniejszych aktywności w przestrzeni publicznej

# 3. Barwy przyszłości

Nowe oblicze miejsc spotkań  
sprzyjających rozrywce –  
praktyczne zastosowanie.



# Pięć wymiarów rekreacji

Ludzie szukają zabawy na różne sposoby. Ale gdy przyjrzeć się bliżej, wyłaniają się te same wzorce – wspólne ludzkie doświadczenia, które nie zależą od wieku, kultury ani geografii.

Który typ zabawy pasuje do Ciebie? A jak wygląda to w przypadku odwiedzających, klientów i członków społeczności? Każda osoba preferuje przynajmniej jeden typ, a zazwyczaj kilka. I choć ich forma oraz cel mogą się zmieniać w zależności od pokolenia czy osobowości, to same typy pozostają uniwersalne. Można je traktować jako wspólny język – choć każdy posługuje się nim inaczej, wszyscy go rozumiemy.

Pięć rodzajów zabawy to idealny punkt wyjścia do projektowania przestrzeni, które trafiają w gusta wielu osób. Bez zachowania tej różnorodności, nie uda się przyciągnąć ludzi. Jak zrobisz to dobrze, zbudujesz miejsce, do którego ludzie będą chcieli wracać.

**Ruch:** aktywność fizyczna. Szczególnie kobiety, osoby po 35. roku życia i dorośli w Chinach i Indiach.

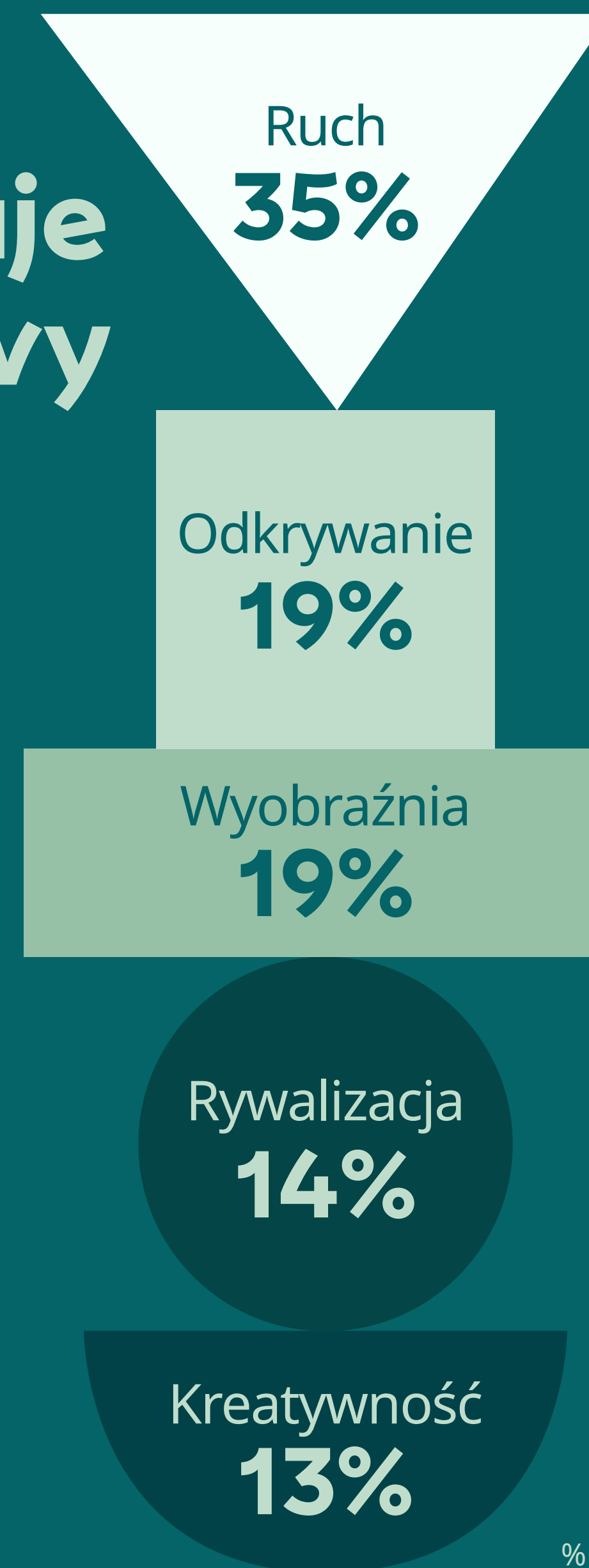
**Odkrywanie:** ciekawość i chęć poznawania. Szczególnie mężczyźni, osoby po 35. roku życia i dorośli w Polsce i Chinach.

**Wyobraźnia:** historie i głębokie doświadczenie. Szczególnie rodziny z dziećmi i dorośli w Hiszpanii i Polsce.

**Rywalizacja:** wyzwania i gry. Próba reprezentatywna dla kraju pod względem wieku i płci. Najwyższy wynik w Indiach i Hiszpanii.

**Kreatywność:** tworzenie i wyrażanie siebie. Szczególnie mężczyźni, osoby poniżej 35. roku życia i dorośli w Szwecji i Wielkiej Brytanii.

## Rodzaje zabawy



% dorosłych



„Oddajemy się różnym rodzajom zabawy. Czy jesteśmy również gotowi na ten typ rekreacji?”

Louise Aagard, Lab for Play Design

# Paleta zabawy

Świat się zmienia, a wraz z nim przestrzenie, w których jest miejsce na zabawę. Przed zarządcami współczesnych miejsc spotkań otwiera się dziś sześć możliwości, z których każda wynika z realnych zmian w sposobie życia, budowania relacji i odczuwania.

Wiele z tych zmian zachodzi na naszych oczach. Miasta stają się coraz bardziej zatłoczone, a dostęp do

natury jest coraz trudniejszy. Życie w dzisiejszych czasach cechuje rosnące poczucie osamotnienia i fragmentacji społecznej. Ludzie chcą spędzać czas wolny w sposób wartościowy, a kreatywność coraz bardziej wpływa na życie codzienne i budowanie własnej tożsamości.

Zwiastuny zmian widać już teraz – od ponownego zazieleniania miejskich parków i architektury czerpiącej

z przyrody, po centra aktywności dla społeczności i interaktywne wystawy pobudzające zmysły.

Dla zarządców miejsc spotkań, marek i społeczności lokalnych pytanie nie brzmi „czy reagować?”, ale „jak szybko?”.

# Sześć pomysłów na zabawę w przestrzeniach publicznych



% dorosłych zainteresowanych

# Który sposób na zabawę?

# Natura

- **Miejska przyroda** cieszy się popularnością wśród 70% osób wybierających aktywność fizyczną.
- Biorąc pod uwagę wiek, ten pomysł cieszy się największym uznaniem wśród osób powyżej 35. roku życia (68%).
- Z wynikiem 80% Chiny są państwem, w którym pragnienie bliskości z przyrodą jest najsilniejsze.

*w porównaniu ze średnią globalną wynoszącą 67%*

# czy technologia?

- **Cyfrowe place zabaw** przyciągają 69% rodzin z dziećmi.
- Młodzi mężczyźni mają to po prostu we krwi: w grupie 18–34 lata wynik jest o 14 punktów procentowych wyższy niż u osób w wieku 35–65 lat, a u mężczyzn o 11 punktów procentowych wyższy niż u kobiet.
- Osoby preferujące rywalizację to grupa najbardziej nastawiona na korzystanie z nowoczesnych technologii (57%).

*w porównaniu ze średnią globalną wynoszącą 52%*

# W samotności

- **Oazy spokoju** cieszą się dużym zainteresowaniem ze strony osób preferujących odkrywanie (61%).
- Pomysł ten bez większego szumu uplasował się na 2. pozycji w większości państw.
- Ta koncepcja ta spotyka się z wyjątkowo dobrym przyjęciem wśród kobiet: notują wynik o 7 punktów procentowych wyższy niż mężczyźni.

*w porównaniu ze średnią globalną wynoszącą 59%*

## czy w towarzystwie?

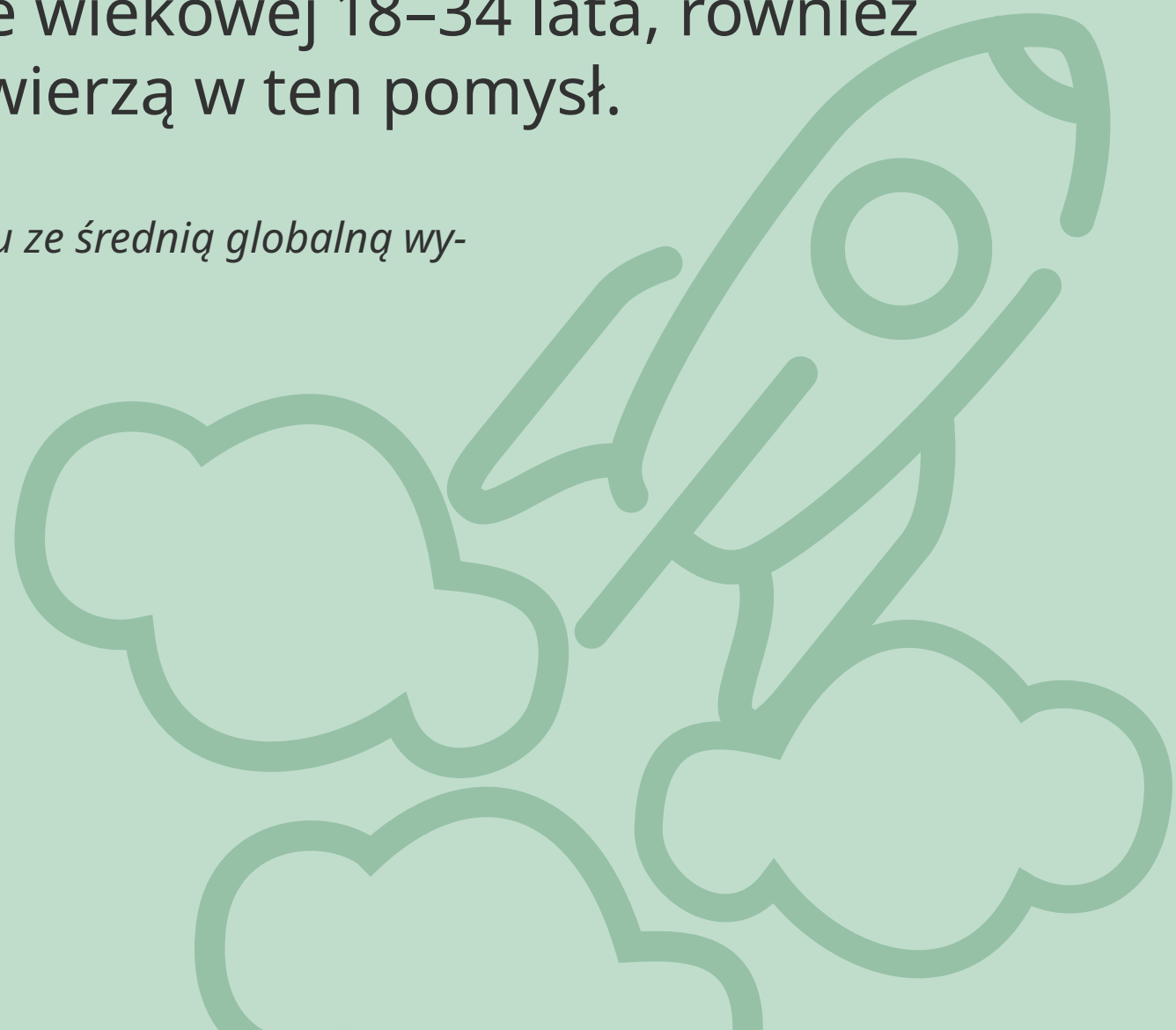
- **Centra aktywności dla społeczności** przyciągają 68% rodzin z dziećmi.
- Osoby preferujące rywalizację i ruch najmocniej skłaniają się ku temu pomysłowi (62%).
- Młodzi dorośli również wykazują entuzjazm wobec tego pomysłu: notują wynik o 6 punktów procentowych wyższy niż grupa 35–65 lat.

*w porównaniu ze średnią globalną wynoszącą 57%*

# Misja

- **Ukierunkowana zabawa** to najbardziej wartościowa opcja dla rodzin z dziećmi (72%).
- Indie wyprzedzają trendy: pomysł ten zajmuje tam 2. miejsce z wynikiem o 19 punktów procentowych wyższym od średniej.
- Osoby preferujące ruch i odkrywanie, a także w grupie wiekowej 18–34 lata, również mocno wierzą w ten pomysł.

*w porównaniu ze średnią globalną wynoszącą 54%*



# czy magia?

- **Kąciki kreatywne** to naturalne środowisko dla osób o profilu kreatywnym (60%), a także entuzjastów korzystania z wyobraźni.
- Ten pomysł pobudza wyobraźnię osób poniżej 35. roku życia (56%).
- Kobięca kreatywność ma się doskonale: +9 punktów procentowych w porównaniu do mężczyzn.

*w porównaniu ze średnią globalną wynoszącą 51%*



# Od rysunku do projektu

Czas na projektowanie!

Sam pomysł to za mało, liczy się jego realizacja. Wiemy już, dlaczego są ważne i dla kogo powstały. Teraz pora na najciekawszą część: jak to zrobić.

Wszystko – od kosza na odpady przez poręczę w przejściu – wysyła jasny sygnał: kto jest zaproszony do środka, jakie działania są wykonalne oraz jak będą czuć się tam ludzie. Prawdziwa praca zaczyna się wtedy, gdy trzeba dokonać właściwego wyboru dopasowanego do otoczenia i lokalnej społeczności.

Zaproszenie do zabawy nie wymaga wielkich gestów. Siedzisko w formie huśtawki albo małe wejście w kształcie dziurki od klucza mogą rozbudzić ciekawość. Czasem wystarczą drobne, przemyślane gesty, by otworzyć przestrzeń na zabawę.



## Natura w mieście

Pomyśl o żywych, pełnych zabawy przestrzeniach, które rosną, zmieniają się i zapraszają do odkrywania. A może warto zacząć od tymczasowego ogrodu lub skrzynek pełnych zapachów, do których każdy może podejść, dotknąć ich i powąchać?



## Oazy spokoju

Warto wziąć pod uwagę miejsca pełne spokoju i zadumy – prawdziwe schronienia dla wewnętrznych poszukiwań. Zacznij skromnie: mały kącik z ciepłym oświetleniem i poduszkami potrafi działać więcej, niż myślisz.



## Centra aktywności dla społeczności

Wyobraź sobie przestrzenie, które zapraszają do współtworzenia, celebrowania różnorodności i budują poczucie przynależności. Dobrym pomysłem może być cotygodniowy wieczór z grami planszowymi albo lokalny projekt artystyczny jednoczący mieszkańców.



## Ukierunkowana zabawa

Wyobraź sobie miejsca nastawione na wyzwania, w których ludzie wspólnie projektują i budują rozwiązania. Kawiarenka naprawcza lub warsztaty zrównoważonego rozwoju mogą doskonale łączyć zabawę z pożytecznym działaniem.



## Cyfrowe place zabaw

Wyobraź sobie hybrydowe formy zabawy łączące świat cyfrowy z fizyczną aktywnością. A gdyby tak przestrzeń miała interaktywną ścianę albo inteligentną podłogę reagującą na każdy krok?



## Kąciki kreatywne

Warto pomyśleć o otwartych strefach do opowiadania historii, odgrywania ról i nieskrępowanej ekspresji artystycznej. Dlaczego by nie otworzyć przestrzeni na lokalne występy, warsztaty prowadzone przez rówieśników lub tymczasowe stanowisko majsterkowania?

# Finałowa rozgrywka

Jak zatem to rozegrać?



# Co z tą zabawą?

Zabawa ma znaczenie w każdym wieku. To prawda, że ugina się pod ciężarem i stresem codzienności. Jednak dla większości dorosłych chwila relaksu może przynieść upragnione wytchnienie. Dodać odrobinę magii do codzienności.

Taki obrót spraw stawia zarządców miejsc spotkań przed kluczowym wyborem. Mogą nadal pełnić funkcję czysto zadaniową jako przestrzenie, w których po prostu „załatwia się sprawy”. Albo mogą przekształcić się w coś znacznie bardziej wartościowego: miejsca, w których warto zatrzymać się, pospacerować, spotkać, czegoś nauczyć, rozerwać się i dzielić ważnymi chwilami. Zabawa może decydować o tym, czy wpadamy gdzieś tylko na chwilę, czy zostajemy na dłużej. Szansa kryje się właśnie w tej przestrzeni pomiędzy przyzwyczajeniem a aspiracjami.

Sześć wspomnianych koncepcji i towarzyszący im entuzjazm – gdzie kluczową rolę odgrywają przestrzenie zielone oraz aktywność fizyczna – pokazują, że realizacja tych założeń jest w zasięgu ręki i odpowiada na realne potrzeby. Pora, by zarządcy miejsc spotkań, marki oraz społeczności zaczęły tworzyć ten nowy obraz.

**„Można chodzić po trawie”.**

Louise Aagaard

**Projektowanie z myślą o radości to nie kwestia estetyki, lecz element strategii.**

Gary Ware, założyciel Breakthrough Play

# Twoja kolej

Zabawa to coś więcej niż barwny dodatek do przestrzeni. To strategia projektowania, która wspiera włączanie, zdrowie i budowanie relacji w codziennym życiu. Dobro publiczne i komercyjna konieczność. Aby wykorzystać potencjał zabawy w miejscach spotkań, należy wdrożyć kilka ważnych zmian:

**1. Zabawa powinna stać się fundamentem projektu, a nie jedynie wisienką na torcie.**

Wprowadź zabawę do założeń projektowych od początku. Twórz projekty, które wzbudzają ciekawość, zachęcają do budowania relacji i sprawiają radość – usprawniając przy tym przepływ klientów i sprzedaż, a także podnosząc ogólną jakość doświadczeń.

**2. Przejdź od pojedynczego placu zabaw do sieci przestrzeni rekreacyjnych dla każdego.**

Wyjdź poza jeden wydzielony obszar zabaw. Traktuj zabawę uniwersalnie – jako sieć drobnych atrakcji rozmieszczonych w całej przestrzeni, które ludzie będą mogli odkrywać i oswajać na co dzień.

**3. Użyj palety różnorodnych rozwiązań jako wspólnego języka i perspektywy.**

Niech te sześć haseł – natura, spokój, społeczność, cel, technologia i kreatywność – stanie się drogowskazem w komunikacji między zespołami a partnerami. Dzięki nim łatwiej będzie dostrzegać, rozwijać i łączyć ze sobą nowe możliwości w przyszłości.

**4. Twórz projekty przestrzeni lokalnie i włączająco, ramię w ramię z ich przyszłymi użytkownikami.**

Właściwa kompozycja rozwiązań zależy od konkretnej przestrzeni. Włącz lokalną społeczność w budowanie i urozmaicanie tej oferty, stale mając na uwadze włączanie, sprawiedliwe podejście i dostępność.

Pamiętaj, wielkie zmiany często zaczynają się od małych kroków. Wszystko sprowadza się do testowania, próbowania, odświeżania i ulepszania rozwiązań na bieżąco. Należy stale analizować, dla kogo to robimy, jakie wywołuje to emocje i czyje potrzeby zostały przeoczone.

**Czas na zabawę!**

# Włącz się do gry

W Ingka Centres wierzymy, zabawa ma ogromne znaczenie. Nie chodzi tylko o dobrą zabawę, ale o to, jak ludzie budują relacje, spędzają wolny czas oraz jak odbierają nasze miejsca spotkań i lokalne społeczności. Przestrzenie sprzyjające rekreacji zmieniają krótkie wizyty w dłuższe pobyty, czyste transakcje w autentyczne relacje, a strefy handlowe w miejsca spotkań towarzyskich i źródło radości.

Wiemy, że zabawa ma największą moc, kiedy tworzymy ją ramię w ramię – my, sprzedawcy i społeczności – sprawiając, że dane przestrzenie stają się miejscami uwielbianymi przez ludzi. Jesteśmy w trakcie procesu łączenia zabawy z naszymi miejscami spotkań, lecz w otaczającej nas rzeczywistości już teraz widać tego inspirujące przykłady.

Latem zeszłego roku nasze miejsca spotkań Livat w Chinach gościły Pippi Pończoszanek, co pozwoliło na połączenie lokalnej kreatywności z naszym szwedzkim dziedzictwem. Miliony osób w każdym wieku świetnie się bawiły. W naszych

europjskich miejscach spotkań testujemy też mnóstwo innych aktywności związanych z zabawą, takich jak bitwy na poduszki czy turnieje e-sportowe.

Jesteśmy dumni z tego, jak w naszych miejscach spotkań przeplatamy naturę z przestrzeniami do relaksu i zabawy dla całej społeczności. W Lykli Gurugram w Indiach stworzymy ogród z centralnym drzewem, w którym mieszkańcy spotkają się na wspólne jedzenie, odpoczynek i kontakt z przyrodą w samym centrum miejskiego zgiełku.

Będziemy to powtarzać bez końca: zabawa to poważny temat. To potężna siła, która oddziałuje na ludzkie zachowania, zacieśnia więzi i decyduje o tym, gdzie ludzie spędzają wolne chwile.

Dołącz do nas. Podarujmy radość z zabawy wielu ludziom. Wspólnie włączmy się do gry.

**Matt Drage,**  
*Communications & Marketing  
Director w Ingka Centres*



Ogród z centralnym drzewem  
w Lykli Gurugram, Indie  
(szkic 3D)

# Tack!

Włącz się do gry  
Raport Życie w społecznościach  
Czerwiec 2026

Chcesz dowiedzieć się więcej? Skontaktuj się z nami!

[centrespr@ingka.com](mailto:centrespr@ingka.com) (zapytania prasowe)

[leasing.global.gl@ingka.com](mailto:leasing.global.gl@ingka.com) (zapytania o leasing)

[Ingka Centres na LinkedIn](#)

[www.ingkacentres.com](http://www.ingkacentres.com)

