

Certifikační kritéria pro značku

„MORAVSKÝ KRAS regionální produkt®“

Platnost od 18.6.2026

ZÁŽITKY



Vymezení pojmu:

„Zážitkem“ se pro účely těchto certifikačních kritérií rozumí poskytnutí služby v cestovním ruchu (mimo stravovacích a ubytovacích služeb) nebo účasti na tradiční akci. Zážitek je vázán na konkrétní lokalitu, podporuje kulturní a společenské tradice a řemeslné dovednosti. Zážitek je uchován v mysli návštěvníka (zákazníka služby) jako pozitivní a inspirující vzpomínka.

A. Kritéria pro provozovatele zážitků

1) Místní příslušnost

Žadatel má provozovnu, popř. trvalé bydliště nebo sídlo na území značky MORAVSKÝ KRAS regionální produkt® (viz přiložená mapa)

Způsob ověření: Předložení dokladů (výpis ze živnostenského rejstříku, občanský průkaz, doklad o právní subjektivitě neziskové organizace)

2) Kvalifikace pro poskytování hodnocených zážitků

Žadatel musí mít platný živnostenský list pro daný předmět podnikání, v odůvodněných případech (např. pořádání tradičních akcí) musí být hodnocené činnosti v souladu s posláním žadatele.

Způsob ověření: předložení kopie ŽL, v případě občanských sdružení kopie stanov, resp. statut obecně prospěšné společnosti, případně další podpůrné dokumenty

4) Bezdlužnost

Žadatel o značku deklaruje, že na jeho firmu není vyhlášen konkurz, nemá nedoplatky na daních ani sociálním a zdravotním pojištění a není proti němu vedeno řízení ze strany České obchodní inspekce.

Způsob ověření: čestné prohlášení žadatele

5) Zaručení bezpečnosti poskytovaných zážitků

Zajištění bezpečnosti účastníka a personálu programu

Žadatel zaručuje, že plní zákonné předpisy a normy pro provozovanou službu, má proškolený a kvalifikovaný personál, používá certifikovaný materiál a zajišťuje bezpečnost účastníka a personálu provozované služby.

Způsob ověření: čestné prohlášení a předložení relevantních povolení, ohlášení, záznamů o proběhlých školeních, výsledků kontrol a dalších podpůrných dokumentů

B. Kritéria pro zážitky

1) Regionální příslušnost: Moravský kras

Zážitky musejí být realizovány na území značky MORAVSKÝ KRAS regionální produkt® (viz přiložená mapa)

Způsob ověření: adresa místa realizace zážitku

2) Šetrnost k životnímu prostředí

Zážitek nesmí v přípravné ani realizační fázi negativně ovlivňovat životní prostředí, zejména:

- Pro návštěvníky je vytvořeno takové prostředí, aby svou účastí na zážitku nezatěžovali nadměrně životní prostředí (tj. odpadkové nádoby, toalety, parkovací místa, atp.)
- Je-li součástí zážitku pohyb návštěvníků ve volné přírodě, je žadatel povinen návštěvníky vhodným způsobem informovat o zásadách chování, které minimalizuje negativní dopady na přírodu.

Způsob ověření: kontrola komise na místě

3) Kvalita zážitků

Podle konkrétního typu zážitku komise hodnotí kvalitu z pohledu návštěvníka, zejména:

- Celkový dojem (dostupnost, přehlednost, upravenost, čistota), včetně sociálního zařízení a nejbližšího okolí
- Chování a upravenost personálu
- Srozumitelnost výkladu nebo instruktáže
- Vstřícnost pro zahraniční hosty: Personál je schopen komunikovat alespoň v jednom cizím jazyce (angličtina, němčina, polština), případně jsou k dispozici informace o obsahu a průběhu programu v angličtině, němčině a polštině.

Způsob ověření: Kontrola komise na místě

C. Jedinečnost poskytované služby

Poskytovaná služba musí být jedinečná ve svém vztahu k Moravskému krasu a v péči věnované vytváření prostředí pro návštěvníky.

1) Intenzita zážitku

Podle konkrétního typu zážitku je nutno naplnit alespoň jedno z následujících kritérií:

- Návštěvník získává zážitky aktivním zapojením do různých činností (možnost něco na vlastní kůži vyrobit, zkusit, omakat, prožít).
- Zážitek má formu nové zkušenosti (např. překonání osobní výkonnostní hranice nebo psychologické bariéry) s potenciálem přenosu do jiných životních situací.
- Zážitek podporuje rozvoj kreativity, týmové spolupráce, komunikativních dovedností, sociálního citění a dalších vlastností potřebných v každodenním životě.

2) Zpětná vazba

Tam, kde je to relevantní, je součástí zážitku závěrečná komunikace s návštěvníkem, optimálně formou osobního rozhovoru, popř. písemnou formou, během níž má návštěvník možnost si uvědomit a vyjádřit, co prožil a čím jej konkrétní zážitek obohatil.

3) Poskytování informací o regionu a značce MORAVSKÝ KRAS regionální produkt®

Návštěvníkovi jsou vhodným způsobem zprostředkovány informace (např. zapůjčením složky s aktuálními informacemi v tištěné podobě):

- o značce „MORAVSKÝ KRAS regionální produkt®“ a o projektu regionálního značení
- o okolních turistických atrakcích (místní kulturní, přírodní a technické památky či zajímavosti,...)
- o možnostech trávení volného času (například o půjčovnách kol v okolí a turistických, cyklistických a lyžařských trasách)

Způsob ověření: kontrola komise na místě

Bodovaná kritéria

(nutno získat alespoň 5 bodů):

Kritérium	Popis
Organizace a průběh zážitku:	Popište, jak zážitek probíhá, jak komunikujete s účastníky a jaké jim poskytujete zázemí.
Obsahová hodnota a přínos zážitku:	Popište, v čem spočívá jedinečnost a přínos pro účastníka.
Vztah zážitku k místu a regionu:	Popište, jak zážitek souvisí s regionem, krajinou a tradicí.
Regionální produkty a spolupráce:	Uveďte, které produkty s regionální značkou nabízíte v rámci zážitku, nebo se kterými nositeli značky spolupracujete.
Dostupnost pro různé cílové skupiny:	Je váš zážitek přizpůsoben nějakým skupinám návštěvníků (děti, senioři, osoby se zdravotním omezením apod.)? Popište.
Informace o regionu a značce:	Poskytujete návštěvníkům zážitku informace o regionu a regionální značce? Popište.
Provozní nadstandard:	Nabízíte návštěvníkům zážitku nějaké nadstandardní služby? Popište.
Společenský, kulturní nebo environmentální přínos:	Přispíváte k rozšíření kulturní nabídky pro místní i návštěvníky? Spolupracujete s obcí nebo místními spolky? Přispíváte aktivně k ochraně a zlepšování životního prostředí? Popište.
Ocenění a reference:	(Zde je prostor pro vyplnění.)
Výjimečnost zážitku (bonus):	Liší se váš zážitek v něčem výrazně od podobných v okolí nebo ve své kategorii? Popište.

Certifikační komise má právo zamítnout udělení značky výrobku, který je v rozporu s cílem značky, se stanovami MAS, odporuje morálním a etickým zásadám, obecnému estetickému cítění nebo by mohl jinak poškodit dobré jméno značky.