

Certifikační kritéria pro značku „ŠUMAVA originální produkt®“ ZÁŽITKY

Vymezení pojmu:

„Zážitkem“ se pro účely těchto certifikačních kritérií rozumí poskytnutí služby v cestovním ruchu, jež zprostředkuje prožitek, kterého se účastník aktivně či pasivně účastní a je uchován v jeho mysli jako pozitivní vzpomínka. Zážitek je vázán na konkrétní lokalitu, podporuje kulturní a společenské tradice a řemeslné dovednosti.

Povinná kritéria:

A. Kritéria pro provozovatele zážitků

1) Kvalifikace pro poskytování hodnoceného zážitku

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 (např. kolaudační rozhodnutí)

2) Tradice provozovatele

Žadatel musí prokázat, že certifikovaný zážitek provozuje doložitelným způsobem minimálně 5 let u tradičních akcí a 3 roky u služeb a produktů v cestovním ruchu

Způsob ověření: Předložení relevantních dokladů (např. pozvánky, články, popřípadě zprávy z médií)

3) 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

4) Zaručení bezpečnosti poskytovaného zážitku

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 uskutečněných školeních, výsledků kontrol a dalších podpůrných dokumentů

B. Kritéria pro zážitky

1) Regionální příslušnost: Šumava

Zážitek musí být realizován na území regionu Šumava (celé okresy Český Krumlov, Prachatice, Klatovy).

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) Poskytování informací o nabízeném zážitku

Zážitek musí mít ucelenou aktuální webovou prezentaci, včetně popisu, pokynů, provozní doby, ceníku, navigace na místo konání, ... a dalších praktických informací pro účastníky zážitku (co je relevantní k charakteru a povaze zážitku)

Způsob ověření: Kontrola komise

4) Kvalita zážitku

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

- Celkový dojem (dostupnost, přehlednost, upravenost, čistota), včetně sociálního zařízení a nejbližšího okolí
- Zázemí pro návštěvníky (občerstvení, úschovna kol apod.)
- Chování personálu
- Srozumitelnost výkladu nebo instruktáže
- Vstřícnost pro zahraniční hosty: Personál je schopen komunikovat alespoň v jednom světovém jazyce (angličtina, němčina), případně jsou k dispozici informace o obsahu a průběhu programu v angličtině nebo němčině.
- Intenzita zážitku, tj. jaký prožitek účastník zažije

Způsob ověření: Kontrola komise na místě

5) Jedinečnost zážitku

Zážitek musí být jedinečný ve svém vztahu k Šumavě a v péči věnované vytváření prostředí pro návštěvníky.

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, osahat, 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.

Způsob ověření: Kontrola komise na místě

6) Poskytování informací o regionu a značce „Šumava originální produkt®“

Návštěvníkovi jsou vhodným způsobem zprostředkovány informace:

- značce „Šumava originální 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

7) 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.

Hodnotící kritéria:

Komise posuzuje splnění výše uvedených povinných kritérií a v nemalé míře přihlíží také k dalším kritériím, jako:

- výjimečnost zážitku
- kvalita poskytovaných služeb
- doplňkové služby, které poskytovatel nabízí, a vedou ke zpříjemnění zážitku pro návštěvníka
- tradice – provozovatel nebo zážitek jakkoli napomáhá zachování tradic regionu (tradiční akce, aktivita spojená s uchováním a ukázkou tradic,)
- nabídka je pro široké spektrum návštěvníků (rodiny s dětmi, dětské skupiny, senioři, případně i specifické skupiny)
- spolupráce žadatele v rámci regionu – zážitek je propojen s dalšími aktivitami a akcemi
- ocenění nabízených služeb – získání speciálního ocenění v oboru, pozitivní recenze v médiích,..
- pozitivní dopad na rozšíření kulturní a turistické nabídky regionu

Certifikační komise má právo zamítnout udělení značky službě, která je v rozporu s cílem značky a odporuje morálním a etickým zásadám, obecnému estetickému cítění nebo by mohla jinak poškodit dobré jméno značky, Asociace regionálních značek nebo koordinátora značky.