

## KRITÉRIA PRO PŘIDĚLENÍ JEDNOTNÉHO ZNAČENÍ

Turistické informační centrum je definováno jako účelové zařízení poskytující v oblasti svého působení (obec, město, turistická oblast, turistický region) komplexní informace o všech službách souvisejících s cestovním ruchem.

TIC je umístěno na veřejně přístupném místě, na místě přirozené koncentrace turistů. Dbá o dodržování předepsaného označení a o dostatečnou navigaci k TIC v okolí, včetně příjezdových komunikací.

O jednotné značení OTIC může zřizovatel zažádat až po jednom roce nepřetržité činnosti TIC.

Žádost musí být doporučena příslušným krajským úřadem.

### Žadatel musí splňovat následující kritéria

a) TIC **shromažďuje informace** na základě zásad dokumentační činnosti, které si samo vypracuje. Tyto informace tvoří komplexní databázi cestovního ruchu daného území, jak si ho TIC (příp. příslušný krajský úřad, OCR působící v daném místě apod.) vymezí. Toto územní vymezení je nezbytné pro potřeby agentury CzechTourism doložit jednoduchou mapkou (např. zakreslením hranice do mapy okolí). **Databáze je průběžně doplňována a aktualizována.** Aktualizaci (tj. ověřování správnosti údajů) je třeba provádět minimálně dvakrát ročně, nejlépe před začátkem příslušné sezóny. Pro kontrolu bude vytvořen doklad o provedení aktualizací a dodržování zásad dokumentační činnosti, kde bude uvedeno datum aktualizace konkrétního druhu informace a podpis odpovědného pracovníka za kontrolu uvedeného v zásadách dokumentační činnosti. K základním druhům sledovaných informací patří informace o místních institucích, kulturních a historických památkách, veřejných službách, dopravní informace, informace o turistických cílech v okolí, ubytovacích a stravovacích zařízeních, kulturních a sportovních akcích apod.

[Pomocník při aktualizaci databáze - vzor](#)

b) TIC **poskytuje veřejnosti informace** z databáze jemu všemi dostupnými formami (ústně, telefonicky, písemně, prostřednictvím elektronické pošty). Ústní informace jsou poskytovány návštěvníkům bezplatně, ostatní služby mohou být přiměřeně zpoplatněny. Za tímto účelem je vytvořen **ceník**, který je na provozovně k dispozici k nahlédnutí.

[Ceník – vzor](#)

c) **Poskytování turistických informací je převažující náplní TIC.** Nabízí-li TIC další služby související s cestovním ruchem (např. působí jako cestovní agentura, prodává služby či výrobky související s cestovním ruchem), pak pouze za podmínky, že nenaruší komplexnost, objektivitu a kvalitu poskytovaných informací. Počet zákazníků, kteří osobně obdrží na TIC informace o turistickém potenciálu místa a jeho okolí verbálním způsobem, převyšuje počet zákazníků užívajících další služby související s cestovním ruchem jakoukoliv formou, tzn. i zákazníků mimo prostory TIC.

d) TIC je **připojeno k internetové síti** a má nezbytné **technické vybavení** (telefonní linka, počítač s tiskárnou, kopírka, event. fax). Je prezentováno na webu vlastním či na webu zřizovatele. Samozřejmostí je e-mailová adresa.

e) TIC je **otevřeno veřejnosti** po celý rok nebo v sezóně. Za sezónu se považuje nepřetržitě období po dobu minimálně 4 měsíců a to pro letní sezónu od května do září a pro zimní sezónu od listopadu do dubna. Otevírací doba celoročně fungujícího TIC činí **nejméně 5 dní v týdnu a min. 36 hodin v týdnu. Navíc v sezóně** (tj. v období zvýšeného přílivu turistů, které si TIC na dobu 4 měsíců zvolí) alespoň **1 den o víkendu v rozsahu min. 6 hodin.** Sezónní TIC slouží veřejnosti 6 dní v týdnu a min. 42 hodin.

f) Zaměstnanec TIC je schopen poskytnout informace **alespoň v jednom světovém jazyce**. TIC, které má 3 a více pracovníků (zaměstnanců nebo brigádníků), musí poskytnout informace minimálně ve 2 různých světových jazycích.

g) TIC **vede denní statistiku návštěvnosti** (počet návštěvníků). Agentura CzechTourism doporučuje též dělení na domácí a zahraniční klientelu, případně národnosti. Výsledky šetření poskytuje TIC na vyžádání agentuře CzechTourism k vyhodnocení.

[Vzorový list na vedení statistiky](#)

h) Pokud název TIC neobsahuje slovo „turistické“, musí být na viditelném místě (nejlépe na dveřích nebo na výloze) uveden nápis „Turistické informační centrum“. Rozlišují se tím TIC od informačních center obecních úřadů a měst ve smyslu zákona č.106/1999 Sb., ekologických aktivit, dopravních podniků apod.

Splní-li TIC uvedené podmínky, může požádat agenturu CzechTourism o přidělení jednotného značení. Po podepsání smlouvy o převodu práv k užití díla (bílého „i“ v zeleném poli) se z něj stává OTIC.

## **VYMEZENÍ OBLASTI PŮSOBNÍ OTIC**

Pro potřebu správného fungování OTIC je nutné nejprve vymežit územní rozsah jeho působení, tzn. uvědomit si, formulovat a jednoduchým způsobem mapově ztvárnit oblast, kterou bude OTIC svou činností pokrývat. Z tohoto území bude OTIC shromažďovat veškeré relevantní informace ve své databázi informací cestovního ruchu. To ovšem neznamená, že nemůže poskytovat také informace z jiných oblastí.

Pokud v blízkém okolí funguje další TIC, je zde možnost rozdělit si kompetence a vytvořené databáze sdílet.

## **AKTUALIZACE DATABÁZE**

### Forma databáze

Databáze může mít elektronickou nebo tištěnou podobu. Záleží na každém TIC, jakou formu si zvolí. Důležité je, aby mu vyhovovala a byl s ní sžitý. Není však třeba zdůrazňovat výhody práce s databází elektronickou. Návrhy jednotlivých „databázových“ listů jsou přílohou. Opět zdůrazňujeme, že není nutné se předlohy striktně držet, je možné ji upravovat podle vlastních potřeb.

Pro usnadnění aktualizace databáze je důležité:

- vytvořit seznam internetových stránek a jiných zdrojů informací pro aktualizaci
- zajistit, aby organizace samy z vlastní iniciativy zasílaly (nejlépe elektronickou poštou) programy, upozornění na změny apod.
- vytvořit telefonní seznam, podle něhož by bylo možné informace rychle ověřit
- sledovat místní denní tisk, rozhlas a TV; zajímat se o společenské dění v obci

## Četnost aktualizace databáze

Některé údaje v databázi je třeba aktualizovat průběžně po celý rok; například konání kulturních a sportovních akcí.

Dále je nutné sledovat zvláštní akce a změny spojené s jednotlivými svátky (bohoslužby, trhy, zvláštní otevírací doba apod.).

V letním období je třeba zaměřit pozornost zejména na hudební, divadelní a folklórní festivaly a přehlídky, aktivity věnované dětem, letní kino, provoz sezónních sportovních zařízení, jako jsou koupaliště, vodní lyžování, nekrytá sportoviště, půjčovny sportovního vybavení atd.

V zimním období je třeba sledovat především provoz areálů zimních sportů, jako jsou sjezdové lyžování, běžecké lyžování, bruslení atd.

Jednou či dvakrát ročně (nejlépe na počátku roku) je třeba ověřit správnost kontaktů na důležité instituce, úřady, školy, zdravotnická zařízení, památkové objekty, kulturní a sportovní zařízení, veřejné služby, obchody, a to včetně otevírací (úřední) doby.

Velmi žádané jsou informace o ubytovacích zařízeních, proto je lépe kontakty a ceny ověřit dvakrát ročně, před začátkem letní i zimní sezóny. Na konci každého kalendářního roku je třeba si vyžádat od provozovatelů ubytovacích zařízení nové ceníky a na jejich základě provést aktualizaci. Ceníky je také možné stáhnout z www stránek. Je však lépe si vždy telefonicky ověřit jejich správnost.

## **VEDENÍ STATISTIKY**

Vedení statistiky návštěvnosti je důležitou součástí práce TIC. Kromě praktického dopadu, kdy přesná představa o rozložení návštěvníků během roku umožňuje uzpůsobit např. rozsah otevírací doby či nasazení počtu pracovníků, je to především důležitý ukazatel vzrůstající či klesající oblíbenosti příslušné obce a potažmo celé turistické oblasti.

Za zákazníka TIC je považován každý, kdo projde jeho dveřmi, ať se jedná o turistu či místního občana. Produktem, pro který si zákazník přišel, je informace v jakékoliv podobě nebo osobně poskytnutá služba.

## **SYSTEM MONITORINGU NÁVŠTĚVNOSTI OTIC**

Činnost TIC bude v projektu podpořena nainstalováním systému sledování návštěvnosti.

Všechna OTIC budou vybavena softwarem, který bude sloužit k manuálnímu zadávání údajů o návštěvnosti. Hardware (snímač průchodu, čítač) bude umístěn v OTIC s vyšší návštěvností. Získaná data o počtu návštěvníků budou přenesena na centrální server.

Data budou použita pro analýzu a vyhodnocování využívání služeb TIC ze strany spotřebitelů. Bude tak vytvořen ucelený systém monitoringu návštěvnosti TIC s využitím automatizovaných prvků, které zabezpečí operativní přehled o návštěvnosti TIC.

Zapojení do monitoringu je jednou z podmínek pro udržení certifikace od 1. 1. 2011.

Při prodloužení smlouvy a při uzavírání smluv nových bude přijetí systému závaznou podmínkou pro udělení certifikátu na další rok.

Pokud bude zjištěno (např. při kontrole), že OTIC systém nepoužívá nebo ho používá v rozporu s pravidly pro jeho řádné užívání, bude tato skutečnost důvodem k vypovězení smlouvy mezi OTIC a agenturou CzechTourism.

## **DALŠÍ DOPORUČENÉ AKTIVITY**

### **Zapojení TIC do struktur na úrovních obec - turistická oblast - turistický region**

TIC by se mělo aktivně zapojovat do dění v obci, bezprostředně komunikovat s městským (obecním) úřadem, kulturními a sportovními zástupci města a s podnikatelskou sférou. Nejlépe formou účasti v komisi pro cestovní ruch, apod.

V zájmu každého TIC by mělo být prezentovat samo sebe, město či obec, případně spádovou oblast při všech možných příležitostech všemi dostupnými způsoby a spolupracovat tak na vytváření dobré a hodnotné značky turistické oblasti.

Stejně tak je důležité zapojení TIC do struktury turistického regionu formou účasti na pravidelných setkáních informačních center turistického regionu a spolupráce při sběru a zpracování dat, vydávání propagačních materiálů, účasti na veletrzích a jiných marketingových aktivitách.

## **KONTROLA ČINNOSTI OTIC**

Kontrola činnosti OTIC probíhá jednou ročně, obvykle v období říjen - listopad a provádí ji delegovaní pracovníci z řad regionálních koordinátorů a spolupracovníků agentury CzechTourism, kteří jsou dobře seznámeni s problematikou a k tomuto účelu vyškoleni. Kontrole podléhají všechny body smlouvy uzavřené mezi zřizovatelem OTIC a agenturou CzechTourism a dodržování jednou ročně aktualizovaných Kritérií pro přidělování jednotného značení. Zejména se zjišťuje, zda jsou zákazníkovi poskytovány veškeré potřebné informace, v jaké šíři a jakou formou, jazyková vybavenost, rozsah otevírací doby a převažující obsah činnosti kontrolovaného subjektu, tj. verbální poskytování turistických informací. OTIC musí také doložit, že byla prováděna aktualizace databáze informací cestovního ruchu, a předkládat statistiku návštěvnosti.

Pověřený pracovník, který provede kontrolu, vyhotoví Zápis z kontroly a poskytne jej agentuře CzechTourism k vyhodnocení. Bude-li zjištěno závažné pochybení v práci OTIC, bude možné během následujících tří měsíců učinit nápravu. Pokud se tak nestane, může dojít k vypovězení smlouvy.