

SPRAWOZDANIE Z WALNEGO ZGROMADZENIA CZŁONKÓW FORUM INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

Termin i miejsce: **21-22.11.2016, Poznań**

Główne tematy: Polski System Informacji Turystycznej – stan obecny i wyzwania przyszłości /blok dyskusyjny/; sprawozdanie z działalności Forum Informacji Turystycznej w 2016 roku; informacja turystyczna dla seniorów; regionalny system informacji turystycznej i dobre praktyki w obszarze IT na przykładzie Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej i Poznańskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej. W programie ponadto zwiedzanie Rogalowego Muzeum Poznania, poznańskich punktów CIM oraz Bramy Poznania.

Organizatorzy: Polska Organizacja Turystyczna, Wydawnictwo Miejskie Poznań (prowadzące w Poznaniu sieć Centrum Informacji Miejskiej).

Obrady WZC poprzedził **briefing prasowy**, w którym uczestniczyli: dyrektor Departamentu e-Informacji POT - Magdalena Ragus, dyrektor Tarnowskiego Centrum Informacji, Przewodniczący Forum Informacji Turystycznej - Marcin Pałach, dyrektor Biura Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej - Ewa Przydrożny, prezes Poznańskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej - Jan Mazurczak oraz dyrektor Wydawnictwa Miejskiego Poznań - Katarzyna Kamińska.

Podczas briefingu: *Magdalena Ragus* – omówiła działania Polskiej Organizacji Turystycznej w zakresie informacji turystycznej w 2016 roku; współpracę POT z organizacjami z Poznania /WOT i PLOT/; *Marcin Pałach* – czym jest Forum IT; informacja turystyczna zauważona przez POT i Prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej; zmiany w regulaminach certyfikacji i w konkursie na najlepsze centrum IT; informacja turystyczna jako „ambasador miejsca”; *Ewa Przydrożny* - certyfikacja na terenie Wielkopolski (18 certyfikowanych punktów; średnia 2,85 ok.3*); nowa wersja portalu internetowego ROT Wielkopolska; szkolenia dla pracowników IT; kapituła ds. znaków drogowych przy WOT; znaczenie drukowanych wydawnictw promocyjnych; *Jan Mazurczak* - współpraca PLOT z Wydawnictwem Miejskim Poznań; współpraca z punktami IT; szkolenia dla pracowników IT, branży turystycznej, Straży Miejskiej; wymiana materiałów promocyjnych.

Program pierwszego dnia spotkania:

1. Polski System Informacji Turystycznej – stan obecny i wyzwania przyszłości /blok dyskusyjny/
 - Standardy obsługi turystów, wyniki badania mystery e-mail
 - Nowe zasady certyfikacji informacji turystycznej i konkursu na najlepsze centrum informacji turystycznej
 - Broker turystyczny – zawód przyszłości
 - Szkolenia dla informacji turystycznej – projekt
 - European Cities Marketing Tourist Information Centres Expert Meeting – wyzwania IT w Europie.
2. Sprawozdanie z działalności FIT w 2016 roku.

Obrady rozpoczęli i zarazem wystąpili w roli moderatorów spotkania: Magdalena Ragus – Dyrektor Departamentu e-Informacji POT oraz Marcin Pałach – Dyrektor Tarnowskiego Centrum Informacji, Przewodniczący Zarządu FIT.

Zmieniając kolejność tematów ujętych w programie Przewodniczący Zarządu FIT przedstawił **sprawozdanie z działalności FIT w roku 2016** :

- ✓ Udział w posiedzeniu Komisji Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki Sejmu dot. m.in. oznakowania drogowego, turystycznego (czerwiec, Warszawa - Sejm, M. Ragus, M. Pałach)
- ✓ Zarządy FIT: Poznań (luty), Stare Jabłonki (listopad)
- ✓ Organizacja FIT w Poznaniu (listopad)
- ✓ Udział przedstawicieli Zarządu FIT w corocznym Forum POT-ROT LOT- miasta (Stare Jabłonki, listopad)
- ✓ Wdrożenie nowego regulaminu certyfikacji
- ✓ Konkurs „Na najlepsze centrum it w Polsce” wg nowych zasad
- ✓ Prace nad nowym zawodem „broker turystyczny”.

Najważniejsze kwestie poruszane w 2016 r. :

- Zmiana w regulaminie certyfikacji punktów it
- Zmiana w regulaminie konkursu „Na najlepsze centrum it w Polsce”
- Zawód „Broker turystyczny”
- Badania mystery client
- Zakładka „niezbędnik /poradnik/” na Aktualnościach turystycznych w dziale „informacja turystyczna”
- Sprawa znaków drogowych.

W kwestii znaków drogowych zgłoszono propozycję, aby w każdym województwie pojawiła się lista oznakowanych miejsc, celem uniknięcia dublowania się tablic.

Polski System Informacji Turystycznej – stan obecny i wyzwania przyszłości

1. M. Ragus omówiła wyniki badań mystery e-mail w latach 2014-2016; na podstawie wyników oceniono, że spada liczba szybko udzielanych odpowiedzi, rośnie liczba maili bez odpowiedzi. Dyskusja wśród uczestników dotyczyła następujących zagadnień:
 - przyczyną mogą być w wielu przypadkach kwestie techniczne, konfiguracja konta;
 - powtarzające się maile, treść maila jest ignorowana, chociaż zauważalny jest spadek ilości tego typu maili;
 - stosowane są schematy odpowiedzi, przygotowane są „gotowce”, które modyfikuje się w zależności od zapytania; rekomendacja dla wykorzystania autoodpowiedzi; w stopkach można podawać godziny otwarcia danego punktu (przykład z Olsztyna); w dużych miastach, miejscowościach stricte turystycznych w sezonie - brak czasu na odpowiedzi na wszystkie zapytania i prośby np. w sprawie materiałów czy gadżetów promocyjnych; przykład z Tarnowa – pytanie dlaczego *planujesz pobyt w Tarnowie, w jakim terminie, z czym to jest związane* – powoduje eliminację przesyłania zapytań; tworzenie bazy adresów z powtarzającymi się zapytaniami;
 - w ramach dyskusji o mystery e-mail wywołano temat udzielania informacji /polecania komercyjnych podmiotów, w szczególności obiektów bazy noclegowej – nie wszystkie punkty informacji turystycznej udzielają informacji o obiektach prywatnych–czy

powinno tak być; niejednokrotnie zależy to od struktury w jakich działa dany punkt; rekomendacje obiektów można zamieszczać np. na FB lub poprzez TripAdvisor; w małych miejscowościach jest łatwiej z uwagi na mniejszą liczbę obiektów; przykład PLOT w kwestii polecania wybranych obiektów – szkolenia dla pracowników informacji turystycznych – informatorzy odwiedzają wybrane restauracje.

2. Badania mystery client/mystery e-mail w 2017 roku: planowany budżet POT na to zadanie 25 tys.; termin - II kw. 2017; mystery client - przeprowadzenie badania na reprezentatywnej grupie w każdej kategorii; mystery e-mail – wszystkie certyfikowane punkty. Uczestnicy spotkania zaakceptowali propozycję przeprowadzenia badań w sezonie; jedna z propozycji dotyczyła zaangażowania do badań lokalnej prasy – większość zebranych nie zgodziła się z tą tezą. Zwrócono także uwagę, aby przy zlecaniu badań uwzględniać czas i godziny przeprowadzania mystery client – dla jednych ma to znaczenia, dla innych godziny nie powinny być wyznacznikiem terminu badania.
3. Manual obsługi turysty (ostatni z 2011 roku) planowana aktualizacja I/II kwartał 2017; propozycje opracuje Zarząd FIT; materiał ma być dostępny przed sezonem 2017.
4. Nowe zasady certyfikacji informacji turystycznej – jakie kluczowe zmiany zostały wprowadzone w regulaminie certyfikacji; omówiono pierwsze efekty, wnioski z certyfikacji oraz kryteria, co do których zgłoszono zastrzeżenia; ustalono, iż kryteria wymagają przeglądu i dopracowania po zakończeniu certyfikacji
 - oznakowanie dojazdu – brak wskazania, że oznakowanie dojazdu musi być zgodne z PSIT; głosy od uczestników - problemem jest oznakowanie punktów, w miastach, gdzie jest ich kilka; punkty są oznakowane także w ramach Miejskich Systemów Oznakowania Miasta np. Poznań, Warszawa;
 - dni i godziny otwarcia – kryterium, które budzi najwięcej kontrowersji; dostosowanie się do wymogów albo zmniejszenie ilości gwiazdek !
 - darmowy dostęp do Internetu – np. w przypadku 2* czy darmowy dostęp poprzez stanowisko komputerowe czy wystarczy Wi-Fi; głosy od uczestników – bardziej istotny jest dostęp do Wi-Fi niż urządzenia stacjonarne; propozycja wprowadzenia regulaminu korzystania z Wi-Fi lub komputerów stacjonarnych /jako element bezpieczeństwa/;
 - głosy w dyskusji – w kryteriach certyfikacji powinna być uwzględniona kwestia lokalizacji obiektów np. punkty w obiektach zabytkowych; brak możliwości spełniania niektórych wymagań np. w przypadku informacji turystycznych zlokalizowanych na lotniskach;
 - temat certyfikacji podsumowano – turystę nie zawsze interesuje ilość gwizdek, ale co dany punkty oferuje i gdzie się znajduje; nie każdy punkt musi być 3 lub 4 gwiazdkowy.
5. Nowy regulamin i nowe kryteria konkursu na najlepsze centrum informacji turystycznej - omówienie głównych zmian – kryteria, elektroniczna rejestracja, nagrody rzeczowe, nowe logo; składanie wniosków do 31 grudnia 2016. Pytania i dyskusja dotyczyły w szczególności problematyki rozgraniczenia - działalność informacji turystycznej a działalność dodatkowa tzw. dodana, która wpływa na ocenę kapituły konkursu; punkty „it” funkcjonują w różnych strukturach np. Dom Kultury, LOT, organizacje pozarządowe lub w sieciach – jakie i w jaki

sposób opisać działania we wniosku konkursowym; jedno z kryteriów wpływa na obniżenie punktacji tj. brak możliwości przystąpienia do projektu POT Contact Center.

6. Przedstawienie projektu nowego zawodu „**Broker turystyczny**” – jako nowy zawód w systemie informacji turystycznej; konieczność wprowadzenia zawodu „pracownik informacji turystycznej” do wykazu zawodów na poziomie szkolnictwa zawodowego; stosowne działania zostaną podjęte w I kw. 2017 roku; wprowadzenie szkoleń brokerskich (bez wprowadzania nowego zawodu) dla informacji turystycznej w ramach PSIT (szkolenia bezpłatne dla ok. 1000 osób z punktów certyfikowanych), na poziomie szkolnictwa wyższego (jako specjalizacje / studia podyplomowe), jako szkolenia komercyjne dla branży; przy certyfikacji dla punktów 4* musi być min. jedna osoba będąca brokerem turystycznym.
7. **Projekt „Karta Informatora Turystycznego”** koncepcję (projekt legitymacji) oraz gotowość do jego wdrożenia w woj. warmińsko-mazurskim zaprezentował Jakub Broch Członek Zarządu FIT (Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna i Wojewódzkie Centrum Informacji Turystycznej w Olsztynie); uprawnienia : zniżki lub darmowe wejścia do wybranych obiektów turystycznych, możliwość wizytacji obiektów hotelowych w danym województwie; wzór legitymacji może zostać udostępniony innym regionom – propozycja do omówienia na spotkaniu POT i ROT na początku przyszłego roku. Dodatkowe znaczenie karty : integracja pracowników, integracja systemu zniżek pomiędzy regionami, identyfikacja punktu „it” w komunikacji z branżą.
8. Plan działań na rok 2017 w zakresie PSIT omówiła Magdalena Ragus; wdrożenie koncepcji brokera turystycznego; lobbying na rzecz wprowadzenia stosownych zmian w regulacjach prawnych w zakresie drogowych znaków turystycznych; podnoszenie jakości PSIT m.in. nowy newsletter FIT, niezbędny informatora, szkolenia.
9. Wyzwania informacji turystycznej w Europie – relację ze spotkania pracowników informacji turystycznych europejskich miast, które odbyło się w Dublinie przedstawiła Magdalena Ragus; prezentowana na spotkaniu tematyka w kontekście problemów i wyzwań polskiego systemu informacji turystycznej – nowe technologie, media społecznościowe; czynnik ludzki w obsłudze klienta; ludzie czy nowe technologie, czy wirtualna rzeczywistość zastąpi podróże?; komercjalizacja – czy centra mają na sobie zarabiać? Case study – Dublin Visitor Center.

Uczestnicy WZC Forum mieli także okazję odwiedzić dwa punkty informacji turystycznej – filie Centrum Informacji Miejskiej, odbyć krótki spacer po centrum Poznania oraz wziąć udział w warsztatach w Rogalowym Muzeum Poznania.

Drugi dzień obrad odbył się w Bramie Poznania /wizyta połączona ze zwiedzaniem/. W programie znalazły się następujące wystąpienia :

1. Aktywny Senior. Dostęp do informacji jako droga do wspierania aktywności seniorów na przykładzie działań Centrum Inicjatyw Senioralnych /Wojciech Bauer – Dyrektor Centrum Inicjatyw Senioralnych/

- kim jest senior, różne pola aktywności seniorów, senior turysta
- odpowiedni przekaz informacyjny dla turysty seniora, odpowiednio zaprojektowany komunikat dla seniora, obsługa seniorów w centrach informacji turystycznej
- działalność Miejskich Rad Seniora – ich wpływ na decyzje samorządów

2. Działania Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej w zakresie wspierania rozwoju informacji turystycznej w Wielkopolsce /Ewa Przydrożny Dyrektora Biura WOT/

- działania w zakresie tzw. stacjonarnej informacji turystycznej - certyfikacja punktów informacji turystycznej od 2010 roku – średnia dla wszystkich punktów na rok 2016 to 2,82; wydawnictwa wizerunkowe WOT, seria promująca m.in. turystykę aktywną, kulturową, Wielką Pętlę Wielkopolski, wydzierane plany miast dla centrów „it”; szkolenia dla pracowników punktów informacji turystycznej (2-3 dniowe, w tym jeden dzień przeznaczony na zwiedzanie danej miejscowości lub regionu); study tour pomiędzy punktami „it”; realizacja projektu System Informacji Turystycznej w Wielkopolsce w latach 2009-2011 (infokioski zewnętrzne i wewnętrzne, tablice przy obiektach turystyki kulturowe, turystyczne znaki drogowe przy autostradzie A2); oznakowanie Wielkiej Pętli Wielkopolski
- działania w zakresie elektronicznej informacji turystycznej - portal www.wielkopolska.travel (obecnie przygotowywana jest nowa wersja), newslettery, media społecznościowe; program promocji w internecie
- oznakowanie Szlaku Piastowskiego – jednego z ważnych produktów turystycznych; realizacja w latach 2016-2017 (tablice z rozszerzoną rzeczywistością; 22 niestandardowe obiekty informacji turystycznej)
- nowe technologie w służbie turystyki – GPS Wielkopolska (rower, samochód, mobilne przewodniki, aplikacja WPW)
- współpraca z Polską Organizacją Turystyczną w zakresie krajowego systemu informacji turystycznej; wrzesień 2016 – szkolenia dla pracowników punktów informacji turystycznej m.in. z obsługi turysty nietypowego (z dysfunkcją, głuchoniemi) oraz nowych mediów w pracy informatora
- współpraca z Centrum Informacji Miejskiej, które funkcjonuje w ramach Wydawnictwa Miejskiego Poznania (w 25% CIM na Starym Rynku finansowane jest przez WOT); współpraca z Wojewodzką Biblioteką Publiczną i Centrum Animacji Kultury w Poznaniu (strona www.regionwielkopolski.pl, wielkopolskie questy, audioprzewodniki); współpraca ze Stowarzyszeniem Inicjatyw Obywatelskich PROGRES (m.in. Przewodnik pt. Województwo Wielkopolskie bez barier - 60 tras turystycznych dla niepełnosprawnych)
- Wielkopolska Kapituła ds. turystycznego oznakowania dróg.

3. Współpraca z punktami informacji turystycznej w działaniach promocyjnych Poznańskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej /Wojciech Mania PLOT/

- członkowie, partnerzy - obszar metropolitalny Poznania; relacje instytucjonalne
- znaczenie CIM/CIT i PLOT dla turystyki (wymiana informacji; PLOT współpraca głównie z branżą turystyczną, Centra - kontakt z turystami)
- Poznański Barometr Turystyczny www.pbt.poznan.pl (CIM/CIT jako dostawca informacji o częstości frekwencji)
- działalność wydawnicza www.foldery.poznan.travel (PLOT jako wydawca)
- Poznańska Karta Turystyczna www.karta.poznan.travel (dystrybucja CIM , CIT, hotele)
- wspólna promocja nowych atrakcji, współdziałanie w ramach akcji promocyjnej „Poznań za pół ceny”
- udział w targach jako Poznań Metropolia – uczestniczą pracownicy CIM
- współpraca CIM i PLOT w zakresie obsługi spotkań biznesowych i konferencji www.pcb.poznan.travel
- szkolenia dla pracowników CIM/CIT np. w muzeach, wizyty studyjne; pracownicy CIM są szkoleniowcami np. dla branży hotelarskiej
- PLOT prowadzi działania wynikające z Ustawy o usługach turystycznych, prowadzi Poznań Convention Bureau – w UM Poznania nie ma działu zajmującego się zagadnieniami dot turystyki; 50% budżetu PLOT to składka Miasta Poznania.

Dwudniowe obrady podsumowali: Magdalena Ragus Dyrektor Departamentu e-Informacji POT oraz Marcin Pałach Przewodniczący Zarządu FIT.

Sylwia Mytnik
Wiceprzewodnicząca
Zarządu FIT