



Co-funded by
the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

GAP

games for participatory tourism

Číslo projektu: 2021-1-DE02-KA220-VET-000027985

ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA

Zapojení zúčastněných stran a gamifikace pro
udržitelnost a inovace v rozvoji cestovního ruchu



Obsah

Obsah	2
1. Úvod projektu	3
1.1 Zúčastněné organizace	4
2. Participativní a udržitelný cestovní ruch	4
2.1 Španělsko	4
2.2 Česká republika	5
2.3 Řecko	6
2.4 Itálie	7
2.5 Německo	8
3. Gamifikace	10
3.1 Španělsko	10
3.2 Česká republika	11
3.3 Řecko	12
3.4 Itálie	12
3.5 Německo	13
5. Závěry	15

1. Úvod projektu

Projekt GAP - Games for Participatory Tourism je spolufinancován programem Erasmus+ a vytvořen za spolupráce pěti evropských zemí: Německem, Řeckem, Španělskem, Českou republikou a Itálií.

Konečným cílem projektu je propojit participativní a udržitelný cestovní ruch se světem gamifikace a vytvořit vazby, které mohou manažerům v odvětví cestovního ruchu pomoci pochopit, jak začlenit techniky gamifikace do svých aktivit a učinit je pro turisty atraktivnějšími.

Projekt je rovněž reakcí na krizi, kterou v posledních letech vyvolala pandemie, jež způsobila hospodářské problémy v jednom z nejdůležitějších odvětví na národní úrovni v několika zemích, včetně partnerských zemí. Ve snaze zotavit se a vrátit se na úroveň před pandemií se mnohé reálie chopily nových forem cestovního ruchu a rozhodly se využít digitální nástroje k nabídce nových způsobů návštěvy.

Projekt zahrnuje úvodní fázi výzkumu participativního a udržitelného cestovního ruchu a gamifikace, poté partneři vybrali příklady z obou oblastí, které by se mohly podělit o své zkušenosti a vysvětlit, jak rozvíjely své podnikání. Rozhovory byly vypracovány nejen s manažery, ale také s odborníky v obou oblastech, kteří by mohli poskytnout užitečné odpovědi těm, kteří hodlají rozvíjet své aktivity v oblasti cestovního ruchu. Tyto rozhovory jsou zásadní pro přispění k rozvoji další aktivity, kterou se projekt zabývá, a to vytvoření kurzu rozděleného do modulů a určeného pro zúčastněné strany, které si chtějí rozšířit své znalosti v těchto oblastech. Tyto moduly budou rozděleny do čtyř tematických oblastí: udržitelný a participativní cestovní ruch, gamifikace, dědictví a územní marketing a závěrečný modul s příklady participativního a zážitkového cestovního ruchu v každé zemi.

Cílem modulů je poskytnout manažerům v tomto odvětví konkrétní příklady cestovního ruchu, snažit se zvýšit jejich dovednosti a poskytnout jim platné národní příklady participativního a udržitelného cestovního ruchu. Kurz je určen nejen pro vzdělávání manažerů v oblasti cestovního ruchu, ale také pro případné budoucí uživatele, kteří mají zájem rozšířit své znalosti o aktivitách alternativních ke klasickému masovému cestovnímu ruchu, jako jsou například formy zážitkové turistiky. Celý kurz bude vložen do platformy vytvořené pro projekt, která bude základem pro realizaci pilotního projektu.

Další aktivita představuje jádro projektu - zúčastněné strany budou mít příležitost vytvořit městskou hru s pomocí facilitátora, který je povede při určování míst, která do ní mají být zahrnuta. Vývoj městské hry má zásadní význam pro vytvoření spojení mezi participativním cestovním ruchem a gamifikací.

Vývoj městské hry je jedním z konečných cílů projektu, díky němuž budou mít zúčastněné strany možnost přímo vyzkoušet, jak může gamifikace pomoci rozvoji odvětví cestovního ruchu.

1.1 Zúčastněné organizace

E.A.C.E. - Německo

Accademia IRSEI APS - Itálie

Dovednosti potápěčů - Spagna

Mise Hero - Česká republika

Ergasia - Řecko

2. Participativní a udržitelný cestovní ruch

V kontextu participativního a udržitelného cestovního ruchu partneři analyzovali situaci v jednotlivých zemích a představili vnitřní charakteristiky každé země také s ohledem na ekonomickou pomoc z postpandemických národních plánů. Následně představili příklady aktivit, podniků či projektů, které v jejich zemi představovaly "dobrou praxi" v dané oblasti. Nakonec byly provedeny rozhovory, a to jak s manažery analyzovaných reálií, tak s odborníky v dané oblasti, kteří by mohli pomoci pochopit současnou národní situaci a poskytnout užitečné rady.

2.1 Španělsko

V zemi byla s ekonomickou pomocí Národního plánu obnovy, transformace a odolnosti vypracována Strategie udržitelného cestovního ruchu 2030, jejímž cílem je vytvořit plán pro budoucnost odvětví cestovního ruchu. V této souvislosti bylo vytvořeno několik programů, nejprve Státní finanční fond pro konkurenceschopnost cestovního ruchu (FOCIT) v roce 2021; s cílem podpořit projekty a programy dokončené na urychlení transformace odvětví směrem k udržitelnějšímu modelu a podpořit rozvoj aktivit cestovního ruchu ve venkovských oblastech a zároveň podpořit opatření k využívání metod řízení zaměřených na technologický rozvoj, respektování životního prostředí a zvyšování úrovně zaměstnanosti. Cílem těchto programů je také umožnit manažerům zachovat si svou činnost i po ukončení podpory.

Za druhé, Plán na podporu odvětví cestovního ruchu: Na cestě k bezpečnému a udržitelnému cestovnímu ruchu se dvěma programy zaměřenými na podporu turistických destinací s velkým počtem návštěvníků a destinací ve venkovských oblastech s cílem vytvořit plány udržitelného cestovního ruchu a zároveň zvýšit jejich konkurenceschopnost.

Příklady participativního a udržitelného cestovního ruchu:

- Red Ceres Ecotour je projekt vytvořený za účelem sjednocení nabídky venkovské turistiky a udržitelného agroturistického ruchu ve Španělsku, s cílem zachovat a šířit kulturní dědictví venkova podle zásad udržitelného a odpovědného cestovního ruchu, a to i prostřednictvím spolupráce se subjekty a/nebo mezinárodními organizacemi, které s těmito zásadami souvisejí.

V rámci projektu vzniklo několik iniciativ týkajících se nejen ubytování, ale také ekogastronomie (restaurace a gastronomické iniciativy ve venkovských

oblastech), školení, seminářů a kulatých stolů k diskusi o ekologické venkovské turistice.

- L'Avenc de taveret byl jedním z průkopníků udržitelných venkovských apartmánových hotelů zaměřených na zapojení místní komunity. V rámci možností používají pouze místní produkty (km0), produkty ekologického zemědělství nebo fair trade a produkty pro dobré životní podmínky zvířat s cílem nejen podpořit místní aktivity, ale také propagovat udržitelný pohled na věc.

Rozhovor s odborníkem v oblasti participativního a udržitelného cestovního ruchu:

Carmen María Verde Martín, vedoucí služby cestovního ruchu pro Radu města Murcia.

Dotazovaný analyzoval situaci v zemi (zejména v regionu Murcia) a to, jak se může odvětví cestovního ruchu vyvíjet díky ekonomické pomoci z Národního plánu obnovy a odolnosti a jak se může ve Španělsku rozvíjet participativní a udržitelný cestovní ruch. Díky získané finanční pomoci hodlá region zlepšit nejen turistický systém, například digitalizací turistických bodů, ale také vytvořit muzejní trasu. V příštích dvou letech se díky těmto projektům očekává zlepšení cestovního ruchu v různých aspektech, od lepší dostupnosti až po zlepšení přírodních a kulturních oblastí.

Od roku 2014 došlo v regionu k velkému rozvoji participativního a udržitelného cestovního ruchu, občané se nadšeně zapojili do místních iniciativ a vytvořili několik projektů, stejně jako Murcijskou agendu 2030. Je tedy zřejmé, že participativní a udržitelný cestovní ruch je v regionu dobře ukotvený, dokonce je navrhována aplikace, která obsahuje všechny informace obecně požadované turisty, od rezervace představení, přes restaurace až po uvedení typických produktů oblasti.

2.2 Česká republika

Participativní cestovní ruch se v České republice rozvíjí v několika směrech, na jedné straně je velký zájem o formy cestovního ruchu spojené s územím a vztahem k přírodě, na straně druhé se vytvářejí nové způsoby návštěvy měst.

Příklad participativního a udržitelného cestovního ruchu:

- Participativní turistika se v posledních letech v celé Evropě velmi rozvíjí, v České republice mohou lidé díky Domečku u oveček prožít agroturistický zážitek, který se liší od klasického turistického. Na farmě mohou lidé prožít dovolenou v přírodě a pochopit, jak funguje farma, majitelé dávají možnost prožít dobrovolnou zkušenost práce na farmě, takže turisté mohou na vlastní oči vidět, jak funguje chov zvířat a výroba produktů, a zároveň přispět k propagaci a rozvoji místní komunity.

Zájemci o farmu, většinou rodiny ze zahraničí, mají možnost navštívit farmu, seznámit se s její historií, pohladit si zvířata a strávit příjemný čas s ostatními

návštěvníky a majiteli. Díky těmto charakteristikám je místo vhodné pro prožití jiné formy zážitkové turistiky, než je obvyklé.

- Pragulic nabízí různé prohlídky Prahy s průvodcem, průvodci jsou vlastně lidé bez domova. Cílem projektu je dát lidem bez domova šanci vzít si svůj život zpět a zároveň nabourat některé stereotypy.

Turisté, většinou ženy ve věku 25-35 let, mají zájem navštívit město jiným a neobvyklým způsobem, objevovat skrytá místa vedle klasických prohlídek. Přestože projekt úspěšně funguje, představuje některé kritické problémy, které představuje přímá práce s lidmi bez domova, je třeba investovat hodně času a umět zvládnout z psychologického hlediska lidi, kteří potřebují první péči, a zvládnout je.

Rozhovor s odborníkem v oblasti participativního a udržitelného cestovního ruchu:

Vojtěch Veselý, majitel společnosti Biostatek. Dotazovaný, který analyzuje situaci v oblasti udržitelného a participativního cestovního ruchu, uvádí, že ekonomické investice jsou základem pro šíření pomalého a udržitelného cestovního ruchu. Investice, ať už soukromé, nebo veřejné, jsou nezbytné pro vytvoření velkých či malých projektů, které přilákají turisty a umožní jim navštívit zemi a prožít zážitky vzdálené klasickému masovému turismu, jako jsou farmy a místa mimo klasické turistické trasy.

2.3 Řecko

Odvětví cestovního ruchu v Řecku je jedním z předních odvětví v zemi a Řecká konfederace cestovního ruchu již podnikla iniciativy ke zvýšení úrovně udržitelnosti tohoto odvětví. V rámci strategického plánu SETE "Akční plány řeckého cestovního ruchu 2030" byly představeny projekty s cílem zavést strategický plán udržitelnosti, který zahrnuje pokyny, analýzy a semináře zaměřené na podporu udržitelného cestovního ruchu.

V zemi bylo podniknuto mnoho iniciativ pro rozvoj odvětví cestovního ruchu směrem k udržitelnější formě, vláda totiž vypracovala plán rozvoje spravedlivého přechodu (JTDP), jehož cílem je zlepšit turistickou nabídku, diverzifikovat ji a prodloužit turistické období. Pomocí Národního strategického plánu rozvoje cestovního ruchu na období 2021-2030 chce země posílit své přírodní zdroje, jako jsou termální lázně, hory a pláže.

Příklad participativního a udržitelného cestovního ruchu

- Astypalea: První chytrý a udržitelný ostrov ve Středozemním moři je projektem stojícím na čtyřech pilířích: elektrifikaci vozidel, inteligentní mobilitě, nabíjení a energii z obnovitelných zdrojů, autonomním řízení jako budoucí možnosti. Jejím cílem je, aby se ostrov stal prvním inteligentním a udržitelným ostrovem s

energetickou autonomií ve Středomoří do roku 2030, kdy také dosáhne mobility s nulovými emisemi.

Projekt Řecké republiky a koncernu Volkswagen usiluje o vytvoření zcela nového dopravního systému se službami digitální mobility. Cílem je nahradit veřejnou dopravu elektrickými vozidly a zároveň se zaměřit na ekologický přechod s využitím přírodních zdrojů, jako je větrná a solární energie. Aby bylo možné dosáhnout cílů stanovených projektem, je nutné, aby obyvatelstvo aktivně přispělo.

- Projekt EU - Silver Wellbeing je projekt, který spojuje cestovní ruch, zdravotnictví a zemědělství a jehož cílem je vytvořit turistické trasy založené na středomořské stravě a vhodné pro "stříbrné turisty", a to i díky pomoci lékařských a vědeckých odborníků, kteří spolupracují se zúčastněnými stranami v odvětví cestovního ruchu na vytváření jedinečných zážitků, které zároveň přispívají ke zvýšení úrovně pohody celé společnosti. Projekt vedl k vytvoření aplikace a platformy s vnitřními užitečnými návrhy na vytvoření stezek založených na stravovacích návycích a přírodním bohatství oblasti.

Rozhovor s odborníkem v oblasti participativního a udržitelného cestovního ruchu:

Theodoros Tsoukalas, administrativní pracovník hotelu Kipriotis. Podle respondenta, přestože je cestovní ruch v Řecku jedním z předních odvětví země, není participativní cestovní ruch nijak zvlášť rozvinutý. S pomocí prostředků z národního plánu obnovy se však mohou rozvíjet nové formy udržitelného a participativního cestovního ruchu, jako je agroturistika. Příkladem již rozvinuté participativní turistiky je vesnice Vamvakou v oblasti Peloponésu.

2.4 Itálie

Po krizi způsobené pandemií Covid 19 se země snažila zotavit i díky ekonomické podpoře z prostředků Národního plánu obnovy a odolnosti. Odvětví cestovního ruchu bylo vždy jedním z hnacích odvětví italské ekonomiky, a proto bylo na plány a projekty v oblasti cestovního ruchu a turistických aktivit vyčleněno mnoho finančních prostředků, aby bylo dosaženo domácí i mezinárodní přítomnosti z období před pandemií. Jeden z navrhovaných projektů "Caput Mundi Next Generation EU" má za cíl vytvořit nové turistické trasy a posílit oblasti země odlišné od klasických tras. Cílem projektu je také vytvořit nová pracovní místa, podpořit využívání digitálních technologií vytvořením aplikace a vytvořit formy aktivního občanství. Některé konečné cíle budou: regenerace a obnova římského kulturního dědictví rekvalifikace okrajových oblastí, sociální začleňování s podporou aktivního občanství a odstraňování kulturních bariér.

Příklad participativního a udržitelného cestovního ruchu:

- Cílem projektu Le vie dei tesori, který probíhá od roku 2006, je posílit sicilské kulturní dědictví tím, že turistům i místním obyvatelům umožní navštívit místa, památky a oblasti regionu. Díky práci novinářů, vědců a pracovníků v kulturním sektoru se v rámci projektu podařilo znovu otevřít místa, která byla dlouhou dobu uzavřena, obnovit a restrukturalizovat díla a památky a pořádat akce na podporu kulturního a uměleckého dědictví ostrova. Kromě zhodnocování kulturního dědictví dal projekt občanům také příležitost spolupracovat jako dobrovolníci, čímž posílil pojem "komunita".
Projekt se rozvinul natolik, že vytvořil různé aktivity na podporu kulturního dědictví, jako je například festival "Borghi dei Tesori", který je věnován znovuobjevení malých sicilských vesnic a jejich zhodnocení.
- Teatro Andromeda, divadlo představuje jedinečnou stavbu, jejíž kruhový tvar ve skutečnosti připomíná ovčín, sedadla jsou umístěna tak, aby představovala polohu hvězd souhvězdí Andromedy, od něhož je odvozen jeho název.
Pořádá se několik akcí spojených s přírodními událostmi, jako je letní slunovrat, které přitahují mnoho účastníků.

Rozhovor s odborníkem v oblasti participativního a udržitelného cestovního ruchu:

Michela Morello, univerzitní profesorka sociologie cestovního ruchu na univerzitě v Palermu. Podle respondentky je při řízení a organizaci akcí důležité brát v úvahu některé aspekty: ekonomické hledisko, aby byly zohledněny různé ekonomické možnosti možných uživatelů; dbát na vysokou úroveň kvality a být schopen ji udržet v čase; zvážit prodloužení doby dostupnosti akce nebo otevření místa, aby se zabránilo přítomnosti příliš mnoha uživatelů ve stejnou dobu; a konečně respektovat sliby dané při propagaci akce, být schopen nezklamat očekávání, která se v návštěvníkovi zrodila.

2.5 Německo

Participační cestovní ruch je v Německu velmi rozvinutý, v zemi se totiž rozvinulo propojení mezi turisty a místní komunitou, které přispělo k vytvoření inovativních a zážitkových turistických tras. Výsledek této vazby podněcuje turisty k interakci s místními obyvateli, k lepšímu poznání tradic, kultury a charakteristických rysů země. V Německu mají turisté možnost vytvořit si vlastní turistickou trasu na základě vlastních zájmů a přání. V neposlední řadě je základním prvkem v rámci participativního cestovního ruchu v Německu respekt k udržitelnosti a odpovědnosti, turisté jsou povzbuzováni k respektování prostředí, ve kterém se nacházejí, což umožňuje zachování přírody a kulturního dědictví země v čase.

Rozvoj těchto nových forem cestovního ruchu přispívá k hospodářskému a kulturnímu růstu země. Existuje mnoho pozitivních aspektů: turista již není pouze pasivním pozorovatelem, ale podílí se na tvorbě vlastního zážitku z návštěvy, čímž vytváří významné spojení s územím a s místními obyvateli; participativní cestovní ruch přispívá k

ekonomickému rozvoji země, což vede k růstu komerčních aktivit a zvýšení zaměstnanosti; závěrem lze říci, že udržitelný cestovní ruch přispívá k šíření konceptu respektu k životnímu prostředí a místnímu kulturnímu dědictví.

Příklad participativního a udržitelného cestovního ruchu:

- V rámci Berlínské pouliční umělecké dílny mají turisté možnost zblízka pozorovat pouliční umění ve městě, účastnit se komentovaných prohlídek pouličních umělců a mít příležitost zúčastnit se workshopů, které pomáhají rozvíjet uměleckou nabídku města a zároveň se dozvědět více o umělecké scéně Berlína.

3. Gamifikace

Po první národní analýze vývoje gamifikace v jednotlivých zemích vybrali partneři národní příklady společností nebo projektů, které využívají techniky gamifikace k propagaci svého města nebo společnosti. Přestože využívání technik gamifikace není v partnerských zemích příliš rozšířené, bylo možné v každé zemi vysledovat příklady.

3.1 Španělsko

Ve Španělsku je gamifikace rozšířená v různých oblastech, několik společností nabízí poradenské služby, například v oblasti digitálního marketingu, obchodního prostředí a školení.

Některé konkrétní příklady, které lze uvést na národní úrovni, jsou: Correos, národní poštovní služba, která udělovala body a ceny svým zaměstnancům, kteří dokázali zkontrolovat 160 000 stránek oficiálních webových stránek, čímž mohla společnost ušetřit peníze tím, že kontrolu stránek nesvěřila externí společnosti.

Dalším příkladem gamifikace aplikované na velkou národní banku je ten, který sponzorovala BBVA, jež vyhlásila výzvy pro své zákazníky s cílem udržet si je a zároveň propagovat své služby internetového bankovníctví, přičemž nabídla kumulativní body a odměny za pouhé sledování online videí nebo nahrání osobních informací na jejich profil, což nejen zvýšilo počet návštěv na stránkách, ale také úroveň spokojenosti zákazníků a v neposlední řadě zvýšilo využívání online banky.

Příklad gamifikace:

- Na regionální úrovni vyvinulo oddělení vědecké kultury Murcijské univerzity (UMU) ve spolupráci s městem Murcia a Španělskou nadací pro vědu a technologie (FECYT) - Ministerstvem pro vědu a inovace projekt Murciencia, jehož cílem je vytvořit nové metody učení se vědě prostřednictvím herních technik užitečných pro návštěvu města novým a dynamickým způsobem.
- Ratur Ginkana představuje evoluci klasické ginkany, jejímž smyslem je nabídnout nový zážitek z návštěvy a poskytnout informace a podrobnosti, které často znají jen místní obyvatelé. Díky vývoji hry je cílem sbírat body, které lze později vyměnit v obchodech a při aktivitách v oblasti. Hra umožní turistům nejen návštěvu jednoduchým způsobem a bez podpory specializovaných průvodců, ale také podpoří komerční aktivity v oblasti. Stažením aplikace si můžete vybrat ginkana, který chcete procestovat, podle trasy, kterou chcete navštívit, a zároveň vyhledat restaurace, obchody a hotely v oblasti.

Rozhovor s odborníkem v oblasti gamifikace:

Antonio Jesús Abellán Olivares, ředitel společnosti 360virtual.es, která se zabývá výrobou 360° virtuálních prohlídek a dalších audiovizuálních produktů.

Podle odborníka je k tomu, aby bylo možné vytvořit gamifikační produkt, který dokáže turisty zaujmout, ale zároveň vydrží v čase, nutné vytvořit něco, co neskončí u první aktualizace, co zohlední všechny aktéry zapojené do odvětví cestovního ruchu a co nakonec dokáže držet krok s novými technologiemi na trhu.

Zásadním prvkem při vývoji produktů využívajících gamifikaci je nutné zvážit věk, na který je produkt zaměřen, obecně jsou totiž určeny mladým lidem zvyklým na používání technologií, ale aby bylo možné zapojit co nejvíce uživatelů, mohly by obsahovat slevové poukázky na útratu v síti restaurací a obchodů.

3.2 Česká republika

V zemi je používání technik gamifikace velmi rozšířené, zejména v rámci národního cestovního ruchu, kde byly vytvořeny aplikace, které umožňují návštěvníkům prozkoumávat města.

Příklad gamifikace:

- CEITEC10 je hra určená k poznávání města Brna během výletu, uživatelé mohou odpovídat na kvízy a otázky týkající se míst a památek města, jejich prostřednictvím mají vlastně turisté možnost poznat historii a kulturu města ve skupinách nebo individuálně.
- GEOFUN je hra vytvořená za účelem návštěvy nejzajímavějších turistických míst v zemi. Jakmile turista dosáhne místa zájmu, plní navržené úkoly hry, které odpovídají 4 různým kategoriím: fyzické, mentální, zábavné a trapné. Tyto kategorie jsou pak označeny různými stupni obtížnosti, od 1 do 5. Hra umožňuje navštívit zemi zábavným a inovativním způsobem.
- Hra Praha vám umožní navštívit Prahu novým a zábavným způsobem, po rezervaci hry obdrží účastníci první náповědu a mapu města s vyznačením výchozího bodu, kde se setkají s organizátory. Ti turistům předají tašku s potřebnými prvky uvnitř pro pokračování hry, na konci vítězové obdrží ceny a budou mít možnost pohovořit s organizátory.

Rozhovor s odborníkem na gamifikaci:

Jan Bureš, majitel a ředitel společnosti Ga.Me Europe.

Podle odborníka je základním prvkem pro fungování gamifikačního produktu zábava, je důležité vytvořit produkt, který dokáže uživatele bavit. Možnost objevovat a zároveň se bavit je zásadní pro to, aby si uživatel zážitek užil a zároveň se neunavil, proto je stejně

důležité navrhnout itinerář, který zahrnuje nepřilíš dlouhé trasy s možností odpočinku v barech a kavárnách, aby bylo vše co nejjednodušší.

Podle něj nejlépe fungují gamifikační produkty, které poskytují audioprůvodce a používání aplikace, ale zároveň nevyžadují, aby turista používal telefon příliš dlouho, aby uživatel netrivil více času na telefonu než obdivováním města. Stejně důležité je zohlednit i další prvky, jako je čas potřebný k dokončení návštěvy a připojení k internetu.

3.3 Řecko

V Řecku vyvinuté aplikace poskytují turistům užitečné informace k návštěvě země, díky nimž mají možnost snadno poznat všechny hlavní atrakce a lépe si zorganizovat návštěvu.

Příklad gamifikace:

- Visit Greece App je aplikace, kterou spustila Řecká národní turistická organizace a která byla navržena tak, aby poskytovala návrhy, informace a informace o plánovaných akcích pro turisty.
- This is Athens - Visitors Guide / Convention & Visitors Bureau / Athens with a Local: je průvodce, jehož cílem je zvýšit počet příjezdů do země, a to jak turistů, tak lidí, kteří přijíždějí za prací mimo turistické období. Uvnitř je možné najít užitečné tipy k návštěvě Atén, od restaurací až po tipy, co navštívit. Jsou zde také užitečné návrhy na pořádání setkání a propagaci města jako udržitelné a inovativní destinace. Nabízený obsah je roztríděn do praktických a užitečných kategorií, které reagují na jakýkoli typ potřeb.

Rozhovor s odborníkem na gamifikaci:

Koukos Christos, průvodce na Santorini. Podle respondenta může být gamifikace zásadní pro zvýšení počtu turistů, zvýšení technologické úrovně ostrova a v neposlední řadě pro přilákání různých skupin turistů.

3.4 Itálie

V zemi byly navrženy projekty, jejichž cílem je zvýšit úroveň všeobecné digitalizace, a zejména digitalizace odvětví cestovního ruchu. Dostupné investice budou zaměřeny na zlepšení internetových stránek italia.it, přidání užitečných informací, jako jsou informace o zdraví a specifické informace určené přesným cílovým skupinám, a digitální podporu malých a středních podniků, která jim pomůže v procesu digitalizace.

V Itálii byly zavedeny prvky gamifikace s cílem zvýšit počet turistů a zároveň zvýšit kvalitu turistické nabídky. Ministerstvo zahraničních věcí rovněž vytvořilo hru "Itálie, země divů",

kteřá má povzbudit turisty tím, že prostřednictvím hry představí přírodní, architektonické a kulturní charakteristiky země.

Příklad gamifikace:

- AR Tour, společnost, která organizuje prohlídky s průvodcem pomocí brýlí pro rozšířenou realitu. Prohlídky jsou organizovány v archeologických lokalitách v oblasti Kampánie, Herculaneum, Pompeje a Neapol. Díky použití brýlí pro rozšířenou realitu mají turisté s průvodcem možnost prohlédnout si archeologická naleziště v původní podobě a prožít tak jiný a jedinečný zážitek.
- Associazione culturale Tuo Museo, cílem sdružení je spojit svět kultury a cestovního ruchu s gamifikací a vyvíjet různé digitální produkty, jako jsou hry, webové stránky, aplikace, vizuální instalace, v závislosti na cíli, kterého chtějí žadatelé dosáhnout, a na ekonomických investicích.

Hra "Minulost pro budoucnost" byla vyvinuta za účelem propagace muzea v Tarantu. Prostřednictvím zážitku, který prožívá hlavní postava, má hráč možnost navštívit město a muzeum, navštívit je inovativním způsobem a zároveň si vytvořit citové pouto k tomuto místu.

Rozhovor s odborníkem na gamifikaci:

Luna Meli, zakladatelka a projektová manažerka společnosti Hi.Stories srl, která poskytuje technologické služby.

Podle respondenta v Itálii bohužel není gamifikace tak rozšířená jako v jiných evropských zemích, a to z několika důvodů: panuje zde velká skepse k tomu, že gamifikační produkty jsou určeny pouze pro děti, a někteří stále věří, že některá kulturní místa, jako jsou muzea, by měla žít tradičním způsobem. Lidé se domnívají, že k používání produktů gamifikace je třeba hodně investovat, ale ve skutečnosti existují různé typy produktů, jako jsou hry, aplikace nebo instalace, které vyžadují různé ekonomické investice, jež dosahují stejného cíle: přilákat turisty. Zároveň je možné při použití různých produktů gamifikace dosáhnout stejného výsledku, umožnit turistům navštívit co nejvíce míst, zároveň podpořit podnikání a vytvořit inovativní turistickou trasu.

Bohužel v národních výzvách tvoří finanční investice určené na digitální sektor vždy jen malou část, která rozvoj gamifikace nepodporuje.

3.5 Německo

Využívání technik gamifikace je v Německu velmi rozšířené, v odvětví cestovního ruchu se používají různé metody ke zlepšení turistických zážitků a podpoře aktivní účasti.

v cestovním ruchu se využívají: aplikace, které umožňují zábavnější a podnětější návštěvu měst, historických a přírodních památek prostřednictvím kvízů a her; VR a AR, které umožňují vytvořit pohlcující zážitek prostřednictvím her nebo hledání pokladu;

využití sociálních médií, kdy turisté mohou na svá sociální média nahrávat fotografie a videa a sdílet své zážitky, za což dostávají slevy a odměny.

Integrace technik gamifikace do participativního cestovního ruchu změnila německé odvětví cestovního ruchu a učinila z Německa inovativní a konkurenceschopnou destinaci na mezinárodní úrovni. Existuje několik příkladů aplikací a her vyvinutých k propagaci měst, přírodních a historických památek. Díky nim mohou turisté navštívit města, národní parky a historické památky prostřednictvím her, kvízů a výzev.

Příklad gamifikace:

- Visit Berlin Challenges, webová stránka a aplikace, která umožňuje turistům navštívit město zábavnou formou, plněním her, kvízů a misí. Platforma byla vyvinuta ve spolupráci s místními aktivitami, muzei a zajímavými místy s cílem propagovat město po všech stránkách a zároveň nabízet slevy a nabídky, které turisty povzbuzují k pohybu po různých částech města. Interaktivní mapy, popisy a podrobné informace slouží k co nejpříjemnějšímu zážitku z návštěvy a provázejí účastníky objevováním přírodních zdrojů, kulturního dědictví a kulinářské scény města.
- Volkswagen Autostadt je interaktivní zábavní park ve Wolfsburgu, který nabízí interaktivní aktivity, simulátory jízdy a zážitky ve virtuální realitě pro automobilové nadšence, rodiny a zájemce z řad turistů. Automobilka spolupracuje s místními úřady pro cestovní ruch na propagaci parku jako turistického cíle ve městě s dvojitým cílem: ukázat své technologické inovace a úsilí o udržitelnost a zároveň podpořit cestovní ruch v oblasti, pořádat akce, workshopy a výstavy.
- Mníchov Myster, prostřednictvím aplikace mohou turisté navštívit Mníchov a bavit se. Díky kvízům a hrám totiž uživatelé objeví historii a tajemství neznámějších míst ve městě a navštíví je zábavnou a inovativní formou. cílem hry je vzbudit zvědavost turistů a zároveň propagovat historii a kulturu města prostřednictvím rozšířené reality a vyprávění příběhů.

5. Závěry

Z analýzy partnerů vyplývá, že participativní a udržitelný cestovní ruch se rozvíjí ve všech zemích, i když různými způsoby. Od konce pandemie se silně rozvíjí participativní cestovní ruch, který umožňuje rozvoj jiných aktivit než masového cestovního ruchu, které umožňují turistům prožít přímý zážitek na daném území a přímo s místními obyvateli. Tato nová forma živého cestovního ruchu úzce souvisí s dalšími aktuálními otázkami a je silně vnímána zejména v posledních letech; jde o otázky, jako je udržitelnost, změna klimatu a rozvoj nových technologií.

Díky příkladům osvědčených postupů a následným rozhovorům je zřejmé, že výsadní postavení mají zážitkové aktivity, které mohou turistům zanechat něco víc než pouhou návštěvu a umožnit jim poznat historii, přírodu a kulturní dědictví země.

S ekonomickou pomocí z národních plánů obnovy a krizových plánů byly vypracovány projekty, jejichž cílem je snížit dopady člověka na životní prostředí a klima. Země se proto snaží vytvářet nové turistické trasy, které respektují nejen bohatství přítomné v každé zemi, ale také přírodní zdroje, které mají. Z uvedených příkladů je patrné, že země jako Španělsko a Česká republika vyvinuly projekty a aktivity, které upřednostňují venkovské komunity (agroturistické farmy nebo hotely), nabízejí aktivity spojené s přírodou, v kontaktu se zvířaty a daleko od klasických turistických destinací. V Řecku však existuje příklad udržitelného cestovního ruchu, jehož cílem je vytvořit ostrov zcela udržitelný a bezemisní. Jedná se o jeden z příkladů udržitelného cestovního ruchu, jehož cílem je nejen respektovat životní prostředí, ale také šířit ekologicky šetrnější způsob života a cestování.

Vývoj nových technologií navíc vedl k tomu, že se v odvětví cestovního ruchu a kultury začaly používat techniky gamifikace. V mnoha evropských zemích se totiž digitální produkty používají k nabídce různých aktivit pro turisty, které jim umožňují prožít návštěvu poutavějším způsobem. Díky vývoji aplikací, her, AR/VR, audiovizuálních instalací zažívá odvětví cestovního ruchu renesanci, a to jak z hlediska kvality nabízených produktů, tak z hlediska množství využití. Podle analýzy partnerů je však zřejmé, že v některých zemích je gamifikace rozvinutější než v jiných. Například v Německu se techniky gamifikace využívají v různých oblastech, od automobilového průmyslu až po cestovní ruch, aby uživatelé nabídli atraktivnější, poutavější a zajímavější zážitek z návštěvy. V zemi se používají různé techniky gamifikace, od interaktivních map přes prvky rozšířené reality až po interaktivní dotykové obrazovky.

To, co dělá z gamifikace funkční produkt pro tento účel, je skutečnost, že nabízí jiný produkt než obvykle, který v turistovi zanechá vzpomínku a který se odchyluje od klasické představy o masovém cestovním ruchu. Bohužel však gamifikace není spravedlivě rozšířena ve všech evropských zemích. Například v Itálii existují vynikající

příklady společností a organizací, které již několik let nabízejí gamifikační produkty v rámci turistického a kulturního systému, jako je například využití brýlí pro rozšířenou realitu při návštěvě archeologických parků nebo vytvoření videoher, které ztraktivňují návštěvu uvnitř muzeí, ale je třeba udělat mnoho pro rozšíření těchto nástrojů po celé zemi.

Z provedené analýzy a rozhovorů je zřejmé, že ačkoli se gamifikace v Evropě šíří, je důležité věnovat pozornost některým detailům. Při zvažování využití některých digitálních produktů je důležité vybrat ty, které nejlépe odpovídají potřebám žadatele, a to s ohledem na ekonomickou investici i na konečný cíl, který má být naplněn. Je důležité zvážit několik základních prvků, nejen aby oslovily koncové uživatele, ale také aby vydržely v čase, aby se předešlo výrobě něčeho, co v průběhu let selže. Dalším základním prvkem, který je třeba zvážit, je možnost zpřístupnění jakémukoli typu uživatelů, s ohledem na různý věk, různé způsoby prožívání cestovního ruchu nebo případná postižení.

V odvětví cestovního ruchu se dnes ukazuje, jak může zaměření na kvalitu nabídky, na zvláštnosti a na účasti vytvořit odlišnou turistickou nabídku, kterou turisté ocení. Spojením těchto dvou odvětví mohou manažeři vytvořit inovativní a atraktivní produkt v souladu s novými technologiemi a současnými požadavky trhu.

DĚKUJEME

GAP

games for participatory tourism

