

## ***“Gdzie przemysł spotyka doświadczenie: od lokalnych praktyk do przyszłych wizji turystyki przemysłowej”***

Artykuł autorstwa partnerów konsorcjum IndusTour — Funduszu ds. Europejskich i Rozwoju AP Wojwodina oraz Gminy Tønder.

### ***Kształtowanie turystyki przemysłowej: polityka, doświadczenia i przyszłe trendy***

Wraz ze wzrostem strategicznego znaczenia turystyki przemysłowej w Europie coraz bardziej widoczna staje się potrzeba lepszego zdefiniowania jej zakresu, rozwoju oraz roli w politykach rozwoju regionalnego. W ramach projektu IndusTour zagadnienia te były omawiane podczas warsztatów tematycznych w Lyonie, gdzie zewnętrzny ekspert ds. turystyki przemysłowej, Ettore Ruggiero, przedstawił koncepcję „czterech generacji turystyki przemysłowej”. W oparciu o te spostrzeżenia poniższy wywiad prezentuje eksperckie refleksje dotyczące tego, w jaki sposób regiony mogą przełożyć tę rozwijającą się koncepcję na spójne strategie, tworzyć angażujące i oparte na doświadczeniu oferty oraz wykorzystywać turystykę przemysłową jako narzędzie zrównoważonego, innowacyjnego i zdywersyfikowanego rozwoju terytorialnego.

### **1. Podczas warsztatów w Lyonie określił Pan turystykę przemysłową jako koncepcję „parasola”, łączącą dziedzictwo, pamięć przedsiębiorstw i aktywną produkcję. W jaki sposób decydenci mogą przełożyć tę szeroką definicję na spójne i praktyczne strategie?**

Turystyka przemysłowa stopniowo przekształcała się w wielowymiarowy obszar łączący dziedzictwo przemysłowe i rzemieślnicze, lokalną produkcję oraz rozwój terytorialny. Można ją interpretować jako koncepcję „parasola”, obejmującą nieczynne obiekty przemysłowe, aktywne przedsiębiorstwa przemysłowe i rzemieślnicze oraz muzea firmowe — wszystkie zdolne do oferowania doświadczeń szerokiej i zróżnicowanej publiczności.

Dla decydentów i przedsiębiorstw wyzwaniem jest przełożenie tej szerokiej definicji na spójne i operacyjne strategie. Wymaga to budowania turystyki przemysłowej wokół trzech podstawowych filarów: waloryzacji nieczynnego dziedzictwa przemysłowego, zaangażowania aktywnych przedsiębiorstw i zarządzających muzeami firmowymi oraz włączenia ich do szerszego ekosystemu turystycznego. Regiony powinny opracowywać skoordynowane ramy strategiczne obejmujące mapowanie zasobów, wspólne standardy jakości, systemy zachęt dla przedsiębiorstw oraz modele zarządzania angażujące instytucje publiczne,

przemysł i system edukacji. Tylko dzięki takiemu systemowemu podejściu turystyka przemysłowa może stać się segmentem turystyki kulturowej wzmacniającym lokalne tradycje oraz kulturę „know-how”.

## **2. Wyjaśnij Pan, że cztery generacje turystyki przemysłowej nie wykluczają się wzajemnie, lecz często współistnieją. W jaki sposób regiony powinny równoważyć te różne podejścia?**

Podczas spotkania w Lyonie przedstawiłem koncepcję czterech generacji turystyki przemysłowej. Pierwsza generacja wywodzi się z wizyt technicznych, rozwijanych głównie w kontekście edukacyjnym i zawodowym — była to zasadniczo turystyka „dla wtajemniczonych”. Druga generacja oznaczała zwrot ku szerszej publiczności poprzez waloryzację dziedzictwa przemysłowego: dawnych fabryk, kopalń i historycznych zakładów przekształconych w muzea lub przestrzenie wystawiennicze. Trzecia generacja pojawiła się, gdy aktywne przedsiębiorstwa zaczęły otwierać swoje drzwi, stając się przestrzeniami doświadczeń, w których odwiedzający mogli obserwować produkcję w czasie rzeczywistym i poznawać wartości marki. Czwarta generacja stanowi najbardziej zaawansowany etap: turystyka przemysłowa staje się doświadczeniowa i terytorialna, organizowana w sieci i zintegrowane produkty, w ramach których odwiedzający uczestniczą, tworzą i uczą się poprzez działanie.

Te cztery generacje nie zastępują się nawzajem, lecz często współistnieją na tym samym obszarze. Regiony powinny integrować różne generacje zamiast wybierać tylko jedną: wzmacniać dziedzictwo (przeszłość), otwierać aktywne przedsiębiorstwa (teraźniejszość) oraz budować doświadczenia terytorialne (przyszłość), tworząc skoordynowaną i komplementarną ofertę dla różnych grup odbiorców.

## **3. Jakie elementy sprawiają, że doświadczenie turystyki przemysłowej jest dziś naprawdę angażujące dla odwiedzających?**

Kluczową zmianą było przejście od wizyt czysto technicznych do podejścia skoncentrowanego na doświadczeniu i storytellingu. Dzisiejsi odwiedzający poszukują doświadczeń znaczących, immersyjnych i angażujących. Najskuteczniejsze oferty łączą opowieść, interakcję i autentyczność. Historie łączące produkty z ludźmi i miejscami budują emocjonalne zaangażowanie, podczas gdy działania praktyczne, symulacje oraz dostęp „od kulis” zmieniają bierne zwiedzanie w niezapomniane doświadczenia. Technologie cyfrowe, takie jak rozszerzona i wirtualna rzeczywistość, dodatkowo zwiększają zaangażowanie, czyniąc złożone procesy bardziej dostępnymi. Skuteczna turystyka przemysłowa łączy edukację i rozrywkę, tworząc prawdziwe doświadczenia typu „edutainment”, zakorzenione w rzeczywistych procesach produkcyjnych.

## **4. Co sprawia, że turystyka przemysłowa jest szczególnie skuteczna w odpowiadaniu na wyzwania takie jak dywersyfikacja regionalna i sezonowość?**

Jej skuteczność wynika z możliwości jednoczesnego odpowiadania na wiele wyzwań. Pozwala regionom wyjść poza tradycyjne modele turystyki poprzez waloryzację dziedzictwa przemysłowego i rzemieślniczego oraz zaangażowanie lokalnych przedsiębiorstw, poszerzając ofertę turystyczną przy jednoczesnym wzmacnianiu lokalnych gospodarek i łańcuchów wartości.

W kontekście sezonowości turystyka przemysłowa oferuje atrakcje całoroczne, mniej zależne od klimatu i sezonowych szczytów, dzięki czemu jest szczególnie odpowiednia dla szkół, specjalistów i niszowych segmentów odbiorców. Poprawia również społeczny wizerunek przemysłu, promuje transparentność i wspiera przyciąganie talentów, szczególnie w sektorach technicznych i naukowych.

#### **5. Patrząc w kierunku 2030 roku, jakie cechy będą definiować kolejny etap rozwoju?**

Możliwa „piąta generacja” turystyki przemysłowej będzie charakteryzowała się głęboką integracją cyfryzacji, zrównoważonego rozwoju i personalizacji. Kluczowe cechy obejmują hybrydyzację świata fizycznego i cyfrowego (rozszerzona rzeczywistość, sztuczna inteligencja) w celu wzbogacenia wizyt i umożliwienia zdalnego dostępu; centralną rolę zrównoważonego rozwoju poprzez prezentowanie odpowiedzialnych i cyrkularnych procesów produkcyjnych; wysoko spersonalizowane doświadczenia dostosowane do zainteresowań odwiedzających; aktywne zaangażowanie społeczności lokalnych jako współtwórców; oraz integrację z strategiami rozwoju terytorialnego.

Nie będzie już chodziło wyłącznie o „zwiedzanie przedsiębiorstwa”, lecz o przeżywanie połączonego, świadomego i spersonalizowanego doświadczenia, w którym produkcja, technologia i terytorium pozostają w nieustannej interakcji.

#### **6. Jakie powinny być pierwsze konkretne kroki regionu chcącego rozwijać turystykę przemysłową?**

Regiony powinny rozpocząć od kompleksowego mapowania zasobów przemysłowych — zarówno nieczynnych, jak i aktywnych — w celu oceny ich potencjału i gotowości. Następnie należy zaangażować interesariuszy i stworzyć początkową sieć współpracy, motywując wiodące przedsiębiorstwa oraz instytucje publiczne do roli pionierów. Projekty pilotażowe powinny testować różne formaty i pokazywać ich wykonalność, koncentrując się na doświadczeniach o wysokiej widoczności.

Należy również określić wspólne standardy bezpieczeństwa, dostępności i jakości doświadczeń, a także zapewnić szkolenia i wsparcie dla uczestniczących przedsiębiorstw. Ostatecznie turystyka przemysłowa powinna zostać w pełni zintegrowana ze strategiami regionalnymi, łącząc ją z politykami turystyki, edukacji, innowacji i zrównoważonego rozwoju.

#### ***Gdzie przemysł spotyka doświadczenie: nowa wizja turystyki w Tønder***

W ramach projektu UE IndusTour Gmina Tønder bada, w jaki sposób przemysł, dziedzictwo kulturowe i storytelling mogą wspólnie tworzyć nowe doświadczenia dla odwiedzających. Inspirując się firmą ECCO oraz stacją kolejową Tønder, gmina rozwija szerszą i bardziej współczesną wizję turystyki przemysłowej.

W ramach tej inicjatywy Gmina Tønder prowadzi strategiczne działania na rzecz rozwoju turystyki przemysłowej jako nowego obszaru aktywności. Celem jest tworzenie doświadczeń zakorzenionych w lokalnej historii, biznesie i kulturze, atrakcyjnych zarówno dla mieszkańców, jak i odwiedzających poszukujących autentycznych i wartościowych miejsc.

Centralnym elementem tych działań jest dialog z firmą ECCO, która odzwierciedla wiele kluczowych wartości regionu: rzemiosło, jakość, innowacyjność i silne lokalne korzenie. Założona w Danii w 1963 roku firma ECCO rozwinęła się w globalną markę obuwniczą. Od pierwszych projektów po gotowe produkty

sprzedawane na całym świecie firma konsekwentnie kładła nacisk na detale, materiały i jakość. To połączenie rzemiosła i globalnego zasięgu sprawia, że ECCO stanowi ważny element tożsamości Gminy Tønder.

Lokalnie ECCO oznacza coś więcej niż tylko odnoszącą sukcesy firmę. Jest źródłem dumy i ważnym elementem historii gospodarczej regionu. Historia firmy pokazuje, jak wizja i determinacja mogą rozwinąć się w coś znacznie większego niż lokalna społeczność. ECCO zostało założone przez Birte i Karla Toosbuy. Karl, wykwalifikowany szewc, marzył o posiadaniu własnej fabryki. Aby zrealizować tę wizję, rodzina zrezygnowała ze stabilności finansowej, sprzedała swój dom i przeprowadziła się do Bredebro, gdzie od podstaw stworzyła przedsiębiorstwo. To, co zaczęło się jako ambitny pomysł, stało się międzynarodowym biznesem o silnych lokalnych korzeniach — czymś, co do dziś przyciąga zainteresowanie odwiedzających.

Silna więź między przedsiębiorstwem a miejscem podkreśla potencjał turystyki przemysłowej. ECCO oferuje coś więcej niż historię produktu; otwiera szerszą opowieść o ludziach, miejscu i rozwoju. Z tego względu firma stanowi naturalny punkt odniesienia w działaniach Gminy Tønder.

Podczas niedawnego spotkania z przedstawicielami ECCO omawiano możliwość dalszego rozwoju istniejącej wystawy. Wskazano konkretną przestrzeń pomiędzy kawiarnią a sklepem na rynku miejskim jako miejsce o potencjale do stworzenia bardziej interaktywnej i opartej na doświadczeniu ekspozycji. Dzięki wprowadzeniu elementów sensorycznych i praktycznych wystawa mogłaby przyciągnąć większą liczbę odwiedzających oraz stworzyć silniejsze ogólne doświadczenie. Takie inicjatywy mogłyby zwiększyć zainteresowanie historią ECCO, jednocześnie ożywiając centrum miasta i wzmacniając powiązania pomiędzy handlem, przestrzenią publiczną i storytellingiem. W ten sposób turystyka przemysłowa nie polega jedynie na zachowaniu przeszłości, ale również na jej aktywnym wykorzystywaniu we współczesny i znaczący sposób.

ECCO i stacja kolejowa Tønder wspólnie ukazują szersze rozumienie turystyki przemysłowej w Gminie Tønder — takie, które łączy przeszłość z teraźniejszością, przemysł z kulturą oraz lokalne historie z ciekawością odwiedzających. Dzięki projektowi IndusTour te atuty są przekształcane w doświadczenia budujące lokalną dumę i przyciągające odwiedzających spoza regionu.

Źródła:

- Ettore RUGGIERO, e-mail: [ettore.ruggiero@gmail.com](mailto:ettore.ruggiero@gmail.com), LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/ettore-ruggiero-143347/>

***Wszelkie prawa zastrzeżone. Niniejszy tekst oraz opisane w nim koncepcje stanowią własność intelektualną Konsorcjum IndusTour.***