

# Industriální turistika je v Česku na vzestupu. Firmy z toho profitují jak ve směru image, tak i odbytu svých produktů

Rozhovor s Ing. Rostislavem Vondruškou, ředitelem agentury CzechTourism.



## Ing. Rostislav Vondruška

Absolvent Vysoké školy ekonomické v Bratislavě. Působil jako generální ředitel hotelu Palace, Kongresového centra Praha a ve vedoucích funkcích několika dalších hotelů (Marriott, Renaissance Praha a Hilton). V letech 2009 až 2010 byl ministrem pro místní rozvoj České republiky. Od roku 2004 je generálním ředitelem České centrály cestovního ruchu – CzechTourism. Je držitelem prestižního ocenění Osobnost cestovního ruchu - Holiday World Award za roky 2007 a 2009.

**Česká republika může z hlediska kulturních a přírodních památek nabídnout turistům z celého světa velmi mnoho. Když k tomu připočteme pivní turistiku, kongresovou turistiku, patříme mezi turistické velmoci... A co turistika zaměřená na industriální památky? Mohl by to být segment, který by mohl být pro cizince zajímavý?**

Pro cizince je takový segment turismu zajímavý. Prohlídky ale musí být dispoziční v příslušném jazyce, minimálně v angličtině. Podle našich výzkumů představuje podíl zahraničních návštěvníků na těchto typech prohlídek kolem 10 %. Rozhodně jde o zajímavý segment pro domácí cestovní ruch.

**Vycházíte z nějaké konkrétní analýzy?**

Ano. Institut turismu agentury CzechTourism si na toto téma nechal zpracovat kvantitativní studii, jejímž cílem bylo právě zmapovat možnosti industriální turistiky na českém trhu. Ze studie mimo jiné vyplynulo, že naprostá většina dotazovaných firem, organizujících prohlídky, umožňuje prohlídky provozních a výrobních částí (ať s běžícím nebo zastaveným provozem) bez dodatečných služeb. Poměrně časté jsou ale i speciální expozice a audiovizuální prezentace. Daleko řidší jsou interaktivní a „živé“ varianty jako besedy, přednášky, workshopy a podobně.



Uhelné safari - Odstavený obr na montážním místě lomu Vršany



V Dolní oblasti Vítkovic se stále něco děje – na snímku instalace prvního ze tří modulů na samotný vrchol vysoké pece. Několik desítek tun oceli a skla vytvoří unikátní vyhlídkovou věž s expozicí

### Co je cílem prohlídek v provozech, které ještě vyrábějí?

Především je to snaha zlepšit image pořadatele-firmy mezi laickou i odbornou veřejností. Odpovídá tomu i významná snaha industriální turistiku propagovat. Ze studie ale současně vyplynulo, že podnikatelský segment je při samotném zvažování zavedení těchto propagačních prohlídek opatrný... Zvažuje, zda má odpovídající prostory, potýká se s otázkou bezpečnosti návštěvníků, legislativním rámcem a bojuje i s předsudkem o možném nezájmu ze strany návštěvníků. Ten se ovšem po zavedení této služby ve většině případů vůbec nepotvrdí.

### Uvedl jste, že panují obavy o bezpečnost návštěvníků... Je to vážný argument?

Podle závěrů studie více než 2/5 firem pořádajících prohlídky se při rozhodování o tom, zda je začnou pořádat, nesetkaly s žádnými obtížemi v oblasti bezpečnosti. U ostatních pak převažují obtíže interního rázu, související s organizací prohlídek. Obavy o bezpečnost hrají při úvodním, rozhodovacím procesu, prioritu. Zvažují se i náklady, související se zajištěním odpovídajících výkladů a infrastruktury či se zajištěním ochrany obchodního a výrobního tajemství. Kritizovány byly v tomto ohledu i legislativní podmínky, vztahující se právě k bezpečnosti účastníků prohlídek.

Celé třetiny z dotázaných firem se zdály jako velmi náročné.

### Vyplatí se tedy firmám takové exkurze pořádat?

Pokud se výrobní společnost rozhodne přes počáteční možné obtíže přeci jen prohlídky svého závodu veřejnosti umožnit, zaznamenává pak převážně pozitivní. Za pozitivní považují firmy organizující prohlídky především zvýšení povědomí o své činnosti, což může vést i ke zvýšení prodeje či odbytu. Negativa na této činnosti firmy příliš nevidí. Uváděné potíže tedy spíše komplikují situaci, ale nevedou ke skutečně závažným potížím. O tom, že prohlídky jsou vcelku pozitivně vnímány, svědčí i fakt, že velká většina dotazovaných subjektů, které prohlídky samy nabízejí, by je doporučila i ostatním firmám.

### Pro koho jsou tedy takové prohlídky industriálních prostor určeny?

4/5 z námi oslovených firem, které pořádají prohlídkové trasy, navštěvují kromě českých návštěvníků také zahraniční turisté, jejich podíl je (a to jsem již uváděl) jen kolem cca 10%. Z domácích návštěvníků tvoří laická veřejnost a odborná veřejnost, do které počítáme i školy či novináře, zhruba stejný podíl. Některé z velmi specializovaných společností umožňují přístup do některých z prostor pouze odborné veřejnosti, v drtivé většině případů je ale provoz zpřístupněn i laikům i odborníkům.

### Kterou technickou památku by si turisté určitě neměli nechat ujít?

Určitě jde například areál Dolní oblasti Vítkovic. V rámci celorepublikového žebříčku návštěvnosti turistických památek každý rok stoupá vzhůru a drží si své místo v „top 5“. Ročně branami zdejší oblasti projde přes 670 tisíc návštěvníků. Celý projekt se navíc stále vylepšuje a nabízí se nové atrakce či prostory. Jde o zcela unikátní komplex, jehož návštěvu bych doporučil jak cizincům, tak českým turistům.

### Myslíte si, že může někde v Česku vyrůst něco podobného jako v Dolních Vítkovicích, čili místo, kde vznikají expozice, kde je možné se naobědvat, uspořádat konferenci, uspořádat festival hudby, divadlo...

Potenciál k rozvoji mají mnohá místa po České republice, záleží ale pouze na majiteli, jakým směrem jej hodlá rozvíjet. Industriální turistika je vysoce specifická, neoslovuje tak širokou veřejnost jako je tomu například u gastro nebo wellness turistiky. Její vyznavači jsou však věrnými cestovateli a předávají si mezi sebou své zkušenosti a doporučení. Čas ukáže, jaká bude ochota a forma (třeba i ze strany státu) tento trend dále podpořit.

(čes)