

PERSPECTIVE DE UTILIZARE A POTENȚIALULUI TURISMULUI INDUSTRIAL ÎN LUME ȘI ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Veaceslav BÂRDAN, ORCID ID: 0000-0001-8233-0959

veaceslav.bardan@tem.utm.md

Summary. Industrial tourism has emerged in recent decades with new types of tourist destinations as a result of a growing competition between regions and a changing economy. In some cases, some places, which were previously considered ugly and repulsive, became tourist attractions, which means that former factories and plants or those that are still functional have become tourist attractions. As part of this process industrial tourism was also asserted.

Industrial tourism has become more and more popular in recent years, especially in Western Europe, Northern Europe and Central Europe. This type of tourism has an important geographical content, as it recovers the cultural, social and economic values of the old industrial landscapes. The concept of cultural heritage is expanding more and more as the industrial heritage element has been integrated into it. Today, industrial heritage is presented to create tourist flows and, in many cases, it acts as a catalyst for tourism policy and development.

This form of tourism has begun to develop in the Republic of Moldova with a great potential for material and immaterial industrial heritage. Urban and rural localities, who had and continues to have a tangency with industry development have an industrial heritage that can be successfully used in the tourism activity, from the winemaking, distilleries and chocolate producers at electrical stations, The perfumery and cosmetics industry, garments, furniture and all sorts of industrial sites and parks. Industrial cultural heritage can play a fairly important role in increasing the tourist attractiveness of a destination.

Cuvinte-cheie: *turism industrial, patrimoniu cultural industrial, vizitarea întreprinderilor.*

Introducere

Concurența înaltă din industria turismului impune orașele și regiunile să iasă dincolo de formele tradiționale de turism, să diversifice oferta și să caute noi grupuri de consumatori.

În Europa de Vest, turismul industrial este dezvoltat în special printre orașele monogene, care se caracterizează printr-o ofertă limitată de atracții, dar au întreprinderi cu o istorie bogată, bine cunoscută, printr-o marcă sau o tehnologie interesantă de producere a produselor.

Turismul industrial este un tip de turism care implică vizite la companii operaționale și patrimoniu industrial, oferă vizitatorilor o experiență cu privire la produse, procese de producție, aplicații și medii istorice. Acum mai bine de 100 de ani organizațiile publice și private au început deja să organizeze vizite de turism industrial. Printre exemple istorice se numără vizitele vinărilor franceze și a fabricilor de ciocolată, a producătorilor de dantelă greci și maltezi precum și a producătorilor de brânză olandezi. La Paris, turiștii și rezidenții au avut posibilitatea să aleagă printre diferite turnee în anul 1900. Tururile oferite au variat de la vizitele fabricilor de textile până la excursii de mortuare și abatoare. Mai mult, a fost posibilă și o vizită la o fabrică de tutun, la bursă, în parlament și la curtea de justiție.

Printre principalii consumatori de obiecte turistice industriale pot fi nu numai turiștii simpli, ci și elevii, studenții, antreprenorii și managerii de întreprinderi, jurnaliști, fiecare dintre ei urmărindu-și propriile scopuri atunci când vizitează întreprinderea.

Dacă există o motivare, atunci pot deveni obiective turistice bănci, instanțe, școli și universități, administrații regionale și orașe, centre logistice, biblioteci, stații de trenuri și aeroporturi, închisori și site-uri de poliție, edituri, teatre și multe altele.

Turismul industrial oferă oportunități atât pentru întreprinderi individuale, cât și pentru orașe. În special pentru orașele cu o bază industrială considerabilă, această formă de turism cuprinde posibilități interesante de a consolida structura economică (ocuparea directă și indirectă) și de a crește oferta de produse turistice. Pentru astfel de orașe, turismul industrial este un sector potențial de creștere care se potrivește cu identitatea lor: sectorul oferă oportunități de a-și consolida caracterul distinctiv și imaginea, în special prin valorificarea potențialului existent. Cu toate acestea, multe orașe cu potențial pentru dezvoltarea turismului industrial, nu reușesc să-l valorifice. În cele mai multe cazuri, turismul industrial este limitat doar la vizitele întreprinderii cu profil scăzut, fără o viziune clară a municipalității sau a întreprinderii asupra valorii strategice a acesteia, fără a menționa dezvoltarea de produse coordonate.

Turismul industrial este un bun exemplu de atracții neobișnuite și dovedește că nu numai obiectele frumoase și estetice pot deveni destinații. Aceste exemple subliniază, de asemenea, că nu numai demolarea sau reconstrucția completă și schimbarea funcțională (Ex: casa de locuit, spațiile comerciale) pot fi soluția pentru utilizarea instalațiilor industriale vechi. Este important, deoarece fabricile construite în secolul al XIX-lea sau mai devreme reprezintă adesea valori arhitecturale dincolo de sensurile lor istorice. La fel se poate spune și despre utilaje, multe dintre ele au fost repere în istoria tehnologiei. Astfel, turismul industrial poate contribui și la protecția patrimoniului, contribuind la consolidarea identităților locale și regionale.

Metodologia cercetării. Pentru studierea fenomenului turismului industrial au fost folosite metoda studiului bibliografic pentru a elucida apariția și evoluția în timp a acestei activități. Metoda studiului comparat, când sunt suprapuse siturile cu potențial similar din diferite țări pentru a analiza cele mai bune practici de dezvoltare ș. a.

Abordări conceptuale privind turismul industrial. Organizația Mondială a Turismului, definește turismul cultural drept „excursii al căror scop principal sau secundar este vizitarea siturilor și acele evenimente a căror valoare culturală și istorică le-a făcut o parte a moștenirii culturale al unei comunități” [1, p. 4].

În legislația europeană patrimonial industrial include – construcții industriale (ateliere, hale, depozite, turnuri de apă, centrale electrice), construcții civile și alte clădiri aflate în legătură cu producția industrială (locuințe, clădiri cu caracter administrativ, religios sau folosite pentru educație ori recreere), zone de exploatare și prelucrare a resurselor naturale (mine, cariere, amenajări hidroenergetice), construcții pentru transporturi și infrastructuri, mașini, instalații, linii tehnologice, utilaje, peisaje culturale industriale, reprezentând teritorii în care se conservă componente ale procesului de producție, fonduri documentare (proiecte, documentații, fotografii, înregistrări audio-video, documente juridice).

Noțiunea de „turism industrial” reflectă turismul generat de centrele de producție industrială, fie că este vorba de „arheologie industrială”, care reunește mărturiile istorice legate de industrializare, sau de turismul ce are la bază interesul specific al unor întreprinderi industriale de a prezenta unui public cât mai larg centrele de producție și produsele acestora [2, p. 44]. Turismul industrial este o componentă a turismului cultural, care are în centrul atenției valorificarea vechilor

tehnologii, a istoriei sociale a muncii, dar și arhitecturii unor vechi situri industriale, amenajarea teritoriului prin păstrarea și integrarea acestor obiective în potențialul turistic și cultural al zonei [3, p. 2].

Termenii *Werkstourismus* (turism de fabrică) sau *Betriebsbesichtigungen* (vizite la companie) sunt mai răspândiți în Germania, în timp ce francezii preferă să folosească vizita mai neutră din întreprinderi (vizite la companie). În literatura anglo-saxonă este obișnuit să se facă o distincție între turismul industrial (vizitarea firmelor operaționale) și turismul de patrimoniu industrial. În alte țări, termenul de turism industrial nu este foarte frecvent. În schimb, oamenii folosesc termenii mai neutri: vizite ale companiei sau tururi de fabrică [4, p. 402]. Principalul avantaj al utilizării acestor etichete este faptul că acestea nu sunt asociate direct cu turismul și turiștii, permițând astfel diverse motive pentru a vizita o companie: timp liber, educație, schimb de cunoștințe etc. Alții vorbesc despre vizite tehnice în cazul vizitelor cu motiv educațional sau profesional. De asemenea, numele de atracții industriale este utilizat pe scară largă. În special în Japonia, termenul de vizitare industrială este folosit ca sinonim pentru vizitele companiilor operaționale.

În literatura de specialitate există mai multe forme ale turismului industrial clasic/ pasiv, îmbinate în două categorii – formele periculoase/ primejdioase ale turismului industrial, asociate cu diverse riscuri semnificative pentru sănătatea și chiar viața turiștilor – fon radiativ sporit, expunerea la substanțe chimice, animale sălbatice, surpări, prăbușiri, alunecări și căderi de la înălțime etc. și formele prietenoase/ pașnice ale turismului industrial, cu un sporit caracter științific și explorator.

Noțiunea de „turism industrial” mai tratează turismul generat de centrele de producție industrială, fie că este vorba de „arheologie industrială”, care reunește mărturiile istorice legate de industrializare, sau de turismul ce are la bază interesul specific al unor întreprinderi industriale de a prezenta unui public cât mai larg centrele de producție și produsele acestora [5, p. 44].

Turismul industrial ca și componentă a turismului cultural, care are în centrul atenției valorificarea vechilor tehnologii, a istoriei sociale a muncii, dar și arhitecturii unor vechi situri industriale, amenajarea teritoriului prin păstrarea și integrarea acestor obiective în potențialul turistic și cultural al zonei.

Astfel, turismul industrial ca formă de turism cultural în zonele industriale este considerat mai ales ca o formă de turism ale cărui

obiective principale sunt instalațiile industriale și spațiile lor, care sunt reflectate vizitatorilor într-un mod caracteristic. La această formă de turism se atribuie nu numai fostele companii sau cele care încă funcționează, ci și la alte elemente tipice erei industriale, cum ar fi satele muncitorilor, actualmente studiate și vizitate.

Evoluția turismului industrial în lume și în regiune. Revoluția industrială începută în Anglia în sec. al XVIII-lea a transformat procesul de fabricație pentru totdeauna. Procesul industrial, care a fost în mare parte manual, a devenit puternic mecanizat. Inovațiile în domeniul energiei cu abur, al prelucrării fierului și al textilelor au permis ca industria să se extindă și să înflorească. Fabricile au apărut în toată Anglia, iar tehnologia s-a răspândit treptat pe tot globul. Acest fenomen economic a lăsat în urmă un patrimoniu industrial bogat. De exemplu, locații ca Cheile podului de fier de lângă Telford (Marea Britanie), care grupează zece muzee premiate, a primit statutul de patrimoniu mondial UNESCO [6, p. 675].

Turismul industrial are o istorie lungă și în SUA, un bun exemplu este distileria Jack Daniel's din Tennessee, care a început să ofere turnee în fabrică încă în 1866, anul în care compania a început să funcționeze [7, p. 482].

În prezent, sarcina turismului industrial este organizarea de tururi și rute turistice regulate către întreprinderi industriale existente sau care deja și-au încheiat activitatea. Astăzi există un număr mare de orașe care servesc ca exemplu de organizare a rutelor turistice la întreprinderile industriale situate pe teritoriile lor. De exemplu, în 2017, în Franța, aproximativ 1 700 de companii diferite au primit turiști pe site-urile întreprinderilor lor. Așadar, stația maree-motrică din orașul Rance primește în fiecare an aproximativ 300 de mii de turiști. În Marea Britanie, 400 de mii de vizitatori au vizitat fabrica de ciocolată Cadbury într-un singur an. În țări precum Spania, tururile vinului sunt deosebit de populare, în Olanda – cele florale, iar în Franța – a brânzeturilor [8, p. 22].

Călătorii din orașul de astăzi vor să afle despre construcția de avioane, mașini, fabricarea de brânză, bere sau vin, modul în care deșeurile menajere sunt reciclate etc. Oamenii sunt din ce în ce mai interesați să cunoască răspunsurile la aceste întrebări și acesta este motivul pentru care vizitează instalațiile industriale. Interesul este prezent în toate generațiile: studenți, pensionari, familii aflate în vacanță și

prieteni ai angajaților din industrie. Cu toate acestea, o astfel de orientare turistică este costisitoare și solicitantă și ridică o serie de probleme precum:

- lipsa specialiștilor în organizarea unor astfel de excursii;
- teama de a „scurge” informații confidențiale;
- dorința de a ascunde procesele de afaceri de firmele concurente;
- nesiguranța activităților de producții pentru grupele nepregătite de turiști;
- nedorita de sustragere a lucrătorilor de la activitățile de producere;
- coordonarea insuficientă a instituțiilor;
- modul de vîndere a unui produs industrial (ca pachet sau combinație de pachete).

Tendințe globale în turismul industrial. După cum s-a menționat mai sus turismul industrial nu este un fenomen nou: vizitele la fabrică erau posibile încă cu mai multe decenii în urmă (de exemplu, fabricile de bere sau compania auto Peugeot și-au deschis porțile publicului pentru tururi de studiu în fabricile lor încă din anii '30 ai sec. XX), însă popularitatea și răspândirea lor crescândă nu a mai fost experimentată până acum. Interesul față de aceste destinații crește în special în Europa. Noi sectoare, instalații și regiuni devin o parte a acestui proces, de exemplu centralele electrice sau fabricile de înaltă tehnologie [6, p. 677].

După cum am menționat anterior, turismul industrial a fost introdus în industria alimentară, în fabricile de bere și în producția de lux. Unul dintre primele exemple a fost fabrica de whiskey Jack Daniel's din Lynchburg, SUA. Această companie acceptă vizitatorii de la bun început. Fabricile de bere sunt încă destinații populare în întreaga lume; în Scoția, de exemplu, numeroși turiști vizitează celebrele fabrici de producere a scotch-ului. În plus, podgoriile de hamei și fabricile de bere sunt populare în Italia, Spania, Germania, Republica Cehă și Ungaria. Producția de produse naționale devine adesea o atracție, deoarece acest proces este și un element al identității naționale. De exemplu, fabricarea brânzei a devenit o atracție în Franța. Fabricile de bomboane sunt deosebit de populare: Cadbury World din Birmingham are aproximativ 500 000 de vizitatori pe an – asta înseamnă că fabrica este cea mai populară atracție a orașului. Într-o fabrică de bomboane situată la Moscova, vizitatorii trebuie să își rezerve locurile cu luni înainte. În capitala Republicii Moldova, la Chișinău, se practică vizitele la fabrica de dulciuri – „Bucuria”, fabrica de bere „Efes-Vitanta” etc.

Centralele electrice acceptă turiștii pentru a-și îmbunătăți imaginea, pentru a disemina cunoștințele cu privire la producția de energie și pentru a prezenta caracterul prietenos și fără riscuri ale activității lor. Mai mult, uzinele cu arhitectură și / sau tehnologie specială sau extravagantă sunt de asemenea populare în rândul vizitatorilor (de exemplu, barajul Hoover din SUA, Centrala Mare în Franța – aceasta fiind cea mai vizitată destinație industrială din țară). În Lombardia, Italia, există o rută tematică numită „Ruta energiei” care leagă centralele electrice din zonă.

Pentru promovarea turismului industrial, un proiect interregional denumit Ruta Europeană a Patrimoniului Industrial (ERIH) a început în anul 2002 cu membri din Regatul Unit, Olanda și Germania. Scopul principal al participanților a fost construirea unei rețele internaționale care să poată contribui la dezvoltarea turismului industrial. Activitățile lor principale au fost marketingul încrucișat, instruirea și transferul de cunoștințe. Proiectul s-a încheiat în 2007, dar rețeaua există încă, prin urmare, se poate spune că și-a atins obiectivul principal și contribuie la crearea unui nou brand turistic bazat pe bogatul patrimoniu industrial al regiunilor în cauză.

Europa continuă să lucreze la proiectul „Ruta Europeană a Patrimoniului Industrial”, cu scopul de a păstra patrimoniul industrial în Europa. Rețeaua europeană de patrimoniu industrial include diferite organizații private, publice, fără scop lucrativ și cooperarea instituțiilor la nivel național, regional și local pentru a valorifica patrimoniul industrial și a crea itinerarii turistice transfrontaliere ale patrimoniului industrial.

Printre primele șase itinerarii create în domeniul patrimoniului industrial cu o bază foarte bună pentru marketingul turistic putem menționa:

- drumul cărbunelui;
- drumul siderurgic;
- drumurile ceramicii, sticlei și cristalului;
- drumul moștenirii preindustriale;
- drumul peisajului industrial;
- drumurile satelor muncitorilor [4, p. 400].

De asemenea, trebuie să menționăm că ar trebui să existe întotdeauna o combinație de mai multe sectoare într-o singură destinație turistică care să stabilească „obiectivele clasice” ale turismului durabil.

Prin urmare, folosind așa-numitul efect de sinergie se realizează obiective satisfăcătoare pentru toți participanții.

Conform experiențelor europene, nu este nevoie să se investească semnificativ în turismul industrial (de exemplu, pentru dezvoltarea destinației) pentru a atrage un număr mare de vizitatori, dar în unele cazuri, investiții uriașe au avut loc și în turismul industrial (cel mai notabil exemplu este Autostadt). Cu toate acestea, rolul resurselor umane este important, întrucât funcția inițială a destinațiilor nu este turismul, de aceea locațiile respective nu au experiență în ospitalitate. Prin urmare, unele investiții în resurse umane (adică angajarea de noi angajați sau re-instruirea celor actuali), materiale de marketing și facilități pentru vizitatori sunt necesare, ca și reorganizarea companiei (de exemplu, crearea unei diviziuni responsabile pentru vizitele companiei) poate fi de asemenea utilă. Aceste companii tind să investească în turismul industrial mai mult și să dezvolte serviciile de primire a vizitatorilor de o calitate mai bună, urmărind continuu să-și îmbunătățească imaginea și relațiile publice.

Beneficiile oferite de turismul industrial pentru economiile naționale.

Turismul industrial oferă oportunități pentru întreprinderi individuale, dar și pentru orașe. În special pentru orașele cu o bază industrială considerabilă, această formă de turism cuprinde posibilități interesante de a consolida structura economică (ocuparea directă și indirectă) și de a crește oferta de produse turistice. Pentru astfel de orașe, turismul industrial este un sector potențial de creștere care se potrivește cu identitatea lor: sectorul oferă oportunități de a-și consolida caracterul distinctiv și imaginea, în special prin valorificarea potențialului existent. Cu toate acestea, multe orașe cu potențial pentru dezvoltarea turismului industrial, nu reușesc să-l valorifice. În cele mai multe cazuri, turismul industrial este limitat doar la vizitele întreprinderilor cu profil scăzut, fără o viziune clară a municipalității sau a întreprinderii asupra valorii strategice a acesteia, fără a menționa dezvoltarea de produse coordonate.

Actualmente, nu este ușor de obținut statistici cu privire la importanța pieței turismului industrial, deoarece nu este un domeniu care a fost intens cercetat. Cu toate acestea, luând în considerare poziția mai vastă a culturii și a patrimoniului, „Visit Britain” estimează că turismul industrial a adus venituri în valoare de 5,5 miliarde de lire sterline de la

vizitatorii străini, sprijinind peste 100 000 de locuri de muncă numai în anul 2016 [9, p. 280].

Dezvoltarea turismului industrial depinde în mare măsură de capacitatea întreprinderilor de a coopera. Pe de o parte, observăm că multe întreprinderi consideră călătoriile ca o obligație cu mai multe costuri decât venituri. Multe companii se tem să nu scurgă/ piardă informații confidențiale despre afacere și, de asemenea, securitatea constituie adesea o problemă.

Pe de altă parte, din ce în ce mai multe companii recunosc și oportunitățile turismului industrial: turismul industrial poate ajuta la comercializarea produsului lor, la asigurarea reputației și la rămânerea atractivă ca angajator. Din punctul de vedere că turismul industrial oferă oportunități pentru oraș și întreprinderi și faptul că în multe orașe aceste potențiale nu sunt utilizate în întregime.

Potențialul turistic cultural industrial din Republica Moldova.

În Republica Moldova patrimoniul cultural industrial a fost inclus în politicile de patrimoniu destul de târziu, comparativ cu alte aspecte ale patrimoniului cultural. În Republica Moldova patrimoniul cultural industrial vizează patrimoniul industrial, precum tehnologiile, patrimoniul proto-industrial, sistemul agro-rural, instrumentele, arheologia industrială etc.

Vestigiile arheologice, istorice, etnografice etc., ce constituie mărturii ale activității proto-industriale sau industriale din diferite perioade (obiecte ce constituiau instrumente de lucru, utilaje, mașini și chiar produse) sunt mai puțin evidente în Moldova, decât în țările din Europa Occidentală. Unele edificii industriale au statut protejat, dar sunt abandonate, în ciuda interesului ce este acordat patrimoniului industrial în ultimii ani. Edificiile istorice industriale, din păcate nu au beneficiat de proiecte de restaurare sau reconversii la care sunt supuse nu țin cont de valoarea lor socială și culturală.

Exemple de componente ale patrimoniul tehnic și industrial, în accepțiunea legislației Republicii Moldova: mori de aburi și de vânt, mori de apă, batoze, edificii ale fostelor fabrici și uzine, edificii ale garilor, centrale electrice, poduri și căi ferate, drumuri antice, poduri străvechi și apeducte medievale etc.

Rămășițe ale trecutului industrial mai există încă în Republica Moldova. Acum câteva secole, pe întreg teritoriul țării erau răspândite morile de vânt, de apă sau cu aburi. Potrivit specialiștilor, în secolul al

XIX-lea, în Basarabia erau 2 600 de mori de vânt – toate tipurile care au existat vreodată în Europa. Odată cu triumful progresului tehnologic, acestea au fost înlocuite cu morile moderne, pe bază de energie electrică.

În Registrul Monumentelor Ocrotite de Stat al Republicii Moldova sunt incluse 23 de mori, care s-au mai păstrat (3 de vânt, 11 de apă și 9 de abur) din diverse localități urbane și rurale din țară (Mereni, Mereșeni, Molești, Slobozia, Chișinău, Mileștii Mici, Șofrâncani, Gura Căinarului, Balasinești, Berlinți, Tețcani, Briceva, Cernoleuca, Naslavcea, Beșalma etc.) [10, p. 18].

În pofida faptului că Moldova are o suprafață mică, aceasta dispune de un considerabil potențial turistic cultural industrial, concentrat în principal în localitățile urbane mari. Registrul Monumentelor Ocrotite de Stat al Republicii Moldova conține 60 de monumente industriale [11, p. 24].

Conform datelor oferite de Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova (BNS), în localitățile urbane din Moldova, sunt concentrate 95,2% din totalul întreprinderilor industriale active, dar și a patrimoniului industrial inactiv și doar 4,8% revine localităților rurale.

În total, în industria extractivă și prelucrătoare din R. Moldova, sunt înregistrate în jur de 3450 de întreprinderi, în or. Chișinău fiind concentrate 64,1% din total întreprinderilor industriale active.

Un mare interes pentru turismul industrial național îl prezintă și edificiile gărilor.

În dezvoltarea turismului industrial valoare industrială le pot avea centralele electrice de pe teritoriul Republicii Moldova. Acestea sunt interesante pentru turiști prin aspectele de proiectare și construcție tehnică, modalitatea de funcționare, peisajele care le creează etc. În Republica Moldova există 1 centrală termoelectrică (Cuciurgan), 3 centrale electrice cu termoficare (CET 1, CET 2, CET-Nord) și 2 hidrocentrale (Dubăsari și Costești-Stânca).

Accesul turiștilor și excursioniștilor la aceste obiecte industriale este limitat din motive strategice și de securitate. Paralel apare necesitatea conștientizării în timp, a faptului că desfășurarea activității turistice la aceste obiecte este la fel de importantă pentru economia națională și ar deschide accesul spre vizitarea mai intensă a acestora și cunoașterea aspectelor industriale de producere a energiei electrice.

Atracții ale turismului industrial în Republica Moldova pot deveni și podurile cu aspecte tehnice neobișnuite (ex: Eiffel, Tighina-Tiraspol).

Unele meșteșuguri în secolul al XIX-lea iau amploare, cuprinzând tot mai multe brațe de muncă. Prin anul 1894 numai în regiunea Orheiului erau 9 centre de produs ceramică: s. Cinișeuți, Iurceni, Vășcăuți, Mândra, Frumoasa, Hoginești, Păulești ș. a. Doar în s. Cinișeuți cu olăritul se ocupau 184 familii, circa 600 oameni. La fel în Orhei vasele de ceramică se ardeau în 237 cuptoare de ars ceramică. Meșteșugarii olari, ca și spătarii, abagerii realizau mărfurile pe tot teritoriul țării, deseori schimbând vasele pe produse agricole [12, p. 53].

Olăritul reprezintă o activitate meșteșugărească specializată prin posedarea unor procedee tehnice de modelare a lutului (argilei) în scopul obținerii diverselor produse de ceramică, care erau utilizate în gospodărie. Astfel pe teritoriul Moldovei au existat un șir de centre de olărit, care se specializaseră în arderea ceramicii roșii sau negre: s. Cinișeuți (r-nul Rezina), s. Iurceni (r-nul Nisporeni), s. Hoginești (r-nul Călărași), s. Țigănești (r-nul Strășeni), s. Nicolaevca (r-nul Ungheni), mun. Comrat, Orheiul-Vechi etc.

Analiza circulației turistice în cadrul turismului industrial național

Circulația turistică în turismul industrial din Republica Moldova are o serie de caracteristici și aspecte proprii și anume: este parte componentă a circulației turistice ce reflectă turismul cultural; are o evoluție dictată de dinamica generală a turismului național; are o relativă stabilitate a circulației interne; foarte puțin se supune fenomenului sezonality turistice datorită atractivității sporite a patrimoniului cultural industrial.

Este de remarcat, că în turismul industrial fluxurile turistice principale sunt orientate preponderent spre marile orașe, care și concentrează majoritatea atracțiilor patrimoniului cultural industrial, cu excepția celor cu rol administrativ. Apar fluxuri turistice secundare spre localitățile sătești care găzduiesc industrii casnice/ meșteșuguri.

În Republica Moldova sunt în jur de 500 de operatori turistici, marea majoritate aflându-se în orașul Chișinău. Tur-operatorii și agențiile de turism prestează un mare volum de servicii turistice. Astfel, conform datelor oferite de BNS, în anul 2019, acestea au acordat servicii turistice unui număr de 376,6 mii de călători sau cu 16,4% mai mult față de anul precedent [13, p. 113]. Creșterea numărului turiștilor și excursioniștilor este rezultatul majorării numărului de participanți la turismul internațional emițător cu +17,6% și a turismul internațional receptor cu

+3,0%. În același timp, este în creștere și numărul turiștilor și excursionsiștilor din cadrul turismului intern cu +14,9%.

Tabelul 1. Lista principalelor întreprinderi industriale la care se efectuează excursii în vederea dezvoltării turismului industrial

Industria produselor de panificație, cofetărie și lactate	Alte industrii	Industria vinificației
Fabrica de cofetărie „Bucuria” Combinatul de panificație „Franzeluța” Fabrica produselor de cofetărie „Nefis” Fabrica de lactate „InLac” Fabrica de ciocolată „Rifero” Fabrica de ciocolată „Te Ador”	Fabrica de jucării din pluș Fabrica de covoare „Floare-Carpet” Fabrica de mobilă „Tandem” Fabrica de cosmetice și parfumerie „Viorica Cosmetic” Fabrica de confecții „Ionel” Întreprinderea „Steinel Electronic”	Combinatul de vinuri „Cricova” Vinăria „Mileștii Mici” Castel „Mimi Wine Resort” Fabrica de vinuri „Château Purcari” Vinăria „Et Cetera” Fabrica de vinuri „Château Vartely” Vinăria „Asconi” Vinăria „Poiana” Pivnițele din Brănești Vinăria „Migdal-P” / „Château Cojușna” Vinăria „Maurt” Vinăria „Bardar”
Industria berii	Industria băuturilor spirtoase	
Fabrica de bere „Kellers” Fabrica de bere „Efes Vitanta Moldova” Fabrica de bere „Litra Brewing Co” Fabrica de bere „Gotter” Fabrica de bere „LumenCraft”	Combinatul de vinuri și coniacuri „Barza Albă” Vinăria și distileria „KVINT” Vinăria „Château Vartely” Vinăria „Maurt” Vinăria „Bardar”	

Din tabelul expus rezultă că 1/3 dintre întreprinderile care organizează excursii pentru turiști, aparțin industriei vinicole („Cricova”, „Mileștii Mici”, „Château Purcari”, „Château Vartely” etc.). Practic aceste sunt întreprinderile cu cea mai mare experiență în organizarea excursiilor, prin care se face cunoscută nu numai procesele tehnologice de producere, sortimentul de vinuri, dar se realizează și o publicitate companiilor atât în rândurile consumatorilor autohtoni, cât și a celor

externi. În plus, aceste întreprinderi sunt producătoare de distilate (cognac, brandy etc.). La fel sunt organizate vizite de către foarte multe întreprinderi ale industriei produselor de panificație, cofetărie și lactate („Bucuria”, „Nefis”, „Franzeuluța” „Te ador” etc.). Sunt organizate excursii și vizite și la întreprinderile industriei textile și confecții, mobilă, cosmetice și parfumerie, electronică etc.

Cele mai multe vizite cu tematică industrială – prezentarea integrală a procesului tehnologic de obținere a produsului – de la materia primă până la produsul finit, se organizează de multe întreprinderi industriale din orașele mari, în special în orașul Chișinău.

Analiza circulației turistice în turismul industrial în baza datelor furnizate de câteva întreprinderi industriale, demonstrează că cei mai mulți vizitatori sunt la întreprinderile industriei vinicole – peste 147 mii persoane (vezi Fig. 1). Numai în perioada sărbătorii „Ziua națională a Vinului” se înregistrează peste 100 mii de turiști, mulți dintre care ajung la vinării pentru a savura nu numai produsele vitivinicole, dar și a cunoaște detaliat procesele industriale de producție. Această sărbătoare are un mare potențial turistic, prin care se promovează identitatea națională, tradițiile și obiceiurile milenare în producerea vinului.

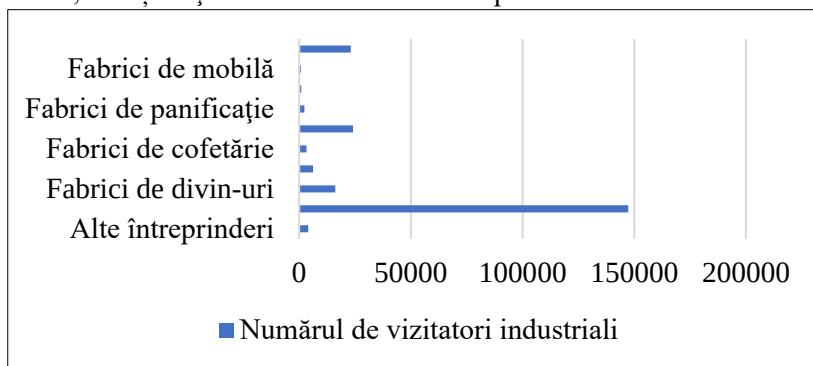


Fig. 1. Numărul vizitatorilor în diverse întreprinderi industriale atractive din punct de vedere turistic, 2019

Sursa: BNS

Mult mai scăzut este numărul vizitatorilor în cadrul celorlalte tipuri de întreprinderi industriale, spre exemplu, la Fabrica de cosmetice și parfumerie „Viorica Cosmetic” numărul acestora a fost de 3255 persoane, dintre care nerezidenți – 11,8%, la Fabrica de covoare „Floare-Carpet” –

1 457 persoane, dintre care 214 străini sau 14,7%, la Fabrica de biscuiți „Nefis” – 2 714 persoane, dintre care 311 nerezidenți sau 11,1%.

Mai nou, în cazul Universității Tehnice a Moldovei, a fost constituit un muzeu al tehnicii sub aer liber, care întrunește mărturii ale istoriei și evoluției tehnice, a preocupărilor și activităților industriale și meșteșugărești. Acest muzeu a devenit un veritabil centru de atracție pentru locuitorii urbei, dar și pentru vizitatorii din țară și de peste hotare. Mai mult ca atât, vizitarea acestui parc-muzeu este gratuit pentru toate persoanele.

Considerăm că în Republica Moldova ar fi binevenită elaborarea unei strategii fundamentale în vederea promovării și popularizării turismului industrial pentru a acoperi mai multe grupuri țintă, iar în consecință, este necesar de a dezvolta o serie de activități pentru promovarea acestui tip de turism:

1. Efectuarea de prezentări și conferințe în cadrul forumurilor turistice, în cadrul cărora o secțiune separată va fi rezervată dezvoltării turismului industrial;
2. Elaborarea unei hărți a întreprinderilor industriale, care ar reflecta posibilitatea de a efectua excursii industriale;
3. Organizarea unui festival de turism industrial cu posibilitatea de includere în program a întreprinderilor industriale deja disponibile, festivaluri de care ar putea demonstra o parte din procesul de producție, implicând și atragerea consumatorilor;
4. Includerea întreprinderilor industriale din regiune în programul noaptea muzeelor și „Săptămâna fără turnichete”, ca site-uri pentru vizitarea în cadrul evenimentelor organizate.

Ca urmare a implementării strategiei ar trebui să fie realizate următoarele rezultate:

- crearea unui registru unic al întreprinderilor industriale care oferă produse turistice industriale;
- crearea de reglementări privind organizarea activităților turistice la întreprinderile industriale, care vor facilita procedura de înregistrare și raportare a activităților, eliminând astfel bariera administrativă;
- dezvoltarea unui program de măsuri de promovare a industriei turismului, crearea de conexiuni cu activitățile Camerei de Comerț și Industrie;
- elaborarea programelor de dezvoltare pentru atragerea turiștilor străini care ar fi interesați să viziteze întreprinderile industriale din regiunile țării, precum și crearea materialelor necesare dezvoltării programelor excursiilor în limba engleză.

Acțiunile enumerate vor permite o mai mare sistematizare a domeniului turismului industrial și concentrarea asupra sprijinului și dezvoltării punctelor forte ale sferei, concentrarea asupra întreprinderilor promițătoare care au cele mai mari oportunități pentru dezvoltare și perfecționare.

Concluzii:

Cunoașterea specificului ofertelor turistice ale întreprinderilor industriale din Republica Moldova ar permite încadrarea acestora în circuitul turistic național de rând cu cel arhitectural.

Cooperarea internațională, națională și regională în cultură și turism are o importanță deosebită pentru importanța dezvoltării urbane și regionale. Rutele / drumurile culturale trebuie concepute ca mijloace pentru consolidarea responsabilității colective a oamenilor față de moștenirea culturală.

Efectul și importanța turismului industrial depinde în mare parte de unicitatea atracției: obiectele mai unice pot atrage mulți vizitatori, generând venituri semnificative și sporind competitivitatea locală.

Referințe:

1. KIDECKEL, D. Industrial heritage and regional identities. New York, NY: Routledge, 2018. 245 p. ISBN 978-113-8241-16-9;
2. GHEORGHILĂȘ, A. Turism urban și turism cultural. București: Universitatea din București - Editura Credis, 2004. 120 p. ISBN 973-7701-74-7;
3. SĂGEATĂ, R. Turismul industrial, ca alternativă de reconversie funcțională a unor centre industriale destructurate, București, 2015;
4. HOSPERS, G. J. Industrial heritage tourism and regional restructuring in the European Union. In: *European Planning Studies*, Volume 10 Issue 3, 2002. p. 397-404;
5. FLOREA, S. Potențialul turistic al Republicii Moldova: Patrimoniul de monumente naturale și antropice. Ed. a 2-a, revăz. și complet. Chișinău: USM, 2008. 408 p. ISBN 9975-943-27-6;
6. ZHANG, Y.-C., LEI, F., LI, X.-Z. Discussions on the Potential, Function and Reconstruction Method of Landscapes in Urban Industrial Wasteland. In: *Advanced Materials Research* 129-131, 2010. p. 675-679;

7. COLE, D. Exploring the sustainability of mining heritage tourism. In: Journal of Sustainable Tourism, Vol. 12, Issue 6, 2004. p. 480-494;
8. PANTEA, L-A. O lecție despre patrimoniul preindustrial și industrial din România. În: Bibliotheca Septentrionalis. An 26 (Nr. 1)/2018, p. 161-162;
9. BANGSTAD, T. R. Routes of Industrial Heritage: On the Animation of Sedentary Objects. In: Culture Unbound 3, 2011. p. 279-295;
10. ȘTEFAN, A. Patrimoniul moldovenesc apreciat în întreaga lume. În: Jurnal de Chișinău. 2015. 6 mar. p. 18.;
11. FILIMON, A. Moldova are un potențial cultural important. În: Adevărul. P. 2. Chișinău, 2015. - 26 iun. p. 24;
12. *Meșteșuguri populare tradiționale moldovenești*. Chișinău: Biblioteca Națională a Republicii Moldova, 2017. 166 p. ISBN 978-9975-3096-2-2;
13. SABĂU, C. Patrimoniul industrial, o resursă valoroasă. În: Observator cultural. An. 12 (Nr. 346)/1-7 dec. 2011. p. 22.