

INDUSTRIADA – festiwal dziedzictwa przemysłowego jako przewaga konkurencyjna regionu

Adam Hajduga

kierownik Referatu Promocji Dziedzictwa Industrialnego
Wydział Kultury / Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego

Śląskie. Pozytywna energia

Szlak Zabytków Techniki

INDUSTRIADA
ŚWIĘTO SZLAKU ZABYTKÓW TECHNIKI

INDUSTRIADA
jednodniowy festiwal dziedzictwa industrialnego, odbywający się w województwie śląskim raz do roku w czerwcowy weekend.

INDUSTRIADA 2013
/ 1200 zaangażowanych osób
/ 336 godzin atrakcji
/ 271 wydarzeń
/ 50 podmiotów
/ 42 lokalizacje
/ 24 miasta
/ 1 dzień





Organizowana przez Urząd Marszałkowski INDUSTRIADA to jedno z najciekawszych wydarzeń kulturalnych roku.

Gazeta Wyborcza Katowice, 10 czerwca 2013

SKALA FESTIWALU

INDUSTRIADA 2010
12 czerwca

/ 36 obiektów
/ 23 miasta

INDUSTRIADA 2011
11 czerwca

/ 36 obiektów
/ 24 miasta

INDUSTRIADA 2012
30 czerwca

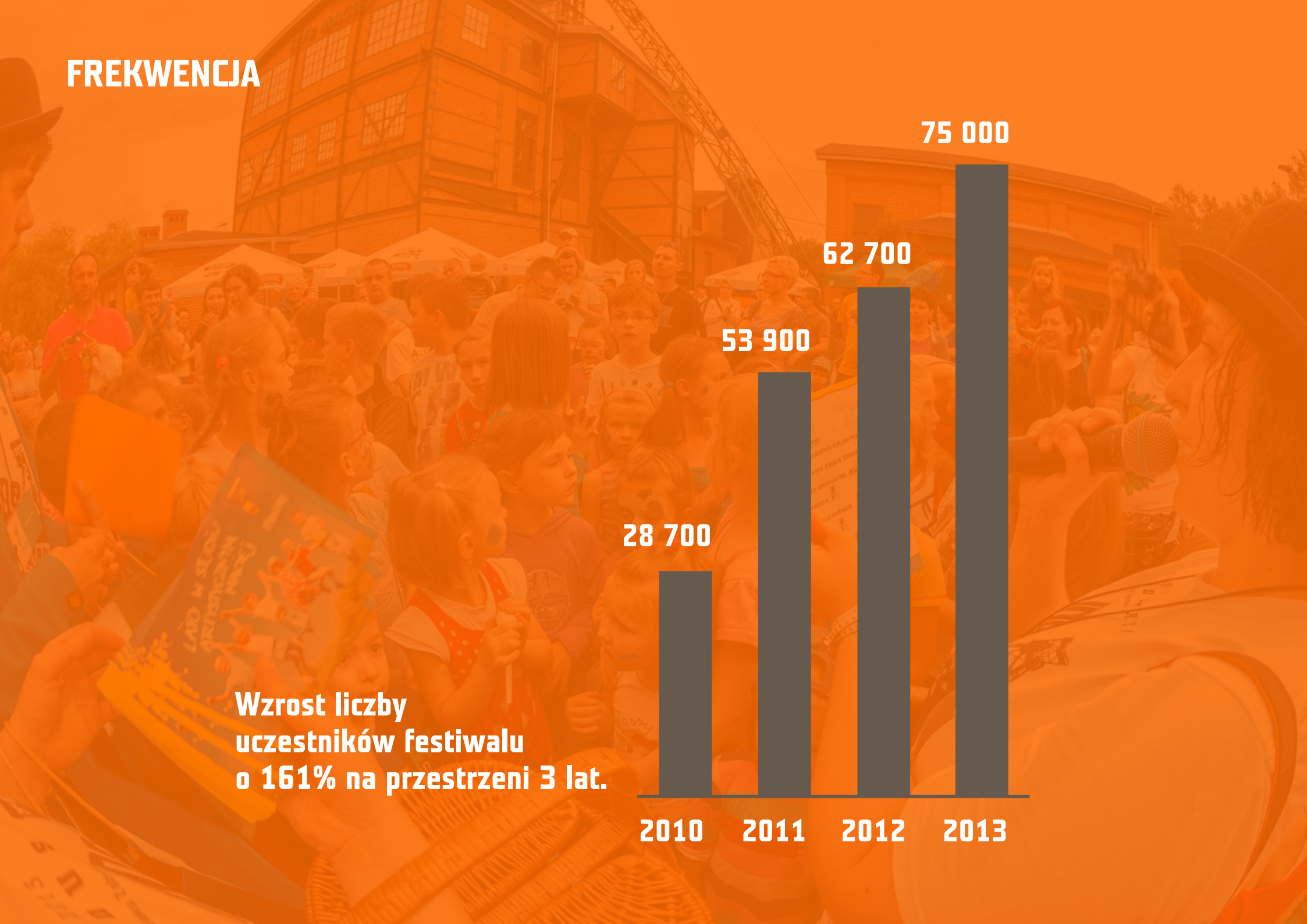
/ 36 obiektów
/ 24 miasta

INDUSTRIADA 2013
8 czerwca

/ 42 obiekty
/ 24 miasta



FREKWENCJA



Wzrost liczby uczestników festiwalu o 161% na przestrzeni 3 lat.

BUDOWANIE SIECIOWOŚCI I INTERNACJONALIZACJA



Bydgoszcz, województwo łódzkie czy Kraj Morawsko-Śląski w Czechach tworzą projekty, opierając się na założeniach wypracowanych w naszym regionie.







InduSzychta 2012

Dwuosobowe zaproszenie na ExtraSchicht 2012

Zaproszenie obejmuje: przelot na trasie Katowice–Dortmund–Katowice, pobyt w hotelu (2 noclegi), bilety wstępu na Noc Kultury Przemysłowej – ExtraSchicht 30 czerwca, ubezpieczenie oraz turystyczny lot śmigłowcem.









INDUSTRIADA ExtraSchicht





Śląskie. Pozytywna energia

Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego

koordynacja
wsparcie finansowe
wybór agencji marketingowej
zakup mediów

współpraca z obiektami
PR
identyfikacja wizualna

agencja marketingowa

narzędzia promocyjne
wydarzenia podczas INDUSTRIADY
wolontariusze

Górnośląski Związek Metropolitarny

bezpłatny transport

Szlak Zabytków Techniki

władze lokalne

Śląska Organizacja Turystyczna

badanie opinii (ankiety)

poszczególne wydarzenia podczas INDUSTRIADY

firmy prywatne

INDUSTRIADA

ŚWIĘTO SZLAKU ZABYTKÓW TECHNIKI

WARTOŚĆ DLA SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH

INDUSTRIADA – wydarzenie unikatowe w skali kraju. Żadne inne województwo nie organizuje imprezy na tak dużą skalę, z tak dużą ilością organizatorów i uczestników. Gratulacje dla pomysłodawców. Strzał w dziesiątkę!

Elżbieta Trzeciak
Dyrektor Częstochowskiej Lokalnej Organizacji Turystyczna

Industriada i jej organizacja w miejscu dawnej kopalni przyczyniła się do rewitalizacji tego terenu oraz zachowania w świadomości mieszkańców przemysłowego dziedzictwa naszego regionu.

Agata Beryt
Kierownik Refertu Promocji, Wydział Rozwoju Miasta Chorzów

WARTOŚĆ DLA SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH

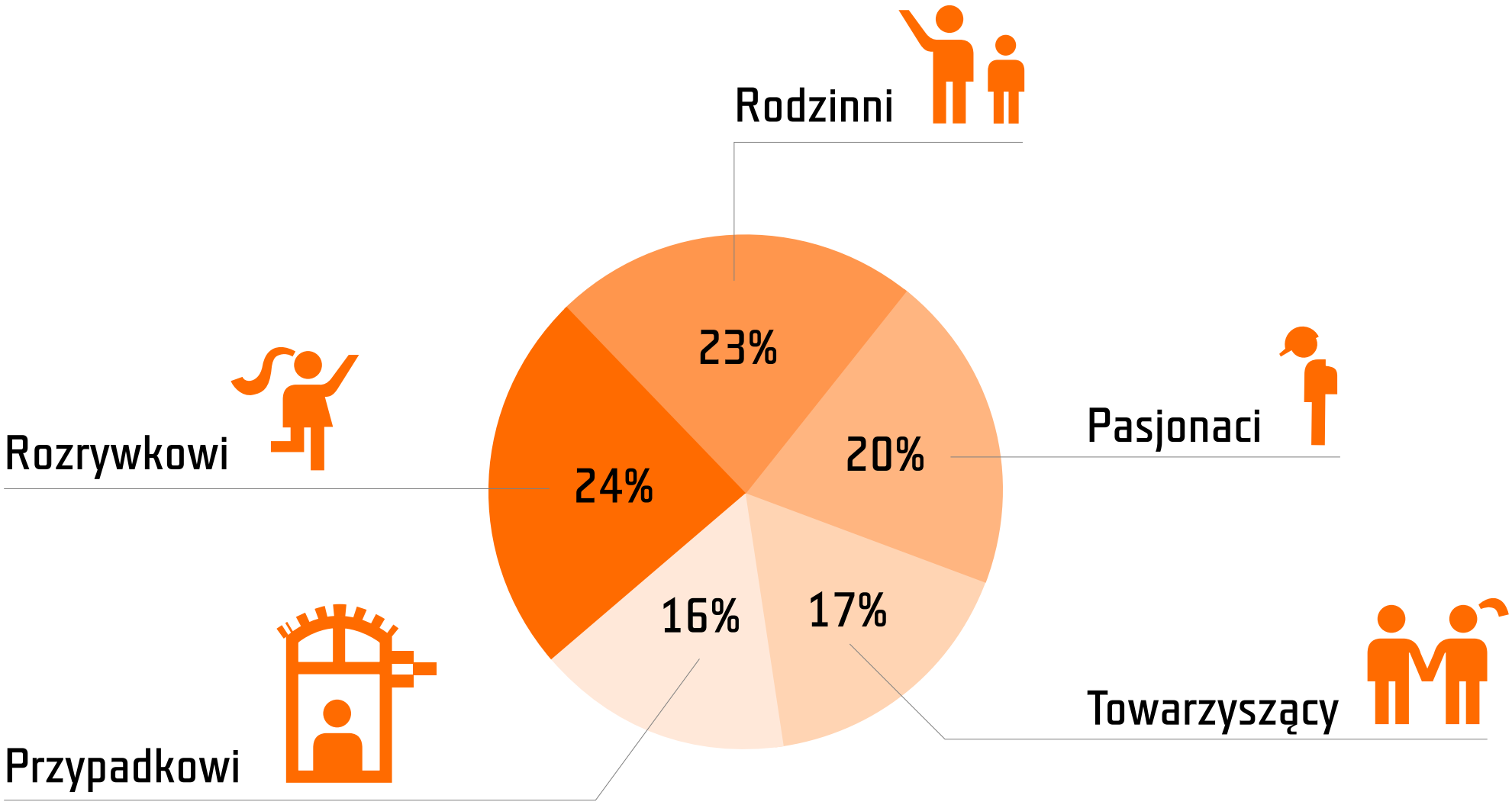
W czerwcu 2013 roku w siemianowickim Parku Tradycji po raz pierwszy odbyła się Industriada [...] z punktu widzenia naszego ośrodka jest bardzo dobrą inicjatywą, pozwalającą na dotarcie z ofertą do nowych grup odbiorców oraz promocję obiektu. Mamy nadzieję, że w przyszłym roku Industriada będzie równie wyjątkowym świętem.

Małgorzata Pichen
Naczelnik Wydziału Kultury, Promocji i Sportu Urzędu Miasta Siemianowice Śląskie

Pszczyńskie Muzeum Prasy uczestniczy w INDUSTRIADZIE od samego początku. Impreza ta jest bardzo dobrze odbierana przez społeczność lokalną. Wierzę, że jej kolejne edycje będą cieszyły się jeszcze większym zainteresowaniem.

Dariusz Skrobol, Burmistrz Pszczyny

SEGMENTACJA UCZESTNIKÓW



Rozrywkowi 24%

Rozrywkowi

przyszli przede wszystkim ze względu na atmosferę imprezy. Część na konkretny punkt programu (np. koncert), część przez przypadek



Charakterystyka grupy:

kobiety, ze wszystkich grup wiekowych (choć w porównaniu do innych segmentów największy udział miały tu kobiety w wieku 20–24 lata), wykształcenie średnie

Nie przyszli w towarzystwie dzieci

Ich pobyt na Industriadzie był raczej krótki – nie więcej niż 3 godziny.



Rozrywkowi 24%

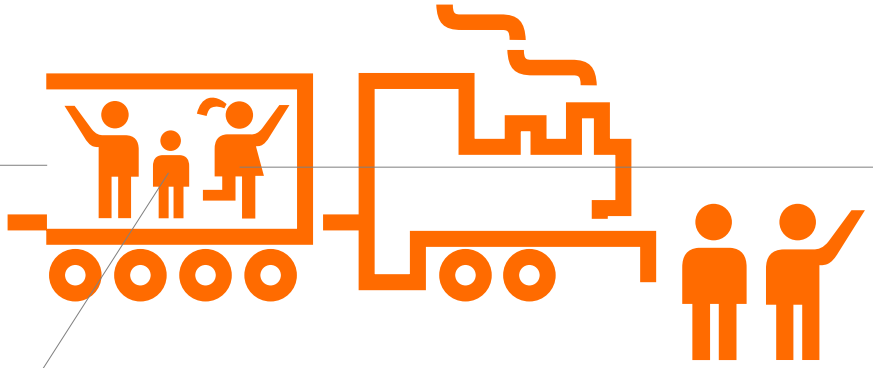


Rodzinni 23%

Rodzinni

głównym celem ich wizyty był udział w przygotowanych atrakcjach

Byli w towarzystwie dzieci



Charakterystyka grupy:

kobiety i mężczyźni w wieku 25–44 lata, wykształcenie wyższe, brali udział w poprzednich edycjach festwalu i deklarują zamiar udziału w kolejnych

Spędzili na Industriadzie ponad 3 godziny.

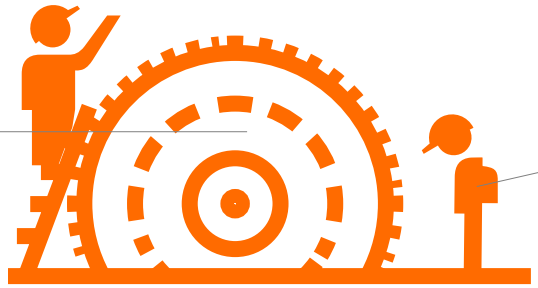



Rodzinni 23%
WET WIPES
Soft & cream

Pasjonaci 20%

Pasjonaci

są zainteresowani zabytkami techniki, przyszli ze względu na możliwość ich poznania



Charakterystyka grupy:

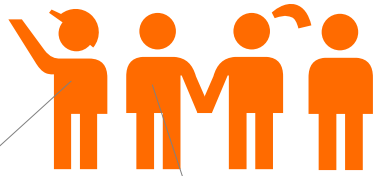
kobiety i mężczyźni w wieku 25 lat i więcej, wykształcenie wyższe, brali udział w poprzednich edycjach festwalu

W czasie trwania Industriady odwiedzają kilka obiektów

Pasjonaci 20%



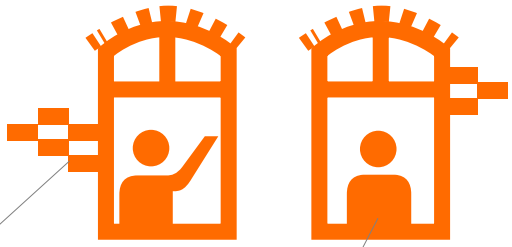
Towarzyszący
17%



Towarzyszący wzięli udział w Industriadzie namówieni przez rodzinę, znajomych

Charakterystyka grupy:
kobiety i mężczyźni w wieku 25-44 lata, wykształcenie średnie i wyższe

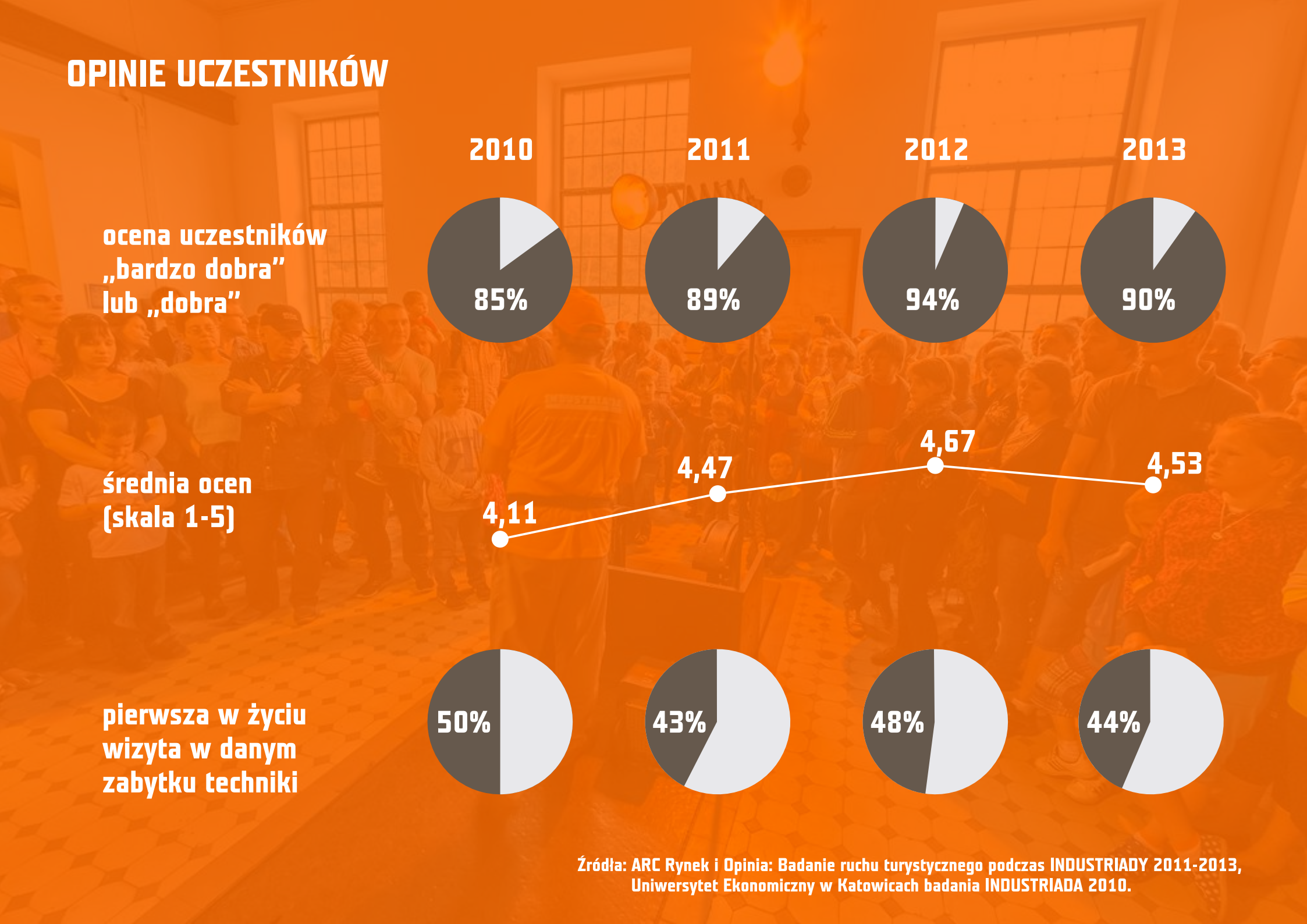
Przypadkowi
16%



Przypadkowi zdecydowali się na udział w imprezach organizowanych w ramach Industriady głównie ze względu na bliskość miejsca zamieszkania lub przez przypadek.

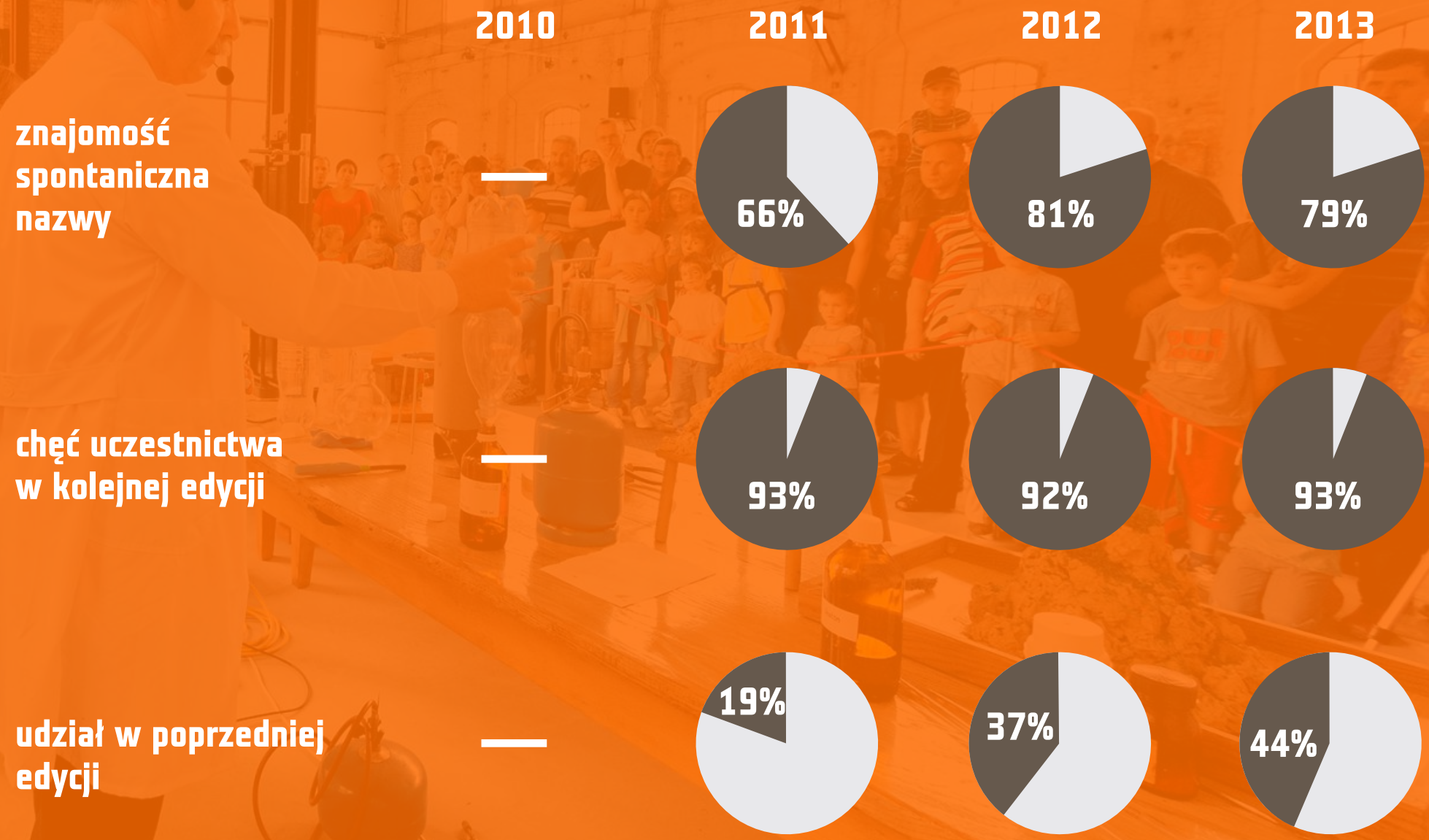
Charakterystyka grupy:
mężczyźni w wieku 45 lat i więcej, wykształcenie podstawowe i zawodowe

OPINIE UCZESTNIKÓW



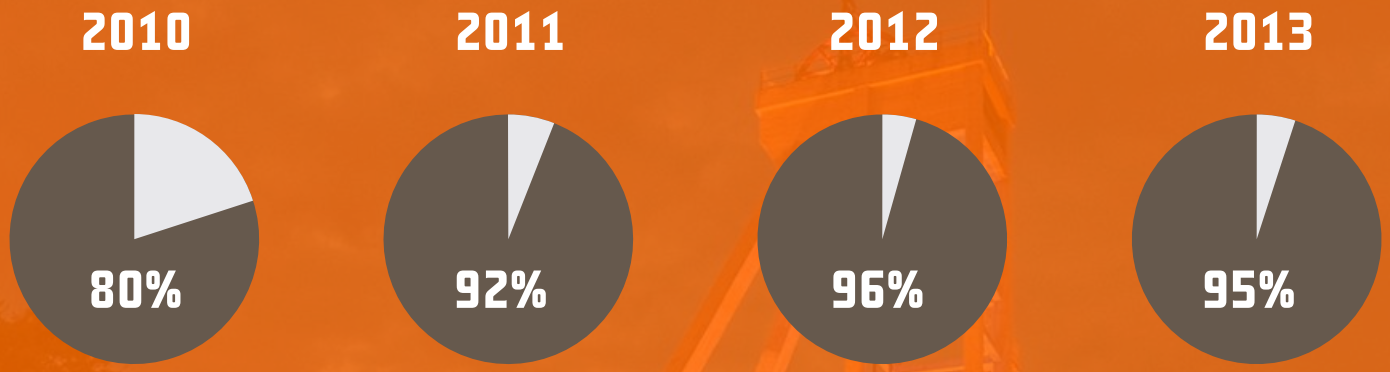
Źródła: ARC Rynek i Opinia: Badanie ruchu turystycznego podczas INDUSTRIADY 2011-2013, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach badania INDUSTRIADA 2010.

OPINIE UCZESTNIKÓW



Źródła: ARC Rynek i Opinia: Badanie ruchu turystycznego podczas INDUSTRIADY 2011-2013, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach badania INDUSTRIADA 2010.

OPINIE UCZESTNIKÓW



duże znaczenie
dla promocji regionu



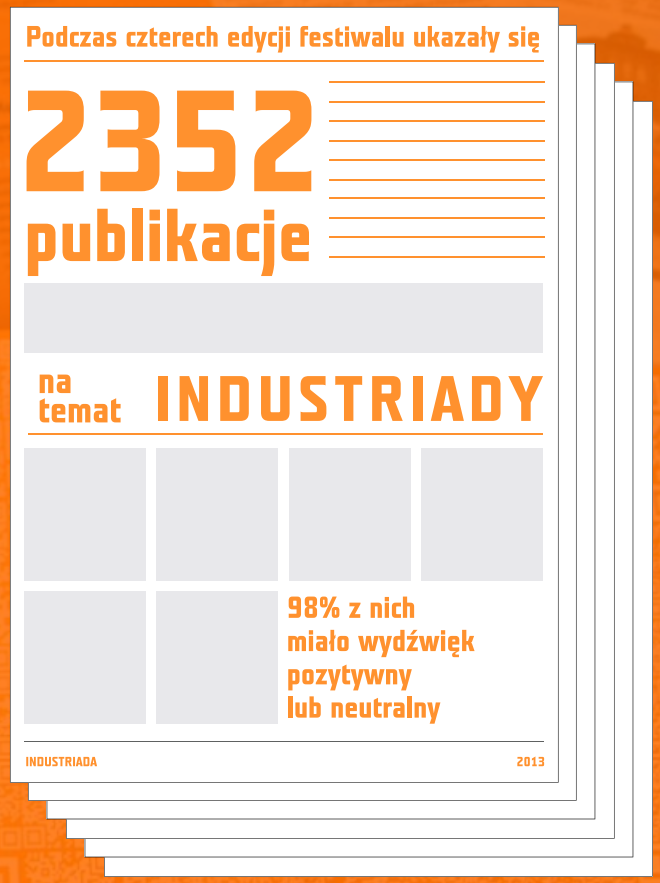
„Adwokaci marki"
(skala 0–10)

100% badanych uczestników INDUSTRIADY 2013 uważało, że festiwal powinien być organizowany w przyszłym roku.

Źródło: Tamże.

MEDIA

	liczba publikacji	pozytywne lub neutralne	ekwiwalent reklamowy
2010	250	95%	—
2011	744	97%	937 710
2012	711	100%	3 208 458
2013	647	100%	1 270 000



Źródło: Press Service Monitoring Mediów oraz Instytut Monitorowania Mediów.

NAGRODY

2012
KREATURA
kategoria:
wydarzenie

pokonaliśmy:
- PKN Orlen
- Ikea



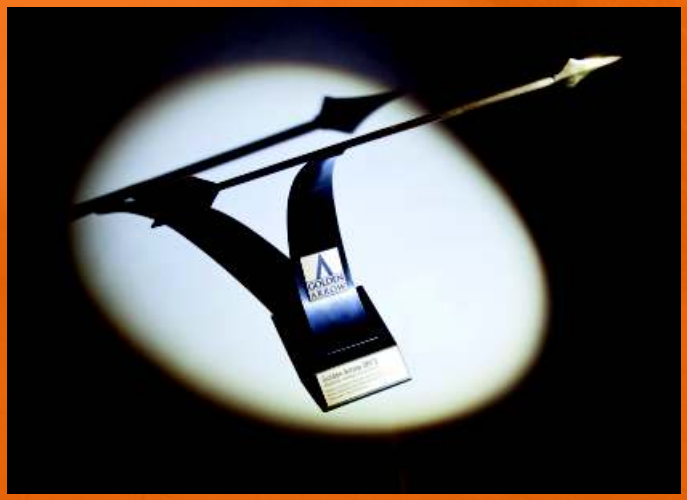
2013
Welcome Festival
- Grand Prix festiwalu
- Srebrny Trójkąt Efektywności

pokonaliśmy:
- Camerimage
- Miasto Poznań
- CzechTourism



2013
GOLDEN ARROW
kategoria:
marketing eksperymentalny
- wydarzenia miejsc

pokonaliśmy:
- PKN Orlen
- Samsung
- Coca-Cola



BUDŻET POSZCZEGÓLNYCH EDYCJI

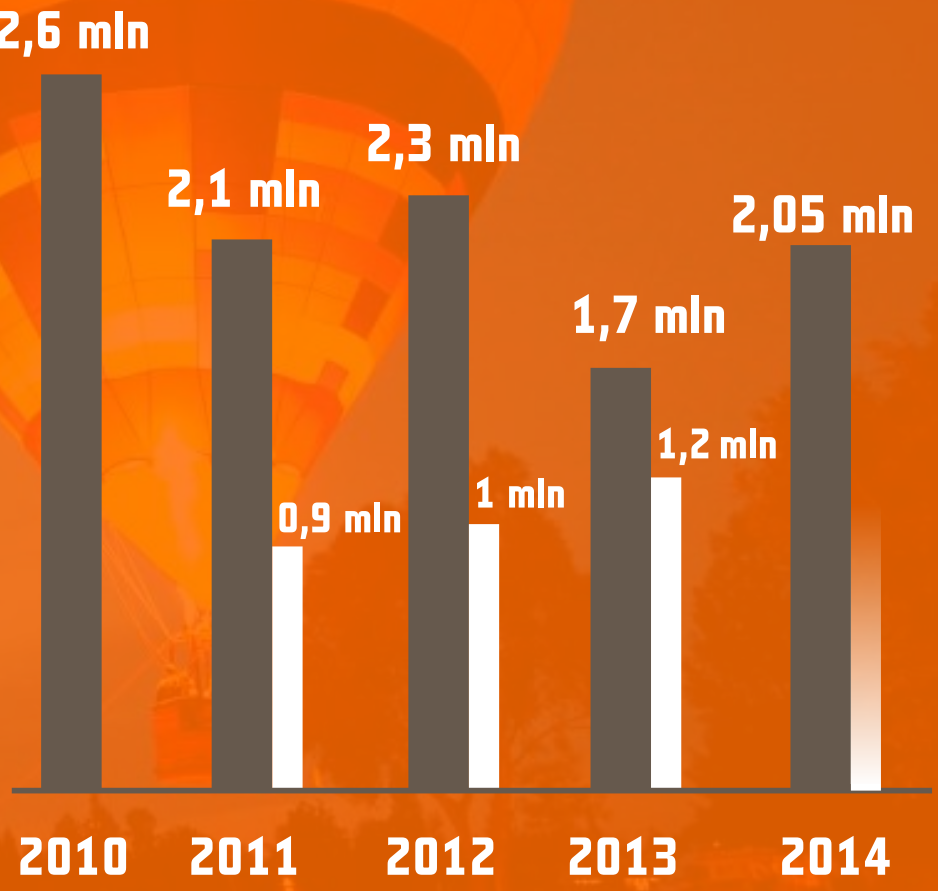
INDUSTRIADA 2010
2 417 486 zł + 180 000 zł (konkurs) = 2 597 486 zł
brak danych o wkładzie partnerów

INDUSTRIADA 2011
1 701 945 zł + 399 658 zł (konkurs) = 2 101 604 zł
+ ok. 900 000,00 zł wkład partnerów

INDUSTRIADA 2012
1 838 149 zł + 494 507 zł (konkurs) = 2 332 657 zł
+ ok. 1 000 000 zł wkład partnerów

INDUSTRIADA 2013
1 376 313 zł + 350 000 zł (konkurs) = 1 726 313 zł
+ ok. 1 200 000 wkład partnerów

INDUSTRIADA 2014
1 750 000 + 300 000 zł (konkurs) =
ok. ..... wkład własny obiektów



MOCNE STRONY

/ ludzie <3

/ sieciowanie osób i instytucji

/ lojalni uczestnicy wydarzenia

/ poparcie i zaangażowanie mediów

/ wspólne wydarzenie w całym województwie

/ festiwal o znaczeniu regionalnym
i sztandarowa impreza dla promocji SZT

/ rosnąca jakość wydarzeń

/ temat dziedzictwa poprzemysłowego
pojawia się coraz częściej w mediach

/ lubimy się :)



SŁABE STRONY

/ rok budżetowy = rokowi kalendarzowemu

/ różnica intensywności programu w obiektach, aglomeracja vs. poza jej granicami

/ festynizacja i masowość

/rozlazłość tematyczna programu

/ dni miast

/ transport (tylko w metropolii, ograniczone możliwości logistyczne)

SZANSE

/ jedyny tego typu festiwal w Polsce, brak konkurencji

/ wpisywanie festiwalu w trend edutainment

/ przywracanie do życia kolejnych obiektów poprzemysłowych

/ poszukiwanie wspólnych tematów do poznawania obiektów

/ coraz większa świadomość władz lokalnych

/ potencjał ekonomiczny festiwalu

/ budowanie dumy z posiadanego dziedzictwa

/ osadzenie na nowo w świadomości obiektów poprzemysłowych

ZAGROŻENIA

/ decyzje decydentów, zmiana priorytetów, presja frekwencji

/ brak innowacyjności i nowości w programach obiektów

/ znudzenie stałych uczestników

/ zbyt duża ilość obiektów

/ marginalizacja oddalonych lokalizacji

/ trudność komunikowania mnogości wydarzeń

/ problem z zachowaniem ciągłości przekazywania kompetencji

DLACZEGO ROBIMY TO 5 RAZ ?

INDUSTRIADA
najlepsze narzędzie popularyzacji dziedzictwa przemysłowego regionu

/ przyciąga ludzi

/ skupia uwagę mediów

/ podkreśla znaczenie dziedzictwa

/ buduje dumę i wzmacnia tożsamość regionalną

/ integruje

/ jest oczekiwana

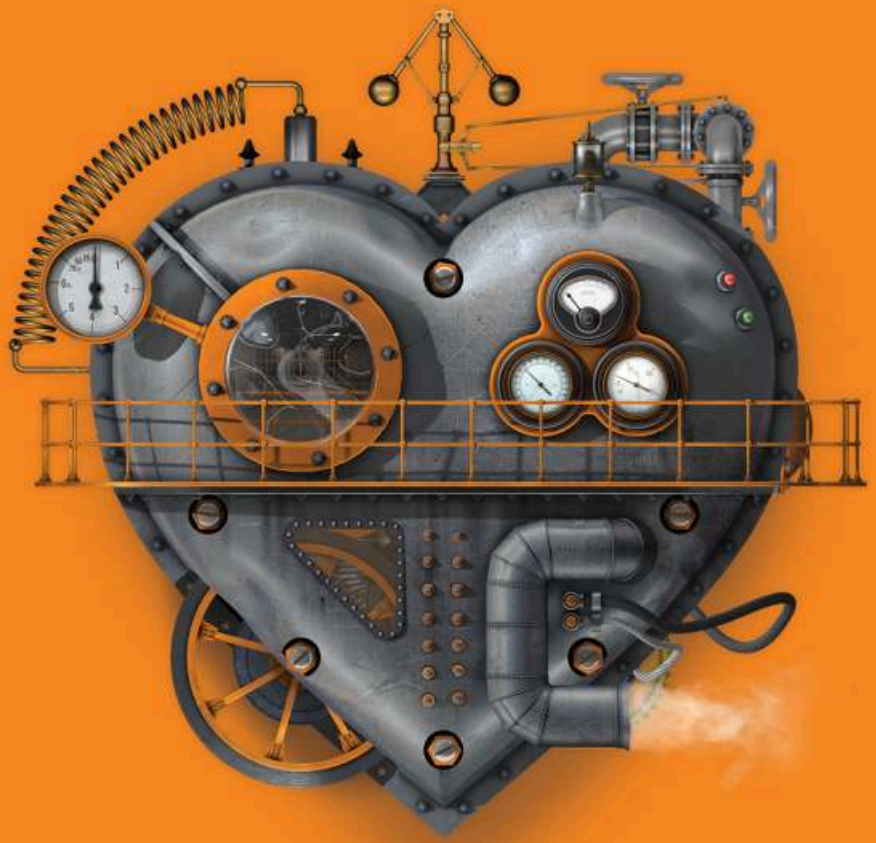


industrialne / nadzwyczajne

INDUSTRIADA

Święto Szlaku Zabytków Techniki

14 CZERWCA 2014



Industrialne serce Polski bije w naszym regionie

Śląskie.
Pozytywna energia

Szlak Zabytków Techniki

INDUSTRIADA
ŚWIĘTO SZLAKU ZABYTKÓW TECHNIKI



Dziękuję

Adam Hajduga / ahajduga@slaskie.pl / 781 818 085