



DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Modulul 2: Antreprenori în turismul cultural



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

PR. NR. 2020-1-PL01-KA205-080646



Erasmus+

SPRIJINUL ACORDAT DE COMISIA EUROPEANĂ PENTRU REALIZAREA ACESTEI PUBLICAȚII NU CONSTITUIE O APROBARE A CONȚINUTULUI ACESTEIA, CARE REFLECTĂ DOAR PUNCTUL DE VEDERE AL AUTORILOR, IAR COMISIA NU POATE FI TRASĂ LA RĂSPUNDERE PENTRU ORICE UTILIZARE A INFORMAȚIILOR PREZENTATE.



Consortiu

Consortiul este format din 7 organizații - 6 țări, fiecare cu propria experiență și domeniu de expertiză. Scopul lor este de a motiva oamenii să devină cetățeni activi în comunitățile lor și să se extindă într-un context mai larg.



Coordonator -
Polonia



Polonia



Germania



Cipru



Grecia



România



Ungaria



Cuprins

01

Introducere

Proiectul DIGITALROUTES@CULTURE (scopuri și obiective)

02

Descrierea modulului

O scurtă descriere a modulului și a temelor abordate.

03

Tema 1

Descrierea temei 1 (scopuri, obiective, etc.)

04

Tema 2

Descrierea temei 2 (scopuri, obiective, etc.)

05

Tema 3

Descrierea temei 3 (scopuri, obiective, etc.)

06

Concluzii și evaluare

Concluzii și evaluare pentru obținerea insignei digitale





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Introducere



Patrimoniul cultural



*„Singura cale să faci
ceva important este să
iubești ceea ce faci.”*

Steve Jobs

*„Cel mai bun sfat pe care îl am
pentru antreprenori este acesta:
uită de greșeli, doar fă-o.”*

Ajaero Tony Martins





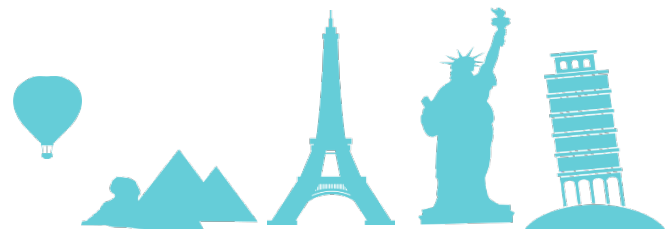
În prezent, se consideră că patrimoniul cultural are o contribuție importantă în PIB-ul la nivel european.

Conform statisticilor Eurostat 2020 privind cultura, în 2019, 7,4 milioane de locuri de muncă au fost ocupate în domeniul culturii la nivelul Uniunii Europene. În plus, noua Agendă europeană pentru cultură din 2018 consolidează importanța sprijinirii creativității bazate pe cultură în educație și inovare, precum și pentru ocuparea forței de muncă și creștere economică și valorifică puterea culturii și a diversității culturale pentru a asigura coeziunea și bunăstarea socială.

32% dintre persoanele angajate în domeniul culturii au desfășurat activități independente în 2019 (Eurostat, 2020).

“

„O persoană care nu-și cunoaște istoria, originile și cultura este ca un copac fără rădăcini.”
(Marcus Garvey)





Scopuri & Obiective



#1

Să încurajeze tinerii să se implice profesional în sectoarele culturale, oferindu-le acestora competențele antreprenoriale sociale și digitale necesare.



#2

Să dezvolte un portal web deschis, dinamic și interactiv și o aplicație mobilă care să cartografieze spațiile de patrimoniu cultural, folosind caracteristicil realității augmentate.



#3

Să abordeze problema șomajului în rândul tinerilor și a urbanizării tinerilor.



#4

Să sprijine creativitatea bazată pe cultură în educație și inovare, precum și pentru crearea de locuri de muncă și creștere economică.





DIGITALROUTES@CULTURE

Module de învățare



Modulul 1

Introducere – Fă
cunoștință cu
antreprenorul cultural

Modulul 2

Antreprenori în turismul
cultural

Modulul 3

Antreprenori culturali
– Competențe de business

Modulul 4

Antreprenori culturali
– Competențe de
comunicare și marketing

Modulul 5

Antreprenori culturali
– Competențe digitale

Modulul 6

Antreprenori culturali
– Competențe creative

Modulul 7

Antreprenori culturali
– Implicarea comunităților
locale



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Descrierea modulului



Modulul 2: Antreprenori în turismul cultural

te va ghida prin oportunitățile de dezvoltare a unei afaceri în domeniul turismul cultural. Vei învăța elementele de bază ale planificării și organizării de evenimente și activități și vei înțelege beneficiile creării de rețele și ale cooperării intersectoriale. Cel de-al treilea subiect al acestui modul te va introduce în etica și sustenabilitatea în turismul cultural.



Acest modul te va ajuta în parcurgerea manualului și a materialelor de învățare.





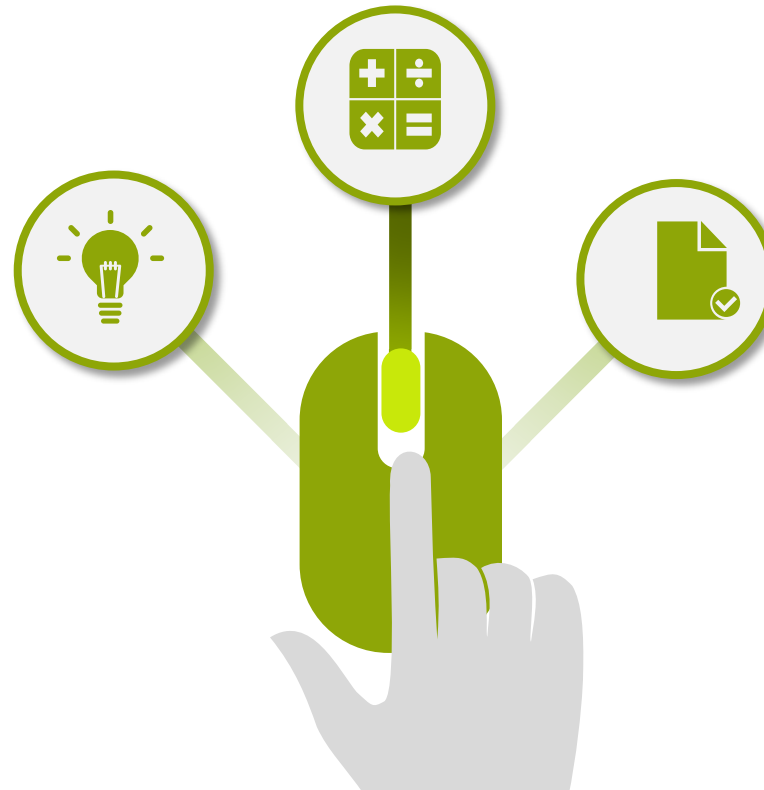
Modulul 2 - Teme

Tema 2

Cooperarea intersectorială și crearea
de rețele

Tema 1

Planificarea și organizarea de
evenimente și activități



Tema 3

Etică și sustenabilitate în turismul
cultural



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Tema 1 - Planificarea și organizarea de evenimente și activități

Exemple de evenimente

Festivaluri de muzică

Gândește-te la mici festivaluri de muzică care pot aduce beneficii pentru comunitatea locală.

Evenimente gastronomice

Aceste evenimente ar trebui să urmărească să pună în valoare și să promoveze patrimoniul gastronomic local. Implică producătorii și restaurantele locale.

Târguri ale producătorilor locali

Ajută producătorii locali să ajungă la consumatori prin organizarea de târguri ale producătorilor.

Proiecții de filme / festivaluri de film

Proiecțiile și festivalurile de film reprezintă o bună oportunitate dacă le planificați într-o zonă turistică. Nu uitați de localnici: le puteți oferi intrări gratuite sau le puteți oferi bilete speciale la preț redus.

Evenimente sportive

Mulți oameni sunt interesați de sport, așa că evenimentele sportive sunt o modalitate excelentă de a vă începe antreprenoriatul.

Festivaluri locale

De obicei, există o gamă largă de festivaluri locale sau tradiționale. Găsiți unul care vi se potrivește cel mai bine și deschideți-l pentru turiști, astfel încât comunitatea locală să se simtă mândră de moștenirea sa.





Planificarea și organizarea evenimentelor



1.#1 Scopul și publicul țintă

2.Ce vrei să obții cu evenimentul tău? S-ar putea să fie evident pentru tine, însă a rămâne concentrat este esențial pentru succesul evenimentului tău. De asemenea, acest lucru te va ajuta să îți stabilești audiența potrivită și cele mai bune canale de comunicare pentru a ajunge la ea.



#2 Date, durata și locul de desfășurare

Stabilește data și durata cu cât mai mult timp înainte. Astfel, vei avea timp să te ocupi de toate detaliile organizatorice și vei avea timp suficient și pentru promovare. Gândește-te la ceea ce îți dorești de la locul de desfășurare (locație, accesibilitate cu transportul public, facilități, distanța față de publicul tău țintă etc.).



#3 Prezenterori, artiști și comercianți

Fă un studiu de piață în funcție de scopul evenimentului, de publicul țintă și de experiența pe care dorești să o oferi. Stabilește-le cât mai curând posibil, deoarece acestea sunt o componentă cheie a campaniei tale de promovare.



1.#4 Parteneriate și sponsorizări

Nu este ușor să organizezi un eveniment. A avea parteneri și sponsori de încredere este un factor cheie pentru succesul tău. Întocmește o listă cu sponsorii ideali și lucrează la ceea ce le poți oferi în schimbul sprijinului lor. Asigură-te că nu faci compromisuri inutile.



#5 Planifică măsuri de siguranță

Fă o evaluare a riscurilor și întocmește un plan de securitate și sănătate. Asigură-te că notifici autoritățile relevante și că angajezi asistența necesară pentru eveniment. Fii cât se poate de transparent și ai o comunicare sinceră cu publicul tău.



#6 Planul de urgență

Multe lucruri pot merge prost în cadrul unui eveniment, prin urmare, asigură-te că faci tot posibilul să le identifici. Să ai întotdeauna un plan B și, dacă este posibil, și un plan C.



#7 Promovează, vinde și măsoară

Dacă este posibil, angajează un specialist în marketing sau cel puțin pe cineva care se pricepe la social media și promovează evenimentul acolo unde se află publicul tău țintă. Oferă opțiuni de cumpărare în consecință și măsoară întotdeauna impactul campaniilor tale de promovare astfel încât să îți poți crește vânzările.

Exemple de activități

01

Bazate pe natură

În funcție de zona în care te afli, poate exista o gamă largă de activități bazate pe natură: drumeții, ciclism, observarea faunei sălbatice, schi de tură și altele.



03

Activități pentru persoane cu nevoi speciale

Poți dezvolta activități specifice pentru anumite grupuri țintă.



02

Culturale

Vizitarea atracțiilor culturale și a meșteșugarilor.



04

Ateliere

Ateliere de lucru bazate pe patrimoniul local sau concepute special pentru grupurile tale țintă.



Planificarea și organizarea evenimentelor



1. #1 Care sunt nevoile clienților tăi?

Cea mai bună șansă este să identifici nevoile care nu sunt încă satisfăcute de piață. Pentru aceasta, trebuie să cunoști și potențialii clienți: pe grupe de vârstă, nivel de educație, venituri, preferințe etc.



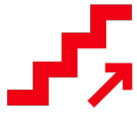
#2 Cunoaște zona

În funcție de tipul de activități pe care le vei oferi, cunoașterea zonei în care locuiești se poate dovedi a fi un atu important. Acest lucru te va ajuta fie să proiectezi mai bine activitatea, fie te poate ajuta să ajungi mai ușor la publicul tău țintă.



#3 Cunoaște-ți concurența

Cercetarea de piață te va ajuta să îți înțelegi concurenții și cum te poți diferenția de ei. Acesta este un pas important în dezvoltarea produsului tău și în asigurarea succesului.



1.#4 Ce poți face diferit/ mai bine?

Identifică punctele forte ale produsului tău și asigură-te că le evidențiezi în activitățile de promovare.



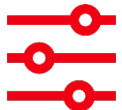
#5 Pregătește oferta

Lucrează la cele mai mici detalii pentru ca la final să ai un produs de bună calitate. Acesta este, de asemenea, momentul în care stabilești prețul pe baza pașilor anteriori.



#6 Promovează și vinde

Promovarea este cel mai important pas. Identifică cele mai bune canale de promovare pentru a ajunge la publicul țintă și alege cu grijă mesajele.



#7 Feedback și monitorizare

Nu este suficient să îți vinzi produsul. Pentru a te asigura de succesul pe termen lung, trebuie să știi cum îl primește piața și ce poți face pentru a-l îmbunătăți constant. De asemenea, păstrează legătura cu clienții și asigură-te că aceștia revin.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Tema 2 - Cooperarea intersectorială și crearea de rețele



Cooperarea și crearea de rețele sunt interconectate. Motivul pentru care este bine să faci parte dintr-o rețea sau se inițiezi una nouă este acela de a crea un mecanism de cooperare astfel încât capacitatea de a atinge obiectivele propuse să crească.



Există diverse **beneficii** atunci când faci parte dintr-o rețea de cooperare intersectorială:

- Capacitate îmbunătățită de a face față unor situații complexe care depășesc propriile posibilități;
- Combinarea resurselor;
- Creșterea amplitudinii și a domeniului de acțiune;
- Costuri și riscuri partajate între membrii rețelei;
- Îmbunătățirea accesului la informații și efectele învățării;
- Efecte pozitive asupra bunăstării;
- Creșterea vitezei de acțiune în cazul oportunităților și de reacție în cazul amenințărilor;

10 pași pentru stabilirea cooperării și a rețelelor (I):

01

Evaluăm nevoile reale de cooperare și de formare de rețele și obiectivele aferente.

02

Evaluăm contextul local, regional, național și internațional al rețelelor existente care ar putea fi în concordanță cu propriile obiective.

03

Evaluăm nevoia de a crea o nouă rețea sau de a ne alătura uneia existente.

04

Atunci când ne alăturăm unei rețele existente, trebuie să fim conștienți de tipul de rețea și deci să respectăm regulile acesteia.

05

Atunci când dezvoltăm o nouă rețea, trebuie să luăm în considerare de la început tipul de rețea care se potrivește cel mai bine cu obiectivele și contextul în care ne aflăm.

10 pași pentru stabilirea cooperării și a rețelelor(II):

06

Stabilim întotdeauna obiective clare și definim timpul alocat și alte resurse necesare pentru a face parte din rețea.

07

Menținem vie colaborarea și întreaga rețea prin comunicare și prin căutarea obiectivelor comune ale membrilor.

08

Evaluăm din când în când beneficiile oferite de rețea și, dacă acestea nu mai sunt relevante, încercăm să stimulăm întreaga rețea să devină mai performantă.

09

În cazul în care rețeaua nu este capabilă să atingă beneficiile așteptate, putem lua în considerare posibilitatea de a părăsi rețeaua, însă este necesară o evaluare serioasă a costurilor și a tuturor consecințelor acestei decizii.

10

Atunci când părăsim o rețea, să încercăm să păstrăm legătura cu un membru al rețelei.



Tipuri de rețele



În principiu, rețelele sunt asociații de actori sociali autonomi cu drepturi egale, însă există diferite tipologii de rețele, în funcție de:



Sfera geografică

Nivel local, regional, național și global.



Structura organizațională

De la relații foarte informale, flexibile și bazate pe încredere, la legături mai formale și mai rigide.



Limite

Rețelele diferă în funcție de gradul lor de deschidere și de apropiere.



Arhitectura și echilibrul de putere

De la drepturi egale și asistență reciprocă la o rețea controlată, condusă de unul sau mai mulți membri "emblematici",.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Tema 3 – Etică și sustenabilitate în turismul cultural



Conceptul de durabilitate și etică în turism integrează un spectru larg de componente:

- Mediul natural
- Comunitățile locale ca parte a destinației
- Transportul către și în interiorul destinației
- Comerț echitabil
- Componenta socială și culturală a destinației
- Componenta economică a destinației
- Turiștii și experiența lor de învățare



Turismul cultural sustenabil

Turismul cultural sustenabil presupune gestionarea integrată a patrimoniului cultural și a activităților turistice în colaborare cu comunitatea locală, creând beneficii sociale, de mediu și economice pentru toate părțile interesate, pentru a realiza conservarea patrimoniului cultural material și imaterial și dezvoltarea durabilă a turismului (Sursa: a Sustainable Cultural Tourism Open Method of Coordination working group, 2018).



Codul etic și de sustenabilitate pentru antreprenori(I)

- Lupta pentru dezvoltarea produsului într-o nouă destinație emergentă;
- Dezvoltarea de produse turistice care să implice perioade mai lungi de ședere și vizite înafara sezonului;
- Sprijinirea dezvoltării unei organizații profesionale de management a destinației (OMD);
- Sprijinirea obiectivului destinației de a se certifica ca destinație sustenabilă;
- Consultarea membrilor comunității locale pentru a dezvolta experiențe culturale autentice;
- Integrarea atât a patrimoniului tangibil cât și a celui intangibil în produsul turistic cultural;
- Explorarea unor mijloace creative de a implica activ comunitatea locală, în special generațiile tinere;
- Asigurarea unui mediu de muncă plăcut și identificarea de locuri de muncă de lungă durată în afara sezonului;
- Implicarea în rețele turistice culturale la nivel local, național sau internațional;
- Reinvestirea veniturilor în situri și bune practici care să vizeze patrimoniului cultural pentru protecția, dezvoltarea și întreținerea acestora;



Codul etic și de sustenabilitate pentru antreprenori(II)

- Identificarea unor sisteme de certificare pentru turism durabil potrivite și aplicarea lor;
- Participarea în programe de pregătire care vizează turismul responsabil și dezvoltarea de programe de pregătire pentru angajați prin care să se urmărească creșterea conștientizării cu privire la practicile sustenabile, problemele de mediu, turismul responsabil și altele;
- Colectarea și publicarea de date pentru a permite evaluarea, monitorizarea și cartografierea dinamicii activității turistice de către guvernele locale și naționale;
- Ori de câte ori este posibil, implicarea în cercetări interdisciplinare privind profilul destinației și impactul vizitatorilor pentru un management adaptiv.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Concluzii



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Tema 1: Planificarea și organizarea de evenimente și activități

Planificarea și organizarea de evenimente și activități implică o organizare foarte bună, multă muncă și dedicare.

Tema 2: Cooperarea intersectorială și crearea de rețele

Cooperarea și crearea de rețele reprezintă cheia succesului pentru a ne atinge obiectivele sociale, ecologice și chiar economice.

Tema 3: Etică și sustenabilitate în turismul cultural

În zilele noastre, nu este posibil să planifici sau să acționezi fără o mentalitate solidă, durabilă și etică, pentru a avea succes.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Bibliografie



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

- Schibany, A., Hämäläinen, T., Schienstock, G. (2000), Interfirm Co-operation and Networking: Concepts, Evidence and Policy, Organisation for Economic Co-operation and Development. Disponibil la :
- European Commission, Sustainable Cultural Tourism. Disponibil la : https://europa.eu/cultural-heritage/sites/eych/files/sustainable-cultural-tourism-recommendations_en5097.pdf?token=PsePI9T4
- Kurmes, H., Anghel, M., Papuc, B. (2017), Drumeția montană: manual de bune practici pentru ghizi, Asociația de Ecoturism din România. Disponibil la: <https://asociațiaer.ro/publicatii/>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE



Evaluare



TUR OPERATOR – STUDIU CAZ

Mihai are 27 de ani și este absolvent al facultății de turism. El provine dintr-o zonă rurală din România cu un bogat patrimoniu natural și cultural, așa că știe că șansa lui este să dezvolte o afacere în turism. Ideea afacerii este de a oferi programe turistice de descoperire a naturii și culturii locale. Segmentul de piață țintă este reprezentat de turiștii străini din Europa de Vest, dar nu este atât de ușor de accesat această piață.

Primul pas constă în cercetarea ofertei concurenței și apoi în crearea unei baze de date cu resursele locale (atracții turistice, trasee, restaurante, unități de cazare, meșteșugari etc.). Pe baza acestor informații, Mihai începe să pregătească programele turistice și să contacteze potențialii furnizori. În cele din urmă, el creează materiale promoționale de înaltă calitate, astfel încât să inspire încredere potențialilor clienți (site web, broșură).

În procesul de cercetare, el observă două lucruri care l-ar putea ajuta să aibă mai multe șanse de succes:

- (1) este important să faci parte dintr-o rețea cu întreprinderi similare cu a sa, deoarece acest lucru îi va permite să intre mai ușor în contact cu potențiali clienți sau poate chiar să beneficieze de sprijinul și experiența altora
- (2) și turiștii de pe piețele occidentale sunt foarte interesați de sustenabilitate. Prin urmare, încearcă să integreze aspectele legate de sustenabilitate în programele sale și comunică acest lucru cât mai clar posibil pe site-ul său.



ÎNTREBĂRI DE EVALUARE (I)

1. Pentru a identifica nevoile clienților săi, Mihai trebuie să:

- cunoască zona.
- cerceteze competitorii.
- cunoască grupele de vârstă, nivelul de educație, venitul, preferințele și altele despre potențialii clienți.

2. Care dintre următoarele nu reprezintă un avantaj al apartenenței la o rețea:

- Îmbunătățirea potențialului de a face față situațiilor complex care depășesc nivelul de capacitate propriu.
- Crearea de activități sau evenimente proprii
- Împărțirea costurilor și a riscurilor între membrii rețelei.

3. Limita unei rețele la care Mihai se poate alătura se referă la :

- Gradul de deschidere și de apropiere.
- Limitele geografice ale rețelei.
- Echilibrul de putere în cadrul rețelei.



ÎNTREBĂRI DE EVALUARE(II)

4. Enumeră cel puțin două măsuri prin care Mihai poate ajuta comunitatea locală?

5. În calitate de tur-operator axat pe sustenabilitate, Mihai va trebui să includă în planul său de afaceri două dintre următoarele măsuri:

- a. să dezvolte experiențe autentice legate de patrimoniul cultural.
- b. să stabilească prețuri mai mici decât concurenții săi.
- c. să contribuie la crearea de sejururi mai lungi și vizite înafara sezonului.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

GĂSEȘTE-NE ONLINE!



<http://digitalroutes.4learning.eu/>



@digitalroutes





Acest document poate fi copiat, reprodus sau modificat în conformitate cu regulile de mai sus.
În plus, trebuie să se facă referire în mod clar la autorii documentului și la toate porțiunile aplicabile ale notei privind drepturile de autor.

Toate drepturile sunt rezervate. © Drepturi de autor 2022 DIGITALROUTES@CULTURE

