



# DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

## Modulul - Fă cunoștință cu Anteprenorul 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 șapte organizații – ce-și au sediul în șase țări diferite, fiecare cu propria experiență și domeniu de expertiză. Scopul lui este de a motiva oamenii să se implice activ în comunitatea locală și să se dezvolte într-un cadru mai larg.



Coordonator -  
Polonia



Polonia



Germania



Cipru



Grecia



România



Ungaria



# Cuprins

**01**

## **Introducere**

Prezentarea proiectului DIGITALROUTES@CULTURE (scop și obiective)

**02**

## **Introducere – Modul despre Anteprenariat Cultural**

Modulul prezintă conceptul de anteprenariat cultural și produse culturale, precum și formele de funcționare disponibile în sectorul cultural.

**03**

## **Tema 1**

Anteprenori culturali – principalele caracteristici și strategii

**04**

## **Tema 2**

Forme de organizare în sectorul creativ – ONG-uri, întreprinderi și centre locale

**05**

## **Tema 3**

Produse și servicii în sectorul cultural

**06**

## **Concluzii & Evaluare**

Concluzii & evaluare pentru insignele digitale (Open Badges)





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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# Introducere



# Patrimoniul cultural



“Oamenii  
care spun că nu se poate  
face nu trebuie să-  
i întrerupă pe cei care  
o fac”  
George Bernard Shaw

“Cunoașterea altor limbi și culturi îți  
lărgeste viziunea”  
Suzy Kassem





În prezent, sectorul cultural ocupă un rol important în PIB-ul din Europa.

Potrivit datelor Eurostat din 2020, în UE în anul 2019 s-au înregistrat 7,4 milioane de locuri de muncă în sectorul cultural. În plus, noua Agendă europeană pentru cultură din 2018 subliniază importanța sprijinirii creativității culturale din educație și inovare, creșterea economică și a gradului de ocuparea a forței de muncă prin valorificarea potențialului din sectorul cultural și a diversității culturale ca instrumente în asigurarea coeziunii sociale și a bunăstării.

32 % dintre persoanele angajate în sectorul cultural au desfășurat o activitate independentă în 2019 (Eurostat, 2020).

“

*'Un popor care nu cunoaște istoria, originea și cultura trecută este ca un copac fără rădăcini'*  
(Marcus Garvey)







# Scop & Obiective



**#1**

Să încurajeze tinerii să se orienteze profesional spre domeniul cultural și să obțină competențele antreprenoriale, sociale și digitale necesare accesării unor noi oportunități de angajare în acest sector.



**#2**

Crearea unui portal web accesibil, dinamic și interactiv, și a unei aplicații mobile care prin tehnologia avansată să carteze punctele de patrimoniu cultural.



**#3**

Să abordeze problema șomajului în rândul tinerilor și a modernizării tinerilor, în special în mediul urban.



**#4**

Sprijinirea creativității bazate pe cultură în educație și inovare, precum și pentru crearea de locuri de muncă și dezvoltare economică.

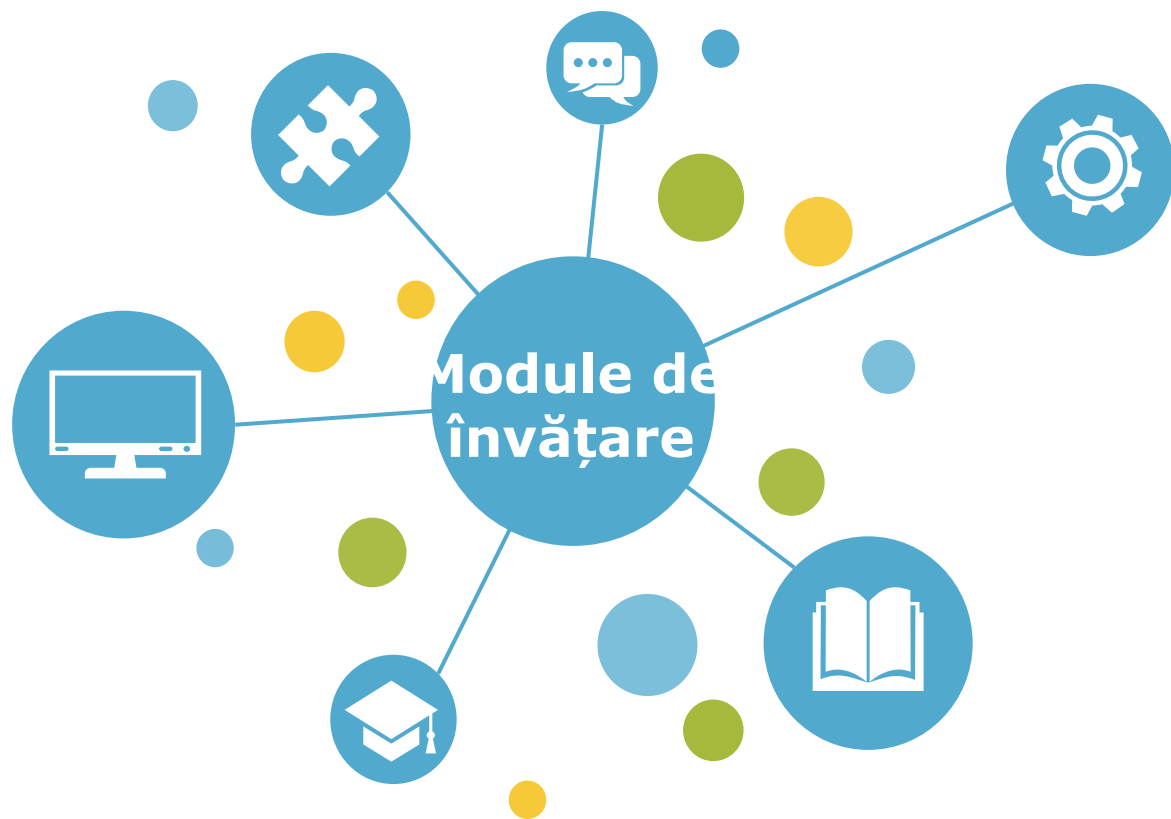






# DIGITALROUTES@CULTURE

## 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 & Marketing

### Modulul 5

Antreprenori Culturali –  
Competențe Digitale

### Modulul 6

Antreprenori Culturali-  
Competențe creative

### Modulul 7

Antreprenori Culturali –  
Implicarea comunităților  
locale

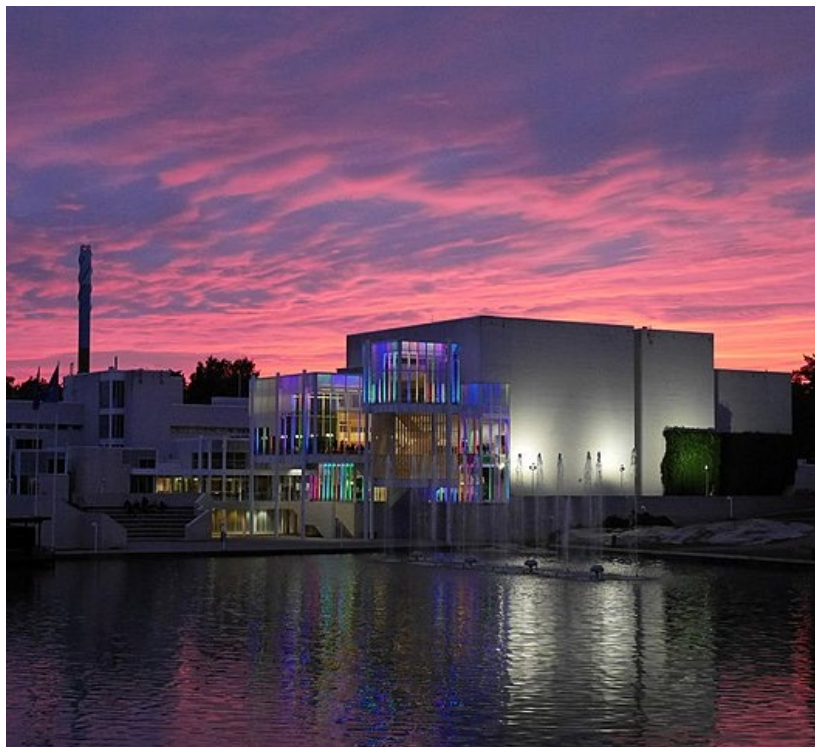


Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# Descriere modul



**Module 1: Fă cunoștință cu Antreprenorul Cultural** este introductiv. Vei învăța ce înseamnă să fii antreprenor și, în special, cum să devii un antreprenor cultural. Te vei familiariza cu diferite forme de organizare, și anumite entități publice, ONG-uri sau IMM-uri (întreprinderi individuale și cooperative). De asemenea, vei afla ce înseamnă un produs cultural și cum îl poți alege pentru comunitatea ta.



Mai mult de atât, modulul te va ajuta, să explorezi acest ghid și materialele de învățare.





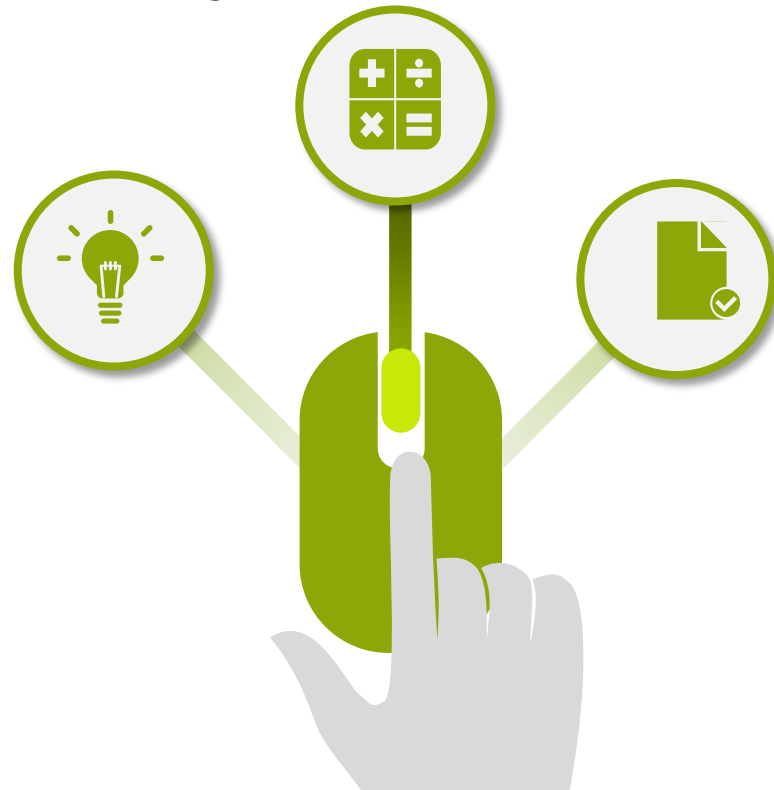
# Modulul 1 - Teme

## Tema 1

Antreprenori culturali –  
principalele caracteristici și  
strategii

## Tema 2

Forme de funcționare în  
sectorul cultural, inclusiv ONG-  
uri, cooperative și centre  
locale.



## Tema 3

Produce și servicii în sectorul  
cultural



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# **Tema 1 – Antreprenori culturali – principalele caracteristici și strategii**

# Cine este un anteprenor?

## Definiții

- Termenul își are originea în economia franceză încă din secolul al XVII-lea, pentru a fi definit în adevăratul sens al cuvântului în secolul al XIX-lea de către Jean Baptiste Say.
- Un anteprenor este o persoană care desfășoară un proiect sau o activitate importantă și identifică soluții inovative și eficiente de dezvoltare a afacerii.
- "Anteprenorii dau valoare" (Dees 1998)

## Anteprenoriat=Business?

- De regulă, anteprenoriatul este asociat cu persoane precum pionierii hi-tech din Silicon Valley, dar
- a avea spirit anteprenorial nu înseamnă neapărat a începe o afacere.
- Mai degrabă, este vorba despre un set de trăsături comune pe care le-am prezentat în slide-ul următor.

## Tipuri de Anteprenoriat

- Business
- Social
- Cultural
- Sustenabil

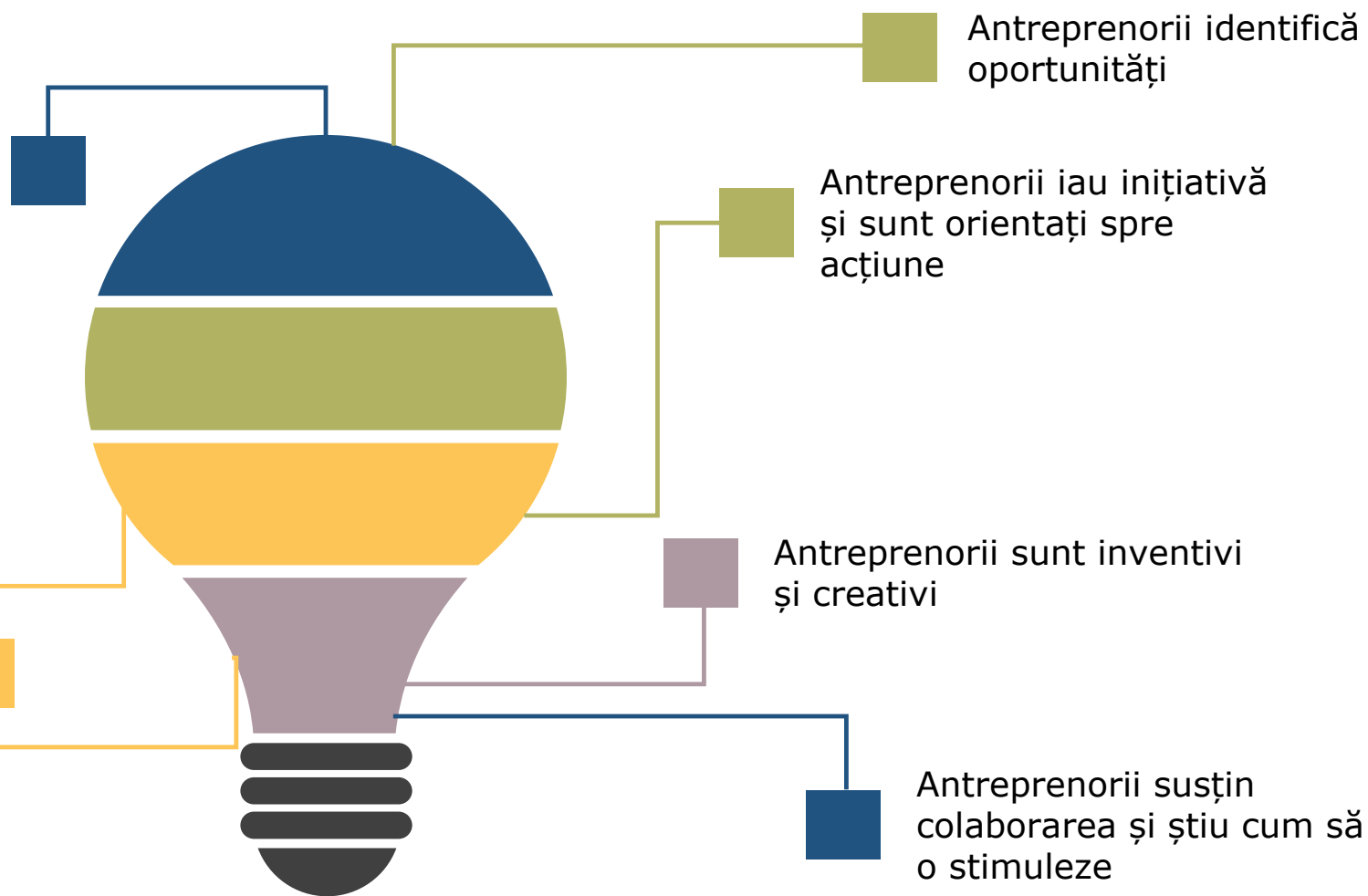


# Antreprenorii au caracteristici comune

Într-o situație dificilă, antreprenorii se concentrează mai degrabă pe identificarea oportunităților decât pe piedicilor; "antreprenorul caută întotdeauna schimbarea, se adaptează și o exploatează ca pe o oportunitate".

Antreprenorii sunt capabili să identifice și să coordoneze resursele

Antreprenorii sunt flexibili







# Cine sunt antreprenorii culturali?

- Anteprenoriatul cultural este un termen relativ nou și nu are încă o definiție clară.
- Aici îl înțelegem pur și simplu ca pe un antreprenor care activează în domeniul cultural.
- Antreprenorii culturali au impact pozitiv și îmbunătățesc viața comunităților (și, indirect contribuie la dezvoltarea societății și a economiei) prin activități culturale (cum ar fi evenimente sportive, muzicale, gastronomice sau cinematografice) și produse culturale (cum ar fi arta, teatrul și literatura).





# Identificarea oportunităților

- Folosește-ți imaginația și priceperea.
- Fii deschis și flexibil.
- Fii proactiv.
- Folosește-ți cunoștințele și capacitatea de înțelegere a contextului local.
- Identifică dificultățile și problemele existente în comunitățile locale și găsește soluții – încercă se le rezolvi într-o manieră nouă și inovativă.

# Flexibilitate

- De multe ori, lucrurile nu merg conform planului - fondurile sunt mai mici decât ar fi nevoie, partenerii renunță, o pandemie ne lovește - în loc să te gândești la ceea ce nu a funcționat, încercă să găsești soluții în noul context.
- Antreprenorii lucrează cu "tot ceea ce au la îndemână" (Fligstein & McAdam, 2012)

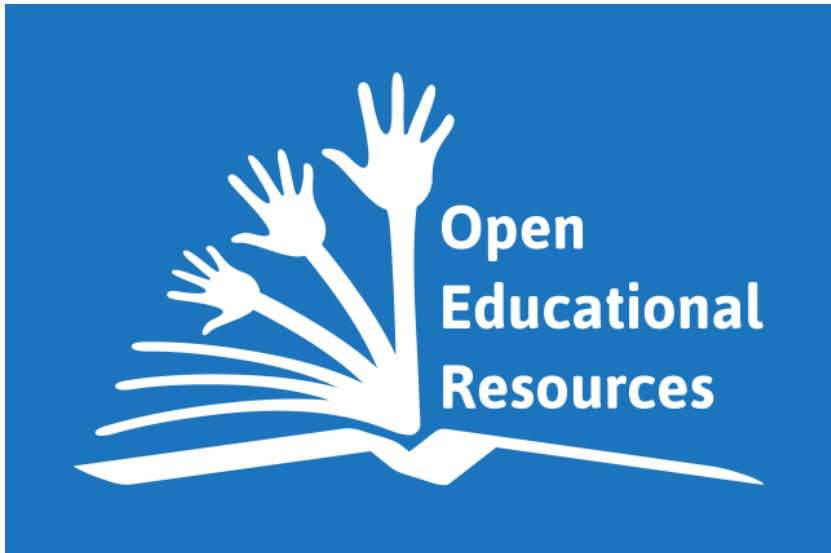


## “Fii ca apa, prietenul meu!”

Acesta este un citat celebru al lui Bruce Lee, care l-a parafrazat pe Confucius. Lee a explicat că apa poate fi totodată cel mai flexibil și cel mai dur material, este lipsită de formă, dar în același timp poate lua orice formă. Lee este un exemplu excelent de antreprenor cultural. În anii 1960-1970, actorul chinez a încercat să obțină un rol principal la Hollywood pe vreme în care în filme rolurile acestea erau atribuite doar albilor. Ani la rând a primit doar roluri secundare, în ciuda faptului că directorii de film i-au recunoscut talentul, invocând scuza că publicul nu era pregătit pentru un star de cinema de altă culoare. În cele din urmă, a decis să lucreze în Hong Kong, unde i s-a permis să joace în roluri principale. Astfel, după ce a realizat câteva filme ca protagonist principal, a reușit să le arate factorilor de decizie de la Hollywood, că un actor chinez poate fi un actor principal excelent. Fiind flexibil, "lucrând cu ceea ce avea la îndemână", "fiind ca apa" - a reușit să realizeze filmul "Enter the Dragon" în 1973, unul dintre cel mai de succes filme din istoria cinematografului. A schimbat normele și percepțiile culturale și a deschis calea pentru alți actori de culoare.



# Resurse



- Resursele pot fi materiale sau nemateriale:
- Exemple de resurse materiale - fonduri, echipamente
- Exemple de resurse nemateriale - competențe, expertiză, timp, relații, dar și creativitate sau flexibilitate.
- Resursele sunt întotdeauna limitate
  
- Planificarea resurselor
- În primul rând, trebuie să identifici resursele necesare
- De care dispui?
- Pe care trebuie să le găsești? Le poți găsi?
- Dacă nu, le poți înlocui cu altele? Sau poți să le refolosești/reciclezi/repai pe cele existente?
- Nu uita că resursele pot fi grupate și împărțite.



# Cum să explorezi acest ghid

- Modulul 2: Antreprenori culturali – îți arată oportunitățile de antreprenariat din domeniul turismului cultural, inclusiv planificarea și organizarea de evenimente și activități, crearea de rețele și colaborarea intersectorială, precum și norme de etică și durabilitatea în domeniul turismului cultural.
- Modulul 3: Antreprenori culturali - Competențe de business – îți oferă o perspectivă asupra modului în care funcționează o afacere în domeniul conservării patrimoniului cultural și cum poți să-i motivezi pe participanți să înființeze diferite întreprinderi în acest sector.
- Modulul 4: Antreprenori culturali - Competențe de comunicare și marketing - **urmează să fie adăugat.**
- Modulul 5: Antreprenori culturali - Competențe digitale - te va ajuta să înțelegi partea digitală a unei întreprinderi culturale prin discuții despre gestionarea și diseminarea responsabilă a informațiilor online, crearea de conținut și abordarea problemelor de confidențialitate pentru a garanta o experiență digitală sigură.
- Modulul 6: Antreprenori culturali - Competențe creative – abordează aspecte legate de creativitate și inspirație, și prezintă câteva tehnici și instrumente, ca elemente de bază în grafică și design, care îți vor fi utile în realizarea de videoclipuri și podcasturi.
- Modulul 7: Antreprenor cultural - Implicarea comunităților locale – te va ajuta să identifici factorii interesați și cum să-i implici în activitatea ta, vei afla despre modele de bune practici și despre creșterea bunăstării comune în urma implicării comunității locale.

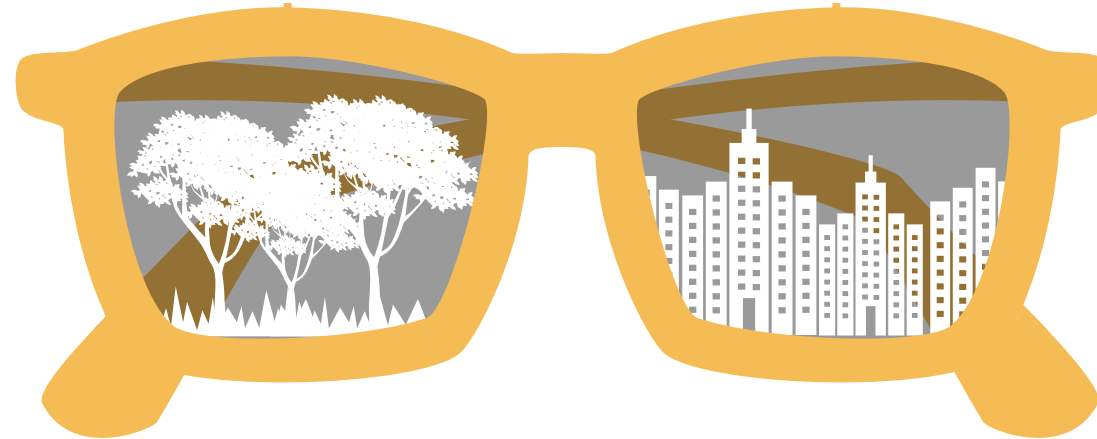


## **Tema 2 - Forme de funcționare în sectorul cultural, inclusiv ONG-uri, cooperative și centre locale**

De cele mai multe ori, instituțiile din domeniul cultural aparțin sectorului public. Asta înseamnă că sunt finanțate din fonduri publice, fie din taxe (distribuite de guvern la nivel local sau central), fie prin subvenții (de exemplu de la Comisia Europeană sau din fonduri norvegiene). Activitatea lor este non-profit.

### Avantaje

- stabilitatea fondurilor
- gradul de încredere a publicului
- risc scăzut



### Dezavantaje

- de regulă, fondurile sunt limitate
- sunt adesea foarte birocratice





# Alte forme de funcționare

De asemenea, este bine să știi că există diferite forme juridice de funcționare- în calitate de antreprenor cultural, puteți înființa, de exemplu:

- o organizație non-guvernamentală (ONG)
- o întreprindere privată (IMM-Întreprindere Mică sau Mijlocie)
- o cooperativă (IMM-Întreprindere Mică sau Mijlocie)

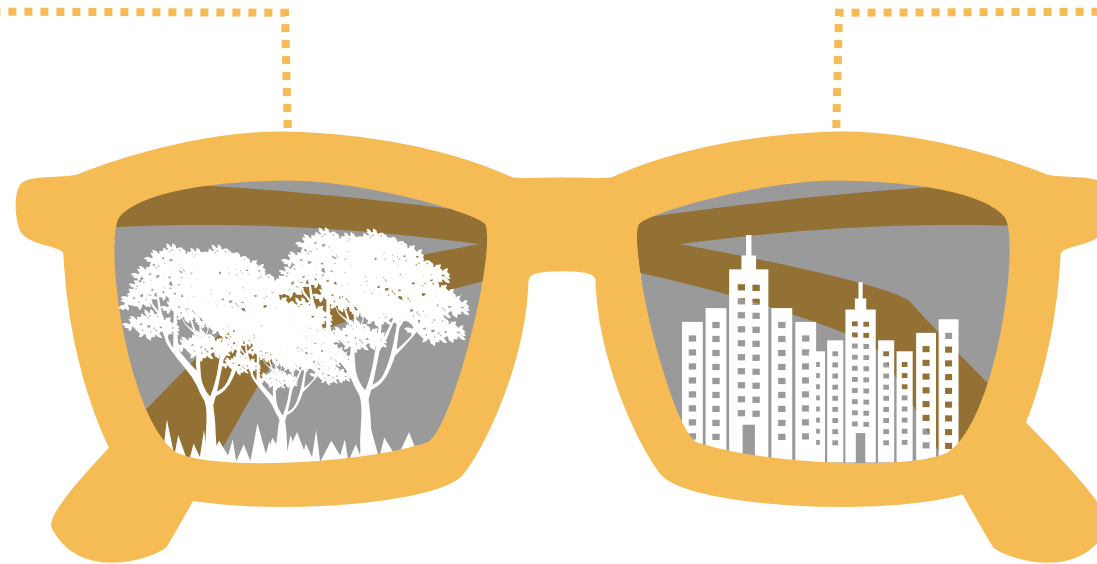


# Organizațiile non-guvernamentale (ONG-urile) - caracteristici

- ONG-urile funcționează fără scop lucrativ, ceea ce înseamnă că organizația ta nu a fost înființată pentru a genera un profit individual, ci pentru a servi unui scop social. Poți desfășura activități economice, dar profitul trebuie să revină organizației și să finanțeze viitoarele activități.
- Reglementările specifice pot fi diferite de la o țară la alta.
- Într-o anumită măsură, sursele de finanțare vor fi publice. Pot fi reprezentate de atragerea de fonduri, activități economice și subvenții.

## Avantaje

- Independența financiară este relativă
- Flexibilitate
- Acces la surse din finanțarea publică și subvenții
- Structură mai puțin birocratică
- Încredere publică



## Dezavantaje

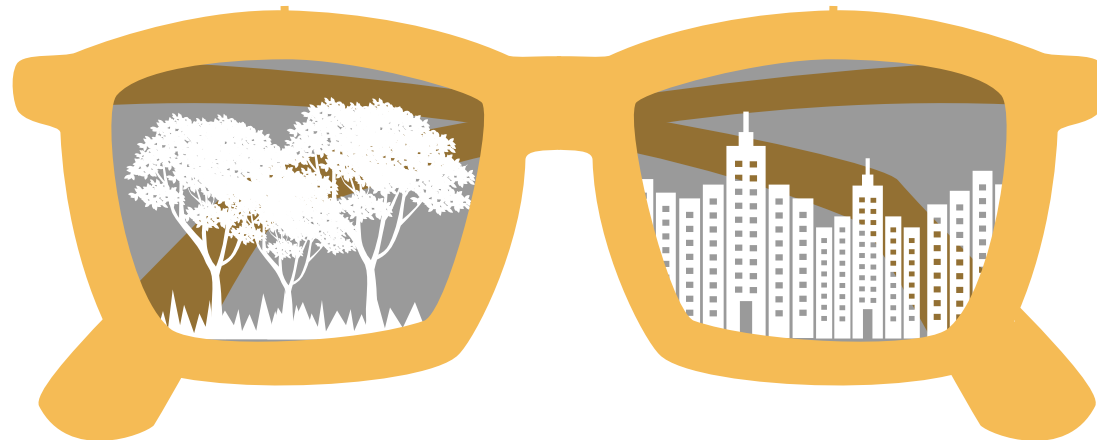
- Instabilitate financiară

# Întreprindere individuală (Întreprinderi Mici și Mijlocii)

- Produsele și evenimentele culturale sunt asimilate unei activități economice
- O entitate care prin activitatea sa are ca scop principal obținerea de profit

## Avantaje

- Independență financiară
- Flexibilitate
- Posibilitatea de a face parte dintr-o structură mai puțin birocratică
- Profit și, în general, stabilitate



## Dezavantaje

- Acces limitat (dacă există) la finanțare publică și granturi
- Încredere publică limitată
- Risc mai mare

# Cooperative (Întreprinderi Mici și Mijlocii)

- La fel cum funcționează întreprinderile individuale, cooperativele au scop lucrativ - produsele și acțiunile culturale sunt tratate ca o inițiativă economică.
- Sunt înființate și gestionate de un grup de persoane care au drepturi și responsabilități egale, iar profitul se împarte între toți partenerii.
- Organizația Internațională a Muncii (ONU) estimează că 10% din locurile de muncă la nivel mondial sunt asigurate de cooperative, care reprezintă un angajator important în state precum Elveția, Spania, Italia, Franța, Canada, SUA, Japonia. Cu toate acestea - această formă este rareori considerată o opțiune.

## Avantaje

- Mai sustenabilă
- Structură simplificată, mai puțin birocratică
- Echitabilă și democratică



## Dezavantaje

- Poate fi mai greu de administrat, mai ales la început.



- Alegerea formei de funcționare potrivite pentru organizația ta necesită o evaluare atentă a tuturor avantajelor și dezavantajelor.
- Pot fi înființate anumite forme juridice în conformitate cu reglementările legislative specifice statului respectiv.



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

## **Tema 3 – Produse culturale**



# Produse culturale

- Terminologia culturală și de patrimoniu nu a fost standardizată în diverse țări (UNESCO).
- Cultura nu se încadrează cu ușurință în definiția conceptului de serviciu sau de bun (Braun and Parker, 1993), deoarece cuprinde atât componente de serviciu, cât și de bun.
- Produsele culturale "nu sunt ca alte tipuri de mărfuri" (UNESCO), deoarece acestea au atât valoare culturală, cât și comercială.



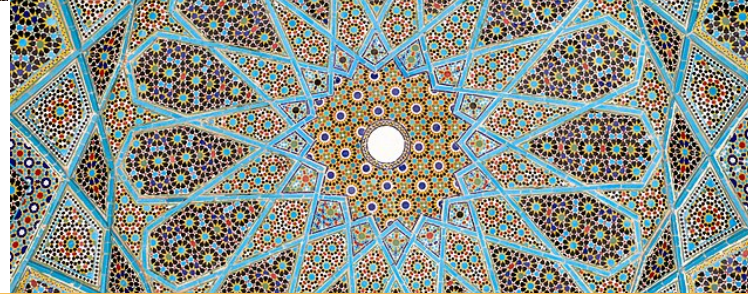


# Produse culturale cont.



Produsele culturale sunt bunuri și servicii care includ:

- artele (artele spectacolului, arte vizuale, arhitectură)
- conservarea patrimoniului (muzee, galerii, biblioteci)
- industriile culturale (media scrisă, radiodifuziune, film, înregistrări)
- festivaluri



Acestea pot fi grupate în următoarele categorii:

- cultura materială, cum ar fi monumentele, literatura, arta
- cultura nematerială, cum ar fi folclorul, religia, tradițiile, limba și istoria
- patrimoniul natural, care include peisaje culturale importante și biodiversitate





# Exemple de produse culturale ce pot fi oferite de un centru cultural:

- Proiecții de film
- Festivaluri dedicate tradițiilor locale
- Expoziții ale artiștilor locali și străini
- Concerte ale artiștilor locali și străini
- Prezentări și paneluri care să includă comunitatea locală
- Activități sportive
- Competiții
- Spectacole de teatru
- Conferințe și workshop-uri pe teme de interes pentru comunitate
- Activități turistice, de exemplu, excursii la obiective istorice și naturale
- Ateliere cu mâncare și băuturi (food&drinks)
- Ateliere/activități în domeniul de sănătate și wellness
- Ateliere de lucru în domeniul tehnologiei și al științei



**TIP**

Poți găsi mai multe idei, precum și detalii despre cum să organizezi evenimente și activități în Modulul 2: Antreprenori în Turismul cultural.



# Înainte de a pregăti o ofertă cu produse culturale, este important să înțelegi:

- Cine formează comunitatea locală, grupuri țintă, cum să o identifici (cartografiere).
- Care sunt nevoile și așteptările acestor grupuri.
- Ce produse culturale sunt deja oferite.
- Ce modele de bune practici există.



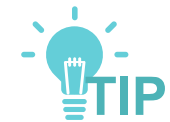
**TIP**

Poți găsi mai multe detalii despre cele de mai sus în Modulul 7: Antreprenor cultural - Implicarea comunităților locale



# Pentru a identifica resursele culturale disponibile la nivel local, trebuie să răspunzi la următoarele întrebări:

- Ce elemente de patrimoniu natural există? Aveți peisaje interesante, obiective turistice, situri bogate în biodiversitate?
- Ce monumente, clădiri istorice și alte obiective materiale există?
- Aveți vreo mâncare/băutură specifică locului?
- Aveți meșteșugari sau artiști locali?



Pentru mai multe idei consultați Modulele 2 și



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# Concluzii





**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE



## **1. Antreprenorii culturali - principalele caracteristici și strategii**

- a. Definiții și tipuri de antreprenoriat, inclusiv antreprenoriatul cultural
- b. Caracteristici antreprenoriale
- c. Consultarea ghidului

## **2. Forme de organizare într-un sector dedicat patrimoniului cultural, inclusiv ONG-uri, cooperative și centre locale**

- a. Tipuri de organizații
- b. Particularități specifice diverselor forme de organizare
- c. Alegerea unei forme de organizare potrivite

## **3. Produse și servicii în sectorul cultural**

1. Alegerea produselor și serviciilor culturale adecvate pentru comunitatea locală
2. Propunerea unei oferte atractive de produse și servicii în domeniul cultural pentru comunitatea locală



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# Glosar





## TERMEN

## DEFINIȚIE

Antreprenor

O persoană care gestionează un proiect sau o activitate de amploare și găsește un mod inovativ și eficient de implementare; antreprenorii au în comun anumite caracteristici, cum ar fi capacitatea de a identifica și de a gestiona resursele mobile, de a descoperi oportunități, de a fi flexibil, proactivi și creativi.

Antreprenor cultural

Un antreprenor care activează în domeniul cultural, jucând un rol important și contribuind la dezvoltarea comunităților prin activități și produse culturale.

ONG

Organizație neguvernamentală non-profit, care are ca scop realizarea unui anumit obiectiv social.

Cooperativă (coop)

O forma de administrare colectivă a unei întreprinderi, înființată și administrată de un grup de persoane care au drepturi și obligații egale, împărțind profitul la toți membrii.

Produse culturale

Produse și servicii care includ arta (artele spectacolului, artele vizuale, arhitectura), conservarea patrimoniului (muzee, galerii, biblioteci), industriile culturale (presă scrisă, radiodifuziune, film, înregistrări) și festivaluri.



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

- Aiello, L. and Cacia, C. (2014) *The Cultural Product: Integration and Relational Approach*. IGI Global.
- Austin, J., Stevenson, H. and Wei Skillern, J. (2006) Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), p. 1-22.
- Bacigalupo, M., Punie, P.K.Y. and Van den Brande, G. (2016) "EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework", European Commission JRC Science for Policy Report [online]. Disponibil aici: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework>.
- Dees, J.G. (1998) The meaning of social entrepreneurship. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Disponibil aici: <http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf>
- Downing, S. (2005) The Social Construction of Entrepreneurship: Narrative and Dramatic Processes in the Coproduction of Organizations and Identities., *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, p. 185-204.
- Fligstein, N. & McAdam, D. 2012. A theory of fields. Oxford University Press.
- Leca, B., Battilana, J. and Boxenbaum, E. (2008) Agency and Institutions: A Review of Institutional Entrepreneurship. Disponibil aici: [http://www.clibyg.org/dyn/files/knowledge\\_items/23-file/Boxenbaum\\_agency\\_institutions.pdf](http://www.clibyg.org/dyn/files/knowledge_items/23-file/Boxenbaum_agency_institutions.pdf)
- Schumpeter, J.A. (2000) Entrepreneurship as Innovation., University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. Disponibil aici: SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1512266>.
- UNESCO (1998, 2000) World culture report, 1998: culture, creativity and markets. Disponibil aici: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000112074>



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# Evaluare modul



Marta și-a finalizat recent studiile în domeniul cultural, în cadrul unei universități poloneze. Are 24 de ani și, împreună cu trei prieteni din liceu, a deschis un centru cultural/cafenea în orașul natal. În prezent, orașul are o ofertă culturală relativ limitată - există un cinematograful, o bibliotecă și o casă de cultură. Din când în când, la biserică au loc concerte, iar cea mai apropiată sală de teatru se află într-un oraș mai mare, la 50 km distanță.

Marta și prietenii ei au vrut să facă ceva puțin diferit, deschizând o "cafenea culturală". Ideea lor a fost de a crea un spațiu atractiv unde oamenii să se poată bucura de un ceai sau de o cafea, de prăjituri și gustări, și unde se organizează periodic evenimente culturale. Meniul nu este foarte variat și include câteva opțiuni alimentare sănătoase și gustoase, și în același timp ușor de preparat, de asemenea și cafea, ceai, limonadă, vin și bere artizanală de la microberării. Pe de altă parte, "meniul cultural" constă până acum în proiecții de film, expoziții temporare ale artiștilor locali, concerte, cluburi de carte, ateliere pentru copii, cursuri de gătit și discuții cu oameni interesați. La proiecțiile de film, expoziții, cluburile de carte și prezentări accesul este gratuit, iar la concerte, ateliere și cursuri participarea este contra cost.

Oferta se bazează pe identificarea nevoilor și a resurselor pe care Marta și prietenii sale au realizat-o încă de la începutul proiectului. Au luat legătura cu organizațiile locale - cu un centru comunal, cu câteva centre pentru vârstnici, cu un ONG care se ocupă de localnicii cu dizabilități, cu școli și grădinițe, cu o bază sportivă locală și, nu în ultimul rând, cu administrația locală. Au întrebat membrii acestor organizații ce ar fi de interes pentru ei. Acest lucru le-a permis să înțeleagă componența comunității locale și care sunt nevoile lor. Oferta culturală a fost adaptată la aceste nevoi.

Grupul a hotărât că această cafenea va funcționa sub forma de cooperativă. Este o afacere cu scop lucrativ, iar activitatea are atât componente comerciale, cât și non-profit, reușind să obțină o finanțare publică. Restul bugetului provine din vânzarea de cafea și din contravaloarea biletelor de participare la evenimente. În faza de început, cooperativa are patru asociați, dar numărul membrilor ar putea crește în funcție de randamentul acestei afaceri. Membrii îndeplinesc pe rând diferitele sarcini care susțin activitatea cafenelei. Iau decizii comune, în urma multor consultări. Asta înseamnă uneori timp îndelungat de lucru, dar nu îi deranjează, deoarece le place ceea ce fac și orele petrecute împreună. Deja au observat că au devenit mai eficienți în luarea deciziilor. Profitul se împarte în mod egal.



## ÎNTREBĂRI:

Un antreprenor ar putea fi cel mai bine caracterizat ca:

1. Orientat și focusat pe afaceri
2. Flexibil, inventiv și creativ
3. Priceput în contabilitate și finanțe

Forma potrivită de funcționare pentru un antreprenor cultural este:

1. Un IMM sau o cooperativă
2. O organizație finanțată din fonduri publice sau un ONG
3. Toate formele de mai sus, în funcție de context

Legat de cooperative, care dintre afirmațiile de mai jos NU este adevărată:

1. Cooperativele sunt mai sustenabile decât întreprinderile individuale
2. În întreaga lume există foarte puține cooperative și care oferă puține locuri de muncă
3. Fiind entități participative, în care toată lumea are un cuvânt de spus, iar deciziile sunt luate prin consens, cooperativele pot fi uneori dificil de gestionat, mai ales la început.

Care dintre răspunsurile de mai jos conține numai produse culturale materiale?

1. Muzică, folclor, tradiții
2. Monumente, patrimoniu istoric, peisaje
3. Literatură, artă, monumente

În procesul de selecție a produselor culturale, prioritar ar trebui să fie:

1. Ca aceste produse să se bazeze pe nevoile locale identificate în procesul de cartare a nevoilor și resurselor
2. Să atragă profit maxim
3. Să fie armonizate între diverse centre culturale



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# NE GĂSEȘTI 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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

[digitalroutes.4learning.eu](https://digitalroutes.4learning.eu)