



MODUL 8
DEZVOLTAREA UNUI PLAN DE
AFACERI



TURISM CULTURAL MODUL 8 – DEZVOLTAREA UNUI PLAN DE AFACERI

Acest modul de formare face parte din Cursul de pregătire destinat turismului cultural, care a fost dezvoltat în cadrul parteneriatului strategic Erasmus + EUROPETOUR, o inițiativă europeană menită să deblocheze potențialul economic al comorilor culturale remarcabile ale Europei și să încurajeze zonele rurale să valorifice potențialul turismului cultural.

Puteți găsi mai multe informații pe site-ul proiectului: <http://www.europetour.tips>

Foto: Wolfgang Eisenreich, Kees Grootswagers, Elena Paschinger, Jens Hackmann



Această lucrare este licențiată sub licența internațională Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Sunteți liber să:

- Distribuți - copiați și redistribuiți materialul în orice mediu sau format
- Adaptare / autorizare- remixare, transformare și dezvoltare pe baza materialului

în următorii termeni:

- Atribuire - Trebuie să acordați creditul adecvat, să furnizați o legătură cu licența și să indicați dacă au fost făcute schimbări. Puteți face acest lucru în orice mod rezonabil, dar nu într-o manieră în care să fie sugerat faptul că licențiatorul este de acord cu dvs. sau cu folosirea aceluși material.
- NonComercial/ Nu se poate vinde - Nu puteți folosi materialul în scopuri comerciale.
- ShareAlike/ Distribirea sub aceeași licență ca originalul - Dacă remixați, transformați sau construiți alte materiale, trebuie să le distribuiți contribuțiile dvs. sub aceeași licență ca și originalul.



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

Sprejiniul acordat de către Comisia Europeană pentru prezentarea acestei publicații nu constituie o aprobare a conținutului, care reflectă doar opinia autorilor, iar Comisia nu poate fi trasă la răspundere pentru orice utilizare a informațiilor conținute în aceasta.

Indicativ proiect: 2015-1-DE02-KA202-002325



Content

1. Introducere.....	5
2. Acordul de confidențialitate.....	7
3. Rezumat introductiv.....	8
4. Descrierea proiectului dvs. de turism cultural.....	9
Descrierea persoanelor implicate în demararea afacerii.....	9
Consilieri.....	9
Produse și servicii.....	9
Obiectivul pe termen lung al afacerii.....	10
Obiective.....	10
5. Analiza pieței.....	10
Piața țintă.....	10
Evaluarea pieței totale.....	10
Veniturile țintă.....	10
Tendențele pieței.....	10
Profilul concurenței.....	11
Avantajul competitiv.....	11
Beneficiul clienților.....	11
6. Marketing/Strategii de vânzare.....	12
Strategii de marketing.....	12
Surse de venit.....	12
Strategii de vânzare.....	12
Preț.....	13
Strategii de marketing și comunicare.....	13
7. Resurse umane și logistică.....	13
Organigrama.....	13
Personalul.....	14
Planurile de training.....	14
Logistică.....	14
8. Analiza SWOT și analiza riscurilor.....	14
Analiza SWOT.....	14
Analiza riscurilor.....	15



TURISM CULTURAL
MODUL 8 – DEZVOLTAREA UNUI PLAN DE AFACERI

9. Proiecții financiare.....	15
Ipotezele principale	15
Contul de profit și pierdere	16
Balanța de verificare și bilanțul	16
Fluxul de numerar	16
10. Cerințe de finanțare	16
Surse	16
11. Drepturi de proprietate intelectuală.....	16
12. Anexe	17
Sprijin pentru demararea unei afaceri în turismul cultural	18
Antonine Wall - patrimoniul mondial UNESCO	20



1. Introducere

De ce ar trebui să elaborați un plan de afaceri pentru activitățile dvs. culturale? Bineînțeles că nu aveți nevoie de un plan de afaceri dacă vă oferiți voluntari pentru oaspeții interesați din punct de vedere cultural din regiunea dvs., dacă lucrați câteva ore pe săptămână în organizația locală de turism sau dacă doriți să câștigați niște bani în plus ca ghid. Dar dacă doriți să câștigați venituri din turismul cultural și să vă profesionalizați produsele sau serviciile de turism cultural, cu greu veți putea evita un plan de afaceri. Și tocmai acesta este rolul modulelor de formare EUROPETOUR: Cum poate turismul cultural să genereze venituri în regiunile rurale și ce calificări sunt necesare pentru aceasta?

Următoarele explicații și informații vă vor fi de folos dacă vă gândiți sau ați decis deja să faceți din turismul cultural profesia dvs. Veți învăța cum să vă poziționați profesional pentru a fi antreprenor. Veți recunoaște multe lucruri pe care le-ați învățat deja în celelalte module de pregătire EUROPETOUR. Exercițiile prezentate aici sunt, într-o anumită măsură, "exerciții de înviore" pentru viitorul plan de afaceri.

Planul de afaceri – ghid al antreprenorului

Ce înseamnă "Planul de afaceri"? Acest termen care a provenit inițial din SUA este folosit ca sinonim pentru "conceptul de companie" sau "conceptul de afaceri". Un plan de afaceri descrie ideea dvs. de afaceri cu scopul de a pune în aplicare această idee în proiectul dvs. de turism cultural.

Planul de afaceri cuprinde două părți:

- Formularea scrisă a ideii dvs. de afaceri cu privire la produsele, serviciile, clienții și marketingul dvs. cultural (secțiunea de text)
- Planificarea finanțării, a veniturilor planificate și a cheltuielilor (partea financiară).

Planul de afaceri completat și tipărit ar trebui să conțină cel mult 30-35 de pagini în total, astfel încât să poată fi citit de potențiali finanțatori, cum ar fi băncile sau agențiile de promovare, într-un timp scurt!

Planul va fi scris pentru un interval de timp de trei până la cinci ani. Ar trebui să planificați lunar în primul an, în anii următori puteți planifica și anual!

În paginile următoare, veți găsi un model pentru toate aspectele relevante pe care un plan de afaceri pentru o organizație de turism cultural ar trebui să le conțină:

1. Acordul de confidențialitate
2. Rezumat introductiv
3. Descrierea proiectului dvs. de turism cultural
4. Analiza pieței
5. Strategia de marketing / vânzări
6. Personal și operațiuni
7. SWOT și analiza riscurilor
8. Proiecții financiare
9. Cerințe de finanțare



10. Anexe

Rețineți: În mod diferit față de modulele 1-7, acest modul nu conține exerciții. Exercițiul pentru dvs. este să vă scrieți propriul plan de afaceri și, dacă ați făcut-o bine, atunci acesta va deveni în curând exemplul dvs. de bună practică (și confidențial!!)

Cu toate acestea, la sfârșitul acestui modul veți găsi două exemple de bune practici pe care le-ați putea găsi pline de inspirație.

Limbajul planului de afaceri

În următoarele capitole veți găsi probabil mai mulți termeni pe care nu îi cunoașteți sau al căror conținut nu vă este clar. Familiarizați-vă cu acest limbaj, există numeroase surse de informații! Fiecare Cameră de Comerț poate și ar trebui să vă ajute, pentru că va fi un contact important pentru dvs. în viitor! Când începeți să conduceți o afacere, vă veți confrunța întotdeauna cu acești termeni. Formularea planului dvs. de afaceri este o ocazie excelentă de a cunoaște și de a vă familiariza cu acest limbaj.



2. Acordul de confidențialitate

Planul dvs. de afaceri ar trebui să conțină un acord de confidențialitate. Utilizați acest text sau un text similar.

"Subsemnatul cititor recunoaște că informațiile furnizate în acest plan de afaceri sunt confidențiale; prin urmare, cititorul este de acord să nu îl dezvăluie fără permisiunea expresă scrisă a << Promotorului >>.

Cititorul recunoaște că informațiile furnizate în acest plan de afaceri sunt în toate privințele confidențiale, cu excepția informațiilor care aparțin domeniului public și că orice divulgare sau utilizare a acestor informații confidențiale de către cititor poate provoca daune grave sau pagube << Promotorului >>.

La solicitare, acest document trebuie returnat imediat către << Promotor >>

Semnătura

Nume și prenume

Data

3. Rezumat introductiv

Această secțiune nu trebuie finalizată decât după scrierea planului de afaceri. Acesta va evidenția toate etapele de dezvoltare a proiectului dvs. în domeniul turismului cultural în următorii cinci ani. Ar trebui să rezume următoarele domenii:

- Scopul planului
- Produsul / produsele dvs. culturale și / sau serviciul (serviciile) și beneficiile acestora
- Oportunitatea de piață
- Echipa de management
- Previziuni financiare
- Cerințe de finanțare

Proiecțiile financiare trebuie sintetizate și evidențiate. Vă sugerăm următorul format:

	Anul 1	Anul 2	Anul 3
Venituri			
Cheltuieli			
Profit brut			
Cheltuieli cu achizitiile			
Necesarul de numerar			
Cash flow			
Ocuparea forței de muncă - Numărul de angajați			
Ocuparea forței de muncă - Echivalent normă întreagă			

Amintiți-vă că cititorul acestui plan de afaceri (sponsor, instituție de finanțare, investitor potențial etc.) face adesea o analiză inițială bazată pe rezumatul introductiv și că decizia lui de a citi conținutul principal al planului de afaceri va depinde de informațiile prezentate aici. Anexele atașate planului conțin informații mai detaliate pentru a susține textul principal al planului de afaceri.



4. Descrierea proiectului dvs. de turism cultural

Descrierea persoanelor implicate în demararea afacerii

- Promotori
- Structura managementului și domeniile de responsabilitate
- Numele acționarilor, procentul de participație
- Investiții în numerar până în prezent

Consilieri

Poate că intenționați să obțineți ajutor extern pentru a vă elabora planul de afaceri. Multe țări oferă sprijin financiar și material pentru acest lucru. Există numeroase astfel de oferte pe piață, dar nu facem nici un secret că este vorba de o piață ai cărei reprezentanți au calificări foarte diferite. Prin urmare, am dori să vă oferim următoarea listă de verificare atunci când selectați un consultant extern:

- Consultantul trebuie să fi elaborat deja planuri de afaceri în context turistic.
- Ar trebui să aibă o înțelegere a culturii și turismului dovedită prin educație sau experiență.
- Ar trebui să știe care surse pot fi folosite pentru a (co-) finanța această activitate de consultant pentru începerea afacerii.
- Ar trebui să fie certificat de o Cameră de Comerț sau să fie membru al unui grup de experți organizat și / sau finanțat de un organism public.
- Ar trebui să aibă experiență în demararea afacerilor.
- Ar trebui să fie dispus să comunice referințele sale în domeniu.
- Ar trebui să aibă o rețea culturală extensivă și astfel să acționeze ca un "deschizător de uși" pentru afacerea dvs.

În cele din urmă, trebuie să îți formulezi Planul de Afaceri cu pasiune și entuziasm - pentru tine și pentru alte persoane pe care le poți infecta cel mai bine cu entuziasmul tău pentru ideea ta.

Produse și servicii

Explicați în mod clar ce este produsul sau serviciul dvs. cultural și ce face:

- Contextul dezvoltării sale
- Beneficii și caracteristici
- Puncte de vânzare unice
- Avantaje pentru clienți și oaspeți
- Dezavantaje sau puncte slabe
- Evoluții viitoare



Obiectivul pe termen lung al afacerii

Menționați obiectivul pe termen lung al afacerii dvs.

Obiective

Menționați etapele specifice pe care trebuie să le atingă proiectul dvs. de turism cultural în următorii cinci ani (vânzări, ocuparea forței de muncă, diversificarea produselor etc.).

5. Analiza pieței

Această secțiune acoperă analiza dvs. de piață și analiza concurenților. Trebuie să arătați că ați efectuat cercetarea de piață pentru a justifica proiecțiile făcute în planul dvs. de afaceri. Trebuie să demonstrați că există o piață viabilă și că puteți învinge concurența pe piața vânzării.

Piața țintă

Este piața pe care intenționați să vindeți produsele sau serviciile turistice culturale. Analizați segmentele acestei piețe după cum urmează:

- Dimensiunea fiecărui segment de piață
- Este acest segment în creștere sau în scădere?
- Caracteristicile potențialilor clienți din fiecare segment
- Nevoi speciale ale clienților potențiali

Evaluarea pieței totale

Estimați valoarea potențială totală a pieței pentru acest tip de produs sau serviciu, în toate zonele de piață vizate.

Veniturile țintă

Aceste cifre sunt baza datelor privind veniturile din proiecțiile dvs. financiare și trebuie să se bazeze pe evaluări realiste. Includeți dimensiunea medie a afacerii, durata ciclului veniturilor, veniturile recurente.

Tendențele pieței

Analizați ce se întâmplă pe piață:



- Modificări recente (de exemplu, ce înseamnă pentru compania dvs. GDPR - regulamentul pentru protecția generală a datelor?)
- Previziuni viitoare (de exemplu, cât de relevante vor fi problemele legate de drepturile de proprietate intelectuală pentru dvs.)?
- Tendințe actuale cum ar fi schimbările demografice, factorii economici și legislativi (de exemplu, cum veți considera nevoile persoanelor cu dizabilități sau vârstnice?)
- Implicații pentru produsul sau serviciul dvs. (de ex., Veți garanta accesul fără obstacole?)
- Planurile dvs. de a satisface cerințele viitoare și schimbările de pe piață

Profilul concurenței

Analiza concurenților dvs. pe piață:

- Care sunt produsele și serviciile concurente?
- Profilul principalilor jucători (dimensiunea companiei, cifra de afaceri, rentabilitatea etc.) și cota lor de piață
- Avantajele și dezavantajele ofertelor concurenților

Avantajul competitiv

Aceasta este evaluarea dvs. de ce potențialii clienți și oaspeții vor alege să cumpere produsele sau serviciile dvs. culturale în locul celor profilați mai sus. Avantajele pot include:

- Caracteristici unice
- Preț
- Noi tehnologii sau sisteme
- O valoare mai bună pentru clienți
- Includeți orice validare independentă sau studii de caz

Beneficiul clienților

Acesta este ceea ce produsul sau serviciul dvs. cultural oferă clienților potențiali în ceea ce privește așteptările și nevoile lor. Ce va determina clientul dvs. să cumpere produsul sau serviciul dvs?

Acest aspect poate fi foarte important pentru anumiți clienți, de ex. persoane în vârstă, persoane cu dizabilități sau familii tinere cu bebeluși, care au nevoie de condiții speciale de accesibilitate. Explicați ce veți face în mod special pentru aceștia și pentru a demonstra datele subliniate.



6. Marketing/Strategii de vânzare

Această secțiune stabilește strategiile dvs. pentru atingerea pieței vizate, pentru a crește interesul lor pentru produsul sau serviciul dvs. și livrează efectiv produsul sau serviciul acestora prin vânzări.

Strategii de marketing

Cum veți poziționa produsul sau serviciul dvs. pe piața turismului cultural și îl veți diferenția față de concurenții săi:

- Ce segmente de piață vor fi vizate?
- Cum va fi dezvoltat acest lucru pentru a atinge piața țintă integrată?
- Cum vă diferențiați produsele sau serviciile?
- Ce beneficii cheie vor fi evidențiate?
- Ce clienți potențiali ați vizat deja?
- Ce contacte pot fi folosite pentru a genera conștientizarea pieței și vânzări?
- Cine va face marketingul: personal, agenție, reprezentanți?

Consultați modulul EUROPETOUR 3 pentru mai multe informații.

Surse de venit

Ce contribuții la venituri și profit va avea afacerea dvs.?

Strategii de vânzare

Cum veți vinde produsul sau serviciul dvs. pe piața țintă?

- Direct
- Cu amănuntul
- Agent
- Reprezentant de vânzări
- Website
- Alte canale de distribuție

Analizați pentru fiecare metodă costurile implicate, dacă aceasta va ajunge eficient la piața dorită, controlul pe care îl veți păstra asupra prețului și poziționării, logistica și integrarea globală cu strategia dvs. de marketing. Aflați avantajele metodelor pe care le-ați ales pentru a vinde produsul sau serviciul.

Consultați modulul EUROPETOUR 4 pentru mai multe informații.



Preț

Cum veți stabili prețul perceput pentru produsul sau serviciul dvs.? Considerațiile includ:

- Prețurile concurenților
- Nivelul concurenței pe piață
- Percepția relației calitate-preț de către clienți
- Costuri de producție și cheltuieli generale
- Lanțul de distribuție și valoarea adăugată la fiecare etapă
- Măsura în care cumpărătorul poate controla prețul

Precizați modul în care fiecare produs sau serviciu va fi tarifat, cu referire la sursele de venit de mai sus.

Strategii de marketing și comunicare

Cum veți promova produsul sau serviciul dvs. pe piață:

- Publicitate - unde, când, cum, cine
- Relații publice
- Marketing direct
- Website și marketing online
- Expoziții și conferințe
- Adresabilitate către grupuri speciale (de ex. persoane cu dizabilități)
- Marketing prin viu grai

Consultați modulul EUROPETOUR 5 pentru mai multe informații.

7. Resurse umane și logistică

Aici veți sublinia structura dorită a proiectului dvs. de turism cultural în ceea ce privește managementul, numărul de angajați și calificările și calificările acestora și cerințele fizice operaționale de a produce sau furniza produsele sau serviciile dvs. culturale.

Organigrama

Alcătuți o diagramă a modului în care va fi organizată gestiunea noii dvs. investiții. Acest lucru ar trebui să indice domeniile de responsabilitate ale fiecărui manager și ale angajaților care urmează să fie luate în următorii trei ani.



Personalul

Aflați ce angajați vor fi angajați în următorii trei ani, cu ce fel de competențe, în ce domenii ale afacerii. Descrieți calificările, abilitățile și experiențele proprii.

Planurile de training

Descrieți angajații planificați și dezvoltarea de management care urmează să fie întreprinsă pentru a menține o forță de muncă calificată în organizația dvs. Aceasta ar trebui, de asemenea, să coincidă cu evoluțiile viitoare ale pieței și cu orice evoluții noi de produse sau servicii.

Logistică

Specificați cerințele fizice ale afacerii:

- Locație
- Echipament
- Facilități de producție
- Infrastructură
- Facilități de comunicații
- Costurile implicate
- Furnizori

8. Analiza SWOT și analiza riscurilor

Analiza SWOT

Analiza SWOT este unul dintre instrumentele strategice de planificare care sunt utilizate de întreprinderi și alte organizații pentru a se asigura că există un obiectiv clar definit pentru proiect sau pentru o întreprindere și că toți factorii legați de efort, pozitivi și negativi, sunt identificați. Pentru a îndeplini această sarcină, diagrama SWOT implică patru domenii de analiză: punctele forte, punctele slabe, oportunitățile și amenințările. Trebuie remarcat faptul că, atunci când se identifică și se clasifică factorii relevanți, accentul se pune nu doar pe chestiuni interne, ci și pe componentele externe care ar putea influența succesul proiectului.

Analizați punctele forte și punctele slabe ale afacerii și produselor sau serviciilor dvs., oportunitățile existente pe piață și amenințările la adresa viabilității proiectului.

- Puncte forte: atribute ale conceptului dvs. de turism cultural care sunt utile pentru atingerea obiectivului.
- Slăbiciuni: atribute ale conceptului dvs. de turism cultural care dăunează atingerii obiectivului.
- Oportunități: condiții externe care ajută la atingerea obiectivului.
- Amenințări: condiții externe care ar putea afecta performanța proiectului dvs. de turism cultural.

Acest lucru este cel mai bine făcut într-o diagramă matrice după cum urmează:

Puncte tari • •	Puncte slabe • •
Oportunități • •	Amenințări • •

Consultați modulul EUROPETOUR 2 pentru mai multe informații.

Analiza riscurilor

Este necesar un proces sistematic pentru a se asigura identificarea tuturor surselor relevante de risc. Sursele de risc se pot schimba, astfel încât o parte importantă a proceselor de monitorizare și revizuire este identificarea noilor pericole care au apărut pentru proiectul tău de turism cultural. De asemenea, ar trebui să indicați potențialul de a fi afectat de un risc (susceptibilitatea la risc) și cât de repede se poate recupera sistemul de la eșec (rezistența).

Analiza riscurilor ar trebui să conțină, de asemenea, un plan de reducere a riscurilor. Donatorii (sau instituțiile de finanțare) solicită mereu atenuarea riscurilor, deoarece nu finanțează sau nu investesc într-un proiect care nu are nicio strategie de ieșire.

Planul dvs. de reducere a riscurilor ar trebui să identifice obiectivele care trebuie îndeplinite, acțiunile care trebuie întreprinse pentru atingerea acestor obiective, termenele pentru realizarea acestor acțiuni, persoanele responsabile de fiecare dintre aceste acțiuni și mijloacele de evaluare a succesului acestui plan.

Consultați modulele EUROPETOUR 2 și 3 pentru mai multe informații.

9. Proiecții financiare

Ipotezele principale

Această secțiune analizează ipotezele cheie utilizate în proiecțiile financiare. Acesta este un ghid care explică modul în care au fost introduși principalii indicatori în proiecțiile financiare. Sunt incluse aici elemente cum ar fi:

- Surse de venit
- Numărul de angajați proiectați pentru fiecare an și salariile prevăzute
- Investiții proiectate în echipamente și materiale
- Amortizarea este permisă
- Taxele de chirie și tarifele preconizate
- Estimarea cheltuielilor

Această secțiune trebuie să fie scurtă și la punct. Mai multe detalii referitoare la aceste elemente pot fi plasate în Anexe.



Contul de profit și pierdere

Atașați aici conturile de profit și pierderi estimate pentru primii trei ani de funcționare a proiectului dumneavoastră de turism cultural.

Balanța de verificare și bilanțul

Atașați aici bilanțurile proiectate pentru primii trei ani ai operațiunilor proiectului dvs. de turism cultural.

Fluxul de numerar

Atașați aici o previziune lunară a fluxului de numerar pentru primii doi ani de activitate ai proiectului dumneavoastră de turism cultural.

10. Cerințe de finanțare

Menționați aici cerințele totale de finanțare pentru afacerea dvs. și modul în care acestea sunt destinate să fie accesate. De asemenea, va trebui să precizați detaliat modul în care vor fi cheltuite aceste fonduri.

Surse

- Fondurile promotorilor
- Împrumut bancar
- Granturi sau împrumuturi de la agenții
- Investiții deja primite
- Investiția a fost căutată

Fondurile au fost cerute pentru:

- Echipament
- Marketing
- Resurse umane

Consultați modulul EUROPETOUR 7 pentru mai multe informații.

11. Drepturi de proprietate intelectuală

Nu uitați să discutați despre aspectele legate de drepturile de autor în planul dvs. de afaceri! În domeniul turismului cultural, drepturile de autor ar putea să vă afecteze viața de afaceri zilnic. Indiferent dacă creați un ghid turistic cultural sau un clip video, transferați muzică într-un film sau faceți o fotografie, problemele legate de drepturile de autor sunt mereu prezente. Trebuie să luați în considerare drepturile altor persoane și trebuie să vă asigurați că drepturile dvs. nu sunt neglijate.

O strategie de proprietate intelectuală ar putea deschide o varietate de posibilități de creștere a valorii, productivității, competitivității și capacității inovatoare a afacerii dvs. Camera dvs. de Comerț vă poate furniza informații relevante.



12. Anexe

Această secțiune este utilizată pentru a furniza datele detaliate pe care se bazează textul principal al planului de afaceri și pentru a furniza informații suplimentare de interes pentru cititorii planului de afaceri. Elementele pentru includerea în anexe variază în funcție de natura activității dvs. de turism cultural, dar includ în mod normal unele dintre următoarele:

- CV-uri și calificări ale promotorilor
- Ipoteze financiare detaliate
- Cele mai recente conturi auditate
- Situația capitalizărilor și istoricul investițiilor
- Constatări detaliate ale cercetării de piață
- Descrierea activităților promoționale
- Informații despre produs sau serviciu
- Detalii despre site-ul proiectului dvs. de turism cultural
- Mărturii sau scrisori de intenție din partea clienților

Sprijin pentru demararea unei afaceri în turismul cultural



În general, sprijinul pentru demararea unei afaceri în turismul cultural și încurajarea unor idei inovative în acest domeniu este oferit pretutindeni în Europa, la nivel local, regional, național și european. Noii antreprenori care sunt interesați sunt puternic încurajați să verifice oportunitățile oferite

La nivel regional

Camera de Comerț este de regulă primul contact pentru demararea unei afaceri în turism. Recomandările lor sunt, în general, valabile la nivel regional și sunt gratuite.

La nivel național (exemple din Portugalia, Islanda și Italia)

La acest nivel, există inițiative specializate care oferă suport. Un exemplu în acest sens este **RE-THINK initiative of Beta-I**. Localizat în Lisabona, Beta-I este o organizație care promovează antreprenoriatul și inovarea la nivel european. Aceasta acordă suport diferitelor afaceri cu scopul de a le dezvolta, prin derularea unor programe de inovare și creștere accelerată, organizarea de evenimente, promovarea investițiilor și crearea spațiilor de lucru. Inițiativa are în atenție, de asemenea, și afaceri în domeniul turismului.

<http://rethink.beta-i.pt/2017/03/24/startups-tourism-heres-program-youve-looking/>

Un alt exemplu este inițiativa islandeză StartupTourism, un accelerator de afaceri pentru companiile islandeze din sectorul turismului. În ultimii ani au înregistrat o creștere abruptă a numărului de vizitatori străini care călătoresc în Islanda. Acest lucru a creat provocări și oportunități pentru islandezii. Îmbunătățirea infrastructurii, dezvoltarea sectorului privat și inovarea sunt necesare pentru a aborda aceste schimbări și a crea un viitor durabil pentru turismul din Islanda. Având în vedere acest lucru, Íslandsbanki, Blue Lagoon, Vodafone, Isavia, Island Tourism și startup-urile islandeze s-au alăturat pentru a crea un program de inițiere a afacerilor în Islanda. Programul Startup Tourism este complet gratuit și participanții pot păstra 100% din compania lor.

<http://startuptourism.is/en/>

Fundația italiană Eduardo Garrone oferă sprijin specializat pentru inițierea turismului cultural în Italia.

<http://www.fondazione-garrone.it/en/what-we-do/our-startup/cultural-tourism>



La nivel european

Diferitele oportunități de finanțare pentru IMM-uri și pentru întreprinderile nou-înființate sunt oferite de către Comisia Europeană. O prezentare foarte bună este oferită aici:

<http://startupeuropeclub.eu/eu-funds-and-support/>



Antonine Wall - patrimoniul mondial UNESCO



Convenția UNESCO privind patrimoniul mondial recomandă elaborarea unui plan de management pentru fiecare sit care ar trebui revizuit, evaluat, monitorizat și actualizat în mod regulat, prin care un obiectiv poate demonstra că dispune de mecanisme adecvate de gestionare pentru a asigura conservarea sitului pentru viitor generații. Cu toate acestea, planurile de management nu sunt aceleași cu planurile de afaceri, însă acesta este un plan de dezvoltare care reprezintă un exemplu pentru o parte a unui plan de afaceri pentru zidul Antonine. Este un exemplu inspirat, deoarece ia în considerare și aspecte specifice turismului cultural.

Acest plan de management acționează ca un fel de plan de afaceri pentru zidul Antonine. Acesta ghidează gestionarea durabilă pentru a menține valoarea universală remarcabilă a sitului de patrimoniu. Planul include documente suplimentare de orientare:

Ghidul de planificare, care a fost elaborat și adoptat de toate cele cinci autorități locale:

<http://www.antoninewall.org/sites/default/files/Antonine%20Wall%20SPGr2c-Final-combined%202.pdf>

Un plan de interpretare și o strategie de acces pe care toți partenerii și părțile interesate le pot utiliza pentru realizarea proiectelor de accesibilitate fizică / intelectuală sau de interpretare:

<http://www.antoninewall.org/system/files/documents/Interpretation%20Plan%20and%20Access%20Strategy.pdf>

O strategie în domeniul educației:

<http://www.antoninewall.org/sites/default/files/The%20Antonine%20Wall%203.1.pdf>

