



# Escape2

**Modulul 4 Stimularea cererii -  
instrumente pentru a dezvolta un  
portofoliu de noi afaceri în în domeniul  
agriculturii/ aventurii/ alimentației/  
recreerii/ ospitalității/ ghizilor în  
regiunea dumneavoastră.**

*Focus pe IMM-urile din Turismul Rural  
din Europa*

[www.escape2project.org](http://www.escape2project.org)



## Program de formare

**Cum se dezvoltă cu succes o strategie  
de înaltă calitate în turismul rural**



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

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

# Introducere

Principalul obiectiv al acestui modul este de a arăta antreprenorilor din turismul rural, inclusiv din domeniul turismului cultural, de patrimoniu sau bazat pe natură, cum să stimuleze cererea prin implementarea de inițiative în afacerile lor actuale și viitoare de IMM-uri. Acest modul prezintă practici, idei și soluții concrete pentru a atrage mai mulți vizitatori în zonele rurale și în afacerile rurale.

**How to use these Modules!** These Modules can be adapted, modified, shortened, extended or combined however you think they will work best for you and your students learning. Please respect copyrights, branding and acknowledgement that these resources and materials were developed by ESCAPE 2 with the funding and support of the Erasmus+ European Commission.

## Cuprins

- 01 De ce este importantă stimularea cererii?
- 02 Instrumente inovatoare/creative pentru atragerea turiștilor în zonele rurale
- 03 Activități/dinamici de stimulare a creativității în rândul antreprenorilor
- 04 Stimularea cererii prin lucrul în rețea și economia circulară



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

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

# Rezultatele învățării



- Aflați cum să deveniți un **antreprenor de succes** în turismul rural, învățând principalele modalități de a stimula cererea pentru afacerea dumneavoastră.
- Înțelegeți de ce este important **să stimulați cererea.**
- Implementați activități creative pentru **a crește gradul de conștientizare** asupra afacerii dumneavoastră.
- Învățați cum **să colaborați cu succes în cadrul unei rețele.**
- Puneți în aplicare toate bunele practici pe care le-ați învățat în timpul acestui modul prin **exerciții interactive și studii de caz!**

# 01

De ce este importantă  
stimularea cererii?





---

Zonele rurale atrag turiștii nu numai datorită patrimoniului lor natural și cultural, ci și datorită oportunităților de aventură/sport, gastronomiei, producției locale și multe altele.

Cu toate acestea, este extrem de important să se stimuleze cererea pentru a atrage mai mulți turiști. Antreprenorii din domeniul agroturismului și proprietarii de întreprinderi din zonele rurale ar trebui să înceapă prin pregătirea unei note conceptuale cu idei și un plan de acțiune pentru turismul rural în regiunea lor, care nu numai că va încuraja afluxul de turiști, dar va sprijini și comunitățile locale. Această sarcină poate aduce o contribuție de lungă durată la consolidarea economiei rurale și poate oferi noi oportunități oamenilor din zona rurală.

---

Turismul rural oferă oportunități comerciale și de angajare valoroase pentru comunitățile care se confruntă cu provocarea din ce în ce mai mare de a oferi mijloace de trai viabile pentru populația locală.

Turismul rural are un potențial ridicat de stimulare a creșterii economice locale și a schimbărilor sociale, datorită complementarității sale cu alte activități economice, a contribuției sale la PIB și la crearea de locuri de muncă, precum și a capacității sale de a promova extinderea cererii în timp (combaterea caracterului sezonier) și pe un teritoriu mai larg.

# 02

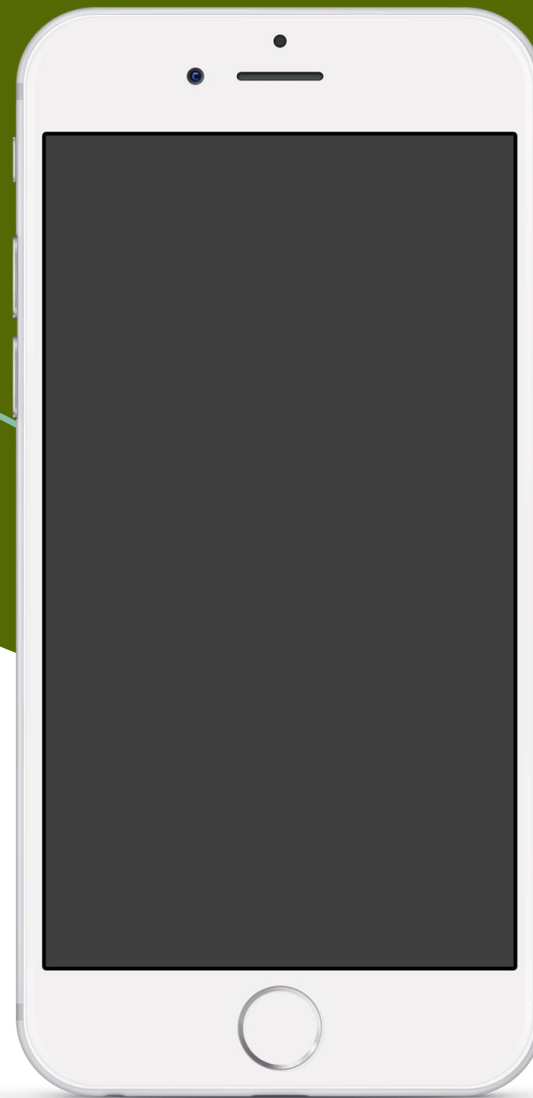
**Instrumente inovatoare/creative  
pentru atragerea turiștilor în  
zonele rurale**

# Instrumente digitale

În urma analizei de piață pe care am realizat-o în 9 țări din UE în cadrul proiectului ESCAPE2, există în prezent un mare decalaj rural-urban în ceea ce privește utilizarea instrumentelor digitale de către microîntreprinderile și întreprinderile mici de cazare din zonele rurale.

Conform datelor colectate, utilizarea instrumentelor digitale de către întreprinderile din mediul rural este redusă din cauza lipsei accesului la internet mobil, a unei cunoașteri insuficiente a instrumentelor digitale disponibile și a unei alfabetizări digitale insuficiente pentru a le utiliza.

Cu toate acestea, instrumentele digitale sunt un instrument puternic de stimulare a cererii în turismul rural. Dezvoltarea IMM-urilor în zonele rurale ar putea fi o oportunitate de a crea noi locuri de muncă, de a stabili populațiile din mediul rural și de a implementa inovații în diferite industrii.





# Instrumente digitale în domeniul cazării

Instrumente de bază/esențiale	Instrumente avansate/specializate
Site web	Managementul relațiilor cu clienții (CRM)
Pagini de social media	Software de analiză a datelor
Software pentru rezervări	Aplicație mobilă
Achiziții online/e-commerce	Standuri interactive de informare despre zonă (monumente culturale, activități sportive și de aventură, evenimente în zonă pentru perioada următoare).



# Instrumente digitale în ospitalitate

Basic/essential tools	Expert tools
Site web	Managementul relațiilor cu clienții (CRM)
Pagini de social media	Software de analiză a datelor
Sistem de rezervare online	









# Instrumente financiare

---

- UE s-a angajat să sprijine dezvoltarea micilor întreprinderi de turism rural prin intermediul mai multor fonduri, cum ar fi Fondul european de dezvoltare regională (FEDR), Fondul de coeziune (FC), Fondul social european (FSE) și Fondul european agricol pentru dezvoltare rurală (FEADR). Cu toate acestea, există în continuare o discrepanță între numărul de IMM-uri și sprijinul pentru dezvoltarea acestora în zonele urbane, comparativ cu zonele rurale.
- Investițiile în zonele rurale ar trebui să fie nu numai publice, ci și private.



# Instrumente de marketing

Stimularea cererii în turismul rural necesită utilizarea unui număr mare de instrumente. De altfel, marketingul este unul dintre cele mai puternice.

Iată o listă a principalelor instrumente de marketing pentru stimularea cererii în agroturism:

- ☐ Site web & Social media
- ☐ Publicitate în presa locală/radio/TV
- ☐ Buletine informative
- ☐ E-commerce și aplicații mobile
- ☐ Parteneriate cu alți producători locali/întreprinderi rurale
- ☐ Crearea unui calendar de evenimente pentru a disemina în avans activitățile afacerii dvs.
- ☐ Parteneriate cu școli/universități locale/grupuri de acțiune locală etc.
- ☐ Participarea la diferite rețele de promovare în vederea creșterii afacerii (Tripadvisor, Trivago, Booking etc.)



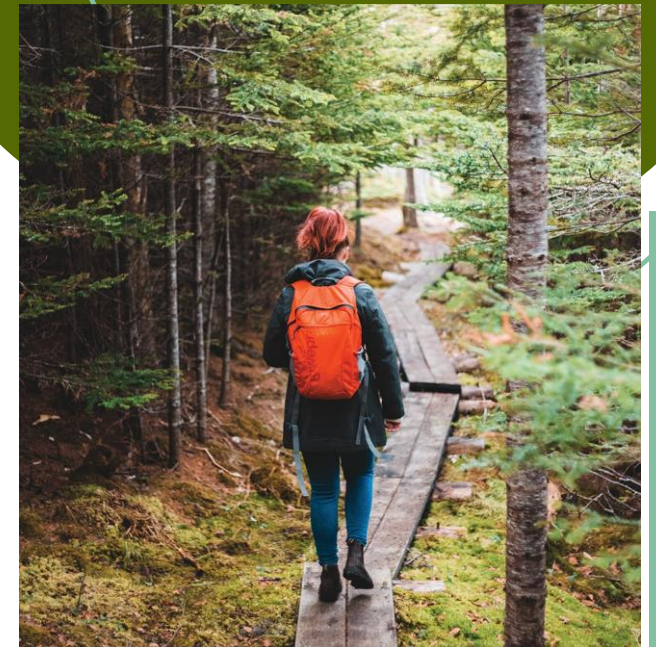


# Sustenabilitate

---

Turismul este o activitate care contribuie direct și indirect la dezvoltarea zonelor rurale. Însă această dezvoltare trebuie să fie durabilă. Pentru a face acest lucru, este nevoie de politici adecvate care să influențeze în mod pozitiv aceste zone din punct de vedere :

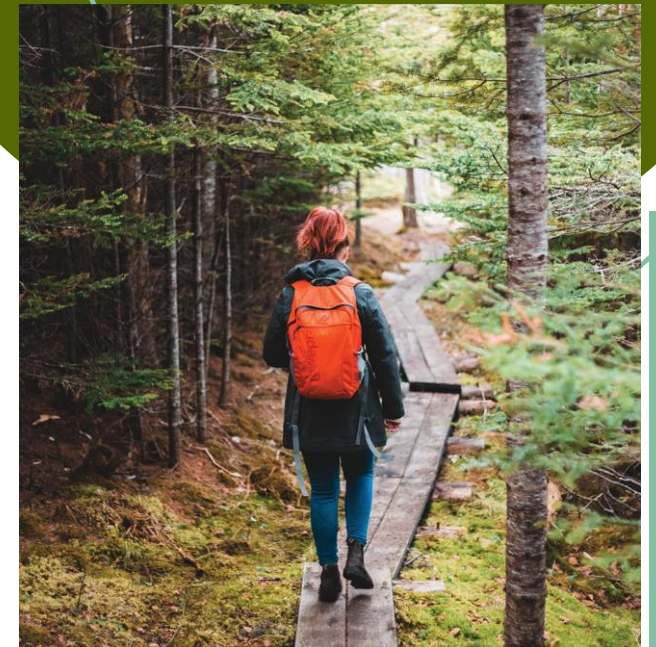
- Economic,
- Social,
- Cultural.



# Aspecte de luat în considerare

---

- Sectorul economic : *Afacerea dumneavoastră atrage investitori în regiune?*
- Sectorul social: *Afacerea dumneavoastră creează locuri de muncă pentru populația locală?*
- Sectorul cultural: *Cum sprijină afacerea dumneavoastră patrimoniul cultural local?*



## Instrumente de pregătire a personalului

Antreprenorii din zonele rurale se confruntă adesea cu dificultăți în găsirea forței de muncă, deoarece majoritatea tinerilor părăsesc mediul rural pentru a găsi locuri de muncă mai stabile în marile orașe.



Proprietarii de afaceri din zonele rurale ar trebui să încerce să ofere posturi cu normă întreagă, în loc de locuri de muncă sezoniere. Asigurarea formării inițiale, a cursurilor de limbi străine și a oportunităților de creștere profesională reprezintă un factor cheie pentru fidelizarea angajaților.

Un instrument eficient pentru a stimula cererea și pentru a-i face pe turiști să se simtă mai confortabil în zona dumneavoastră este să oferiți servicii excelente. Acest lucru include un personal bine pregătit, care vorbește cel puțin o limbă străină, cu o bună informare cu privire la potențialul zonei.

# Infrastructură și accesibilitate

Stimularea cererii ar fi mai ușoară dacă ar fi urmate câteva reguli. De exemplu:

- ✓ Disponibilitatea locurilor de parcare
- ✓ Semnalizare rutieră și suficiente opțiuni de transport local
- ✓ Asigurarea accesului pentru persoanele cu dizabilități
- ✓ Furnizarea de servicii pentru persoanele cu dizabilități (ghiduri audio, rampe de acces etc.)
- ✓ Program de funcționare a obiectivelor culturale/ferme/agroturistice prelungit pe timpul verii, pentru a menține locul deschis și în weekenduri
- ✓ Disponibilitatea de Wi-Fi gratuit
- ✓ Prezența pe Google Maps





# Să recapitulăm!

## Principalele instrumente de stimulare a cererii în turismul rural :

- Îmbunătățirea abilităților de management și implementarea de software/sisteme pentru o mai bună organizare a cazării turiștilor;
- Asigurarea accesibilității pentru persoanele cu nevoi speciale și cu dizabilități;
- investiții în relațiile cu clienții și în marketingul afacerii;
- Crearea de "pachete" cu diferite activități sportive, ateliere de mâncare tradițională sau vizite culturale;
- Servirea de alimente locale de la fermierii locali și crearea unei rețele de promovare între turiști și producătorii locali;





# Să recapitulăm!

Principalele instrumente de stimulare a cererii în turismul rural :

- Oferirea unei experiențe autentice oaspeților, prin organizarea de programe folclorice sau alte activități de divertisment;
- Asigurarea unor zone de parcare în apropierea sitului;
- În multe zone rurale există o problemă cu acoperirea de rețea de către operatorii de telefonie mobilă și, respectiv, de către furnizorii de internet. În prezent, pentru a atrage turiști, trebuie să asigurăm condiții pentru utilizarea dispozitivelor mobile, a tehnologiilor de comunicare, etc. Fără acestea, niciun turist nu ar veni mai mult de câteva ore;
- Proiecte europene sau naționale conexe pentru potențiale subvenții în vederea îmbunătățirii siturilor și a regiunii.



# 03

**Activități/dinamici de stimulare a  
creativității în rândul  
antreprenorilor**



# Ce este creativitatea?

- ✓ Gândirea “out of the box”
- ✓ Identificarea de soluții alternative la probleme
- ✓ Creativitatea este "abilitatea de a vedea noi relații, de a produce idei și de a se abate de la tiparele tradiționale de gândire", (Raymond Corsini, Encyclopedia of Psychology).

- ✓ Un proces de dezvoltare și exprimare a unor idei noi care ar putea fi utile
- ✓ Creativitatea este capacitatea noastră de a crea
  - ✓ Creativitatea înseamnă să inventezi, să experimentezi, să te dezvolti, să-ți asumi riscuri

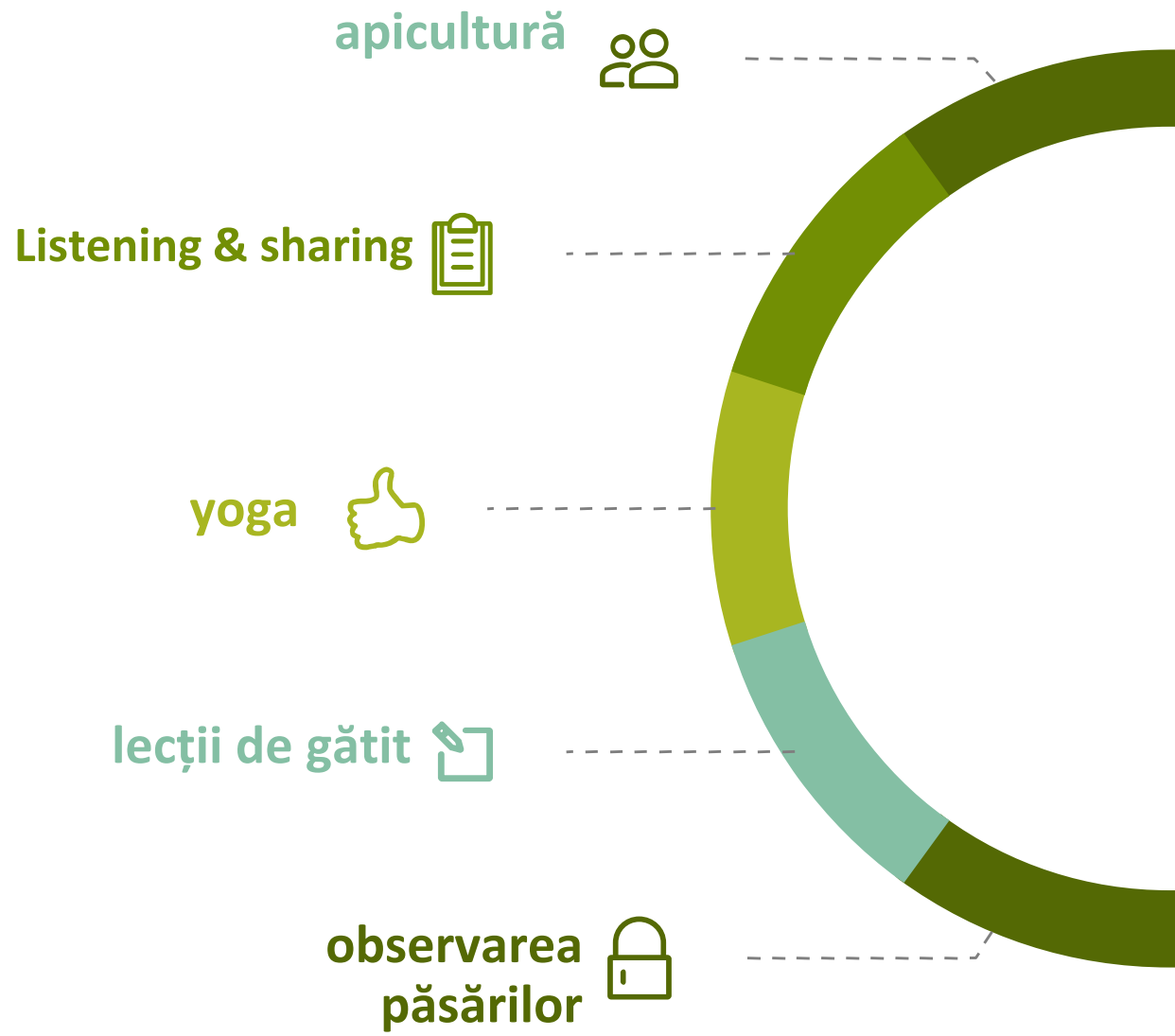
# Dinamică creativă pentru antreprenorii din zonele rurale

## Activitatea 1 “Listening & sharing”

Tipul de creativitate : Creativitate naratologică

În această activitate, câte 2 persoane formează un grup. Unul este ascultător, iar celălalt este vorbitor. Timp de 5 minute, vorbitorul povestește o întâmplare (poate să nu fie o poveste reală, ci inventată) cu multe detalii, cum ar fi date precise, ore, multe nume și cifre. Ascultătorul doar urmărește fără să ia notițe. După cele 5 minute, ascultătorul trebuie să repete povestea pe care i-a spus-o vorbitorul, încercând să omită cât mai puține informații.

Apoi se face schimb de roluri, ascultătorul devine vorbitor. Această activitate ne antrenează creierul să rețină detalii și ne arată cum aceeași poveste poate fi transformată de perspectiva unei alte persoane.

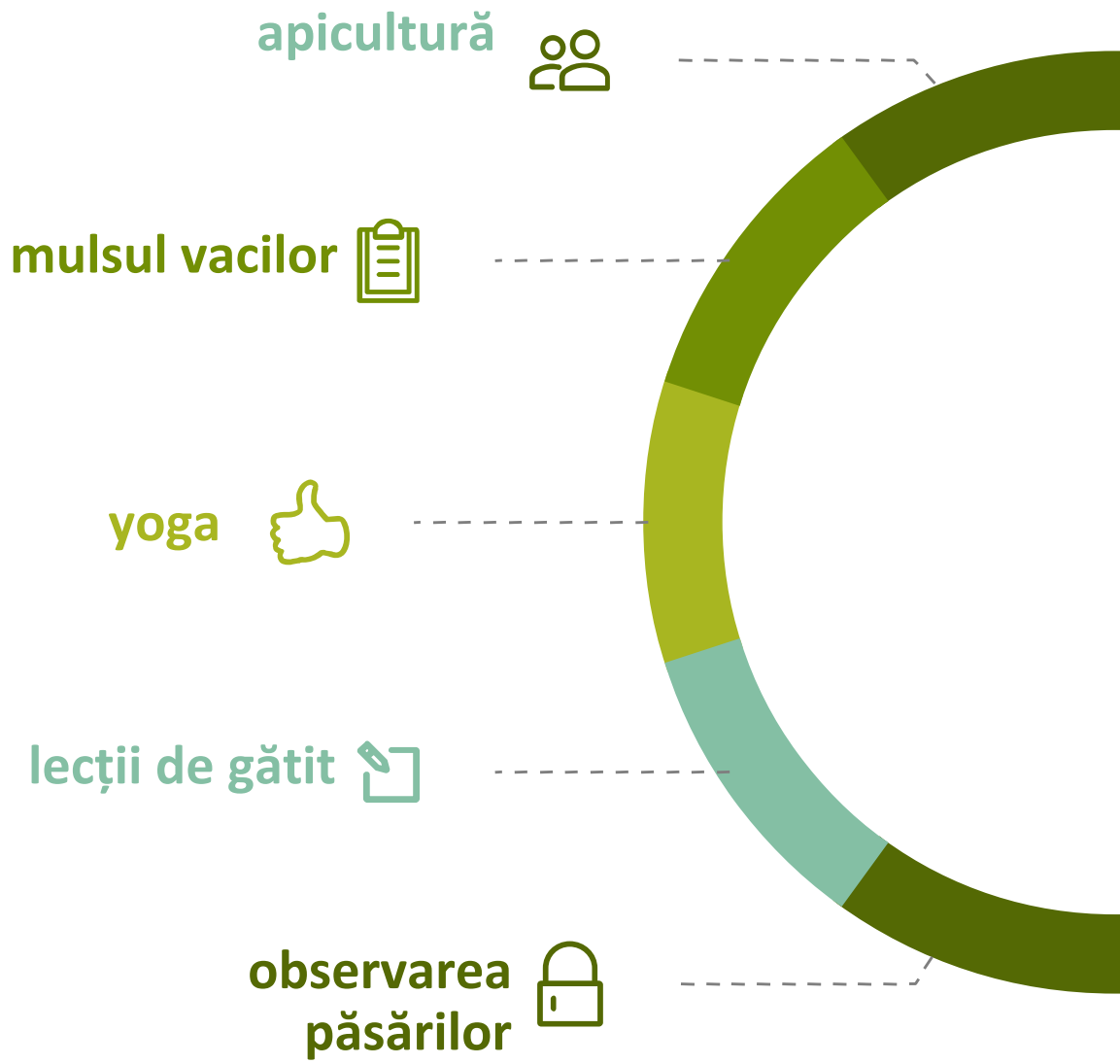


# Dinamică creativă pentru antreprenorii din zonele rurale

## Activitatea 2 " Be my guest"

Tipul de creativitate : Creativitatea analogică

Un outsider (o persoană care NU este implicată în agricultură, care lucrează în cu totul alt domeniu) vine în fermă și încearcă să promoveze idei noi, creative în sistemul agricol existent. Cu cât este mai mare diversitatea persoanelor din afară implicate, cu atât mai bine. Vârsta, aptitudinile, competențele sau educația diferite oferă o varietate de viziuni și idei. Punctul de vedere al unei persoane din exterior este mai precis, deoarece opinia sa este obiectivă. Recomandările pe care acesta le-ar putea oferi ar fi utile pentru rezolvarea problemelor curente. De asemenea, ar putea oferi punctul său de vedere în calitate de consumator, de exemplu, ce îi place cel mai mult la un produs, de ce cumpără acest produs, în ce alt loc ar dori să îl găsească etc.





# 04

## Stimularea cererii prin lucrul în rețea și economia circulară

# Economia circulară

- Definiție:** Economia circulară este un model de producție și de consum care presupune partajarea, achiziționarea, închirierea, reutilizarea, repararea, recondiționarea și reciclarea materialelor și produselor existente cât mai mult timp posibil. În acest fel, ciclul de viață al produselor este extins. În practică, aceasta implică reducerea la minimum a deșeurilor. EC deține un potențial important pentru întreprinderile din turism în ceea ce privește atingerea unei sustenabilități și profitabilități mai mari, mai ales în ceea ce privește furnizarea de servicii de cazare, alimentație și servicii de spa și fluxurile aferente de energie, produse alimentare, apă etc.

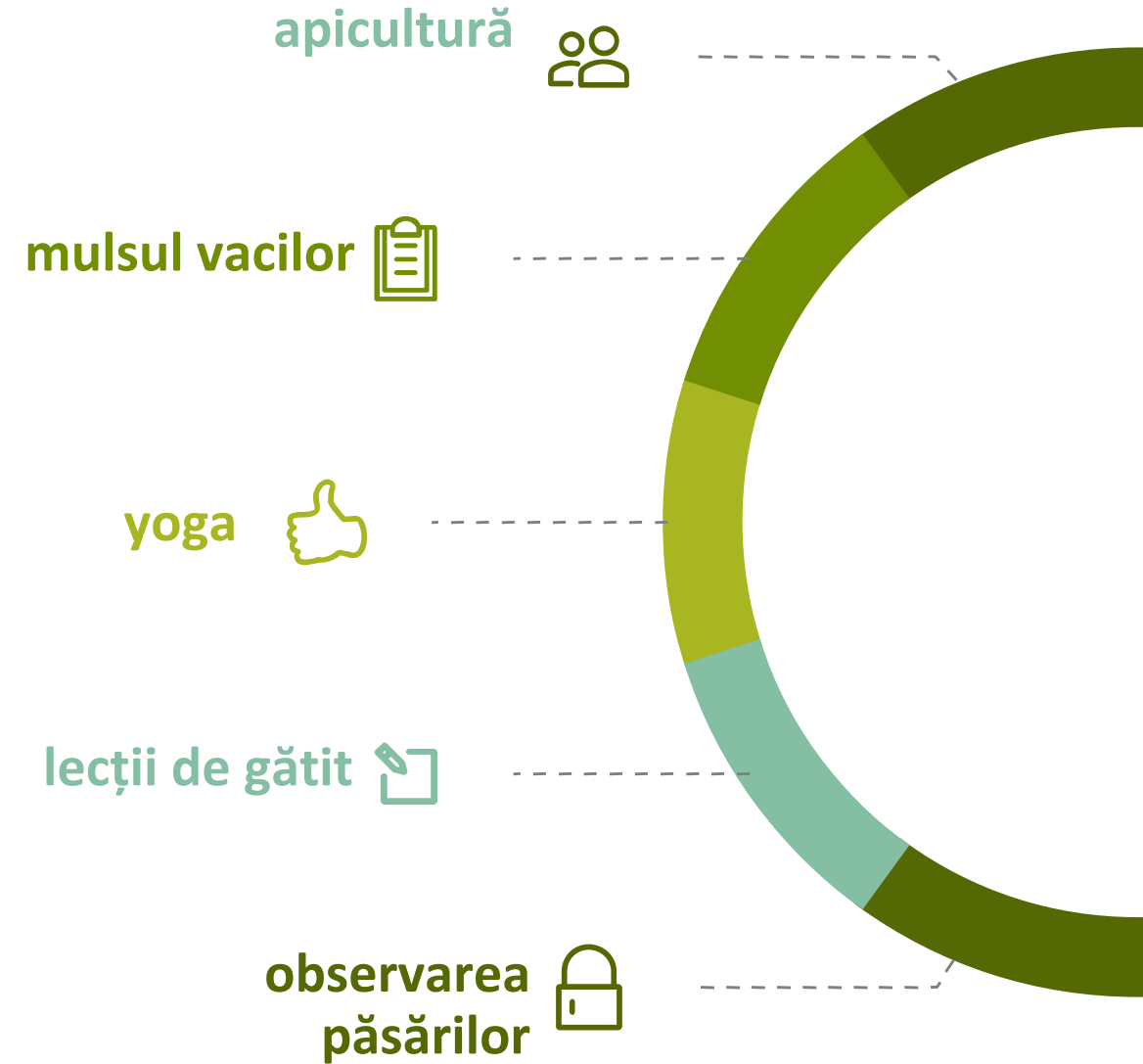


# Dinamică creativă pentru antreprenorii din zonele rurale

## Activitatea 3 “ReUse me”

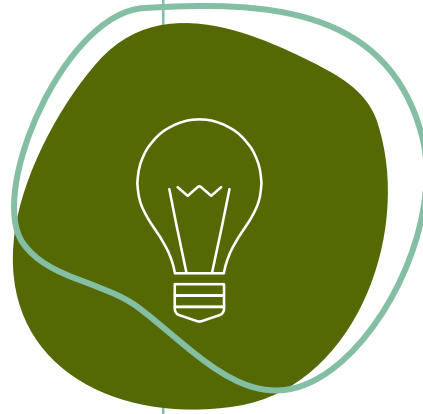
Tipul de creativitate : Creativitate bisociativă

Orice producție implică o mulțime de resturi și deșeuri. Această activitate mobilizează toți angajații. Întregul personal trebuie să facă o listă cu deșeurile companiei : poate fi vorba de hârtii, coji de struguri, carne, semințe, flori, etc. După ce au enumerat toate deșeurile pe care le are compania, angajații se pot împărți în grupuri mici. Scopul exercițiului este acela de a găsi o cale pentru o economie circulară și de a oferi soluții ecologice la probleme. Făcând această activitate se va extinde gradul de creativitate în cadrul echipei, dar va face și compania mai ecologică și mai durabilă.



## Activitate:

Sunteți proprietarul unei podgorii într-un mic sat din zona rurală. Care va fi strategia dumneavoastră pentru a stimula cererea?



Faceți un brainstorming și enumerați cel puțin 5 bune practici/instrumente pe care le-ați implementa în podgoria dumneavoastră pentru a atrage mai mulți turiști.



# Bibliografie

01

<https://www.escape2project.org/sources>

02

<https://tourismteacher.com/rural-tourism/#9-why-is-rural-tourism-important>

03

[https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/cirtoinno-handbook\\_eng-rev.-4.pdf](https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/cirtoinno-handbook_eng-rev.-4.pdf)

04

<https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programme/central-insights/how-can-digital-tools-support-rural-tourism-enterprises-in-thailand/>



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

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418





# Escape2

## Project Partners



<https://www.facebook.com/escape2project>

[www.escape2project.org](http://www.escape2project.org)

**Ați finalizat modulul 4.  
Felicitări!**

Următorul este modulul 5 -  
Accesarea resurselor - finanțare  
publică, potențial de crowdfunding  
și atragerea de sponsori corporativi



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

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418