

Έργο **River Plus**:
“Strymonas Cooperation Corridors”

Παραδοτέο 3.6.3

Διασυνοριακά Θεματικά Εργαστήρια

Οκτώβριος, 2023



“The contents of this publication are sole responsibility of Serres Development Agency SA and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, the Managing Authority, and the Joint Secretariat.”



SUMMARY

Deliverable 3.6.3 is implemented within the framework of the "River Plus" project of the Interreg V-A cross-border program "Greece-Bulgaria 2014-2020", by Serres Development Agency SA, one of the programme partners. More specifically, deliverable 3.6.3 concerned the implementation of 2 cross-border thematic workshops on innovative tourism knowledge and were addressed to local actors, such as municipal and public service officials and cross-border industry professionals. For this reason, one was carried out on the Greek side and one on the Bulgarian side. Deliverable 3.6.3 was realized on October 17 in Simitli and 19 in Serres.

ΕΚΘΕΣΗ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΑΡΑΔΟΤΕΟΥ 3.6.3

Εισαγωγή

Η Εταιρεία Ειδήμων-Σύμβουλοι Ανάπτυξης, στο πλαίσιο του έργου River Plus, έχει αναλάβει την υλοποίηση του Παραδοτέου 3.6.3 της Αναπτυξιακής Εταιρείας Σερρών ΑΕ - Αναπτυξιακός Οργανισμός Τοπικής Αυτοδιοίκησης Νομού Σερρών, στο πλαίσιο της από 7/7/2021 σύμβασης.

Παρακάτω, ακολουθεί η έκθεση υλοποίησης του παραδοτέου 3.6.3.

A. Περιγραφή παραδοτέου 3.6.3

Στο πλαίσιο του παραδοτέου 3.6.3 προβλέπονταν η διοργάνωση 2 διασυνοριακών θεματικών εργαστηρίων με αντικείμενο την καινοτόμα τουριστική γνώση. Τα εργαστήρια απευθύνονταν στους τοπικούς δρώντες, όπως στελέχη δήμων και δημόσιων υπηρεσιών και επαγγελματίες του κλάδου και θα υλοποιούνταν ένα στην ελληνική πλευρά και ένα στη βουλγαρική.

B. Προσδιορισμός θεματικού αντικειμένου

Βασικό στόχος των θεματικών εργαστηρίων ήταν η βελτίωση των υφιστάμενων δεξιοτήτων των ωφελούμενων αναφορικά με το σχεδιασμό, τη διαχείριση, την ανάπτυξη και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος.

Οι επιμέρους στόχοι του παραδοτέου ήταν:

- Η ενημέρωση, συμμετοχή και ενεργοποίηση των ενδιαφερόμενων μερών και των υπηρεσιακών στελεχών που εμπλέκονται δυνητικά στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος στην περιοχή αναφοράς.
- Η κατανόηση της συμβολής του έργου RIVER PLUS στον επανασχεδιασμό της εικόνας και της ταυτότητας της διασυνοριακής περιοχής.
- Η εξοικείωση με τις βασικές πτυχές του Στρατηγικού Σχεδίου Προώθησης.
- Η κατανόηση της ανάγκης σύνθεσης των επιμέρους συστατικών μερών του τουριστικού προϊόντος.
- Η κατανόηση του οράματος για την τουριστική ανάπτυξη όπως αποτυπώνεται στα υφιστάμενα προγραμματικά κείμενα.
- Η σύνδεση του τουριστικού κλάδου στο χώρο του εναλλακτικού τουρισμού με τις στρατηγικές του marketing .
- Η καλύτερη εξοικείωση με συμμετοχικές μεθόδους διαβούλευσης στη λήψη των αποφάσεων
- Η ενσωμάτωση χρήσιμων διδαγμάτων που προκύπτουν από καλές πρακτικές στην Ελλάδα και στον εξωτερικό.
- Η ενημέρωση για τις σύγχρονες μεθόδους marketing & branding τόπου όσο των μεθόδων διακυβέρνησής τους υπό το πρίσμα της συμμετοχικότητας.
- Η κατανόηση της σημασίας της συλλογικής σχεδίασης ενός ενιαίου τουριστικού προϊόντος.

Στο πλαίσιο αυτό, το πρόγραμμα των δύο εργαστηρίων (βλέπε **παράρτημα 1**) αποτελούνταν από τις εξής θεματικές ενότητες:

- Την σκοπιμότητα της συνάντησης

- Τα βασικά ευρήματα του έργου River Plus για την περιοχή
- Το Στρατηγικό σχέδιο προώθησης του οικο-πολιτιστικού προϊόντος της διασυνοριακής περιοχής
- Τη σημασία της ανάπτυξης στρατηγικών place marketing, branding και rebranding
- Παραδείγματα στρατηγικών marketing, branding και rebranding

Σημειώνεται ότι το Παραδοτέο 3.6.3 και το παραδοτέο 4.6.1, λόγω της παρόμοιας θεματολογίας τους και του ίδιου κοινού στόχευσης σχεδιάστηκαν να υλοποιηθούν χρονικά διαδοχικά.

Γ. Προσδιορισμός εισηγητών

Η Ανάδοχος εταιρεία σε συνεργασία με την Αναθέτουσα Αρχή, προχώρησε στον προσδιορισμό της θεματολογίας των εργαστηρίων και των εισηγητών που θα υποστήριζαν τα εργαστήρια, βάσει της εμπειρίας και των γνώσεων τους στο συγκεκριμένο αντικείμενο. Οι εισηγητές που επιλέχθηκαν ήταν οι:

Καταϊφτσή Κατερίνα: Χωροτάκτρια, MSc Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού, Σύμβουλος Ανάπτυξης

Ψαθά Εύα: Πολιτικός Μηχανικός ΕΜΠ-Δρ. Αστικής Ανάπτυξης, Μέλος ΕΔΙΠ Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Δ. Δημοσιότητα

Όσον αφορά τις δράσεις δημοσιότητας των εργαστηρίων, αρχικά συντάχθηκε η πρόσκληση (βλέπε **παράρτημα 2**), στην οποία παρέχονταν όλη η απαραίτητη πληροφορία για τα δύο θεματικά εργαστήρια. Προκειμένου για την καλύτερη προώθηση της δράσης, συντάχθηκε επιπλέον μία επιστολή (βλέπε **παράρτημα 3**) που απευθύνονταν προς κάθε Δήμο του έργου (Σιντικής, Ηράκλειας, Εμμανουήλ Παππά, Σιμιτλί και Στρουμιάνι), με την οποία ζητούνταν η υποστήριξη τους στην προώθηση των εργαστηρίων. Κάθε επιστολή, συνοδευόμενη με την πρόσκληση και το πρόγραμμα εστάλησαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στους ανωτέρω αποδέκτες.

Ε. Υλικό σεμιναρίων και φάκελος

Κατά το στάδιο αυτό διενεργήθηκε η συγκέντρωση, αξιολόγηση και οριστικοποίηση του υλικού των εισηγητών (βλέπε **παράρτημα 4**), το οποίο διανεμήθηκε στους συμμετέχοντες κατά την προσέλευση τους στον χώρο διεξαγωγής. Συγκεκριμένα, μοιράστηκε φάκελος (βλέπε **παράρτημα 5**) σε όλους τους ωφελούμενους, ο οποίος περιλάμβανε το πρόγραμμα, μπλοκ, στυλό και ένα CD με το υλικό κάθε ενότητας.

ΣΤ. Χώρος διεξαγωγής

Τα δύο εργαστήρια υλοποιήθηκαν στους παρακάτω χώρους:

- Βουλγαρία: Community Center "St. Kliment Ohridski - 1922" - Σιμιτλί
- Ελλάδα: Αίθουσα Κοινωφελούς Επιχείρησης Δήμου Σερρών - Σέρρες

Κάθε χώρος είχε χωρητικότητα 20 ατόμων και ήταν σε θεατρική διάταξη. Περιλάμβανε οπτικοακουστικό εξοπλισμό (ηχεία, μικρόφωνο, προτζέκτορα και laptop) και υπηρεσία catering

(καφέ, χυμούς, νερό, γλυκά και αλμυρά σνακ). Έξω από κάθε χώρο διεξαγωγής υπήρχε γραμματεία η οποία δρούσε υποστηρικτικά στην οργάνωση της δράσης.

Ζ. Υλοποίηση δράσης

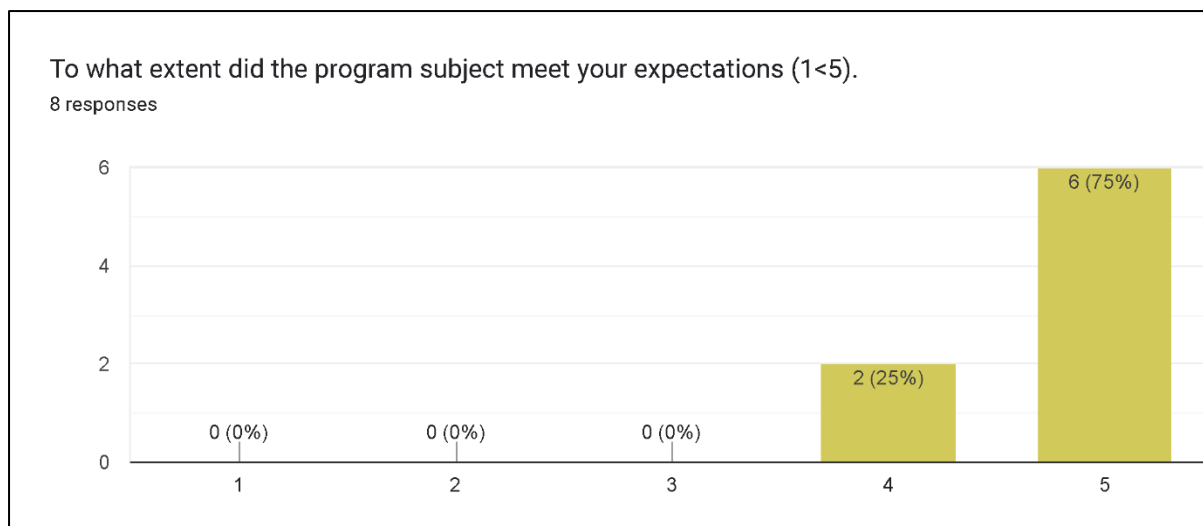
Το παραδοτέο 3.6.3, υλοποιήθηκε στις 17 και 19 Οκτωβρίου 2023. Κατά την διαδικασία υλοποίησης του προγράμματος έγινε καταγραφή των συμμετεχόντων σε παρουσιολόγια (βλέπε **παράρτημα 6**) και μέσω ενδεικτικών φωτογραφιών (βλέπε **παράρτημα 7**).

Με την ολοκλήρωση του προγράμματος, εστάλη στους ωφελούμενους, ένα ερωτηματολόγιο αξιολόγησης (βλέπε **παράρτημα 8**). Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε σε μορφή Google Forms και διανεμήθηκε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στους συμμετέχοντες. Τα αποτελέσματα παρατίθενται στις ενότητες Η και Θ.

Η. Έκθεση αναφοράς 1^{ου} Εργαστηρίου

Το 1^ο Θεματικό Εργαστήριο υλοποιήθηκε στις 17 Οκτωβρίου 2023 και ώρα 12:00 στο Κέντρο Κοινότητας "St. Kliment Ohridski - 1922" στο Σιμιτλί της Βουλγαρίας. Βασικό θεματικό αντικείμενο του πρώτου εργαστηρίου ήταν η έρευνα που υλοποιήθηκε στο πλαίσιο του έργου River Plus από την Αναπτυξιακή Εταιρεία Σερρών, η οποία αφορούσε την καταγραφή των οικο-πολιτιστικών πόρων της διασυνοριακής περιοχής και την ανάπτυξη μίας στρατηγικής για τη διαμόρφωση μίας κοινής ταυτότητας για τις δύο περιοχές. Τις δύο αυτές θεματικές παρουσίασε η Καταϊφτσή Κατερίνα, Χωροτάκτρια με ειδίκευση στον Σχεδιασμό και την Ανάπτυξη του Τουρισμού και του Πολιτισμού, έπειτα από μία σύντομη αναφορά στο έργο River Plus και την σκοπιμότητα των εργαστηρίων. Το πρώτο εργαστήριο ολοκληρώθηκε με επιτυχία, με 18 συμμετέχοντες συνολικά, ενώ τα αποτελέσματα της αξιολόγησής από τα ερωτηματολόγια που διανεμήθηκαν, παραθέτονται παρακάτω.

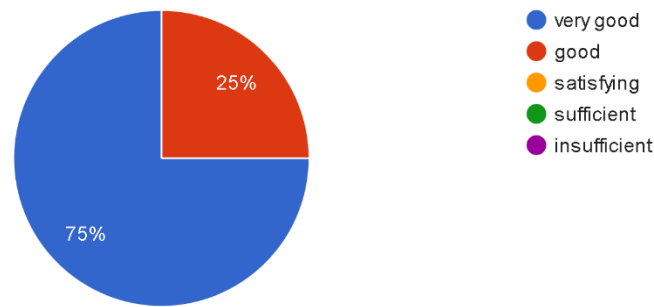
Αξιολόγηση 1^{ου} Εργαστηρίου



Η πρώτη ερώτηση που κλήθηκαν να απαντήσουν οι συμμετέχοντες ήταν ο βαθμός που το πρόγραμμα ανταποκρίθηκε στις ανάγκες και τις προσδοκίες τους, σε κλίμακα από το 1-5. Το μεγαλύτερο ποσοστό εξ αυτών (75%) απάντησαν ότι ανταποκρίθηκε σε πολύ μεγάλο βαθμό, ενώ το υπόλοιπο 25% σε μεγάλο βαθμό.

Program content

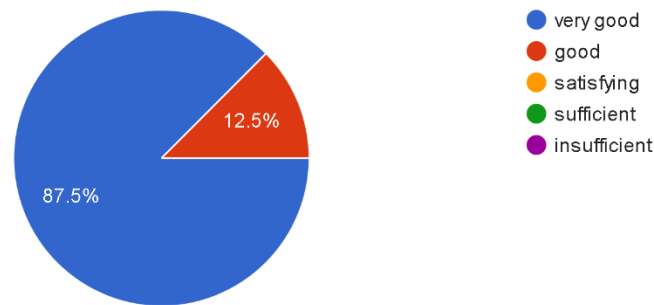
8 responses



Σχετικά με το περιεχόμενο του προγράμματος το 75% έκριναν ότι ήταν πολύ καλό και το υπόλοιπο 25% καλό.

Organization of the program in relation to the quality of the services provided (venue, catering, etc.)

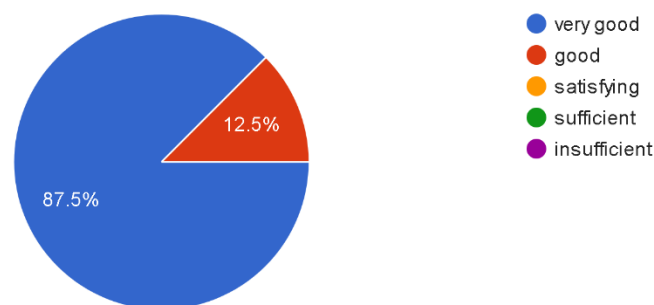
8 responses



Σε επόμενη ερώτηση αναφορικά με την οργάνωση του προγράμματος σε σχέση με την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, το 87,5% έκριναν ότι ήταν πολύ καλή και το υπόλοιπο 12,5% καλή.

Degree of usefulness of the training

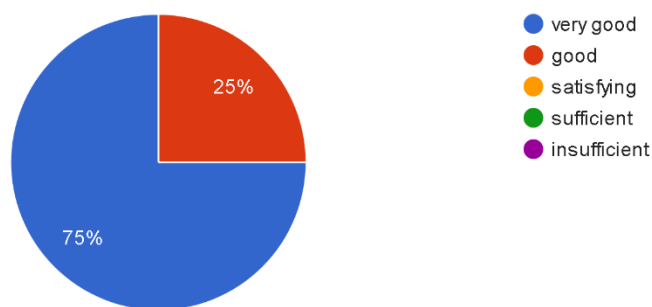
8 responses



Αναφορικά με την καταλληλότητα και το βαθμό χρησιμότητας του προγράμματος, το μεγαλύτερο ποσοστό εκτίμησε ότι ήταν πολύ καλό (87,5%) και καλό (12,5%).

Method of program implementation (exercises, tools, presentations)

8 responses



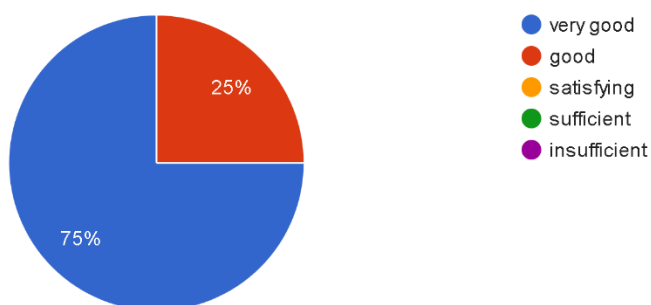
Τέλος σε σχέση με τον τρόπο υλοποίησης του προγράμματος, το 75% έκριναν ότι ήταν πολύ καλός, και το υπόλοιπο 25% καλός.



Αξιολόγηση του εισηγητή

Object knowledge

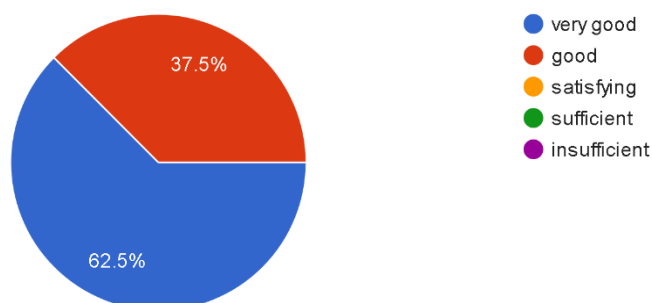
8 responses



Στην δεύτερη ενότητα των ερωτήσεων που αφορούσαν την αξιολόγηση του εισηγητή, όσον αφορά την γνώση του αντικειμένου, το 75% έκρινε ότι ήταν πολύ καλή και το 25% καλή.

Maintaining interest

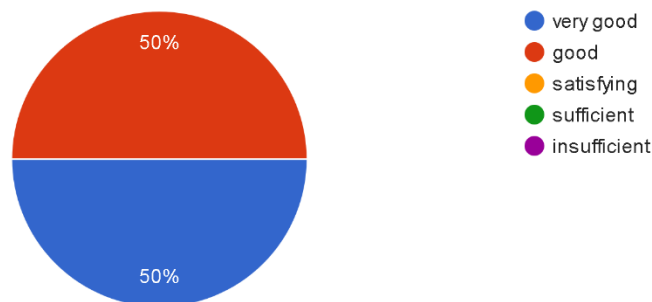
8 responses



Σχετικά με την διατήρηση του ενδιαφέροντος κατά τη διάρκεια του προγράμματος, το 62,5% έκρινε ότι ήταν πολύ καλή και το 37,5% καλή.

Degree of new knowledge included in the training

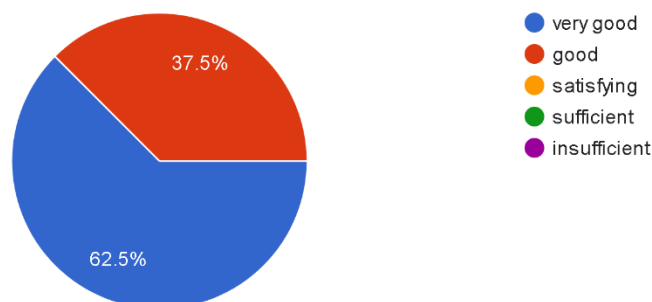
8 responses



Σε ερώτηση σχετικά με τον βαθμό των γνώσεων που περιλάμβανε το πρόγραμμα, οι μισοί απάντησαν ότι ήταν πολλές οι νέες γνώσεις που πήραν και οι υπόλοιποι μισοί καλές.

Effectiveness of training methods and techniques

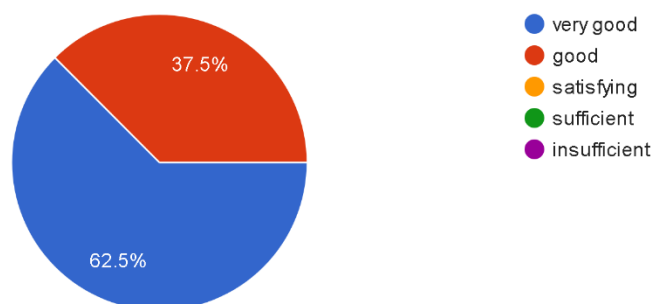
8 responses



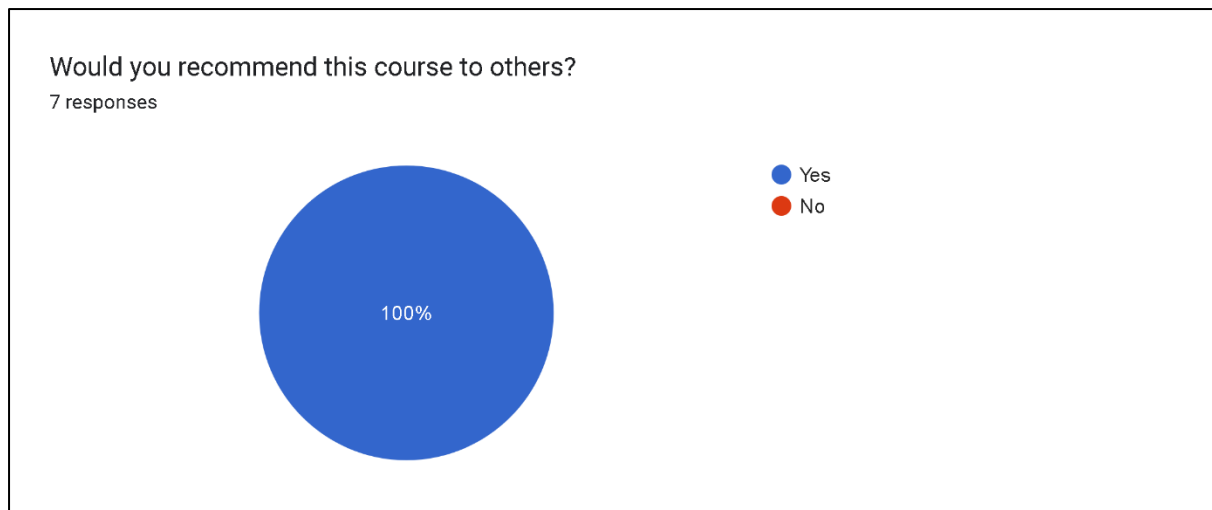
Σχετικά με την αποτελεσματικότητα των εκπαιδευτικών μεθόδων και τεχνικών, το 62,5% απάντησε ότι ήταν πολύ καλή και το 37,5% καλή.

Quality of teaching materials

8 responses



Σε ερώτηση σχετικά με την ποιότητα του διδακτικού εκπαιδευτικού υλικού, το 62,5% απάντησε ότι ήταν πολύ καλή και το υπόλοιπο 37,5% καλή.



Στην τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν την συνολική τους εμπειρία. Έτσι, στην ερώτηση αν θα πρότειναν το συγκεκριμένο πρόγραμμα σε άλλους, όλοι ανεξαιρέτως απάντησαν θετικά.

Από την ανωτέρω αξιολόγηση του προγράμματος του 1^{ου} Εργαστηρίου, αναφορικά με την οργάνωσή του, τις γνώσεις που παρείχε και το επίπεδο εξειδίκευσης του εισηγητή, συμπεραίνεται ότι εκπλήρωσε τους στόχους του και ικανοποίησε σε πολύ μεγάλο βαθμό τους συμμετέχοντες που έλαβαν μέρος.

Θ. Έκθεση αναφοράς 2^{ου} Εργαστηρίου

Το 2^ο Θεματικό Εργαστήριο υλοποιήθηκε στις 19 Οκτωβρίου 2023 και ώρα 12:00 στην αίθουσα της Κοινοφελούς Επιχείρησης Δήμου Σερρών στις Σέρρες. Βασικό θεματικό αντικείμενο του δεύτερου εργαστηρίου ήταν ο ρόλος και η σημασία των στρατηγικών marketing, branding και rebranding τόπου στις τοπικές πολιτικές των προορισμών και η παρουσίαση παραδειγμάτων αποτελεσματικής εφαρμογής τους. Τις δύο αυτές θεματικές θα παρουσίαζε η Ψαθά Εύα, Πολιτικός Μηχανικός ΕΜΠ-Δρ. Αστικής Ανάπτυξης και Μέλος ΕΔΙΠ του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, ωστόσο δεν υπήρξε συμμετοχή σε αυτό και ως εκ τούτου δεν μπόρεσε να αξιολογηθεί.

Παράρτημα

1. Πρόγραμμα

Έργο **River Plus**:
“Strymonas Cooperation Corridors”

Δράση 3.6.3

Διασυνοριακά θεματικά εργαστήρια

ΤΡΙΤΗ 17 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2023		
1 ^ο ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ - ΣΙΜΙΤΛΙ		
12:00-12:15	ΕΙΣΑΓΩΓΗ	Χαιρετισμοί
12:15-12:30	ΕΙΣΗΓΗΣΗ 1	Παρουσίαση της σκοπιμότητας της συνάντησης
12:30-13:15	ΕΙΣΗΓΗΣΗ 2	Τα βασικά ευρήματα του έργου River Plus για την περιοχή ¹
13:15-13:30	Coffee Break	
13:30-14:15	ΕΙΣΗΓΗΣΗ 3	Στρατηγικό σχέδιο προώθησης του οικο-πολιτιστικού προϊόντος ¹
14:15-14:30	Σχόλια και Συζήτηση	
ΠΕΜΠΤΗ 19 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2023		
2 ^ο ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ - ΣΕΡΡΕΣ		
12:00-12:15	ΕΙΣΑΓΩΓΗ	Χαιρετισμοί
12:15-13:00	ΕΙΣΗΓΗΣΗ 1	Η σημασία της ανάπτυξης στρατηγικών place marketing, branding και rebranding ²
13:00-13:15	Coffee Break	
13:15-13:30	ΕΙΣΗΓΗΣΗ 2	Παραδείγματα στρατηγικών marketing, branding και rebranding ²
13:30-13:45	Σχόλια και Συζήτηση	

ΕΙΣΗΓΗΤΕΣ

Καταϊφτόση Κατερίνα¹:

Χωροτάκτρια, MSc Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού, Σύμβουλος Ανάπτυξης

Ψαθά Εύα²:

Πολιτικός Μηχανικός ΕΜΠ-Δρ. Αστικής Ανάπτυξης, Μέλος ΕΔΙΠ Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Το Έργο συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και Εθνικούς Πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”

Project **River Plus**:

“Strymonas Cooperation Corridors”

Deliverable 3.6.3

Cross Borders Thematic Workshops

TUESDAY 17 OCTOBER 2023		
1 ST THEMATIC WORKSHOP - ΣΙΜΙΤΑΙ		
12:00-12:15	INTRODUCTION	Welcome and opening remarks
12:15-12:30	SESSION 1	Project River Plus and the workshop’s aim
12:30-13:15	SESSION 2	The main findings of the River Plus project for the cross-border area ¹
13:15-13:30	Coffee Break	
13:30-14:15	SESSION 3	Strategic plan for the promotion of the eco-cultural product of the area ¹
14:15-14:30	Comments and Discussion	
THURSDAY 19 OCTOBER 2023		
2 ND THEMATIC WORKSHOP - SERRES		
12:00-12:15	INTRODUCTION	Welcome and opening remarks
12:15-13:00	SESSION 1	The importance of developing place marketing, branding and rebranding strategies ²
13:00-13:15	Coffee Break	
13:15-13:30	SESSION 2	Examples of marketing, branding and rebranding strategies ²
13:30-13:45	Comments and Discussion	

SPEAKERS

Kataiftsi Katerina¹:

Spatial Planner, MSc Tourism and Culture Planning and Development, Development Consultant

Psatha Eva²:

Civil Engineer, Dr. of Urban Development and Staff member of the Department of Planning, University of Thessaly

2. Πρόσκληση

Πρόσκληση

Η **Αναπτυξιακή Εταιρεία Σερρών Α.Ε.**, στο πλαίσιο του έργου " Strymonas Cooperation Corridors", με ακρωνύμιο **«River Plus»**, σας προσκαλεί σε δύο διασυνοριακά εργαστήρια με θέμα την τουριστική προβολή και προώθηση των τοπικών οικο-πολιτιστικών πόρων.

Τα εργαστήρια έχουν ως αντικείμενο την καινοτόμα τουριστική γνώση στο πεδίο της τοπικής τουριστικής πολιτικής, με στόχο την βελτίωση των υφιστάμενων δεξιοτήτων στο σχεδιασμό, τη διαχείριση, την ανάπτυξη και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος.

Στο πλαίσιο των ανωτέρω, θα παρουσιαστεί η μελέτη καταγραφής του οικο-πολιτιστικού αποθέματος της διασυνοριακής περιοχής και η στρατηγική για μία κοινή διασυνοριακή ταυτότητα, που υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο του έργου και θα γίνει αναφορά στη σημασία των στρατηγικών place marketing, branding και rebranding για τους προορισμούς.

Τα εργαστήρια θα υλοποιηθούν στην ελληνική και βουλγαρική περιοχή ως εξής:

Τρίτη 17 Οκτωβρίου στο Σιμιλί

(Community Center "St. Kliment Ohridski - 1922", Septemvri Square,) και

Πέμπτη 19 Οκτωβρίου στις Σέρρες

(Αίθουσα Κοινοφελούς Επιχείρησης Δήμου Σερρών, Εθ. Αντίστασης 34)

Επισυνάπτεται το **αναλυτικό πρόγραμμα** των δύο εργαστηρίων.

Τα εργαστήρια θα πραγματοποιηθούν στην αγγλική γλώσσα.

Με εκτίμηση,

Ο Πρόεδρος της AN.E.SEP. ΑΕ

Καριπίδης Δημήτρης

Invitation

The Serres Development Agency S.A., in the framework of the "Strymonas Cooperation Corridors" project, with the acronym "River Plus", invites you to two cross-border workshops on the topic of tourism promotion of local eco-cultural resources.

The aim of the workshops is the innovative tourism knowledge in the field of local tourism policy, improving existing skills in the planning, management, development and promotion of the tourism product.

In the context of the above, it will be presented the study of the eco-cultural resources of the cross-border region and the strategy for a common identity, which were implemented in the framework of the project. Also, reference will be made to the importance of place marketing, branding and rebranding strategies for the destinations.

The workshops will be implemented in the Greek and Bulgarian regions as follows:

Tuesday, October 17th in Simitli

(Community Center "St. Kliment Ohridski - 1922", Septemvri Square,) and

Thursday, October 19th in Serres

(Municipal Enterprise of Serres Hall – "KEDIS SERRWN", Eth. Antistasis 34)

The detailed **program** of the workshops is attached.

The workshops will be held in English.

Best regards,

The president of Serres Development Agency S.A.

Karipidis Dimitris

3. Επιστολή

ΠΡΟΣ: Δήμαρχο Σιντικής

ΘΕΜΑ: Πρόσκληση σε δύο επιμορφωτικές εκδηλώσεις

Αξιότιμε Δήμαρχε,

Η Ειδήμων-Σύμβουλοι Ανάπτυξης, ως ανάδοχος της Αναπτυξιακής Εταιρείας Σερρών Α.Ε. σας προσκαλεί σε δύο επιμορφωτικές εκδηλώσεις στο πλαίσιο του έργου “River Plus” του διασυνοριακού προγράμματος Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”.

Οι δύο εκδηλώσεις περιλαμβάνουν διασυνοριακά θεματικά εργαστήρια και συναντήσεις ανάπτυξης τεχνογνωσίας με σκοπό την εκπαίδευση και ενημέρωση **στελεχών δήμων, δημόσιων υπηρεσιών και επαγγελματιών του τουριστικού κλάδου** της επιλέξιμης περιοχής, στην καινοτόμα τουριστική γνώση και την τεχνογνωσία αναφορικά με την προώθηση και προβολή των οικο-πολιτιστικών πόρων.

Δεδομένου ότι το στοχοθετούμενο κοινό είναι στελέχη δήμων και δημόσιων υπηρεσιών, θεωρείται ουσιαστική η στήριξη και ενεργοποίηση σας.

Οι δύο επιμορφωτικές εκδηλώσεις θα υλοποιηθούν στην ελληνική και βουλγαρική περιοχή του έργου στις **17, 18, 19 και 20 Οκτωβρίου 2023**.

Επισυνάπτεται η **πρόσκληση** για κάθε εκδήλωση και το αναλυτικό της **πρόγραμμα**.

Από τον Δήμο σας μπορούν να συμμετέχουν έως **4 εκπρόσωποι**, των οποίων τα έξοδα μετακίνησης για κάθε εκδήλωση θα καλυφθούν από την εταιρεία μας ως ανάδοχος εταιρεία.

Παραμένοντας στη διάθεση σας για κάθε πρόσθετη πληροφορία ή διευκρίνιση, σας ευχαριστώ θερμά και εκ των προτέρων για την ανταπόκριση σας.

Με εκτίμηση,

Ειδήμων

Σύμβουλοι Ανάπτυξης

ΠΡΟΣ: Δήμαρχο Ηράκλειας

ΘΕΜΑ: Πρόσκληση σε δύο επιμορφωτικές εκδηλώσεις

Αξιότιμε Δήμαρχε,

Η Ειδήμων-Σύμβουλοι Ανάπτυξης, ως ανάδοχος της Αναπτυξιακής Εταιρείας Σερρών Α.Ε. σας προσκαλεί σε δύο επιμορφωτικές εκδηλώσεις στο πλαίσιο του έργου “River Plus” του διασυνοριακού προγράμματος Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”.

Οι δύο εκδηλώσεις περιλαμβάνουν διασυνοριακά θεματικά εργαστήρια και συναντήσεις ανάπτυξης τεχνογνωσίας με σκοπό την εκπαίδευση και ενημέρωση **στελεχών δήμων, δημόσιων υπηρεσιών και επαγγελματιών του τουριστικού κλάδου** της επιλέξιμης περιοχής, στην καινοτόμα τουριστική γνώση και την τεχνογνωσία αναφορικά με την προώθηση και προβολή των οικο-πολιτιστικών πόρων.

Δεδομένου ότι το στοχοθετούμενο κοινό είναι στελέχη δήμων και δημόσιων υπηρεσιών, θεωρείται ουσιαστική η στήριξη και ενεργοποίηση σας.

Οι δύο επιμορφωτικές εκδηλώσεις θα υλοποιηθούν στην ελληνική και βουλγαρική περιοχή του έργου στις **17, 18, 19 και 20 Οκτωβρίου 2023**.

Επισυνάπτεται η **πρόσκληση** για κάθε εκδήλωση και το αναλυτικό της **πρόγραμμα**.

Από τον Δήμο σας μπορούν να συμμετέχουν έως **4 εκπρόσωποι**, των οποίων τα έξοδα μετακίνησης για κάθε εκδήλωση θα καλυφθούν από την εταιρεία μας ως ανάδοχος εταιρεία.

Παραμένοντας στη διάθεση σας για κάθε πρόσθετη πληροφορία ή διευκρίνιση, σας ευχαριστώ θερμά και εκ των προτέρων για την ανταπόκριση σας.

Με εκτίμηση,

Ειδήμων

Σύμβουλοι Ανάπτυξης

ΠΡΟΣ: Δήμαρχο Εμμανουήλ Παππά

ΘΕΜΑ: Πρόσκληση σε δύο επιμορφωτικές εκδηλώσεις

Αξιότιμε Δήμαρχε,

Η Ειδήμων-Σύμβουλοι Ανάπτυξης, ως ανάδοχος της Αναπτυξιακής Εταιρείας Σερρών Α.Ε. σας προσκαλεί σε δύο επιμορφωτικές εκδηλώσεις στο πλαίσιο του έργου “River Plus” του διασυνοριακού προγράμματος Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”.

Οι δύο εκδηλώσεις περιλαμβάνουν διασυνοριακά θεματικά εργαστήρια και συναντήσεις ανάπτυξης τεχνογνωσίας με σκοπό την εκπαίδευση και ενημέρωση **στελεχών δήμων, δημόσιων υπηρεσιών και επαγγελματιών του τουριστικού κλάδου** της επιλέξιμης περιοχής, στην καινοτόμα τουριστική γνώση και την τεχνογνωσία αναφορικά με την προώθηση και προβολή των οικο-πολιτιστικών πόρων.

Δεδομένου ότι το στοχοθετούμενο κοινό είναι στελέχη δήμων και δημόσιων υπηρεσιών, θεωρείται ουσιαστική η στήριξη και ενεργοποίηση σας.

Οι δύο επιμορφωτικές εκδηλώσεις θα υλοποιηθούν στην ελληνική και βουλγαρική περιοχή του έργου στις **17, 18, 19 και 20 Οκτωβρίου 2023**.

Επισυνάπτεται η **πρόσκληση** για κάθε εκδήλωση και το αναλυτικό της **πρόγραμμα**.

Από τον Δήμο σας μπορούν να συμμετέχουν έως **4 εκπρόσωποι**, των οποίων τα έξοδα μετακίνησης για κάθε εκδήλωση θα καλυφθούν από την εταιρεία μας ως ανάδοχος εταιρεία.

Παραμένοντας στη διάθεση σας για κάθε πρόσθετη πληροφορία ή διευκρίνιση, σας ευχαριστώ θερμά και εκ των προτέρων για την ανταπόκριση σας.

Με εκτίμηση,

Ειδήμων

Σύμβουλοι Ανάπτυξης

TO: Simitli Mayor

SUBJECT: Invitation to two training events

Dear Mayor,

Idimon-Development Consultants, as the contractor of Serres Development Agency S.A. invites you to two educational events within the framework of the "River Plus" project of the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" cross-border program.

The two events include cross-border thematic workshops and know-how development meetings aiming to train and inform **municipal staff, public services and professionals of the tourism sector of the eligible area**, in innovative tourism knowledge and know-how regarding the promotion of eco-cultural resources.

Given that the target audience are municipal and public service executives, your support is considered essential.

The two training events will be implemented in the Greek and Bulgarian areas of the project on **October 17, 18, 19 and 20, 2023**.

The **invitation** for each event and its detailed **program** is attached.

A maximum of **4 representatives** from your municipality can participate, whose travel expenses for each event will be covered by Idimon, as the contractor company.

Remaining at your disposal for any additional information or clarification, I thank you warmly and in advance for your response.

Best regards,

Idimon

Development Consultants

TO: Strumyani Mayor

SUBJECT: Invitation to two training events

Dear Mayor,

Idimon-Development Consultants, as the contractor of Serres Development Agency S.A. invites you to two educational events within the framework of the "River Plus" project of the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" cross-border program.

The two events include cross-border thematic workshops and know-how development meetings aiming to train and inform **municipal staff, public services and professionals of the tourism sector of the eligible area**, in innovative tourism knowledge and know-how regarding the promotion of eco-cultural resources.

Given that the target audience are municipal and public service executives, your support is considered essential.

The two training events will be implemented in the Greek and Bulgarian areas of the project on **October 17, 18, 19 and 20, 2023**.

The **invitation** for each event and its detailed **program** is attached.

A maximum of **4 representatives** from your municipality can participate, whose travel expenses for each event will be covered by Idimon, as the contractor company.

Remaining at your disposal for any additional information or clarification, I thank you warmly and in advance for your response.

Best regards,

Idimon

Development Consultants

River Plus_Δήμος Ηράκλειας - Πρόσκληση - Μήνυμα (HTML)

Αρχείο Μήνυμα Βοήθεια ESET Πάτε μου τι θέλετε να κάνετε

Διαγραφή Αρχειοθέτηση Απάντηση Απάντηση Προώθηση σε όλους Ε-mobility Προς διευθυντή Ηλεκτρονικό τα... Μετακίνηση Μετακίνηση Σήμανση ως μη αναγνωσμένου Κατηγοριοποίηση Παρακολούθηση θέματος Ετικέτες Μετάφραση Επεξεργασία Εκφώνηση Ζουμ

Παμ 12/10/2023 3:04 μμ
info@idimon.gr
River Plus_Δήμος Ηράκλειας - Πρόσκληση

Προς: 'info@dimosiraklias.gr'
Κοιν.: 'kgousiou@yahoo.gr'; 'program@dimosiraklias.gr'; 'aneser@aneser.gr'; 'Giorgos Mavroudis'

Προωθήσατε το μήνυμα στις 19/10/2023 3:51 μμ.

Επιστολή_Δήμος Ηράκλειας.pdf 150 KB
Πρόσκληση Εργαστηρίων.pdf 155 KB
Πρόγραμμα Εργαστηρίων.pdf 231 KB
Πρόσκληση Συναντήσεων.pdf 153 KB
Πρόγραμμα Συναντήσεων.pdf 226 KB

Αξιότιμε Δήμαρχε,

Η Ειδήμων-Σύμβουλοι Ανάπτυξης, ως ανάδοχοι της **Αναπτυξιακής Εταιρείας Σερρών Α.Ε.** σας προσκαλεί σε δύο επιμορφωτικές εκδηλώσεις στο πλαίσιο του έργου **"River Plus"** του διασυνοριακού προγράμματος Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020".

Δεδομένου ότι το στοχοθετούμενο κοινό είναι στελέχη δήμων και δημόσιων υπηρεσιών, θεωρείται ουσιαστική η στήριξη και ενεργοποίησή σας.

Παραμένοντας στη διάθεσή σας για κάθε πρόσθετη πληροφορία ή διευκρίνιση, σας ευχαριστούμε θερμά και εκ των προτέρων για την ανταπόκρισή σας.

Με εκτίμηση,
Καταρίνη Κατερίνα
Σύμβουλος Ανάπτυξης-Tourism and Cultural Planner



Ερμούλης 2 Πύλαια
Τ.Κ. 55535 -Πύλαια-Θεσσαλονίκη
Τ. 2310814400/814068 F: 2310/813511
kl.akali@idimon.gr, www.idimon.gr

Αναζήτηση

River Plus_Δήμος Σιντικής - Πρόσκληση - Μήνυμα (HTML)

Αρχείο Μήνυμα Βοήθεια ESET Πάτε μου τι θέλετε να κάνετε

Διαγραφή Αρχειοθέτηση Απάντηση Απάντηση Προώθηση σε όλους Ε-mobility Προς διευθυντή Ηλεκτρονικό τα... Μετακίνηση Μετακίνηση Σήμανση ως μη αναγνωσμένου Κατηγοριοποίηση Παρακολούθηση θέματος Ετικέτες Μετάφραση Επεξεργασία Εκφώνηση Ζουμ

Παμ 12/10/2023 3:04 μμ
info@idimon.gr
River Plus_Δήμος Σιντικής - Πρόσκληση

Προς: 'ΔΗΜΟΣ ΣΙΝΤΙΚΗΣ'
Κοιν.: 'ekonstantinidou@sidiki.gr'; 'esounou@sidiki.gr'; 'siarkoy@sidiki.gr'; 'aneser@aneser.gr'; 'Giorgos Mavroudis'

Προωθήσατε το μήνυμα στις 19/10/2023 3:52 μμ.

Επιστολή_Δήμος Σιντικής.pdf 151 KB
Πρόσκληση Εργαστηρίων.pdf 155 KB
Πρόγραμμα Εργαστηρίων.pdf 231 KB
Πρόσκληση Συναντήσεων.pdf 153 KB
Πρόγραμμα Συναντήσεων.pdf 226 KB

Αξιότιμε Δήμαρχε,

Η Ειδήμων-Σύμβουλοι Ανάπτυξης, ως ανάδοχοι της **Αναπτυξιακής Εταιρείας Σερρών Α.Ε.** σας προσκαλεί σε δύο επιμορφωτικές εκδηλώσεις στο πλαίσιο του έργου **"River Plus"** του διασυνοριακού προγράμματος Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020".

Δεδομένου ότι το στοχοθετούμενο κοινό είναι στελέχη δήμων και δημόσιων υπηρεσιών, θεωρείται ουσιαστική η στήριξη και ενεργοποίησή σας.

Παραμένοντας στη διάθεσή σας για κάθε πρόσθετη πληροφορία ή διευκρίνιση, σας ευχαριστούμε θερμά και εκ των προτέρων για την ανταπόκρισή σας.

Με εκτίμηση,
Καταρίνη Κατερίνα
Σύμβουλος Ανάπτυξης-Tourism and Cultural Planner



Ερμούλης 2 Πύλαια
Τ.Κ. 55535 -Πύλαια-Θεσσαλονίκη
Τ. 2310814400/814068 F: 2310/813511
kl.akali@idimon.gr, www.idimon.gr

Αναζήτηση

18°C Έντονες νεφώσεις. 10:50 πμ 25/10/2023

River Plus_Δήμος Εμμανουήλ Παπατά - Πρόσκληση - Μήνυμα (HTML)

Αρχείο Μήνυμα Βοήθεια ESET Πάτε μου τι θέλετε να κάνετε

Διαγραφή Αρχαιοθέρηση Απάντηση Απάντηση Προώθηση σε όλους Ε-mobility Προς διευθυντή Ηλεκτρονικό τα... Μετακίνηση Σήμανση ως μη αναγνωσμένου Κατηγοριοποίηση Παρακολούθηση θέματος Μετάφραση Εκφώνηση Ζουμ

Παμ 12/10/2023 3:05 μμ
info@idimon.gr
River Plus_Δήμος Εμμανουήλ Παπατά - Πρόσκληση

Προς 'dimanposser@0670syzeftis.gov.gr'
Κοιν. 'prom@0670syzeftis.gov.gr'; 'aneser@aneser.gr'; 'Giorgos Mauroudis'
Πρωωθήσατε το μήνυμα στις 19/10/2023 3:54 μμ.

Επιστολή_Δήμος Εμμανουήλ Παπατά.pdf 151 KB
Πρόσκληση Εργαστηρίων.pdf 155 KB
Πρόγραμμα Εργαστηρίων.pdf 231 KB
Πρόσκληση Συναντήσεων.pdf 153 KB
Πρόγραμμα Συναντήσεων.pdf 226 KB

Αξιότατε Δήμαρχε,

Η Ειδήμων-Σύμβουλοι Ανάπτυξης, ως ανάδοχο της **Αναπτυξιακής Εταιρείας Σερρών Α.Ε.** σας προσκαλεί σε δύο επιμορφωτικές εκδηλώσεις στο πλαίσιο του έργου **"River Plus"** του διασυνοριακού προγράμματος Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020".

Δεδομένου ότι το στοχοθετούμενο κοινό είναι στελέχη δήμων και δημόσιων υπηρεσιών, θεωρείται ουσιαστική η στήριξη και ενεργοποίησή σας.

Παραμένοντας στη διάθεσή σας για κάθε πρόσθετη πληροφορία ή διευκρίνιση, σας ευχαριστούμε θερμά και εκ των προτέρων για την ανταπόκρισή σας.

Με εκτίμηση,
Καταρίνα Καστρίνα
Σύμβουλος Ανάπτυξης-Tourism and Cultural Planner



Ερατούς 2 Πύλαια
T.K. 55535 -Πύλαια -Θεσσαλονίκη
T. 2310814400/814068 F. 2310/813511
info@idimon.gr, www.idimon.gr

Αναζήτηση

River Plus_Simitli Municipality_Invitation - Μήνυμα (HTML)

Αρχείο Μήνυμα Βοήθεια ESET Πάτε μου τι θέλετε να κάνετε

Διαγραφή Αρχαιοθέρηση Απάντηση Απάντηση Προώθηση σε όλους Ε-mobility Προς διευθυντή Ηλεκτρονικό τα... Μετακίνηση Σήμανση ως μη αναγνωσμένου Κατηγοριοποίηση Παρακολούθηση θέματος Μετάφραση Εκφώνηση Ζουμ

Παμ 12/10/2023 3:21 μμ
info@idimon.gr
River Plus_Simitli Municipality_Invitation

Προς 'obsa@simitli.bg'
Κοιν. 'Simitly@mail.bg'; 'Dilyana Kalaydzheva'; 'aneser@aneser.gr'; 'Giorgos Mauroudis'; 't.pashov@integritybg.com'; 'vilikmoralieva@gmail.com'

Letter_Simitli Municipality.pdf 155 KB
Workshops Invitation.pdf 153 KB
Workshops Program.pdf 241 KB
Meetings Invitation.pdf 154 KB
Meetings Program.pdf 236 KB

Dear Mayor,

Idimon-Development Consultants, as the contractor of Serres Development Agency S.A. invites you to two educational events within the framework of the "River Plus" project of the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" cross-border program.

Given that the target audience is municipal and public service executives, your support is considered essential.

Remaining at your disposal for any additional information or clarification, I thank you warmly and in advance for your response.

Best regards,
Katalina Katerina
Development Consultant - Tourism and Cultural Planner



Erakous 2 Pylaia
P.C. 55535 -Pylaia -Thessaloniki
T. 2310814400/814068 F. 2310/813511
info@idimon.gr, www.idimon.gr

Αναζήτηση

18°C Έντονες νεφώσεις. 10:51 πμ 25/10/2023

Αρχείο

Μήνυμα

Βοήθεια

ESET

Πείτε μου τι θέλετε να κάνετε

Διαγραφή

Αποστολή

Απάντηση σε όλους

Προώθηση

Ε-mobility

Προς διευθυντή

Ηλεκτρονικό τα...

Μετακίνηση

Σήμανση ως μη αναγνωσμένου

Κατηγοριοποίηση

Παρακολούθηση θέματος

Μετάφραση

Εκφώνηση

Ζουμ

Διαγραφή

Αποστολή

Απάντηση σε όλους

Προώθηση

Ετικέτες

Επεξεργασία

Πλήρης προβολή

Ζουμ

Παμ 12/10/2023 3:22 μμ

info@idimon.gr

River Plus_Stumyani Municipality_Invitation

Προς: 'stumyani_loba@sbv.bg'

Κοιν.: 'Basilika Pankova'; 'r.pashov@integribg.com'; 'Dilyana Kalaydzheva'; 'aneser@aneser.gr'; 'Giorgos Maouridis'

Προωθήσατε το μήνυμα στις 12/10/2023 3:27 μμ.

Letter_Stumyani Municipality.pdf

155 KB

Workshops Invitation.pdf

153 KB

Workshops Program.pdf

241 KB

Meetings Invitation.pdf

154 KB

Meetings Program.pdf

236 KB

Dear Mayor,

Idimon-Development Consultants, as the contractor of Serres Development Agency S.A. invites you to two educational events within the framework of the "River Plus" project of the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" cross-border program.

Given that the target audience is municipal and public service executives, your support is considered essential.

Remaining at your disposal for any additional information or clarification, I thank you warmly and in advance for your response.

Best regards,
Katalitsi Katerina
Development Consultant - Tourism and Cultural Planner

ειδήμων

ΣΥΜΒΟΥΣΤΙΚΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Enabou 2 Pylala

P.O. 55535 -Pylala-Thessaloniki

T. 2310814400/814068 F: 2310/813511

k.katalitsi@idimon.gr, www.idimon.gr

19 νέες ειδοποιήσεις

10:51 πμ

25/10/2023

19

Αναζήτηση

18°C Έντονος νεφρός.

ENG

4. Υλικό εισηγητών

**Project River Plus:
"Strymonas Cooperation Corridors"**
**Project River Plus and
Workshop's Aim**

Katafysi Katerina:

Spatial Planner, MS: Tourism and Culture Planning and Development, Development Consultant

"The contents of this publication are sole responsibility of Serres Development Agency S.A. and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, the Managing Authority, and the Joint Development Committee."

The project River Plus

The "Strymonas Cooperation Corridors" project with the acronym "River Plus" is funded by the Operational Program "Regional Development" and the National Funds of the countries participating in the INTERREG V-A "Greece- Bulgaria 2014- 2020" Cooperation Programme.

Partners of the project are:

- LB: Municipality of Simitli - BG region
- PB1: Municipality of Strumyani - BG region
- PB2: Municipality of Irakleia - GR region
- PB3: Municipality of Sidiki - GR region
- PB4: Municipality of Emmanouil Pappa - GR region
- PB5: Serres Development Agency S.A. - GR region

The project area

The project area is characterized by rich cultural and natural heritage. Municipalities of Simitli and Strumyani in Bulgaria and Irakleia, Sidiki and Emmanouil Pappa in Greece, run by Strymonas river and have large areas belonging to Natura 2000 sites and other protected areas.

All the municipalities are small-sized, belong to low-developed rural and remote areas and has favorable conditions for the development of eco-tourism, thematic tourism and potential for development of cross border cooperation.

Similarities in the nature and social environment of the project's partners create common problems, challenges and opportunities in the protection, management and exploitation of the Strymonas River and the cross border region.

The challenges of the area

- ❖ the low attraction of the area for investments in ecotourism
- ❖ the lack of international tourist destinations
- ❖ the lack of sustainable tourist development plans and strategies
- ❖ the improvement of the preservation status of cultural and natural sites used for tourist purposes
- ❖ the increase in international visibility of cultural and natural resources
- ❖ the lack or weak specific knowledge of the environmental characteristics of the area by the local people, professionals and visitors

The project's objective

The objective of the project is to enhance touristic attractiveness of the area through the transnational cooperation for the protection and promotion of local natural and cultural heritage and resources.

The main specific objectives are:

- **Sufficient exploitation** of natural resources and environment for development purposes
- **Increase of the potential** of area's cultural and natural heritage as tourist attractions
- **Promote know-how transfer** on resources' restoration, promotion and management
- **Improvement of the capacities of local actors** on the sustainable exploitation
- **Improvement of the protection status** of cultural and natural resources of the area
- **Increase of the areas' attractiveness**
- **Increase of the tourists traffic** of the area
- **Development of a competitive tourist industry**

The workshop's aim

The aim of the workshops is the innovative tourism knowledge in the field of local tourism policy, improving existing skills in the planning, management, development and promotion of the tourism product.

In the context of the above, it will be presented:

- ❖ **A study for the eco-cultural resources** of the cross-border region (BG region)
- ❖ **A strategy for a common identity** for the cross-border region (BG region)
- ❖ **A presentation about the importance of place marketing, branding and rebranding strategies** for the destinations and examples (GR region)

Thank You!!






Project River Plus:
"Strymonas Cooperation Corridors"

Study for the Eco-Cultural Resources of the
Cross-Border Area

Koraijeli Ikarina:

Spatial Planner, MSc. Tourism and Culture Planning and Development Consultant

The contents of this publication are sole responsibility of Strymonas Development Agency S.A. and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, the Managing Authority, and the Joint Secretariat

Aim of the Study

This research consists of 4 main steps:

- The **recording** of 30 eco-cultural resources of the cross-border area as defined by the Regional Unit of Serres and the Region of Blagoevgrad
- The **evaluation** of eco-cultural resources on the basis of a structured evaluation methodology
- The **formation** of a common identity of the area
- The **formulation** of the strategic promotion plan

The aim of this study was to record and evaluate the eco-cultural resources of the Regional Unit of Serres and the Region of Blagoevgrad, for the formation of a common identity for the reference area.

THE METHODOLOGICAL CONTEXT

Analysis of Eco-Cultural Resources

In this research, eco-cultural resources were divided into three categories:

01

02

03

Natural Resources

Resources of natural environment

Tangible Cultural Heritage

Refers to everything that we can touch and we can perceive clearly (cities, buildings, archaeological sites, cultural landscapes, cultural objects, collections and museums)

Intangible Cultural Heritage

Refers to practices, expressions, knowledge that individuals recognize them as part of their cultural heritage (oral traditions, arts, customs, events, knowledge, practical skills of traditional art)

THE METHODOLOGICAL CONTEXT

1

2

3

4

Recording the eco-cultural resources

The recording and mapping of eco-cultural resources was based on the following forms and sources of information:

- websites of municipalities,
- tourist guides,
- keyword searches
- studies and local development plans

RECORDING & MAPPING OF ECO-CULTURAL RESOURCES

62 Eco-cultural resources

20

31

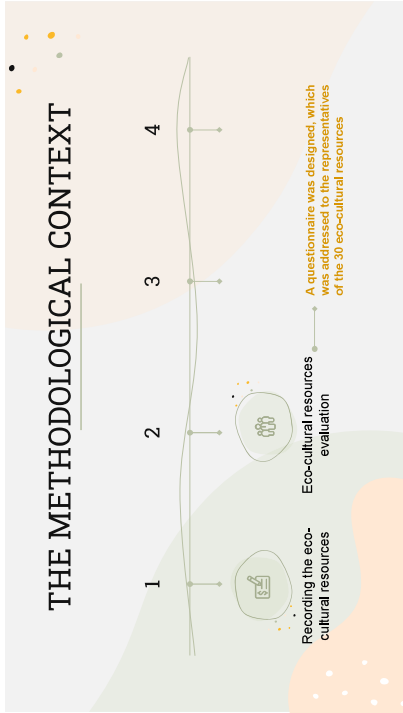
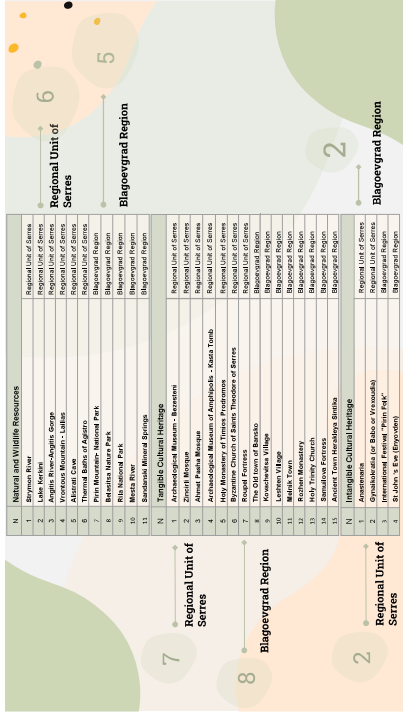
11

Natural resources

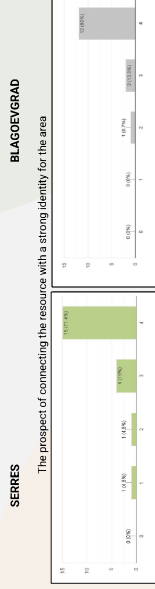
Tangible cultural resources

Intangible cultural resources

N	Natural and Wildlife Resources	Regional Unit of Serres	N	Tangible Cultural Heritage	Regional Unit of Serres
1	Stramon River	Regional Unit of Serres	1	Archaeological Museum - "Strymon"	Regional Unit of Serres
2	Lake Kerkira	Regional Unit of Serres	2	Zoritsa Monastery	Regional Unit of Serres
3	Angjira River-angjira Gorge	Regional Unit of Serres	3	Aghios Petros Monastery	Regional Unit of Serres
4	Archaeological Museum - "Lefka"	Regional Unit of Serres	4	Archaeological Museum of Amphipolis - "Kata Tomb"	Regional Unit of Serres
5	Altirion Cave	Regional Unit of Serres	5	Archaeological Museum of Amphipolis - "Kata Tomb"	Regional Unit of Serres
6	Thermal Baths of Agria	Regional Unit of Serres	6	Byzantine Church of Saint Theodore of Serres	Regional Unit of Serres
7	Thermal Baths of Agria	Regional Unit of Serres	7	Royal Fortress	Regional Unit of Serres
8	Merkos Monastery	Regional Unit of Serres	8	Byzantine Church of Saint Theodore of Serres	Regional Unit of Serres
9	Pangitoni Hills	Regional Unit of Serres	9	Byzantine Church of Saint Theodore of Serres	Regional Unit of Serres
10	Lake Pelion	Regional Unit of Serres	10	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
11	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	11	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
12	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	12	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
13	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	13	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
14	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	14	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
15	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	15	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
16	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	16	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
17	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	17	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
18	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	18	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
19	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	19	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
20	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	20	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
21	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	21	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
22	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	22	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
23	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	23	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
24	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	24	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
25	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	25	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
26	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	26	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
27	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	27	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
28	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	28	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
29	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	29	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
30	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	30	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres
31	Prin Monastery National Park	Regional Unit of Serres	31	Acropolis of Serres	Regional Unit of Serres



ANALYSIS & EVALUATION OF FINDINGS



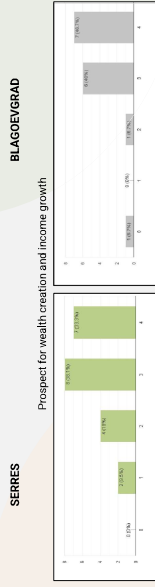
Most of the resources can be connected with a strong identity

ANALYSIS & EVALUATION OF FINDINGS



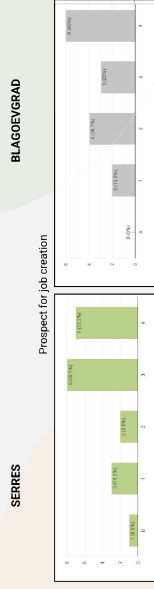
The degree of GR resources' promotion is very low, in contrast to those of Bulgaria

ANALYSIS & EVALUATION OF FINDINGS



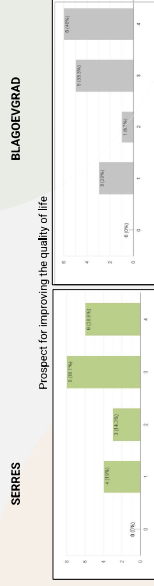
The effective promotion of the region's resources will have positive impact on wealth creation and income growth

ANALYSIS & EVALUATION OF FINDINGS



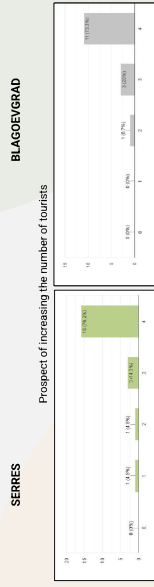
The effective promotion will have positive impact on job creation

ANALYSIS & EVALUATION OF FINDINGS



The effective promotion will have positive impact on the quality of life

ANALYSIS & EVALUATION OF FINDINGS



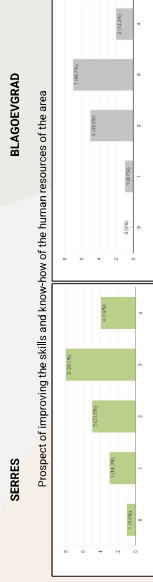
The effective promotion will have positive impact on increasing tourists

ANALYSIS & EVALUATION OF FINDINGS



The effective promotion will have positive impact on attracting entrepreneurship in the reference area

ANALYSIS & EVALUATION OF FINDINGS



The skills as well as the know-how of the human resources of the area could be further improved through the promotion of eco-cultural resources

Thank You!

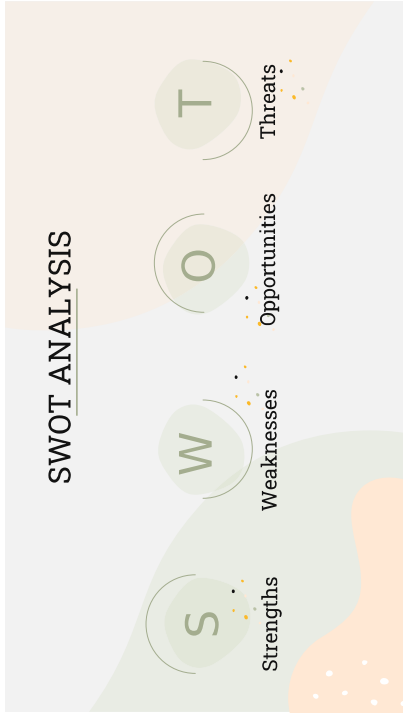
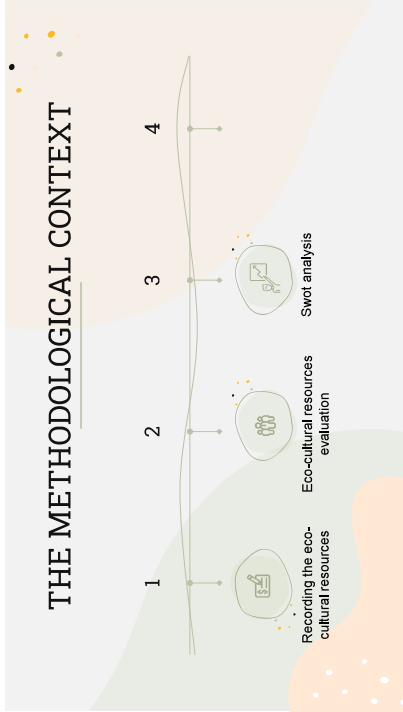



Project River Plus:
"Strymonas Cooperation Corridors"

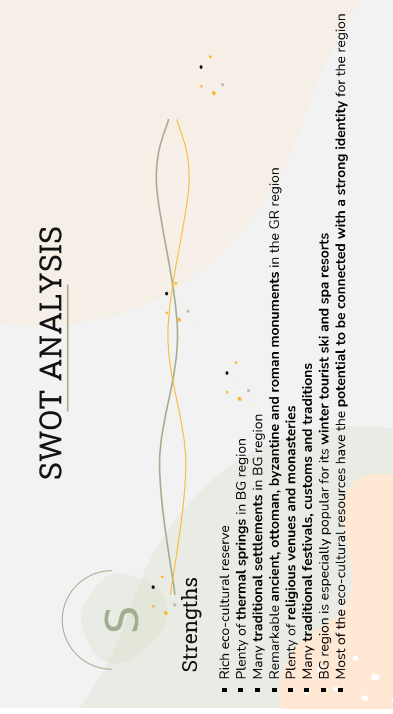
Common Identity Strategy for the Cross-Border Area

Koraifli Katerina:
Spatial Planner, MSc Tourism and Culture Planning and Development, Development Consultant

*The contents of this publication are sole responsibility of Strymonas Development Agency S.A. and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, Managing Authority, and the Joint Secretariat



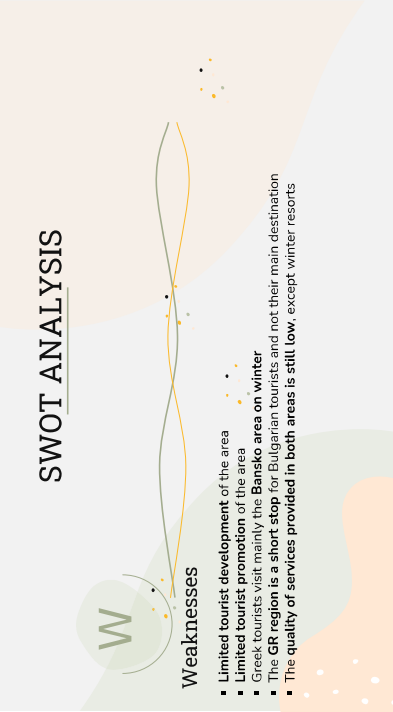
SWOT ANALYSIS



Strengths

- Rich eco-cultural reserve
- Plenty of **thermal springs** in BG region
- Many **traditional settlements** in BG region
- Remarkable **ancient ottoman, byzantine and roman monuments** in the GR region
- Plenty of **religious venues and monasteries**
- Many **traditional festivals, customs and traditions**
- BG region is especially popular for its **winter tourist ski and spa resorts**
- Most of the eco-cultural resources have the **potential to be connected with a strong identity** for the region

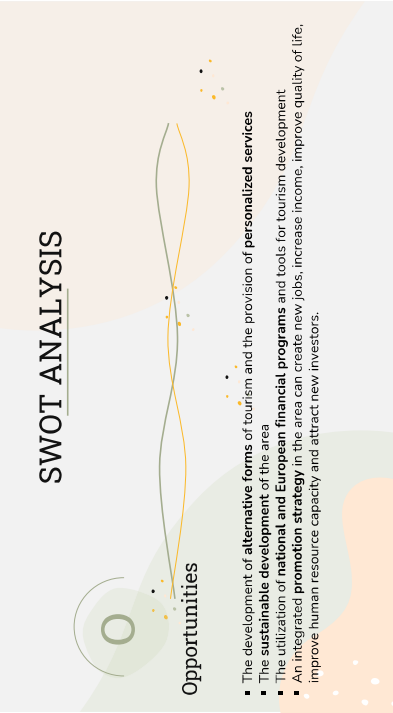
SWOT ANALYSIS



Weaknesses

- Limited tourist **development** of the area
- Limited tourist **promotion** of the area
- Greek tourists visit mainly the **Bansko area on winter**
- The **GR region is a short stop** for Bulgarian tourists and not their main destination
- The **quality of services provided in both areas is still low**, except winter resorts

SWOT ANALYSIS



Opportunities

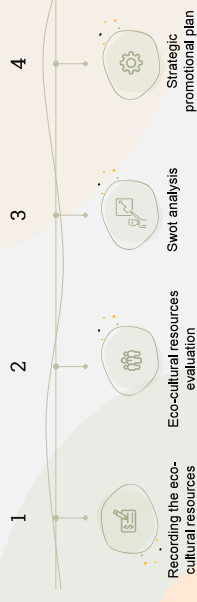
- The development of **alternative forms** of tourism and the provision of **personalized services**
- The **sustainable development** of the area
- The utilization of **national and European financial programs** and tools for tourism development
- An integrated **promotion strategy** in the area can create new jobs, increase income, improve quality of life, improve human resource capacity and attract new investors.

SWOT ANALYSIS

T Threats

- The inability to determine the **tourist trend** after the pandemic of 2019 era
- The global energy crisis threatens the operating costs of tourism facilities
- The tourist instability in the region due to the decrease of Russian tourists

THE METHODOLOGICAL CONTEXT



STRATEGIC PROMOTIONAL PLAN

Vision

"The formation of a common strong image for the reference area, through a collective process, which will be based on its strong natural characteristics and its rich tangible and intangible cultural heritage, in order to attract visitors who, seek experiential and authentic experiences all year round"

Slogan

"An authentic, nature and cultural destination for all year round"

STRATEGIC PROMOTIONAL PLAN

Vision refers to 4 key elements

- 01 **Advantages of the area**
Natural environment and its tangible and intangible cultural heritage.
- 02 **Image formation process**
This promotion is sought to be achieved after collective processes and efforts by all parties involved.
- 03 **Image Orientation**
Region can aim to attract groups of tourists who want to live alternative tourism experiences with a strong element of authenticity.
- 04 **Seasonality**
As the area has features that help attract tourists throughout the year, it is proposed to promote the area as a 12-month destination.

STRATEGIC PROMOTIONAL PLAN

Thematic Priority

- T.P 1: Parks & Mountains
T.P 2: Rivers
T.P 3: Mineral Springs

T.P 4: Settlements
T.P 5: Cultural Monuments
T.P 6: Religious Places

T.P 7: Festivals & Events

Axe of Intervention

- A: Natural and wildlife resources
B: Tangible cultural heritage
C: Intangible cultural heritage

STRATEGIC PROMOTIONAL PLAN

Indicative Promotional Actions

- 1 Resource Needs
- 2 Indicative promotional actions
- 3 Indicative budget
- 4 Expected results
- 5 Implementation body
- 6 Financial potential sources

CONCLUSION

The Regional Unit of Serres and the Region of Blagoevgrad presents significant potential for the utilization of its natural and cultural resources and many opportunities to promote and highlight them.

One of the most important advantage of the region is certainly its natural environment, with several important national parks and rivers. On the Bulgarian region, its natural thermal resources are also used quite well, which is also evident from the large developed thermal resorts. At the same time, it presents a large and important traditional residential stock which has preserved its traditional character and appearance. The region also has a rich and diverse cultural heritage, including a number of cultural monuments, many of which need conservation and restoration. Religious points of interest are numerous in both regions, as well as cultural events and customs.

Given all the above characteristics, it is proposed to promote the area as a destination that can offer authentic experiences of culture and nature, which will be adapted to all seasons of the year in order to ensure a continuous flow of visitors. In the context of this common strategic promotion plan, some indicative promotion actions were proposed, which aim to direct each management body to the most efficient promotion of their resources.

Thank You!

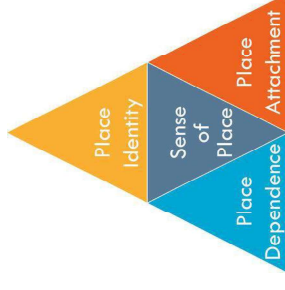
The role of Place Marketing, Branding and Rebranding

What Place marketing and branding is about

- Places try to gain a better position in the hierarchy systems and form competitive advantages over other similar cities / places.
- Building, or re-building, their image based on the identification and evaluation of their particular characteristics (branding: identity building), is a major priority, especially for the European cities
- As part of this effort, places adopt and implement specific branding policies and strategic development and/or marketing plans in order to attract potential target groups:
 - investors,
 - tourists,
 - new residents,
 - specialized human resources

What is Place Identity

- Important issue for city planning and development over the last 20 years.
- It consists of the special characteristics that make a place distinctive, otherwise the *character of the place*
- It is closely related to the concept of sense of place (eclectic associations with the culture of the place)
- The perception of place affects the perception of individuals about themselves and vice versa
- The identity of the place and the relevant discussion are set in the context of the post-modernity discussion (concerns the social production of the place)



What is Place Image

- Place Image: the prevailing perceptions around the place, the set of beliefs, perceptions and impressions that people have about a place
- It concerns the meanings given to it, regardless of its true character (identity), so it does not always reflect the reality
- The mismatch between identity and image is due to stereotypes about places, which may not be true but may prevail

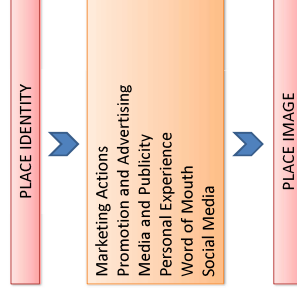


Image Formatting

- The image of the place is neither accidentally shaped nor easily maintained
- Image Shaping Factors:
 - Personal Experience (through visiting or staying)
 - Geography, history, culture
 - Local products
 - Special events and festivals
 - Titles and Labels for cities
- Tooling of social dimensions (e.g. quality of life, safety, health, etc.)
- The identity and the image of places are objects of planning interventions:** from the beginning the creation, or reconstruction of the image of places, are based on the identification and the evaluation of their special characteristics (place branding)



Strategic Procedure



Place Branding strategies and Marketing Plans

Place Branding and Place Marketing : practices for building the identity, shaping the image and strategically promoting a place to selected target groups.

The Place Marketing and/or Branding Strategies:

- formulate the vision, the goals and the way to achieve them
- combine a *research study*, to identify the comparative advantages of the area (where the vision will be based) and an *action plan* to achieve the vision with a specific time term (e.g. 3 to 5 years for a marketing plan)
- has both strategic and operational character
- they are the initiative of a city council (or region) without being part of the 'formal' spatial planning leveling.
- they aren't generic developmental plans or master plans



Basic Principles of Place Branding Strategies

- 1. Uniqueness**
What makes the place unique compared to other places/competitors? What are the core values of the brand? What is the statement?
- 2. Authenticity**
Authentic experiences, attractions and products
- 3. A memorable experience**
For a place to be memorable, it has to leave a good and lasting impression to the visitor
- 4. Co-creation**
Bottom-up procedure and cooperation local stakeholders, target-markets and the community
- 5. Place Making**
Place branding isn't simply a slogan, logo and advertising campaign. In the experience economy the place brand needs supporting policies, events, projects and investments

When is the Marketing or Branding Plan successful?

There are two main criteria for a place marketing or branding strategy to be successful:

1. Achieving the development goals of the vision
2. Meeting the requirements and expectations of the strategy's target groups

Place Branding vs Place Marketing vs Advertising

- Shift of interest from place marketing to place branding (similar trend also in commercial marketing)
- The creating of a logo, slogan, website, etc. is NOT (by itself) Place Branding!
- Place Branding: building a competitive identity based on the real special characteristics of an area (creating positive perceptions)
- Differences from Place Marketing:

Place Branding

- Finding and reinforcing the distinctive characteristics
- Building of identity
- Communication the identity
- Strengthening the positive associations to a place

Marketing

- Finding the target markets
- Increase attractiveness
- Selling the image
- Positioning of the place in the market

- Advertising: Informing the market and the public for the good (place), persuading the consumers to 'buy' it

Success factors of a Place Marketing/Branding Strategy

- Clear definition of the vision
- Development of collaborations on the local level (planning and promoting team)
- Understanding that it is not "another plan" but a strategic plan, unique and non-replicable, to promote the area
- Correct analysis of the internal and external environment and recognition of the special characteristics and comparative advantages of the area
- Specific actions with clear budget and implementation horizon
- **Providing support from the local community**



Failure Factors for a Place Marketing/ Branding Strategy

- When treated lightly, as something short-lived, or 'fashionable'
- When copying strategies and actions from other places (strategic mistake, since the goal is to differentiate)
- When creating unreal images, (which do not match the identity)
- When the place is constantly changing vision and goals
- When there is no support from stakeholders and the community
- When non-strategic and fragmented actions without coherence are applied



Emphasis on the special characteristics of the cities

Investing in the special characteristics of a place, because:

- Each place is unique and has **unique**
 - history,
 - targets,
 - vision,
 - people
- Every place has specific areas for development and specialization
- Every place has its own natural characteristics
- Each place has different administration bodies with a different degree of planning and organization capacity

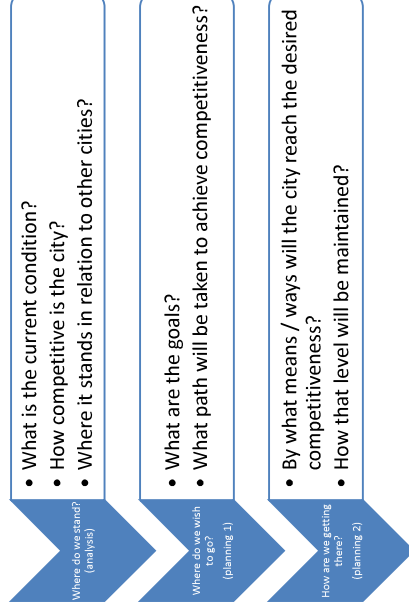
Thus:

Every place can create its own *competitive advantage*

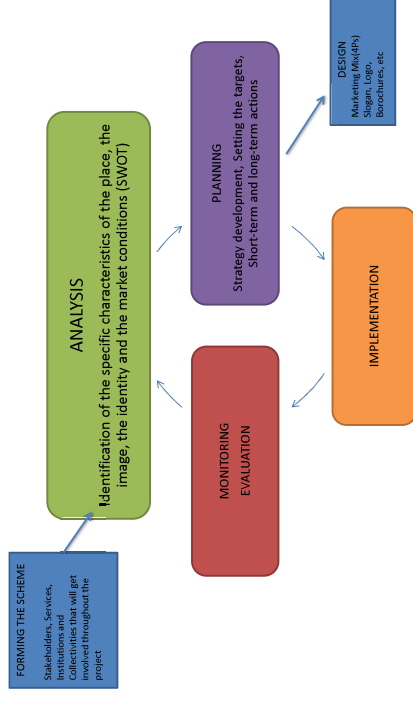
But all places have a common general target:

To form their own identity and become attractive compared to other destinations

Underlying questions of the strategy's elaboration process



Elaboration stages and structure of the strategy



Stage 0. Forming the Scheme (Who do we work with?)

- Before starting the elaboration of the SMP, it is important to form the collaborative scheme that will support the plan in all its phases.
- The scheme consists of stakeholders, services, institutions and collectivities of the area that will be involved in research, planning and consultation.
- Consultation is a valuable data source and lever of support for the implementation and success of the Plan.
- The involvement of the stakeholders does not end at the consultation but lasts for all stages.

Stage 1. Analysis of the current conditions (where do we stand?)

- Analysis of the current situation of the place, market analysis and research, and competition analysis
- The analysis of the current conditions:
- Is done by sector that affects identity, image and development:
 - attractiveness and level of tourism development of the area
 - Quality of services
 - Human capital specializations
 - Skills of the administration
 - Current image
 - Effectiveness of older place marketing practices
- It is an analysis of the internal environment, with recording and evaluating all of the available resources.
- Recording of all resources is important because it is not always obvious where lies a competitive advantage.
- In tourism destination marketing the emphasis is on the evaluation of the tourism product

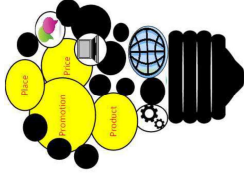
Stage 1. Market analysis (where do we stand?)

- Market analysis concerns existing and potential markets, recognition of demand and competitors' analysis (external environment analysis)
- The review of the international experience is useful to identify successful practices
- Market analysis highlights the possibilities, the areas of development and the probability of success of the actions
- Sources: older studies, data and statistics (secondary) and/or interviews and surveys (primary)
- SWOT Analysis: tool for the analysis, better presentation and orientation of suggestions
- Effort to highlight: (a) the comparative advantages that can take advantage of an opportunity, (b) the comparative advantages that can withstand threats, (c) weaknesses that obstruct opportunities and (d) weaknesses that have to be addressed for harnessing the strengths

Stage 2. Strategy planning

(where do we wish to go and how?)

- Targeting (common element of all strategic plans)
- Marketing mix (e.g. 5 or 7 Ps, adapted)
- Market segmentation: identification of the target groups, based on the features of the area (as identified in the analysis): markets interested in the place or destination, differentiation by nationality, demographic characteristics, preferences or interests, income, motivation for travelling, etc.
- In tourist destination marketing the target markets are more specialized
- In special and alternative forms of tourism the target markets are determined by the object of the tourist activity (e.g. cultural tourism, nature tourism, ecotourism, etc.)



Stage 2. Action planning

(where do we wish to go and how?)

- The strategy includes the vision, the goals, and the actions to achieve them.
- The vision must be reflected in the narrative of the marketing campaign, and reflected in the slogan, the logo and the 'positioning'.
- Actions include specific activities for promotion and publicity, and the identification of distribution channels (expos, media, social media, etc.)
- The campaign also includes activities for informing the community (residents and businesses), aiming to their accepting and supporting of the plan.
- The creative part (logo, advertisements, etc.) can be the subject of an independent study, which will follow the instructions of the SWP.
- The actions are budgeted and with a specific time plan.

Stage 3. Implementation

(what means do we use?)

- Establishment and organization of the implementing body (e.g. a marketing bureau or agency)
- Participation of representatives from all member bodies of the corporate scheme (stage 0)
- Implementation of the actions and activities that were planned in Stage 2.

Stage 4. Monitoring - Evaluation

(how are we doing?)

Feedback:

- Monitoring of the results
- Evaluation of the experience from the implementation of the actions
- Reassessment of the position of the area (restarting the process)

Some basic terms

Market(s) both buyers, potential buyers and competitors

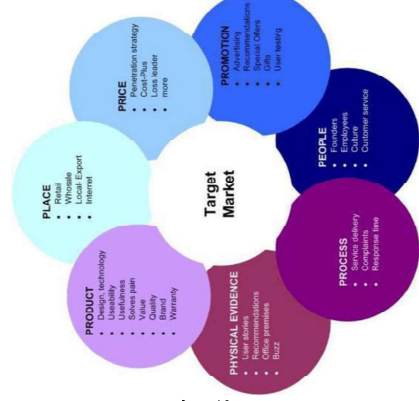
Market Segmentation

-Identification of the target markets

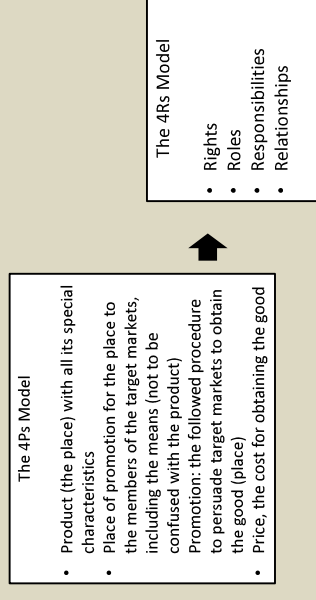
-All who have access to the good, are able to buy, and have sufficient interest and purchasing power to justify a special promotion strategy for attracting them

Marketing Mix

The combination of the variables product/place/promotion/price (or more)



The Place Marketing Mix



Slogan and Logo

What are the characteristics of a good logo and / or slogan?

- Easy to remember: strong, penetrating, auspicious, short
- Concentrates the (selected) identity of the city
- Reflects the desirable image of the city
- Reflects the interests of the target markets / stands in foreign markets
- It can be the core of the promotion campaign



Synopsis

- The procedure of 'Place Branding' is strategic and unique for each place
- It can be successful only when there is a **'common vision'**
- Necessary elements for the effectiveness of the process: partnerships, know-how and intel
- It is an ongoing process
- It answers 3 key **questions**:
 - Where we stand now
 - Where we want to get
 - How we are getting there
- The Place Marketing or Branding Strategy should be the priority of the local government, the local business world and the community.
- Neither is, nor should become another general developmental study
- Applying a place marketing or branding strategy **isn't simple or easy**. It is planned and materialized for the future.

Εύα Ψαθά, epsatha@uth.gr

INTERMISSION...

I Amsterdam
Dr. Eva Psatha
University of Thessaly
Department of Planning and Regional Development

A white Loeuwe bus with a red roof and 'I amsterdam' branding, parked on a street. The bus has 'LOEWE' and '1954' written on the side, along with a Dutch flag. The background shows a city street with trees and buildings.



City of Essen
 GROSSE
 HAUPTSTADT
 ESSEN
 2017
 EUROPA

- Rebranding from 'City of Coal' to 'Green Capital'
- The label was the culmination of a series of efforts for establishing a new brand

SELECTED MILESTONES OF CLIMATE POLICY OF THE CITY OF ESSEN

- 1993 Member of Climate Alliance
- 2009 Unanimous decision of "Integrated Climate and Energy Concept" - Adaptation and Mitigation
- 2010 Accession to „Covenant of Mayors“
- 2010 Successful audit for the „European energy award“
- 2011 Winner of the competition „Energy Efficient Cities“
- 2012 Foundation of the „Climate Agency Essen“
- 2013 Recertification of the „European energy award“
- 2014 Finalist European Green Capital Award 2016
- 2015 Finalist European Green Capital Award 2017

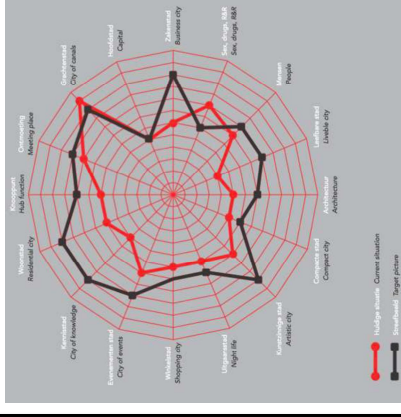
Criteria for nomination: Climate change, Local transport, Green urban areas, incorporating sustainable land use, Nature and biodiversity, Ambient air quality, and Quality of the acoustic environment, Waste management, Water management, Waste water treatment, Eco innovation and sustainable employment, Energy performance, Integrated environmental management	Reasons for nomination: increase in tourism, positive media coverage, improvement of the international profile, new jobs (green cities sell their products more easily), pride of the community, funding for environmental projects, encouragement to continue the pursuit of sustainability, enhancement of culture and the arts.
--	---

Conceptual objective : develop a vision on the image of Amsterdam.

Research questions: 'What is Amsterdam's mission?', 'What should we do to strengthen the image?', 'What is likely to succeed?', 'What is not likely to succeed?', 'Who are the priority target groups?' and what is 'business as usual'?

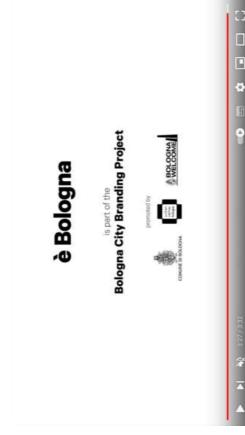
Organizational objective : develop a proposal for the city marketing organisation

Research questions: 'How powerful are the social field and the individual factors', 'who is working together with whom?', 'where is the overlap?', 'who is



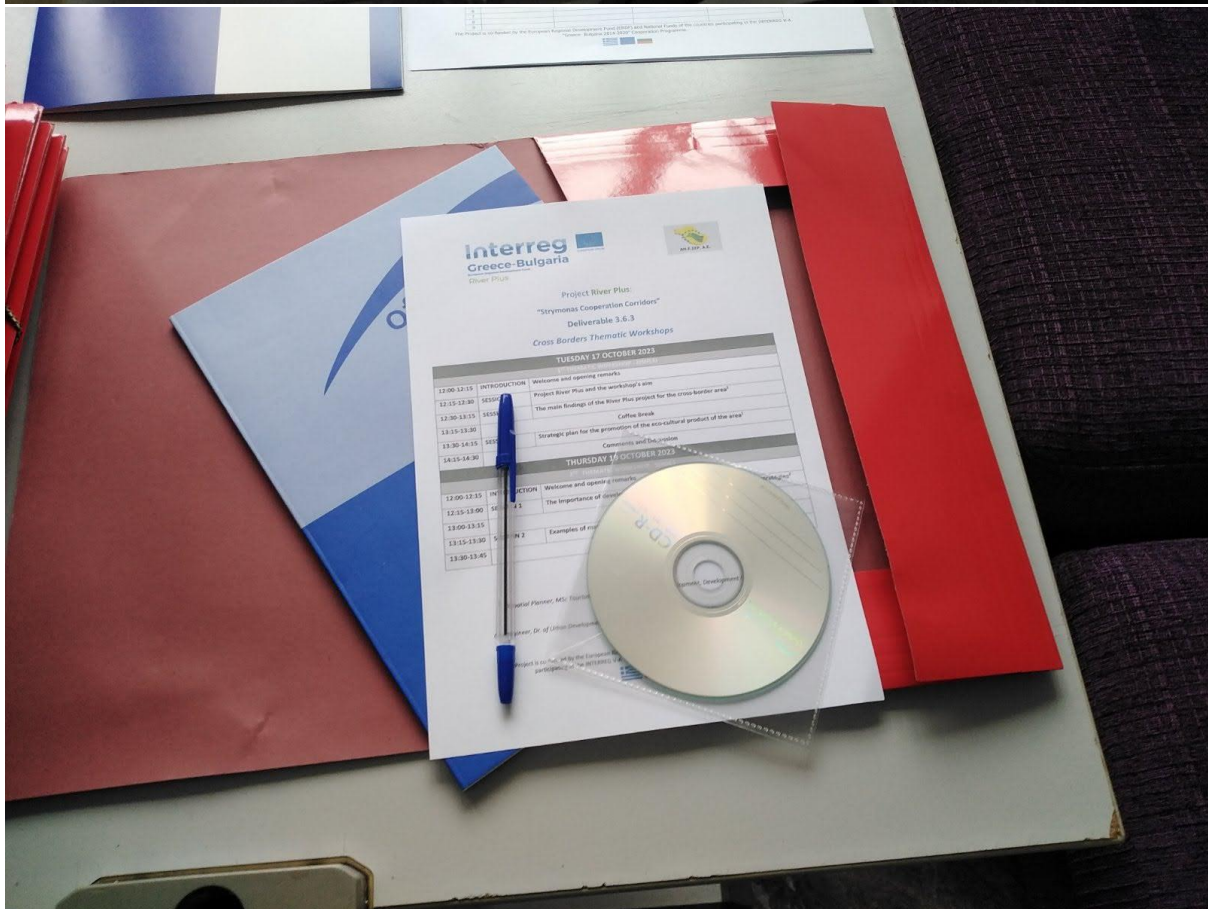
Video 2:

Presentation of the Branding Plan for Bologna
(Fondazione Innovazione Urbana, 3:32')
https://www.youtube.com/watch?v=5_PNqvP1s5o



Thank you for your attention!

5. Φάκελος



6. Παρουσιολόγια

Project River Plus:

"Strymonas Cooperation Corridors"

Deliverable 3.6.3

Cross Borders Thematic Workshops

Participants List

Location: Community Center "St. Kliment Ohridski - 1922", Simitli / Day: 17/10/2023

	Name	Phone Number	Email	Signature
1	Emenka Valentinova	0898665289	menaric@abv.bg	
2	Totibova-Suenderova	0882444803	tania.suenderova@abv.bg	
3	Ивонка Копарова	0882444805	p-ke@abv.bg	
4	Росен Петров	0888787388	zkelich@abv.bg	
5	Гертана Иванова	0898778675	i@abv.bg	
6	Александра Савова	0884111337	ivaila@abv.bg	
7	Елена Петрова	0882444818	elinda.petrova@abv.bg	
8	Гертана Копарова	0882444803	gertanako@abv.bg	
9	Ивонка Копарова	088853006	ivankoparova@abv.bg	

The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and National Funds of the countries participating in the INTERREG V-A "Greece- Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme.

10	Γαβριήλ Παπαδόπουλος	0882444837	Γαβριήλ Παπαδόπουλος	Γαβριήλ Παπαδόπουλος
11	Διονύσιος Παπαδόπουλος	0882444848	Διονύσιος Παπαδόπουλος	Διονύσιος Παπαδόπουλος
12	Σταμάτης Παπαδόπουλος	0876513962	Σταμάτης Παπαδόπουλος	Σταμάτης Παπαδόπουλος
13	Αλέξανδρος Παπαδόπουλος	0882444826	Αλέξανδρος Παπαδόπουλος	Αλέξανδρος Παπαδόπουλος
14	Νικόλαος Παπαδόπουλος	0898132232	Νικόλαος Παπαδόπουλος	Νικόλαος Παπαδόπουλος
15	Χρήστος Παπαδόπουλος	0882444804	Χρήστος Παπαδόπουλος	Χρήστος Παπαδόπουλος
16	Γεώργιος Παπαδόπουλος	0885152706	Γεώργιος Παπαδόπουλος	Γεώργιος Παπαδόπουλος
17	Νικόλαος Παπαδόπουλος	999892350511	Νικόλαος Παπαδόπουλος	Νικόλαος Παπαδόπουλος
18	Βασίλειος Παπαδόπουλος	0882444855	Βασίλειος Παπαδόπουλος	Βασίλειος Παπαδόπουλος
19	Ανδρέας Παπαδόπουλος	0894539095	Ανδρέας Παπαδόπουλος	Ανδρέας Παπαδόπουλος
20	Βασίλειος Παπαδόπουλος	0882444849	Βασίλειος Παπαδόπουλος	Βασίλειος Παπαδόπουλος



The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and National Funds of the countries participating in the INTERREG V-A "Greece- Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme.



Project River Plus:

“Strymonas Cooperation Corridors”

Deliverable 3.6.3

Cross Borders Thematic Workshops

Participants List

Location: **Municipal Enterprise of Serres Hall, Serres / Day: 19/10/23...**

	Name	Phone Number	Email	Signature
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				

The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and National Funds of the countries participating in the INTERREG V-A “Greece- Bulgaria 2014-2020” Cooperation Programme.

10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					



The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and National Funds of the countries participating in the INTERREG V-A "Greece- Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme.



7. Ενδεικτικές Φωτογραφίες







THE METHODOLOGICAL

Analysis of Eco-Cultural Resources

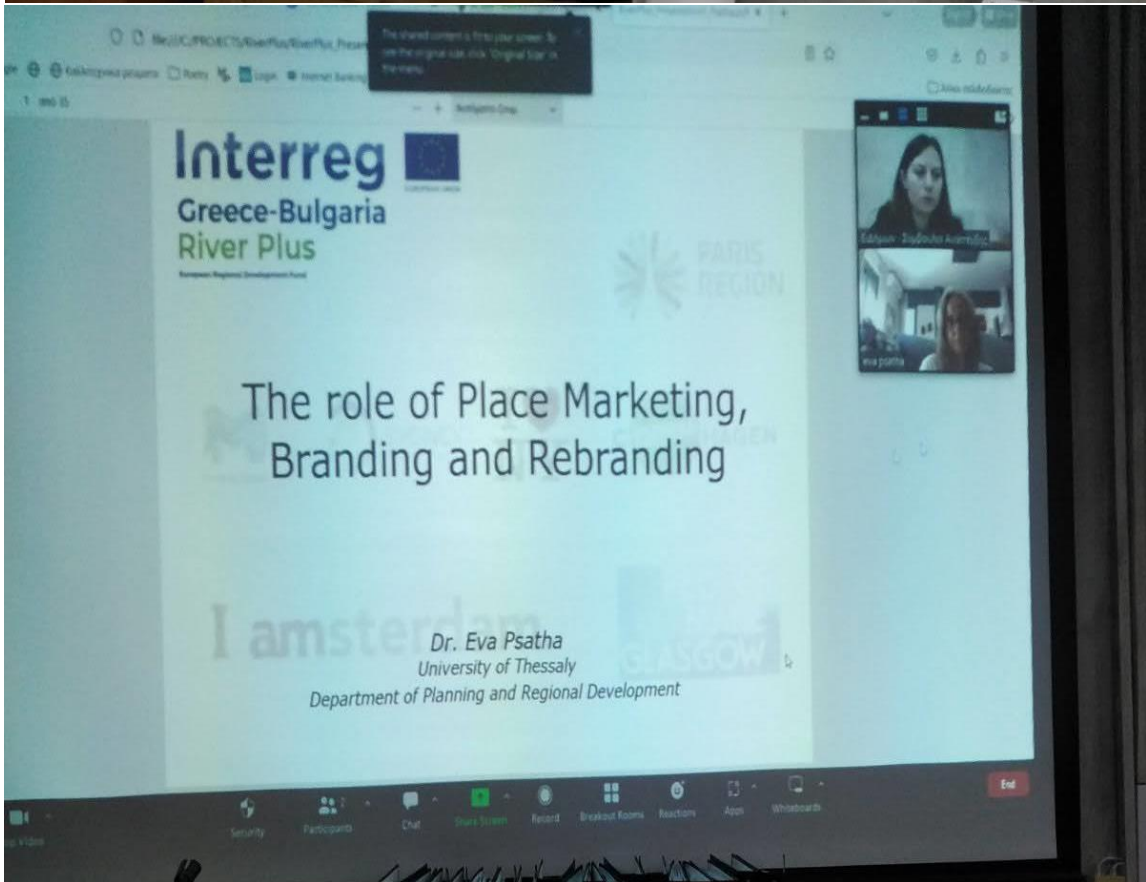
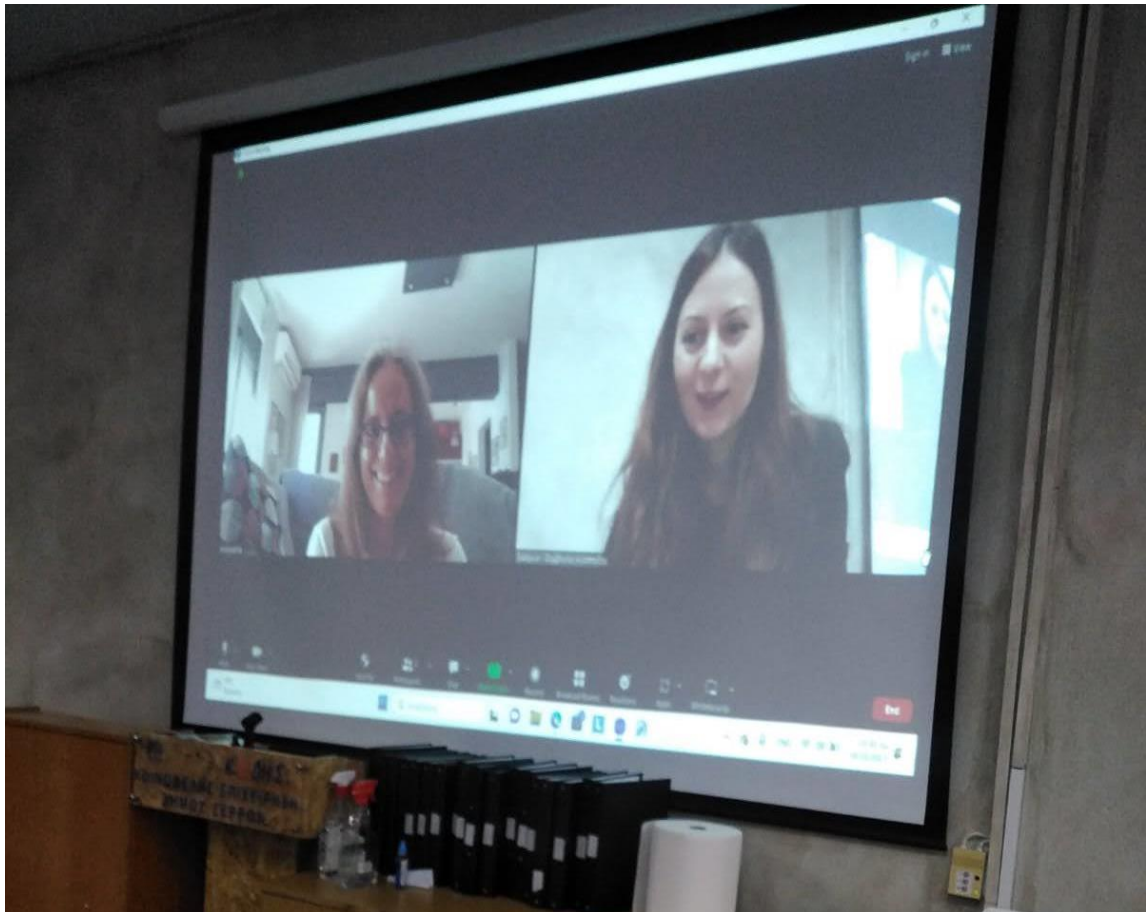
In this research, eco-cultural resources were divided into 2

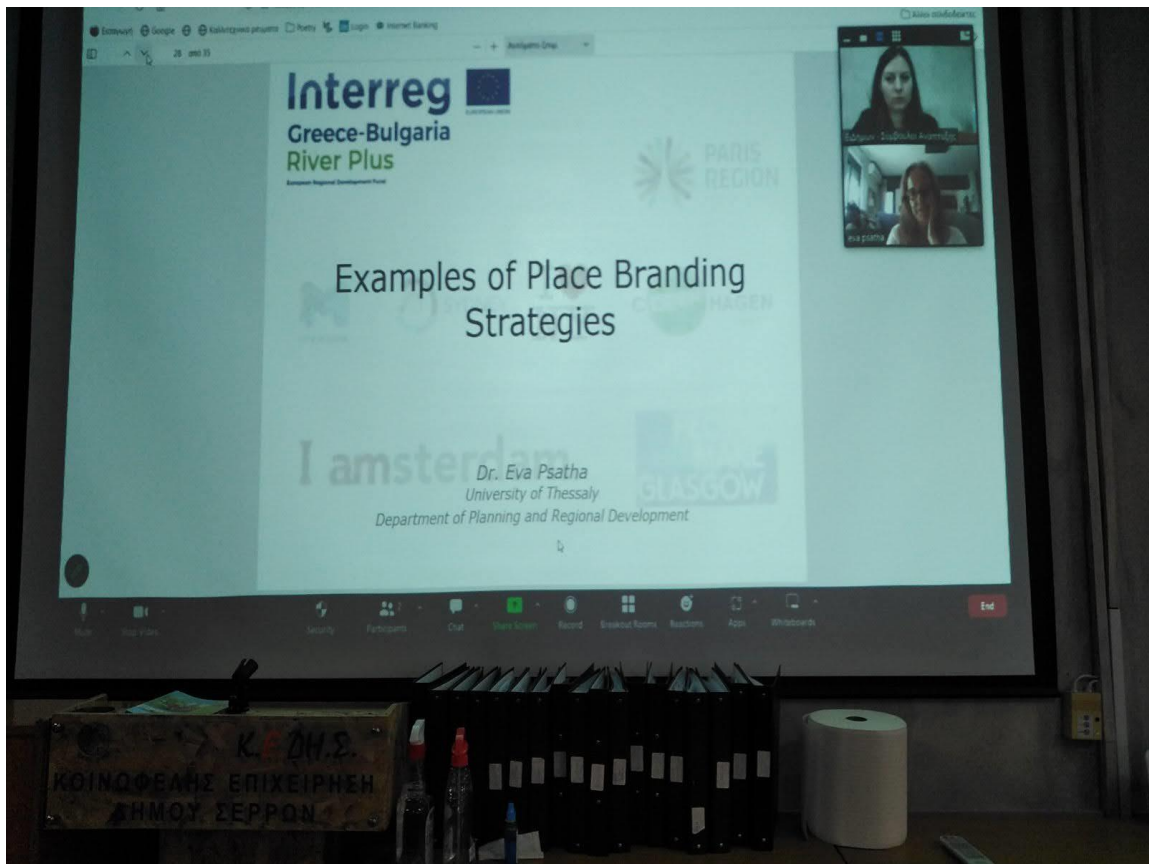
01
Natural Resources
Resources of natural
environment

02
Tangible Cultural Heritage
Refers to everything that we can
touch and we can perceive clearly
sites, buildings, archaeological sites,
cultural landscapes, cultural objects,
collections and museums









8. Ερωτηματολόγια

River Plus: Thematic workshops evaluation

Evaluation questionnaire

Important!

The information provided is strictly confidential and will be used exclusively for research purposes.

1. Program Evaluation

1. To what extent did the program subject meet your expectations (1<5).

Mark only one oval.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

2. Program content

Mark only one oval.

- ☐ very good
- ☐ good
- ☐ satisfying
- ☐ sufficient
- ☐ insufficient

3. Organization of the program in relation to the quality of the services provided (venue, catering, etc.)

Mark only one oval.

- ☐ very good
- ☐ good
- ☐ satisfying
- ☐ sufficient
- ☐ insufficient

4. Degree of usefulness of the training

Mark only one oval.

- ☐ very good
- ☐ good
- ☐ satisfying
- ☐ sufficient
- ☐ insufficient

5. Method of program implementation (exercises, tools, presentations)

Mark only one oval.

- ☐ very good
- ☐ good
- ☐ satisfying
- ☐ sufficient
- ☐ insufficient

2. Speakers' Evaluation

6. Object knowledge

Mark only one oval.

- ☐ very good
- ☐ good
- ☐ satisfying
- ☐ sufficient
- ☐ insufficient

7. Maintaining interest

Mark only one oval.

- ☐ very good
- ☐ good
- ☐ satisfying
- ☐ sufficient
- ☐ insufficient

8. Degree of new knowledge included in the training

Mark only one oval.

- ☐ very good
- ☐ good
- ☐ satisfying
- ☐ sufficient
- ☐ insufficient

9. Effectiveness of training methods and techniques

Mark only one oval.

- ☐ very good
- ☐ good
- ☐ satisfying
- ☐ sufficient
- ☐ insufficient

10. Quality of teaching materials

Mark only one oval.

- ☐ very good
- ☐ good
- ☐ satisfying
- ☐ sufficient
- ☐ insufficient

3. Evaluation of the overall experience

11. Would you recommend this course to others?

Mark only one oval.

- ☐ Yes
- ☐ No

12. Why would/wouldn't you recommend it?
