

Interreg

Greece-Bulgaria

MarCh 

European Regional Development Fund



Μετατροπέας της Αγοράς
Market Changer

MarCh Project

Ανάπτυξη Στρατηγικών για τις Τοπικές Επιχειρήσεις
Developing Local Business Strategies



Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020".

The Project is co-funded by the European Regional Development Fund and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme.





Εταιρία Διεθνικής
Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης
Agency for Transnational
Training and Development



Κέντρο Ανάπτυξης
Ελληνικού Εμπορίου και
Επιχειρηματικότητας
Center of Hellenic Commerce
and Entrepreneurship
Development



Ομοσπονδία
Εμπορίου και
Επιχειρηματικότητας
Θράκης

Federation of Commerce
and Entrepreneurship of
Thrace



Περιφερειακή Βιομηχανική
Ένωση - Kardzhali
Regional Industrial
Association - Kardzhali

Το περιεχόμενο αυτής της μπροσούρας είναι αποκλειστική ευθύνη της Εταιρίας Διεθνικής Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης (TRANSCOOP) και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αντικατοπτρίζει τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, των συμμετεχουσών χωρών, της Διαχειριστικής Αρχής και της Κοινής Γραμματείας.

The contents of this brochure are sole responsibility of the Agency for Transnational Training and Development 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.

Περιεχόμενα

Πρόλογος	4
Το Έργο “Μετατροπέας της Αγοράς” (Market Changer) - «March» - Οι Στόχοι	5
Τα Πακέτα Εργασίας	7
Ο Προϋπολογισμός & Η Χρηματοδότηση	10
Οι Δικαιούχοι του Έργου	12
Η Περιοχή του Έργου	17
Τα Κύρια Αποτελέσματα του Έργου	18
Αποτελέσματα Μελετών - Ερευνών του March	18
Σχέδια Ανάπτυξης της Περιοχής του Έργου και της Τοπικής Επιχειρηματικότητας	22
Τα Ψηφιακά Εργαλεία που Αναπτύχθηκαν	26
Η Δημιουργία των Δομών Στήριξης της Επιχειρηματικότητας (Business Supporting Structures - BuSSes) και η Πιλοτική Λειτουργία τους	28
Τα Σεμινάρια Κατάρτισης σε Σημαντικά Θέματα	30
Το Διασυνοριακό Εργαστήριο	31
Επικοινωνία - Διάδοση του Έργου	32

Contents

4	Preface
5	The “Market Changer” - “March” Project - The Objectives
9	The Work Packages
10	The Budget & The Funding
14	The Project Beneficiaries
17	The Project Area
20	The Main Project Results
20	Results of Studies - Researches of March
24	Development Plans for the Project Area and the Local Entrepreneurship
27	The Project Digital Tools Deployed
29	The Creation of the Business Supporting Structures - BuSSes and their Pilot Operation
30	The training seminars on “hot issues”
31	The Cross Border Lab
33	Communication - Dissemination of the Project

Πρόλογος

Σε χώρες και οικονομίες που κυριαρχούν οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις η αντιμετώπιση των προκλήσεων που έφερε η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας με τους νέους τρόπους παραγωγής προϊόντων και τα διεθνοποιημένα δίκτυα διανομής ήταν πρακτικά πολύ δύσκολη. Η αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων και η χάραξη στρατηγικών για την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού από τις πολυεθνικές εμπορικές αλυσίδες δεν θα μπορούσε να γίνει από επιχειρήσεις που καθημερινά βρίσκονται αντιμέτωπες με το φάσμα της επιβίωσης τους.

Όχι τυχαίο, έτσι, το γεγονός ότι πολλές επιχειρήσεις με τοπική εμβέλεια αναγκάστηκαν να κλείσουν ή στην καλύτερη περίπτωση είδαν τον κύκλο εργασιών τους να συρρικνώνεται, στερώντας τις περιοχές τους από οικονομική δραστηριότητα, θέσεις απασχόλησης και εισοδήματα.

Επειδή παρόλη την ανισότητα των όρων του ανταγωνισμού οι τοπικές επιχειρήσεις συνεχίζουν να διαθέτουν αναξιοποίητα συγκριτικά πλεονεκτήματα, επιβάλλεται οι συλλογικοί επιχειρηματικοί φορείς να αναλάβουν τον ρόλο της καθοδήγησης των επιχειρήσεων - μελών τους στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας τους. Προσδιορισμός πλεονεκτημάτων, διαμόρφωση αναπτυξιακού οράματος, χάραξη και εφαρμογή στρατηγικών είναι κάποιοι από τους άξονες στους οποίους μπορούν να ενεργοποιηθούν για να υποστηρίξουν τις επιχειρήσεις τους.

Η αναθεώρηση των ευρωπαϊκών πολιτικών αυτή την περίοδο, ως συνέπεια για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής, επιβάλλει την παραπάνω ενεργοποίηση των συλλογικών φορέων με ακόμη μεγαλύτερη ένταση από ότι πριν. Νέος αναπτυξιακός σχεδιασμός είναι αναγκαίος όπως και επαναπροσδιορισμός της επιχειρηματικής δράσης στο νέο πλαίσιο των υπό διαμόρφωση πολιτικών.

Η χάραξη νέων πολιτικών για την επιχειρηματική δράση αποτελεί ευκαιρία για τους συλλογικούς φορείς επιχειρηματικότητας να αναδείξουν τον ουσιαστικό τους ρόλο, ενώ η καθοδήγηση των επιχειρήσεων στο νέο πλαίσιο των ευρωπαϊκών πολιτικών συνιστά αναγκαιότητα για την βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας τους.

Στην κατεύθυνση αυτή αποσκοπεί η υλοποίηση του έργου MarCh - Market Changer (Μετατροπές της Αγοράς) που υλοποιείται στα πλαίσια του Προγράμματος Συνεργασίας INTERREG V Ελλάδα - Βουλγαρία 2014 - 2020.

Σάκης Καραμόσχος
Διαχειριστής TRANSCOOP
Συντονιστής MarCh

Preface

In countries and economies dominated by small and very small businesses, tackling the challenges brought by the globalization of the economy, with the new production patterns and the internationalized distribution networks was practically very difficult. Exploiting the advantages of the local businesses and devising strategies to coping with the competition from multinational retail chains could not be done by businesses being daily confronted with the specter of survival.

Hence, not a coincidence that many businesses with a local reach were forced to close down or saw at best their turnover shrinking, depriving their areas of economic activity, jobs and incomes.

Beyond the unequal terms of competition, as local businesses continue to have untapped comparative advantages, it is imperative for the collective bodies of entrepreneurship to take on the role of guiding their members - businesses in strengthening their competitiveness. Identifying advantages, formulating a development visions, drawing up and implementing strategies are some of the axes in which they can take action to support their businesses.

The revision of the European policies this period, as a consequence of dealing with the climate change, requires the above activation of the collective bodies with even greater intensity than before. New development planning is necessary as well as reshaping the business action in the new context of the policies being designed.

The drawing up of new policies for the business action is an opportunity for the collective bodies of entrepreneurship to highlight their essential role, while the guidance of the businesses in the new framework of the European policies is a necessity for the viability of the businesses and the strengthening of their competitiveness.

This is the aim of the realization of the MarCh - Market Changer project, implemented in the framework of the INTERREG V Cooperation Program Greece - Bulgaria 2014 - 2020.

Sakis Karamoschos
Director of TRANSCOOP
Coordinator of MarCh

Το Έργο “Μετατροπéας της Αγοράς” (Market Changer) - «March» - Οι Στόχοι

Οι επιχειρήσεις ιδιαίτερα στην περιφέρεια της ΕΕ έχουν επηρεαστεί σοβαρά από την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας τα τελευταία 20 χρόνια, καθώς το παγκόσμιο λιανικό εμπόριο έχει συγκεντρωθεί σε μικρό αριθμό πολυεθνικών αλυσίδων, ενώ οι τοπικές οικονομίες υφίστανται τις συνέπειες από την διείσδυση των πολυεθνικών επιχειρήσεων στις αγορές τους.

Ως αποτέλεσμα, οι τοπικές επιχειρήσεις έχουν χάσει σημαντικά μερίδια της αγοράς, ολόκληρες αλυσίδες εφοδιασμού κατέρρευσαν, ενώ ο τοπικός παραγωγικός και οικονομικός ιστός έχει διαρραγεί.

Ειδικά σε απομακρυσμένες και λιγότερο ανταγωνιστικές περιοχές, όπως οι δύο περιοχές που συμμετέχουν στον έργο MarCh (περιοχή Θράκης στην Ελλάδα και Διοικητική Ενότητα Kardzhali στη Βουλγαρία), η συγκεκριμένη εξέλιξη είχε ιδιαίτερα σημαντικές επιπτώσεις. Κλείσιμο επιχειρήσεων, μείωση των εισοδημάτων του τοπικού πληθυσμού, υψηλά ποσοστά ανεργίας, μετανάστευση ειδικευμένου εργατικού δυναμικού και οικονομική κρίση είναι κάποια από τα αποτελέσματα αυτού του φαινομένου.

Παρόλα αυτά ωστόσο, οι τοπικές επιχειρήσεις διαθέτουν μια σειρά από συγκριτικά πλεονεκτήματα, όπως π.χ. μακροχρόνια παρουσία στην τοπική αγορά, εγγύτητα και σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες, μαζί με μια σειρά άλλα χαρακτηριστικά (ποιότητα προϊόντος, χαμηλή τιμή κ.λπ.), που εφόσον αξιοποιηθούν κατάλληλα μπορούν να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους και να υποστηρίξουν την βιωσιμότητά τους.

Το MarCh λαμβάνοντας υπόψη την αδυναμία των τοπικών επιχειρήσεων να ανταγωνιστούν τις πολυεθνικές αλυσίδες και την αύξηση του διεθνούς ανταγωνισμού, χαράσσει αναπτυξιακές στρατηγικές για τους τομείς παρέμβασής του, προβλέπει δράσεις για την ενδυνάμωση των τοπικών Επιχειρηματικών Συλλογικών Φορέων, ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν αποτελεσματικά στο θεσμικό τους ρόλο, υποστηρίζοντας τις επιχειρήσεις - μέλη τους - για την αντιμετώπιση των τρεχουσών προκλήσεων και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους.

Το έργο MarCh υλοποιείται στις περιοχές της Θράκης (Περιφερειακές Ενότητες Ξάνθης, Ροδόπης και Έβρου) στην Ελλάδα και στην διοικητική ενότητα του Kardzhali στην Βουλγαρία.

The “Market Changer” - “March” Project - The Objectives

Businesses, especially in the EU periphery, have been severely affected by the globalization of the economy over the past 20 years, as the global retail trade has become concentrated in a small number of multinational chains, while local economies suffer the consequences of the penetration of multinationals into the local markets.

As a result, local businesses have lost significant market shares, entire supply chains have collapsed, and the local productive and economic fabric has been disrupted.

Especially in remote and less competitive areas, such as the two regions participating in the MarCh project (Thrace region in Greece and Kardzhali Administrative Unit in Bulgaria), this development had particularly significant effects. Business closures, shrinkage of the incomes of the local population, high unemployment rates, migration of skilled labor force and economic crisis are some of the results of this phenomenon.

Despite this, however, local businesses have a number of comparative advantages, such as e.g. their long presence in the local market, proximity and trustful relationships with the customers, along with a number of other characteristics (product quality, low pricing, etc.), which, if properly deployed, can boost their competitiveness and support their sustainability.

MarCh, taking into account the inability of local businesses to compete with the multinational chains and the increase of the international competition, draws up development strategies, foresees actions to strengthening the local Collective Business Bodies in the areas of its implementation, so as for them to become able to effectively respond to their institutional role, in supporting the businesses - members of theirs- to coping with the current challenges and strengthening their competitiveness.

The MarCh project is implemented in the areas of Thrace (Regional Units of Xanthi, Rhodope and Evros) in Greece and in the administrative unit of Kardzhali in Bulgaria.



Τα Πακέτα Εργασίας

Τα πακέτα εργασίας (ΠΕ) του έργου είναι:

ΠΕ 1 Διαχείριση & Συντονισμός Έργου

Το Πακέτο αυτό περιλαμβάνει δράσεις διαχείρισης και συντονισμού, απαραίτητες για την υλοποίηση του έργου:

- Δημιουργία Δομών Διαχείρισης Εταίρων
- Συντονιστικές Διασυννοριακές Συναντήσεις
- Συνεχής αξιολόγηση
- Πρωτοβάθμιοι έλεγχοι

ΠΕ 2 Επικοινωνία & Διάχυση

Το Πακέτο αυτό περιλαμβάνει δράσεις δημοσιότητας, όπως τη δημιουργία της ιστοσελίδας του έργου, την παραγωγή υλικού διάδοσης, ημερίδες και σεμινάρια για τη διάδοση των στόχων και των αποτελεσμάτων του έργου:

- Οδηγός Επικοινωνίας
- Ιστοσελίδα και λογότυπο
- Παραγωγή Υλικού Διάδοσης
- Συνέδρια Έναρξης και Λήξης έργου
- Τοπικά Σεμινάρια Ευαισθητοποίησης

ΠΕ 3 Ανάπτυξη Στρατηγικών

Το Πακέτο αυτό περιλαμβάνει μελέτες και έρευνες των περιοχών του έργου, της τοπικής αγοράς και των επιχειρήσεων, τον προσδιορισμό αδυναμιών και ευκαιριών καθώς και την διαμόρφωση προτάσεων στρατηγικής για παρεμβάσεις:

- Καταγραφή υφιστάμενης κατάστασης περιοχής
- Εκπόνηση οράματος και στρατηγικών με τοπικούς φορείς
- Επικοινωνία Οράματος και Στρατηγικών στις Τοπικές Κοινότητες
- Έρευνα σε Επιχειρήσεις
- Σύνθεση Αποτελεσμάτων και Προσδιορισμός αξόνων παρέμβασης

ΠΕ 4 Δημιουργία δομών υποστήριξης επιχειρηματικότητας (BuSSes)

Το Πακέτο αυτό περιλαμβάνει την δημιουργία δομών υποστήριξης της επιχειρηματικότητας (Business Supporting Structures - BuSSes) και την ανάπτυξη ψηφιακών εργαλείων για την διευκόλυνση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος:

- Εκπόνηση επιχειρησιακού σχεδίου για BuSSes
- Λειτουργία των BuSSes
- Ψηφιακή Βάση Δεδομένων για εύρεση επαγγελματιών
- Ψηφιακή πλατφόρμα αγοράς εργασίας
- Ψηφιακή πλατφόρμα προβολής επιχειρήσεων

ΠΕ 5 Πιλοτική εφαρμογή

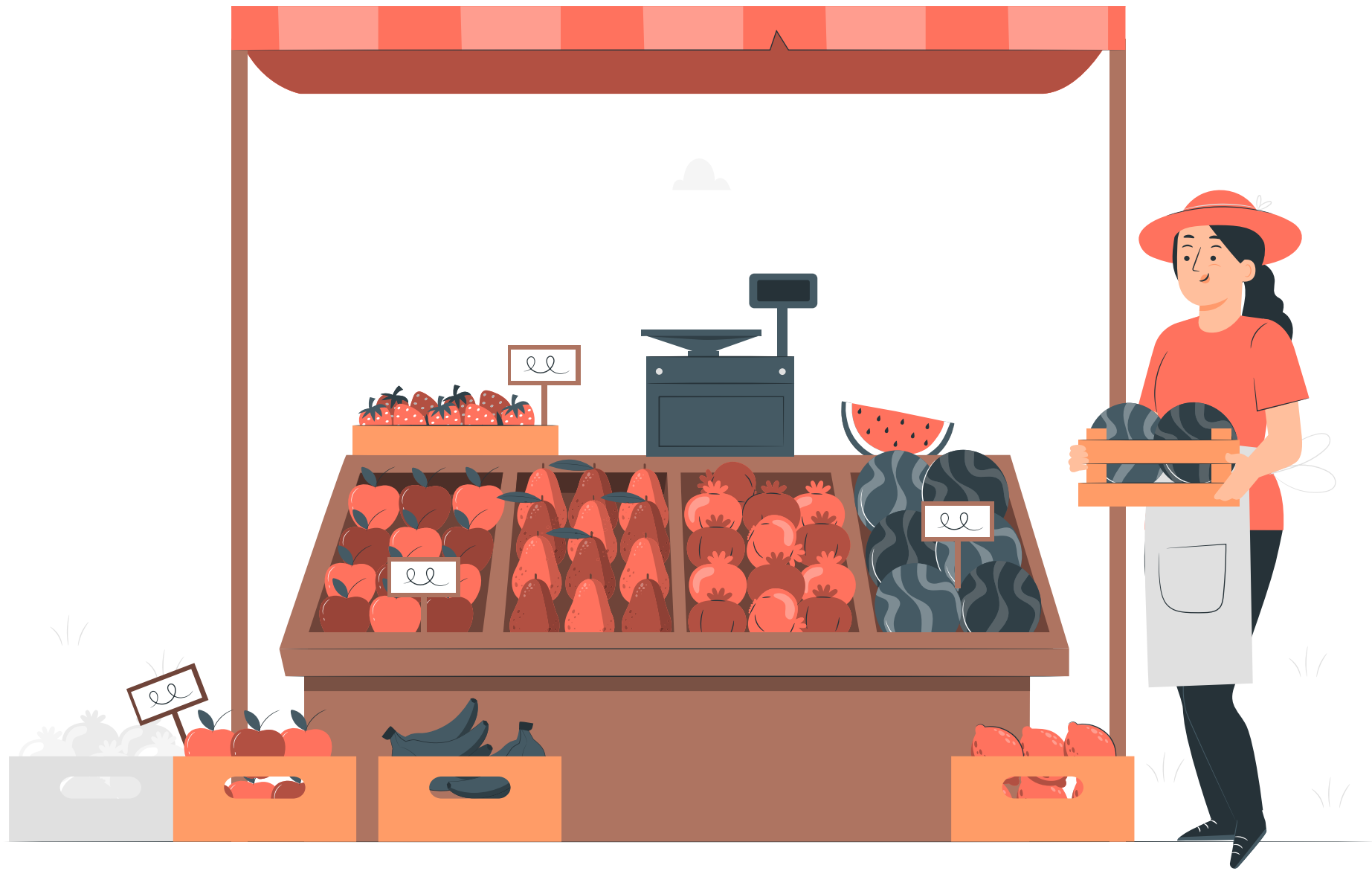
Το Πακέτο αυτό περιλαμβάνει την πιλοτική εφαρμογή του έργου με την υποστήριξη των τοπικών επιχειρήσεων:

- Διάγνωση δυνατών και αδύνατων σημείων σε 2*50 επιχειρήσεις
- Σχεδιασμός και παρακολούθηση επιχειρηματικών σχεδίων σε 2*20 επιχειρήσεις
- Συμβουλευτική σε 2* 60 επιχειρηματίες
- Οριζόντια Υποστήριξη: Κατάρτιση στελεχιακού δυναμικού
- Ενέργειες δικτύωσης (διασυννοριακές συναντήσεις B2B)

ΠΕ 6 Αξιοποίηση Αποτελεσμάτων - Διασφάλιση Βιωσιμότητας

Αυτό το πακέτο εργασίας αναφέρεται στην αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της πιλοτικής εφαρμογής, στην σύνταξη σχεδίων για μελλοντική λειτουργία των δομών υποστήριξης της επιχειρηματικότητας - BuSSes, στη δημιουργία διασυννοριακής δομής:

- Εκθέσεις αξιολόγησης πιλοτικής λειτουργίας BuSSes
- Διασυννοριακό εργαστήριο για την αξιοποίηση των αποτελεσμάτων και τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας
- Σύνταξη Επιχειρηματικών Σχεδίων για μελλοντική λειτουργία των BuSSes
- Δημιουργία διασυννοριακής δομής για την παρακολούθηση των BuSSes



The Work Packages

The Project Work Packages (WP):

WP 1

Project Management & Coordination

This work package includes management and coordination activities, necessary for the project implementation:

- Establishing Partners' Management Structures
- CB Coordination Meetings
- Ongoing evaluation
- First Level Control

WP 2

Communication & Dissemination

The work package includes the publicity actions, such as the creation of the project website, the publication of dissemination material, conferences and seminars to disseminate the project's goals and results:

- Communication Guide
- Web site and Logo
- Dissemination Material: Flyers, Brochures and usb sticks
- Kick off and Closing Conferences
- Local Awareness Raising Seminars

WP 3

Developing Strategies

This work package includes studies and surveys on the project areas, the local markets and businesses, the identification of weaknesses and opportunities as well as the design of proposals for strategic interventions:

- Mapping Areas
- Elaborating Vision and Strategies with Local Stakeholders
- Communicating Vision and Strategies to Local Communities
- Semi Structured Survey to Businesses
- Synthesis of Results and Definition on Intervention Axes

WP 4

Devising Business Support Structures' (BuSSes) Infrastructure

The work package includes the creation of support structures for entrepreneurship along with the development of digital tools to facilitate the business environment

- Action Plans for BuSSes
- Operating BuSSes
- Digital Data Base for Branch Professionals
- Labor market digital platform
- Digital market place with business' assessment tool

WP 5

Pilot Application

Work package 5 encompasses the pilot application of the project for the support of local businesses:

- Strengths' Weaknesses' Diagnoses for 2*50 enterprises
- Designing and Coaching Business Plans for 2*20 businesses
- Counselling to 2*60 entrepreneurs
- Horizontal Support - Seminars
- Networking actions (plenary and B2B sessions)

WP 6

Valorizing Results - Securing Sustainability

The present work package refers to the evaluation of the results of the pilot application, the preparation of plans for the future operation of the entrepreneurship supporting structures - BuSSes, the creation of a cross-border structure:

- Assessment reports on pilot application of BuSSes
- Cross Border Lab on valorizing results and improving performane
- Compiling Business Plans for BuSSes for the next 3 years
- Setting up Cross Border structure for Monitoring BuSSes

Ο Προϋπολογισμός & Η Χρηματοδότηση

Το Έργο «Μετατροπές της Αγοράς» (Market Changer) – March, (MIS 5070788) εντάσσεται στο Πρόγραμμα Συνεργασίας INTERREG V-A GREECE - BULGARIA 2014-2020. Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”.

Προϋπολογισμός έργου:

€ 678.708,77

Περίοδος εφαρμογής:

13.04.2021 - 30.11.2023

The Budget & The Funding

The Market Changer – March project (MIS 5070788) is part of the Cooperation Programme INTERREG V-A GREECE - BULGARIA 2014-2020. The Project is co-funded by the European Regional Development Fund and with national resources of the countries participating in the Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020” Cooperation Programme.

Project budget:

€ 678.708,77

Period of implementation:

13.04.2021 - 30.11.2023





Οι Δικαιούχοι του Έργου

Επικεφαλής Δικαιούχος

- Εταιρία Διεθνικής Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης (TRANSCOOP) / GR

Δικαιούχοι του Έργου

- Κέντρο Ανάπτυξης Ελληνικού Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΚΑΕΛΕ) / GR
- Ομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας Θράκης / GR
- Περιφερειακή Ένωση Βιομηχανιών - Kardzhali (RIA Kardzhali) / BG

Όλοι οι Δικαιούχοι του Έργου σχετίζονται άμεσα με τις δράσεις του έργου με συμπληρωματικούς ρόλους ο καθένας.

Ο επικεφαλής Δικαιούχος, TRANSCOOP, είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που ειδικεύεται στο σχεδιασμό προγραμμάτων/έργων, στη διαχείριση έργων, στους τομείς της τοπικής ανάπτυξης και της ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού. Η TRANSCOOP, που ιδρύθηκε το 1994 από Έλληνες και Γερμανούς εταίρους, διαθέτει σημαντική εμπειρία στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και σε παρεμβάσεις για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, έχοντας συνεργαστεί με πολλούς φορείς της ΕΕ, εθνικούς και τοπικούς, επιχειρήσεις και δημόσιους φορείς σε επίπεδο ΕΕ, χώρας και τοπικά. Η εμπειρία του επικεφαλής Δικαιούχου καλύπτει τόσο τη διαχείριση διακρατικών έργων όσο και την υλοποίηση συγκεκριμένων δράσεων (μελέτες, χωρικά - αναπτυξιακά σχέδια, ψηφιακά εργαλεία, έρευνες, αναλύσεις αναγκών, εκπαίδευση). Η TRANSCOOP διαθέτει σημαντική εμπειρία στην Περιφέρεια Μακεδονίας και Θράκης (ΠΑΜΘ), έχοντας πραγματοποιήσει ανάλυση της περιφερειακής αγοράς εργασίας, έρευνες για τις ανάγκες Ανθρώπινου Δυναμικού των επιχειρήσεων της περιοχής, μελέτες εδαφικής ανάπτυξης, συμμετείχε σε έργα με τοπικούς επιχειρηματικούς φορείς, ερευνητικά ιδρύματα και επιχειρήσεις μεταξύ άλλων στην ΠΑΜΘ και στην Βουλγαρία.

Το Κέντρο Ανάπτυξης Ελληνικού Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΚΑΕΛΕ), που ιδρύθηκε το 1995, υπάγεται στην ΕΣΕΕ (Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου & Επιχειρηματικότητας), μια από τις μεγαλύτερες εργοδοτικές οργανώσεις και κοινωνικό εταίρο στην Ελλάδα καθώς και μέλος της Οικονομικής και Κοινωνικής Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Το ΚΑΕΛΕ είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός πιστοποιημένος από τον Εθνικό

Οργανισμό Πιστοποίησης Προσόντων & Επαγγελματικού Προσανατολισμού ως Κέντρο Δια Βίου Μάθησης Επιπέδου 2, ως ο φορέας ανάπτυξης και κατάρτισης της ΕΣΕΕ, καλύπτοντας ανάγκες βελτίωσης και ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας. Είναι πανελλαδικής εμβέλειας, με έδρα την Αθήνα & γραφεία και σε άλλες περιοχές. Το ΚΑΕΛΕ σχεδιάζει επαγγελματικά προφίλ, υλοποιεί δράσεις εκπαίδευσης και ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού για τη βελτίωση των δεξιοτήτων του προσωπικού των επιχειρήσεων, ανταποκρινόμενο στις ανάγκες της αγοράς.

Η Ομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας Θράκης, είναι ένας μη κερδοσκοπικός Δευτεροβάθμιος Επαγγελματικός Οργανισμός - Ομοσπονδία, μία από τις 14 ομοσπονδίες της Ελλάδας. Έδρα της είναι η Κομοτηνή με υποκατάστημα στην Αλεξανδρούπολη. Η Ομοσπονδία ορίζει εκπρόσωπο στα διοικητικά συμβούλια της ΕΣΕΕ & ΚΑΕΛΕ. Η ΟΕΕΘ συμβάλλει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στη Θράκη, διοργανώνει το Οικονομικό Φόρουμ Θράκης, εκδηλώσεις για την υποστήριξη επενδύσεων κ.λπ.

Η Περιφερειακή Ένωση Βιομηχανιών- Kardzhali, είναι μια σημαντική εργοδοτική ένωση της περιοχής του Kardzhali και εκπροσωπεί τα συμφέροντα των επιχειρήσεων σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο. Η RIA Kardzhali πραγματοποιεί έρευνες & αναλύσεις για την επιχειρηματικότητα, υλοποιεί δράσεις για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας (κατάρτιση, επανεκπαίδευση προσωπικού κ.λπ.), παρέχει υποστήριξη σε επιχειρήσεις (επιχειρηματικές & εμπορικές συμφωνίες, δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας - πατέντες κ.λπ.), ενισχύει την εξωστρέφεια των τοπικών επιχειρήσεων (μέσω εταιρικών σχέσεων, διακρατικών έργων κ.λπ.).



Πληροφορίες

Εταιρία Διεθνικής Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης (TRANSCOOP)

Αλ. Μιχαηλίδη 17, Πανόραμα
Θεσσαλονίκης, 55236
Τηλ: +30 2311241823
Fax: +30 2311221696
Email: transcoop@transcoop.gr
Website: www.transcoop.gr

Η Ιστοσελίδα του Έργου:
<https://marchproject.eu>

The Project Beneficiaries

Lead Beneficiary

- Agency for Transnational Training and Development (TRANSCOOP) / GR

Project Beneficiaries

- Center of Hellenic Commerce and Entrepreneurship Development (KAELE) / GR
- Federation of Commerce and Entrepreneurship of Thrace / GR
- Regional Industrial Association – Kardzhali (RIA Kardzhali) / BG

All Project Beneficiaries are directly related to the project action with supplementing roles.

The LB, TRANSCOOP, is a non-profit organization specializing in program/project design and management, in the Local Development and the Human Resources sectors. TRANSCOOP, established in 1994 by Greek & German partners, provides sound experience in entrepreneurship & interventions to improving competitiveness, having cooperated with many EU, national and local professional associations, enterprises and public bodies at EU, national & local level. LB's experience covers both management of transnational projects and implementation of specific activities (studies, spatial development plans, digital tools, researches, needs' analyses, training). LB provides sound experience in the Region East Macedonia and Thrace (REMTH), having carried out the regional labor market analysis, researches on the Human Resources needs of the region's businesses, territorial development studies, been involved in projects with local entrepreneurial associations, research institutes & businesses.

The Center of Hellenic Commerce and Entrepreneurship Development (KAELE), established in 1995, is affiliated to ESEE (Hellenic Confederation of Commerce & Entrepreneurship), one of the major employers' organizations and social partner in Greece and a member of the EU Economic & Social Committee. KAELE is a non-profit organization certified by the National Organization for Certification of Qualifications & Vocational Guidance as a Level 2 Lifelong Learning Center, being the development & training body of ESEE, meeting needs to improving & developing entrepreneurship. It is of country wide range, with headquarters in Athens & branches in other areas. KAELE designs professional profiles, implements training & Human

Resources development actions to improving skills of businesses' staff in response to market needs.

The Federation of Commerce and Entrepreneurship of Thrace, is a non-profit second level Professional Organization - Federation, one of the 14 federations of Greece. Its seat is in Komotini with a branch in Alexandroupolis. The Federation appoints a delegate in the boards of ESEE & KAELE. It takes action to spreading new business, trading ideas and works with regional, national & EU institutions to implement projects. The Federation works for enhancing business competitiveness in Thrace, organizes the Economic Forum of Thrace, events to supporting investments etc.

The Regional Industrial Association – Kardzhali, is a major employers' Association of Kardzhali and represents the businesses' interests at local, regional, national & international level. RIA Kardzhali carries out researches & analyses on entrepreneurship, implements actions for competitiveness improvement (training, retraining of staff etc.), provides help to enterprises (business & trade deals, intellectual property rights – patents etc.), enhances the extroversion of local enterprises (via partnerships, transnational projects etc.).



Information

Agency for Transnational Training and Development (TRANSCOOP)

17, Al. Michailidi St., Panorama Thessaloniki, GR-55236

Tel: +30 2311241823

Fax: +30 2311221696

Email: transcoop@transcoop.gr

Website: www.transcoop.gr

The project website:

<https://marchproject.eu>

Η Περιοχή του Έργου

Το March υλοποιείται στην περιοχή της Θράκης (και στις 3 Περιφερειακές Ενότητες Έβρου, Ροδόπης & Ξάνθης) στην Ελλάδα και στην Επαρχία Kardzhali στη Βουλγαρία. Οι 2 περιοχές γειτνιάζουν, καθώς το Kardzhali γειτνιάζει με τις Περιφερειακές Ενότητες Ξάνθης, Ροδόπης & Έβρου στα Νότια & Ανατολικά. Και οι δύο περιοχές αντιμετωπίζουν κοινές προκλήσεις στον οικονομικό και στον επιχειρηματικό τομέα.

Η Θράκη ανήκει στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές της Ελλάδας και της ΕΕ, με υψηλό ποσοστό ανεργίας και χαμηλό εισόδημα. Η ανάλυση των χαρακτηριστικών για την Ανατολική Μακεδονία Θράκη στην RIS3, τονίζει τη χαμηλή ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων μαζί με την έλλειψη πρωτοβουλιών σε Έρευνα και Ανάπτυξη. Ειδικά οι επιχειρήσεις αγροδιατροφής ακολουθούν μια στρατηγική χαμηλού κόστους και όχι μια στρατηγική καινοτομίας. Επίσης, αναφέρεται απουσία ειδικευμένου Ανθρώπινου Δυναμικού για την Περιφέρεια, παρά τη λειτουργία Πανεπιστημίων στην περιοχή.

Η Αναπτυξιακή Στρατηγική της Επαρχίας Kardzhali 2014 - 2020 την κατατάσσει μεταξύ των λιγότερο ανεπτυγμένων στην Βουλγαρία & στην ΕΕ, καθώς χαρακτηρίζεται από ξεπερασμένους παραγωγικούς τομείς (μεταλλευτική βιομηχανία), μη ελκυστικότητα για νέες επενδύσεις, αναξιοποίητες δυνατότητες για τις επιχειρήσεις του αγροδιατροφικού τομέα. Ακόμη, η περιοχή έχει ανθρώπινο δυναμικό με ανεπαρκή προσόντα και λόγω της έλλειψης καθιερωμένων ακαδημαϊκών και ερευνητικών ιδρυμάτων στην Επαρχία, δίνεται πολύ μικρή έμφαση στην υποστήριξη της καινοτομίας και της Έρευνας και Ανάπτυξης.





The Project Area

March is implemented in the area of Thrace (in all 3 Regional Units of Evros, Rodopi & Xanthi) in Greece and in the District of Kardzhali in Bulgaria. The 2 areas are adjacent, as Kardzhali neighbors with the Regional Units of Xanthi, Rodopi & Evros to the South & East. Both areas face common challenges in the economic and the entrepreneurship sector.

Thrace belongs to the least developed areas of GR & EU, with high unemployment rate and low income. The analysis of the characteristics for the Eastern Macedonia Thrace in RIS3, emphasizes the low competitiveness of the businesses along with the lack of initiatives in R&D. Especially agro-food companies pursue a low-cost strategy rather than an innovation strategy. Absence of qualified Human Resources is reported for the Region, despite the operation of Universities in the area.

The Development Strategy for Kardzhali District 2014 - 2020 classifies it among the least developed in BG & EU, as it suffers from outdated production areas (mining industry), unattractiveness for new investments, untapped potential for agricultural industries. Yet, the area has insufficient qualified talents & due to the lack of established academic & research institutions in the District, there is very little emphasis on innovation & R&D support.

Τα Κύρια Αποτελέσματα του Έργου

Αποτελέσματα Μελετών – Ερευνών του March

Στο πλαίσιο του έργου March **εκπονήθηκαν μελέτες και έρευνες για την περιοχική εφαρμογή του έργου δηλαδή την περιοχή της Θράκης στην Ελλάδα και την περιοχή του Kardzhali στην Βουλγαρία**, ως εξής:

1. Μελέτη **«Περιγραφή Υφιστάμενης Κατάστασης»**
Η μελέτη αποσκοπούσε στον εντοπισμό των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων, των ευκαιριών και απειλών της περιοχής του έργου, τόσο ως περιοχής όσο και ως προς την τοπική επιχειρηματικότητα. Εξετάστηκε γενικότερα η επιχειρηματικότητα αλλά και ειδικότερα ο αγροδιατροφικός τομέας. Η μελέτη βασίστηκε σε στατιστικά στοιχεία και σε βιβλιογραφικές πηγές με εκτενή ανάλυση των θεμάτων της περιοχής ως τόπου ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας.
2. Επιτόπια έρευνα **«Έρευνα Επιχειρήσεων του Αγροδιατροφικού Τομέα»**
Η έρευνα αποσκοπούσε στην καταγραφή των ισχυρών και αδύνατων σημείων των επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα της περιοχής, ώστε οι παρεμβάσεις οι οποίες εκτελούνται στα πλαίσια του έργου στη συνέχεια να είναι στοχευμένες και να ανταποκρίνονται στις ανάγκες που διαπιστώνουν οι ίδιες οι επιχειρήσεις. Το δείγμα των επιχειρήσεων που χρησιμοποιήθηκε αφορούσε σε επιχειρήσεις μεταποίησης του αγροδιατροφικού τομέα της περιοχής.



Κύρια αποτελέσματα των παραπάνω μελετών ερευνών ανά περιοχή:

Στη Θράκη

Δυνατά Σημεία των Επιχειρήσεων της Θράκης

- Η προμήθεια τοπικών πρώτων υλών καθώς και, η εφαρμογή νέων σύγχρονων μεθόδων προμήθειας πρώτων υλών (π.χ. συμβολαιακή γεωργία), ο σημαντικός βαθμός μεταποίησης αγροτικών προϊόντων αποτελούν δυνατά σημεία για τις επιχειρήσεις της περιοχής της Θράκης
- Πρόσφατες Αναπτυξιακές Πρωτοβουλίες ερευνητικών φορέων σε συνεργασία με τοπικούς συλλογικούς φορείς επιχειρήσεων, μπορούν να υποστηρίξουν αποτελεσματικά την Επιχειρηματικότητα στην Θράκη
- Το περιβάλλον της Θράκης δημιουργεί τις προϋποθέσεις για ιδιαίτερα τοπικά προϊόντα στον αγροδιατροφικό τομέα, για προϊόντα με «πράσινες» πρακτικές
- Το περιβάλλον της Θράκης δημιουργεί τις προϋποθέσεις για Βιώσιμο Τουρισμό – Τουρισμό Αειφορίας

Αδύνατα Σημεία των Επιχειρήσεων της Θράκης

- Οι περιορισμένες εξαγωγές των επιχειρήσεων
- Η έλλειψη αναγνωρισιμότητας των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών
- Οι περιορισμένες ηλεκτρονικές υπηρεσίες των επιχειρήσεων
- Η έλλειψη καινοτομίας των επιχειρήσεων
- Η έλλειψη συνεργασιών μεταξύ των επιχειρήσεων, αλλά και με ερευνητικούς φορείς
- Η δυσκολία εύρεσης κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί πολύ σημαντικό πρόβλημα για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην περιοχή
- Η αδυναμία των Τοπικών Συλλογικών Φορέων να υλοποιήσουν δράσεις υποστήριξης των τοπικών επιχειρήσεων ώστε να συμβάλλουν στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς τους

Στο Kardzhali

Δυνατά Σημεία των Επιχειρήσεων στο Kardzhali

- Παρουσία ενός καλά ανεπτυγμένου οικονομικού τομέα που περιλαμβάνει την αυτοκινητοβιομηχανία, τη βιομηχανία ενδυμάτων, τη βιομηχανία τροφίμων και τη βιομηχανία εξόρυξης
- Σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στην περιοχή για περισσότερα από 10 χρόνια, γεγονός που δείχνει σταθερότητα καθώς και εμπειρία των επιχειρήσεων
- Καλές σχέσεις με τους πελάτες και «γρήγορη» διεκπεραίωση παραγγελιών
- Ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες για τη φυτική και κτηνοτροφική παραγωγή
- Η προμήθεια κύριων τοπικών πρώτων υλών, από την περιοχή του Kardzhali ή από άλλες περιοχές της Βουλγαρίας
- Ύπαρξη μεγάλων εκτάσεων για παραγωγή φυτικών και ζωικών προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον (βιολογική γεωργία)

Αδύνατα Σημεία των Επιχειρήσεων στο Kardzhali

- Έλλειψη νοοτροπίας/κουλτούρας για επιχειρηματική συνεργασία των επιχειρηματιών στην περιοχή του Kardzhali
- Χαμηλό εξαγωγικό δυναμικό και ανεπαρκείς ευκαιρίες για είσοδο σε άλλες αγορές συμπεριλαμβανομένης της έλλειψης γνώσεων και δεξιοτήτων σχετικών με εξαγωγές
- Αδύναμη παρουσία στο διαδίκτυο
- Περιορισμένη συμμετοχή των εργαζομένων σε προγράμματα κατάρτισης
- Δυσκολίες στην εμπορία, μάρκετινγκ των προϊόντων ως το κύριο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν, σε συνδυασμό με τα παραδοσιακά προβλήματα εύρεσης σχετικού προσωπικού
- Διαρκής μετανάστευση νέων και ειδικευμένων επαγγελματιών σε άλλες πιο ανεπτυγμένες περιοχές και χώρες της ΕΕ
- Ακριβά δάνεια
- Ελλιπής υποστήριξη από τοπικούς συλλογικούς φορείς

Ως προς τις Επιχειρήσεις του Αγροδιατροφικού Τομέα

Οι κοινές προκλήσεις των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον Αγροδιατροφικό τομέα και στις δύο περιοχές (στην Θράκη στη GR και στην επαρχία Kardzhali στη BG) σχετίζονται κυρίως με τις ανάγκες:

- Πρόσβασης σε άλλες αγορές εκτός από τις τοπικές, περιφερειακές, εθνικές
- Προώθησης της διαδικτυακής τοποθέτησης των επιχειρήσεων
- Ενσωμάτωσης καινοτόμων μεθόδων για την αναδιοργάνωση των επιχειρηματικών διαδικασιών και την αύξηση των πωλήσεων
- Βελτίωση των γνώσεων, των δεξιοτήτων και της κουλτούρας των επιχειρηματιών και των εργαζομένων
- Οι Συλλογικοί Φορείς Επιχειρηματικότητας θα πρέπει να συνειδητοποιήσουν τις ευθύνες τους απέναντι στον θεσμικό τους ρόλο και στα μέλη τους και να αναλάβουν πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων

The Main Project Results

Results of Studies - Researches of March

In the context of March project, **studies and surveys have been carried out on the project area, namely the region of Thrace in Greece and the district of Kardzhali in Bulgaria**, as follows:

1. Mapping Areas - **Desk Analysis**
The study aimed to identify the advantages and disadvantages, opportunities and threats of the project area, both as a geographic area and in terms of local entrepreneurship. Entrepreneurship in general and the agri-food sector in particular were examined. The study was based on statistical data and on bibliographic sources with an extensive analysis of the issues of the region as a place for business development.
2. Semi structured Research to Agri Food Businesses - **Local Researches**
The research aimed to record the strong and weak points of the businesses in the agri-food sector in the project area, so that the interventions to be carried out within the project be targeted and respond to the needs identified by the businesses themselves.. The sample of the companies used referred to processing companies in the agri-food sector of the area.



Main results of the above researches - studies by project area

In Thrace

Strengths of Businesses in Thrace

- The supply of local raw materials by the companies as well as the adoption of modern methods in raw material production (e.g. contract farming), the significant degree of processing of agricultural products are strong points for the businesses of the Thrace area
- Recent Development Initiatives of research bodies in collaboration with local collective business bodies can effectively support the entrepreneurship in Thrace
- Thrace's environment creates the conditions for special local products in the agri-food sector, for products with "green" practices
- The environment of Thrace creates the conditions for Sustainable Tourism

Weaknesses of Businesses in Thrace

- The limited volume of business exports
- The lack of recognition of local products and services
- The limited online services of businesses
- The lack of innovation of the businesses
- The lack of cooperation between companies and research institutions
- The difficulties in finding appropriate human resources is a very important problem for the development of the entrepreneurship in the area
- The inability of the Local Collective Bodies to implement actions to support the local businesses and contribute to improving their competitiveness

In Kardzhali

Strengths of Businesses in Kardzhali

- Presence of a well-developed economic sector including automotive industry, garment industry, food industry and mining industry
- Almost half of the companies have been in business for more than 10 years, indicating good stability and experience of the business
- Good relations with customers and "fast processing of orders"
- Favorable climatic conditions for crop and livestock production
- The supply of the main local raw materials from the Kardzhali area or from other areas of Bulgaria
- Availability of large areas for the production of environmental friendly plant and animal products (organic farming)

Weaknesses of Businesses in Kardzhali

- Lack of attitude/culture of business cooperation and partnerships on the side of the entrepreneurs in Kardzhali district
- Low export potential and insufficient opportunity to enter other markets, including lack of relative knowledge and skills
- Low presence on the Internet
- Low participation of employees in training programs
- Difficulties in products' marketing, as the main problem, in conjunction with the common problem of finding appropriate staff
- Continuous migration of young and skilled professionals to other more developed regions and EU countries
- Expensive loans
- Insufficient support from local collective entrepreneurship bodies

As to the Agri Food Businesses

The common challenges related to the businesses in the agro-industry and the food sector in both areas (Thrace in GR and in Kardzhali district in BG) are mainly related to the needs on:

- Reaching other than the local, the regional and the national markets
- Increasing online positioning
- Incorporating of innovative methods to reorganize business processes and increase sales
- Increasing the knowledge, skills and culture of entrepreneurs and employees
- The Collective Bodies of Entrepreneurship must respond to their responsibilities with respect to their institutional role and towards their members and take initiatives to strengthening the competitiveness of their businesses

Σχέδια Ανάπτυξης της Περιοχής του Έργου και της Τοπικής Επιχειρηματικότητας

Με βάση τα στοιχεία των παραπάνω μελετών - ερευνών, για την περιοχή του έργου και την επιχειρηματικότητα, την ανάλυση SWOT της περιοχής, την ανάλυση SWOT της Τοπικής Επιχειρηματικότητας, εκπονήθηκε στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης για την περιοχή και κυρίως για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Διαμορφώθηκε ο Κεντρικός Στόχος - Όραμα και οι Επιχειρησιακοί Στόχοι καθώς και οι Παρεμβάσεις για κάθε Επιχειρησιακό Στόχο σε κάθε περιοχή του έργου.

Στην Θράκη

Το όραμα για την περιοχή της Θράκης διαμορφώνεται γύρω από το φυσικό περιβάλλον της περιοχής, το συγκριτικό πλεονέκτημά της, το οποίο, αν αξιοποιηθεί σωστά από τις τοπικές επιχειρήσεις, μπορεί να τις προσδώσει δυναμισμό και να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητά τους. Αυτό το στοιχείο ενισχύεται λαμβάνοντας ιδίως υπόψη τον αντίκτυπο στο οικονομικό περιβάλλον των νέων πολιτικών της ΕΕ, όσον αφορά το κλίμα, τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη των ευρωπαϊκών αγροτικών περιοχών (Green Deal, Farm to Fork (F2F), Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο για τη νέα ΚΓΠ κ.λπ.).

Έτσι, το όραμα για την περιοχή της Θράκης διατυπώνεται ως μιας περιοχής με πλούσιο και απείραχτο φυσικό περιβάλλον, με πλούσια πολιτιστική παράδοση και με επιχειρήσεις που αξιοποιούν αυτό το πλεονέκτημα στην παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας που ενσωματώνουν και αξιοποιούν το συγκριτικό πλεονέκτημα της περιοχής.

Με βάση τα παραπάνω, διαμορφώνονται πέντε Επιχειρησιακοί Στόχοι για τις τοπικές επιχειρήσεις:

- Ο πρώτος Στόχος εστιάζει στη δημιουργία κοινής συνείδησης στην τοπική κοινωνία και στους τοπικούς παράγοντες για τα πλεονεκτήματα της περιοχής τους και την υλοποίηση του οράματος
- Ο δεύτερος Επιχειρησιακός Στόχος αφορά την προσαρμογή των προϊόντων και των υπηρεσιών στη ζήτηση της αγοράς και στις απαιτήσεις των καταναλωτών
- Ο τρίτος στόχος ενισχύει τη συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων για τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας
- Ο τέταρτος Στόχος αναφέρεται στην προώθηση της εικόνας της περιοχής στην αγορά
- Ο πέμπτος Επιχειρησιακός Στόχος αφορά την ενδυνάμωση των συλλογικών επιχειρηματικών οργανώσεων, ως κατευθυντήριων δυνάμεων για την ανταγωνιστικότητα των τοπικών επιχειρήσεων.

Στο Kardzhali

Το όραμα για την ανάπτυξη της περιοχής του Kardzhali για την επόμενη περίοδο είναι η «Διατήρηση και διαφοροποίηση των τοπικών επιχειρήσεων, η προσέλκυση νέων επενδυτών και η βελτίωση της τεχνικής υποδομής ώστε η περιοχή του Kardzhali να γίνει μια ταχέως αναπτυσσόμενη περιοχή στη Βουλγαρία».

Οι Στρατηγικοί Στόχοι:

- **Στρατηγικός στόχος 1:** Βελτίωση του οικονομικού κλίματος και της επιχειρηματικής ελκυστικότητας της περιοχής μέσω επενδύσεων σε ανθρώπινο κεφάλαιο και σε υποδομές που σχετίζονται με τις επιχειρήσεις
- **Στρατηγικός Στόχος 2:** Ισορροπημένη Ανάπτυξη του Ανθρώπινου Περιβάλλοντος και Μείωση των Περιφερειακών Ανισοτήτων στην Ποιότητα Ζωής. Οι υποδομές σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο αποτελούν σημαντικό παράγοντα που τονώνει την επιχειρηματική ανάπτυξη και την οικονομική εξισορρόπηση της περιοχής. Η ανάπτυξη υποδομών αποτελεί επίσης μια πιθανή πηγή για την προσέλκυση επενδύσεων, τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής
- **Στρατηγικός Στόχος 3:** Ανάπτυξη Διοικητικής Ικανότητας και Αύξηση των Ευκαιριών Προσέλκυσης Επενδύσεων στην Περιοχή



Development Plans for the Project Area and the Local Entrepreneurship

Based on the data of the above researches and studies, the SWOT analyses of the Area, the SWOT analyses of the Local Entrepreneurship, a strategic development plan has been prepared for the project and mainly for the entrepreneurship development. The Central Objective - Vision and the Operational Objectives as well as the Actions for each Operational Objective in each project area of the project have been specified.

In Thrace

The vision for the area of Thrace is shaped around the natural environment of the region, the area's comparative advantage, which, if properly deployed by the local businesses, can provide them with dynamism and strengthen their competitiveness. This element is enforced taking into account in particular the impact of the new EU policies on the economic environment, with regard to the climate, the sustainability and the development of the European rural areas (Green Deal, Farm to Fork (F2F) , National Strategic Plan for the new CAP, etc.).

Thus, the vision for the area of Thrace is formulated as an area with a rich and unspoiled natural environment, with a rich cultural tradition and with businesses that utilize these advantages in the production of high quality products and services which integrate and highlight the comparative advantage of the area.

On the basis of the above, five Operational Objectives for the local businesses are formulated:

- The first one focuses on creating a common consciousness at the local community and the local actors on the advantage of their area and the realization of the vision
- The second Operational Objective regards the adaptation of products and services to the market demand and the consumer requirements
- The third Objective enhances the cooperation between businesses to creating economies of scale
- The fourth refers to the promotion of the area's brand in the market
- The fifth Operational Objective concerns the empowerment of the collective business organizations, as a guiding force for the competitiveness of the local enterprises

In Kardzhali

The vision for the development of Kardzhali district over the next period is the "Preservation and diversification of the existing businesses, the attraction of new investors and the improvement of the technical infrastructure so as to make Kardzhali district a fast developing area in Bulgaria".

The Strategic Objectives:

- **Strategic Objective 1:** Improving the Economic Climate and the Business Attractiveness of the Region through Investment in Human Capital and Business related Infrastructure
- **Strategic Objective 2:** Balanced Development of the Human Environment and Reduction of Regional Disparities in Quality of Life. The regional and local infrastructure elements are a major factor stimulating business development and economic balancing of the territory. The development of regional infrastructure is also a potential source for attracting investment, creating new jobs and improving quality of life
- **Strategic Objective 3:** Developing Administrative Capacity and Increasing Opportunities for Attracting Investment in the Region



Τα Ψηφιακά Εργαλεία που Αναπτύχθηκαν

Σε συμφωνία με τα αποτελέσματα των μελετών, ερευνών για τις ανάγκες των επιχειρήσεων, που πραγματοποιήθηκαν στην περιοχή του έργου, αναπτύχθηκαν από τρεις ψηφιακές πλατφόρμες για κάθε μία από τις δύο περιοχές του έργου.

Στόχος των τριών πλατφορμών ήταν η διευκόλυνση της λειτουργίας των τοπικών επιχειρήσεων, ανταποκρινόμενες σε συγκεκριμένες δυσκολίες που έθεσαν οι ίδιες οι επιχειρήσεις, όπως αναφέρθηκαν στις συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο των επιτόπιων ερευνών.

Οι τρεις ψηφιακές πλατφόρμες που αναπτύχθηκαν ήταν οι ακόλουθες:

- α) ψηφιακή αγορά με στόχο την εξωστρέφεια των τοπικών επιχειρήσεων και την ανάδειξή τους,
- β) ηλεκτρονική πλατφόρμα για την πρόσληψη επαγγελματιών και εμπειρογνομόνων, ώστε να διευκολυνθεί η πρόσβαση στην τεχνογνωσία και την εξειδίκευση,
- γ) πλατφόρμα ηλεκτρονικής αγοράς εργασίας για τη διευκόλυνση της πρόσληψης προσωπικού, ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που έθεσαν οι επιχειρηματίες στις έρευνες



The Project Digital Tools Developed

In accordance with the results of the studies and surveys on the needs of the businesses, carried out in the project area, three digital platforms have been developed for each of the two Cross Border project areas.

Aim of the three platforms was to facilitate the operation of the local businesses, meeting distinct difficulties raised by the businesses themselves as stated in the interviews carried out in the context of the field surveys.

The three digital platforms developed were the following:

- a) an e-market place aiming at the extroversion of the local enterprises and their promotion,
- b) an e-platform for hiring professionals and experts so as to facilitate the access to know how and expertise,
- c) an e-labor market platform to facilitating the recruitment of staff, one of the major problems raised by the entrepreneurs in the surveys.



Η Δημιουργία των Δομών Στήριξης της Επιχειρηματικότητας (Business Supporting Structures – BuSSes) και η Πιλοτική Λειτουργία τους

Δημιουργήθηκαν δομές στήριξης της επιχειρηματικότητας (Business Supporting Structures – BuSSes), που προσβλέπουν στην συστηματική παροχή βοήθειας και καθοδήγησης στις επιχειρήσεις των περιοχών του έργου, ώστε να αξιοποιήσουν τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα και να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους.

Οι υπηρεσίες που παρέχουν οι δομές στήριξης της επιχειρηματικότητας BuSSes, κατ' αρχήν στο πλαίσιο της πιλοτικής λειτουργίας τους στο πλαίσιο του έργου, και αργότερα ως δομές των Συλλογικών Επιχειρηματικών Φορέων των δικαιούχων του έργου, αφορούν στους ακόλουθους τύπους παρεμβάσεων:

- Μελέτες
- Έρευνες
- Συμβουλευτικές υπηρεσίες σε επιχειρήσεις
- Εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού
- Διατήρηση της ψηφιακής υποδομής (πλατφόρμες)
- Δικτύωση επιχειρήσεων με ερευνητικά ιδρύματα, με άλλες επιχειρήσεις κλπ
- Οργάνωση εκδηλώσεων που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα.

Κατά την διάρκεια της πιλοτικής λειτουργίας των BuSSes, υλοποιήθηκαν τα παρακάτω:

- ▶ Διαγνωστικές εκθέσεις σε 50 μεταποιητικές επιχειρήσεις του αγροδιατροφικού τομέα της Θράκης (στις 3 Περιφερειακές Ενότητες Ξάνθης, Ροδόπης και Έβρου) και σε 50 επιχειρήσεις του Kardzhali με σκοπό να επισημανθούν τα ισχυρά και αδύνατα σημεία τους
- ▶ 20 επιχειρηματικά σχέδια για ισάριθμες επιχειρήσεις ή/και μελλοντικούς επιχειρηματίες της μεταποίησης του αγροδιατροφικού τομέα με έμφαση στις νεοφυείς και νέες επιχειρήσεις στην περιοχή της Θράκης και 20 επιχειρηματικά σχέδια στην περιοχή του Kardzhali. Διεξήχθησαν συναντήσεις με κάθε επιχειρηματία/ εκπρόσωπο επιχείρησης, προκειμένου να διαπιστωθεί η πρόοδος στην υλοποίηση του επιχειρηματικού σχεδίου, παρέχοντας ταυτοχρόνως συμβουλευτική υποστήριξη στην επίλυση των επιμέρους προβλημάτων που αντιμετώπιζε στην υλοποίηση του σχεδίου του
- ▶ Συμβουλευτική υποστήριξη 60 επιχειρηματιών στην περιοχή της Θράκης και 60 επιχειρηματιών στην περιοχή του Kardzhali, ενδεικτικά στα παρακάτω θεματικά αντικείμενα:
 - Η Ιδέα – Εντοπισμός Επιχειρηματικής Ευκαιρίας
 - Καινοτομία
 - Αξιολόγηση Αγοράς και Προοπτικές Επιχειρηματικής Ιδέας
 - Ίδρυση Εταιρείας και Καθορισμός Επιχειρηματικής Κουλτούρας
 - Ανάπτυξη Δικτύου Πωλήσεων
 - Εκπόνηση Σχεδίου Προώθησης Προϊόντων
 - Εξεύρεση Χρηματοδότησης





Establishing the Business Supporting Structures - BuSSes and their Pilot Operation

Business Supporting Structures (BuSSes) were created, aiming to systematically provide assistance and guidance to businesses in the project areas, in order to highlight their comparative advantages and strengthen their competitiveness.

The services that the BuSSes provide, in principle in the context of their pilot operation within the project, and later as structures of the Collective Business Bodies of the project partnership, refer to the following types of interventions:

- Compiling Studies
- Realizing Surveys
- Providing Counselling services to businesses
- Training of human resources
- Maintenance of the digital infrastructure (platforms)
- Networking of businesses with research institutions, other businesses etc
- Organizing events related to entrepreneurship.

During the pilot operation of the BuSSes, the following activities have been implemented:

- ▶ Diagnostic reports on 50 businesses of the agro-food sector of Thrace (in the 3 Regional Units of Xanthi, Rhodope and Evros) and on 50 companies of Kardzhali in order to highlight their strong and weak points
- ▶ 20 business plans for an equal number of businesses and/or future agro-food processing entrepreneurs in the Thrace area and 20 business plans in the Kardzhali district. Meetings were held with each entrepreneur/business representative, in order to secure the progress in the implementation of the business plan, providing advisory support in solving various problems
- ▶ Counselling support to 60 entrepreneurs in the area of Thrace and 60 entrepreneurs in the area of Kardzhali, indicatively on the following topics:
 - The Idea - Identifying a Business Opportunity
 - Innovation
 - Market Evaluation and Prospects of a Business Idea
 - Establishing a Company and Defining a Business Culture
 - Development of a Sales Network
 - Development of a Product Promotion Plan
 - Find Financing

Τα Σεμινάρια Κατάρτισης σε Σημαντικά Θέματα

Οργανώθηκαν Σεμινάρια Κατάρτισης στην περιοχή του έργου στην Ελλάδα και στην Βουλγαρία:

Στην Ξάνθη από 08/09/2024 έως 10/10/2023 με 15 συμμετέχοντες

Στην Αλεξανδρούπολη από 08/09/2023 έως 11/10/2023 με 12 συμμετέχοντες

Στο Kardzhali, με 50 συμμετέχοντες

- από 11/10/2023 έως 18/10/2023
- από 19/10/2023 έως 26/10/2023
- από 27/10/2023 έως 03/11/2023
- από 13/11/2023 έως 20/11/2023

Οι θεματικές ενότητες για τα σεμινάρια ήταν:

Καινοτομία, Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Branding, Εξωστρέφεια

Η συνολική διάρκεια του κάθε προγράμματος κατάρτισης «ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ-ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ-BRANDING-ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ» ήταν 144 ώρες, εκ των οποίων οι 36 ώρες αφορούσαν την «Καινοτομία», οι 36 ώρες το «Ηλεκτρονικό Εμπόριο», οι 36 ώρες το «Branding» και οι 36 ώρες την «Εξωστρέφεια».

Οι συμμετέχοντες ήταν επιχειρηματίες, κατά κύριο λόγο του αγροδιατροφικού τομέα ή άνεργοι ή εργαζόμενοι υποψήφιοι επιχειρηματίες που επιθυμούσαν να αναπτύξουν επιχειρηματικότητα στον αγροδιατροφικό τομέα, σε συναφή με αυτόν κλάδο.

The training seminars on “hot issues”

Training Seminars were organized in the project area in Greece and Bulgaria:

In Xanthi from 08/09/2024 to 10/10/2023 with 15 participants

In Alexandroupolis from 08/09/2023 to 11/10/2023 with 12 participants

In Kardzhali, with 50 participants

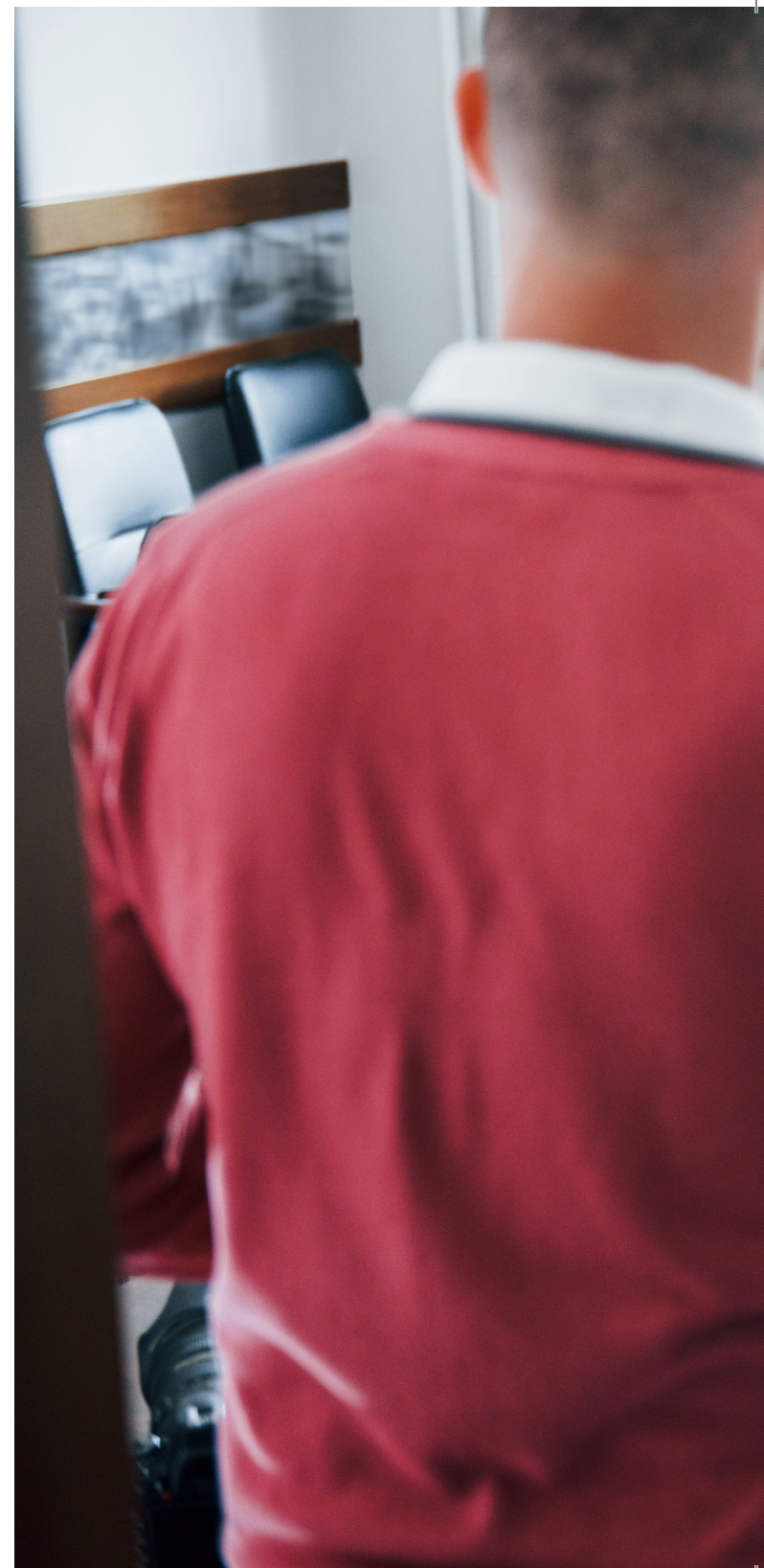
- from 11/10/2023 to 18/10/2023
- from 19/10/2023 to 26/10/2023
- from 27/10/2023 to 03/11/2023
- from 13/11/2023 to 20/11/2023

The topics of the seminars were:

Innovation, E-Commerce, Branding, Extroversion

The total duration of each “INNOVATION-E-COMMERCE-BRANDING-EXTROVERSION” training program was 144 hours, of which 36 hours were related to “Innovation”, 36 hours to “E-Commerce”, 36 hours to “Branding” and the 36 hours “Extroversion”.

The participants were entrepreneurs, mainly in the agri-food sector or unemployed or working people - prospective entrepreneurs who wished to develop entrepreneurship in the agri-food sector, or in a related sector.





Το Διασυνοριακό Εργαστήριο

Το Διασυνοριακό Εργαστήριο είναι ένα φόρουμ για την εισαγωγή τεχνογνωσίας και εμπειρίας στο θέμα της επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας και ένας χώρος για την συζήτηση και την ανταλλαγή απόψεων στο θέμα αυτό.

Το διασυνοριακό εργαστήριο στοχεύει στην αξιοποίηση της εμπειρίας του MarCh, στην υιοθέτηση και συνέχιση των αποτελεσμάτων του έργου.

Το διασυνοριακό εργαστήριο στοχεύει στην αιεφορία.

Πολλές οι ανάγκες, αλλά και πολλές οι ευκαιρίες από τις οποίες μπορούν οι επιχειρήσεις να ωφεληθούν από το Διασυνοριακό Εργαστήριο:

- μεγαλύτερη εκμετάλλευση των ψηφιακών τεχνολογιών
- δυνατότητα προώθησης συνεργατικών σχημάτων
- αποτελεσματικότερο εξαγωγικό μάρκετινγκ
- διαμόρφωση τοπικών και περιφερειακών πολιτικών
- εύρεση κατάλληλου στελεχειακού δυναμικού
- διασυνοριακή συνεργασία κλπ .

The Cross Border Lab

The Cross Border Lab is a forum for introducing know how and expertise on business competitiveness and a space for discussing and exchanging views on this subject.

The Cross-Border Lab aims at capitalizing on MarCh's experience, at adopting and continuing the results of the project. The Cross-Border lab is a concept aiming at sustainability.

There are many needs, as well as many opportunities, which businesses can benefit from the Cross Border Lab:

- greater exploitation of the digital technologies
- possibility of promoting cooperative schemes
- more effective export marketing
- design of local and regional policies
- finding appropriate Human Resources
- cross-border cooperation, etc.

Επικοινωνία - Διάδοση του Έργου

Στο πλαίσιο της δημοσιότητας του έργου για την ενημέρωση, προβολή και προώθηση των στόχων και δράσεων του υλοποιήθηκαν:

Η Πολιτική Επικοινωνίας του έργου, όπου αναλύθηκαν οι δράσεις δημοσιότητας, εξειδικεύτηκαν οι ομάδες - στόχοι και προσδιορίστηκε το «Μήνυμα» του Έργου.

Το «Μήνυμα» του έργου

MarCh - Αντιμετώπιση της πρόκλησης – Μετάβαση στην ανταγωνιστικότητα

- Σχεδιάστηκε το λογότυπο του έργου.
- Δημιουργήθηκε το επίσημο site του έργου (<https://marchproject.eu>) (στην ελληνική, αγγλική και βουλγαρική γλώσσα) όπου αναρτήθηκαν πληροφορίες καθώς και τα προϊόντα του έργου. Με τον τρόπο αυτό το site αποτέλεσε εργαλείο προβολής και δημοσιότητας του συνόλου των δράσεων του έργου.
- Εκτυπώθηκαν και μοιράστηκαν ενημερωτικά φυλλάδια του έργου, έγιναν δημοσιεύσεις για την ενημέρωση - ευαισθητοποίηση του κοινού για την συμμετοχή του στο συγκεκριμένο έργο.
- Οργανώθηκαν Ημερίδες και Τοπικά Σεμινάρια Ευαισθητοποίησης του κοινού και της ευρύτερης τοπικής κοινωνίας σχετικά με τις δράσεις του έργου για την ευαισθητοποίησή τους, τη συμμετοχή τους σε αυτές και την υιοθέτησή τους από τους συντελεστές της περιοχής του έργου.
- Οργανώθηκαν σεμινάρια δικτύωσης που στόχευαν στην επικοινωνία και τη συζήτηση του οράματος και των στρατηγικών για τις περιοχές του έργου, με τους τοπικούς ενδιαφερόμενους φορείς και την επιχειρηματική κοινότητα, έτσι ώστε να ανταλλάσσονται ιδέες για αυτά τα θέματα και να ενεργοποιείται η τοπική κοινότητα προς την επίτευξή τους.
- Οργανώθηκαν εκδηλώσεις που στόχευαν στη διευκόλυνση των συμμετεχόντων να συναντηθούν με άλλους επιχειρηματίες, ή παρόχους υπηρεσιών, η εμπειρογνώμονες, από την τοπική και την διασυνοριακή περιοχή, ώστε να δημιουργήσουν συνεργασίες μεταξύ τους.

The “Message” of the project

MarCh – Tackling the Challenge - Shifting to Competitiveness

- The logo of the project has been designed.
- The official site of the project was created (<https://marchproject.eu>) (in Greek, English and Bulgarian) where information about the project as well as the project deliverables were uploaded. In this way the site became a tool for promotion and publicity of all project activities.
- Project leaflets have been printed and distributed, press publications have been prepared for the information - awareness raising of the public and its participation in the project.
- Workshops and Local Seminars have been organized to raise awareness at the public and at the wider local community about the project activities, for their sensitization, and their participation at them as well as for their adoption by the local actors.
- Networking seminars were organized, aiming at communicating and discussing the vision and the strategies for the project areas with local stakeholders and the business community, so as to exchange ideas on these issues and activate the local community towards their achievement.
- Events were organized aiming at facilitating the participants to meet other entrepreneurs, or service providers, or experts from the local and cross-border area, in order to create collaborations between them.

Communication - Dissemination of the Project

In the context of the project publicity for the information, promotion of its goals and activities, the following have been carried out:

The Communication Policy of the project, where the publicity actions were analyzed, the target groups were specified and the “project message” has been identified.



Εταιρία Διεθνικής
Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης
Agency for Transnational
Training and Development



Κέντρο Ανάπτυξης
Ελληνικού Εμπορίου και
Επιχειρηματικότητας
Center of Hellenic Commerce
and Entrepreneurship
Development



Ομοσπονδία
Εμπορίου και
Επιχειρηματικότητας
Θράκης

Federation of Commerce
and Entrepreneurship of
Thrace



Περιφερειακή Βιομηχανική
Ένωση – Kardzhali
Regional Industrial
Association – Kardzhali

Το περιεχόμενο αυτής της μπροσούρας είναι αποκλειστική ευθύνη της Εταιρίας Διεθνικής Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης (TRANS COOP) και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αντικατοπτρίζει τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, των συμμετεχουσών χωρών, της Διαχειριστικής Αρχής και της Κοινής Γραμματείας.

The contents of this brochure are sole responsibility of the Agency for Transnational Training and Development 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.



Interreg Greece-Bulgaria



EUROPEAN UNION

MarCh 

European Regional Development Fund