

**Interreg**  
**Greece-Bulgaria**  
**MarCh** 

European Regional Development Fund



*Project MarCh*

*Market Changer*

*The project data:*

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” Co-operation Programme.

*Project budget:*

€ 678.708,77

*Period of implementation:*

13.04.2021 - 30.11.2023

*Project website:*

[www.marchproject.eu](http://www.marchproject.eu)





#### Бенефициенти по проекта / Project Beneficiaries:



Agency for Transnational Training and Development – Lead Beneficiary of the partnership



Center Of Hellenic Commerce & Entrepreneurship Development – KAELE



Federation of Commerce & Entrepreneurship of Thrace



Regional Industrial Association – Kardzhali

Contact of Bulgarian beneficiary:

#### ***Regional Association—Kardzhali (RIA)***

99, Bulgaria blvd., Kardzhali, BG-6600

Tel: +359 889 223329

Email: [ria.kardjali@gmail.com](mailto:ria.kardjali@gmail.com)



*Проектът е съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от национални фондове на страните, участващи в Програмата за сътрудничество Interreg V-A "Гърция-България 2014-2020.*

*Съдържанието на тази публикация е отговорност единствено на Сдружение "Стопанска камара - Кърджали и по никакъв начин не може да се счита, че отразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни управляващия орган и Съвместния секретариат"*

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

*The contents of this publication are sole responsibility of "Regional Industrial Association- Kardzhali" 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".*

[www.marchproject.eu](http://www.marchproject.eu)

По проект MarCh се разработиха местни стратегии и визии за растеж, локализираха се силните и слабите страни в местните бизнес общности и се изградиха структури за бизнес подкрепа на областно ниво. Пакет от дейности (дефиниране на силни страни - диагностициране на слабости, бизнес планове за съществуващи бизнеси и стартиращи фирми, коучинг и консултиране заедно с обучителни семинари) цели подобряване на бизнес представянето и конкурентоспособността, докато серия от инструменти за местно и трансгранично ниво (платформа за електронен пазар, цифрова база данни за опитни професионалисти, интернет платформа на пазара на труда) ще подобряват бизнес средата в двете области и да подобряват трансграничния аспект на проекта. MarCh се приложи пилотно на първи етап за предприятията от агро-хранителния сектор , като резултатите и постиженията ще бъдат пренесени в други сектори на местните икономики, както и в други админ. области на двете страни-участнички.



The MarCh project developed local growth strategies and visions, identified strengths and weaknesses in local business communities, and built business support structures at district level. A package of activities (definition of strengths - diagnosis of weaknesses, business plans for existing businesses and start-ups, coaching and consulting together with training seminars) aims to improve business performance and competitiveness, while a series of tools at local and cross-border level (a platform for e-marketplace, digital database for experienced professionals, internet labor market platform) will improve the business environment in both areas and enhance the cross-border aspect of the project. MarCh was piloted in the first stage for the enterprises of the agri-food sector, and the results and achievements will be transferred to other sectors of the local economies, as well as to other admin. regions of both participating countries.



### *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.

### *Териториален обхват на проекта:*

Проектът MarCh се реализира в район Тракия (във всичките 3 регионални единици Еврос, Родопи и Ксанти) в Гърция и в област Кърджали в България. Двете области са съседни, тъй като Кърджали граничи с регионалните области Ксанти, Родопи и Еврос на юг и изток. И двете области са изправени пред общи предизвикателства в икономическия и предприемаческия сектор.

Тракия принадлежи към най-слабо развитите области на GR & EU, с високо ниво на безработица и ниски доходи. Анализът на характеристиките на Източна Македония Тракия в RIS3 подчертава ниската конкурентоспособност на бизнеса, заедно с липсата на инициативи в научноизследователската и развойна дейност. Особено компаниите за селскостопански храни следват стратегия за ниски разходи, а не стратегия за иновации. Отчита се липса на квалифицирани човешки ресурси за региона, въпреки функционирането на университети в района.

Стратегията за развитие на област Кърджали 2014 - 2020 г. я класифицира сред най-слабо развитите в България и ЕС, тъй като страда от остарели производствени площи. (минна индустрия), непривлекателност за нови инвестиции, неизползван потенциал за селскостопанските индустрии. И все пак районът разполага с недостатъчно квалифицирани таланти и поради липсата на установени академични и изследователски институции в областта, има много малък акцент върху иновациите и подкрепата за научноизследователска и развойна дейност.



## *PROJECT ACTIVITIES BY WORK PACKAGES*

### **WP 1 Project Management and Coordination**

- ◆ Established Partners' Management Structure
- ◆ CB Coordination meetings conducted
- ◆ FLC

### **WP 3 Developing Strategies**

- ◆ Mapping Areas report (and updated report)
- ◆ Elaborating Vision and Strategies with Local Stakeholders
- ◆ Communication Vision and Strategies to Local Communities
- ◆ Semi Structured Research to Business
- ◆ Synthesis of Results and Definition on Intervention Axes
- ◆ Local Awareness Raising Seminars

### **WP 5 Pilot Application**

- ◆ Strength's' Weaknesses' Diagnoses for 50 enterprises
- ◆ Designing and Coaching Business plans for 20 businesses
- ◆ Counseling of 60 entrepreneurs
- ◆ Horizontal Support - Seminars conducted
- ◆ Network actions (plenary and B2B sessions)

### **WP 2 Communication and Dissemination**

- ◆ Communication Guide
- ◆ Web site and Logo
- ◆ Dissemination material: 3000 Flyers, 1 eBrochure and 1000 USB sticks
- ◆ Kick off and Closing Conference conducted

### **WP 4 Devising Business Support Structures'**

- ◆ Action plan for BuSSes
- ◆ Operating BuSSes
- ◆ Digital Data Base of Branch Professionals
- ◆ Labor market digital platform

### **WP 6 Valorizing Results - Securing Sustainability**

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

# **STARTUP IDEAS**

**IN RURAL AREAS**



## ДЕЙНОСТИ ПО ПРОЕКТА ПО РАБОТНИ ПАКЕТИ (РП)

### РП 1 Управление и координация на проекта

- ◆ Създадена управленска структура на партньорите
- ◆ Проведени Транс-гранични Координационни срещи
- ◆ Първо ниво контрол

### РП 3 Разработване на стратегии

- ◆ Области за картографиране
- ◆ Разработена визия и стратегии с местните лица
- ◆ Съгласуване на визията и стратегиите на мест. общности
- ◆ Частично структурирани проучвания за бизнеса
- ◆ Обобщаване на резултатите и определяне на осите на
- ◆ Семинар за повишаване на осведомеността на местно ниво

### РП 5 Пилотно приложение

- ◆ Диагностика на силните страни и слабите страни за 50
- ◆ Изготвяне на бизнес планове за 20 предприятия
- ◆ Консултиране на 60 предприемачи
- ◆ Хоризонтална подкрепа - проведени семинари
- ◆ Мрежови дейности (пленарни и B2B сесии)

### РП 2 Комуникация и разпространение

- ◆ Ръководство за комуникация
- ◆ Уебсайт и лого
- ◆ Материали за разпространение: 3000 Листовки, 1 е-брошура и 1000 USB паметки
- ◆ Проведени Откриваща и Заключителна конференции

### РП 4 Разработване на структури за подкрепа на бизнеса

- ◆ План за действие на Структури за подкрепа на бизнеса
- ◆ Функциониране на структурите BuSSes
- ◆ Цифрова база данни за специалистите в бранша
- ◆ Цифрова платформа за пазара на труда
- ◆ Цифров пазар с инструмент за оценка на бизнеса

### РП 6 Валоризиране на резултатите - осиг-не на устойчивост

- ◆ Доклади за оценка на пилотното прилагане на BuSSes
- ◆ Трансгранична лаборатория за остойностяване на резултатите и подобряване на изпълнението
- ◆ Изготвяне на бизнес планове за BuSSes за следващите 3г
- ◆ Създадена трансгранична структура за мониторинг БЦ





## *PROJECT OUTPUTS BY WORK PACKAGES (WP)*

### **WP 1 Project Management and Coordination**

- ◆ Established Partners' Management Structure
- ◆ CB Coordination meetings conducted
- ◆ FLC

### **WP 3 Developing Strategies**

- ◆ Mapping Areas report (and updated report)
- ◆ Elaborating Vision and Strategies with Local Stakeholders
- ◆ Communication Vision and Strategies to Local Communities
- ◆ Semi Structured Research to Business
- ◆ Synthesis of Results and Definition on Intervention Axes
- ◆ Local Awareness Raising Seminars

### **WP 5 Pilot Application**

- ◆ Strength's' Weaknesses' Diagnoses for 50 enterprises
- ◆ Designing and Coaching Business plans for 20 businesses
- ◆ Counseling of 60 entrepreneurs
- ◆ Horizontal Support - Seminars conducted
- ◆ Network actions (plenary and B2B sessions)

### **WP 2 Communication and Dissemination**

- ◆ Communication Guide
- ◆ Web site and Logo
- ◆ Dissemination material: 3000 Flyers, 1 eBrochure and 1000 USB sticks
- ◆ Kick off and Closing Conference conducted

### **WP 4 Devising Business Support Structures'**

- ◆ Action plan for BuSSes
- ◆ Operating BuSSes
- ◆ Digital Data Base of Branch Professionals
- ◆ Labor market digital platform

### **WP 6 Valorizing Results - Securing Sustainability**

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



## *The Main Project Results*

Results of Studies - Researches of March project:

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.



## РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОЕКТА ПО РАБОТНИ ПАКЕТИ (РП)

### РП 1 Управление и координация на проекта

- ◆ Създадена управленска структура на партньорите
- ◆ Проведени Транс-гранични Координационни срещи
- ◆ Проведен Първо ниво контрол

### РП 3 Разработване на стратегии

- ◆ Области за картографиране
- ◆ Разработена визия и стратегии с местните лица
- ◆ Съгласуване на визията и стратегиите на мест. общности
- ◆ Частично структурирани проучвания за бизнеса
- ◆ Обобщаване на резултатите и определяне на осите на
- ◆ Семинар за повишаване на осведомеността на местно ниво

### РП 5 Пилотно приложение

- ◆ Диагностика на силните страни и слабите страни за 50
- ◆ Изготвяне на бизнес планове за 20 предприятия
- ◆ Консултиране на 60 предприемачи
- ◆ Хоризонтална подкрепа - проведени семинари
- ◆ Мрежови дейности (пленарни и B2B сесии)

### РП 2 Комуникация и разпространение

- ◆ Ръководство за комуникация
- ◆ Уебсайт и лого
- ◆ Материали за разпространение: 3000 Листовки, 1 е-брошура и 1000 USB памети
- ◆ Откриваща и закриваща конференция

### РП 4 Разработване на структури за подкрепа на бизнеса

- ◆ План за действие на Структури за подкрепа на бизнеса
- ◆ Функциониране на структурите BuSSes—Бизнес центрове (БЦ)
- ◆ Цифрова база данни за професионалистите в бранша
- ◆ Цифрова платформа за пазара на труда
- ◆ Цифров пазар с инструмент за оценка на бизнеса

### РП 6 Валоризиране на резултатите - осиг-не на устойчивост

- ◆ Доклади за оценка на пилотното прилагане на BuSSes
- ◆ Трансгранична лаборатория за остойносттаване на резултатите и подобряване на изпълнението
- ◆ Изготвяне на бизнес планове за BuSSes за следващите 3г
- ◆ Създадена трансгранична структура за мониторинг БЦ



## *Основните резултати от проекта*

Резултати от проучвания - Изследвания на проект MarCh:

В контекста на мартенски проект са извършени проучвания и проучвания на територията на проекта, а именно регион Тракия в Гърция и област Кърджали в България, както следва:

1. Картографиране на области - Анализ по документи
2. Проучването имаше за цел да идентифицира предимствата и недостатъците, възможностите и заплахите на района на проекта, както като географска област, така и по отношение на местното предприемачество. Предприемачество бяха разгледани като цяло и в частност хранителния сектор. Ученето се основава на статистически данни и библиографски източници с обширен анализ на проблемите на региона като място за развитие на бизнеса.
2. Полуструктурирани изследвания за агро-хранителни предприятия - местни изследвания

Изследването имаше за цел да отчете силните и слабите страни на бизнеса в хранително-вкусовия сектор в района на проекта, т. че интервенциите, които ще се извършват в рамките на проекта, са целенасочени и отговарят на нуждите, идентифицирани от самите предприятия. Извадката от използваните компании се отнася до преработвателни компании в сектора на хранително-вкусовата промишленост в района.



### *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





### *Планове за развитие на Районът на проекта и местното Предприемачество*

Въз основа на данните от горните проучвания и проучвания, SWOT анализите на района, SWOT анализите на местното предприемачество, е изготвен стратегически план за развитие на проекта и главно за развитието на предприемачеството. Уточнени са Централната цел – Визия и Оперативните цели, както и Действията за всяка Оперативна цел във всяка проектна област на проекта.

#### В регион Тракия

Визията за района на Тракия е оформена около естествената среда на региона, сравнителното предимство на района, което, ако се използва правилно от местния бизнес, може да им осигури динамика и да засили тяхната конкурентоспособност. Този елемент се налага, като се взема предвид по-специално въздействието на новите политики на ЕС върху икономическата среда, по отношение на климата, устойчивостта и развитието на европейските селски райони (Зелена сделка, От фермата до вилцата (F2F), Национална стратегическа План за новата ОСП и др.).

Така визията за района на Тракия е формулирана като район с богата и непокътната природна среда, с богата културна традиция и с бизнеси, които използват тези предимства в производството на висококачествени продукти и услуги, които интегрират и подчертават сравнително предимство на района. Въз основа на горното са формулирани пет оперативни цели за местния бизнес:

- Първият се фокусира върху създаването на общо съзнание в местната общност и местните участници относно предимствата на техния район и реализацията на визията
- Втората оперативна цел се отнася до адаптирането на продуктите и услугите към пазарното търсене и изискванията на потребителите
- Третата цел засилва сътрудничеството между предприятията за създаване на икономии от мащаба
- Четвъртият се отнася до популяризиране на марката на района на пазара
- Петата оперативна цел се отнася до овластяването на колективните бизнес организации, като водеща сила за конкурентоспособността на местните предприятия

#### В област Кърджали

Визията за развитие на област Кърджали през следващия период е „Запазване и диверсификация на съществуващия бизнес, привличане на нови инвеститори и подобряване на техническата инфраструктура, за да превърнем област Кърджали в бързоразвиваща се област в България“.

Стратегическите цели:

- Стратегическа цел 1: Подобряване на икономическия климат и бизнес привлекателността на региона чрез инвестиции в човешки капитал и свързана с бизнеса инфраструктура
- Стратегическа цел 2: Балансирано развитие на околната среда и намаляване на регионалните различия в качеството на живот. Елементите на регионалната и местната инфраструктура са основен фактор, стимулиращ развитието на бизнеса и икономическото балансиране на територията. Развитието на регионалната инфраструктура също е потенциален източник за привличане на инвестиции, създаване на нови работни места и подобряване на качеството на живот
- Стратегическа цел 3: Развитие на административен капацитет и увеличаване на възможностите за привличане на инвестиции в региона



### *Developed under the MarCh project, Digital tools for business support:*

In accordance with the results of the surveys, business needs surveys carried out in the project area, three digital online tools were developed for each of the two geographical areas of the project. The aim of the three platforms was to facilitate the work of local businesses by responding to specific problems defined by the businesses themselves, as a result of the studies carried out.

The three digital platforms developed are as follows:

- a) a digital market targeting the extroversion of local businesses and their prominence,
- b) an online platform for recruiting professionals and experts in order to facilitate access to know-how and experience;
- c) an online labor market platform to facilitate recruitment, one of the most important issues raised by entrepreneurs in the surveys

### *Разработени по проект MarCh, Дигиталните инструменти за подкрепа на бизнеса:*

В съответствие с резултатите от проучванията, проучванията на нуждите на бизнеса, извършени в района на проекта, бяха разработени три дигитални онлайн инструменти за всяка от двете географски области на проекта. Целта на трите платформи беше да се улесни работата на местния бизнес, като се отговори на специфични проблеми, дефинирани от самия бизнес, в следствие на проведените проучвания.

Трите разработени дигитални платформи са както следва:

- a) дигитален пазар, насочен към екстровеерността на местните предприятия и тяхната известност,
- б) онлайн платформа за набиране на професионалисти и експерти с цел улесняване на достъпа до ноу-хау и опит;
- в) онлайн платформа за пазара на труда за улесняване на набирането на персонал, един от най-важните проблеми, повдигнати от предприемачите в проучванията



## *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



## ***Създаване на подкрепящи бизнес структури – BuSSes—Бизнес центрове и тяхната пилотна реализация***

Бяха създадени подкрепящи бизнес структури ( BuSSes ) , целящи систематично предоставят помощ и напътствие да се предприятия в на проектни области, за да подчертаят техните сравнителни предимства и да ги укрепят конкурентоспособност.

Услугите, които BuSSes предоставят, по принцип в контекста на тяхната пилотна експлоатация в рамките на проекта, а по-късно като структури на колективните бизнес органи на партньорството по проекта, се отнасят до следните видове интервенции :

- Провеждане на изследвания
- Реализация на проучвания
- Предоставяне на консултантски услуги на предприятия
- Обучение на човешки ресурси
- Поддръжка на цифровата инфраструктура (платформи)
- Работа в мрежа на предприятия с изследвания институции, друго предприятия и т.н
- Организиране на събития, свързани с предприемачеството.

По време на пилотния период на BuSSes , са реализирани следните дейности:

- ⇒ Диагностика на 50 предприятия от сектори селско стопанство и храни в регион Тракия (в 3 области - Ксанти, Родопи и Еврос) и други 50 фирми от област Кърджали , за да се изведат техните силни и слаби точки
- ⇒ 20 бизнес планове , едновременно за предприятия и бъдещи предприемачи, в хранително -вкусовата промишленост в района на Тракия и 20 бизнеса планове в област Кърджали. Бяха проведени срещи с всеки предприемач/представител на бизнеса, дас е осигури напредъка при изпълнението на бизнес плана, както и предоставяне на консултантска подкрепа при решаване на различни проблеми

Консултантска подкрепа на 60 предприемачи в района на Тракия и 60 предприемачи в област Кърджали , индикативно определени на следното теми:

- Идеята - Идентифициране на бизнес възможност
- Иновация
- Пазарна оценка и перспективи на бизнес идея
- Създаване на компания и определяне на бизнес културата
- Развитие на каналите на продажби
- Разработване на продуктова промоция , планиране
- намиране на финансиране

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

The topics of the seminars were:

Innovation, E-Commerce, Branding, 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.

Participants:

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

Periods:

- 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





## *В района на проекта бяха организирани обучителни семинари в Гърция и България:*

Темите на семинарите бяха:

Иновация, електронна търговия, брандиране, екстровеерност

Участниците бяха предприемачи, предимно в хранително-вкусовия сектор или безработни или работещи хора - бъдещи предприемачи, които желаят да развият предприемачество в хранително-вкусовия сектор или в свързан сектор.

Участници:

В Ксанти от 08.09.2024 г. до 10.10.2023 г. с 15 участници

В Александруполис от 09.08.2023 г. до 10.11.2023 г. с 12 участници

В Кърджали с 50 участници

Периоди:

- от 10.11.2023 г. до 18.10.2023 г
- от 19.10.2023 г. до 26.10.2023 г
- от 27.10.2023 г. до 03.11.2023 г
- от 13.11.2023 г. до 20.11.2023 г



## *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 messages has been identified.

- 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.



## Комуникация - Разпространение на проекта

В контекста на публичността на проекта за информация, популяризиране на целите и дейностите му са извършени:

Комуникационната политика на проекта, в която са анализирани рекламните действия, уточнени са целевите групи и е идентифицирано „посланието на проекта“.

- Изработено е логото на проекта.
- Създаден е официалният сайт на проекта (<https://marchproject.eu>) (на гръцки, английски и български), където е качена информация за проекта, както и резултатите от него. По този начин сайтът се превърна в инструмент за популяризиране и публичност на всички дейности по проекта.
- Отпечатани и разпространени са дигитални по проекта, изготвени са публикации в пресата за информиране на обществеността и участието ѝ в проекта.
- Бяха организирани работни срещи и местни семинари за повишаване на осведомеността на обществеността и на по-широката местна общност относно дейностите по проекта, за тяхното сенсibiliзиране и участието им в тях, както и за приемането им от местните участници.
- Бяха организирани семинари за работа в мрежа, целящи комуникация и обсъждане на визията и стратегиите за районите на проекта с местни заинтересовани страни и бизнес общността, така че да се обменят идеи по тези въпроси и да се активира местната общност за тяхното постигане.
- Бяха организирани събития, целящи да улеснят участниците да се срещнат с други предприемачи, или доставчици на услуги, или експерти от местния и трансграничния регион, за да се създаде сътрудничество между тях.



**Interreg**



EUROPEAN UNION

**Greece-Bulgaria**

**MarCh** 

European Regional Development Fund