

ΛΑΡΙΣΑ  
ΑΝΟΙΚΤΗ  
ΠΟΛΗ

Εξειδικευμένο  
πακέτο προώθησης

# OPEN BUSINESS OPEN NETWORKS

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ  
ΔΙΚΤΥΑ



Εξειδικευμένο  
πακέτο προώθησης

# OPEN BUSINESS OPEN NETWORKS

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ  
ΔΙΚΤΥΑ

# Περιεχόμενα

<b>Εισαγωγή</b>	<b>1</b>
<b>Ανάλυση</b>	<b>3</b>
Προσδιορισμός του πυρήνα	3
Προσδιορισμός των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών- δυναμικών του αγαθού	6
Διαστάσεις του αγαθού	8
Σύνδεση του αγαθού με την οικονομική ανάπτυξη της πόλης	8
<b>Σύνθεση</b>	<b>12</b>
Προτεινόμενο μίγμα προώθησης και υποστήριξης	12
Δυνητικές ομάδες - στόχοι και βασικές στρατηγικές	16
Προτεινόμενες δράσεις ανάπτυξης	18
Κοινές Δράσεις των 7 πακέτων	24
Στρατηγική διαχείριση πακέτου	28
<b>Συμπεράσματα</b>	<b>29</b>
<b>Χρονοδιαγράμματα &amp; Προϋπολογισμοί</b>	<b>31</b>

## Εικόνες

σελ.	περιγραφή	πηγή
11	Αυτόματος πωλητής ΘΕΣγάλα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
17	Εμπορικό Πάρκο 'Λάρισα'	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
19	Στιγμιότυπο από έκθεση design, Μιλάνο	www.luxos.com
21	Bar φαγητού-ποτού, Λάρισα	<a href="https://www.facebook.com/LivingRoom.cookdrink/photos_stream">https://www.facebook.com/LivingRoom.cookdrink/photos_stream</a>
23	Κατάστημα ένδυσης, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
28	Στιγμιότυπο από συνεδρίαση	www.skai.gr

## Διαγράμματα

4	Η δομή του πακέτου Open Business - Networks	Ιδία επεξεργασία
5	Η ανταγωνιστικότητα ως στόχος για την πόλη της Λάρισας	Ιδία επεξεργασία
8	Συσχετίσεις του Open Business - Networks με άλλα πακέτα του ΣΣΜΛ	Ιδία επεξεργασία
15	Το μίγμα προώθησης του πακέτου Open Business - Networks	Ιδία επεξεργασία
27	Infographic: κοινές δράσεις 7 πακέτων	Ιδία επεξεργασία

## Εισαγωγή

Σκοπός της δημιουργίας του πακέτου *Open Business - Open Networks* είναι να αναδείξει μια υφιστάμενη δυναμική της πόλης της Λάρισας, η οποία έχει τη βάση της στον επιχειρηματικό, επενδυτικό και εμπορικό χαρακτήρα της πόλης αλλά και της ευρύτερης περιοχής της. Η Λάρισα είναι, χωρίς προσπάθεια ενίσχυσης της εικόνας της, μια πόλη η οποία, λόγω του ισχυρού brand name που είναι η γεωγραφική της θέση, αποτελεί πόλο έλξης επενδύσεων τα τελευταία 15 χρόνια. Ο λόγος είναι απλός αλλά πολύ σημαντικός. Εύκολη πρόσβαση, δίκτυα και υποδομές επικοινωνίας, μεγάλο πληθυσμιακό μέγεθος σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, υψηλό κ.κ. ΑΕΠ, εξειδικευμένο παραγωγικό και στελεχιακό δυναμικό, συνθέτουν μια επιχειρησιακή οντότητα, η οποία, μέσω του πακέτου *Open Business - Open Networks*, οφείλει πλέον να επενδύσει στην ουσιαστική εξωστρέφεια η οποία αντανακλάται σε τρεις κύριους άξονες: α) πρωτογενής τομέας, β) προσέλκυση επενδύσεων και γ) εμπορικό κέντρο.

Στο συγκεκριμένο πακέτο παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά του αγαθού *Open Business - Open Networks*, η σύνδεσή του με την τοπική οικονομία, οι ομάδες στόχοι στις οποίες απευθύνεται, αλλά και η συσχέτιση του με άλλα πακέτα του Στρατηγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ Λάρισας.

Οι στόχοι οι οποίοι καλούνται να επιτευχθούν με το σχεδιασμό και την εφαρμογή του συγκεκριμένου πακέτου είναι οι ακόλουθοι:

- ενδυνάμωση της υφιστάμενης δυναμικής της Λάρισας ως επιχειρησιακού και επενδυτικού κέντρου,
- ενίσχυση και αναδιαμόρφωση των παραγωγικών διαδικασιών στον πρωτογενή τομέα,
- επίτευξη της επιχειρησιακής εξωστρέφειας της Λάρισας σε Βαλκανικό επίπεδο και στην ευρύτερη περιοχή της Νότιας Ευρώπης και της Μεσογείου,
- ανάδειξη των τοπικών προϊόντων brand της περιοχής,
- επίτευξη υψηλής ανταγωνιστικότητας έναντι άλλων πόλεων σε εθνικό επίπεδο αλλά και στη Νότια Ευρώπη,
- διαμόρφωση ενός ελκυστικού και ανταγωνιστικού επιχειρησιακού κλίματος της περιοχής,
- ανανέωση υπαρχουσών επιχειρησιακών δομών και υπηρεσιών,
- αύξηση της τουριστικής κίνησης,
- προσέλκυση ειδικών γεγονότων σε εθνικό και σε ευρωπαϊκό επίπεδο, και
- σχεδιασμός, οργάνωση, φιλοξενία και καθιέρωση νέων δυναμικών γεγονότων, π.χ. *Open Business Week* (παράλληλη δραστηριότητα), *Mediterranean Open Gastronomy Symposium* (5μερης διάρκειας, ανά τρία χρόνια), *Open Restaurants Week* (παράλληλη δραστηριότητα), *Cooking and Tasting Culture* (5μερης διάρκειας), *Εβδομάδα Βιομηχανικού Σχεδιασμού, Ανοικτές Διαδρομές στα μυστικά του Κάμπου* (5μερης διάρκειας), *Open Fashion Week* (ανά δύο χρόνια).

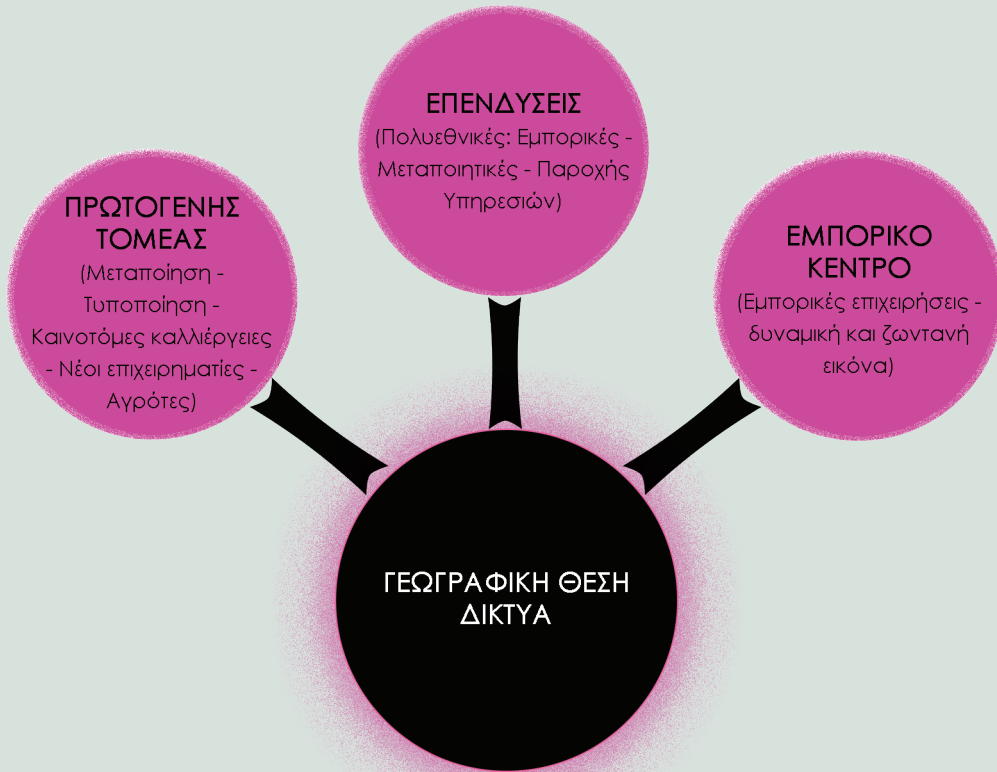
Ο πυρήνας του συγκεκριμένου πακέτου είναι το φυσικό και ισχυρό brand name της Λάρισας, η γεωγραφική της θέση. Ο παράγοντας αυτός, χωρίς καμιά άλλη προσπάθεια υποστήριξης, είναι η αφετηρία για την ανάπτυξη της πόλης, τη ζωντάνια της πόλης και για το γεγονός ότι η Λάρισα όντως αποτελεί μια *ανοικτή πόλη* σε ανθρώπους, ιδέες, επιχειρήσεις, πολιτισμό κ.ά. Κατά συνέπεια, αυτό που ενδιαφέρει στο επιχειρηματικό πακέτο είναι η υφιστάμενη αυτή δυναμική να γίνει γνωστή, ανταγωνιστική και αναγνωρίσιμη.

## Ανάλυση

Η Λάρισα, και η ευρύτερη κοντινή σε αυτήν περιφέρεια, έχει προσελκύσει μεγάλες εμπορικές πολυεθνικές επιχειρήσεις, αλλά και βιομηχανικές. Επίσης, η πόλη διαθέτει ένα πολύ δυναμικό εμπορικό κέντρο που εκτείνεται σε μια πολύ μεγάλη έκταση με ιδιαίτερα δυναμική αγορά. Τέλος η Λάρισα έχει γύρω της τον κάμπο της Θεσσαλίας. Το γεγονός αυτό από μόνο του προσδίδει ένα επίσης πολύ ισχυρό στοιχείο, αναγνωρισμένο σε εθνικό επίπεδο, τη Λάρισα ως αγροτικό κέντρο.

### Προσδιορισμός του πυρήνα

Στο Διάγραμμα 1 παρουσιάζεται ο πυρήνας του Open Business - Open Networks και οι κύριοι άξονες με βάση τους οποίους αναπτύσσεται. Είναι εμφανές ότι οι άξονες αυτοί προσδιορίζονται και αναπτύσσονται με βάση τη γεωγραφική θέση της πόλης. Ένα δεύτερο στοιχείο που είναι έκδηλο, αφορά στο ότι αυτοί οι άξονες είναι άμεσα συνδεδεμένοι μεταξύ τους, διαμορφώνοντας για την πόλη της Λάρισας μια ολοκληρωμένη επενδυτική και παραγωγική εικόνα και ένα δυναμικό επιχειρηματικό περιβάλλον. Στο Διάγραμμα 2 παρουσιάζεται το θεωρητικό υπόβαθρο της πόλης που θέλει να λειτουργήσει ως ανταγωνιστικός επενδυτικός πόλος, στην περίπτωση μας η Λάρισα, αλλά και των δυναμι-

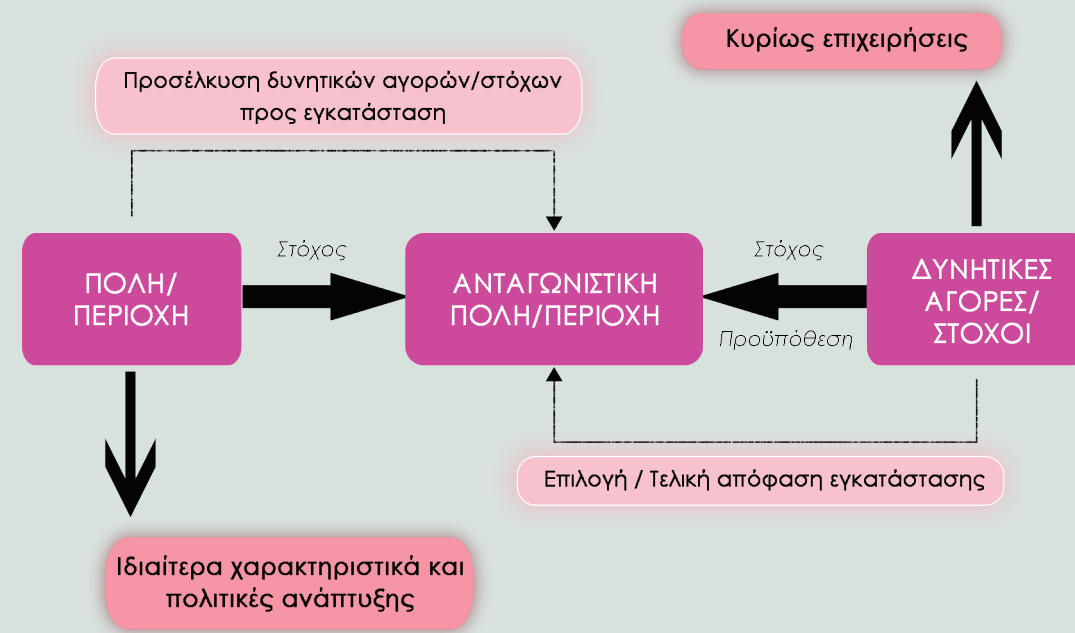


κών αγορών στόχων, κυρίως επιχειρήσεων που επιδιώκουν να εγκατασταθούν σε μια περιοχή που είναι ανταγωνιστική, κάτι που επίσης αποτελεί και προϋπόθεση για την εγκατάστασή τους. Το ζητούμενο στοιχείο είναι το τι μπορεί να προσφέρει η Λάρισα προς τις επιχειρήσεις που επιθυμούν να εγκατασταθούν στην περιοχή της. Το μίγμα της προσφοράς αφορά στα ιδιαίτερα στοιχεία και χαρακτηριστικά της Λάρισας αλλά και στις πολιτικές ανάπτυξης που υφίστανται σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Από την άλλη πλευρά το μίγμα της ζήτησης δομείται στο τι ζητούν οι επιχειρήσεις με βάση τη δραστηριότητα τους και τους στόχους τους από την πόλη της Λάρισας. Στην περίπτωση της Λάρισας, η προσέλκυση επενδύσεων θα πρέπει να συνοδεύεται και με μια ουσιαστική αξιολόγηση του κατά πόσο η εκάστοτε επένδυση είναι

κερδοφόρα και έχει προστιθέμενη αξία για την πόλη και την περιοχή. Στην περίπτωση αυτή γίνεται λόγος για επενδύσεις οι οποίες λειτουργούν ευεργετικά με τρεις τρόπους για την περιοχή / πόλη εγκατάστασης:

- εκμεταλλεύονται στην παραγωγική τους διαδικασία φυσικούς πόρους της περιοχής,
- εκμεταλλεύονται ανθρώπινους πόρους της περιοχής και
- λειτουργούν ως 'πόλος έλξης' για την προσέλκυση και άλλων επιχειρήσεων.

Στην περίπτωση της Λάρισας σε μεγάλο βαθμό λειτουργούν και οι τρεις παραπάνω τρόποι κάτι που είναι ιδιαίτερα σημαντικό.



## Προσδιορισμός των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών- δυναμικών του αγαθού

Πιο συγκεκριμένα:

- Επενδύσεις

Η διάσταση αυτή αναφέρεται στην προσέλκυση νέων, μη τοπικών, επιχειρήσεων από την υπόλοιπη Ελλάδα και από το εξωτερικό σε διάφορους τομείς, όπως η μεταποίηση, η βιομηχανία, το εμπόριο, τα logistics, ή οι υπηρεσίες. Αν και είναι διαφορετικά τα κριτήρια προσέλκυσης για κάθε παραγωγικό τομέα, όπως προκύπτει από τη διεθνή πρακτική, τα χαρακτηριστικά της Λάρισας συνθέτουν ένα ικανό επιχειρηματικό προφίλ που δύναται να ικανοποιήσει ένα μεγάλο εύρος παραγωγικών επενδύσεων κυρίως από την Νότια Ευρώπη και την ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου. Το κύριο σημαντικό στοιχείο είναι ότι η έως τώρα εγκατάσταση ξένων πολυεθνικών επιχειρήσεων στην Λάρισα, δεν έλαβε χώρα με άξονα την τοπική αγορά αλλά την ευρύτερη γεωγραφική ζώνη της *Κεντρικής Ελλάδας*, με άμεση πρόσβαση σε προμηθευτές, πελάτες χονδρικής, τελικά σημεία πώλησης, αλλά και τοπικούς παραγωγούς. Συνεπώς αναφερόμαστε σε μια ουσιαστική εκμετάλλευση της γεωγραφικής θέσης της πόλης και των δικτύων της.

- Πρωτογενής Τομέας

Αναμφίβολα οι εμπειρικές έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στην Α φάση του ΣΣΜΛ κατέδειξαν κάτι πολύ σημαντικό, εμφανές και αναμενόμενο. Η Λάρισα είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον Θεσσαλικό Κάμπο, την αγροτική παραγωγή και λειτουργεί εύστοχα ως ένα πολύ ιδιαίτερο και δυναμικό *αγροτικό κέντρο* στην ευρύτερη ζώνη της Νότιας Ευρώπης. Ο Θεσσαλικός Κάμπος αποτελεί ένα ακόμα φυσικό brand name για την πόλη, δημιουργώντας συνθήκες για την ανάπτυξη μιας ανταγωνιστικής αγροτικής παραγωγής σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο. Η δυναμική της εξωστρέφειας όμως είναι κάτι που λείπει και σε αυτή την περίπτωση. Ανατρέχοντας στα πλεονεκτήματα του αγροτικού τομέα διαπιστώνει κανείς ότι η Λάρισα βρίσκεται στο επίκεντρο

η Λάρισα δεν 'βιώνει' άμεσα την ανάγκη να καταστεί περισσότερο εξωστρεφής, γεγονός όμως που σταδιακά μπορεί να οδηγήσει σε μια παγιωμένη κατάσταση, σε παρακμή αυτής της δυναμικής και κατ' επέκταση στην ύφεση της

ορισμένων ονομαστών και ισχυρών τοπικών προϊόντων των γύρω περιοχών, που αναπτύσσονται ανταγωνιστικά σε διεθνείς αγορές εδώ και πολλά χρόνια, π.χ. το τσίπουρο Τυρνάβου, η φέτα Ελασσόνας, τα μήλα Αγιάς ή ο χαλβάς Φαρσάλων.

- Εμπόριο (Εμπορικό κέντρο)

Δυναμικό και ελκυστικό βασιζόμενο σε δυο κύριες διαστάσεις.

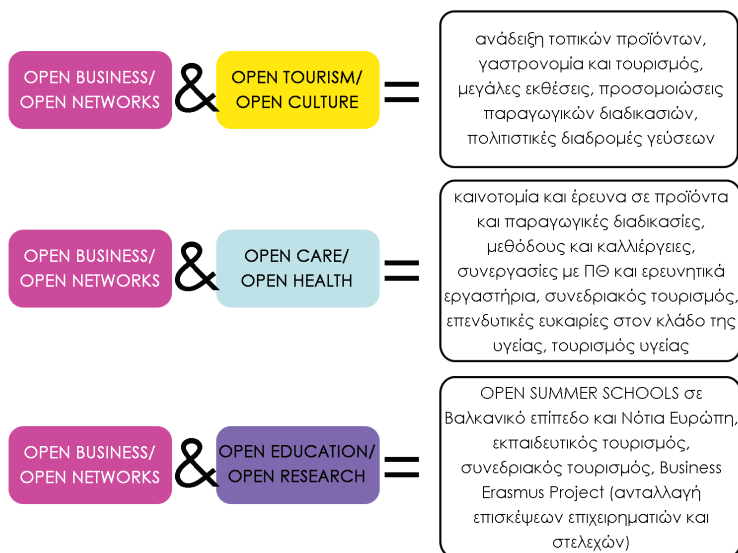
Η πρώτη αφορά στις εμπορικές επιχειρήσεις, μεγάλες πολυεθνικές οι

οποίες είναι εγκατεστημένες εντός της πόλης και στην ευρύτερη περιοχή της με εύκολη προσβασιμότητα σε αυτές. Η ύπαρξη αυτών των επιχειρήσεων λειτουργεί ως κίνητρο 'πόλου έλξης' και για την προσέλκυση άλλων καθώς λειτουργούν οικονομίες κλίμακας και συγκέντρωσης.

Η δεύτερη αφορά την εμπορική αγορά της πόλης (εμπορικό κέντρο) με μεγάλα εμπορικά, τοπικά και μη καταστήματα και επιχειρήσεις που συνθέτουν ένα πολύ δυναμικό και ελκυστικό προφίλ, για τον επισκέπτη, τον επενδυτή ή τον εκάστοτε επαγγελματία. Ο συνδυασμός της εύκολης μετακίνησης στους πεζόδρομους σε συνδυασμό με το πλήθος των επιχειρήσεων εστίασης / καφέ διαμορφώνουν το πλαίσιο μιας πόλης που η εικόνα της είναι ζωντανή και συνεχώς μεταβαλλόμενη.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι το επιχειρηματικό προφίλ της Λάρισας είναι ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα της και μέσα από το ΣΣΜΛ απαιτείται να γίνει και ένας από τους πυλώνες της ανταγωνιστικότητας της. Λόγω της δυναμικής αυτής η Λάρισα δεν 'βιώνει' άμεσα την ανάγκη να καταστεί περισσότερο εξωστρεφής, γεγονός όμως που σταδιακά μπορεί να οδηγήσει σε μια παγιωμένη κατάσταση, σε παρακμή αυτής της δυναμικής και κατ' επέκταση στην ύφεση της.





## Διαστάσεις του αγαθού

Το συγκεκριμένο πακέτο μπορεί να συνδεθεί αποτελεσματικά με κάποια από τα προτεινόμενα πακέτα του ΣΣΜΛ. Τα πακέτα αυτά κυρίως είναι τρία: *Open Tourism - Open Culture*, *Open Care - Open Health* και *Open Education - Open Research*. Πιο συγκεκριμένα στο Διάγραμμα 3 απεικονίζονται οι συσχετίσεις αυτές.

Οι παραπάνω συσχετισμοί και οι δράσεις που αναφέρονται είναι ορισμένες προτάσεις και ιδέες προς περαιτέρω διερεύνηση. Το σημαντικό στοιχείο είναι ότι μπορούν να σχεδιαστούν και να αξιολογηθούν μέσα στο πλαίσιο της λειτουργίας του ΣΣΜΛ. Όλες οι παραπάνω δράσεις και συνέργιες αφορούν σε συγκεκριμένο χρονικό ορίζοντα 5ετίας στο πλαίσιο ενός *συνολικού προγραμματισμού*.

## Σύνδεση του αγαθού με την οικονομική ανάπτυξη της πόλης

Η σύνδεση του Open Business - Open Networks με την οικονομική ανάπτυξη της πόλης αφορά στην ανάδειξη και την

υποστήριξη της *ενδογενούς ανάπτυξης*. Δηλαδή της ανάπτυξης που προέρχεται από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, την εξειδίκευση, τη δυναμική και τα πλεονεκτήματα της τοπικής παραγωγής, κοινωνίας και οικονομίας. Ο σχεδιασμός και η αποτελεσματική εφαρμογή των δράσεων του Open Business - Open Networks, έχει ως στόχο την ενίσχυση της εξωστρέφειας της Λάρισας ως επιχειρησιακού προορισμού (ένας από τους πυλώνες του οράματος) και παράλληλα την τοπική ανάπτυξη της πόλης που προσδιορίζεται στους ακόλουθους άξονες:

- Ενδυνάμωση της εικόνας του πρωτογενούς τομέα

Ο άξονας αυτός κυρίως αφορά δράσεις που να τονώσουν την υπάρχουσα δυναμική του πρωτογενούς τομέα με εστίαση σε νέες καλλιέργειες, στην προώθηση νέων καινοτομιών στην παραγωγική διαδικασία, στην τυποποίηση - μεταποίηση προϊόντων, στην προσέλκυση επενδύσεων και στην διείσδυση των τοπικών προϊόντων σε νέες ομάδες στόχους σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.

- Αύξηση της εμπορικής ζήτησης

Παρότι η εμπορική αγορά της Λάρισας είναι μια ζωντανή σε αγοραστικό ενδιαφέρον αγορά, τόσο από τον τοπικό - περιφερειακό πληθυσμό, όσο και από μη τοπικό, η συνύπαρξη και ο σχεδιασμός κοινών και παράλληλων δράσεων θα συμβάλει θετικά στην τόνωση της εμπορικής ζήτησης.

- Αύξηση της τουριστικής ζήτησης

Είναι ένα από τα πολυπόθητα ζητούμενα της Λάρισας, η αύξηση της τουριστικής ζήτησης, η οποία μπορεί να επιτευχθεί από τον προγραμματισμό δράσεων στο συγκεκριμένο πακέτο όπως και σε όλα τα υπόλοιπα.

- Αύξηση της απασχόλησης

Η αύξηση της απασχόλησης είναι επακόλουθο όλων των παραπάνω. Η μεγαλύτερη ζήτηση για την εικόνα της Λάρισας και τα αγαθά της στο σύνολο της, οδηγεί στην αύξηση της προσφοράς και στην κάλυψη των αναγκών, των προσδοκιών,



των απαιτήσεων των δυναμικών αγορών στόχων. Η προσφορά όμως όλων των παρεχόμενων υπηρεσιών συνδέεται άρρηκτα με την ποιότητα των υπηρεσιών. Η αυξανόμενη ζήτηση προϋποθέτει και το ανάλογο ανθρώπινο δυναμικό, στελεχιακό και παραγωγικό προκειμένου να επιτευχθεί η ποιότητα των παρεχόμενων αγαθών, να ικανοποιηθούν στο μέγιστο δυνατόν οι ομάδες στόχοι και να υπάρξει και επαναληπτική πώληση.

- Νέες καινοτόμες επιχειρήσεις

Η ενίσχυση της προσπάθειας για νέες (start up) επιχειρήσεις, τονώνοντας το επιχειρηματικό κλίμα της πόλης και της ευρύτερης περιοχής είναι ένα πολύ σημαντικό στοιχείο της οικονομικής ανάπτυξης. Στην ουσία πρόκειται για μια αναδιαμόρφωση της υφιστάμενης επιχειρησιακής δυναμικής μέσα από νέες ιδέες, παραγωγικές και ερευνητικές καινοτομίες σε προϊόντα και υπηρεσίες.

Οι παραπάνω άξονες είναι ορισμένοι ενδεικτικοί και ως ένα βαθμό γενικοί της σύνδεσης του Open Business - Open Networks με την οικονομική ανάπτυξη της Λάρισας. Το πιο σημαντικό στοιχείο όμως είναι ότι η επίτευξη των αναπτυξιακών στόχων, εκτός από την ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας, συμβάλει και στην επίτευξη μιας σταδιακής και σταθερής ανταγωνιστικότητας και αναγνωρισιμότητας της πόλης, ενισχύοντας την εξωστρέφεια της εικόνας της.



Το μίγμα προώθησης και υποστήριξης του Open Business - Open Networks προσδιορίζεται πάντα στο πλαίσιο της προτεινόμενης Συνεργατικής Στρατηγικής που αφορά συνολικά το Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ Λάρισας.

## Σύνθεση

Ειδικότερα στην περίπτωση του εξειδικευμένου αυτού πακέτου λειτουργεί στο πλαίσιο μιας ανταγωνιστικής και δυναμικής στρατηγικής αυτής του άμεσου ανταγωνισμού ή 'κατά μέτωπο επίθεσης' (*face to face*). Επιπλέον ως μια υποστηρικτική στρατηγική προτείνεται αυτή της εστίασης (*focus*), σε συγκεκριμένους όμως άξονες όπως στην προσέλκυση ειδικών γεγονότων.

### Προτεινόμενο μίγμα προώθησης και υποστήριξης

Ειδικότερα το μίγμα προώθησης και υποστήριξης περιλαμβάνει τους εξής άξονες:

#### 1 Σχεδιασμός λειτουργιών

##### Στόχος:

Διαμόρφωση των βασικών λειτουργικών δομών και υποστηρικτικών στοιχείων για την ανάπτυξη των δράσεων του Open Business - Open Networks στο σύνολο του

##### Δράσεις:

- Σχεδιασμός και λειτουργία ενός *Open Business Investment Centre*,
- Παραγωγή έντυπου και ηλεκτρονικού υλικού (*prospectus*,

*business guides*, videos, χαρτών, CDs κ.ά.),

- Αναδιαμόρφωση της ηλεκτρονικής ιστοσελίδας όλων των επιχειρησιακών οργανισμών σε τρεις ξένες γλώσσες,
- Σχεδιασμός και λειτουργία ειδικής ιστοσελίδας *Larissa Open Business.Com*,
- Ενεργός συμμετοχή των εμπορικών επιχειρήσεων στην υποστήριξη της δυναμικής του εμπορικού κέντρου της πόλης.

#### 2 Ευρωπαϊκή και διεθνής διάσταση

##### Στόχος:

Ενίσχυση της εξωστρέφειας της επιχειρησιακής δυναμικής της πόλης

##### Δράσεις:

- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις, σεμινάρια, συνέδρια και άλλα forums,
- Πρόσκληση ξένων επιχειρηματιών σε ενημερωτικά σεμινάρια, επισκέψεις σε τόπους παραγωγής, συνεργασίες σε καινοτόμες δράσεις κ.ά.,
- Ανάπτυξη συνεργασιών με άλλα επιμελητήρια και επιχειρησιακούς οργανισμούς σε βαλκανικό και επίπεδο Ν. Ευρώπης και Μεσογείου,
- Συνεργασία με άλλους γεωργικούς και κτηνοτροφικούς συνεταιρισμούς σε βαλκανικό επίπεδο.

#### 3 Συμμετοχή και οργάνωση Ειδικών Γεγονότων *Business Events*

##### Στόχος:

Καθιέρωση της Λάρισας ως προορισμού 'ειδικών γεγονότων'.

**Δράσεις:**

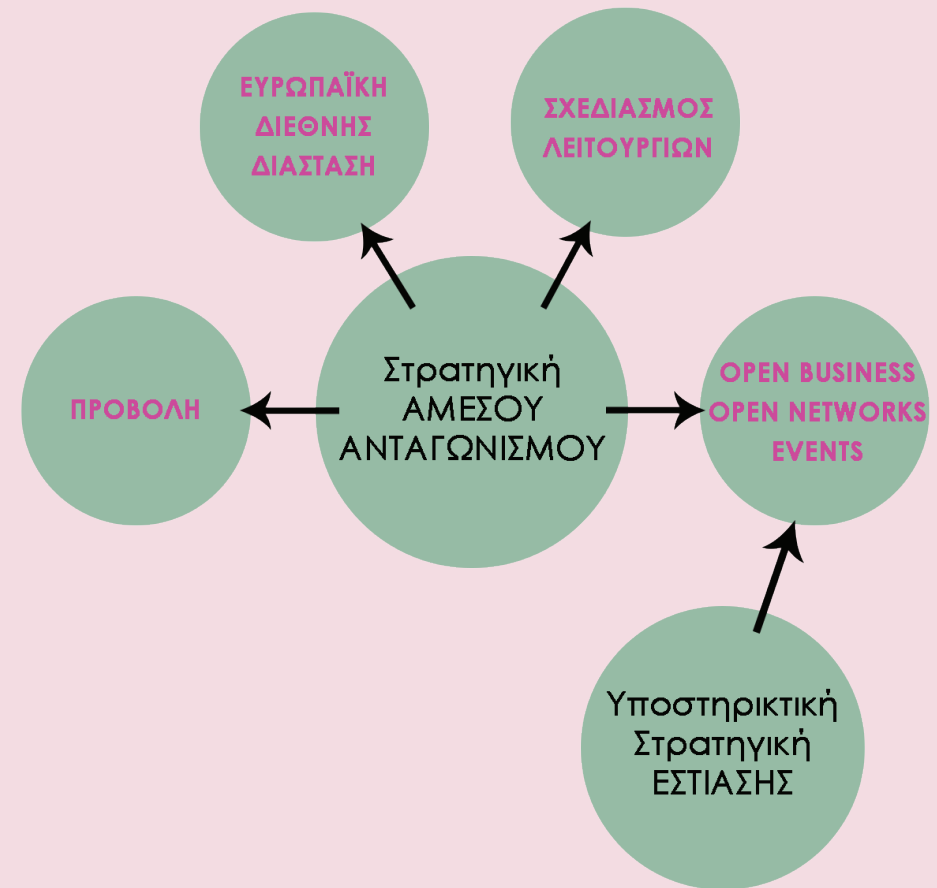
- Σχεδιασμός, οργάνωση και φιλοξενία νέων ειδικών γεγονότων επιχειρησιακού χαρακτήρα με συγκεκριμένη θεματολογία και χρονικό ορίζοντα διεξαγωγής,
- Σχεδιασμός, οργάνωση και φιλοξενία επιστημονικών συνεδρίων σε συνεργασία με το ΠΘ, το ΤΕΙΘ και ερευνητικά κέντρα,
- Ενίσχυση και υποστήριξη της εξωστρέφειας υφιστάμενων ειδικών γεγονότων (π.χ. η Διεθνής Γεωργοκτηνοτροφική Έκθεση Λάρισας).

**4** Προβολή**Στόχος:**

Αποτελεσματική προβολή σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο

**Δράσεις:**

- Σχεδιασμός και την παραγωγή φακέλου προς συνολική προώθηση του πακέτου - *Open Business Portfolio*,
- Ειδικοί επιχειρησιακοί και επενδυτικοί οδηγοί σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο,
- Διαφημίσεις σε επιχειρησιακές και επενδυτικές ιστοσελίδες,
- Συγκεκριμένη προώθηση των local brands products σε συνεργασία με τους τοπικούς εκάστοτε παραγωγούς και επιχειρήσεις,
- Καταχωρήσεις και άρθρα - συνεντεύξεις σε συγκεκριμένα περιοδικά, εφημερίδες ή ιστοσελίδες σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο.



Στο Διάγραμμα 4 απεικονίζεται η στρατηγική αυτή και οι διαστάσεις του μίγματος υποστήριξης του πακέτου στο σύνολο του. Να σημειωθεί ότι η ανάπτυξη της στρατηγικής αυτής και των διαστάσεων του μίγματος δεν αποκλείει και τη συσχέτιση με άλλες στρατηγικές και πακέτα του ΣΣΜΛ.



## Δυνητικές ομάδες - στόχοι και βασικές στρατηγικές

Το πακέτο Open Business - Open Networks απευθύνεται σε όλες εκείνες τις ομάδες στόχους που ήδη έχουν εκτιμήσει τη δυναμική της πόλης και έχουν προβεί σε επενδύσεις αλλά και σε νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες είτε για επέκταση και εγκατάσταση, είτε για εκμετάλλευση των φυσικών και ανθρώπινων πόρων της περιοχής, είτε για την εισαγωγή νέων start up επιχειρήσεων. Πιο συγκεκριμένα οι ομάδες στόχοι στις οποίες απευθύνεται το πακέτο Open Business - Open Networks είναι:

- Επενδυτές, ξένες βιομηχανικές και εμπορικές επιχειρήσεις κυρίως από τα Βαλκάνια και την Νότια Ευρώπη, οι οποίες γνωρίζουν την πόλη της Λάρισας και την περιοχή της και δυνητικά έχουν εκδηλώσει ενδιαφέρον,
- Ευρωπαϊκές αγορές, μεγάλες επιχειρήσεις χονδρικής με στόχο την ενίσχυση της εξαγωγικής προσπάθειας τυποποιημένων προϊόντων,
- Επιχειρηματίες με νέες και καινοτόμες ιδέες οι οποίες μπορούν να ενισχυθεί η ολοκλήρωσή τους με βάση το τι μπορεί να προσφέρει η Λάρισα ως επενδυτικός προορισμός,
- Την αξιολόγηση, οργάνωση και φιλοξενία ειδικών γεγονότων εθνικής και ευρωπαϊκής εμβέλειας,
- Πανεπιστήμια και ερευνητικά σε εθνικό, βαλκανικό και ευρωπαϊκό επίπεδο,
- Επιχειρηματίες και παραγωγούς του πρωτογενούς τομέα σε εθνικό, βαλκανικό και ευρωπαϊκό επίπεδο,
- Εθνικός και ευρωπαϊκός τύπος (δημοσιογράφοι, ΜΜΕ, κ.ά.),
- Τοπικοί επιχειρηματίες και παραγωγοί,

*Open Business Portfolio:* Πρόκειται για ένα φάκελο, ειδικά σχεδιασμένο και δομημένο με πλούσιο υλικό, έντυπο, ηλεκτρονικό και φωτογραφικό για τη συνολική επενδυτική δυναμική της πόλης

- Επιχειρησιακοί οργανισμοί, σύνδεσμοι και ενώσεις σε τοπικό, εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο.

Όλες οι παραπάνω ομάδες στόχοι έχουν μια κοινή βάση ενδιαφέροντος, που είναι το επιχειρηματικό προφίλ της Λάρισας. Η Λάρισα διαθέτει αυτό το προφίλ αλλά της λείπει ο εξωστρεφής χαρακτήρας του. Η βασική στρατηγική η οποία αναπτύχθηκε παραπάνω είναι αυτή του άμεσου ανταγωνισμού και η οποία θα πρέπει να εφαρμοστεί για όλες τις παραπάνω ομάδες στόχους. Ένα από τα πολύ σημαντικά εργαλεία που θα πρέπει να σχεδιαστούν μεταξύ άλλων είναι και η δημιουργία του *Open Business Portfolio*. Πρόκειται για ένα φάκελο, ειδικά σχεδιασμένο και δομημένο με πλούσιο υλικό, έντυπο, ηλεκτρονικό και φωτογραφικό για τη συνολική επενδυτική δυναμική της πόλης. Θα συνοδεύει επιχειρηματίες και φορείς συλλόγων σε εκθέσεις, συνέδρια, επιχειρηματικά ταξίδια ενώ θα αποστέλλεται και σε επιλεγμένους φορείς και επιχειρήσεις ενδιαφέροντος σε Ελλάδα και εξωτερικό. Παράλληλα η δημιουργία μιας ειδικής επενδυτικής ιστοσελίδας με την επωνυμία *Larissa Open Business.Com*, αποτελεί άμεση ανάγκη στη δόμηση του πακέτου αυτού.



## Προτεινόμενες δράσεις ανάπτυξης

Οι προτεινόμενες δράσεις του πακέτου Open Business - Open Networks αφορούν στις τρεις διαστάσεις της δομής του πακέτου όπως παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 1. Συγκεκριμένα:

### 1. Επενδύσεις:

- Λειτουργία Open Business Investment Centre.
- Παραγωγή έντυπου και ηλεκτρονικού υλικού (prospectus, business guides, videos, χαρτών, CDs κ.ά.).
- Αναδιαμόρφωση της ηλεκτρονικής ιστοσελίδας όλων των επιχειρηματικών οργανισμών σε τρεις ξένες γλώσσες.
- Σχεδιασμός και λειτουργία ειδικής ιστοσελίδας Larissa Open Business.Com και εφαρμογή αντίστοιχων σλόγκαν και links όπως:

*i-open business, e-Larissa Business, Open Larissa Invest Building bridges...making Business*

- Σχεδιασμός φακέλου Open Business Portfolio, με ειδικό προσανατολισμό και στις 'Επενδύσεις Υγείας και Φροντίδας'.
- Διαφημίσεις σε social media, επιχειρηματικές και επενδυτικές ιστοσελίδες.
- Σχεδιασμός και οργάνωση της 'Ανοικτής Επιχειρηματικής Εβδομάδας' (Open Business Week) σε εθνικό επίπεδο με παράλληλες δραστηριότητες.
- Σχεδιασμός και καθιέρωση 'Εβδομάδας Βιομηχανικού Σχεδιασμού'.
- Σχεδιασμός και οργάνωση του 'Business Exchange Project' για την ενίσχυση της επιχειρηματικής εικόνας της πόλης.
- Πρόσκληση σε ειδικό γεγονός 50 δημοσιογράφων για την ενίσχυση της επιχειρηματικής εικόνας της πόλης.



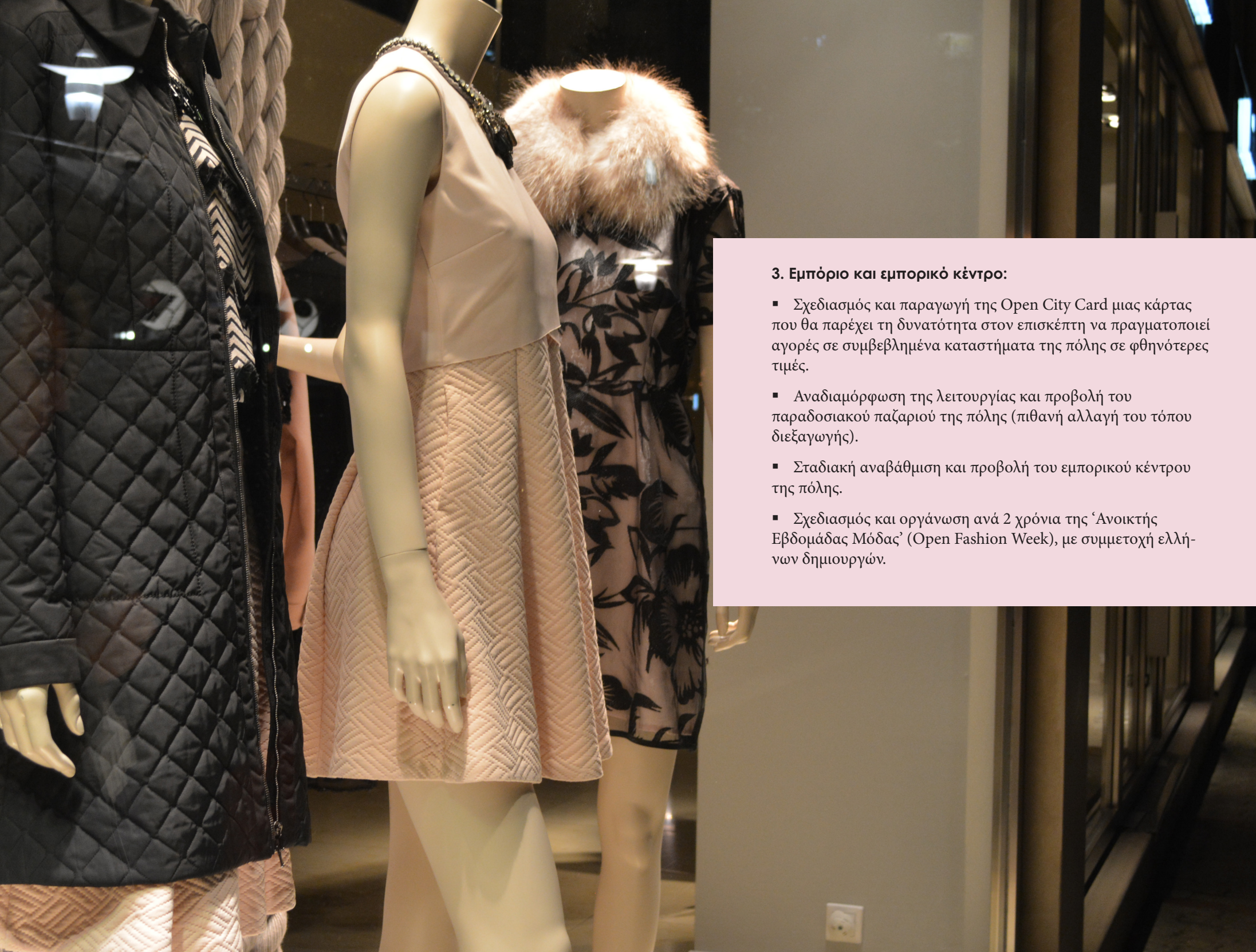




## 2. Πρωτογενής τομέας και παραγωγή:

- Ενίσχυση και προβολή Γεωργοκτηνοτροφικής Έκθεσης Λάρισας με αλλαγή του τόπου φιλοξενίας στην πόλη και άμεση σύνδεση με το κέντρο της Λάρισας (σε σύνδεση με την ολοκλήρωση των επαφών με HELLEXPO).
- Συμμετοχή στο πλαίσιο δράσης του Επιμελητηρίου Λάρισας και του Δήμου, τοπικών επιχειρηματιών σε 2 σημαντικά γεγονότα σε ευρωπαϊκό / διεθνές επίπεδο.
- Σχεδιασμός και οργάνωση ενός 3ήμερου εκδηλώσεων με 'Φαγητό και Κρασί' (open city food and wine) εθνικής εμβέλειας.
- Καθιέρωση του Open Restaurants Week. Τα εστιατόρια της πόλης μαγειρεύουν και προσφέρουν δωρεάν τοπικές γεύσεις (πιάτα) σε επισκέπτες της πόλης (παράλληλη δραστηριότητα).
- Cooking and Tasting Culture (5μερης διάρκειας), όπου σε 30 διαφορετικά σημεία της πόλης θα διαμορφωθούν υπαίθριες, ανοικτές κουζίνες που θα προσφέρουν με μικρό αντίτιμο, τοπικές γεύσεις και κρασί σε επισκέπτες της πόλης (παράλληλη δραστηριότητα).
- Ανοικτές Διαδρομές στα Μυστικά του Κάμπου (5μερης διάρκειας) με ενίσχυση του φυσιολατρικού, γαστρονομικού και του τουρισμού εμπειριών (εξειδικευμένη δράση).
- Σχεδιασμός, οργάνωση και καθιέρωση (ανά 3 χρόνια) του Mediterranean Open Gastronomy Symposium (5μερης διάρκειας) με παράλληλες εκδηλώσεις και δράσεις.





### 3. Εμπόριο και εμπορικό κέντρο:

- Σχεδιασμός και παραγωγή της Open City Card μιας κάρτας που θα παρέχει τη δυνατότητα στον επισκέπτη να πραγματοποιεί αγορές σε συμβεβλημένα καταστήματα της πόλης σε φθηνότερες τιμές.
- Αναδιαμόρφωση της λειτουργίας και προβολή του παραδοσιακού παζαριού της πόλης (πιθανή αλλαγή του τόπου διεξαγωγής).
- Σταδιακή αναβάθμιση και προβολή του εμπορικού κέντρου της πόλης.
- Σχεδιασμός και οργάνωση ανά 2 χρόνια της 'Ανοικτής Εβδομάδας Μόδας' (Open Fashion Week), με συμμετοχή ελληνικών δημιουργών.



## Κοινές Δράσεις των 7 πακέτων

Στην ενότητα αυτή περιγράφονται οι κοινές δράσεις όλων των πακέτων που αφορούν τόσο στη συνολική προβολή της πόλης στο πλαίσιο της κεντρικής ιδέας του παρόντος Σχεδίου Μάρκετινγκ και σύμφωνα με το γενικό σλόγκαν όσο και στην επιμέρους προβολή όλων των πακέτων και καθενός από αυτά.

Συγκεκριμένα, οι δράσεις αυτές περιλαμβάνουν:

- **Διαγωνισμό για το νέο λογότυπο και σλόγκαν της Λάρισας.** Το νέο λογότυπο θα συνοδεύει όλες τις επιμέρους δράσεις προβολής της πόλης σε όποιο πακέτο και αν εντάσσονται αυτές χαρακτηρίζοντας την παρουσία του δήμου στο διαδίκτυο, τα λοιπά μέσα επικοινωνίας αλλά και το φυσικό δημόσιο χώρο της πόλης. Λόγω της ισχύος του μηνύματος που συμπυκνώνεται στο λογότυπο, αλλά και για λόγους προβολής, προτείνεται η ανάδειξή του μέσω πανελληνίου διαγωνισμού.
- **Πανελλήνιο διαγωνισμό για τη δημιουργία τηλεοπτικού σποτ για τη Λάρισα.** Το σποτ θα βασίζεται στο νέο λογότυπο και την κεντρική ιδέα Open City και θα προβάλλεται σε τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας. Μπορεί να προβάλλεται, επίσης, σε οθόνες τοποθετημένες σε στρατηγικά σημεία συγκέντρωσης κοινού, εντός και εκτός πόλης, με στόχο τη μεγαλύτερη διάχυση της πληροφορίας (αεροδρόμια, σταθμοί ΚΤΕΛ, εκθέσεις, κ.ά.).
- **Δημιουργία info points σε δύο κατάλληλα επιλεγμένα σημεία της πόλης** με στόχο την εξυπηρέτηση και ενημέρωση των επισκεπτών. Εκτός από τους δημοτικούς υπαλλήλους που θα εκπαιδευτούν και θα αναλάβουν το ρόλο της ενημέρωσης του κοινού, το info point θα στελεχωθεί και με εθελοντές φοιτητές ώστε να καλυφθούν οι αυξημένες ανάγκες και το παρατεταμένο

ωράριο λειτουργίας κατά τις ημέρες των προτεινόμενων διοργανώσεων και φεστιβάλ.

- **Διοργάνωση 'familirisation trips' για επαγγελματίες από το χώρο που καλύπτει το κάθε πακέτο και γενικότερα για εκπροσώπους των αντίστοιχων πολλαπλασιαστών κάθε πακέτου,** με στόχο την απόκτηση βιωματικής εμπειρίας και τη διάχυση της πληροφορίας. Τα έξοδα των επισκεπτών θα είναι καλυπτόμενα (από χορηγίες συνεργαζόμενων επιχειρήσεων) καθώς ο σκοπός τους θα είναι η παρουσίαση της πόλης και της ταυτότητάς της σε συνδυασμό με την προβολή των εκάστοτε ειδικών γεγονότων.
- **Δημιουργία media kit σε ηλεκτρονική μορφή** το οποίο θα περιλαμβάνει φωτογραφίες, κείμενα, ηλεκτρονικές διευθύνσεις, video, χάρτες, κ.λπ.
- **Δημιουργία (τρίπτυχων) πληροφοριακών φυλλαδίων και ειδικά σχεδιασμένων χαρτών της πόλης για τις ανάγκες των δράσεων.** Τα φυλλάδια και οι χάρτες κρίνονται απαραίτητα, εφόσον το έντυπο πληροφοριακό υλικό παραμένει σημαντικό μέσο πληροφόρησης του κοινού εξαιτίας της καλύτερης εποπτείας της πληροφορίας, της ποιότητας της παραγωγής και κυρίως της λειτουργίας του ως ενθυμίου από τον τόπο της επίσκεψης. Για τους λόγους αυτούς συνιστάται η παραγωγή έντυπου υλικού (φυλλάδια και χάρτες) για όλες τις επιμέρους δράσεις.
- **Δημιουργία ετήσιου ημερολογίου για το σύνολο των δράσεων.** Το ημερολόγιο θα είναι λεπτομερές για κάθε πακέτο και θα προσφέρει καλύτερο συντονισμό των επιμέρους δράσεων, προκειμένου να αποφευχθούν τυχόν επικαλύψεις δράσεων με παρόμοιο σκοπό ή κοινό, και πλήρη ενημέρωση των εταίρων και του ενδιαφερόμενου κοινού.
- **Δημιουργία κεντρικού ιστότοπου με ειδικές σελίδες για κάθε πακέτο.** Για την αποφυγή υπερ-πληροφόρησης

του κοινού και συνύπαρξης πολλών διαφορετικών διευθύνσεων με διαφορετικά χαρακτηριστικά που ενδέχεται να προκαλέσουν σύγχυση και να αποδυναμώσουν το κεντρικό μήνυμα, προτείνεται η ενσωμάτωση των πληροφοριών για όλα τα πακέτα σε ένα νέο κεντρικό ιστότοπο (portal) της πόλης, στον οποίο θα δημιουργηθούν διακριτές σελίδες με τους τίτλους των πακέτων.

▪ **Παραγωγή οπτικού υλικού (video) για το διαδίκτυο.**

Σκοπός του υλικού είναι η προβολή του από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (YouTube, facebook, κ.λπ.). Για την παραγωγή του προτείνεται η συνεργασία με τοπικούς καλλιτέχνες και δημιουργούς.

▪ **Διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο, την τηλεόραση και σε επιλεγμένα sites (ελληνικά και ευρωπαϊκά).** Οι διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο και στα sites θα γίνονται ενιαία και ανά πακέτο. Η διαφήμιση στην τηλεόραση αφορά στο σποτ που θα δημιουργηθεί μέσω πανελληνίου διαγωνισμού.



## Στρατηγική διαχείριση πακέτου

Σε αυτό το τμήμα γίνεται αναφορά στους φορείς που θα συμμετέχουν στη διαμόρφωση και υλοποίηση των δράσεων του πακέτου Open Business - Open Networks. Η διαμόρφωση του πακέτου είναι δυναμική και θα αναπροσαρμόζεται ανάλογα με τις εξελίξεις.

Οι φορείς που θα κληθούν να συνεργαστούν σε αυτό το πακέτο είναι:

- Δήμος Λαρισαίων,
- Αντιδημαρχία Προγραμματισμού, Διοίκησης & Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων,
  - Επαγγελματικό Επιμελητήριο,
  - Οικονομικό Επιμελητήριο,
  - Εμπορικός Σύλλογος,
- Σύνδεσμος Βιομηχανιών Θεσσαλίας και Κεντρικής Ελλάδας (ΣΒΘΚΕ),
- Σύνδεσμος Θεσσαλικών Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΘΕΒ), και
  - Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Κλείνοντας τη συνοπτική ανάπτυξη του πακέτου Open Business - Open Networks κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί ότι πρόκειται για ένα πακέτο δράσεων υψίστης σημαντικότητας για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα της πόλης.

## Συμπεράσματα

Η αφετηρία του πακέτου είναι η υπάρχουσα δυναμική και η αποτελεσματική εκμετάλλευση της δυναμικής μέσα από το σχεδιασμό και την ανάπτυξη δομών, λειτουργιών και δράσεων που στοχεύουν στη συστηματική και στρατηγικά σχεδιασμένη υποστήριξη της εξωστρέφειας της Λάρισας ως επιχειρησιακού και επενδυτικού προορισμού. Το ενδιαφέρον αυτής της προσπάθειας επικεντρώνεται στην αναγνωρισιμότητα της Λάρισας σε επίπεδο Νότιας Ευρώπης και στη μετάφραση αυτής της αναγνώρισης σε αύξηση του επενδυτικού ενδιαφέροντος, αύξηση της τουριστικής ζήτησης και ενίσχυση του πρωτογενούς τομέα.



Στις επόμενες σελίδες παρουσιάζονται σε μορφή πινάκων τα χρονοδιαγράμματα εφαρμογής και οι προϋπολογισμοί των προτεινόμενων δράσεων.

## Χρονοδιαγράμματα & Προϋπολογισμοί

Τα χρονοδιαγράμματα εφαρμογής αναφέρονται αναλυτικά σε όλους τους μήνες του πιλοτικού έτους εφαρμογής 2016, ενώ για τα επόμενα έτη έως το 2020 διακρίνονται σε τρίμηνα (Q1, Q2, Q3, Q4). Οι δράσεις αφορούν τις προτεινόμενες δράσεις του συγκεκριμένου πακέτου καθώς και τις κοινές δράσεις που αναλύθηκαν και εφαρμόζονται και στα επτά εξειδικευμένα πακέτα προώθησης του Στρατηγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ Λάρισας.



Κοινές Δράσεις	Πιλοτικό Έτος Εφαρμογής												Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής								
	2016												2017				2018				2019				2020								
	ΚΟΣΤΟΣ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕΜ	ΔΕΚ	ΚΟΣΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΣΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΣΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΣΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>ΟΛΑ ΤΑ ΠΑΚΕΤΑ</b>																																	
1. Διαγωνισμός για το νέο λογότυπο της Λάρισας με βάση το σλόγκαν της πόλης	4.000 €		√	√																													
2. Διενέργεια Πανελληνίου διαγωνισμού για δημιουργία τηλεοπτικού σποτ	4.000 €		√	√																													
3. Δημιουργία 1ου info point (Κέντρου Πολιτικής Διάσυνδεσης) & λειτουργία με εθελοντική συμμετοχή φοιτητών (για εξυπηρέτηση επισκεπτών σε περίπτωση ειδικών γεγονότων)	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	√	√	√	√	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	√	√	√	√	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	√	√	√	√	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	√	√	√	√	
4. Κατάρτιση 15αα (αόραμα επαγγελματιών που έχουν τη δυνατότητα να διαδώσουν πληροφορίες στο εξωτερικό κοινό)	Από χορηγίες						√	√					Από χορηγίες		√	√		Από χορηγίες		√	√		Από χορηγίες		√	√		Από χορηγίες		√	√		
5. Δημιουργία media kit με εξειδίκευση για το κάθε πακέτο	2.500 €						√											2.500 €	√														
6. Δημιουργία και διάθεση τρίπτυχων πληροφοριακών φυλλαδίων και ειδικά σχεδιασμένων χαρτιών της ευρύτερης περιοχής (Περιφερειακής Ενότητας)	3.000 €				√	√												1.500 €	√									1.500 €	√				
7. Δημιουργία ημερολογίου για το πρόγραμμα δράσεων 2016	500 €	√											500 €	√				500 €	√				500 €	√				500 €	√				
8. Δημιουργία κεντρικού ιστότοπου με ειδικές σελίδες για κάθε πακέτο	1.500 €		√	√	√													1.500 €	√	√							1.500 €	√	√				
9. Παραγωγή ειδικού οπτικού υλικού σε μορφή βίντεο για το διαδίκτυο (ατόποπος, you tube)	1.500 €				√	√	√											1.000 €	√								1.000 €	√					
10. Διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο, την τηλεόραση και σε επλεγμένα sites	5.000 €					√	√	√	√	√	√	√	2.500 €	√	√	√	√	4.000 €	√	√	√	√	2.500 €	√	√	√	√	4.000 €	√	√	√	√	
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΚΟΙΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ</b>	<b>22.000 €</b>												<b>3.000 €</b>					<b>11.000 €</b>					<b>3.000 €</b>					<b>11.000 €</b>					

# Σχετικά με ΤΟ ΤΕΥΧΟΣ

Επιστημονικός υπεύθυνος

**Αλέξιος Δέφνερ,**

Καθηγητής Πολεοδομίας & Ελεύθερου Χρόνου,  
Διευθυντής Ε.ΤΟΥ.Σ.Ε.Π., Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας  
Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Βασική ερευνητική ομάδα

**Θεόδωρος Μεταξάς,**

Επίκουρος Καθηγητής  
Οικονομικής Ανάπτυξης, ΤΟΕ  
Π.Θ.

**Νικόλαος-Γεώργιος**

**Καραχάλης,**

Οικονομολόγος με ειδίκευση  
στον αστικό χώρο, Εξωτερικός  
διδάσκων ΤΜΧΠΠΑ Π.Θ.,  
ΣΕΠ ΕΑΠ

**Κλεάνθης Συρακούλης,**

Επίκουρος Καθηγητής  
Ποσοτικών Μεθόδων στη  
Διαχείριση Αναπτυξιακών  
Εργων ΤΕΙ Θεσσαλίας

**Ευαγγελία Ψαθά,**

Πολιτικός Μηχανικός ΕΜΠ,  
Διδάκτωρ Πολεοδομίας,  
Μέλος ΕΔΙΠ Π.Θ.

**Νικόλαος Βογιαζίδης,**

Διδάκτωρ Πολιτικής Επιστήμης,  
University of Sussex, Εξωτερικός  
διδάσκων ΤΜΧΠΠΑ Π.Θ.

**Σωτηρία Κατσαφάδου,**

Αρχιτέκτων Μηχανικός Π.Θ.,  
MSc Πολεοδομία-Χωροταξία,  
Υποψήφια Διδάκτωρ ΤΜΧΠΠΑ  
Π.Θ.

**Γεωργία Λάλου,**

Αρχιτέκτων Μηχανικός Α.Π.Θ.,  
MSc Πολεοδομία-Χωροταξία,  
Υποψήφια Διδάκτωρ ΤΜΧΠΠΑ  
Π.Θ.

**Νεοκλής Μαντάς,**

Μηχανικός Χωροταξίας,  
Πολεοδομίας & Περιφερειακής  
Ανάπτυξης ΤΜΧΠΠΑ, MA  
Cities and Culture, Queen Mary,  
University of London, Υποψήφιος  
Διδάκτωρ ΤΜΧΠΠΑ Π.Θ.

Το παρόν τεύχος αποτελεί τμήμα από ένα σύνολο 7 εξειδικευμένων πακέτων προώθησης που εντάσσονται στο ερευνητικό έργο 'Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ Λάρισας' και πραγματοποιήθηκε από το Εργαστήριο Τουριστικού Σχεδιασμού, Έρευνας & Πολιτικής (Ε.ΤΟΥ.Σ.Ε.Π.) του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης της Πολυτεχνικής Σχολής του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Νοέμβριος 2015

Σχεδιασμός τεύχους:

Γεωργία Λάλου

Υπεύθυνος σύνταξης τεύχους:

Θεόδωρος Μεταξάς



OPEN TOURISM/  
OPEN CULTURE

OPEN BUSINESS/  
OPEN NETWORKS

OPEN SPACE/  
OPEN RIVER

OPEN PEOPLE/  
OPEN LIFE

OPEN EDUCATION/  
OPEN RESEARCH

OPEN SPORTS

OPEN CARE/  
OPEN HEALTH