

ΕΝΟΤΗΤΑ 2

Σ.Υ.2.2.2. – Αποστολή, Όραμα και Φιλοδοξίες Κοινού για τη Δημιουργία Ουσιαστικών και Συναρπαστικών Εμπειριών



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



Dr Noel Buttigieg

**Ινστιτούτο Τουρισμού, Ταξιδιών και Πολιτισμού,
Πανεπιστήμιο της Μάλτας**

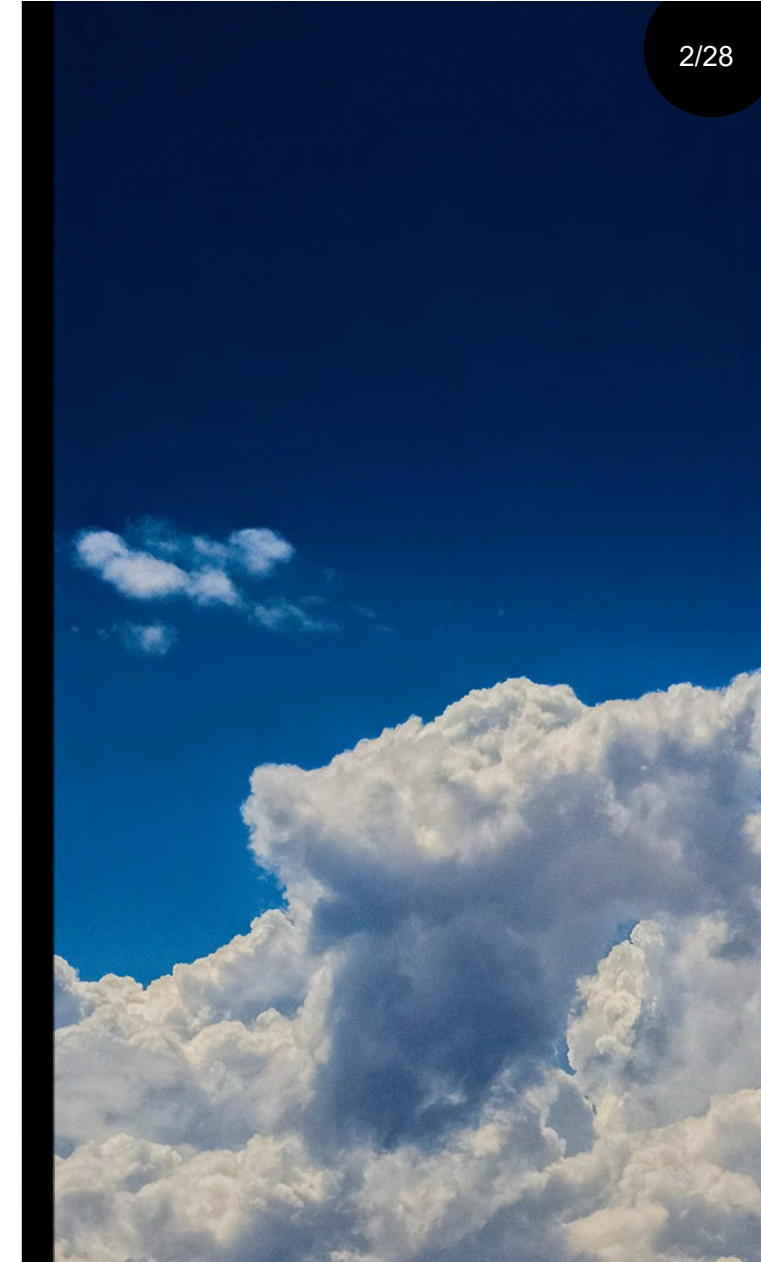
Code n. M2 Unit 2 SU2



Σκοπός & Στόχοι

Σε αυτή την παρουσίαση, θα εξερευνήσουμε

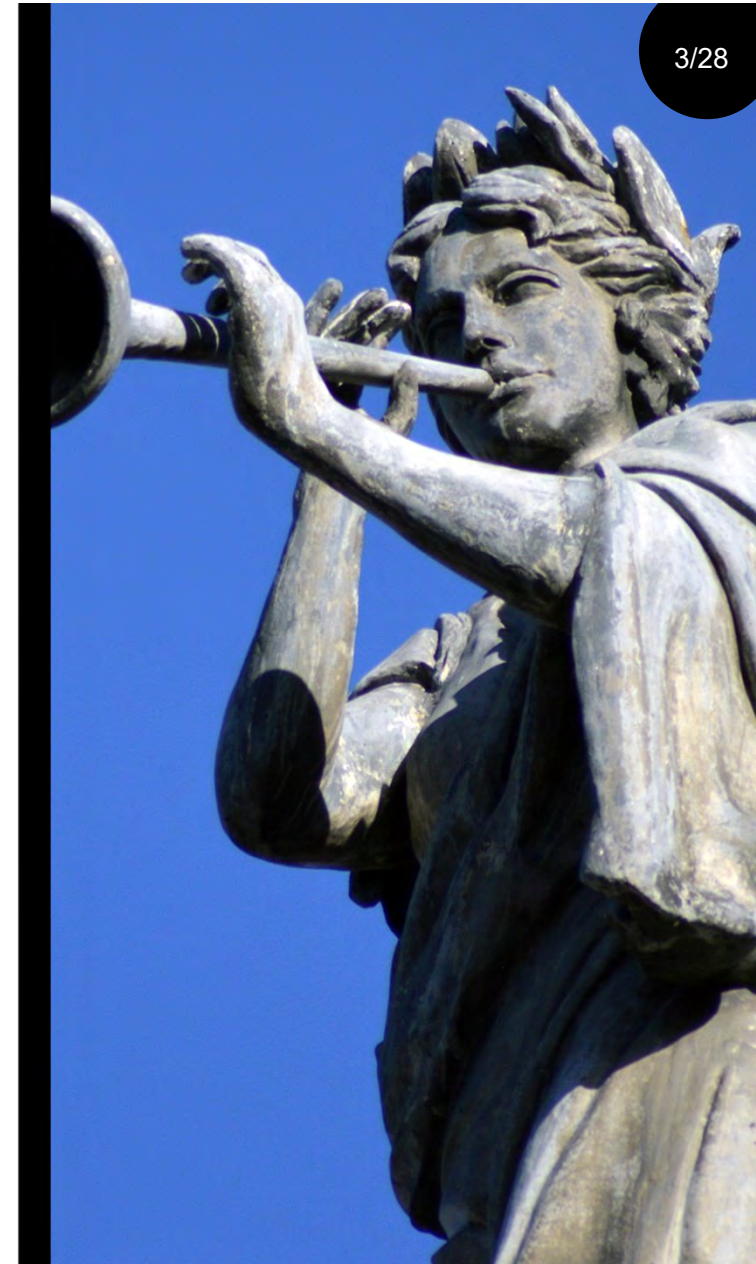
- μεθόδους για το πώς το κοινό είναι βασικός παράγοντας στην αποστολή, το όραμα και τη στρατηγική ενός Οργανισμού.
- πληροφορίες που θα μας βοηθήσουν να κατανοήσουμε το πώς να αξιολογήσουμε τους περιορισμούς του Οργανισμού, χρησιμοποιώντας στοιχεία για την αξιολόγηση καταστάσεων, το δυναμικό του κοινού και την κατανόηση των εμποδίων και των αναγκών του.
- εξέχοντα χαρακτηριστικά που επηρεάζουν τον αποτελεσματικό σχεδιασμό ανάπτυξης του κοινού.



Μαθησιακά αποτελέσματα

Στο τέλος αυτής της παρουσίασης, θα είστε σε θέση να :

- Αξιολογήσετε το ρόλο των πολιτιστικών θεσμών στο πλαίσιο.
- Κατηγοριοποιήσετε τις τάσεις του κοινού και να εφαρμόσετε αποτελεσματικές στρατηγικές ανάπτυξης του κοινού.
- Κατανοήσετε τις διαφορετικές συνιστώσες ενός σχεδίου ανάπτυξης κοινού.
- Προσδιορίσετε τις ιδιότητες που καθορίζουν ένα αποτελεσματικό σχέδιο.
- Επικοινωνήσετε μια σύνθετη ιδέα/ένα σύνθετο έργο αποτελεσματικά
- Αξιολογήσετε την πρόοδο της πνευματικής και επαγγελματικής σας ανάπτυξης



Συντάσσοντας μια Στρατηγική Σχεδίου Ανάπτυξης Κοινού

Όπως τονίστηκε στην προηγούμενη υποενότητα, οι διαχειριστές της πολιτιστικής κληρονομιάς ενθαρρύνονται να υιοθετήσουν εμπειρίες με επίκεντρο το κοινό για να δημιουργήσουν πιο ουσιαστικές εμπειρίες.

Στο πλαίσιο του στρατηγικού σχεδιασμού, αυτό σημαίνει:

1. Το κοινό δεν είναι μια μεταγενέστερη σκέψη, αλλά μάλλον η κινητήρια δύναμη που καθορίζει το έργο σας - ποιοι είναι, ποιες είναι οι προτιμήσεις, οι ανάγκες ή οι φιλοδοξίες τους;
2. Συνδέστε τα σχέδιά σας με το κοινό σας μέσω των ενδιαφερόντων του.
3. Διασφαλίστε ότι ο φυσικός χώρος είναι προσβάσιμος και φιλόξενος - ευνοεί αξέχαστες εμπειρίες.
4. Βεβαιωθείτε ότι η πρόκληση λειτουργεί καλύτερα όταν ο χώρος πολιτιστικής κληρονομιάς μιλάει την ίδια γλώσσα με το κοινό του.
5. Ακούστε το κοινό σας - παρακολουθήστε την εμπειρία και κατανοήστε τόσο αυτούς που συμμετείχαν όσο και αυτούς που δεν συμμετείχαν στην εμπειρία σας.



Συντάσσοντας μια Στρατηγική Σχεδίου Ανάπτυξης Κοινού

Ως εκ τούτου, εσείς και ο Οργανισμός σας πρέπει να συμφωνήσετε σε ορισμένες από τις παρακάτω επισημάνσεις πριν από την έναρξη οποιουδήποτε στρατηγικού σχεδιασμού.

1. Δεν είναι ένα μεμονωμένο γεγονός - οι σχέσεις με το κοινό σας μπορούν να διατηρηθούν μόνο μέσω της διαρκούς δέσμευσης.
2. Δεν είναι απλώς ένα τέχνασμα μάρκετινγκ - δεσμεύστε το σημερινό κοινό να επισκεφθεί ξανά, αλλά και προσελκύστε νέους επισκέπτες.
3. Δεν είναι μια άσκηση για την αντικατάσταση των σημερινών κοινών με νέα. Τα σημερινά και τα νέα κοινά είναι εξίσου σημαντικά.
4. Δεν προσπαθείτε να αυξήσετε τους επισκέπτες μέσα από την είσοδο αφού έχετε ξεκινήσει το έργο σας.



Συντάσσοντας μια Στρατηγική Σχεδίου Ανάπτυξης Κοινού

Πριν από τη σύνταξη ενός σχεδίου ο Οργανισμός σας θα πρέπει επίσης, να φιλοδοξεί να ανταποκρίνεται στα ακόλουθα βασικά κριτήρια :

- Όλοι έχουν να συνεισφέρουν.
- Σαφείς συνδέσεις με άλλα σχέδια και στρατηγικές.
- Κατεύθυνση βασισμένη σε πραγματικά στοιχεία για το τρέχον και το δυνητικό κοινό.
- Εξέταση του τρόπου εξυπηρέτησης των αναγκών διαφορετικών ομάδων/τμημάτων κοινού.
- Εύκολο για όλους να το καταλάβουν και να το κατανοήσουν.
- Πρακτικό - όχι πολύ περίπλοκο για την επικοινωνία ή απαιτητικό σε πόρους για την υλοποίησή του.
- Φιλόδοξο - μην προετοιμάζετε τον εαυτό σας για αποτυχία - όχι τόσο φιλόδοξο ώστε να είναι μη ρεαλιστικό, όχι τόσο μη φιλόδοξο ώστε να μην έχει αντίκτυπο.



Συντάσσοντας μια Στρατηγική Σχεδίου Ανάπτυξης Κοινού

Το σχέδιο ανάπτυξης του κοινού σας πρέπει να καλύπτει σε γενικές γραμμές τις ακόλουθες τέσσερις ενότητες :

1. αξιολόγηση της θέσης του Οργανισμού σας,
2. περιγραφή των στόχων της διαδικασίας ανάπτυξης του κοινού και γιατί είναι σημαντικοί για τον Οργανισμό,
3. μια στρατηγική για το πώς θα επιτύχετε αυτούς τους στόχους, και
4. περιγραφή του τρόπου με τον οποίο θα μετρήσετε την πρόοδό σας προς την επίτευξη των στόχων αυτών.



Συντάσσοντας μια Στρατηγική Σχεδίου Ανάπτυξης Κοινού

Πριν αρχίσετε να γράφετε το σχέδιο στρατηγικής σας πρέπει να ακολουθήσετε μια διαδικασία σχεδιασμού:

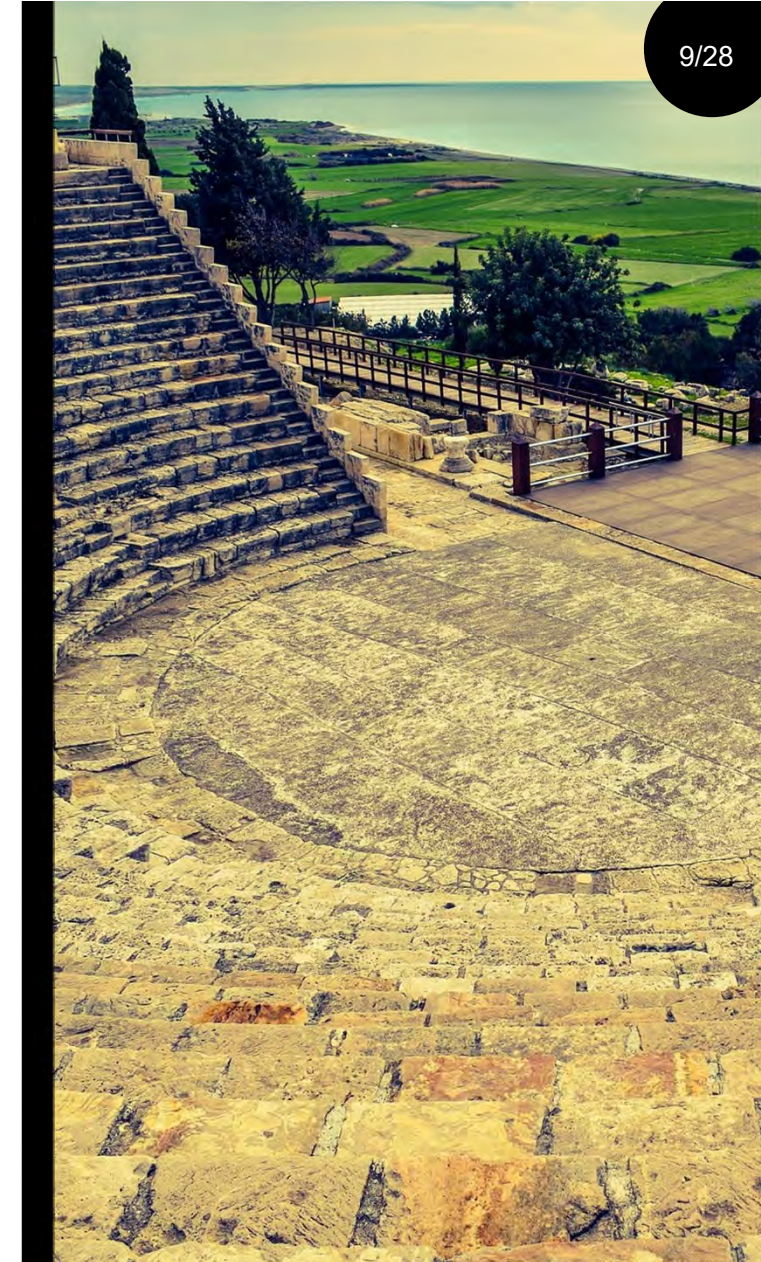
1. Προσδιορίστε το σκοπό σας
2. Συλλογή δεδομένων και πληροφοριών
3. Προσδιορίστε το κοινό-στόχο σας
4. Ορισμός στόχων
5. Σκιαγράφηση δράσεων
6. Επανεξέταση και βελτίωση



Προσδιορισμός του Σκοπού του Οργανισμού - Αποστολή & Όραμα

Πριν αρχίσετε να συντάσσετε το σχέδιο στρατηγικής σας πρέπει να ακολουθήσετε μια διαδικασία σχεδιασμού :

- 1. Προσδιορίστε το Σκοπό σας
- 2. Συλλέξτε Δεδομένα και Πληροφορίες
- 3. Προσδιορίστε το Κοινό-Στόχο σας
- 4. Ορίστε Στόχους
- 5. Σκιαγραφήστε δράσεις
- 6. Επανεξετάστε και βελτιώστε

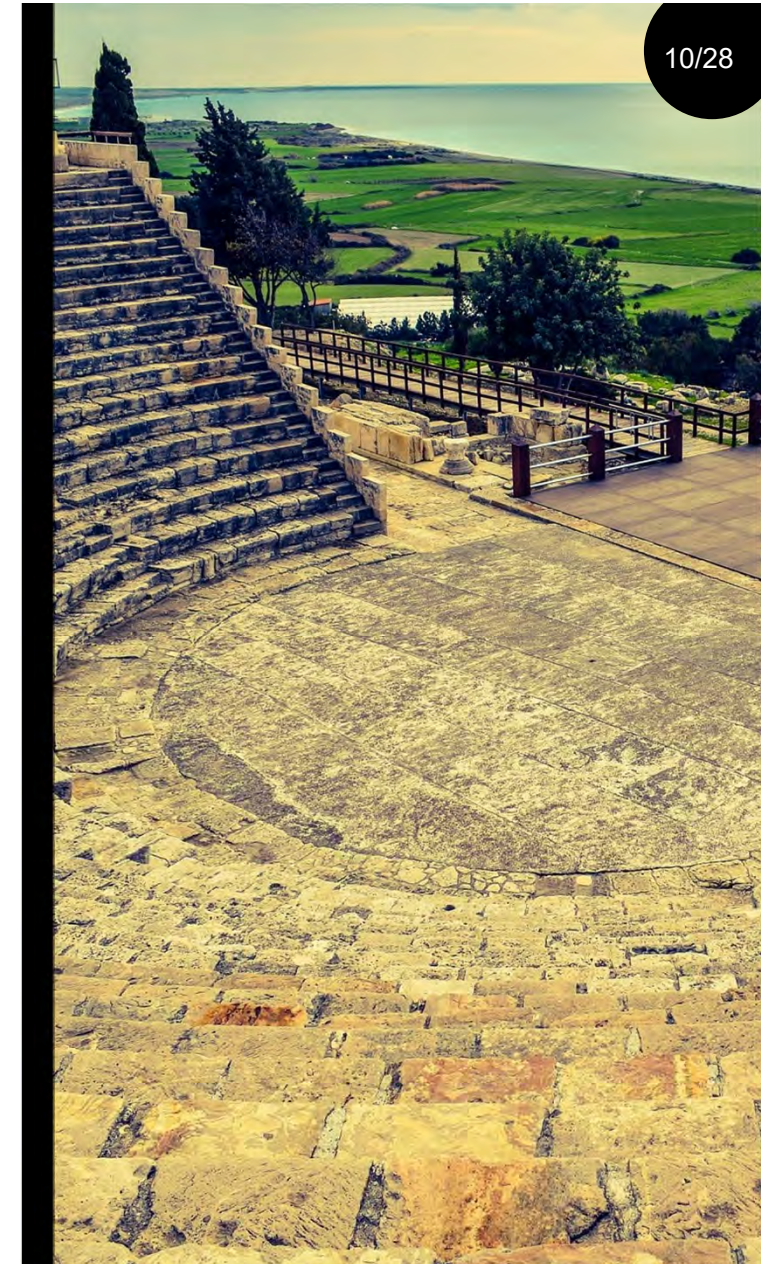


Προσδιορισμός του Σκοπού του Οργανισμού - Αποστολή & Όραμα

Μια στρατηγική ανάπτυξης κοινού θα πρέπει:

1. να αντικατοπτρίζει το σκοπό του Οργανισμού.
2. να συνδέεται ή να αποτελεί μέρος του στρατηγικού σχεδίου του Οργανισμού.
3. να προσδιορίζει τη διάσταση που ο οργανισμός έχει θέσει ως στόχο να επιτύχει.
4. να καθορίζει με σαφήνεια τον τρόπο με τον οποίο η στρατηγική καθοδηγείται από την έρευνα γύρω από το κοινό.
5. να βοηθά στον προσδιορισμό των οικονομικών αναγκών και της οικονομικής στήριξης.

Αυτές οι γενικές παρατηρήσεις θα πρέπει να καθορίσουν πλήρως τους στόχους του σχεδίου ανάπτυξης του κοινού σας.



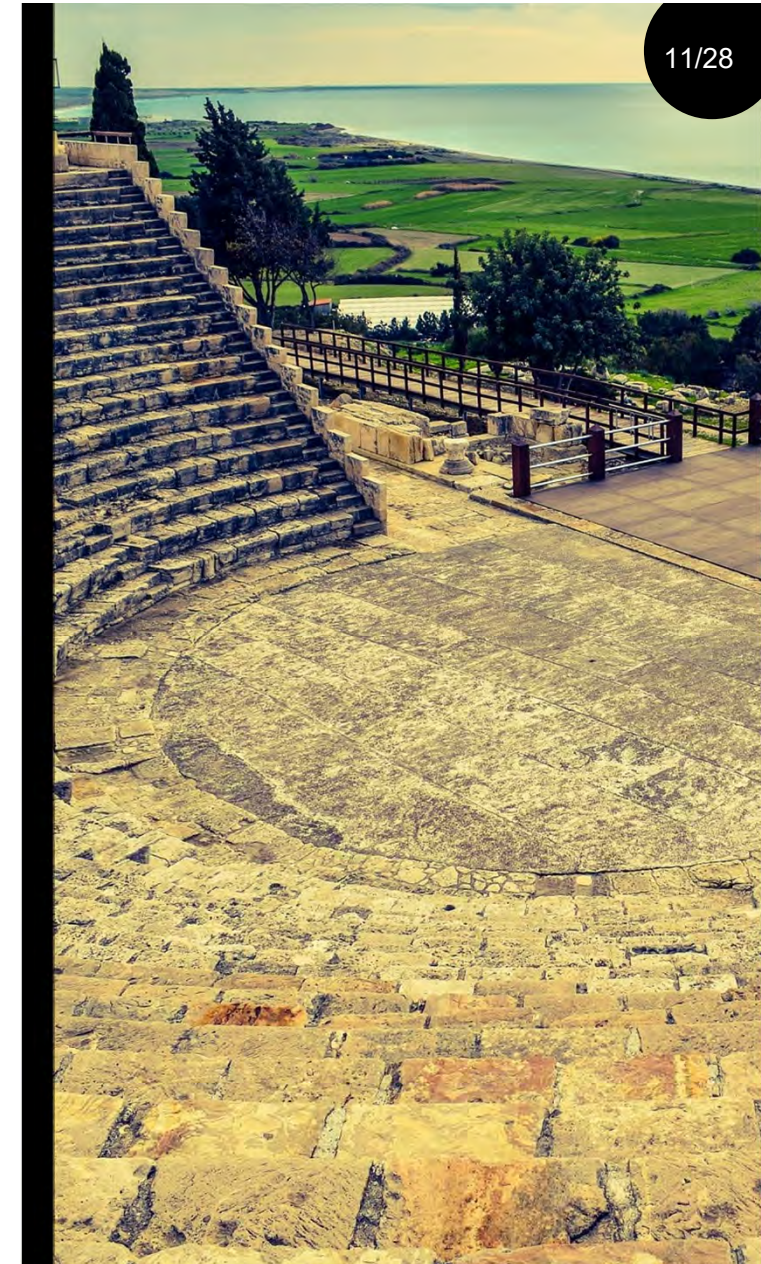
Προσδιορισμός του Σκοπού του Οργανισμού - Αποστολή & Όραμα

i. Πού βρισκόμαστε τώρα:

- Σύνοψη του οργανισμού σας - ιστορία, σκοπός, αξίες, στόχοι
- Προσδοκίες για το μέλλον
- Λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με το τρέχον κοινό σας:
- Ποιοι είναι, τι κάνουν, τι θέλουν και τι χρειάζονται, καθώς και τον αριθμό των επισκεπτών και, κατά περίπτωση, οποιαδήποτε μεταβολή στον αριθμό των επισκέψεων τα τελευταία πέντε έως δέκα χρόνια.

ii. Αποστολή και Όραμα

- Ως αποτέλεσμα αυτής της Στρατηγικής, ποια θα είναι η ορατή διαφορά στο χώρο/στην οργάνωσή σας;

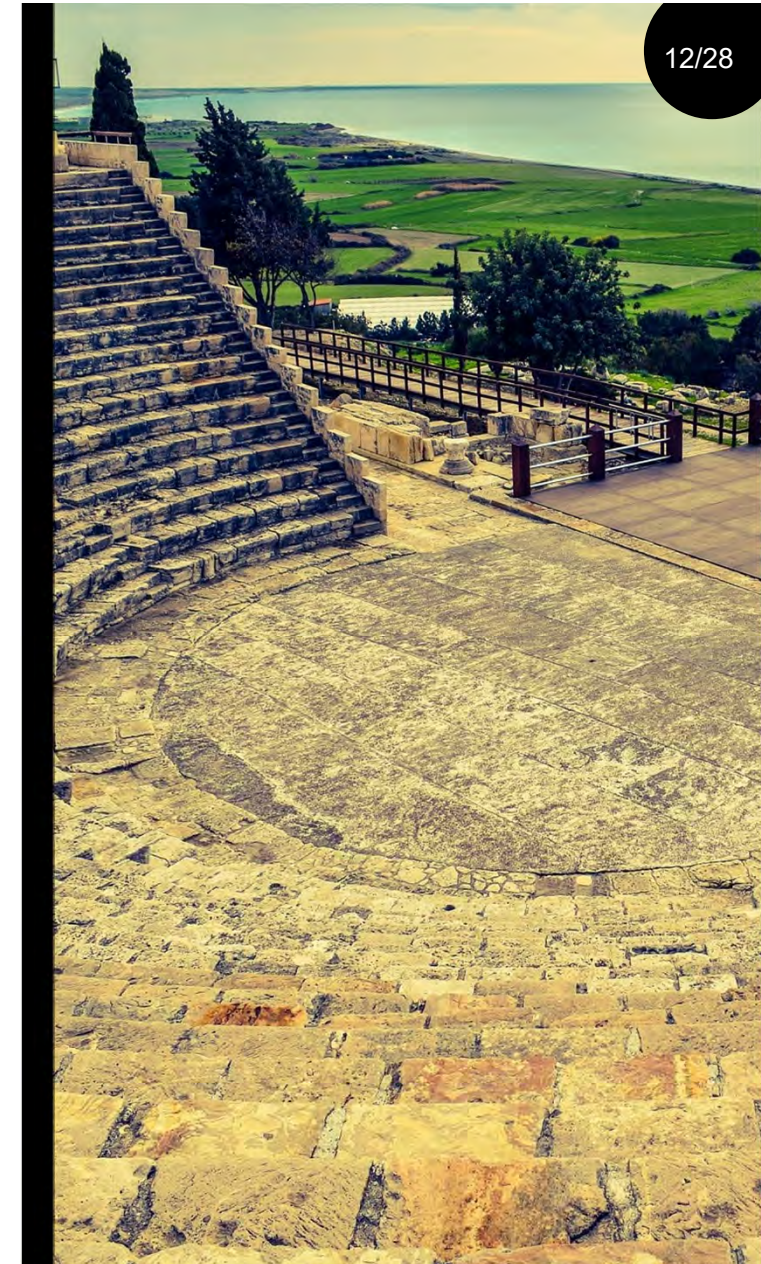


Προσδιορισμός του σκοπού του οργανισμού - Αποστολή & Όραμα

Πριν συνεχίσετε τη δημιουργία του σχεδίου ανάπτυξης του κοινού σας, μπορεί να είναι χρήσιμο να κάνετε ένα βήμα πίσω και να ρίξετε μια νέα ματιά στην αποστολή και το όραμα του Οργανισμού σας.

- Είναι η αποστολή και το όραμα κατανοητά και κοινά αποδεκτά σε όλο τον Οργανισμό;
- Αναλογιστείτε την αποστολή και το όραμα του Οργανισμού σας :
- Ποιο είναι το όραμά σας για τον Οργανισμό σας;
- Ποια είναι η αποστολή του Οργανισμού σας;

Η αποστολή σας θα πρέπει να εκφράζει τον λόγο ύπαρξής σας και τη διαφορά που θέλετε να κάνετε.



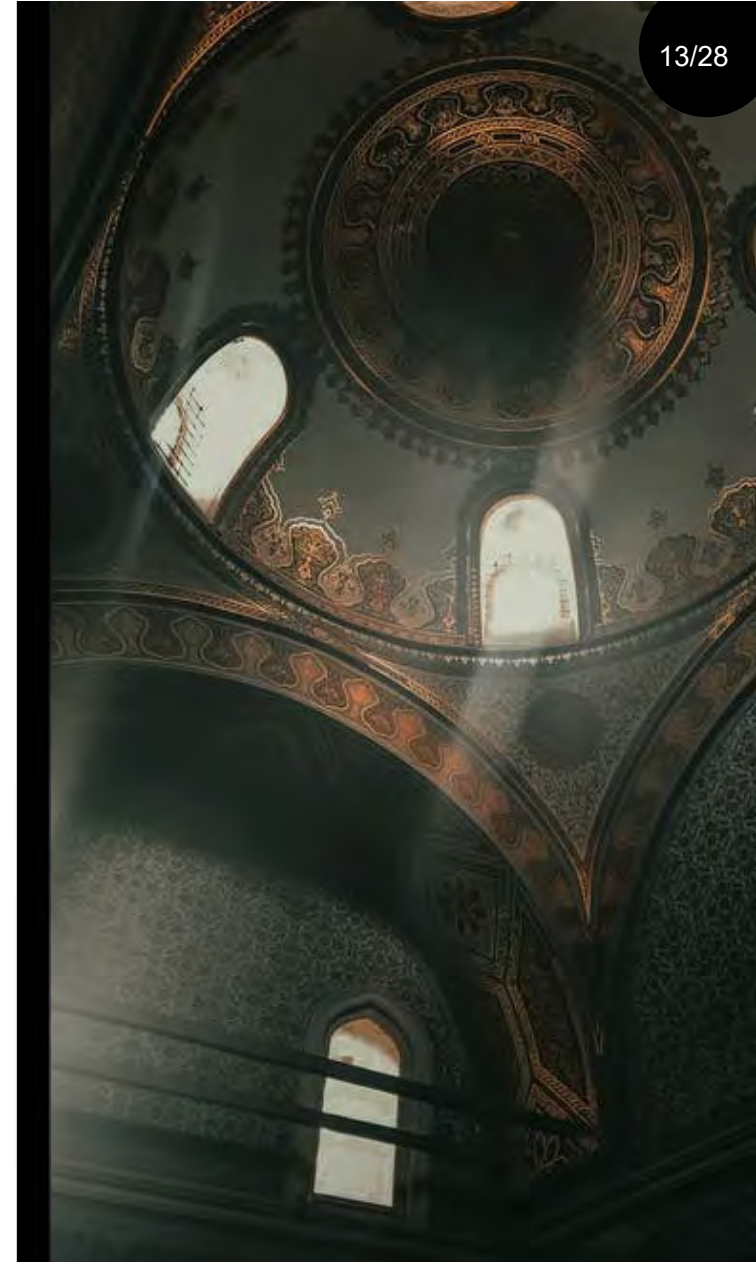
Αποστολή & Όραμα

Συλλογιστική δραστηριότητα:

Είστε σε θέση να απαντήσετε σε καθεμία από αυτές τις ερωτήσεις;

Μην ανησυχείτε για τη σύνταξη ολοκληρωμένων απαντήσεων - σημειώστε μερικά επιγραμματικά σημεία για κάθε ερώτηση.

- Έχει ο Οργανισμός σας ορίσει στο παρελθόν ένα σύνολο αξιών;
- Τις γνωρίζετε ήδη;
- Αντικατοπτρίζονται στο έργο του Οργανισμού σας;
- Αντικατοπτρίζουν το έργο που επιτελείτε;
- Τι θα προτείνατε ως σύνολο αξιών του Οργανισμού σας;
- Ερευνήστε την αποστολή και τις αξίες άλλων μουσείων της πόλης ή του τομέα σας.

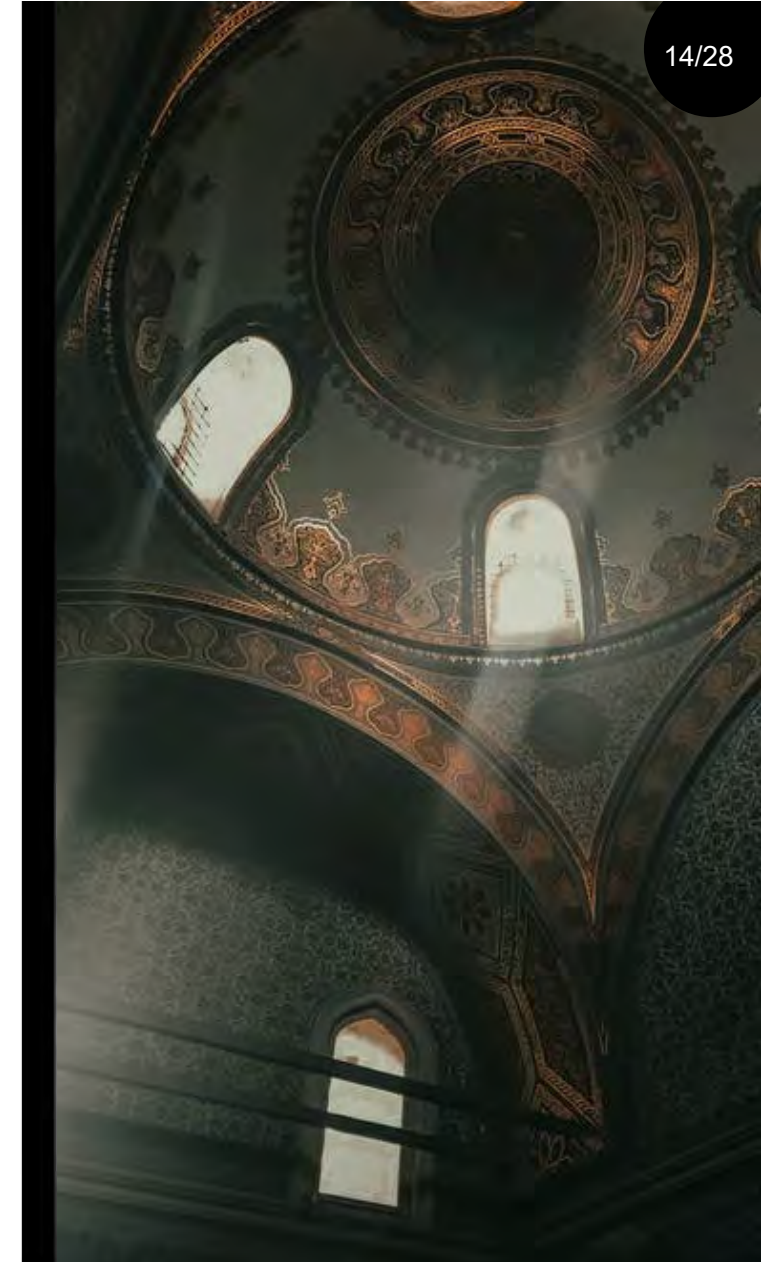


Αποστολή & Όραμα

Συλλογιστική δραστηριότητα:

Μετά την άσκηση ενδοσκόπησης σχετικά με την αποστολή και το όραμα του Οργανισμού σας, πιστεύετε ότι μπορείτε να:

- Διαχειρίζεστε τους μακροπρόθεσμους στόχους του Οργανισμού σας λαμβάνοντας υπόψη την αξία της αποστολής σας;
- Να δημιουργήσετε ενότητα γύρω από ένα κοινό όραμα και ταυτότητα;
- Να καταστήσετε σαφές στους εσωτερικούς και εξωτερικούς ενδιαφερόμενους φορείς τι είναι (και τι δεν είναι) ο Οργανισμός σας;
- Να δημιουργήσετε μια συνολική αίσθηση του σκοπού, της στρατηγικής και της δράσης?

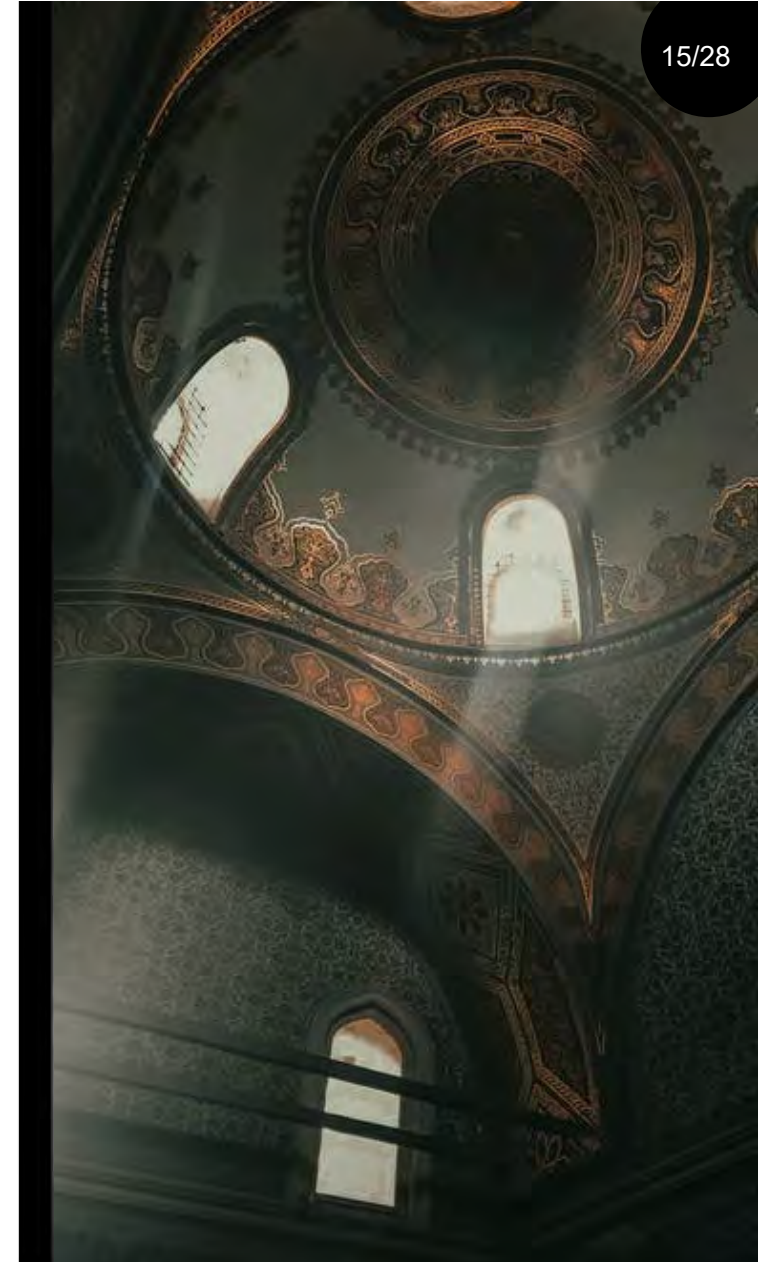


Αποστολή & Όραμα

Συλλογιστική Δραστηριότητα:

Με βάση την απάντησή σας, σκεφτείτε:

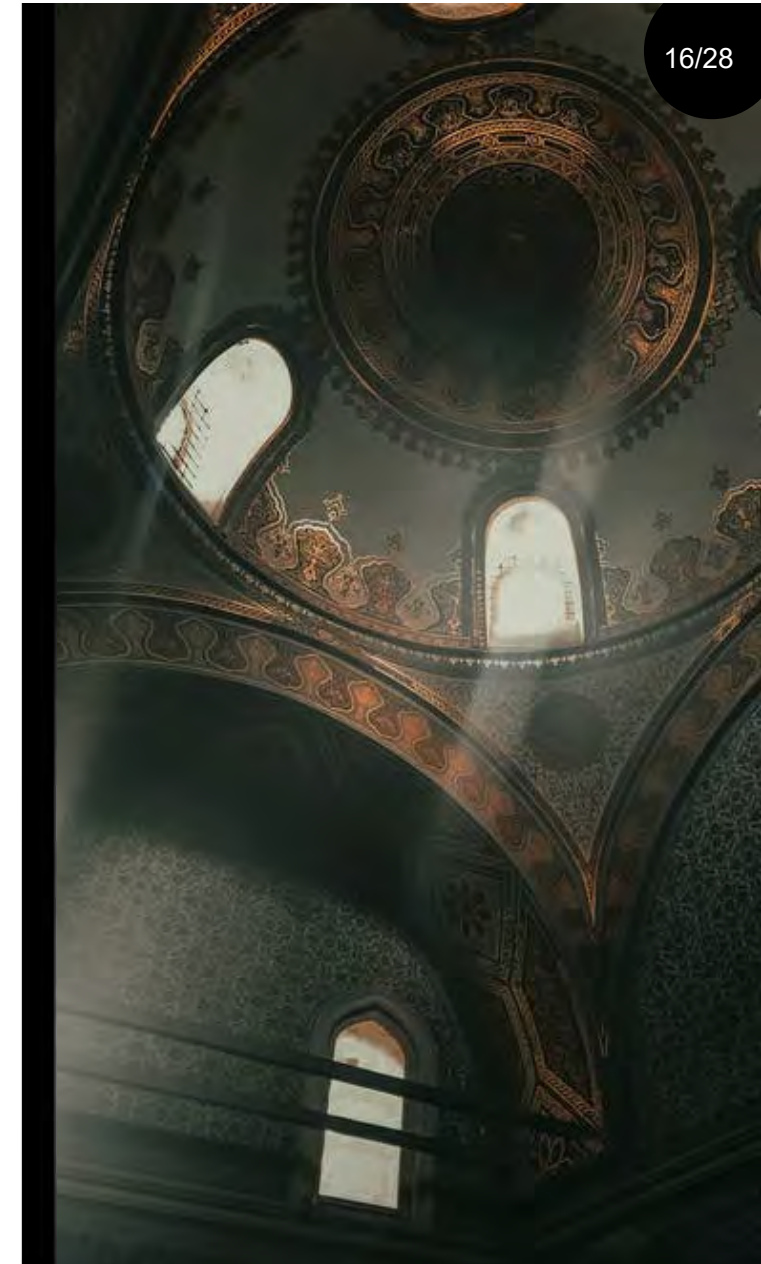
- Τι θα προτείνατε ως σύνολο πεποιθήσεων και αξιών του Οργανισμού σας;
- Ερευνήστε την αποστολή και τις αξίες άλλων μουσείων για να αποκτήσετε μια καλύτερη ιδέα σχετικά με τις τρέχουσες νοοτροπίες, αλλά και για να εντοπίσετε τα σημεία που θα καθορίσουν τη μοναδικότητά σας.



Αποστολή & Όραμα

Εργαλείο: Τροχός Υπηρεσιών

Είναι σημαντικό να είστε σε θέση να απαντήσετε σε αυτές τις ερωτήσεις για να αποσαφηνίσετε πού βρίσκεστε εσείς και ο Οργανισμός σας. Αυτό το εργαλείο μπορεί να υιοθετηθεί πρώτα από τα διάφορα άτομα της ομάδας σας και στη συνέχεια να συγκεντρωθούν για να ευθυγραμμιστούν οι απαντήσεις με τρόπο που να αναπτυχθεί μια κοινή ταυτότητα.

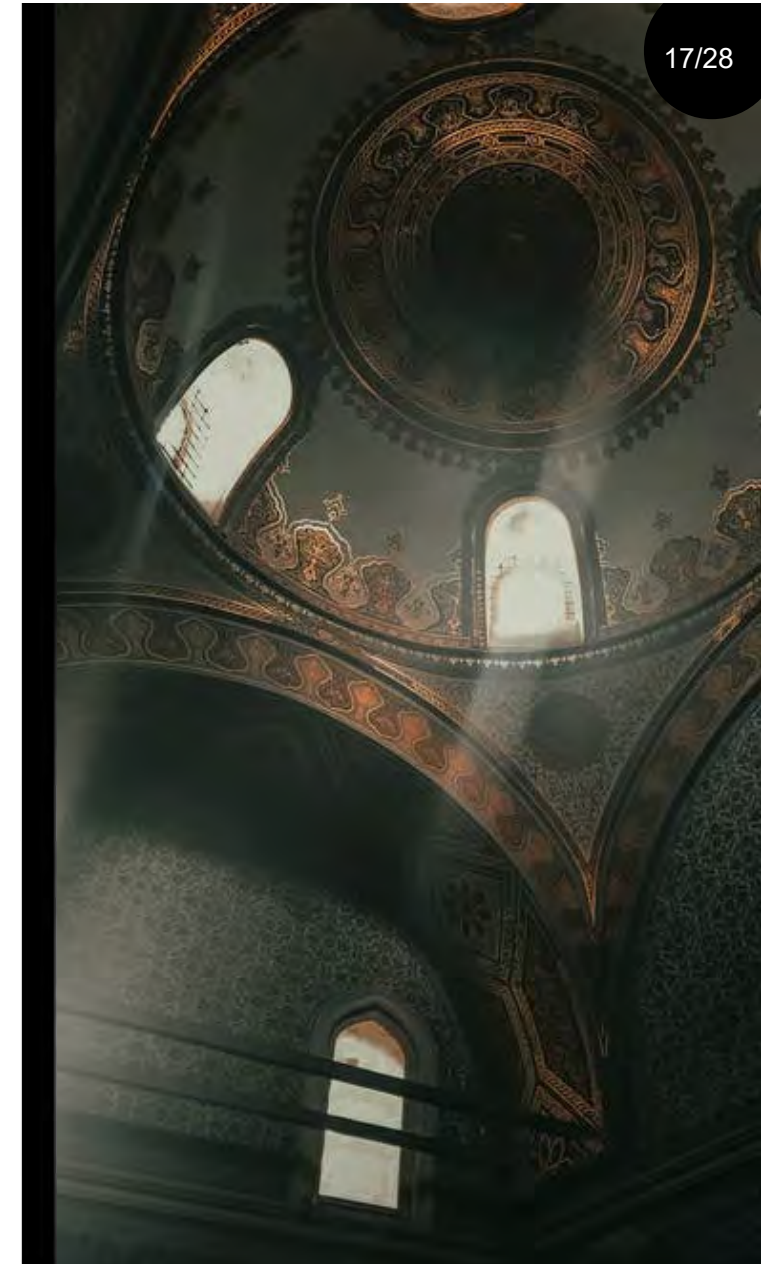


Αποστολή & Όραμα

Εργαλείο: Κατάλογος ελέγχου

Συμπληρώστε αυτόν τον κατάλογο ελέγχου με την ομάδα σας ως εργαλείο αυτοαξιολόγησης για να διασφαλίσετε ένα αποτελεσματικό σχέδιο ΑΚ.

- ☐ Το διοικητικό συμβούλιο, το προσωπικό και οι χρηματοδότες είναι ξεκάθαροι για τις προτεραιότητες ανάπτυξης του κοινού μας.
- ☐ Η επιθυμία μας να κατανοήσουμε, να επικοινωνήσουμε και να συνεργαστούμε με το κοινό μας βρίσκεται στο επίκεντρο της δραστηριότητάς μας.
- ☐ Η ανάπτυξη του κοινού είναι μια συνεχής, ενεργά διαχειριζόμενη διαδικασία εντός του Οργανισμού μας.
- ☐ Οι ανάγκες, οι στάσεις και τα κίνητρα του κοινού μας καθοδηγούν τη λήψη αποφάσεων σε ολόκληρο τον Οργανισμό.
- ☐ Πιστεύουμε ότι μέσω της βαθύτερης εμπλοκής του κοινού θα επιτευχθούν οι δικοί μας καλλιτεχνικοί, οικονομικοί και κοινωνικοί στόχοι.
- ☐ Έχουμε μια στρατηγική μάρκετινγκ και ανάπτυξης κοινού.
- ☐ Ο προϋπολογισμός και η στρατηγική μάρκετινγκ συνδέονται άμεσα με τους στόχους του επιχειρηματικού σχεδίου.
- ☐ Παρακολουθούμε και ανιχνεύουμε την αποτελεσματικότητα όλων των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ.
- ☐ Χρησιμοποιούμε την έρευνα και την πληροφόρηση της αγοράς για να αποκτήσουμε εικόνα για τους σημερινούς και δυνητικούς πελάτες μας.
- ☐ Βελτιώνουμε συνεχώς τις διαδικασίες μάρκετινγκ με βάση την αποδοτικότητα και την αποτελεσματικότητά τους.
- ☐ Αναλαμβάνουμε εκπαίδευση και επιμόρφωση σε σχέση με την ανάπτυξη του κοινού.

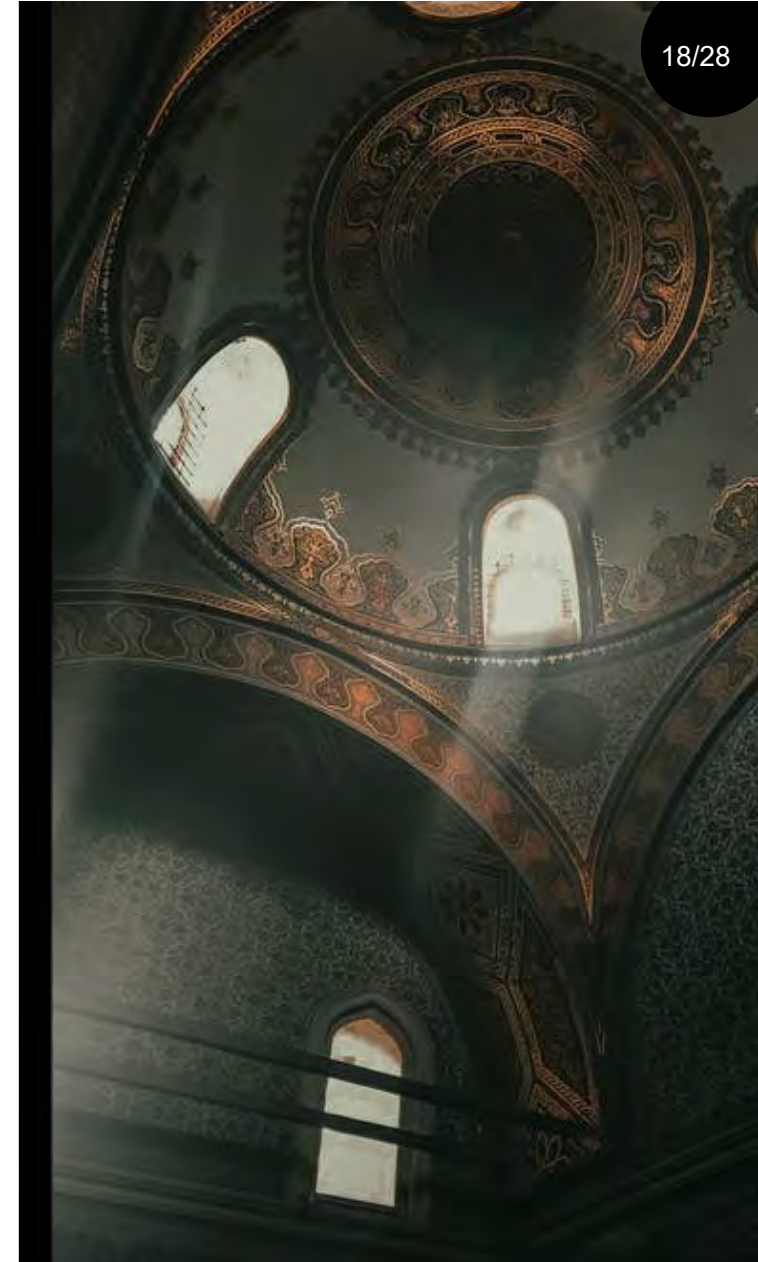


Αποστολή & Όραμα

Μια καλή δήλωση αποστολής είναι:

- Μοναδική και διαφορετική
- Εμπνέει και παρακινεί
- Εστιασμένη
- Περιεκτική
- Πειστική και πιστευτή
- Συνεκτική και δεν έρχεται σε αντίθεση με το όραμα του Οργανισμού
- Ανταποκρίνεται στις φιλοδοξίες και τις αξίες του Οργανισμού
- Δεν είναι απλώς ένα τέχνασμα μάρκετινγκ.

Η ευθυγράμμιση του οράματος, της αποστολής και του σχεδίου ανάπτυξης του κοινού εξηγείται σε περιπτωσιολογική μελέτη από την Αυστραλία στο βίντεο της επόμενης διαφάνειας - απλώς παρακολουθήστε τα πρώτα 3 λεπτά για να πάρετε μια ιδέα για το πώς ορισμένα μουσεία έχουν αυτή την ευθυγράμμιση ως κεντρικό στοιχείο της φιλοσοφίας και της πρακτικής τους.





Προσδιορισμός του Σκοπού του Οργανισμού - Σκοπός & Στόχοι

Ο στόχος είναι μια επισκόπηση του τι θέλετε να επιτύχει η στρατηγική.

Παράδειγμα:

Να καταρτιστεί ένα σχέδιο για την ανάπτυξη του κοινού στην [όνομα του οργανισμού σας], το οποίο θα είναι μετρήσιμο και εφικτό και το οποίο θα επανεξεταστεί [αναφέρετε την περίοδο].



Προσδιορισμός του Σκοπού του Οργανισμού - Σκοπός & Στόχοι

Οι Σκοποί καθορίζουν τα συγκεκριμένα αποτελέσματα που πρέπει να επιτύχετε για την εκπλήρωση του Στόχου.

Παράδειγμα:

1. Εντοπισμός του υπάρχοντος κοινού.
2. Προσδιορισμός των αναγκών και τις προσδοκιών του υπάρχοντος κοινού.
3. Προσδιορισμός των αναγκών και των προσδοκιών των μη χρηστών.
4. Προσδιορισμός του κοινού-στόχου.
5. Προσδιορισμός των εμποδίων.
6. Προτείνετε τρόπους άρσης των εμποδίων αυτών.
7. Προτείνετε τρόπους αύξησης του αριθμού των επισκεπτών.
8. Προτείνετε τρόπους βελτίωσης της ποιότητας της εμπειρίας.



Identifying the Organization's Purpose – Aim & Objectives

The Objectives define the specific results you need to achieve to fulfil the Aim.

Example:

- a) Identify existing audiences.
- b) Identify the needs and expectations of existing audiences.
- c) Identify the needs and expectations of non-users.
- d) Identify target audiences.
- e) Identify barriers.
- f) Suggest ways those barriers may be removed.
- g) Suggest ways to increase the number of people visiting.
- h) Suggest ways to improve the quality of the experience.

A more detailed approach to objectives will be tackled in sub-unit 2.2.3.



Προσδιορισμός του Σκοπού του Οργανισμού - Συλλογή δεδομένων και πληροφοριών

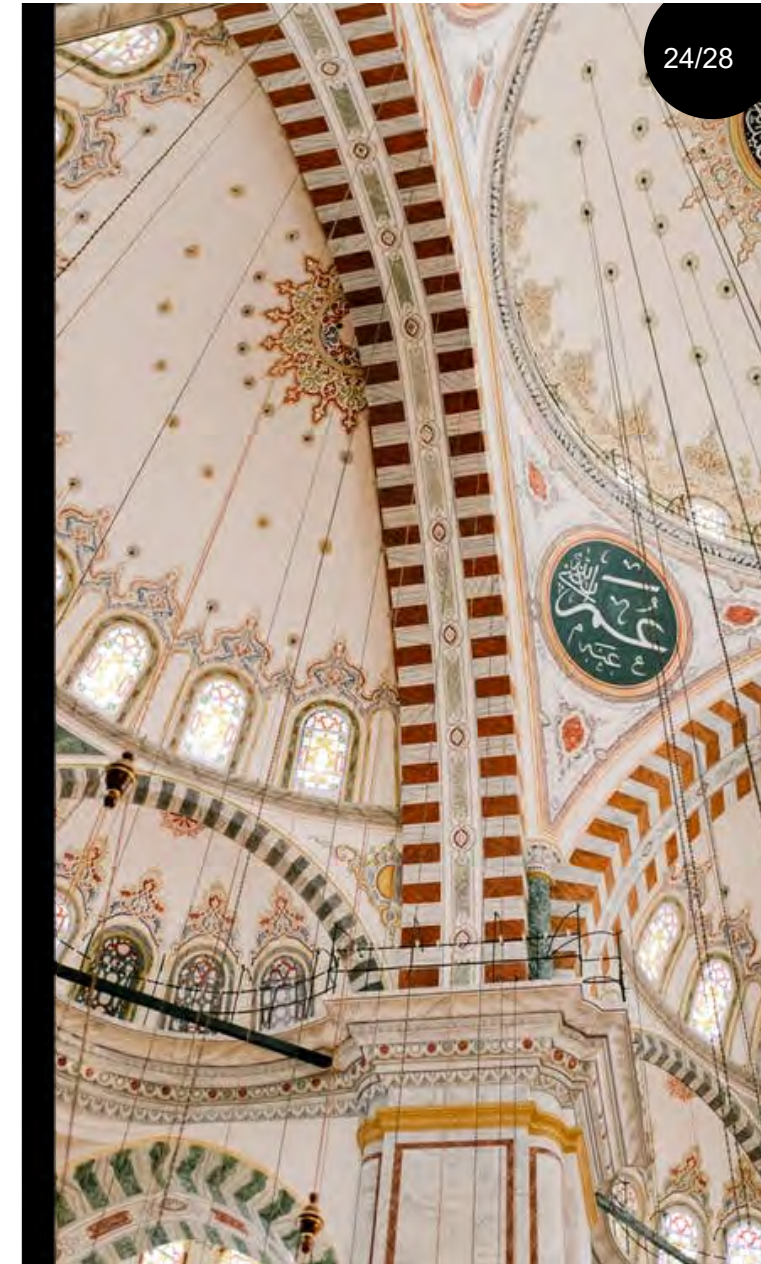
- Αυτές μπορεί να κυμαίνονται από απλές και χωρίς κόστος πηγές που μπορεί να χρησιμοποιήσει κάθε Οργανισμός, μέχρι πιο δαπανηρές πηγές συλλογής δεδομένων που θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν ψηφιακές πλατφόρμες.
- Η συλλογή δεδομένων με επιστημονικό τρόπο επιτρέπει την ανάπτυξη στρατηγικών που δεν βασίζονται σε αντιλήψεις ή αβάσιμες υποθέσεις.
- Διαφορετικοί Οργανισμοί έχουν διαφορετικές μεθόδους συλλογής πληροφοριών για να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με το κοινό τους. Ο προσδιορισμός των μεθόδων που είναι δυνατές εντός των χρονικών και δημοσιονομικών περιορισμών είναι απαραίτητος.
- Ανεξάρτητα από το πόσο απλά, τα στοιχεία παρέχουν ακριβείς πληροφορίες που πρέπει να οδηγούν σε ένα σχέδιο με επίκεντρο το κοινό.

Μια πιο λεπτομερής προσέγγιση της έρευνας θα συζητηθεί στην υποενότητα 2.3.



Προσδιορισμός του σκοπού του Οργανισμού - Συμπέρασμα

1. Ποιο θα είναι το κοινό του παρόντος κειμένου,
 2. Τι πρέπει να τους υπενθυμίσουμε, τι θα πρέπει να τους εξηγήσουμε,
 3. Ποια αποδεικτικά και υποστηρικτικά στοιχεία θα πρέπει να δουν και ποιες ενέργειες καλούνται να υπογράψουν.
 4. Θα πρέπει να γνωρίζετε πώς θα χρησιμοποιηθεί το σχέδιο αυτό μετά την ολοκλήρωσή του, π.χ. για να βοηθήσει στην εξεύρεση πρόσθετης χρηματοδότησης, να σχεδιάσει μελλοντικά προγράμματα εκθέσεων και εκδηλώσεων, να καθοδηγήσει την ανάπτυξη νέου μάρκετινγκ και διαφήμισης ή κάποιο συνδυασμό αυτών.
 5. Πάνω απ' όλα, το κείμενο αυτό πρέπει να είναι πρακτικά χρήσιμο για τους συναδέλφους σας.
 6. Ολόκληρος ο Οργανισμός εξακολουθεί να υιοθετεί μια νοοτροπία με επίκεντρο το κοινό.
- **Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι δεν υπάρχει λύση «ένα μέγεθος ταιριάζει σε όλους».**
 - **Η κλίμακα και η λεπτομέρεια εξαρτώνται από το μέγεθος του Οργανισμού σας.**



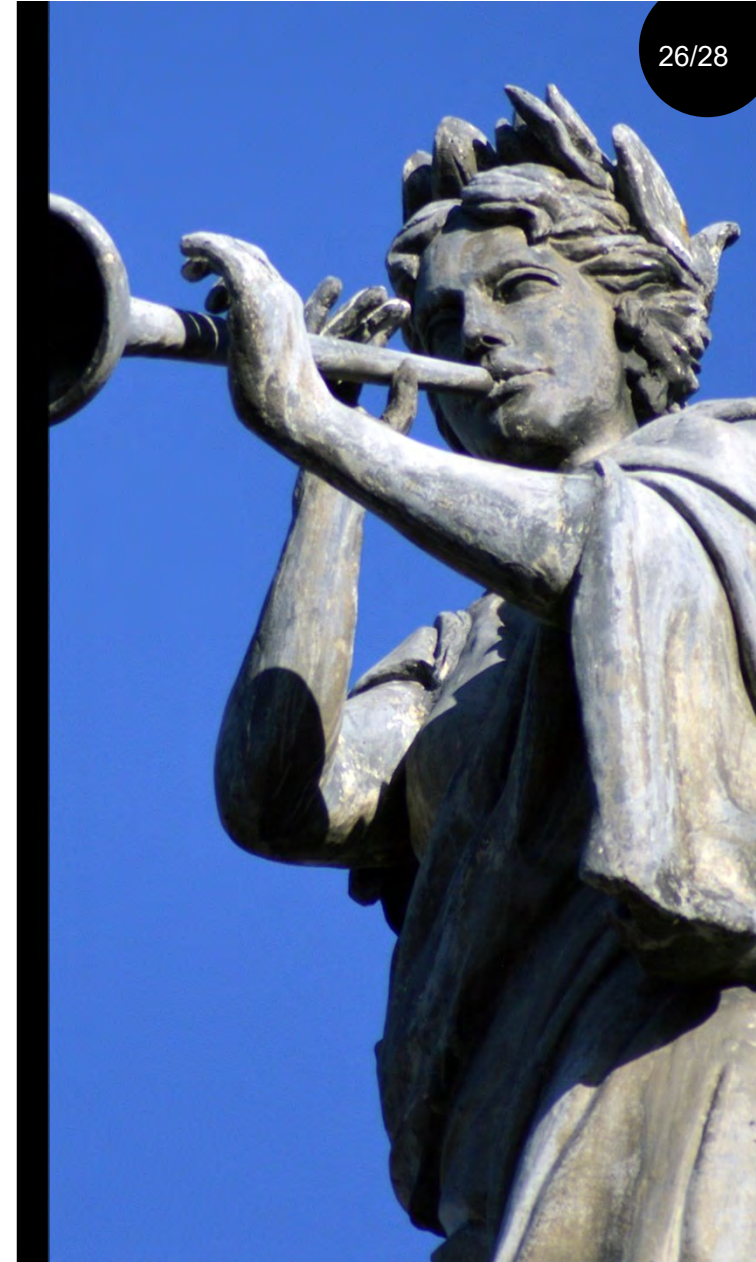
ΓΝΩΡΙΣΤΕ ΤΟΝ ΕΑΥΤΟ ΣΑΣ ΠΡΙΝ ΑΡΧΙΣΕΤΕ ΝΑ ΜΑΘΑΙΝΕΤΕ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΑΛΛΟΥΣ

Εργαλείο: Το σχέδιο ανάπτυξής σας θα πρέπει να περιλαμβάνει :

Η ευρύτερη εικόνα:	Γιατί το κάνουμε αυτό; Ταιριάζει με τον οργανωτικό σκοπό και τους στόχους μας; Ποιες είναι οι πεποιθήσεις σας;
Πού βρισκόμαστε τώρα:	Τι γνωρίζουμε ήδη για τους επισκέπτες μας; Ποιος λείπει; Πώς μπορούμε να αξιολογήσουμε τον τρόπο με τον οποίο η τρέχουσα προσφορά μας προσελκύει το κοινό; Τι λειτουργεί καλά και τι όχι τόσο καλά;
Πού θέλουμε να φτάσουμε:	Πώς θα μοιάζει η επιτυχία; Ποιοι είναι οι στόχοι μας;
Ποιον θέλουμε να προσεγγίσουμε:	Ποιο είναι το επιδιωκόμενο κοινό; Τι θέλουν; Τι τους παρακινεί; Τι τους εμποδίζει να μας επισκεφθούν;
Πώς θα μπορούσαμε να τους εμπλέξουμε:	Τι θα προσφέρουμε; Τι μεθόδους και στυλ επικοινωνίας θα χρησιμοποιήσουμε; Με ποιους εταίρους θα συνεργαστούμε;
Σχέδιο δράσης, χρονοδιάγραμμα και προϋπολογισμός:	Ποιος θα κάνει τι και πότε;
Πώς θα ξέρουμε ότι δούλεψε:	Ποια είναι τα μέτρα αξιολόγησης που θα χρησιμοποιήσουμε;

Κατάλογος παραπομπών

- Για μια βασική αναφορά δείτε http://www.capabilitybrown.org/sites/default/files/appendix_c_-_audience_development_and_activities_ideas.pdf
- https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/news/20170421-new-study-audience-development_en
- <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f4aa49f9-19c2-11e7-808e-01aa75ed71a1>
- <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/15a78b0c-19c6-11e7-808e-01aa75ed71a1>
- <file:///C:/Users/noelb/OneDrive/Desktop/EU%20Heritage%20Key%20Documents/museumreportnov2018web.pdf>



Συγγραφέας & Συντελεστές

Dr Noel Buttigieg - Ινστιτούτο Τουρισμού, Ταξιδιών και Πολιτισμού

Λέκτορας και ερευνητής σε θέματα πολιτιστικής κληρονομιάς, πολιτιστικής διαχείρισης, διατροφικού τουρισμού και γαστρονομικού πολιτισμού.





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

Project Number
601073-EPP-1-2018-1-IT-EPPKA2-SSA

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the autor, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



This work is licensed under a Creative Commons
Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License
(CC BY-NC-SA 4.0)

www.euheritage.eu

