

ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ
ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΜΕ ΤΙΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ
LEADER



ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΕΡΓΟΥ: Βαφειάδης Βασίλης-Δραμπάζη Στέλλα

ΣΥΝΤΑΚΤΗΣ: Βαφειάδης Βασίλης -Δ/ντής Πολιτισμού Ν.Α. Σερρών
Οικονομολόγος-Εικαστικός

ΕΡΕΥΝΑ-ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: Δραμπάζη Στέλλα -Δ/ντρια ΝΕΠΟΣ
Πτυχιούχος ΤΕΕΦΑ

ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΜΕ ΤΙΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ LEADER+

Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

A. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. Η σκοπιμότητα σύνδεσης των πολιτιστικών στοιχείων και χαρακτηριστικών της περιοχής με τις επενδύσεις και τις τοπικές αναπτυξιακές ενέργειες.
2. Πολιτιστικά χαρακτηριστικά της περιοχής παρέμβασης.

B. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΤΟΥΣ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ – ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ.

1. Επωνυμία – Αναγνωρισιμότητα – Ιδιαιτερότητα – Αισθητική - Καθιέρωση
2. Βασικές ερωτήσεις και υποθετικές απαντήσεις για τη δημιουργία ενός Μύθου.

Γ. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΑΝΑ ΔΡΑΣΗ

Δ. ΣΥΝΤΟΜΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ

Ε. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ - ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Ζ. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

A. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. Η ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΜΕ ΤΙΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ LEADER+.

Η σύνταξη της εμπειρογνωμοσύνης στηρίχτηκε στους στόχους και τη Στρατηγική του τοπικού Προγράμματος LEADER+, όπως αυτά καθορίστηκαν από την «Αναπτυξιακή Εταιρεία Σερρών – Αναπτυξιακή Ανώνυμη Εταιρεία ΟΤΑ» στην Αναμορφωμένη Πρόταση Σχεδίου του συγκεκριμένου προγράμματος.

Βασική επιδίωξη, που υπηρετεί τους στόχους του προγράμματος είναι, η αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων για την περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής με όρους ποιότητας και αειφορίας. Η αξιοποίηση αυτών των ιδιαίτερων στοιχείων της κάθε περιοχής, ενισχύει την ταυτότητά της, βοηθά στη σύνδεση των προϊόντων και παρεχόμενων υπηρεσιών με αυτή την ταυτότητα, συμβάλλει στην αναγνωρισιμότητά τους και στην διακριτή θέση τους στην αγορά.

Λαμβάνοντας υπ' όψη ότι «η αναπτυξιακή στρατηγική της περιοχής προβλέπει τη βέλτιστη διασύνδεση των προαναφερθέντων (φυσικών και πολιτιστικών) πόρων μέσω της διοχέτευσης τοπικών προϊόντων ποιότητας στο τουριστικό κύκλωμα το οποίο θα αποτελέσει το όχημα στην προσπάθεια της βελτίωσης της αναγνωρισιμότητας και της τόνωσης της εξωστρέφειας ολόκληρου του τοπικού παραγωγικού συστήματος.....», θεωρούμε ότι η σχέση «πολιτιστικής ταυτοποίησης» των προϊόντων και υπηρεσιών με τον πολιτισμό της περιοχής αποτελεί δυναμικό στοιχείο του προγράμματος.

Γιατί είναι όμως απαραίτητη αυτή η σύνδεση;

Σε μια εποχή πλήρως ανταγωνιστική που έχει σχεδόν εξαντλήσει τα όρια ποσοτικής προσφοράς και η μαζική κατανάλωση φαίνεται να ικανοποιείται από παραγωγικές δυνάμεις και αγορές ισχυρότερες και πολύ φθηνότερες (π.χ. Κίνα, Λατινική Αμερική, Τουρκία Βουλγαρία κ.ά.) αυτό που φαίνεται να αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα στις οικονομίες μικρής κλίμακας, είναι η ποιότητα και η ταυτότητα των προϊόντων.

Η ποιότητα των προϊόντων συνδέεται κατά κύριο λόγο με τα χαρακτηριστικά παραγωγής, μεταποίησης, τυποποίησης και διάθεσης, που θα πρέπει να εξασφαλίζουν όλες τις σύγχρονες προδιαγραφές και πιστοποιήσεις. Αυτό όμως από μόνο του δεν είναι αρκετό αν δεν συνδέεται με την ταυτότητα και αναγνωρισιμότητα του προϊόντος που θα το ξεχωρίσει από το πλήθος των άλλων ομοειδών προϊόντων της αγοράς.

Μια συγκεκριμένη περιοχή, μια γεωγραφική ενότητα όπως η συγκεκριμένη στην οποία φιλοδοξεί να παρέμβει το πρόγραμμα, αποτελεί μια ολότητα η οποία έχει την ιστορία της,

τα φυσικά της χαρακτηριστικά, τα παραγωγικά της πλεονεκτήματα, όλα αυτά που μπορούν να την καταστήσουν ανταγωνιστική τόσο στο πλαίσιο της εσωτερικής εθνικής αγοράς όσο και διεθνώς. Βασική επιλογή οποιασδήποτε στρατηγικής ανάπτυξης για μια τέτοια περιοχή θα πρέπει να είναι η συγκέντρωση όσο το δυνατόν περισσότερων θετικών συγκριτικών στοιχείων για κάθε ένα προϊόν ξεχωριστά. Ταυτόχρονα θα πρέπει να υπάρχει μια σχέση αλληλοτροφοδότησης των επιμέρους προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών που να προσδίδει την επιπλέον προστιθέμενη αξία στο τελικό προϊόν.

Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι κάθε προϊόν φέρει με εμφανή τρόπο τα χαρακτηριστικά της περιοχής είτε αυτά αφορούν φυσικά γνωρίσματα, είτε πολιτιστικά στοιχεία.

Με τον τρόπο αυτό επιδιώκουμε να καταστήσουμε το προϊόν ή την υπηρεσία μας ξεχωριστή, διακριτή ιδιαίτερα ελκυστική για τον καταναλωτή ή χρήστη.

Ένα προϊόν που ξεχωρίζει γιατί έχει όνομα που συνδέεται με την προέλευσή του, γιατί έχει σχέση με την παράδοση και τον πολιτισμό της περιοχής του, γιατί έχει ποιότητα και ελκυστική παρουσίαση και προβολή είναι αυτό που επιδιώκουμε μέσα από τις επενδύσεις του LEADER+ και πιστεύουμε ότι μπορεί με τον τρόπο αυτό να είναι βιώσιμο και ανταγωνιστικό στην αγορά.

Το πρόγραμμα επιδιώκοντας την αύξηση της επισκεψιμότητας στην περιοχή και την δημιουργία ενός ολοκληρωμένου «πακέτου» τουριστικών προϊόντων επιχειρεί να συνδέσει όλα τα πλεονεκτήματα και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της, με τρόπο που να βοηθά στη διαρκή αλληλοτροφοδότηση προϊόντων και υπηρεσιών. Το βασικό επιχείρημα αυτής της επιλογής απαντά στο βασικό ερώτημα του υποψήφιου επισκέπτη, καταναλωτή ή χρήστη.

Γιατί να προτιμήσουν αυτό το προϊόν, αυτή την υπηρεσία, αυτή την περιοχή, αυτή τη διαδρομή, αυτή τη συνεργασία;

Η απάντηση που πρέπει να δίνεται με την εξασφάλιση των στόχων του προγράμματος είναι:

Γιατί είναι ονομαστό, έχει ιστορία και παράδοση, έχει ποιότητα, είναι μέρος του πολιτισμού της περιοχής, συνδέεται με όλα τα άλλα που θα συναντήσεις ερχόμενος εδώ.

Κεντρικό ρόλο στη προώθηση αυτού του ελκυστικού προϊόντος θα παίξει ο τρόπος που θα το συνδέσουμε με τα πολιτιστικά στοιχεία της περιοχής, με τη βοήθεια αυτής της εμπειρογνωμοσύνης.

2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ

Από το Βορειότερό της άκρο, την κοινότητα Προμαχώνα, μέχρι το Νοτιοανατολικό του Δ.Δ. Σφελινού, η περιοχή παρέμβασης του Προγράμματος αποτελεί αντιπροσωπευτικό κομμάτι του Νομού Σερρών που δίνει πειστικά την εικόνα της πολυσύνθετης φυσικής και πολιτιστικής του μορφής.

Εναλλασσόμενα τοπία, φυσικές ομορφιές και ιδιαιτερότητες, ιστορία με πλούσια τα σημάδια της από την Αρχαιότητα, πληθυσμός διαφορετικών καταγωγών και παραδόσεων αποτελούν βασικά γνωρίσματα του τόπου.

Αυτά ακριβώς τα χαρακτηριστικά είναι που σηματοδοτούν την δυναμική που μπορεί να αποκτήσει η περιοχή αξιοποιώντας συνδυαστικά τις παραγωγικές της δυνατότητες, τα προϊόντα της γης της, τις υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει, τις φυσικές της ομορφιές, τα Μνημεία, τους Αρχαιολογικούς Χώρους, τους Παραδοσιακούς Οικισμούς, τα Λαϊκά της δρώμενα και τις Πολιτιστικές της δράσεις.

Αυτό που επιδιώκεται με την εμπειρογνωμοσύνη είναι η παράθεση όλων των απαραίτητων στοιχείων ώστε οι προτάσεις των υποψηφίων επενδυτών να ενσωματώνουν τοπικές αξίες που αφορούν τον πολιτισμό της περιοχής και μπορούν να προσδώσουν στο προϊόν τους ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και κυρίως ταυτότητα.

Επιχειρώντας να περιηγηθούμε σύντομα την περιοχή από τη μια της πλευρά ως την άλλη θα συναντήσουμε πολλά και ενδιαφέροντα στοιχεία.

Ξεκινώντας από την κεντρική πόλη εισόδου των Βορείων Βαλκανικών και Βαλτικών Χωρών στην Ελλάδα, την ακριτική κοινότητα Προμαχώνα, συναντά κανείς μία από τις πιο ενδιαφέρουσες περιοχές του Νομού που τα τελευταία χρόνια γνωρίζει ιδιαίτερη ανάπτυξη κυρίως στον τουριστικό τομέα.

Τμήμα της παλαιάς Επαρχίας Σιντικής που κατά τους Προϊστορικούς και Ιστορικούς χρόνους αναφέρονταν ως Παιονική ή Οδομαντική η περιοχή υπήρξε και συνεχίζει να είναι πέρασμα στρατηγικής σημασίας που της δίνει σημαντικά πλεονεκτήματα.

Ο Στρυμώνας, η Λίμνη Κερκίνη, το ιστορικό Ρούπελ, τα θερμά Λουτρά του Σιδηροκάστρου και του Αγγίστρου, τα πέτρινα Γεφύρια του Κρουσοβίτη στον υπέροχο κάμπο του Αχλαδοχωρίου, οι χώροι αρχαιολογικού ενδιαφέροντος και άλλα πολλά συνθέτουν τα χαρακτηριστικά της ευρύτερης περιοχής που έχει τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης και ακόμη μεγαλύτερης αύξησης της ήδη σημαντικής της επισκεψιμότητας.

Ντόπιοι, Βλάχοι, Πρόσφυγες από το Μελενίκο, Θρακιώτες, Πόντιοι και Μικρασιάτες αποτελούν τη σύνθεση του πληθυσμού που κρατά ζωντανές τις παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα, τις διατροφικές συνήθειες και άλλες ιδιαιτερότητες που σχετίζονται με την καταγωγή της κάθε πολιτιστικής ομάδας.

Με κορυφαίες εκδηλώσεις τα τοπικά πανηγύρια, τα Αποκριάτικα έθιμα αλλά και πολλές, σύγχρονες δράσεις οι πολιτιστικοί σύλλογοι δίνουν το δικό τους παρόν εμπλουτίζοντας τη ζωή της περιοχής και αναδεικνύοντας το πλούσιο πολιτιστικό της απόθεμα.

Κατεβαίνοντας νοτιότερα της περιοχής Σιδηροκάστρου ανταμώνουμε το Δήμο Σκοτούσσας και τα χωριά Αμμουδιά, Γεφυρούδι, Μελενικίτσι, Νέα Τυρολόη και Παλαιόκαστρο με έδρα τη Σκοτούσσα (Αρχαία Κοτούσα). Και εδώ έχουμε συγκατοίκηση ανθρώπων με διαφορετικές καταγωγές, παραδόσεις, ήθη και έθιμα. Πλειοψηφούν βέβαια Ντόπιοι και ακολουθούν οι Πόντιοι και οι Θρακιώτες.

Παρά το γεγονός ότι η περιοχή δεν παρουσιάζει σημαντικό τουριστικό ενδιαφέρον έχει τη δυνατότητα να δώσει ιδιαίτερη ταυτότητα στα προϊόντα και στις υπηρεσίες της αξιοποιώντας τα πολιτιστικά της στοιχεία που είναι πλούσια σε παλαιότερες παραδόσεις και νεότερες δράσεις.

Με κορυφαία πολιτιστικά γεγονότα την μεγάλη εμποροπανήγυρη της Σκοτούσσας και τα Γεφυρουδιανά αλλά και πλήθος εθίμων όπως αυτά της «Μπάμπως», του «ραμπόλ», του «τσουβαρμέ», της «Βαρβάρας», του «ρυζόγαλου» κ.ά, ο πολιτισμός μέσω των συλλόγων χρωματίζει έντονα τη ζωή των ανθρώπων στη διάρκεια του χρόνου. Ακόμη σημαντικά στοιχεία θα βρει κανείς στις ιστορικές εκκλησίες του Παλαιόκαστρου, της Αμμουδιάς και του Μελενικιτσίου, στην Ιερά Μονή Αγίου Προδρόμου και στις λιθανάγλυφες βρύσες της περιοχής. Ξεχωριστής ομορφιάς τοποθεσία είναι το φαράγγι του Νυμφορέματος στα ορεινά του Μελενικιτσίου ενώ ενδιαφέρον παρουσιάζει και ο Σιδηροδρομικός Σταθμός Σκοτούσσας.

Νότια της Σκοτούσσας και της Νέας Τυρολόης μία κεντρική, πεδινή περιοχή του Νομού με τα χωριά Αναγέννηση, Α. Καμήλα, Βαμβακιά, Μητρούση, Μονοκκλησιά και Προβατά αποτελεί την γεωγραφική ενότητα του Καποδιστριακού Δήμου «Καπετάν Μητρουσίου». Το Μητρούσι γενέτειρα του ήρωα Μακεδονομάχου Μητρούση Γκογκολάκη χάρισε την ιστορική ονομασία στο Δήμο που κράτησε όμως ως έδρα τον Προβατά που υπήρξε πάντα ένα κομβικό κεφαλοχώρι στο Νομό. Ντόπιοι, Θρακιώτες, Πόντιοι, Μικρασιάτες και λίγοι Σαρακατσάνοι συνθέτουν την πληθυσμιακή εικόνα του Δήμου που είναι κυρίως αγροτικός με κυριότερες παραγωγές αυτή του ρυζιού και του καλαμποκιού.

Η γιορτή της Μπάμπως (Γυναικοκρατία) στη Μονοκκλησιά, η «γιορτή ρυζιού» στον Προβατά, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις στο Μητρούση και στη Βαμβακιά, τα θρησκευτικά πανηγύρια και οι υπόλοιπες δράσεις των συλλόγων συνδέουν την σύγχρονη ζωή των κατοίκων με τις παραδόσεις που κράτησαν οι παλαιότεροι. Όπως και στις άλλες περιοχές παρέμβασης ιδιαίτερες είναι και εδώ οι διατροφικές συνήθειες που εμπλουτίζουν με τις τοπικές συνταγές τη γαστρονομία του Νομού Σερρών.

Ανατολικά της περιοχής που μόλις περιγράψαμε, πολύ κοντά στην πόλη των Σερρών βρίσκεται ο Δήμος Λευκώνα, με τα χωριά Χριστός, Καλά Δέντρα και Λευκώνα.

Το παραγωγικό ενδιαφέρον στην περιοχή αυτή τα τελευταία χρόνια στρέφεται κυρίως στη Μεταποίηση και στις Υπηρεσίες χωρίς βέβαια να εγκαταλείπεται και η Αγροτική Παραγωγή.

Έχοντας στην καρδιά της τη Βιομηχανική Περιοχή Σερρών η μικρή αυτή ενότητα καθορίζεται σημαντικά από ένα πιο αστικοποιημένο μοντέλο ζωής που άμεσα συνδέεται με αυτό της πρωτεύουσας του Νομού.

Στα τρία χωριά διαμένουν κυρίως Πόντιοι, Ντόπιοι, Θρακιώτες και Μικρασιάτες ενώ από τις αρχές της δεκαετίας του 90 άρχισε να εγκαθίσταται σημαντικός αριθμός οικογενειών Ποντίων Ελλήνων από τις χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης.

Χαρακτηριστικά πολιτιστικά στοιχεία της περιοχής είναι η διατήρηση των εθίμων που φέρουν οι παλαιότεροι και νεότεροι πρόσφυγες με πιο γνωστό τα «παρχάρια» που πραγματοποιούνται στο Λευκώνα από τον Ποντιακό Σύλλογο.

Στο κέντρο περίπου του Νομού Σερρών, νοτιοδυτικά της πόλης των Σερρών απλώνεται ο Δήμος Σκουτάρεως που περιλαμβάνει τα χωριά Αγία Ελένη, Αδελφικό, Βαμβακούσα, Κάτω Καμήλα, Κουβούκλιο, Κουμαριά, Κωνσταντινάτο, Πεπονιά και Σκούταρι.

Με κύρια απασχόληση την γεωργία αλλά και το εμπόριο, οι Ντόπιοι, Θρακιώτες και Μικρασιάτες κάτοικοι της περιοχής συνδέονται στενά με τα ήθη, τα έθιμα και τις παραδόσεις τους που μένουν ζωντανές χάρη στις προσπάθειες των τοπικών Συλλόγων.

Τα «Αναστενάρια» στην Αγία Ελένη πανάρχαιο έθιμο της Θράκης αποτελούν την κορυφαία εκδήλωση που συγκεντρώνει το ενδιαφέρον πολλών επισκεπτών από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Ακόμη οι παραδοσιακοί αγώνες πάλης, ιππασίας και σκοποβολής στο Σκούταρι, το έθιμο του «καλόγερου» και η «γιορτή καλαμποκιού» στην Αγία Ελένη.

Τα «Βαραδάτια» στο Κουβούκλιο, το «Αντάμωμα των Μικρασιατών» στο Κωνσταντινάτο και άλλες εκδηλώσεις συνθέτουν το πολιτιστικό περιβάλλον της περιοχής.

Μετά την περιοχή του Δήμου Σκουτάρεως και νοτιοανατολικά των Σερρών εκτείνεται ο Δήμος Στρυμώνα όπου πέρα από τα καθαρά παραγωγικά χαρακτηριστικά (αγροτική παραγωγή – Μεταποίηση) συναντάμε και έντονα πολιτιστικά στοιχεία που προσδίδουν ζωντάνια και δυναμική στην προοπτική της γενικότερης Ανάπτυξης.

Αυτό που καθορίζει ιστορικά τα μέρη αυτά είναι για μία ακόμη φορά η σχέση με τον Στρυμώνα. Στους λόφους που είναι γύρω από το Νέο Σκοπό αναφέρεται ότι βρισκονταν η αρχαία «κόμη Ολδηνών» αλλά και από πιο πρόσφατες έρευνες η αρχαία Βέργη.

Αντίστοιχα στη θέση του σημερινού Πεθελινού ήταν ο Παραλίμνιος «Ποθολινός» και το χωριό «Βερνάρατος» το σημερινό Παραλίμνιο.

Σήμερα η περιοχή καθορίζεται από την παρουσία των χωριών Βαλτοτόπι, Μεσοκώμη, Μονόβρυση, Νεοχώρι, Παραλίμνιο, Πεθελινό, Ψυχικό και Νέο Σκοπτό που είναι και η έδρα του Δήμου. Και στην περίπτωση αυτή έχουμε πληθυσμούς τόσο ντόπιους όσο και προσφυγικούς με κυρίαρχη μάλλον την ομάδα των Θρακιωτών ιδιαίτερα στο Νέο Σκοπτό.

Το Αρχαιολογικό ενδιαφέρον για την περιοχή είναι μεγάλο και τα πρόσφατα ευρήματα από τις ανασκαφές της ΚΗ΄ Εφορείας Αρχαιοτήτων στην νεκρούπολη του Νέου Σκοπού φανερώνει τον ιστορικό πλούτο μέσα από πλήθος αντικειμένων όπως μαρμάρια και χάλκινα αγάλματα, πήλινα ειδώλια, σκεύη, νομίσματα κ.ά. Το ίδιο σημαντικά στοιχεία υπάρχουν και στη θέση Βρυσούδια όπου ήταν το φυσικό λιμάνι της Λίμνης Αχινού και στη θέση Φυλάκιο, σημερινό Πεθελινό, όπου υπήρχε Παρόχθιος Οικισμός.

Αυτά σε συνδυασμό με τα πιο πρόσφατα πολιτιστικά στοιχεία συνιστούν μια πολυσύνθετη εικόνα πολιτισμού που προσφέρεται για αξιοποίηση όχι μόνο στην προοπτική προσέγγισης επισκεπτών αλλά και για την σύνδεσή τους με την οικονομία, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της περιοχής.

Σημαντική επίσης είναι η δραστηριότητα των νέων ανθρώπων που δημιουργούν, καινοτομούν και αναδεικνύουν τις παραγωγικές και πολιτιστικές δυνατότητες του τόπου της. Η Ανθοκομική έκθεση που πραγματοποιείται συνήθως τον Μάιο στη Μονόβρυση και προβάλλει την σπουδαία αυτή καλλιέργεια των κατοίκων της περιοχής είναι ταυτόχρονα ένα σπουδαίο πολιτιστικό αλλά και οικονομικό γεγονός. Οι «Γιορτές Καλοκαιριού» του Δήμου, το Φεστιβάλ εκδηλώσεων του «Ορφέα» Νέου Σκοπού κάθε Αύγουστο, το θρακικό έθιμο «Κουρμπάνι» οι εκδηλώσεις του περιβαλλοντικού – Αθλητικού Συλλόγου Πεθελινού αλλά και όλες οι άλλες που πραγματοποιούνται στα χωριά δημιουργούν μια πλούσια πολιτιστική εικόνα για το σύνολο της περιοχής.

Όλα αυτά σε συνδυασμό και με την προοπτική δημιουργίας Προπονητικού Κέντρου Κωπηλασίας στη Λίμνη Πεθελινού, μεγαλύτερης ανάπτυξης του Κέντρου Θεραπευτικής Ιππασίας, τη λειτουργία των τοπικών Λαογραφικών Μουσείων κ.ά, δίνουν το μέτρο των δυνατοτήτων της περιοχής που διακρίνεται για τις ικανότητες του ανθρώπινου δυναμικού της.

Δυναμικοί πυρήνες με ιδιαίτερα κοινωνικά πολιτιστικά και παραγωγικά στοιχεία είναι τα χωριά και οι οικισμοί που συνδέονται με την πόλη των Σερρών και βρίσκονται Βόρεια και Νοτιοανατολικά της, στις ημιορεινές και ορεινές περιοχές. Ο Λαϊλιάς, τα δάση της Βροντούς και το Μενοίκιο όρος καθορίζουν αποφασιστικά την φυσιογνωμία όλου αυτού του πεδίου μέσα στο οποίο αυτόνομα σχεδόν δημιουργήθηκαν, αναπτύχθηκαν, πέρασαν

από διάφορες καταστάσεις αλλά συνεχίζουν να υπάρχουν με τον δικό τους χαρακτήρα το Μετόχι, ο Ξηρότοπος, η Ορεινή, οι Επτάμυλοι, ο Ελεώνας, το Χιονοχώρι και η Άνω Βροντούς.

Δέκα χιλιόμετρα από τη Σέρρες, ο Οικισμός Μετόχι γνωστός για την Ιερά Μονή της Παναγίας της Βύσιανης τα τελευταία χρόνια προτιμάται από αρκετούς Σερραίους ως τόπος πρώτης ή δεύτερης κατοικίας.

Πιο πάνω στον Ξηρότοπο οι ντόπιοι κάτοικοι φημίζονται για τα κτηνοτροφικά τους προϊόντα ενώ ακόμη ψηλότερα ο οικισμός της Χρυσοπηγής, τόπος παραθεριστικών κατοικιών των παλαιών Σερραίων και η κοινότητα Ορεινής συνδέονται ολοένα και περισσότερο με τις προοπτικές ανάπτυξης του Λαϊλιά. Η ευρύτερη αυτή περιοχή έχοντας ήδη, με τη βοήθεια προηγούμενων προγραμμάτων LEADER, αποκτήσει υποδομές που καλύπτουν τις ανάγκες της επισκεψιμότητας και για τους 12 μήνες του χρόνου, έχει πολλά ακόμη περιθώρια αξιοποίησης του παραγωγικού, πολιτιστικού και φυσικού πλούτου που διαθέτει. Εδώ συναντάμε κυρίως τον πολιτισμό των ντόπιων που έμεινε λιγότερο επηρεασμένος από τις αστικές συνήθειες και φέρει ακόμη αυθεντικά τα σημάδια μιας σημαντικής παράδοσης. Αυτό καταγράφεται ιδιαίτερα στην Ορεινή όπου μέχρι και σήμερα υπάρχουν τοπικές ενδυμασίες, συνήθειες τοπικές, παραδόσεις, ήθη και έθιμα.

Τα τοπικά προϊόντα όπως η πατάτα τα κτηνοτροφικά η ξυλεία σε συνδυασμό με την παράδοση στα υφαντά, στη Μουσική και στα εξαιρετικά χειροποίητα γλυκά δίνουν την ξεχωριστή εικόνα ενός χωριού που κουβαλά ακόμη το άρωμα του παρελθόντος του αρμονικά με αυτό της σύγχρονης προσαρμογής που επιφέρει η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Η προσπάθεια του τοπικού συλλόγου στη διάσωση της Λαογραφίας και η συνεργασία με τη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση για τη δημιουργία του Διεθνούς Φεστιβάλ Γκάνιντας είναι δύο από τις σημαντικότερες ενέργειες στον τομέα του πολιτισμού.

Στην απέναντι ανατολική πλευρά από την Ορεινή δεσπόζουν τα δάση της Βροντούς όπου η ομώνυμη κοινότητα πασχίζει να σταθεί όρθια να επιβιώσει και να αναπτυχθεί αξιοποιώντας τη μονοκαλλιέργεια της πατάτας.

Ντόπιοι αλλά και πρόσφυγες από την Καππαδοκία συνθέτουν την κοινότητα των 1279 απογεγραμμένων κατοίκων (2001) που κάποτε αριθμούσαν τους 6.500.

Η παράδοση τους συνδέει με τις καμπάνες αφού οι τεχνίτες της Βροντούς ήταν ξακουστοί όχι μόνο στην Μακεδονία αλλά και Βορειότερα στα νότια Βαλκάνια. Εκτός από τις καμπάνες κατασκεύαζαν και χειροποίητους μηχανισμούς ορολογιών κάτι που τους συνδέει συμβολικά και με την κορυφαία σήμερα εκδήλωση της «Αστροβραδιάς» που οργανώνεται κάθε χρόνο τον Αύγουστο από την μη κερδοσκοπική Εταιρεία «Αστροπύλη».

Στοιχείο «πολιτιστικού πλούτου» της περιοχής θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε την μεγάλη ποικιλία της βλάστησης αφού ο τόπος είναι γεμάτος από οξιές, έλατα, καρυδιές, φουντουκιές, ξινομηλιές, κраниές, τσάι, βότανα και αγριολούλουδα. Το «σήμα κατατεθέν» του χωριού ήταν και παραμένει η πατάτα που είναι γνωστή για τη νοστιμιά της σε όλες τις αγορές.

Κατεβαίνοντας από τη Βροντού συναντάμε ένα από τα πιο γραφικά θέρετρα, τον Ελαιώνα, κριμένο κυριολεκτικά ανάμεσα στις ελιές με τη γραφική πλατεία, την ενδιαφέρουσα αρχιτεκτονικά εκκλησία του Αγίου Νικολάου, τα αιωνόβια πλατάνια και το παλαιό ελαιοτριβείο που συντηρήθηκε και φιλοδοξεί να παίξει το ρόλο του Λαογραφικού Μουσείου. Παλαιότερα, τα καλοκαίρια δεν ήταν λίγοι οι Σερραίοι που παραθέριζαν εκεί για το καλό κλίμα και τα δροσερά νερά κάτι που συνεχίζουν να κάνουν έστω και για μια απογευματινή ή βραδινή ανάπαυλα σε συνδυασμό με τις υπέροχες γεύσεις που προσφέρουν οι παραδοσιακές ταβέρνες του χωριού.

Επτάμυλοι και Οινούσα θεωρούνται μάλλον προάστια των Σερρών και βρίσκονται δίπλα στον Αϊ Γιάννη στους πρόποδες του Μενοίκιου Όρους. Γραφικοί Οικισμοί, τα τελευταία χρόνια γνωρίζουν αρκετά σημαντική οικοδομική ανάπτυξη αφού πολλοί Σερραίοι τα προτιμούν για την ανέγερση μονοκατοικιών.

Πάνω από την Οινούσα στις απότομες πλαγιές του Μενοίκιου, το Χιονοχώρι, χωριό για χρόνια ουσιαστικά εγκαταλελημένο από τους κτηνοτρόφους κατοίκους του, βλάχους στη καταγωγή, τελευταία ζωντανεύει με την επιστροφή αρκετών και την ανακαίνιση των πετρώκτιστων σπιτιών του. Σύμβολο του χωριού το βυζαντινό ξωκλήσι των Αγίων Αναργύρων που είναι λαξεμένο σε βράχο. Κάθε καλοκαίρι πραγματοποιείται εδώ πολιτιστική βραδιά αφιερωμένη στην πρώτη Πανσέληνο με συμμετοχή γνωστών μουσικών σχημάτων.

Όλη αυτή η διαδρομή από το Μετόχι, τον Ξηρότοπο, την Χρυσοπηγή, την Ορεινή, την Βροντού, τον Ελαιώνα, τους Επταμύλους, την Οινούσα και το Χιονοχώρι περιγράφει ένα δίκτυο σημαντικών φυσικών, πολιτιστικών και παραγωγικών στοιχείων που μπορούν να δώσουν σημαντικά αποτελέσματα στην περιοχή αν υπάρξει ένα ολοκληρωμένο σχέδιο αξιοποίησης των πλεονεκτημάτων της.

Τα «Δαρνακοχώρια» είναι ο επόμενος σταθμός της διαδρομής μας. Ενταγμένα στο Δήμο Εμμανουήλ Παπά και κτισμένα στη βάση του Μενοίκιου Όρους αποτελούν μια ξεχωριστή ενότητα από κοινωνικής, πολιτιστικής και μορφολογικής πλευράς. Η διαφορετικότητα αυτή φαίνεται στην Μακεδονική Αρχιτεκτονική που κυριαρχεί στα στενά καλντερίμια, στις εσωτερικές αυλές, στο γλωσσικό ιδίωμα, στα ήθη, στα έθιμα, στους χορούς και στα τραγούδια. Περιοχή με ανεπτυγμένη παλαιότερα την καπνοκαλλιέργεια,

ήταν γνωστή για την αμπελουργία και τα περίφημα κρασιά της κάτι που φαίνεται να επανεμφανίζεται πρόσφατα με σοβαρές επενδύσεις σε καλλιέργειες, οινοποιία και καζάνια απόσταξης για την παραγωγή τσίπουρου.

Κορυφαία ιστορική φυσιογνωμία της περιοχής ο Αρχιστράτηγος του Μακεδονικού Αγώνα Εμμανουήλ Παπάς, το όνομα του οποίου δόθηκε τόσο στη γενέτειρά του το ομώνυμο χωριό όσο και στο Δήμο. Με αρκετά αξιοθέατα, παραδοσιακά κτίσματα, παλαιές εκκλησίες, βρύσες και πλακόστρωτα, τα «Δαρνακοχώρια» διατηρούν πολλά από τα ιστορικά χαρακτηριστικά τους στον πολιτισμό. Έντονη είναι και η παρουσία των Μοναστηριών του Αγίου Πνεύματος που επισκέπτονται πολλοί προσκυνητές από όλη την Ελλάδα.

Το Νέο Σούλι, το Άγιο Πνεύμα, ο Εμμανουήλ Παπάς, η Πεντάπολη και το Χρυσό κρατούν τα ήθη και τα έθιμά τους ζωντανά και τα αναδεικνύουν κάθε χρόνο μέσα από ένα πλήθος εκδηλώσεων. Τα δρώμενα της «Δρακοκτονίας» στο Νέο Σούλι, του «Ζάμαντα» στην Πεντάπολη, του «Κριτσμά» στο Χρυσό, του «Κούσασι» στον Εμμανουήλ Παπά και η αναπαράσταση του «Νταρνάκιου γάμου» στο Άγιο Πνεύμα δίνουν το χρώμα της πλούσιας ιστορίας και παράδοσης του χωριού.

Οι ιστορίες, οι Μύθοι, οι καθημερινές συνήθειες, τα παλαιά επαγγέλματα, η τοπική γαστρονομία, η ιδιαιτερότητα της γλώσσας και τόσα άλλα συνθέτουν την εικόνα των Δαρνακοχωριών που έχουν όλες τις προϋποθέσεις να αναπτυχθούν διατηρώντας την ομορφιά τους, αξιοποιώντας όλο αυτό το πολιτιστικό της απόθεμα και τις φυσικές τους ομορφιές.

Στο Δήμο Εμμανουήλ Παπά όμως σημαντικά είναι και τα υπόλοιπα χωριά τα Μέταλλα, το Δαφνούδι και η Τούμπα που έχουν την δική τους ταυτότητα και τις δικές τους παραδόσεις. Το πανηγύρι της Τούμπας τη ημέρα της Πεντηκοστής που γιορτάζει η Ιερά Μονή Αγίας Τριάδας είναι από τα πιο γνωστά στο Νομό Σερρών.

Στην νοτιοανατολική πλευρά της περιοχής παρέμβασης συναντάμε το Δήμο Νέας Ζίχνης και τα χωριά Άγιο Χριστόφορο, Αγριανή, Αναστασιά, Γάζωρο, Δήμητρα, Δραβήσκο, Θολό, Μαυρόλοφο, Μεσορράχη, Μύρκινο, Μυρίνη, Νέα Πέτρα, Σφελινό και Νέα Ζίχνη που είναι και η έδρα του Δήμου.

Τόπος ιστορικός, αναφέρεται συχνά από Ηρόδοτο και Θουκυδίδη, φυλλάσει στη γη του τα σημάδια των πόλεων και οικισμών του από τους προϊστορικούς χρόνους. Από την αρχαία πόλη των Ιχνών, Ίχναι, στη Βυζαντινή «Ζίχνα», μετά Ζιλιάχοβα και αργότερα Ζίχνη έχουμε μια ιστορική διαδρομή που σηματοδοτεί τον σπουδαίο ρόλο της περιοχής και τις περιόδους ακμής της.

Η Ζίχνη λοιπόν με το σωζόμενο μέρος του Βυζαντινού της Κάστρου, η αρχαία Γάζωρος δίπλα στο σημερινό χωριό, τα υπολείμματα κάστρου στο Σφελινό, ο αρχαίος οικισμός της Μεσοράχης, τα Ευρήματα Ρωμαϊκής εποχής στον Άγιο Χριστόφορο κ.ά, σημάδια που έφερε στο φως ή αρχαιολογική σκαπάνη αποτελούν πλούσιο πολιτιστικό απόθεμα που φανερώνει την αρχική ταυτότητα κάθε σημείου της περιοχής και μπορεί σταδιακά να αξιοποιηθεί συνεισφέροντας στην αύξηση του ενδιαφέροντος των επισκεπτών.

Ντόπιοι και πρόσφυγες από τη Μ. Ασία, την Ανατολική Ρωμυλία και τον Πόντο διαμόρφωσαν τον πολιτιστικό χαρακτήρα της περιοχής που βασίστηκε στις παραδόσεις τους και συνδέθηκε με τον τόπο, τις παραγωγικές του αξίες, τις φυσικές ομορφιές του, την ιστορικότητά του.

Η παρουσία του Μενοίκιου όρους, του Στρυμώνα και του Αγγίτη, η πλούσια βλάστηση και εναλλαγή του τοπίου δίνουν στην περιοχή χαρακτηριστικά ενδιαφέροντα για τους ανθρώπους που αγαπούν τη φύση και ψάχνουν για νέες διαδρομές.

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα έθιμα συμπληρώνουν την φυσιογνωμία της αγροτικής κατά βάση περιοχής.

Η «Γιορτή της Μπάμπως» στη Νέα Πέτρα, η «γιορτή κερασιού» στην Αναστασιά, το έθιμο της «Δερβένας» στη Μυρίνη, τα πολλά πανηγύρια και οι σύγχρονες εκδηλώσεις κυρίως στη Ζίχνη ολοκληρώνουν την πολιτιστική της ταυτότητα.

Ολοκληρώνοντας και εμείς αυτή τη διαδρομή στην περιοχή παρέμβασης από το Βορρά προς το Νότο μπορούμε εύκολα να συμπεράνουμε την αξία που μπορούν να προσδώσουν τα πολιτιστικά στοιχεία.

B. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΤΟΥΣ ΣΤΙΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ LEADER.

Η σύνδεση των πολιτιστικών χαρακτηριστικών και επιμέρους πολιτιστικών στοιχείων της περιοχής παρέμβασης με τις προτάσεις των υποψηφίων επενδυτών στο πλαίσιο του τοπικού Αναπτυξιακού προγράμματος LEADER αποβλέπει στα εξής:

1. Στην δημιουργία ενός αναγνωρίσιμου τοπικού δικτύου που τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρει θα ενσωματώνουν με διάφορους τρόπους πολιτιστικά στοιχεία της περιοχής. Αυτή ακριβώς η σχέση προϊόντων και πολιτιστικής παράδοσης είναι που θα προσθέτει αξία και αναγνώριση.

2. Στην αξιοποίηση των πολιτιστικών ιδιαιτεροτήτων και πόρων της περιοχής μέσω των επενδύσεων με τρόπο που να κάνουν διακριτή την παρουσία των προϊόντων και υπηρεσιών στην ευρύτερη δυνατή αγορά.
3. Στην αλληλοτροφοδότηση των παραγωγικών, κοινωνικών και πολιτιστικών σχέσεων, τον εμπλουτισμό των επιχειρηματικών προτάσεων, την δημιουργία «πακέτων» με τοπική ταυτότητα που θα καθιστά ελκυστικά τα προϊόντα ως «μοναδικά» και «ιδιαίτερα».

Η προσπάθεια αυτή, να συνδεθούν οι τοπικές επιχειρήσεις με τον πολιτισμό και την παράδοση της περιοχής δεν ξεκινά από μια τυπική συναισθηματική αντίληψη που θέλει απλά να κατοχυρώσει για «εγωιστικούς» ή «τοπικιστικούς» λόγους τα ιστορικά χαρακτηριστικά του τόπου αλλά επειδή αποβλέπει μέσα από την κατοχύρωση της «ταυτότητας» να γίνουν πιο αποτελεσματική η προσπάθεια ανάπτυξης της περιοχής.

Ο υποψήφιος επόμενος επενδυτής θα πρέπει να αντιμετωπίσει την πρότασή του, πέρα από τις βασικές παραμέτρους της, περισσότερο «σφαιρικά» λαμβάνοντας υπ' όψη όλα αυτά που συνθέτουν το ευρύτερο περιβάλλον μέσα στο οποίο θα αναπτυχθεί και το πώς θα μπορούσε να ενσωματώσει στοιχεία από το περιβάλλον αυτό (φυσικό ή πολιτιστικό) με τρόπο που να προσθέτουν αξία στο τελικό προϊόν του.

Είναι πολύ βασικό να κατανοήσει κανείς ότι δεν «πουλάει» μόνο η επιχείρηση, δεν «πουλάει» μόνο το κάθε προϊόν αλλά και η «περιοχή», η φήμη της, η αναγνωρισιμότητά της, έξω από σύνορα της περιοχής, του Νομού ή και της χώρας.

Είναι επομένως απολύτως λογικό το συγκεκριμένο πρόγραμμα να θέτει τον φιλόδοξο στόχο πρώτον να ενεργοποιήσει τους υποψήφιους επενδυτές στην κατεύθυνση σύνδεσης της επένδυσής τους με τον φυσικό, παραγωγικό και πολιτιστικό πλούτο της περιοχής τους και δεύτερον να τους βοηθήσει να επινοήσουν καινοτόμους τρόπους δημιουργίας ταυτότητας και τοπικών δικτύων που θα αξιοποιούν τους πολιτιστικούς πόρους λειτουργώντας πολλαπλασιαστικά στα αποτελέσματα της τοπικής οικονομίας.

Οι πρώτες σκέψεις γύρω από την ανάγκη δημιουργίας αυτής της σχέσης ξεκινούν ακόμη από την επιλογή του αντικείμενου της επένδυσης και της χωροταξικής της τοποθέτησης.

Στις πληροφορίες και στα στοιχεία που θα πρέπει να συγκεντρώσει αυτός που διαμορφώνει την πρόταση επιβάλλεται να συμπεριλάβει εκτός των άλλων και τα εξής:

➤ Καταγραφή όλων των τοπικών δυνατοτήτων που του προσφέρει η περιοχή και με τα οποία θα μπορούσε να συνδεθεί η επένδυσή του. Από τις πρώτες ύλες, τους τρόπους μεταποίησης, την τυποποίηση και τους τρόπους προώθησης και προβολής αναζητούμε εκείνα τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την καλή παράδοση της περιοχής και δημιουργούν

➤ Ιδέες για τους τρόπους αξιοποίησης και εκμετάλλευσης πλεονεκτημάτων της περιοχής που συνδέονται με τον φυσικό και πολιτιστικό πλούτο της. Σύνδεση π.χ. του τίτλου της επιχείρησης με τοπικές ονομασίες που αφορούν τόπους, καταστάσεις, πρόσωπα, Μύθους, ήθη, έθιμα, προϊόντα, Μνημεία κ.ά, ή σύνδεσης του προϊόντος με την παράδοση της περιοχής στον τρόπο παρασκευής του.

➤ Βασικά και πολιτιστικά γνωρίσματα της περιοχής, που μπορούν να ενσωματωθούν στα μορφολογικά χαρακτηριστικά της επένδυσης όπως είναι το κτίσμα, τα υλικά, η Διακόσμηση, το λογότυπο, η ετικέτα, το υλικό ενημέρωσης και προβολής κ.ά.

Η καλή γνώση των γνωρισμάτων της περιοχής, η συγκέντρωση πληροφοριών για το περιβάλλον μέσα στο οποίο θα αναπτυχθεί η πρωτοβουλία και οι έξυπνες ιδέες για την εκμετάλλευση των τοπικών συνθηκών είναι το πρώτο πράγμα για το οποίο πρέπει να ενδιαφερθεί ο επενδυτής έστω και αν αρχικά του δημιουργείται η λανθασμένη εντύπωση ότι αυτά δεν αφορούν άμεσα την μελλοντική του επιχείρηση.

Είναι πλέον διαπιστωμένο και τονίστηκε εισαγωγικά ότι ο σύγχρονος ανταγωνισμός ειδικά για την χώρα μας επομένως και για το Νομό Σερρών επιβάλλει τη στροφή στην ποιότητα, στην ταυτότητα, στην αξιοποίηση της τοπικής ιδιαιτερότητας.

Η συνεισφορά των επιμέρους στοιχείων που ενσωματώνονται στο προσφερόμενο προϊόν η υπηρεσία λειτουργεί προσθετικά ενισχύοντας την θέση του στον ανταγωνισμό κάνοντάς του πιο αναγνωρίσιμο και πιο ελκυστικό.

Ακολουθώντας μια διαδικασία, μια μέθοδο, προσέγγισης των πολιτιστικών στοιχείων με στόχο την ενσωμάτωσή τους στην επενδυτική πρόταση θα μπορούσαμε να θέσουμε μια σειρά ερωτημάτων από τις απαντήσεις των οποίων μπορεί να προκύψει το ζητούμενο.

Να επαναλάβουμε για μια ακόμη φορά ότι το ζητούμενο είναι η κάθε μονάδα που προστίθεται σε μια περιοχή να δίνει δυναμική στην περιοχή αλλά και να παίρνει συνδεόμενη με όλα αυτά που μπορούν να θεωρηθούν ως πλεονεκτήματα. Είναι πολύ σημαντικό επομένως να μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα «Μύθο» για το προϊόν μας, μέσα από τους Μύθους του συγκεκριμένου τόπου. Ο Μύθος δεν είναι απαραίτητα ένα «ψέμα» ένα «Παραμύθι», πολλές φορές είναι η ιστορία, η φήμη για μια πραγματικότητα που έγινε παράδοση που πήρε την θέση της στην ιστορία της περιοχής.

Ακόμη ο «Μύθος» ως στοιχείο πολιτισμού μπορεί να αφορά διάφορα πράγματα όπως π.χ.:

- Παλαιές καλλιέργειες και ονομαστά προϊόντα

- Λαϊκούς Θρύλους για βουνά, φαράγγια, ποτάμια κ.ά.
- Αρχαίους Μύθους
- Μαγικές συνταγές γαστρονομίας
- Ιστορικούς τόπους και άλλα πολλά που σηματοδοτούν την φυσιογνωμία της περιοχής ή την παράδοση της συγκεκριμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας και των προϊόντων της.

Ας θέσουμε λοιπόν ορισμένα ερωτήματα εργασίας επιχειρώντας να προσδιορίσουμε και τις πιθανές απαντήσεις.

Ερώτημα 1^ο : Ποια είναι τα βασικά πολιτιστικά γνωρίσματα της περιοχής που χαρακτηρίζουν την ιστορία, την παράδοσή της ή και την σημερινή σύγχρονη πολιτιστική της ταυτότητα;

Απάντηση: Θα χρειαστεί ίσως να κάνουμε μια μικρή έρευνα. Ορισμένα στοιχεία ίσως είναι γνωστά άλλα όμως όχι. Η αρχιτεκτονική παράδοση, τα πιο ελκυστικά σημεία φυσικής ομορφιάς, τα μνημεία, οι Αρχαιολογικοί χώροι, η παράδοση σε επαγγελματικές παραγωγές και προϊόντα, τα ήθη, τα έθιμα, οι εκδηλώσεις και άλλα στοιχεία αποτελούν την «βάση δεδομένων μας» από την οποία θα αντλήσουμε αυτά που ταιριάζουν στην περίπτωση μας.

Ερώτημα 2^ο : Ποια από τα πολιτιστικά στοιχεία παρουσιάζουν ενδιαφέρον και μπορούν να ενσωματωθούν στην πρότασή μας;

Απάντηση: Η Αρχιτεκτονική παράδοση και η σχέση με το περιβάλλον θα μπορούσε να μας καθοδηγήσει στην περίπτωση που θα χρειασθεί να δομήσουμε ένα κτίσμα. Τα σημεία που προσελκύουν επισκέπτες (αξιοθέατα, αρχαιολογικοί χώροι, μνημεία, κ.ά.) μας είναι ίσως χρήσιμα στην περίπτωση που συνδεόμαστε με τον χώρο του τουρισμού. Οι ιστορίες για φημισμένες καλλιέργειες και Προϊόντα πάνω στα οποία θέλουμε να επενδύσουμε ή η μεγάλη παράδοση σε τεχνικές παρασκευής προϊόντων μπορούν να αξιοποιηθούν και να «δέσουν» με το αντικείμενό μας. Ακόμη και μία μόνο λέξη μπορεί να νοηματοδοτήσει ένα προϊόν, μια υπηρεσία μας ή ακόμη και μια εικόνα που παραπέμπει σε μια ιδιαίτερη αισθητική συνδεδεμένη με την παράδοση ή σε ένα εμβληματικό στοιχείο πολιτισμού (π.χ. η λέξη «ακανές» συνδέεται με τον «Λαϊλιά» ή και με μια εικόνα όπως ο Πύργος του Ορέστη που παραπέμπει ως εμβληματικό στοιχείο στη Σέρρες και στην ιστορία της).

Ερώτημα 3^ο : Πως θα δημιουργήσω τον «Μύθο» του δικού μου προϊόντος;

Απάντηση: Κατ' αρχήν όπως αναφέρθηκε ήδη θα πρέπει να αναγνωρίσουμε ,να σεβαστούμε και να συνδεθούμε με τον «Μύθο» της περιοχής. Ανάλογα με το αντικείμενό μας ίσως χρειαστεί να χτίσουμε ένα μύθο από την αρχή. Αν π.χ. επιχειρούμε να

παράγουμε και να προσφέρουμε ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία στην αγορά θα πρέπει ίσως να ανακαλύψουμε τον «Μύθο» μας χρησιμοποιώντας όμως και πάλι τα «υλικά» της περιοχής, δημιουργώντας ένα «όνομα» που θα ενισχύεται από την προέλευσή του.

Το προϊόν ή η υπηρεσία με την προϋπόθεση ότι εμπεριέχουν όλα εκείνα τα στοιχεία που τα χαρακτηρίζουν ποιοτικά χρειάζεται όχι μόνο να «είναι» αλλά και να φαίνονται και να ξεχωρίζουν ως τέτοια. Έτσι το καλό «τυρί», πρέπει να είναι όντως εξαιρετικής ποιότητας αλλά επιβάλλεται και να «φαίνεται» από το γεγονός ότι παράγεται εκεί που υπάρχει η τάδε παράδοση, η σπουδαία κτηνοτροφία, είναι στην τάδε ορεινή περιοχή ή γιατί προσφέρεται σε ένα τόπο με πολιτιστικές παραδόσεις, με φυσικές ομορφιές, με καθαρό περιβάλλον, με πολλά νερά κ.ά. Μπορούν δηλαδή να ενσωματώνονται με διάφορους τρόπους πολιτιστικά στοιχεία που θα ενδυναμώνουν το προφίλ του προϊόντος στην αγορά.

Ενδεικτικά μπορούμε να αναφερθούμε σε ορισμένες περιπτώσεις χρήσης τέτοιων πολιτιστικών στοιχείων να γίνει ακόμη πιο σαφής ή μέθοδος που προσεγγίζει το θέμα.

Επωνυμία: Το όνομα μιας επιχείρησης, ενός προϊόντος, μιας υπηρεσίας αποτελεί τον τίτλο που φέρει στη σχέση της με την αγορά, στη σχέση της με του υποψήφιους πελάτες της.

Ο τίτλος αυτός σηματοδοτεί άμεσα ή έμμεσα το αντικείμενο της επένδυσης λειτουργώντας ως προπομπός για την πρόσβαση, την προσέλκυση, την αναγνωρισιμότητα, την καθιέρωση του προϊόντος και της επιχείρησης. Η επιλογή του τίτλου επομένως δεν μπορεί να είναι μια τυχαία ή ουδέτερη επιλογή.

Από το όνομα του ιδιοκτήτη, μέχρι τα τοπωνυμία, τους περιγραφικούς χαρακτηρισμούς, τις λέξεις «κλειδιά» και άλλες επιλογές ο σκοπός μας είναι να εκπέμπουμε προς τα έξω το σωστό σήμα. Στο πλαίσιο ακόμη αυτών των αρχικών επιλογών η αξιοποίηση τίτλων που συνδέουν την επιχείρηση με την περιοχή και τα χαρακτηριστικά της είναι ιδιαίτερα σημαντική.

Μια τέτοια επιλογή θα μπορούσε να αναφέρεται στο φυσικό ή πολιτιστικό περιβάλλον θέλοντας να τονίσει την αξία που προσθέτει στο προϊόν ο τόπος στον οποίο παράγεται και προσφέρεται, η παράδοση στην οποία στηρίζεται, ο Μύθος που το διαπερνά, η σχέση του με άλλα πλεονεκτήματα της περιοχής.

Αν π.χ. θέλουμε να επενδύσουμε σε μια επιχείρηση τυποποίησης αγροτικών προϊόντων έχει μεγάλη σημασία να λάβουμε σοβαρά υπ' όψη μας ποια είναι η παράδοση αυτών των προϊόντων στην περιοχή από πότε ξεκινά, τι καταγραφές έχουμε γι' αυτό, πως αντιμετωπίζεται η παράδοση αυτή έξω από τα όρια της περιοχής.

Αν λοιπόν πρόκειται για οινοποιείο είναι διαφορετικό πράγμα αυτό να στηθεί σε μια περιοχή που δεν έχει μεγάλη παράδοση και διαφορετικό σε μια άλλη που ήδη είναι

επώνυμη για τα καλά της σταφύλια και κρασιά. Στην δεύτερη περίπτωση αξιοποιώντας υπάρχουσες πολιτιστικές αξίες που συνδέονται με το προϊόν ενσωματώνουμε στην παραγωγή και προβολή του προϊόντος μας πρόσθετη αξία. Είναι λογικό επομένως να τονίζεται στον τίτλο ή στον υπότιτλο ή στο εικαστικό θέμα της ετικέτας η προέλευση.

Το όνομα βέβαια δε κάνει αναγκαστικά και αυτό που λέμε «επώνυμο προϊόν», για να γίνει αυτό χρειάζονται μια σειρά από προϋποθέσεις. Για τις ανάγκες αυτής της πραγματογνωμοσύνης περιοριζόμαστε στο ρόλο που μπορεί να παίξει η περιοχή, το περιβάλλον και ο πολιτισμός της, στην ανάδειξη του προϊόντος. Ο υποψήφιος επενδυτής του προγράμματος LEADER πρέπει εξ' αρχής να γνωρίζει ποια είναι τα στοιχεία της περιοχής που προσδίδουν πρόσθετα συγκριτικά πλεονεκτήματα στην πρότασή του και να βρει πως μπορεί να τα εντάξει σε αυτή. Το πρόγραμμα και η περιοχή παρέμβασης έχουν τέτοια χαρακτηριστικά που η δημιουργία πλέγματος σχέσεων μεταξύ της περιοχής και της πρότασης να είναι αναγκαίος όρος για τη μέγιστη δυνατή αξιοποίηση όλων των πλεονεκτημάτων.

Ενσωμάτωση πλεονεκτημάτων:

Για να αποκτήσει ένα προϊόν αναγνωρισιμότητα και να γίνει επώνυμο στην αγορά χρειάζεται να αξιοποιήσει εκτός από την προβολή των ιδιαίτερων δικών του χαρακτηριστικών και άλλα που τον προσφέρει η πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής και ενδεχομένως είναι ήδη αναγνωρίσιμα, π.χ. αν κάποιος θα ήθελε να κάνει μια μονάδα αποξήρανσης κερασιών στην περιοχή του Γαζώρου και της Αναστασιάς θα ήταν «κουτό» να μην εκμεταλλευτεί τη φήμη που έχει η περιοχή στην παραγωγή κερασιού, στην ιστορία, τους Μύθους ή ακόμη τις πολιτιστικές εκδηλώσεις που γίνονται εκεί για το κεράσι. Ακόμη θα πρέπει να αξιοποιήσει το δίκτυο επιχειρήσεων στο οποίο θα μπορούσε να ενταχθεί, την παράδοση στην παρασκευή γλυκών, συνταγών μαγειρικής και ζαχαροπλαστικής ή ακόμη να σκεφθεί νέους τρόπους μεταποίησης και εκμετάλλευσης του προϊόντος.

Με βάση αυτό το πρόγραμμα τον προτρέπει να χρησιμοποιήσει όσο το δυνατόν πιο έξυπνα και καινοτόμα τα πολιτιστικά στοιχεία που του προσφέρονται. Αυτό μπορεί να το κάνει στο κτίσμα του, στην διακόσμηση του κτίσματος, στο λογότυπο, στη συσκευασία, στο φυλλάδιο ενημέρωσης και προβολής ή όπου αλλού θεωρεί ότι αυτό βοηθά την προσπάθειά του για ολοκληρωμένη παρουσίαση του προϊόντος του.

Αλλά ας δούμε στο τυχαίο αυτό παράδειγμά μας πως θα λειτουργούσε η σχέση του καταναλωτή με το προϊόν και την περιοχή ξεκινώντας όχι από την επένδυση αλλά από το σημείο πώλησης.

1. Ποια θα ήταν η αντιμετώπιση του προϊόντος (αποξηραμένα κεράσια), από τον καταναλωτή που το συνάντησε στο ράφι ενός σούπερ μάρκετ ή στο οπωροπωλείο και περιέχονταν σε

2. Αν το ίδιο ακριβώς προϊόν το έβλεπε στο ράφι μέσα σε μια ιδιαίτερη οικολογική συσκευασία, με μια ετικέτα ιδιαίτερης αισθητικής, με λογότυπο που παραπέμπει σε γνωστό πολιτιστικό στοιχείο της περιοχής, με επωνυμία τοπική, αναγνωρίσιμη, συνοδευμένη από απόσπασμα περιγραφικό της φήμης της περιοχής στην παραγωγή κερασιού ή στις εξαιρετικές ιδιότητες του προϊόντος της περιοχής;

* Αντιλαμβάνεται κανείς αμέσως τη διαφορά και την εντύπωση που θα σχηματίσει ο καταναλωτής στη μια και στην άλλη περίπτωση.

Αν προεκτείνουμε τα συμπεράσματα του παραδείγματός μας διαπιστώνουμε,

Στην πρώτη περίπτωση το προϊόν εμφανίζεται απογυμνωμένο από όλα αυτά τα στοιχεία που το συνδέουν με την περιοχή, δεν τα αξιοποιεί, είναι ένα προϊόν ουδέτερο, ουσιαστικά ανώνυμο που είτε προέρχεται από την περιοχή του Γαζώρου είτε από άλλη περιοχή στο ράφι είναι το ίδιο πράγμα. Δεν δηλώνει με τον τρόπο που πρέπει την προέλευσή του, δεν εκμεταλλεύεται τη φήμη της περιοχής, δε συνδέεται με άλλα χαρακτηριστικά της δε δημιουργεί «μύθο», αισθητική, επωνυμία, αναγνωρισιμότητα.

Στη δεύτερη περίπτωση αντιθέτως αυτό που προβάλλει αμέσως είναι η ταυτότητα. Το παράγει ο κύριος τάδε που δεν τον ξέρουμε αλλά το παράγει στο Γάζωρο Σερρών που το έχουμε ακουστά από τα κεράσια του, είναι ελκυστικό αισθητικά, έχει πίσω του μία παράδοση, χρησιμοποιείται στην τοπική γαστρονομία, έχει σπουδαίες ιδιότητες κ.ά. Το προϊόν στην περίπτωση αυτή «παίρνει» από την περιοχή και δίνει σε «αυτή» αφού εκπέμπει το μήνυμα της φήμης της περιοχής, της φυσικής ομορφιάς της ή του πολιτισμού της τονίζοντας ενδεχομένως ιδιαιτερότητες και τοπικές αξίες που ενδιαφέρουν κατηγορίες καταναλωτών.

Επιδίωξη της παρούσας εμπειρογνωμοσύνης είναι η υποβοήθηση των υποψηφίων επενδυτών στη διαμόρφωση της πρότασής τους ώστε αυτή να υπηρετεί όσο το δυνατό περισσότερο τον στρατηγικό αναπτυξιακό στόχο για την περιοχή που όπως τον προσδιόρισε το Σχέδιο του τοπικού προγράμματος LEADER είναι:

Η αξιοποίηση και ανάπτυξη των φυσικών πλεονεκτημάτων της περιοχής (Γεωγραφική θέση, φυσικό περιβάλλον) καθώς και των ανθρωπογενών αναξιοποίητων πόρων της περιοχής (τοπικά προϊόντα, δομημένο και πολιτιστικό περιβάλλον) με όρους ποιότητας και αειφορίας.

Ειδικότερα η εργασία αυτή αφορά τον γενικό στόχο, της «ενίσχυσης» της ταυτότητας της περιοχής με την ενσωμάτωση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων στην αναπτυξιακή διαδικασία.

Η περιοχή παρέμβασης, όπως φαίνεται στο επιχειρησιακό σχέδιο, χωρίζεται σε δύο γεωγραφικά τμήματα. Στο νοτιοδυτικό με κύριο χαρακτηριστικό την παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων και δυνατότητες ανάπτυξης στον τομέα της μεταποίησης και στο βορειοανατολικό τμήμα με κύριο γνώρισμα, τους αξιόλογους φυσικούς, πολιτιστικούς και ανθρωπογενείς πόρους όπου το ενδιαφέρον στρέφεται στην προοπτική τουριστικής ανάπτυξης.

Το «στοίχημα» που τίθεται από το πρόγραμμα είναι η ενδυνάμωση της οικονομικής συνοχής μεταξύ των δύο γεωγραφικών ενοτήτων.

Αυτό μπορεί να επιτευχθεί αν βελτιωθεί η ανταγωνιστικότητα των παραδοσιακών προϊόντων της πρώτης περιοχής κυρίως με την ενίσχυση της μεταποίησης – τυποποίησης και συνδεθούν αυτά με το τουριστικό κύκλωμα που αναπτύσσεται στη δεύτερη περιοχή και έχει τη δυνατότητα “να λειτουργήσει ως όχημα για την τόνωση της εξωστρέφειας όλου του παραγωγικού συστήματος”. Ενισχυτικά σε αυτή την προοπτική το πρόγραμμα επιδιώκει την ενσωμάτωση όλων των άλλων συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής και κυρίως αυτών που έχουν σχέση με τον φυσικό και πολιτιστικό πλούτο.

Ένα ερώτημα πολύ βασικό για τον τρόπο με τον οποίο θα πρέπει να αντιμετωπίσει ο υποψήφιος επενδυτής την πρότασή του είναι:

Τι ακριβώς ζητά να λάβω υπ’ όψη μου το πρόγραμμα στη διαμόρφωση της πρότασης;

Αν επιχειρούσαμε να απαντήσουμε επιγραμματικά στο υποθετικό αλλά κρίσιμο για την τελική αξιολόγηση της πρότασης ερώτημα θα λέγαμε τα εξής:

1. Τον τρόπο με τον οποίο εντάσσεται η πρόταση στον κύκλο της τοπικής οικονομίας και αν η μελλοντική ανάπτυξη της επένδυσης συνεισφέρει στην εξωστρέφεια και ανταγωνιστικότητά της.
2. Τους πόρους που αξιοποιεί από το κοντινό της περιβάλλον και πως τους ενσωματώνει και πως λειτουργεί αμφίδρομα η σχέση φυσικό – πολιτιστικό περιβάλλον – προϊόν – τοπική οικονομία – εξωστρέφεια.
3. Την σύνδεση της πρότασης με το υπάρχον παραγωγικό και τουριστικό δίκτυο.
4. Τα πολιτιστικά στοιχεία της περιοχής που λειτουργούν ως «πολλαπλασιαστές» στα θέματα της φήμης, της αναγνωρισιμότητας, της συνοχής, της θετικής αλληλεπίδρασης προϊόντων και πολιτιστικού αποθέματος.
5. Την σημαντική αξία που προσδίδει στο τελικό προϊόν η συμμετοχή των επιμέρους φυσικών και πολιτιστικών αξιών με πολύ μικρή μάλιστα συμμετοχή στην διαμόρφωση του κόστους.

6. Την ανάγκη αποδοχής και ενίσχυσης των σχέσεων μεταξύ των επιχειρήσεων της περιοχής, σύνδεσής της μέσω σύνθετων δικτύων που φέρνουν κοντά τα παραδοσιακά αγροτικά προϊόντα, την μεταποίηση, τον τουρισμό, την πολιτιστική ανάπτυξη.

Γ. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΣΕ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ LEADER.

Το σχέδιο τοπικού προγράμματος διαρθρώνεται σε τρία Μέτρα:

1. Στρατηγικές τοπικής ανάπτυξης, κωδικός 41
2. Διατοπική και διεθνική συνεργασία, κωδικός 421
3. Λειτουργία της Ομάδας Τοπικής Δράσης, απόκτηση δεξιοτήτων και εμπύχωση στην περιοχή, κωδικός 431

Από τα τρία αυτά μέτρα το πρώτο είναι αυτό που αφορά το περιεχόμενο της παρούσας εμπειρογνωμοσύνης και περιλαμβάνει δύο ομάδες υπομέτρων.

Η πρώτη ομάδα με κωδικό 411 περιλαμβάνει 1 υπομέτρο και 2 δράσεις και η δεύτερη με κωδικό 413, 6 υπομέτρα με 29 συνολικά δράσεις.

Οι προτάσεις των υποψηφίων επενδυτών για κάθε υπομέτρο και δράση όπως ήδη αναφέρθηκε θα πρέπει να ενσωματώνουν στοιχεία από το ευρύτερο πολιτιστικό περιβάλλον της περιοχής και να συνδέονται με αυτό με τρόπο που να προσθέτει πλεονεκτήματα και αξία στο προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρουν.

Σκοπός της εμπειρογνωμοσύνης είναι να διευκολύνει το έργο των υποψηφίων επενδυτών στη φάση σύνταξης της πρότασης, ώστε να επιλέξουν τα κατάλληλα πολιτιστικά στοιχεία και τους τρόπους ενσωμάτωσής τους στην επένδυση.

Στο κεφάλαιο αυτό επιχειρούμε να εντοπίσουμε για κάθε δράση τα «σημεία κλειδιά» που προσφέρονται για σύνδεση με το ευρύτερο πολιτιστικό περιβάλλον και δύνανται να φέρουν εμβληματικά στοιχεία του πολιτισμού της περιοχής.

Ακόμη αναφέρονται ενδεικτικά παραδείγματα αξιοποίησης πολιτιστικών και φυσικών πόρων, σε υποθετικές επενδύσεις που δυνητικά θα μπορούσαν να ενταχθούν στο πλαίσιο του προγράμματος. Για κάθε μορφή επένδυσης στην περιοχή, υπάρχουν συνήθως αρκετές εναλλακτικές προτάσεις ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων, που θα μπορούσε ο ενδιαφερόμενος να ενσωματώσει στην πρότασή του.

Χρειάζεται βέβαια προσοχή για την επιλογή των καταλληλότερων λύσεων σε κάθε δράση και αποφυγή τυχόν υπερβολών στη χρήση πολιτιστικών στοιχείων. Για το σκοπό

αυτό καλό είναι κάθε ενδιαφερόμενος να απευθύνεται και σε ειδικούς ή να συζητά τις ιδέες του με ανθρώπους σχετικούς με τα θέματα αυτά.

ΥΠΟΜΕΤΡΟ L 123/ Αύξηση της αξίας των γεωργικών και δασοκομικών προϊόντων

ΔΡΑΣΗ L 123-α: Αύξηση της αξίας των γεωργικών προϊόντων

Σύντομη περιγραφή: Δημιουργία τριών μικρού μεγέθους μεταποιητικών επιχειρήσεων. Μεταποίηση τοπικών αγροτικών προϊόντων (κρέατος, γάλακτος, ανθέων, οίνου κ.ά.)

Στόχος: Αύξηση της προστιθέμενης αξίας των τοπικών προϊόντων, εμπλουτισμός και αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.

Περιοχή εφαρμογής της δράσης: Το σύνολο της περιοχής παρέμβασης με ιδιαίτερη έμφαση στην περιοχή πλήρους εναρμόνισης με τον τομέα Μεταποίησης.

Εναλλακτικές επιλογές ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων:

Τα τοπικά προϊόντα που μεταποιούνται ενδείκνυται να εμπεριέχουν και να προβάλουν την αξία της παράδοσης της περιοχής. Η παράδοση αυτή μπορεί να αφορά το ίδιο το προϊόν, τα πολιτιστικά γνωρίσματα και τις φυσικές ομορφιές της περιοχής, καθώς και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ανθρώπων και των συνηθειών τους. Τα στοιχεία αυτά αξιολογούνται και αξιοποιούνται από τον επενδυτή με τον καλύτερο δυνατό τρόπο ανάλογα με τη μορφή της επένδυσής του. Η ενσωμάτωση των παραγωγικών, φυσικών και των πολιτιστικών αξιών είναι δυνατό να αφορά ένα ή περισσότερα «σημεία» της επιχείρησης όπως:

Τίτλος – Επωνυμία

Ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της περιοχής και ιδιαίτερα του συγκεκριμένου προϊόντος που μεταποιείται ή τυποποιείται αξιολογείται και η σημασία που θα είχε η χρησιμοποίηση κάποιου στοιχείου στον τίτλο της επιχείρησης. Καθοριστικό πάντως είναι να προσδιορίζεται η περιοχή παραγωγής του προϊόντος αν αυτή φημίζεται γι' αυτό. Αν π.χ. η Μεταποίηση – Τυποποίηση αφορά άνθη που προέρχονται από τη Μονόβρυση, αυτό θα μπορούσε να τονίζεται στον τίτλο ή να αναφέρεται στον υπότιτλο έστω και αν η επιχείρηση έχει την έδρα της σε άλλο σημείο της περιοχής παρέμβασης. Το ίδιο θα έπρεπε να σκεφτούμε αν το προϊόν ήταν πατάτες (Βροντούς), κεράσια (Γαζώρου) κ.λ.π.

Εκτός όμως από την περιοχή θα μπορούσε κανείς να επιλέξει και άλλα στοιχεία που έστω και έμμεσα παραπέμπουν σε αυτή όπως τοπωνύμια, γνωστά αρχιτεκτονήματα, παραδοσιακούς χώρους, ονομασίες εθίμων κ.ά.

Λογότυπο – Σήμα – Ετικέτα

Το λογότυπο της επιχείρησης προσφέρεται ιδιαίτερα για την αξιοποίηση πολιτιστικών στοιχείων ανεξάρτητα ή σε συνδυασμό με τον τίτλο.

Αν για παράδειγμα πρόκειται για επιχείρηση τυποποίησης πατάτας στην περιοχή της Βροντούς τότε ο τίτλος «πατάτες Βροντούς» ή «χρυσή πατάτα» Βροντούς θα μπορούσε να συνδέεται από φωτογραφική ή γραφιστική απεικόνιση με αναφορά στο μάζεμα της πατάτας ή στο γνωστό κωδωνοστάσιο ή και στο φυσικό περιβάλλον.

Η ετικέτα του προϊόντος ή η συσκευασία του είναι δυνατό να φέρει και πρόσθετα στοιχεία όπως σύντομη περιγραφή της παράδοσης του προϊόντος στην περιοχή (παλαιός τρόπος καλλιέργειας, συγκομιδής, αποθήκευσης της πατάτας) ή περιγραφή του φυσικού περιβάλλοντος ή σύντομη αναφορά στην ιστορία του χωριού και στις παραδόσεις κ.ά.

Ακόμη π.χ. στην περίπτωση της Βροντούς και η παράδοση στην κατασκευή καμπανών θα αποτελούσε χαρακτηριστικό, ελκυστικό για την αναγνωρισιμότητα του προϊόντος και την παράλληλη ενίσχυση της τοπικής ταυτότητας.

Μορφολογικά χαρακτηριστικά κτιρίου – Εσωτερική διακόσμηση

Ιδιαίτερα στις περιοχές που υπάρχουν έντονα στοιχεία αρχιτεκτονικής παράδοσης καλό είναι το κτίσμα που θα στεγάσει την επιχείρηση να συνδέεται αρμονικά με αυτά και να «δένει» αισθητικά με το περιβάλλον.

Έτσι θα ήταν λάθος π.χ. στα Δαρνακοχώρια και στο Χιονοχώρι να κατασκευάσουμε ή να επιλέξουμε ένα κτίσμα ουδέτερο, ξένο προς τη μορφή και τον τρόπο κατασκευής που ακολουθήθηκε επί χρόνια στις περιοχές αυτές.

Εκτός όμως από τη συνολική αρχιτεκτονική δομή, ενδιαφέρον θα παρουσίαζαν ακόμη και επιμέρους παρεμβάσεις που θα προσθέτανε στοιχεία πολιτισμού όπως η διαμόρφωση της αυλής, η κεντρική είσοδος, η επιγραφή, η χρήση υλικών της περιοχής κ.ά.

Ακόμη μία επιλογή θα ήταν η αξιοποίηση φωτογραφικού και άλλου υλικού στην εσωτερική διακόσμηση που θα παρέπεμπε στα πλούσια αποθέματα παράδοσης και πολιτισμού ή στην παράδοση γύρω από το ίδιο το προϊόν ή και στην ανάδειξη των αξιοθέατων και Μνημείων της ευρύτερης περιοχής.

Υλικό προβολής (κάρτες – φυλλάδια – site κ.ά.)

Ανάλογα με τις ανάγκες και τις δυνατότητες της επιχείρησης θα δημιουργηθεί και το σχετικό υλικό προβολής. Εδώ μας δίνεται η ευκαιρία αξιοποίησης περισσότερων στοιχείων της περιοχής και ιδιαίτερα αυτών που συνδέονται με τον πολιτισμό. Από την κάρτα και το φυλλάδιο μέχρι τις διαφημιστικές καταχωρήσεις και την ιστοσελίδα προσφέρονται όλα για μια μικρή ή μεγαλύτερη σύνδεση με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής της ιστορίας και του πολιτισμού της.

Στόχος παραμένει η δημιουργία «Μύθου» μέσα από την ταυτοποίηση του προϊόντος. Ο Μύθος μπορεί να είναι τα αξιοθέατα, οι αρχαιολογικές περιοχές, τα Μνημεία, οι θρύλοι, ο σύγχρονος πολιτισμός, η γαστρονομία, οι υπηρεσίες εναλλακτικού τουρισμού και άλλα

που το καθένα χωριστά αλλά και σε συνδυασμό δημιουργούν την ταυτότητα της περιοχής μέσα στην οποία εντάσσεται, την εμπλουτίζει αλλά κερδίζει και δυναμική η επιχείρησή μας.

Όλα αυτά αξιολογούνται και ενσωματώνονται στο υλικό προβολής ανάλογα με την ιδιαιτερότητα επένδυσης και το είδος προβολής που χρειάζεται.

ΥΠΟΜΕΤΡΟ 311 / Διαφοροποίηση προς μη γεωργικές δραστηριότητες

ΔΡΑΣΗ L 311 – 1 : Ενίσχυση υποδομών διανυκτέρευσης με δικαιούχους μέλη του αγροτικού νοικοκυριού

Σύντομη περιγραφή: Ίδρυση – επέκταση – εκσυγχρονισμός μικρής δυναμικότητας υποδομών διανυκτέρευσης από αγρότες ή μέλη αγροτικών νοικοκυριών. Αφορά 1 παρέμβαση.

Στόχος: Δημιουργία συμπληρωματικού εισοδήματος – ενίσχυση των υποδομών του τοπικού τουρισμού.

Περιοχή εφαρμογής της δράσης: Το σύνολο της περιοχής παρέμβασης με ιδιαίτερη βαρύτητα στο βορειοανατολικό ορεινό τμήμα.

Εναλλακτικές επιλογές ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων:

Σε αρκετά σημεία της περιοχής παρέμβασης έχουν παραμείνει ζωντανά παραδοσιακά μοντέλα αγροτικής ζωής όπου διατηρούνται όλα αυτά που χαρακτηρίζουν την ύπαιθρο. Δεν είναι λίγοι οι άνθρωποι που αναζητούν σήμερα την διαφυγή από το αστικό πρότυπο, την διέξοδο σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού που τους φέρνουν κοντά σε πιο αυθεντικές καταστάσεις, βαθιά ριζωμένες στην ιστορία και την παράδοση ενός τόπου.

Η προτεινόμενη δράση απευθύνεται σε επισκέπτες που αναζητούν τη ζωή στην ύπαιθρο, στο χωριό, στη φύση. Αυτούς που αναζητούν μνήμες ή νέες εμπειρίες, που επιθυμούν να αισθανθούν περισσότερο οικεία και γήινα, να ξαναβρούν χαμένες γεύσεις, μυρωδιές, χρώματα, να ακούσουν ιστορίες και να γνωρίσουν ανθρώπους.

Η δράση προσφέρεται περισσότερο από άλλες για την ενσωμάτωση πολιτιστικών στοιχείων αφού φέρει στον «πυρήνα» της την ίδια την πολιτιστική παράδοση της περιοχής.

Η ενσωμάτωση κάθε μορφής πολιτιστικών δεδομένων είναι δυνατό να γίνει στα εξής «σημεία» της επιχείρησης.

Τίτλος – Επωνυμία

Υπάρχει ένα ευρύ φάσμα από «λέξεις κλειδιά» που θα μπορούσαν να σηματοδοτήσουν τη μονάδα συνδέοντάς την με τα στοιχεία πολιτισμού της περιοχής. Τίτλοι που αναφέρονται στην ίδια την αγροτική οικογένεια και στον αγροτικό τρόπο ζωής, στο φυσικό

περιβάλλον, σε τοπωνύμια, σε παραδόσεις, σε μύθους, σε τοπικά γνωρίσματα κ.ά, αποτελούν το πεδίο επιλογών του ενδιαφερόμενου επενδυτή που θα πρέπει σε κάποιο βαθμό να εκφράσει και την υποκειμενική του αντίληψη για αυτή την τόσο ιδιαίτερη «οικογενειακή» δραστηριότητα.

Λογότυπο – Σήμα – Ετικέτα

Ο τίτλος και το λογότυπο συνδέονται άμεσα και προβάλλουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της μονάδας, του τόπου και της παράδοσης της περιοχής. Το γραφιστικό μέρος μπορεί να αφορά την ίδια τη μονάδα (π.χ. το παραδοσιακό κτίσμα), κάποιο «σήμα κατατεθέν» της περιοχής (παραδοσιακή βρύση, γέφυρα, σχέδιο από παραδοσιακά «στολίσματα» κ.ά.) ή άλλες επιλογές που θα αναζητήσουν οι ενδιαφερόμενοι και θα εξετάσουν με τη βοήθεια ενός γραφίστα.

Μορφολογικά χαρακτηριστικά κτιρίου – Εσωτερική διακόσμηση

Το ίδιο κτίσμα, ο χώρος που το περιβάλλει και τα διακοσμητικά στοιχεία στο εσωτερικό του θα πρέπει, κατά το δυνατό, να παραπέμπουν στα βασικά τοπικά χαρακτηριστικά και να είναι ελκυστικά για τον επισκέπτη.

Ολόκληρη η βορειοανατολική πλευρά της περιοχής παρέμβασης είναι πλούσια σε ιδιαίτερα στοιχεία αρχιτεκτονικής, παραδοσιακών διακοσμητικών μοτίβων και υλικών που την ταυτοποιούν με την ιστορία και την παράδοσή της.

Οι επιλογές στο εξωτερικό περιβάλλον (π.χ. κήπος, βρύση, φούρνος, πετρόκτιστα τοιχεία, λιθόστρωτος διάδρομος κ.ά.), στην εσωτερική διακόσμηση (παλαιές φωτογραφίες, λαογραφικά αντικείμενα, παραδοσιακό τζάκι κ.ά.), ακόμη και στην επιγραφή που θα τοποθετηθεί είναι δυνατόν, επιλεκτικά και με καλό «γούστο», να διαμορφώσουν την κατάλληλη ατμόσφαιρα και να αισθανθεί ο επισκέπτης ότι φιλοξενείται σε ένα αυθεντικό αγροτικό νοικοκυριό.

Το τελικό αποτέλεσμα δεν πρέπει να είναι «ψεύτικο», «στημένο» ή υπερβολικά φορτωμένο διότι δημιουργεί αντίθετα αποτελέσματα. Αν οι χώροι έχουν τα βασικά στοιχεία αυθεντικότητας (παραδοσιακό κτίσμα), αυτά που θα προστεθούν και μπορούν να μας συνδέσουν με την ευρύτερη περιοχή και τον πολιτισμό της καλό είναι να επιλεγούν με προσοχή και να δημιουργούν περιβάλλον κατάλληλο για φιλοξενία.

Υλικό προβολής (κάρτες – φυλλάδια – site κ.ά.)

Στοιχεία πολιτισμού της περιοχής μπορούν να ενσωματωθούν και στο όποιο υλικό προβολής θεωρηθεί απαραίτητο.

Ένα τρίπτυχο ή τετράπτυχο φυλλάδιο προβολής θα μπορούσε να είναι ένας μίνι οδηγός της περιοχής. Ξεκινώντας από την ίδια τη μονάδα, το περιβάλλον, τους ανθρώπους και τις υπηρεσίες που προσφέρει είναι δυνατόν να συμπεριλάβει πολύ σύντομα ιστορικά στοιχεία,

φωτογραφίες από αξιοθέατα, μνημεία, πολιτιστικά δρώμενα, αναφορές στα προϊόντα της περιοχής, σε διατροφικές συνήθειες κ.ά.

Το υλικό προβολής με όποια μορφή επιλεγεί (φυλλάδιο, site, Διαφήμιση) θα πρέπει να απαντά στο βασικό ερώτημα του υποψήφιου επισκέπτη.

Γιατί να έρθω εκεί;

Η απάντηση θα πρέπει να δίνεται μέσα από την προβολή των πιο σημαντικών γνωρισμάτων της περιοχής και βέβαια από την ιδιαιτερότητα της συγκεκριμένης φιλοξενίας που περιμένει τον κάθε επισκέπτη.

Στοιχεία που ενσωματώνονται στη λειτουργία της μονάδας

Τα τοπικά προϊόντα, η τοπική κουζίνα, οι διατροφικές συνήθειες και ο παραδοσιακός τρόπος ζωής είναι στοιχεία πολιτισμού της περιοχής που πρέπει να εμπεριέχονται στην πρόταση λειτουργίας της μονάδας.

Το «πρωινό», το μεσημεριανό τραπέζι, το «βραδινό», οι τοπικές συνταγές, τα προϊόντα που παράγονται στην περιοχή, αυτά που η ίδια η αγροτική οικογένεια παράγει, το σπιτικό φαγητό, η καλή εξυπηρέτηση και η καλή παρέα αποτελούν βασικά πλεονεκτήματα της επένδυσης.

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό για την καλή λειτουργία της μονάδας αλλά και για την περιοχή, να συναντά ο επισκέπτης τις τοπικές γεύσεις και όχι κάποια προϊόντα μαζικής παραγωγής και κατανάλωσης. Η πατάτα να είναι από εκεί κοντά (Βροντού, Ορεινή κ.ά.), το τυρί να είναι τοπικό (π.χ. Αχλαδοχώρι), το κρέας ντόπιο, το κρασί, το ούζο ή το τσίπουρο Σερραϊκά, οι πίτες φτιαγμένες στο σπίτι, το γλυκό σπιτικό, τα φαγητά φρεσκομαγειρεμένα φτιαγμένα με τον τοπικό παραδοσιακό τρόπο. Όλα όσα θα μπορούσαν να προσφερθούν να φέρουν τη «σφραγίδα» της περιοχής, να δίνουν την ταυτότητα της, να προβάλλουν τις ιδιαιτερότητές της.

ΔΡΑΣΗ L 311 – 2: Ενίσχυση επιχειρήσεων εστίασης και αναψυχής με δικαιούχους μέλη του αγροτικού νοικοκυριού.

Σύντονη περιγραφή: Ίδρυση – επέκταση – εκσυγχρονισμός χώρων εστίασης και αναψυχής από αγρότες ή μέλη αγροτικών νοικοκυριών της περιοχής.

Στόχος: Σύνδεση του αγροτικού τομέα με τον αγροτικό τουρισμό, ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας, των τοπικών αγροτικών προϊόντων και των πολιτιστικών πόρων της περιοχής.

Περιοχή εφαρμογής της δράσης: το βορειοανατολικό τμήμα της περιοχής παρέμβασης όπου συνδυάζεται το φυσικό περιβάλλον η υψηλή επισκεψιμότητα, η τοπική γαστρονομία και η δυνατότητα αξιοποίησης των τοπικών προϊόντων.

Εναλλακτικές επιλογές ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων:

Η δράση συνδέεται κατά κύριο λόγο με την τοπική γαστρονομία, η οποία με τη σειρά της στηρίζεται στις τοπικές πρώτες ύλες που παράγονται στην ευρύτερη περιοχή. Η αλληλοτροφοδότηση τουριστικού και παραγωγικού αγροτικού τομέα, αποτελεί στόχο του προγράμματος, που ειδικά στη δράση αυτή μπορεί να εφαρμοστεί με οργανωμένο και συστηματικό τρόπο.

Οι χώροι εστίασης – ψυχαγωγίας επιβάλλεται να ενσωματώνουν τόσο στα εξωτερικά χαρακτηριστικά, τους όσο και στη λειτουργία τους, τα πολιτιστικά και παραγωγικά χαρακτηριστικά της περιοχής παρέμβασης. Και στην περίπτωση αυτή στον τίτλο, στο λογότυπο, στην αισθητική του κτιρίου και των εσωτερικών χώρων και στο υλικό προβολής θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν ενδιαφέροντα δεδομένα της περιοχής από το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον.

Τίτλος – Επωνυμία

Ονομασίες της περιοχής, φωτογραφίες ή γραφιστικά με εμβληματικά μνημεία και πολιτιστικά στοιχεία, περιγραφικοί τίτλοι (π.χ. κρύα νερά, ο βράχος, ο νερόμυλος κ.ά.) προσφέρονται για την καλύτερη δυνατή επιλογή.

Υπενθυμίζουμε ότι αυτό δεν είναι υποχρεωτικό και δεν πρέπει να εμποδίζει άλλες επιλογές του ενδιαφερόμενου, που θα προτιμούσε να ενσωματώσει στοιχεία πολιτισμού σε άλλα σημεία της επιχείρησης.

Λογότυπο – Σήμα – Ετικέτα

Η Επιγραφή και το Λογότυπο που θα χρησιμοποιηθεί στα έντυπα της επιχείρησης, είναι άλλη μια δυνατότητα σύνδεσης με τον πολιτισμό της περιοχής.

Ένας καλός γραφίστας εύκολα θα μπορούσε να αξιολογήσει τις ιδέες μας και να δημιουργήσει ενδιαφέρουσες αισθητικά προτάσεις για τον τιμοκατάλογο, τα τραπεζομάντιλα, το λογότυπο που θα γίνει σήμα της επιχείρησης αναγνωρίσιμο που θα την ταυτοποιεί με τον τοπικό πολιτισμό.

Ενδιαφέρον θα παρουσίαζε αν χρησιμοποιούσαμε υλικό από τα χαρακτηριστικότερα στοιχεία της περιοχής, είτε αυτά αφορούν τις φυσικές ομορφιές, την παραγωγική της φήμη, την τοπική γαστρονομία είτε τα σημαντικότερα μνημεία, δρώμενα, μοτίβα λαϊκής παράδοσης κ.ά.

Ο τίτλος της επιχείρησης είναι το πρώτο σήμα που λαμβάνει κανείς για την ύπαρξή της. Αυτό το σήμα θα μπορούσε να την ταυτοποιεί με την περιοχή και να γίνει μέρος της ταυτότητάς της που θα παραπέμπει στον τόπο και στον πολιτισμό του.

Μορφολογικά χαρακτηριστικά κτιρίου – Εσωτερική διακόσμηση

Η μορφή του κτιρίου, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του, τα υλικά που χρησιμοποιήθηκαν για την κατασκευή του, τα διακοσμητικά στοιχεία που φέρει εξωτερικά και εσωτερικά, η διαμόρφωση του εξωτερικού χώρου, η πινακίδα με την επωνυμία και πολλά άλλα γνωρίσματα του χώρου που στεγάζει την επιχείρηση, μπορούν να σηματοδοτηθούν από την παράδοση της περιοχής.

Το σκεπτικό είναι παρά πολύ απλό. Όταν ξεκινά κανείς για να γνωρίσει μια περιοχή και συναντά, εκεί στο ορεινό της περιβάλλον, γραφικούς οικισμούς με διακριτικά παραδοσιακά σπίτια, λιθόστρωτα δρομάκια, παραδοσιακές βρύσες, στοιχεία του λαϊκού της πολιτισμού και ένα συγκεκριμένο τοπίο, θα ήταν παράλογο να βρεθεί μπροστά σε ένα μάλλον κακής εμπνεύσεως δημιουργήμα, ένα κτίσμα βαυαρικής μορφής, με υλικά κατασκευής άσχετα και ασύνδετα με την περιοχή. Αν η περιοχή μας έχει αποκτήσει στο πέρασμα του χρόνου μία ταυτότητα θα πρέπει να τη σεβαστούμε, να την αξιοποιήσουμε και γιατί όχι να την εκμεταλλευτούμε επενδύοντας σε αυτή. Αυτό κάνουν σήμερα πολλοί άνθρωποι σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας που μέχρι πρόσφατα θεωρούνταν άγονες γραμμές και αποκτούν επισκεψιμότητα, δυναμική ανάπτυξης, δίνοντας πρόσθετα αποτελέσματα στις τοπικές οικονομίες.

Από το Αχλαδοχώρι και το Καπνόφυτο, το Παλαιόκαστρο, το Μετόχι, τον Ξηρότοπο, την Βροντού και το Χιονοχώρι, μέχρι τα γραφικά Δαρνακοχώρια και την περιοχή της Ζίχνης, όλη αυτή η πλευρά είναι γεμάτη από σημάδια του πολιτισμού και εξαιρετικής ομορφιάς τοπία που από μόνα τους αποτελούν συγκριτικό πλεονέκτημα για προσέλκυση επισκεπτών. Κάποια από τα στοιχεία αυτά, όπως και άλλα που αφορούν την πολιτιστική πραγματικότητα της περιοχής, μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην εσωτερική διακόσμηση του χώρου με διάφορους τρόπους (φωτογραφίες, διακοσμητικά και χρηστικά αντικείμενα, κατασκευές κ.ά.).

Υλικό προβολής (κάρτες – φυλλάδια – site κ.ά.)

Όλο το υλικό προβολής μπορεί να συμπεριλάβει πολιτιστικά στοιχεία που ενισχύουν τον στόχο της δημιουργίας ταυτότητας.

Η αισθητική και το περιεχόμενο του υλικού παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιδίωξή μας να προσελκύουμε επισκέπτες – πελάτες. Η όμορφη περιοχή, ο γραφικός χώρος, οι τοπικές συνταγές, τα προϊόντα και η καλή εξυπηρέτηση θα πρέπει να συνυπάρχουν στο κάθε μορφής υλικό προβολής. Ο κατάλογος π.χ. θα μπορούσε να παίξει και αυτόν το ρόλο εμπιρεύοντας φωτογραφικό υλικό ή μικρές αναφορές στον τόπο και στον πολιτισμό του και κυρίως βέβαια βάζοντας σε πρώτο πλάνο τα γνήσια τοπικά προϊόντα και τις αυθεντικές συνταγές που προσφέρονται.

ΔΡΑΣΗ L 311 – 4: Ενίσχυση επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση του τουρισμού της υπαίθρου με δικαιούχους μέλη του αγροτικού νοικοκυριού.

Σύντομη περιγραφή: Δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση του τουρισμού της υπαίθρου όπως εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ειδικές μορφές τουρισμού, χώροι αθλοπαιδιών, χώροι γευσιγνωσίας κ.ά.

Στόχος: Ο εμπλουτισμός του τουριστικού κυκλώματος της περιοχής με νέες δυνατότητες και η δημιουργία εναλλακτικών εισοδημάτων για τα μέλη του αγροτικού νοικοκυριού.

Περιοχή εφαρμογής της δράσης: το σύνολο της περιοχής με ιδιαίτερη βαρύτητα όμως στο βορειοανατολικό τμήμα όπου υπάρχουν σημεία ιδιαίτερου τουριστικού ενδιαφέροντος.

Εναλλακτικές επιλογές ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων:

Γενικότερα οι δράσεις που αφορούν την ανάπτυξη του τουρισμού και στην περίπτωση αυτή την παροχή υπηρεσιών στους επισκέπτες της περιοχής, παρουσιάζουν ενδιαφέρον και από την πλευρά της σύνδεσής τους με τα πολιτιστικά στοιχεία της περιοχής. Οι άνθρωποι που ενδιαφέρονται για εναλλακτικές μορφές τουρισμού, για αθλητικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο, για γνωριμία με τη φύση, για εξορμήσεις στο βουνό, για νέες εμπειρίες στη σχέση τους με την ελληνική ύπαιθρο αναζητούν συνήθως και τα στοιχεία πολιτισμού της περιοχής (Αρχαιολογικοί χώροι, Μοναστήρια, Μνημεία της φύσης, Διατροφικές Συνήθειες, ήθη και έθιμα, εκδηλώσεις κ.ά.). Η ενσωμάτωση τέτοιων στοιχείων στην επιχείρηση μπορεί να γίνει όπως και σε προηγούμενες δράσεις, στον τίτλο, στο λογότυπο, στις κτηριακές εγκαταστάσεις, στο υλικό προβολής ή και σε άλλα σημεία που θα μπορούσε να σκεφτεί ο ενδιαφερόμενος επενδυτής.

Τίτλος – Επωνυμία

Χωρίς να είναι δεσμευτικό θα φαινόταν λογικό ο τίτλος της επιχείρησης να συνδέεται κυρίως με το αντικείμενο των υπηρεσιών. Δεν αποκλείεται βέβαια χρησιμοποιώντας παράλληλά κάποιο χαρακτηριστικό της περιοχής να γίνεται η ταυτοποίησή του με αυτή π.χ. «το φαράγγι», «ο πύργος της Ζίχνας», «βραχογραφίες στο Παγγαίο» κ.ά.

Λογότυπο – Σήμα – Ετικέτα

Και στην περίπτωση του Λογότυπου προτεραιότητα έχει το αντικείμενο των υπηρεσιών. Αν π.χ. πρόκειται για υπηρεσίες που αφορούν αθλητικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο όπως αναρρίχηση, κανό – καγιάκ, ποδήλατο κ.ά, αυτό θα φαίνεται στο σήμα της επιχείρησης. Η ενσωμάτωση πάντως κάποιου πολιτιστικού στοιχείου ίσως έδινε πρόσθετη αξία στην επιλογή του λογότυπου και την έκανε περισσότερο πρωτότυπη. Αν χρησιμοποιούσαμε το παράδειγμα της περιοχής του Παγγαίου ή του φαραγγιού του Αγγίτη θα μπορούσε το λογότυπο να εμπεριέχει μια βραχογραφία ή λεπτομέρεια από αυτή.

Αντίστοιχα μια άλλη δραστηριότητα στην περιοχή Αχλαδοχωρίου θα αξιοποιούσε τα πέτρινα Γεφύρια του Κρουσοβίτη ή στην περιοχή του Λαϊλιά σχέδια από λαϊκά μοτίβα της Παράδοσης των υφαντών ή λεπτομέρειες από τις παραδοσιακές φορεσιές και τις πόρτες της Ορεινής.

ΔΡΑΣΗ L 311 – 5: Ενίσχυση Βιοτεχνικών Μονάδων (οικοτεχνία, χειροτεχνία, παραγωγή ειδών παραδοσιακής τέχνης κ.λ.π.) με δικαιούχους μέλη του αγροτικού νοικοκυριού.

Σύντομη περιγραφή: Η δράση απευθύνεται σε μέλη του αγροτικού νοικοκυριού και καλύπτει ενέργειες οι οποίες δημιουργούν νέες ή βελτιώνουν υφιστάμενες δραστηριότητες μονάδων οικοτεχνίας, παραγωγής ειδών παραδοσιακής τέχνης και βιοτεχνικών μονάδων.

Στόχος: Εναλλακτικές δραστηριότητες και εισοδήματα για τα μέλη αγροτικών νοικοκυριών.

Περιοχή εφαρμογής της δράσης: Το σύνολο της περιοχής παρέμβασης με ιδιαίτερη βαρύτητα στις περιοχές που παρουσιάζουν εναρμόνιση με τον τομέα μεταποίησης και παραγωγής προϊόντων.

Εναλλακτικές επιλογές ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων:

Η δράση παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον όσο αφορά τη δυνατότητα ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων αφού σε πολλές περιπτώσεις τα ίδια τα αντικείμενα που μπορεί να επιλεγούν συνδέονται άμεσα με τον πολιτισμό της περιοχής.

Οι δραστηριότητες αυτές (χειροτεχνία, παραδοσιακή τέχνη κ.ά.) στηρίζονται στην παράδοση της περιοχής και την εμπλουτίζουν με νέες αξίες και προϊόντα αναδεικνύοντας πολιτιστικά στοιχεία που μπορούν να ενσωματωθούν σε διάφορα «σημεία» της επιχείρησης.

Τίτλος – Επωνυμία

Ανάλογα με το αντικείμενο της Δράσης υπάρχει η δυνατότητα επιλογής τίτλων που θα συνδέουν την επιχείρηση με τον πολιτισμό και την παράδοση της περιοχής. Το πεδίο αναζήτησης διαφοροποιείται ανάλογα με το περιεχόμενο της δράσης. Αν π.χ. πρόκειται για παραγωγή υφαντών, κεντημάτων, παραδοσιακών στολών κ.ά. η αναζήτηση θα γίνει γύρω από την συγκεκριμένη παράδοση όπου μπορούν να βρεθούν «λέξεις κλειδιά» κατάλληλες για τίτλο. Το ίδιο μπορεί να γίνει στην περίπτωση κατασκευής διακοσμητικών ή χρηστικών αντικειμένων ανακαλύπτοντας έτσι την παράδοση της περιοχής στην οποία ούτως ή άλλως θα πρέπει να στηριχτούμε για την δημιουργία και προβολή του προϊόντος μας.

Λογότυπο – Σήμα – Ετικέτα

Το λογότυπο της επιχείρησης ή αντίστοιχα το σήμα και η ετικέτα που θα φέρουν τα προϊόντα, μπορούν να αντλούν το δημιουργικό τους περιεχόμενο από τον χώρο της

πολιτιστικής παράδοσης, τονίζοντας έτσι την προέλευση και την ταυτότητα της συγκεκριμένης δραστηριότητας. Το δημιουργικό που είναι βέβαια δουλειά ενός καλού γραφίστα, μπορεί να αξιοποιηθεί με πολλούς τρόπους και να γίνει μαζί με τον τίτλο το βασικό στοιχείο αναγνωρισιμότητας της επιχείρησης και των προϊόντων στην αγορά.

Ανάλογα με το αντικείμενο της δραστηριότητας οι επιλογές μπορεί να ποικίλουν. Θέματα όπως λαϊκά μοτίβα από υφαντά, φορεσιές, πόρπες, κεντήματα κ.ά. προσφέρονται για οικοτεχνία, χειροτεχνία και παραδοσιακή τέχνη ενώ άλλα όπως στοιχεία λαϊκής Αρχιτεκτονικής, παραδοσιακά επαγγέλματα, προϊόντα, φυσικές ομορφιές κ.ά. μπορούν να αξιοποιηθούν σε άλλα αντικείμενα.

Μορφολογικά χαρακτηριστικά κτιρίου – Εσωτερική διακόσμηση

Τόσο το ίδιο το κτίριο όσο και ο εσωτερικός χώρος της μονάδας είναι δυνατό να φέρουν στοιχεία της περιοχής, ανάλογα είτε με την παράδοση της πάνω στο αντικείμενο είτε ανεξάρτητα από αυτό. Τα αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά και τα επιμέρους εξωτερικά γνωρίσματα είναι επιθυμητό να παραπέμπουν μορφολογικά και αισθητικά στο γενικότερο αρχιτεκτονικό και φυσικό περιβάλλον. Στο εσωτερικό είναι εύκολο να συνδυάσει ο ενδιαφερόμενος διακοσμητικές λύσεις με υλικό της περιοχής (φωτογραφίες, αντικείμενα, Λαϊκά Μοτίβα κ.ά.)

Υλικό προβολής (κάρτες – φυλλάδια – site κ.ά.)

Η παράδοση της περιοχής παρέμβασης προσφέρει πολλές εναλλακτικές λύσεις για τη δημιουργία του υλικού προβολής της μονάδας. Το υλικό επικεντρώνεται στο παραγόμενο προϊόν και συνοδεύεται από στοιχεία όπως:

- Η ιστορία και η παράδοση της περιοχής στη συγκεκριμένη παραγωγή
- Ήθη – Έθιμα και πολιτιστικές εκδηλώσεις
- Αξιοθέατα, Αρχαιολογικοί χώροι, Μνημεία, Πολιτιστικές – Τουριστικές Διαδρομές κ.ά.

ΔΡΑΣΗ: L 311 – 6: Ενίσχυση επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών αγροτών με δικαιούχους μέλη του αγροτικού νοικοκυριού.

Σύντονη περιγραφή: Ενισχύοντας δραστηριότητες όπως επισκευή υποδημάτων, παντοπωλεία, κουρεία, λιανικό εμπόριο, πάρκο αναψυχής κ.ά.

Στόχος: Ανάπτυξη διαφορετικών δραστηριοτήτων που συμπληρώνουν την γεωργική εκμετάλλευση.

Περιοχή εφαρμογής της δράσης: Το σύνολο της περιοχής παρέμβασης.

Εναλλακτικές επιλογές ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων:

Το πλήθος των δραστηριοτήτων που μπορούν να προταθούν από τους ενδιαφερόμενους, καταδεικνύει τις πολλές και διαφορετικές επιλογές που θα είχε στη διάθεσή του κανείς όσο αφορά τη σύνδεση των προτάσεων με το πολιτιστικό απόθεμα της περιοχής. Λαμβάνοντας υπ' όψη ορισμένες από τις ενδεικτικές επιλογές του προγράμματος, μπορούμε να αναφερθούμε στα βασικά τους χαρακτηριστικά για να γίνει κατανοητός ο τρόπος αντιμετώπισης και σύνδεσης των δραστηριοτήτων με τα πολιτιστικά στοιχεία.

Επισκευή Υποδημάτων: Υπάρχει πλούσια παράδοση από το παλιό αυτό επάγγελμα που είναι δυνατόν στις μέρες μας να δώσει ένα συμπληρωματικό εισόδημα στο αγροτικό νοικοκυριό. Τα πολιτιστικά στοιχεία μπορεί να αφορούν την παράδοση αυτή και να συνδεθούν με την αισθητική του χώρου, τον τίτλο και το λογότυπο, την χρησιμοποίηση παλαιού φωτογραφικού υλικού από την περιοχή κ.ά.

Παντοπωλεία: Τα παντοπωλεία στις αγροτικές περιοχές θα πρέπει να διαφοροποιηθούν αισθητικά και ποιοτικά από τα Σούπερ Μάρκετ διατηρώντας την παραδοσιακή και οικεία αισθητική προσαρμοσμένη στις νέες λειτουργικές ανάγκες. Τα προϊόντα της περιοχής που αποτελούν και μέρος του διατροφικού πολιτισμού θα πρέπει να κατέχουν εξέχουσα θέση, τροφοδοτώντας έτσι την αλυσίδα παραγωγή αγροτικών προϊόντων, μεταποίησης και παραγωγής ειδών διατροφής, καθώς και το τουριστικό κύκλωμα.

Ο τίτλος, η επιγραφή, τα αρχιτεκτονικά και διακοσμητικά στοιχεία αναφέρονται στις τοπικές πολιτιστικές ιδιαιτερότητες προβάλλοντας με τη μορφή λογότυπου, ετικέτας ή άλλου υλικού προβολής, τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία της περιοχής.

Λιανικό Εμπόριο Αναμνηστικών Ειδών και Ειδών Λαϊκής Τέχνης: Σε αρκετές περιπτώσεις όπως και αυτή του συγκεκριμένου παραδείγματος το αντικείμενο της δραστηριότητας έχει άμεση σχέση με τον πολιτισμό της περιοχής. Τα αναμνηστικά είδη όπως και αυτά της Λαϊκής Τέχνης ενσωματώνουν στοιχεία της παράδοσης της περιοχής, εμπνέονται από αυτά, η κατασκευή τους βασίζεται σε παραδοσιακούς τρόπους ή στην εξέλιξη παλαιών τεχνικών.

Η κεραμική π.χ. που παραδοσιακά άνθησε στο Νομό Σερρών προσφέρεται για την παραγωγή τέτοιων χρηστικών ή διακοσμητικών αντικειμένων. Το ίδιο και η αργυροχρυσοχοεία, η ζωγραφική, η Αγιογραφία, η μικρογλυπτική, το βιτρό, η τέχνη του γυαλιού, του μπατίκ κ.ά. Είναι δυνατό να στηρίξουν μια παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα που θα τροφοδοτεί με αναμνηστικά αντικείμενα το τουριστικό κύκλωμα.

Γενικότερα στη συγκεκριμένη δράση είναι ευρύ το πεδίο αξιοποίησης των πολιτιστικών χαρακτηριστικών της περιοχής.

Ο «χρυσός» κανόνας είναι να φέρουμε στο προσκήνιο της τοπικής αγοράς δικά μας προϊόντα που θα ξεχωρίζουν από οποιαδήποτε άλλα της μαζικής κατανάλωσης, ακριβώς επειδή θα είναι τοπικά, επειδή θα αναγνωρίζονται ως τέτοια από τα σημάδια πολιτισμού που θα φέρουν πάνω τους. Ακόμη και ένα κουρείο ή ένα κατάστημα εμπορίας ποτών υπάρχει η δυνατότητα να έχουν το δικό τους τοπικό χρώμα, να παραπέμπουν στις αξίες και ιδιαιτερότητες του τόπου που λειτουργούν.

Η επωνυμία, το λογότυπο, το υλικό προβολής, ο χώρος και άλλα στοιχεία των επιχειρήσεων προσφέρονται για έξυπνες λύσεις που θα «δένουν» το αντικείμενο με την περιοχή και τον πολιτισμό της.

ΔΡΑΣΗ L 311 – 7: Ενίσχυση επιχειρήσεων ειδών διατροφής μετά την α΄ μεταποίηση με δικαιούχους μέλη του αγροτικού νοικοκυριού.

Σύντομη περιγραφή: Ενδεικτικά η δράση μπορεί να αφορά την παραγωγή ζαχαρωδών από φρούτα και λαχανικά, αρτοποιία και παραγωγή νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής παραγωγή φρυγανιών, μπισκότων κ.ά, παραγωγή ζυμαρικών, τσαγιού, καφέ και άλλων ειδών διατροφής.

Στόχος: Η εξασφάλιση εναλλακτικών – συμπληρωματικών εισοδημάτων από τον αγροτικό πληθυσμό της περιοχής με την επιχειρηματική δραστηριοποίηση στις εστίες τους.

Περιοχή εφαρμογής της δράσης: Το σύνολο της περιοχής παρέμβασης με ιδιαίτερη βαρύτητα στο νότιο – νοτιοδυτικό τμήμα όπου η ένταση της άσκησης της αγροτικής δραστηριότητας και παραγωγής πρώτων υλών είναι μεγαλύτερη.

Εναλλακτικές επιλογές ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων:

Η Δράση αφορά ένα ιδιαίτερα πλούσιο τομέα του τοπικού πολιτισμού και της παράδοσης της περιοχής. Πρόκειται για την σπουδαία τοπική γαστρονομία και τις διατροφικές συνήθειες που στηρίζονται στα παραγόμενα από τους ίδιους τους αγρότες προϊόντα.

Όλα όσα ενδεικτικά αναφέρονται στην περιγραφή της Δράσης είναι είδη διατροφής που βρίσκει κανείς να προφέρονται στα σπίτια από τις νοικοκυρές και συνήθως παράγονται για τις ανάγκες της οικογένειας και παρασκευάζονται με παραδοσιακές καλές συνταγές. Αυτές οι συνταγές αποτελούν μια πολιτιστική ιδιαιτερότητα για κάθε περιοχή που με την κατάλληλη οργάνωση και συστηματοποίηση μπορούν να προσφέρουν στους επισκέπτες της περιοχής εξαιρετικά διατροφικά είδη.

Τίτλος – Επωνυμία

Τίτλοι που συνδέουν το προϊόν με την περιοχή (π.χ. ντοματάκια Σκοτούσσας, γλυκό κεράσι Αναστασιάς, μελιτζανάκι Σκουτάρεως, ακανές Λαϊλιά κ.ά.) ή παραπέμπουν στη γαστρονομική παράδοση, είναι χαρακτηριστικοί για τον άμεσο τρόπο με τον οποίο δηλώνουν την ονομασία προέλευσης. Βεβαίως, μπορούν να υπάρξουν και πολλές άλλες επιλογές, με λιγότερο άμεσες αναφορές, που θα συνδέουν το προϊόν με κάποιο χαρακτηριστικό της περιοχής που κατά περίπτωση θα ταιριάζει.

Λογότυπο – Σήμα – Ετικέτα

Τα διατροφικά προϊόντα θα πρέπει να προτιμώνται για την ποιότητα των πρώτων υλών τους, την εξαιρετική διατροφική και γευστική τους αξία, αλλά ταυτόχρονα θα πρέπει να παρουσιάζονται και με τον τρόπο που τους αξίζει.

Η ιδιαίτερη συσκευασία συνοδευόμενη από μια καλαίσθητη ετικέτα με τον τίτλο, το λογότυπο και τα ενημερωτικά στοιχεία, είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την άρτια παρουσίαση του τελικού προϊόντος.

Τα στοιχεία αυτά μπορούν να κάνουν διακριτική την τοπική παράδοση και να προβάλλουν τον πολιτισμό της περιοχής με τρόπο που να προσθέτει αξία και δυναμική στο ίδιο το προϊόν. Έχουμε ήδη αναφερθεί αρκετά στο πόσο σημαντικό είναι να μπορεί κανείς, ακούγοντας για ένα προϊόν, να το ταυτοποιεί με τον τόπο ή και αντίστροφα ακούγοντας για ένα τόπο να πηγαίνει ο νους του και σε κάποια προϊόντα. Το πώς θα συνδεθούν αυτά μεταξύ τους και θα δημιουργήσουν το επιθυμητό μήνυμα με τη μορφή κειμένου και εικόνας, είναι κάτι που θα πρέπει να αναζητήσει ο ενδιαφερόμενος ενδεχομένως με τη βοήθεια κάποιου ειδικού.

Η ετικέτα στη συσκευασία του προϊόντος εκτός από το εικαστικό – γραφιστικό μέρος και την τυπική περιγραφή του περιεχομένου, της σύστασής του και των στοιχείων της επιχείρησης, κάλλιστα μπορεί να αναφέρεται και σε σημαντικά γνωρίσματα πολιτισμού της περιοχής παρέμβασης. Για παράδειγμα αν πρόκειται για συσκευασία που περιέχει μαρμελάδα από καλλιεργούμενα βατόμουρα που παράγονται στην περιοχή Νέου Σκοπού, θα μπορούσε στην ετικέτα να συμπεριληφθεί σύντομο ιστορικό του χωριού, της αρχαίας τοποθεσίας(Βέργη), της τοπικής παράδοσης σε σχέση με τις αγροτικές ή τις παραγωγές κ.ά.

Γίνεται κατανοητό ότι κάθε φορά ανάλογα με το προϊόν και τον τόπο υπάρχουν πολλές εναλλακτικές επιλογές ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων στη συσκευασία του.

Μορφολογικά χαρακτηριστικά κτιρίου – Εσωτερική διακόσμηση

Και σε αυτή την περίπτωση ισχύουν οι ενδεικτικές προτάσεις που αφορούν τις περισσότερες δράσεις. Προτιμούμε χώρους και εγκαταστάσεις που φέρουν εξωτερικά και εσωτερικά στοιχεία της τοπικής παράδοσης. Η επιγραφή είναι ένα χαρακτηριστικό στοιχείο που θα ακολουθήσει την μορφή και την αισθητική του λογότυπου και της ετικέτας του προϊόντος.

Υλικό προβολής (κάρτες – φυλλάδια – site κ.ά.)

Συνηθίζεται σε προϊόντα που παράγονται τοπικά από οικογενειακές επιχειρήσεις, να παράγεται πρόσθετο ενημερωτικό υλικό που ενισχύει την ταυτότητα του προϊόντος. Φυλλαδιάκια πολύ μικρού μεγέθους που συνοδεύουν τη συσκευασία του προϊόντος μπορούν να περιέχουν σύντομες αναφορές στην οικογενειακή παράδοση σε σχέση με την παραγωγή και επεξεργασία του προϊόντος, στην ιστορία της περιοχής, στα άλλα τοπικά προϊόντα και στις διατροφικές συνήθειες, στα μνημεία, στα Λαϊκά δρώμενα, στις φυσικές ομορφιές ή σε άλλα στοιχεία ανάλογα με την περιοχή στην οποία αναφερόμαστε. Είναι φυσικό ανάλογα με το προϊόν να κάνουμε και τις επιλογές που είναι απαραίτητες αποφεύγοντας μακροσκελή κείμενα, πληθωρισμό πληροφοριών ή αναφορές σε πράγματα δευτερεύουσας σημασίας και ελάχιστου ενδιαφέροντος.

Η χρησιμοποίηση πολύ καλών φωτογραφιών και η καλή αισθητική του υλικού προβολής είναι απαραίτητα για την επίτευξη των στόχων που επιδιώκουμε.

Τα ίδια χαρακτηριστικά αφορούν και την προβολή μέσω του Διαδικτύου ή της διαφήμισης στα Μ.Μ.Ε.

Θα πρέπει πάντα να θυμόμαστε ότι ο πιθανός υποψήφιος αγοραστής του προϊόντος, ο αγοραστής που επιζητούμε, είναι ένας επισκέπτης της περιοχής που αναζητά τον εναλλακτικό τουρισμό, την τοπική γαστρονομία, τον τοπικό πολιτισμό, οτιδήποτε τελικά σημαντικό χαρακτηρίζει τον τόπο που επέλεξε να επισκεφτεί. Το προϊόν μας επομένως θα πρέπει έξυπνα και διακριτικά να τον συνδέει με μέρος τουλάχιστον αυτού του τοπικού «Μύθου».

ΥΠΟΜΕΤΡΟ 312 / Στήριξη της Δημιουργίας και Ανάπτυξης πολύ Μικρών Επιχειρήσεων

ΔΡΑΣΗ L 312 – 1 : Ενίσχυση Βιοτεχνικών Μονάδων.

Σύντομη περιγραφή: Αφορά στη δημιουργία ή βελτίωση βιοτεχνικών μονάδων από φυσικά ή νομικά πρόσωπα (εκτός από μέλη του αγροτικού νοικοκυριού).

Στόχος: Η ενίσχυση της μεταποιητικής – βιοτεχνικής δραστηριότητας στην περιοχή.

Περιοχή εφαρμογής της δράσης: Το σύνολο της περιοχής με ιδιαίτερη βαρύτητα στα τοπικά διαμερίσματα που παρουσιάζουν απόλυτη εναρμόνιση με τον τομέα της μεταποίησης και παραγωγής προϊόντων.

Εναλλακτικές επιλογές ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων:

Ο χαρακτήρας της δράσης δεν παραπέμπει ευθέως στην οποιαδήποτε σχέση με τον πολιτιστικό τομέα εκτός από τις περιπτώσεις που το ίδιο το αντικείμενο συνδέεται με τον τομέα αυτό (π.χ. παραγωγή παραδοσιακών φορεσιών).

Ανεξάρτητα όμως από το αντικείμενο της επένδυσης, το πρόγραμμα επιδιώκει η σύνδεση αυτή, να αποτελέσει μια καινοτόμα λύση που θα ενισχύει τον στρατηγικό στόχο, που είναι η αλληλοτροφοδοτούμενη σχέση ανάμεσα στον παραγωγικό – μεταποιητικό τομέα και αυτόν του τουρισμού που εμπεριέχει ως συγκριτικό πλεονέκτημα τα πολιτιστικά γνωρίσματα της περιοχής.

Μια γενική κατεύθυνση για τους τρόπους ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων στη Δράση είναι η αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων προβολής με παράλληλη χρησιμοποίηση στοιχείων πολιτισμού. Έτσι τόσο στο θέμα του τίτλου, του λογότυπου, της ετικέτας, του φυλλαδίου, του site, της διαφημιστικής καταχώρησης και άλλων τρόπων δημόσιας παρουσίας της επιχείρησης και του προϊόντος, όσο και στο ζήτημα των αρχιτεκτονικών χαρακτηριστικών και της εσωτερικής διακόσμησης του κτιρίου, υπάρχουν πολλές δυνατότητες αξιοποίησης εμβληματικών στοιχείων του πολιτισμού της περιοχής.

Τοπωνύμια, στοιχεία λαϊκού πολιτισμού, μνημεία, αξιοθέατα, τοπικές παραδόσεις, γαστρονομία κ.ά, δίνουν εναλλακτικές προτάσεις για κάθε διαφορετική περίπτωση επένδυσης.

Η βιοτεχνία ανεξάρτητα από το αντικείμενο παραγωγής της έχει στρατηγικό συμφέρον να κάνει διακριτή την παρουσία του προϊόντος της στην αγορά συνδέοντάς το με την περιοχή παρέμβασης. Από το πιο απλό, που είναι η επιλογή ενός τοπικού θέματος για το λογότυπο και την ετικέτα, μέχρι τη δημιουργία φυλλαδίου που θα περιλαμβάνει επιπλέον πληροφορίες ή φωτογραφικό υλικό για την περιοχή, τον πολιτισμό και τις φυσικές ομορφιές, είναι στοιχεία που αξιολογούνται θετικά στην πρόταση των υποψηφίων επενδυτών.

Στο ερώτημα κάθε υποψηφίου επενδυτή για το πώς θα βρει και θα επιλέξει τα στοιχεία που ταιριάζουν με τη δική του πρόταση η απάντηση είναι: Αναζήτησε αρχικά μόνος σου τα στοιχεία αυτά αξιοποιώντας την παρούσα εμπειρογνωμοσύνη. Ανακάλυψε επιπλέον στοιχεία ρωτώντας του ανθρώπους της περιοχής και ζήτησε τη γνώμη ειδικών (επικοινωνιολόγοι, γραφίστες) για την καταλληλότητα της όποιας αρχικής επιλογής.

Τέλος στις περιπτώσεις που είναι εφικτό θα μπορούσε η ενσωμάτωση των πολιτιστικών στοιχείων να γίνει πάνω στο ίδιο το προϊόν (π.χ. μοτίβα της τοπικής ενδυματολογικής παράδοσης πάνω σε σύγχρονες προτάσεις ένδυσης ή σχέδια από την Λαϊκή χειροτεχνία πάνω σε παραγόμενα χρηστικά ή διακοσμητικά αντικείμενα).

ΔΡΑΣΗ L 312 – 2 : Ενίσχυση επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών.

Παρατήρηση: Ισχύει ότι και για τη Δράση L 311 -6 του μέτρου 311 που αφορά το ίδιο αντικείμενο με δικαιούχους μέλη αγροτικών νοικοκυριών.

ΔΡΑΣΗ L 312 - 3 : Ενίσχυση επιχειρήσεων παραγωγής ειδών διατροφής μετά την α' μεταποίηση.

Παρατήρηση: Ισχύει ότι και για τη Δράση L311 – 7 του μέτρου 311 που αφορά το ίδιο αντικείμενο με δικαιούχους μέλη αγροτικών νοικοκυριών.

ΔΡΑΣΗ L 312 – 4 : Αξιοποίηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας για ίδια κατανάλωση από επιχειρήσεις μεταποίησης και παροχής υπηρεσιών.

Παρατήρηση: Για τη συγκεκριμένη Δράση λόγω της φύσης της δεν τίθεται θέμα σύνδεσης με στοιχεία πολιτισμού της περιοχής παρέμβασης.

ΔΡΑΣΗ L 312 – 5 : Δικτύωση Επιχειρήσεων.

Σύντομη περιγραφή: Ενίσχυση ενεργειών και δημιουργία συνθηκών που θα οδηγήσουν στην καθιέρωση και αποδοχή τοπικού συμφώνου ποιότητας.

Στόχος: Καλλιέργεια επιχειρηματικής κουλτούρας κατανόηση του οφέλους της δικτύωσης, ανάπτυξη συνεργασιών και συνέργιας μεταξύ ομοειδών ή συμπληρωματικών επιχειρήσεων.

Περιοχή εφαρμογής της δράσης: Το σύνολο της περιοχής παρέμβασης.

Εναλλακτικές επιλογές ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων:

Σύμφωνα με το πρόγραμμα «η δικτύωση των επιχειρήσεων θα διέπεται από την υλοποίηση μιας ενιαίας και ολοκληρωμένης πρότασης ανάδειξης της πολιτιστικής παράδοσης και κληρονομιάς συνδέοντάς την με τη σύγχρονη πολιτιστική δημιουργία και πάντα σε απόλυτη συνάφεια με τις παραγωγικές δραστηριότητες της περιοχής και τα προϊόντα». Αυτό συνεπάγεται μια ενιαία και συνολική αντιμετώπιση των τρόπων ενσωμάτωσης των πολιτιστικών στοιχείων, στο μέρος της ενέργειας που αφορά την κοινή προβολή των επιχειρήσεων της περιοχής και στην προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους στην αγορά.

Η επιδίωξη τοπικού συμφώνου ποιότητας προϋποθέτει μεταξύ άλλων ολοκληρωμένο marketing plan, δημιουργία προωθητικών εντύπων, κοινής ιστοσελίδας, συμμετοχή σε εκθέσεις, κοινό σήμα που θα χρησιμοποιείται από όλα τα μέλη του δικτύου κ.λ.π.

Είναι φανερό ότι όλα όσα προτείνουμε στο πλαίσιο αυτής της εμπειρογνομosύνης για τις άλλες επιμέρους δράσεις απαιτούνται ιδιαίτερα για την συγκεκριμένη ενέργεια αφού τα χαρακτηριστικά της περιοχής και τα πολιτιστικά της γνωρίσματα γίνονται ο συνδετικός κρίκος ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τα προϊόντα που εντάσσονται στο Δίκτυο.

Κάθε επιμέρους ενέργεια όπως φυλλάδιο, σήμα, ιστοσελίδα, εκθέσεις, συμπεριλαμβάνει στοιχεία όπως ιστορία, μνημεία, αξιοθέατα, λαϊκά δρώμενα και πολιτιστικοί θεσμοί, γαστρονομία, τοπικές ιδιαιτερότητες, τοπικές παραγωγές και άλλα, που συνδέουν το «μέρος με το όλον», προσθέτοντας στην επιχειρηματική επιδίωξη συγκριτικά πλεονεκτήματα και δυναμική που απορρέει από τα πλούσια πολιτισμικά χαρακτηριστικά της περιοχής. Επομένως η δράση θα πρέπει να αξιοποιήσει με τον καλύτερο τρόπο το πλήθος των πολιτιστικών στοιχείων που συναντάμε στα τοπικά διαμερίσματα αξιολογώντας ανάλογα με την ενέργεια ποια από αυτά θα χρησιμοποιηθούν.

Για παράδειγμα στο υλικό προβολής είναι φυσικό να περιλαμβάνονται οι κορυφαίες πολιτιστικές εκδηλώσεις όπως οι «Μπαμπούγεροι» του Βαμβακοφύτου, η Εμποροπανήγυρις της Σκοτούσσας, τα Γεφυρουδιανά, το έθιμο της Μπάμπως, η Γυναικοκρατία στη Μονοκκλησιά, η γιορτή ρυζιού στον Προβατά, τα Αναστενάρια στην Αγία Ελένη, οι εκδηλώσεις του καλοκαιριού στο Νέο Σκοπό, η Δρακοκτονία στο Νέο Σούλι, ο «Ζάμαντας» στην Πεντάπολη και άλλες που πραγματοποιούνται όλο το χρόνο στην περιοχή παρέμβασης.

ΥΠΟΜΕΤΡΟ 4, 313 / Ενθάρρυνση τουριστικών δραστηριοτήτων.

ΔΡΑΣΗ 313 – 1: Ίδρυση και εκσυγχρονισμός τοπικών κέντρων τουριστικής πληροφόρησης.

Σύντονη περιγραφή: Ίδρυση και εκσυγχρονισμός ενός κέντρου τουριστικής πληροφόρησης.

Στόχος: Η οργανωμένη και ολοκληρωμένη προβολή και πληροφόρηση για τις επιμέρους επιλογές του επισκέπτη εντός της ευρύτερης περιοχής παρέμβασης.

Περιοχή εφαρμογής της δράσης: Στο Βορειοανατολικό τμήμα της περιοχής παρέμβασης που δέχεται και του περισσότερους επισκέπτες.

Παρατήρηση:

Η Δράση υπηρετεί τον κεντρικό στόχο του προγράμματος δίνοντας στον επισκέπτη το σύνολο του πληροφοριακού υλικού στο οποίο εμπεριέχεται η ιστορική και πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής, ο παραγωγικός φυσικός και πολιτιστικός του πλούτος, η σύνδεση όλων αυτών και οι εναλλακτικές επιλογές του επισκέπτη.

Το κέντρο τουριστικής πληροφόρησης από κάθε άποψη θα πρέπει να προωθεί την ιδέα της συμπληρωματικότητας των χαρακτηριστικών της περιοχής παρέμβασης, συνδυάζοντας όλες τις προσφερόμενες υπηρεσίες και προϊόντα με το πολιτισμικό απόθεμα και την σύγχρονη πολιτιστική δυναμική της περιοχής.

ΔΡΑΣΗ 313 -2 : Σήμανση Αξιοθέατων και Μνημείων.

Σύντονη περιγραφή: Επισήμανση, σήμανση και ανάδειξη των αξιόλογων σημείων φυσικού κάλλους, αρχιτεκτονικού, ιστορικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

Παρατήρηση:

Ένα από τα βασικά κριτήρια επιλογής της πρότασης πρέπει να είναι η πολύ καλή αισθητική των διαφόρων μορφών σήμανσης με την κατάλληλη επιλογή σημάτων, εικαστικών ή φωτογραφικών δημιουργιών και η ανταπόκρισή τους στον λειτουργικό και επικοινωνιακό τους χαρακτήρα.

ΔΡΑΣΗ L 313 -3 : Ποδηλατικές διαδρομές σε περιοχές της αγροτικής υπαίθρου.

Σύντονη περιγραφή: Δημιουργία (χάραξη και διάνοιξη) ποδηλατικών διαδρομών για επισκέπτες που αγαπούν τη φύση και το ποδήλατο.

Παρατήρηση:

Θα ήταν ιδιαίτερα σημαντικό για το πρόγραμμα αν οι ποδηλατικές διαδρομές συμπεριλαμβάνουν σημεία – σταθμούς με πολιτιστικό ενδιαφέρον όπως αρχαιολογικοί χώροι, βυζαντινά και νεότερα μνημεία, οικισμούς κ.ά.

ΔΡΑΣΗ L313 - 4 : Προβολή και προώθηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής.

Σύντονη περιγραφή: Εκπόνηση ενός σχεδίου προβολής – προώθησης το οποίο θα περιλαμβάνει στοχευμένες ενέργειες όπως: παραγωγή εντύπων και ηλεκτρονικών εκδόσεων, παραγωγή θεματικών ή χωρικών ντοκιμαντέρ, συμμετοχή σε εκθέσεις, καταχωρήσεις σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα κ.λ.π.

Παρατήρηση:

Οι Δράση επικεντρώνεται στην σύνδεση όλων των στοιχείων που προαναφέραμε.

ΔΡΑΣΗ L 313 – 5 : Ενίσχυση υποδομών διανυκτέρευσης.

Παρατήρηση:

Ισχύουν όσα αναφέρονται στην αντίστοιχη Δράση L 311 -1 με δικαιούχους μέλη του αγροτικού νοικοκυριού.

ΔΡΑΣΗ L 313 – 6 : Ενίσχυση επιχειρήσεων εστίασης και αναψυχής.

Παρατήρηση:

Ισχύουν όσα αναφέρονται στην αντίστοιχη Δράση L 311 – 2 με δικαιούχους μέλη του αγροτικού νοικοκυριού.

ΔΡΑΣΗ L 313 – 8 : Ενίσχυση επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση του τουρισμού της υπαίθρου.

Παρατήρηση:

Ισχύουν όσα αναφέρονται στην αντίστοιχη Δράση L 311 - 4 με δικαιούχους μέλη του αγροτικού νοικοκυριού.

ΔΡΑΣΗ L 313 – 9 : Αξιοποίηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας για ίδια κατανάλωση από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό.

Παρατήρηση:

Η Δράση δεν αφορά το περιεχόμενο της παρούσας εμπειρογνωμοσύνης.

ΥΠΟΜΕΤΡΟ L 321 / Βασικές υπηρεσίες για την οικονομία και τον αγροτικό πληθυσμό.

ΔΡΑΣΗ L 321 – 1 : Έργα υποδομής μικρής κλίμακας.

Παρατήρηση:

Η Δράση δεν αφορά το περιεχόμενο της παρούσας εμπειρογνωμοσύνης.

ΔΡΑΣΗ L 322 – 2 : Δημιουργία κέντρων πολιτισμού και κοινωνικών υπηρεσιών.

Σύντομη περιγραφή: Δημιουργία – βελτίωση κοινωνικών και πολιτιστικών υποδομών (πολιτιστικά κέντρα, ωδεία, βιβλιοθήκες κ.ά). Ενισχύονται παρεμβάσεις για τη βελτίωση των χώρων στέγασης, για την προμήθεια και αναβάθμιση εξοπλισμού κ.λ.π.

Στόχος: Διάσωση και διάδοση των παραδόσεων, των εθίμων και του πολιτιστικού – λαογραφικού υλικού της περιοχής.

Παρατήρηση:

Η Δράση αφορά τον ίδιο τον πολιτισμό της περιοχής και οι οποιοσδήποτε ενέργειές της θα πρέπει να συνδέονται άμεσα και να είναι σε απόλυτη αρμονία με τις συγκεκριμένες ανάγκες του αντικειμένου που καλούνται να υπηρετήσουν.

ΔΡΑΣΗ 321 – 3 : Δράσεις ενίσχυσης πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Σύντομη περιγραφή: Δράση ολοκληρωμένης πολιτιστικής παρέμβασης που θα επενδύει ιδιαίτερα σε θέματα έρευνας, καταγραφής, διάσωσης και αξιοποίησης του πολιτιστικού αποθέματος της περιοχής.

Στόχος: Η ενιαία αντιμετώπιση της ανάπτυξης της περιοχής μέσα από την σύνδεση της παραγωγής και μεταποίησης των προϊόντων, των τουριστικών υπηρεσιών και των πολιτιστικών πόρων.

Περιοχή εφαρμογής της δράσης: Το σύνολο της περιοχής παρέμβασης.

Παρατήρηση:

Η συγκεκριμένη Δράση επιχειρεί να εντάξει σε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο τις διάσπαρτες πολιτιστικές ενέργειες και πόρους της περιοχής. Το σχέδιο αυτό, συμπυκνώνει το σύνολο των επιδιώξεων του προγράμματος, καθορίζοντας συγκεκριμένους τρόπους ανάδειξης των πολιτιστικών στοιχείων της περιοχής, σύνδεσής τους με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες και αξιοποίησης καινοτόμων μεθόδων προβολής των πλεονεκτημάτων της περιοχής όσο αφορά τις εναλλακτικές επιλογές του επισκέπτη.

Η παρούσα εμπειρογνωμοσύνη καλύπτει ήδη μέρος των τρόπων που μπορούν να ενσωματωθούν πολιτιστικοί πόροι στις προσφερόμενες υπηρεσίες και στα προϊόντα της ευρύτερης περιοχής.

ΥΠΟΜΕΤΡΟ 6, L 322 / Ανακαίνιση και ανάπτυξη χωριών.

ΔΡΑΣΗ L 322 – 1: Βελτίωση – ανάπλαση κοινόχρηστων χώρων.

ΔΡΑΣΗ L 322 – 2: Αποκατάσταση κτιρίων για κοινωφελή χρήση.

ΔΡΑΣΗ L 322 – 3: Αποκατάσταση εξωτερικών όψεων κτισμάτων.

Παρατήρηση:

Οι Δράσεις αυτές συνδέονται άμεσα με την αρχιτεκτονική παράδοση των οικισμών στους οποίους πρόκειται να υλοποιηθούν. Τα στοιχεία πολιτισμού που ενσωματώνουν αφορούν αυτά ακριβώς τα αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά, που διαμορφώθηκαν στο παρελθόν και συνδέονται άμεσα με τις φυσικές και πολιτιστικές ιδιαιτερότητες του τόπου και των

κατοίκων. Σημαντική παράμετρος για τις αναπλάσεις και αποκαταστάσεις που προβλέπουν οι δράσεις, πρέπει να είναι και οι χρήσεις των εξωτερικών χώρων και κτιρίων που σε αρκετές περιπτώσεις συνδέονται με πολιτιστικές ή κοινωνικές λειτουργίες και αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των κατοίκων και της πολιτιστικής ζωής. Πολλές από τις εκδηλώσεις που οργανώνονται στα χωριά από τους πολιτιστικούς συλλόγους πραγματοποιούνται στις πλατείες, στους αύλιους χώρους σχολείων ή άλλων δημόσιων κτιρίων ή και σε κλειστούς χώρους. Η αποκατάσταση τέτοιων χώρων, η αισθητική και λειτουργική τους βελτίωση, δημιουργεί προϋποθέσεις αναβάθμισης των πολιτιστικών διοργανώσεων, οι οποίες λειτουργούν ενισχυτικά όσο αφορά στην προσέλκυση επισκεπτών. Με αυτό τον τρόπο η συγκεκριμένη δράση συνδέεται άμεσα ή έμμεσα με τον πολιτισμό της περιοχής και τη συνεισφορά του στη στρατηγική για ολοκληρωμένη ανάπτυξη.

ΥΠΟΜΕΤΡΟ 7, L 323 / Διατήρηση και Αναβάθμιση της Αγροτικής Κληρονομιάς.

ΔΡΑΣΗ L 323 -1: Διατήρηση, Αναβάθμιση και Ανάδειξη περιοχών υψηλής φυσικής αξίας και περιοχών NATURA 2000.

Παρατήρηση:

Η Δράση δεν αφορά την παρούσα εμπειρογνωμοσύνη.

ΔΡΑΣΗ L 323 -2 : Ανάδειξη μνημείων και κτιρίων Αγροτικής Κληρονομιάς.

Σύντομη περιγραφή: Πραγματοποίηση μιας παρέμβασης διατήρησης, αποκατάστασης και αναβάθμισης «κτιρίου» που σχετίζεται με την αγροτική παράδοση της περιοχής. Το ενδιαφέρον εστιάζεται στα πέτρινα γεφύρια και στους Μύλους της περιοχής.

Παρατήρηση:

Οι ανάγκες της περιοχής για σωστικές παρεμβάσεις στις περιπτώσεις νεότερων μνημείων που κινδυνεύουν να χαθούν ή να υποβαθμιστούν ακόμη περισσότερο, είναι τεράστιες. Αρκετά μεμονωμένα κτίρια που κάποτε σηματοδοτούσαν την οικονομική και πολιτιστική ζωή, όπως γεφύρια πέτρινα ενσωματωμένα αρμονικά στο φυσικό περιβάλλον (π.χ. γεφύρια Κρουσοβίτη), παραδοσιακοί μύλοι, παλαιά σχολεία κ.ά, περιμένουν ανάλογες παρεμβάσεις που θα τα διασώζουν και θα τα επανεντάξουν αποκαταστημένα στο πολιτιστικό αρχιτεκτονικό απόθεμα της περιοχής.

ΔΡΑΣΗ L 323 – 3: Αποκατάσταση και αναβάθμιση περιβαλλοντικά υποβαθμισμένων περιοχών.

Παρατήρηση:

Η Δράση δεν αφορά την παρούσα εμπειρογνωμοσύνη.

ΔΡΑΣΗ L 323 4: Αποκατάσταση κτιρίων και μετατροπή τους σε Μουσεία – Συλλογές – Εκθετήρια.

Σύντομη περιγραφή: Προβλέπεται η δημιουργία δύο χώρων ανάδειξης & προβολής της πλούσιας λαογραφικής, αγροτικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.

Παρατήρηση:

Η ανάγκη για δημιουργία χώρων έκθεσης του λαογραφικού υλικού κάθε περιοχής συνδέεται με την μεγάλη προσπάθεια που καταβάλουν κυρίως οι πολιτιστικοί σύλλογοι για τη συγκέντρωση αυτού του υλικού. Η παρέμβαση θα είναι καλό να γίνει σε ενδιαφέροντα από αρχιτεκτονική άποψη κτίρια και να συνοδεύεται από στοιχειώδη μελέτη που θα συνδέει τις λειτουργικές ανάγκες φύλαξης – συντήρησης και ανάδειξης των εκθεμάτων με το αισθητικό μέρος του χώρου και των κατασκευών. Η συνεργασία με ειδικούς λαογράφους ή Μουσειολόγους έστω και σε συμβουλευτικό επίπεδο κρίνεται απαραίτητη.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΥΠΟΘΕΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ 1:

Δράση L123α: Αύξηση της αξίας των γεωργικών προϊόντων.

ΥΠΟΤΙΘΕΜΕΝΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ: Δημιουργία επιχείρησης τυποποίησης πατάτας.

ΠΕΡΙΟΧΗ: Κοινότητα Άνω Βροντούς.

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Τίτλος – Επωνυμία

Η πατάτα είναι βασική παραγωγή, «σήμα κατατεθέν» της περιοχής, φημισμένη για τη γεύση και το κίτρινο χρώμα της. Ο τόπος επομένως και η αναφορά του στην επωνυμία αποτελεί πλεονέκτημα για την επιχείρηση και την βοηθά στην καθιέρωση, προβολή και προώθηση του προϊόντος στην αγορά. Οι επιλογές που έχουμε βέβαια είναι πολλές και εξαρτάται από τον ενδιαφερόμενο η προτίμηση κάποιας από αυτές. Επωνυμίες όπως

«πατάτα Βροντού», «κίτρινη πατάτα – Βροντού Σερρών» ή «Σωτηριάδης Ε.Π.Ε. – Πατάτες Βροντού Σερρών» και άλλες συνδέουν το προϊόν με την περιοχή στον τίτλο της επιχείρησης.

Λογότυπο – Σήμα – Ετικέτα

Το Λογότυπο και η ετικέτα πέρα από την επωνυμία και την επιλογή ενός γραφιστικού σχετικού με αυτή, μπορούν να «φέρουν» κάποιο χαρακτηριστικό στοιχείο της περιοχής που να συνδέει το προϊόν με την πολιτισμική της παράδοση. Τέτοια στοιχεία η Βροντού διαθέτει αρκετά, ορισμένα από τα οποία είναι και εμβληματικά όπως π.χ. το παλαιό καμπαναριό του χωριού (1870) που μας παραπέμπει στην ιστορία του χωριού και στην μεγάλη του παράδοση, στην παραγωγή των ξακουστών Βροντουλιώτικων Καμπάνων. Άφθονες είναι και οι παλαιές φωτογραφίες από την καλλιέργεια της πατάτας από τις οποίες θα μπορούσε να επιλεγεί μια και να αξιοποιηθεί από τον γραφίστα.

Ακόμη, στην ετικέτα της συσκευασίας, υπάρχουν τα περιθώρια για σύντομη αναφορά στην ιστορία και παράδοση της Βροντούς όσο αφορά στην παραγωγή της πατάτας. Ενδεικτικά το κείμενο μπορεί να αναφέρει:

« Η Βροντού βρίσκεται σε υψόμετρο 1.050μ. και σε απόσταση 32χλμ. Βορειοανατολικά της πόλης των Σερρών. Η ονομαστή γεύση της πατάτας της περιοχής οφείλεται στις ιδιαίτερες κλιματολογικές και εδαφολογικές συνθήκες. Λόγω του παρατεταμένου χειμώνα γίνεται μόνο μια καλλιεργητική περίοδος ανά έτος με αποτέλεσμα η ωρίμανση της πατάτας να είναι πλήρης, ενώ ταυτόχρονα οι χαμηλές θερμοκρασίες βοηθούν την πατάτα να συσσωρεύσει υψηλό ποσοστό αμύλου, που την κάνει ιδιαίτερα νόστιμη.

Τα παλιά τα χρόνια οι παραγωγοί της Άνω Βροντούς αποθήκευαν τις πατάτες σε «κουμούλες», τις συγκέντρωναν δηλαδή σε κάποιο ιδανικό σημείο του χωραφιού και τις σκέπαζαν με φτέρη και από πάνω με χώμα. Με τον τρόπο αυτό μπορούσαν να τις διατηρήσουν για μεγάλο χρονικό διάστημα.....» .

Παράδειγμα ετικέτας:

Πατάτα Άνω Βροντούς “Νοστιμιά”



“Παράγεται σε υψόμετρο στην Οροσειρά της Βροντούς όπου η παράδοση των κατοίκων του ομώνυμου χωριού συνδέεται με την παραγωγή της κίτρινης γενετικής πατάτας”

ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Ε.Π.Ε.

Πατάτα Άνω Βροντούς “Νοστιμιά”

Η Βροντού βρίσκεται σε υψόμετρο 1.050μ. και σε απόσταση 32κλμ. Βορειοανατολικά της πόλης των Σερρών. Η ονομαστική γεύση της πατάτας της περιοχής οφείλεται στις ιδιαίτερες κλιματολογικές και εδαφολογικές συνθήκες. Λόγω του παρατεταμένου χειμώνα γίνεται μόνο μια καλλιεργητική περίοδος ανά έτος με αποτέλεσμα η ωρίμανση της πατάτας να είναι πλήρης, ενώ ταυτόχρονα οι χαμηλές θερμοκρασίες βοηθούν την πατάτα να συσσωρεύσει υψηλό ποσοστό αμύλου, που την κάνει ιδιαίτερα νόστιμη. Τα παλιά τα χρόνια οι παραγωγοί της Άνω Βροντούς αποθήκευαν τις πατάτες σε «κουμούλες», τις συγκέντρωναν δηλαδή σε κάποιο ιδανικό σημείο του χωραφιού και τις σκέπασαν με φτέρη και από πάνω με χώμα. Με τον τρόπο αυτό μπορούσαν να τις διατηρήσουν για μεγάλο χρονικό διάστημα. Στις μέρες μας η παράταση του «λήθαργου» μπορεί να διαρκέσει πάνω από 6 μήνες από τη στιγμή της συγκομιδής.

Μορφολογικά χαρακτηριστικά κτιρίου – Εσωτερική διακόσμηση

Ο χώρος που θα στεγάσει την επιχείρηση καλό είναι να ενσωματώνεται αρμονικά στο αρχιτεκτονικό και φυσικό περιβάλλον της περιοχής και να αξιοποιεί στοιχεία της παράδοσής της τόσο στα εξωτερικά του στοιχεία όσο και στην εσωτερική του διακόσμηση.

Το ξύλο, η πέτρα, οι κεραμοσπεπέδες και άλλα στοιχεία σε συνδυασμό με κατάλληλα διαμορφωμένο εξωτερικό χώρο λειτουργούν ενισχυτικά στην παράδοση του χωριού, δεν αλλοιώνουν τη φυσιογνωμία του και ταυτόχρονα δίνουν χρώμα και ταυτότητα στην επιχείρηση. Στον εσωτερικό χώρο λαογραφικά αντικείμενα, παλαιά εργαλεία και φωτογραφίες από την καλλιέργεια της πατάτας προσφέρουν διάφορες δυνατότητες αξιοποίησης στη διακόσμηση.

Υλικό προβολής (κάρτες – φυλλάδια – site κ.ά.)

Η ενσωμάτωση των πολιτιστικών στοιχείων στον τίτλο, στο λογότυπο ή στην ετικέτα, πρέπει να εμφανίζεται με τον ίδιο τρόπο σε κάθε μορφής υλικό προβολής. Αυτό σημαίνει ότι τα στοιχεία που επιλέγονται και ταυτίζονται πλέον με την παρουσία του προϊόντος, επαναλαμβάνονται στα έντυπα της επιχείρησης, στα διαφημιστικά φυλλάδια, στις καταχωρήσεις, στις ηλεκτρονικές παρουσιάσεις και όπου αλλού η επιχείρηση εμφανίζει την ταυτότητά της. Ειδικά στα φυλλάδια και στην ιστοσελίδα προσφέρεται χώρος για την

παράθεση και άλλων πληροφοριών σχετικά με την περιοχή. Για παράδειγμα ένα μικρό τρίπτυχο ή τετράπτυχο έντυπο μπορεί να αναφέρεται εκτενέστερα στην παράδοση της περιοχής, στην ιστορία της, στις φυσικές της ομορφιές, στις διατροφικές συνήθειες, σε συνταγές με πατάτες, σε ήθη και έθιμα ή σε κορυφαίες εκδηλώσεις όπως είναι η «Αστροβραδιά» που οργανώνει κάθε καλοκαίρι η κοινότητα με την Αστροπούλη.

Όλα αυτά τα στοιχεία συνθέτουν το «τοπίο» της περιοχής και εμπλουτίζουν την πραγματικά ωραία γεύση της Βρουντουλιώτικης πατάτας και με άλλες γεύσεις, με μυρωδιές και αρώματα του δάσους, με τοπικές ιστορίες, με εικόνες, με αυτό που θα πρέπει να επιδιώκουμε για κάθε τοπικό προϊόν. Να έχει το δικό του μύθο, τον μύθο που μας συνδέει με την περιοχή, τους ανθρώπους, τον πολιτισμό της. Έτσι η πατάτα παύει να είναι το μαζικό ανώνυμο προϊόν που εμφανίζεται απρόσωπα και ουδέτερα στην αγορά, αλλά γίνεται συγκεκριμένα αυτό που στοχεύουμε να είναι, η περιζήτητη πατάτα της Βροντούς.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ 2:

Δράση L311 - 7: Ενίσχυση επιχειρήσεων παραγωγής ειδών διατροφής μετά την α' μεταποίηση με δικαιούχους μέλη του αγροτικού νοικοκυριού.

ΥΠΟΤΙΘΕΜΕΝΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ: Δημιουργία επιχείρησης παραγωγής αποξηραμένων κερασιών.

ΠΕΡΙΟΧΗ: Κοινότητα Γαζώρου.

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Τίτλος – Επωνυμία

Η περιοχή του Γαζώρου φημίζεται για την παραγωγή κερασιού. Τα κεράσια του Γαζώρου και της Αναστασιάς είναι γνωστά στην αγορά αλλά και στους επισκέπτες και διερχόμενους του Νομού Σερρών κατά την περίοδο παραγωγής και διάθεσής τους.

Η επιχείρηση αποξηραμένων κερασιών, αξιοποιώντας τη φήμη αυτή, προχωρά στην παραγωγή ενός ονομαστού προϊόντος, που οφείλει την επωνυμία του στην ίδια την παραγωγή της περιοχής. Ο τίτλος της επιχείρησης θα πρέπει να εμπεριέχει οπωσδήποτε αναφορά στον τόπο.

Ενδεικτικά ο τίτλος θα μπορούσε να είναι: «Αποξηραμένα κεράσια Γαζώρου Σερρών», «Κεράσι Γαζώρου», «Γάζωρος – Αποξηραμένα κεράσια», «Γαζωρίτις» κ.ά.

Λογότυπο – Σήμα – Ετικέτα

Στο λογότυπο και στην ετικέτα του προϊόντος θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ως θέμα το ίδιο το κεράσι, η μορφή της Αρτέμιδος της Γαζωρίτισας που ετιμάτο στην περιοχή κατά την Αρχαιότητα, το κάστρο της Ζίχνας, παραδοσιακά μοτίβα και σχέδια από την αρχαία κεραμική των Σερρών ή την λαϊκή χειροτεχνία και άλλα.

Ειδικά στην ετικέτα, που προσφέρεται για περισσότερο πληροφοριακό υλικό και ευρύτερη γραφιστική – εικαστική αξιοποίηση, είναι δυνατό να υπάρχει συνδυασμός περισσοτέρων του ενός στοιχείων καθώς και αναφορά στην περίφημη παραγωγή κερασιού. Για παράδειγμα αν η επωνυμία είναι: «ΓΑΖΩΡΙΤΙΣ» - Αποξηραμένα κεράσια Γαζώρου, σε κάποιο σημείο της ετικέτας μπορεί να αναγράφεται «Προϊόν παρασκευασμένο από τα φημισμένα κεράσια Γαζώρου Σερρών. Εκλεκτό συμπλήρωμα υγιεινής διατροφής, ιδανικό για γαστρονομικές απολαύσεις σε φαγητά και σαλάτες».

Παράδειγμα ετικέτας:



Μορφολογικά χαρακτηριστικά κτιρίου – Εσωτερική διακόσμηση

Η περιοχή του Γαζώρου δεν παρουσιάζει ιδιαίτερα σημαντική αρχιτεκτονική παράδοση και επομένως στο «σημείο» αυτό η επιχείρηση δεν μπορεί να προσδώσει στοιχεία χαρακτηριστικά μιας μορφολογικής αντίληψης. Είναι σημαντικό πάντως να υπάρχει εναρμόνιση με το φυσικό και οικιστικό περιβάλλον όπου κυριαρχεί η χαμηλή δόμηση οι κεραμοσκεπές το στυλ των νεοελληνικών αγροτικών κατοικιών.

Στο εσωτερικό του χώρου της επιχείρησης μπορούν να χρησιμοποιηθούν παλαιές φωτογραφίες της περιοχής, τόσο από τα Αξιοθέατα (Λευκή πηγή, Προφήτης Ηλίας, Μενοίκιο, Αγγίτης), τους αρχαιολογικούς χώρους και τα μνημεία (Κάστρο Ζίχνας, Άγιος Αθανάσιος Γαζώρου, λόφος Γκραντήσνος), όσο και από την ιστορία του χωριού, το μάζεμα του κερασιού, τα παλαιά επαγγέλματα κ.ά.

Υλικό προβολής (κάρτες – φυλλάδια – site κ.ά.)

Τα αποξηραμένα κεράσια και τα κοτσάνια του κερασιού είναι προϊόντα που δεν κυκλοφορούν ακόμη ευρέως στην αγορά. Η επιχείρηση θα πρέπει να φροντίσει για την καλύτερη δυνατή προώθηση και προβολή προϊόντος. Στην περίπτωση του φυλλαδίου που συνοδεύει τη συσκευασία και συνήθως είναι πολύ μικρών διαστάσεων η ενσωμάτωση των πολιτιστικών στοιχείων διευκολύνεται ιδιαίτερα και μπορεί να περιλαμβάνει τόσο κείμενα όσο και φωτογραφικό υλικό. Μια σύντομη αναφορά στην ιστορία της περιοχής και ειδικά του Γαζώρου από την αρχαιότητα έως σήμερα, στην παράδοση σχετικά με την παραγωγή κερασιού, στα ήθη και έθιμα, στη «Γιορτή κερασιού» και στη «Γιορτή ξένων εργατών» αλλά και ειδικές συνταγές για την Παρασκευή γλυκών, φαγητών, ροφημάτων και άλλων παρασκευασμάτων είναι απαραίτητα για να συνδέσουν τον καταναλωτή με την περιοχή και τον πολιτισμό της. Το ίδιο υλικό μπορεί να χρησιμοποιηθεί για ειδικές καταχωρήσεις αλλά και στην ιστοσελίδα της επιχείρησης.

Ε. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ

Η εμπειρογνωμοσύνη για την ενσωμάτωση πολιτιστικών στοιχείων στις προτάσεις των επενδυτών προτείνει συγκεκριμένους τρόπους με τους οποίους μπορεί να γίνει αυτό. Είναι βέβαια θέμα του κάθε ενδιαφερομένου πως θα εξειδικεύσει και αυτό ανάλογα με το αντικείμενο της πρότασής του, τα χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης αγοράς που απευθύνεται και του τόπου που θα εγκατασταθεί η επιχείρησή του.

Η βοήθεια που προσφέρει η παρούσα εργασία αφορά πρωτίστως τη φιλοσοφία του εγχειρήματος σε σχέση με τους στρατηγικούς στόχους του προγράμματος LEADER+.

Είναι φανερό ότι η σύνδεση των στοιχείων πολιτισμού με «σημεία» της επιχείρησης δεν μπορεί να γίνεται με πανομοιότυπο τρόπο σε όλες τις περιπτώσεις, ούτε είναι λογικό να «φορτώσει» κανείς την πρότασή του με πολιτιστικό υλικό μόνο και μόνο για να ικανοποιήσει με πληθωρικό τρόπο τις απαιτήσεις του προγράμματος.

Η αξιολόγηση της πρότασης του θα γίνει κυρίως με βάση τα ποιοτικά της χαρακτηριστικά και θα βαρύνει ιδιαίτερα η εναρμόνιση των πολιτιστικών στοιχείων με την φυσιογνωμία της επιχείρησης και τους εξωστρεφείς στόχους της.

Επομένως υπάρχουν περιπτώσεις που τα στοιχεία αυτά μπορεί να είναι πολλά και να τα συναντά κανείς σε διάφορα σημεία της επιχείρησης (π.χ. λογότυπο, μορφή κτιρίου, φυλλάδιο κ.ά.) και άλλες που θα αρκούσε η ανάδειξη λιγότερων από αυτά σε δύο όμως τουλάχιστον σημεία της επένδυσης.

Η ποιοτική αξιολόγηση παρά το γεγονός ότι δεν μπορεί να μετρηθεί όπως η αντίστοιχη ποσοτική, εν τούτοις δεν επαφίεται αποκλειστικά στα υποκειμενικά κριτήρια των αξιολογητών αλλά υπακούει σε κάποιους σταθερούς κανόνες. ενδεικτικά τέτοιοι είναι:

1. η αρμονική σχέση του πολιτιστικού στοιχείου με το είδος της επιχείρησης, το προφίλ της, τα μορφολογικά χαρακτηριστικά του χώρου της κ.α. (π.χ δεν συνδέουμε κλασσικά στοιχεία πολιτισμού όπως αγάλματα, κίονες κ.ά. με παραδοσιακά λαογραφικά στοιχεία που έχουν άλλο ύφος).
2. η αισθητική αξία των στοιχείων είτε αυτή αφορά εικαστικές και γραφιστικές εφαρμογές (λογότυποι, επιγραφές, διακόσμηση χώρου κ.ά.) είτε το περιεχόμενο περιγραφών, ονομασιών, διατυπώσεων κ.ά.
3. για κάθε «σημείο» ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων λαμβάνεται σοβαρά υπόψη η πρακτική του αξία όχι μόνο για την φυσιογνωμία της επιχείρησης αλλά το πόσο αυτή αντανακλάται στην ευρύτερη περιοχή και σηματοδοτεί τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα.
4. η ανάδειξη της τοπικής ταυτότητας με στοιχεία του πολιτισμού υπό την ευρεία του έννοια, όπως διατροφικές συνήθειες, φυσικό περιβάλλον, προϊόντα, παραδοσιακά επαγγέλματα κ.α, συνιστούν μια ακόμη παράμετρο.
5. σημαντικό κριτήριο αποτελεί η αλληλοτροφοδότηση των επιχειρήσεων στο πλαίσιο της ενδογενούς ανάπτυξης με την δημιουργία δικτύου αλληλοτροφοδότησης μέσω του κύκλου – αγροτικό προϊόν-μεταποίηση-υπηρεσίες και αντίστροφα (π.χ οι ταβέρνες της περιοχής να προτείνουν μενού με πρώτες ύλες που παράγονται στην περιοχή).

Κάθε ενδιαφερόμενος θα πρέπει να αντιμετωπίσει τη σχέση της πολιτιστικής παράδοσης, των προϊόντων της περιοχής, των μεταποιητικών επιχειρήσεων και του τομέα τουρισμού με την επιχείρηση του ως ελάχιστη αναγκαία προϋπόθεση για τη δημιουργία δυναμικής στη τοπική οικονομία.

Οι αξιολογητές θα αντιμετωπίσουν τη βαθμολόγηση της πρότασης συνδυαστικά με όλα τα παραπάνω ώστε η αντικειμενικότητα της αξιολόγησης να εξασφαλίζεται όχι μόνο από τα μετρήσιμα στοιχεία αλλά και από τον τρόπο που αυτά υπηρετούν τους στόχους της επένδυσης και του προγράμματος.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΒΑΘΜΟ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ.

«ΣΗΜΕΙΑ» ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΠΟΥ ΕΝΣΩΜΑΤΩΝΟΝΤΑΙ	ΠΟΣΟΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΟΙΟΤΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗ ΑΠΟ 1 ΕΩΣ 10		
			ΒΑΘΜΟΣ Α	ΒΑΘΜΟΣ Β	ΒΑΘΜΟΣ Γ
ΤΙΤΛΟΣ - ΕΠΩΝΥΜΙΑ					
ΛΟΓΟΤΥΠΟ – ΣΗΜΑ – ΕΤΙΚΕΤΑ					
ΜΟΡΦΟΛΟΓΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΤΙΡΙΟΥ – ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ					
ΥΛΙΚΟ ΠΡΟΒΟΛΗΣ (ΚΑΡΤΕΣ – ΦΥΛΛΑΔΙΑ – SITE – ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ)					
ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΛΛΙΚΑ ΔΡΩΜΕΝΑ, ΗΘΗ, ΕΘΙΜΑ, ΤΟΠΙΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ κ.ά.					
ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ Ή ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ. ΒΑΘΜΟΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗ – ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ – ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΥΚΛΩΜΑ					
	Σ Υ Ν Ο Λ Ο				
		ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ			
ΓΕΝΙΚΟΣ ΒΑΘΜΟΣ			(Α + Β + Γ) : 3 = ...		

Z. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος μιας περιοχής μέσω της ενσωμάτωσης στοιχείων της στον κύκλο της τοπικής οικονομίας προσφέρει μια εξαιρετική δυνατότητα ενίσχυσης της ταυτότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων. Αυτή η δυνατότητα εξασφάλισης προστιθέμενης αξίας και αναγνωρισιμότητας βοηθά ιδιαίτερα τον εξωστρεφή προσανατολισμό των επιχειρήσεων.

Στην παρούσα εργασία (εμπειρογνωμοσύνη) παρουσιάζεται ολοκληρωμένο το πλαίσιο και η φιλοσοφία του εγχειρήματος ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων στις υποψήφιες επενδύσεις ενώ ταυτόχρονα περιγράφονται με σαφήνεια οι εναλλακτικοί τρόποι που μπορούν να αξιοποιηθούν από τους υποψήφιους επενδυτές.

Είναι φυσικό για πολλούς ενδιαφερόμενους να υπάρξουν δυσκολίες στο στάδιο διερεύνησης και εφαρμογής των ιδεών.

Για το λόγο αυτό η Νομαρχιακή Επιχείρηση Πολιτισμού (ΝΕΠΟΣ) θα είναι στη διάθεσή τους για συνεργασία, διευκρινήσεις, τεχνική υποστήριξη, παροχή πληροφοριών και γενικότερη καθοδήγηση για τους καλύτερους δυνατούς τρόπους ενσωμάτωσης πολιτιστικών στοιχείων.

Για την ολοκλήρωση με τον καλύτερο δυνατό τρόπο των φακέλων πιθανόν να χρειαστεί η συνεργασία με ειδικούς επαγγελματίες όπως αρχιτέκτονες, γραφίστες, ειδικούς στην έρευνα αγοράς (Μάρκετινγκ) κ.ά. από τους οποίους μπορεί να εξασφαλισθεί η απαραίτητη υποστήριξη ώστε η τελική μορφή των προτάσεων (π.χ. λογότυπο, αρχιτεκτονικά στοιχεία κ.ά.) να είναι από κάθε άποψη άρτια και ποιοτική.