

## ΓΙΑ ΜΙΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗ ΝΟΤΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟ

### I. ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

#### 1. Τι είναι η Διαδρομή

Η πολιτιστική διαδρομή είναι ένα **επώνυμο τουριστικό προϊόν**, ένα προϊόν πολιτιστικού τουρισμού, το οποίο διαμορφώνεται με βάση ένα συγκεκριμένο συνεκτικό στοιχείο.

Ως εκ τούτου:

- Διαθέτει ένα κεντρικό θέμα /συνεκτικό στοιχείο.
- Καλύπτει μια προσδιορισμένη χωρικά περιοχή.
- Αποκτά «τουριστική ταυτότητα» με μια επωνυμία – Brand.

Στόχο έχει να αποτελέσει κινητήριο μοχλό για την ανάπτυξη ορισμένης περιοχής. Μια ανάπτυξη που θα είναι βιώσιμη και οικονομικά και κοινωνικά και περιβαλλοντικά.

**Στόχοι** μιας Διαδρομής είναι:

- Να προσελκύσει επισκέπτες στην συγκεκριμένη περιοχή.
- Να δημιουργήσει ευκαιρίες στις επιχειρήσεις και τους παραγωγούς προϊόντων και υπηρεσιών, που δραστηριοποιούνται στην συγκεκριμένη περιοχή, ώστε να αυξήσουν τα έσοδά τους.
- Να προσελκύσει νέες επενδύσεις.
- Να επιμηκύνει την τουριστική περίοδο.
- Ει δυνατόν να εξασφαλίσει πόρους για τη συντήρηση των αρχαιολογικών χώρων και μνημείων.

**Προϋποθέσεις για την επιτυχία** μιας πολιτιστικής διαδρομής<sup>1</sup>:

- i. Αξιοθέατα και συναφείς υποδομές: μνημεία, μουσεία, χώροι περιήγησης και υποδομές υποστήριξης αυτών<sup>2</sup>προσπελάσιμες και συντηρημένες, κ.λ.π.
- ii. Υποδομές σύνδεσης επί μέρους σημείων & περιήγησης: οδικό δίκτυο, μονοπάτια πεζοπορίας, ποδηλατόδρομοι, συγκοινωνίες, πεζόδρομοι, διαδρομές μέσα στους οικισμούς, προσπελάσιμες και συντηρημένες,

---

<sup>1</sup> Τα με α/α i & ii είναι στην ευθύνη των ΟΤΑ και της κεντρικής διοίκησης το α/α iii του ιδιωτικού τομέα

<sup>2</sup> Εκδοτήρια εισιτηρίων, τουαλέτες, καταστήματα μουσείων, wi-fi, χώροι στάθμευσης, σήμανση προσανατολισμού και ενημέρωσης, στέγαστρα, καθαριότητα χώρων κ.λ.π.

- iii. Επιχειρήσεις που προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες, εμπλουτίζονται με καινοτόμες υπηρεσίες, και συμμετέχουν σε δίκτυο για την διαχείριση της διαδρομής.

Τα ανωτέρω προτείνονται από πολλούς μελετητές, που έχουν ασχοληθεί με τον ελληνικό τουρισμό<sup>3</sup>, έχουν συμπεριληφθεί στο νέο εγκεκριμένο κείμενο του Σ.Ε.Σ./Ε.Σ.Π.Α. 2014-2020, καθώς και στην πρόταση του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητα-Επιχειρηματικότητα-Καινοτομία- ΕΠΑΝΕΚ, συμπεριλαμβάνονται δε στις προτεραιότητες του Υπ. Τουρισμού για την νέα περίοδο 2014-2020. Για παρόμοιες δράσεις έχει μάλιστα προσδιοριστεί η χρήση των νέων χρηματοδοτικών εργαλείων, που προβλέπουν οι κανονισμοί για την νέα περίοδο<sup>4</sup>, κάτι που θα διευκολύνει την διοχέτευση πόρων από τα τομεακά Ε.Π. και τα Π.Ε.Π. για τη χρηματοδότησή τους.

Όμως, το εγχείρημα δημιουργίας διαδρομών, ως τουριστικών προϊόντων, στις περιφέρειες και στα αστικά κέντρα, όπως βέβαια και στα νησιά, παρουσιάζει κάποιες προκλήσεις που θα αναφερθούν στην συνέχεια.

---

<sup>3</sup> Market Study Ελληνικού Τουρισμού 1999, PRC-MRB & THR 2007, McKinsey 2010, BCS 2013.

<sup>4</sup> Ολοκληρωμένες Εδαφικές Επενδύσεις (ΟΧΕ/ ΙΤΙ), Τοπική Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία Τοπικών Κοινοτήτων (ΤΑΠΤΟΚ/ CLLD).

## 2. Οι προκλήσεις του εγχειρήματος

Ο επιτυχής σχεδιασμός και στη συνέχεια η υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης δράσης πολιτιστικής διαδρομής προϋποθέτει την ενεργό συμμετοχή πολλών «παικτών» που θα συνεργαστούν, θα συμφωνήσουν και θα υιοθετήσουν το όλο εγχείρημα, αποκτώντας τρόπον τινά την «κυριότητα/ownership». Προϋποθέτει δηλαδή αποτελεσματικές **συνέργειες**.

Οι παίκτες αυτοί είναι πρώτιστα οι **τοπικοί παράγοντες** - αιρετοί των Ο.Τ.Α. κάθε βαθμίδας και οι **τοπικοί επιχειρηματίες** με τους τυχόν υπερτοπικούς συνεργάτες τους (λ.χ. Tour operators - TOs) και σε τελευταία ανάλυση η τοπική κοινωνία. Στη συνέχεια αρκετοί φορείς της κεντρικής διοίκησης, που έχουν ρόλο και αρμοδιότητα σε επιμέρους έργα, που θα προβλέπει ο σχεδιασμός της Διαδρομής: Υπ. Τουρισμού (Προδιαγραφές επιχειρήσεων, προβολή, ...), Πολιτισμού (αρχ. χώροι και μουσεία, προδιαγραφές προϊόντων ομοιωμάτων, ΤΑΠ, δικαιώματα φωτογράφισης, ...) , Υ.Π.Ε.Κ.Α. (προστατευόμενες περιοχές, δάση και μονοπάτια), Υποδομών και Μεταφορών (μεγάλοι οδικοί άξονες, λιμάνια, αεροδρόμια ) κ.λ.π., αλλά και φορείς, όπως το ΞΕΕ, ο ΣΕΤΕ, ΜΚΟ με πανελλήνια δραστηριότητα κ.λ.π.

Ο συντονισμός όλων αυτών των φορέων για έργα σχετικά μικρού προϋπολογισμού (θα πρέπει να επιδιωχθεί τα έργα να μην περιλαμβάνουν φαραωνικές κατασκευές που θα αλλοιώσουν το βιώσιμο χαρακτήρα του εγχειρήματος) δεν είναι αυτονόητος, σε μια κοινωνία, μάλιστα, που δεν διακρίνεται για την ευκολία συνεργασίας μεταξύ διαφορετικών ομάδων.

Για τούτο, ως λύση προτείνεται η παρουσίαση επεξεργασμένων προτάσεων στις τοπικές κοινωνίες, που θα πρέπει να τις επεξεργαστούν, να διατυπώσουν τις παρατηρήσεις τους και να τις υιοθετήσουν, προκειμένου ο κάθε φορέας - Περιφέρεια, ΟΤΑ, φορείς επιχειρήσεων, μεμονωμένες επιχειρήσεις, Μ.Κ.Ο. - να αναλάβουν τις δράσεις που θα προβλέπονται.

Προκειμένου να εξασφαλιστεί η ικανοποιητική λειτουργία και συντήρηση της Διαδρομής, ως θεματικού τουριστικού προϊόντος, απαιτείται η εξ αρχής επιλογή και εγκατάσταση αποτελεσματικού **Φορέα Διαχείρισης**.

Η λογική των Διαδρομών είναι ότι: μέσω της οργάνωσης ενός θεματικού «προορισμού» προσελκύουμε επισκέπτες, «ανοίγουμε» δηλαδή τους χώρους με οργανωμένο τρόπο στον Τουρισμό, που είναι ο κύριος τομέας, όσον αφορά στην αναγνώριση των πολιτιστικών και περιβαλλοντικών πόρων, τη διάδοση της αξίας τους και την εξασφάλιση, όχι μόνο εσόδων για την προστασία και επιβίωσή τους στο μέλλον, αλλά και σημαντικών εσόδων στην τοπική οικονομία.

Όμως, στο πλαίσιο της Διαδρομής, συνδέουμε άρρηκτα τον Τουρισμό με την τοπική παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών: με τον πρωτογενή τομέα-τοπικά προϊόντα, τη μεταποίηση, τις τουριστικές επιχειρήσεις, τη ντόπια πολιτιστική παραγωγή.

Είναι φανερό, ότι διαδρομές μπορεί και πρέπει να σχεδιάζονται με βάση **τους περιορισμούς που επιβάλλει η προστασία των πόρων και με την επιστημονική σοβαρότητα**, την οποία απαιτεί αφενός η φύση τους και αφετέρου η δυναμική τους τουριστική πελατεία.

### 3. Συγκρότηση μιας πρώτης Έκθεσης για μια πολιτιστική διαδρομή

Στη συνέχεια των ανωτέρω, συνάγουμε ότι θα πρέπει να υπάρξει μια ολιγομελής Ομάδα Σχεδιασμού για τη σύνταξη της πρώτης έκθεσης για τη Διαδρομή στους Αρχαιολογικούς Χώρους της Νότιας Πελοποννήσου. Η σκέψη μας είναι η Διαδρομή να περιλάβει την Αρχαία Μεσσήνη στη Μεσσηνία, τα αρχαία θέατρα Σπάρτης και Γυθείου και τον αρχαιολογικό χώρο του Ναού της Ορθίας Αρτέμιδος στη Λακωνία, τα αρχαία θέατρα της Μεγαλόπολης, του Αρκαδικού Ορχομενού, της Μαντίνειας και της Τεγέας στην Αρκαδία με τους αντίστοιχους αρχαιολογικούς χώρους. Η Ομάδα αυτή θα καταγράψει τα διάφορα αξιοθέατα, που θα περιληφθούν στη Διαδρομή (αρχαιολογικοί χώροι και μνημεία όλων των εποχών, μνημεία της φύσης, ιστορικά γεγονότα κ.λ.π.), καθώς και θέματα προϊοντικής/ επαγγελματικής φύσης, ώστε να καταστεί δυνατή η σύνδεση της Διαδρομής με την τοπική επιχειρηματικότητα και παραγωγή του πρωτογενούς τομέα, της μεταποίησης, των μμε κ.λ.π. Επίσης, θα καταγράψει αδρομερώς τις διάφορες δράσεις/έργα που θα πρέπει να περιληφθούν στο Πρόγραμμα της Διαδρομής.

**Συνοπώς εδώ προτείνεται μια Πολιτιστική Διαδρομή, η οποία θα έχει ως επίκεντρό της τους αρχαιολογικούς χώρους της Νότιας Πελοποννήσου. Πιο συγκεκριμένα η Διαδρομή θα περιλαμβάνει την Αρχαία Μεσσήνη στη Μεσσηνία, τα αρχαία θέατρα Σπάρτης και Γυθείου και τον αρχαιολογικό χώρο του Ναού της Ορθίας Αρτέμιδος στη Λακωνία, τα αρχαία θέατρα της Μεγαλόπολης, του Αρκαδικού Ορχομενού, της Μαντίνειας και της Τεγέας στην Αρκαδία με τους αντίστοιχους αρχαιολογικούς χώρους.**

Είναι προφανές, ότι στο υλικό Επικοινωνίας της Διαδρομής (βλ. κατωτέρω) θα ενταχθούν και όλα τα άλλα αξιοθέατα της ευρύτερης περιοχής, φυσικά και πολιτιστικά.

Η διαδρομή θα αποτελεί, δηλαδή, μια περιήγηση στις ομορφιές των μνημείων και της φύσης, η οποία, εάν συνδυαστεί με τις παραγωγικές δυνάμεις (αγρότες, ξενοδόχοι, διατροφή, λαϊκός πολιτισμός κ.λ.π.) θα αναβαθμίσει ποιοτικά την τουριστική οικονομία της περιοχής της Νότιας Πελοποννήσου.

**Η Νότια Πελοπόννησος είναι προικισμένη με σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία, όπως αυτά που προτείνουμε να περιληφθούν στη Διαδρομή, από τα οποία, όμως, μόνο η Αρχαία Μεσσήνη έχει σήμερα μια σημαντική ροή επισκεπτών. Είναι εύλογο, ότι η Διαδρομή θα συνδεθεί, δια των μέσων προβολής και πληροφόρησης, και με τα σημεία που συγκεντρώνουν σήμερα τουριστική κίνηση π.χ. το Μυστρά, το μοναδικό οικοσύστημα της Μάνης, τη Μονεμβασιά, την Παραλιακή ζώνη Αρκαδίας κ.λ.π., και γενικά με όλα τα αξιοθέατα των περιοχών, καθώς και με εγκαταστάσεις και δομές με**

**ιδιαίτερο ενδιαφέρον.**

## II. ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ - ΕΡΓΑ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ

### 1. Περιεχόμενο του Προγράμματος της Διαδρομής

Η διαδρομή, όπως περιγράφεται στο παρόν, είναι **ένα πλήρες και επώνυμο τουριστικό προϊόν**, που αποτελείται από επισκέψεις σε πολιτιστικά αξιοθέατα και από μια σειρά τουριστικών και συμπληρωματικών υπηρεσιών. Οι επισκέψεις θα πρέπει προβλέπουν ξενάγηση (δια ζώσης ή ηλεκτρονική) σε όλα τα πολιτιστικά αξιοθέατα- στάσεις της Διαδρομής. Θα πρέπει να εξασφαλίζεται σχετική εξειδικευμένη και εξαντλητική ερμηνεία/πληροφόρηση (έντυπη και ηλεκτρονική), που θα μπορεί να λάβει ο δυνητικός τουρίστας **πριν, κατά και μετά** την επίσκεψη,

### 2. Μελέτες και έργα

Οι τεχνικές μελέτες και τα έργα που απαιτούνται:

- α) για την αποκατάσταση και ανάδειξη των μνημείων και βελτίωση των επισκέψεων στους αρχαιολογικούς χώρους και
- β) για τη δημιουργία ή βελτίωση των υποδομών.

Εκτός, από τα αμιγώς αρχαιολογικού χαρακτήρα έργα, θα πρέπει να προβλεφθούν και έργα υποδομών στους αρχαιολογικούς χώρους, όπου τέτοια έργα απαιτούνται (π.χ. πυροπροστασία, αντικεραυνική προστασία, αποχέτευση ομβρίων, κ.λ.π.), καθώς και βελτιώσεις της προσπέλασης και της στάθμευσης στους χώρους.

### 3. Οργανωτικές (soft) δράσεις

Εκτός από τις υποδομές αρχαιολογικού ενδιαφέροντος και τα έργα γενικής υποδομής, που θα απαιτήσει η Διαδρομή θα πρέπει να προβλεφθούν και τα ακόλουθα (όχι αναγκαστικά κατά χρονική σειρά):

1. **Κατάρτιση αρχικού marketing plan με πρόταση για branding, σχεδιασμός λογότυπου και δημιουργικό της Διαδρομής. Το marketing plan** θα πρέπει να υλοποιηθεί και να τηρηθεί **απαρέγκλιτα ο λογότυπος, ενώ και το δημιουργικό της διαδρομής θα πρέπει να τηρηθεί για περίοδο τουλάχιστον 3-5 ετών**, οπότε και θα πρέπει να αξιολογηθούν τα αποτελέσματά τους και η ανάγκη τροποποίησης-ανανέωσής τους. Το marketing plan θα υποδείξει αγορές, τμήματα αγορών (segments) και τρόπους προσέγγισης-προσέλκυσης ζήτησης ειδικών ενδιαφερόντων. Δια του branding θα επιδιωχθεί η καθιέρωση της «ταυτότητας» της Διαδρομής.

2. **Σχεδιασμός των μέσων** (media plan) για διαφήμιση και δημόσιες σχέσεις, στη βάση των υποδείξεων του marketing plan.
3. **Σχεδιασμός και υλοποίηση ενός «γεγονότος»** για την έναρξη της Διαδρομής (launching event) που θα τύχει ευρείας δημοσιότητας.
4. **Αναθεώρηση-επικαιροποίηση του marketing plan** περί τα μέσα της προγραμματικής περιόδου (περί το 2017-2018) και συσχετισμός με τον επικοινωνιακό σχεδιασμό της Περιφέρειας (χωρίς να αποτελεί τμήμα αυτής).
5. **Δράσεις προβολής** (διαφημιστικές ενέργειες και ενέργειες δημοσίων σχέσεων) καθ' όλη τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου, σύμφωνα με το marketing plan. Στις ενέργειες δημοσίων σχέσεων περιλαμβάνεται και η παραγωγή ή αγορά συλλεκτικών δώρων, σχετικών με τη Διαδρομή, που θα προορίζονται για δημοσιογράφους και γενικά για πρόσωπα που επηρεάζουν την κοινή γνώμη. Επίσης περιλαμβάνονται η εκτύπωση του έντυπου και η δημιουργία του ηλεκτρονικού υλικού της Διαδρομής. Θα πρέπει να προβλέπεται επανεκτύπωση των εντύπων της διαδρομής περί τα μέσα της προγραμματικής περιόδου, μετά από τυχόν ενημέρωσή τους, αλλά και έκδοσή τους σε πρόσθετες ξένες γλώσσες (όχι μόνο ελληνικά και αγγλικά, αλλά και γαλλικά, ιταλικά, γερμανικά, ρωσικά).
6. **Μελέτη για την οργάνωση της συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας στα οφέλη** από τη Διαδρομή: μέσω της μελέτης αυτής: θα εκπονηθούν οι προδιαγραφές ανά κλάδο καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος (ταβέρνες, καφεενεία κ.λ.π.), καταστημάτων λιανικής πώλησης ενθυμίων κ.λ.π. ειδών, που ενδιαφέρουν τους τουρίστες, αλλά και ανά παραγόμενο τοπικό προϊόν/παραγωγό κ.λ.π., που θα συνδεθούν με τη Διαδρομή, θα καταρτιστεί **τυπική σύμβαση** (υπόδειγμα) και καταστατικό του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας, θα εντοπιστούν και καταγραφούν τα καταστήματα αυτά και οι παραγωγοί τοπικών προϊόντων, και θα καταγραφούν όλες οι αναγκαίες για τη **σύνδεση της Διαδρομής** με τα εν λόγω καταστήματα και παραγωγούς ενέργειες, συμπεριλαμβανομένων των τυχόν εν ισχύ κινήτρων για τη βελτίωση των χώρων, τυχόν πιστοποίηση, όπου αυτό είναι δυνατό κ.λ.π.
7. **Εφαρμογή της μελέτης της προηγούμενης παραγράφου.** Ας σημειωθεί ότι το κόστος που θα υπάρξει για την προβολή των εν λόγω επιχειρήσεων, ως τμήματος της Διαδρομής θα περιληφθεί στα ανωτέρω υπό στοιχ. 4 και 5.
8. **Συντήρηση και διαρκής ενημέρωση του κόμβου της Διαδρομής** και ενδεχόμενη αναθεώρησή του στα μέσα της προγραμματικής περιόδου (προσθήκη γλωσσών, νέο περιεχόμενο κ.λ.π.).



9. **Ανάπτυξη ψηφιακής στρατηγικής επικοινωνίας** (μέσω ειδικής μελέτης). Παρακάτω αναλύεται χωριστά το περιεχόμενο και τα έργα που θα απαιτηθούν για τη ψηφιακή στήριξη και ολοκλήρωση της Διαδρομής.
10. **Συγκοινωνιακή προσέγγιση της σήμανσης και των μικρών βελτιώσεων** στην πρόσβαση στους χώρους της Διαδρομής (συνοπτική μελέτη ειδικότητας συγκοινωνιολόγου).
11. **Κατάρτιση προδιαγραφών** για την επιλογή τουριστικού γραφείου ή γραφείων, που θα εκτελεί τη Διαδρομή (και θα διαθέτει το έντυπο υλικό της, ενώ θα προβάλλεται και στον κόμβο της Διαδρομής) και κατάρτιση Πρόσκλησης Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος για Τουριστικά Γραφεία.
12. Τέλος, θα πρέπει να προβλεφθεί **σύστημα διαχείρισης επισκεπτών** στους πιο πολυσύχναστους χώρους και μουσεία και δυνητικά σε όλους τους χώρους της Διαδρομής, όπου δεν υφίσταται
13. **Ψηφιακά όπλα της Διαδρομής- Ψηφιακές δράσεις**
- **Ψηφιοποίηση** (σύμφωνα με τις Καλές Πρακτικές βλ. και <http://digitazation.hpvlab.ceid.upatras.gr>) και καταχώρηση φωτογραφιών, βίντεο και κειμένων τεκμηρίωσης σχετικά με τα σημεία ενδιαφέροντος της Διαδρομής και τα αξιοθέατα της ευρύτερης περιοχής (**Ψηφιοποίηση - Τεκμηρίωση**).
  - **Δημιουργία ειδικού site πολιτιστικού – τουριστικού περιεχομένου** με responsive design και για έξυπνες φορητές συσκευές. Για παράδειγμα: ψηφιακοί χάρτες θα παρουσιάζουν την Διαδρομή και τα άλλα πολυθεματικά αξιοθέατα στο πλαίσιο της ευρύτερης περιοχής, στην οποία ανήκουν. Με ειδικές διαδικτυακές εφαρμογές θα δίνεται η δυνατότητα προετοιμασίας της επίσκεψης (καταλύματα, εστίαση, περίπατοι, άλλα αξιοθέατα, νοητικός προσανατολισμός, προτάσεις για πλήρη αξιοποίηση της επίσκεψης). Παράλληλα η **εισαγωγή της Διαδρομής, ως προορισμού**, σε ευρέως διαδεδομένες ταξιδιωτικές πλατφόρμες π.χ. tripadvisor, lonely planet, θα αυξήσει σημαντικά τη διαδικτυακή προβολή τους. (**Ενημέρωση**)
  - **Ένταξη της Διαδρομής σε κοινωνικά δίκτυα** (facebook, pinterest, twitter) ώστε να δημιουργηθεί μια ψηφιακή κοινότητα με μεγάλες δυνατότητες διεύρυνσης. Η θεμελίωση σχέσεων επικοινωνίας μέσω των δικτύων αυτών θα ενισχύσει την παρουσία των χώρων της Διαδρομής στο διαδικτυακό «γίγνεσθαι» και θα προσδώσει ιδιαίτερη δυναμική στη συνεχή διεύρυνση του κοινού τους. Η ανάπτυξη στρατηγικών επικοινωνίας θα προδιαγράψει τις ειδικές δράσεις που θα υλοποιηθούν με στόχο τη βελτιστοποίηση των αποτελεσμάτων (**Δικτύωση - διεύρυνση κοινών**).

- **Ανάπτυξη ψηφιακών εφαρμογών και δημιουργία εγκαταστάσεων και εκθεμάτων.** Αυτά θα λειτουργούν ως ερμηνευτικά μέσα για την αποκωδικοποίηση της πληροφορίας, που παρέχεται στους επισκέπτες, στο διαδίκτυο και στο φυσικό χώρο (επιλεγμένα σημεία της Διαδρομής). Η δημιουργία ακουστικών ξεναγήσεων, σύνθετων αφηγηματικών εφαρμογών, εφαρμογών κινητών τηλεφώνων και διαδραστικών εγκαταστάσεων - εκθεμάτων αναδεικνύει τις «ιστορίες» που συνδέονται με τους χώρους της Διαδρομής με διάφορους τρόπους (ήχος, εικόνα, βίντεο) και από διάφορες οπτικές (επιστήμονες, τοπική κοινωνία, επισκέπτες).

**Μόνο αν η πολιτιστική Διαδρομή αντιμετωπιστεί με τη συγκεκριμένη αντίληψη, ως ένα δηλαδή πλήρες και επώνυμο τουριστικό προϊόν, μπορεί να επιτύχει να προσελκύσει τουριστική πελατεία πολιτιστικού τουρισμού στην πράξη και να μεγιστοποιήσει τα οφέλη για την τοπική οικονομία και κοινωνία.**

#### **4. Η Συμβολή του «ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ» στο όλο εγχείρημα:**

Το «ΔΙΑΖΩΜΑ» θα έχει στο όλο εγχείρημα συνεχή επαφή με τους εμπλεκόμενους φορείς, με στόχο την επίτευξη των απαιτούμενων συνεργειών για τον καλύτερο δυνατό σχεδιασμό και την υλοποίηση του προγράμματος. Επίσης, θα συμβάλλει στην επίλυση τυχόν προβλημάτων, τα οποία θα προκύπτουν κατά τη διάρκεια του σχεδιασμού και της εφαρμογής του προγράμματος. Παράλληλα θα επεμβαίνει – όταν χρειάζεται και σε όποια στιγμή του έργου κρίνεται αναγκαίο – και θα είναι συνεχώς παρόν σε όποιον ρόλο θα του αναθέτουν οι επίσημοι κρατικοί και αυτοδιοικητικοί φορείς.

Επίσης, το «ΔΙΑΖΩΜΑ» θα επεμβαίνει όταν είναι ώριμες οι συνθήκες, για να αναθέσει τις μελέτες αποκατάστασης που απαιτούνται για τα αρχαία θέατρα που θα συμπεριλαμβάνονται στη διαδρομή, αξιοποιώντας τα χρήματα που συγκεντρώνονται ειδικά γι' αυτό το σκοπό στους «κουμπαράδες» του (ειδικούς τραπεζικούς λογαριασμούς).

Ήδη μάλιστα το «ΔΙΑΖΩΜΑ» ανέθεσε στον αρχιτέκτονα-μηχανικό, κο Γουλιέλμο Ορεστίδη και την ομάδα του τη μελέτη αποκατάστασης του αρχαίου θεάτρου της Σπάρτης. Τα έξοδα ανάθεσής της καλύφθηκαν από τον «κουμπαρά» του θεάτρου, ο οποίος ενισχύθηκε από την ευγενική χορηγία ύψους 111.000 ευρώ του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος. Η παραπάνω μελέτη, η οποία περιλαμβάνει την αποτύπωση του μνημείου, την καταγραφή της παθολογίας του, την τεκμηρίωσή του, καθώς και τις προτάσεις για την αποκατάσταση και ανάδειξή του, ολοκληρώθηκε και εγκρίθηκε από το Κεντρικό Αρχαιολογικό Συμβούλιο του ΥΠ.ΠΟ.Α.

Σε εξέλιξη βρίσκεται και η εκπόνηση της μελέτης αποκατάστασης του αρχαίου θεάτρου του Ορχομενού Αρκαδίας, την οποία ανέθεσε το «ΔΙΑΖΩΜΑ» στον αρχιτέκτονα, κο Στρατή Παυλίδη με χρήματα που είχαν συγκεντρωθεί στον «κουμπαρά» του μνημείου.

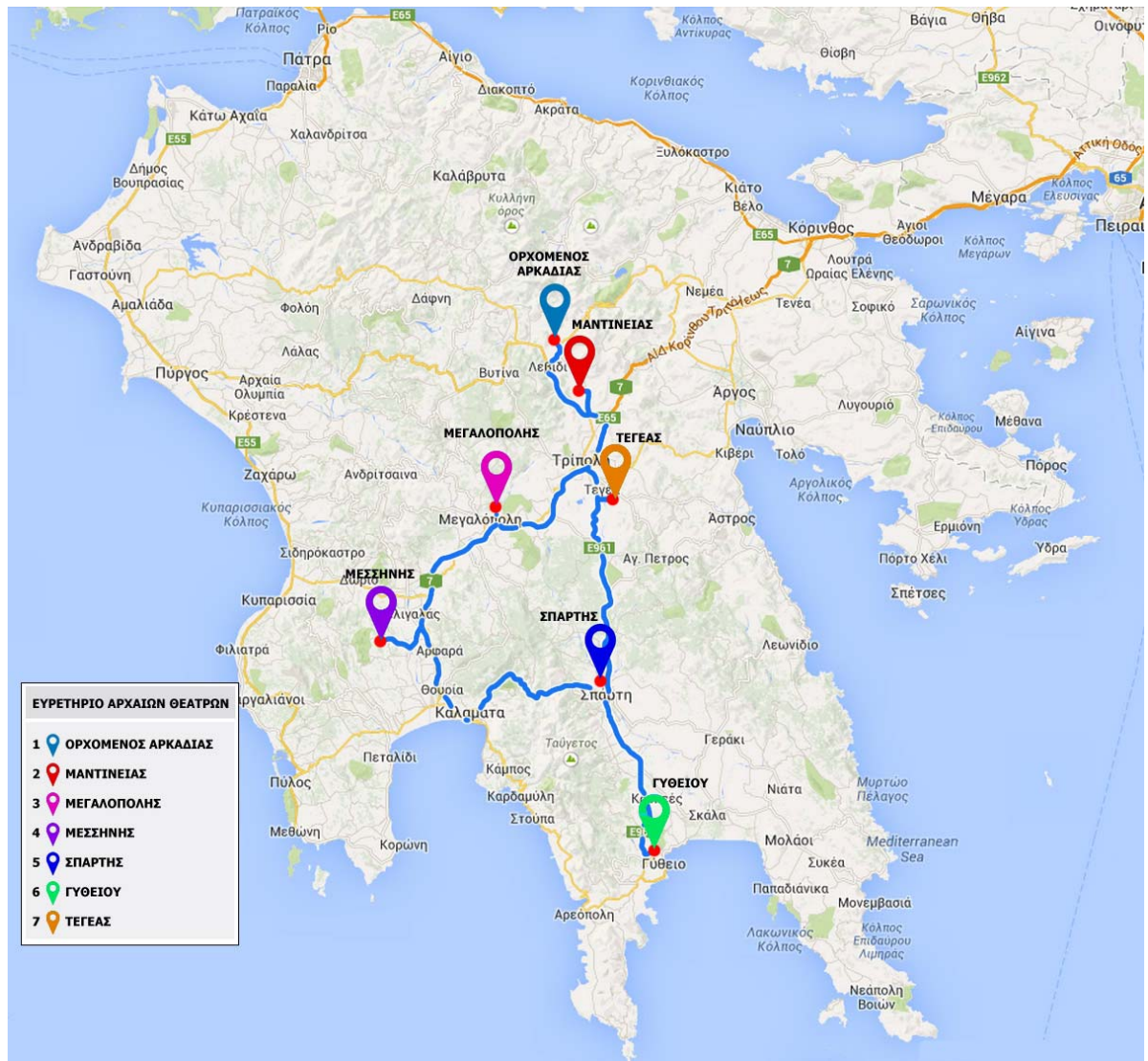
Επιπλέον, το «ΔΙΑΖΩΜΑ» μπορεί να αναθέσει τις μελέτες αποκατάστασης για τρία ακόμη αρχαία θέατρα, μόλις ολοκληρωθούν οι ανασκαφικές εργασίες στα μνημεία αυτά. Πρόκειται για τα αρχαία θέατρα της Μεγαλόπολης, της Μαντινείας και του Γυθείου.

Το «ΔΙΑΖΩΜΑ» δύναται να αναθέσει τη μελέτη ηλεκτροφωτισμού του αρχαιολογικού χώρου της Μεσσήνης. Η υλοποίηση της μελέτης αυτής κρίνεται αναγκαία, προκειμένου να φωτιστεί επαρκώς ο χώρος αφ' ενός για λόγους ανάδειξης των μνημείων του, αφ' ετέρου για λόγους προστασίας και ασφάλειάς του, ώστε να μετατραπεί με τον τρόπο αυτό η Μεσσήνη σε ένα «ανοικτό μουσείο».

Όταν ολοκληρωθεί πλέον η ανάθεση και η εκπόνηση όλων των απαιτούμενων μελετών θα είναι ανοιχτός ο δρόμος για την υλοποίηση των έργων στο πλαίσιο του προγράμματος της Πολιτιστικής Διαδρομής στους Αρχαιολογικούς Χώρους της Νότιας Πελοποννήσου.

Τέλος, το «ΔΙΑΖΩΜΑ» είναι δυνατό να προσφέρει **τεχνογνωσία στον τομέα του Τουρισμού** με μορφή συμβουλευτικών υπηρεσιών σχετικά με:

- τις κύριες και δευτερεύουσες επιλογές, που θα πρέπει να γίνουν στο πλαίσιο της Διαδρομής, ώστε να έχει τις μεγαλύτερες πιθανότητες επιτυχίας,
- το marketing και το branding της Διαδρομής (προκήρυξη για την επιλογή διαφημιστικής εταιρείας, αξιολόγηση marketing plan και προτάσεων δημιουργικού κ.λ.π.),
- τον τρόπο ένταξης των τοπικών επιχειρήσεων και προϊόντων στη Διαδρομή (περιεχόμενο σχετικής μελέτης, αξιολόγηση αποτελεσμάτων κ.λ.π.),
- την επιλογή και τις προδιαγραφές τουριστικών γραφείων, τα οποία θ' αναλάβουν την εκτέλεση της Διαδρομής.



**Εικ. 1:** Χάρτης, όπου απεικονίζεται η διαδρομή της Νότιας Πελοποννήσου.