



Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου - Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών

Δ.Π.Μ.Σ. «Κοινωνική Καινοτομία και Στρατηγικές Ανάπτυξης»

Διπλωματική Εργασία

Place Branding: Η περίπτωση του Λεωνιδίου Αρκαδίας

Κουρμπέλη Χριστίνα

Επιβλέπων καθηγητής

Κυριακάκης Ιωάννης

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

Κυριακάκης Ιωάννης

Σπυριδάκης Εμμανουήλ

Φεφές Μιχάλης

Αθήνα, Ιανουάριος 2023

Πίνακας περιεχομένων	
Περίληψη.....	4
Abstract	5
Εισαγωγή.....	6
Κεφάλαιο 1^ο – Θεωρητικό πλαίσιο	8
1.1 Η έννοια του Place Marketing και ο ρόλος του στην τοπική ανάπτυξη.....	8
1.2 Από το Place Marketing στο Place Branding.....	9
1.3 Place Branding: Πώς αναπτύσσεται και πώς συνδέεται με την τοπική ανάπτυξη.....	11
1.4 Οι δυνατότητες του City Branding στη διαχείριση της επωνυμίας ενός τόπου.....	12
1.5 Το Place Branding ως συμμετοχική διαδικασία	12
1.6 Η αξιοποίηση του Place Marketing και του Place Branding – διεθνής εμπειρία	13
1.7 Εφαρμογή στρατηγικών Marketing & Place Branding στην Ελλάδα: αδυναμίες και εμπόδια	13
Κεφάλαιο 2^ο - Μελέτη περίπτωσης: Λεωνίδιο Αρκαδίας	15
2. Το Λεωνίδιο	15
2.1 Η Τσακωνιά.....	16
2.1.1 Τσακωνική Διάλεκτος.....	17
2.1.2 Τσακωνικός Χορός.....	17
2.1.3 Τσακωνική Φορεσιά	18
2.1.4 Τσακωνική Αρχιτεκτονική	19
2.1.5 Τσακωνική Υφαντική.....	21
2.2 Τσακωνική μελιτζάνα.....	21
Κεφάλαιο 3^ο - Παρουσίαση δράσεων που υλοποιούνται στο Λεωνίδιο.....	23
3.1 Φεστιβάλ Μελιτζάzz.....	23
3.2 Πάσχα στο Λεωνίδιο	33
3.3 Αναρρίχηση στο Λεωνίδιο.....	34
3.4 Το Αρχείο της Τσακωνιάς	37
3.5 Φάμπρικα Πολιτισμού.....	39
Κεφάλαιο 4^ο - Ποιοτική Έρευνα	42
4.1 Ερευνητικός σκοπός & Ερευνητικά ερωτήματα	42
4.2 Μεθοδολογία.....	42
4.2.1 Μεθοδολογικό πλαίσιο.....	42
4.2.2 Το ερευνητικό εργαλείο	43
4.2.3 Είδος Δειγματοληψίας	44
4.3 Παρουσίαση Ευρημάτων.....	44
4.3.1 Οι δράσεις – Οργάνωση – Φορείς Υλοποίησης.....	45

4.3.2 Στρατηγικός σχεδιασμός δράσεων	48
4.3.3 Η προώθηση των δράσεων	49
4.3.4 Συμμετοχή/ανταπόκριση κατοίκων	49
4.3.5 Ανάπτυξη της περιοχής	50
4.3.6 COVID-19: οι επιπτώσεις στην περιοχή	51
4.3.7 Προβλήματα στην ανάπτυξη δράσεων	52
4.3.8 Υποδομές - προβλήματα - προτάσεις βελτίωσης.....	52
4.4 Αξιολόγηση ισχύουσας κατάστασης – Εφαρμογή S.W.O.T. ανάλυσης.....	53
4.4.1 Δυνατά και Αδύναμα σημεία	56
4.4.2 Ευκαιρίες και Απειλές	58
Κεφάλαιο 5^ο – Συμπεράσματα και προτάσεις.....	59
5.1 Συμπεράσματα.....	59
5.2 Προτάσεις	63
Αντί Επιλόγου.....	68
Βιβλιογραφία.....	69

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να μελετηθεί η περίπτωση του Λεωνιδίου Αρκαδίας, ως ένα μέρος με πλούσιο φυσικό περιβάλλον και ισχυρή πολιτιστική κληρονομία, το οποίο τα τελευταία χρόνια έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον των επισκεπτών και έχει αναπτύξει δράσεις, όπως το Φεστιβάλ Μελιτζάzz, το Φεστιβάλ Αναρρίχησης, τα οποία μαζί με τον εορτασμό του Πάσχα αποτελούν ορόσημα για τις πολιτιστικές εκδηλώσεις της Νότιας Κυνουρίας. Ειδικότερα, γίνεται προσπάθεια να μελετηθεί η ταυτότητα της περιοχής υπό το πρίσμα της έννοιας του Place Branding, και αν και κατά πόσο είναι συνδεδεμένη με κάποια στρατηγική. Μέσω ποιοτικής έρευνας μελετάται το σύνολο των δράσεων που υλοποιούνται στην περιοχή, ποιες ξεχωρίζουν και γιατί, πώς οδηγήθηκαν στην διοργάνωση φεστιβάλ, πώς αυτά υλοποιούνται. Διερευνάται ακόμη ο ρόλος των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων αλλά και η συμμετοχή των κατοίκων στις δράσεις, καθώς και ο αντίκτυπος τους στην ανάπτυξη της περιοχής. Εν συνεχεία, μέσω της ανάλυσης S.W.O.T., παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα και οι αδυναμίες του εσωτερικού περιβάλλοντος αλλά και οι αδυναμίες και οι απειλές του εξωτερικού περιβάλλοντος. Τέλος, βάσει των συμπερασμάτων που προκύπτουν μέσω της έρευνας, γίνονται κάποιες προτάσεις που θα οδηγήσουν στην αναγνώριση της ταυτότητας της περιοχής, στον καλύτερο στρατηγικό σχεδιασμό των δράσεων με γνώμονα την προστασία και την ανάδειξη της τοπικής πολιτιστικής και περιβαλλοντικής κληρονομιάς, καθώς και πιθανοί τρόποι για την επικοινωνία και την προώθηση της ταυτότητας.

Λέξεις - κλειδιά: Επωνυμία τόπου, βιώσιμη ανάπτυξη, τοπική ανάπτυξη, συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών, συμμετοχικές διαδικασίες

Abstract

The purpose of this paper is to study the case of Leonidio Arcadias, as a place with a unique natural environment and a distinctive cultural heritage, which in recent years has attracted the interest of visitors and has developed activities such as the Melitzazz Festival, the Climbing Festival, which along with the Easter festival are milestones of the cultural events of South Kynouria. In particular, an attempt is made to study the identity of the area in the light of the concept of place branding, and whether and to what extent it is linked to a strategy. Through qualitative research, the set of actions implemented in the area is studied, which ones stand out and why, how they were led to the organization of festivals, how these are implemented. The role of public and private institutions as well as the participation of the inhabitants in the actions and their impact on the development of the region is also investigated. Then, through the S.W.O.T. analysis, the strengths and weaknesses of the internal environment and the weaknesses and threats of the external environment are presented. Finally, based on the conclusions obtained through the research, some suggestions are proposed that will lead to the recognition of the identity of the area, to the better strategic planning of actions based on the protection and promotion of the local cultural and environmental heritage, as well as possible ways to communicate and promote the identity.

Keywords: Place branding, sustainable development, local development, stakeholder participation, participatory processes

Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια διαπιστώνεται η σχέση μεταξύ της τοπικής ανάπτυξης και του πολιτισμού. Η ανάγκη μίας περιοχής να αναπτυχθεί έχει φέρει μία νέα οικονομική διάσταση για τα πολιτιστικά αγαθά, και τα καθιστά απαραίτητα για την ανάπτυξή της. Για την επιτυχή ανάπτυξη ενός τόπου κρίνεται απαραίτητη η διάσωση, η βελτίωση η ανάδειξη και αξιοποίηση των πόρων του. Αυτό προϋποθέτει όχι μόνο την ενεργοποίηση των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων αλλά και την ευαισθητοποίηση των κατοίκων της περιοχής. Προϋποθέτει ακόμη, την δημιουργία μίας ενιαίας στρατηγικής που θα περιλαμβάνει τη δημιουργία ταυτότητας του τόπου και την επιτυχημένη προώθησή της. Σε αυτό το πλαίσιο, ολοένα και περισσότερες περιοχές αναπτύσσουν πολιτικές που θα αναδείξουν τη θέση τους και θα τις καταστήσουν πιο αναγνωρίσιμες και ανταγωνιστικές. Για την επιτυχημένη προβολή μίας περιοχής, την προσέλκυση κατοίκων, τουριστών και επενδύσεων, ακολουθείται οργανωμένη στρατηγική κυρίως Marketing και Branding (Μήτουλα & Κάλδης, 2019).

Υιοθετώντας ως μελέτη περίπτωσης το Λεωνίδιο Αρκαδίας, επιχειρείται η καταγραφή και ανάλυση των δράσεων που υλοποιούνται στην περιοχή και αποσκοπούν στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, αναλύεται ο τρόπος δράσης, οι ρόλοι των εμπλεκόμενων φορέων, η ανάπτυξη της περιοχής και, κυρίως, η ταυτότητα αυτών των δράσεων και η σύνδεσή τους με στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος και της τσακωνικής κληρονομιάς, τα ήθη και τα έθιμα της περιοχής, αλλά και με το τοπικό προϊόν ΠΟΠ, την μελιτζάνα, που συνιστούν στοιχεία της ταυτότητας της περιοχής.

Στο πρώτο μέρος της εργασίας παρουσιάζεται, πώς μέσω της στρατηγικής του Marketing, δημιουργήθηκε η έννοια του Place Marketing και ποιος είναι ο ρόλος του στην ανάπτυξη ενός τόπου. Επιχειρείται ακόμη η αποσαφήνιση της έννοιας του Place Branding, και πώς συμβάλλει στη δημιουργία ταυτότητας για μία περιοχή. Ακόμη, αναφέρονται τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται, η στρατηγική που ακολουθείται και η λειτουργία του Place Branding στην ανάπτυξη ταυτότητας σε μία περιοχή. Επιπλέον, αναφέρεται ο όρος του City Branding και ο ρόλος του στη διαχείριση της επωνυμίας ενός τόπου. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται, πώς το Place Branding μπορεί να λειτουργήσει ως συμμετοχική διαδικασία στη διαχείριση και ανάπτυξη ενός τόπου. Στο τέλος της ενότητας, αναφέρεται η εφαρμογή του Place Branding διεθνώς,

και αναδεικνύονται αδυναμίες και εμπόδια που δεν επιτρέπουν την εφαρμογή των στρατηγικών του στην Ελλάδα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, αναδεικνύονται οι λόγοι για τους οποίους επιλέχθηκε το Λεωνίδιο Αρκαδίας, περιγράφονται κάποια δημογραφικά, ιστορικά και πολιτιστικά στοιχεία του Λεωνιδίου, όπως η Τσακωνιά, η τσακωνική γλώσσα, ο τσακωνικός χορός, η παραδοσιακή φορεσιά, η αρχιτεκτονική, η υφαντική και το ΠΟΠ προϊόν της περιοχής, η μελιτζάνα.

Στη συνέχεια, παρουσιάζεται το Φεστιβάλ Μελιτζάzz, πώς δημιουργήθηκε, ποια είναι η θεματολογία του, το περιεχόμενο των εκδηλώσεων, οι φορείς διοργάνωσης, η οικονομική βιωσιμότητά του, ο τρόπος προώθησής του, και η αναγνώριση που έχει λάβει ως διεθνές φεστιβάλ. Ακολουθεί, η περιγραφή του εορτασμού του Πάσχα στο Λεωνίδιο, καθώς και του Φεστιβάλ Αναρρίχησης, πότε δημιουργήθηκε, με ποια αφορμή, το κοινό που προσελκύει, ποιοι φορείς το υποστηρίζουν. Επιπλέον, παρουσιάζονται εκτενώς οι δράσεις του σωματείου «Αρχεόν της Τσακωνιάς» και ο ρόλος της Φάμπρικας Πολιτισμού, που είναι καθοριστικής σημασίας για την ανάδειξη του τσακωνικού πολιτισμού και της τοπικής ζωής του Λεωνιδίου.

Στο πλαίσιο της εργασίας διενεργήθηκε ποιοτική έρευνα, αξιοποιώντας ως ερευνητικό εργαλείο την ημιδομημένη συνέντευξη. Επιχειρήθηκε να διερευνηθεί η ταυτότητα και ο τρόπος που αναπτύσσονται δράσεις, όπως το Φεστιβάλ Μελιτζάzz, το Φεστιβάλ Αναρρίχησης, το Πάσχα στο Λεωνίδιο και άλλες δράσεις ανάδειξης της τοπικής κουλτούρας. Επιπλέον, διερευνήθηκε η συμμετοχή των εμπλεκόμενων φορέων στον προγραμματισμό και την υλοποίηση αυτών των δράσεων, η ύπαρξη στρατηγικού σχεδιασμού, η συμβολή των κατοίκων της περιοχής, τα πιθανά προβλήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν, καθώς και ο κοινωνικός και οικονομικός αντίκτυπος αυτών των δράσεων. Σε αυτό το κεφάλαιο, λοιπόν, παρουσιάζεται η μεθοδολογία της ποιοτικής έρευνας και, πιο συγκεκριμένα, το μεθοδολογικό πλαίσιο, το δείγμα και το ερευνητικό εργαλείο της, προκειμένου να κατανοηθεί ο τρόπος υλοποίησής της. Ακολουθεί η παρουσίαση των ευρημάτων και η ανάλυση των δεδομένων με την χρήση του εργαλείου της S.W.O.T. ανάλυσης, όπου εντοπίζονται τα δυνατά και αδύναμα σημεία του εσωτερικού περιβάλλοντος και οι ευκαιρίες και απειλές τους εξωτερικού περιβάλλοντος.

Η εργασία ολοκληρώνεται με την παρουσίαση των συμπερασμάτων και προτάσεων βελτίωσης.

Κεφάλαιο 1^ο – Θεωρητικό πλαίσιο

1.1 Η έννοια του Place Marketing και ο ρόλος του στην τοπική ανάπτυξη

Από παλιά ενυπήρχε η ανάγκη διαφοροποίησης στους τόπους, έτσι ώστε να μπορούν να επιτύχουν τους ενίοτε οικονομικούς, πολιτικούς ή κοινωνικοοικονομικούς σκοπούς τους (Karavatzis & Aschworth, 2005). Στην εποχή της οικονομικής και πολιτιστικής παγκοσμιοποίησης όμως, παρατηρείται αυξημένος ανταγωνισμός για την εξασφάλιση μιας θέσης στην αναθεωρημένη αστική ιεραρχία (Waitt, Gibson, 2009). Ο ανταγωνισμός αυτός εμφανίζεται ανάμεσα σε χώρες, πόλεις, τόπους, αφορά την εξασφάλιση πόρων, επενδύσεων, επισκεπτών, ακόμα και κατοίκων (Karavatzis, 2005) και μπορεί να πάρει τη μορφή ακραίων εκδηλώσεων βίας και πολεμικών συγκρούσεων, όπως συμβαίνει στην τόσο κοντινή μας Ουκρανία, ή, συνήθως, την ειρηνική και δημιουργική μορφή πολιτιστικών δραστηριοτήτων και δράσεων για την προώθησή τους. Αποκτά, λοιπόν, πολύ μεγάλη σημασία για τους τόπους, το να βρουν τρόπους να προσελκύσουν νέα επιχειρηματική δραστηριότητα και επισκέπτες, και ίσως ακόμα μεγαλύτερη, το να κρατήσουν ικανοποιημένους τους ήδη υπάρχοντες. Σε αυτή τους την προσπάθεια, οι διαχειριστές των τόπων έχουν στηριχτεί στην επιστήμη του Marketing και έχουν προσαρμόσει τη θεωρία και τις πρακτικές της, ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τα χαρακτηριστικά των τόπων, βρίσκοντας μια εστιασμένη, ολοκληρωμένη και στρατηγικά προσανατολισμένη εφαρμογή στο Place Marketing (Karavatzis, 2005).

Δύο ήταν οι τάσεις που οδήγησαν στην εφαρμογή τεχνικών του Marketing στους τόπους: Η πρώτη είναι θεωρητική και έχει να κάνει με την ανάπτυξη νέων προσεγγίσεων στο Marketing, που ασχολούνται με μη-εμπορικούς οργανισμούς. Και ενώ αρχικά το Marketing περιοριζόταν στο πεδίο των εργοστασιακών αγαθών και υπηρεσιών, αναπτύχθηκαν το Marketing σε Μη-Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς, το Κοινωνικό Marketing και το Marketing της Εικόνας. Η δεύτερη προέκυψε από την πρακτική υπεύθυνων για τη διοίκηση πόλεων, οι οποίοι προκειμένου να διαχειριστούν την επερχόμενη «αστική κρίση», που φαινόταν να απειλεί τις

παραδοσιακές αστικές οικονομίες, αναγκάστηκαν να στραφούν στην αναζήτηση νέων ρόλων για τις πόλεις, ώστε να επιτύχουν την οικονομική τους αναδιάρθρωση (Karavatzis, 2005).

Η εμφάνιση του Place Marketing (Μάρκετινγκ Τόπου) συνδέεται με την τάση που υπάρχει τα τελευταία χρόνια στον τομέα της διακυβέρνησης, να εισάγονται και να χρησιμοποιούνται πρακτικές του εμπορίου και της διοίκησης του ιδιωτικού τομέα. Αλλαγές στον τρόπο διακυβέρνησης, που προέρχονται από το χώρο της αγοράς, τονίζουν την αναγκαιότητα της ανταγωνιστικότητας και της προσέγγισης των πολιτών ως πελάτες και, έτσι εισάγονται στρατηγικές προσεγγίσεις από το χώρο του Marketing, όπως τα επιχειρηματικά πλάνα, η τμηματοποίηση της αγοράς και το branding (Eshuis, Braun & Klijn, 2013). Πρόκειται για την ανάδυση ενός νέου επιχειρηματικού στυλ διακυβέρνησης (entrepreneurial governance), όπου η προώθηση της εικόνας παίζει κεντρικό ρόλο. Κι έτσι, εφαρμόζονται στην τοπική διακυβέρνηση, πρακτικές, που κάποτε ήταν χαρακτηριστικές των επιχειρήσεων: λήψη ρίσκου, καινοτομία, προώθηση και κυνήγι κέρδους (Karavatzis, 2005).

Εφόσον το Marketing έχει ως στόχο του την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών, τότε το Place Marketing αναφέρεται στην ανάπτυξη ενός τόπου που ικανοποιεί τις ανάγκες και τις επιθυμίες των χρηστών του, κατοίκων, επισκεπτών και επενδυτών. Όμως ο τόπος σαν προϊόν είναι περίπλοκο να προωθηθεί. Δεν έχει να κάνει μόνο με τη δημιουργία ευνοϊκών εικόνων και την προώθηση τους σε διάφορες ομάδες στόχους. Αφού θα πρέπει να ικανοποιεί τις ανάγκες των καταναλωτών του, ρόλος του είναι στην ουσία να ανταποκρίνεται σε αυτές που πράγματι έχουν και όχι να πείθει (Eshuis, Braun & Klijn, 2013).

1.2 Από το Place Marketing στο Place Branding

Κάποιες φορές ο όρος Place Marketing τείνει να ταυτιστεί με τον όρο Place Branding. Στην πραγματικότητα, όμως, το Place Branding αποτελεί την εξέλιξη του Place Marketing. Συνδέονται ξεκάθαρα, είναι όμως δύο εντελώς ξεχωριστά πεδία μελέτης. Το Place Branding πρέπει να πληροφορεί το Place Marketing και να λειτουργεί σαν στρατηγική πυξίδα (Govers, 2011).

Το place's brand (εμπορική εικόνα ενός τόπου) είναι το δίκτυο των νοητικών συσχετισμών ενός καταναλωτή, που βασίζεται στην οπτική, λεκτική και

συμπεριφορική έκφραση ενός τόπου, που ενσαρκώνεται μέσω των στόχων, της επικοινωνίας, των αξιών και τη γενικότερη κουλτούρα των εμπλεκόμενων μερών και του συνολικού σχεδιασμού του τόπου. Το Place Branding είναι η πράξη του να ενισχύσει ή να μετριάσει κανείς συγκεκριμένους συσχετισμούς ώστε να δημιουργήσει την εμπορική εικόνα του τόπου (Cleave & Arku, 2020).

Επομένως, το Place Branding δεν έχει να κάνει με την επινοήση ενός ελκυστικού σλόγκαν ή ενός logo που δεν ξεχνά κανείς εύκολα. Τα σλόγκαν και τα logo είναι χρήσιμα πρακτικά εργαλεία σε μια στρατηγική Place Branding, αλλά δεν είναι η ίδια η στρατηγική. Το Place Branding επικεντρώνει σε αυτά που οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται, στις εικόνες που σχηματίζουν, και τα τοποθετεί στο κέντρο οργανωμένων δραστηριοτήτων, σχεδιασμένων να διαμορφώσουν τον ίδιο τον τόπο και το μέλλον του, την προοπτική του (Karavatzis & Aschworth, 2005).

Το Place Branding είναι ένας σχετικά νέος όρος, που περιλαμβάνει τα α) Nation Branding, β) Country Branding, γ) Regional Branding και δ) City Branding. Το Place Branding είναι το σύνολο των στρατηγικών που επιστρατεύονται για την επικοινωνία των δημοσίων σχέσεων ενός τόπου, με σκοπό να παγιωθούν και να μεταδοθούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ταυτότητάς του (Μήτουλα & Κάλδης, 2019). Όπως τονίζει ο Govers (2011), το Place Branding αντανακλά ταυτότητες και η ταυτότητα αναφέρεται στους ντόπιους κατοίκους, τον πολιτισμό, την πολιτιστική κληρονομιά, τους συμβολισμούς, την ηγεσία και σε μια συνεργατική αίσθηση του ανήκειν και την ετερογένεια, δεν έχει να κάνει αποκλειστικά με τον τουρισμό, τις εξαγωγές ή την ακίνητη περιουσία.

Ορίζεται λοιπόν, ως το σύνολο των μηχανισμών που αποσκοπούν στην αναγνώριση και οργάνωση όλων εκείνων των χαρακτηριστικών που προσδίδουν την εικόνα ενός τόπου. Είναι η διαδικασία που διενεργείται κυρίως από δημόσιους φορείς και έχει ως στόχο τη δημιουργία ποικίλων θετικών συναισθημάτων των ατόμων, μιας συγκεκριμένης ομάδας-στόχου, βασιζόμενα στη συνολική έκφραση της περιοχής, η οποία δημιουργείται μέσω των αξιών και της κουλτούρας των ενδιαφερόμενων περιοχών της (Μήτουλα & Κάλδης, 2019). Όμως δεν έχει σαν αποκλειστικό στόχο την αντιμετώπιση της εντατικοποίησης του ανταγωνισμού για την προσέλκυση κατοίκων, επισκεπτών και επενδύσεων σε σχέση με άλλες περιοχές, αλλά, κυρίως, στοχεύει στο να παραμείνουν οι κάτοικοι ή και στην προσέλκυση νέων με βάση την ενδυνάμωση των συναισθημάτων ταύτισης, τη βελτίωση της ποιότητας ζωής και την

επίλυση προβλημάτων που σχετίζονται με την καθημερινότητα, όπως είναι οι υποδομές και οι κοινωνικές υπηρεσίες (Δέφνερ, Καραχάλης, 2012).

1.3 Place Branding: Πώς αναπτύσσεται και πώς συνδέεται με την τοπική ανάπτυξη

Ο Aschworth (2009) διακρίνει τρία εργαλεία σχεδιασμού του Place Branding, που χρησιμοποιούνται με διάφορους συνδυασμούς και σε εντελώς ετερόκλητα μέρη ανά τον κόσμο. Πρόκειται για τη συσχέτιση α) με κάποια προσωπικότητα, ένα διάσημο άτομο δηλαδή που συνδέεται με το μέρος, β) με εμβληματικά κτίρια και σχέδια, που είναι ευρέως γνωστά και προσελκύουν το ενδιαφέρον και γ) με γεγονότα-σφραγίδες, πολιτιστικές εκδηλώσεις, φεστιβάλ, που προσελκύουν επισκέπτες, οι οποίοι ενδιαφέρονται εκτός από το να γνωρίσουν τον τόπο, να βιώσουν πολιτιστικές εμπειρίες που συνδέονται με αυτόν. Οι Δέφνερ & Καραχάλης (2012) σημειώνουν πως η φιλοξενία μεγάλων γεγονότων όπως τα φεστιβάλ, είναι το κλειδί για την επίτευξη στρατηγικού πλεονεκτήματος, που συνεπάγεται αύξηση των επενδύσεων και του τουρισμού, αλλά και για την κοινωνική ανάπτυξη, την ενίσχυση της τοπικής ταυτότητας, τη σύνδεση των πολιτών με την πόλη και την ενεργοποίηση όλων των κοινωνικών δυνάμεων με σκοπό την αποφυγή του κοινωνικού αποκλεισμού και των κοινωνικών συγκρούσεων. Έτσι, τα φεστιβάλ αναδεικνύονται σε στρατηγικά μέσα των σύγχρονων πόλεων και καθιερώνονται ως μηχανισμοί με τους οποίους οι πόλεις διαφοροποιούνται από το φασόν στην επωνυμία.

Σύμφωνα με τους Karavatzis & Aschworth (2005), υπάρχουν τρία τουλάχιστον είδη Place Branding, τα οποία, αν και έχουν διαφορετικές λειτουργίες, παράγονται από διαφορετικούς τύπους παραγωγών και εξυπηρετούν διαφορετικούς στόχους, συχνά συγχέονται. Πρόκειται α) για τη γεωγραφική ονοματολογία, όπου ένα φυσικό προϊόν υιοθετεί το όνομά του από μία γεωγραφική τοποθεσία, εμποδίζοντας άλλα μέρη να χρησιμοποιούν την ίδια ονομασία, β) το co-branding ενός προϊόντος και ενός τόπου, σε μια προσπάθεια να συνδυαστεί η εικόνα του προϊόντος με θετικούς συσχετισμούς που του προσδίδει ο συγκεκριμένος τόπος, όσο κι αν αυτό μπορεί να αποδειχτεί ριψοκίνδυνο, εφόσον οι εικόνες που σχηματίζονται για έναν τόπο ποικίλουν και αλλάζουν, όπως αλλάζουν και οι συσχετισμοί από θετικοί σε αρνητικοί, και γ) το Branding ως Place Management, που εξαρτάται από την αλλαγή του τρόπου πρόσληψης ενός τόπου από συγκεκριμένες ομάδες χρηστών, με τη δημιουργία μιας αναγνωρίσιμης ταυτότητας του τόπου, η οποία οδηγεί σε επιθυμητές διαδικασίες,

όπως οικονομικές επενδύσεις, αλλαγές στη συμπεριφορά των χρηστών ή παραγωγή πολιτικού κεφαλαίου.

1.4 Οι δυνατότητες του City Branding στη διαχείριση της επωνυμίας ενός τόπου

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, ο όρος City Branding περιλαμβάνεται στο Place Branding. Με το City Branding αναφερόμαστε στη διαχείριση της επωνυμίας των πόλεων και στη μέθοδο που εφαρμόζεται από τους υπεύθυνους φορείς της, ώστε να καθιερωθεί μια συγκεκριμένη εικόνα της, να διαφημιστεί και να βελτιωθεί. Σήμερα, σε πολλές περιπτώσεις το City Branding έχει καθιερωθεί ως βασικό αστικό εργαλείο εξέλιξης της πόλης, προκειμένου να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητά της, να υπάρξουν υψηλότερες αποδόσεις σε επενδύσεις σε ακίνητα, υποδομές και εκδηλώσεις, να υπάρξει συνεκτική ανάπτυξη της πόλης, συνδυάζοντας τις φυσικές, κοινωνικές, οικονομικές και πολιτιστικές πτυχές της, και ενισχύοντας τα συναισθήματα υπερηφάνειας για την πόλη, αφού κάτοικοι, επιχειρήσεις και θεσμικοί φορείς έχουν μια νέα αίσθηση σκοπού και κατεύθυνσης (Μήτουλα & Κάλδης, 2018).

1.5 Το Place Branding ως συμμετοχική διαδικασία

Το Place Branding θα μπορούσε να είναι μια συμμετοχική διαδικασία, στην οποία θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν τα συναισθήματα των πολιτών, αλλά αυτό στην πράξη δε γίνεται πάντα. Ο βαθμός συμμετοχής των πολιτών εξαρτάται από την προσέγγιση που επιλέγεται: Στο Place Branding με προσανατολισμό τις πωλήσεις η συμμετοχή τους είναι περιορισμένη, ενώ όταν υπάρχει προσανατολισμός στην προώθηση μέσω Marketing, υπάρχει υψηλή επιρροή των πολιτών στη δημιουργία της εμπορικής εικόνας. Στην πρώτη περίπτωση στόχος είναι να πειστούν οι πολίτες και να πωληθούν προϊόντα. Στη δεύτερη περίπτωση, βασικό είναι να εντοπιστούν οι ανάγκες των πολιτών και να δημιουργηθούν brands που θα τις ικανοποιήσουν. Επομένως, στη μία περίπτωση δίνεται έμφαση στην πειστική δύναμη του Branding, ενώ στη δεύτερη στην ανταποκρισιμότητά του στις ανάγκες των πολιτών, γι' αυτό και αν αξιοποιηθεί στην αστική διακυβέρνηση, μπορεί να ενισχύσει την νομιμότητα της στα μάτια των πολιτών. Μάλιστα, όταν οι ίδιοι οι πολίτες συμμετέχουν στη διαδικασία διαμόρφωσης του brand, ως συνιδιοκτήτες του, αποκτούν την αίσθηση της δέσμευσης απέναντί του, δέσμευση να στηρίζουν και να ενισχύουν αυτή την εικόνα του τόπου τους (Eshuis & Edwards 2012). Οι κάτοικοι μετέχοντας στη διαδικασία ενεργοποιούνται ως πολίτες και θα μπορούσαν να λειτουργούν, έτσι, ως πρεσβευτές

του brand της πόλης τους (Braun, Kavaratzis & Zenker, 2013). Συνήθως παρ' όλα αυτά, φαίνεται πως το Place Branding εφαρμόζεται με κάθετο τρόπο από τους ιθύνοντες, αν και σε ορισμένες περιπτώσεις γίνονται προσπάθειες για μεγαλύτερη συμμετοχικότητα (Eshuis, Klijn, Braun, 2014).

1.6 Η αξιοποίηση του Place Marketing και του Place Branding – διεθνής εμπειρία

Διεθνώς, υπάρχει η τάση να αξιοποιούνται οι τεχνικές του Place Marketing και του Place Branding στην τοπική διοίκηση. Στην Ολλανδία, το 75% των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης έχει ήδη εκπονήσει σχέδιο Marketing και στρατηγικές προώθησης. Στο Μπέλφαστ της Βόρειας Ιρλανδίας, δημιουργείται μια νέα ταυτότητα της πόλης πάνω στις αρνητικές επιπτώσεις που για χρόνια είχαν δημιουργήσει οι ένοπλες αντιπαραθέσεις καθολικών και προτεσταντών (Δέφνερ & Καραχάλης, 2012). Η Νέα Υόρκη έχει ενσωματώσει το Place Marketing στην αστική διακυβέρνηση, προσανατολίζοντάς την περισσότερο στον πελάτη. Μεγάλες πόλεις, όπως το Λονδίνο, η Μαδρίτη, η Σεούλ, χρησιμοποιούν το Marketing με περίτεχνους τρόπους για να τοποθετηθούν, ενώ και μικρότερες πόλεις, όπως η Βασιλεία της Ελβετίας το αξιοποιούν. Σε πολλές περιπτώσεις υιοθετείται κατά την προσπάθεια επαναδόμησης και ανακατασκευής πόλεων και περιοχών (Eshuis, Klijn, Braun, 2014).

1.7 Εφαρμογή στρατηγικών Marketing & Place Branding στην Ελλάδα: αδυναμίες και εμπόδια

Στην Ελλάδα, ολοένα και πιο πολλές πόλεις και περιφέρειες αρχίζουν να ενδιαφέρονται για την ανάπτυξη στρατηγικών για τις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες σύμφωνα με τον Αυδίο (2014). Μια ολοκληρωμένη στρατηγική ανάπτυξης αυτών των κλάδων, τόσο σε εθνικό όσο και σε περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο, περιλαμβάνει τρεις τομείς: α) τη δημιουργία κατάλληλων συνθηκών για ένα ευνοϊκό περιβάλλον λειτουργίας τους, β) την ενδυνάμωση και ανάπτυξή τους, και γ) τη διάχυσή τους στην υπόλοιπη οικονομία και κοινωνία. Διαπιστώνει όμως, πως αν και οι κρατικοί φορείς αντιλαμβάνονται τη συμβολική αξία της πολιτιστικής παραγωγής και κληρονομιάς και δημιουργούν πολιτικές για την ανάπτυξή τους, αποφεύγουν να δουν την οικονομία των κλάδων πολιτισμού και δημιουργικότητας.

Παρομοίως, οι Defner et. al. (2019) διαπιστώνουν πως ενώ απλοί πολίτες και ιθύνοντες φαίνεται να αντιλαμβάνονται τι αντιπροσωπεύει ο τόπος τους, ποια είναι τα δυνατά και ποια τα αδύναμα σημεία του, καθώς και την ανάγκη για την ανάπτυξη συγκεκριμένων στρατηγικών Marketing και Place Branding, υπάρχει μία σύγχυση σχετικά με το τι ακριβώς είναι αυτά και ποια θα πρέπει να είναι η συμμετοχή τους. Ναι μεν αναγνωρίζουν την αναγκαιότητα συμμετοχής και συνεργασίας, αλλά δεν ξέρουν πώς θα πρέπει αυτό να γίνει. Χρειάζεται να τους εξηγηθεί, να εκπαιδευτούν στο τι ακριβώς είναι το Place Branding, καθώς δεν είναι εξοικειωμένοι με τις έννοιες και τις πρακτικές του, και το μεταφράζουν κυρίως με έργα αστικών υποδομών.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό της ελληνικής πολιτιστικής πολιτικής σύμφωνα με τον Αυδίκο (2014) είναι η εμμονή με την πολιτιστική κληρονομιά, που λειτουργεί εντέλει εις βάρος της σύγχρονης πολιτιστικής παραγωγής. Όμως η τελευταία είναι που δίνει τον τόνο του πολιτιστικού γίνεσθαι σε έναν τόπο και επηρεάζει την ποιότητα ζωής σε αυτόν, ιδιαίτερα σε μικρές και μεσαίου μεγέθους ελληνικές πόλεις. Επισημαίνει, πως είναι αναγκαίος ένας συνολικός επαναπροσδιορισμός της πολιτικής για τον σύγχρονο πολιτισμό.

Σε μια άλλη κατεύθυνση, η Ζορμπά (2020) επισημαίνει πως η παραδοσιακή πολιτική στην Ελλάδα έβλεπε πάντα τον τουρισμό ως βασικό οικονομικό τομέα της χώρας και τον πολιτισμό ως ενισχυτικό στοιχείο του. Με αυτή τη λογική αξιοποιήθηκαν τα Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης (ΚΠΣ). Ούτε και στην περίπτωση του Β' ΚΠΣ, παρά την εμπειρία του Α, επιλέχθηκε μια πολιτιστική πολιτική με ιδιαίτερους στόχους, που να επεκτείνονται στην οικονομία και να συναντούν τις ανάγκες του τουρισμού. Αντίθετα, επιλέχθηκε να προσαρμοστούν τα πολιτιστικά στοιχεία στην προώθηση του τουρισμού, καθυποτάσσοντας τους πολιτιστικούς στόχους στους στενούς εργαλειακούς στόχους του τουρισμού, προς όφελος του πιο παραδοσιακού τουριστικού προϊόντος, που αναζητά το εύκολο κέρδος εκμεταλλευόμενο την αρχαία κληρονομιά, αντί να την αξιοποιεί με ευρύτερη γνώση και σχεδιασμό.

Κεφάλαιο 2^ο - Μελέτη περίπτωσης: Λεωνίδιο Αρκαδίας



(Πηγή: <https://www.leonidion.gr/2010/11/x.html>)

Στην παρούσα ενότητα, γίνεται μία σύντομη παρουσίαση του Λεωνιδίου, που θα αποτελέσει την περίπτωση μελέτης της εργασίας, καθώς αποτελεί μία περιοχή με αξιοσημείωτο πολιτιστικό και φυσικό πλούτο. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στην Τσακωνιά και τα χαρακτηριστικά της, όπως η διάλεκτος, ο χορός, η φορεσιά, η αρχιτεκτονική, και η υφαντική τα οποία

έχουν επηρεάσει σημαντικά το πολιτιστικό προϊόν της περιοχής και συντελούν στην ταυτότητα των δράσεων που υλοποιούνται στην περιοχή. Τέλος, γίνεται αναφορά στο τοπικό προϊόν ΠΟΠ της περιοχής την μελιτζάνα, η οποία εκτός από την επιρροή στη γαστρονομία της περιοχής αποτέλεσε και γενεσιουργό αιτία του φεστιβάλ Μελιτζάzz.

2. Το Λεωνίδιο

Το Λεωνίδιο, βρίσκεται στην Πελοπόννησο, ανατολικά του Νομού Αρκαδίας. Από το 2011 ανήκει στον Δήμο Νότιας Κυνουρίας, ο οποίος δημιουργήθηκε με την νέα διοικητική διαίρεση του προγράμματος «Καλλικράτης» και την ένωση των Δήμων Λεωνιδίου, Τυρού και της Κοινότητας Κοσμά.¹

Η έκταση του δήμου Νότιας Κυνουρίας είναι 583,16 τετραγωνικά χιλιόμετρα και ο πληθυσμός του, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ), ανέρχονταν το 2011 στους 8.294 μόνιμους κατοίκους, ενώ σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία απογραφής πληθυσμού του 2021, μειώθηκε στους 7.263.²

Υπάρχουν αρκετές και διαφορετικές αναφορές σχετικά με την προέλευση της ονομασίας του Λεωνιδίου. Αυτές που έχουν επικρατήσει, αναφέρουν ότι στα Ρωμαϊκά χρόνια ο Λεωνίδης, ένας Πελοποννήσιος χριστιανός, διώχθηκε και

¹https://www.wiw.gr/greek/leonidio_municipality_of_south_kynouria

²<https://www.leonidion.gr/2022/07/2021-7263-3801-3462.html>

εκτελέστηκε με πνιγμό από τους Ρωμαίους και τα λείψανά του ξεβράστηκαν στην περιοχή.³ Μία ακόμη εκδοχή είναι, ότι πήρε το όνομά του από τον Άγιο Λεωνίδα και τον ναό του, που είναι χτισμένος το 1293 και βρίσκεται στο λιμάνι της Πλάκας. (Βαγενάς, 1971)

Μετά το 1826, αφού καταστράφηκε ο Πραστός, η παλιά πρωτεύουσα της Κυνουρίας, από τον Ιμπραήμ και τον τουρκικό στρατό, οι περισσότεροι κάτοικοι μετακινήθηκαν στο Λεωνίδιο, το οποίο έγινε η νέα πρωτεύουσα το 1845.⁴

Μέχρι και τη δεκαετία του 1950, επρόκειτο για μία δυσπρόσιτη περιοχή, καθώς δεν είχε ολοκληρωθεί ο σημερινός επαρχιακός δρόμος Λεωνιδίου - Τυρού - Άστρους, γεγονός που επηρέασε την απασχόληση των κατοίκων της περιοχής, οι οποίοι στράφηκαν στην εμπορική ναυτιλία, αξιοποιώντας τον μοναδικό ανοιχτό δρόμο, τη θάλασσα, και ανέπτυξαν το εμπόριο των γεωργικών προϊόντων της περιοχής.⁵

Πρόκειται για μία περιοχή που έχει χαρακτηριστεί από το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού ως ιστορικός τόπος⁶, ενώ έχει ενταχθεί στο δίκτυο Natura 2000, λόγω της πλούσιας βιοποικιλότητάς του.⁷

2.1 Η Τσακωνιά

Σημαντικές πληροφορίες αναφορικά με την ιστορία των Τσακώνων, αντλούνται από τους Βυζαντινούς συγγραφείς. Σύμφωνα με τα χρονικά της Μονεμβασίας, πρόκειται για πληθυσμούς της Λακωνίας, οι οποίοι μετακινήθηκαν στους ορεινούς όγκους του Πάρνωνα στα τέλη του βου αιώνα, λόγω των Αβαροσλαβικών επιδρομών στην Πελοπόννησο.

Αναφορές σχετικά με τους Τσάκωνες εντοπίζονται κατά το 950 μ. Χ. σε σημείωμα του Κωνσταντίνου Πορφυρογέννητου, όπου οι Τσάκωνες μέχρι και την κατάλυση της Βυζαντινής αυτοκρατορίας, εμφανίζονται ως συνοριοφύλακες, ενώ στη συνέχεια μετακινούνται σε ευρωπαϊκές χώρες.

Σήμερα, η Τσακωνιά συναντάται στην ευρύτερη περιοχή της Κυνουρίας. Στη Βόρεια Κυνουρία, μεταξύ των τσακωνοχωριών βρίσκονται ο Πραστός, ο οποίος αποτέλεσε

³<https://www.tsakoniararchives.gr/xronika-g-leonidio-ampeli/>

⁴<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%B5%CF%89%CE%BD%CE%AF%CE%B4%CE%B9%CE%BF%CE%91%CF%81%CE%BA%CE%B1%CE%B4%CE%AF%CE%B1%CF%82>

⁵<https://www.fabbricaofculture.gr/perioghi/#tab2default>

⁶ <https://www.leonidion.gr/2010/11/x.html>

⁷https://www.wiw.gr/greek/leonidio_municipality_of_south_kynouria

και την πρωτεύουσα της Τσακωνιάς, ο Άγιος Ανδρέας, η Καστάνιτσα και η Σίταινα. Στην Νότια Κυνουρία, περιλαμβάνονται το Λεωνίδιο, η Βασκίνα, τα Πέρα Μέλανα, το Λιβάδι, η Σαμπατική, ο Τυρός, και τα Σαπουνακαΐικα.⁸

Στοιχεία που ξεχωρίζουν τους Τσάκωνες, είναι η διάλεκτος, ο χορός, η φορεσιά, η αρχιτεκτονική και τα τσακόνικα υφαντά.

2.1.1 Τσακόνικη Διάλεκτος

Σύμφωνα με τα Χρονικά των Τσακόνων (Τόμος II, 1961), οι παλαιότεροι πίστευαν, ότι οι Τσάκωνες είναι Ίωνες και ότι η γλώσσα τους είναι εξέλιξη της Ιωνικής διαλέκτου. Ωστόσο, κατόπιν έρευνας, προέκυψε ότι η Τσακόνικη αποτελεί φυσική εξέλιξη του νεολακωνικού δωρικού ιδιώματος.

Τα τσακόνικα αποτελούν μία από τις πιο ιδιαίτερες και ενδιαφέρουσες περιπτώσεις νεοελληνικής διαλέκτου, γεγονός που αποδεικνύεται και από τις πολυάριθμες προσπάθειες μελέτης τους. Μεταξύ των διαφόρων μελετητών, συγκαταλέγονται ο Γάλλος φιλόλογος Jean-Baptiste - Gaspard d' Ansse de Villosion, ο οποίος μάλιστα θεωρείται ως ο πρώτος ερευνητής της τσακόνικης διαλέκτου, ενώ και ο Γερμανός φιλόλογος Μιχαήλ Δέφνερ έχει συνδεθεί με την μελέτη των Τσακόνικων.

Σήμερα, την τσακόνικη γλώσσα μιλούν - αν και όχι επίσημα - οι γηραιότεροι με τους οικείους τους, στο Λεωνίδιο, τον Τυρό, τον Πραστό, τον Άγιο Ανδρέα, την Πραγματευτή, τα Μέλανα, τα Σαπουνακαΐικα, τη Βασκίνα, τη Φούσκα, τη Σαμπατική, το Λιβάδι, την Καστάνιτσα και τη Σίταινα. (Βαγενάς, 1971)

2.1.2 Τσακόνικος Χορός

Πρόκειται για έναν χορό που χορεύεται από άνδρες και γυναίκες, οι οποίοι είναι πιασμένοι σφικτά αγκαζέ, με τα δάχτυλά τους πλεγμένα και δημιουργούν μία σφιχτή αλυσίδα. Δεν έχει αριθμητικό περιορισμό, αλλά συνήθως συμμετέχουν πάνω από 15 άτομα, ώστε να είναι πιο ευδιάκριτοι οι σχηματισμοί του χορού, ο οποίος στην αρχή ξεκινά σε ανοιχτό κύκλο, και στη συνέχεια, οι χορευτές κινούμενοι προς τα δεξιά και ακολουθώντας τον πρώτο του χορού, κάνουν κουλουριάσματα και οφιοειδείς σχηματισμούς. Πρόκειται για έναν χορό χωρίς τσαλίμια και εντυπωσιασμούς και

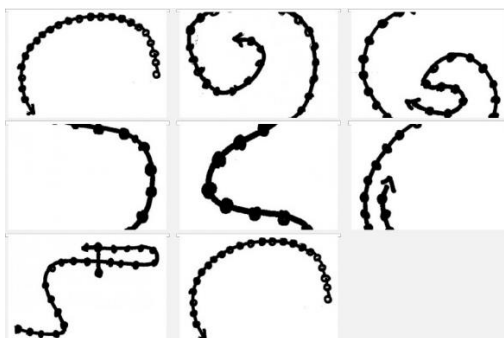
⁸<https://www.tsakonianarchives.gr/info/>

αντιμετωπίζεται από όλους με μεγαλοπρέπεια και ιερότητα, για αυτό και συνήθως είναι ο τελευταίος χορός, με τον οποίο κλείνουν τα γλέντια.

Έχει χαρακτηριστεί από τους μελετητές ως αρχαίος ελληνικός χορός, βασιζόμενοι στα σχήματα που δημιουργούνται, τον αρχαιοελληνικό παιωνικό ρυθμό των 5/4 και 5/8 αλλά και το τσακόνικο ιδίωμα.⁹

Σχετικά με τον συμβολισμό του τσακόνικου χορού υπάρχουν διάφορες ερμηνείες. Κάποιοι τον συνδέουν με τον αρχαίο Γέρανο, το χορό του Θησέα και τα βήματά του κατά την έξοδό του από τον Λαβύρινθο. Πιστεύεται ακόμη, ότι πρόκειται για αναπαράσταση της πάλης του θεού Απόλλωνα με τον Πύθωνα, το ιερό ιχθύνιο φίδι, λόγω της αντικριστής μετωπιαίας σχέσης των δύο πρώτων χορευτών. Μία ακόμη άποψη που βασίζεται στην καταγωγή των Τσακόνων από τους Δωριείς, είναι ότι είναι ένας πυρρίχιος, πολεμικός χορός.¹⁰

Ο τσακόνικος χορός έχει ενταχθεί από το 2015 στο Εθνικό Ευρετήριο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς.¹¹



(Πηγή:<https://ayla.culture.gr/tsakwnikos-xoros/>)

2.1.3 Τσακόνικη Φορεσιά

Η παραδοσιακή γυναικεία τσακόνικη φορεσιά ονομάζεται τζουμπές (Βαγενά,1971). Πρόκειται για μία στολή που χαρακτηρίζεται από δωρική απλότητα, χωρίς χρυσά κοσμήματα ή φλουριά, με κύρια χρώματα το κόκκινο, το κίτρινο και το πράσινο. Ήταν φτιαγμένη όμως από ακριβά υλικά, μετάξι, ασήμι, βελούδο και πολύτιμα μέταλλα, που έφερναν οι Τσάκωνες έμποροι και ναυτικοί από τα ταξίδια τους στην Κωνσταντινούπολη, τη Βηρυτό, την Αφρική, την Προύσα. Συνήθως, φοριούνταν από

⁹<https://ayla.culture.gr/tsakwnikos-xoros/>

¹⁰https://www.wiw.gr/greek/leonidio_municipality_of_south_kynouria

¹¹<https://ayla.culture.gr/tsakwnikos-xoros/>

τις γυναίκες του Πραστού που ήταν οικονομικά επιφανείς, ως ένδειξη της καταγωγής τους, και χρησιμοποιούνταν ως νυφικό.¹²

Η ποιότητα της φορεσιάς ήταν ανάλογη με την οικονομική κατάσταση της οικογένειας. Για τα αρχοντικά νυφικά χρησιμοποιούνταν βυσσινί μεταξωτά υφάσματα, με ακριβό βελούδο και μεταλλικά κεντίδια, ενώ για την καθημερινή ενδυμασία χρησιμοποιούνταν ριγωτά υφαντά φερμένα από τη Μικρά Ασία.¹³



(Πηγή:<https://www.tsakonianarchives.gr/info/outfit/>)

Στις μέρες μας, η τσακόνικη ενδυμασία φοριέται από τις μαθήτριες σε εθνικές επετείους και από τα μέλη των πολιτιστικών συλλόγων στις διάφορες εκδηλώσεις.¹⁴

2.1.4 Τσακόνικη Αρχιτεκτονική

Πρόκειται για μία ιδιαίτερη αρχιτεκτονική των χωριών της περιοχής της Τσακωνιάς, με χαρακτηριστικά τα διώροφα και τριώροφα αρχοντικά σπίτια-πύργους. Συνήθως διαθέτουν αυλές στρωμένες με πέτρινες πλάκες, ψηλούς μαντρότοιχους, στέρνες και σκάλες φτιαγμένες από πέτρα, χαγιάτια σκεπασμένα με κεραμίδια, ταβάνια με σκαλίσματα και ζωγραφίες, ιδιαίτερες καμινάδες και αποδεικνύουν την οικονομική ευημερία των ιδιοκτητών και της περιοχής.¹⁵

Συγκεκριμένα στην περιοχή του Λεωνιδίου αρκετά αρχοντικά έχουν διασωθεί, ανακαινιστεί και κάποια αξιοποιηθεί για τουριστικούς και πολιτιστικούς σκοπούς, στεγάζοντας εκτός από κατοικίες, ξενοδοχεία, επιχειρήσεις και υπηρεσίες. Μεταξύ αυτών που έχουν διασωθεί και ξεχωρίζουν, είναι ο Πύργος του Τσικαλιώτη, η κατασκευή του οποίου ολοκληρώθηκε το 1808. Πρόκειται για μία χαρακτηριστική

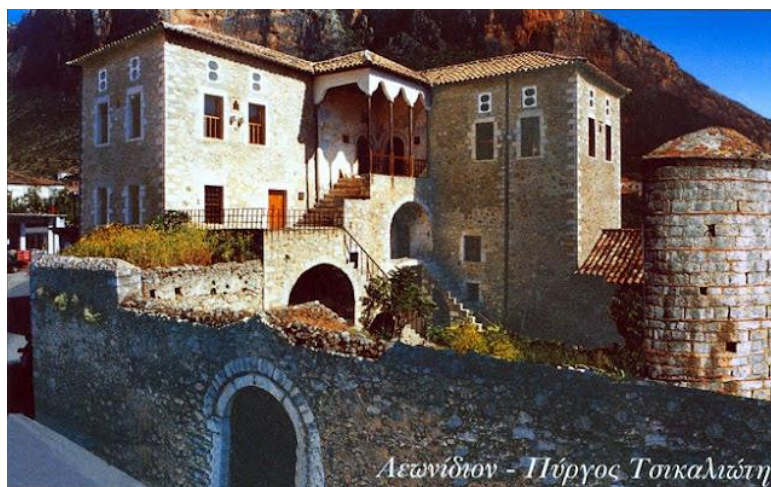
¹²<https://www.tsakonianarchives.gr/info/outfit/>

¹³https://www.wiw.gr/greek/leonidio_municipality_of_south_kynouria

¹⁴<https://www.tsakonianarchives.gr/info/outfit/>

¹⁵<https://www.tsakonianarchives.gr/info/association/>

αμυντική κατοικία με βυζαντινές επιρροές και ιδιαίτερη προσοχή τόσο στον εξωτερικό σχεδιασμό του πύργου όσο και στην εσωτερική του διαρρύθμιση και διακόσμηση. Πλέον ανήκει στο Δήμο Λεωνιδίου και λειτουργεί ως μουσείο.¹⁶



(Πηγή: https://www.leonidion.gr/2010/11/blog-post_19.html)

Το αρχοντικό Πολυτίμου, κατασκευασμένο το 1816 και με οικόσημο την τρίαινα με το δελφίνι, αποτελεί παράδειγμα ναυτικού πυργόσπιτου, σε Σπετσιώτικο αρχιτεκτονικό ρυθμό. Και εδώ, οι πολεμίστρες, τα μικρά παράθυρα και οι φεγγίτες τονίζουν τον αμυντικό του χαρακτήρα.¹⁷

Στο αρχοντικό Κατσικογιάννη, τρίπατο πυργόσπιτο του 1807, όπως αναγράφεται σε πλάκα πάνω στο πέτρινο υπέρθυρο, που βρίσκεται στην βόρεια άκρη του Λεωνιδίου, σώζονται ακόμη τμήματα των έγχρωμων φεγγιτών, τα πατάρια, οι τουφεκίστρες και οι ξύλινες αμπάρες. Τα τελευταία χρόνια, έχοντας ανακαινιστεί πλήρως το 2005, το κτίριο λειτουργούσε ως ξενοδοχείο, ενώ πλέον βρίσκεται προς πώληση.

Χαρακτηριστικό δείγμα της τσακωνικής αρχιτεκτονικής, τέλος, είναι ο Πύργος του Χατζηρούδη. Πρόκειται για πυργόσπιτο του 1750 περίπου. Οι πέτρινοι τοίχοι του είναι διάτρητοι από παράθυρα μικρού μεγέθους και πολεμίστρες - απλές κατακόρυφες σχισμές - καταδεικνύοντας και σε αυτή την περίπτωση τον αμυντικό χαρακτήρα του κτιρίου, που υπαγορευόταν από τις ανάγκες της εποχής.¹⁸

¹⁶<https://www.melitzazz.gr/3826/archontika-ke-pirgospita-sto-leonidio/pirgos-tsikalioti/>

¹⁷<https://www.melitzazz.gr/3905/archontika-ke-pirgospita-sto-leonidio/pirgos-politimou-2/>

¹⁸<https://www.tsakonianarchives.gr/info/association/>

2.1.5 Τσακόνικη Υφαντική

Η υφαντουργία αποτελεί χαρακτηριστικό στοιχείο της Τσακωνιάς. Η τέχνη αυτή είναι αναπόσπαστο κομμάτι της πολιτιστικής της παράδοσης, αν και με τα χρόνια φθίνει. Οι γυναίκες που ασχολούνταν με την υφαντική, δημιουργούσαν κιλίμια, ταγάρια, διαδρόμους και άλλα υφάσματα, με ιδιαίτερη λεπτότητα, όπως φαίνεται τόσο από τη συμμετρία των σχεδίων όσο και από τη στερεότητα και αρμονικότητα των χρωμάτων.

Η Πολυξένη Δούνια (1841-1911) θεωρείται πρωτοπόρα της τσακόνικης υφαντικής. Επιστρέφοντας από το Αϊδίνιο της Μικράς Ασίας δίδαξε στις συντοπίτισσές της όσα είχε μάθει σχετικά με το σχεδιασμό και την ύφανση. Σύντομα, άρχισαν να ασχολούνται επαγγελματικά με την υφαντική, με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί η πρώτη βιοτεχνία, η οποία είχε στη διάθεσή της τέσσερις αργαλειούς και απασχολούσε περισσότερες από είκοσι γυναίκες. Στη συνέχεια, η εξέλιξη ήταν γρήγορη. Το 1897, ξεκίνησε τη λειτουργία της η δεύτερη βιοτεχνία παραγωγής χαλιών στο Λεωνίδιο από τη Μαριγώ Μερικάκη, η οποία εισήγαγε νέα σχέδια και χρώματα και βραβεύτηκε σε διεθνείς εκθέσεις, που διεξάγονταν στην Αθήνα, τη Λιέγη και το Παρίσι.

Αυτό που διέκρινε την τσακόνικη υφαντική από τις άλλες «σχολές» εκμάθησης της υφαντικής τέχνης ήταν ο τρόπος και τα μέσα με τα οποία κατασκευάζονταν τα υφαντά. Πιο συγκεκριμένα, οι τεχνίτριες της Τσακωνιάς κατασκεύαζαν μονοκόμματα χαλιά σε διάφορα μεγέθη, τα οποία διακοσμούσαν και στις δύο πλευρές από το ίδιο σχέδιο. Επιπλέον, πραγματοποιούσαν την όλη διαδικασία της ύφανσης χρησιμοποιώντας τα δάχτυλά τους και όχι τη σαΐτα, όπως συνήθιζαν σε άλλα μέρη. Η διαδικασία αυτή απαιτούσε βεβαίως ιδιαίτερη δεξιοτεχνία και ταλέντο.

Η τέχνη της υφαντικής συνεχίστηκε για χρόνια από τις γυναίκες του Λεωνιδίου με ορισμένες από αυτές να διακρίνονται και να βραβεύονται. Κάποια από τα σχέδια που διακοσμούν τα τσακόνικα υφαντά είναι ιδιαίτερος δημοφιλή: Κληματαριά, Τσούχλου, Αμερικάνικο, Χεράκια κ.α.¹⁹

2.2 Τσακόνικη μελιτζάνα

Η τσακόνικη μελιτζάνα έχει χαρακτηριστεί ως προϊόν με Προστατευόμενη Ονομασία Προελεύσεως (Π.Ο.Π.). Έτσι από τον Μάρτιο του 1996 έχει συμπεριληφθεί στη

¹⁹ <https://www.tsakonianarchives.gr/info/textiles/>

λίστες των 317 ευρωπαϊκών Π.Ο.Π. προϊόντων, με αποτέλεσμα οι παραγωγοί του Λεωνιδίου να έχουν το αποκλειστικό δικαίωμα καλλιέργειας της συγκεκριμένης ποικιλίας τηρώντας τις αυστηρές προδιαγραφές παραγωγής της.²⁰

Η ιδιαιτερότητα της τσακωνικής μελιτζάνας έγκειται στη γεύση και το σχήμα της. Συγκεκριμένα, αποτελεί τη μοναδική ποικιλία μελιτζάνας με γλυκιά γεύση, γεγονός που οφείλεται στα χαρακτηριστικά του εδάφους και το μικροκλίμα της περιοχής, ενώ διακρίνεται από το επίμηκες σχήμα της και την έλλειψη κυρτότητας.

Τα χαρακτηριστικά της αυτά σε συνδυασμό με την αποδεδειγμένα υψηλή διατροφική της αξία οδήγησαν στην ανάπτυξη μιας ιδιαίτερης τοπικής γαστρονομίας. Πλέον έχουν δημιουργηθεί δεκάδες συνταγές με κύριο συστατικό την τσακωνική μελιτζάνα, τόσο στη μαγειρική όσο και στη ζαχαροπλαστική, με κυριότερο εμπορεύσιμο προϊόν το μελιτζανάκι, το παραδοσιακό γλυκό του κουταλιού.²¹

²⁰ <https://leonidiocoop.gr/products/tsakoniki-melitzana/>

²¹ [Τσακωνική μελιτζάνα Π.Ο.Π. - ResponsiveEventWordPresstheme \(melitzazz.gr\)](#)

Κεφάλαιο 3^ο - Παρουσίαση δράσεων που υλοποιούνται στο Λεωνίδιο

Στη συνέχεια, παρουσιάζεται το Φεστιβάλ Μελιτζάzz, πώς δημιουργήθηκε, ποια είναι η θεματολογία του, το περιεχόμενο των εκδηλώσεων, οι φορείς διοργάνωσης, η οικονομική βιωσιμότητά του, ο τρόπος προώθησής του, και η αναγνώριση που έχει λάβει ως διεθνές φεστιβάλ. Ακολουθεί, η περιγραφή του εορτασμού του Πάσχα στο Λεωνίδιο, καθώς και του Φεστιβάλ Αναρρίχησης, πότε δημιουργήθηκε, με ποια αφορμή, το κοινό που προσελκύει, ποιοι φορείς το υποστηρίζουν. Επιπλέον, παρουσιάζονται εκτενώς οι δράσεις του σωματείου «Αρχείον της Τσακωνιάς» και ο ρόλος της Φάμπρικας Πολιτισμού, που είναι καθοριστικής σημασίας για την ανάδειξη του τσακωνικού πολιτισμού και της τοπικής ταυτότητας του Λεωνιδίου.

3.1 Φεστιβάλ Μελιτζάzz

Σύμφωνα με τα Χρονικά των Τσακόνων, σε μια προσπάθεια ανάδειξης της κουλτούρας, του τρόπου ζωής και κυρίως των τοπικών προϊόντων της περιοχής της Τσακωνιάς και του Λεωνιδίου, πραγματοποιούνταν από το 1996 και για είκοσι χρόνια στο Λεωνίδιο η “Γιορτή Μελιτζάνας”. Όπως φαίνεται και από την ονομασία της η γιορτή αυτή ήταν αφιερωμένη στην τσακωνική μελιτζάνα, η οποία έχει χαρακτηριστεί ως προϊόν με Προστατευόμενη Ονομασία Προελεύσεως (Π.Ο.Π.) και από τον Μάρτιο του 1996 έχει συμπεριληφθεί στη λίστα των 317 ευρωπαϊκών Π.Ο.Π. προϊόντων.²²

Η Γιορτή Μελιτζάνας, πραγματοποιούνταν το τελευταίο Σάββατο του Αυγούστου με την υποστήριξη του Αγροτικού Συνεταιρισμού “Άγιος Λεωνίδας”, της Περιφέρειας Πελοποννήσου αλλά και με την εθελοντική προσφορά των κατοίκων της περιοχής, είτε με την παροχή υπηρεσιών είτε με τη μορφή χορηγιών. Επρόκειτο για μία γιορτή που περιελάμβανε ποικίλες πολιτιστικές εκδηλώσεις, όπως συναυλίες, μουσικοχορευτικές παραστάσεις και εικαστικά δρώμενα, ενώ συνδύαζε την ανάδειξη του γαστρονομικού πλούτου και φυσικά των τοπικών προϊόντων της Τσακωνιάς.

Η υψηλή απήχηση της γιορτής σε συνδυασμό με την εμπειρία της διοργάνωσης, οδήγησαν σταδιακά στη δημιουργία του Διεθνούς Φεστιβάλ Μελιτζάzz.²³ Όπως

²²<https://leonidiocoop.gr/products/tsakoniki-melitzana/>

²³<https://www.tsakonianarchives.gr/xronika-kg2-melitzaz/>

αναφέρεται και στην κεντρική ιστοσελίδα του φεστιβάλ, αφορμή και οδηγός για τη δημιουργία του ήταν η περίφημη Π.Ο.Π. τσακόνικη μελιτζάνα Λεωνιδίου.²⁴ Το φεστιβάλ ξεκίνησε το 2011, και συνδιοργανώνεται κάθε χρόνο από την Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρνωνα Α.Ε.²⁵ και τον Δήμο Νότιας Κυνουρίας, ενώ υπεύθυνος σχεδιασμού και καλλιτεχνικός διευθυντής του φεστιβάλ είναι ο Σωτήρης Μπόλης.²⁶

Στην Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρνωνα Α.Ε. είναι μέτοχοι έντεκα Δήμοι των νομών Αργολίδας, Αρκαδίας και το σύνολο του νομού Λακωνίας, η Περιφέρεια Πελοποννήσου, η Περιφερειακή Ένωση Δήμων Πελοποννήσου, τα Επιμελητήρια Αρκαδίας και Λακωνίας, Αγροτικοί Συνεταιρισμοί, Μορφωτικοί και Πολιτιστικοί Σύλλογοι και λοιποί Φορείς. Το μεγαλύτερο μέρος του μετοχικού κεφαλαίου κατέχουν οι ΟΤΑ Α' και Β' Βαθμού.²⁷ Μέσω της Αναπτυξιακής Εταιρείας Πάρνωνα, το φεστιβάλ έχει ενταχθεί στο χρηματοδοτούμενο από την Ευρωπαϊκή Ένωση πρόγραμμα LEADER Liaisons Entre Actions de Développement de l' Economie Rurale (– Δεσμοί μεταξύ δράσεων για την ανάπτυξη της οικονομίας του αγροτικού χώρου). Επιπλέον, μέσω του προγράμματος LEADER έχει δημιουργηθεί το δίκτυο SMS (Short Mediterranean Stories), στο οποίο έχει ενταχθεί η Αναπτυξιακή Πάρνωνα, όπου μέσω δράσεων πολιτισμού, γαστρονομίας και τέχνης αναδεικνύονται περιοχές της Μεσογείου με ιδιαίτερα και δυνατά χαρακτηριστικά. Βασικός στόχος του Δικτύου είναι να συμπεριλάβει και να ενισχύσει πολιτιστικά δρώμενα και

²⁴ <https://www.melitzazz.gr/>

²⁵ Η «Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρνωνα Α.Ε.» (ΠΑΡΝΩΝΑΣ Α.Ε.), ιδρύθηκε στις 26/9/1995 (ΦΕΚ 5854/11-10-95) και έλαβε τη μορφή της Ανώνυμης Εταιρείας, με κύριο σκοπό την οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής του Πάρνωνα. Η Εταιρεία αποτελεί μία τοπική συμφωνία των φορέων της περιοχής για τη στρατηγική και το περιεχόμενο της ολοκληρωμένης ανάπτυξης, μέσα από μία ζωντανή εταιρική σχέση. Αυτό επιτυγχάνεται επιχειρησιακά μέσα από τη συγκρότηση του επιστημονικού μηχανισμού σχεδιασμού και υλοποίησης των δράσεων και έργων της Εταιρείας. Οι πόροι για την υλοποίηση του σχεδιασμού προέρχονται από τη διαχείριση συγχρηματοδοτούμενων έργων και προγραμμάτων, όπως και από την ανάπτυξη του τομέα παροχής υπηρεσιών/εκπόνησης μελετών για τους μετόχους της. Σκοποί της Εταιρείας είναι: α) Η επιστημονική και τεχνική στήριξη των Ο.Τ.Α. και των ενώσεών τους (π.χ. ΚΕΔΚΕ, ΕΝΑΕ, ΤΕΔΚ κ.λ.π.) και της αποκεντρωμένης κρατικής διοίκησης, β) Η προώθηση της επιχειρηματικής, οικονομικής και γενικότερα βιώσιμης ανάπτυξης των Ο.Τ.Α. της Περιφέρειας Πελοποννήσου, ήτοι των Νομών Αρκαδίας, Αργολίδας, Λακωνίας, Μεσσηνίας και Κορινθίας, γ) Η ανάπτυξη δραστηριοτήτων προστασίας του περιβάλλοντος, δ) Η συμμετοχή της σε προγράμματα και η εφαρμογή σχετικών πολιτικών σε διαδημοτικό επίπεδο ή σε ευρύτερο γεωγραφικό χώρο. Οι κύριοι τομείς δραστηριότητας της Εταιρείας αφορούν την ολοκληρωμένη αγροτική ανάπτυξη, την προστασία και διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος, την υλοποίηση δράσεων κοινωνικής πολιτικής και την υλοποίηση δράσεων προβολής και προώθησης της περιοχής. <https://www.parnonas.gr/etaireia/profile/>

²⁶ <https://www.melitzazz.gr/>

²⁷ <https://www.parnonas.gr/wp-content/uploads/2008/12/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%A0%CE%B1%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%AF%CE%B1%CF%83%CE%B7.pdf>

φεστιβάλ των εμπλεκόμενων περιοχών, δημιουργώντας ένα Δίκτυο/κατάλογο SMS Festivals.²⁸

Κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ, καλλιτέχνες και μάγειρες από διάφορα μέρη της Ελλάδας και του εξωτερικού, συναντώνται στα γραφικά σοκάκια, τις πλατείες και τα πυργόσπιτα του Λεωνιδίου, και προσφέρουν ξεχωριστές εμπειρίες μουσικής, χορού, πολιτισμού και γεύσεων, τόσο στους ντόπιους και όσο και στους χιλιάδες επισκέπτες. Όπως αναφέρουν οι διοργανωτές, αποτελεί “μία πολύχρωμη, πολυεθνική συνένωση πολιτισμών, στην πρωτεύουσα της Τσακωνιάς”.²⁹

Όσο διαρκεί το φεστιβάλ, η όψη του παραδοσιακού χωριού αλλάζει εντελώς. Οι δρόμοι γεμίζουν με περίπτερα παραδοσιακών προϊόντων, οι πλατείες μετατρέπονται σε συναυλιακούς χώρους, γεμίζουν με τραπέζια όπου προσφέρονται πρωτότυπες γευστικές εμπειρίες, ενώ αξιοποιούνται όλοι οι πολιτιστικοί χώροι του Λεωνιδίου, όπως η Φάμπρικα Πολιτισμού και τα παραδοσιακά πυργόσπιτα, για την υλοποίηση βιωματικών εργαστηρίων και τη φιλοξενία εκθέσεων, ενώ παράλληλα πραγματοποιούνται προβολές κινηματογραφικών έργων και παρουσιάσεις θεατρικών παραστάσεων.

Κατά τη διεξαγωγή του Μελιτζάzz γίνεται προσπάθεια να αναδειχθεί η τοπική κουλτούρα και παράδοση. Μέσα από αυτή την προσπάθεια γίνεται φανερός ο σημαντικός διαχρονικός ρόλος του τσακωνικού λαϊκού πολιτισμού. Ωστόσο, κατά την πορεία του όλα αυτά τα χρόνια το φεστιβάλ έχει φέρει κοντά και άλλους πολιτισμούς μέσω της θεματολογίας του. Μέχρι σήμερα, το Μελιτζάzz έχει φιλοξενήσει και παρουσιάσει το ρεμπέτικο τραγούδι, μουσική και χορούς oriental, ισπανικό flamenco, σέρβικους ήχους χάλκινων οργάνων, gypsying και jazz μουσική, βαλκανικούς και κυπριακούς χορούς, ιταλική ταραντέλα, οπερέτα, χορούς latin όπως samba, tango, salsa, capoeira και maculele, fusion, rock και funky μουσική, χορωδίες και φιλαρμονικές από διάφορα μέρη, θεατρικές και χορευτικές ομάδες και συλλόγους, κινηματογραφικές προβολές και πρεμιέρες, ημερίδες και ενημερωτικές εκδηλώσεις, βιωματικά εργαστήρια και μαθήματα και πολλά άλλα.³⁰

²⁸<https://www.shortmedstories.com/el/%ce%b4%cf%81%ce%ac%cf%83%ce%b5%ce%b9%cf%82-%cf%84%ce%b7%cf%82-%ce%b1%ce%bc%ce%ba%ce%b5/>

²⁹<https://www.melitzazz.gr/>

³⁰<https://www.melitzazz.gr/>

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, ο κύριος σκοπός του Μελιτζάzz είναι να αναδείξει την τοπική κουλτούρα, αξιοποιώντας ως αφετηρία τις ζωντανές τσακόνικες παραδόσεις. Ωστόσο φαίνεται πως οι πολιτιστικές στρατηγικές έχουν επεκταθεί, και επιχειρείται η ανάδειξη της τοπικής κουλτούρας όχι μόνο σε εθνικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο, γεγονός που αποδεικνύεται μέσω της ξεχωριστής προσέγγισης που γίνεται στο μουσικοχορευτικό ρεπερτόριο και στα πιο ethnic στοιχεία που ενσωματώνονται στο φεστιβάλ.³¹

Πιο πρόσφατο και χαρακτηριστικό παράδειγμα σύνδεσης της παράδοσης με τις σύγχρονες τάσεις της μουσικής αποτελεί η διασκευή του τσακόνικου τραγουδιού "Σου 'πα μάνα" που δημοσιεύτηκε διασκευασμένο, στον επίσημο λογαριασμό που διατηρεί το φεστιβάλ στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, και συγκεκριμένα στην πλατφόρμα του Facebook και στο Youtube.³² Όπως αναφέρεται στην περιγραφή, πρόκειται για μια νέα, σύγχρονη αποδόμηση και απόδοση ενός βαθιά παραδοσιακού τραγουδιού, φερμένου στην σύγχρονη πραγματικότητα και προβληματισμό από τον καλλιτέχνη coslee που συμμετείχε στο φεστιβάλ το 2022, και περιλαμβάνει στοιχεία conscious hip-hop, lo-fi και jazz/blues μουσικής.

Η θεματολογία του φεστιβάλ βασίζεται σε κάποιο από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της Τσακωνιάς και κάθε χρόνο, το περιεχόμενο του προγράμματος, οι εκδηλώσεις, τα εργαστήρια, οι εκθέσεις, η μουσική είναι προσαρμοσμένα σε αυτό.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα θέματα και το περιεχόμενο των εκδηλώσεων του φεστιβάλ στα 10 χρόνια υλοποίησής του. Σημειώνεται ότι το 2020 και το 2021, το φεστιβάλ Μελιτζάzz δεν πραγματοποιήθηκε λόγω της πανδημίας COVID -19.

Το 2011, όπως φαίνεται στην αφίσα της διοργάνωσης, το πρόγραμμα περιελάμβανε διάφορα είδη μουσικής, εδέσματα με κύριο συστατικό την τσακόνικη μελιτζάνα και ανάδειξη των τοπικών προϊόντων. Για τους μικρούς επισκέπτες του φεστιβάλ πραγματοποιήθηκαν αναγνώσεις παραδοσιακών τσακόνικων παραμυθιών.³³

Το 2012, πραγματοποιήθηκε μια συνάντηση των μουσικών της Μεσογείου. Στις μουσικές σκηνές που στήθηκαν σε διάφορα σημεία του Λεωνιδίου συνυπήρξαν το

³¹<https://www.tsakonianarchives.gr/xronika-kg2-melitzaz/>

³²<https://youtu.be/emKIRYhZgEo>

³³https://www.melitzazz.gr/category/melitzazz_2011/uliko_2011/

λαούτο και το καχόν, ο τσακόνικος χορός και το flamenco, η ταραντέλα και ο απτάλικος, τα πολυφωνικά της Μακεδονίας και τα σεφαραδίτικα της Ισπανίας, τα γκρεκάνικα της κάτω Ιταλίας και η jazz manouche και gypsying της Γαλλίας, τα παραδοσιακά σμυρναίικα και οι ανδαλουσιανές bulerias. Παράλληλα, έγιναν δράσεις για την μικροναυπηγική και την αστροπαρατήρηση, δραστηριότητες για παιδιά, προβολή ντοκιμαντέρ και προσφέρθηκαν γευστικές εμπειρίες στους επισκέπτες.³⁴

Την επόμενη χρονιά, αρχίζει να είναι πιο εμφανής και μέσω του επικοινωνιακού υλικού η ταυτότητα ενός κεντρικού θέματος στο Μελιτζάzz. Αυτό φαίνεται και από την παρουσία του κεντρικού τίτλου στην αφίσα του φεστιβάλ, που για το 2013 ήταν: “Όλη η Μεσόγειος σε ένα Τσακόνικο χαλί”. Το πρόγραμμα των εκδηλώσεων περιελάμβανε έκθεση τσακόνικων χαλιών και υφαντών, διάφορες γωνιές για την ανάδειξη προϊόντων και πολιτισμικών χαρακτηριστικών άλλων χωρών και περιοχών της Ελλάδας όπως η Κύπρος, η Ισπανία, η κάτω Ιταλία, η Αραβία, ο Έβρος και φυσικά τσακόνικων προϊόντων. Το πρόγραμμα περιελάμβανε ακόμη συναυλίες, μαθήματα χορού και παιδικό θέατρο.³⁵

Το 2014, υλοποιήθηκε το φεστιβάλ με τίτλο “Melitzazz 2014 goes America Latina”. Σύμφωνα με αναφορές που φιλοξενήθηκαν στον ηλεκτρονικό τύπο ενημέρωσης, υπήρξε στροφή της θεματολογίας προς άλλα προϊόντα που μαγειρεύονται μαζί με την μελιτζάνα, όπως η πατάτα από το Περού, η ντομάτα από το Μεξικό και άλλα προϊόντα της Λατινικής Αμερικής. Το πρόγραμμα περιελάμβανε επίσης μουσική και χορό, όπως βραζιλιάνικη samba, latin των Άνδεων, jazz, latinjazz και χορούς από την Λατινική Αμερική και την Τσακωνιά. Τέλος, πραγματοποιήθηκαν προβολές ταινιών, μαθήματα χορού, εκθέσεις προϊόντων, χειροτεχνίας, ζωγραφικής, γελοιογραφίας και φωτογραφίας, προώθηση γεύσεων και γαστρονομίας και δράσεις για τα παιδιά.³⁶

Το 2015, όπως αναφέρεται στο δελτίο τύπου της διοργάνωσης, τα πυργόσπιτα του Λεωνιδίου ξεκλειδώνουν τις πόρτες τους, και δίνουν την ευκαιρία στους επισκέπτες να περιηγηθούν στον τσακόνικο πολιτισμό, την ιστορία, και την αρχιτεκτονική του τόπου. Τίτλος του φεστιβάλ ήταν “Melitzazz Unlocked 2015”. Το πρόγραμμα περιελάμβανε διάφορα είδη μουσικής, jazz, κλασσική, funk, soul, βαλκανική, μεσογειακή, ethnic, ρεμπέτικα, πολιτικά, σμυρναίικα και δημοτικά, χορούς,

³⁴https://www.melitzazz.gr/category/melitzazz_2012/material_2012-melitzazz_2012/

³⁵https://www.melitzazz.gr/category/melitzazz_2013/material_2013/

³⁶https://www.melitzazz.gr/3369/melitzazz_2014/egrapsan-gia-emas/

κινηματογραφικές παραστάσεις, εκθέσεις, και φυσικά γεύσεις με βάση την μελιτζάνα.³⁷

Το 2016, διοργανώνεται το “MELITZAZZ 2016 On the road”, όπου οι συμμετέχοντες καλούνται να ανακαλύψουν και να εξερευνήσουν τις γειτονιές του Λεωνιδίου, να εντοπίσουν τα αξιοθέατα και να επισκεφθούν μερικά από τα πιο παλιά καταστήματα που λειτουργούν στην Ελλάδα και τα 200 ετών αρχοντικά-πυργόσπιτα. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει μουσική, jazz, swing, παραδοσιακά, tarantella, έντεχνο, λαϊκά, funk, soul και, βέβαια, χορό. Ακόμη προσφέρει τοπικές συνταγές με βάση την τσακωνική μελιτζάνα, παραδοσιακά παιχνίδια για τα παιδιά και φέρνει σε επαφή τον κόσμο με την ζωντανή Τσακωνική γλώσσα.³⁸

Το 2017, το φεστιβάλ Μελιτζάzz είναι αφιερωμένο στη ζωγραφική, και συγκεκριμένα στην ανάδειξη και το έργο των ζωγράφων Νέστορα Βαρβέρη, με καταγωγή από το Λεωνίδιο, και του Vincent Van Gogh. Δύο ζωγράφοι τόσο διαφορετικοί και όμως με αρκετά κοινά, θα συνομιλήσουν στα πλαίσια της διοργάνωσης με τρόπο ευρηματικό. Όπως αναφέρεται στο δελτίο τύπου, στα πυργόσπιτα του Λεωνιδίου οι επισκέπτες ανακαλύπτουν τη μαγεία της ζωγραφικής, ενώ η πόλη μετατρέπεται σε ένα υπαίθριο ατελιέ, όπου σε κάθε γωνιά καλλιτέχνες και ζωγράφοι εμπνέονται και δημιουργούν. Στο πλαίσιο του φεστιβάλ “Loving Melitzazz 2017”, στο πρόγραμμα περιλαμβάνονταν η επίσημη πρεμιέρα προβολής σε πανελλήνιο επίπεδο της ταινίας Loving Vincent, ενώ προβλήθηκαν και άλλες ταινίες για τη ζωή σπουδαίων ζωγράφων. Ακόμη, πραγματοποιήθηκαν εργαστήρια ζωγραφικής, εκθέσεις έργων τέχνης, προσφέρθηκαν γεύσεις και λιχουδιές με βάση την τσακωνική μελιτζάνα και οι επισκέπτες παρακολούθησαν συναυλίες και μουσικές, από jazzstandards και swing μέχρι παραδοσιακά και ρεμπέτικα.³⁹

Το φεστιβάλ “Μελιτζάzz 2018/ΛΑΒΥΡΙΝΘΟΣ” ήταν αφιερωμένο στην αναζήτηση της ιστορίας, στις ερμηνείες και τις δοξασίες που τον περιβάλλουν και στη μελέτη των κινήσεων του αρχαίου τσακωνικού χορού. Με αφορμή τον εορτασμό του Ευρωπαϊκού Έτους Πολιτιστικής Κληρονομιάς 2018 και την ένταξη του τσακωνικού χορού στο Εθνικό Ευρετήριο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ελλάδας από το 2015, είχε γίνει κάλεσμα προς το κοινό να συμβάλει στην προσπάθεια των

³⁷<https://www.melitzazz.gr/4343/melitzazz-2015/press-kit-2015/>

³⁸<https://www.melitzazz.gr/4919/melitzazz-2016/press-kit-2016/>

³⁹<https://www.melitzazz.gr/5776/melitzazz-2017/press-kit-2017/>

διοργανωτών ώστε να δημιουργηθεί ο μεγαλύτερος τσακόνικος χορός στον κόσμο και να εγγραφεί στο βιβλίο ρεκόρ Γκινες - Guinness World Records. Η όλη προσπάθεια συνοδευόταν και στηριζόταν από χορευτικούς συλλόγους της Αρκαδίας. Για ακόμη μία χρονιά, το πρόγραμμα περιστοιχίζόταν από πλούσιες μουσικοχορευτικές δράσεις, με συναυλίες διαφόρων ειδών ελληνικής και ξένης μουσικής από jazz και flamenco μέχρι funk, παραδοσιακά και fusion, εκθέσεις για την Τσακόνικη παράδοση και τα προϊόντα της, εκθέσεις ζωγραφικής, κινηματογραφικές προβολές, μαθήματα χορού, ξεναγήσεις και ποικιλία παραδοσιακών γεύσεων με κύριο συστατικό την μελιτζάνα.⁴⁰

Όπως φαίνεται από το πρόγραμμα εκδηλώσεων του φεστιβάλ του 2019 με τίτλο “Melitzazz 2019 Bittersweet”, η θεματολογία του εστιάζει σε ιστορίες της ξενιτιάς, του αποχωρισμού και της αντάμωσης. Άνθρωποι με καταγωγή από το Λεωνίδιο έχουν βιντεοσκοπηθεί καθώς αφηγούνται τα προσωπικά τους βιώματα και, αφού οι ιστορίες τους προβάλλονται στο κοινό, οι παριστάμενοι ενθαρρύνονται να μοιραστούν τις δικές τους ιστορίες, σε μια προσπάθεια να ζυπνήσουν μνήμες και να καταγραφεί η προφορική ιστορία του μισεμού και του νόστου, ως αναπόσπαστο κομμάτι της τσακόνικης κληρονομιάς. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει επιπλέον προβολές κινηματογραφικών ταινιών, εκθέσεις ζωγραφικής, χαλιών, αντίκας, αρχιτεκτονικής, διάφορα είδη μουσικής (Βαλκανική, rock & roll, rock, jazz, ρεμπέτικο), δραστηριότητες για τα παιδιά και, φυσικά, πλούσιες γεύσεις που έχουν σα βάση τους την τσακόνικη μελιτζάνα, γνωστή ως η μοναδική γλυκιά ποικιλία ανάμεσα σε όλα τα είδη πικρής μελιτζάνας.⁴¹

⁴⁰<https://www.melitzazz.gr/6238/melitzazz-2018/press-kit-2018/>

⁴¹https://www.melitzazz.gr/events_programme_2018/



(Αφίσες 2011 – 2019)



Έπειτα από δύο ολόκληρα χρόνια απουσίας λόγω της πανδημίας COVID - 19, το φεστιβάλ επέστρεψε το καλοκαίρι του 2022, με τίτλο “Melitzazz 2022 REUNION”. Το θέμα του συνδέθηκε με την αναπαλαίωση του παλαιού Γυμνασίου, ενός εμβληματικού κτιρίου το οποίο αναπαλαιώθηκε, εγκαινιάστηκε, άνοιξε ξανά τις πόρτες του και φιλοξένησε δράσεις του φεστιβάλ, ενώ παλιοί συμμαθητές και καθηγητές, καθώς και οι επισκέπτες του Μελιτζάzz, είχαν την ευκαιρία να ξανασυναντηθούν και να συζητήσουν. Το πρόγραμμα περιελάμβανε δράσεις υφαντικής, ζωγραφικής, εργαστήρια, προβολή ταινιών, εκθέσεις, συναυλίες με καλλιτέχνες που εκπροσωπούσαν διάφορα είδη μουσικής και, όπως πάντα, γεύσεις με βάση την τσακόνικη μελιτζάνα.⁴²

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω, το περιεχόμενο του προγράμματος είναι δομημένο και φροντισμένο με τρόπο που να περιλαμβάνει όλες τις ηλικιακές ομάδες, αναδεικνύει τα χαρακτηριστικά της τσακόνικης πολιτιστικής κληρονομιάς, όπως η γλώσσα, ο χορός, τα τραγούδια, η γαστρονομία, η αρχιτεκτονική, η υφαντική και η ανάδειξη της ιστορίας του τόπου.

⁴² <https://www.melitzazz.gr/>

Εκτός, από τους φορείς υλοποίησης, το φεστιβάλ αντλεί οικονομικούς πόρους από χορηγία του Υπουργείου Πολιτισμού, χορηγίες ιδιωτικών επιχειρήσεων της περιοχής και όχι μόνο, ενώ λαμβάνει υποστήριξη από συλλόγους, αγροτικούς συνεταιρισμούς, τουριστικές επιχειρήσεις και τοπικά καταστήματα.⁴³

Για την προβολή του φεστιβάλ και των δράσεών του, αξιοποιούνται τα τοπικά κανάλια επικοινωνίας, όπως το leonidion.gr, το ExploreSouthKynouria, που αποτελεί και το κύριο κανάλι προβολής όλων των δράσεων του Δήμου Νότιας Κυνουρίας, αλλά και άλλα μέσα του νομού Αρκαδίας όπως η ΕΡΤ Τρίπολης, το KalimeraArcadia, το ArcadiaPortal, η δημοτική ραδιοφωνία Τρίπολης κ.α. Παράλληλα, σημαντική είναι η προσπάθεια ευρύτερης προβολής του Μελιτζάzz σε πανελλαδικό επίπεδο, με την αποστολή επικοινωνιακού υλικού σε μεγάλα ειδησεογραφικά site που αναδημοσιεύουν το πρόγραμμα δράσεων του φεστιβάλ. Στα μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, το φεστιβάλ Μελιτζάzz διαθέτει λογαριασμούς στο Youtube, το Twitter και το Facebook, όπου εντοπίζεται και η πιο έντονη παρουσία του.⁴⁴

Το φεστιβάλ Μελιτζάzz έχει τιμηθεί με διάφορες διακρίσεις σε αυτά τα χρόνια παρουσίας του. Πιο συγκεκριμένα, έχει διακριθεί με το ευρωπαϊκό σήμα “EFFE Label 2019-2020, Remarkable Arts Festival”, ενώ ήδη από το 2015 είχε ενταχθεί στο δίκτυο των εκλεκτών ευρωπαϊκών φεστιβάλ, με το σήμα του “Ευρωπαϊκού έτους Πολιτιστικής Κληρονομιάς 2018”, με διάφορες άλλες βραβεύσεις και παρουσιάσεις σε επιστημονικά συνέδρια ως μελέτη περίπτωσης, ενώ ο αντίκτυπος του φεστιβάλ έχει αποτελέσει αντικείμενο μελέτης αρκετών μεταπτυχιακών και επιστημονικών εργασιών.⁴⁵

⁴³<https://www.melitzazz.gr/>

⁴⁴<https://www.melitzazz.gr/>

⁴⁵<https://www.melitzazz.gr/category/vravia/>

3.2 Πάσχα στο Λεωνίδιο



(Πηγή:<https://www.exploresouthkynouria.gr/el/politismos/pasha-sto-leonidio>)

Τα τελευταία χρόνια, το Πάσχα στο Λεωνίδιο έχει γίνει ιδιαίτερα γνωστό στην Ελλάδα λόγω του κατανυκτικού και παραδοσιακού τρόπου με τον οποίο γιορτάζεται. Από το βράδυ της Μεγάλης Πέμπτης μέχρι και την Κυριακή του Πάσχα, η περιοχή είναι γεμάτη από κόσμο που απολαμβάνει τα έθιμα και τις παλιές παραδόσεις που αναβιώνουν στην περιοχή.

Μεταξύ των εθίμων που κάνουν το Πάσχα στο Λεωνίδιο ξεχωριστή εμπειρία, είναι τα αερόστατα τα οποία γεμίζουν τον νυχτερινό ουρανό το βράδυ του Μεγάλου Σαββάτου. Το έθιμο των αερόστατων προέρχεται από τους Τσακωνες ναυτικούς, οι οποίοι τα είχαν φέρει στις αρχές του 20ου αιώνα από χώρες της Ανατολής.

Η περιοχή είναι διακοσμημένη με φωταγωγημένες μικρογραφίες αερόστατων, ενώ το βράδυ του Μεγάλου Σαββάτου, χιλιάδες πορτοκάλια που έχουν διαμορφωθεί σε κεριά, φωτίζουν τα σοκάκια του Λεωνιδίου και δημιουργούν μία ξεχωριστή ατμόσφαιρα στην περιοχή.

Την Κυριακή του Πάσχα, στον κήπο του δημαρχείου προσφέρεται από τον δήμο παραδοσιακό γεύμα στους επισκέπτες, ενώ το βράδυ, στην γιορτή της Αγάπης, το Ευαγγέλιο διαβάζεται στην Τσακωνική γλώσσα. Στη συνέχεια, ακολουθεί εκδήλωση όπου χορεύεται ο τσακωνικός χορός και φυσικά άλλοι παραδοσιακοί χοροί.⁴⁶

⁴⁶https://www.wiw.gr/greek/leonidio_municipality_of_south_kynouria/

3.3 Αναρρίχηση στο Λεωνίδιο

Το Λεωνίδιο, από το 2010 και έπειτα, έχει εξελιχθεί σε αναρριχητικό προορισμό ιδιαίτερα κατά τους φθινοπωρινούς και χειμερινούς μήνες, γεγονός που ευνοείται από το κλίμα της περιοχής, αλλά κυρίως λόγω της ποικιλίας των διαδρομών, αφού το εύρος της κλίμακας δυσκολίας είναι μεγάλο (δύσκολες και εύκολες διαδρομές). Άλλοι ευνοϊκοί παράγοντες είναι η κλίση των βράχων, το μήκος των διαδρομών, η φωτεινότητα και οι εναλλαγές στο φυσικό πεδίο.

Λόγω του αυξανόμενου ενδιαφέροντος που συγκεντρώνει η περιοχή από αναρριχητές από πολλές χώρες του κόσμου, από το 2016 πραγματοποιείται στο Λεωνίδιο στις αρχές Νοεμβρίου το Φεστιβάλ Αναρρίχησης. Το φεστιβάλ δημιουργήθηκε σε μια προσπάθεια προώθησης του Αναρριχητικού Πάρκου Λεωνιδίου και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ανάδειξης του φυσικού κάλλους και των δυνατοτήτων της περιοχής.⁴⁷

Το Φεστιβάλ Αναρρίχησης συγχρηματοδοτείται στο πλαίσιο του τοπικού προγράμματος προσέγγισης LEADER Άξονας 4 του ΠΑΑ 2007-2013 από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΓΤΑΑ) και το Ελληνικό Δημόσιο. Πραγματοποιείται από το Δήμο Νότιας Κυνουρίας σε συνεργασία με την Περιφέρεια Πελοποννήσου, με την υποστήριξη της Petzl της Vertical-Life και χορηγό επικοινωνίας την AllAboutFestivals.gr.⁴⁸

Ξεκινώντας από το 2016, στο πρόγραμμα των δράσεων του φεστιβάλ περιλαμβάνονταν εκτός από αναρρίχηση, αναρριχητικός μαραθώνιος και άλλες δραστηριότητες, όπως περίπατοι και άλλα είδη γυμναστικής, όπως zumba και yoga. Πραγματοποιήθηκαν ακόμη παρουσιάσεις από διάσημους αναρριχητές, ενώ στα πλαίσια της διοργάνωσης προσφέρθηκε φαγητό στους συμμετέχοντες και πραγματοποιήθηκε συναυλία. Όπως φαίνεται από το άρθρο που φιλοξενείται στην επίσημη ιστοσελίδα του climbinLeonidio, μεταξύ των προσκεκλημένων ήταν φωτογράφοι από το εξωτερικό, καθώς και δημοσιογράφοι από το περιοδικό “Klettern” και από το da.nu, γνωστή διαδικτυακή πύλη για τους αναρριχητές. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της διοργάνωσης, στο Φεστιβάλ του 2016 εγγράφηκαν 309 συμμετέχοντες, εκ των οποίων οι 177 προέρχονταν από διάφορες

⁴⁷<https://climbinleonidio.com/wp/leonidio/gr/>

⁴⁸<https://climbinleonidio.com/wp/>

χώρες της Ευρώπης, από τις Η.Π.Α. και την Αυστραλία, ενώ στο φεστιβάλ παρευρέθηκε και ο γνωστός Ιάπωνας αναρριχητής Sachi Amma, ως ένας από τους επίσημους προσκεκλημένους των διοργανωτών.⁴⁹

Το 2ο Φεστιβάλ Αναρρίχησης στο Λεωνίδιο πραγματοποιήθηκε από τις 2 έως τις 5 Νοεμβρίου 2017. Το πρόγραμμα περιελάμβανε αναρριχητικό Μαραθώνιο, Zlagboard Contest, μαθήματα αναρρίχησης για αρχάριους, yoga, παρουσιάσεις, προβολές ταινιών, δώρα για τους συμμετέχοντες και συναυλία. Η συμμετοχή στο δεύτερο φεστιβάλ ήταν αισθητά υψηλότερη συγκριτικά με το πρώτο. Συγκεκριμένα, καταγράφηκαν 549 συμμετοχές, με τις 323 από αυτές να είναι αναρριχητές από χώρες του εξωτερικού. Ανάμεσα στους προσκεκλημένους ήταν οι διάσημοι αναρριχητές Alexander Megos και Klemen Bečan.⁵⁰

Το 3ο Φεστιβάλ Αναρρίχησης Λεωνιδίου Αρκαδίας πραγματοποιήθηκε από την 1η έως τις 4 Νοεμβρίου 2018. Στις δραστηριότητες του 3ου Φεστιβάλ περιλαμβάνονταν ο⁵¹ Ανοικτός Αναρριχητικός Μαραθώνιος και το Zlagboard Contest, yoga, μαθήματα αναρρίχησης για ενήλικες και παιδιά, παρουσιάσεις από διάσημους αναρριχητές και συναυλίες. Οι παράλληλες εκδηλώσεις πραγματοποιήθηκαν στον πολυχώρο «Φάμπρικα Πολιτισμού». Οι συνολικές εγγραφές στο 3ο Φεστιβάλ έφτασαν τις 721, που αποτελεί και ρεκόρ για το Φεστιβάλ Αναρρίχησης του Λεωνιδίου, με τις 451 να είναι να είναι από αναρριχητές από διάφορες χώρες του εξωτερικού. Οι Angie Eiter, Klemen Bečan και Said Belhaj ήταν μερικοί από τους επίσημους καλεσμένους των διοργανωτών.⁵²

Το 4ο Φεστιβάλ Αναρρίχησης Λεωνιδίου πραγματοποιήθηκε από τις 3 έως τις 6 Νοεμβρίου 2022. Στη διάρκειά του, οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα να πάρουν μέρος σε ασκήσεις yoga, μαθήματα αναρρίχησης, ομιλίες και παρουσιάσεις από έμπειρους αναρριχητές και βιωματικά εργαστήρια με θέματα την ψυχολογία της πτώσης και τη διάνοιξη νέων αναρριχητικών διαδρομών. Παράλληλα, υπήρχε έκθεση φωτογραφίας αφιερωμένη στον ιταλικής καταγωγής διακεκριμένο Έλληνα αναρριχητή και ορειβάτη Γιάννη Τορέλλι, ο οποίος έχασε πρόωρα τη ζωή του σε

⁴⁹<https://climbinleonidio.com/wp/leonidio-climbing-festival-2016/gr/>

⁵⁰<https://climbinleonidio.com/wp/leonidio-climbing-festival-2017/gr/>

⁵²<https://climbinleonidio.com/wp/leonidio-climbing-festival-2018/gr/>

ατύχημα στο Χελμό. Τέλος, πραγματοποιήθηκε η πρεμιέρα της ταινίας Bravo Marcel, έγινε παρουσίαση παραδοσιακών χορών, συναυλία με επιτυχίες του '80 και του '90 και προσφέρθηκαν εδέσματα, με βάση κατά κύριο λόγο την τσακόνικη μελιτζάνα. Οι συμμετοχές σε αυτή την τελευταία διοργάνωση έφτασαν τις 636. Οι 417 από αυτές ήταν από άτομα άλλων εθνικοτήτων. Διάσημοι καλεσμένοι που παρευρέθηκαν στο φεστιβάλ ήταν ανάμεσα σε άλλους οι Anak Verhoeven και Nils Favre.⁵³



(Προσωπικό αρχείο)

Όπως φαίνεται από τα παραπάνω, για την προώθηση του Φεστιβάλ Αναρρίχησης αλλά και για την προβολή της πόλης του Λεωνιδίου ως αναρριχητικού προορισμού, προσκαλούνται από τους διοργανωτές διάφοροι έμπειροι αναρριχητές. Πρόκειται για γνωστά ονόματα στο χώρο, τόσο από την Ελλάδα όσο και από το Εξωτερικό, με στόχο να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του κοινού. Στην ίδια κατεύθυνση, προσκαλούνται επίσης εκπρόσωποι μέσω ενημέρωσης με πλατιά απήχηση στους λάτρεις της αναρρίχησης.

Επιπλέον, τον Σεπτέμβριο του 2017 η αρμόδια Τουριστική Επιτροπή του Δήμου Νότιας Κυνουρίας με την υποστήριξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου συμμετείχε στη διεθνή έκθεση "Tour Natur", που απευθύνεται σε κοινό που ενδιαφέρεται να

⁵³<https://climbinleonidio.com/wp/leonidio-climbing-festival/>

συνδυάσει διακοπές με αθλητικές δραστηριότητες στο Düsseldorf της Γερμανίας με στόχο την προώθηση του αναρριχητικού πάρκου Λεωνιδίου.⁵⁴

3.4 Το Αρχείο της Τσακωνιάς

Το 1954, ιδρύεται από τον κ. Στυλιανό Σπ. Μερικάκη, τότε Δήμαρχο Λεωνιδίου, το Αρχείο της Τσακωνιάς, το οποίο, όπως αναφέρεται στην κεντρική του ιστοσελίδα, αποτελεί ένα σωματείο – πνευματικό ίδρυμα σημαντικής προσφοράς για τη συγκέντρωση, παρουσίαση και αξιοποίηση στοιχείων σχετικών με την τσακωνική παράδοση. Βρίσκεται στην περιοχή του Λεωνιδίου, και έχει ως στόχο τη διάσωση, την ανάδειξη και την αξιοποίηση της ιστορίας, της γλώσσας και της ευρύτερης πολιτιστικής κληρονομιάς της Τσακωνιάς.⁵⁵

Προκειμένου να επιτύχει το στόχο του, το Αρχείο της Τσακωνιάς πραγματοποιεί ένα μεγάλο φάσμα δραστηριοτήτων. Πιο συγκεκριμένα, αναλαμβάνει τη διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων, εκδίδει βιβλία και πρακτικά των συνεδρίων, συγκεντρώνει, μελετά και εκθέτει αρχαιακό υλικό και διοργανώνει ποικίλες πολιτιστικές και εκπαιδευτικές δραστηριότητες.

Όσον αφορά τη διοργάνωση συνεδρίων πρόκειται κυρίως για Τσακωνικά Συνέδρια. Κάθε τέσσερα χρόνια το Αρχείο της Τσακωνιάς διοργανώνει διεθνές συνέδριο, με θέματα που άπτονται της Τσακωνιάς (διάλεκτος, ιστορία, λαογραφία). Μέχρι τώρα έχουν γίνει οκτώ Τσακωνικά Συνέδρια. Το 9ο ήταν προγραμματισμένο για τον Μάρτιο του 2020 και αναβλήθηκε λόγω των υγειονομικών απαγορεύσεων του Covid. Τους πρώτους μήνες του 2023 αναμένεται να ανακοινωθεί η ημερομηνία πραγματοποίησής του.

Τον Ιούνιο του 2021, το Αρχείο της Τσακωνιάς συνδιοργάνωσε το 9ο Διεθνές Συνέδριο Διαλεκτικής και Διαλεκτολογίας, σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Πατρών και το Εργαστήριο Γλωσσολογίας και τα Πανεπιστήμια της Γάνδης και του Οχάιο.⁵⁶

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, το Αρχείο της Τσακωνιάς αναλαμβάνει επίσης την έκδοση βιβλίων. Όλα αυτά τα χρόνια, έχει εκδώσει είκοσι εννέα τόμους με «Τα

⁵⁴ <https://www.leonidion.gr/2017/09/h-tour-natur-2017.html>

⁵⁵ <https://www.tsakonianarchives.gr/history/>

⁵⁶ <https://www.tsakonianarchives.gr/events/>

χρονικά των Τσακώνων», που αποτελούν τα Πρακτικά των οκτώ πραγματοποιηθέντων Συνεδρίων. Επιπλέον, έχει εκδώσει Ποιητικές Συλλογές, Λαογραφικά και Ιστορικά Βιβλία και Εγχειρίδια Γραμματικής, σε συνεργασία με πνευματικούς ανθρώπους της Τσακωνιάς.

Τα τελευταία έξι χρόνια, κατά τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο λειτουργεί Θερινός Κινηματογράφος με πρωτοβουλία του Αρχείου της Τσακωνιάς και σε συνεργασία με το Δήμο Νότιας Κυνουρίας, τη Δημοτική Κοινοφελή Επιχείρηση του Δήμου Νότιας Κυνουρίας (ΔΗΚΕΝΚ) και τον κινηματογράφο Τριανόν. Οι προβολές πραγματοποιούνται στην αυλή του Αρχοντικού Τσούχλου και οι ταινίες απευθύνονται τόσο σε παιδιά όσο και σε ενήλικες.

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις που διοργανώνονται από το Αρχείο της Τσακωνιάς αφορούν παρουσιάσεις βιβλίων, που έχουν εκδοθεί από το Αρχείο της Τσακωνιάς ή σε συνεργασία μαζί του, εκδηλώσεις αφιερωμένες σε εξέχουσες πνευματικές προσωπικότητες της Τσακωνιάς, όπως συγγραφείς, ποιητές, ζωγράφους και εκδηλώσεις αφιερωμένες σε σημαντικά ιστορικά γεγονότα, όπως η Άλωση της Πόλης, η Γενοκτονία των Ποντίων και η Γενοκτονία των Αρμενίων.

Τέλος, το Αρχείο της Τσακωνιάς διοργανώνει μια σειρά από εκπαιδευτικές δράσεις, που περιλαμβάνουν: μαθήματα διά ζώσης επί έξι χρόνια, με τμήματα εκμάθησης της Τσακώνικης Διαλέκτου και της Τσακώνικης Υφαντικής, για παιδιά και ενήλικες και μαθήματα διαδικτυακά μέσω της εφαρμογής Zoom επί δύο χρόνια για εκμάθησης της Τσακώνικης Διαλέκτου σε παιδιά και ενήλικες. Τον Σεπτέμβριο του 2022, πραγματοποιήθηκε στο Λεωνίδιο, στο Αρχοντικό Τσούχλου, το 1ο Θερινό Σχολείο με διά ζώσης μαθήματα Τσακώνικης Διαλέκτου, Τσακώνικης Υφαντικής και προφορικής Ιστορίας της Τσακωνιάς, για παιδιά και ενήλικες. Επιπλέον διοργανώνονται επισκέψεις και ξεναγήσεις μαθητών από σχολεία της περιοχής καθώς και ομάδων ή συλλόγων που επισκέπτονται το Λεωνίδιο. Άλλες δράσεις για παιδιά, περιλαμβάνουν τη μεταφορά κλασικών παραμυθιών στα Τσακόνικα, με θεατρικό παιχνίδι και εκπαιδευτικές δραστηριότητες. Στην Ηλεκτρονική Βιβλιοθήκη του Ιδρύματος, μαθητές, φοιτητές, εκπαιδευτικοί, μελετητές, ιστοριοδίφες, Τσακωνες και μη, έχουν πρόσβαση στα βιβλία του Αρχείου της Τσακωνιάς, τα οποία υπάρχουν όλα σε ψηφιακή μορφή και είναι διαθέσιμα προς ανάγνωση. Τέλος, αυτή την περίοδο είναι σε δράση ο πρώτος διαγωνισμός ψηφιακών έργων για την Τσακωνιά, ο

Διαγωνισμός #TsakoniART. Σε αυτόν συμμετέχουν σχολεία της περιοχής και οι μαθητές μαζί με τους εκπαιδευτικούς τους έχουν επιλέξει θέματα και ενότητες, με βάση τα οποία θα φτιάξουν ψηφιακά έργα, που θα παρουσιαστούν και θα βραβευθούν λίγο πριν το Πάσχα.

Κατά τη διάρκεια εορτών, τριημέρων ή Φεστιβάλ που λαμβάνουν χώρα στο Λεωνίδιο, το Αρχείο της Τσακωνιάς είναι ανοιχτό για ξεναγήσεις στο χώρο του (στο Αρχοντικό Τσούχλου) και στις εκθέσεις Τσακωνικής Υφαντικής, με υφαντά (κιλίμια, πορτιέρες, ταγάρια) που έχουν φτιάξει μαθήτριες και μαθητές , μικροί και μεγάλοι, ή υφαντά από δωρεές (από ιδιώτες ή εκκλησίες) και της Βιβλιοθήκης, με όλες τις εκδόσεις.

Επίσης, κάθε χρόνο στη διάρκεια του Φεστιβάλ Μελιτζάzz, σε συνεργασία με την ομάδα της διοργάνωσης, πραγματοποιείται στον κήπο του Αρχοντικού το Cine Μελιτζάzz, για τις ημέρες που διαρκεί το Φεστιβάλ.⁵⁷

3.5 Φάμπρικα Πολιτισμού

Η Φάμπρικα Πολιτισμού είναι ένας πολυχώρος ή χώρος πολλαπλών χρήσεων, όπως αναφέρεται και στην επίσημη ιστοσελίδα του, που βρίσκεται στον παραποτάμιο δρόμο στο Λεωνίδιο. Από το 2014 φιλοξενεί διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις της περιοχής. Ανάμεσα σε άλλα, στους κλειστούς και εξωτερικούς χώρους της Φάμπρικας πραγματοποιείται η διεξαγωγή περιοδικών εκθέσεων, συνεδρίων, μουσικών εκδηλώσεων και προβάλλονται ντοκιμαντέρ και ταινίες, ενώ σε σταθερή βάση, είναι ανοιχτό το Φουαγιέ – Κυλικείο, όπου εκτίθενται παραδοσιακά προϊόντα της περιοχής και τσακωνικές γεύσεις.

Η Φάμπρικα έχει μια μακρά και ιδιαίτερη ιστορία. Η ανέγερσή της ξεκίνησε το 1855 και τελείωσε το 1859, χάρη σε προσφορές των κατοίκων της πόλης. Τα πρώτα χρόνια λειτούργησε ως διδακτήριο του Δημοτικού Σχολείου, ενώ, στη συνέχεια, αποτέλεσε για κάποια χρόνια την έδρα του Δήμου Λιμναίων ως Δημαρχείο.

Το 1924 το κτήριο άλλαξε χρήση για μία ακόμη φορά και μετατράπηκε σε εργοστάσιο παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας από τον Απόστολο Κωστάκη. Μάλιστα, την επόμενη χρονιά το Λεωνίδιο τροφοδοτούνταν με ηλεκτρικό ρεύμα, αποτελώντας

⁵⁷ Οι πληροφορίες σχετικά με την ιστορία και τις δράσεις του σωματείου, προέρχονται από την συνέντευξη από την Γενική Γραμματέα του Σωματείου κα Ελένη Πουτσελά

μία από τις πολύ λίγες ελληνικές πόλεις που είχαν αυτό το προνόμιο. Το εργοστάσιο λειτουργούσε με μικρές γεννήτριες πετρελαίου ντίζελ που διοχέτευαν το ρεύμα στην περιοχή. Στο χώρο της «Ηλεκτρικής», όπως είχε ονομαστεί το εργοστάσιο, δημιουργήθηκαν επίσης αλευρόμυλος και ελαιοτριβείο και λειτουργούσαν με το παραγόμενο από το εργοστάσιο ηλεκτρικό ρεύμα.

Το εργοστάσιο πωλήθηκε λίγο πριν την εμπλοκή της Ελλάδας στο Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο και συνέχισε την παραγωγή ηλεκτρικού ρεύματος υπό νέα διεύθυνση. Όμως τον Οκτώβριο του 1948 και ενώ ο Εμφύλιος Πόλεμος στην Ελλάδα βρισκόταν σε εξέλιξη, η «Ηλεκτρική» ανατινάχθηκε στη διάρκεια συμπλοκής των αντάρτικων ομάδων του Δημοκρατικού Στρατού με τον Κυβερνητικό Στρατό και τη Χωροφυλακή.

Αφού έγιναν τα απαραίτητα έργα αποκατάστασης του κτηρίου, το εργοστάσιο συνέχισε τη λειτουργία του μέχρι το 1967. Τότε έκλεισε οριστικά, καθώς ήδη από το 1961 η ΔΕΗ είχε αναλάβει την ηλεκτροδότηση του Λεωνιδίου, και το κτήριο εγκαταλείφθηκε.

Το 1987 ο Δήμος Λεωνιδίου κατέθεσε αίτημα για τη μετατροπή του εργοστασιακού συγκροτήματος σε πνευματικό πολιτιστικό κέντρο, το οποίο και έγινε δεκτό. Από το 1989 μέχρι το 1995, η δημοτική αρχή προέβη σε ενέργειες για την εξασφάλιση οικονομικής ενίσχυσης από το κράτος αλλά και από ιδιωτικούς φορείς, προχωρώντας τα έργα για την αναπαλαίωση του κτηρίου.

Το 2012, η Αναπτυξιακή Πάρνωνα σε συνεργασία με το Δήμο Νότιας Κυνουρίας κατέθεσε πρόταση για χρηματοδότηση στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» στο πλαίσιο της κατηγορίας πράξης «Ενίσχυση των υποδομών αξιοποίησης του πολιτιστικού αποθέματος με στόχο τη δημιουργία πυρήνων τουριστικής ανάπτυξης περιφερειακής, διαπεριφερειακής και εθνικής σημασίας». Με την έγκριση της χρηματοδότησης έγιναν τα έργα για την επισκευή και αποκατάσταση των εγκαταστάσεων, οι μελέτες και η πραγματοποίηση της έκθεσης ερμηνείας, αγοράστηκε ο αναγκαίος εξοπλισμός, αναπτύχθηκαν διάφορα εκπαιδευτικά εργαλεία και υλοποιήθηκε μια σειρά από δράσεις προβολής του έργου.

Τα έργα ολοκληρώθηκαν το 2014 και έκτοτε η Φάμπρικα Πολιτισμού, όπως ονομάστηκε, λειτουργεί ως «Κέντρο Προβολής της Αγροτικής Ιστορίας και των Δρόμων της Θάλασσας στην Ανατολική Πελοπόννησο».

Πιο συγκεκριμένα, στη Φάμπρικα Πολιτισμού στεγάζεται η μόνιμη έκθεση ερμηνείας περιβάλλοντος, χωρισμένη σε τρεις ενότητες, η οποία προσεγγίζει θεματικά την ευρύτερη περιοχή με ολοκληρωμένο τρόπο, έχοντας επιλέξει μια δυναμική και διαδραστική προσέγγιση παρουσίασης των εκθεμάτων, και με στόχο:

- να αναδείξει και να προβάλει την αγροτική παραγωγή (πρωτογενής τομέας) και το εμπόριο που διεξάγεται μέσω θαλάσσης (τριτογενής τομέας) καθώς και να διαφωτίσει το πώς οι δύο τομείς σχετίζονται στην Ανατολική Πελοπόννησο,
- να παρουσιάσει τον τρόπο με τον οποίο η ευρύτερη περιοχή της Τσακωνιάς αναπτύχθηκε οικονομικά και κοινωνικά κατά τον 19ο και 20ό αιώνα,
- να αναδείξει τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει η πολιτιστική ταυτότητα της Τσακωνιάς και της Κυνουρίας,
- να ενισχύσει συνολικά και ουσιαστικά το τουριστικό προϊόν του Λεωνιδίου και της ευρύτερης περιοχής.⁵⁸

⁵⁸<https://www.fabbricaofculture.gr/>

Κεφάλαιο 4^ο - Ποιοτική Έρευνα

4.1 Ερευνητικός σκοπός & Ερευνητικά ερωτήματα

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να μελετηθούν οι δράσεις που υλοποιούνται στην περιοχή του Λεωνιδίου Αρκαδίας, και αποτελούν εκδηλώσεις – ορόσημα για την ευρύτερη περιοχή. Ειδικότερα, θα διερευνηθεί ο τρόπος που αναπτύσσονται δράσεις όπως το Φεστιβάλ Μελιτζάζζ, το Φεστιβάλ Αναρρίχησης, το Πάσχα στο Λεωνίδιο, και άλλες ενέργειες για την ανάδειξη της τοπικής κουλτούρας. Θα αναζητηθούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που ξεχωρίζουν και κάνουν το Λεωνίδιο ένα ελκυστικό μέρος για τους επισκέπτες ή/και τους κατοίκους του. Επιπλέον, θα μελετηθεί η συμβολή των εμπλεκόμενων φορέων στον προγραμματισμό και την υλοποίηση αυτών των δράσεων, η ύπαρξη στρατηγικού σχεδιασμού, η εξασφάλιση οικονομικών και ανθρώπινων πόρων, η συμβολή των κατοίκων της περιοχής, καθώς και τα πιθανά προβλήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν. Θα διερευνηθούν ακόμη, η απήχηση των δράσεων στους επισκέπτες αλλά κυρίως στους κατοίκους, το αν και κατά πόσο οι κάτοικοι έχουν συνδεθεί με τους στόχους αυτών των δράσεων, το πώς αντιλαμβάνονται οι εμπλεκόμενοι φορείς τον κοινωνικό οικονομικό αντίκτυπο αυτών των δράσεων, καθώς και το πώς επηρέασε η πανδημία COVID-19 την περιοχή. Τέλος, θα παρουσιαστούν οι προτάσεις σχετικά με την στρατηγική ανάπτυξη των επόμενων χρόνων, καθώς και τυχόν αδυναμίες στις υποδομές της περιοχής για τις ανάγκες που προκύπτουν από αυτές τις δράσεις.

4.2 Μεθοδολογία

4.2.1 Μεθοδολογικό πλαίσιο

Στη παρούσα έρευνα, επιλέχθηκε να χρησιμοποιηθεί η μελέτη περίπτωσης, η οποία ανήκει στην ποιοτική διερευνητική έρευνα, καθώς επιτρέπει την περιγραφή, ανάλυση, ερμηνεία και κατανόηση κοινωνικών φαινομένων, καταστάσεων και ομάδων. Η ποιοτική έρευνα, αποτελεί την πιο κατάλληλη μεθοδολογική προσέγγιση για την απεικόνιση και κατανόηση των προκλήσεων και των αναγκών της περιοχής, καθώς διευκολύνεται η διερεύνηση των εμπειριών και παράλληλα των αντιλήψεων των κοινωνικών υποκειμένων. (Ιωσηφίδης, 2003) Τα δεδομένα συγκεντρώθηκαν χρησιμοποιώντας έναν συνδυασμό συνεντεύξεων, επιτόπιας έρευνας και ανάλυσης

κειμένων. Εκτός των ευρημάτων που προέκυψαν από τις συνεντεύξεις, αξιοποιήθηκαν οι παρατηρήσεις που έγιναν κατά την επιτόπια έρευνα και πληροφορίες που αντλήθηκαν από την ανάλυση προωθητικού υλικού, ψηφιακών ιστοσελίδων και διοικητικών εγγράφων.

4.2.2 Το ερευνητικό εργαλείο

Για την υλοποίηση αυτής της ερευνητικής προσπάθειας επιλέχτηκε ως κύριο εργαλείο συλλογής των δεδομένων η ημιδομημένη συνέντευξη, η οποία αποτελείται από ερωτήσεις ανοικτού τύπου. Παρά το γεγονός ότι οι ημιδομημένες συνεντεύξεις βασίζονται σε προκαθορισμένες ερωτήσεις, επιλέχθηκαν κυρίως με το σκεπτικό ότι αφήνουν περιθώρια για μεγαλύτερο βαθμό ευελιξίας (Robson, 2010). Οι ερωτήσεις σχεδιάστηκαν με τρόπο που να μην περιορίζει τις απαντήσεις των συνεντευξιζόμενων, αλλά παράλληλα να τους δίνει τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν τις ερωτήσεις για την παρουσίαση των αντιλήψεων και των εμπειριών τους.

Στην παρούσα μελέτη περίπτωσης, οι συνεντεύξεις ήταν ημιδομημένες με προετοιμασμένες ερωτήσεις, που ενθάρρυναν τις συζητήσεις, αλλά επέτρεπαν επίσης την υποβολή περαιτέρω ερωτημάτων. Με τους τέσσερις από τους πέντε συμμετέχοντες πραγματοποιήθηκαν ξεχωριστές συνεντεύξεις, οι οποίες διεξήχθησαν δια ζώσης, σύμφωνα με την προτίμηση των συνεντευξιζόμενων, ώστε να αισθάνονται όσο το δυνατόν πιο άνετα. Κάθε συνέντευξη διήρκεσε από 10 έως 20 λεπτά, ηχογραφήθηκε και απομαγνητοφωνήθηκε. Με την μία συμμετέχουσα δεν κατέστη εφικτή η δια ζώσης συνάντηση. Κατόπιν τηλεφωνικής επικοινωνίας εστάλησαν μέσω email οι ερωτήσεις και οι απαντήσεις επεστράφησαν ηλεκτρονικά.

Οι συνεντεύξεις βασίστηκαν σε πέντε θεματικούς άξονες, βάσει των οποίων προέκυψαν και οι ερωτήσεις. Ο πρώτος άξονας εστιάζει στις δράσεις που υλοποιούνται ευρύτερα στο Λεωνίδιο, με στόχο να αναδειχθεί ποιες είναι αυτές που ξεχωρίζουν και γιατί. Στο δεύτερο μέρος των συνεντεύξεων επιχειρείται η περιγραφή οργάνωσης και υλοποίησης αυτών των δράσεων, και συγκεκριμένα πώς προέκυψαν, ποιος είναι ο ρόλος του δήμου και ποια η συμμετοχή των κατοίκων στην όλη προσπάθεια, καθώς και ποια είναι τα πιθανά προβλήματα που κλήθηκαν να αντιμετωπίσουν αυτά τα χρόνια. Μέσω του τρίτου άξονα, διερευνάται η οικονομική βιωσιμότητα των δράσεων, σε τι βαθμό οι πόροι προέρχονται από χορηγίες, καθώς επίσης, αν παρέχεται ανθρώπινο δυναμικό από τον Δήμο ή η διεκπεραίωση των

δράσεων υλοποιείται μόνο με την υποστήριξη εθελοντών. Στη συνέχεια, στον τέταρτο άξονα των συνεντεύξεων, οι ερωτήσεις εστιάζουν στον οικονομικό και κοινωνικό αντίκτυπο αυτών των δράσεων, ερευνάται το μέγεθος ανάπτυξης του τόπου σε οικονομικό επίπεδο, η καθιέρωσή του ως τουριστικός προορισμός, καθώς και οι επιπτώσεις της πρόσφατης υγειονομικής κρίσης με την πανδημία COVID-19. Επιπλέον, σε αυτό το σημείο εξετάζεται αν αντιλαμβάνονται οι κάτοικοι της περιοχής τον αντίκτυπο αυτών των δράσεων και αν η όλη ανάπτυξη έχει δημιουργήσει συναισθήματα σιγουριάς στους νέους για τον τόπο τους. Ο τελευταίος άξονας εστιάζει στα στοιχεία που διαμορφώνουν την ταυτότητα της περιοχής, κατά πόσο γίνεται αντιληπτό αυτό που την ξεχωρίζει και πώς επικοινωνείται το σύνολο των δράσεων. Ακόμη, η συζήτηση κατευθύνεται στην ύπαρξη στρατηγικού σχεδιασμού και την επάρκεια των υποδομών.

4.2.3 Είδος Δειγματοληψίας

Κατά τη διάρκεια της επιλογής των συμμετεχόντων στην έρευνα, επιχειρήθηκε το δείγμα να είναι όσο το δυνατόν πιο αντιπροσωπευτικό, προκειμένου να είναι αξιόπιστα τα αποτελέσματα της έρευνας. Επιλέχθηκε η ομοιογενής δειγματοληψία, συνεπώς οι συμμετέχοντες της έρευνας, κατοικούν όλοι στην περιοχή του Λεωνιδίου, εμπλέκονται στα κοινά και έχουν κοινές εμπειρίες. (Robson, 2010).

Ειδικότερα, το ερευνητικό δείγμα, αποτελείται, από τον κ. Μανώλη Δολιανίτη, πρόεδρο της κοινότητας Λεωνιδίου, τον κ. Δημήτρη Κολινιώτη, Προϊστάμενο Διεύθυνσης Πολιτικών Κοινωνικής Συνοχής της Αναπτυξιακής Εταιρείας Πάρωνα, τον κ. Θωδωρή Ευσταθίου, μέλος του Δημοτικού Συμβουλίου, τον κ. Γιώργο Λάτση, πρόεδρο του Εμπορικού – Επαγγελματικού και Βιοτεχνικού συλλόγου «Νέα Εποχή» και την κα. Ελένη Πουτσελά, Γενική Γραμματέα του «Αρχείου της Τσακωνιάς».

4.3 Παρουσίαση Ευρημάτων

Ο λόγος που επιλέχθηκε συγκεκριμένα το Λεωνίδιο ως αντικείμενο μελέτης περίπτωσης έγκειται στο ότι πρόκειται για μια περιοχή, που τα τελευταία χρόνια συγκεντρώνει αυξανόμενο ενδιαφέρον χάρη στις πολιτιστικές δράσεις που λαμβάνουν χώρα σε αυτό. Το Φεστιβάλ Μελιτζάzz, το Φεστιβάλ Αναρρίχησης, ο εορτασμός του Πάσχα και η πληθώρα άλλων εκδηλώσεων που διενεργούνται από το Αρχείο της Τσακωνιάς και τη Φάμπρικα Πολιτισμού έχουν όλα αφετηρία την

Τσακωνική παράδοση του τόπου. Όλες αυτές οι δράσεις συμβάλλουν στην ανάπτυξη της περιοχής μέσα από τη διαμόρφωση σύνθετων πολιτισμικών δικτύων αλληλόδρασης ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς, τους Έλληνες και ξένους επισκέπτες και τους κατοίκους της περιοχής. Η Τσακωνική πολιτισμική κληρονομιά, τα τοπικά προϊόντα, τα ιδιαίτερα φυσικά χαρακτηριστικά του τόπου συνταιριάζονται και αξιοποιούνται με μια υπερτοπική προοπτική, οδηγώντας σε ένα άνοιγμα το άλλοτε απομονωμένο λόγω των γεωγραφικών του χαρακτηριστικών Λεωνίδιο. Στο πλαίσιο των δράσεων που διενεργούνται, επιτυγχάνεται μια συζήτηση της τοπικής τσακωνικής παράδοσης με άλλες κουλτούρες, σύγχρονες και παλαιότερες, μια διαπολιτισμική σύμπραξη, που σημαδεύει από τη μια τους επισκέπτες, καθιστώντας το Λεωνίδιο δημοφιλή τουριστικό προορισμό, και από την άλλη τους κατοίκους του, που καλούνται να κεφαλαιοποιήσουν τον αντίκτυπο αυτών των δράσεων.

Παρακάτω ακολουθεί η παρουσίαση των ευρημάτων που προέκυψαν από τις συνεντεύξεις.

4.3.1 Οι δράσεις – Οργάνωση – Φορείς Υλοποίησης

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην περιοχή του Λεωνιδίου φαίνεται ότι ο εορτασμός του Πάσχα και το Φεστιβάλ Μελιτζάzz αποτελούν εκδηλώσεις ιδιαίτερης σημασίας για τους κατοίκους της περιοχής. Πιο συγκεκριμένα, όπως αναφέρει ο κ. Δολιανίτης, το Πάσχα έχει καθιερωθεί με το πέρασμα του χρόνου και έχει περάσει πια στο DNA των κατοίκων, ενώ ο κ. Κολινιώτης το περιγράφει ως κάτι μοναδικό, που ο κόσμος το περιμένει για να γιορτάσει ευλαβικά και να τηρήσει όλες τις παραδόσεις. Το χαρακτηρίζει μάλιστα ως τσακωνικό Πάσχα, το οποίο το καθιστά ιδιαίτερο και σχεδόν αδύνατο να αναπαραχθεί σε άλλες περιοχές, ακόμη και αν μιμηθούν τον εορτασμό του, όπως για παράδειγμα με το πέταγμα των αερόστατων. Όσον αφορά το Φεστιβάλ Μελιτζάzz, αναφέρουν πως παλαιότερα ο συνεταιρισμός σε συνεργασία με τον Δήμο και τους κατοίκους οργάνωνε το τελευταίο Σαββατοκύριακο του Αυγούστου τη Γιορτή Μελιτζάνας, αξιοποιώντας την τσακωνική μελιτζάνα που είναι το τοπικό προϊόν ΠΟΠ. Για κάποιο διάστημα το Μελιτζάzz και η Γιορτή Μελιτζάνας πραγματοποιούνταν παράλληλα, σταδιακά όμως η γιορτή ατόνησε και πλέον πραγματοποιείται μόνο το Φεστιβάλ. Ο κ. Δολιανίτης το χαρακτηρίζει μάλιστα ως ένα εξαιρετικό φεστιβάλ, πιο νεανικό, πιο πολυπολιτισμικό,

που μεταμορφώνει το Λεωνίδιο, καθώς στην περίοδο διεξαγωγής του, τα σοκάκια της πόλης γεμίζουν μουσική, χορό και γεύσεις.

Ακόμη, γίνεται αντιληπτό ότι και η ανάπτυξη του αναρριχητικού τουρισμού έχει γίνει αποδεκτή με ενθουσιασμό από τους κατοίκους, καθώς όπως αναφέρει ο κ. Δολιανίτης είναι μία ευλογία για τον τόπο με το πολυπολιτισμικό κοινό που έχει προσελκύσει και έχει βοηθήσει στην εξωστρέφεια της περιοχής. Τέλος, ιδιαίτερη αναφορά γίνεται και στην προσπάθεια του Αρχείου της Τσακωνιάς, που εδρεύει στο Λεωνίδιο, και της Τσακωνοπαρέας Τυρού, για τις δράσεις ανάδειξης των χαρακτηριστικών της Τσακωνιάς, όπως είναι τα μαθήματα για την εκμάθηση της τσακωνικής διαλέκτου, αλλά και άλλες δράσεις, όπως μαθήματα τσακωνικής υφαντικής και τσακωνικής αρχιτεκτονικής.

Ως προς την υλοποίηση των δράσεων, φαίνεται να υπάρχει συνεργασία μεταξύ του Δήμου Νότιας Κυνουρίας, της Περιφέρειας Πελοποννήσου, της Αναπτυξιακής Πάρνωνα, των συλλόγων, των επιχειρηματιών, των ξενοδόχων και των κατοίκων της περιοχής.

Στο πλαίσιο της μελέτης, διερευνήθηκε ο τρόπος που οργανώνονται οι δράσεις, ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι φορείς, καθώς και πώς αντλούνται οι οικονομικοί πόροι.

Όπως αναφέρει ο κ. Κολινιώτης, ο εορτασμός του Πάσχα διοργανώνεται από τον Δήμο, ενώ ο εμπορικός σύλλογος με τους εθελοντές του, βοηθούν στη διακόσμηση του χωριού.

Το Φεστιβάλ Μελιτζάzz ανατίθεται από τον Δήμο στην Αναπτυξιακή Πάρνωνα, και σύμφωνα με τα στοιχεία της τελευταίας διοργάνωσης, οι πηγές χρηματοδότησης ήταν τέσσερις. Η πρώτη ήταν η Κοινοφελής Επιχείρηση του Δήμου, η δεύτερη η Αναπτυξιακή Πάρνωνα μέσω του ευρωπαϊκού προγράμματος LEADER και της Αστικής Μη Κερδοσκοπικής Εταιρείας (ΑΜΚΕ) SMS που έχει ιδρύσει, ενώ υπήρξε ακόμη ενίσχυση από χορηγούς - ιδιώτες, τον εμπορικό σύλλογο, τους καταστηματάρχες και τους ξενοδόχους της περιοχής, και, τέλος, από την Περιφέρεια Πελοποννήσου. Επιπλέον, η ΑΜΚΕ είναι εγγεγραμμένη στο Μητρώο Πολιτισμού. Μέσω του καλλιτεχνικού σχεδιασμού που καταθέτει στο Υπουργείο Πολιτισμού και κατόπιν αξιολόγησης του υπουργείου, χρηματοδοτήθηκε για το Μελιτζάzz στον άξονα πολυθεματικά φεστιβάλ. Όπως διαπιστώθηκε, ο δήμος δε διαθέτει τη διοικητική επάρκεια, ούτε τις ειδικότητες που απαιτούνται για την διεκπεραίωση ενός

φεστιβάλ. Οι λόγοι που δεν μπορεί να αναλάβει ο Δήμος την αποκλειστική διοργάνωση του φεστιβάλ έχουν να κάνουν κυρίως με την υποστελέχωση που βιώνουν τα τελευταία χρόνια οι δήμοι, λόγω της οικονομικής κρίσης. Επιπλέον, οι εργαζόμενοι στις υπηρεσίες του Δήμου είναι συνήθως άνθρωποι μεγαλύτερης ηλικίας, χωρίς τις απαραίτητες γνώσεις, καθώς υπάρχει έλλειψη βασικών ειδικοτήτων, πόσο μάλλον ειδικοτήτων όπως ένας καλλιτεχνικός διευθυντής ή ένας ηχολήπτης, και που σαφώς δεν είναι εφικτό να αναλάβουν τον όγκο εργασιών και τις ανάγκες που απαιτεί ένα φεστιβάλ. Για παράδειγμα, η τελευταία διοργάνωση του 2022 αποτελούνταν από 75 συντελεστές. (Κολινιώτης)

Το Φεστιβάλ Αναρρίχησης ξεκίνησε περίπου πριν 10 χρόνια με έναν τυχαίο τρόπο, όπως αναφέρει ο κ. Δολιανίτης. Υπήρχε στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα LEADER μία πρόσκληση για τον εναλλακτικό τουρισμό και, ενώ όλοι οι δήμοι επέλεγαν τα μονοπάτια, ο Δήμος σε συνεργασία με την Αναπτυξιακή Πάρωνα επέλεξε να επενδύσει στην αναρρίχηση. Με τη συμβολή ανθρώπων έμπειρων στο χώρο της αναρρίχησης ξεκίνησε η σταδιακή διάνοιξη διαδρομών και φτάνοντας, όπως περιγράφει ο κ. Ευσταθίου, κοντά στις 1.000 προέκυψε η σκέψη, ότι όλη αυτή η προσπάθεια πρέπει να προωθηθεί. Έτσι δημιουργήθηκε το Φεστιβάλ Αναρρίχησης, το οποίο περιλαμβάνει και άλλες ποικίλες δράσεις που προσελκύουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών. Σήμερα, το αναρριχητικό πάρκο Λεωνιδίου, περιλαμβάνει 2.500 χιλιάδες διαδρομές για όλα τα γούστα, υπάρχουν από παιδικές μέχρι επαγγελματικές, ενώ έχουν επικεντρωθεί και σε διαδρομές, οι οποίες θα επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο, διαδρομές που είναι στη σκιά, έτσι ώστε να υπάρχει η δυνατότητα αναρρίχησης και κατά τους καλοκαιρινούς μήνες ή διαδρομές που να είναι πιο προστατευμένες από την βροχή. (Δολιανίτης)

Στο Φεστιβάλ Αναρρίχησης κύριος διοργανωτής είναι ο δήμος, ενώ έχει συσταθεί μία ομάδα εθελοντών επικεφαλής με έναν δημοτικό σύμβουλο. Παράλληλα με την ομάδα του δήμου, δραστηριοποιείται ανεξάρτητα ένας αναρριχητικός σύλλογος στην περιοχή, ο οποίος διαθέτει επαφές με αναρριχητές στο εξωτερικό και συμβάλλει στην προώθηση του φεστιβάλ. (Ευσταθίου)

Αναφορικά με την βιωσιμότητα του Φεστιβάλ Αναρρίχησης, οι οικονομικοί πόροι αντλούνται από τον Δήμο, από τοπικές χορηγίες και από την Περιφέρεια Πελοποννήσου, καθώς, όπως αναφέρει ο κ. Ευσταθίου, αναγνωρίζεται η δυναμική του Λεωνιδίου στον εναλλακτικό τουρισμό, συνεπώς η Περιφέρεια επενδύει σε αυτό.

Σύμφωνα με τον κ. Δολιανίτη, η αναρρίχηση έχει εξελιχθεί τόσο γρήγορα, επειδή δεν απαιτούνται κρατικές υποδομές.

Σχετικά με άλλες δράσεις ανάδειξης των χαρακτηριστικών της Τσακωνιάς, αναγνωρίζεται η προσπάθεια του Σωματείου “Αρχείο της Τσακωνιάς” από τους κκ Δολιανίτη και Κολινιώτη, για την εκμάθηση της τσακωνικής γλώσσας και υφαντικής στα μικρότερα παιδιά, στις επόμενες γενιές, όπως αναφέρουν, ενώ και οι δύο κάνουν λόγο για τη σημασία ένταξης της γλώσσας και άλλων στοιχείων της περιοχής στον Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO.

Το Αρχείο της Τσακωνιάς είναι ένα πνευματικό ίδρυμα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, γι’ αυτό και είναι πολύ σημαντικές οι επιχορηγήσεις από το Δήμο Νότιας Κυνουρίας, καθώς και από Συλλόγους ή και ιδιώτες. Για την υλοποίηση των δράσεών του συνεργάζεται με καταρτισμένο προσωπικό, όπως καθηγητές πανεπιστημίων, φιλόλογους, θεατρολόγους και εκπαιδευτικούς προσχολικής και δημοτικής εκπαίδευσης, με συγκεκριμένες ειδικεύσεις λόγω μεταπτυχιακών (Πουτσελά).

4.3.2 Στρατηγικός σχεδιασμός δράσεων

Σχετικά με τον στρατηγικό σχεδιασμό που οδήγησε στην ανάπτυξη αυτών των δράσεων, ο κ. Κολινιώτης αναφέρει την διοργάνωση μίας ημερίδας το 2015 από τον Δήμο Νότιας Κυνουρίας, με τη συμμετοχή πολιτών, επιχειρηματιών, ξενοδόχων, εκπροσώπων από τον ΕΟΤ και το Υπουργείο Τουρισμού, όπου συζητήθηκαν οι δυνατότητες και η στρατηγική που ήθελαν να ακολουθήσουν, και το κοινό που ήθελαν να προσελκύσουν

Τον Φεβρουάριο του 2020, πραγματοποιήθηκε μία ακόμη ημερίδα στην Αθήνα, εστιασμένη στον τουρισμό, με τη συμμετοχή ιδιοκτητών καταλυμάτων από την περιοχή της Κυνουρίας, ειδικών σε θέματα spa και διατροφής, δημοσιογράφων και tour operators.

Αναφέρει ακόμη το πρόγραμμα τουριστικής προβολής και την επίσημη τουριστική ιστοσελίδα, ExploreSouthKynouria, την προσπάθεια της αναπτυξιακής Πάρνωνα για την ένταξη της Ανατολικής Πελοποννήσου ως απόθεμα βιόσφαιρας στην UNESCO.

Αναφορικά με την στρατηγική για τα επόμενα χρόνια, ο κ. Κολινιώτης αναφέρει το πλαίσιο στο οποίο κινείται ο Δήμος: το απόθεμα βιόσφαιρας, εναλλακτικότητα, ήπιας

μορφής ανάπτυξη τουρισμού με μονοπάτια, δραστηριότητες αναρρίχησης, ποδηλασία, περιβάλλον, Τσακωνιά, αρχιτεκτονική, ενώ για τον ίδιο είναι σημαντικό να ενταχθεί περισσότερο το κομμάτι της γαστρονομίας και της δημιουργίας ταυτότητας και διάθεσης των τοπικών προϊόντων στην άμεση αγορά.

4.3.3 Η προώθηση των δράσεων

Η προώθηση και η διαφήμιση των δράσεων παρουσιάζεται ελλιπής. Γίνεται αναφορά στην απουσία ενός brand name, που να περιλαμβάνει συνολικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν την περιοχή, όπως το Πάσχα και το πέταγμα των αερόστατων, το ΠΟΠ προϊόν της περιοχής, η μελιτζάνα, και η αναρρίχηση (Δολιανίτης). Ένα άλλο στοιχείο που τίθεται για το brand name από τον κ. Κολινιώτη, είναι κατά πόσο η Τσακωνιά και τα χαρακτηριστικά της (γλώσσα, αρχιτεκτονική κλπ), μπορούν να λειτουργήσουν ως brand name.

Στην περίπτωση των Φεστιβάλ Αναρρίχησης και Μελιτζάzz έχουν δημιουργηθεί ξεχωριστά brand name, το Climb in Leonidio και το Melitzazz αντίστοιχα, όπου όλα τα προωθητικά υλικά δημιουργούνται βάσει αυτών.

Σχετικά με την παρουσία του Λεωνιδίου στα ψηφιακά μέσα, γίνεται αναφορά στην απουσία ενός δυνατού τουριστικού site, ενώ δεν υπάρχει συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις τουρισμού (Δολιανίτης).

Ο κ. Ευσταθίου, περιγράφοντας τον τρόπο προώθησης του Φεστιβάλ Αναρρίχησης, αναφέρει ως κύριο εργαλείο τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Ειδικότερα, προσκαλούν διάσημους αναρριχητές παγκόσμιου βεληνεκούς, να προωθήσουν στους δικούς τους λογαριασμούς το φεστιβάλ, με αποτέλεσμα να προσελκύουν κοινό πολλών και διαφορετικών χωρών.

4.3.4 Συμμετοχή/ανταπόκριση κατοίκων

Η συμμετοχή των κατοίκων είναι ζωτικής σημασίας για την ύπαρξη των δράσεων, όπως τονίζεται. Φέρνοντας ως παράδειγμα τη Γιορτή Μελιτζάνας, ο κ. Δολιανίτης, αναφέρει, ότι όταν μειώθηκε το ενδιαφέρον των εμπλεκόμενων φορέων, η γιορτή σταμάτησε. Αντιθέτως, στο Φεστιβάλ Μελιτζάzz, είναι ένα γεγονός, που πρώτα το βιώνουν οι ίδιοι οι κάτοικοι, περνούν οι ίδιοι καλά και κατ' επέκταση και οι επισκέπτες. Παράλληλα, και ο κ. Κολινιώτης ως υπεύθυνος διεξαγωγής του Μελιτζάzz, αναφέρει ότι η αυθεντικότητά του και η συμμετοχή των ντόπιων είναι

αυτά που το καθιστούν επιτυχημένο. Ένα άλλο σημείο αναφορικά με την σύνδεση των κατοίκων με αυτές τις δράσεις είναι ότι εντοπίζονται αλλαγές στην συμπεριφορά τους. Όπως περιγράφει ο κ. Δολιανίτης, αρχικά οι κάτοικοι της περιοχής ήταν κλειστοί, όμως η όλη αυτή ζύμωση, έχει κάνει τους πάντες πολύ εξωστρεφείς, και τους μεγαλύτερους που ήταν πιο διστακτικοί, αλλά κυρίως τα νέα παιδιά. Ο κ. Ευσταθίου αναφέρει ότι στην αρχή ο κόσμος ήταν επιφυλακτικός, ωστόσο πλέον αυτό έχει αλλάξει, καθώς αντιλήφθηκαν ότι μέσω της αναρρίχησης και του Φεστιβάλ επωφελούνται. Ο κ. Λάτσης επισημαίνει, ότι πάντα υπάρχει προθυμία από την πλευρά των κατοίκων να βοηθήσουν εθελοντικά, και ότι η συνεργασία με την εκάστοτε δημοτική αρχή είναι αυτή που έχει επιφέρει το αποτέλεσμα, εννοώντας τον ρόλο της συμβολής των κατοίκων.

Η κα Πουτσελά, αναφέρει ότι οι δράσεις του Αρχείου της Τσακωνιάς γίνονται ευρέως αποδεκτές από την τοπική κοινωνία και πως θεωρείται σημαντικό που το Αρχοντικό Τσούχλου, χώρος λειτουργίας του ιδρύματος, είναι ανοιχτό όλο το χρόνο.

4.3.5 Ανάπτυξη της περιοχής

Στο πλαίσιο της έρευνας, διερευνήθηκε κατά πόσο έχει επωφεληθεί αναπτυξιακά η περιοχή το διάστημα που διοργανώνονται αυτές οι δράσεις στο Λεωνίδιο. Ξεκινώντας από τον τουριστικό κλάδο και τα καταλύματα, σύμφωνα με τον κ. Δολιανίτη, εκτιμάται ότι στην πλατφόρμα AirBnB περιλαμβάνονται πάνω από 250 δωμάτια, στα οποία κατά την περίοδο των φεστιβάλ και του Πάσχα υπάρχει μεγάλο ποσοστό πληρότητας. Η ανάγκη που δημιουργήθηκε για την κατασκευή ή ανακαίνιση των καταλυμάτων ενόησε σημαντικά και άλλους κλάδους, όπως τους οικοδόμους, τους μεταφορείς υλικών κλπ, και είχε ως αποτέλεσμα την κίνηση της αγοράς παρά την οικονομική κρίση. Επιπλέον, όπως αναφέρει ο κ. Κολινιώτης, τα τελευταία χρόνια έχουν ανοίξει επτά ή οκτώ επιχειρήσεις εστίασης στην περιοχή, οι οποίες δημιουργούν νέες θέσεις απασχόλησης.

Η ανάπτυξη των υποδομών της περιοχής επιτάσσει και την ανάγκη βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών, μιας και, όπως αναφέρεται, το κομμάτι της διαχείρισης του τουρισμού είναι κάτι καινούργιο για την περιοχή. (Λάτσης)

Επιπλέον, από τον κ. Κολινιώτη και τον κ. Δολιανίτη επισημαίνεται ότι η ανάπτυξη που έχει επέλθει, δεν πρέπει να βασιστεί μόνο στο κομμάτι του τουρισμού, πρέπει να αξιοποιηθούν και τα αγροτικά προϊόντα.

Η ευρύτερη περιοχή φαίνεται να μην έχει μείνει ανεπηρέαστη, φέρνοντας ως παράδειγμα ένα ορεινό χωριό, τον Κοσμά, το οποίο έχει ενισχυθεί ιδιαίτερα λόγω της αναρρίχησης και των δύσκολων πεδίων που υπάρχουν κοντά του. Όπως αναφέρεται, πρόκειται για ένα χωριό που παλαιότερα είχε επισκέπτες μόνο κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Πλέον, αυτό έχει αλλάξει και ο Κοσμάς αποτελεί ένα από τα πιο πολυσύχναστα χωριά της περιοχής, ενώ σταδιακά αναπτύσσονται και άλλα χωριά της ευρύτερης περιοχής, όπως ο Τυρός, τα Πούλιθρα, η Σαμπατική.

Η δραστηριότητα της αναρρίχησης φαίνεται να ενισχύει ακόμη περισσότερο την τοπική οικονομία, καθώς προσελκύει επισκέπτες από χώρες της Ευρώπης, οι οποίοι διαμένουν στην περιοχή κατά μέσο όρο επτά με οκτώ μέρες, αλλά και επισκέπτες από άλλες Ηπείρους, των οποίων η διαμονή μπορεί να φτάσει και τις είκοσι μέρες. Σε αυτό το διάστημα, εκτός από το Λεωνίδιο επωφελούνται και άλλες περιοχές που μπορούν να επισκεφτούν οι αναρριχητές.

Διερευνήθηκε ακόμη, αν υπάρχει η τάση να επιστρέφουν οι νέοι στον τόπο τους. Όπως υποστηρίζει η πλειοψηφία, πράγματι οι νέοι φαίνεται να επιστρέφουν και να δραστηριοποιούνται κυρίως στον τουριστικό κλάδο. Ωστόσο, όπως επισημαίνει ο κ. Ευσταθίου, αυτός ο αριθμός δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλος, καθώς δεν υπάρχει οικονομική επάρκεια και απαιτείται υποστήριξη από τρίτους για μία νέα επένδυση. Η δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας, φαίνεται επίσης ότι μπορεί να επηρεάζει την επιλογή των νέων ως τόπο κατοικίας το Λεωνίδιο. Σύμφωνα με τον κ. Κολινιώτη, οι ψηφιακοί νομάδες είναι αυτοί που μπορούν να το επιλέξουν, εφόσον έχουν μία σίγουρη θέση εργασίας.

4.3.6 COVID-19: οι επιπτώσεις στην περιοχή

Στο πλαίσιο της έρευνας, συζητήθηκε το πώς επηρεάστηκε η περιοχή από την πανδημία COVID-19 και την απουσία αυτών των μεγάλων εκδηλώσεων από την περιοχή. Όλοι οι συνεντευξιαζόμενοι συμφώνησαν ότι, ως μία επαρχιακή πόλη, παρόλο που δεν ανέπτυξαν δράσεις, το βίωσαν πιο ομαλά, ενώ υπήρχε κόσμος που, παρά τους περιορισμούς, επισκέφθηκε το Λεωνίδιο, κυρίως λόγω της αναρρίχησης.

Επιπλέον, όπως περιγράφει ο κ. Κολινιώτης, τον Φεβρουάριο του 2020, λίγο πριν το πρώτο lockdown, πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα μία ημερίδα με τη συμμετοχή δημοσιογράφων που ασχολούνται με τον τουρισμό, tour operators, ειδικών σε spa και διατροφή, και συμμετείχαν 40 άτομα ιδιοκτήτες καταλυμάτων από το Λεωνίδιο. Η εμπειρία ήταν σημαντική και, παρόλο που η αγορά έκλεισε, τους δόθηκε ο χρόνος να γίνουν καλύτεροι, ενώ οι συνεργασίες που προέκυψαν εξακολουθούν να αποδίδουν.

4.3.7 Προβλήματα στην ανάπτυξη δράσεων

Οι δυσκολίες για την ανάπτυξη της περιοχής εντοπίζονται στη γραφειοκρατία, που έχει οδηγήσει στην καθυστέρηση μεγάλων έργων, όπως είναι η αποκατάσταση των ζημιών στο λιμάνι της Πλάκας, η λειτουργία του καταδυτικού πάρκου στον Τυρό, παρά την ύπαρξη της απαιτούμενης άδειας, η αποκατάσταση του οδικού δικτύου.

Άλλες δυσκολίες εντοπίζονται στην απουσία των απαραίτητων γνώσεων για την υλοποίηση, την ανάπτυξη ή τη συντήρηση ενός έργου, και η καχυποψία και η επιφυλακτικότητα του κόσμου, τουλάχιστον στην αρχή.

4.3.8 Υποδομές - προβλήματα - προτάσεις βελτίωσης

Σχετικά με τις υποδομές της περιοχής, όπως περιγράφει ο κ. Κολινιώτης, η φέρουσα ικανότητα έχει φτάσει στα όριά της, ενώ ο κ. Δολιανίτης αναφέρει ότι έχει τύχει στο παρελθόν να συμπέσει το Πάσχα των Καθολικών με το Πάσχα των Ορθοδόξων και με δεδομένο πως έπρεπε να εξυπηρετηθούν και οι αναρριχητές, οι επαγγελματίες της περιοχής δεν μπορούσαν να ανταποκριθούν.

Αναφέρθηκε επίσης το πρόβλημα της μετακίνησης και της μη πεζοδρόμησης της πόλης. Όπως αναφέρει ο κ. Δολιανίτης, η ύπαρξη τοπικής συγκοινωνίας πρωινές και απογευματινές ώρες σε συγκεκριμένες διαδρομές, που γνωρίζουν ότι πηγαίνουν οι αναρριχητές, θα έλυνε το πρόβλημα της κίνησης, που δημιουργείται στους στενούς δρόμους της πόλης, ενώ παράλληλα θα μειωνόταν και το περιβαλλοντικό αποτύπωμα.

Σχετικά με την αδύναμη προώθηση των δράσεων, ο κ. Δολιανίτης ανέφερε την ανάγκη για ύπαρξη μίας πιο σύγχρονης, ψηφιακής προσέγγισης. Ανέφερε επίσης την ιδέα ανάπτυξης μίας ψηφιακής εφαρμογής για τους επισκέπτες, όπου θα μπορούσαν

να συγκεντρώνονται όλες οι πληροφορίες για εκδηλώσεις, δραστηριότητες, σημεία ενδιαφέροντος και πληροφορίες για την πόλη.

4.4 Αξιολόγηση ισχύουσας κατάστασης – Εφαρμογή S.W.O.T. ανάλυσης

Στο πλαίσιο της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στην περιοχή του Λεωνιδίου, μίας πόλης που συγκεντρώνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον λόγω των χαρακτηριστικών της στοιχείων που έχουν σαν υπόβαθρο την τοπική πολιτισμική παρακαταθήκη και το φυσικό περιβάλλον, στοιχεία που την ξεχωρίζουν και δημιουργούν την τοπική της ταυτότητα, παρουσιάζονται παρακάτω τα δυνατά και τα αδύναμα σημεία που προέκυψαν από τις συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν, καθώς και οι ευκαιρίες και οι απειλές για την ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής αλλά και ειδικότερα με την ανάπτυξη των πιο στοχευμένων δράσεων όπως τα φεστιβάλ. Μέσω της εφαρμογής του εργαλείου της ανάλυσης S.W.O.T.⁵⁹ επιχειρείται η αξιολόγηση της ισχύουσας κατάστασης, όπως προκύπτει από τις συνεντεύξεις.

Η ανάλυση S.W.O.T. είναι σημαντικό εργαλείο του στρατηγικού σχεδιασμού, καθώς χάρη σε αυτή τα στελέχη που καταρτίζουν στρατηγικά πλάνα έχουν τη δυνατότητα να καταλάβουν τον ανταγωνισμό, να δουν ποιες ευκαιρίες και προοπτικές υπάρχουν για την επιχείρηση ή τον οργανισμό τους, να χρησιμοποιήσουν υπέρ τους τα πλεονεκτήματα που τυχόν έχουν στη διάθεσή τους και να εντοπίσουν και να επιλύσουν πιθανά προβλήματα ή απειλές. Η μέθοδος SWOT εξετάζει και αναλύει από τη μια το εσωτερικό περιβάλλον της περιοχής ψάχνοντας για τα δυνατά και τα αδύναμα σημεία του, και από την άλλη το εξωτερικό περιβάλλον βρίσκοντας πιθανές ευκαιρίες και απειλές. Η ύπαρξη ενός στρατηγικού σχεδιασμού είναι καθοριστική για το καλύτερο δυνατόν μέλλον μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Είναι ο στρατηγικός σχεδιασμός που εντοπίζει και καθορίζει τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν και τις αλλαγές που πρέπει να γίνουν για να εξασφαλιστεί ένα υγιές μέλλον. (Σιώμκος,2004)

⁵⁹Κατά την ανάλυση SWOT μελετώνται τα δυνατά (Strengths) και αδύνατα (Weaknesses) σημεία μίας επιχείρησης, οργανισμού ή και περιοχής, καθώς και οι ευκαιρίες (Opportunities) και οι απειλές (Threats) που υπάρχουν

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΜΑ ΣΗΜΕΙΑ
<ul style="list-style-type: none"> • Πλούσια πολιτιστική κληρονομιά (Τσακωνιά) • Εξαιρετικής ομορφιάς φυσικό περιβάλλον – φυσικοί πόροι • Ήπιο κλίμα • Τοπικό προϊόν ΠΟΠ • Πολυετής εμπειρία στη διοργάνωση εορτών, φεστιβάλ (Πάσχα, Μελιτζάzz) - Hallmarkevents • Προσωπικό ενδιαφέρον συγκεκριμένου κοινού για ανάπτυξη δράσεων (αναρριχητές) • Μεγάλη επισκεψιμότητα/προσέλκυση τουριστών από όλο τον κόσμο • Αξιόλογοι χώροι υλοποίησης δράσεων (Φάμπρικα πολιτισμού, Πυργόσπιτα) • Λειτουργία σωματείου για την ανάδειξη της τσακωνικής κουλτούρας • Πολυπολιτισμικές & νεανικές δράσεις – στόχος ανάδειξης τοπικής κουλτούρας • Διάθεση νέων ανθρώπων για συμμετοχή σε δράσεις - εθελοντική συμμετοχή πολιτών • Συνεργασία δήμου πολιτών • Εξωστρέφεια κατοίκων / φιλόξενη κουλτούρα 	<ul style="list-style-type: none"> • Κυκλοφοριακό – πεζοδρόμηση – τοπική συγκοινωνία • Οδικό Δίκτυο • Διαχειριστική επάρκεια Δήμου • Υλοποίηση δράσεων από διαφορετικούς φορείς • Ανθρώπινο δυναμικό • Απουσία brand name • Ελλιπής digital προώθηση – αδύναμο website • Περιορισμένη συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις τουρισμού • Γαστρονομία • Αξιοποίηση τοπικών προϊόντων

<ul style="list-style-type: none"> • Στρατηγικός σχεδιασμός δράσεων • Αξιοποίηση ευρωπαϊκών χρηματοδοτήσεων • Άντληση οικονομικών πόρων από ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς 	
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
<ul style="list-style-type: none"> • Αξιοποίηση πολιτιστικής κληρονομιάς – ένταξη στην UNESCO • Διαρκώς αναπτυσσόμενη τουριστική ανάπτυξη στην ευρύτερη περιοχή του Δήμου • Αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων (επεξεργασία, τυποποίηση) – διάθεση προϊόντων στην εσωτερική αγορά • Εξ αποστάσεως εργασία – μεγαλύτερος χρόνος παραμονής • Δημιουργία καταδυτικού πάρκου στον Τυρό • Επέκταση τουριστικής περιόδου • Ενδιαφέρον για εναλλακτικό τουρισμό 	<ul style="list-style-type: none"> • Οικονομική κρίση • Γραφειοκρατία • Υποστελέχωση δήμων • Φέρουσα ικανότητα • Απουσία ομάδας διαχείρισης • Έλλειψη επιχειρηματικών ευκαιριών και δυσκολία προσέλκυσης νέων

4.4.1 Δυνατά και Αδύναμα σημεία

Στα δυνατά σημεία της περιοχής του Λεωνιδίου εντοπίζονται η πολιτιστική παράδοση και ειδικότερα η Τσακωνιά και τα στοιχεία της, όπως η τσακόνικη γλώσσα, η υφαντική, η αρχιτεκτονική με τα εντυπωσιακά αρχοντικά-πυργόσπιτα, αλλά και το φυσικό της περιβάλλον που είναι πλούσιο από μοναδικά μονοπάτια για πεζοπορία και αναρριχητικά πεδία. Ακόμη ένα σημαντικό στοιχείο της περιοχής είναι η κατοχύρωση της τσακόνικης μελιτζάνας ως προϊόν ΠΟΠ. Τα παραπάνω στοιχεία δίνουν μία δυναμική στην περιοχή και της επιτρέπουν να ξεχωρίσει, γεγονός που αποδεικνύεται από την ενεργοποίηση του Δήμου και της τοπικής κοινωνίας και την ανάπτυξη επιτυχημένων δράσεων.

Πιο συγκεκριμένα, μεταξύ των δυνατών στοιχείων του Λεωνιδίου είναι ο εορτασμός του Πάσχα και η διατήρηση του εθίμου του πετάγματος των αερόστατων (από το 1900), το οποίο έχει προσελκύσει χιλιάδες και σταθερούς επισκέπτες. Σημαντική, επίσης, είναι η αξιοποίηση του τοπικού προϊόντος, που αποτέλεσε το έναυσμα για τη διοργάνωση του Φεστιβάλ Μελιτζάzz, που, όπως αποδεικνύει η πολυετής παρουσία του και το ενδιαφέρον συμμετοχής του κοινού, αποτελεί εκδήλωση ορόσημο για την περιοχή. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, το φυσικό τοπίο της περιοχής, είναι ιδιαίτερα ευνοϊκό για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων στη φύση που οδήγησε και στη δημιουργία του Φεστιβάλ Αναρρίχησης. Το προσωπικό ενδιαφέρον συγκεκριμένης ομάδας επισκεπτών για την αναρρίχηση αποτελεί ένα σημαντικό σημείο για την περαιτέρω ανάπτυξη της δραστηριότητας. Επιπλέον, όπως προκύπτει από τις συνεντεύξεις, μεταξύ των δυνατών στοιχείων της πόλης του Λεωνιδίου, είναι η αξιοποίηση της Φάμπρικας Πολιτισμού και των πυργόσπιτών του, που λειτουργούν ενισχυτικά στην υλοποίηση των δράσεων ενώ προσελκύουν ακόμη περισσότερο το ενδιαφέρον του κοινού ως μουσειακοί/εκθεσιακοί χώροι. Αδιαμφισβήτητα, η ύπαρξη του σωματείου «Αρχείο της Τσακωνιάς», αλλά και άλλων ομάδων ανάδειξης της τοπικής κουλτούρας είναι ένα δυνατό σημείο για την διάσωση της τοπικής ιστορίας και της μετάδοσής της στις επόμενες γενιές και στους επισκέπτες.

Συζητώντας πιο στοχευμένα για το πρόγραμμα των εκδηλώσεων που περιλαμβάνονται στα φεστιβάλ, δυνατά σημεία είναι η πολυπολιτισμικότητα των δράσεων, ο νεανικός τους προσανατολισμός αλλά κυρίως η επιτυχής τους διασύνδεση

με τα στοιχεία της Γσακωνιάς. Στα δυνατά σημεία για την ανάπτυξη αυτών των δράσεων είναι η διάθεση νέων ανθρώπων να συμμετέχουν ενεργά στην υλοποίησή τους αλλά και η γενικότερη θέληση των κατοίκων να συμβάλλουν εθελοντικά και η καλή συνεργασία που υπάρχει μεταξύ του Δήμου και των κατοίκων. Ένα σχετικά νέο χαρακτηριστικό των κατοίκων της περιοχής, που είναι απόρροια των πολυπολιτισμικών δράσεων που αναφέρθηκαν νωρίτερα, είναι η εξωστρέφεια ως χαρακτηριστικό των κατοίκων και ο φιλόξενος τρόπος που υποδέχονται τους επισκέπτες. Η αναγνώριση των δυνατοτήτων της περιοχής και η ενεργοποίηση του Δήμου, της Περιφέρειας και άλλων τοπικών φορέων σε συνδυασμό με την προσπάθεια στρατηγικού σχεδιασμού των δράσεων, με την διοργάνωση ημερίδων και τη συμμετοχή όλων των stakeholders είναι ένα ακόμη δυνατό στοιχείο.

Τέλος, ως προς την οικονομική βιωσιμότητα των φεστιβάλ και της περαιτέρω ανάπτυξης της περιοχής, είναι σημαντική η αξιοποίηση των ευρωπαϊκών προγραμμάτων, η εξασφάλιση υποστήριξης από ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς, αλλά και η αναγνώριση από την Περιφέρεια, ότι η Νότια Κυνουρία συγκεντρώνει τουριστικό ενδιαφέρον και μπορεί να συμβάλει καθοριστικά στην ανάπτυξη της Πελοποννήσου.

Μεταξύ των αδύναμων στοιχείων της περιοχής είναι το πεπαλαιωμένο οδικό δίκτυο, το οποίο χρήζει άμεσης βελτίωσης. Ένα ακόμη πρόβλημα εντοπίζεται στις μετακινήσεις στο εσωτερικό της πόλης του Λεωνιδίου, η απουσία πεζοδρόμησης, η κίνηση που δημιουργείται στα στενά σοκάκια, ενώ δεν υπάρχει πρόβλεψη για τη δημιουργία τοπικής συγκοινωνίας, για παράδειγμα προς τα πεδία που μετακινούνται οι αναρριχητές και ειδικά τις ώρες αιχμής. Μεταξύ των αδύναμων σημείων είναι, επιπλέον, η έλλειψη καταρτισμένου προσωπικού για τη διοργάνωση και τον συντονισμό των δράσεων, ενώ ο Δήμος δε διαθέτει την επάρκεια για να αντεπεξέλθει σε τέτοιου είδους δράσεις, γεγονός που οδηγεί στην εμπλοκή διαφορετικών φορέων στα φεστιβάλ. Ένα αδύναμο στοιχείο που αναδείχθηκε από την έρευνα είναι η απουσία ενός ενιαίου brandname, που να αντιστοιχεί και να αναδεικνύει τα στοιχεία της περιοχής. Μέχρι τώρα το Φεστιβάλ Αναρρίχησης και το Μελιτζάzz διαθέτουν τα δικά τους ξεχωριστά brandnames. Επιπλέον, από τις συνεντεύξεις προκύπτει ότι είναι ιδιαίτερα αδύναμη η προώθηση των δράσεων στο ευρύτερο κοινό. Πιο συγκεκριμένα, η ψηφιακή προώθηση εμφανίζεται αδύναμη, χωρίς ένα τουριστικό website, που να

ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις, ενώ και η συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις είναι μη επαρκής.

4.4.2 Ευκαιρίες και Απειλές

Διερευνώντας τις ευκαιρίες του εξωτερικού περιβάλλοντος, προκύπτει πως είναι σημαντική η ένταξη της περιοχής ως απόθεμα βιόσφαιρας της UNESCO, ενώ πολύτιμη θα είναι και η ένταξη στοιχείων της περιοχής του Λεωνιδίου στον Κατάλογο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO. Με αυτό τον τρόπο, θα αναδειχθεί το κύρος της περιοχής, θα παρουσιαστεί σε ένα χάρτη παγκόσμιας δράσης, θα προωθηθεί ο τόπος και θα προσελκυστεί το ενδιαφέρον περισσότερων επισκεπτών για το μέρος.

Όσον αφορά τον στρατηγικό σχεδιασμό και το προτιμώμενο πλάνο ανάπτυξης, προκύπτει πως επιλέγεται η εναλλακτικότητα και η ήπιας μορφής τουριστική ανάπτυξη. Πράγματι, φαίνεται πως η περιοχή είναι ιδανική για την προσέλκυση ανθρώπων που αναζητούν εναλλακτικούς προορισμούς. Άλλωστε, τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια ανερχόμενη τάση επιλογής εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ο ομαλά αυξανόμενος ρυθμός προσέλκυσης τουριστών οδηγεί στην ομαλή τουριστική ανάπτυξη της ευρύτερη περιοχής του Δήμου και το άνοιγμα νέων επιχειρήσεων και καταλυμάτων και, κατ' επέκταση, στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Η έγκριση της άδειας κατασκευής καταδυτικού πάρκου στον Τυρό, του δεύτερου μεγαλύτερου Δημοτικού Διαμερίσματος του Δήμου Νότιας Κυνουρίας μετά το Λεωνίδιο, αποτελεί μια ακόμα ευκαιρία ανάπτυξης της περιοχής συνολικά. Άλλωστε η κατάδυση είναι μια ακόμα εναλλακτική δραστηριότητα με προοπτικές εξέλιξης στον Ελλαδικό χώρο. Μία ακόμη ευκαιρία είναι οι νέοι κοινωνικοοικονομικοί όροι και η δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας. Οι λεγόμενοι ψηφιακοί νομάδες μπορούν να οδηγήσουν στην αύξηση του μόνιμου πληθυσμού. Η συστηματική και οργανωμένη αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων (όπως μανταρίνια, πορτοκάλια, ντομάτες, μαρούλια,) με επεξεργασία, τυποποίηση, προώθηση και διάθεσή τους στην εσωτερική αγορά αποτελεί μια ακόμα ευκαιρία για τη δημιουργία επιχειρήσεων, νέων θέσεων εργασίας και οικονομική ανάπτυξη και αειφορία της περιοχής. Τέλος, η δυνατότητα υλοποίησης δράσεων καθ' όλη τη διάρκεια του έτους είναι μία ευκαιρία για επέκταση της τουριστικής περιόδου.

Όσον αφορά τις απειλές του εξωτερικού περιβάλλοντος, από την έρευνα προκύπτει ότι η μακρόχρονη οικονομική κρίση, και οι επιπτώσεις της στην τοπική αυτοδιοίκηση, με την υποστελέχωση των δήμων, την απουσία καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού, που να διαθέτει τη διαχειριστική επάρκεια δράσεων, όπως για παράδειγμα φεστιβάλ, αποτελούν απειλή για τη βιωσιμότητά τους. Ακόμη, σύμφωνα με τους συμμετέχοντες στις συνεντεύξεις, η φέρουσα ικανότητα έχει φτάσει στα όριά της, συνεπώς απειλείται η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών προς τους επισκέπτες. Ένα ακόμη ζήτημα που αναδεικνύεται είναι οι δυσκίνητες κρατικές διεργασίες και η γραφειοκρατία, που εμποδίζουν την περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής. Για παράδειγμα, γίνονται αναφορές στην αποκατάσταση του οδικού δικτύου, στην αποκατάσταση των ζημιών στο λιμάνι της Πλάκας, αλλά και στην έναρξη εργασιών για τη δημιουργία καταδυτικού πάρκου στο Δήμο. Τέλος, μία ακόμη απειλή είναι η έλλειψη κινήτρων για νέους και η οικονομική υποστήριξη για να επιχειρήσουν στην περιοχή, που μπορεί να οδηγήσει σταδιακά στην εγκατάλειψή της.

Κεφάλαιο 5^ο – Συμπεράσματα και προτάσεις

5.1 Συμπεράσματα

Στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας διερευνήθηκε κατά πόσο οι δράσεις και η στρατηγική που αναπτύσσεται στο Λεωνίδιο Αρκαδίας, συνδέονται με την έννοια του Place Branding. Κατόπιν διεξαγωγής της έρευνας και ανάλυσης των ευρημάτων της, ακολουθεί η παράθεση ορισμένων συμπερασμάτων αναφορικά με την προσπάθεια που διενεργείται στην περιοχή.

Το Λεωνίδιο έχει ένα πλούσιο ιστορικά παρελθόν, μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά και ιδιαίτερο φυσικό κάλλος, ενώ, κυρίως λόγω των φεστιβάλ και του εορτασμού του Πάσχα, γίνεται σημείο αναφοράς για τα πολιτιστικά δρώμενα της Νότιας Κυνουρίας. Ειδικότερα, φαίνεται τα ενδιαφερόμενα μέρη, Δήμος, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρωνα, επιχειρηματίες και κυρίως οι κάτοικοι να έχουν αναγνωρίσει τον φυσικό και ιστορικό πλούτο της περιοχής τους και να επενδύουν σε αυτά. Θετικό είναι, ότι αυτή η προσπάθεια προσανατολίζεται στη λογική της

αιεφόρου ανάπτυξης και πραγματοποιείται με σεβασμό προς τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες της περιοχής. Όπως προκύπτει από την έρευνα αλλά και από το πρόγραμμα τουριστικής προβολής του Δήμου, η φιλοσοφία τους είναι η προώθηση μιας εναλλακτικής και ήπιας μορφής τουριστικής ανάπτυξης.

Μέσω της έρευνας, αναδείχθηκε πως γίνεται μια προσπάθεια του Δήμου και της Περιφέρειας στην κατεύθυνση του στρατηγικού σχεδιασμού των δράσεων, με τη διοργάνωση ημερίδων, ενώ, λαμβάνοντας υπόψη τον προϋπολογισμό που αποφασίστηκε στο υπ' αριθμό 7/13-5-2022 Πρακτικό της Συνεδρίασης του Δημοτικού Συμβουλίου Νότιας Κυνουρίας⁶⁰ γίνεται αντιληπτή η αναγνώριση της σημασίας προώθησης και ανάπτυξης ποικίλων δράσεων. Δράσεων που στοχεύουν αφενός στην ανάπτυξη θετικών συναισθημάτων στους κατοίκους της περιοχής με την ευκαιρία εποχικών εκδηλώσεων, όπως για παράδειγμα στην περίοδο των Χριστουγέννων, και αφετέρου εστιάζουν στην ανάδειξη της τοπικής κουλτούρας και των τοπικών προϊόντων στο ευρύ κοινό, κυρίως μέσω των φεστιβάλ και του εορτασμού του Πάσχα. Επιπλέον, διαφαίνεται η συντονισμένη προσπάθεια του Δήμου σε συνεργασία με την Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρωνα για εξασφάλιση οικονομικών πόρων μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων, από την Περιφέρεια Πελοποννήσου αλλά και από χορηγίες ιδιωτών, που αποδεικνύουν την αναγνώριση της δυναμικής της περιοχής.

Συμπεραίνουμε ακόμη πόσο σημαντική είναι η ύπαρξη του Αρχείου της Τσακωνιάς, ενός σωματείου που στοχεύει στην ανάδειξη της τοπικής κουλτούρας και τη διάσωσή της για τις επόμενες γενιές, του οποίου οι δράσεις είναι ενδιαφέρουσες και προσελκύουν την προσοχή κατοίκων, επισκεπτών και μελών της επιστημονικής κοινότητας.

Ένα ενδιαφέρον εύρημα για την περίπτωση του Λεωνιδίου, είναι το πώς η διοργάνωση μίας γιορτής των ντόπιων με αφορμή την ανάδειξη ενός τοπικού προϊόντος ΠΟΠ, εν προκειμένω της μελιτζάνας, οδήγησε στη μετεξέλιξη και τη δημιουργία ενός αναγνωρισμένου διεθνούς φεστιβάλ, άρρηκτα συνδεδεμένου με την ταυτότητα του τόπου, το οποίο, σύμφωνα με τη μελέτη, αποτέλεσε την ιδανική ευκαιρία για την προώθηση της τοπικής κουλτούρας και τη δημιουργία ενός πλαισίου κατάλληλου για διάλογο με σύγχρονα και διεθνή πολιτιστικά ρεύματα. Το

⁶⁰<https://et.diavgeia.gov.gr/decision/view/6%CE%A9%CE%A5%CE%9D%CE%A9%CE%9A%CE%9D-%CE%A98%CE%9F>

περιεχόμενο του φεστιβάλ, που είναι πλούσιο από εκδηλώσεις μουσικής, γαστρονομίας, κινηματογράφου, χορού, υφαντικής, ζωγραφικής είναι εστιασμένο στην ανάδειξη της Τσακωνιάς, της γλώσσας και της αρχιτεκτονικής και οδήγησε στη διάδοση αυτού του πολιτισμικού πλούτου σε χιλιάδες επισκεπτών.

Ακόμη, όπως προκύπτει από την έρευνα, η αναγνώριση της δυναμικής του φυσικού τοπίου της περιοχής, σε συνδυασμό με το ενδιαφέρον ιδιωτών και των τοπικών φορέων, εκτόξευσαν την ελκυστικότητα του Λεωνιδίου και οδήγησαν στη γρήγορη εξέλιξή του σε αναρριχητικό προορισμό. Η δημιουργία του αναρριχητικού πάρκου και η διάνοιξη διαδρομών που μπορούν να είναι ενεργές όλο το χρόνο παρατείνουν την τουριστική περίοδο και τονώνουν ακόμη περισσότερο την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της περιοχής. Παράλληλα, επεκτείνεται και το κοινό-στόχος, που όπως φαίνεται δεν προέρχεται μόνο από το εσωτερικό της χώρας, ούτε μόνο από την Ευρώπη, αλλά και από άλλες Ηπείρους και δημιουργώντας νέες ευκαιρίες εξέλιξης.

Ο παραδοσιακός εορτασμός του Πάσχα και η διατήρηση και ανάδειξη των τοπικών εθίμων, εκτός από την προσέλκυση των επισκεπτών συμβάλλει και στην ανάδειξη στοιχείων, όπως η τσακωνική γλώσσα, ο τσακωνικός χορός.

Ίσως ένα από τα πιο σημαντικά ευρήματα της μελέτης είναι ότι η επιτυχία των παραπάνω δράσεων οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην αντιμετώπισή τους από τους κατοίκους. Πιο συγκεκριμένα, φαίνεται πως οι κάτοικοι όχι μόνο αποδέχονται τις δράσεις, αλλά και είναι πρόθυμοι να βοηθήσουν ενεργά, να συμμετάσχουν στην προετοιμασία και την υλοποίησή τους, να παράσχουν υποστήριξη είτε εθελοντικά είτε μέσω κάποιας χορηγίας, ενώ παρουσιάζονται να περνούν και οι ίδιοι ευχάριστα και να τις απολαμβάνουν. Φαίνεται οι δράσεις να λειτουργούν ενωτικά τόσο μεταξύ τους όσο και με τους φορείς που τις διοργανώνουν. Συμπεραίνουμε ακόμη, ότι η φιλόξενη και εξωστρεφής πλέον προσέγγιση των κατοίκων συμβάλλει στην ανάπτυξη θετικών συναισθημάτων προς τους επισκέπτες, ενώ αξιοσημείωτο είναι το γεγονός, ότι οι κάτοικοι αισθάνονται τόσο ικανοποιημένοι από την ανάπτυξη που γνωρίζει η περιοχή τους, που ακόμη και η πανδημία COVID-19 δε φαίνεται να τους επηρέασε ιδιαίτερα σημαντικά.

Σημαντική είναι, όχι μόνο η κοινωνικό οικονομική ανάπτυξη της ίδιας της πόλης του Λεωνιδίου, στην οποία θα αναφερθούμε εκτενέστερα παρακάτω, αλλά και η επιρροή

του παραδείγματός της ευρύτερα στην Νότια Κυνουρία. Τα τελευταία χρόνια, φαίνεται να γίνονται προσπάθειες διοργάνωσης δυνατών δράσεων όπως το Φεστιβάλ ΠαράΤυρό στην κοινότητα Τυρού, ενώ παράλληλα δημιουργούνται και άλλες ομάδες που, ακολουθώντας το παράδειγμα του Λεωνιδίου, προσπαθούν να δραστηριοποιηθούν παράλληλα στο κομμάτι της αναρρίχησης και στην ανάδειξη της τοπικής κουλτούρας, όπως είναι η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση «α χώρανάμου»⁶¹, που εδρεύει επίσης στον Τυρό και διοργανώνει κυρίως αθλητικές εκδηλώσεις, αλλά και ο συνεταιρισμός “Pánjika”⁶² που προσπαθεί μέσω των όρων της αλληλέγγυας οικονομίας να συνεισφέρει στην ανάδειξη της αναρρίχησης και στην τοπική ανάπτυξη με ίσους όρους.

Στον αντίκτυπο όλης αυτής της δραστηριότητας στην πόλη του Λεωνιδίου συγκαταλέγεται και η αναζωογόνηση των ορεινών περιοχών του Δήμου. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του Κοσμά, ο οποίος, όπως αναφέρεται, είχε και πιο παλιά επισκεψιμότητα, κυρίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, πλέον όμως, μετά τη διάνοιξη αναρριχητικών διαδρομών σε κοντινή απόσταση, έχει μεγάλη κινητικότητα όλο το χρόνο.

Αναφορικά με την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, ο θετικός αντίκτυπος αποτυπώνεται στην έρευνα, καθώς τα τελευταία χρόνια, η αυξημένη εισροή τουριστών στην περιοχή, οδήγησε στο άνοιγμα νέων επιχειρήσεων και καταλυμάτων, τα οποία τόνωσαν μία σειρά επαγγελματών και δημιούργησαν νέες θέσεις εργασίας. Σύμφωνα με στοιχεία που παραχωρήθηκαν μετά από επικοινωνία από την Περιφερειακή Υπηρεσία Τουρισμού Πελοποννήσου, προκύπτει ότι το 2017 λειτουργούσαν στον Δήμο Νότιας Κυνουρίας 117 ενοικιαζόμενα δωμάτια, 27 ξενοδοχεία και 3 κάμπινγκ και στο μεταξύ έχουν προστεθεί 30 ακόμη καταλύματα. Ταυτόχρονα, η ανάπτυξη στον τουριστικό κλάδο είναι εμφανής και από τις καταχωρήσεις στην πλατφόρμα airbnb, όπου διατίθενται 216 καταλύματα.⁶³

Ωστόσο, είναι σημαντικό βάσει της έρευνας, το γεγονός ότι οι εμπλεκόμενοι φορείς δε θέλουν να εστιάσουν μόνο στην ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου αλλά και στην ενίσχυση και άλλων τομέων, όπως η ανάπτυξη εμπορίου αγροτικών προϊόντων.

⁶¹ <https://www.axoranamou.gr/>

⁶² <https://www.panjika.org/>

⁶³ https://www.airbnb.gr/s/leonidio-greece/homes?place_id=ChIJKds_4PjRnxQRAlY54iy9AAQ&refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&tab_id=home_tab&query=leonidio%20greece&flexible_trip_lengths%5B%5D=one_week&price_filter_input_type=0&price_filter_num_nights=5&ne_lat=37.20249784646335&ne_lng=22.92068484978836&sw_lat=37.12649304594179&sw_lng=22.830751450211665&zoom=13&search_by_map=true&search_type=category_change

Όπως προκύπτει από την έρευνα δεν υπάρχει συγκεκριμένη στρατηγική μάρκετινγκ, το θέμα της ταυτότητας του Λεωνιδίου φάνηκε να αποτελεί μία αδυναμία, καθώς απουσιάζει ένα brand name που να συνδέει τα χαρακτηριστικά του, ενώ ιδιαίτερα ελλιπής παρουσιάστηκε και η προώθηση των δραστηριοτήτων είτε σε διεθνείς εκθέσεις είτε με την αξιοποίηση των ψηφιακών μέσων, γεγονός που αποδεικνύεται και από την ύπαρξη διαφορετικών λογοτύπων στα φεστιβάλ.

Οι υποδομές της περιοχής, όπως το οδικό δίκτυο προς την Νότια Κυνουρία, η έλλειψη πεζοδρόμησης στο εσωτερικό του Λεωνιδίου, οι καταστροφές που δεν έχουν αποκατασταθεί στο λιμάνι της Πλάκας δημιουργούν ανησυχία στους κατοίκους. Ακόμη, ο μεγάλος όγκος επισκεπτών σε περιόδους αιχμής φαίνεται να προβληματίζει τους κατοίκους.

5.2 Προτάσεις

Γίνεται αντιληπτό, ότι τα τελευταία χρόνια έχει αναγνωριστεί η αξία και η δυναμική της πολιτιστικής κληρονομιάς και των φυσικών πόρων του Λεωνιδίου και η τοπική ανάπτυξη έχει επωφεληθεί σε αξιοσημείωτο βαθμό. Η διοργάνωση των Φεστιβάλ Μελιτζάzz και Αναρρίχησης έχουν παίξει καθοριστικό ρόλο στην προβολή του τόπου και την προσέλκυση νέων επισκεπτών και φαίνεται να έχουν γίνει μαζί με τον εορτασμό του Πάσχα, σημείο αναφοράς για τα πολιτιστικά δρώμενα της Νότιας Κυνουρίας. Επιπλέον, βαρύνουσας σημασίας για την διάσωση της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής είναι η λειτουργία του Σωματείου Αρχαίου της Τσακωνιάς. Ωστόσο, μέσω της έρευνας εντοπίζονται κάποια σημεία, τα οποία αφορούν κυρίως θέματα στρατηγικής ανάπτυξης της ταυτότητας του τόπου, τα οποία αναλύονται παρακάτω και παρουσιάζονται ορισμένες βελτιωτικές προτάσεις.

Όπως διαπιστώθηκε μέσω της έρευνας, η Τσακωνιά, η μελιτζάνα ως τοπικό προϊόν, το φυσικό περιβάλλον και το Πάσχα του Λεωνιδίου, αποτελούν τους κύριους άξονες για την υλοποίηση δράσεων στην περιοχή. Έγινε εκτενής αναφορά στη διοργάνωση των φεστιβάλ, στη σύνδεσή τους με την ανάδειξη της τοπικής κουλτούρας, στην προσπάθεια των ενδιαφερόμενων μερών να αναπτύξουν αυτές τις δράσεις, τόσο από την πλευρά δημόσιων και ιδιωτικών φορέων όσο και αναφορικά με την συμμετοχή των κατοίκων. Ωστόσο, αυτό που έγινε ιδιαίτερα αντιληπτό, ήταν πως, όταν τέθηκε το ερώτημα ποιο είναι το στοιχείο που ξεχωρίζει το Λεωνίδιο και αποτελεί την

ταυτότητά του, δεν δόθηκε μία σαφής απάντηση. Προφανώς, είναι πολλά τα στοιχεία που αποτελούν την ταυτότητα του Λεωνιδίου, ωστόσο δεν έχουν μελετηθεί και καταγραφεί επίσημα.

Σε αυτή την κατεύθυνση, προτείνεται η σύσταση μίας ομάδας, στην οποία θα περιλαμβάνονται εκπρόσωποι από τον Δήμο, την Περιφέρεια, την Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρωνα, το σωματείο Αρχείο της Τσακωνιάς, τον εμπορικό σύλλογο, τον σύλλογο τουριστικών καταλυμάτων, ενεργοί πολίτες από υπάρχουσες ομάδες με κοινωνικούς σκοπούς που βασίζονται στην αλληλέγγυα οικονομία όπως είναι η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση «α χώρανάμου» που εδρεύει στον Τυρό και ο συναιτερισμός “Pánjika”, αλλά και απλοί πολίτες, με ενδιαφέρον για τον τόπο τους.

Για την ορθή προώθηση του τόπου είναι σημαντικό τα μέλη της ομάδας να σκιαγραφήσουν το όραμά τους, να δουν πού θέλουν να φτάσουν, πώς οραματίζονται την περιοχή μετά από δέκα χρόνια, αφού θα έχει υλοποιηθεί η δράση τους.

Στη συνέχεια, συνίσταται η δημιουργία μίας κοινωνικής επιχείρησης η οποία θα λειτουργήσει συνολικά για την προστασία της Νότιας Κυνουρίας.

Πιο συγκεκριμένα, και λαμβάνοντας υπόψη τον ορισμό και τους στόχους που ορίζει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τις κοινωνικές επιχειρήσεις⁶⁴ μεταξύ των στόχων της κοινωνικής επιχείρησης θα είναι:

- Η προστασία του περιβάλλοντος, η διατήρηση και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, η έρευνα και η καινοτομία.
- Η εργασιακή επαναδραστηριοποίηση της περιοχής της Νότιας Κυνουρίας, με την εκπαίδευση και συμπερίληψη ατόμων με αναπηρία και ανέργων.
- Η τοπική ανάπτυξη με στρατηγικό σχεδιασμό και αναπτυξιακή βοήθεια και αναπτυξιακή συνεργασία με τρίτες χώρες.

Εν συνεχεία, συστήνεται η χαρτογράφηση των στοιχείων της ταυτότητας του τόπου με βάση τους κεντρικούς άξονες προώθησής του, που είναι η εναλλακτικότητα και η ήπια μορφή ανάπτυξης τουρισμού, με δραστηριότητες που προσανατολίζονται στην ανάδειξη και αξιοποίηση του φυσικού πλούτου της περιοχής και της τσακωνικής κληρονομιάς. Ωστόσο, σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να τονιστεί, πως ο προσανατολισμός δεν θα πρέπει να είναι μόνο η τουριστική ανάπτυξη, αλλά και η

⁶⁴https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu/social-enterprises_el

ανάδειξη και άλλων ευκαιριών απασχόλησης, όπως άλλωστε προκύπτει και από την έρευνα.

Ένα άλλο σημείο που αναδείχθηκε στο πλαίσιο της έρευνας είναι ότι δεν έχει καταγραφεί η επισκεψιμότητα της περιοχής ούτε ο κοινωνικό οικονομικός αντίκτυπός της. Κρίνεται απαραίτητο να γίνει επίσημη καταγραφή, καθώς όχι μόνο θα ωφεληθούν οι δράσεις αυτές καθ' αυτές ως προς την ανταπόκριση στις ανάγκες, αλλά η δημοσιοποίησή της θα δημιουργήσει και θετικά συναισθήματα στους πολίτες με την συνειδητοποίηση της ανάπτυξης.

Το επόμενο βήμα που συστήνεται για την ανάπτυξη της ταυτότητας του τόπου είναι η αξιολόγηση της εικόνας του από εξωτερικούς φορείς, όπως για παράδειγμα από ένα ερευνητικό ίδρυμα. Τα αποτελέσματα που θα προκύψουν θα αποτελέσουν βασική πηγή πληροφόρησης για τα τοπικά πλεονεκτήματα, τα οποία καθιστούν την περιοχή ιδιαίτερη και πάνω στα οποία θα στηριχθεί ο προσανατολισμός της στρατηγικής branding. Συμπερασματικά, για την ενίσχυση της ταυτότητας του τόπου είναι απαραίτητο να εντοπισθούν και να αξιολογηθούν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά του, να προσανατολισθεί η ανάπτυξη όχι μόνο προς όφελος της ελκυστικότητας της περιοχής αλλά και σε όφελος των κατοίκων και να αποφευχθεί η εξάρτηση από τον τουρισμό. Στην προσπάθεια αυτή κρίνεται απαραίτητη η ισορροπία μεταξύ προστασίας και ανάπτυξης, η βιώσιμη χρήση του χώρου ως νέα μορφή προστασίας του ιστορικού αποθέματος, σε αντίθεση με τη στείρα προστασία κανονιστικού περιεχομένου. Ουσιαστική προϋπόθεση σε αυτή την κατεύθυνση είναι η συνεργασία και συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων φορέων δημοσίου και ιδιωτικού τομέα για την εξασφάλιση των παρεμβάσεων καθώς και η συναίνεση και ενεργητική ευαισθητοποίηση των κατοίκων.

Τέλος, ως προς τον στρατηγικό σχεδιασμό των δράσεων, κρίνεται απαραίτητη η δημιουργία ενός πλάνου μάρκετινγκ, το οποίο θα πρέπει να έχει ανθρωποκεντρικό σχεδιασμό. Ως προς την προώθηση της ταυτότητας, θα ήταν σκόπιμο να δημιουργηθεί ένα λογότυπο και ένα σύνθημα της πόλης και μία ομπρέλα επικοινωνίας που να περιλαμβάνει το σύνολο των δράσεων και να συνδέεται με την ταυτότητα της πόλης. Το brand είναι σημαντικό να προωθείται και μέσω της επίσημης ιστοσελίδας της τοπικής αυτοδιοίκησης (www.exploresouthkynouria.gr) αλλά και μέσω των υπολοίπων ιστοσελίδων για τις επίσημες εκδηλώσεις της πόλης όπως το Μελιτζάzz και το Climb in Leonidio. Ταυτόχρονα, θα πρέπει να βρίσκονται

όλοι οι σύνδεσμοι που ανακατευθύνουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία θα πρέπει να είναι ενεργά και να διαδίδονται και από τους πολίτες.

Αναφορικά με την προβολή των δράσεων, συστήνεται η δημιουργία μίας πλατφόρμας που θα συγκεντρώνει και θα παρέχει σε πραγματικό χρόνο πληροφορίες σχετικά με σημεία που πραγματοποιούνται δράσεις στην περιοχή. Επιπλέον, για την περαιτέρω εξυπηρέτηση των επισκεπτών συστήνεται η συμπερίληψη πληροφοριών με σημεία ιστορικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος, διαμονής, διατροφής κ.λπ. Η πρόσβαση στην πλατφόρμα προτείνεται να είναι άμεση, με την σάρωση ενός κωδικού QR, που θα είναι διαθέσιμος σε διάφορα σημεία της περιοχής και θα ανακατευθύνει τον χρήστη στην πλατφόρμα.

Το φυσικό περιβάλλον και η πολιτιστική κληρονομιά, αποτελούν αδιαμφισβήτητα δυνατά στοιχεία της Νότιας Κυνουρίας, τα οποία έχουν συντελέσει στην ανάπτυξη της περιοχής. Στην παρούσα φάση, κρίνεται σκόπιμη η διερεύνηση από την ομάδα που θα έχει συσταθεί η δημιουργία ενός Οικομουσείου που θα συντελέσει στην περαιτέρω ανάπτυξη και προώθηση της ταυτότητας της περιοχής, εξασφαλίζοντας ωστόσο πως θα διασφαλιστεί η προστασία του περιβάλλοντος και η ιστορία του τόπου σε ένα πιο οργανωμένο πλαίσιο. Πριν προχωρήσουμε στους στόχους του Οικομουσείου, ακολουθεί ένας ορισμός του οικομουσείου.

⁶⁵Σύμφωνα με τον Georges Henri Rivière ένα οικομουσείο είναι ένα μέσο που σχεδιάζεται, διαμορφώνεται και λειτουργεί συνεργατικά από μια δημόσια αρχή και την τοπική κοινότητα. Όπως επισημαίνει, το οικομουσείο αποτελεί για τους ντόπιους έναν καθρέφτη μέσω του οποίου αναζητούν την εικόνα τους και τις προηγούμενες γενιές. Ταυτόχρονα, λειτουργεί και για τους επισκέπτες ως καθρέφτης που αντικατοπτρίζει τα έθιμα και την ταυτότητά του τόπου στον οποίο βρίσκονται. Ακόμη, έχει εκπαιδευτικό αποτύπωμα, καθώς μέσω της μελέτης του παρελθόντος και της προγενέστερης κατάστασης του εκάστοτε πληθυσμού και του περιβάλλοντός του προωθείται η κατάρτιση ειδικών σε αυτούς τους τομείς, σε συνεργασία με εξωτερικούς ερευνητικούς φορείς. Τέλος, συμβάλλει στη διατήρηση και ανάπτυξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς του πληθυσμού ενώ αποτελεί σχολείο για τους ντόπιους εφόσον τους εμπλέκει στο έργο της μελέτης και της προστασίας του τόπου τους και τους ενθαρρύνει να κατανοήσουν το μέλλον του. Το οικομουσείο

⁶⁵<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000068366/PDF/127347engo.pdf.multi.nameddest=6> 8366

δεν ορίζεται από διοικητικά όρια, έχει έναν σταθερό περιφερειακό χαρακτήρα που ορίζεται από τα όρια της ταυτότητάς και του πολιτισμού του.

Μεταξύ των στόχων του Οικομουσείου θα είναι:

- Η προστασία και η ανάδειξη της τσακόνικης πολιτιστικής κληρονομιάς της Κυνουρίας (Νότια και Βόρεια), όπου θα επιχειρηθεί οργανωμένη καταγραφή των άυλων πόρων και των ιστορικών αρχείων, με γνώμονα την εξασφάλιση της παράδοσής τους στις επόμενες γενιές.
- Η προστασία και η ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος, λαμβάνοντας υπόψη την εξελικτική πορεία της περιοχής λόγω του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της αναρρίχησης.
- Η βιώσιμη ανάπτυξη της Νότιας Κυνουρίας, μέσω συντονισμένης προσπάθειας για τη σωστή προώθηση της ταυτότητας του τόπου, την διάθεση των αγροτικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά, και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.
- Η οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, μέσω ήπιας μορφής τουριστικής ανάπτυξης. Το οικομουσείο θα συμβάλει στη διατήρηση του ποιοτικού τουριστικού προϊόντος και την ανάδειξη της περιοχής ως εναλλακτικού προορισμού, προσελκύοντας ακόμη περισσότερο το ενδιαφέρον του κοινού-στόχος.
- Η συμπεριληπτικότητα, η συμμετοχικότητα, η ενεργοποίηση των κατοίκων για την ανάπτυξη του τόπου τους σε συνεργασία με τους δημόσιους φορείς.

Αναζητώντας στο διαδίκτυο, αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα εντοπίζονται το Οικομουσείο Ζαγορίου⁶⁶, το Οικομουσείο του ποταμού Αώου⁶⁷, το Οικομουσείο Φολεγάνδρου⁶⁸ και το Οικομουσείο Δισπηλιού⁶⁹.

Η δημιουργία του οικομουσείου στο Λεωνίδιο θα μπορούσε να οδηγήσει στη δημιουργία ενός δικτύου οικομουσείων. Μάλιστα, το Λεωνίδιο θα μπορούσε να αποτελέσει έδρα αυτού του δικτύου, λόγω μιας σειράς πλεονεκτημάτων: Εφόσον εδώ και χρόνια υλοποιούνται στην περιοχή με επιτυχία δράσεις, υπάρχει η απαραίτητη

⁶⁶<https://ecomuseumzagori.gr/>

⁶⁷<https://www.ecomuseum.eu/gr/pindos-ecomuseum>

⁶⁸<https://www.folegandros.gr/list/oikomouseio/>

⁶⁹http://www.religiousgreece.gr/west-central-macedonia/-/asset_publisher/3qIw8hzBmYgG/content/oikomouseio-dispeliou

τεχνογνωσία και υποδομές, το Λεωνίδιο είναι πιο εύκολα προσβάσιμο από την Αθήνα συγκριτικά με τα άλλα και έχει προοπτικές.

Αντί Επιλόγου

Απαιτείται μια στρατηγική που θα αφουγκραστεί πρώτα τις ανάγκες της ίδιας της κοινωνίας, θα λάβει υπόψη τις νέες συνθήκες που έχουν διαμορφωθεί στα χρόνια της οικονομικής κρίσης, της μετανάστευσης, της εισροής προσφύγων. Μια στρατηγική που θα αγκαλιάζει τη διαφορετικότητα, θα ενισχύει τον διαπολιτισμικό διάλογο, θα ενθαρρύνει τις σχέσεις μεταξύ κρατών και διαφορετικών κουλτουρών, θα προωθεί το διάλογο του παλιού, του παραδοσιακού με το σύγχρονο και θα δίνει χώρο στην αλληλέγγυα οικονομία.

Σε ένα βαθμό, αν και ίσως όχι απόλυτα συνειδητά και σίγουρα όχι πολύ συντονισμένα, αυτό φαίνεται να επιτυγχάνεται στο Λεωνίδιο. Αυτό, προφανώς, είναι και το μυστικό της επιτυχίας και της απήχησης όλων αυτών των δράσεων. Χωρίς να παραγνωρίζεται η αξία της πολιτιστικής κληρονομιάς, αντίθετα αξιοποιώντας τη, ενισχύεται η σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή, μέσα από τον διαπολιτισμικό διάλογο που επιτυγχάνεται, όχι μόνο κατά τη διάρκεια των δράσεων, αλλά τώρα πια σε όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Επιπλέον, σημαντικό είναι, πως μέσα από αυτή την έντονη πολιτιστική δραστηριότητα ωφελούνται, πριν από τους τουρίστες και τους επισκέπτες, οι ίδιοι οι κάτοικοι της περιοχής. Βελτιώνεται η ποιότητα της ζωής τους, γίνονται μέτοχοι της όλης διαδικασίας, δεσμεύονται και οι ίδιοι για την επιτυχία της, γι' αυτό και αυτό που βιώνουν εντέλει οι επισκέπτες είναι κάτι το αυθεντικό.

Η περίπτωση του Λεωνιδίου θα μπορούσε να λειτουργεί ως παράδειγμα. Παράδειγμα για το πώς θα πρέπει να αποφεύγονται συνηθισμένες στρατηγικές, που για λόγους ευκαιριακού κέρδους, προτάσσουν τις ανάγκες του τουρισμού, αφήνοντας στην άκρη τόσο τους πολιτιστικούς στόχους όσο και τις ανάγκες των κατοίκων. Και παράδειγμα προς μίμηση, καθώς καταφέρνει σε ένα βαθμό να υιοθετήσει μια στρατηγική ανάπτυξης, που ικανοποιεί τις ανάγκες του τόπου και των κατοίκων του.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Αυδίκος Β., (2014). *Οι Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες στην Ελλάδα*. Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο.

Αυδίκος Β., Καλογερέσης Θ. (2016). *Κείμενα για την δημιουργική Οικονομία- Αγορές, εργασία, πολιτικές*. Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο

Βαγενά Κ.Θ.,(1971). *Ιστορικά Τσακωνιάς και Λεωνιδίου*. Αθήνα.

Δερνίκου Κ. Δ., Βαγενά Κ.Θ., (1953). *Ακαδημία των Αρκάδων*. Αθήνα.

Δέφνερ Α., Καραχάλης Ν., (2012). *Marketing & Branding τόπου. Η διεθνής εμπειρία και η ελληνική πραγματικότητα*. Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.

Ζορμπά Μ., (2014). *Πολιτική του Πολιτισμού Ευρώπη και Ελλάδα στο δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

Ιωσηφίδης, Θ., (2003). *Ανάλυση ποιοτικών δεδομένων στις κοινωνικές επιστήμες*. Εκδόσεις Κριτική.

Κονσολά, Ν. (2006). *Πολιτιστική ανάπτυξη και πολιτική*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Λεκάκης Σ., Πάντζου Π. (2020). *Εισαγωγή στην διαχείριση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς*. Αθήνα: Εκδόσεις Ασίνη.

Μήτουλα Ρ. Κ., Κάλδης Π., (2018). *City branding και βιώσιμη ανάπτυξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Πούλιος Ι., Αλιβιζάτου Μ., Αραμπατζής Γ., Γιαννακίδης Α., Καραχάλη Ν.Γ., Μάσχα Ε., Μουλίου Μ., Παπαδάκη Μ., Προσύλης Χ., και Τουλουπά Σ. (2015). *Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη*. Κάλλιππος- Ηλεκτρονικά Ακαδημαϊκά Συγγράμματα.

Σιώμκος Ι. Γ, (2004), *Στρατηγικό Μαρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Χρονικά των Τσακώνων Τόμος Δεύτερος, (1961). Αθήνα: Αρχεϊόν της Τσακωνιάς.

Robson, C., (2010). *Η Έρευνα του Πραγματικού Κόσμου*. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.

Ξενόγλωσση

Anholt, S., (2008). Place branding: Is it marketing, or isn't it? *Place Brand Public Diplomacy*, 4, pp.1–6. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.6000088>

Ashworth G.J., (2009). The Instruments of Place Branding: How is it done? *European Spatial Research and Policy*, 16 (1). <https://doi.org/10.2478/v10105-009-0001-9>

Boisena M., Terlouw K., Grooten P., Couwenberga O., (2017). Reframing place promotion, place marketing, and place branding - moving beyond conceptual confusion. *Cities The International Journal of Urban Policy and Planning*, 80. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.08.021>

Bonakdar A., Audira I., (2019). City Branding and the Link to Urban Planning: Theories, Practices, and Challenges. *Journal of Planning Literature*, 35 (2). <https://doi.org/10.1177/0885412219878879>

Bonita K., (2015). *Entrepreneurship for the Creative and Cultural Industries*, London and New York: Routledge.

Braun E., Kavaratzis M., Zenker S., (2013). My city – my brand: the different roles of residents in place branding. *Journal of Place Management and Development*, 6 (1), pp.18-28. <https://doi.org/10.1108/17538331311306087>

Cleave E., Arku G., (2020), Place branding and growth machines: Implications for spatial planning and urban development. *Journal of Urban Affairs*. <https://doi.org/10.1080/07352166.2020.1768104>

Deffner A., Karachalis N., Psatha E., Metaxas T., Sirakoulis K., (2019). City marketing and planning in two Greek cities: plurality or constraints? *European Planning Studies*. <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1701291>

Eshius J., Braun E., Klijn E.H., (2013). Place Marketing as Governance Strategy: An Assessment of Obstacles in Place Marketing and Their Effects on Attracting Target Groups. *Public Administration Review*, 73 (3), pp. 507–516. <https://doi.org/10.1111/puar.12044>

Eshius J. Edwards A., (2012). Branding the City: The Democratic Legitimacy of a New Mode of Governance. *Urban Studies*, 50 (5).

<https://doi.org/10.1177/0042098012459581>

Eshuis J., Klijn E.H., Braun E., (2014) Place marketing and citizen participation: branding as strategy to address the emotional dimension of policy making? *International Review of Administrative Sciences*, 80 (1).

<https://doi.org/10.1177/0020852313513872>

Gordon W., Gibson C., (2009). Creative Small Cities: Rethinking the Creative Economy in Place, *Urban Studies*, 46 (5-6).

<https://doi.org/10.1177/0042098009103862>

Govers R., (2011). Govers, R. From place marketing to place branding and back. *Place Brand Public Diplomacy*, 7, pp. 227–231.

<https://doi.org/10.1057/pb.2011.28>

Hildreth, J., (2010) Place branding: A view at arm's length. *Place Brand Public Diplomacy*, 6, pp. 27–35. <https://doi.org/10.1057/pb.2010.7>

Kavaratzis M., (2005). Place Branding: A Review of Trends and Conceptual Models. *The Marketing Review*, 5 (4), pp. 329-342.

<https://doi.org/10.1362/146934705775186854>

Kavaratzis, M., (2012). From “necessary evil” to necessity: stakeholders' involvement in place branding. *Journal of Place Management and Development*, 5 (1) pp. 7-19.

<https://doi.org/10.1108/17538331211209013>

Kavaratzis M., Ashworth G., (2008). Place marketing: how did we get here and where are we going? *Journal of Place Management and Development*, 1 (2) pp.150-165.

<https://doi.org/10.1108/17538330810889989>

Kavaratzis, M., Ashworth, G., (2006) City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick?. *Place Brand Public Diplomacy* 2, pp.183–194.

<https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990056>

Kavaratzis M., Hatch J.M., (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding. *Marketing Theory*, 13(1), pp. 69–86.

<https://doi.org/10.1177/147059311246726>

Konsola D., Karachalis N., (2010). The creative potential of medium-sized and small Greek cities. *International Journal of Sustainable Development*, 13 (1/2), pp.84-96.

<https://doi.org/10.1504/IJSD.2010.035101>

Lekakis, S., Dragouni, M. (2020). Can cultural economy be social? Discussing about the rural heritage of Greece. *The Greek Review of Social Research*, 155, pp. 99–120.

<https://doi.org/10.12681/grsr.24827>

O' Brien D. (2014) *Cultural Policy*. London, New York: Routledge.

Scott A. J. (2014). Beyond the Creative City: Cognitive–Cultural Capitalism and the New Urbanism. *Regional Studies*, 48 (4), p.p. 565-578.

<https://doi.org/10.1080/00343404.2014.891010>

Throsby D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press.

Throsby D. (2010) *The Economics of Cultural Policy*. Cambridge University Press

Walters T., Inch A., (2018). How community event narratives contribute to place branding. *Journal of Place Management and Development*, 11(1), pp. 130-144.

<https://doi.org/10.1108/JPMD-09-2017-0089>

Zenker S., Erfgen C., (2014). Let them do the work: a participatory place branding approach. *Journal of Place Management and Development*, 7 (3) pp. 225 – 234.

<https://doi.org/10.1108/JPMD-06-2013-0016>

Από το διαδίκτυο:

Αγροτικός Συνεταιρισμός Λεωνιδίου – Άγιος Λεωνίδας - Τσακωνική Μελιτζάνα

(ΠΟΠ), Διαθέσιμο από:<https://leonidiocoop.gr/products/tsakoniki-melitzana/>

(ανακτήθηκε: 14/11/2022)

Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρνωνα Α.Ε., Διαθέσιμο από:

<https://www.parnonas.gr/etaireia/profile/> (ανακτήθηκε: 1/12/2022)

Αρχείο της Τσακωνιάς: Χρονικά των Τσακόνων – Τόμος Γ – Το όνομα της πόλεως του “Λεωνιδίου” και ο “Άγιος Λεωνίδης” (16 Απριλίου) – Αμπέλι μου πλατύφυλλο

(δημοτικό τραγούδι) - Διαθέσιμο από: <https://www.tsakonianarchives.gr/xronika-g-leonidio-ampeli/> (ανακτήθηκε: 10/11/2022)

Αρχείο της Τσακωνιάς: Στοιχεία περιοχής - Διαθέσιμο από: <https://www.tsakonianarchives.gr/info/> (ανακτήθηκε: 10/11/2022)

Αρχείο της Τσακωνιάς: Τσακόνικη Ενδυμασία - Διαθέσιμο από: <https://www.tsakonianarchives.gr/info/outfit/> (ανακτήθηκε: 10/11/2022)

Αρχείο της Τσακωνιάς: Ιστορία - Διαθέσιμο από: <https://www.tsakonianarchives.gr/history/> (ανακτήθηκε: 10/11/2022)

Αρχείο της Τσακωνιάς: Τσακόνικη Αρχιτεκτονική - Διαθέσιμο από: <https://www.tsakonianarchives.gr/info/association/> (ανακτήθηκε: 16/11/2022)

Αρχείο της Τσακωνιάς – Τσακωνική Υφαντική - Διαθέσιμο από: <https://www.tsakonianarchives.gr/info/textiles/> (ανακτήθηκε: 16/11/2022)

Αρχείο της Τσακωνιάς: Χρονικά των Τσακόνων – Τόμος ΚΓ(2) – Λαϊκός πολιτισμός και μετανεωτερικότητα: Η περίπτωση του Διεθνούς Φεστιβάλ Μελιτζάzz - Διαθέσιμο από: <https://www.tsakonianarchives.gr/xronika-kg2-melitzaz/> (ανακτήθηκε: 20/11/2022)

Αρχείο της Τσακωνιάς: Λίγα λόγια για τα Τσακόνικα - Διαθέσιμο από: <https://drive.google.com/file/d/0B1Tno1072T0lblFRd0hwSm1VV1k/view?ts=63865056&resourcekey=0-8vMP0DuEwsmuBaXELMBp7Q> (ανακτήθηκε: 16/11/2022)

Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της Ελλάδας – Τσακόνικος χορός - Διαθέσιμο από: <https://ayla.culture.gr/tsakwnikos-xoros/> (ανακτήθηκε: 14/11/2022)

Δήμος Νότιας Κυνουρίας - Διαθέσιμο από: https://www.wiw.gr/greek/leonidio_municipality_of_south_kynouria (ανακτήθηκε: 10/11/2022)

Διαύγεια – Περί εγκρίσεως του προγράμματος τουριστικής προβολής του Δήμου Νότιας Κυνουρίας, έτους 2022 - Διαθέσιμο από: <https://et.diavgeia.gov.gr/decision/view/6%CE%A9%CE%A5%CE%9D%CE%A9%CE%9A%CE%9D-%CE%A98%CE%9F> (ανακτήθηκε: 20/12/2022)

Ευρωπαϊκή επιτροπή: Κοινωνικές Επιχειρήσεις. Διαθέσιμο στο: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu/social-enterprises_el (ανακτήθηκε: 23/12/2022)

Εταιρεία Α Χώρα Νάμου Διαθέσιμο από:

<https://www.axoranamou.gr/%ce%b5%cf%84%ce%b1%ce%b9%cf%81%ce%af%ce%b1/> (ανακτήθηκε: 02/1/2023)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Αναρρίχησης – 2016 - Διαθέσιμο από:

<https://climbinleonidio.com/wp/leonidio-climbing-festival-2016/gr/> (ανακτήθηκε: 08/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Αναρρίχησης – 2017 - Διαθέσιμο από:

<https://climbinleonidio.com/wp/leonidio-climbing-festival-2017/gr/> (ανακτήθηκε: 10/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Αναρρίχησης – 2018 Διαθέσιμο από:

<https://climbinleonidio.com/wp/leonidio-climbing-festival-2018/gr/> (ανακτήθηκε: 11/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Αναρρίχησης – 2022 - Διαθέσιμο από:

<https://climbinleonidio.com/wp/leonidio-climbing-festival/> (ανακτήθηκε: 17/12/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Αναρρίχησης - Διαθέσιμο από:

<https://climbinleonidio.com/wp/leonidio/gr/> (ανακτήθηκε: 10/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz– Τόπος Τσακωνική Μελιτζάνα Π.Ο.Π. - Διαθέσιμο από:
<https://www.melitzazz.gr/3224/place/tsakoniki-melitzana/> (ανακτήθηκε: 05/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz– Πύργος Τσικαλιώτη - Διαθέσιμο από:

<https://www.melitzazz.gr/3826/archontika-ke-pirgospita-sto-leonidio/pirgos-tsikalioti/>
(ανακτήθηκε: 16/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz– Βραβεία - Διαθέσιμο από:

<https://www.melitzazz.gr/category/vravia/> (ανακτήθηκε: 23/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz – 2011 - Διαθέσιμο από:

https://www.melitzazz.gr/category/melitzazz_2011/uliko_2011/ (ανακτήθηκε: 21/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz – 2012 - Διαθέσιμο από:
https://www.melitzazz.gr/category/melitzazz_2012/material_2012-melitzazz_2012/
(ανακτήθηκε: 22/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz – 2013 - Διαθέσιμο από:
https://www.melitzazz.gr/category/melitzazz_2013/material_2013/ (ανακτήθηκε:
22/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz – 2014 - Διαθέσιμο από:
https://www.melitzazz.gr/3369/melitzazz_2014/egrapsan-gia-emas/ (ανακτήθηκε:
23/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz –2015 - Διαθέσιμο από:
<https://www.melitzazz.gr/4343/melitzazz-2015/press-kit-2015/> (ανακτήθηκε:
23/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz – 2016 - Διαθέσιμο από:
<https://www.melitzazz.gr/4919/melitzazz-2016/press-kit-2016/> (ανακτήθηκε:
25/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz – 2017 - Διαθέσιμο από:
<https://www.melitzazz.gr/5776/melitzazz-2017/press-kit-2017/>(ανακτήθηκε:
25/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz – 2018 - Διαθέσιμο από:
<https://www.melitzazz.gr/6238/melitzazz-2018/press-kit-2018/> (ανακτήθηκε:
25/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz – 2019 - Διαθέσιμο από:
https://www.melitzazz.gr/events_programme_2018/ (ανακτήθηκε: 25/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz – 2022 - Διαθέσιμο από:
<https://www.melitzazz.gr/> (ανακτήθηκε: 25/11/2022)

Ιστοσελίδα Φεστιβάλ Μελιτζάzz– Πύργος Πολύτιμου - Διαθέσιμο από:
<https://www.melitzazz.gr/3905/archontika-ke-pirgospita-sto-leonidio/pirgos-politimu-2/> (ανακτήθηκε: 16/11/2022)

Καραχάλης Ν. (2017) *Η Ανάδειξη του Τοπικού Πολιτισμού ως κύριο στοιχείο ταυτότητας των πόλεων και η συζήτηση για το marketing Πόλης στην Ελλάδα, Γεωγραφίες Τ. 30, σελ. 30-40. Διαθέσιμο από: <https://www.academia.edu/50349230> (ανακτήθηκε: 30/10/2022)*

Οικομουσείο Ζαγορίου. Διαθέσιμο από: <https://ecomuseumzagori.gr/> (ανακτήθηκε: 02/01/2023)

Οικομουσείο ποταμού Αώου. Διαθέσιμο από: <https://www.ecomuseum.eu/gr/pindos-ecomuseum> (ανακτήθηκε: 02/01/2023)

Οικομουσείο Φολεγάνδρου. Διαθέσιμο από: <https://www.folegandros.gr/list/oikomouseio/> (ανακτήθηκε: 02/01/2023)

Οικομουσείο Δισπηλιού. Διαθέσιμο από: <http://www.religiousgreece.gr/west-central-macedonia> (ανακτήθηκε: 02/01/2023)

Φάμπρικα Πολιτισμού - Διαθέσιμο από: <https://www.fabbricaofculture.gr/periohi/> (ανακτήθηκε: 18/11/2022)

AirbnbLeonidio - Διαθέσιμο από: https://www.airbnb.gr/s/leonidio-greece/homes?place_id=ChIJKds_4PjRnxQRAIy54iy9AAQ&tab_id=home_tab&refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&query=leonidio%20greece&flexible_trip_lengths%5B%5D=one_week&price_filter_input_type=0&price_filter_num_nights=5&search_type=category_change (ανακτήθηκε: 23/12/2022)

Leonidio.gr - Απογραφή 2021: Μείωση πληθυσμού στον δήμο μας - 7.263 κάτοικοι, 3.801 άνδρες και 3.462 γυναίκες - Διαθέσιμο από: <https://www.leonidion.gr/2022/07/2021-7263-3801-3462.html> (ανακτήθηκε 07/11/2022)

Leonidio.gr - Το αναρριχητικό πάρκο Λεωνιδίου στη διεθνή έκθεση "TourNatur 2017 - Διαθέσιμο από: <https://www.leonidion.gr/2017/09/tournatur-2017-pics.html> (ανακτήθηκε: 25/11/2022)

Leonidio.gr - Χαρακτηρίστηκε ως ιστορικός τόπος ο οικισμός του Λεωνιδίου! Διαθέσιμο από: <https://www.leonidion.gr/2010/11/x.html> (ανακτήθηκε Νοέμβριος 2022) (ανακτήθηκε 07/11/2022)

Museum: Images of the ecomuseum No 148 (Vol XXXVII, n° 4, 1985) Διαθέσιμο από:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000068366/PDF/127347engo.pdf.multi.na.meddest=6%208366> (ανακτήθηκε: 02/01/2023)

Panjika Cooperative. Διαθέσιμο από: <https://www.panjika.org/> (ανακτήθηκε: 02/01/2023)

The Sms Project - Διαθέσιμο από: <https://www.shortmedstories.com/el/the-sms-project/> (ανακτήθηκε: 1/12/2022)

Wikipedia - Λεωνίδιο Αρκαδίας - Διαθέσιμο από:
https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%B5%CF%89%CE%BD%CE%AF%CE%B4%CE%B9%CE%BF_%CE%91%CF%81%CE%BA%CE%B1%CE%B4%CE%AF%CE%B1%CF%82 (ανακτήθηκε 07/11/2022)