



ECO.MUSE -ΔΙΚΤΥΟ ΑΝΟΙΚΤΩΝ ΟΙΚΟΜΟΥΣΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ
ΚΑΙ ΗΠΙΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΜΕ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΚΟΤΗΤΑ

ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.4.1:

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ (BUSINESS PLAN) ΟΙΚΟΜΟΥΣΕΙΟΥ

ΕΛΚΕ ΠΘ/ΤΜΧΠΠΑ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΙΟΥΝΙΟΣ 2023

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	1
Κεφάλαιο 1. Το οικομουσείο ως πλατφόρμα βιώσιμης εδαφικής ανάπτυξης	2
1.1. Η έννοια του οικομουσείου	2
1.2. Το περιεχόμενο του οικομουσείου	2
1.3. Επαναπροσεγγίζοντας την έννοια του «μουσείου» μέσω της Νέας Μουσειολογίας	2
1.4 Το οικομουσείο ως πλατφόρμα εδαφικής ανάπτυξης	3
1.5. Ο τύπος ως οικομουσείο	4
1.6. Το οικομουσείο ως εργαλείο ανάδειξης ιδιότυπων πόρων	4
1.7. Το οικομουσείο ως «μουσείο της κοινότητας»	5
1.8. Οικομουσείο και τοπίο	6
1.9. Το οικομουσείο και η σύνδεσή του με τους τομείς της αειφόρου ανάπτυξης	6
Κεφάλαιο 2. Οργάνωση και λειτουργία Οικομουσείων ανά τον κόσμο	7
2.1. Το Οικομουσείο Haute-Bauce, Καναδάς	7
2.2. Οικομουσείο LeCreusot, Γαλλία	8
2.3. Οικομουσείο du Pays de Rennes, Γαλλία	8
2.4. Οικομουσείο de l'île de Groix, Γαλλία	9
2.5. Οικομουσείο de la Brenne et du Pays Blancs, Γαλλία	10
2.6. Οικομουσείο Αναβαθμίδων και Αμπελιού, Ιταλία	11
2.7. Οικομουσείο dell' Argilla, Ιταλία	12
2.8. Οικομουσείο Seixal, Πορτογαλία	13
2.9. Οικομουσείο de Los Pirineos, Ισπανία	13
2.10. Οικομουσεία της Κίνας	14
2.11. Συμπεράσματα	15
2.12. Τα διαμοιραζόμενα χαρακτηριστικά των οικομουσείων	17
Κεφάλαιο 3. Οργάνωση και λειτουργία Οικομουσείων στην Ελλάδα	20
3.1. Οικομουσείο αγροτικής ζωής ορεινής Ρεθύμνης «Κουρητία Οδός», Κρήτη	20
3.2. Οικομουσείο Περιαστικής Περιοχής Πατρών	22
3.3. Οικομουσείο Αώου	24
3.4. Οικομουσείο Ζαγορίου	25
3.5. Οικομουσείο Ιωαννίνων	27
3.6. Συμπεράσματα	28

Κεφάλαιο 4. Σύνδεση Οικομουσείου με τη Στρατηγική Ανάπτυξης Ορεινών Κοινοτήτων του Τροόδους	30
4.1. Στόχοι πολιτικής ΕΣΑΟΚ	30
4.2. Γενικές Κατευθύνσεις/Στόχοι ΕΣΑΟΚ και προσαρμογή τους στο εγχείρημα του Οικομουσείου	31
4.3. Αναλυτικά χαρακτηριστικά Μαραθάσας και προσαρμογή τους στους στόχους του Οικομουσείου	33
Κεφάλαιο 5. Το Οικομουσείο Μαραθάσας	52
5.1. Σκοπός, στόχοι και μέθοδοι	52
5.2. Ομάδες στόχου του Οικομουσείου	53
5.3. Κτήρια του Οικομουσείου	53
5.4. Προσωπικό-συνεργάτες Οικομουσείου	54
5.5. Φορέας διαχείρισης και λειτουργίας του Οικομουσείου	56
5.6. Δράσεις, υπηρεσίες και προϊόντα του Οικομουσείου	57
5.7. Πάγια έσοδα και έξοδα Οικομουσείου	58
5.8. Ανάλυση Περιβάλλοντος (PEST)	59
5.9. Ανάλυση SWOT	62
Κεφάλαιο 6. Οργάνωση και οικονομική βιωσιμότητα του Οικομουσείου	66
6.1. Εισαγωγή	66
6.2. Διαχείριση	68
6.3. Εμπόδια	69
Κεφάλαιο 7. Στρατηγική Μάρκετινγκ	70
7.1. Μείγμα μάρκετινγκ (Marketing mix)	70
7.2. Διαφήμιση – Δημόσιες Σχέσεις	75
7.3. Ανακεφαλαίωση	77
Κεφάλαιο 8. Προϊόντα & Υπηρεσίες - Χρηματοοικονομική Ανάλυση	79
8.1. Παραδοχές	79
8.2. Στατιστικά	80
8.3. Προϊόντα & Υπηρεσίες	83
8.4. Προϋπολογισμός	85
Κεφάλαιο 9. Επίλογος	87
Βιβλιογραφία	88

Εισαγωγή

Ο ΕΛΚΕ ΠΘ /ΤΜΧΠΠΑ ήταν ο συντονιστής και υπεύθυνος της ολοκλήρωσης της υλοποίησης του παραδοτέου. Το έργο αυτό συνέλεξε, ανέλυσε και αξιολόγησε στοιχεία και πληροφορίες κατόπιν βιβλιογραφικής αναζήτησης στο διαδίκτυο και σε συνεργασία με τοπικούς εμπειρογνώμονες στην Κύπρο για τη σύνταξη του Επιχειρηματικού Σχεδίου (Business Plan) του Ανοικτού Οικομουσείου Μαραθάσας Λεμεσού.

Το Επιχειρηματικό Σχέδιο τροφοδοτήθηκε με εισροές από το Παραδοτέο 5.4.3 : «Δράσεις ενεργοποίησης, εκπαίδευσης και ένταξης τοπικών, κοινωνικών και επαγγελματικών φορέων και κατοίκων της περιοχής στο Οικομουσείο».

Η υλοποίηση του παρόντος Παραδοτέου βασίστηκε στην ακόλουθη ομάδα εργασίας

για την οργάνωση του Παραδοτέου:

- Γούσιος Δημήτρης, καθηγητής στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
- Γάκη Δήμητρα, ΕΔΙΠ στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

για την σύνταξη του Επιχειρηματικού Σχεδίου :

- Παυλής Ευάγγελος, Δρ Γεωγράφος, εξειδικευμένος στη οργάνωση και λειτουργία Ανοικτού Οικομουσείου

για την παροχή εξειδικευμένης εμπειρογνομosύνης

- Απόστολος Σταγιάννης, Δρ Οικονομολόγος (Financial Advisors Co.)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Το οικομουσείο ως πλατφόρμα βιώσιμης εδαφικής ανάπτυξης

Το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο προσεγγίζει τον τόπο ως ανοιχτό οικομουσείο και το οικομουσείο ως μια ενιαία και αδιάσπαστη ολότητα που περιλαμβάνει υλικά και άυλα αντικείμενα, ανθρώπους και συστήματα χωρο-κοινωνικών σχέσεων στον (ανοιχτό) χώρο σε μια ορισμένη/ οριοθετημένη γεωγραφική έκταση.

1.1. Η έννοια του οικομουσείου

Τα οικομουσεία αποτελούν 'in situ' μουσεία που στοχεύουν στην αναγνώριση, αποτίμηση, ενεργοποίηση, αξιοποίηση και αναπαραγωγή του κοινωνικού, ανθρώπινου, φυσικού, πολιτισμικού και οικονομικού κεφαλαίου ενός τόπου, μέσω συνεργειών τοπικής παραγωγής αγροτροφίμων και βιοτεχνικών προϊόντων, μεταποίησης, τουρισμού μικρής κλίμακας και πολιτιστικών, αθλητικών και εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων. Η λέξη 'οικομουσείο' προέρχεται από την ελληνική λέξη 'οίκος' που σημαίνει το 'φυσικό περιβάλλον' και 'μουσείο' που είναι ο τόπος ή ο ναός αφιερωμένος στις 9 Μούσες της Ελληνικής Μυθολογίας (θεές των τεχνών). Οι Μούσες, αρχικά, ήταν θεές των βουνών και των λιμνών. Το οικομουσείο είναι ένα μουσείο πολιτισμού, φύσης και ιστορίας, χωρίς τοίχους, εξαπλωμένο σε μια οριοθετημένη εδαφική περιοχή (Davis, 2011, Karp κ.α., 1992), που εμπεριέχει άυλα και υλικά στοιχεία κληρονομιάς τα οποία διαμορφώνουν την ουσία και την ιδιαιτερότητα του 'πνεύματος του τόπου' και της τοπικής διακριτής ταυτότητας (Corsane et al, 2007).

1.2. Το περιεχόμενο του οικομουσείου

Ένα οικομουσείο στηρίζεται σε δομημένες αφηγήσεις για επιλεγμένα θέματα που αφορούν παρουσίαση ιστορικών γεγονότων και καθημερινής ζωής, μέσω των οποίων μπορεί να συλληφθεί και να αποδοθεί η ιδιαιτερότητα ενός τόπου, δεδομένου του ότι τα συμβατικά μουσεία δεν είναι ικανά να αιχμαλωτίσουν την ξεχωριστή φύση και τη φυσιογνωμία των τόπων (Davis 2009, 2011). Έτσι, ο επισκέπτης δύναται να γνωρίσει, να βιώσει και να αποτιμήσει τους λόγους που οδήγησαν στην εγκατάσταση ανθρώπων σε αυτή την περιοχή, την ιστορία, τις συνήθειες, τον τρόπο ζωής και το σύστημα αξιών τους, τα χαρακτηριστικά της τοπικής τους οικονομίας και τη συνεχή διαμόρφωση του πολιτισμικού τους τοπίου (Tuam, 1977).

Οι πηγές εσόδων τους προέρχονται από διάφορα ευρωπαϊκά προγράμματα, ερευνητικά Projects και οργανισμούς, αλλά και από εκπαιδευτικές/ σχολικές και τουριστικές δραστηριότητες, πολιτιστικές και άλλες εκδηλώσεις, που περιλαμβάνουν εισιτήρια εισόδου, πώληση προϊόντων/υπηρεσιών, κ.α.

1.3. Επαναπροσεγγίζοντας την έννοια του «μουσείου» μέσω της Νέας Μουσειολογίας

Η ανάπτυξη οικομουσειών συνδέεται με το φαινόμενο της 'Νέας Μουσειολογίας' που αφορά μια επαναπροσέγγιση της συμβατικής έννοιας του μουσείου. Τα μουσεία περιορίζονται σε

τοίχους και σε εκθέσεις αντικειμένων με συγκεκριμένους τρόπους (π.χ. πίσω από γυάλινες βιτρίνες), όπου δίνεται έμφαση περισσότερο στα αντικείμενα. Αντίθετα, τα οικομουσεία λειτουργούν ως χώρος επικοινωνίας, με τα αντικείμενα να διηγούνται την ιστορία τους ως 'ζωντανά' κομμάτια του τόπου, αποκαλύπτοντας τις σχέσεις τους με τον άνθρωπο και το τοπίο του, μεταδίδοντας ιστορικές μνήμες, συντελώντας στη διαμόρφωση του 'πνεύματος του τόπου' και στην ενδυνάμωση των τοπικών κοινοτήτων (Davis, 2009). Συνεπώς, το επίκεντρο δεν βρίσκεται στα αντικείμενα αλλά στον άνθρωπο (de Varine, 1976:127). Ωστόσο, η φύση των οικομουσείων ποικίλει.

Ως 'οικομουσείο' συνήθως θεωρείται ένα «μουσείο χωρίς τοίχους» που περιλαμβάνει ένα σύνολο πολιτισμικών και φυσικών στοιχείων που βρίσκονται σε μια οριοθετημένη περιοχή. Ωστόσο, ως οικομουσεία μπορούν και, υπό προϋποθέσεις, να θεωρηθούν και μουσεία που βρίσκονται σε κλειστούς χώρους (Davis, 2011:288). Ειδικότερα για τον Davis (2011), οικομουσεία θεωρούνται τα δίκτυα πολιτιστικών ή φυσικών μνημείων ή αξιοθέατων διασπαρμένων, συμπεριλαμβανομένων τοπίων ιδιαίτερης φυσικής και πολιτισμικής αξίας, οικισμών, κ.α., αλλά και μεγάλα ή μικρά ξεχωριστά κτίρια, όπως εγκαταλελειμμένα εργοστάσια, βιομηχανικά κτήρια, υδρόμυλοι, φάρμες, αγροτόσπιτα, κλπ.

Μέσω των οικομουσείων, το «μουσείο» προσεγγίζεται πιο ολοκληρωμένα ως εκπαιδευτικό εργαλείο τιθέμενο στην υπηρεσία της κοινωνικής ανάπτυξης (de Varine, 1985:4), αλλά και ως αναπτυξιακό εργαλείο προσέλκυσης τουριστών και δημιουργούνται προϋποθέσεις εδαφικής ανάπτυξης.

1.4. Το οικομουσείο ως πλατφόρμα εδαφικής ανάπτυξης

Η εδαφική ανάπτυξη (territorial development) εκφράζει μια χωρικά ισορροπημένη προσέγγιση της ανάπτυξης για τις περιοχές με φυσικούς περιορισμούς, η οποία στοχεύει στη μείωση των τοπικών και τομεακών ανισοτήτων. Ο όρος «εδαφικός» προσδιορίζει τα όρια του τοπικού αλλά και τη σχέση του με το κοινωνικό, το φυσικό, το πολιτισμικό και το ανθρώπινο κεφάλαιο, τα οποία χρήζουν «αξιοποίησης», λαμβάνοντας υπόψιν την ευρύτερη δυνατή έννοια της συνολικής αξίας (Belletti and Marescotti, 2013). Βασίζεται στη συμμετοχική διαχείριση των κοινών φυσικών και πολιτισμικών πόρων που οδηγεί στην προώθηση του ιδιαίτερου χαρακτήρα και της αξίας τους, δίνοντας έμφαση στην τοπική διακυβέρνηση. Η εδαφοποίηση γεννά μορφές αυτο-οργάνωσης και αυτο-διακυβέρνησης (Perez, 2010) που δύνανται να σημάνουν χειραφέτηση των περιοχών της υπαίθρου από το κράτος, αλλά και αποτελεσματικότερη συνεργασία με κρατικές δομές (Γούσιος, 2013). Η εδαφική ανάπτυξη αποτελεί ένα «κοινωνικό συμβόλαιο για ένα κοινό μέλλον» (Γούσιος, 2013:82, Calame, 2012, Raffestin, 1986). Το οικομουσείο επαναπροσεγγίζει την παραπάνω έννοια της συνολικής αξίας, την αξία του τοπίου και της πολιτισμικής κληρονομιάς, αναδεικνύει τις τοπικές ιδιαιτερότητες, ενδυναμώνει τη συμμετοχή των ντόπιων στη διαχείριση της περιοχής τους και στη λήψη αποφάσεων και προάγει τη σχέση τους με το δημόσιο χώρο.

1.5. Ο τόπος ως οικομουσείο

Μέσω των οικομουσείων κατασκευάζεται, συντηρείται και επανακατασκευάζεται η ταυτότητα του τόπου ως οικομουσείο που αφορά σύζευξη ανθρώπων, συμβόλων, τοπίων, ιστοριών, μνημών και βιωματικών εμπειριών. Τα οικομουσεία αποτελούν εργαστήρια κατανόησης της πραγματικότητας ως αποτελέσματος σχέσεων και αλληλεπιδράσεων, όπου

τόποι και ταυτότητες είναι αλληλοσυσχετιζόμενα και αλληροεξαρτώμενα (Anderson and Harrison, 2010). Ο τόπος του οικομουσείου συνδέεται με συναισθήματα, σύμβολα και ιστορίες, νέες μορφές πολυ-αισθητηριακής αντίληψης (λ.χ. γεύσεις, οσμές, ήχους), γνώσης, σχέσεων και αλληλεπιδράσεων (λ.χ. σωματικών) και εμπειρίας (λ.χ. βιωματικής) που διαρθρώνονται στο χώρο που οδηγούν σε νέες ερμηνείες της πραγματικότητας. Γίνεται το μέσο προώθησης νέων μορφών εικόνων, βιωμάτων, ελευθεριών, συμβόλων, σχέσεων, ταυτότητας και χωρικού επαναπροσδιορισμού. Τα βιώματα του οικομουσείου συχνά προωθούν την καλλιέργεια της αίσθησης του τόπου σε μια περίοδο εντεινόμενης αποπίας και χωρικής ομογενοποίησης που χαλαρώνει τη διαφορετικότητα και τη μοναδικότητα της εμπειρία των τόπων. Γενικότερα, τα οικομουσεία μπορούν να συνεισφέρουν σε μια όσο το δυνατόν πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση της ζωής μιας κοινότητας μέσα από τις διαδικασίες μεταμόρφωσης του χώρου σε τόπου (μετά την πρόσδοση νοήματος και αξίας) και στην κατανόηση της εξέλιξης της έννοιας του τόπου και των διαδικασιών δημιουργίας τοπικής ταυτότητας.

1.6. Το οικομουσείο ως εργαλείο ανάδειξης ιδιότυπων πόρων

Το οικομουσείο εμφανίστηκε ως μοχλός τοπικής ανάπτυξης υπό το πρίσμα αξιοποίησης των κοινών πόρων ('commons') ενός τόπου. Αποτελεί πλαίσιο ανάδειξης και ολιστικής παρουσίασης των στοιχείων του τόπου και του πολιτισμικού τοπίου και τα υλικά και άυλα συστατικά της πολιτισμικής κληρονομιάς, συγκεντρώνει και οργανώνει τις πληροφορίες ενός τόπου, προάγει τη διεπιστημονική έρευνα, την ταυτότητα και η αίσθηση του ανήκειν (προφορική ιστορία, δεξιότητες, φεστιβάλ, τελετουργικά, ήθη, έθιμα και παραδόσεις, κλπ), αξιοποιεί τις νέες τεχνολογίες και μπορεί να λειτουργήσει σε οποιαδήποτε εδαφική κλίμακα.

Τα οικομουσεία αποτελούν ζωντανά οικοσυστήματα και εργαλεία ανάδειξης, κατασκευής, ενεργοποίησης και οργάνωσης ιδιότυπων πόρων και προϊόντων μιας συγκεκριμένης συλλογικότητας, σε δεδομένο τόπο και χρόνο, παραγόμενα υπό συγκεκριμένες συνθήκες, συνέργειες και διαδικασίες (Γούσιος, 2013, Ανθοπούλου, 2013, Pecquer, 2013, Ostrom, 2002). Οι ιδιότυποι πόροι συνδέουν προϊόντα, τοπία, κτίσματα, ταυτότητες, σχέσεις, τεχνογνωσία, εμπειρίες, κλπ, που προέρχονται τόσο από το παρελθόν όσο και από το παρόν και διαμορφώνουν το χαρακτήρα και την ίδια την υπόσταση μιας εδαφικής οντότητας και δημιουργούν προϋποθέσεις βιώσιμης ανάπτυξης. Με άλλα λόγια, ένας επιτυχημένος συνδυασμός ιδιότυπων πόρων θα μπορούσε να αποτελεί ένα αντιπροσωπευτικό κομμάτι της ίδιας της φαιάς ουσίας και της μοναδικής φυσιογνωμίας ενός «τόπου»¹. Οι ιδιότυποι πόροι δεν υπάρχουν ανεξάρτητα των συνθηκών που δημιουργήθηκαν, δεν μπορούν να κατασκευαστούν από εξωτερικούς δρώντες ούτε να μεταβιβαστούν «αλλού», καθώς αποτελούν το προϊόν μιας συγκεκριμένης συλλογικότητας, σε δεδομένο τόπο και χρόνο, παραγόμενο υπό συγκεκριμένες συνθήκες, συνέργειες και διαδικασίες (Γούσιος, 2013, Pecquer, 2013, Torre κ.α., 2006, Joffre και Koenig, 1992, Ostrom, 2002). Εκεί έγκειται το

¹ Για παράδειγμα, τα τοπικοποιημένα αγροδιατροφικά συστήματα (Système Agroalimentaire Localisé – SYAL) αναδεικνύουν το τρόφιμο ως πολιτισμικό κεφάλαιο και συμβολική αξία, το συνδέουν με διατροφικές ταυτότητες και καινοτόμες παραγωγικές τεχνικές και με ποιότητες που δεν μπορούν να αναπαραχθούν «αλλού» (Ανθοπούλου 2013α, «ισχυρή, μοναδική και μη αναπαραξίμη σχέση με τον τόπο προέλευσης», Belletti και Marescotti 2013:127). Γενικότερα τα SYAL μπορούν να αποτελέσουν ένα τρόπο ανάλυσης της συνδυαστικής αξιοποίησης των τοπικών πόρων (αγρο-διατροφικών, γαστρονομικών, τουριστικών, πολιτιστικών, κ.α.) και ένα πολύτιμο εργαλείο πολιτικής για το σχεδιασμό εδαφικής ανάπτυξης.

ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα και η μοναδική τους αξία. Η ιδιοτυπία συνίσταται όχι μόνο στις εδαφοκλιματικές συνθήκες, αλλά και στις πρακτικές και τεχνικές επεξεργασίας πρώτων υλών και μεταποίησης, στο απόθεμα γνώσης που μεταδίδεται από γενιά σε γενιά (που συνήθως είναι μια μακρά διαδικασία που απαιτεί τεχνογνωσία και θεωρείται ως σημαντικό κομμάτι συλλογικής ταυτότητας, Pecqueur, 2013), στην περιβαλλοντική διάσταση, στις τοπικές κοινωνικές και πολιτισμικές συνθήκες, στις σχέσεις ταυτότητας προϊόντων και τοπικού πληθυσμού, στην ιστορία του προϊόντος σε σχέση με την ιστορία της κοινότητας και σε πτυχές κουλτούρας και ταυτότητας, μέσα από τις οποίες αναδεικνύεται η καινοτομία του προϊόντος/ υπηρεσίας (Belletti και Marescotti, 2013, Ανθοπούλου, 2013).

1.7. Το οικομουσείο ως «μουσείο της κοινότητας»

Σύμφωνα με τον ορισμό του «Ευρωπαϊκού Δικτύου Οικομουσείων» το οικομουσείο είναι «ένας δυναμικός τρόπος βάσει του οποίου οι κοινότητες διαφυλάσσουν, ερμηνεύουν και διαχειρίζονται την κληρονομιά τους για μια βιώσιμη ανάπτυξη. Ένα οικομουσείο βασίζεται σε ένα κοινωνικό συμβόλαιο» (Declaration of Intent of the Long Net Workshop, 2004). Ο αριθμός των οικομουσείων είναι σχετικά μικρός σε σχέση με αυτό των συμβατικών μουσείων, αλλά μετά το 2000 παγκοσμίως παρατηρείται μια ραγδαία αύξησή τους. Το οικομουσείο είναι «μουσείο της κοινότητας» (de Varine 1996, Heritage Saskatchewan, 2016) που αφορά μια πολυ-επίπεδη προσέγγιση από το «τοπικό» στο «παγκόσμιο» και αντιστρόφως, ενάντια στις τάσεις εμπορευματοποίησης των κοινών, προάγοντας την τοπική διακυβέρνηση (Bigell, 2012, Zizek, 2009, Hess, 2008). Η συμμετοχή του τοπικού πληθυσμού στη λειτουργία του οικομουσείου βοηθάει ην κοινότητα να εγκαθιδρύσει την ταυτότητά της και να τη χρησιμοποιήσει στο πλαίσιο μιας βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης. Οι τοπικές κοινότητες διατηρούν την ιδιοκτησία, τον έλεγχο και τη διαχείριση των οικομουσείων, στη βάση ενός κοινωνικού συμβολαίου, που συνεπάγεται διατήρηση των ηθικών υποχρεώσεων και της κοινότητας, περιλαμβάνοντας συνεχή δημόσια διαβούλευση προς πλήρωση ενός οράματος βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης (de Varine, 1996, Maggi, 2002, Massey, 2014). Οι ίδιοι αποφασίζουν τι έχει αξία για τους ίδιους να αναδειχθεί και πώς θα αναπαραστήσουν στο περιβάλλον τους, την κληρονομιά, την πολιτισμική τους ταυτότητα και τη δική τους αίσθηση του τόπου, προστατεύοντας το «πνεύμα του τόπου» (Corsane et al, 2007). Με άλλα λόγια, οι κάτοικοι της περιοχής συλλέγουν, διατηρούν, εκθέτουν και μελετούν αντικείμενα τοπικής κληρονομιάς και ανακαλύπτουν συνεχώς νέες πτυχές της κοινωνικής τους ζωής. Οι τοπικές κοινότητες ενεργοποιούν και ενδυναμώνουν το τοπικό τους κεφάλαιο. Οι αποφάσεις λαμβάνονται με δημοκρατικό τρόπο και ενθαρρύνεται ο συνεργατισμός και η δικτύωση των εμπλεκομένων. Το οικομουσείο μπορεί να αποτελέσει 'ένα κοινωνικό συμβόλαιο για ένα κοινό μέλλον' (Γούσιος, 2013:82, Raffestin, 1986, Calame, 2012). Συνεπώς, τα οικομουσεία επίσης διαφέρουν από τα συμβατικά μουσεία στο ότι δεν είναι διαχειριζόμενα «από τα πάνω» από εφορίες αρχαιοτήτων ή από άτομα με εξειδικευμένες γνώσεις (ειδικούς), αλλά είναι προσανατολισμένα «από τα κάτω» από ντόπιους που προσδιορίζουν και αναδεικνύουν οι ίδιοι την κληρονομιά, την ταυτότητα, την εδαφική περιοχή και το τοπίο τους με τους τρόπους που επιθυμούν και τα διαχειρίζονται μέσω συνεργειών και συνεργασιών. Σύμφωνα με τον Davis (2009) διαφέρουν και από άλλα ανοιχτά μουσεία που διαχειρίζονται την πολιτισμική κληρονομιά και το τοπίο, όπως αυτών του National Trust, English Heritage και Natural England, στο ότι αυτά είναι κατασκευασμένα από ειδικούς, όχι από ντόπιους και βασίζονται σε διαδικασίες από «τα πάνω», ενώ σπανίως λαμβάνονται υπόψη οι τοπικές ανάγκες ή επιθυμίες και η συλλογική απόδοση αξίας από τις τοπικές κοινωνίες.

1.8. Οικομουσείο και τοπίο

Τα δομικά χαρακτηριστικά της σχέσης ανθρώπου και τόπου αποδίδονται μέσω του τοπίου, ως αποθήκης νοημάτων, λειτουργιών και αξιών. Για τον Relph (1976) η αίσθηση του τόπου μπορεί να καλλιεργηθεί με τον κατάλληλο σχεδιασμό του τοπίου. Το «οικομουσείο» συνδέεται άμεσα με την έννοια του «τοπίου» και μπορεί να αποτελέσει μια καλή πρακτική εφαρμογή της Ευρωπαϊκής Σύμβασης για το Τοπίο (που έχει κυρωθεί με το Ν. 3827/30/25.2.2010). Οι στόχοι της προσέγγισης του οικομουσείου συνάδουν με αυτούς της εν λόγω Σύμβασης, δεδομένου ότι τα οικομουσεία συντηρούν και προάγουν το πολιτισμικό τοπίο και την ανάγκη ευαισθητοποίησης, εκπαίδευσης και κατάρτισης των πολιτών γύρω από την έννοια του τοπίου (Davis, 2011: 273-4). Το οικομουσείο βασίζεται στην αναγνώριση, ανάλυση και επεξεργασία των σχέσεων κοινωνίας-τοπίου (Babic, 2009, Zapletal, 2012), συνδέει τα εκθέματα με τις μορφές, λειτουργίες και αξίες του ευρύτερου φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και καλλιεργεί μια επίγνωση της ιστορίας σε μια εδαφική περιοχή από εκείνους που δημιουργούν την ιστορία, τις κοινότητες, προσφέροντας το υπόβαθρο για μια ολοκληρωμένη αναπτυξιακή πολιτική (Davis, 2011).

1.9. Το οικομουσείο και η σύνδεσή του με τους τομείς της αειφόρου ανάπτυξης

Ο κλάδος του τουρισμού είναι ένας από τους σημαντικότερους της οικονομίας της Ελλάδας και καλείται να παίξει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη περιοχών με φυσικές μειονεξίες. Αυτό προϋποθέτει, μεταξύ άλλων, στενή συνεργασία μεταξύ ιδιωτικού και δημοσίου τομέα, οι οποίοι, κατ' ουσίαν, αλληλοεξαρτώνται (Κορρές και Τσομπάνογλου, 2007). Τα παραπάνω απαιτούν ποιότητα υποδομών, ποιότητα υπηρεσιών, ποιότητα περιβάλλοντος/ τοπίου, ποιότητα αγαθών και ποιότητα εκπαίδευσης και παιδείας. Ο βιώσιμος τουρισμός μπορεί να βοηθήσει τις τοπικές κοινότητες να επαναπροσδιορίσουν τη σχέση τους με το χώρο, την παραγωγή, την αυτάρκεια, τη δημιουργικότητα, το τοπίο, τη γνώση, τις κοινωνικές σχέσεις, τις πολιτιστικές αξίες, τη φύση και την ίδια την ανάπτυξή τους (Τσομπάνογλου, 2007). «Είναι ένας τρόπος για μακροπρόθεσμη πολιτιστική σταθερότητα, οικολογική συντήρηση, λήψη αποφάσεων σε επίπεδο βάσης και αυτάρκεια βασισμένη στη γηγενή γνώση και δημιουργικότητα» (Barbosa and Velasco, 2007: 396).

Πέρα από τον τουρισμό, ο πολιτισμός, το περιβάλλον και η κοινωνική οικονομία είναι τομείς στους οποίους πρέπει να δώσει ιδιαίτερη βάση η περιφερειακή πολιτική, καθώς μπορούν να συμβάλλουν στην προώθηση της αποκέντρωσης λειτουργιών και αρμοδιοτήτων του δημοσίου τομέα, στη μείωση των περιφερειακών ανισοτήτων, στην αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων, στην τομεακή εξειδίκευση, στην οργάνωση, κλπ., των αναπτυγμένων περιοχών, στην οργάνωση χρήσεων γης και στην καλύτερη προστασία και διαχείρισή τους, στην προσέλκυση παραγωγικών ηλικιών και στην καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των φυσικών και πολιτισμικών πόρων (Κορρές και Τσομπάνογλου, 2007). Η πλατφόρμα του οικομουσείου θα μπορούσε να ενισχυθεί με πρακτικές που αφορούν την αξιοποίηση πόρων κληρονομιάς, στο πλαίσιο μιας βιώσιμης εδαφικής ανάπτυξης. Τέτοιες είναι η προσέγγιση του Food and Agriculture Organization (FAO) περί της προώθησης της ταυτότητας προϊόντων γεωγραφικής ένδειξης και της σύνδεσης φυσικών και πολιτισμικών πόρων (ανθρώπων, τόπων και προϊόντων) σε μια δεδομένη εδαφική περιοχή, η αξιοποίηση των ενδογενών πόρων μέσω του 'ενάρτου κύκλου' ανάμεσα στις σχέσεις τυπικού προϊόντος, τοπικού συστήματος και εξωτερικού πλαισίου (Vandecandelaere et al, 2009, Belletti και Marescotti, 2013, Ανθοπούλου, 2013), η προσέγγιση «Τοπικοποιημένων Αγροδιατροφικών Συστημάτων» (SYAL) (Muchnik και Ανθοπούλου, 2013), στρατηγικών και καλών πρακτικών προστασίας, διαχείρισης και σχεδιασμού του τοπίου (ELC, 2000, Παυλής, 2012, Terkenli & Pavlis, 2012), κ.α.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Οργάνωση και λειτουργία Οικομουσείων ανά τον κόσμο

Σχεδόν τα μισά από τα οικομουσεία του κόσμου βρίσκονται σε μεσογειακές χώρες: Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία και νότια Γαλλία (Davis, 2011). Σήμερα υπάρχουν πάνω από 100 οικομουσεία στη Γαλλία, τα οποία ποικίλουν ως προς το χαρακτήρα και το αντικείμενό τους: αγροτική και αστική ζωή, βιομηχανία, αρχιτεκτονική, οικοσύστημα, κ.α. Στην Ιταλία η ανάπτυξη των οικομουσείων ήταν ραγδαία και ήρθε κυρίως μετά το 2000, καθώς το 1999 ο Davis είχε καταγράψει μόλις 15, ενώ το 2011 κατέγραψε περίπου 150. Αλλού καταγράφονται περίπου 200, συμπεριλαμβανομένων κάποιων που βρίσκονταν υπό ίδρυση (Riva, 2010). Οι Pressenda and Sturani (2007a, 2007b) περιγράφουν το χαρακτήρα τους και τα χωρίζουν σε τέσσερις κατηγορίες: βιομηχανικά οικομουσεία ή οικομουσεία που συνδέονται με συγκεκριμένα παραδοσιακά προϊόντα, οικομουσεία που συνδέονται με την διατήρηση ενός στοιχείου του τοπίου, οικομουσεία που προέρχονται από υφιστάμενα εθνογραφικά μουσεία που υιοθέτησαν το όνομα «οικομουσείο» και οικομουσεία που δίνουν έμφαση στην εδαφική περιοχή και στο τοπίο (Davis, 2011:150). Ο Davis (2011) αναφέρει ότι στην Ισπανία υπάρχουν 77 οικομουσεία είναι βασισμένα κυρίως στην υλική κουλτούρα, τις παραδοσιακές δεξιότητες και τον αγροτικό –και όχι το βιομηχανικό– τρόπο ζωής. Στην Πορτογαλία καταγράφει 13 οικομουσεία που ερμηνεύουν ένα σημαντικό κομμάτι της πολιτισμικής κληρονομιάς που περιλαμβάνει αρχαιολογικές τοποθεσίες, τοπίο και παραδοσιακούς τρόπους ζωής, παραδοσιακές οικίες και ενεργούς αλευρόμυλους. Αν και ο ευρωπαϊκός νότος διαθέτει εκατοντάδες οικομουσεία, ο ευρωπαϊκός βορράς δεν διαθέτει τέτοιο αριθμό... παρόλο που είχε τεθεί η βάση για την ίδρυση οικομουσείων και αρκετά μουσεία έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά με τα οικομουσεία. Στη Νορβηγία η πλειονότητα των μουσείων είναι ανοιχτά ή έχουν ως θέμα την αγροτική ζωή και λειτουργούν όπως τα οικομουσεία, ωστόσο δεν ονομάζονται «οικομουσεία» (Maure, 1985, Davis, 2011). Παρόμοια είναι η κατάσταση και στις άλλες σκανδιναβικές χώρες, τη Δανία και (κυρίως) τη Σουηδία, με ρίζες, ως προς την νέα/ διαφορετική προσέγγιση της μουσειολογίας, ήδη από το 19^ο αιώνα. Ιδίως στις Σκανδιναβικές χώρες, οι υποδομές των οικομουσείων είναι διασπαρμένες σε μεγάλες εκτάσεις (Davis, 2011:269, Hamrin and Hulander, 1995), προάγοντας το πολιτισμικό τοπίο ως οικομουσείο. Στη Βρετανία υπάρχουν επίσης πολλά μουσεία που λειτουργούν με τη φιλοσοφία των οικομουσείων ενδυναμώνοντας –την ήδη ανεπτυγμένη– αίσθηση της κοινότητας. Στο Βέλγιο, παραδόξως (λόγω της Γαλλικής επιρροής στο νότιο τμήμα του) δεν έχει υιοθετηθεί η παράδοση των οικομουσείων. Οι παρακάτω επιλεγμένες περιπτώσεις οικομουσείων προέρχονται από τη σχετική μελέτη του Davies (2011).

2.1. Το Οικομουσείο Haute-Bauce, Καναδάς

Το Οικομουσείο Haute-Bauce του Καναδά ιδρύθηκε επισήμως το 1982 (η αρχή έγινε από το 1979) και θεωρείται ως το πρώτο οικομουσείο της βορείου Αμερικής (Davis, 2011). Η περιοχή του LaBeauce περιλαμβάνει 25 δήμους και βρίσκεται στο νοτιοδυτικό Quebec. Χαρακτηρίζεται από τις πλούσιες προφορικές παραδόσεις το άγριο της τοπίο και την πλούσια πολιτισμική της κληρονομιά. Οι Mayrand (1983b) και Stephenson (1982) υποστηρίζουν ότι πριν την ίδρυση του οικομουσείου οι άνθρωποι δεν γνώριζαν αυτή την κληρονομιά τους και

ότι οι αυτοδιοικητικές αρχές δεν έκαναν πολλά για να την αναδείξουν. Στις αρχές της δεκαετίας του 1980 ξεκίνησε η συλλογή χιλιάδων αντικειμένων πολιτισμικής αξίας και το 1983 το project ονομάστηκε Ecomusee de la Haute Beauce που συγκροτήθηκε από μια συμφωνία 13 χωριών κάτω από το σλόγκαν «μαζί χτίζουμε το μουσείο μας». Πραγματοποιήθηκαν εκθέσεις με θέμα την πολιτισμική κληρονομιά και την εκστρατεία «αγαπώ το χωριό μου» όπου ανάμεσα σε άλλα ομάδες παιδιών 5-8 ετών ζωγράφισαν κομμάτια της καθημερινής ζωής στο χωριό, οργανώνοντας σεμινάρια και εργαστήρια πάνω σε μουσειολογικά ζητήματα, αποτελώντας πρότυπο για πολλά οικομουσεία ανά τον κόσμο. Το 1998 μετονομάστηκε ως “Cultural Park” (Parc Culturel). Βασίζεται στη δημοκρατική συμμετοχή, τη συλλογικότητα. Η πολιτική του οικομουσείου είναι ότι μέσα από τη συλλογική δουλειά μπαίνουν οι βάσεις μελλοντικής περιφερειακής ανάπτυξης.

2.2. Οικομουσείο LeCreusot, Γαλλία

Το πρώτο οικομουσείο θεωρείται το Οικομουσείο LeCreusot στη Βουργουνδία της Γαλλίας που λειτουργεί περίπου 20 χρόνια και συμβάλλει επιτυχώς στη διαχείριση πολιτισμικών πόρων και στη ανάπτυξη της περιοχής. Το Creusot υπήρξε μια από τις σημαντικότερες βιομηχανικές περιοχές της Γαλλίας μέχρι τα μέσα του 2^{ου} αιώνα (Davis, 2011). Πρόκειται για το Μουσείο του Ανθρώπου και της Βιομηχανίας, του οποίου οι τομείς δράσεις είναι:

- Άνθρωπος και Περιβάλλον
- Βιομηχανική εξέλιξη
- Κοινωνικός βίος
- Κοινωνικοοικονομική ιστορία
- Λαϊκός πολιτισμός

Οι ντόπιοι κάτοικοι συμμετέχουν ενεργά όχι μόνο ως δημιουργοί του μουσείου, αλλά και ως ενεργοί συμμετέχοντες στη βιωματική εμπειρία των επισκεπτών αυτού. Παράλληλα υπάρχει επαγγελματικό προσωπικό με τεχνική κατάρτιση που διεξάγει έρευνα, διατηρεί επικαιροποιημένους καταλόγους, οργανώνει δραστηριότητες, διασφαλίζει τη βιωσιμότητα του οικομουσείου, συντονίζει δραστηριότητες σε διάφορους τομείς και συνεργάζεται με τις αυτοδιοικητικές αρχές (Hudson, 1996). Ο χώρος εκθέσεων και πυρήνας του εν λόγω οικομουσείου είναι ένα παλιό υαλουργείο. Παράλληλα υπάρχουν και αρκετοί υποσταθμοί του οικομουσείου με ιστορική σημασία στην ευρύτερη περιοχή.

2.3. Οικομουσείο du Pays de Rennes, Γαλλία

Το Οικομουσείο du Pays de Rennes (de la Bintinais) της βορειοδυτικής Γαλλίας άνοιξε για το κοινό το 1987. Πρόκειται για μια ενεργή φάρμα που σχεδιάστηκε από ειδικούς επαγγελματίες, αλλά η διαχείριση γίνεται από την κοινότητα. Διαθέτει 9 άτομα μόνιμο προσωπικό. Διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη γεωργία και την κτηνοτροφία της περιοχής και διατηρεί συνεργασίες με τοπικούς συλλόγους. Στεγάζεται σε ένα μεγάλο ανακαινισμένο αγροτόσπιτο όπου εκτίθενται αρκετά εργαλεία, έπιπλα και ενδυμασίες του 19^{ου} αιώνα, όπου η κληρονομιά (συμπεριλαμβανομένης της Βρετονικής διαλέκτου) παρουσιάζεται μέσω νέων τεχνολογιών (οπτικοακουστικών, αλληλεπίδραση ανθρώπου-μηχανής, κ.α.). Λειτουργεί μια μόνιμη έκθεση με ιστορικά εκθέματα και ντοκουμέντα από το 16^ο αιώνα, γίνονται διαδρομές με άμαξες, διατίθενται προϊόντα τοπικής κουζίνας και τοπικής τέχνης, ενώ υπάρχουν

διαμορφωμένοι χώροι για εκδηλώσεις και φεστιβάλ που αφορούν κυρίως την τοπική ιστορία της γεωργοκτηνοτροφίας. Επιχορηγείται από τις αυτοδιοικητικές αρχές, ενώ έχει και τη στήριξη από διάφορους σπώνσορες για τις ιδιαίτερα δημοφιλείς (τόσο για τουρίστες όσο και για τους ντόπιους) δραστηριότητές του (Electricite de France, Credit Agricole, Guyomarch Nutrition Animale, SmithKline Beecham), οι οποίες αφορούν τη διατήρηση ντόπιων ποικιλιών φυτών (σιτάρι, κριθάρι, σίκαλη, τριφύλλι, καλαμπόκι, ηλίανθο, τεύτλο), δυο σπωρώνων, αλλά και σπάνιων εντόπιων φυλών ζώων (άλογα, χοίρους, βοοειδή, πρόβατα, πουλερικά) σε ένα χώρο 15 εκταρίων, διαφυλάσσοντας τη γενετική κληρονομιά.



Εικόνες 1, 2, 3, 4. Εκθέματα και χώροι του Οικομουσείου de Rennes

Πηγή: [Le musée - Écomusée de la Bintinais - Rennes \(ecomusee-rennes-metropole.fr\)](http://Le%20mus%C3%A9e%20-%20%C3%89comus%C3%A9e%20de%20la%20Bintinais%20-%20Rennes%20(ecomusee-rennes-metropole.fr))

2.4. Οικομουσείο de l'île de Groix, Γαλλία

Το Οικομουσείο de l'île de Groix λειτουργεί το νησί Groix της βορειοδυτικής Γαλλίας με πληθυσμό περίπου 2000 κατοίκων. Ιδρύθηκε το 1984 μέσα από ένα πρόγραμμα που συντόνιζε ένας επαγγελματίας μουσειολόγος. Τα αντικείμενα ενασχόλησης του μουσείου αφορούν τη γεωλογία, τη φυσική ιστορία, την αρχαιολογία, την άγρια ζωή (wildlife), τη ζωή στη θάλασσα και γενικότερα τη σχέση του ανθρώπου με το τοπίο του. Ωστόσο υπάρχουν και ειδικότερα θέματα όπως η ζωή του ποιητή Jean-Pierre Calloch (1888–1917). Πρόκειται για ένα δημοτικό μουσείο που εποπτεύεται από τη Διεύθυνση Μουσείων της Γαλλίας (Direction des Musées de France) και χρηματοδοτείται από ποικίλες πηγές συμπεριλαμβανομένου του Υπουργείου Πολιτισμού και του Περιφερειακού Συμβουλίου. Το νησί χαρακτηρίζεται από ένα πλούσιο γεωλογικό και αρχαιολογικό παρελθόν που ξεκινά από τους παλαιολιθικούς χρόνους. Στο οικομουσείο από το 1989 λειτουργεί εκπαιδευτικό κέντρο που βοηθά στη διατήρηση των παραδοσιακών τεχνών παρέχοντας διάφορα workshops, μόνιμες εκθέσεις φωτογραφιών και αντικειμένων. Πραγματοποιούνται δράσεις που περιλαμβάνουν ψάρεμα

(καβούρια, ψάρια, κλπ), εκδρομές με το σκάφος “Κίνανο” του μουσείου γύρω από το νησί και εκδρομές με ποδήλατο σε όλο το νησί, με σκοπό να μεταφέρουν ένα όσο το δυνατόν πιο ολοκληρωμένο βίωμα. Το σημαντικότερο όμως για τον Davis (2011) είναι ότι στη διαχείριση του μουσείου ενεπλάκη τοπική κοινότητα και μέσω αυτού του μουσείου ενδυναμώθηκε η αίσθηση του τόπου των κατοίκων. Υποδέχεται 16.000 επισκέπτες το χρόνο και σαφώς αποτελεί ένα δημοφιλή τουριστικό προορισμό.



Εικόνες 5, 6, 7. Εκθέματα του Οικομουσείου de l'île de Groix

Πηγή: [Ecomuseum of the island of Groix - Wikipedia, the free encyclopedia](https://en.wikipedia.org/wiki/Ecomuseum_of_the_island_of_Groix)

2.5. Οικομουσείο de la Brenne et du Pays Blancois, Γαλλία

Το Οικομουσείο de la Brenne et du Pays Blancois στην πόλη Le Blanc της κεντρικής Γαλλίας δημιουργήθηκε το 1988 μετά από απαίτηση μιας ομάδας του ντόπιου πληθυσμού και είναι αφιερωμένο στη φυσική και πολιτισμική κληρονομιά της περιοχής. Η περιοχή είναι ένας υδροβιότοπος χιλιάδων λιμνών με αρκετά σπάνια είδη πουλιών (πάνω από 250). Υπάρχει εισιτήριο εισόδου σε περιορισμένο κοινό. Η φέρουσα ικανότητα είναι 8.000 επισκέπτες ετησίως, από τους οποίους το 60% είναι ντόπιοι και λίγοι τουρίστες εκτός Γαλλίας. Η αφήγηση του μουσείου που εμπρικλείει την αίσθηση του τόπου Brenne είναι ένας συνδυασμός ιστορίας, θρύλων, ανθρώπινης προσπάθειας και άγριας ζωής που αφορά τις

σχέσεις ανθρώπου-περιβάλλοντος/τοπίου. Το οικομουσείο εμπεριέχει ένα δίκτυο μουσείων και συγκεκριμένα ένα μουσείο αφιερωμένο στο μέλι, ένα μουσείο αγροτικού εξοπλισμού/μηχανημάτων, ένα αρχαιολογικό μουσείο, ένα μουσείο κοινωνικής ιστορίας (με ηχογραφημένες αφηγήσεις, φωτογραφίες, κ.α.) και ένα μουσείο αφιερωμένο στη ζωή και το έργο του τοπικού συγγραφέα, ζωγράφου και εξερευνητή Henry de Monfried (1879-1974), καθώς και ξεναγήσεις σε οικίες του 15ου αιώνα αλλά και διάφορα άλλα αξιοθέατα της περιοχής. Όπως αναφέρει Davis (2011) αν και η σύνδεση με την τοπική κοινότητα είναι περιορισμένη, υπάρχουν προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης.



Εικόνες 8, 9. Απόψεις του Οικομουσείου de la Brenne
Πηγή: [Ecomusée de la Brenne \(parc-naturel-brenne.fr\)](http://ecomusee.de.la.brenne.fr)

2.6. Οικομουσείο Αναβαθμίδων και Αμπελιού, Ιταλία

Το Οικομουσείο των Αναβαθμίδων και του Αμπελιού στην Cortemilia της Ιταλίας δημιουργήθηκε για να υποστηρίξει μια περιοχή με πολλά περιβαλλοντικά προβλήματα και συγκεκριμένα για να συντηρήσει και να προωθήσει το τοπίο των αναβαθμίδων, ως συλλογικό προϊόν της κοινότητας, δίνοντας έμφαση στην πολιτισμική και οικολογική τους αξία. Οι Murtas και Davis (2009) υποστηρίζουν ότι οι λόφοι με τις αναβαθμίδες υπήρξαν εξέχον χαρακτηριστικό του αγροτικού τοπίου της περιοχής, αλλά καθώς καταστρέφονταν λόγω έλλειψης συντήρησης, έσβησαν από τη μνήμη της κοινότητας. Η ομάδα του οικομουσείου ανέδειξε το τοπίο των αναβαθμίδων ως μέσο σύνδεσης των ανθρώπων με τον τόπο τους που προσφέρει μια συνέχεια στο χώρο και στο χρόνο. Όπως υποστηρίζουν οι παραπάνω ερευνητές, οι αναβαθμίδες δεν έχουν προσωπική υπογραφή αφού κατασκευάστηκαν από την κοινότητα και όχι από κάποιον αρχιτέκτονα ή μηχανικό και αποτελούν ένα καλό παράδειγμα οικολογικής διαχείρισης και αξιοποίησης των τοπικών πόρων με σεβασμό στο τοπίο και στο περιβάλλον. Η συντήρηση/ επανακατασκευή τους προϋπέθετε μια επανάσταση στην αντίληψη του εντόπιου πληθυσμού για τον τόπο του και μια νέα προσέγγιση των αξιών του τοπίου σε συνδυασμό με την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων. Σήμερα οι ντόπιοι κάτοικοι, μετά από ένα παρελθόν υποβάθμισης του περιβάλλοντος και του τοπίου της περιοχής τους, έχουν αποκτήσει νέο όραμα ανάπτυξης της περιοχής τους: καταγράφουν, αναδεικνύουν και προάγουν συνεχώς την ιστορία και το τοπίο της κοινότητάς τους, μέσω του οικομουσείου, τονίζουν με ποικίλους τρόπους ότι η ποιότητα ζωής και η αίσθηση του ανήκειν είναι άμεσα συνδεδεμένα με την κατανόηση και την εκτίμηση της τοπικής τους κληρονομιάς. Έτσι καλλιεργούν νέους τρόπους βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης. Το οικομουσείο περιλαμβάνει ένα ιστορικό κτήριο που μετατράπηκε σε κέντρο

πληροφοριών, βιβλιοθήκη και εκθεσιακό κέντρο, ένα αγρόκτημα με αμπέλι και οπωροφόρα δέντρα και μια ανακαινισμένη παραδοσιακή καλύβα. Σχολεία και ομάδες τουριστών δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την κληρονομιά του «τοπίου των αναβαθμίδων», το οποίο προωθούν με ποικίλους τρόπους στην αγορά. Το οικομουσείο δικτυώθηκε με άλλες πρωτοβουλίες διαχείρισης τοπίου, αναπαλαίωσης ιστορικών κτηρίων, αναβίωσης παραδοσιακών φεστιβάλ, κοκ, κατορθώνοντας να αξιοποιήσει επιτυχώς το κοινωνικό κεφάλαιο της περιοχής. Οι πολίτες δημιούργησαν ένα νέο αναπτυξιακό όραμα βιώσιμης ανάπτυξης και αξιοποίησης της κληρονομιάς τους.

2.7. Οικομουσείο dell' Argilla, Ιταλία

Το Οικομουσείο dell' Argilla βρίσκεται ανατολικά του Τορίνο στην Ιταλία, έξω από τη μικρή πόλη Cambiano. Η περιοχή είναι πλούσια σε άργιλο και η ιδιαίτερη τοιχοποιία έχει γίνει χαρακτηριστικό στοιχείο του τοπίου. Πρώην εργάτες του εργοστασίου βρήκαν μια νέα χρήση για το παλιό εργοστάσιο, ως χώρο τέχνης και ιδιαίτερα γλυπτικής και αγγειοπλαστικής (χρησιμοποιώντας άργιλο). Οι εκθέσεις ξεκίνησαν το 1987. Το 2000 δημιουργήθηκε μια ένωση από μέλη της τοπικής κοινότητας και λειτούργησε ως οικομουσείο. Έγιναν παρουσιάσεις της ιστορίας του εργοστασίου μέσω ενός videoproject που προσέλκυσε σχολεία αλλά και σχεδόν το σύνολο της τοπικής κοινότητας που δώρισε φωτογραφίες και άρχισε να συλλέγει την προφορική παράδοση και την άυλη κληρονομιά της περιοχής. Η οικονομική υποστήριξη, πέρα από ίδια κεφάλαια των συμμετεχόντων, ήρθε από την τοπική αυτοδιοίκηση από τους ιδιοκτήτες του εργοστασίου, αλλά και από τράπεζες, κοινοπραξίες και την περιφερειακή αυτοδιοίκηση. Έκτοτε, πραγματοποιούνται ξεναγήσεις στο εργοστάσιο από δυο μόνιμους υπαλλήλους χωρίς προηγούμενη εμπειρία που ενστερνίστηκαν το όραμα του οικομουσείου. Οι αναφορές στη λογοτεχνία και την ποίηση, κατά τη διάρκεια της ξενάγησης, βοηθούν στη βιωματική εμπειρία του επισκέπτη, τη οποία συμπληρώνει η όμορφη διαρρύθμιση του χώρου με έργα γλυπτικής και αγγειοπλαστικής από άργιλο. Η τοπική κοινότητα, με τον καιρό, ένωσε το οικομουσείο δικό της.





Εικόνες 10, 11. Δρώμενα του Οικομουσείου dell' Argilla

Πηγή: [Munlab Ecomuseo dell'Argilla](#) | [Facebook](#)

2.8. Οικομουσείο Seixal, Πορτογαλία

Το Οικομουσείο του Seixal της Λισαβώνας στην Πορτογαλία είναι το πρώτο οικομουσείο της Πορτογαλίας, και ξεκίνησε από μια έκθεση για την ιστορία του Seixal με τη συμμετοχή της κοινότητας, απ' όπου συλλέχθηκε το υλικό και τη χρηματοδότηση της τοπικής αυτοδιοίκησης. Από τον Davis (2011) θεωρείται ως το πιο επιτυχημένο παράδειγμα οικομουσείου στην Πορτογαλία, με σκοπό την έρευνα, τη διατήρηση και την ερμηνεία της φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς της ευρύτερης περιοχής του Seixal. Οι τομείς δράσης του αφορούν την τοπική ιστορία, τη γεωγραφία, τη γεωργία, την αλιεία, τη ναυτική αρχαιολογία και τη βιομηχανική αρχαιολογία, τη μουσική, τη θρησκεία, την καθημερινή ζωή, κ.α. Οι ντόπιοι κάτοικοι που διαχειρίζονται το οικομουσείο εκθέτουν την ιστορία, την παράδοση και τα χαρακτηριστικά της οικονομικής τους ζωής. Στο πλαίσιο του οικομουσείου λειτουργούν οκτώ θέσεις (sites) που περιλαμβάνουν μόνιμη έκθεση για τη χλωρίδα και την πανίδα των γειτονικών υδροβιοτόπων, γραφεία και εργαστήρια, έναν αρχαιολογικό χώρο ρωμαϊκής περιόδου, αποθηκευτικούς χώρους για τις συλλογές, 12 υδρόμυλους, βιομηχανίες αλιείας, καθώς και χώρους εκπαίδευσης και διαφόρων δραστηριοτήτων που προσελκύουν δεκάδες χιλιάδες επισκέπτες (20.000 για το 2009). Λειτουργεί από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 και σήμερα αποτελεί ένα αξιοσημείωτο τουριστικό αξιοθέατο. Το μουσείο μέχρι το 2010, όπου υπάρχει η καταγραφή του Davis (2001) απασχολούσε 33 υπαλλήλους για τις καθημερινές λειτουργικές του ανάγκες, 18 συνεργάτες σε projects, συμπεριλαμβανομένων εθελοντών και εκπαιδευτών.

2.9. Οικομουσείο de Los Pirineos, Ισπανία

Το Οικομουσείο de Los Pirineos της μικρής πόλης Jaca στην Aragon της Ισπανίας δημιουργήθηκε για να εισάγει τους επισκέπτες στη φύση και τον πολιτισμό της περιοχής, μέσω μιας σειράς περιπατητικών περιηγήσεων και εκδηλώσεων που προάγουν τον τουρισμό της υπαίθρου (Ecomuseo de Los Pirineos, 2010). Σε αυτά συμμετέχουν ντόπιοι κάτοικοι και ιδιαίτερα ειδικοί των τομέων της αρχαιολογίας, αρχιτεκτονικής, ιστορίας, βοτανολογίας, ζωολογίας και γεωλογίας. Οι διαδρομές έχουν τις εξής θεματικές: οι Δρόμοι της Πέτρας, η Δημοφιλής Δοξασία (PopularBelief), η Ζωή στα Πυρηναία και ο Φυσικός και Πολιτισμικός Πλούτος. Οι διαφορετικές θεματικές ενότητες αποκαλύπτουν διαφορετικές ιστορίες και ερμηνεύουν με διαφορετική οπτική το τοπίο (π.χ. μουσική παράδοση, τοπική αρχιτεκτονική, τοπικές χειροτεχνίες, βοτανική). Για παράδειγμα μια διαδρομή της θεματικής «Δημοφιλής Δοξασία» ονομάζεται «Οι προφορικές παραδόσεις των Πυρηναίων» και δίνουν έμφαση

στους μύθους, τους θρύλους, τις ιστορίες των κωμοπόλεων Ulle, Navasilla και Gracionepel με νεράιδες, ξωτικά, πνεύματα των βουνών και μαγικά δέντρα.



Εικόνες 12, 13. Δρώμενα του Οικομουσείου de Los Pirineos
Πηγή: [ECOMUSEO DE LOS PIRINEOS Jaca y sus Núcleos rurales | Jaca](https://www.ecomuseo.de.los.pirineos.org/jaca-y-sus-nucleos-rurales/)

2.10. Οικομουσεία της Κίνας

Ένα παράδειγμα αμφιλεγόμενης πρακτικής είναι η ίδρυση 16 οικομουσείων στην Κίνα το 1997, σε στρατηγικά επιλεγμένες περιοχές, μετά από μια διακρατική συμφωνία μεταξύ Νορβηγίας και Κίνας, με σκοπό τη διατήρησης της πολιτισμικής κληρονομιάς και των εθνοτικών μεινοτήτων (ethnic minority groups), την καταπολέμηση της φτώχειας και την τόνωση της τοπικής οικονομίας μέσω της ανάπτυξης του τουρισμού και την αποτροπή μετακίνησης πληθυσμών ή την αλλαγή χρήσεων γης (Yin, 2002). Τα οικομουσεία σχεδιάστηκαν και από τις δυο κυβερνήσεις και χρηματοδοτήθηκαν από τις κυβερνήσεις, αλλά και από μεγάλες εταιρείες. Ένα παράδειγμα αυτού του δικτύου είναι το οικομουσείο της Soga στην επαρχία Guizhou της Κίνας. Ήταν το πρώτο οικομουσείο της Κίνας. Εμπεριείχε

πληροφορίες για τις τοπικές διαλέκτους, τις παραδόσεις, το περιβάλλον και τον τοπικό τρόπο ζωής (υφαντική, μουσική, χορό, θρησκεία, γεωργία, αρχιτεκτονική). Εν τέλει, αποδείχτηκε ότι το όλο εγχείρημα οδήγησε στην βελτίωση αρκετών υποδομών (εκπαίδευσης, περίθαλψης, οδοποιίας, κ.α.), την ενίσχυση του πολιτιστικού τουρισμού (cultural tourism) και των συνθηκών ζωής. Ωστόσο, ο Davis (2011:246-247) αναφέρει ότι κατά τη διάρκεια των επισκέψεών του στα οικομουσεία εκφράζει αμφιβολίες όσον αφορά στην ύπαρξη αυτονομίας των τοπικών αρχών στη λήψη αποφάσεων ή το μέγεθος της επίδρασης των ντόπιων στη λειτουργία και στη στρατηγική διαχείριση των οικομουσείων, στη διαχείριση του οικονομικού οφέλους που προκύπτει από τον τουρισμό και τη δίκαια διανομή τους στις κοινότητες, τον έλεγχο της φέρουσας ικανότητας των περιοχών, την επιβάουσα εμπορευματοποιημένη folk εικόνα των ντόπιων που μετατρέπονται σε μουσειακά εκθέματα και «πουλάει» στους επισκέπτες, κ.α. Σύμφωνα με τον ίδιο συγγραφέα-ερευνητή, η από «τα πάνω» προσέγγιση των οικομουσείων της Κίνας, παρόλο που περιλάμβανε ευρέως αποδεκτές αρχές οικομουσείων (Guide on Liuzhi Principles), ίσως δεν οδήγησε στην αναμενόμενη επιτυχία των οικομουσείων, καθώς οι ντόπιοι δεν αναμείχθηκαν από την αρχή στη διαχείρισή του και δεν γνώριζαν πώς να το λειτουργήσουν. Συνεπώς ο όρος οικομουσείο εδώ χρησιμοποιείται μάλλον καταχρηστικά, αφού ο σχεδιασμός έγινε από «τα πάνω», χωρίς τη συμμετοχή των κοινοτήτων, άσχετα αν οι πολίτες συμμετείχαν σε επόμενα στάδια διαχείρισης. Επίσης, ένας δεύτερος λόγος αποτυχίας είναι ότι υιοθετήθηκε το 'σκανδιναβικό μοντέλο οικομουσείου' που εμπεριέχει διάσπαρτες θέσεις κληρονομιάς (heritagesites) σε μια ιδιαίτερα διευρυμένη γεωγραφική περιοχή (Hamrin, 1996).

2.11. Συμπεράσματα

Μέσω της φιλοσοφίας και των πρακτικών των οικομουσείων η ενεργή ενασχόληση με την ιστορία, την κληρονομιά και την καθημερινή ζωή της κοινότητας έχει ως σκοπό τη διατήρηση της ίδιας της ζωής και της ταυτότητας, την ανάδειξη της έννοιας και των αξιών του τοπίου (landscape values) και την ερμηνεία του τοπίου, την ευαισθητοποίηση σε θέματα περιβάλλοντος και οικολογικής διαχείρισης, την προώθηση της εκπαίδευσης, την ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής, την ανάπτυξη των σχετικών θεματικών μορφών τουρισμού και τη δημιουργία απασχόλησης. Με άλλα λόγια, ο τόπος αναδεικνύεται ως οικομουσείο. Τα οικομουσεία συνδέουν ανθρώπους και τόπους, σε μια εποχή όπου οι σχέσεις ανθρώπου και τόπου/ τοπίου, κουλτούρας και φύσης, συνεχώς διαρρηγνύονται, οι πολιτισμικές ταυτότητες απειλούνται, η αίσθηση του τόπου χάνεται και οι ανάγκες της κοινωνίας συσσωρεύονται σε αστικά περιβάλλοντα. 'Οι κοινότητες έχουν ανάγκη να επιβεβαιώσουν ότι η γλώσσα, οι παραδόσεις τους και η υλική του κουλτούρα παραμένει ευδιάκριτη σε ένα μεταβαλλόμενο κόσμο με πλείστες επιδράσεις όπου οι εικόνες και οι ιδέες διεισδύουν τα πολιτισμικά σύνορα περισσότερο από ποτέ' (Davis, 2011:276, Archabal, 1998). Έχουν την ανάγκη –που μεταφράζεται σε τάση- να διατηρούν, να διαχειρίζονται και να αναδεικνύουν/ παρουσιάζουν οι ίδιοι την ιστορία, την ιδιαιτερότητα, την ταυτότητα και τον τόπο τους. Μια από αυτές αδυναμίες είναι η σύγχυση ως προς τον ορισμό του οικομουσείου καθώς τα όρια μεταξύ οικομουσείων, μουσείων της κοινότητας, υπαίθριων μουσείων (open-air museums), μουσείων κοινωνικής ιστορίας, κ.α., όπως και τα γεωγραφικά όρια των οικομουσείων, είναι πολλές φορές δυσδιάκριτα.

Οι περισσότερες από τις παραπάνω καλές πρακτικές των οικομουσείων, όπως και πολλές άλλες που αναφέρει ο Davis (2011), βασίζονται στη συλλογικότητα και τη δημοκρατική

συμμετοχή των ντόπιων κατοίκων («από τα κάτω») που προσπαθούν να διαχειριστούν και να αξιοποιήσουν με διάφορους τρόπους τη φυσική και πολιτισμική κληρονομιά τους. Με αυτούς τους τρόπους ενθαρρύνεται η συμμετοχή των πολιτών στις αποφάσεις, η αίσθηση του τόπου και της κοινότητας, η δημοκρατία, η εθελοντική προσφορά, κάτι που συντελεί στην ενδυνάμωση του κοινωνικού κεφαλαίου. Το «κίνημα» των οικομουσείων χαρακτηρίζεται από μια ιδεαλιστική και ουμανιστική φιλοσοφία που εμπεριέχει ένα όραμα που δίνει στους ντόπιους τη δυνατότητα να ορίσουν και να κατασκευάσουν τη δική τους πολιτισμική ταυτότητα (Davis, 2011:279). Σε αυτό το πλαίσιο η συνεισφορά εθελοντών και τοπικών ακτιβιστών διαδραματίζει μείζονα ρόλο (Davis, 2011). Ωστόσο, σε κάποιες περιπτώσεις τη διαχείριση αρκετών οικομουσείων έχει αναλάβει ομάδα επαγγελματικών οργανισμών και σε αυτά οι κοινότητες παίζουν μονάχα ένα μικρό εθελοντικό ρόλο, ενώ σχεδόν απουσιάζει η διαβούλευση/ διάλογος (Davis, 2011:289).

Μέσα από τα οικομουσεία διαμορφώνεται ένα κοινό όραμα βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης μέσω, κυρίως, του τουρισμού και ειδικά του πολιτιστικού τουρισμού και του οικοτουρισμού. Τα οικομουσεία παρέχουν τη δυνατότητα αλληλεπίδρασης μεταξύ τοπικής κοινωνίας και τουριστών, ενθαρρύνοντας τους ντόπιους να επιδείξουν ενδιαφέρον και περηφάνια για τη φύση και τον πολιτισμό της περιοχής τους, να διαφυλάξουν, να αναδείξουν και να διαχειριστούν την κληρονομιά και την κουλτούρα τους στο πλαίσιο μιας αναπτυξιακής στρατηγικής, εμπλέκοντας και τις νεότερες γενιές. Αρκετές φορές, μάλιστα, ο Davis παρατηρεί ότι η έμφαση δίνεται περισσότερο στην αξιοποίηση των κοινών πόρων κληρονομιάς για αναπτυξιακούς λόγους μέσω του τουρισμού απ' ό,τι στην ερμηνεία του πολιτισμικού τοπίου μιας περιοχής και τη διατήρηση της πολιτισμικής ταυτότητας. Τα προϊόντα των οικομουσείων είναι η γεωργοκτηνοτροφία και η αγροδιατροφή, η τοπική κουζίνα, η τοπική τέχνη και οι πολιτιστικές βιομηχανίες, οι θεματικές διαδρομές και οι βιωματικές ξεναγήσεις, κλπ. Τα οικομουσεία προάγουν την εκπαίδευση, τις βιωματικές εμπειρίες τόσο στους τουρίστες/ επισκέπτες όσο και στον τοπικό πληθυσμό, συνεισφέροντας στη διαφοροποίηση των τοπικών οικονομιών, παρέχοντας δυνατότητες απασχόλησης, στην προσπάθεια μιας γενικότερης αναζωογόνησης τους ή ακόμα και της αντιστροφής του κύματος ερήμωσής τους. Ο όρος «οικομουσείο» έφερε περηφάνια και ενέργεια στις κοινότητες και οι πολιτισμικές ταυτότητες αναδείχτηκαν και αξιοποιήθηκαν για να προωθήσουν τοπικές οικονομίες (Davis, 2011:289).

Από την παραπάνω ανάλυση προκύπτει ότι τα οικομουσεία λειτουργούν –ή μπορούν να λειτουργήσουν- ως πλατφόρμες βιώσιμης ανάπτυξης, προάγοντας την τοπική γνώση και δεξιότητες, παράγοντας νέα προϊόντα και υπηρεσίες και προσδίδοντας σε αυτά κοινωνική και πολιτισμική υπεραξία, ενθαρρύνοντας τις συνέργειες και τη συνεργασία μεταξύ διαφορετικών ομάδων και ατόμων της κοινότητας, προτείνοντας νέες μορφές διαχείρισης κοινών πόρων και διακυβέρνησης των «κοινών» και οικοδομώντας νέες προοπτικές βιώσιμης τοπικής εδαφικής ανάπτυξης. Η διαδικασία δημιουργίας οικομουσείου είναι εντατική και απαιτητική περιλαμβάνοντας αρκετές ώρες διαβούλευσης ώστε να χτιστεί ένα Project που βασίζεται στη διερεύνηση των κοινών πόρων που έχουν αξία. Το βασικό ζητούμενο αυτών των Projects είναι η ανεύρεση τρόπων αξιοποίησης της κληρονομιάς που μπορούν να οδηγήσουν σε ενδυνάμωση της τοπικής οικονομίας, της τοπικής ταυτότητας και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής. Πέραν, όμως, της αρχικής μορφής ή του αρχικού σχεδιασμού των σχετικών Projects, τα οικομουσεία βρίσκονται συνεχώς σε μια συνεχή διαδικασία εξέλιξης, όπου νέα χαρακτηριστικά προστίθενται στη λειτουργία τους. Προσομοιάζουν με

«ζωντανά εργαστήρια» (living labs, Almirall and Wareham, 2011) και έχουν αποδειχτεί καταλύτες ανάπτυξης πολλών συνεργατικών πρωτοβουλιών (Davis, 2011). Τα οικομουσεία μπορούν να αποτελέσουν εργαστήρια έρευνας και ανάπτυξης. Έρευνας που συνδέει την εξέλιξη της έννοιας του τόπου, την εντοπιότητα και ιδιοτυπία των τροφίμων και τη διατροφή, τη διαχείριση προστασία και σχεδιασμό του τοπίου, την κοινωνική και την αλληλέγγυα οικονομία, τη διασύνδεση παραγωγής-μεταποίησης-τουρισμού-πολιτισμού-αθλητισμού, τις νέες μορφές συμμετοχικής διακυβέρνησης των κοινών, τα δίκτυα, τη νέα επιχειρηματική κουλτούρα, το κοινωνικό κεφάλαιο, την τοπική ανάπτυξη, κ.α. Επίσης, το οικομουσείο αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο για την ανάπτυξη της συλλογικής μνήμης, τη δημιουργία συλλογικής ταυτότητας και βοηθά στην καλλιέργεια της πατριδογνωσίας και στη γνώση και τη διαχείριση των πολιτισμικών, κοινωνικών, οικονομικών και οικολογικών αλλαγών στο χώρο.

2.12. Τα διαμοιραζόμενα χαρακτηριστικά των οικομουσείων

Ο Heron (1991) αναφέρει ότι τρία είναι τα βασικά χαρακτηριστικά στοιχεία που διαμοιράζονται στα περισσότερα οικομουσεία: α) η ισχυρή αίσθηση τοπικής υπερηφάνειας μέσω των παραδόσεων, των εθίμων και της τοπικής αρχιτεκτονικής, β) η σύνδεσή τους με οικονομική αναζωογόνηση, και γ) οι προσπάθειες διάσωσης μιας απειλούμενης κουλτούρας. Ειδικότερα, ο ίδιος συμπληρώνει ότι η αίσθηση υπερηφάνειας που απορρέει από τον τόπο με τον οποίο συνδέονται είναι το κοινό χαρακτηριστικό σχεδόν όλων των οικομουσείων. Σύμφωνα με την έρευνα του Davis (2011), αν και τα μεγέθη των οικομουσείων ποικίλουν, όπως και ο χαρακτήρας τους, τα 21 κοινά διαμοιραζόμενα χαρακτηριστικά μεταξύ των περισσότερων οικομουσείων είναι τα εξής:

1. Καθοδηγούνται από την τοπική κοινότητα
2. Προωθούν τη συμμετοχή του κοινού (προσώπων και συλλογικοτήτων), με δημοκρατικούς τρόπους, σε όλες τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων.
3. Προάγουν τη συνιδιοκτησία και τη συνδιαχείριση μέσω συνεργασίας τοπικών κοινοτήτων, ακαδημαϊκών συμβούλων, τοπικών επιχειρήσεων, τοπικών αρχών και κυβερνητικών δομών
4. Δίνουν έμφαση σε διαδικασίες διαχείρισης κληρονομιάς αντί σε καταναλωτικά προϊόντα
5. Ενθαρρύνουν τη συνεργασία με τοπικούς τεχνίτες, καλλιτέχνες, συγγραφείς, ηθοποιούς και μουσικούς
6. Εξαρτώνται από τις ουσιαστικές εθελοντικές προσπάθειες τοπικών δρώντων
7. Στρέφονται γύρω από τις έννοιες της τοπικής ταυτότητα και της αίσθησης του τόπου
8. Αφορούν μια γεωγραφική περιοχή που μπορεί να προσδιοριστεί από διαφορετικά διαμοιραζόμενα χαρακτηριστικά
9. Καλύπτουν χωροχρονικές όψεις που εξετάζουν τις μεταβολές και τη συνέχεια στο χρόνο, αντί να προσπαθούν απλά να παγώσουν στο χρόνο τα αντικείμενα
10. Παίρνουν τη μορφή τεμαχισμένου «μουσείου» που αποτελείται από δίκτυο διαφορετικών κτηρίων και αξιοθεάτων/θέσεων (sites)

11. Προωθούν τη συντήρηση, προστασία και διαφύλαξη των πόρων κληρονομιάς που δεν έχουν μετακινηθεί από τις αρχικές/ ιστορικές τους θέσεις (insitu)
12. Δίνουν ίση σημασία και αξία τόσο στην κινητή και ακίνητη υλική κουλτούρα, όσο και στους υλικούς και άυλους πόρους κληρονομιάς
13. Προωθούν τη βιώσιμη ανάπτυξη και την έξυπνη χρήση των πόρων
14. Προωθούν τις αλλαγές, τη βελτίωση και την ανάπτυξη για ένα καλύτερο μέλλον
15. Ενθαρρύνουν συνεχιζόμενη παρουσίαση της παλιάς και της σύγχρονης ζωής και τις αλληλεπιδράσεις των ανθρώπων με όλους τους περιβαλλοντικούς παράγοντες (συμπεριλαμβανομένων και των φυσικών, οικονομικών, κοινωνικών, πολιτισμικών και πολιτικών)
16. Προωθούν την έρευνα σε διάφορα επίπεδα – από τη διερεύνηση και κατανόηση των τοπικών εμπειρογνομώνων στην έρευνα των ακαδημαϊκών
17. Προωθούν πολυεπιστημονικές και διεπιστημονικές προσεγγίσεις
18. Ενθαρρύνουν ολιστικές προσεγγίσεις στην ερμηνεία των σχέσεων φύσης-κουλτούρας
19. Προωθούν ενασχόληση με τις σχέσεις μεταξύ ατόμου-τεχνολογίας, φύσης-κουλτούρας και παρόντος-παρελθόντος
20. Προάγουν τη συνύπαρξη μεταξύ κληρονομιάς και τουρισμού
21. Παρέχουν οφέλη στις τοπικές κοινότητες: για παράδειγμα μια αίσθηση περηφάνειας, αναγέννησης και/ή οικονομικού εισοδήματος.

Εν γένει, ο **βασικός σκοπός** του οικομουσείου είναι να λειτουργήσει ως πλατφόρμα ανάδειξης, κατασκευής, ενεργοποίησης και οργάνωσης ιδιότυπων πόρων και οι **βασικοί του στόχοι** είναι: α) η τοπική διακυβέρνηση, η ενδυνάμωση της αίσθησης της Κοινότητας και η αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων, β) η οικονομική αναζωογόνηση του τόπου μέσω δημιουργίας νέων προοπτικών βιώσιμης ανάπτυξης και γ) η προστασία των κοινών πόρων πολιτισμικής και φυσικής κληρονομιάς.

Ως προς τον πρώτο στόχο, αυτός αφορά την ενεργοποίηση και ενδυνάμωση της «Κοινωνίας των Πολιτών», την «από κάτω προς τα πάνω» διαχείριση και σχεδιασμός, την προώθηση της κοινωνικής γνώσης και την ανάπτυξη μιας περιβαλλοντικής/ τοπιακής συνείδησης, την καλλιέργεια της αίσθησης του «ανήκειν», τη συνεργασία μεταξύ τοπικών δρώντων, φορέων διαχείρισης, επιστημόνων, συλλόγων και πολιτών, που θα βασίζονται σε ένα κοινό συμβόλαιο διαμοιραζόμενων ευθυνών που θα αποφασιστεί μετά από συναντήσεις των μελών της κοινότητας. Το οικομουσείο είναι ένα «μουσείο της κοινότητας» (de Varine, 1996) που προϋποθέτει τοπική διακυβέρνηση. Αφορά «από τα κάτω» εδαφική ανάπτυξη μέσω της ενεργής συμμετοχής της κοινότητας (Heritage Saskatchewan, 2016), η οποία επιλέγει τους πόρους που θεωρεί ότι έχουν αξία να αναδειχτούν ή/και να (επαν)επινοηθούν και τις μεταμορφώνει σε επικαιροποιημένα κοινωνικο-πολιτιστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Αυτή είναι και η βασική διαφορά από τα εθνικά ή ιστορικά πάρκα και τις προστατευόμενες περιοχές που λειτουργούν των οποίων η διαχείριση ξεκινά «από τα πάνω». Τον έλεγχο και τη διαχείριση του οικομουσείου, ως χώρου ζωής (lifespace), κατοικίας και ύπαρξης, την έχουν

οι εντόπιες κοινότητες στη βάση κοινωνικής δικαιοσύνης και ενός κοινωνικού συμβολαίου και που περιλαμβάνει τήρηση ηθικών υποχρεώσεων έναντι της κοινότητας, συνεχούς διαβούλευσης για τη διαχείριση της ζώσας κληρονομιάς και διαμοιραζόμενων αξιών και εμπριέχει όραμα τοπικής ανάπτυξης (de Varine, 1996, Maggi, 2002, Massey 2014). **Όσον αφορά το δεύτερο στόχο**, αυτός περιλαμβάνει προώθηση της τοπικής παραγωγής και της τοπικής κουζίνας, ανανέωση και υποστήριξη τοπικής χειροτεχνίας και παραδοσιακών επαγγελμάτων (όπως πετράδων, ραφτών, σαπουνάδων, ξυλουργών, καρβουνιάρηδων, σαμαροποιών, γανωμάτων, καλαθοποιών, μαχαιροποιών, κ.α.), καταγραφή και μετάδοση ιστορικής μνήμης, αναβίωση και ανανέωση εθίμων και τοπικών εορτών, δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών και προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού (όπως ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο πολιτισμικός, ο ιαματικός, ο γαστρονομικός, ο επιστημονικός τουρισμός, κ.α.). Ως προορισμός απευθύνεται σε διάφορα είδη και τύπους τουρίστα/ επισκέπτη ειδικού ενδιαφέροντος, σε σχολεία και σε εκπαιδευτικά ιδρύματα, σε ερευνητές, κ.α. Η ελκυστικότητα και η οικονομική βιωσιμότητα ενός τόπου ενισχύεται όταν η κοινότητα αξιοποιεί τις σχέσεις και αλληλεπιδράσεις ανθρώπων, τόπων και προϊόντων, τους δεσμούς, τις αξίες και τις πρακτικές της, όπως αυτές διαρθρώνονται στο χώρο και αποτυπώνονται στο συλλογικό γίνεσθαι, με το να τους μεταμορφώνει σε πόρους συναφείς με μηνύματα ποιότητας και ταυτότητας, προσδίδοντας νέες χρήσεις και αξίες που ενδυναμώνουν της εδαφική της υπόσταση και προάγουν την κοινή αίσθηση του ανήκειν, επικαλούμενη μύθους ποιότητας και ταυτότητας. Το οικομουσείο μπορεί να αποτελέσει το προσδιορισμένο έδαφος (terroir) εντός του οποίου παράγονται ιδιότυπα εμπορεύσιμα προϊόντα και υπηρεσίες που ενσωματώνουν στοιχεία και χαρακτηριστικά του τοπίου, της βιοποικιλότητας και της τοπικής κληρονομιάς (π.χ. καλάθι εδαφοποιημένων αγαθών και υπηρεσιών, Hirczak κ.α., 2008, Pecqueur, 2001). **Όσον αφορά τον τρίτο στόχο**, αυτός είναι η αειφορική διαχείριση των κοινών πόρων κληρονομιάς, προστατεύοντας τους είτε από την καταστροφή/ εξαφάνισή τους, είτε από την υποβάθμισή τους (ως κοινότυποι πόροι), είτε από την ιδιωτικοποίησή τους (μέσω της μαζικής βιομηχανίας και ιδιαίτερα της τουριστικής και της αγροδιατροφικής).

Τα οικομουσεία αποτελούν μια ολοκληρωμένη προσέγγιση στις σχέσεις φύσης-κουλτούρας, ανθρώπου-τοπίου, τοπικού-παγκόσμιου, υλικού-άυλου, γεωργοκτηνοτροφίας-διατροφής, παραγωγών-καταναλωτών και παρελθόντος- παρόντος, εμφανιζόμενα ως ένα νέο εργαλείο βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης μέσω της αξιοποίησης του τοπικού φυσικού, πολιτισμικού, ανθρώπινου, κοινωνικού και οικονομικού κεφαλαίου. Έχουν τη δυναμική να αναπτύξουν τις τοπικές οικονομίες μέσω της προώθησης ειδικών μορφών τουρισμού (π.χ. οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, τουρισμός υγείας, πολιτισμικός τουρισμός). Μπορούν να προσφέρουν μια ποικιλία πόρων που δεν μπορούν να προσφερθούν ολοκληρωμένα από άλλα μουσεία: φεστιβάλ, χειροτεχνίες, αθλοπαιδιές, φαγητό και ποτό, ντοπιολαλιά, πατριδογνωσία, βιωματικές ξεναγήσεις, κλπ. Εστιάζουν στην ενοποίηση των υλικών και άυλων κοινών πόρων σε μια δεδομένη εδαφική περιοχή, στη συνεργασία διαφόρων τοπικών παραγόντων, φορέων και δικτύων (τοπικές κοινότητες, τοπική αυτοδιοίκηση, κυβερνητικές δομές, τοπικές επιχειρήσεις, ακαδημαϊκούς συμβούλους, ΜΚΟ, πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς συλλόγους, κ.α.). Εν γένει, ο τόπος, ως προϊόν αλληλεπίδρασης ανθρώπου και χωροχρόνου, ως προϊόν ευρύτερων κοινωνικών διαδικασιών/ φαινομένων/ λειτουργιών, ως κέντρο συναισθανόμενης αξίας, ως βάση δημιουργίας και διαπραγμάτευσης γεωγραφικών και ως πηγή ταυτότητας δύναται να αναδειχτεί και να αξιοποιηθεί ως οικομουσείο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. Οργάνωση και λειτουργία Οικομουσείων στην Ελλάδα

Από τη δεκαετία του 1990 στην Ελλάδα λειτουργούν τα παρακάτω μουσεία που θεωρούνται ή, εν δυνάμει, θα μπορούσαν να θεωρηθούν «οικομουσεία».

- Οικομουσείο Δισπηλιού, Καστοριά (Νεολιθικός λιμναίος οικισμός)
- Υπαίθριο μουσείο παλαιάς λατομικής τέχνης, Διόνυσος Αττικής
- Υπαίθριο μουσείο υδροκίνησης, Δημητσάνα
- Υπαίθριο μουσείο νερού, Έδεσσα
- Οικομουσείο Φολεγάνδρου, Κυκλάδες (τοπικό λαογραφικό μουσείο-συλλογή)

Πρόκειται για προσπάθειες που βασίζονται σε αφηγήσεις για επιλεγμένα θέματα τοπικής κληρονομιάς και κοινωνικής ιστορίας, οι οποίες έχουν στόχο την προαγωγή του τοπικού πολιτισμού. Ωστόσο δεν περιλαμβάνουν βασικά χαρακτηριστικά του οικομουσείου. Ένα από αυτά είναι η συμμετοχή της κοινότητας στη διαχείρισή τους και διαδικασία λήψης αποφάσεων όπως αυτή περιγράφεται στα κοινά διαμοιραζόμενα χαρακτηριστικά μεταξύ των περισσότερων οικομουσείων. Επίσης, τα παραπάνω μουσεία δεν εστιάζουν στην προσφορά μιας πολυδιάστατης και ολοκληρωμένης εμπειρίας ενός τόπου (Tuan, 1977· Relph, 1976) που αποτελείται από διαφορετικά διαμοιραζόμενα άυλα και υλικά χαρακτηριστικά, περιλαμβάνοντας το ανθρωπογενές και το φυσικό περιβάλλον, χωρίς να τα διαχωρίζει από το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον. Γι' αυτούς τους λόγους δεν θεωρήθηκε ότι πληρούν τις προϋποθέσεις για να θεωρηθούν οικομουσεία, τουλάχιστον όπως τούτη η έρευνα προσεγγίζει την έννοια του οικομουσείου.

Συνεπώς, η έρευνα προχώρησε σε νεότερα ελληνικά οικομουσεία που απεδείχθη ότι αφοράνε πιο ολοκληρωμένες προσεγγίσεις οικομουσείων. Αυτά είναι τα εξής:

- Οικομουσείο «Κουρητία Οδός», Κρήτη, 2008
- Οικομουσείο Περιαστικής Περιοχής Πατρών, 2012
- Οικομουσείο Αώου, 2014
- Οικομουσείο Ζαγορίου, 2014
- Οικομουσείο Ιωαννίνων, 2015

Σημειώνεται ότι δεν περιλαμβάνεται το νεότερο Οικομουσείο Ελευσίνας που ξεκίνησε το 2019, διότι εν μέσω πανδημίας Covid-19 (2019-2021), δεν έχει ακόμα λειτουργήσει κανονικά για κάποιο ικανό χρονικό διάστημα ώστε να μπορεί να καταγραφεί και να αξιολογηθεί η πορεία του.

3.1. Οικομουσείο αγροτικής ζωής ορεινής Ρεθύμνης «Κουρητία Οδός», Κρήτη

Το Οικομουσείο «Κουρητία Οδός» βρίσκεται βορειοδυτικά του Ψηλορείτη στην Κρήτη. Όπως μαρτυρά η αρχιτέκτονας και πρωτεργάτης του οικομουσείου στη συνέντευξη: «Ανοίχτηκαν πράγματα, καρδιές, μνήμες, οικισμοί. Η διαδρομή αυτή ονομάστηκε 'Κουρητία Οδός'. Το Οικομουσείο 'Κουρητία Οδός' είναι ένα ανοιχτό ζωντανό εργαστήριο για τον τόπο. «Διαμορφώνουμε τα όρια του μέχρι εκεί που μπορούμε να το διαχειριστούμε» (προσωπική

επικοινωνήσουν... και να αναζητήσουν νέους πόρους, ενέργεια που θα έπρεπε να κατανοηθεί και να πραγματοποιηθεί. Όπως τόνισε, δεν υπήρχαν άνθρωποι να ασχοληθούν ενεργά στο κομμάτι της οργάνωσης και του συντονισμού δράσεων.

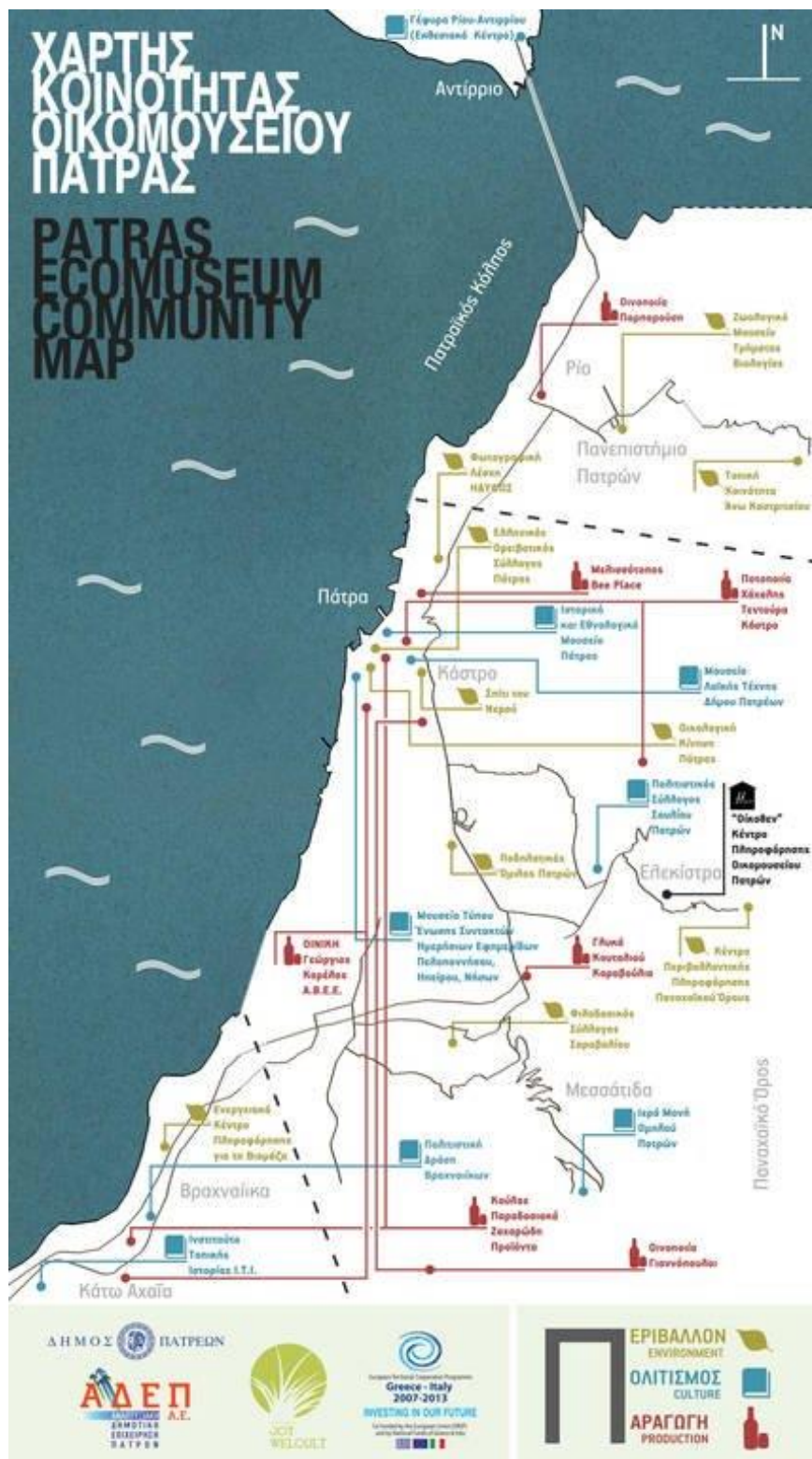
Σήμερα οι υποδομές που κατασκευάστηκαν παραμένουν κλειστές λόγω έλλειψης πόρων. Το εν λόγω οικομουσείο δεν έχει νομική μορφή (παλαιότερα λειτουργούσε με συνδιαχείριση δήμων) και αυτή τη στιγμή όλα γίνονται μέσα από τον πολιτιστικό οργανισμό/ σύλλογο «Το σπίτι των Κουρήτων». Η αυτοδιοίκηση δεν κατανόησε το πνεύμα του οικομουσείου και δεν συνεισέφερε ουσιαστικά στο όλο εγχείρημα με υποδομές και ανθρώπους. «Χρειάζονταν επιστημονική ομάδα να τρέξει τις πιστοποιήσεις. Στην Ιταλία το έτρεχαν ολόκληροι δήμοι». Έκτοτε, έσοδα δεν υπάρχουν, ούτε εισφορές αλληλεγγύης. Δεν υπάρχει μόνιμο προσωπικό, όλοι όσοι εμπλέκονται είναι άμισθοι. Ωστόσο «υπάρχει το όνειρο να απασχοληθεί μόνιμο προσωπικό» (προσωπική επικοινωνία).

3.2. Οικομουσείο Περιαστικής Περιοχής Πατρών

Το Οικομουσείο Περιαστικής Περιοχής Πατρών βασίζεται σε μια συνένωση 23 φορέων και επιχειρήσεων (θεσμικών φορέων, συλλόγων και ιδιωτών) που λειτουργούν ένα δίκτυο θεματικών διαδρομών μέσω των οποίων προβάλλεται η φύση, το τοπίο, η πολιτισμική ταυτότητα και τα τοπικά προϊόντα της ευρύτερης περιοχής. Οι θεματικοί άξονες των διαδρομών είναι οι εξής: α) Φύση - Περιβάλλον και Τοπίο, β) Ιστορία - Πολιτισμός και Παράδοση και γ) Τοπικά προϊόντα - Τοπική Οικονομία. Μέχρι σήμερα, δεν έχει προχωρήσει η νομική υπόσταση του οικομουσείου και συνεπώς δεν υπάρχει καμία δέσμευση λειτουργίας του. Υπάρχει ένας επισκέψιμος χώρος πληροφόρησης και εκπαίδευσης με το όνομα “Οίκοθεν” (Γραφείο Πληροφόρησης Οικομουσείου περιαστικής περιοχής Πατρών) και όταν ζητηθεί γίνονται επισκέψεις.

Οι συνεργαζόμενοι φορείς, εκτός από την αναπτυξιακή επιχείρηση ΑΔΕΠ, διαμορφώνουν ένα cluster αποτελούμενο από οικολογικούς και πολιτιστικούς συλλόγους, τη φωτογραφική λέσχη, τον ορειβατικό και τον ποδηλατικό σύλλογο, διάφορα μουσεία με αντικείμενο την ιστορία, την εθνογραφία και τη λαογραφία, την Ιερά Μονή Ομπλού Πατρών, το Ινστιτούτο Τοπικής Ιστορίας, το Πανεπιστήμιο Πατρών, την τοπική κοινότητα Άνω Καστρισιού, καθώς και κάποιες οινοποιείες, μια μελισσοκομική επιχείρηση, μια επιχείρηση παραδοσιακών ζαχαρωδών προϊόντων και μια επιχείρηση γλυκών του κουταλιού. Έγιναν ανοιχτές συγκεντρώσεις και προσπάθειες εμπλοκής του τοπικού πληθυσμού (με ερωτηματολόγια, διαβουλεύσεις, συναντήσεις, συμμετοχικές ξεναγήσεις, κ.α.). Παράλληλα, έγινε ο συντονισμός του δικτύου, δημιουργήθηκε μια ηλεκτρονική πλατφόρμα που διακινήθηκε σε γραφεία τουρισμού, εκδόθηκε ένα λεύκωμα με πληροφορίες, τοποθετήθηκαν ταμπέλες σήμανσης, κ.α.

Η δημιουργία του Οικομουσείου Περιαστικής Περιοχής Πατρών πραγματοποιήθηκε με το συντονισμό της Αναπτυξιακής Δημοτικής Επιχείρησης Πατρών (ΑΔΕΠ Α.Ε.) στο πλαίσιο του έργου Διασυνοριακής Συνεργασίας JOY-WELCULT (“JOb, Young and knoWIEdge in Landscape-CULTure”), Ελλάδα-Ιταλία 2006-2013. Συνεπώς δεν απαιτούνταν κάποια ειδική νομική μορφή, αλλά λειτουργούνταν από τον φορέα της ΑΔΕΠ. Το πρόγραμμα διήρκεσε 28 μήνες και έληξε το τέλος του 2015. Έκτοτε, με την ολοκλήρωση του προγράμματος από τη δημοτική επιχείρηση ΑΔΕΠ Α.Ε., το οικομουσείο υπολειτουργεί όπως μαρτυρά ο υπεύθυνος του οικομουσείου. Μέχρι σήμερα δεν έχει διασφαλιστεί η βιωσιμότητά του.



Εικόνα 15. Χάρτης περιαστικού Οικομουσείου Πατρών

Πηγή: <https://www.patrasevents.gr/article/195656-idrithike-to-oikomouseio-periastikis-perioxis-patron-pics>

3.3. Οικομουσείο Αώου

Το Οικομουσείου του Αώου (www.ecomuseum.eu) δημιουργήθηκε με στόχο την ανάδειξη και προστασία των στοιχείων της ιδιαίτερης φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς της διασυνοριακής περιοχής του Ποταμού Αώου, μέσω της διαφύλαξης και ερμηνείας της τοπικής πολιτισμικής και περιβαλλοντικής ταυτότητας και της καταγραφής και μετάδοσης της ιστορικής μνήμης. Υλοποιήθηκε με πρωτοβουλία του Μεσογειακού Ινστιτούτου για τη Φύση και τον Άνθρωπο (Med-INA) και από τρεις ακόμα συνεργαζόμενους φορείς, την «Πίνδος Περιβαλλοντική» στην Ελλάδα, το Institute of Nature Conservation in Albania (INCA) και το Δασαρχείο της Πρεμετής, στην Αλβανία από το 2012 έως το 2014. Με άλλα λόγια, το οικομουσείο ήταν συνεργασία επιστημόνων, τοπικών φορέων και κατοίκων της περιοχής. Αφότου πραγματοποιήθηκαν επιτόπιες έρευνες και μελέτη βιβλιογραφίας, επιλέχθηκαν τέσσερις βασικές θεματικές διαδρομές, δημιουργήθηκε μια ιστοσελίδα με virtual tour και ένας οδηγός. Από τη μεριά της Ελλάδας, οι δύο θεματικές διαδρομές είναι «Το Ποτάμι, ο άνθρωπος και η φύση» και «Οι δρόμοι και η μετακίνηση» και από τη μεριά της Αλβανίας είναι «Οι καρποί της γης» και «Το νερό και ο τόπος».

Η υπεύθυνη εκπρόσωπος της Med-INA ανέφερε: «Παρά τις δυσκολίες αυτές, θεωρούμε ότι δεδομένης της κατάστασης, το Οικομουσείο έχει συμβάλει θετικά στην περιοχή και έχει ανοίξει προοπτικές για περαιτέρω ανάπτυξη. Ο στόχος του οικομουσείου, από την ίδρυσή του ακόμα, ήταν να συμβάλει αποφασιστικά στην οικονομική αναζωογόνηση της περιοχής, μέσω της δημιουργίας ή αναγέννησης τοπικών παραγωγικών δομών, της στήριξης παραδοσιακών επαγγελμάτων, τοπικών παραγωγών και καλλιτεχνών, αλλά και βοηθώντας στην προσέλκυση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.»

Είναι έργο συγχρηματοδοτούμενο από την ΕΕ και από εθνικούς πόρους στα πλαίσια του Διασυνοριακού Προγράμματος IPA «Ελλάδα-Αλβανία 2007-2013». Μετά το 2014, με το πέρας του χρηματοδοτούμενου έργου, η διαχείρισή του οικομουσείου πέρασε στα χέρια ενός διακρατικού δικτύου οργανισμών και ανθρώπων («Δίκτυο του Οικομουσείου»). Ως προς τη νομική μορφή διαχείρισης του οικομουσείου, αυτή είναι το «Δίκτυο του Οικομουσείου» που αποτελείται από τοπικούς φορείς, εκπρόσωπους τοπικών κοινοτήτων, οργανώσεις και από φυσικά πρόσωπα. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά η εκπρόσωπος της Med-INA: «Η δημιουργία του Οικομουσείου μέσω του χρηματοδοτούμενου έργου του έδωσε μια δυναμική τα πρώτα δυο χρόνια. Έπειτα, ενώ υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον, τοπικά, εθνικά και σε διεθνές επίπεδο δεδομένης της πρωτοποριακής φύσης των οικομουσείων γενικά αλλά και του συγκεκριμένου, η δυναμική του λειτουργία δεν έχει επιτραπεί λόγω έλλειψης πόρων. Για να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα του Οικομουσείου, εκτός από την ένταξη του σε κάποιο χρηματοδοτικό πρόγραμμα (κάτι για το οποίο το Med-INA παραμένει ενεργό στις προσπάθειες του) χρειάζεται να συσπειρωθεί και συνεργαστεί ουσιαστικά το Δίκτυο του Οικομουσείου και διάφοροι τοπικοί φορείς και επαγγελματίες της περιοχής. Όσο περισσότερο αγκαλιαστεί από τους ανθρώπους της περιοχής, τόσο μεγαλύτερες πιθανότητες έχει να είναι βιώσιμο και αυθεντικό» (προσωπική επικοινωνία). Σήμερα το «Δίκτυο του Οικομουσείου» δεν διαθέτει μόνιμο προσωπικό και δεν λειτουργεί σταθερά, λόγω έλλειψης πόρων.



Εικόνα 16. Άποψη της Βωβούσας, του πρώτου χωριού που διασχίζει ο Αώος
Πηγή: Στάμος Αμπάτης, «Μιλώντας για τον τόπο μας», Οδηγός Οικομουσείου Αώου

3.4. Οικομουσείο Ζαγορίου

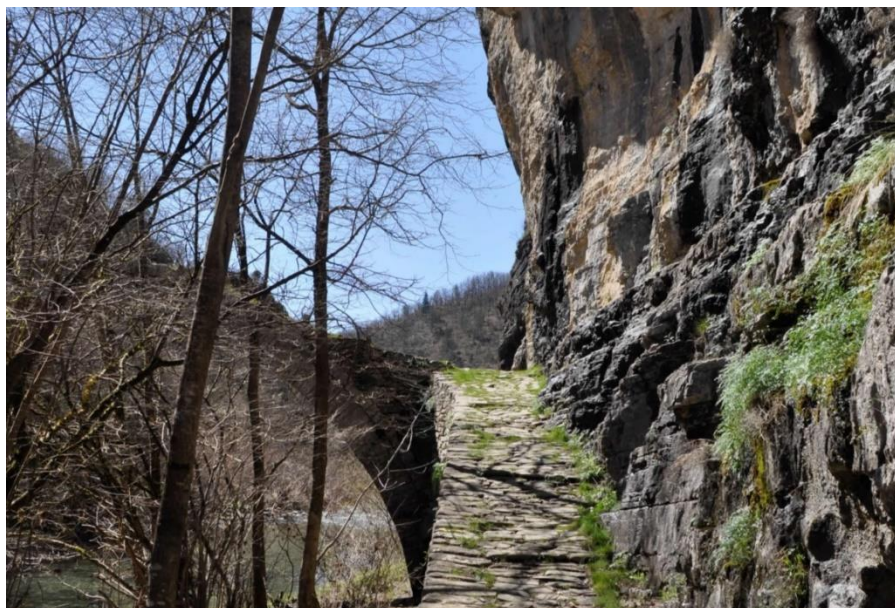
Το Οικομουσείο Ζαγορίου ιδρύθηκε το φθινόπωρο του 2014 με πρωτοβουλία δύο μελών του. Το εν λόγω οικομουσείο είναι ένας φορέας κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής δράσης. Αποτελεί ένα γεωγραφικά προσδιορισμένο και κοινωνικά προσανατολισμένο μουσείο με κύριο στόχο τη διατήρηση, μελέτη και ανάδειξη του Ζαγορίου ως τοπίου σχεσιακών και δυναμικών διεργασιών. Όσον αφορά τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που παρέχονται μέσω του οικομουσείου, ακολουθούν ορισμένα παραδείγματα:

- Τεχνική υποστήριξη προς το Δήμο Ζαγορίου για την αποκατάσταση του νερόμυλου των Κήπων με στόχο τη δημιουργία εκθεσιακού χώρου με θέμα την υδροκίνηση και την οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων με την ευκαιρία της αποκατάστασης του μηχανισμού του αλευρόμυλου.
- Ξεναγήσεις Ερμηνείας της Φυσικής και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς του Ζαγορίου.
- Επαφές με τοπικούς παραγωγούς για τη δημιουργία ενός ενιαίου σήματος προϊόντων.
- Επαφές με τοπικούς επιχειρηματίες στον τομέα του τουρισμού για την οργάνωση ενός δικτύου οικοτουρισμού.

- Συνεργασία με εργαστήρια χειροτεχνών στην περιοχή του Ζαγορίου και συνδιοργάνωση της εκδήλωσης «Ευρωπαϊκές Ημέρες Χειροτεχνίας».
- Απτικές και ακουστικές ξεναγήσεις για τυφλούς.
- Συνεργασία με άλλα Οικομουσεία της Ευρώπης και άλλους φορείς για τη δημιουργία ενός Δικτύου.
- Καταγραφή ηχοτοπίων για τη δημιουργία πλατφόρμας αναφοράς στο ηχοτοπίο Ζαγορίου.
- Κατάθεση εκπαιδευτικού προγράμματος στο Υπουργείο Παιδείας.
- Πρόταση συνεργασίας με την Ελληνική Εταιρεία Ακουστικής Οικολογίας και του World Forum for Acoustic Ecology.
- Εξεύρεση προγραμμάτων Erasmus+

Μέχρι στιγμής οι πόροι της Κοιν.Σ.Επ. αφοράνε κυρίως τη συμμετοχή της σε προγράμματα, καθώς και μια χορηγία από το Κοινωνικό Ίδρυμα Ι. Λάτση. Συγκεκριμένα έχει υλοποιήσει ένα πρόγραμμα Erasmus+ (διάρκειας ενός μήνα) και συνέβαλε στο εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Μεγαλώνω, περπατώ, δημιουργώ» στο πλαίσιο του έργου «Πεζοπορία για τον Πολιτισμό» του ευρωπαϊκού προγράμματος «Πολιτισμός» σε συνεργασία με το Δήμο Βόρειων Τζουμέρκων, τόσο με ξεναγήσεις όσο και στην ανάπτυξη του προγράμματος. Παράλληλα, γίνονται ενέργειες για να χαρακτηριστεί Πολιτιστικός Φορέας και να διεκδικηθούν επιχορηγήσεις.

Η νομική μορφή του είναι Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας και συμμετέχουν ερευνητές/ επιστήμονες, κάποιοι εκ των οποίων είναι και κάτοικοι της περιοχής του Ζαγορίου. Οι ειδικότητες των εμπλεκόμενων καλύπτουν ένα ευρύτερο φάσμα: αρχαιολόγος, γεωεπιστήμονας, τοπογράφος μηχανικός, δασολόγος, συντηρητής μνημείων και έργων τέχνης, εικαστικός ήχου και εικόνας, αρχιτέκτονας μηχανικός, κ.α. Η αναζήτηση οικονομικών πόρων και χρηματοδοτήσεων είναι μια διαρκής διαδικασία και προϋποθέτει εθελοντική εργασία των μελών.



Εικόνα 17. Ανάδειξη μονοπατιών του Οικομουσείου Ζαγορίου.

Πηγή: <https://ecomuseumzagori.gr/>

Η τοπική κοινωνία συμμετέχει στη διαμόρφωση και ωρίμανση προτάσεων χρηματοδότησης που συντάσσει η Κοιν.Σ.Επ., οι οποίες αναμένεται να ενισχύσουν την εξωστρέφεια της τοπικής παραγωγής και να προωθήσουν την ανάδειξη της τοπικής κληρονομιάς. Όπως μαρτυρά η πρόεδρος της Κοιν.Σ.Επ.: «Υπάρχει όραμα και δυναμική από την ομάδα άλλα υπάρχουν παράλληλα ιδιαίτερες δυσκολίες στην εύρεση χρηματοδοτικών πόρων. Η έννοια του οικομουσείου στην Ελλάδα δεν είναι ευρέως γνωστή και αναγνωρισμένη. Επίσης, η νομική μορφή που επιλέξαμε δεν ήταν γνωστή μέχρι πρότινος» (προσωπική επικοινωνία).

3.5. Οικομουσείο Ιωαννίνων

Στόχος του οικομουσείου «η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής των Ιωαννίνων ώστε τα μέλη των τοπικών κοινοτήτων να γίνουν μάρτυρες της κληρονομιάς και να ενισχύσουν και να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη της, στην ιστορική μνήμη, στη ζωή, στα στοιχεία και γεγονότα, στον υλικό και άυλο πολιτισμό, στη σχέση ανάμεσα στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον, τις παραδόσεις, στις πολιτιστικές δραστηριότητες» (Χάρτα Τουριστικών και Πολιτιστικών Υπηρεσιών, Οικομουσείο Ιωαννίνων). Στην προσπάθεια δημιουργίας του συμμετείχαν χειροτέχνες, παραγωγοί τοπικών προϊόντων, τοπικοί οργανισμοί και ενώσεις της περιοχής των Ιωαννίνων. Το οικομουσείο εμπεριείχε:

- Μονοπάτια γευσιγνωσίας και χειροτεχνίας,
- Μια περιοδεύουσα έκθεση για την αξία των τοποθεσιών, τις δεξιότητες και τις παραδοσιακές τέχνες,
- Κανόνες για την εγγύηση των προϊόντων και των τοπίων στις παραγωγικές διαδικασίες,
- Ένα ποιοτικό σήμα για τα προσφερόμενα προϊόντα και υπηρεσίες,
- Μια διακρατική πλατφόρμα παραγωγών και χειροτεχνών της διασυνοριακής περιοχής του έργου.

Εκπονήθηκε μια «Χάρτα Υπηρεσιών» που περιλάμβανε μια γκάμα των προϊόντων και υπηρεσιών των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνταν στην περιοχή του οικομουσείου και που ενδιαφέρονταν να συμμετέχουν στο πλάνο του οικομουσείου (ξενοδοχεία και χώροι διαμονής, μεταποιητικές και βιοτεχνικές επιχειρήσεις τροφίμων, οργανισμοί υπηρεσιών τοπικής κινητικότητας, επαγγελματικοί οργανισμοί τουρισμού και αναψυχής, πολιτιστικά κέντρα, κ.α.).

Το οικομουσείο δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού προγράμματος JOY-WELCULT (Ελλάδα-Ιταλία 2007-2013). Ήταν μια πρωτοβουλία του Δήμου Ιωαννιτών σε συνεργασία με το Επιμελητήριο Ιωαννίνων και λειτουργούσε μέσα από μια σύμπραξη τους. Συνεπώς δεν απαιτούνταν κάποια ειδική νομική μορφή λειτουργίας. Όλες οι παραπάνω δράσεις αποτέλεσαν τα παραδοτέα του παραπάνω προγράμματος και έκτοτε δεν υπάρχει καμία εξέλιξη. Το οικομουσείο σήμερα δεν λειτουργεί.



Εικόνα 18. Χάρτης του Οικομουσείου Ιωαννίνων.

Πηγή: Δήμος Ιωαννίνων, 2015 (<https://slideplayer.gr/slide/12182187/>)

3.6. Συμπεράσματα

Τα παλαιότερα οικομουσεία της Ελλάδας δεν εστίαζαν στην προσφορά μιας πολυδιάστατης και ολοκληρωμένης εμπειρίας ενός τόπου. Αντιθέτως, τα νεότερα οικομουσεία προσπαθούν να συνδυάσουν περίπατο και βιωματική γνώση. Προσπαθούν να αναδείξουν τον τόπο ως οικομουσείο μέσω τουριστικών και εκπαιδευτικών επισκέψεων, μέσα σε γεωγραφικά προσδιορισμένες θεματικές διαδρομές, όπου προβάλλεται η φύση, ο πολιτισμός, το τοπίο και τα τοπικά προϊόντα.

Πρόοδος παρατηρείται ως προς τη συμμετοχή της κοινότητας, καθότι τα νεότερα οικομουσεία, σε αντίθεση με τα παλαιότερα, προσπαθούν να εμπλέξουν τον τοπικό πληθυσμό, προάγοντας τη δημοκρατική συμμετοχή μέσω της δικτύωσης και εξωστρέφειας των επιχειρήσεων, προωθώντας την ανάδειξη της τοπικής κληρονομιάς με τη συμμετοχή συλλογικότητας. Ωστόσο, φαίνεται ότι δεν έχουν ωριμάσει ακόμα οι διαδικασίες συμμετοχής των πολιτών στο σχεδιασμό και στη διαχείριση του οικομουσείου. Αυτό γίνεται συνήθως μέσω εκπροσώπων, σε σχετικά περιορισμένη κλίμακα και για μικρό χρονικό διάστημα (όσο διαρκεί το πρόγραμμα χρηματοδότησης). Η εθελοντική συνεισφορά είναι σημαντική και αποκαλύπτει τη δυναμική του κοινωνικού κεφαλαίου, ίσως κατάλοιπου πρότερων μορφών οργάνωσης της ελληνικής κοινωνίας.

Η έλλειψη πόρων μετά από τη λήξη προγραμμάτων, με τη βοήθεια των οποίων στήθηκαν οι αρχικές υποδομές, αποτελεί χαρακτηριστικό φαινόμενο των ελληνικών οικομουσείων.

Σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις δεν διασφαλίζεται η συνέχεια της λειτουργίας τους στο χρόνο, αλλά και η οικονομική βιωσιμότητα των εγχειρημάτων που, εκ των πραγμάτων, δεν μπορούν να βασίζονται εσαεί στον εθελοντισμό. Χαρακτηριστικό ότι από την παραπάνω λίστα των έξι οικομουσείων της Ελλάδας, κανένα δεν κατάφερε να λειτουργήσει κανονικά. Το ένα προσπαθεί να λειτουργήσει έστω εποχιακά, λειτουργούμενο μάλιστα και από μια Κοιν.Σ.Επ. (Ζαγορίου), τα τρία υπολειτουργούν (Πατρών, Κρήτης, Αώου) και τα άλλα δυο δεν λειτουργούν (Ρόδου, Ιωαννίνων). Η αναζήτηση οικονομικών πόρων και χρηματοδοτήσεων (μέσω προγραμμάτων, χορηγιών, κ.α.) είναι μια διαρκής διαδικασία και προϋποθέτει εθελοντική εργασία των μελών. Συνήθως τα οικομουσεία αποτελούν πρωτοβουλίες λίγων ανθρώπων που στη συνέχεια δεν έχουν τη στήριξη ούτε της αυτοδιοίκησης, ούτε του ευρύτερου κοινού, οπότε και δεν μπορούν να διασφαλίσουν την ύπαρξη εσόδων και την απασχόληση προσωπικού.

Συνεπώς, στην Ελλάδα, δεν έχει διαμορφωθεί ακόμα ένα κοινό όραμα βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης μέσα από τα εγχώρια οικομουσεία και την αξιοποίηση των κοινών πόρων κληρονομιάς για αναπτυξιακούς λόγους. Ενίστε, μέσω των λαογραφικών μουσείων και συλλόγων, γίνονται προσπάθειες διαφύλαξης και ανάδειξης της υλικής και άυλης κληρονομιάς και διατήρησης πολιτισμικής ταυτότητας. Ωστόσο, δεν υπάρχει ακόμα η οργανωμένη σύνδεση με τον κλάδο του τουρισμού και ειδικά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, κ.α. Τα οικομουσεία δεν έχουν αποτελέσει ακόμα πλατφόρμες βιώσιμης ανάπτυξης, δεν έχουν συντελέσει στη διαφοροποίηση των τοπικών οικονομιών και στην αύξηση της απασχόλησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. Σύνδεση Οικομουσείου με τη Στρατηγική Ανάπτυξης Ορεινών Κοινοτήτων του Τροόδου

Ο ορεινός όγκος του Τροόδου αποτελεί μια εξωαστική ορεινή και περιβαλλοντικά ευαίσθητη περιοχή και μια εδαφική αναπτυξιακή οντότητα που καταλαμβάνει το κεντρικό και νοτιοδυτικό μέρος του νησιού. Καλύπτει το 25% της ελεύθερης Κύπρου, έχει περίπου 30.000 μόνιμους κατοίκους, και διατηρεί δεσμούς με τουλάχιστον 70.000 αποδήμους. Αποτελείται από 115 κοινότητες (μικρούς οικισμούς, από τους οποίους μόνο 8 είναι με πληθυσμό 800-1.500 κατοίκους) τα οικιστικά κέντρα των οποίων δεν ανακάμπτουν πληθυσμιακά, ενώ το 20% των κοινοτήτων αυτών δεν έχουν νέους κάτω των 24 ετών.

4.1. Στόχοι πολιτικής ΕΣΑΟΚ

Η Στρατηγική Ανάπτυξης Ορεινών Κοινοτήτων του Τροόδου (ΕΣΑΟΚ, 2019) θέτει ως βασικό στόχο τη μετάβαση από μια παθητική πολιτική αντιστάθμισης των μειονεξιών, σε μια ενεργητική πολιτική προώθησης της βιώσιμης ενδογενούς ανάπτυξης, υπό το πρίσμα χάραξης μιας νέας ορεινής οικονομίας υψηλής προστιθέμενης αξίας που θα αντιμετωπίζει το Τρόδος ως ενιαίο χώρο και όχι ως απλό χώρο επίσκεψης και αναψυχής για τους κατοίκους των αστικών κέντρων.

Η πολιτική αυτή θα πρέπει:

- να διαχειριστεί αποτελεσματικά τις χωρικές ανισότητες και τη γεωγραφική απομόνωση και την περιθωριοποίηση των απομακρυσμένων κοινοτήτων (βλ. χωρική δικαιοσύνη), να αναστρέψει τη δημογραφική γήρανση και το φαινόμενο εγκατάλειψης της γεωργικής γης, **συγκρατώντας και προσελκύοντας πληθυσμό,**
- να προστατέψει και να διαχειριστεί την εγκαταλελειμμένη γεωργική γη και να **αναδείξει τους φυσικούς και πολιτισμικούς της πόρους** (άλτους και υλικούς) συνδέοντάς τους μεταξύ τους, αλλά και με την ανάγκη σχεδιασμού της προστασίας και διαχείρισης προστατευόμενων περιοχών και τοπίων και τη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη,
- να προσφέρει περισσότερες **ελκυστικές θέσεις απασχόλησης και ευκαιρίες δικτύωσης και συνεργασίας** με έμφαση στην οργανική σχέση και συμπληρωματικότητα μιας οργανωμένης ανάπτυξης πρωτογενούς παραγωγής (λ.χ. κληρονομημένες γνώσεις και τεχνογνωσίες), μεταποίησης (λ.χ. εμβληματικά προϊόντα) και ήπιου τουρισμού (λ.χ. θεματικές διαδρομές) μέσα από μικρές πολυδραστήριες οικογενειακές εκμεταλλεύσεις, παραδοσιακές τεχνικές παραγωγής της περιοχής και τοπικά σύμφωνα συνεργασίας για τον εντοπισμό, την προαγωγή και την προώθηση ενός διακριτού ορεινού τουριστικού προϊόντος τεσσάρων εποχών μέσα από κοινά σχέδια δράσης,
- να βελτιώσει την ποιότητα των παρεχόμενων **δημόσιων/ κοινωνικών υπηρεσιών** (λ.χ. υποδομές υγείας/ φροντίδας, εκπαίδευσης, πολιτισμικής δημιουργίας και νέες τεχνολογίες) και να αναπτύξει **περιβαλλοντικές υπηρεσίες** προσαρμοσμένες σε νέα κοινωνικο-οικονομικά δεδομένα,
- να βελτιστοποιήσει την ποιότητα υπηρεσιών όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης και να δημιουργήσει ένα **εκπαιδευτικό οικοσύστημα** για την υποστήριξη της

επιχειρηματικότητας (επαγγελματικής κατάρτισης και δια βίου μάθηση) συνδέοντας την εκπαίδευση με την αγορά εργασίας

- να ενισχύσει το **αίσθημα του «ανήκειν»** και τη **συμμετοχή του κοινού στη λήψη αποφάσεων**, επαναπροσεγγίζοντας τους δεσμούς των πολιτών με το τόπο και συνδέοντας χωροταξικό και αναπτυξιακό σχεδιασμό την πολιτιστική δραστηριότητα και τις υπηρεσίες της τοπικής οικονομίας.

Η επίτευξη των παραπάνω στόχων προϋποθέτει εδαφική ανασυγκρότηση μέσα από την εφαρμογή μιας ολοκληρωμένης και αειφόρου εδαφικής αναπτυξιακής πολιτικής που θα βασίζεται στην κινητοποίηση, στη συνεργασία και στο συντονισμό των εμπλεκόμενων φορέων και των διαφόρων κινητήριων δυνάμεων της τοπικής οικονομίας (δημόσιων, ιδιωτικών και κοινωνικών), στην προσαρμογή τομεακών πολιτικών (υγεία, εκπαίδευση, περιβάλλον, ενέργεια), σε μια καλύτερη διαχείριση του (πολιτισμικού) τοπίου και στην υποστήριξη μιας ορεινής επιχειρηματικότητας για την ανάδειξη μιας **ορεινής οικονομίας υψηλότερης αξίας**. Η επιχειρηματικότητα αυτή θα εστιάζει στην τοπικότητα/ταυτότητα, στην πολυλειτουργικότητα και πολυδραστηριότητα, στη συνεργατικότητα, στην ποιότητα, στην ενεργοποίηση και ιδιοτυποποίηση φυσικών και πολιτισμικών πόρων και στην καινοτομία που θα ενισχύουν την αξία των τοπικών εδαφικών πόρων, τους δεσμούς γεωργίας-μεταποίησης-τουρισμού και την ελκυστικότητα της περιοχής ως χώρο διαμονής, αναψυχής, εκπαίδευσης και εργασίας.

Σύμφωνα με την ΕΣΑΟΚ (2019), **η αντιμετώπιση των διακυβευμάτων της απαιτεί νέα οργανωτικά σχήματα** και την ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στο πλαίσιο μιας βιώσιμης εδαφικής ανάπτυξης και πολυεπίπεδης διακυβέρνησης. **Τέτοιο οργανωτικό σχήμα στρατηγικής ενδογενούς ανάπτυξης μπορεί να είναι το Οικομουσείο.**

4.2. Γενικές Κατευθύνσεις/Στόχοι ΕΣΑΟΚ και προσαρμογή τους στο εγχείρημα του Οικομουσείου

Το συναινετικό όραμα ανάπτυξης του Τροόδους που προέκυψε από διαβουλεύσεις που οργανώθηκαν μεταξύ αιρετών εκπροσώπων, οικονομικών δρώντων, αντιπροσωπευτικών ομάδων της κοινωνίας των πολιτών και ενεργών δυνάμεων του πληθυσμού της περιοχής (2018-2019) κατέληξε στο ότι οι ορεινές κοινότητες Τροόδους πρέπει να «συγκροτηθούν σε αναπτυξιακή οντότητα και να αποτελέσουν ελκυστικό τόπο διαβίωσης με οικονομία υψηλής αξίας βασισμένη στην κληρονομιά τους και σε αρμονία με το φυσικό περιβάλλον» (ΕΣΑΟΚ, 2019, σελ. 93). Στο πλαίσιο αυτό δόθηκαν Γενικές Κατευθύνσεις που αποτελούν και τους **στόχους του Οικομουσείου**, οι οποίοι είναι:

- *Στόχος 1: Ενδυνάμωση συμμετοχής και συνεργασίας μεταξύ φορέων και κατοίκων και δημοκρατική διακυβέρνηση*

Διοικητική ενσωμάτωση-διακυβέρνηση και ενίσχυση δομών σχεδιασμού, διαχείρισης και υλοποίησης αναπτυξιακών σχεδίων σε συνεργασία με την Κεντρική Διοίκηση με στόχο τη **συγκρότηση της αναπτυξιακής οντότητας της περιοχής Τροόδους**. Κάτι τέτοιο θα μπορούσε να επιτευχθεί μέσω νέων οργανωτικών σχημάτων συνεργασίας και συντονισμού σε τοπικό και εθνικό επίπεδο, οργάνωσης του χωροταξικού σχεδιασμού στην κλίμακα ιστορικών περιοχών και Τροόδους, προσαρμογής του θεσμικού πλαισίου στις ιδιαίτερες συνθήκες της

ορεινότητας, αξιοποίησης χρηματοδοτικών πηγών/ εργαλείων στο πλαίσιο της εδαφικής πολιτικής της Ε.Ε.

○ *Στόχος 2: Νέα χωρική οργάνωση*

Την **ανάγκη χωρικής οργάνωσης, ενίσχυσης των σχέσεων μεταξύ των οικισμών, τη βελτίωση της προσπελασιμότητας και της κινητικότητας του πληθυσμού** με έμφαση στην παροχή εξοπλισμού και υπηρεσιών, την προοπτική εξέλιξης του οικιστικού δικτύου, τη δικτύωση των δρόμων, τη συμβολή των ΤΠΕ, τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών εκπαίδευσης και υγείας, τη ρύθμιση των χρήσεων γης και τη χωροθέτηση των υποδομών και δραστηριοτήτων.

○ *Στόχος 3: Βιώσιμη διαχείριση του Περιβάλλοντος*

Τη **βιώσιμη διαχείριση του περιβάλλοντος** μέσα από συμμετοχικά σχέδια διαχείρισης φυσικών πόρων και διατήρησης της βιοποικιλότητας, τη διαχείριση φυσικών κινδύνων, χρήση ΑΠΕ και εξοικονόμηση ενέργειας και περιβαλλοντική εκπαίδευση. Εδώ να σημειωθεί ότι η περιβαλλοντική προσέγγιση πρέπει να ενσωματώνει την ανάπτυξη.

○ *Στόχος 4: Προστασία και ανάδειξη Πολιτισμικής Κληρονομιάς*

Προστασία-διατήρηση και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και της **ταυτότητας** του Τροόδου και **σύνδεσή της με την τοπική οικονομία**, μέσα από την αύξηση της προστιθέμενης αξίας των τοπικών προϊόντων, την αξιοποίηση των υφιστάμενων πολιτιστικών υποδομών, την προαγωγή της τοπικής ιστορίας και την ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας.

○ *Στόχος 5: Ενίσχυση Δια Βίου Εκπαίδευσης και Απασχόλησης*

Τη **συγκράτηση και προσέλκυση πληθυσμού** μέσω της λειτουργίας ενός εκπαιδευτικού οικοσυστήματος αναβάθμισης ανθρώπινων πόρων και στήριξης της διασφάλισης και επιχειρηματικότητας και της απασχόλησης, της διασφάλισης ενός ικανοποιητικού πλαισίου διαβίωσης, παροχών κοινωνικής φροντίδας και δημιουργικών δραστηριοτήτων, αλλά και τη **δημιουργία νέων ελκυστικών πεδίων απασχόλησης** (περιβάλλον και πλαίσιο ζωής) μέσω της αύξησης τοπικά της προστιθέμενης αξίας των προϊόντων και υπηρεσιών του Τροόδου.

○ *Στόχος 6: Ανάπτυξη νέας εδαφικής ορεινής οικονομίας*

Την οικοδόμηση μιας νέας εδαφικής ορεινής οικονομίας μέσω ανάπτυξης οριζόντιων σχέσεων (συνεργασία, σύμφωνα ποιότητας) **μεταξύ γεωργίας, μεταποίησης και τουρισμού**, και κάθετων δεσμών (κληρονομιά, γαιότοποι, τεχνογνωσίες) με την περιοχή και **αύξηση της προστιθέμενης αξίας τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών ποιότητας και ταυτότητας**. Η έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην ανάδειξη της διακριτικότητά τους, στην πολυλειτουργική γεωργία, στη δημιουργία δικτύων συνεργασίας σε πολλαπλά επίπεδα (συμπληρωματικότητες και συνέργειες μεταξύ παραγωγικών μονάδων), την προώθηση μορφών εναλλακτικού και ειδικού τουρισμού, στην ανάδειξη και εγγύηση της σχέσης τοπικών πόρων, εμπειριών και δραστηριοτήτων και σε ένα ευέλικτο σύστημα διαχείρισης του χώρου και ρύθμισης των χρήσεων γης περιορίζοντας τον ανταγωνισμό μεταξύ των διαφόρων χρήσεων γης (οικιστική, αναψυχής, παραγωγική, κτλ.) και τις πιέσεις στο φυσικό περιβάλλον.

Τα παραπάνω θα πρέπει να συνδεθούν με την ορεινότητα και συνθέτουν και τους Στρατηγικούς και Τακτικούς Στόχους της ΕΣΑΟΚ. Η περιοχή του Τροόδους είναι ένας χώρος με δυναμική, ένας χώρος χρήσιμος και σημαντικός συντελεστής της ανάπτυξης και όχι μια προβληματική ζώνη που συνδέεται με τα μειονεκτήματα των κλιματικών, γεωμορφολογικών και λοιπών γεωγραφικών συνθηκών. Ένας τόπος που πρέπει να παραμείνει τόπος κατοίκησης και του οποίου οι φυσικοί και πολιτισμικοί πόροι χρήζουν ολοκληρωμένης διαχείρισης και αξιοποίησης μέσω της απόδοσης προστιθέμενης αξίας και του σχεδιασμού ολοκληρωμένης ορεινής πολιτικής με τη συμμετοχή τοπικών δρώντων. Ένας τόπος που πρέπει να θεσπίσει διατάξεις και πρακτικές βελτίωσης και συνέργειας για τους τομείς της γεωργίας, της διαχείρισης των φυσικών καταστροφών, της προστασίας οικοτόπων και βιοποικιλότητας, της βιοτεχνίας, οικότεχνίας και εμπορίου, του τουρισμού, της απασχόλησης, της χωροταξίας, των κοινωνικών υπηρεσιών και των υποδομών (με έμφαση σε επικοινωνία, διαδίκτυο και γενικά ΤΠΕ), της εκπαίδευσης, της πολιτισμικής δημιουργίας, του ελεύθερου χρόνου και της καινοτομίας, κ.ά. Βασικό χαρακτηριστικό της ταυτότητας του τόπου αυτού είναι η **ορεινότητα**, η οποία αποτελεί **κεντρική έννοια για την παραγωγή πολιτικής** βασιζόμενης στις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης, της εδαφικής αλληλεγγύης, της εδαφικής δικαιοσύνης, της πολυεπίπεδης τοπικής διακυβέρνησης, κ.α., τις οποίες έχει υιοθετήσει η Ε.Ε και θα πρέπει να ενσωματώσει και η κεντρική κυβέρνηση.

Η ΕΣΑΟΚ (2019) δίνει έμφαση στην αναβάθμιση της ποιότητας των τοπικών προϊόντων μέσα από πιστοποίηση και εγγύηση της ποιότητας και της ταυτότητάς τους, η κινητοποίηση και συνεργασία των παραγωγικών πόρων της περιοχής και η σύνδεση γεωργίας-μεταποίησης-τουρισμού αναμένεται να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για τη μετάβαση προς μια διαφορετικού τύπου γεωργία. Μια γεωργία ποιότητας και ταυτότητας, μια γεωργία πολυαπασχόλησης, πολυδραστηριότητας, αλληλοβοήθειας και συνεργασίας, ικανή να εξασφαλίσει μια πιο ολοκληρωμένη διαχείριση φυσικών πόρων και περιβάλλοντος, μια γεωργία που προάγει τους ποικίλους δεσμούς με τον τόπο και που συνδέεται με νέους τρόπους βιωμάτων της υπαίθρου στο πλαίσιο μιας αειφόρου ανάπτυξης.

4.3. Επιτόπια έρευνα καταγραφής πόρων της περιοχής και προσαρμογή τους στους στόχους του Οικομουσείου

Για την καταγραφή των φυσικών και πολιτισμικών πόρων της περιοχής πραγματοποιήθηκαν συστηματικές επιτόπιες έρευνες στις πέντε κοινότητες του υπό ίδρυση Οικομουσείου από τις ερευνητικές ομάδες του Εργαστηρίου Αγροτικού Χώρου του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και της Αναπτυξιακής Εταιρείας Τροόδους (ANET). Οι έρευνες περιλάμβαναν συναντήσεις με τοπικούς φορείς και επιτόπια παρατήρηση τοπίου. Παράλληλα, λήφθηκαν υπόψη οι ήδη υπάρχουσες μελέτες που υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο του προγράμματος (βλ. μουσειολογικές μελέτες του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου Κύπρου, μελέτες «ταυτοποίησης και αξιολόγησης του φυσικού και πολιτισμικού αποθέματος» και «ταυτοποίηση και αξιολόγηση των τοπικών παραδοσιακών αγροδιατροφικών προϊόντων και των γαιοτόπων της περιοχής» του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου), όπως και η ΕΣΑΟΚ (2019).

4.3.1. Πληθυσμός και υποδομές

Ο πληθυσμός της Μαραθάσας είναι γύρω στα 1.500 άτομα². Διπλασιάζεται τα σαββατοκύριακα, ενώ το καλοκαίρι επταπλασιάζεται. Πρόκειται για εποχικό πληθυσμό (Σαββατοκύριακα, περίοδοι εορτών και καλοκαίρι) που επιβαρύνει απότομα τη χρήση βασικών υποδομών (ύδρευση, αποχέτευση, οδικά δίκτυα, κλπ.). Αναλογικά, το ίδιο ισχύει και για τα χωριά Παλαιόμυλος, Πρόδρομος, Καμινάρια, Τρεις Ελιές και Λεμύθου στα οποία θα δημιουργηθεί το Οικομουσείο. Τα χωριά αυτά έχουν περίπου 200 μόνιμους κατοίκους, οι οποίοι διπλασιάζονται τα σαββατοκύριακα και πολλαπλασιάζονται κατά τη διάρκεια των εορτών (Χριστούγεννα-Πάσχα) και ειδικά των διακοπών του καλοκαιριού, φτάνοντας περίπου στους 1.600 κατοίκους. Οι περισσότεροι έρχονται από το εσωτερικό της Κύπρου και ειδικά από τα αστικά κέντρα της Λεμεσού και της Λευκωσίας. Μόνο περίπου το 5% των αποδήμων μένουν μόνιμα στο εξωτερικό. Το ποσοστό αυτό φαίνεται να είναι μικρό σε σχέση με αυτό των αποδήμων του εξωτερικού της Μαραθάσας.

Ο **Πρόδρομος** είναι κτισμένος σε υψόμετρο 1.380 μέτρων και αποτελεί το ψηλότερο χωριό της Κύπρου. Η μεγαλύτερη έκταση του χωριού είναι ακαλλιέργητη και καταλαμβάνεται από ποικίλη φυσική βλάστηση. Ο Πρόδρομος δέχεται μια πολύ υψηλή μέση ετήσια βροχόπτωση (922 mm). Στο χωριό διαμένουν περίπου 50 μόνιμοι κάτοικοι. Εκεί θα λειτουργήσει το Κέντρο Πληροφόρησης του Οικομουσείου που βρίσκεται υπό ανακαίνιση. Πραγματοποιήθηκε συντήρηση του Δημοτικού Σχολείου για αλλαγή χρήσης και στο χώρο περιλαμβάνονται 2 κατοικίες-ξενώνες. Επίσης πραγματοποιήθηκε ανακαίνιση κοινοτικών κτιρίων, ενώ υπάρχει και μια αίθουσα που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για πολιτιστικούς λόγους και βρίσκεται σε άριστη κατάσταση (έχει συντηρηθεί προσφάτως). Ο Σύνδεσμος Προδρόμων και Φίλων του Προδρόμου οργανώνει πολιτιστικές εκδηλώσεις και συμβάλλει στην ανάπτυξη έργων κοινωνικής ευημερίας για την ανάδειξη του χωριού. Παρατηρείται, όμως, έλλειψη χώρων στάθμευσης, δημόσιων τουαλετών και άλλων υπηρεσιών. Πέραν τούτου, το δίκτυο ύδρευσης παρουσιάζει κάποια προβλήματα.



Εικόνα 19. Το κτήριο που θα στεγαστεί το Κέντρο Πληροφόρησης του Οικομουσείου

² Τα στοιχεία της απογραφής του 2021 δεν είχαν ανακοινωθεί την περίοδο που εκπονούνταν η παρούσα μελέτη (έως Ιούνη 2023).

Οι **Τρεις Ελιές** βρίσκονται σε υψόμετρο 800 μ. στην κοιλάδα της Μαραθάσας της Επαρχίας Λεμεσού. Εκεί διαμένουν περίπου 35 μόνιμοι κάτοικοι. Στις Τρεις Ελιές προγραμματίζεται να δημιουργηθεί το Κέντρο Ενημέρωσης και το Εργαστήρι Γαστρονομίας του Οικομουσείου. Παλαιότερα στην περιοχή υπήρχε μια ισχυρή παράδοση συνεργατισμού (βλ. Συνεργατικό Παντοπωλείο, Συνεργατική Πιστωτική Εταιρεία, Αγροτικός Σύλλογος «Ομόνοια») και μέχρι πριν το 1970 παρατηρούνταν μορφές ανταλλακτικής οικονομίας. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η αφήγηση παλιών ιστοριών αγροτικού μόχθου. Στην αίθουσα «Μαρουθκιά» της Κοινότητας, που βρίσκεται σε κεντρικό σημείο του χωριού, υπάρχει μια σχετική έκθεση-παρουσίαση «λόγου και εικόνας» (βρίσκεται και υπό έκδοση σε μορφή βιβλίου). Υπάρχει οργανωμένος σύλλογος αποδήμων που έχει ως στόχο την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, πραγματοποιεί πολιτιστικές εκδηλώσεις, συνεντεύξεις, κ.α. Ως προς τα προβλήματα σε θέματα υποδομών, θα πρέπει να δοθεί βάση στη λειτουργία του δικτύου ομβρίων του χωριού.



Εικόνα 20. Το υπό κατασκευή Κέντρο Ενημέρωσης και το Εργαστήρι Γαστρονομίας του Οικομουσείου στις Τρεις Ελιές

Τα **Καμινάρια** βρίσκονται σε υψόμετρο 850 μέτρων και είναι περιτριγυρισμένα από ψηλότερες βουνοκορφές. Οι μόνιμοι κάτοικοι του χωριού είναι περίπου 30. Η περιοχή πήρε το όνομά της από τα πολλά καμίνια που υπήρχαν παλαιότερα και χρησιμοποιούνταν για την αφαίρεση της ρητίνης από τα πεύκα. Με τη βοήθεια της ρητίνης επικαλύπτονταν τα πήλινα αγγεία για να αποκτήσουν στεγανότητα. Σήμερα έχουν επιβιώσει λίγα καμίνια και χρήζουν αναπαλαίωσης/ανακατασκευής. Στους πόρους του χωριού περιλαμβάνεται μια ένωση αποδήμων, ένα κέντρο νεότητας (δίπλα στην Κοινότητα) και ένα πολιτιστικό κέντρο που

δημιουργήθηκε από τον Αρχιμανδρίτη Ιερώνυμος Μυριανθεύς (1882), του οποίου ο τάφος βρίσκεται στην αυλή του.



Εικόνα 21. Το πολιτιστικό κέντρο των Καμινარიών

Η **Λεμούθου** ιδρύθηκε κατά τα Βυζαντινά χρόνια από τον πρώτο κάτοικο που ονομαζόταν Λεμούθης (από το φυτό «λεμούθιν»). Βρίσκεται σε υψόμετρο 1.200 μέτρων. Περιβάλλεται από δάση και μικρές και βαθιές κοιλάδες. Στο χωριό διαμένουν σήμερα περίπου 60 μόνιμοι κάτοικοι. Στο Παλιό Δημοτικό Σχολείο Λεμούθου θα λειτουργήσουν α) Κέντρο Πολιτιστικής Εκπαίδευσης και Πληροφόρησης Παραδοσιακών Τεχνών και β) Κέντρο Πληροφόρησης για τη Βυζαντινή και Μεταβυζαντινή Κληρονομιά. Παράλληλα, σύμφωνα με τις μελέτες, θα πραγματοποιούνται αρκετά εργαστήρια (αργυροχοΐας, επιχρύσωσης, ζωγραφικής-αγιογραφίας³, κεντητικής, κεραμικής-αγγειοπλαστικής, ξυλογλυπτικής, υφαντικής, κ.α.). Το Μουσείο Λαϊκής Τέχνης και Παράδοσης στεγάζεται στην πατρογονική κατοικία της οικογένειας Λεβέντη, λειτουργεί με δαπάνες του Ιδρύματος Α.Γ. Λεβέντη, ενώ υπεύθυνο για τη διαχείριση και λειτουργία του είναι Κοινοτικό Συμβούλιο Λεμούθου. Στο κέντρο του χωριού υπάρχει μνημείο για τους πεσόντες και τους αγνοούμενους του 1964 και του 1874 που έχει ανεγερθεί με δαπάνες του Υπουργείου Παιδείας και Πολιτισμού και του Συνδέσμου Αποδήμων και Φίλων της Λεμούθου που αποτελεί τον ενεργό σύλλογο της περιοχής.

³ Το εργαστήριο ζωγραφικής-αγιογραφίας θα μπορούσε να λειτουργήσει στις Τρεις Ελιές.



Εικόνα 22. Το Παλιό Δημοτικό Σχολείο Λεμούθου που λειτουργήσει και ως κατασκήνωση και προορίζεται να αποτελέσει το *Κέντρο Πολιτιστικής Εκπαίδευσης και Πληροφόρησης Παραδοσιακών Τεχνών* και το *Κέντρο Πληροφόρησης για τη Βυζαντινή και Μεταβυζαντινή Κληρονομιά* του Οικομουσείου

Ο **Παλαιόμυλος** είναι χτισμένος σε υψόμετρο 1040 μέτρων. Είναι κτισμένο σε επικλινείς πλαγιές και παραποτάμια δασικά οικοσυστήματα και διασχίζεται από βαθιές ρεματιές. Είναι το μικρότερο χωριό με τους λιγότερους μόνιμους κατοίκους (με το μεγαλύτερο μέσο όρο ηλικίας) σε σχέση με τα υπόλοιπα, καθώς σήμερα ζουν λιγότεροι από 30 κάτοικοι.

Εν γένει, η Νότια Μαραθάσα (περιοχή του Οικομουσείου) συνεχίζει να χάνει τον πληθυσμό της, ενώ διαγιγνώσκονται δυσκολίες στην προσέλκυση νέων ζευγαριών. Ωστόσο αυτό δεν ισχύει **στο χωριό Τρεις Ελιές όπου 5 οικογένειες εγκαταστάθηκαν από το 2011 και υπάρχει η προοπτική να αυξηθούν**. Επιπλέον, υπάρχει ενδιαφέρον για εγκατάσταση νέων οικογενειών, ενώ υπάρχουν και περιπτώσεις επενδυτών που ενδιαφέρον να αναπτύξουν δραστηριότητα στο χωριό και κατάγονται από την περιοχή. Γενικότερα, σχεδόν το μισό του μόνιμου πληθυσμού της Μαραθάσας είναι ηλικιωμένοι άνω των 65 ετών, γεγονός που σύμφωνα με την ΕΣΑΟΚ (2019), ενδέχεται να έχει άμεσες επιπτώσεις στην κοινωνική συνοχή (λόγω της έλλειψης κρίσιμη μάζας σε εκπαίδευση, υπηρεσίες και παραγωγή). Οι **νέοι εγκαταλείπουν την περιοχή** με στόχο να συνεχίσουν τις σπουδές τους και να μην επιστρέψουν λόγω των ελάχιστων επαγγελματικών προοπτικών. Η **ενίσχυση της δια βίου μάθησης και κατάρτισης** μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη μιας ισχυρής ορεινής οικονομίας και βασικός παράγοντας στην επίτευξη αυτού είναι η συμμετοχή των νεότερων γενιών στη δημιουργία κουλτούρας, δεξιοτήτων και ικανοτήτων, στην ανάπτυξη νέων τοπικών πολιτικών και μοντέλων ανάπτυξης «ορεινών επιχειρηματιών».

4.3.2. Γεωργική γη και προϊόντα

Η γεωργική γη εγκαταλείπεται και το μεγαλύτερο κομμάτι της περιοχής καλύπτεται από δάση. Η οργάνωση των αγροτών είναι ελλειμματική και μη ικανοποιητική, καθώς οι παλιές μορφές συνεργατισμού μεταξύ των παραγωγών φαίνεται να έχουν εκλείψει. Οι ενδιαφερόμενοι αγρότες απευθύνονται στο Τμήμα Γεωργίας για να ενημερωθούν και να αναζητήσουν συμβουλές για σχετικά θέματα. Στην περιοχή του Οικομουσείου δεν υπάρχουν κτηνοτροφικές μονάδες, ούτε ενώσεις παραγωγών. Υπάρχουν προϊόντα που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν (ή να πιστοποιηθούν) όπως κεράσια, μήλα, σταφύλια (υψηλή ζήτηση του οίνου «Κουμανδαρία»), τομάτες, φασόλια, αχλάδια, καρύδια, δαμάσκηνα, βερίκοκα, ροδάκινα, αρωματικά φυτά και μέλι. Τα παραπάνω προωθούνται στη λαϊκή αγορά και σε τοπικές αγορές μέσω εμπόρων αλλά και απευθείας από τους παραγωγούς (χύμα ή σε κιβώτια). Ιδιαίτερα για τα κεράσια και τα μήλα προέκυψαν σημαντικά αποτελέσματα από τις αναλύσεις του Εργαστηρίου του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας όσον αφορά την ποιότητα τους αλλά και την αντιοξειδωτική δράση της καλλιεργούμενης ποικιλίας «Πετροκέρασα» για την οποία πιστοποιούνται ισχυρισμοί υγείας (βλ. ευρωπαϊκή νομοθεσία⁴) γεγονός που πιστοποιεί τη μεγάλη αξία της ποικιλίας. Οι χαμηλές θερμοκρασίες και η διαθεσιμότητα νερού κατά τους καλοκαιρινούς μήνες είναι σημαντικές για την παραγωγή υψηλής ποιότητας καρπών τόσο για τα κεράσια όσο και για τα μήλα, σύμφωνα με τη Μελέτη Ταυτοποίησης και Αξιολόγησης των Τοπικών Παραδοσιακών Αγροδιατροφικών Προϊόντων και των Γεωτόπων της Περιοχής και της Δυνατότητας Ανάδειξης και Χρηστικότητάς τους.

Συγκεκριμένα, στα Καμινάρια υπάρχουν αμπέλια, μηλιές, κερασιές, ροδακινιές, αχλαδιές, αμυγδαλιές και ελιές, αλλά και ανεπτυγμένη μελισσοκομία. Το βιολογικό μέλι των Καμιναριών διατίθεται σε όλη την Κύπρο αλλά και στο εξωτερικό από μια οικογενειακή παραδοσιακή επιχείρηση (στα Καμινάρια βρίσκονται οι κυψέλες όχι η επιχείρηση). Παράλληλα, μπορούν να αναπτυχθούν δραστηριότητες καλαθοπλεκτικής και αγγειοπλαστικής, κατόπιν συμφωνίας με τον τοπικό πληθυσμό. Στις Τρεις Ελιές καλλιεργούνται κεράσια (είναι το πρώτο χωριό σε παραγωγή κερασιών από αυτά του Οικομουσείου), μήλα, δαμάσκηνα, ροδάκινα, αχλάδια, κ.α., ενώ υπάρχουν ή/και καλλιεργούνται φυτά όπως το μελισσόχορτο, η λεβάντα και η ρίγανη. Εκεί λειτουργεί η ΜΚΟ “Eco Village” που προωθεί τη βιολογική καλλιέργεια και την αναβάθμιση του χωριού ως «οικολογικό». Παράλληλα, τα αγροκτήματα του κ. Ανδρέα Κυριάκο, το βιολογικό αγρόκτημα της κας. Μαρίας Πυθαρά και το αγρόκτημα με βιολογικά φρούτα του κ. Κώστα Κυπριανού με το εργαστήρι παρασκευής μαρμελάδων, κρασιού και απόσταξης ζιβανίας, υπό προϋποθέσεις, μπορούν να λειτουργήσουν ως επισκέψιμα. Υπάρχουν και παραγωγικά αγροκτήματα όπως το «Αγρόκτημα της Ανδρονίκης» όπου καλλιεργούνται μηλιές, κερασιές, αχλαδιές, δαμασκηνιές, τομάτες, κ.α., αλλά δεν είναι επισκέψιμα. Στον Πρόδρομο, καλλιεργούνται διάφορα είδη φυλλοβόλων οπωροφόρων δέντρων (μηλιές, κερασιές, δαμασκηνιές, αχλαδιές και ροδακινιές), λίγα αμπέλια οινοποιησίμων ποικιλιών και ελάχιστες καρυδιές και πιστακιές. Εκεί υπάρχουν οι μεγαλύτερες εκτάσεις οπωροφόρων δέντρων (σε σχέση με τα υπόλοιπα χωριά του Οικομουσείου), σύμφωνα με τα στοιχεία του ΚΟΑΠ, και ακολουθούν οι εκτάσεις του Παλαιόμυλου. Το κυρίαρχο προϊόν του είναι τα μήλα εξαιρετικής ποιότητας. Διατίθενται συσκευασμένα γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες και ροδόστεμα από την Ιερά Μονή Παναγίας Τρικουκιώτισσας (που απασχολεί 8 άτομα προσωπικό) και από οικογενειακή επιχείρηση, καθώς και ζιβανία από ιδιώτη. Οι παραπάνω

⁴ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013D0063&from=EL>

χώροι είναι επισκέψιμοι (εκτός του ιδιώτη). Παράλληλα, υπάρχει και επιχείρηση με παραδοσιακούς λουκουμάδες.

Γενικότερα, στην περιοχή της Μαραθάσας υπάρχουν διάσπαρτες οικοτεχνίες με γλυκά του κουταλιού, αρτοκατασκευάσματα, αιθέρια έλαια, σουτζούκους, κ.α. και γίνεται περιορισμένη χρήση φυτοπροστατευτικών προϊόντων, λιπασμάτων, μηχανικής κατεργασίας εδάφους και φυσικών πόρων όπως νερό, χαρακτηριστικό των αγροτικών περιοχών Υψηλής Φυσικής Αξίας (ΑΠΥΦΑ), γεγονός που συντελεί στην παραγωγή τοπικών προϊόντων υψηλής ποιότητας και στην προστασία και διατήρηση της πλούσιας αγροτικής βιοποικιλότητας της περιοχής, όπως αναφέρει η Μελέτη Ταυτοποίησης και Αξιολόγησης των Τοπικών Παραδοσιακών Αγροδιατροφικών Προϊόντων και των Γεωτόπων της Περιοχής και της Δυνατότητας Ανάδειξης και Χρηστικότητάς τους.



Εικόνα 23. Μάζεμα φρούτων από το «Αγρόκτημα της Ανδρονίκης» στις Τρεις Ελιές

Εικόνα 24. Αχλάδια στον κάμπο στις Τρεις Ελιές

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια στροφή των καταναλωτών σε προϊόντα ποιότητας και ταυτότητας που επαναδραστηριοποίησε αρκετούς τοπικούς δρώντες με τοπικές γνώσεις και τεχνογνωσίες. Σε αυτό το πλαίσιο, σύμφωνα με την ΕΣΑΟΚ (2019), κρίνεται πολύ σημαντική η ανάπτυξη της οικογενειακής επιχείρησης και η καθιέρωση εθνικού ποιοτικού προτύπου «Ορεινό Προϊόν» με σαφή κριτήρια γεωγραφικής προέλευσης και σαφείς κανονισμούς ποιοτικών ασφαλών τροφίμων. Η οργάνωση των **προδιαγραφών παραγωγής ποιοτικής και ιδιότυπης πρώτης ύλης και η πιστοποίηση ποιότητας και ταυτότητας προέλευσης** είναι βασικά ζητήματα που πρέπει να απασχολήσουν (βλ. εμβληματικά προϊόντα) σε μια περίοδο που τα τοπικά προϊόντα έχουν χαμηλή προστιθέμενη αξία και η γεωργική γη χρήζει προστασίας και ορθής διαχείρισης.

Συνεπώς, απαιτείται σχέδιο ταυτοποίησης/τυποποίησης, ανάδειξης και προβολής των χαρακτηριστικών, της ποιότητας και της αξίας των τοπικών γεωργικών προϊόντων. Σε αυτό το πλαίσιο, σύμφωνα με την ΕΣΑΟΚ (2019), θα μπορούσαν να **αξιοποιηθούν τα ιδιαίτερα εδαφολογικά, μικρο-κλιματικά και οργανοληπτικά χαρακτηριστικά** διαφόρων προϊόντων που διαμορφώνουν τη γεύση, οσμή αρώματα, υφή και το χρώμα τους. **Συγκεκριμένα για τα κεράσια μπορούν να αξιοποιηθούν οι πρόσφατοι ισχυρισμοί υγείας (που προέκυψαν κατόπιν ερευνών) και να προωθηθεί περαιτέρω το προϊόν ως το «εμβληματικό προϊόν του Οικομουσείου», μέσω διοργάνωσης εορτών του κερασιού και άλλων δράσεων. Επίσης, τα προϊόντα της χαρουπιάς που αναδείχτηκαν από έρευνες του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου.** Επιπλέον, η διατήρηση παραδοσιακών ποικιλιών και πρακτικών (βοτάνισμα, κλάδεμα, βόσκηση) αλλά και καλλιέργειών (αμυγδαλιάς και φουντουκιάς) συνετέλεσε στην αναγνωρισιμότητα των προϊόντων, η οποία βασίζεται στη φήμη και στην ποιότητα τους (όχι σε εργαστηριακές έρευνες).

Σε αυτή τη μικρή ορεινή οικονομία, όπου η γεωργία αποτελεί μια αγρο-περιβαλλοντική δραστηριότητα που στοχεύει στη διαχείριση και ανάπτυξη των κοινοτήτων της περιοχής, θα μπορούσε να έχει ισχυρή θέση η πολυδραστηριότητα των μικρών παραγωγικών μονάδων και ειδικά των **μικρών οικογενειακών εκμεταλλεύσεων** που μπορούν να αποτελέσουν ισχυρό κεφάλαιο για την αειφόρο ανάπτυξη του Τροόδου. Η χρήση τοπικών πρώτων υλών ή/και τοπικών προϊόντων από **μικρές οικοτεχνίες** και πρακτικές προωθούν τη συνέργεια και συνεργασία, στοχεύοντας στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας των προϊόντων και υπηρεσιών., απόσταξης τριαντάφυλλου και αλλαντικών. Επιπλέον, τα **επισκέψιμα αγροκτήματα** μπορούν να συνδέσουν παραγωγή, μεταποίηση, τουρισμό και πολιτισμό με καθορισμένο πλαίσιο παροχής υπηρεσιών. Παράλληλα, στον ελλαδικό -αλλά και ευρύτερα στον ευρωπαϊκό- χώρο αναπτύσσονται **νεότερες μορφές οργάνωσης αγροτών**, όπως ομάδες και οργανώσεις παραγωγών, υιοθέτηση και εφαρμογή συστημάτων πιστοποίησης και εγγύησης της ποιότητας, πρόελευσης και ταυτότητας των παραγόμενων γεωργικών προϊόντων.

4.3.3. Τουρισμός και μονοπάτια

Σύμφωνα με την ΕΣΑΟΚ (2019), οι περισσότεροι (περίπου το 70%) απασχολούνται στον τριτογενή τομέα. Το τουριστικό προϊόν, όμως, είναι δυσδιάκριτο. Οι τουρίστες/ επισκέπτες έρχονται με τουριστικά λεωφορεία και τους προσφέρεται παραδοσιακό πρόγευμα, πραγματοποιούνται επισκέψεις σε αρχαίες εκκλησίες που αποτελούν ιστορικά-πολιτιστικά μνημεία και σε μια ποικιλία τοπίων μέσω μονοπατιών, σε ενετικά γεφύρια, κ.α. Αυτό συμβαίνει από τον Ιούνιο μέχρι και τον Οκτώβριο. Λεωφορεία για Λευκωσία υπάρχουν, όχι όμως για Λεμεσό, ενώ δεν υπάρχει ένα περιφερειακό μέσο συγκοινωνίας που να ενώνει τα χωριά. Σε μεγάλο μέρος του περιφερειακού αυτού οδικού δικτύου υπάρχουν προβλήματα (κατολισθήσεις, προβλήματα παγετού, καθαριότητας, κ.α.), τα οποία θα πρέπει να αντιμετωπιστούν.

Στον **Πρόδρομο** υπάρχει το μοναστήρι της Παναγίας Τρικουκιώτισσας. Το Μονοπάτι «Πρόδρομος-Φράγμα Προδρόμου» απέχει 5χλμ από τον Πρόδρομο και στο τέλος του (φράγμα σε υψόμετρο 1600 μ.) διαθέτει οργανωμένο εκδρομικό χώρο που ανήκει στο Τμήμα Δασών και είναι χωρητικότητας 300 ατόμων (άναμμα φωτιάς, παιδικά παιχνίδια, τραπέζια και αποχωρητήρια αλλά δεν υπάρχει πόσιμο νερό). Το Καμπί του Καλογήρου του Υπουργείου Παιδείας είναι ένας από τους μεγαλύτερους εκδρομικούς/ κατασκηνωτικούς χώρους στην

επαρχία Λεμεσού σε υψόμετρο 1300 μ. και χωρητικότητας 700 ατόμων. Σημεία θέας βρίσκονται στην κεντρική πλατεία και στις περιοχές «Καλόγριες» και «Τρικούκκιά-Ποταμίνια», κ.α. Στην πλατεία του χωριού βρίσκονται και τα νεότερα μνημεία των αρχιεπισκόπων και των ηρώων (ανεγέρθηκαν το 2008). Η κεντρική ποδηλατική διαδρομή διατρέχει την κοινότητα από τον βορρά προς τον νότο. Ωστόσο, σύμφωνα με την καταγραφή της ANET, υπάρχουν και άλλες. Δεν υπάρχουν, όμως, υποδομές για ενοικίαση ποδηλάτων. Η περιοχή δέχεται 80.000-100.000 τουρίστες ετησίως, κυρίως Ρώσους, Άγγλους και Τουρκοκύπριους, ενώ έχει και εσωτερικό τουρισμό, κυρίως κατά τη διάρκεια των θερινών και φθινοπωρινών μηνών. Υπάρχουν τρεις (3) υπηρεσίες εστίασης (εστιατόρια, ταβέρνες και ψησταριές) οι οποίες απασχολούν προσωπικό 30 άτομα. Το χωριό διαθέτει 4 εξοχικές κατοικίες-επιχειρήσεις (Π. Αρσυρίδη, Μ. Ζορπίδι, Γ. Θεοδώρου και Δ. Χατζημαθαίου) με 23 κλίνες συνολικά, ενώ υπάρχουν και τα ξενοδοχεία Αλπής, Veregaria (υπό κατασκευή/ανακαίνιση) και Over Hill.



Εικόνα 25. Το Καμπί του Καλογήρου



Εικόνα 26. Σημείο θέας στον Πρόδρομο

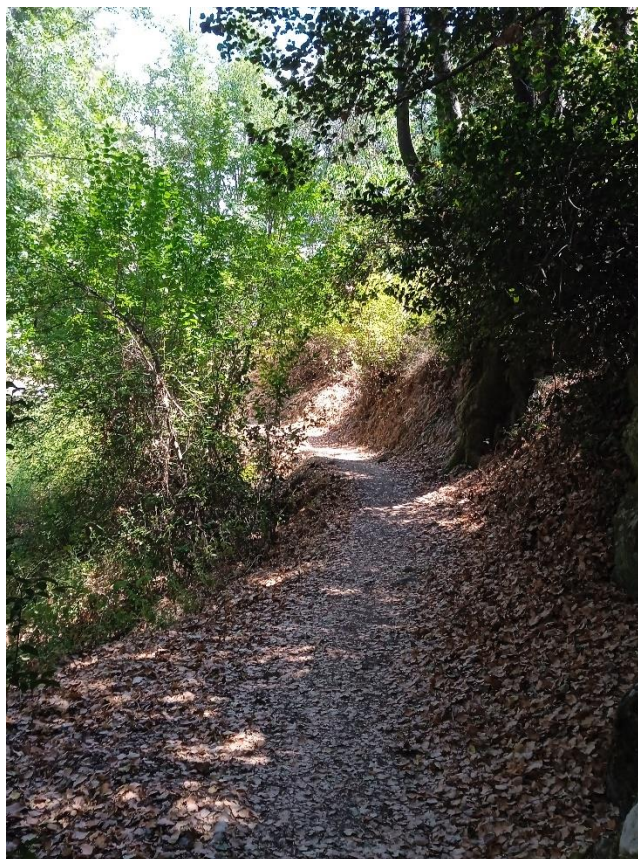


Εικόνα 27. Τα νεόκτιστα μνημεία των αρχιεπισκόπων και των ηρώων στην πλατεία του Προδρόμου

Στις **Τρεις Ελιές** υπάρχουν μονοπάτια μελέτης της φύσης και σημεία θέας, σημαντικά ιστορικά μνημεία (εκκλησίες και γεφύρια), παραδοσιακά σπίτια, παραδοσιακό καφενείο, ξυλόφουρνος, παντοπωλείο, ιατρείο, μικρό σιδηρουργείο, εργαστήριο παρασκευής ζιβανίας και επισκέψιμο οινοποιείο. Το παλιό μικρό σιδηρουργείο του χωριού με το «φουσερό» (που βρίσκεται σε καλή κατάσταση) θα μπορούσε να αξιοποιηθεί ως επισκέψιμο. Παράλληλα, πραγματοποιούνται διάφορες δραστηριότητες, όπως βιωματικά εργαστήρια (φυσικής βαφής, ζωγραφικής, ξερολιθιάς, κ.α.), θέατρο σκιών, κ.α. Τα θειούχα νερά που αναβλύζουν από βράχο και καταλήξουν σε πηγή παλαιότερα χρησιμοποιούνταν από όσους υπέφεραν από ρευματοπάθεια, δεν έχουν αξιοποιηθεί ακόμα. Το χωριό επισκέπτονται τουρίστες το χρόνο από Ισραήλ, Ευρώπη, Ρωσία και την υπόλοιπη Κύπρο. Υπάρχουν αγροτουριστικά καταλύματα (“Love Holiday House”, «Σπιτικό του Άρχοντα», Bosco Paradiso) με 16 κλίνες συνολικά. Στις Τρεις Ελιές βρίσκεται η Εκκλησία του Αρχαγγέλου Μιχαήλ του 300 μ.Χ. και η Εκκλησία Παναγιάς Χρυσοσωτήρος του 18ου αιώνα, τα γραφικά ξωκλήσια του Προφήτη Ηλία και της Αγίας Παρασκευής που κτίστηκαν τον 16ο αιώνα. Το Μονοπάτι «Τρεις Ελιές» περνάει από τα καλοδιατηρημένα Γεφύρια του Μύλου και του Δράκοντα και παρουσιάζει ενδιαφέρον για τους επισκέπτες, λόγω της φύσης και του αγροτικού τοπίου, αν και χρήζει κάποιας συντήρησης σε διάφορα σημεία. Η επίσκεψη στο Μονοπάτι «Ενετικά Γεφύρια» είναι δύσκολη, διότι το μονοπάτι χρήζει αναβάθμισης. Αξίζει να σημειωθεί και ο θρύλος της κατσούνπετρας, ένας προεξέχον εντυπωσιακός βράχος σε σχήμα κεφαλιού πτηνού (λ.χ. αετού) που κοιτάζει προς τα δυτικά, ο οποίος συνδέεται με κυνήγι θησαυρού.



Εικόνες 28. Τα γεφύρια του Μύλου και του Δράκοντα στις Τρεις Ελιές



Εικόνα 29. Περιπατητική διαδρομή στις Τρεις Ελιές

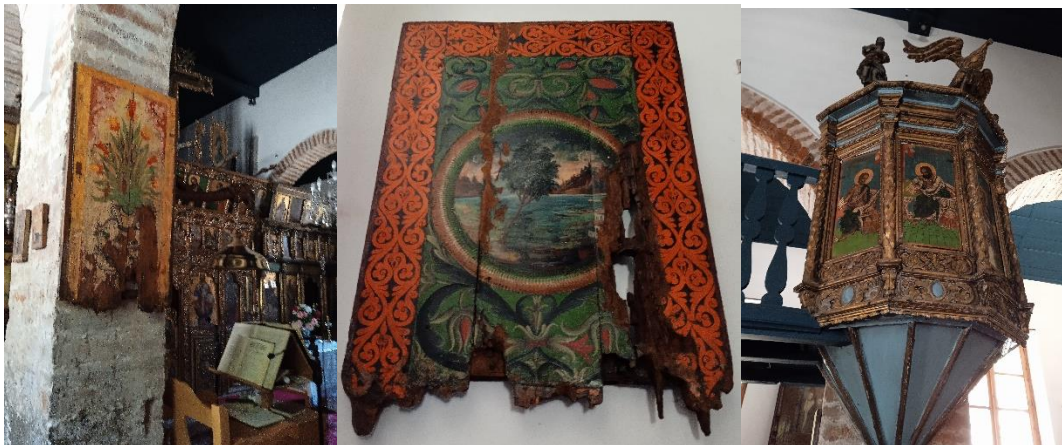


Εικόνα 30. Η Κατσούνόπετρα στις Τρεις Ελιές

Στα **Καμινάρια** υπάρχουν μονοπάτια μελέτης της φύσης, σημαντικά ιστορικά μνημεία, δύο καφενεία (το ένα δίπλα στην Κοινότητα), υπηρεσία εστίασης και παντοπωλείο. Κάποια από τα σημαντικότερα αξιοθέατα είναι τα εξωκλήσια του Αγίου Βασιλείου και της Παναγιάς Καρδιοβαστάζουσας του 16ου αιώνα και οι εκκλησίες του Αγίου Ερμούλου του 17ου αιώνα και του Αγίου Γεωργίου το 1750 με τις καλοδιατηρημένες ξύλινες κεραμόσκεπες στέγες που αποτελούν μνημεία αρχιτεκτονικής, έχοντας στο εσωτερικό τους εικόνες και τοιχογραφίες ιστορικής και καλλιτεχνικής αξίας. Στα Καμινάρια βρίσκονται το Μονοπάτι Μελέτης της Φύσης «Λιβιάδι-Άγιος Βασίλειος» (γραμμικό) που ακολουθεί το Ε4 μέχρι την εκκλησία του Αγίου Βασιλείου και το Μονοπάτι «Καμινάρια» (κυκλικό) που ξεκινά από την εκκλησία του Αγίου Βασιλείου μέχρι τον εκδρομικό χώρο και στη συνέχεια ακολουθεί τον αγροτικό δρόμο προς Άγιο Νικόλαο παράλληλα με τον ποταμό Διαρίζο έως το παραδοσιακό ενετικό γεφύρι του Τζιλεφού. Σε κάποιες από τις παραπάνω διαδρομές οι περιηγητές μπορούν να συναντήσουν τα περίφημα αγρινά (*Ovis orientalis orphion*), ένα τοπικό, σπάνιο και αυστηρά προστατευόμενο είδος ενδημικού άγριου προβάτου ασιατικής προέλευσης που το έφεραν στο νησί προϊστορικοί έποικοι πριν 8-9.000 χρόνια, το οποίο συναντάται μόνο στα βουνά της ευρύτερης περιοχής και αποτελεί και το λογότυπο της Κοινότητας. Το αγρινό αποτελεί σύμβολο ολόκληρης της Κύπρου και χρησιμοποιείται ως έμβλημα/ λογότυπο σε γραμματόσημα, κέρματα, χαρτονομίσματα, κ.α. Το χωριό, σε αντίθεση με τα υπόλοιπα χωριά του Οικομουσείου, διαθέτει καλό υδρευτικό και τοπικό οδικό δίκτυο. Τέλος, υπάρχουν οι παραδόσεις της καλαθοπλεκτικής και της αγγειοπλαστικής που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν μέσω οργάνωσης και λειτουργίας εργαστηρίων κεραμικής – αγγειοπλαστικής και εργαστηρίου καλαθοπλεκτικής στο πλαίσιο του Οικομουσείου.



Εικόνα 31. Το αγρινό ως λογότυπο της Κοινότητας Καμιναρίων



Εικόνες 32, 33, 34. Από το εσωτερικό του Ναού του Αγίου Γεωργίου στα Καμινάρια



Εικόνα 35. Καλαθοπλέκτης στα Καμινάρια

Στη **Λεμούθου**, όπως και στα άλλα χωριά, υπάρχουν εκκλησίες-ιστορικά μνημεία, μονοπάτια μελέτης της φύσης, σημεία θέας, μνημείο πεσόντων και αγνοουμένων. Η κυρίως εκκλησία του χωριού είναι η Παναγία Ιαματική που κτίστηκε το 1721 και αφού καταστράφηκε ξανακτίστηκε το 1862 για να πάρει τη σημερινή της μορφή περίπου 50 χρόνια αργότερα. Η εκκλησία διαθέτει κειμήλια και εικόνες εκκλησιαστικής/ βυζαντινής τέχνης. Λίγο παρακάτω, υπάρχει το μικρό προσκύνημα «Παναγία Ιαματική» με το αγίασμα. Η ιστορική εκκλησία του Αγίου Θεοδώρου, που βρίσκεται σε ύψωμα στην είσοδο του χωριού, αποτελεί εικονοφυλάκιο βυζαντινών εικόνων καθώς εκεί εκτίθενται πολύ σπάνιες εικόνες από τον 13ο μέχρι τον 19ο αιώνα. Παλιές εικόνες του 18ου αιώνα υπάρχουν στο εξωκλήσι του Αγίου Νικολάου που λέγεται ότι ήταν παλαιότερα ο κυρίως ναός του χωριού Λιβάδι που καταστράφηκε από επιδρομές λίγο μετά τις αρχές του 18ου αιώνα. Το νεότερο εξωκλήσι του Αγίου Γεωργίου βρίσκεται στην τοποθεσία Αγρός και έχει ανακαινιστεί προσφάτως από τους απόδημους Αμερικής. Το Μονοπάτι της Φύσης Πρόδρομος-Λεμούθου (γραμμικό) έχει μήκος που φτάνει τα 2 χλμ, εκτιμώμενη διάρκεια διαδρομής τη 1 με 1,5 ώρα και θεωρείται υψηλού βαθμού δυσκολίας. Το Μονοπάτι Λεμούθου-Αγ. Γεωργίου έχει μήκος 2 χλμ με εκτιμώμενο διάρκεια διαδρομής 1 ώρα. Τα βασικά σημεία ενδιαφέροντος είναι η κατοικία της οικογένειας Λεβέντη (στην αρχή της διαδρομής), το φαράγγι στην τοποθεσία Κρεμμός, ο ποταμός Αγρός και το εκκλησάκι του Αγίου Γεωργίου. Υπάρχουν και δυο σημεία θέας («Άπικ» και «Κοκκινόλαονα»), τα οποία χρήζουν καθαρισμού. Στην αρχή του χωριού υπάρχει ξενοδοχείο-εστιατόριο (Themis House) με 10 διαμερίσματα και ένα κέντρο εστίασης που ανοίγει τους θερινούς μήνες (Λαδόκολλα). Στη Λεμούθου βρίσκεται επίσης και το περίφημο Παράκεντρο, ένας μη κερδοσκοπικός πολιτιστικός οργανισμός, τον οποίο ίδρυσαν οι Κώστας Κακογιάννης (συνθέτης) και Πάμπος Κουζάλης (λογοτέχνης). Αποτελεί σημαντικό σημείο αναφοράς του πολιτισμικού του αποθέματος. Εκεί πραγματοποιούνται αξιόλογες μουσικές δραστηριότητες παραγωγή, έκδοση λογοτεχνικών βιβλίων και ψηφιακών δίσκων, διοργανώνονται καλλιτεχνικές εκδηλώσεις και εκθέσεις, στις οποίες έχουν συμμετάσχει κατά καιρούς γνωστοί καλλιτέχνες, αλλά και νέοι δημιουργοί από όλο τον κόσμο, αποσπώντας αρκετά βραβεία. Τα παραπάνω συντονίζονται από εκπαιδευτικούς. Τα έσοδα διατίθενται εξολοκλήρου για φιλανθρωπικούς σκοπούς. Στην ιστοσελίδα του Παρακέντρου αναφέρεται: «Σε εκδόσεις και εκδηλώσεις του οργανισμού έχουν συμμετάσχει μεταξύ άλλων επώνυμοι καλλιτέχνες όπως η Ελευθερία Αρβανιτάκη, η Άλκηστις Πρωτοψάλτη, ο Γιώργος Νταλάρας, ο Νικόλας Μεταξάς, ο Μιχάλης Κακογιάννης, η Καλλιόπη Βέττα, ο συνθέτης Γιάννης Ιωάννου, η Αλέξια, ο Μιχάλης Γκανάς, ο Γιάννης Κότσιρας και ο Μιχάλης Χατζηγιάννης». Επίσης, στη Λεμούθου βρίσκεται και η Εμπορική Σχολή Μιτσή που αποτελεί διαχρονικό πνευματικό κέντρο της Μαραθάσας, λειτουργώντας από το 1912 άλλοτε ως γυμνάσιο, άλλοτε ως λύκειο, άλλοτε ως Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης.



Εικόνα 36. Άποψη της Λεμύθου, όπου δεσπόζει το Παράκεντρο

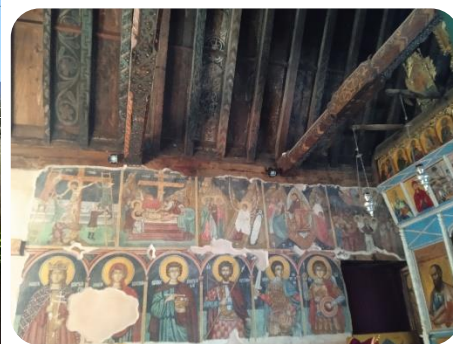


Εικόνες 37, 38. Ο ιστορικός Ιερός Ναός του Αγίου Θεοδώρου στη Λεμύθου με τις σπάνιες εικόνες και τον περιποιημένο προαύλιο χώρο

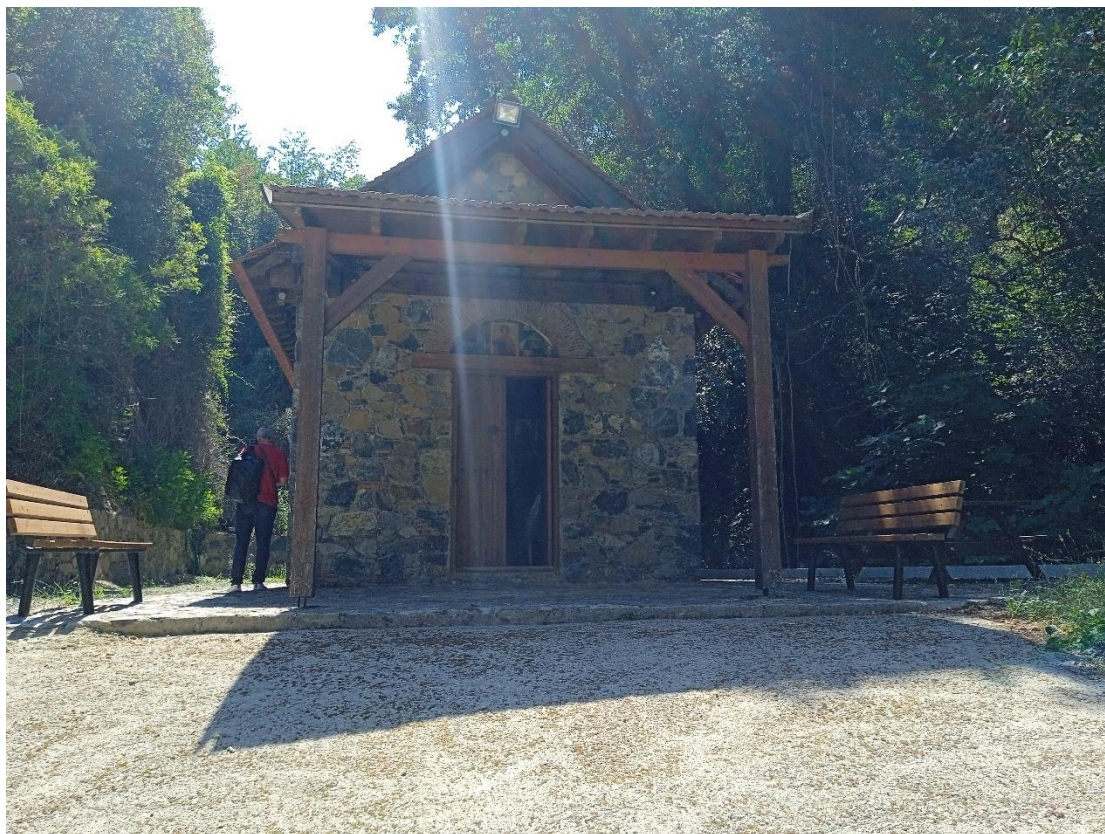


Εικόνες 39, 40. Το ιερό προσκύνημα με αγίασμα και το μνημείο πεσόντων στη Λεμούθου

Τέλος, στον **Παλαιόμυλο** βρίσκεται ακόμη μια εκκλησία-ιστορικό μνημείο, η Εκκλησία του Τιμίου Σταυρού, με αξιόλογες τοιχογραφίες του 17^{ου} αιώνα. Το χωριό διασχίζουν ρεματιές που μεταφέρουν νερό από τις πηγές του Χάρτζη προς την κοίτη του ποταμού Διάρηζου. Υπάρχει ιδιωτικός υδρόμυλος (εκτός λειτουργίας). Η καλλιεργήσιμη γη με τα φρουτόδεντρα σε συνδυασμό με το παραποτάμιο οικοσύστημα διαμορφώνει μια αξιοποιήσιμη διαδρομή που καταλήγει στο νεότερο ξωκλήσι του Αγίου Σώζοντα που διαθέτει αύλειο χώρο και αγίασμα που θεραπεύει δερματικές παθήσεις (κανθάρους).



Εικόνες 40, 41. Η Εκκλησία του Τιμίου Σταυρού και κάποιες τοιχογραφίες εντός της στον Παλαιόμυλο



Εικόνα 42. Το ξωκλήσι του Αγίου Σώζοντα, όπου καταλήγει η μικρή διαδρομή που ξεκινά από το κέντρο του Παλαιόμυλου

4.3.4. Η ορεινή ενότητα και οι προοπτικές ισόρροπης ανάπτυξης

Το Τρόδος αποτελεί μια ενιαία ορεινή ενότητα και έτσι είναι καλύτερο να αντιμετωπισθεί. Έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην οργάνωση και λειτουργία του χώρου και της καθημερινής ζωής, στα έθιμα, τις παραδόσεις και τη συμμετοχή/ εμπλοκή των ντόπιων και φυσικά στα τοπικά προϊόντα ως αποτέλεσμα της σχέσης και αλληλεπίδρασής τους με τον τόπο. Οι αρχαιολογικοί χώροι, τα μουσεία και τα εκθετήρια, η αρχιτεκτονική και τα μνημεία αγροτικής κληρονομιάς, οι ιστορικές μονές, κ.α., αποτελούν πόρους που χρήζουν αναγνώρισης, προστασίας και ορθής διαχείρισης. Οι πόροι αυτοί θα μπορούσαν να ενταχθούν σε θεματικές διαδρομές και να ενεργοποιηθούν μέσω πρωτοβουλιών, δράσεων και εμπειριών (πολιτισμικών, εκπαιδευτικών, καλλιτεχνικών, αθλητικών, διατροφικών, κ.α.) που θα προάγουν την ορεινότητα και μια κουλτούρα συνέργειας. Οι τοπικές βιοτεχνίες/ οικοτεχνίες, οι επιχειρήσεις εστίασης, τα καταλύματα, οι μικροί παραγωγοί, οι σύλλογοι, οι ΜΚΟ, κ.α., θα μπορούσαν να ενταχθούν σε ένα κοινό πλάνο δράσης και συνεργασίας, μέσα από ένα σχέδιο ορεινού τουρισμού. Το κεντρικό ζήτημα που πρέπει να απασχολήσει είναι η προετοιμασία του προϊόντος και στη συνέχεια η προβολή του. Συνεπώς, δεν αποτελεί άμεσο ζητούμενο μια στρατηγική προσανατολισμένη στο marketing, αλλά η προετοιμασία του προϊόντος. Με άλλα λόγια, ζητούμενο είναι η ανάπτυξη μιας στοχευμένης πολιτικής και βασική προϋπόθεση επίτευξής της, το διακριτό προϊόν. Οι **εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού** μπορούν να αναπτυχθούν επικεντρωμένες σε θεματικές διαδρομές και να πλαισιωθούν από **ολοκληρωμένες εμπειρίες με τη συνεργασία όλων των τομέων της τοπικής οικονομίας**, συνδέοντας υλικό και άυλου πολιτισμικό, φυσικό και κοινωνικό κεφάλαιο με τα προϊόντα και

τις υπηρεσίες της τοπικής οικονομίας. Για παράδειγμα, οι δρόμοι του κρασιού συνδέουν τους τομείς της παραγωγής, της μεταποίησης/ τυποποίησης και του τουρισμού. Ωστόσο, οι διαδρομές αυτές πρέπει να εμπλουτιστούν με την ένταξη «επισκέψιμων οινοποιείων» και μια πληθώρα δραστηριοτήτων και πρωτοβουλιών διαφόρων συλλόγων, ενώσεων και δρώντων του τοπικού πληθυσμού.

Το οικομουσείο, ως εργαστήριο έρευνας και ανάπτυξης, μπορεί να αποτελέσει τον φορέα εκείνο που θα αναλαμβάνει πρωτοβουλίες και θα συντονίζει ενέργειες για την προώθηση και ανάδειξη των τοπικών φυσικών και πολιτισμικών πόρων, των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών, της ιστορίας, του πολιτισμού, της λαϊκής τέχνης και παράδοσης (ζωγραφικής, ξυλογλυπτικής, κεντήματος, αγγειοπλαστικής, κ.α.) και του ορεινού τοπίου όλου του Τροόδου. Αυτά είναι συνδεδεμένα με τη ζωή των παλαιότερων κατοίκων του αλλά παραμένουν απόμακρα για τους νεότερους και ανεξερεύνητα για το ευρύτερο κοινό, ενώ οι υποβαθμισμένες περιοχές που ολοένα και χάνουν περισσότερο πληθυσμό απειλούν την ευρύτερη χωρική του συνοχή. Με το Οικομουσείο της Μαραθάσας, όμως, αυτές οι υποβαθμισμένες περιοχές θα μπορούν να συνδεθούν καλύτερα με τις πιο αναβαθμισμένες (π.χ. Πεδουλάς, Καλοπαναγιώτης). Η επιχειρούμενη ανάδειξη θα επιτευχθεί μέσα από το συνδυασμό παραγωγής-μεταποίησης, εναλλακτικών μορφών τουρισμού, πολιτισμού και αθλητισμού, που θα περιλαμβάνει σύνδεση προϊόντων και υπηρεσιών, προώθηση ποιότητας, τοπικότητας και καινοτομίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. Το Οικομουσείο Μαραθάσας

5.1. Σκοπός, στόχοι και μέθοδοι

Βασικός σκοπός του Οικομουσείου Μαραθάσας είναι η ανάδειξη, κατασκευή, ενεργοποίηση και οργάνωσης ιδιότυπων πόρων, η ανάπτυξη νέας εδαφικής ορεινής οικονομίας και η δημιουργία προοπτικών εγκατάστασης νέου πληθυσμού.

Βασικοί του στόχοι είναι η αναβάθμιση της προστιθέμενης αξίας των προϊόντων, η οργάνωση των αγροτών, η συμμετοχική διακυβέρνηση των κοινών, η ανάπτυξη μιας νέας επιχειρηματικής κουλτούρας, η προσφορά ολοκληρωμένης εμπειρίας μέσω της αξιοποίησης και αναβάθμισης του τοπικού κεφαλαίου (πολιτισμικού, φυσικού, κοινωνικού και οικονομικού).

Οι **μέθοδοι/ ενέργειες** που προτείνονται είναι:

- η ανάπτυξη μικρών πολυδραστήριων οικογενειακών εκμεταλλεύσεων και η δικτύωση επισκέψιμων αγροκτημάτων και οικοτεχνιών,
- η πιστοποίηση ποιότητας και ταυτότητας προέλευσης προϊόντων και η δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών που θα προσδώσουν πολιτισμική και κοινωνική υπεραξία,
- η οργάνωση θεματικών διαδρομών (που θα εμπεριέχουν αναβάθμιση των κτιρίων, του δικτύου και των προβλημάτων πρόσβασης, αξιοποίηση ιαματικών πηγών, πολιτιστικές εκδηλώσεις, κ.α.),
- η ενθάρρυνση συνεργειών και συνεργασιών μεταξύ διαφορετικών ομάδων και ατόμων της κοινότητας,
- η ενίσχυση της δια βίου μάθησης και κατάρτισης,
- διεκδίκηση βελτίωσης των δημοσίων υποδομών (συγκοινωνίες με αστικά κέντρα Κύπρου, σύνδεση χωριών οικομουσείου, δημιουργία χώρων στάθμευσης για αυτοκίνητα, δίκυκλα και ποδήλατα, δημιουργία δημόσιων WC, διασφάλιση παροχής βασικών καταναλωτικών αναγκών για τουρίστες/ επισκέπτες, κ.α.),
- η λειτουργία Γραφείου Τουρισμού.

Τονίζεται ότι είναι ιδιαίτερως σημαντική η επίτευξη δημοκρατικής συμμετοχής της κοινότητας μέσω της δικτύωσης και εξωστρέφειας των επιχειρήσεων και της συμμετοχής πολιτών και συλλογικοτήτων στην οργάνωση, διαχείριση και σχεδιασμό του Οικομουσείου που θα οδηγήσει σε παραγωγή αξιόλογου κοινωνικού κεφαλαίου. Παράλληλα, όπως έδειξε η εμπειρία των παραδειγμάτων λειτουργίας των ελληνικών οικομουσείων, η διασφάλιση της βιωσιμότητας ενός τέτοιου εγχειρήματος και η οργανική του σύνδεση με τους τομείς της παραγωγής, της μεταποίησης, του τουρισμού, του πολιτισμού και του αθλητισμού πρέπει, εξ αρχής, να αποτελέσει βασική προϋπόθεση.

5.2. Ομάδες στόχου του Οικομουσείου

Οι δυνητικές ομάδες στόχου του Οικομουσείου είναι οι εξής:

- Διατήρηση και αύξηση ημεδαπού τουρισμού από τα αστικά κέντρα Λεμεσού και Λευκωσίας, αλλά και αύξηση του τουρισμού από τα αστικά κέντρα της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης μέσω της ανάπτυξης του φυσιολατρικού, του πολιτιστικού και του θρησκευτικού τουρισμού.
- Αύξηση τουρισμού και συμμετοχής αποδήμων του εξωτερικού μέσω δικτύων τους (υπερ-εδαφικά μέλη της κοινότητας) και διοργάνωση πολιτιστικών, λαογραφικών και γαστρονομικών εκδηλώσεων. Η ενεργοποίηση των διαφόρων δικτύων αποδήμων θα μπορούσε να γίνει με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών του εξωτερικού.
- Διατήρηση και αύξηση των τουριστών από Αγγλία, Γαλλία⁵ και λοιπή Ευρώπη, Ισραήλ, Ρωσία (αναλόγως με τις γεωπολιτικές εξελίξεις) και από το κατεχόμενο μέρος της Κύπρου με έμφαση στον αγροτουρισμό, στον πολιτισμικό τουρισμό και στον φυσιολατρικό τουρισμό, αλλά και στον θρησκευτικό τουρισμό (ειδικά για τους Ρώσους και τους ανατολικοευρωπαίους)
- Προσέλκυση εναλλακτικών τουριστών ειδικού ενδιαφέροντος από Ιταλία, Αυστρία, Γερμανία και Ελβετία (χώρες με ορεινό ανάγλυφο, λόγω των Άλπεων) με έμφαση στον τουρισμό περιπέτειας
- Προσέλκυση τουριστών από Γαλλία, Αγγλία, Ολλανδία, Ισραήλ (κατά κύριο λόγο πεδινές περιοχές) με έμφαση στον φυσιολατρικό και ορεινό τουρισμό
- Προσέλκυση μαθητών Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης μέσω προγραμμάτων εκπαιδευτικών σχολικών εκδρομών.

5.3. Κτήρια του Οικομουσείου⁶

Στο Παλαιό Δημοτικό Σχολείο Λεμύθου θα λειτουργήσουν:

α) Κέντρο Πολιτιστικής Εκπαίδευσης και Πληροφόρησης Παραδοσιακών Τεχνών.

Θεματικές:

- Εισαγωγή στη Μαραθάσα
- Η τέχνη του Ξύλου
- Η τέχνη του Πυλού
- Η τέχνη η Πέτρας
- Η τέχνη του Μετάλλου
- Η τέχνη της Γης
- Η τέχνη της Ένδυσης

⁵ Οι Γάλλοι καταναλωτές, σύμφωνα με τον Woods (2005/2011), δείχνουν να ενδιαφέρονται περισσότερο για φρέσκα προϊόντα και τη διατήρηση των τοπικών καταστημάτων τους, σε σχέση με τους Άγγλους. Επίσης η γαλλική τοπική αυτοδιοίκηση έχει εκτεταμένες αρμοδιότητες (κοινωνικές υπηρεσίες, πρωτοβάθμια εκπαίδευση, αστυνομία).

⁶ Μέχρι τη στιγμή που εκπονούνταν η παρούσα μελέτη δεν υπήρξε ενημέρωση για λειτουργία κτιρίων σε Παλαιόμυλο και Καμινάρια, ενώ αναμένονταν η επικύρωση των αποφάσεων για τη λειτουργία των υπόλοιπων κτηρίων.

β) Κέντρο Πληροφόρησης για τη Βυζαντινή και Μεταβυζαντινή Κληρονομιά: θα λειτουργήσει στον ίδιο χώρο. Εκεί θα προσφέρονται θεωρητικά μαθήματα και βιωματικά εργαστήρια για την ιστορία και τον πολιτισμό της ευρύτερης περιοχής, ενταγμένα στο πλαίσιο της τυπικής αλλά και της άτυπης εκπαίδευσης (5 χώροι: Πληροφόρηση, 'Η κουζίνα', 'Ο φούρνος', Πολυμέσα, 'Το τζελλάριν').

Στα Κέντρα α και β στο Παλαιό Δημοτικό Σχολείο Λεμύθου, προτείνεται, βάσει της σχετικής μελέτης που έχει κατατεθεί, να πραγματοποιούνται εργαστήρια:

- Αργυροχοΐας
- Επιχρύσωσης
- Ζωγραφικής – Αγιογραφίας
- Κεντητικής
- Κεραμικής – Αγγειοπλαστικής
- Ξυλογλυπτικής
- Συντήρησης/Αναπαλαίωσης επίπλων και ξύλινων αντικειμένων
- Τοιχογραφίας
- Υφαντικής

γ) Κέντρο Ενημέρωσης και το Εργαστήρι Γαστρονομίας.

Όπως αναφέρει η αντίστοιχη μελέτη: «Ο πολυχώρος στις **Τρεις Ελιές** ιδανικά θα αποτελεί ένα πόλο προσέλκυσης επισκεπτών, αλλά και ένα ζωτικό σημείο συνάντησης για τους κατοίκους της περιοχής, οι οποίοι θα μπορούν να χρησιμοποιούν τον χώρο των εργαστηρίων, αλλά και την αίθουσα πολυμέσων για δράσεις που σχετίζονται με τη γαστρονομία. Μία αναπαλαιωμένη διώροφη οικία θα φιλοξενήσει στο χωριό Τρεις Ελιές της Νότιας Μαραθάσας έναν πολυχώρο αφιερωμένο στη γαστρονομία με Κέντρο Πληροφόρησης, εργαστήρια, χώρο εστίασης και πωλητήριο.»

δ) Στον **Πρόδρομο** θα λειτουργήσει το δ) Κέντρο Πληροφόρησης του Οικομουσείου.

5.4. Προσωπικό-συνεργάτες Οικομουσείου:

A. Εσωτερικοί Συνεργάτες:

Μόνιμοι:

- Συντονιστής Οικομουσείου (διευθυντής)
- Υπάλληλοι χώρων Οικομουσείου (4 υπάλληλοι, ένας για κάθε Κέντρο)
- Υπάλληλος/-οι Γραφείου Τουρισμού

Περιστασιακοί:

- Εκπαιδευτές εργαστηρίων (ξυλογλυπτικής, ζωγραφικής, κεραμικής, κ.α.)
- Ξεναγοί/ Συνοδοί βουνού (θα καταρτιστούν μέσω προγραμμάτων Δια Βίου Μάθησης)

Β. Εξωτερικοί συνεργάτες:

- Παραγωγοί, συσκευαστές και ιδιοκτήτες πολυδραστήριων οικογενειακών εκμεταλλεύσεων
- Ιδιοκτήτες επισκέψιμων αγροκτημάτων
- Ιδιοκτήτες ενοικιαζόμενων δωματίων/ αγροτουριστικών καταλυμάτων
- Ιδιοκτήτες ξενοδοχείων
- Ιδιοκτήτες κέντρων εστίασης (εστιατόρια, ταβέρνες και ψησταριές)
- Λοιπές τοπικές επιχειρήσεις (καφενεία, παντοπωλεία, καμπινγκ, κ.α.)

Γ. Εξωτερικοί συνεργάτες:

- Παραγωγοί, συσκευαστές και ιδιοκτήτες πολυδραστήριων οικογενειακών εκμεταλλεύσεων:
 - Επιχειρήσεις παραγωγής και συσκευασίας προϊόντων: γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, ροδόστεμα, ζιβανία, καλαθοπλεκτική, μελισσόχορτο, λεβάντα, ρίγανη, σταφύλι, βερίκοκο, κεράσια, μέλι, φρούτα και λαχανικά (Φυτόριο Τρικουκιάς στον Πρόδρομο, αγρόκτημα «Ανδρονίκη» στις Τρεις Ελιές, αγρόκτημα «Ανδρέα Κυριάκου» στις Τρεις Ελιές, βιολογικό αγρόκτημα «Μαρίας Πυθαρά» στις Τρεις Ελιές, βιολογικό αγρόκτημα «Κώστα Κυπριανού» στις Τρεις Ελιές, οικογενειακή επιχείρηση και Μοναστήρι στον Πρόδρομο, επιχείρηση με παραδοσιακούς λουκουμάδες στον Πρόδρομο
- Ιδιοκτήτες επισκέψιμων αγροκτημάτων:
 - Επισκέψιμες αγροτικές επιχειρήσεις (αγρόκτημα «Ανδρέα Κυριάκου» στις Τρεις Ελιές, βιολογικό αγρόκτημα «Μαρίας Πυθαρά» στις Τρεις Ελιές, βιολογικό αγρόκτημα «Κώστα Κυπριανού» στις Τρεις Ελιές)
- Ιδιοκτήτες ενοικιαζόμενων δωματίων/ αγροτουριστικών καταλυμάτων:
 - Εξοχικές κατοικίες-επιχειρήσεις (Π. Αρσυρίδη, Μ. Ζορπίδι, Γ. Θεοδώρου και Δ. Χατζημαθαίου) στον Πρόδρομο
 - Αγροτουριστικά καταλύματα (“Love House”, Bosco Paradiso και «Σπιτικό του Άρχοντα») στις Τρεις Ελιές
- Ιδιοκτήτες Ξενοδοχείων:
 - ξενοδοχεία στον Πρόδρομο (Αλπής, Veregaria και Over Hill)
- Ιδιοκτήτες κέντρων εστίασης (εστιατόρια, ταβέρνες και ψησταριές):
 - επιχειρήσεις στον Πρόδρομο (που απασχολούν προσωπικό 30 άτομα).
 - υπηρεσία εστίασης στα Καμινάρια
- Ιδιοκτήτες Παντοπωλείων:
 - Παντοπωλείο στα Καμινάρια
 - Παντοπωλείο στις Τρεις Ελιές
- Ιδιοκτήτες καφενείων-καφετεριών:
 - καφενείο στα Καμινάρια
 - καφενείο στις Τρεις Ελιές
- Λοιπές τοπικές επιχειρήσεις

- Εκδρομικοί και κατασκηνωτικοί χώροι (Camping Τμήματος Δασών και Παιδική Κατασκήνωση Υπουργείου Παιδείας) στον Πρόδρομο

Ακολουθούν οι προϋποθέσεις συνεργασίας που θα αποτυπωθούν σε ένα Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας και Λειτουργίας του Οικομουσείου Μαραθάσας (Χάρτα):

- Πιστοποίηση ποιότητας και ταυτότητας προέλευσης προϊόντων ως «Προϊόντα Οικομουσείου Μαραθάσας»
- Πιστοποίηση ταυτότητας προέλευσης υπηρεσιών ως «Υπηρεσίες Οικομουσείου Μαραθάσας»
- Τυποποίηση προϊόντων που θα φέρουν το λογότυπο του Οικομουσείου
- Συμφωνία διάθεσης συγκεκριμένων ποσοτήτων ανά περίοδο από τους παραγωγούς
- Δυνατότητα περιήγησης επισκεπτών στους χώρους παραγωγής (εκτός αν συντρέχουν σοβαροί λόγοι που την καθιστούν αδύνατη)
- Δυνατότητα πρωινού με φρέσκα υλικά/ πρώτες ύλες από αγροκτήματα της περιοχής
- Δημιουργία και διατήρηση χώρων φυλλαδίων συνεργαζόμενων τοπικών επιχειρήσεων
- Χρήση τοπικών προϊόντων και πρώτων υλών
- Ευχάριστο περιβάλλον και διακόσμηση με στοιχεία τοπικής κληρονομιάς
- Δυνατότητα πώλησης τοπικών προϊόντων του Οικομουσείου σε κάθε συμβαλλόμενο επιχειρηματία και στους χώρους του Οικομουσείου
- Ποσοστό επί του συνολικού κέρδους της επιχείρησης από πελάτες που αγοράζουν προϊόντα και υπηρεσίες του Οικομουσείου (π.χ. 20%)

5.5. Φορέας διαχείρισης και λειτουργίας του Οικομουσείου

Η συμμετοχή του κοινού στις αποφάσεις και η τοπική διακυβέρνηση με στόχο τη συγκρότηση της αναπτυξιακής οντότητας της περιοχής Τροόδους μέσω νέων οργανωτικών σχημάτων συνεργασίας και συντονισμού αποτελεί ένα από τα βασικά ζητούμενα από τα οποία θα πρέπει να ξεκινήσει η λειτουργία του Οικομουσείου. Απαιτείται ένα ευέλικτο σχήμα που να εκφράζει τη βούληση και τις ανάγκες των τοπικών δρώντων ώστε να διασφαλίζεται η ενεργή συμμετοχή της κοινωνίας δια –αλλά και μέσω- των εκπροσώπων της στην εφαρμογή του Επιχειρηματικού Σχεδίου (που εναρμονίζεται με το πνεύμα και τις προτάσεις της ΕΣΑΟΚ) στην περιοχή τους σε συνεργασία με τη Δημόσια Διοίκηση. Το σχήμα αυτό θα αναλάβει το κομμάτι της τοπικής διακυβέρνησης έχοντας το ρόλο της οργάνωσης και του συντονισμού των ενεργειών και των δραστηριοτήτων που αφορούν τη λειτουργία του Οικομουσείου, το σχεδιασμό, τη διαχείριση και υλοποίηση αναπτυξιακών σχεδίων, την επίβλεψη της προσαρμογής του θεσμικού πλαισίου στις αρχές της ορεινότητας, την αξιοποίηση χρηματοδοτικών πηγών/ εργαλείων, την αναζήτηση χορηγιών και τη διασφάλιση ευρύτερης συμμετοχής του κοινού στις αποφάσεις. Το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο προτείνει ο φορέας διαχείρισης του οικομουσείου να απαρτίζεται από εκπροσώπους που η ίδια τοπική κοινωνία θα αποφασίσει. Ενδεικτικά ένα τέτοιο σχήμα θα μπορούσε να απαρτίζεται από:

1. Εκπρόσωπος παραγωγών/ μεταποιητών

2. Εκπρόσωπος αγροτουριστικών καταλυμάτων/ ξενοδοχείων
3. Εκπρόσωπος κέντρων εστίασης και καφενείων-παντοπωλείων
4. Εκπρόσωπος ΜΚΟ (EcoVillage, Τρεις Ελιές)
5. Εκπρόσωπος Αποδήμων (από Συλλόγους Αποδήμων «Τρεις Ελιές», Συνδέσμου Προδρόμων και Φίλων του Προδρόμου, Συνδέσμου Αποδήμων και Φίλων Λεμούθου και Συλλόγου Αποδήμων Καμιναριών)
6. 3 εκπρόσωποι Τοπικής Αυτοδιοίκησης που θα αλλάζουν κυκλικά κάθε έτος (Κοινοτάρχες Παλαιομούλου, Προδρόμου, Καμιναριών, Τριών Ελιών και Λεμούθου)
7. Εκπρόσωπος Συμπλέγματος
8. Εκπρόσωπος Αναπτυξιακής Εταιρείας Κοινοτήτων Περιοχής Τροόδους
9. Εκπρόσωπος Αναπτυξιακής Εταιρείας Λεμεσού
10. Εκπρόσωπος Εταιρείας Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής Τροόδους
11. Εκπρόσωπος Ινστιτούτου των Βουνών
12. Εκπρόσωπος του Δικτύου Κοινωνικής Προστασίας Μαραθάσας
13. Ίδρυμα Γιαννάκη Παπαδούρη
14. Εκπαιδευτικό Κέντρο Ατσάς
15. Ίδρυμα Στέλιου Χατζηγιάννου
16. Διαχειριστικό Συμβούλιο Εμπορικής Σχολής Μιτσή Λεμούθου
17. Τμήμα Δασών
18. Υφυπουργείο Τουρισμού
19. Υπουργείο Παιδείας

5.6. Δράσεις, υπηρεσίες και προϊόντα του Οικομουσείου

- Δίκτυο πολυθεματικών διαδρομών και επιλογή «πακέτων»
- Διοργάνωση θεματικών εκδηλώσεων «Γνωριμία με τον Τόπο»
- Ίδρυση και λειτουργία Γραφείου Τουρισμού
- Συνεργασία με «Πύλη του Βουνού» ή με φορείς συνεργαζόμενους με το υφυπουργείο που ήδη αναπτύσσουν δραστηριότητες προβολής/ προώθησης
- Εκπαιδευτικά προγράμματα και συνεργασία με συλλόγους, τοπικούς καλλιτέχνες, σχολεία και ιδρύματα
- Περιοδικές ειδικές θεματικές εκθέσεις
- Διαμονή σε αγροτουριστικά καταλύματα

Οι δράσεις και οι υπηρεσίες θα αναλυθούν στη Μουσειολογική μελέτη.

Προϊόντα Οικομουσείου

- κεράσια
- μήλα
- σταφύλια

- αχλάδια
- καρύδια
- δαμάσκηνα
- βερίκοκα

Απ' όπου μπορούν να προκύψουν...

- γλυκά κουταλιού
- μαρμελάδες
- οίνος «Κουμανδαρία»
- ζιβανία

Επίσης υπάρχουν:

- ροδόστεμα
- παραδοσιακοί λουκουμάδες
- μελισσόχορτο
- μέλι
- λεβάντα
- ρίγανη
- διάφορα αρωματικά φυτά

Καθώς και προϊόντα: καλαθοπλεκτικής, αργυροχοΐας, ζωγραφικής-αγιογραφίας, κεντητικής, κεραμικής-αγγειοπλαστικής, ξυλογλυπτικής, υφαντικής, κ.α.

5.7. Πάγια έσοδα και έξοδα Οικομουσείου

Έσοδα:

- Διαμονή (και τοπικό πρωινό) σε συμβεβλημένα αγροτουριστικά αγροκτήματα ή ξενοδοχεία
- Εκπαιδευτικές ξεναγήσεις σε δίκτυα πολυθεματικών διαδρομών
- Συμμετοχή σε θεματικές εκδηλώσεις «Γνωριμία με τον Τόπο»
- Εστίαση σε συμβεβλημένα καταστήματα
- Αγορά προϊόντων Οικομουσείου

Τα έσοδα θα ληφθούν είτε μέσω αγοράς «Πακέτων Εκδρομών» (λεπτομέρειες στη μουσειολογική μελέτη), είτε αγοράς μεμονωμένων υπηρεσιών. Το ύψος των προμηθειών προτείνεται να είναι της τάξεως του 20%.

Έξοδα:

- Αμοιβές προσωπικού (αρχικά: του συντονιστή του Οικομουσείου και των δυο υπαλλήλων Οικομουσείου και Γραφείου Τουρισμού)
- Αμοιβές Εκπαιδευτών Εργαστηρίων (ξυλογλυπτικής, ζωγραφικής, κεραμικής, κ.α.)
- Αμοιβές Ξεναγών/ Συνοδών Βουνού

- Αμοιβές Εκπαιδευτών Προγραμμάτων Δια Βίου Μάθησης και Κατάρτισης
- Συντήρηση υποδομών

Η συνεργασία με την «Πύλη του Βουνού» θα γίνεται μέσω του αντίστοιχου υπουργείου στο πλαίσιο προώθησης δράσεων ανάδειξης εγχώριου πολιτισμικού και φυσικού αποθέματος και δεν θα επιφέρει επιπλέον κόστος. Οι ειδικές θεματικές εκθέσεις θα πραγματοποιηθούν μέσω του προγράμματος Interreg και θα παραμείνουν στο Οικομουσείο μετά τη λήξη του προγράμματος.

5.8. Ανάλυση Περιβάλλοντος (PEST)

5.8.1. Πολιτικό περιβάλλον

Το πολιτικό περιβάλλον περιλαμβάνει τις πολιτικές συνθήκες κάθε χώρας, στο πλαίσιο των οποίων λειτουργούν ποικίλα επιχειρηματικά και άλλα εγχειρήματα. Οι συνθήκες αυτές επηρεάζουν τη λειτουργία και την εξέλιξη της μακροοικονομίας και της μικροοικονομίας, αλλά και συλλογικά την ανάπτυξη μιας χώρας.

Η Ε.Ε. αναγνωρίζει την ανάγκη επαναπροσέγγισης της σχέσης μεταξύ κέντρου και περιφέρειας, τις ιδιαιτερότητες των περιοχών με φυσικές μειονεξίες με έμφαση στις ορεινές και νησιωτικές περιοχές και προτάσσει προοπτικές εδαφικής ανάπτυξης. Σε αυτό το πλαίσιο, υπάρχουν σχετικές κοινοτικές οδηγίες για αποκέντρωση, περιβάλλον, ενέργεια, τοπίο, κλπ, που κατ' επέκταση πρέπει να αποτελούν δεσμεύσεις της Κυπριακής Δημοκρατίας ως κράτος-μέλος της Κοινότητας.

Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, η φορολογία των επιχειρήσεων έχει καθοριστεί στο 12,5%. Η Κύπρος εμφανίζει χαμηλό φορολογικό συντελεστή και περιλαμβάνει φοροαπαλλαγές ορισμένων εισοδημάτων. Ευνοϊκό στοιχείο είναι το πρόγραμμα LEADER που χορηγεί ελκυστικά κίνητρα με υψηλό ποσοστό επιχορήγησης και υιοθετεί μια εδαφική προσέγγιση που βασίζεται σε δικτύωση και συνεργασίες τοπικών φορέων και δρώντων.

Όπως αναφέρει η ΕΣΑΟΚ (2019), οι ευρωπαϊκές και εθνικές πολιτικές και η στροφή των καταναλωτών προς την ποιότητα και ταυτότητα προϊόντων και τόπων, διαμορφώνουν ένα ευνοϊκό περιβάλλον υπέρ των ορεινών περιοχών. Η Κυπριακή Δημοκρατία εισέρχεται σε μια περίοδο μεταρρυθμίσεων, αρκετές από τις οποίες αφορούν τη σχέση κέντρου και περιφέρειας (υγεία, δημόσιες υπηρεσίες, περιβάλλον, τουρισμός, κτλ.). Ωστόσο, οι αναπτυξιακές στρατηγικές της δεν φαίνεται να εντάσσονται σε ένα ενιαίο ορεινό σχεδιασμό. Ένα παράδειγμα είναι η ανάγκη ανάπτυξης πολιτικής προσέλκυσης και υποδοχής νέου πληθυσμού αλλά και επιχειρήσεων που θα μπορούσε να διασφαλιστεί με δομές κατάρτισης, δια βίου μάθησης, επιχειρηματικότητας και πολιτισμού, αναβαθμίζοντας την τοπική επιχειρηματικότητα.

Η βιωσιμότητα της περιοχής του οικομουσείου συνδέεται με πλείστες εξωγενείς τάσεις, δυναμικές και διακυβεύματα που λαμβάνουν εθνικές διαστάσεις, αλλά δεν έχουν ενσωματωθεί στο θεσμικό/ νομικό περιβάλλον. Αντιθέτως, σύμφωνα με την ΕΣΑΟΚ (2019), ένας σημαντικός αριθμός τοπικών επιχειρήσεων σε καθεστώς ανομίας λόγω πολύπλοκου και ελλιπούς συστήματος αδειοδότησης.

Ένα πρόβλημα που αξίζει να τονιστεί είναι η μη αναγνώριση της οικοτεχνίας. Το θεσμικό πλαίσιο δεν περιλαμβάνει αναγνώριση οικοτεχνίας⁷ και εμποδίζεται, έτσι, η ένταξη μιας σημαντικής και αρκετά αξιοποιήσιμης τοπικής δυναμικής (π.χ. υπάρχουν άνθρωποι με σημαντική τεχνογνωσία στην πρώτη μεταποίηση αγροτικών προϊόντων) που θα μπορούσε να διαδραματίσει καταλυτικό ρόλο στη διασύνδεση παραγωγής, μεταποίησης και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

5.8.2. Οικονομικό περιβάλλον

Το κύριο χαρακτηριστικό των οικονομικών εξελίξεων τα τελευταία χρόνια που επηρέασε καθοριστικά όλους τους κλάδους της οικονομίας είναι η διεθνής οικονομική κρίση, λόγω της διεθνούς χρηματοπιστωτικής αναταραχής. Η Κύπρος, όμως, επιπλέον, γνώρισε μεγάλη οικονομική κρίση την περίοδο 2012-13, λόγω της έκθεσης των κυπριακών τραπεζών σε ελληνικά ομόλογα, του μεγέθους των τραπεζών σε σχέση με το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ), τη μη επαρκή εξασφάλιση αποπληρωμής δανείων, κ.α. Παρουσιάστηκαν αρνητικές επιπτώσεις σε κάθε διαρθρωτικό κομμάτι της. Ωστόσο, ο ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης αυξήθηκε και τα ποσοστά ανεργίας μειώθηκαν και, πλέον, επέστρεψαν σε επίπεδα προ κρίσης. Παρά την ανάκαμψη, λόγω και της κρίσης του Covid-19 που ακολούθησε, εμφανίζεται μια μείωση στην προσφορά χρήματος, στο εισόδημα και στις πραγματοποιηθείσες επενδύσεις.

Η περίοδος αυτή που διανύουμε χαρακτηρίζεται από ανταγωνισμό που βασίζεται σε βέλτιστες παραγωγικές αποδόσεις (οικονομίες κλίμακας) και συχνά προκαλεί περιφερειακές ανισότητες και συνεχιζόμενη περιθωριοποίηση των ορεινών και νησιωτικών περιοχών με φυσικούς περιορισμούς (Areas with Natural Constraints) (Paoli et al., 2017). Οι θέσεις απασχόλησης στην ευρύτερη περιοχή του οικομουσείου είναι λίγες και όχι ιδιαίτερα ελκυστικές (αδυναμία συγκράτησης των νέων και προσέλκυσης νέου πληθυσμού), γι' αυτό και αρκετοί κάτοικοι μεταναστεύουν στις πόλεις προς αναζήτηση απασχόλησης. Υπάρχουν σαφή οικονομικά μειονεκτήματα, λόγω της αδυναμίας ανάπτυξης οικονομικών κλίμακας που αυξάνουν το κόστος και τις δυσκολίες (υψόμετρο, κλίμα, κατασκευές, μεταφορές, κ.α.). Τα μειονεκτήματα αυτά οδηγούν στην έλλειψη ανταγωνιστικότητας και στην αδυναμία αύξησης της προστιθέμενης αξίας των βασικών πυλώνων της τοπικής οικονομίας (γεωργία, μεταποίηση, τουρισμός) παρά του γεγονότος ότι υπάρχουν οι προδιαγραφές αναβάθμισης όλων των τομέων της τοπικής οικονομίας, μέσω της ιδιοτυπίας των τοπικών προϊόντων και των δεσμών τους με τον τόπο, μέσω εδαφικής ανάπτυξης.

5.8.3. Κοινωνικό περιβάλλον

Το βουνό είναι άνισα ενσωματωμένο στο κυρίαρχο παραγωγικό πρότυπο και στο διεθνή ανταγωνισμό. Τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρείται μια πληθυσμιακή συρρίκνωση των ορεινών περιοχών (με έμφαση στις νέες πιο παραγωγικές ηλικίες) και, παράλληλα, μια αδυναμία ανάκαμψης του πληθυσμού, κάτι που ισχύει και στην Κύπρο. Σύμφωνα με την ΕΣΑΟΚ (2019), αυτή η πληθυσμιακή γήρανση θα οδηγήσει σε αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνική συνοχή λόγω της έλλειψης κρίσιμης μάζας στην εκπαίδευση, στις υπηρεσίες, στην

⁷ Το νομοσχέδιο αναγνώρισης της οικοτεχνίας βρίσκεται στη Βουλή προς ψήφιση.

παραγωγή, κ.α., και ερμηνεύεται ως απώλεια εθνικής σημασίας (απώλεια πολιτισμικού και κοινωνικού κεφαλαίου).

Συγκεκριμένα στην Κύπρο, η κατάτμηση της γης οδηγεί στον κατακερματισμό των αγροτεμαχίων και ο πολυτεμαχισμός οδηγεί σε δυσκολίες διαχείρισης που εντείνονται από το ανάγλυφο του εδάφους και τις δυσκολίες σε μεταφορές και συγκοινωνίες. Η ελλιπής εξυπηρέτηση όσον αφορά τις μεταφορές και συγκοινωνίες προκαλεί απομόνωση και περιθωριοποίηση περιοχών. Η συνέχιση του κύματος αστικοποίησης, σε συνδυασμό με την απουσία ορεινής πολιτικής, οδηγεί σε εγκατάλειψη της γεωργικής γης. Η συνεχής εγκατάλειψη γεωργικής γης συχνά οδηγεί σε υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος. Η απουσία φορέων οργάνωσης παραγωγών και εξειδικευμένου υποστηρικτικού φορέα για την ανάπτυξη της μεταποίησης οδηγούν σε πρωτογενή παραγωγή χωρίς προστιθεμένη αξία εκτεθειμένη στο διεθνή ανταγωνισμό. Ορισμένα δυσοίωνα φαινόμενα που φορτίζουν αρνητικά το κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον είναι τα εξής: η έλλειψη πρωτοβουλιών εντοπισμού και ανάδειξης ποιοτικών χαρακτηριστικών των προϊόντων, η αδυναμία ένταξης των επιχειρήσεων σε συστήματα πιστοποίησης και ανάδειξης της ποιότητας και ταυτότητας των προϊόντων (ιδιαίτερα του οίνου ως εμβληματικό προϊόν), η χαμηλή πληρότητα των καταλυμάτων σε συνδυασμό με την υψηλή εποχικότητα, η αδυναμία αξιοποίησης του σημαντικού ανθρώπινου δυναμικού με τοπικές κληρονομημένες γνώσεις και τεχνογνωσίες, η αδυναμία προσδιορισμού του ορεινού τουριστικού προϊόντος το έλλειμμα στην κινητοποίηση και στη συνεργασία των τοπικών δρώντων για ένταξη σε συστήματα ποιότητας στο πλαίσιο ενός πιο ευέλικτου και λειτουργικού θεσμικού πλαισίου, κ.α.

Τα παραπάνω, όμως, συμβαίνουν σε μια περίοδο αύξησης του ενδιαφέροντος των καταναλωτών για την πολιτισμική κληρονομιά, τα τοπικά προϊόντα, το τοπίο, κ.α. Σήμερα ολοένα και περισσότερο, αναγνωρίζονται οι περιοχές με φυσικούς περιορισμούς (Areas with Natural Constraints, πρώην Less Favoured Areas), η σημασία και η αξία της πολυλειτουργικότητας. Εντείνονται οι πολιτικές για την προστασία του φυσικού και πολιτιστικού αποθέματος, οι πολιτικές αναστροφής του κύματος της μετανάστευσης από την ύπαιθρο στα αστικά κέντρα. Η αποκαλούμενη ποιοτική στροφή της κατανάλωσης διαμορφώνει νέες δυνατότητες για την τοπική και αγροτική ανάπτυξη των μειονεκτουσών περιοχών στη βάση αξιοποίησης των ιδιότυπων πόρων τους (οικονομίες ποιότητας) (Ανθοπούλου, 2013, 2004, Vandecandelaere κ.ά., 2009). Στην ίδια συλλογιστική, η αύξηση της ελκυστικότητας των περιοχών αυτών μπορεί να προκύψει μέσα από τη συνδυαστική αξιοποίηση των πολιτισμικών και φυσικών πόρων, οδηγώντας σε οικονομική αναζωογόνηση και σε συνθήκες βιώσιμης ανάπτυξης. Πιο συγκεκριμένα, η ενεργοποίηση του τοπικού κεφαλαίου και των πόρων που συνήθως βρίσκονται σε λανθάνουσα κατάσταση (βιοποικιλότητα, τοπία, γεωργοκτηνοτροφία, γαστρονομία, παραδόσεις, συνεργατισμός, κλπ), μπορούν να βοηθήσουν σε μια πιο αποτελεσματική προσέγγιση και αξιοποίηση των συγκριτικών τους πλεονεκτημάτων, επενδύοντας στρατηγικά στην *ποιότητα*, στην *τοπικότητα* και στην *καινοτομία* (Belletti et al. 2012, Campagne & Pecqueur, 2014, ESPON, 2010, Torres Salcido & Muchnik 2012, Moulart et al., 2014).

Έτσι, από την ΕΣΑΟΚ (2019) κρίνεται επιτακτική η ανάγκη επαναπροσέγγισης της μορφής διακυβέρνησης και οικοδόμησης τοπικής διακυβέρνησης που θα περιλαμβάνει συμμετοχή στο σχεδιασμό και εφαρμογή των πολιτικών, στο πλαίσιο των εθνικών και ευρωπαϊκών στρατηγικών. Βασικό ζητούμενο είναι η ανάπτυξη ενιαίας ορεινής πολιτικής, η οποία θα

μπορούσε να ενισχυθεί από την αξιοποίηση των συνεχώς ενισχυόμενων μέτρων περιβαλλοντικής πολιτικής.

5.8.4. Τεχνολογικό περιβάλλον

Οι νέες τεχνολογίες εισχωρούν στην καθημερινότητα του πολίτη, διαθέτοντας πολλές εφαρμογές (π.χ. για την ανάδειξη της ποιότητας και της ταυτότητας των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών, την προώθηση του τουριστικού προϊόντος), αλλά παρόλα αυτά δεν χρησιμοποιούνται στο χώρο του οικομουσείου, στις υπάρχουσες υποδομές. Πρέπει να αξιοποιηθούν οι ευκαιρίες που προσφέρουν οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών και να συνδυαστούν με τομείς όπως ο τουρισμός, η πολιτιστική κληρονομιά, ο αγροδιατροφικός τομέας, ο τομέας της υγείας, κ.α.

Εδώ θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι η οργανωμένη και συντονισμένη διαχείριση των φυσικών και πολιτισμικών πόρων είναι εξίσου απαραίτητη με την προβολή/ προώθησή τους (μέσω διαδικτύου, social media, κ.α.). Οι νέες τεχνολογίες μπορούν να συμβάλλουν και στα δυο στάδια αυτής της διαδικασίας.

5.9. Ανάλυση SWOT

Ακολουθεί η ανάλυση SWOT που παρουσιάζεται στην ΕΣΑΟΚ (2019), η οποία ισχύει και στην περίπτωση του Οικομουσείου:

Παραγωγή

Δυνατά Σημεία

Ανθεκτικότητα των αγροτικών εκμεταλλεύσεων οικογενειακής μορφής λόγω πολυδραστηριότητας

Παραδοσιακές καλλιέργειες με προϊόντα αναγνωρίσιμα και ισχυρούς δεσμούς με τον τόπο

Παραδοσιακή τεχνογνωσία η οποία χρησιμοποιείται στην οικιακή μεταποίηση προϊόντων

Βιολογική παραγωγή τοπικών καλλιεργειών : ελιά, αμπέλι, αμυγδαλιές, φυλλοβόλα, αρωματικά φυτά

Χαμηλές επιβαρύνσεις της γεωργίας στο φυσικό περιβάλλον

Ποιμενική κτηνοτροφία

Χαμηλή εξάρτηση της ορεινής γεωργίας από τις ενισχύσεις της ΚΑΠ

Αδύνατα Σημεία

Τάση μείωσης και γήρανσης των αγροτών, και προβλήματα διαδοχής στις εκμεταλλεύσεις

Πολυτεμαχισμός και πολυιδιοκτησία
Χαμηλός βαθμός εκσυγχρονισμού ιδιαίτερα των κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων

Χαμηλός βαθμός οργάνωσης παραγωγών
Πώληση αγροτικών προϊόντων με μικρή προστιθέμενη αξία-Έλλειμμα εργαλείων ανάδειξης της αξίας των προϊόντων

Θεσμικά εμπόδια (καθεστώς ανομίας) που δεν επιτρέπουν την σύνδεση της γεωργίας με τους άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας

Αδυναμία επιχειρησιακά αποτελεσματικής ενημέρωσης και πληροφόρησης, εφαρμογής ερευνητικών καινοτομιών

Ευκαιρίες (Δυνατότητες)

Αυξημένη τάση των καταναλωτών για ποιοτικά και διακριτά αγροτικά προϊόντα
Ενδιαφέρον από νέους για εγκατάσταση στη γεωργία

Οι προοπτικές ανάπτυξης του αγροτουρισμού

Οι απόδημοι αποτελούν σημαντική δυνητική αγορά των τοπικών προϊόντων

Αναγνώριση της πολυλειτουργικότητας της γεωργίας

Στροφή των χρηματοδοτήσεων, ευρωπαϊκών και εθνικών, σε οργανωτικές και αγροπεριβαλλοντικές δράσεις

Ανθεκτικότητα της περιοχής στις μεγάλες περιόδους ξηρασίας σε σχέση με άλλες αγροτικές περιοχές της Κύπρου (λόγω υψομέτρου)

Μείωση της καύσιμης ύλης μέσω της επαναδραστηριοποίησης του γεωργικού τομέα στις εγκαταλελειμμένες γεωργικές γαίες και της κατάλληλης διαχείρισης της βλάστησης

Απειλές (Κίνδυνοι)

Εγκατάλειψη γεωργικής γης (κίνδυνοι περιβαλλοντικής υποβάθμισης και ερημοποίησης)

Οι δασικές πυρκαγιές

Θεσμικές δυσκαμψίες ως προς την επαγγελματική αναγνώριση των μερικής απασχόλησης γεωργών και ως προς τις αδειοδοτήσεις και τον εκσυγχρονισμό των κτηνοτροφικών μονάδων

Η καθυστέρηση στην ανάδειξη και πιστοποίηση της ποιότητας των τοπικών αγροτικών προϊόντων

Επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής στην παραγωγή και στην ποιότητα των προϊόντων

Μεταποίηση

ΔΥΝΑΤΑ

Τοπική τεχνογνωσία και παράδοση για την πρώτη μεταποίηση

Σημαντικός αριθμός μικρών μεταποιητικών μονάδων αγροτροφίμων

Διαμόρφωση ενός ικανοποιητικού αριθμού σύγχρονων οινοποιείων και οινοπαραγωγών

Ικανοποιητική διαχείριση του εμβληματικού οίνου «Κουμανδαρία»

Ικανοποιητική υποστήριξη από το Τμήμα Γεωργίας και την Αναπτυξιακή Λεμεσού.

ΑΔΥΝΑΤΑ

Απουσία οργάνωσης βιοτεχνών

Ασθενείς συναλλαγές μεταξύ των βιοτεχνών

Έλλειψη συστημάτων πιστοποίησης της ποιότητας των προϊόντων (με εξαίρεση τον οίνο «Κουμανδαρία» και το γλυκό Τριαντάφυλλου Αγρού)

Έλλειμμα πρώτης ύλης στην αμπελοοινική παραγωγή ιδιαίτερα για την «Κουμανδαρία»

Έλλειψη υποστήριξης (ενημέρωση, συμβουλές, τεχνικές υποδείξεις, χημικές και οργανοληπτικές αναλύσεις αρκετών προϊόντων) προσαρμοσμένης στις ιδιαιτερότητες του Τροόδου

Αδυναμία αξιοποίησης του προϊόντος ζιβανίας (φορολόγηση)

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Αναγνώριση και φήμη των προϊόντων
Ενδείξεις επιστροφής νέων στο Τρόδος οι οποίοι ασχολούνται με την παραγωγή τοπικών αγροτροφίμων
Η σύνδεση της μεταποίησης με τον τουρισμό του Τρόδους και της Κύπρου
Οίνος Κουμανδαρίας : κινητήριος μοχλός για την ανάπτυξη της οινοποιείας του Τρόδους
Ανάδυση ποιοτικών αγορών
Δυνατότητα δημιουργίας μικρών βιοτεχνών παρασκευής ζιβανίας
Επενδυτικό ενδιαφέρον για το κλάδο των κατασκευών και τη μεταποίηση αγροτικών προϊόντων (και την εμφιάλωση νερού)
Ύπαρξη δύο Αναπτυξιακών Εταιρειών για την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας
Ύπαρξη εστιασμένων χρηματοδοτήσεων (ΠΑΑ, ΕΣΠΑ, ΕΠΣΑ)
Αξιοποίηση ισχυρισμών υγείας για κεράσια και χαρουπιά

ΑΠΕΙΛΕΣ

Μη αναγνώριση της οικοτεχνίας
Πλαίσιο νομιμοποίησης ιδιαίτερα όσον αφορά την πολεοδομική αδειοδότηση
Ανταγωνισμός από βιομηχανικά και εισαγόμενα προϊόντα

Τουρισμός

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

Αγκυρωμένοι στο χώρο Φυσικοί και Πολιτιστικοί Πόροι οι οποίοι μπορούν να προσφέρουν εμπειρίες και λειτουργίες σε δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού.
Ανάδυση νέων δυναμικών μορφών τουριστικών καταλυμάτων (τύπου Casale) με δεσμούς με το τόπο
Συνύπαρξη τριών κατηγοριών καταλυμάτων οι οποίες καλύπτουν διαφορετικές αγορές (διήμερο, premium, κοινωνικό τουρισμό)
Τάση επέκτασης επιχειρήσεων διαμονής και εστίασης σε όλο το Τρόδος
Ύπαρξη ανεκμετάλλευτων υποδομών
Μακρόχρονη παράδοση στον τουριστικό τομέα

ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

Περιορισμένη τουριστική περίοδος / χαμηλή πληρότητα
Αποσπασματική λειτουργία των θεματικών διαδρομών και αδυναμίες διαχείρισής τους
Ελλείψεις σε προδιαγραφές, υποδομές και εξοπλισμούς ιδιαίτερα στην υποστήριξη ειδικών δραστηριοτήτων (π.χ. αθλητικές)
Μη λειτουργία τουριστικών γραφείων στο Τρόδος
Μη διαμορφωμένο και ταυτοποιημένο τουριστικό προϊόν Τρόδους
Ελλειμματική οργάνωση των επαγγελματιών του τουριστικού τομέα Τρόδους
Λειτουργικά προβλήματα των επιχειρήσεων (προσωπικό, κατάρτιση, ορεινότητα) / Αποτελεσματικότητα τουριστικών επιχειρήσεων (κατάλληλο προσωπικό, κόστος ορεινότητας)

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Αναγνώριση και φήμη των Φυσικών και Πολιτισμικών Πόρων

Σύσταση Υφυπουργείου Τουρισμού

Ενδιαφέρον της κυβέρνησης για τουριστική αξιοποίηση της κυβερνητικής περιουσίας

Ανάδυση ποιοτικών αγορών

Ύπαρξη εστιασμένων χρηματοδοτήσεων (ΠΑΑ, ΕΣΠΑ, ΕΠΣΑ)

Ιδιαίτερη θέση του Τρόδους στο brand της Κύπρου, λόγω της δυνατότητας προσφοράς εμπειριών.

ΑΠΕΙΛΕΣ

Σύστημα κατάταξης των τουριστικών καταλυμάτων που δεν αποδίδει την πραγματική ποιότητα

Πλαίσιο ελέγχου και νομιμοποίησης τουριστικών καταλυμάτων

Εγκατάσταση μεγάλων τουριστικών μονάδων μη ενταγμένων στο τουριστικό προϊόν του Τρόδους.

Ενίσχυση του φαινομένου της μονοήμερης επίσκεψης στο Τρόδος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. Οργάνωση και οικονομικής βιωσιμότητας του Ανοικτού Οικομουσείου Τροόδου

6.1. Εισαγωγή

Η Μελέτη Βιωσιμότητας περιλαμβάνει αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με τη δομή της οντότητας, τα προϊόντα της, τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται, τη διανομή της, παραγωγικούς συντελεστές της και οποιαδήποτε άλλη πληροφορία θεωρείται σημαντική για τη λειτουργία της. Στόχος της είναι η αξιολόγηση της επένδυσης και των χαρακτηριστικών της με σκοπό την εξαγωγή τεκμηριωμένων συμπερασμάτων σχετικά με το αν είναι συμφέρουσα η λειτουργία της.

Η προστασία του περιβάλλοντος και η αειφορία έχουν γίνει κρίσιμα ζητήματα για την ανθρωπότητα. Σε αυτό το πλαίσιο, τα οικομουσεία διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διατήρηση της βιοποικιλότητας, της πολιτιστικής κληρονομιάς και στην ευαισθητοποίηση του κοινού. Η παρούσα μελέτη αποσκοπεί στην αξιολόγηση της βιωσιμότητας ενός οικομουσείου και στη λήψη συγκεκριμένων μέτρων για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας του. Η τεκμηρίωση της βιωσιμότητας του θα μπορούσε να περιλαμβάνει τα παρακάτω:

1. *Ανάλυση Περιβαλλοντικών Παραμέτρων:* σε αυτό το κομμάτι της μελέτης, πρέπει να αναλυθούν οι περιβαλλοντικές παράμετροι που επηρεάζουν το οικομουσείο. Αυτές περιλαμβάνουν την ποιότητα του αέρα, το νερό, το έδαφος, καθώς και τη βιοποικιλότητα της περιοχής. Επιπλέον, αξιολογούνται οι πιθανές επιπτώσεις του οικομουσείου σε αυτές τις παραμέτρους.
2. *Βελτίωση Ενεργειακής Απόδοσης:* ένας σημαντικός παράγοντας για τη βιωσιμότητα του οικομουσείου είναι η ενεργειακή απόδοση. Μια μελέτη πρέπει να περιλαμβάνει την αναγνώριση των περιοχών όπου μπορεί να επιτευχθεί εξοικονόμηση ενέργειας, όπως η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.
3. *Διαχείριση Υδάτων:* Πρέπει ταυτόχρονα με τη λειτουργία του να προταθούν μέτρα για την εξοικονόμηση νερού, όπως η χρήση αποτελεσματικών συστημάτων άρδευσης, η συλλογή και θερμική επεξεργασία βρόχινου νερού, καθώς και η εκπαίδευση του προσωπικού και των επισκεπτών για την αποτελεσματική χρήση του νερού.
4. *Ανακύκλωση και Διαχείριση Αποβλήτων:* Η αποτελεσματική ανακύκλωση και διαχείριση αποβλήτων είναι ζωτικής σημασίας για τη βιωσιμότητα. Πρέπει να επιτευχθεί ένα πλήρες σύστημα ανακύκλωσης και να εφαρμοστούν μέτρα για τη μείωση των αποβλήτων, όπως η προώθηση της ανακυκλώσιμης συσκευασίας και η εκπαίδευση του προσωπικού και των επισκεπτών σχετικά με την ορθή διάθεση των αποβλήτων.
5. *Προστασία της Βιοποικιλότητας:* πρέπει να ληφθούν μέτρα για τη διατήρηση των φυσικών οικοσυστημάτων, την προώθηση της βιοποικιλότητας και την εκπαίδευση του κοινού πάνω στην σπουδαιότητά τους.

Οι παραπάνω παράλληλες μελέτες μπορούν να προσφέρουν μια ολοκληρωμένη εικόνα των περιβαλλοντικών παραμέτρων και των προκλήσεων που αντιμετωπίζει το οικομουσείο. Σκοπός των παραπάνω είναι η μακροπρόθεσμη θωράκιση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της γεωγραφικής περιοχής με στόχο την εξασφάλιση της βιωσιμότητας του οικομουσείου. Πιο συγκεκριμένα, οι παρακάτω αναλύσεις θα πρέπει συνεχώς να καταγράφονται και να επικαιρωποιούνται:

- *Περιβαλλοντική Ανάλυση:* Αυτή περιλαμβάνει τη μελέτη των περιβαλλοντικών παραγόντων όπως η ποιότητα του αέρα, το νερό, το έδαφος, καθώς και η βιοποικιλότητα της περιοχής. Θα πρέπει να ερευνηθεί η τρέχουσα κατάσταση του περιβάλλοντος και οι πιθανές επιπτώσεις που μπορεί να έχει το οικομουσείο.
- *Κοινωνική Ανάλυση:* Πρέπει να διερευνηθεί ο αντίκτυπος του οικομουσείου στην τοπική κοινότητα και στους επισκέπτες. Αυτή η ανάλυση περιλαμβάνει τη μελέτη των κοινωνικών προτιμήσεων, των αναγκών και των προσδοκιών του κοινού, καθώς και την ανάλυση του αντίκτυπου του οικομουσείου στην τοπική οικονομία και απασχόληση.
- *Οικονομική Ανάλυση:* Πρέπει να αξιολογηθεί η οικονομική βιωσιμότητα του οικομουσείου. Αυτό περιλαμβάνει τη μελέτη των δυνατοτήτων χρηματοδότησης, των εσόδων και εξόδων, του κόστους λειτουργίας, καθώς και των οικονομικών οφελών που μπορεί να προκύψουν από το οικομουσείο.
- *Τεχνική Ανάλυση:* Πρέπει να ερευνηθούν οι τεχνικές λεπτομέρειες που σχετίζονται με τη λειτουργία του οικομουσείου. Αυτό περιλαμβάνει την αξιολόγηση των κτιρίων, των εγκαταστάσεων, των συστημάτων ενέργειας, της αποχέτευσης, της ανακύκλωσης, και των μεταφορικών συστημάτων.
- *Κανονιστική Ανάλυση:* Πρέπει να γίνει μια ανάλυση του νομοθετικού πλαισίου και των κανονισμών που διέπουν τη λειτουργία του οικομουσείου. Αυτό περιλαμβάνει την αναγνώριση των περιβαλλοντικών και κοινωνικών απαιτήσεων που πρέπει να τηρούνται και την αξιολόγηση των επιπτώσεων της νομοθεσίας στο οικομουσείο.

Αυτοί οι παράγοντες προσφέρουν ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών που βοηθούν στην ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης μελέτης βιωσιμότητας για ένα ανοιχτό οικομουσείο. Κάθε παράγοντας πρέπει να αξιολογηθεί και να αναλυθεί προσεκτικά για να κατανοηθεί ο συνολικός αντίκτυπος του οικομουσείου στο περιβάλλον, την κοινότητα και την οικονομία.

Ένα ανοιχτό οικομουσείο απαιτεί διάφορους πόρους για τη λειτουργία του. Οι απαραίτητοι πόροι μπορούν να περιλαμβάνουν:

1. *Οικονομικοί Πόροι:* Αυτοί περιλαμβάνουν χρήματα για την ανέγερση, τη συντήρηση και την αναβάθμιση των κτιρίων και των εγκαταστάσεων του οικομουσείου. Οι οικονομικοί πόροι περιλαμβάνουν επίσης το κόστος λειτουργίας, όπως μισθοί προσωπικού, κόστος ενέργειας, συντήρησης και εφοδιασμού, καθώς και δαπάνες για μάρκετινγκ και προώθηση.
2. *Ανθρώπινο Δυναμικό:* Ένα ανοιχτό οικομουσείο απαιτεί επαρκές ανθρώπινο δυναμικό για τη λειτουργία του. Αυτό περιλαμβάνει καταρτισμένο προσωπικό για τη

διαχείριση του οικομουσείου, την παροχή οδηγήσεων και πληροφοριών στους επισκέπτες, και το προσωπικό που ασχολείται με τη φροντίδα των εγκαταστάσεων.

3. *Φυσικούς Πόρους:* Ένα ανοιχτό οικομουσείο χρειάζεται πρόσβαση σε φυσικούς πόρους, όπως εκτάσεις γης για τη δημιουργία εκθεμάτων και την εγκατάσταση π.χ. ενυδρείων ή βοτανικών κήπων.
4. *Συνεργασίες και Εταιρικές Σχέσεις:* Τα ανοιχτά οικομουσεία συνήθως αναπτύσσουν συνεργασίες με άλλους οργανισμούς και εταιρίες για την υποστήριξη της λειτουργίας τους. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει συμφωνίες με εταιρίες προμηθειών, χορηγίες από εταιρείες ή ιδιωτικούς χορηγούς, και συνεργασίες με εκπαιδευτικά ιδρύματα ή πανεπιστήμια.

Οι παραπάνω πόροι αποτελούν βασικά στοιχεία για τη λειτουργία ενός ανοιχτού οικομουσείου και απαιτούνται για τη διατήρηση και ανάπτυξή του. Κάθε οικομουσείο πρέπει να αξιολογήσει τις συγκεκριμένες ανάγκες του και να εξασφαλίσει τους απαραίτητους πόρους για να επιτύχει τη βιωσιμότητά του.

6.2. Διαχείριση

Ο πιο κρίσιμος παράγοντας για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας ενός ανοιχτού οικομουσείου είναι η Διαχείριση. Η καλή διαχείριση καλύπτει πολλούς διαφορετικούς πτυχές και εξασφαλίζει ότι το οικομουσείο μπορεί να λειτουργεί αποτελεσματικά και αειφορικά σε μακροπρόθεσμο επίπεδο.

Η δομή διοίκησης ενός ανοιχτού οικομουσείου μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με το μέγεθος, τη φύση και τις ανάγκες του οικομουσείου. Ωστόσο, μια κοινή πρόταση για τη δομή διοίκησης περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία:

- *Διευθυντής:* Ένας επαγγελματίας με ευρεία εμπειρία στη διοίκηση μουσείων ή παρόμοιων οργανισμών ο οποίος έχει την αρμοδιότητα να λαμβάνει τις στρατηγικές αποφάσεις και να οργανώνει τη λειτουργία του οικομουσείου. Ο διευθυντής αναλαμβάνει τη συντονισμένη λειτουργία των διαφόρων τομέων και την επίτευξη των στόχων του οικομουσείου.
- *Τμήματα/Τομείς:* Η διοίκηση του οικομουσείου μπορεί να αποτελείται από διάφορα τμήματα ή τομείς, κάθε ένα από τα οποία είναι υπεύθυνο για συγκεκριμένες λειτουργίες. Τα πιθανά τμήματα μπορεί να περιλαμβάνουν τμήματα όπως:
- *Επιστημονική Έρευνα και Διατήρηση:* Υπεύθυνο για την εκτέλεση επιστημονικών ερευνητικών προγραμμάτων, την παρακολούθηση της ποιότητας του περιβάλλοντος και τη διατήρηση των ειδών.
- *Εκπαίδευση και Ευαισθητοποίηση:* Υπεύθυνο για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, τη διοργάνωση εκδηλώσεων και την προώθηση της ευαισθητοποίησης και της πρόσβασης του κοινού.
- *Λειτουργίες Επισκεπτών:* Υπεύθυνο για την υποδοχή, την οργάνωση των εκδηλώσεων και των εκθέσεων, τη διαχείριση των εισιτηρίων, των καταστημάτων και των εστιατορίων, καθώς και την παροχή πληροφοριών στους επισκέπτες.

- *Οικονομική Διαχείριση:* Υπεύθυνο για τον προϋπολογισμό, τη χρηματοοικονομική προβλεψιμότητα, τον οικονομικό έλεγχο και τις δραστηριότητες της χρηματοδότησης.
- *Μάρκετινγκ και Επικοινωνία:* Υπεύθυνο για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση στρατηγικών μάρκετινγκ, την προώθηση του οικομουσείου και την επικοινωνία με το κοινό.
- *Συμβούλιο Διοίκησης:* Ένα συμβούλιο διοίκησης μπορεί να συσταθεί για να παρέχει καθοδήγηση και να παίρνει σημαντικές αποφάσεις για το οικομουσείο. Το συμβούλιο μπορεί να αποτελείται από εξωτερικούς εμπειρογνώμονες, εκπροσώπους της τοπικής κοινότητας, ακαδημαϊκούς και εκπροσώπους των εταίρων.

Η παραπάνω δομή διοίκησης βασίζεται σε ένα μοντέλο ιεραρχικής διοίκησης. Ωστόσο, το οικομουσείο μπορεί να έχει τις δικές του προσαρμοσμένες ανάγκες και να αλλάξει τη δομή της διοίκησής του ανάλογα με τους στόχους του.

6.3. Εμπόδια

Κατά την υλοποίηση ενός ανοιχτού οικομουσείου, μπορούν να προκύψουν προβλήματα και προκλήσεις. Ορισμένα από αυτά περιλαμβάνουν:

- *Χρηματοδότηση:* Η έλλειψη επαρκών πόρων μπορεί να είναι ένα σοβαρό πρόβλημα κατά την υλοποίηση ενός ανοιχτού οικομουσείου. Οι αρχικές επενδύσεις για την ανακαίνιση των κτηρίων, την απόκτηση εκθεμάτων και την ανάπτυξη υποδομών μπορεί να είναι υψηλές. Επιπλέον, η λειτουργία του οικομουσείου, η συντήρηση των εκθεμάτων, η εκπαίδευση και οι δραστηριότητες απαιτούν συνεχή χρηματοδότηση.
- *Οικολογικές προκλήσεις:* Η διατήρηση των οικοσυστημάτων και η προστασία των ειδών μπορεί να αντιμετωπίσουν προκλήσεις. Οι περιορισμένοι φυσικοί πόροι, οι αλλαγές στο κλίμα, οι ασθένειες και οι αλληλεπιδράσεις με την τοπική οικολογία απαιτούν προσεκτική διαχείριση για να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα του οικομουσείου.
- *Κοινωνική αποδοχή:* Η αποδοχή και η υποστήριξη από την τοπική κοινότητα είναι κρίσιμη για την επιτυχία του ανοιχτού οικομουσείου. Ορισμένοι άνθρωποι μπορεί να αντιμετωπίσουν αντίσταση ή ανησυχία για τις αλλαγές στο περιβάλλον τους, την κίνηση του τουρισμού και την προστασία των ειδών. Η δημιουργία ενός ανοιχτού διαλόγου, η ευαισθητοποίηση και η συμμετοχή της κοινότητας μπορούν να βοηθήσουν στην αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων.
- *Βιωσιμότητα:* Η διατήρηση της βιωσιμότητας ενός ανοιχτού οικομουσείου μπορεί να απαιτεί προσεκτικό προγραμματισμό και διαχείριση. Η διαχείριση των πόρων, η ανάπτυξη εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης και η δημιουργία βιώσιμων πρακτικών μπορούν να βοηθήσουν στην εξασφάλιση μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. Στρατηγική Μάρκετινγκ

7.1. Μείγμα μάρκετινγκ (Marketing mix)

7.1.1. Προϊόν (product)

Όπως προαναφέρθηκε, το προϊόν του Οικομουσείου θα περιλαμβάνει:

(α) δράσεις και υπηρεσίες

- Δίκτυο πολυθεματικών διαδρομών και επιλογή «πακέτων»
- Διοργάνωση θεματικών εκδηλώσεων «Γνωριμία με τον Τόπο»
- Ίδρυση και λειτουργία Γραφείου Τουρισμού
- Δημιουργία «Πύλης του Βουνού» σε αστικά κέντρα
- Εκπαιδευτικά προγράμματα και συνεργασία με συλλόγους, τοπικούς καλλιτέχνες, σχολεία και ιδρύματα
- Περιοδικές ειδικές θεματικές εκθέσεις
- Διαμονή σε αγροτουριστικά καταλύματα

(β) προϊόντα

- κεράσια
- μήλα
- σταφύλια
- αχλάδια
- καρύδια
- δαμάσκηνα
- βερίκοκα
- γλυκά κουταλιού
- μαρμελάδες
- οίνος «Κουμανδαρία»
- ζιβανία
- ροδόστεμα
- παραδοσιακοί λουκουμάδες
- μελισσόχορτο
- μέλι
- λεβάντα
- ρίγανη
- διάφορα αρωματικά φυτά
- καθώς και προιόντα: καλαθοπλεκτικής, αργυροχοΐας, ζωγραφικής-αγιογραφίας, κεντητικής, κεραμικής-αγγειοπλαστικής, ξυλογλυπτικής, υφαντικής, κ.α.

Όσον αφορά το υλικό της συσκευασίας (π.χ. μπουκάλια, βαζάκια, σακουλάκια, κ.α.) όπως είναι φυσικό, θα πρέπει να δεσπόζει στη μικρή και στις μεσαίες ποσότητες/ συσκευασίες. Ωστόσο, όμως, το σχήμα τους θα πρέπει αλλά και η ετικέτα, να προσομοιάζουν τα χαρακτηριστικά της αγοράς που στοχεύουν. Για τις μεγαλύτερες ποσότητες/ συσκευασίες βοηθάνε μεν οι δημιουργικές ετικέτες, αλλά η πρακτικότητα είναι το σημαντικότερο.

Σε όλες τις συσκευασίες πρέπει να φαίνεται ευκρινώς στις ετικέτες ο τόπος προέλευσης, καθώς η σύνδεση της γεύσης-προϊόντος με τον τόπο παραγωγής του αποτελεί προϋπόθεση εδαφικής ανάπτυξης και ειδικό στόχο του Οικομουσείου. Θα πρέπει να γίνει εστίαση στα συγκριτικά πλεονεκτήματα των τοπίων, των οικοσυστημάτων, των προϊόντων και των υπηρεσιών τους. Για παράδειγμα, θα μπορούσε να διερευνηθεί αν υπάρχουν δέντρα που μπορούν να χαρακτηριστούν διατηρητέα, ώστε να αναπτυχθούν αντίστοιχα αφηγήματα (βλ. μουσειολογική μελέτη). Επιπλέον, η ύπαρξη ιστορικών δέντρων (π.χ. ελαιόδεντρων) δημιουργεί μια προοπτική πιστοποίησης και αξιοποίησης και προϋποθέτει χρονολόγηση από δεντρολόγο. Άλλο παράδειγμα είναι η αξιοποίηση του τρόπου συγκομιδής του καρπού και το γεγονός ότι εδώ και αιώνες δεν έχει αλλάξει.

Εδώ θα πρέπει να διευκρινιστούν οι διαφορετικές διαστάσεις της ποιότητας. Η πραγματική ποιότητα που έχει να κάνει με την ποιότητα υλικών/ πρώτων υλών και τη διατροφική αξία. Η πιστοποιημένη ποιότητα που παρέχεται από συστήματα πιστοποίησης που αφορούν την προέλευση, την τυποποίηση και την ασφάλεια τροφίμων. Η συμβολική ποιότητα, βάσει της οποίας τα τρόφιμα αντιμετωπίζονται ως σύμβολα, γεγονός που περιλαμβάνει τους ιστορικούς και συμβολικούς δεσμούς μεταξύ τόπων και τροφίμων (παραδόσεις, μύθους, αξίες, τρόπος ζωής, κ.α.).

Παράλληλα, αν το προϊόν είναι πιστοποιημένο βάσει του «Συμμετοχικού Συστήματος Εγγύησης», θα αποκτήσει ένα επιπλέον σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα, καθώς θα εγγυάται η διατροφική του ποιότητα και η συμβολική πολιτισμική του αξία μέσω της κοινότητας που θα προκύπτει από τη σύνδεσή της με συγκεκριμένα εδαφο-κλιματικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά του τόπου, βάσει συγκεκριμένων προδιαγραφών, χημικών αναλύσεων, οικολογικής διαχείρισης, κλπ. Αυτό συνάδει σε μεγάλο βαθμό με την ιδέα της κοινωνικής οικονομίας. Είναι σημαντικό να διαφοροποιηθεί επιπλέον το προϊόν στη συνείδηση του καταναλωτή, με την έννοια ότι αποτελεί μια διαφορετική κοινωνικοοικονομική προσπάθεια με πολλαπλά οφέλη για τον τόπο παραγωγής. Τέλος, λόγω των τουριστών του εξωτερικού, η ετικέτα να διαθέτει και λατινικούς χαρακτήρες. Καλό θα ήταν, επίσης, η ονομασία του προϊόντος να θυμίζει την χώρα-τόπο παραγωγής.

Επιπλέον, προτείνεται, δίπλα στον τόπο καταγωγής των προϊόντων να τονίζεται και η ιδιαιτερότητα της επιχείρησης, καθότι ένα άλλο συγκριτικό πλεονέκτημα του Οικομουσείου είναι ότι μέρος του κέρδους της διαχέεται στην τοπική κοινωνία. Αυτό είναι πολύ πιθανό να κινητοποιήσει την περιέργεια του καταναλωτή να μάθει περισσότερα για αυτή τη μορφή οικονομίας (σε περίπτωση που δεν τη γνωρίζει) ή να την προτιμήσει σε περίπτωση που είναι ευνοϊκά διακείμενος προς αυτή. Τα προϊόντα του Οικομουσείου, ως κοινοτικά προϊόντα ορεινής οικονομίας, έχουν από τη φύση τους ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των συμβατικών (και σε μεγάλο βαθμό βιομηχανοποιημένων), λόγω του ότι το μέρος του κέρδους της επιχείρησης προορίζεται για κοινωνικώς σκοπούς. Ακόμα καλύτερα θα ήταν να αναγράφεται ο σκοπός για τον οποίο προορίζονται.

Προτείνεται η κατασκευή προϊόντων ετικέτας «Οικομουσείο Μαραθάσας», τα οποία θα περιλαμβάνουν:

- Καλάθι μεσογειακής διατροφής: Δημιουργία ποιοτικού και καινοτόμου καλαθιού που θα συνδέει εδαφοκλιματικές συνθήκες, ανθρώπους, τόπο, περιβάλλον, τοπίο, ιστορία, πολιτισμό και προϊόντα.
- Χειροποίητα σουβενίρ: γαϊδουράκια και σύνεργα ελαιοκομίας, καλαθάκια, τοπικά δέντρα μινιατούρες, είδη τοπικής βιοποικιλότητας, κλπ.
- Κατασκευή σκευών καθημερινής χρήσης

7.1.2. Τιμή (price)

Οι τιμές των υπηρεσιών και των προϊόντων θα κυμαίνεται μέσα στα όρια του εγχώριου ανταγωνισμού, όπως αυτές προκύπτουν από τη διερεύνηση των τιμών των αντίστοιχων υπηρεσιών και προϊόντων στα διάφορα σημεία πώλησης. Η επιχείρηση θα μπορούσε να κινηθεί με ένα ποσοστό κέρδους της τάξεως του 15%, το οποίο μπορεί να θεωρηθεί λογικό, εάν εξεταστεί η διαφορετικότητα του οικονομικού μοντέλου της κοινωνικής οικονομίας. Γνωρίζοντας εξ αρχής ότι τα κέρδη αυτού τύπου οικονομίας (65%) διοχετεύονται κατά πλειοψηφία για την ανάπτυξη του τόπου (λ.χ. για κάποιον κοινωφελή σκοπό) και δεν προορίζονται για την «τσέπη» κάποιου επενδυτή ή για να διανεμηθούν στα μέλη του συνεταιρισμού και το (35%) για μελλοντικές επενδύσεις, είναι απαραίτητο να γίνει γνωστή αυτή η ιδιαιτερότητα, όπως ήδη έχει αναφερθεί.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η αξία ενός προϊόντος περιλαμβάνει διάφορες συνιστώσες. Η αγορά μεταμορφώνει τις αξίες χρήσης σε αξίες ανταλλαγής, αλλά είναι περιοριστικό να μειώνεται η αξία χρήσης ενός προϊόντος σε οικονομική αξία, δηλαδή στην τιμή. Η αξία χρήσης, πέρα από την αποτελεσματικότητα των διαδικασιών παραγωγής, εμπεριέχει την έκφραση κοινωνικών συναισθημάτων από τους καταναλωτές και την κοινωνία, η οποία εξελίσσεται με το πέρασμα του χρόνου. Η αξιοποίηση μέσω των στοιχείων ιδιοτυπίας των τοπικών προϊόντων, της σύνδεσης προϊόντος-τόπου, τη συλλογική φύση του προϊόντος και τους δεσμούς με την τοπική κοινότητα και τις παραδόσεις, αποσκοπεί στη βελτίωση της δημιουργίας αξίας (Belletti & Marescotti, 2013). Σε αυτό το πλαίσιο, το Οικομουσείο (ως επιχείρηση) θα πρέπει να αξιοποιήσει τους πόρους του και να τους προωθήσει με το σωστό τρόπο προς την κοινωνία, χωρίς να μειώσει την αξία της τιμής των προϊόντων και υπηρεσιών του, έχοντας, ίσως, ως προοπτική, στο μέλλον, να την αυξήσει. Ωστόσο, η επιχείρηση καλείται να εξετάσει το ενδεχόμενο να κάνει ειδικές προσφορές σε πελάτες που αγοράζουν μεγάλες ποσότητες προϊόντων και υπηρεσιών.

7.1.3. Προώθηση (promotion)

Οι βασικές κινήσεις θα πρέπει να στηρίζονται σε 2 άξονες παράλληλα: α) στη γνωστοποίηση του προϊόντος και β) στην ταυτότητα του Οικομουσείου. Η προώθηση-προβολή θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών. Ο καταναλωτής χρειάζεται να ενημερωθεί για τα θρεπτικά στοιχεία των προϊόντων και τις διαφορές του με άλλα αντίστοιχα προϊόντα, για την αξία της μεσογειακής διατροφής, της ποιότητας, της τοπικότητας, της εγγύησης και της κοινωφελούς δράσης. Στο πλαίσιο αυτό, είναι απαραίτητο να γίνει ευρύτερα γνωστή η έννοια του Οικομουσείου ως πλατφόρμα βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης και οι εναλλακτικές που μπορεί να προσφέρει στο ήδη καταπονημένο οικονομικό μοντέλο, σε μια εποχή κερδοσκοπίας, άνισης ανάπτυξης περιοχών και διατροφικών σκανδάλων. Προτείνεται δε, η

συνοδεία προϊόντων με κάποια φυλλάδια τα οποία να ενημερώνουν, μεταξύ άλλων, και για όλα τα είδη ποιότητας (συμβολικής, θρεπτικής, κ.α.).

Όσον αφορά το διαδίκτυο, το Οικομουσείο ενθαρρύνεται να στρέψει και εκεί την προσπάθεια προβολής του κατασκευάζοντας μια ιστοσελίδα που θα είναι κυρίως καλαίσθητη, χρηστική και που θα ανανεώνεται συχνά. Η θεματολογία θα πρέπει να έχει διττό σκοπό. Αφ' ενός να εμφανίζονται με θελκτικό τρόπο τα προϊόντα και αφετέρου να υπάρχει πληροφόρηση για τις υπηρεσίες του Οικομουσείου, ενημέρωση για τις εξελίξεις γύρω από την τοπική κοινωνία, κουλτούρα, οικονομία και περιβάλλον της περιοχής, αλλά και ενημέρωση για τις δραστηριότητες, τα νέα ή ακόμα και τις προθέσεις του Οικομουσείου και των φορέων, συλλόγων, επιχειρήσεων, κ.α., που απαρτίζουν τον φορέα διαχείρισης του. Επιπλέον, κρίνεται σκόπιμη η ύπαρξη πληροφοριών για τον τόπο και τον τρόπο παραγωγής, όπως και χρήσιμοι διαδικτυακοί και μη σύνδεσμοι που θα έχουν σχέση με την γεωγραφική πολιτισμική και πολιτιστική κληρονομιά της Μαραθάσας. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι σε κάθε περίπτωση είναι απαραίτητη μια καλοστημένη ιστοσελίδα.

Όσον αφορά τα προφίλ στα social media, προτείνεται η δημιουργία λογαριασμών σε Facebook, Twitter και Instagram (τα οποία χρησιμοποιούν κυρίως οι δυνητικές ομάδες στόχου). Όσον αφορά το Facebook, προτείνεται μια «επιθετική» πολιτική απόκτησης φίλων, τους οποίους το Οικομουσείο θα πρέπει να κρατάει συνεχώς ενημέρους με νέα που αφορούν στο ελαιόλαδο και τα λοιπά αγροτικά προϊόντα, την αγροτική οικονομία, τον αγροτουρισμό και την τοπική ανάπτυξη. Προτείνονται και οι πληρωμένες διαφημίσεις μέσω facebook, όπως και η δημιουργία ομάδας μελών και φίλων του Οικομουσείου. Δεν θα πρέπει, επίσης, να υποτιμάται το γεγονός της αλληλεπίδρασης μεταξύ του Οικομουσείου και των «φίλων» του. Ανάμεσα στη δημιουργία σελίδας προφίλ ή επαγγελματικής σελίδας, προτείνεται το δεύτερο.

Συνδυάζοντας διαφήμιση και διαδίκτυο, η ύπαρξη διαφημιστικών banner σε τοπικές σελίδες μεγάλης επισκεψιμότητας ή σε websites που πραγματεύονται εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ένας σχετικά φθηνός τρόπος για να γίνει ταχύτερα γνωστό το Οικομουσείο Μαραθάσας.

Γενικώς, λόγω του μεγάλου κόστους, δεν προτείνεται άμεσα η συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις. Προτείνεται μόνο να εξεταστεί κατά πόσο είναι σημαντική η συμμετοχή του σε επιλεγμένη έκθεση ή εκθέσεις. Παρόλο που οι εκθέσεις αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο προώθησης, εν τούτοις αυτή τη χρονική στιγμή κρίνεται οικονομικά ασύμφορη η συμμετοχή σε αρκετές από αυτές.

Εναλλακτικές, αλλά εξίσου αποτελεσματικές, πρακτικές προώθησης-γνωστοποίησης του Οικομουσείου είναι οι κάτωθι:

- 1.** Η γευστική δοκιμή των προϊόντων του (γευσιγνωσία, δωρεάν δείγματα), οι βιντεοπροβολές, τα φυλλάδια και το προωθητικό υλικό, που θα διανέμονται σε διάφορες κοινωνικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις, είναι μερικές από τις προτεινόμενες ενέργειες. Θα πρέπει όμως, να είμαστε προσεκτικοί όταν χρησιμοποιούμε προωθητικές ενέργειες, ώστε να λαμβάνουν χώρα, κυρίως, κατά το στάδιο της εισαγωγής του προϊόντος στην αγορά. Αν συνεχιστούν για μεγάλο χρονικό διάστημα, τότε αυτό ενδέχεται να βλάψει την εικόνα.
- 2.** Διοργάνωση ενός μεγάλου φεστιβάλ προώθησης του Οικομουσείου θα μπορούσε να γίνει με τη συνεργασία των τοπικών αρχών και της κυβέρνησης, που θα προσδώσουν μια πιο παγκυπριακή διάσταση, τονίζοντας όχι μόνο την εμπορική-οικονομική σημασία του

εγχειρήματος, αλλά και την πολιτισμική του αξία. Το φεστιβάλ θα μπορούσε να προωθηθεί στα δίκτυα των ομάδων στόχου, αλλά και ευρύτερα.

3. Διανομή ενημερωτικών φυλλαδίων σε περιοχές τουριστικής κίνησης.
4. Περιοδικές ειδικές θεματικές εκθέσεις ανάδειξης του Οικομουσείου.
5. Σύνδεση με την «Πύλη του Βουνού» που θα λειτουργεί στις μεγάλες πόλεις (προτεραιότητα Λεμεσός και Πάφος) ως σημείο προβολής και προώθησης των προϊόντων και υπηρεσιών του Οικομουσείου (αν έχει δημιουργηθεί όπως προτείνει η ΕΣΑΟΚ) ή συνεργασία με γραφεία τουρισμού του υφυπουργείου τουρισμού
6. Διοργάνωση θεματικών εκδηλώσεων «γνωριμία με τον τόπο» όπου θα αναδεικνύονται τα προϊόντα (γεωργικά, βιοτεχνικά, κ.α.) και οι υπηρεσίες (πολιτισμού, αθλητισμού, κ.α.) που παράγει και προσφέρει το Οικομουσείο (όπως προτείνει η ΕΣΑΟΚ).

7.1.4. Place/ Distribution (διανομή)

Σε αυτό το σημείο θα αναλυθεί το «που» και «με ποιους» θα διοχετευθεί το προϊόν του Οικομουσείου.

- *Τοπική αγορά:* Θα πρέπει να προσληφθεί ένας συνεργάτης τουλάχιστον σε επίπεδο νησιού, ώστε να διαδοθούν τα προϊόντα και οι υπηρεσίες του Οικομουσείου τόσο σε ντόπιους, όσο και σε επισκέπτες/ τουρίστες και να προσληφθεί ένας υπάλληλος λιανικής πώλησης εντός του χώρου του Οικομουσείου.
- *Ευρωπαϊκή αγορά:* Η άνοδος των υπηρεσιών αναψυχής που συνδέονται με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού στις δυτικές κυρίως χώρες, η εγγύτητα τους σε σχέση με την Κύπρο, οι ισχυρές πολιτισμικές μας συγγένειες, η κοινή συμμετοχή μας σε ένα ενιαίο νομισματικό μηχανισμό (αν και ίσως, επιβλαβή για την άσκηση τιμολογιακής πολιτικής), η ύπαρξη αρκετών ομογενών, αλλά και η μεταναστευτική έκρηξη των Κυπρίων προς αυτές τις χώρες είναι οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους αυτή η αγορά είναι και θελκτικότερη και πιο προσιτή. Οι τρόποι με τους οποίους προτείνεται η διανομή είναι φυσικά μέσω αντιπροσώπων (ή διεισδυτών που καλούνται να προωθήσουν το όραμα του Οικομουσείου). Εν τούτοις, όμως, είναι δυνατή και η απευθείας διανομή τους μέσω δικτύων εναλλακτικών μορφών τουρισμού και κοινωνικής οικονομίας. Η γνωριμία και τακτική επικοινωνία με πρόσωπα που ανήκουν σε τέτοια δίκτυα ή με πρόσωπα που γνωρίζουν τέτοια δίκτυα, είναι αναγκαία. Επίσης, είναι σημαντικό να αναπτυχθούν και να καλλιεργηθούν άριστες σχέσεις με τους ανθρώπους της ομογένειας και τους σχετικούς συλλόγους τους. Το 50-75% των ανθρώπων νιώθουν κάποιο είδος 'νοσταλγίας' για τον τόπο τους (homesickness) (Fisher, 1989) και αυτή η συναισθηματική σχέση μπορεί να καλλιεργηθεί προς όφελος του Οικομουσείου. Η κατανάλωση προϊόντων από τον τόπο προέλευσης των ανθρώπων της διασποράς αποτελεί ένα ισχυρό μηχανισμό καταπολέμησης αυτής της νοσταλγίας (Crosby and Otnes, 2010:26).
- *Αγορά Η.Π.Α, Καναδά και Αυστραλίας:* Και αυτές οι αγορές παρουσιάζουν αύξηση στην κατανάλωση υπηρεσιών και προϊόντων της Μεσογείου, όπου επίσης υπάρχουν και αρκετοί ομογενείς με έντονη την αγάπη και το νόστο για την πατρίδα τους. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, προτείνεται η σύσφιξη των σχέσεων με τις εκεί κοινότητες, καθώς επίσης και η γνωριμία με άτομα που έρχονται για διακοπές στο νησί της Κύπρου.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι χώρες που αναζητάνε περισσότερο τη μεσογειακή διατροφή και τα μεσογειακά τοπία, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να αποτελέσουν εν δυνάμει αγορές-στόχοι.

- «Εξωτικές αγορές» (Κίνα, Ν. Κορέα, Ιαπωνία, Ταϊβάν, Βραζιλία): Οι αγορές αυτές είναι ακόμη αμαθείς όσον αφορά την κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών αναψυχής της Μεσογείου, όμως ταυτόχρονα έχουν δείξει ενδιαφέρον να το γνωρίσουν. Συνεπώς θα μπορούσαν, σε δεύτερο χρόνο, να αποτελέσουν ομάδες στόχου. Ως προς τον τρόπο προσέγγισης αυτής της αγοράς, προτείνεται η επαφή με αντιπροσώπους καθώς εκείνοι θα μπορέσουν αποτελεσματικότερα να αυξήσουν την κατανάλωση.

7.2. Διαφήμιση – Δημόσιες Σχέσεις

7.2.1. Λογότυπο και σλόγκαν

Το λογότυπο του Οικομουσείου θα πρέπει να συνδέει το προϊόν με τον άνθρωπο και τον τόπο. Προτείνεται η χρήση ενός σλόγκαν που να περικλείει εικόνες και συναισθήματα που πηγάζουν από έννοιες και χαρακτηριστικά όπως: παράδοση που περνάει από γενιά σε γενιά, τοπική κληρονομιά, φιλικότητα προς το περιβάλλον, συμμετοχή της κοινότητας, ιδιαίτερη γεύση, κλπ. Επίσης, προτείνεται η χρήση διαφόρων σλόγκαν (στα ελληνικά και στα αγγλικά) σε διαφορετικά προϊόντα.

Όπως και το λογότυπο αλλά και τα σλόγκαν, το κεντρικό μήνυμα πρέπει να συνδέει άνθρωπο, τόπο και προϊόν και να δίνει έμφαση τόσο στις ιδιάζουσες εδαφο-κλιματικές συνθήκες, όσο και στις τεχνολογίες, δεξιότητες, τεχνικές επεξεργασίας αλλά και στην παράδοση, στους μύθους και στους συμβολισμούς που μετατρέπουν ένα προϊόν σε πολιτισμική κληρονομιά μιας ολόκληρης κοινότητας και εγγυούνται διατροφική ποιότητα, συναισθηματική ικανοποίηση και ασφάλεια.

Ως διαφημιστικό υλικό, θα ήταν αναγκαία η εκπόνηση ενός φυλλαδίου (στα ελληνικά και στα αγγλικά) που θα διηγείται μια ιστορία και μέσα από εκεί να προκύπτει η παραπάνω σύνδεση ανθρώπων, τόπων και προϊόντων.

7.2.2. Επιλογή τρόπων και μέσων διαφήμισης

Το κεντρικό μήνυμα θα πρέπει να συνδέει άνθρωπο, τόπο, προϊόν, παράδοση και περιβάλλον. Η έμφαση θα πρέπει να δοθεί σε:

- ιδιαίτερη γεύση,
- ιδιάζουσες εδαφο-κλιματικές συνθήκες
- διαχρονική συνέχεια (τεχνολογίες, δεξιότητες, τεχνικές επεξεργασίας, κλπ)
- παράδοση, μύθους και συμβολισμούς που μετατρέπουν ένα προϊόν σε πολιτισμική κληρονομιά μιας ολόκληρης κοινότητας και εγγυώνται διατροφική ποιότητα, συναισθηματική ικανοποίηση και ασφάλεια
- ιδιαιτερότητα του οικομουσείου (συμμετοχή της κοινότητας)
- αναφορά ή αναγραφή του σκοπού για τον οποίο προορίζεται το κέρδος
- φιλικότητα προς το περιβάλλον

Η επιχείρηση, αφού προετοιμάσει προσεκτικά το διαφημιστικό της προϊόν, πρέπει να το διαθέτει σε συγκεκριμένες ομάδες-στόχους: συγκεκριμένες αγορές του εξωτερικού, δίκτυα ομογενών, επιλεγμένες ομάδες τουριστών/επισκεπτών, συλλογικότητες κοινωνικής οικονομίας, κλπ. Αυτό καλό είναι να γίνει με έξυπνους τρόπους, όπως μέσα από επιλεγμένες εκδηλώσεις, ραδιοφωνικές παρεμβάσεις, ολιγόλεπτα βίντεο στην κυπριακή τηλεόραση, φανέλα μεγάλης Κυπριακής ομάδας ποδοσφαίρου, διοργάνωση γευσιγνωσίας σε ξεναγήσεις και άλλα τουριστικά events, από στόμα σε στόμα και φυσικά μέσα από το διαδίκτυο (social media, ιστοσελίδες, κλπ.). Η διαφήμιση πρέπει να είναι εστιασμένη και αποτελεσματική, όχι απαραίτητα κοστοβόρα. Η αποτίμηση της αποτελεσματικότητας των διαφόρων διαφημιστικών ενεργειών μπορεί να γίνεται μέσω ερωτηματολογίων καταναλωτών.

7.2.3. Χρήση διαδικτύου

Σήμερα ο μισός πληθυσμός της γης χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και το 1/3 του χρόνου των χρηστών καταναλώνεται στα social media (facebook, twitter, κλπ). Αυτό είναι μια σημαντική ευκαιρία που θα πρέπει να αξιοποιήσει η κάθε επιχείρηση. Το διαδίκτυο μπορεί να παρέχει πολύτιμες πληροφορίες για το ποιοι είναι οι δυνητικοί πελάτες μας μέσω εργαλείων analytics (όπου μπορούμε να δούμε ποιοι μας επισκέπτονται, από ποιες χώρες και πόσο συχνά, ποιες λέξεις κλειδιά χρησιμοποιούν στην αναζήτησή τους, κλπ), ώστε να σχεδιάσουμε μια στοχευμένη διαφήμιση καμπάνια. Βλέποντας τι κάνουν οι χρήστες, μπορούμε να καταλάβουμε τι θέλουν.

Αρχικά κρίνεται απαραίτητο το Οικομουσείο να καταχωρήσει το όνομά του σε διάφορους διαδικτυακούς καταλόγους. Επίσης, θα πρέπει να διοχετεύσει, όπου μπορεί, διάφορες κριτικές για τη διαμοίραση της εμπειρίας.

Το διαδικτυακό marketing, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνει προσέλκυση πελατών μέσω:

- μηχανών αναζήτησης (στο πλαίσιο αυτό μπορεί να γίνει αγορά διαφημιστικού χώρου στα αποτελέσματα της αναζήτησης ή προώθηση της επιχείρησης στα δωρεάν αποτελέσματα αναζήτησης),
- ιστοτόπους τρίτων (διαφημίσεις όπου μπορούμε να επιλέξουμε το κοινό),
- social media, και
- μηνυμάτων email marketing (αποστολή πληροφοριών σε όσους έχουν δηλώσει ότι θέλουν να λαμβάνουν email από την επιχείρηση, π.χ. τακτικές ενημερώσεις σε ομογένεια και άλλες Κοιν.Σ.Επ.)

7.2.4. Δημιουργία Website

Ός προς το περιεχόμενο της ιστοσελίδας, αρχικά το τηλέφωνο επικοινωνίας, όπως και όλα τα σημαντικά στοιχεία πρέπει να βρίσκονται σε εμφανές σημείο στο πάνω μέρος της ιστοσελίδας. Ο χάρτης που ήδη υπάρχει θα μπορούσε να περιλαμβάνει οδηγίες μετάβασης. Είναι θεμιτή η παρότρυνση σε ενέργειες όπως «βρείτε μας στο χάρτη», «αγοράστε τώρα», «καλέστε τώρα», κλπ. Η αίτηση εγγραφής μέλους θα ήταν καλό να μπορούσε να συμπληρωθεί διαδικτυακά και να στέλνεται απευθείας σε μια βάση δεδομένων. Επίσης, θα πρέπει να προστεθεί η δυνατότητα αγοράς προϊόντων ή σουβενίρ μέσω e-commerce/ e-shopping. Μέσω διαφόρων εφαρμογών θα μπορούσαν να δημιουργηθούν προγράμματα

επιβράβευσης πιστών πελατών (loyalty programmes) και να υπάρχει αυτόματη ευχαριστία μέσω emails μετά από κάποια αγορά ή ερώτηση ή αίτηση μέλους.

Η ιστοσελίδα πρέπει να είναι φιλική και χρηστική. Συνεπώς θα ήταν χρήσιμο να περιλαμβάνεται ένα πλαίσιο αναζήτησης σε κάθε διαφορετική σελίδα. Είναι σημαντικό η επιστροφή στην αρχική σελίδα να μπορεί να γίνεται με κάθε κλικ στο λογότυπο.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η ιστοσελίδα μπορεί να περιλαμβάνει πληροφορίες για τον τόπο παραγωγής, αλλά επιπλέον και καθημερινές εικόνες και βίντεο από τη συλλογή και επεξεργασία πρώτων υλών, από τη συλλογική εργασία της κοινότητας, πληροφορίες για τη μέθοδο και τις τεχνικές επεξεργασίας προϊόντων, από τους φυσικούς και πολιτισμικούς πόρους των μονοπατιών και των περιοχών του Οικομουσείου, την παράδοση που συνεχίζεται από γενιά σε γενιά, την ισχυρή σύνδεση προϊόντος, ανθρώπου, τόπου και ιστορίας. Μπορεί επίσης να περιλαμβάνει ενημερώσεις για τις τοπικές εξελίξεις. Στα προϊόντα είναι καλό να συμπεριλαμβάνονται τιμές και ειδικές προσφορές. Τα κείμενα πρέπει να είναι απλά και κατανοητά, εμπεριέχοντας απλά λόγια, χωρίς περιαυτολογίες και τεχνικές ορολογίες ή εκφράσεις. Οι χρήστες δεν παραμένουν πολύ στα sites. Επίσης ενθαρρύνεται η διήγηση μιας ιστορίας, ώστε να χτιστεί μια πιο φιλική σχέση με τον επισκέπτη και να ενεργοποιηθούν συναισθήματα. Οι εμπειρίες ικανοποιημένων πελατών μέσω κειμένων, βίντεο ή εικόνων ή μια στήλη με κριτικές προϊόντων είναι πράγματα που θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν.

Ο σχεδιασμός της ιστοσελίδας κρίνεται καλό να περιλαμβάνει μαύρα γράμματα σε ανοιχτό φόντο και επικεφαλίδες με λίστες και κουκίδες, προς διευκόλυνση των χρηστών. Δεν πρέπει να περιλαμβάνει βαριές σε megabytes φωτογραφίες και πρέπει να χρησιμοποιείται κατάλληλο λογισμικό για συμπίεση και φόρτωση εικόνων. Καλό θα είναι να χρησιμοποιείται η ίδια εικόνα φόντου. Το site θα πρέπει να είναι φιλικό προς κινητά (responsive design). Θα μπορούσε να δοκιμαστεί το mobile friendly test της google. Τα εικονίδια που θα χρησιμοποιούνται πρέπει να είναι εύκολα αναγνωρίσιμα ακόμα και σε μικρό μέγεθος. Επίσης, θα ήταν χρήσιμο να γίνει ένας έλεγχος ευκολίας πρόσβασης σε διάφορους browsers. Όταν ο επισκέπτης του site ζητά να δει ένα βίντεο, η ιστοσελίδα δεν πρέπει να ζητά να κατεβούν διάφορες εφαρμογές ώστε να ανοίξει το βίντεο. Οι επισκέπτες θέλουν άμεσες απαντήσεις σε αυτό που ζητάνε. Όσον αφορά τις φωτογραφίες, αυτές θα πρέπει να δίνουν έμφαση στο βίωμα, όχι μόνο σε μια συμβατικά καλή μακρινή αναπαράσταση.

7.3. Ανακεφαλαίωση

Συνοψίζοντας, το Οικομουσείο Μαραθάσας θα πρέπει να:

- σχεδιάσει την ετικέτα και το λογότυπο του, να δημιουργήσει σλόγκαν, δίδοντας έμφαση στη διασύνδεση τόπου-ανθρώπου-παράδοση-προϊόντος και στην ιδιαιτερότητα των οικομουσείων ως μουσείων της κοινότητας που προωθούν την «από-κάτω-προς-τα-πάνω» εδαφική ανάπτυξη.
- προσαρμόσει και να προωθήσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του σε ανάλογες ομάδες-στόχου βάσει μιας ξεκάθαρης στρατηγικής πωλήσεων, αλλά και σύγχρονων αναγκών και επιταγών της αγοράς, ερχόμενη σε επικοινωνία με ανθρώπους που ασχολούνται με το design.

- απευθυνθεί σε τοπικές και ευρωπαϊκές αγορές, να εστιάσει στην ομογένεια και σε εναλλακτικά δίκτυα τουριστών/ επισκεπτών και να αναζητήσει συνεργασίες, καλλιεργώντας τις με συγκεκριμένη στρατηγική και να απευθυνθεί σε «εξωτικές αγορές» δίδοντας έμφαση στον παράγοντα της μεσογειακής διατροφής.
- εστιάσει τη διαφήμισή του στην υπόστασή του ως «μουσείου της κοινότητας» και στην αξία της κοινωφελούς δράσης, στη διατροφική αξία της μεσογειακής διατροφής και τη συσχέτιση και με την υγεία, στην ποιότητα, στην τοπικότητα, στη συνέχιση και στην αξία της παράδοσης σε συνδυασμό με τις ιδιάζουσες εδαφο-κλιματικές συνθήκες αλλά και σχετικούς συμβολισμούς, στην αξία της συμμετοχής της κοινότητας.
- συμμετέχει σε επιλεγμένες εκδηλώσεις, να δημιουργήσει συνεργασίες (με δίκτυα ομογενών, επιλεγμένες ομάδες τουριστών/επισκεπτών, φορείς κοινωνικής οικονομίας, κ.α.) και να εκπονήσει σχετικά φυλλάδια (στα ελληνικά και στα αγγλικά).
- προωθήσει τις υπηρεσίες και τα προϊόντα του με ολιγόλεπτα βίντεο στην κυπριακή τηλεόραση, φανέλα μεγάλης Κυπριακής ομάδας ποδοσφαίρου, διοργανώσεις γευσιγνωσίας σε ξεναγήσεις και άλλα τουριστικά events, από στόμα σε στόμα
- δημιουργήσει ιστοσελίδα και να έχει παρουσία στα social media, μέσω πληρωμένης διαφήμισης (sponsored) σε Facebook, Twitter και Instagram, να τοποθετήσει διαφημιστικά banners σε τοπικές σελίδες μεγάλης επισκεψιμότητας και να χρησιμοποιήσει τους τρόπους που αναφέρονται αναλυτικά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. Προϊόντα & Υπηρεσίες - Χρηματοοικονομική ανάλυση

8.1. Παραδοχές

Το παρόν κεφάλαιο περιλαμβάνει την αναγνώριση όλων των απαραίτητων πόρων για τη λειτουργία και συντήρηση του οικομουσείου. Οι σημαντικότεροι άξονες για την οικονομική βιωσιμότητα του οικομουσείου είναι:

1. Αναγνώριση των πηγών εσόδων
2. Ανάπτυξη προϋπολογισμού εξόδων
3. Κατανομή πόρων βάση του προϋπολογισμού εξόδων
4. Παρακολούθηση του προϋπολογισμού
5. Ανάπτυξη στρατηγικής εξόδου
6. Εκπαίδευση προσωπικού
7. Παρακολούθηση υποχρεώσεων – εποπτεία

Συνολικά η διαχείριση του προϋπολογισμού είναι σημαντική για την αποτελεσματική λειτουργία του οργανισμού και τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα του.

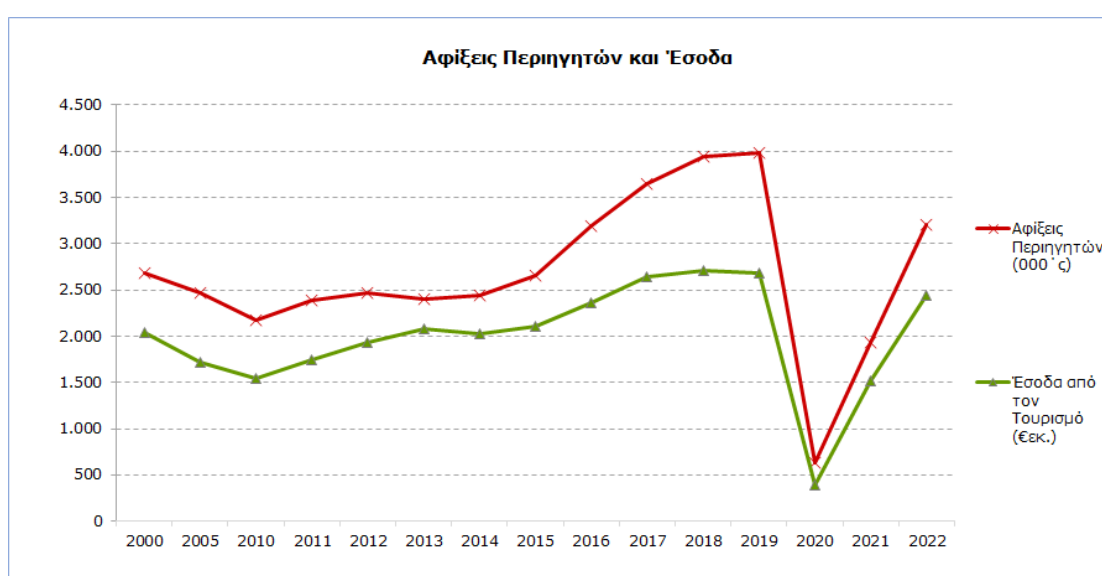
Εκτός των παραπάνω σημαντικά για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας του οικομουσείου είναι:

- *Υποστήριξη κοινότητας:* Τα οικομουσεία υπηρετούν τις τοπικές κοινότητες και είναι σημαντικό να διατηρούν ισχυρούς δεσμούς με τους κατοίκους της περιοχής. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων, εκδηλώσεων και ενημερωτικού υλικού.
- *Διατήρηση και ανάπτυξη συλλογής:* Η συλλογή είναι η καρδιά του οικομουσείου και πρέπει να διατηρείται και να αναπτύσσεται συνεχώς. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω της αγοράς νέων αντικειμένων, της επισκευής και συντήρησης υφιστάμενων αντικειμένων, καθώς και της ανάπτυξης διαδραστικών εκθεμάτων.
- *Προβολή και προώθηση:* Η προβολή και προώθηση του οικομουσείου μπορούν να βοηθήσουν στην αύξηση των εσόδων και την ανάπτυξή του. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω της συμμετοχής σε εκδηλώσεις και φεστιβάλ, της προώθησης στα κοινωνικά δίκτυα και της διαφήμισης στα τοπικά και διεθνή μέσα ενημέρωσης.
- *Εκπαίδευση προσωπικού:* Το προσωπικό είναι ζωτικής σημασίας για τη λειτουργία ενός οικομουσείου και πρέπει να είναι επαρκώς εκπαιδευμένο και ενημερωμένο. Η εκπαίδευση μπορεί να περιλαμβάνει την εκμάθηση νέων δεξιοτήτων, την επανακατάρτιση και τη συμμετοχή σε σεμινάρια και συνέδρια.
- *Βελτίωση εγκαταστάσεων:* Οι εγκαταστάσεις όπου αυτές υπάρχουν πρέπει να διατηρούνται καθαρές, ασφαλείς για να είναι ελκυστικές για τον επισκέπτη.

8.2. Στατιστικά αγοράς

Η Κύπρος είναι ένας δημοφιλής τουριστικός προορισμός, με πολλές επιλογές για τουρίστες όλων των ηλικιών και των ενδιαφερόντων. Η χώρα διαθέτει πολλά αξιοθέατα όπως αρχαιολογικούς χώρους, παραλίες, βουνά και παραδοσιακά χωριά, και προσφέρει επίσης εκπληκτικές εμπειρίες φαγητού και ποτού, με πλούσια κυπριακή κουζίνα και αξιοσημείωτα κυπριακά κρασιά. Ο τουρισμός αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων για την Κύπρο και απασχολεί μεγάλο μέρος του πληθυσμού. Οι τουρίστες μπορούν να επισκεφτούν το νησί καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, αν και η κορυφαία περίοδος είναι από τον Απρίλιο μέχρι τον Οκτώβριο.

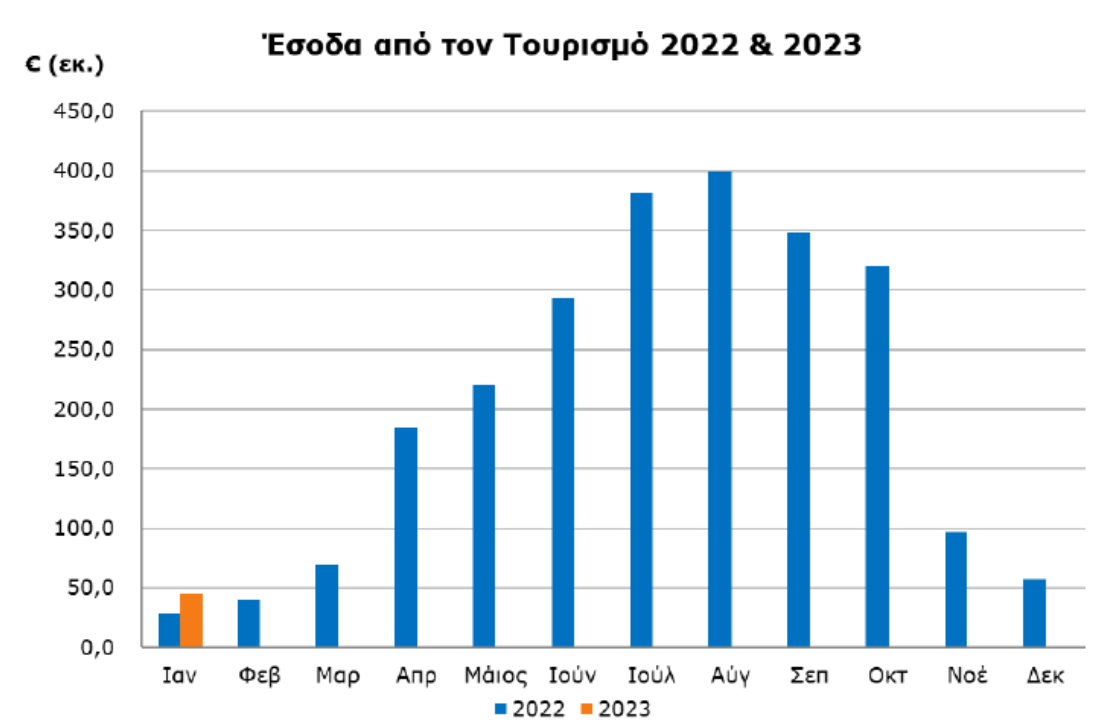
Σύμφωνα με τη στατιστική υπηρεσία της Κυπριακής Δημοκρατίας η τουριστική δραστηριότητα παρουσιάζει αξιοσημείωτα αποτελέσματα, όπως φαίνεται στην εικόνα.



Εικόνα 43. Αφίξεις περιηγητών και έσοδα στην Κύπρο, 2000-2022

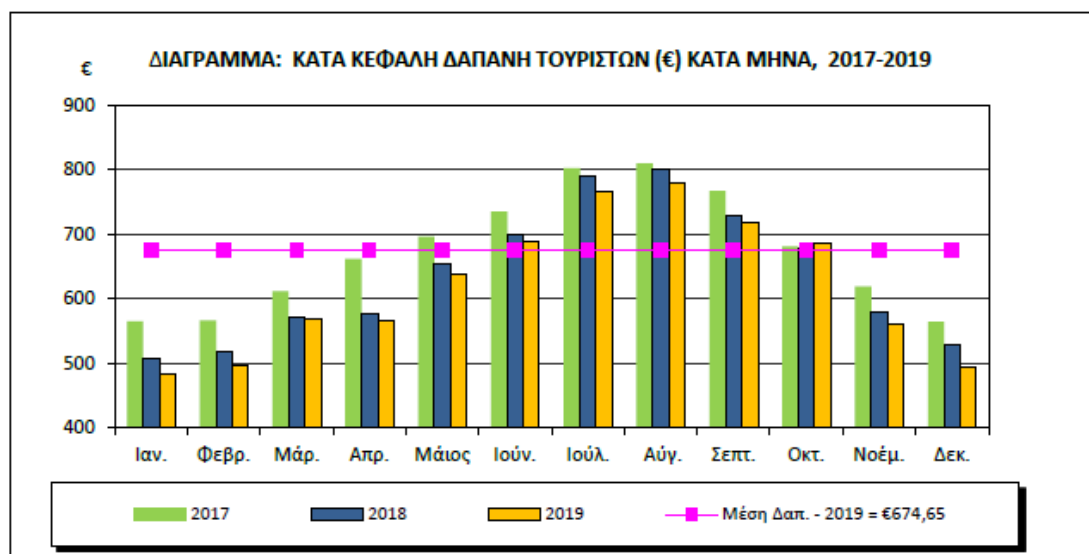
Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κυπριακής Δημοκρατίας

Με βάση τα αποτελέσματα της Έρευνας Ταξιδιωτών τα έσοδα από τον τουρισμό τον Ιανουάριο 2023 ανήλθαν σε €45,6 εκ. σε σύγκριση με €28,2 εκ. τον αντίστοιχο μήνα του προηγούμενου χρόνου, σημειώνοντας αύξηση 61,7%. Η κατά κεφαλή δαπάνη τουριστών τον Ιανουάριο 2023 ανέρχεται σε €503,83 σε σύγκριση με €641,01 τον Ιανουάριο 2022, σημειώνοντας μείωση 21,4%. Οι Βρετανοί τουρίστες (η μεγαλύτερη τουριστική αγορά με 20,6% του συνόλου των τουριστών τον Ιανουάριο 2023) ξόδεψαν κατά μέσο όρο €49,84 ημερησίως, ενώ οι Ισραηλινοί τουρίστες (η δεύτερη μεγαλύτερη τουριστική αγορά κατά τον συγκεκριμένο μήνα με 16,6% του συνόλου) ξόδεψαν κατά μέσο όρο €145,63. Οι τουρίστες από την Πολωνία (τρίτη μεγαλύτερη αγορά με 12,3%), ξόδεψαν €62,61 ημερησίως.



Εικόνα 44. Έσοδα από τον Τουρισμό στην Κύπρο, 2022 και 2023
 Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κυπριακής Δημοκρατίας

Σημαντικό δεδομένο για την παρούσα μελέτη αποτελούν και τα στοιχεία για την ημερήσια δαπάνη των τουριστών η οποία εμφανίζεται υψηλή σε σχέση με άλλες χώρες. Υπολογίζεται ότι κατά μέσο όρο η κατά κεφαλή δαπάνη κατά το 2019 ανέρχεται σε 674,65€ με την μεγαλύτερη δαπάνη να καταγράφεται κατά το μήνα Αύγουστο με 779,31€.

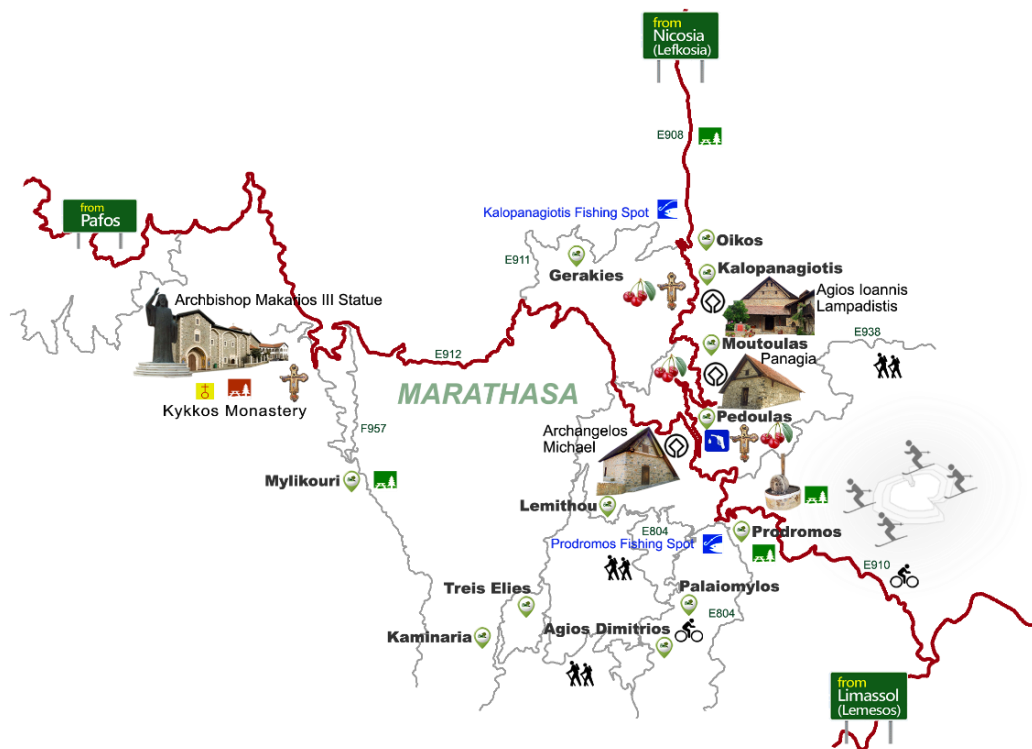


Εικόνα 45. Κατά κεφαλή δαπάνη τουριστών κατά μήνα στην Κύπρο, 2017-2019
 Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κυπριακής Δημοκρατίας

ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.4.1. Επιχειρηματικό Σχέδιο (Business Plan) Οικομουσείου

Το Οικολογικό Πάρκο Αγίας Νάπας, το οποίο είναι ένας από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς στην Κύπρο σύμφωνα με τη Στατιστική Υπηρεσία είχε περίπου 1.2 εκατομμύρια επισκέπτες το 2019. Το πάρκο προσφέρει μια μοναδική εμπειρία στους επισκέπτες, καθώς περιλαμβάνει μια πληθώρα από δραστηριότητες, όπως ένα μεγάλο ενυδρείο, ένα μουσείο φυσικής ιστορίας, ένα ζωολογικό κήπο, κήπους με τοπικά φυτά και πολλά άλλα.

Η κοιλάδα της Μαραθάσας, μια περιοχή φημισμένη για τις κερασιές της, τις εκκλησίες και τα μοναστήρια, έχει πολλά να προσφέρει στον επισκέπτη. Τα χωριά είναι ιδιαίτερα γραφικά και παρέχουν στον επισκέπτη μια εμπειρία της γνήσιας κυπριακής αγροτικής ζωής.



Εικόνα 46. Χάρτης Μαραθάσας

8.3. Προϊόντα και Υπηρεσίες

Τα έσοδα του οικομουσείου σύμφωνα με τη διεθνή εμπειρία και τα τοπικά δεδομένα θα βασίζονται στις παρακάτω κατηγορίες όπως αυτές παρουσιάζονται και στην στρατηγική Μάρκετινγκ:

- Δίκτυο πολυθεματικών διαδρομών και επιλογή «πακέτων»
- Διοργάνωση θεματικών εκδηλώσεων «Γνωριμία με τον Τόπο»
- Ίδρυση και λειτουργία Γραφείου Τουρισμού
- Δημιουργία «Πύλης του Βουνού» σε αστικά κέντρα
- Εκπαιδευτικά προγράμματα και συνεργασία με συλλόγους, τοπικούς καλλιτέχνες, σχολεία και ιδρύματα
- Περιοδικές ειδικές θεματικές εκθέσεις
- Διαμονή σε αγροτουριστικά καταλύματα
- Αγροτικά Προϊόντα
- Οικοτεχνίες

Επιπλέον των παραπάνω και με στόχο πάντα τη βιωσιμότητα του έργου έσοδα από άλλες πηγές όπως οι δωρεές, συνδρομές μελών και δημόσιες επιχορηγήσεις θα διασφαλίζουν την απρόσκοπτη λειτουργία και ανάπτυξή του.

Για τους σκοπούς του παρόντος και με βάση συγκριτικά δεδομένα της αγοράς προσδιορίζονται τα παρακάτω:

1. Συμμετοχή σε οργανωμένο πακέτο ανά ημέρα με διαμονή και ημιδιατροφή: 90,00€
2. Μη οργανωμένες συμμετοχές – απλή επίσκεψη σε τοποθεσία 5,00€
3. Συμμετοχή σε εκδηλώσεις 10,00€
4. Ποσοστό δικαιωμάτων χρήσης σήματος από τυποποιημένα προϊόντα 10%
5. Ελάχιστη συνδρομή μέλους 50€ ευρώ (απλή υποστήριξη)
6. Συνδρομή με προνόμια (εκπτώσεις σε πακέτα) 200,00€
7. Χορηγίες με αντάλλαγμα διαφήμιση από 100,00 ελάχιστο

Το τουριστικά πακέτα που θα αναπτυχθούν μπορεί να είναι ημερήσια ή πολυήμερα και να συμπεριλαμβάνουν ή όχι διατροφή. Η συμμετοχής στις εκδηλώσεις και εκθέσεις ορίζεται στα 10,00€ εκτός αν ενταχθεί σε κάποιο πρόγραμμα τουριστικού πακέτου. Αναφορικά με τις συνδρομές προτείνεται η δημιουργία club (συλλόγου φίλων) του οικομουσείου στο οποίο θα μπορεί ο καθένας να γίνεται μέλος και θα απευθύνεται ιδιαίτερα σε Κύπριους που ζούνε στο εξωτερικό και θέλουν να στηρίξουν τον τόπο καταγωγής τους ή σε τουριστικά γραφεία τα οποία θα είναι μέλη. Οι χορηγίες μπορούν να περιλαμβάνουν απλά τη διαφήμιση ή την πλήρη χορηγία ή μέγα χορηγού προς σχολεία ή πανεπιστήμια. Η προμήθεια 10% επί του σήματος βασίζεται στο δεδομένο ότι ένας τουρίστας δαπανά σε αγορές προϊόντων ημερησίως περί των 30€ ημερησίως κατά μέσο όρο.

Κατά το πρώτο έτος λειτουργίας του οικομουσείου προβλέπονται 3000 ατομικά τουριστικά πακέτα, 4000 επισκέψεις, 2000 άτομα συμμετοχή σε εκδηλώσεις και εγγραφή 500 μελών. Για κάθε επόμενο έτος προτείνεται μια ετήσια αύξηση 10% μέχρι και το πέμπτο έτος πρόβλεψης.

Από πλευράς σύστασης, πρώτης εγκατάστασης και λειτουργικών εξόδων προσδιορίζονται τα παρακάτω:

1. Αρχικά έξοδα σύστασης και δημιουργίας: 10.000,00€ εφάπαξ

ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.4.1. Επιχειρηματικό Σχέδιο (Business Plan) Οικομουσείου

2. Απασχόληση τριών ατόμων σε πρώτη φάση: 4.500,00€ μηνιαίως
3. Έκδοση διαφημιστικού υλικού αρχικού: 4.000,00€ εφάπαξ
4. Λειτουργία γραφείου ενημέρωσης: 2.000,00€ ετησίως
5. Κόστος εκτέλεσης τουριστικού πακέτου ανά άτομο: 80,00€
6. Διάφορα λοιπά απρόβλεπτα έξοδα 5% επί των εξόδων
7. Κόστος εκδηλώσεων βάση στατιστικών το 50% των εσόδων
8. Βελτιώσεις παγίων – τοποθεσιών 20.000,00€ εφάπαξ σε δυο έτη
9. Χρήση εθελοντικών ομάδων για καθαρισμό σημείων - τοποθεσιών

Τα αρχικά έξοδα σύστασης και δημιουργίας περιλαμβάνουν τον αρχικό συντονισμό του έργου, το κόστος των συναντήσεων, των επισκέψεων στις τοποθεσίες, τις συνοπτικές μελέτες έργων. Προτείνεται η πρόσληψη τριών υπαλλήλων για τη λειτουργία του γραφείου ενημέρωσης – τουριστικό γραφείο, την κάλυψη των πρώτων τουριστικών πακέτων και της συνοδείας. Αναφορικά με το γραφείο προτείνεται η λειτουργία εντός γραφείου τοπικής κοινότητας ή σε info kiosk.

Βάσει των παραπάνω παραδοχών και λαμβάνοντας υπόψη τα τουριστικά δεδομένα, τη δυνατότητα της περιοχής σε διανυκτερεύσεις στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται συνοπτικά τα οικονομικά αποτελέσματα του οικομουσείου για τα πρώτα έτη λειτουργίας του.

ΕΣΟΔΑ/ΕΞΟΔΑ	ΑΤΟΜΑ	ΕΤΟΣ 1	ΕΤΟΣ 2	ΕΤΟΣ 3	ΕΤΟΣ 4	ΕΤΟΣ 5
Τουριστικά Πακέτα	3000	270.000,00	297.000,00	326.700,00	359.370,00	395.307,00
Επισκέψεις - Εισιτήρια	4000	40.000,00	44.000,00	48.400,00	53.240,00	58.564,00
Εκδηλώσεις	2000	20.000,00	22.000,00	24.200,00	26.620,00	29.282,00
Προμήθεια Χρήσης Σήματος 10% (30,00€)	5000	15.000,00	16.500,00	18.150,00	19.965,00	21.961,50
Συνδρομές Μελών	500	25.000,00	27.500,00	30.250,00	33.275,00	36.602,50
Χορηγίες	5	5.000,00	5.500,00	6.050,00	6.655,00	7.320,50
Κρατική Επιχορήγηση	2	20.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Σύνολο		395.000,00	417.500,00	458.750,00	504.125,00	554.037,50
Πρώτης Εγκατάστασης		10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Μισθοδοσία	3	54.000,00	59.400,00	65.340,00	71.874,00	79.061,40
Πληροφοριακό Υλικό		4.000,00	4.400,00	4.840,00	5.324,00	5.856,40
Κόστος Υλοποίησης Τουριστικών Πακέτων 80€	3000	240.000,00	264.000,00	290.400,00	319.440,00	351.384,00
Γραφείο Ενημέρωσης		2.000,00	2.200,00	2.420,00	2.662,00	2.928,20
Κόστος εκδηλώσεων 50% εσόδου	6000	10.000,00	11.000,00	12.100,00	13.310,00	14.641,00
Βελτιώσεις παγίων - Συντήρηση ετήσια		10.000,00	10.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Διαφήμιση – προώθηση		5.000,00	5.500,00	6.050,00	6.655,00	7.320,50
Έρευνα και Ανάπτυξη - Εκπαίδευση 2%		6.700,00	7.370,00	8.107,00	8.917,70	9.809,47
Λοιπά έξοδα 5%		16.500,00	18.150,00	19.965,00	21.961,50	24.157,65
Σύνολο		358.200,00	382.020,00	414.222,00	455.144,20	500.158,62
Αποτέλεσμα		36.800,00	35.480,00	44.528,00	48.980,80	53.878,88

Κατά το πρώτο έτος λειτουργίας σημαντικό στοιχείο αποτελεί η εξασφάλιση «χρηματοδότησης» του έργου μέσω των συνδρομών (crowdfunding), των χορηγιών και των κρατικών επιχορηγήσεων. Λόγω της μη ύπαρξης επενδύσεων σε πάγιες εγκαταστάσεις, καθώς το πολιτιστικό υλικό είναι άυλο, το αρχικό ποσό της επένδυσης δεν είναι υψηλό και κατά επέκταση μη απαγορευτικό. Όσο απαραίτητο είναι το αρχικό κεφάλαιο απαραίτητη είναι και η δημιουργία αποθεματικού ετησίως το οποίο θα λειτουργήσει είτε αναπτυξιακά είτε σε περίπτωση κακού σεναρίου «εξόδου».

Η τουριστική κίνηση της Κύπρου θα μπορούσε να υποστηρίξει πολύ υψηλότερα νούμερα επισκεπτών, ωστόσο επειδή το έργο είναι καινούριο χρησιμοποιούνται τα παραπάνω εισαγωγικά νούμερα τα οποία άλλωστε μπορούν αναλογικά να δημιουργήσουν πολλαπλά σενάρια εσόδων και εξόδων. Το σημαντικό είναι ότι το έργο μπορεί να χρηματοδοτείται αναλογικά με την επισκεψιμότητα του με νεκρό σημείο (μηδενικό αποτέλεσμα) τα 2000 άτομα ετησίως ανά κατηγορία επισκεπτών. Ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης (IRR) της επένδυσης κρίνεται ικανοποιητικός και ανέρχεται στο 71% λόγω ξανά των μειωμένων επενδύσεων.

8.4. Προϋπολογισμός

Η σύνταξη αναλυτικού προϋπολογισμού θα βοηθήσει τον οργανισμό να παρακολουθήσει και να διαχειριστεί τα οικονομικά του στοιχεία. Η ανάλυση του βοηθά στην πρόβλεψη των εσόδων και εξόδων και η χρονική κατανομή τους βοηθά τους διαχειριστές να λαμβάνουν προληπτικά μέτρα. Επίσης, ο προϋπολογισμός βοηθά στον περιορισμό των απωλειών και την αναγνώριση κρυφών εξόδων. Ο διαχειριστής του φορέα θα πρέπει ετησίως να συντάσσει τον προϋπολογισμό και τον απολογισμό ο οποίος θα εγκρίνεται από μια εκλεγμένη επιτροπή. Παρακάτω παρουσιάζεται ένας σύντομος προϋπολογισμός δώδεκα μηνών για τη σύσταση και λειτουργία του Οικομουσείου βασισμένος στις παραδοχές εσόδων και εξόδων. Τα κυριότερα συμπεράσματα από την εξειδίκευση των ποσών και της κατανομής τους στο χρόνο είναι:

1. Οι συνδρομές των Μελών να εισπραχθούν το πρώτο τετράμηνο σύστασης
2. Οι δημόσιες επιχορηγήσεις να εισπραχθούν στους πρώτους δυο μήνες
3. Οι χορηγίες των εταιρειών ή φορέων να εισπραχθούν τουλάχιστον μέχρι τον τέταρτο μήνα
4. Να καθυστερήσει όσο μπορεί η πρόσληψη όλου του προσωπικού με χρήση εθελοντών ή δημοτικών-κοινοτικών πόρων
5. Οι δαπάνες βελτιώσεων και προώθησης να ξεκινήσουν άμεσα τους πρώτους μήνες
6. Να ετοιμαστεί τους πρώτους μήνες το διαφημιστικό υλικό και τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης

Τα παραπάνω σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα το πρώτου έτους κρίνονται απαραίτητα ώστε να έρθουν γρήγορα το πρώτο καλοκαίρι έσοδα ώστε να μην χρειαστούν εξωτερικοί πόροι κάλυψης της βιωσιμότητας του έργου. Σε αντίθετη περίπτωση θα πρέπει να γίνει προσπάθεια άντλησης κεφαλαίων από Δημόσιους φορείς, χορηγούς και μέλη με κίνδυνο να καθυστερήσει η προσπάθεια και να πιθανόν να μην υλοποιηθεί το έργο. Η ένταξη του έργου σε κάποιο ευρωπαϊκό πρόγραμμα πολιτιστικής στήριξης θα ευνοούσε και θα εξασφάλιζε την υλοποίησή του.

ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.4.1. Επιχειρηματικό Σχέδιο (Business Plan) Οικομουσείου

ΕΣΟΔΑ/ΕΞΟΔΑ	ΑΤΟΜΑ	ΕΤΟΣ 1	ΙΑΝΟΥΑΡ	ΦΕΒΡΟΥΑΡ	ΜΑΡΤΙΟΣ	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΜΑΙΟΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤ	ΣΕΠΤΕΜΒΡ	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΝΟΕΜΒΡ	ΔΕΚΕΜΒΡ
Τουριστικά Πακέτα	3000	270.000,00					27.000,00	54.000,00	54.000,00	81.000,00	27.000,00	13.500,00	13.500,00	
Επισκέψεις - Εισητήρια	4000	40.000,00					4.000,00	8.000,00	8.000,00	12.000,00	4.000,00	2.000,00	2.000,00	
Εκδηλώσεις	2000	20.000,00					2.000,00	4.000,00	4.000,00	6.000,00	2.000,00	1.000,00	1.000,00	
Προμήθεια Χρήσης Σήματος 10% (30,00€)	5000	15.000,00					1.500,00	3.000,00	3.000,00	4.500,00	1.500,00	750,00	750,00	
Συνδρομές Μελών	500	25.000,00	5.000,00	5.000,00	10.000,00	5.000,00								
Χορηγίες	5	5.000,00			2.500,00	2.500,00								
Κρατική Επιχορήγηση	2	20.000,00	10.000,00	10.000,00										
Σύνολο		395.000,00	15.000,00	15.000,00	12.500,00	7.500,00	34.500,00	69.000,00	69.000,00	103.500,00	34.500,00	17.250,00	17.250,00	0,00
Πρώτης Εγκατάστασης		10.000,00												
>>>>>>Κόστος Συναντήσεων (5)			500,00	500,00	500,00	500,00	500,00							
>>>>>>Κόστος ταξιδίων			500,00	500,00	500,00	500,00	500,00							
>>>>>>Κόστος Συμβούλων - Μελέτες				1.000,00	1.000,00	1.000,00	2.000,00							
Μισθοδοσία	3	54.000,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
Πληροφοριακό Υλικό		4.000,00												
>>>>>>Φυλλάδια ενημερωτικά					1.000,00	1.000,00								
>>>>>>Διαφημιστικά						1.000,00	1.000,00							
Κόστος Υλοποίησης Τουριστικών Πακέτων 80€	3000	240.000,00					24.000,00	48.000,00	48.000,00	72.000,00	24.000,00	12.000,00	12.000,00	
>>>>>>Πληρωμή διαμονής - διατροφής κ.α														
Γραφείο Ενημέρωσης		2.000,00			200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Κόστος εκδηλώσεων 50% εσοδου	6000	10.000,00												
>>>>>>Κόστος διοργάνωσης							500,00	1.000,00	1.000,00	1.500,00	500,00	250,00	250,00	
>>>>>>Διάφορα οργανωτικά							500,00	1.000,00	1.000,00	1.500,00	500,00	250,00	250,00	
Βελτιώσεις παγίων - Συντήρηση ετήσια		10.000,00												
>>>>>>>Παρεμβάσεις τοπίου				5.000,00	2.800,00									
>>>>>>>Συντήρηση				200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Διαφήμιση - προώθηση		5.000,00												
>>>>>>>Μέσα κοινωνικής δικτύωσης				200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
>>>>>>>Παραδοσιακοί τρόποι διαφήμισης				900,00		900,00								
>>>>>>>Εκθέσεις														1.000,00
Έρευνα και Ανάπτυξη - Εκπαίδευση 2%		6.700,00												
>>>>>>>R&D		0,00												3.350,00
>>>>>>>Εκπαίδευση		0,00	1.000,00	1.000,00	1.350,00									
Λοιπά έξοδα 5%		16.500,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00
Σύνολο		358.200,00	7.875,00	15.175,00	13.625,00	11.375,00	35.475,00	56.475,00	56.475,00	81.475,00	31.475,00	18.975,00	18.975,00	10.825,00
Αποτέλεσμα		36.800,00	7.125,00	-175,00	-1.125,00	-3.875,00	-975,00	12.525,00	12.525,00	22.025,00	3.025,00	-1.725,00	-1.725,00	-10.825,00
Cash			7.125,00	6.950,00	5.825,00	1.950,00	975,00	13.500,00	26.025,00	48.050,00	51.075,00	49.350,00	47.625,00	36.800,00

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9. Επίλογος

Τα τελευταία χρόνια επιστήμονες παρατηρούν διάδοση της τάσης «επιστροφής στην ύπαιθρο» για λόγους κατοικίας ή αναψυχής ή επιχειρηματικότητας και γενικώς μια «αντίστροφη κινητικότητα» προς την ύπαιθρο, δημιουργώντας προϋποθέσεις ανάπτυξης (Κασίμης και Ζωγραφάκης, 2014). Έτσι αναπτύσσονται αρκετές νέες δραστηριότητες στην ύπαιθρο και στο βουνό σε συνδυασμό με παλαιότερες, αρκετές φορές στο πλαίσιο ευρωπαϊκών και εθνικών προγραμμάτων.

Στο πλαίσιο τέτοιων προγραμμάτων αρχίζουν να ιδρύονται οικομουσεία. Υπό προϋποθέσεις, τα οικομουσεία αυτά μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό εργαλείο βιώσιμης περιφερειακής ανάπτυξης, ειδικά για τα νησιά μας. Το «οικομουσείο» συνδέεται άμεσα με την έννοια του «τοπίου» και μπορεί να αποτελέσει μια καλή πρακτική εφαρμογή της Ευρωπαϊκής Σύμβασης για το Τοπίο (που έχει κυρωθεί με το Ν. 3827/30/25.2.2010). Ο τόπος ως οικομουσείο είναι μια νέα προσέγγιση με ισχυρή εδαφική διάσταση. Δεν έχει να κάνει με νέες υποδομές, αλλά με αξιοποίηση/ ενεργοποίηση των υπαρχουσών υποδομών και πόρων μιας περιοχής μέσω δικτύωσης, συνεργασίας και διαμοιρασμού του ίδιου οράματος ανάπτυξης, έτσι ώστε να επιτευχθούν στόχοι βιωσιμότητας και να ενισχυθεί η ελκυστικότητα ενός τόπου (Pavlis, 2017 Davis, 2011). Η εδαφική προσέγγιση της ανάπτυξης περιλαμβάνει γεωργία, λαϊκή τέχνη, οικοτεχνία, βιοτεχνία, θεματικό τουρισμό, αθλητικές και πολιτισμικές δραστηριότητες, εκπαιδευτικές δραστηριότητες. Βασίζεται περισσότερο στο «βιώνω», απ' ό,τι στο «βλέπω».

Το Οικομουσείο Μαραθάσας θα πρέπει να βασίζεται στην ταυτότητα της ευρύτερης περιοχής και να στηρίζεται στη συνέργεια και συνεργασία κατοίκων, συλλόγων και όλων των τοπικών και κρατικών φορέων, λειτουργώντας από «κάτω προς τα πάνω». Απαραίτητη προϋπόθεση διασφάλιση της βιωσιμότητας ενός τέτοιου εγχειρήματος είναι η οργανική του σύνδεση με τους τομείς της παραγωγής, της μεταποίησης, του τουρισμού, του πολιτισμού και του αθλητισμού, μέσω της πρόσληψης προσωπικού και της λειτουργίας του Γραφείου Τουρισμού. Θα μπορούσε να αποτελέσει «ένα κοινωνικό συμβόλαιο για ένα κοινό μέλλον» (Γούσιος, 2013, σελ. 82).

Βιβλιογραφία

- Anderson, B. and Harrison, P. (2010) The promise of non-representational theories. Στο: *Taking-place: non-representational theories and geography*. Farnham: Ashgate, pp. 1-36.
- Ανθοπούλου, Θ. (2013). Εισαγωγή. Στο: Ανθοπούλου, Θ., επιμ. *Περί εντοπιότητας και ιδιοτυπίας των τροφίμων: Μια εδαφική προσέγγιση της ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών* (σελ. 17-34). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση
- Babic, D. (2009). Experiences and (hidden) values of Ecomuseums. *Ethological Researches* 14, pp. 237-252.
- Belletti, G. και Marescotti, A. (2013). Τυπικά αγροδιατροφικά προϊόντα, τοπικοί πόροι και αειφόρος αξιοποίηση. Στο: Ανθοπούλου, Θ., επιμ., *Περί εντοπιότητας και ιδιοτυπίας των τροφίμων: Μια εδαφική προσέγγιση της ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών* (σελ. 121-141). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση
- Bigell, W. (2012). Ecomuseum and the new commons. In: S. Lira, R. Amoêda, C. Pinheiro, P. Davis, M. Stefano and G. Corsane (eds.). *Ecomuseums 2012: Proceedings of the 1st International Conference on Ecomuseums, Community Museums and Living Communities*. Green Lines Institute for sustainable development, pp. 19-28.
- Calame, P. (2012). *Sauvons la democratie*. Paris: Edition Charles Leopold Mayer
- Γούσιος, Δ. (2013). Η εδαφική προσέγγιση της ανάπτυξης της υπαίθρου. Στο: Ανθοπούλου, Θ., επιμ., *Περί εντοπιότητας και ιδιοτυπίας των τροφίμων: Μια εδαφική προσέγγιση της ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών* (σελ. 72-105). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση
- Corsane, G., Davis, P., Elliott, S., Maggi, M., Murtas, D. and Rogers, S. (2007), Ecomuseum performance in Piemonte and Liguria, Italy: the significance of capital. *International Journal of Heritage Studies* 13(3), pp. 224–239.
- Davis, P. (2011). *Ecomuseums: a Sense of Place*, 2nd ed. New York: Continuum
- Davis, P. (2009). Ecomuseums and the representation of place. *Rivista Geografica Italiana* 116, pp. 483-503.
- de Varine, H. (1996). Ecomuseum or community museum ? 25 years of applied research in museology and development, *Nordisk museology* 2, pp. 21-26
- de Varine, H. (1976). Le musée moderne: conditions et problèmes d'une rénovation [The modern museum: conditions and problems of renewal]. In: *Museum* 28(3), pp. 126-139.
- ΕΣΑΟΚ (2019) Εθνική Στρατηγική Ανάπτυξης Ορεινών Κοινοτήτων του Τροόδου, Εργαστήριο Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
- Ευρωπαϊκή Σύμβαση για το Τοπίο (ELC, 2000), Ν. 3827/2010
http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/greece/gre_law3827_10_eurlandscapecon_v_greorof
- Heritage Saskatchewan (2016). *Newly-forming ecomuseums development framework*, Saskatchewan Ecomuseums Initiative (SEI) Steering Committee Retrieved from:
[https://heritagesask.ca/pub/documents/Ecomuseums/Ecomuseums%20-Dev'%20Framework%20\(05%202016\).pdf](https://heritagesask.ca/pub/documents/Ecomuseums/Ecomuseums%20-Dev'%20Framework%20(05%202016).pdf)

- Heron, P. (1991). Ecomuseums – a new museology? *Alberta Museums Review* 17(2), pp. 8–11.
- Hess, C. (2008). *Mapping the new commons*. Syracuse: Syracuse University
<http://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1023andcontext=sul>.
- Joffre, P. and Koenig, G., 1992, *Gestion Stratégique. L'entreprise, ses partenaires adversaires et leur univers*. Paris: Litec.
- Karp, I., Kreamer, C. and Lavine, S. (1992). *Museum and Communities: The politics of public culture*. Washington: Smithsonian Institution.
- Κορρές, Γ.Μ. και Τσομπάνογλου, Γ.Ο. (2007) Σύγχρονες προσεγγίσεις και προοπτικές της κοινωνικής πολιτικής: μια διασυγκριτική ανάλυση. Στο Γ. Τσομπάνογλου (επιμ.). *Κοινωνική Ανάπτυξη και Κοινωνική Συνοχή Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις*. Αθήνα: εκδ. Παπαζήση, σελ. 213-254
- Maggi, M. (2002). *Ecomuseums: European Guide*, Torino: Allemandi
- Massey, S. (2014). *We Need to Talk: Living Heritage, Ecomuseums and Community Development*. Heritage Saskatchewan Research
<https://heritagesask.ca/pub/documents/living-heritage/Part%20One%20-%20Ecomuseums.pdf>
- Muchnik, J. και Ανθοπούλου, Θ. (2013). Τοπικοποιημένα αγροδιατροφικά συστήματα (SYAL): Αντικείμενο, πεδίο εφαρμογής και πολιτικής έρευνας και ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών. Στο: Ανθοπούλου, Θ., (επιμ.) *Περί εντοπιότητας και ιδιοτυπίας των τροφίμων: Μια εδαφική προσέγγιση της ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών* (σελ. 35-53), Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση
- Ostrom, E. (2002). *Η διαχείριση των κοινών πόρων*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη
- Παυλής, Ε. (2012). *Προς μια Γεωγραφική Προσέγγιση της Χωρικής Συνείδησης και Εφαρμογή στο Τοπίο: Η Περίπτωση της Ελληνικής Υπαίθρου*. Διδακτορική Διατριβή, Τμήμα Γεωγραφίας, Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- Raffestin, C. (1986). Territorialite: *Concept ou Paradigme de la geographie sociale?* *Geographica Helvetica* 2, pp. 91-96.
- Pecqueur, B. (2013). Territorial development. A new approach to development processes for the economies of the developing countries, *Interthesis* 10(2), pp. 8-32.
- Pavlis, E. (2017). North Aegean islands as 'ecomuseums': the case of Lesbos Island, *Island Studies Journal* 12(1), p.135-45.
- Pérez, R. (2010). Sur la contingence des modes de gouvernance de l'action collective entendue dans ses complexités: Elinor Ostrom. *Interlettre MCX-APC*, n° 53, Juillet
- Relph, E. (1976) *Place and placelessness*. London: Pion.
- Terkenli, T. S. and Pavlis, E. (2012). Landscape conscience: awareness raising, training and education. In: Papayannis, T. and Howard, P. (eds.) *Reclaiming the Greek Landscape* (pp. 245-254). Athens: Med-INA
- Torre, A., Aznar, O., Bonin, M., Caron, A., Chia, E., Galman, M., Guérin, M., Jeanneaux, P., Kirat, T., Paoli, J.-C., Salazar, M.I., Thion, P. (2006). Conflits et tensions autour des usages de l'espace dans les territoires ruraux et périurbains. Le cas de six zones géographiques françaises (Conflicts and tensions over the use of space in rural and peri-urban landscapes:

- the case of six French geographical regions). *Revue d'Économie Régionale and Urbaine* 3, pp. 411-450
- Τσομπάνογλου Γ. (2007). *Κοινωνική Ανάπτυξη και Κοινοτική Συνοχή Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις*. Αθήνα: εκδ. Παπαζήση,
 - Tuan, Y.F. (1977). *Space and Place: The Perspective of Experience*. London: Edward Arnold.
 - Zapletal, M. (2012). Ecomuseum as a tool for preservation of traditional ecological knowledge and practices for sustainable development of landscape. Στο Lira, S., Amoeda, R., Pinheiro, C., Davis, P., Stefano, M., Corsane, G. (Eds.) *Ecomuseum 2012. Proceedings of the 1st International Conference on Ecomuseums, Community Museums and Living Communities* (pp. 403-413). Green Lines Institute for Sustainable Development. Portugal: Barcelos
 - Zizek, S. (2009). *First As Tragedy, Then As Farce*. London: Verso.
 - Vandecandelaere, E., Arfini, F., Belletti, G., Marescotti, A. (eds.). (2009). *Linking people, places and products. A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications*. Rome: FAO-SINERGI, Retrieved from <http://www.fao.org/docrep/013/i1760e/i1760e.pdf>