



ΤΜΗΜΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΠΜΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, ΝΕΟΛΑΙΑΣ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Διπλωματική εργασία

«Ευρωπαϊκή πολιτική στον πολιτισμό και place branding. Η αξιοποίηση της μεσογειακής διατροφής από την Περιφέρεια Κρήτης στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού δικτύου “MD.Net”»

Φοιτήτρια: **Μαριάννα Π. Χούτου** (myr21018)

Α' Επιβλέπουσα: Σοφία Μπουτσιούκη

Β' Επιβλέπων: Δημήτριος Σκιαδάς

Υπεύθυνος Σπουδών: Αριστέιδης Μπιτζένης

Θεσσαλονίκη, 2023

Μαριάννα Π. Χούτου: «Ευρωπαϊκή πολιτική στον πολιτισμό και *place branding*. Η αξιοποίηση της μεσογειακής διατροφής από την Περιφέρεια Κρήτης στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού δικτύου “MD.Net”»

Δηλώνω υπευθύνως ότι όλα τα στοιχεία σε αυτήν την εργασία τα απέκτησα, τα επεξεργάστηκα και τα παρουσιάζω σύμφωνα με τους κανόνες και τις αρχές της ακαδημαϊκής δεοντολογίας, καθώς και τους νόμους που διέπουν την έρευνα και την πνευματική ιδιοκτησία. Δηλώνω επίσης υπευθύνως ότι, όπως απαιτείται από αυτούς τους κανόνες, αναφέρομαι και παραπέμπω στις πηγές όλων των στοιχείων που χρησιμοποιώ και τα οποία δεν συνιστούν πρωτότυπη δημιουργία μου.

Ευχαριστίες

Η συγγραφή της διπλωματικής αυτής εργασίας πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο μεταπτυχιακών σπουδών του προγράμματος «Ευρωπαϊκές Πολιτικές Νεολαίας, Επιχειρηματικότητας, Εκπαίδευσης και Πολιτισμού» του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Ευχαριστώ θερμά την επιβλέπουσα, κα. Μπουτσιούκη για την αγαστή συνεργασία. Η επίβλεψη και οι παρατηρήσεις, πάντα ουσιαστικές, ήταν μείζονος σημασίας για εμένα σε όλη την διάρκεια της ακαδημαϊκής μας σύμπλευσης. Ευχαριστώ επίσης, τον κ. Σκιαδά για την καθοδήγηση και τον κ. Μπιτζένη, για την πρόσβαση στην πολύτιμη αυτή σπουδή και γνώση. Καθοριστική ήταν επίσης η συνδρομή όλων των συνεντευξιαζόμενων τους οποίους ευχαριστώ θερμά. Δεν μπορώ να παραλείψω τις ευχαριστίες στην Κρυσταλένια και την Χριστίνα, για την συμπαράσταση στη διαδρομή μου αυτή.

Τέλος, ένα θερμό ευχαριστώ στην οικογένειά μου· στον αγαπημένο μου σύζυγο, Δημήτρη, και τα λατρεμένα μου παιδιά, Ευφροσύνη, Στέφανο και Σοφία, για την υπομονή που έδειχναν κάθε φορά που στερούνταν σύζυγο και μητέρα καθώς και για τη στήριξη που μου παρείχαν.

Περίληψη

Η διπλωματική αυτή εργασία προσεγγίζει ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα, που μορφοποιείται σε δίκτυο και την επίδραση που αυτό έχει στην ισχυροποίηση μιας ταυτότητας τόπου. Η έννοια της ταυτότητας τόπου (place branding) κοινώς αποτελεί μια ολιστική προσέγγιση της διαχείρισης ενός τόπου με σκοπό την αναδιαμόρφωση και την προβολή του στη βάση διακριτών χαρακτηριστικών και πλεονεκτημάτων του. Συγκεκριμένα, εξετάζεται πώς το δίκτυο αυτό αξιοποιείται από την τοπική αυτοδιοίκηση και συγκεκριμένα της Περιφέρειας Κρήτης. Στόχος της εργασίας είναι να καταδειχθεί πώς αξιοποιείται ένα τέτοιο ευρωπαϊκό πρόγραμμα, τι στόχους αρχικά θέτει ο φορέας υλοποίησής του και τι εν τέλει επιτυγχάνει. Παράλληλα ερευνάται η έννοια της ταυτότητας τόπου (place branding) στον πολιτισμό δηλαδή η ταυτότητα που μπορεί να προσλάβει ή και να ισχυροποιήσει ένας τόπος μέσα από πολιτικές και δράσεις, που φέρουν συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά. Εξετάζεται πώς η γαστρονομία ενός τόπου με παραγόμενα τοπικά προϊόντα, προσδίδει στην περιοχή αυτή μια τέτοια ‘ταυτότητα τόπου’. Δηλαδή κατά πόσο και με ποιο τρόπο εδραιώνεται στην συνείδηση του κοινού ως τέτοιος. Τέλος, πραγματοποιείται μια σύνδεση μεταξύ του δικτύου και της τοπικής ανάπτυξης που επιτυγχάνεται στην περιοχή ενώ προτείνονται δράσεις και μέτρα άμεσα σχετιζόμενα με την οικονομική και πολιτιστική διάνθιση του τόπου σχέση πάντοτε με την επιδιωκόμενη ταυτότητα.

Λέξεις Κλειδιά: Πολιτισμός, Ευρώπη, ευρωπαϊκά προγράμματα, δίκτυο md.net, ταυτότητα τόπου, Περιφέρεια Κρήτης

Abstract

This dissertation approaches a European program which forms itself into a network and its impact on the brandname of a place (*place branding*). The concept of *place branding* is commonly a holistic approach to the management of a place with the aim of remodeling and promoting it on the basis of its distinct characteristics and advantages. Specifically, it is examined how this network is utilized by the local government and specifically the Region of Crete. The aim of the work is to demonstrate how such a European program is utilized, what the goals are initially set by the implementing body and what it ultimately achieves. At the same time, the concept of identity (*branding*) in culture is investigated. The identity that a place can acquire or even strengthen through policies and actions, which have specific quality characteristics. It is considered that the gastronomy of a place with locally produced products, gives this area such a 'place identity'. That is, to what extent and in what way it is established in the consciousness of the public as such. Finally, a connection is made between the network and the local development achieved in the area while actions and measures are proposed that are directly related to the economic and cultural development of the place, always related to the desired identity.

Keywords: Culture, Europe, European programs, md.net network, *place branding*, Region of Crete

Περιεχόμενα

Περίληψη.....σελ. 4

Abstract σελ. 5

Εισαγωγήσελ. 11

Κεφάλαιο 1^ο: *Η πολιτική για τον πολιτισμό σε υπερεθνικούς οργανισμούς*

1.1. Unesco και θεσμικό πλαίσιο για την άυλη πολιτιστική κληρονομιά.....σελ.13

1.1.1. Η Μεσογειακή Διατροφή στον Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς.....σελ. 19

1.2. Η ευρωπαϊκή πολιτική για τον πολιτισμό σελ. 22

1.2.1. Ο πολιτισμός σε θεσμικά κείμενα της Ε.Ε. σελ.25

1.2.2. Τα όργανα της Ένωσης για τον πολιτισμό σελ. 29

1.2.3. Προγράμματα για τον Πολιτισμόσελ.30

1.2.4. Πρωτοβουλίες για τον Πολιτισμόσελ. 31

1.3. Το branding στον Πολιτισμόσελ. 34

1.3.1. Το branding τύπου μέσα από τον Πολιτισμόσελ. 36

Κεφάλαιο 2^ο: *Η Πολιτιστική Κληρονομιά της Κρήτης και Δράσεις*

2.1. Πολιτιστική Πολιτική και Ο.Τ.Α. σελ. 41

2.2. Η Περιφέρεια Κρήτης σελ. 44

2.2.1 Μια ανάλυση SWOT για την Περιφέρεια Κρήτης σελ. 45

2.2.2 Η Υλική Πολιτιστική Κληρονομιά της Κρήτης σελ. 49

2.2.3. Η Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της Κρήτης σελ. 51

2.2.4. Δράσεις της Περιφέρειας Κρήτης σχετικά με την προστασία και ανάδειξη της πολιτιστικής της κληρονομιάς σελ 56

2.2.5. Δράσεις για την Μεσογειακή Διατροφή σελ 57

2.2.6. Δράσεις για «Τα άγρια βρώσιμα χόρτα της Κρήτης – Εθνοβοτανικές Πρακτικές»σελ. 60

Κεφάλαιο 3^ο: Το ευρωπαϊκό δίκτυο “MD.net”

- 3.1. Το ευρωπαϊκό πρόγραμμα Interreg Europeσελ. 62
- 3.2. Το ευρωπαϊκό δίκτυο “MD.net”..... σελ. 65
- 3.3. Περιφέρεια Κρήτης και MD.net: επικοινωνιακή πολιτική και εξωστρέφεια.....σελ. 73

Κεφάλαιο 4^ο: Διερεύνηση των προοπτικών τοπικής ανάπτυξης μέσα από το “MD.net”

- 4.1 Μεθοδολογία Έρευνας σελ. 79
- 4.2 Βήματα διενέργειας ποιοτικής έρευνας σελ.80
- 4.2.1. Καθορισμός αντιληπτικού περιγράμματος σελ. 80
- 4.2.2. Σύνταξη ερευνητικής ερώτησης σελ. 80
- 4.2.3. Καθορισμός του δείγματος σελ.81
- 4.2.4. Συλλογή δεδομένων σελ. 83
- 4.2.5. Ανάλυση δεδομένων και παράθεση ευρημάτων σελ. 83
- 4.2.6. Ευρήματα της έρευνας και ανάλυση σελ. 86
- 4.3. Σύνοψη κεφαλαίου σελ. 89

Κεφάλαιο 5^ο: Συμπεράσματα και προτάσεις

- 5.1. Συμπεράσματα, Προτάσεις και Προοπτικές σελ. 91

Βιβλιογραφία σελ. 99

Παράρτημα σελ. 107

Ευρετήριο εικόνων/σχημάτων/πινάκων

Εικόνα 1-1. Η πυραμίδα της Μεσογειακής Διατροφής

Εικόνα 1-2. Οι διαστάσεις του Branding

Εικόνα 1-3. «Η διαδικασία του Branding τόπου»

Εικόνα 2-1. Η Κρήτη

Σχήμα 2-2. Πίνακας SWOT analysis

Πίνακας 2-3. Συνοπτική ανάλυση SWOT στην Κρήτη

Πίνακας 2-4. Αρχαιολογικοί χώροι ανά Περιφερειακή Ενότητα

Πίνακας 2-5. Μουσεία ανά Περιφερειακή Ενότητα

Εικόνα 2-6. Ελιά Βουβών Κισσάμου

Εικόνα 2-7. *Reichardia picroides*: διασπορά σπερμάτων

Εικόνα 2-8. Κατανομή δράσεων και προϋπολογισμού

Εικόνα 2-9. Σήμα "κρήτη"

Εικόνα 2-10. Σήμα "κρητική κουζίνα"

Εικόνα 2-11. Σήμα "επισκέψιμα οινοποιεία"

Εικόνα 2-12. Έκθεση "Τσιτσιριστά" Μάιος 2014

Σχήμα 3-1. Ευρωπαϊκή Εδαφική Συνεργασία

Εικόνα 3-2. Λογότυπο MD.net

Πίνακας 3-3. Εταίροι του δικτύου md.net

Πίνακας 3-4. Χρηματοδοτική περίοδος 01/02/2018-31/01/2022 για την Περιφέρεια Κρήτης

Σχήμα 3-5. Στόχοι δικτύου MD.net

Εικόνα 3-6. Σήμα των συμμετεχόντων στο δίκτυο “MD.net”

Εικόνα 3-7. Η Κρήτη στην Ευρωπαϊκή Εβδομάδα Περιφερειών

Εικόνα 3-8. Εξώφυλλο παιδικού βιβλίου με τίτλο «Το παλιό τετράδιο της γιαγιάς»

Μαριάννα Π. Χούτου: «Ευρωπαϊκή πολιτική στον πολιτισμό και *place branding*. Η αξιοποίηση της μεσογειακής διατροφής από την Περιφέρεια Κρήτης στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού δικτύου “MD.Net”»

Πίνακας 4-1. Ερωτώμενοι/συμμετέχοντες στην πρωτογενή έρευνα και ιδιότητες

Συντομογραφίες-ακρωνύμια

ΑΠΚ:	Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά
Β.Δ.:	Βασιλικό Διάταγμα
Ε.Ε.:	Ευρωπαϊκή Ένωση
Ε.Ο.Κ.:	Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα
ΜΔ:	Μεσογειακή Διατροφή
Μ.Μ.Ε.:	Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας
Μ.Μ.Ε.:	Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις
Ν.:	Νόμος
Ν.Δ.:	Νομοθετικό Διάταγμα
ν.π.:	νομικό πρόσωπο
Ο.Τ.Α.:	Οργανισμός Τοπικής Αυτοδιοίκησης
Π.Δ.:	Προεδρικό Διάταγμα
ΥΠΠΟΑ:	Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού
Φ.Ε.Κ.:	Φύλλο της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο πολιτισμός, για πολλά χρόνια, δεν ήταν ενταγμένος στις σαφείς προτεραιότητες της Ευρώπης. Το πραγματοποίησε όμως μετέπειτα μέσα από ένα θεσμικό πλαίσιο δομημένο κατάλληλα. Μάλιστα, το έπραξε με τέτοιο τρόπο που σε καιρούς «πολιτιστικής πενίας», που η βιωσιμότητα πολιτιστικών οργανισμών και φορέων πολιτισμού ήταν αμφίβολη, η Ευρώπη αποτέλεσε αρωγό ενισχύοντας αυτούς σημαντικά. Η ενίσχυση λοιπόν αυτή, συνιστά ένα πεδίο επένδυσης για την Ευρώπη του σήμερα, που έχει επαναπροσδιορίσει την πολιτιστική πολιτική της σε σχέση με το παρελθόν. Η Ευρώπη σήμερα πλέον, επιδιώκει για τα κράτη μέλη της ένα ευρωπαϊκό ιδεώδες, μια ευρωπαϊκή ολότητα με κοινωνική συνοχή, συμπεριληπτικότητα, χωρίς αποκλεισμούς. Για το λόγο αυτό, αποδέχεται άνευ όρων και προάγει την πολιτιστική πολυμορφία των εταίρων της.

Το παρόν πόνημα αποτελεί μια ad hoc περίπτωση αξιοποίησης ενός ευρωπαϊκού χρηματοδοτικού προγράμματος από έναν φορέα πολιτισμού. Ο φορέας πολιτισμού εν προκειμένω είναι η τοπική αυτοδιοίκηση που δρα και ενεργεί στο πλαίσιο διοικητικής αποκέντρωσης και εκχώρησης αρμοδιοτήτων από την κεντρική διοίκηση. Επιλέγει πως θα αξιοποιήσει το πρόγραμμα και θέτει στόχους προς επίτευξη. Επιδιώκει τοπική ανάπτυξη, πολιτιστική και οικονομική διάνθιση και όλα αυτά υπό το πρίσμα μιας ταυτότητας που μπορεί να αποκτήσει ο τόπος, που φέρει συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά.

Η εργασία δομείται σε πέντε επιμέρους κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο παρατίθεται η δράση της Unesco καθώς και το θεσμικό πλαίσιο για την άυλη πολιτιστική κληρονομιά ενώ αναλύονται έννοιες όπως η Μεσογειακή Διατροφή και το place branding. Στη συνέχεια παρατίθεται η πορεία που έχει διαγράψει η Ευρώπη στα ζητήματα του πολιτισμού από το παρελθόν μέχρι σήμερα και η προοπτική για το μέλλον.

Το δεύτερο κεφάλαιο επικεντρώνει στην πολιτιστική δράση της Περιφέρειας Κρήτης, που αποτελεί τον φορέα υλοποίησης του προγράμματος στο πλαίσιο άσκησης περιφερειακής πολιτιστικής πολιτικής. Παράλληλα, γίνεται μια ανάλυση swot στην Περιφέρεια Κρήτης, για την αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης.

Στο τρίτο κεφάλαιο αποτυπώνεται το ευρωπαϊκό πρόγραμμα Interreg Europe, και ειδικότερα το δίκτυο md.net, που αποτελεί και βασικό αντικείμενο μελέτης στην παρούσα συγγραφή. Ακολουθεί η στοχοθεσία της Περιφέρειας Κρήτης, όπως αυτή υλοποιείται μέσα από την επικοινωνιακή πολιτική της.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, αποτυπώνεται η συμβολή του δικτύου στην τοπική ανάπτυξη και ο βαθμός συμβολής του στην απόκτηση ταυτότητας τόπου μέσα από πρωτογενή έρευνα. Αποτυπώνεται η μεθοδολογία της πρωτογενούς έρευνας, ο καθορισμός του δείγματος και αναλύονται τα δεδομένα και παρατίθενται τα ευρήματα αυτής. Τέλος, γίνεται μια σύνοψη της έρευνας.

Το πέμπτο κεφάλαιο ενσωματώνει συμπεράσματα και προτάσεις για περιοχές της Ελλάδας που μπορούν ομοίως να δραστηριοποιηθούν προς την κατεύθυνση της πολιτιστικής τους διάντισης. Συγκεκριμένα, οι προτάσεις αφορούν περιοχές που ενδιαφέρονται για την ενίσχυση μια γαστρονομικής ταυτότητας τόπου μέσα από τοπικά παραγόμενα προϊόντα.

Η μεθοδολογική προσέγγιση που ακολουθήθηκε, πέραν της ποιοτικής έρευνας που ανωτέρω αναφέρθηκε, συνίσταται επιπλέον σε ανάλυση και παρουσίαση δευτερογενών δεδομένων δηλαδή σε βιβλιογραφική ανασκόπηση, με σκοπό την διατύπωση των ερευνητικών ερωτημάτων. Εν κατακλείδι, θα έλεγε κανείς ότι η εργασία αποτυπώνει το αξιόλογο εγχείρημα ενός φορέα τοπικής αυτοδιοίκησης να υλοποιήσει ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα σε ένα γεωγραφικό πλαίσιο, που διαθέτει πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και σύγχρονη πολιτιστική δράση.

Κεφάλαιο 1^ο: Η πολιτική για τον πολιτισμό σε υπερεθνικούς οργανισμούς

Το παρόν κεφάλαιο αποτελεί μια προσέγγιση και αποτύπωση της θεσμικής αντιμετώπισης του πολιτισμού. Γίνεται αναφορά στην αντιμετώπιση και διαχείριση του πολιτισμού από διεθνείς οργανισμούς και φορείς με σκοπό την ανάδειξη και προστασία του. Επίσης, αποτυπώνονται πρωτοβουλίες και δράσεις δυνάμει των οποίων ο πολιτισμός ετέθη στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος για την επίτευξη κοινωνικής συνοχής και την πραγμάτωση του ευρωπαϊκού ιδεώδους, μιας Ευρώπης ενωτικής και δυνατής. Ακολούθως, παρατίθεται η ιδέα της ταυτότητας τόπου και πώς αυτή επιτυγχάνεται.

1.1. Unesco και θεσμικό πλαίσιο για την ύλη πολιτιστική κληρονομιά

Οι σαρωτικές αλλαγές που ακολούθησαν το πέρας του Β' Παγκοσμίου Πολέμου στο σύνολο των δυτικών τουλάχιστον κοινωνιών, σηματοδότησαν και την μεταστροφή της θεώρησης της έννοιας του πολιτισμού, που έγινε πλέον αντιληπτός ως κοινωνικό δικαίωμα ολόκληρης της ανθρωπότητας (Κόνσολα, 2006, σ. 20). Η αυθύπαρκτη αξία του πολιτισμού ενσωματώθηκε στα ιδρυτικά κείμενα της UNESCO (1946), στην Διακήρυξη των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου (1948, άρθρο 22) και στις συμβάσεις και στα προγράμματα του Συμβουλίου της Ευρώπης (Κόνσολα, 2006, σ. 20-21)¹. Ειδικότερα, μέσα από τις δράσεις της UNESCO, του παγκόσμιου διακυβερνητικού οργανισμού που λειτουργεί στα πλαίσια του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (Βασιλειάδης, Μπουτσιούκη, 2015, σ. 64), η έννοια του πολιτισμού διευρύνθηκε τόσο ώστε να περιλαμβάνει κάθε εκδήλωση της ανθρώπινης δραστηριότητας (Hawkes, 2001, σ. 3). Ο πολιτισμός ορίζει και οριοθετεί την υλική, πνευματική και ηθική υπόσταση του ανθρώπου ως κοινωνικού όντος, και μεταβάλλεται σε μία αέναη διαδικασία αλληλεπίδρασης.

¹ Η Οικουμενική Διακήρυξη των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου υιοθετήθηκε από τη Γενική Συνέλευση των Ηνωμένων Εθνών στις 10 Δεκεμβρίου του 1948, διαθέσιμη μεταξύ άλλων στο <https://www.amnesty.gr/universal-declaration-of-human-rights>, (4/1/2022). Πληροφορίες για τις πολιτιστικές δράσεις του Συμβουλίου της Ευρώπης στο <https://www.coe.int/el/web/about-us/achievements> (4/1/2022)

Η υιοθέτηση των συμβάσεων προστασίας και διαφύλαξης της πολιτιστικής κληρονομιάς αποτυπώνουν ευκρινώς την εξέλιξη στο εννοιολογικό περιεχόμενο του πολιτισμού. Καταρχήν, το 1972 η UNESCO προέκρινε την ανάγκη προστασίας και διαχείρισης όχι μόνο του δομημένου περιβάλλοντος αλλά γενικότερα της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς (UNESCO, 1972). Ο Οργανισμός επεδίωξε με τη σχετική σύμβαση, που έγινε δεκτή με ενθουσιασμό από τα συμβαλλόμενα μέλη (Βασιλειάδης, Μπουτσιούκη, 2015, σ. 69), όχι μόνο τη συντήρηση των υλικών μνημείων αλλά την διαχρονική παρουσία τους (Stegmeijer et al, 2017, σ. 115), δεδομένης της οικουμενικής τους αξίας. Η UNESCO αντιμετώπισε την πολιτιστική κληρονομιά ως κληροδότημα που αξίζει να διαφυλαχθεί για τις επόμενες γενιές. Προς τούτο, θεσπίστηκε αυστηρά οριοθετημένη διαδικασία και συγκεκριμένα κριτήρια· τα κράτη μέλη που ενδιαφέρονται να εντάξουν μνημεία της επικράτειάς τους στον **Κατάλογο Παγκόσμιας Κληρονομιάς (World Heritage List)**, καταθέτουν τον σχετικό φάκελο υποψηφιότητας και στη συνέχεια, η ειδικά συγκροτημένη για τον σκοπό αυτό, Επιτροπή για την Παγκόσμια Κληρονομιά προβαίνει στην αντίστοιχη αξιολόγηση. Η Επιτροπή, που διαθέτει την ανάλογη επιστημονική τεχνογνωσία, καταλήγει στην απόφασή της, λαμβάνοντας πάντα και πρώτα υπόψη την αυθεντικότητα και ακεραιότητα του υπό ένταξη μνημείου (Βασιλειάδης, Μπουτσιούκη, 2015, σ. 69).

Η εγγραφή ενός μνημείου στον ανωτέρω κατάλογο παράγει σημαντικό κοινωνικό και οικονομικό αποτύπωμα. Η πολιτιστική αξία που αναγνωρίζεται διά της προαναφερθείσας διαδικασίας, ενισχύει και διαφοροποιεί την ταυτότητα του τόπου που εγγράφεται. Η σχέση αυτή συμβάλει στη δημιουργία μίας εικόνας αξιοπιστίας και διαφορετικότητας, μετασχηματίζεται σε ένα «εθνικό σήμα» (Nation Branding) που εν πολλοίς καθορίζει τον ανταγωνισμό μεταξύ των κρατών, (Βασιλειάδης, Μπουτσιούκη 2015, σ. 147). Η πολιτιστική κληρονομιά συνδέεται στενά με την οικονομική δραστηριότητα (Βασιλειάδης, Μπουτσιούκη, 2015, σ. 129) και λειτουργεί ευεργετικά για την αναπτυξιακή διαδικασία γενικότερα και την τουριστική δυναμική ειδικότερα (Αυγερινού-Κολώνια & Τουφεγγοπούλου, 2014, σ. 1,2).

Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης, της πληροφορίας, της αύξησης του εισοδήματος και του ελεύθερου χρόνου, η πολιτιστική κληρονομιά πρωταγωνιστεί στην επιλογή του τουριστικού προορισμού (European Parliament, 2017) και θεωρείται ικανή να προσφέρει αυθεντικές εμπειρίες στους επισκέπτες (Πούλιος, Τουλούπα, 2015,

σ. 104). Όταν η διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελεί τμήμα μιας στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης, εξασφαλίζει τους απαραίτητους πόρους για την βιωσιμότητα των μνημείων και συντελεί στην χειραφέτηση των τοπικών κοινωνιών. Από την άλλη όμως, ο αντίκτυπος της προβολής των μνημείων της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς δεν είναι μόνο επωφελής. Αντίθετα, ασκείται ολοένα και αυξανόμενη κριτική που αφορά τόσο στην εμπορευματοποίηση και υπερεκμετάλλευση των μνημείων (Cocossis, 2017, σ. 145) πέραν της φέρουσας ικανότητάς τους, όσο και στην απώλεια της αυθεντικότητας και της ζωντανής σχέσης τους με τις τοπικές κοινότητες, της ταυτότητας των οποίων αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της (Pedersen, 2002, σ. 33).

Λίγο μετά τα τραγικά γεγονότα του Σεπτεμβρίου 2001, η UNESCO ενάντια στο κλίμα διχασμού της παγκόσμιας κοινότητας, υιοθέτησε την *Οικουμενική Διακήρυξη για την Πολιτιστική Πολυμορφία*. Τα κράτη, πάλι αντιμέτωπα με μία καταστροφή, ανέδειξαν την πολιτιστική πολυμορφία στο ίδιο επίπεδο αξίας της πολιτιστικής κληρονομιάς, απαραίτητη για την ανθρωπότητα όσο και η βιοποικιλότητα, την αναγνώρισαν ως παράγοντα ανάπτυξης και προέταξαν την προάσπισή της, μέσα από συμπεριληπτικές πολιτικές που στηρίζονται στα ανθρώπινα δικαιώματα και στους δημοκρατικούς θεσμούς². Πρόκειται για την επιδίωξη μίας οικουμενικής πολιτικής των πολιτισμών που αντιτάσσεται στη λογική της σύγκρουσης, του φανατισμού και του φονταμεταλισμού (Βενιζέλος, 2002, σ. 17). Η περαιτέρω ενθάρρυνση του διαπολιτισμικού διαλόγου και η ενίσχυση των διακρατικών συνεργασιών συμπεριλήφθηκαν στη στοχοθεσία της Σύμβασης για την προώθηση και προστασία των πολιτιστικών εκφράσεων το 2005 (Unesco, 2005).

Η προαναφερθείσα εξέλιξη στη θεώρηση του πολιτισμού αλλά και η επιτυχία του καταλόγου των Μνημείων της Παγκόσμιας Κληρονομιάς οδήγησαν την UNESCO το 2003 στη διεύρυνση του περιεχομένου της πολιτιστικής κληρονομιάς. Ο διαπολιτισμικός διάλογος είχε ξεκινήσει με τις προσπάθειες των ανθρωπολόγων του 20^{ου} αιώνα να διασώσουν τις παραδόσεις των αποικιοκρατούμενων πολιτισμών και κατέληξε στην απόφαση του Οργανισμού να επικεντρωθεί στη διαφύλαξη και μετάδοση παραδοσιακών μορφών τέχνης, που κινδύνευαν να εκλείψουν (Αλιβιζάτου

² Το κείμενο είναι αναρτημένο στο http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/CLT/pdf/declaration_cultural_diversity_el.pdf, 21/1/2022

κ.α, 2015, σ. 56) Ως εκ τούτου, η Σύμβαση για τη διαφύλαξη της *Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς* (εφεξής ΑΠΚ) προέκυψε εν μέρει και ως απάντηση στην παγκοσμιοποίηση η οποία, ως μία άλλη μορφή της αποικιοκρατίας, επέβαλε τα πολιτιστικά στερεότυπα και συμπεριφορές των κυρίαρχων κοινωνιών και έθετε σε κίνδυνο την πλούσια ποικιλομορφία των ανθρώπινων πολιτισμών (Lenzerini, 2011, σ. 102,103). Η ποικιλομορφία των πολιτισμών αντικατοπτρίζει την ποικιλομορφία και διαφορετικότητα των ανθρώπων και αυτήν ακριβώς τη δυνατότητα ζωντανής έκφρασης προσπάθησε να διατηρήσει η Σύμβαση, μετατοπίζοντας το ενδιαφέρον από τα αντικείμενα στους ανθρώπους (Μελισσά, Γραμμαλίδης, 2017). Η νέα αντίληψη εστιάζει στον καθημερινό πολιτισμό των απλών ανθρώπων, που καθορίζει τη *συλλογική μνήμη και την ταυτότητα τους, την ατομική και συλλογική αυτογνωσία*³. Ως εκ τούτου, η ΑΠΚ ορίστηκε από τη Γενική Συνέλευση της UNESCO στο Παρίσι ως οι *πρακτικές, οι αναπαραστάσεις, οι εκφράσεις, η γνώση, οι δεξιότητες καθώς και τα εργαλεία, αντικείμενα, έργα τέχνης και οι πολιτιστικοί χώροι που συνδέονται με αυτά και που οι κοινότητες, ομάδες και, σε ορισμένες περιπτώσεις, τα άτομα αναγνωρίζουν ως μέρος* (Unesco, 2003).

Η βασική αρμοδιότητα της UNESCO στην περίπτωση της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς έγκειται στη *διαφύλαξη* των πολιτιστικών αγαθών, μέσω ενός παγκοσμίου προγράμματος συνεργειών (Baghli, 2015, σ. 15) εν αντιθέσει με την έννοια της προστασίας που προτάσσεται για τα υλικά τεκμήρια. Η αιτία της διαφοροποίησης πηγάζει από τη δυνατότητα οικονομικής εκμετάλλευσής τους, γεγονός που εγείρει ποικίλα νομικά ζητήματα. Για την αποφυγή τέτοιων ζητημάτων και μετά από μακροχρόνιες διαβουλεύσεις, αποφασίστηκε τελικά η ανάθεση της διαφύλαξής της στον Διεθνή Οργανισμό Πνευματικής Ιδιοκτησίας (WIPO) (Αλιβιζάτου κ.α, 2015, σ. 56). Καταρχήν, η Σύμβαση προβλέπει τη δημιουργία δύο καταλόγων: ι) του Αντιπροσωπευτικού Καταλόγου ΑΠΚ και ιι) του Καταλόγου ΑΠΚ σε Κατάσταση Επείγουσας Διαφύλαξης. Αρμόδιο εποπτικό όργανο ορίστηκε η Διακυβερνητική Επιτροπή Διαφύλαξης της ΑΠΚ, η οποία επικουρείται από ειδικά διαπιστευμένους συμβούλους⁴. Παράλληλα, προωθείται η θεσμική και λειτουργική συνεργασία μεταξύ

³ Από την αρχική σελίδα ayla.culture.gr (4/1/2022)

⁴ Την σχετική πιστοποίηση από την ελληνική πλευρά έχουν λάβει τρεις ΜΚΟ, το Λύκειο Ελληνίδων, το Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς και το Πελοποννησιακό Λαογραφικό Ίδρυμα «Β. Παπαντωνίου», πληροφορία από το [Η Ελλάδα στη Σύμβαση | Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της Ελλάδας \(culture.gr\)](http://www.culture.gr) (4/1/2022)

των κρατών, ειδικά σε περιπτώσεις (όπως η Μεσογειακή Διατροφή για την οποία θα γίνει εκτενής αναφορά κατωτέρω) όπου υφίστανται κοινά πολιτισμικά χαρακτηριστικά μεταξύ των κρατών. Προς τούτο, παρέχεται και η δυνατότητα υποβολής κοινής αίτησης για την εγγραφή κάποιου πολιτιστικού αγαθού από περισσότερες χώρες (Βασιλειάδης, Μπουτσιούκη, 2015).

Τα κράτη μέλη αναλαμβάνουν την υποχρέωση καταγραφής των πολιτιστικών αγαθών σε εθνικούς καταλόγους απογραφής επικουρούμενα από τοπικούς φορείς, χωρίς να υφίσταται συγκεκριμένη μεθοδολογία (Αλιβιζάτου, κ.α., 2015, σ. 57). Η αναγνώριση του ρόλου των τοπικών κοινοτήτων ως πρωταγωνιστών στη διαφύλαξη και μετάδοση των παραδόσεων και του πολιτισμού τους είναι ουσιώδης όρος της Σύμβασης ΑΠΚ. Ως προς τούτο, η Σύμβαση φαίνεται πως στην περίπτωση της ΑΠΚ προτάσσει το μοντέλο διαχείρισης «ζώσας κληρονομιάς» ήτοι αυτής που δημιουργείται και να εξελίσσεται περαιτέρω στη βάση της συνέχειας της αρχικής σύνδεσης της κοινωνίας με την κληρονομιά (continuity). Η κληρονομιά και η κοινότητα που τη δημιουργεί και την εξελίσσει, συνιστούν ένα αδιαίρετο σύνολο (Πούλιος, 2015, σ. 46), και παράλληλα η διαχείριση της πρώτης είναι πρωτίστως ευθύνη της δεύτερης. Συνεπώς, μολονότι η Σύμβαση για την ΑΠΚ εκλήφθηκε αρχικά ως συμπληρωματική της Σύμβασης του 1972, εξ ορισμού διαφοροποιείται από αυτή.

- Καταρχήν, δεν απαιτεί την αντικειμενικά θεωρούμενη οικουμενική αξία των πολιτιστικών αγαθών· αντίθετα, βασικό συστατικό της Σύμβασης είναι η (υποκειμενική) αναγνώριση της αξίας τους από κοινότητες ή άτομα που τα εκλαμβάνουν ως τμήμα της κληρονομιάς τους και ως στοιχείο διαφοροποίησης και μοναδικότητας της ταυτότητάς τους (Lenzerini, 2011, σ. 102).
- Επιπρόσθετα, η ΑΠΚ είναι μία ζωντανή οντότητα, που διατηρεί την ικανότητα της συνεχούς προσαρμογής της σε εξάρτηση με την εξελικτική πορεία των δημιουργών και φορέων της. Προς τούτο, η κληρονομιά δεν προστατεύεται ως μνημειακό είδος αναλλοίωτο στον χρόνο, αλλά διαφυλάσσεται, υπό την έννοια της δημιουργίας κατάλληλων συνθηκών ελεύθερης ανάπτυξης και μετάδοσής της (Fotopoulou, 2017:151). Η ΑΠΚ είναι δυναμική και αυθεντική, καθώς αναδημιουργείται συνεχώς (Lenzerini, 2011, σ. 108,109)
- Η ΑΠΚ συνδέεται άμεσα με την ταυτότητα των δημιουργών και φορέων της, στους οποίους η Σύμβαση αναγνωρίζει πρωταρχικό ρόλο. Σκοπός της εγγραφής

κάποιας παράδοσης στους καταλόγους δεν είναι η απόδοση μεγαλύτερης αξίας σε συγκεκριμένες κοινότητες από άλλες, αλλά η παροχή εργαλείων στα κράτη προκειμένου να διασφαλιστεί η *ορατότητα* της συγκεκριμένης κληρονομιάς και να ληφθούν μέτρα για τη διαφύλαξή της (Lenzerini, 2011, σ. 109).

- Η ΑΠΚ διαφυλάσσεται υπό τους όρους της Σύμβασης μόνο εφόσον εκπορεύεται και συνάδει με τα θεμελιώδη *Ανθρώπινα Δικαιώματα*, όπως αυτά ορίζονται στις σχετικές Διεθνείς Συμβάσεις. Στην περίπτωση όμως που η πολυμορφία των πολιτισμών, όπως εκτέθηκε ανωτέρω, περιλαμβάνει πρακτικές που αντιβαίνουν τις βασικές ανθρώπινες αξίες, αυτές δεν μπορούν επ’ ουδενί να υπαχθούν στους όρους της σύμβασης (Lenzerini, 2011, σ. 114)

Όπως προκύπτει από τη σύντομη επισκόπηση των συγκεκριμένων θεσμικών κειμένων της UNESCO, σταδιακά έγινε αντιληπτό πως το εννοιολογικό περιεχόμενο του πολιτισμού αφενός περικλείει πολύ περισσότερα από τις τέχνες, αφετέρου δεν αποτελεί απλά ένα μέσο οποιασδήποτε αναπτυξιακής πολιτικής που τον αποτιμά με οικονομικούς όρους. Αντίθετα, ο πολιτισμός περικλείει τα πάντα: είναι το σύστημα αξιών που ορίζει και καθορίζεται από κάθε είδους ανθρώπινη συμπεριφορά και δραστηριότητα (Hawkes, 2001, σ. 4,8). Συνεπώς, η ανάγκη για βιωσιμότητα συνιστά πλέον αδιάσπαστο κομμάτι του σύγχρονου πολιτισμού και πρέπει να διασυνδέεται με την οικονομική ανάπτυξη, την κοινωνική δικαιοσύνη αλλά και την οικολογική υπευθυνότητα (Hawkes, 2001, σ. 11). Η ίδια η έννοια της ανάπτυξης αφορά την ολότητα της ανθρώπινης ύπαρξης και όχι μόνο την ευημερία των οικονομικών δεικτών (Λούβη, 2013). Αντιμέτωπη με αυτή την πρόκληση, η UNESCO το 2017 υιοθέτησε την «Ατζέντα 2030 για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη⁵», μία δέσμη δέκα επτά στόχων⁶, στην οποία για πρώτη φορά ο πολιτισμός, ως κληρονομιά, δημιουργικότητα και πολυμορφία, αναγνωρίζεται ως κινητήριο δύναμη για μια ανάπτυξη βιώσιμη ενώ ο Οργανισμός αναλαμβάνει ηγετικό ρόλο στον συντονισμό, παρακολούθηση και

⁵ Διαθέσιμο στο <https://www.un.org/development/desa/jpo/wp-content/uploads/sites/55/2017/02/2030-Agenda-for-Sustainable-Development-KCSD-Primer-new.pdf> (3/1/2022)

⁶ Οι 17 στόχοι είναι: 1. Μηδενική φτώχεια, 2. Μηδενική πείνα, 3. Καλή υγεία και ευημερία, 4. Ποιοτική εκπαίδευση, 5. Ισότητα των φύλων, 6. Καθαρό νερό και αποχέτευση, 7. Φθηνή και καθαρή ενέργεια, 8. Αξιοπρεπής εργασία και οικονομική ανάπτυξη, 9. Βιομηχανία, καινοτομία και υποδομές, 10. Λιγότερες ανισότητες, 11. Βιώσιμες πόλεις και κοινότητες, 12. Υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή, 13. Δράση για το κλίμα, 14. Ζωή στο νερό, 15. Ζωή στη στεριά, 16. Ειρήνη, δικαιοσύνη και ισχυροί θεσμοί και 17. Συνεργασία για τους στόχους

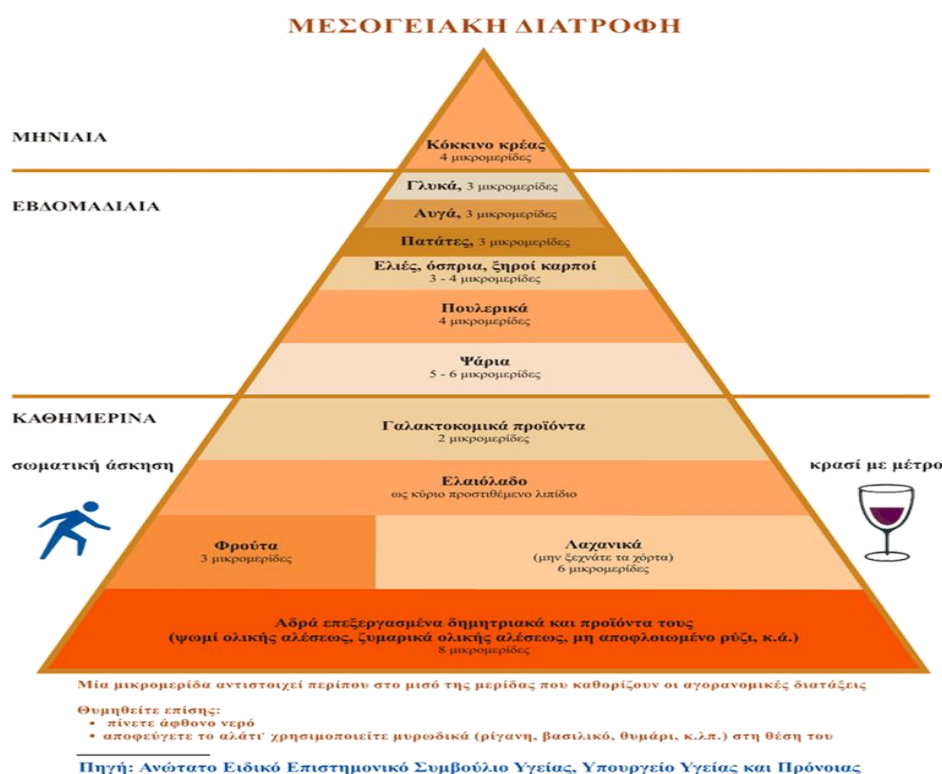
ενεργοποίηση των κρατών προκειμένου να διατηρηθεί η πολιτική δέσμευσή τους στην επίτευξη των στόχων.

Η προαγωγή του πολιτισμού, που ενδυναμώνει την ποιότητα ζωής, δεν διατρέχει γενικά και αόριστα ως αντίληψη τους στόχους, αλλά συνιστά ρητά εκφρασμένο τμήμα τους. Συγκεκριμένα, στον στόχο 4 «Ποιοτική εκπαίδευση» ορίζεται μεταξύ άλλων ότι «οι εκπαιδευόμενοι θα αποκτήσουν τη γνώση και θα καλλιεργήσουν τις δεξιότητες που χρειάζονται για να προάγουν τη βιώσιμη ανάπτυξη, μέσω, μεταξύ άλλων, της εκπαίδευσης για τη βιώσιμη ανάπτυξη και τον βιώσιμο τρόπο ζωής, τα ανθρώπινα δικαιώματα, την ισότητα των φύλων, της προαγωγής της κουλτούρας της ειρήνης και της μη-βίας, της ταυτότητας του παγκόσμιου πολίτη, καθώς και μέσω της αναγνώρισης της πολιτιστικής ποικιλομορφίας και της συμβολής του πολιτισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη». Στον στόχο 8 «Αξιοπρεπής εργασία και οικονομική ανάπτυξη» προκρίνεται ο «σχεδιασμός και εφαρμογή πολιτικών που προωθούν τον βιώσιμο τουρισμό, ο οποίος δημιουργεί θέσεις εργασίας και προάγει τους τοπικούς πολιτισμούς και προϊόντα». Ομοίως ο στόχος 11 «Βιώσιμες πόλεις και κοινότητες» προσβλέπει στην «ενίσχυση των προσπαθειών για την προστασία και τη διαφύλαξη της παγκόσμιας πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς».

1.1.1. Η Μεσογειακή Διατροφή στον Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς

Η διεύρυνση του εννοιολογικού περιεχομένου του πολιτισμού και η θεσμική κατοχύρωσή του μέσα από τα διεθνή fora και συμβάσεις συνιστά, όπως εκτέθηκε ανωτέρω, προϊόν μίας χρονοβόρας και συχνά συγκρουσιακής διαδικασίας μεταστροφής αντιλήψεων και συμπερίληψης απόψεων. Ομοίως, και ο προφορικός πολιτισμός που διαφυλάσσεται διά της σύμβασης της ΑΠΚ, σταδιακά εντάχθηκε σε ένα ολοκληρωμένο θεσμικό πλαίσιο πολιτιστικής διαχείρισης, που ξέφυγε από το καθαρό ακαδημαϊκό ενδιαφέρον και ενσωμάτωσε ποικίλες αλλά και νεότερες εκδηλώσεις του κοινωνικού γίνεσθαι (Αλιβιζάτου, κ.ά, 2015, σ. 55). Τμήμα της πολεμικής που δέχτηκε η προαναφερθείσα Σύμβαση αφορούσε στην εγγραφή στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο πολιτιστικών εκφράσεων που ανήκαν σε παλαιότερες ή περιθωριακές δραστηριότητες, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη σύγχρονες ή διαχρονικές εκφράσεις της ανθρώπινης κουλτούρας. Αυτή η κριτική κατέληξε σε αναθεώρηση των

Επιχειρησιακών Οδηγιών που μετέβαλαν τα κριτήρια επιλογής της κληρονομιάς και επέτρεψαν και την εγγραφή της Μεσογειακής Διατροφής (εικόνα 1-1) στον σχετικό Κατάλογο (Αλιβιζάτου κ.α, 2015, σ. 60).



Εικόνα 1-1. Η πυραμίδα της Μεσογειακής Διατροφής.

Πηγή [Μεσογειακή Διατροφή: Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της Ανθρωπότητας της UNESCO \(minagric.gr\)](http://www.minagric.gr)

Η Ελλάδα προσχώρησε στην ανωτέρω Σύμβαση το 2006 και για την εφαρμογή της από την πλευρά του κράτους ορίστηκε αρμόδια Υπηρεσία η Διεύθυνση Νεότερης Πολιτιστικής Κληρονομιάς του Υπουργείου Πολιτισμού. Μέχρι στιγμής, η χώρα μας έχει εγγράψει στον κατάλογο οκτώ (8) στοιχεία ΑΠΚ⁷. Η αρχή έγινε το 2013 με την σχετική εγγραφή της Μεσογειακής Διατροφής (εφεξής ΜΔ)⁸. Όπως αναφέρεται στον επίσημο ιστότοπο της UNESCO, το συγκεκριμένο διατροφικό μοντέλο έχει ισχυρό

⁷ Πληροφορίες διαθέσιμες στο [Η Ελλάδα στη Σύμβαση | Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της Ελλάδας \(culture.gr\)](http://www.culture.gr) (4/1/2022). Εκεί αναφέρονται επίσης και η Παραδοσιακή Μαστιχοκαλλιέργεια της Χίου, τα Μομοέρια, έθιμο του Δωδεκαημέρου στην Κοζάνη, το Ρεμπέτικο Τραγούδι, η Τέχνη της Ξερολιθιάς, η Βυζαντινή Μουσική/Ψαλτική, η Μετακινούμενη Κτηνοτροφία και το Πολυφωνικό Τραγούδι της Ηπείρου.

⁸ Πληροφορίες στο [Mediterranean diet - intangible heritage - Culture Sector - UNESCO](http://www.unesco.org) (4/1/2022).

πολιτισμικό περιεχόμενο· περιλαμβάνει γνώσεις, ικανότητες, τελετουργίες και σύμβολα παράδοσης που αφορούν σε κάθε στάδιο της παραγωγής και κατανάλωσης φαγητού. Κυρίως όμως αποτελεί στοιχείο της πολιτισμικής ταυτότητας και συνέχειας των κοινοτήτων σε όλη τη λεκάνη της Μεσογείου. Η πολιτισμική του αξία και η ουσία της εγγραφής έγκειται στο ότι συνιστά κομμάτι κοινωνικής αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας, τμήμα της οικογενειακής και κοινοτικής παράδοσης. Αντικατοπτρίζει τις αξίες της φιλοξενίας, του διαπολιτισμικού διαλόγου και της δημιουργίας, σέβεται τη βιοποικιλότητα και συμβάλλει στην ανάπτυξη παραδοσιακών δεξιοτήτων καλλιέργειας, συγκομιδής και προετοιμασίας φαγητού, προσαρμοσμένων στις ιδιαιτερότητες κάθε τοπικής κοινωνίας. Ταυτόχρονα συνιστά αναπόσπαστο κομμάτι κοινωνικών εκδηλώσεων κάθε είδους, που ενώνει ανθρώπους όλων των ηλικιών και τάξεων.

Η διακρατική αίτηση υποψηφιότητας για την εγγραφή της Μεσογειακής Διατροφής στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας της UNESCO κατατέθηκε από τις κοινότητες της Κορώνης στην Ελλάδα, της Soria στην Ισπανία, του Cilento στην Ιταλία και του Chefchaouen στο Μαρόκο και έγινε τελικά δεκτή από την UNESCO το 2010. Μετέπειτα, το 2013 προσχώρησαν στη Σύμβαση και ο Αγρός στην Κύπρο, η Tavira στην Πορτογαλία και το Brac Hvar στην Κροατία. Έτσι, οι προαναφερθείσες κοινότητες ανακηρύχθηκαν συμβολικά «εμβληματικές», καθώς ανέλαβαν τη διατήρηση και περαιτέρω προβολή της ΜΔ και την ανάδειξη του μεσογειακού τρόπου ζωής εν γένει. Αν εξετάσουμε ειδικότερα την ελληνική συμμετοχή, θα δούμε ότι την πρωτοβουλία για την ελληνική συμμετοχή δεν την ανέλαβε κάποιος κρατικός φορέας, αλλά το Μανιατάκειον Ίδρυμα, ένα κοινωφελές νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου, που μολονότι εδρεύει στην Αθήνα, στοχεύει στη «διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και την προώθηση της ανάπτυξης της Κορώνης»⁹. Η συγκεκριμένη περίπτωση αποτελεί χαρακτηριστικό και εξαιρετικά πετυχημένο παράδειγμα άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας από τον ιδιωτικό τομέα (Βασιλειάδης, Μπουτσιούκη, 2015, σ. 25), ο οποίος συστράτευσε τους αρμόδιους κρατικούς και μη φορείς, προς την επίτευξη του τελικού σκοπού. Εν προκειμένω, το Ίδρυμα συνεργάστηκε για την προετοιμασία του φακέλου με τον Δήμο

⁹ Από την επίσημη ιστοσελίδα του ιδρύματος, διαθέσιμο στο <https://www.maniatakeion.gr/el/1/apostoliorama-c11.html> (4/1/2022)

Κορώνης, την Νομαρχία Μεσσηνίας, τον Αγροτικό Συνεταιρισμό Κορώνης και τον Σύνδεσμο Κορωναίων «Παναγία η Ελεήστρια» και στη συνέχεια τα αρμόδια Υπουργεία Πολιτισμού και Αγροτικής Ανάπτυξης ανέλαβαν τη συνεργασία με τους αλλοδαπούς φορείς. Το Ίδρυμα ανέπτυξε ποικίλες δράσεις με σκοπό την εγγραφή της ΜΔ στον Κατάλογο, αλλά συνεχίζει άοκνα και μετά την επιτυχή έκβαση της διαδικασίας, για την περαιτέρω ανάδειξη της Κορώνης, *τη δημιουργία ενός brand name που συνδυάζει την ιστορία, τον πολιτισμό, την παράδοση, τη φύση, τον άνθρωπο και κυρίως τα τοπικά προϊόντα που καταναλώνει ο τουρισμός, που καταναλώνει ο επισκέπτης σε μία περιοχή, προκειμένου να δοθεί στην Κορώνη η ευκαιρία να γίνει ένα πιλοτικό μοντέλο ανάπτυξης και να αποτελέσει παράδειγμα προς μίμηση για άλλες περιοχές*¹⁰.

Η ταύτιση της Κορώνης με τη ΜΔ δημιουργεί μία δυναμική για την περιοχή ως αναπτυσσόμενο γαστρονομικό προορισμό. Το φαγητό ως κληρονομιά ταυτίζεται με την εικόνα του τόπου, ενισχύει την παραγωγή των τοπικών προϊόντων και τις μαγειρικές παραδόσεις και εν τέλει αποτελεί τον βασικό παράγοντα προσέλκυσης του ολοένα και αυξανόμενου «αργού τουρισμού», μιας εναλλακτικής μορφής που ξεφεύγει από το παραδοσιακό τουριστικό προϊόν (Πούλιος, Τουλούπα, 2015, σ. 109). Επισκέπτες με περισσότερες γνώσεις, χρήμα και ελεύθερο χρόνο αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες και το φαγητό έχει αποδειχθεί ότι τους συνδέει πολιτιστικά με την ταυτότητα του τόπου και της κοινότητας περισσότερο από κάθε άλλο προϊόν (Fusté-Forné, 2021, σ. 1995). Το 2017, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού στο Διεθνές Συνέδριο που διεξήχθη στην Ισπανία¹¹, κατέληξε στο συμπέρασμα πως, καθώς ο γαστρονομικός τουρισμός αφορά και ενσωματώνει διαφορετικούς τομείς της οικονομικής δραστηριότητας, δρα ως καταλύτης για την τοπική οικονομία και αποτελεί βασικό παράγοντα αντιμετώπισης της εποχικότητας.

1.2. Η ευρωπαϊκή πολιτική για τον πολιτισμό

Η πολιτιστική διαχείριση στην Ευρώπη οργανώνεται σε δύο επίπεδα δομών: αφενός σε διευρωπαϊκό – διακρατικό, όπου δρουν οργανισμοί ως αυτοτελείς,

¹⁰ Από την ιστοσελίδα του Ιδρύματος, <https://www.maniatakeion.gr/el/mesogeiaiki-diaita-entaxi-ston-katalogo-tis-unesco-p61.html> (4/1/2022)

¹¹ Διαθέσιμο στο <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418701>, σελ. 27 (4/1/2022)

συλλογικές, θεσμικές δομές, αφετέρου σε κρατικό επίπεδο, με μεγάλες διαφοροποιήσεις ανάλογα με το κράτος (Κόνσολα, 2006, σ. 82). Μεταξύ των δύο επιπέδων δραστηριοποιούνται διάφοροι μη κυβερνητικοί οργανισμοί που σχετίζονται με την ιδιωτική πρωτοβουλία. Τις τελευταίες δεκαετίες, η λεγόμενη κοινωνία των πολιτών εμφανίζει μία συνεχώς αυξανόμενη δυναμική στον χώρο του πολιτισμού, με την αρωγή και των σύγχρονων τεχνολογιών, που ενσωματώνει τις αρχές της συμμετοχικής δημοκρατίας, (Βασιλειάδης & Μπουτσιούκη, 2015, σ. 25), περικλείει και αναπτύσσει την ανθρώπινη δημιουργικότητα, παρουσιάζει ευελιξία στις δράσεις της, πέρα από γραφειοκρατικές αγκυλώσεις και συχνά προκαλεί τις εξελίξεις στον τομέα αυτό.

Στο ευρωπαϊκό επίπεδο, ιδιαίτερα σημαντική θέση στη μελέτη της αντιμετώπισης και διαχείρισης του πολιτισμού καταλαμβάνει η μελέτη του ευρωπαϊκού περιβάλλοντος, όπου κυριαρχούν δυναμικά το Συμβούλιο της Ευρώπης και η Ευρωπαϊκή Ένωση, στην οποία θα γίνει και εκτενέστερη αναφορά. Πριν από την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας Άνθρακα και Χάλυβα το 1951 και της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας το 1957¹², το Συμβούλιο της Ευρώπης αποτέλεσε την πρώτη προσπάθεια μεταπολεμικής συνεργασίας και οικοδόμησης σχέσεων ειρήνης και συνύπαρξης των ευρωπαϊκών λαών, μετά την καταστροφή του Β' Π.Π. Σκοποί του Συμβουλίου της Ευρώπης, που ιδρύθηκε το 1951, εδρεύει στο Στρασβούργο και αριθμεί πλέον 47 κράτη μέλη¹³, αποτελούν η προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, του κοινοβουλευτισμού και της νομιμότητας καθώς και η προώθηση της κοινής ευρωπαϊκής ταυτότητας που βασίζεται σε κοινές αξίες (Κόνσολα, 2006, σ. 36).

Τα αρμόδια όργανα για τη χάραξη της πολιτιστικής πολιτικής του Συμβουλίου της Ευρώπης είναι η Επιτροπή Πολιτισμού και Εκπαίδευσης της Κοινοβουλευτικής Συνέλευσης, το Τμήμα Πολιτιστικής Πολιτικής και Δράσης, το Τμήμα Πολιτιστικής Κληρονομιάς και το Συμβούλιο Πολιτιστικής Συνεργασίας. Το Συμβούλιο μέσα από διασκέψεις, συμβάσεις, διακηρύξεις και ειδικά προγράμματα προωθεί την πολιτισμική συνεργασία των κρατών μελών του, ως βάση για την ουσιαστική σύσφιξη των σχέσεων

¹² Η ιστορία της Ευρωπαϊκής Ένωσης διαθέσιμη στο https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/history-eu/1945-59_el, (4/1/2022)

¹³ Από την επίσημη ιστοσελίδα του Συμβουλίου, διαθέσιμη στο <https://www.coe.int/el/web/about-us/our-member-states>, (4/1/2022)

των κατοίκων της Ευρώπης (Κόνσολα, 2006, σ. 138-139; Βασιλειάδης & Μπουτσιούκη, 2015, σ. 95). Ξεκινώντας από τη Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Σύμβαση του 1954 που προωθούσε την κοινή ευρωπαϊκή ταυτότητα έως τη Σύμβαση Πλαίσιο για την Αξία της Πολιτιστικής Κληρονομιάς για την Κοινωνία το 2005, η πολιτιστική κληρονομιά επανέρχεται στα κείμενα και στις δράσεις του Συμβουλίου εμπλουτισμένη με τις αξίες του σεβασμού της πολυμορφίας και συνδεδεμένη με την επιταγή της βιώσιμης ανάπτυξης (Κόνσολα, 2006, σ. 143). Συμπερασματικά, το Συμβούλιο της Ευρώπης αποτέλεσε πρόδρομη μορφή στον ευρωπαϊκό χώρο με σαφή δράση σε πλείστους τομείς μεταξύ αυτών και του πολιτισμού, με την Ε.Ε να ακολουθεί, να προσαρμόζεται και να αποδέχεται την πολιτική που χάραξε το Συμβούλιο ενώ δημιούργησε το πρώτο πλαίσιο για την πολιτιστική κληρονομιά.

Οι πρόδρομες μορφές των θεσμών της *Ευρωπαϊκής Ένωσης* προσελάμβαναν την αναπτυξιακή διαδικασία των κρατών μελών υπό το πρίσμα της οικονομικής δραστηριότητας και στόχευαν στη χάραξη αντίστοιχων πολιτικών. Η απαρχή της Ευρώπης αποτέλεσε δηλαδή μια σύμπραξη για οικονομικούς λόγους, όπως δήλωνε και η ονομασία της, ΕΟΚ (Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα), χωρίς ο πολιτισμός να αποτελεί προτεραιότητα ή στόχο της. Από την ίδρυσή της, στόχευσε να εδραιωθεί ως συνώνυμο δημοκρατίας, κοινωνικής ισότητας, συνοχής και ευημερίας. Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης, μολονότι η οικονομική πολιτική παραμένει η σταθερή προτεραιότητα, ο πολιτισμός, υπό τη σύγχρονη θεώρησή του, ως τρόπος ζωής, αποτελεί το όχημα, που επιτρέπει στην Ε.Ε να διατηρεί την διακριτή επωνυμία της και να διαφυλάττει τις αξίες και τις αρχές της (Ζορμπά, 2014; Κόνσολα, 2006). Εφαλτήριο αποτέλεσε η επιρροή από διεθνείς θεσμούς όπως Ο.Η.Ε, Unesco, που είχαν τοποθετήσει τον πολιτισμό στο επίκεντρο σχεδιασμού αναπτυξιακών και στρατηγικών πολιτικών (Μενδώνη, 2013). Σύν τω χρόνω, κατέστη σαφές ότι ο πολιτικός σχεδιασμός μπορούσε να υποστηριχθεί μόνο αν υποστηριζόταν ιδεολογικά από την ύπαρξη κοινής ευρωπαϊκής ταυτότητας, κεντρικός πυρήνας της οποίας είναι η ευρωπαϊκή πολιτιστική κληρονομιά (Βασιλειάδης & Μπουτσιούκη, 2015, σ. 101).

Η Ευρώπη, μέσα από τα ιδρυτικά και τα διάφορα θεσμικά της κείμενα δεν περιορίζει το περιεχόμενο της έννοιας του πολιτισμού και της πολιτιστικής έκφρασης αλλά αφήνει στη διακριτική ευχέρεια των κρατών μελών και των ατόμων να το καθορίσουν, με βάση την εθνική, τοπική και ατομική ευαισθησία τους. Όμως, μεριμνά

ιδιαίτερα μέσω της πολιτικής της, για την δημιουργία και προώθηση δράσεων του πολιτισμού, με έμφαση την πολιτιστική πολυμορφία και τον διάλογο. Θεωρεί ότι η επίδρασή του στην καινοτομία και την δημιουργικότητα είναι μείζονος σημασίας και τον εντάσσει στις διεθνείς της σχέσεις, ως βάση ειρηνικού διαλόγου. Κατ’ επέκταση, αντίστοιχη σημασία αποδίδει και στην πολιτιστική κληρονομιά, η οποία αποτελεί βασικό άξονα στην χάραξη μιας ενιαίας, κοινής ευρωπαϊκής πολιτιστικής πολιτικής και συστατικό στην δημιουργία και ισχυροποίηση της ευρωπαϊκής ταυτότητας (Βανύς, 2002).

Πέραν λοιπόν της πνευματικής ανάτασης, ο πολιτισμός ολοένα και περισσότερο συμβάλλει στην κοινωνική συνοχή, στην οικονομική ανάπτυξη και στην δημιουργία απασχόλησης, η δε Ένωση πραγματώνει την πολιτιστική της πολιτική με διάφορους τρόπους, όπως αναλύεται ακολούθως. Εξέδωσε κείμενα, ίδρυσε όργανα για την προστασία και προαγωγή του, διαμόρφωσε προγράμματα και πρωτοβουλίες για την προβολή και διάδοσή του (Βασιλειάδης, Μπουτσιούκη, 2015).

1.2.1. Ο πολιτισμός σε θεσμικά κείμενα της Ε.Ε.

Για πολλά χρόνια, η δραστηριότητα της Ε.Ε σε θέματα πολιτισμού και διαχείρισης πολιτιστικής κληρονομιάς ήταν αποσπασματική και κατακερματισμένη λόγω της απουσίας κειμένων, ειδικών και συναφών με το θέμα. Ενδεικτικά, μια απαρχή αποτέλεσε το έγγραφο της Συνθήκης της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας (1957)¹⁴, εντός της οποίας διαφοροποιείται η έννοια των πολιτιστικών αγαθών από τα εμπορικά. Για τον λόγο αυτό χρήζουν και διαφορετικής αντιμετώπισης, διαχείρισης και προστασίας από τα κράτη μέλη (άρθρο 36 ΣυνθΕΟΚ)¹⁵.

14 ΣυνθΕΟΚ: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:xy0023&from=EL>

15 άρθρο 36 ΣυνθΕΟΚ: “Οι διατάξεις των άρθρων 30 έως και 34 δεν αντιτίθενται στις απαγορεύσεις ή στους περιορισμούς εισαγωγών, εξαγωγών ή διαμετακομίσεων που δικαιολογούνται από λόγους δημόσιας ηθικής, δημόσιας τάξης, δημόσιας ασφάλειας, προστασίας της υγείας και της ζωής των ατόμων και των ζώων ή διατήρησης των φυτών, προστασίας των εθνικών θησαυρών που έχουν καλλιτεχνική, ιστορική ή αρχαιολογική αξία, ή προστασίας της βιομηχανικής και εμπορικής ιδιοκτησίας”. (Μετάφραση: Βασιλειάδης & Μπουτσιούκη, 2015)

Το αυξημένο ενδιαφέρον της ΕΕ για τον πολιτισμό αποτυπώθηκε στη Συνθήκη Μάαστριχτ (1992)¹⁶, που αποτέλεσε την επίσημη θεσμοθέτηση της πολιτιστικής διάστασης της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης (Κόνσολα, 2006, σ. 156), η οποία προέβλεπε έξι (6) πεδία δράσης¹⁷. Η αξία του πολιτισμού και η ανάγκη προώθησής του επαναλήφθηκε σε διάφορα σημεία της Συνθήκης αλλά στο άρθρο 128, η Ε.Ε ορίστηκε σαφώς ως παράγοντας που συμβάλλει στην ανάπτυξη των κρατών μελών και σέβεται την εθνική και περιφερειακή πολυμορφία τους, ενώ ταυτόχρονα δεσμεύεται να προβάλλει την κοινή πολιτιστική τους κληρονομιά. Σεβόμενη απόλυτα τον πολιτισμικό πλουραλισμό των λαών της Ευρώπης, η Ε.Ε. δεν στοχεύει στην ομογενοποίηση των πολιτισμικών ταυτοτήτων τους· αντίθετα, επιδιώκει την ενίσχυση της κοινής ευρωπαϊκής κληρονομιάς. Εφαρμόζοντας μάλιστα την αρχή της επικουρικότητας, δεν επιδιώκει την εναρμόνιση του θεσμικού πλαισίου πολιτιστικής διαχείρισης των κρατών μελών, αλλά θεσπίζει μεθόδους ενθάρρυνσης της συνεργασίας τους και χρηματοδότησης των δράσεών τους. Στόχευσε λοιπόν, σε μια ενιαία πολιτιστική πολιτική με σεβασμό ωστόσο στην ‘εθνική και περιφερειακή πολυμορφία’, χωρίς δηλαδή να επιδιώκει την ταύτιση των επιμέρους πολιτιστικών ταυτοτήτων των κρατών μελών. Πρακτικά, η Συνθήκη επέφερε συνεργασίες μεταξύ κρατών μελών, με άλλα κράτη και οργανισμούς διεθνούς εμβέλειας, οι οποίες είχαν κοινά πεδία την πολιτιστική κληρονομιά, την γνώση της ιστορίας των ευρωπαϊκών κρατών, τις πολιτιστικές ανταλλαγές (χωρίς εμπορικό χαρακτήρα). Όμως, τα κράτη μέλη διατηρούσαν πάντα το δικαίωμα στην διαμόρφωση του εθνικού νομοθετικού πλαισίου (Βασιλειάδης, Μπουτσιούκη, 2015).

Αργότερα, συγκεκριμένα το 1997, με την Συνθήκη του Άμστερνταμ¹⁸, τονίζεται και πάλι το ενδιαφέρον της Ε.Ε. για τον πολιτισμό και την πολιτιστική ποικιλομορφία στους κόλπους της ενώ το 2007, η δε συνθήκη της Λισαβόνας¹⁹, θέτει ως σκοπό μεταξύ άλλων, την προστασία και προώθηση της γλωσσικής πολυμορφίας. Ωστόσο, η αδήριτη

16 Συνθήκη του Μάαστριχτ: https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/docs/body/treaty_on_european_union_en.pdf

17 Οι έξι τομείς δράσης που εισάγει η Συνθήκη του Μάαστριχτ είναι: Διευρωπαϊκά δίκτυα, Βιομηχανική πολιτική, Προστασία των καταναλωτών, Εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση, Νεολαία, Πολιτισμός.

18 Συνθήκη του Άμστερνταμ (1997): https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/docs/body/treaty_of_amsterdam_en.pdf

19 Συνθήκη της Λισαβόνας:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:12007L/TXT&from=EN>

ανάγκη για την ύπαρξη ενός κειμένου με τους στόχους και την δράση της Ένωσης για τον πολιτισμό παρέμενε. Αντιλαμβανόμενη αυτό, δημιούργησε την ‘Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον Πολιτισμό’ (Συμβούλιο της Ε.Ε, 2007).

Η Ατζέντα αυτή, ήταν το πρώτο κείμενο, δηλωτικό των τριών (3) βασικών στόχων της Ε.Ε για τον πολιτισμό.

- Προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, της πολιτιστικής πολυμορφίας και του διαπολιτισμικού διαλόγου. Αυτό ήταν υλοποιήσιμο μέσω της κινητικότητας καλλιτεχνών, επαγγελματιών του χώρου του πολιτισμού και την ψηφιοποίηση, ώστε να διευκολύνεται η πρόσβαση στα πολιτιστικά δρώμενα και η ισχυροποίηση της Ευρωπαϊκής ταυτότητας και της κοινωνικής συνοχής.
- Προαγωγή του πολιτισμού ως συνιστώσα για τη δημιουργικότητα. Αυτό προωθούνταν μέσω της συνέργειας μεταξύ του πολιτισμού και της εκπαίδευσης.
- Προώθηση του πολιτισμού ως βάση διαλόγου για τις διεθνείς σχέσεις και την αναπτυξιακή πολιτική της Ευρώπης. Καταλύτης η Σύμβαση για την προστασία και την προώθηση της πολυμορφίας των πολιτιστικών εκφράσεων της UNESCO²⁰.

Το 2010 ακολούθησε η Πράσινη Βίβλος²¹, απότοκο της ατζέντας για τον πολιτισμό, η οποία πρότεινε να δοθεί μια ώθηση στην διευκόλυνση της κινητικότητας των καλλιτεχνών και εν γένει των ενεχόμενων στην πολιτιστική βιομηχανία, εστίαζε στην ψηφιοποίηση, στα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και την στήριξη της επιχειρηματικότητας στον τομέα του πολιτισμού.

Την βασική Ατζέντα (2007), συνοδεύουν διάφορα προγράμματα δράσεων (work plans), τα οποία έχουν συνήθως τριετή διάρκεια, πραγματοποιούν αναφορά στο βασικό κείμενο και προτείνουν -μέσα από συγκεκριμένες ενέργειες -τρόπους

20 Unesco, 2005

21 European Commission, 2010

υλοποίησης των στόχων του βασικού κειμένου, εντός ενός χρονικού πλαισίου και με επιμερισμό αρμοδιοτήτων. Ακολούθησαν τρία προγράμματα (work plans):

- Πρόγραμμα δράσεων 2008-2010²²,
- Πρόγραμμα δράσεων 2011-2014²³,
- Πρόγραμμα 2015-2018²⁴

Το έτος 2018, η Ευρώπη εξέδωσε μια αναθεωρημένη Ατζέντα, την Νέα Ατζέντα για τον πολιτισμό. Στο κείμενο της δημιουργεί μια ξεκάθαρη διατύπωση για τον ρόλο της, τον οποίο χαρακτηρίζει επικουρικό. Εναποθέτει κοινώς, την υλοποίηση κάθε επιμέρους στόχου στις εθνικές αρχές, οι οποίες καλούνται να υιοθετήσουν μια πολιτιστική πολιτική που προσιδιάζει σε κάθε κράτος (European Commission, 2018). Η Ατζέντα διατυπώνει τρεις (3) στρατηγικούς στόχους, που αποδίδουν στον πολιτισμό:

- Οικονομικό χαρακτήρα. Η Ευρώπη εντάσσει τον πολιτισμό σε μία τριμερή σχέση με την δημιουργικότητα και την οικονομία. Συνδέει τον πολιτιστικό τουρισμό με τις δημιουργικές βιομηχανίες με σκοπό εν τέλει την οικονομική ανάπτυξη.
- Κοινωνικό χαρακτήρα. Ο πολιτισμός καθίσταται συνδεδεμένος ιστός μεταξύ των ανθρώπων και επιδιώκει την συνοχή μεταξύ προσφύγων και μεταναστών με τον πληθυσμό υποδοχής τους («Δημιουργική Ευρώπη»²⁵, Erasmus+²⁶). Επιδιώκει ακόμη την ανεμπόδιστη κινητικότητα των καλλιτεχνών.
- Διεθνικό χαρακτήρα. Η Ευρώπη στις διεθνείς της σχέσεις αξιοποιεί τον διάλογο. Επιδιώκει τον διαπολιτισμικό διάλογο και το πράττει σε μια βάση ειρηνική. Επιπλέον, οραματίζεται κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη μέσα από συνέργειες και μια προσέγγιση ολιστική.

22 Work Plan for Culture 2008-2010. Διαθέσιμο: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3Aacu0001>

23 Work Plan for Culture 2011-2014. Διαθέσιμο: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:42010Y1202\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:42010Y1202(01)&from=EN)

24 Work Plan for Culture 2015-2018. Διαθέσιμο: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XG1223\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XG1223(02)&from=EN)

25 Creative Europe (2014-2020) (2021-2027). Διαθέσιμο: <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/>, <https://www.creativeeuropeuk.eu/creative-europe-2021-2027>

26 Erasmus+. Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/node_en

Την Ατζέντα αυτή ακολούθησε ένα πρόγραμμα δράσεων (work plan) για την περίοδο **2019-2022**²⁷, που παραμένει ενεργό. Είναι το ισχύον πρόγραμμα, με αναφορά και πάλι στην Νέα Ατζέντα, που συνδέει τον πολιτισμό με τη βιώσιμη ανάπτυξη, την κοινωνική συνοχή, την ισότητα των φύλων και φυσικά τις διεθνείς σχέσεις.

1.2.2. Τα όργανα της Ένωσης για τον πολιτισμό

Μετά από μια περίοδο έντονων ζυμώσεων γύρω από τον πολιτισμό, που διήρκεσε από το 1970 μέχρι το 1988, η Ευρώπη οδηγήθηκε στην δημιουργία κάποιων οργάνων. Μέσω αυτών, διασφαλίστηκε η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς, η ανεμπόδιστη πρόσβαση όλων στον πολιτισμό, η προώθηση της καλλιτεχνικής δημιουργίας και εν τέλει η διάδοση του ευρωπαϊκού πολιτισμού. Το 1988 είχε ήδη δημιουργηθεί η ‘Επιτροπή Πολιτιστικών Θεμάτων’ με σκοπό τον διαπολιτισμικό διάλογο και την καθιέρωση ενός πεδίου συζητήσεων στη βάση αυτή. Το σημερινό πλαίσιο οργάνων, σημαντικά διευρυμένο, προσεγγίζει το θέμα του πολιτισμού και των εκφάνσεών του πολυπαραγοντικά και πολυεπίπεδα: εκπαίδευση, Μ.Μ.Ε, αθλητισμός, νεολαία. Αυτά είναι:

- ✚ Επιτροπή Πολιτισμού και Παιδείας (CULT)
- ✚ Συμβούλιο «Παιδεία, Νεολαία, Πολιτισμός, Αθλητισμός» (Education, Youth, Culture and Sports - EYCS)
- ✚ Εκτελεστικός Οργανισμός Εκπαίδευσης, Οπτικοακουστικών Θεμάτων και Πολιτισμού (EACEA)
- ✚ Γενική Διεύθυνση για την Εκπαίδευση και τον Πολιτισμό «Εκπαίδευση, Νεολαία, Πολιτισμός και Έρευνα» (DG EAC).

Πέραν των οργάνων αυτών, η Ευρώπη πραγματοποιεί μια σύνδεση των πολιτιστικών πολιτικών με άλλες, διαφορετικών πεδίων, όπως πολιτικές εκπαίδευσης, τεχνολογίας, κοινωνικής πολιτικής και επιστημονικής έρευνας, εντός των οποίων,

27 Work Plan for Culture 2019-2022. Διαθέσιμο: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018XG1221\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018XG1221(01)&from=EN)

μέσω χρηματοδοτικής και θεσμικής ενίσχυσης, πραγματοποιούνται εκδηλώσεις με πολιτιστική χροιά (Βασιλειάδης & Μπουτσιούκη, 2015).

1.2.3. Προγράμματα για τον Πολιτισμό

Η δραστηριοποίηση της Ευρώπης, ως προς την δημιουργία προγραμμάτων, αποδίδεται στο γεγονός ότι, μέσω αυτών, προστατεύει και προάγει την πολιτιστική κληρονομιά και εν γένει κάθε καλλιτεχνική δημιουργία. Ακολουθεί ενδεικτική αναφορά των βασικότερων προγραμμάτων με χρονική σειρά δημιουργίας τους:

- ❖ Πρόγραμμα Kaleidoscope για τις τέχνες (1996-1999)
- ❖ Πρόγραμμα Ariane για την λογοτεχνία (1997-1999)
- ❖ Πρόγραμμα Raphael για την προστασία, διατήρηση και προβολή της ευρωπαϊκής πολιτιστικής κληρονομιάς (1997-2000)
- ❖ Πρόγραμμα Πολιτισμός 2000, που περιείχε όλες πρωτοβουλίες σε θέματα πολιτισμού (2000-2006)
- ❖ Πρόγραμμα Πολιτισμός (Culture) για προώθηση της πολιτιστικής πολυμορφίας και κληρονομιάς (2007-2013)
- ❖ Πρόγραμμα MEDIA για την ανάπτυξη του οπτικοακουστικού τομέα (2007-2013)
- ❖ Πρόγραμμα “Δημιουργική Ευρώπη” (“Creative Europe”) (2014-2020) (2021-2027) Ένα πρόγραμμα ιδιαίτερα δυναμικό, που στηρίχτηκε και επηρεάστηκε σημαντικά από τα δυο προγενέστερά του, ‘Culture’ και ‘Media’. Τον Δεκέμβριο του 2020, η Επιτροπή ανακοίνωσε²⁸ την συνέχιση του προγράμματος για την **περίοδο 2021-2027**²⁹, με σκοπό την προώθηση της

28 Commission welcomes agreement on Creative Europe programme:

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2405

29

Creative Europe

2021-2027:

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/628229/EPRS_BRI\(2018\)628229_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/628229/EPRS_BRI(2018)628229_EN.pdf)

?fbclid=IwAR0Ipdm1E96ho8lkiWOj3rQiFpY3DPi3KZyN9I6Mb-nN8TROVdkc-tU4hiI

ευρωπαϊκής πολιτιστικής πολυμορφίας και προϋπολογισμό 2.4 δις ευρώ (αυξημένο κατά 17%).

1.2.4. Πρωτοβουλίες για τον Πολιτισμό

Η Ευρώπη, όπως έχει καταστεί σαφές, παρέχει έμπρακτα προστασία και αρωγή στον πολιτισμό. Οι πρωτοβουλίες και τα προγράμματα, αξιοποιούν την τεχνολογία, αποφέρουν συνέργειες με εταίρους και μη, χρηματοδοτούν και εν γένει αξιοποιούν την ευρωπαϊκή αγορά ως σύνολο πλέον. Ενδεικτικά, αναφέρονται βασικές τέτοιες πρωτοβουλίες:

Α) Οι **Ευρωπαϊκές Πολιτιστικές Πρωτεύουσες**³⁰, αποτελούν έναν θεσμό που εδραιώθηκε με πρωτοβουλία της τότε Υπουργού Πολιτισμού, Μελίνας Μερκούρη. Η ιδέα θέτει τις πόλεις στο επίκεντρο της πολιτιστικής ζωής σε ολόκληρη την Ευρώπη. Μέσω του πολιτισμού και των τεχνών, οι πολιτιστικές πρωτεύουσες της Ευρώπης βελτιώνουν την ποιότητα ζωής τους και ενισχύουν το αίσθημα του «ανήκειν». Οι πολίτες καθίστανται ενεργητικά υποκείμενα στην ανάπτυξη της πόλης τους και της πολιτιστικής έκφρασης. Πλέον, δύο πόλεις ανά έτος αναλαμβάνουν τον ρόλο αυτό ενώ παράλληλα η διαδικασία αυτή, ενισχύει σημαντικά τις διεθνικές συνεργασίες. Συγκεκριμένα, οι πολιτιστικές πρωτεύουσες για τα έτη 2020-2024:

2020 - Rijeka (Κροατία) και Galway (Ιρλανδία)
2021 - Timișoara (Ρουμανία), Ελευσίνα (Ελλάδα) και Novi Sad (Σερβία, υποψήφια χώρα)
2022 – Kaunas (Λιθουανία) και Esch (Λουξεμβούργο)
2023 – Veszprém (Ουγγαρία)
2024 - Tartu (Εσθονία), Bodø (Νορβηγία) και Bad Ischl (Αυστρία)

³⁰European Capitals of Culture, 1985

Β) Σήμα Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Κληρονομιάς (European Heritage Label). Η πρωτοβουλία αυτή εκκίνησε το 2006, ως μια πρωτοβουλία εθνικών κυβερνήσεων ενώ το 2011 ενσωματώθηκε στο portfolio της Ευρωπαϊκής Επιτροπής³¹. Πρόκειται για μια πρωτοβουλία μέσω της οποίας προβάλλονται τόποι/τοποθεσίες πολιτιστικής κληρονομιάς. Ενδεικτικά, τέτοια είναι μνημεία, τόποι μνήμης, φυσικές, αρχαιολογικές, υποθαλάσσιες τοποθεσίες, πολιτιστικά αντικείμενα, άυλη πολιτιστική κληρονομιά. Η απονομή του σήματος (label) γίνεται με τοποθέτηση πλακέτας με το ειδικό σήμα ενώ η κτήση του γίνεται σε τριών κατηγοριών τόπους/τοποθεσίες:

- Έναν τόπο ενός κράτους μέλους της Ε.Ε.,
- Θεματικούς τόπους ενός κράτους μέλους,
- Κοινούς θεματικούς τόπους πολλών κρατών μελών, σε διεθνικό κοινώς επίπεδο.

Μέχρι σήμερα, έχουν γίνει 48 απονομές Σήματος. Συγκεκριμένα:

2013 (4 Τοποθεσίες): Ταλίν, Ολλανδία, Ολλανδία, Αυστρία
2014 (16 Τοποθεσίες): Γερμανία, Γερμανία, Ελλάδα, Ισπανία, Ισπανία, Γαλλία, Γαλλία, Ουγγαρία, Ιταλία, Λιθουανία, Πολωνία, Πολωνία, Πολωνία, Πορτογαλία, Πορτογαλία, Σλοβενία.
2015 (9 Τοποθεσίες): Κροατία, Τσεχία, Πορτογαλία, Αυστρία, Εσθονία, Ουγγαρία, Βέλγιο, Πολωνία, Γαλλία.
2017 (9 Τοποθεσίες): Γερμανία, Ουγγαρία, Ιταλία, Σλοβενία, Γερμανία-Γαλλία, Ρουμανία, Βέλγιο, Λουξεμβούργο, Ολλανδία.
2019 (10 Τοποθεσίες): Ιταλία, Πορτογαλία, Βέλγιο-Ολλανδία, Ουγγαρία, Τσεχία, Πολωνία, Σλοβενία, Γαλλία, Λετονία, Αυστρία-Τσεχία-Γερμανία-Πολωνία.
2020 (10 Τοποθεσίες) ³² Ιταλία, Πορτογαλία, Βέλγιο, Ουγγαρία, Τσεχία, Πολωνία, Σλοβενία, Αυστρία-Τσεχία-Γερμανία-Πολωνία, Γαλλία, Λετονία.

31 Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, 2011

32 Τον Μάρτιο 2020 ανακοινώθηκαν οι τοποθεσίες για το έτος 2020 <https://www.europeanheritagedays.com/EHD-Programme/Press-Corner/News/Call-for-Applications-for-the-Support-of-European-Heritage-Label-projects-0>

2021 (12 Τοποθεσίες)³³: Κροατία, Ελλάδα, Βουλγαρία, Ισπανία, Λουξεμβούργο, Λετονία, Σλοβακία, Γερμανία, Ρουμανία, Φινλανδία, Ιταλία, Βέλγιο.

Γ) Ευρωπαϊκές Ημέρες Πολιτιστικής Κληρονομιάς (European Heritage Days). Η κίνηση αυτή, που ξεκίνησε το 1985 και αποτελεί κοινή πρωτοβουλία με το Συμβούλιο της Ευρώπης, παρέχει πρόσβαση σε πολιτιστικά μνημεία δυσπρόσιτα στο κοινό, με σκοπό την καλλιέργεια του σεβασμού προς την ευρωπαϊκή κληρονομιά.

Δ) Ευρωπαϊκή ψηφιακή βιβλιοθήκη EUROPEANA. Η δημιουργία της βιβλιοθήκης αυτής, σαν ιδέα και ανάγκη, γεννήθηκε το 2000 ενώ αρκετά χρόνια μετά, το 2008, τέθηκε σε λειτουργία, την διαχείριση της οποίας ανέλαβε το Ευρωπαϊκό Ίδρυμα Ψηφιακών Βιβλιοθηκών. Με το πολύτιμο αυτό εργαλείο διασώζεται και προβάλλεται πλούσιο πολιτιστικό υλικό, το οποίο είναι εύκολα προσβάσιμο για κάθε ενδιαφερόμενο. Με το στρατηγικό πλάνο για την πενταετία **2020-2025**³⁴, η Ένωση επιδιώκει μέσα από συνεργασίες, εξειδίκευση και εργαλεία την ψηφιακή αλλαγή και καινοτομία για την πολιτιστική κληρονομιά.

Ε) Βραβεία. Στην προσπάθεια προαγωγής και διάδοσης του ευρωπαϊκού πολιτιστικού πνεύματος, η Ευρώπη καθιέρωσε μια σειρά από βραβεία λογοτεχνίας (European Union Prize for Literature), αρχιτεκτονικής (European Union Prize for Contemporary Architecture), προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς (Europa Nostra Awards), κινηματογράφου (Prix MEDIA), μουσικής ροκ και ποπ (European Border Breakers Awards).

ΣΤ) Ευρωπαϊκό Έτος Διαπολιτισμικού Διαλόγου (2008). Ως τέτοιο, ανακηρύχθηκε το έτος 2008 προκειμένου να δοθεί έμφαση στον διαπολιτισμικό διάλογο.

Ζ) Επενδυτική Πρωτοβουλία για την Αντιμετώπιση του Κοροναϊού (The Coronavirus Response Investment Initiative)³⁵ (2020). Η Ευρώπη, αποδέσμευσε συνολικά 37δισ. ευρώ, για το εθνικό σύστημα υγείας, τις πληγείσες μικρές και μεσαίες

³³ Οι τοποθεσίες για τον 2021, όπως ανακοινώθηκαν από την Κομισιόν:

<https://culture.ec.europa.eu/news/commission-announces-12-new-european-heritage-label-sites>

³⁴ Europeana Strategic Plan **2020-2025**: <https://pro.europeana.eu/page/strategy-2020-2025-summary>

³⁵ The Coronavirus Response Investment Initiative (2020):

https://ec.europa.eu/regional_policy/en/newsroom/news/2020/03/30-03-2020-coronavirus-response-investment-initiative-adopted

επιχειρήσεις και άλλους ευάλωτους τομείς της οικονομίας κρατών-μελών, μεταξύ των οποίων ο πολιτισμός. Αφουγκραζόμενη το πλήγμα που υπέστη ο πολιτισμός από την τρέχουσα πανδημία, δίνει δυνατότητα αποζημίωσης στους δικαιούχους (νομικά ή φυσικά πρόσωπα), λόγω του κοροναϊού. Επιπλέον, τα κράτη μέλη μπορούν να παρέχουν οικονομική υποστήριξη απευθείας στους καταναλωτές, όπως επί παραδείγματι, για ματαιωθείσες εκδηλώσεις ή εισιτήρια.

Η) **Ατζέντα Ε.Ε. 2030 για Βιώσιμη Ανάπτυξη**³⁶. Η ατζέντα αυτή θέτει δεκαεπτά (17) στόχους για την βιώσιμη ανάπτυξη, μέσω των οποίων αφενός αναγνωρίζεται αφετέρου διασφαλίζεται ο ρόλος του πολιτισμού³⁷, με εστίαση σε βιώσιμες πόλεις και πρότυπα αειφόρου κατανάλωσης. Από την πολιτιστική κληρονομιά μέχρι τις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες, ο πολιτισμός αποτελεί εφιαλτήριο και κινητήριο δύναμη, αναγνωρίζεται δε ως ένας από τους βασικούς πυλώνες βιώσιμης ανάπτυξης.

Θ) **Λοιπές πρωτοβουλίες**. Σημαντικές κινήσεις της Ε.Ε., αποτέλεσαν χρηματοδοτικές πρωτοβουλίες, π.χ. από τα **διαρθρωτικά ταμεία**³⁸ (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - Ε.Κ.Τ, Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης - Ε.Τ.Π.Α) με σκοπό την ανάπτυξη των περιφερειών και την δημιουργία απασχόλησης. Επίσης, το πρόγραμμα **Erasmus+**³⁹, έδωσε δυνατότητα κατάρτισης και μετακίνησης, σε κάθε ενδιαφερόμενο. Επιπλέον, εξέχουσας σημασίας κείμενο θεωρείται ο «**Ευρωπαϊκός πυλώνας κοινωνικών δικαιωμάτων**»⁴⁰, που στοχεύει στην οικοδόμηση μιας πιο δίκαιης και χωρίς αποκλεισμούς Ε.Ε.

1.3. Το branding στον Πολιτισμό

36 The 2030 EU Agenda on Sustainable Development: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/factsheet-eu-delivering-2030-agenda-sustainable-development_en.pdf

37 <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/culture-and-development/>

38 Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία: https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/funding-opportunities/funding-programmes/overview-funding-programmes/european-structural-and-investment-funds_el

39 Erasmus+: https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/about_el

40 European Pillar of Social Rights: <https://ec.europa.eu/info/european-pillar-social-rights>

Όσα παρατέθηκαν ανωτέρω, επιβεβαιώνουν την προσπάθεια της Ευρώπης, για την ενδυνάμωση της ταυτότητάς της. Μιας ευρωπαϊκής ταυτότητας της οποίας διακριτό γνώρισμα και κοινός παρονομαστής, είναι η πολιτιστική χροιά. Μια ευρωπαϊκή ταυτότητα, που θέτει ως προϋπόθεση τον σεβασμό της μοναδικότητας του κάθε πολιτισμού με παράλληλη εκτίμηση και αποδοχή του διαφορετικού. Μέσω της ισχυροποίησης αυτής επιτυγχάνεται οικονομική ανάπτυξη, κοινωνική συνοχή, ενώ δημιουργείται απασχόληση και επιτυγχάνεται η Ευρωπαϊκή ολοκλήρωση. Ομοίως φορείς πολιτισμού, πράττουν και στοχεύουν προς την ισχυροποίηση της ταυτότητάς τους καθώς η έννοια του brand⁴¹ δεν περιορίζεται σε εμπορικές επωνυμίες αλλά επεκτείνεται και αφορά κάθε είδους κοινωνικής οντότητας, είτε μεμονωμένα άτομα (καλλιτέχνες, αθλητές κοκ), είτε τόπους, πόλεις, κράτη. Μια τέτοια ενδυνάμωση πλεονεκτεί σημαντικά για τον φορέα. Ενδεικτικά, τέτοια πλεονεκτήματα είναι διεύρυνση κοινού, αύξηση εσόδων (επισκεψιμότητα, προσέλκυση εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης), διαφοροποίηση από παρεμφερή ανταγωνιστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, εδραίωση στην συνείδηση του καταναλωτή (Massi, Harrison, 2009).

Ο Σκιαδάς αναφέρει πως μια επωνυμία, δηλαδή το brand, αποτελεί έναν συνδυασμό χαρακτηριστικών και ιδιοτήτων, που επικοινωνεί με ένα όνομα, ένα σύμβολο, ένα λογότυπο ή μια δημιουργική έκφραση και επιδρά στη διαδικασία σκέψης στο μυαλό ενός κοινού, δημιουργώντας προστιθέμενη αξία που εντέλει οδηγεί στη διάκριση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας από άλλα ανταγωνιστικά αγαθά (προϊόντα ή υπηρεσίες) (Σκιαδάς, 2021). Συνεχίζει αναφέροντας πως τα στοιχεία της επωνυμίας είναι δυο: ο *συμβολισμός* της (το όνομα, το λογότυπο, η γραμματοσειρά, το χρώμα κλπ) που του προσδίδει την αναγνωρισιμότητα καθώς και η *έννοιά* της δηλαδή το πως γίνεται αντιληπτή η επωνυμία από τους καταναλωτές με όρους λογικών και συναισθηματικών πλεονεκτημάτων για αυτούς (Σκιαδάς, 2021). Προσεγγίζοντας λοιπόν ερμηνευτικά τον όρο “branding” θα έλεγε κανείς ότι αποτελεί αυτό που εγείρει το συναίσθημα και απηχεί στο μυαλό των ανθρώπων. Σχετίζεται με τη δημιουργία της ταυτότητας μιας οντότητας και η ταυτότητα αυτή περικλείει την έννοια του ποιου

⁴¹ Η Αμερικάνικη Ένωση Μάρκετινγκ (American Marketing Association) (2016) αποδίδει τον όρο το **brand** ως μια εμπειρία του καταναλωτή αγαθού, που ενσωματώνει λογότυπο, ιδέες, διακριτικό σήμα και επεκτείνεται σε έννοιες όπως αναγνώριση, εμπειρία που συναρτώνται με την κατανάλωση του αγαθού, είτε αυτό είναι προϊόν είτε υπηρεσία. Αυτή φυσικά η διαδικασία, συνεχίζει, διαμορφώνεται μέσα από την επιρροή της διαφήμισης, του σχεδιασμού καθώς και των Μ.Μ.Ε.

είμαστε, ποιοι θέλουμε να γίνουμε και πώς θέλουμε οι άλλοι να μας βλέπουν. Είναι αυτό που διαφοροποιεί μία οντότητα από μία άλλη και σηματοδοτεί αυτό που έχουμε να περιμένουμε από αυτή. Είναι η αντίληψη, η εντύπωση που έχουν οι άνθρωποι για ένα φορέα πολιτισμού (οντότητα) καθώς και για τα προϊόντα/υπηρεσίες που παράγει.

Σημαντικό βήμα στην καθιέρωση ενός ισχυρού brand, αποτελεί η ονοματοδοσία (naming), που συνιστά ένα μέρος (υποσύνολο) του branding και αφορά στον συνδυασμό ήχων ή φθόγγων, που μπορούν να συνθέσουν ένα όνομα για να προσδιορίσει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Σαφώς, το όνομα από μόνο του δεν είναι αρκετό για να διαμορφώσει ένα brand. Για να γίνει brand το όνομα πρέπει να είναι σε θέση να «χωρέσει» στη μνήμη του κοινού με έναν τρόπο που θα υπενθυμίζει τα χαρακτηριστικά (ιδιότητες) του brand. Ωστόσο, η ονομασία (naming) είναι ένα κρίσιμο βήμα του branding καθώς μπορεί να είναι τόσο ισχυρό ώστε να γίνει μια «εμπορική λέξη». Το γεγονός αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για οικονομικά αδύναμους φορείς, οι οποίοι συχνά στερούνται των απαραίτητων προϋπολογισμών για marketing, ώστε να επιδιώξουν την προώθηση του brand τους αποτελεσματικά (Σκιαδάς, 2021).

Τελευταία, παρατηρείται η επιδίωξη μιας πολιτισμοκεντρικά εστιασμένης ανάπτυξης, όπου ο πολιτισμός δεν λαμβάνει μια απόμακρη και ψυχρή θέση, ούτε προβάλλεται ως μια στατική εικόνα· αντιθέτως, διαδραματίζει έναν ενεργό ρόλο, μέσα από τον οποίο φορείς πολιτισμού και κοινό, ως δημιουργοί και καταναλωτές πολιτιστικών αγαθών (προϊόντων και υπηρεσιών), δρουν συνεργατικά και διαδραστικά. Στη συνύπαρξη αυτή, φορείς, πολίτες, τοπικές μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις του πολιτιστικού και δημιουργικού τουρισμού δρουν συνεργατικά με σκοπό το γενικό καλό. Το γεγονός αυτό *αλλάζει* την διάσταση της ανάπτυξης: δεν διαφαίνεται πια αμιγώς οικονομική αλλά πολυεπίπεδη και πολυδύναμη ενσωματώνοντας *επιπλέον* κοινωνικούς παράγοντες (ανθρώπινος παράγοντας, δημιουργικότητα, πολιτισμική πολυμορφία, κοινωνική συνοχή ανεξαρτήτως φύλου, θρησκευματος, τάξεως, καταγωγής κτλ). Μάλιστα, οι παράγοντες αυτοί, τείνουν στο να προσδίδουν στον τόπο μια *ταυτότητα*, με διακριτά ποιοτικά χαρακτηριστικά αντίστοιχα της έμφασης που δόθηκε στα επιμέρους χαρακτηριστικά της επιδιωκόμενης πολιτισμοκεντρικής ανάπτυξης

1.3.1. Το branding τόπου μέσα από τον Πολιτισμό

Σήμερα, πολλές περιοχές, είτε αυτές είναι πόλεις είτε κράτη, καλούνται να λειτουργήσουν μέσα σε ένα περιβάλλον, το οποίο επηρεάζεται σημαντικά από την οικονομική και πολιτισμική παγκοσμιοποίηση (Karavatzis, 2005). Το γεγονός αυτό προϋποθέτει την αύξηση της ανταγωνιστικότητας σε πολλούς τομείς και επίπεδα, μεταξύ των οποίων και ο πολιτισμός, προκειμένου να επέρχεται εξέλιξη και να προσελκύουν επισκέπτες (Kotler et al 1999). Το περιβάλλον αυτό επιδρά στις περιοχές αυτές και εν τέλει αλλάζει το οικονομικό, πολιτισμικό και κοινωνικό «μωσαϊκό» που τις συνθέτει.

Στην προσπάθεια, λοιπόν, των περιοχών να ανταποκριθούν στον ανταγωνισμό αλλά και στις νέες αυτές προκλήσεις, οι αρμόδιοι φορείς/διαχειριστές έχουν αναγνωρίσει και πρακτικά εφαρμόζουν μια τακτική μάρκετινγκ, έναν πολύτιμο σύμμαχο· υιοθετούν δηλαδή ιδέες και εφαρμόζουν πρακτικές που αναπτύχθηκαν μέσα από τη γνώση στο δικό τους, ιδιότυπο περιβάλλον και σύμφωνα με τις ανάγκες τους και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του εκάστοτε τόπου (Rainisto, 2003).

Τα τελευταία χρόνια, δείχνει να αποτελεί συχνή πρακτική ως μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής μάρκετινγκ με στόχο -τι άλλο- την ανάπτυξη, η ταυτότητα⁴² που μπορεί να αποκτήσει ή να επαναπροσδιορίσει ένας τόπος. Με τον όρο ‘place branding’ αναφερόμαστε σε μια ολιστική προσέγγιση της διαχείρισης ενός τόπου με σκοπό την αναδιαμόρφωση και την προβολή του στη βάση διακριτών χαρακτηριστικών και πλεονεκτημάτων του. Μάλιστα, η αξιοποίηση γεωγραφικών ενδείξεων σε εμπορικές επωνυμίες (προϊόντων ή υπηρεσιών), όταν λαμβάνει χώρα, πραγματοποιείται σε ένα διττό πλαίσιο: την ανάδειξη της περιοχής προέλευσης των εν λόγω προϊόντων ή υπηρεσιών είτε ως στοιχείο ποιοτικής διαφοροποίησης τους, είτε ως τόπο τουριστικού προορισμού όπου μπορούν να αναζητηθούν αυτά τα προϊόντα και οι υπηρεσίες (Σκιαδάς, 2021). Το place branding αποτελεί, λοιπόν, τη στρατηγική η οποία επικεντρώνεται σε ειδικευμένες περιπτώσεις και αφορά την ανάπτυξη και τη διαχείριση της ταυτότητας ενός τόπου, δηλαδή τη διαμόρφωση και ανάδειξη των βασικών και ανταγωνιστικών χαρακτηριστικών της περιοχής· συνιστά έτσι μια ευρεία έννοια, μια έννοια «ομπρέλα», που εμπεριέχει την εικόνα, τη φήμη και την ανταγωνιστικότητα ενός τόπου. Δεν ταυτίζεται με παρεμφερείς έννοιες (π.χ.: product branding) και

εντάσσεται στη σφαίρα του τουρισμού και της επισκεψιμότητας εν γένει (Hanna, Rolley, 2013), ιδανικά στη σφαίρα της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης και ενός οικονομικά βιώσιμου τουρισμού (Αναστασιάδης, Φλιατάρη, 2015). Πρακτικά, αποτελεί εστίαση στα ποιοτικά πρωτίστως χαρακτηριστικά ενός τόπου με σκοπό να αναδειχθούν οι παράγοντες εκείνοι που θα λειτουργήσουν θετικά ως προς την αύξηση της αναγνωρισιμότητας, της ελκυστικότητας και της επισκεψιμότητάς του. Συνιστά αξιοποίηση εικόνων (που υπάρχουν ή δημιουργούνται συνειρμικά) για τον προσδιορισμό μιας χώρας ή περιφέρειας, ως στοιχείο το οποίο μπορεί να χαρακτηρίσει εν τέλει ένα προϊόν. Δεν αποκτά εικόνα η ίδια η χώρα ή η ίδια η περιφέρεια αλλά αξιοποιείται η δυνατότητα τους να συσχετιστούν με αποδοτική και αποτελεσματική λειτουργία, η οποία λειτουργεί ως προστιθέμενη αξία προτίμησης των προϊόντων ή των υπηρεσιών του τόπου (Σκιαδάς, 2021). Συνδέεται και συνεργάζεται με το μάρκετινγκ, τον τουρισμό, την τοπική ανάπτυξη και την πολιτιστική διπλωματία, εντός ενός πλαισίου «διαχείρισης ταυτότητας» τόπου, δηλαδή της πόλης, του δήμου, της περιφέρειας, του κράτους.



Εικόνα 1-2. Οι διαστάσεις του Branding

(ίδια επεξεργασία - πηγή: https://www.citybranding.gr/2013/04/place-branding_27.html)

Το παραπάνω σχήμα (εικόνα 1-2) αναπαριστά την δυνητική επαφή του επισκέπτη με κάθε ένα από τα συστατικά στοιχεία ενός τόπου ενώ παράλληλα καθίσταται σαφής η ιεραρχική δομή σε σχέση με τις διαστάσεις του brand. Διαφαίνεται λοιπόν με σαφήνεια ότι το brand ενός τόπου, συνδέεται με πολλούς επιμέρους τομείς όπως είναι ο τουρισμός, ο πρωτογενής τομέας, ο πολιτισμός, η φυσική και πολιτιστική κληρονομιά, η βιομηχανία. Αποτελεί δηλαδή ένα πολύ-επίπεδο διεπιστημονικό πεδίο (Karavatzis, 2005).

Κατά τους Zenker και Braun (2010), η ταυτότητα τόπου (place branding) αποτελεί ένα σύμπλεγμα συσχετισμών στο μυαλό του καταναλωτή, που αποτελείται από οπτικές, λεκτικές και συμπεριφορικές εκφράσεις ενός τόπου και το οποίο εν τέλει σωματοποιείται μέσα από τους σκοπούς, τις αξίες, την επικοινωνία και την γενική κουλτούρα (νοοτροπία) των συμμετεχόντων του τόπου καθώς και τον συνολικό σχεδιασμό του.



Εικόνα 1-3. «Η διαδικασία του Branding τόπου»

(ίδια επεξεργασία - πηγή: <https://www.researchgate.net/publication/277383884> The dynamics of place brands An identity-based approach to place branding theory)

Η διαδικασία καθιέρωσης επωνυμίας τόπου (εικόνα 1-3) ξεκινά με τη διαμόρφωση ενός οράματος για το μέρος μέσα από την υιοθέτηση στρατηγικής, το οποίο στη συνέχεια είναι ανοιχτό για διαβούλευση με φορείς και άτομα που είναι υπεύθυνα για το branding, τον τοπικό πληθυσμό και κάθε άλλο πιθανό ενεχόμενο. Στο επόμενο στάδιο συνεπάγεται δράσεις που θα αφορούν ένα ή περισσότερα έργα υποδομής, παρεμβάσεις τοπίου και κίνητρα ή ευκαιρίες για το κοινό. Τέλος, αυτές οι ενέργειες πρέπει να διαμοιράζονται και να διαχέονται και η διαδικασία επανεκκινείται σε μια συνεχή κυκλική ροή (Karavatzis και Hatch, 2013). Όλοι δηλαδή οι δυνητικοί ενεχόμενοι στη διαδικασία της καθιέρωσης μιας επωνυμίας, μπορούν συνεργατικά να συμβάλλουν ως μέρος αυτής, στην καθιέρωση της ταυτότητας τόπου. Τα στοιχεία καθιέρωσης της επωνυμίας τόπου που σχετίζονται είναι οι «Τοπικές Κοινότητες», η «Εσωτερική κουλτούρα», οι «Ευκαιρίες» και οι «Επικοινωνίες» (Karavatzis, 2009).

Τέλος, άξια μνείας είναι η προσέγγιση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου σχετικά με τη χρήση γεωγραφικών ενδείξεων σε εμπορικές επωνυμίες για την διαμόρφωση μιας εικόνας ποιοτικών προϊόντων στο πλαίσιο της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Κατά τον Σκιαδά (2021), πρόκειται για μια εναλλακτική χρήση του όρου «περιοχή» (territory), η οποία γίνεται αντιληπτή όχι ως μια έννοια χωρικού σχεδιασμού, με απλές διοικητικές αναφορές στο πλαίσιο εφαρμογής δημόσιων πολιτικών, αλλά ως μια κοινωνική κατασκευή με την οποία οι λαοί ταυτίζονται και μπορεί να εκφράσει τους παραγωγικούς της πόρους, τα γεωμορφολογικά στοιχεία της, το κοινωνικό της κεφάλαιο, την κοινωνική συνοχή της, την τεχνογνωσία της, την δυνατότητα της για καινοτομία, την ποιότητα ζωής της, την ιστορική της κληρονομιά, τους θεσμούς της. Συνιστά μια δυναμική αποτύπωση της έννοιας που ευνοεί την ανάδειξη στρατηγικών συνδεδεμένων με την προβολή προϊόντων μέσω χρήσης γεωγραφικών ενδείξεων, καθώς εστιάζει στη δημιουργούμενη ταυτότητα από τις αναφορές στην ιστορική κληρονομιά της χώρας ή της περιφέρειας και τη δυναμική της περιοχής για συλλογική δράση ανάπτυξης. Μάλιστα, η ανάδειξη ενός εμβληματικού προϊόντος της περιοχής με αξιοποίηση των οικείων γεωγραφικών ενδείξεων στην σχετική εμπορική επωνυμία αποτελούν βασικό μηχανισμό αξιοποίησης της μοναδικής ταυτότητας που η ιστορία και η κουλτούρα της περιοχής συνθέτουν και αυτή η μοναδικότητα αποτελεί το ζητούμενο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Σκιαδάς, 2021).

Ο πολιτισμός, φαίνεται να διαδραματίζει μείζονα ρόλο στην ταυτότητα ενός τόπου. Μπορεί να λειτουργήσει ως μέσο προβολής του τόπου και να δημιουργήσει ευκαιρίες ψυχαγωγίας, με έμφαση σε δράσεις πολιτισμού, πολιτιστικές εκδηλώσεις, φεστιβάλ και λοιπά εμβληματικά πολιτιστικά έργα. Ειδικότερα, η οργάνωση εκδηλώσεων πολιτισμού και τέχνης, αθλητισμού και άλλων εκδηλώσεων και φεστιβάλ θεωρείται ότι συμβάλλει στη δημιουργία και ενίσχυση της επωνυμίας του τόπου (Anholt, 2010; Babkova, 2006). Πραγματοποιείται δηλαδή μια σύνδεση του *place branding* με τον πολιτισμό και την επισκεψιμότητα. Αναδεικνύεται σε κινητήρια οικονομική δύναμη και αναδύεται η διπλή φύση του· αφενός μεν *εσωτερικά* προς τους κατοίκους για ενίσχυση της ταυτότητάς τους, της κοινωνικής συνοχής και της *τοπικής ανάπτυξης*, αφετέρου δε *εξωτερικά* προς όλο τον κόσμο, ως εικόνα προβολής και διαφοροποίησης σε εποχές παγκοσμιοποίησης (Αναστασιάδης, Φλιατάρη, 2015).

Μια τέτοια ισχυρή ταυτότητα τόπου προσδοκά να αποκτήσει και η Περιφέρεια Κρήτης, μέσα από την αξιοποίηση μιας επενδυτικής πρωτοβουλίας της Ε.Ε., με σκοπό την τοπική ανάπτυξη. Αξιοποιεί λοιπόν, όπως φαίνεται (βλ. κεφάλαια 2&3) ένα ευρωπαϊκό χρηματοδοτικό εργαλείο με σκοπό να αποκτήσει μια ηχηρή παρουσία στη λεκάνη της Μεσογείου και μέσα από την κρητική διατροφή να συνδεθεί με κάτι πιο ισχυρό, με το brand της Μεσογειακής διατροφής.

Κεφάλαιο 2^ο : Η Πολιτιστική Κληρονομιά της Κρήτης και Δράσεις

2.1 Πολιτιστική Πολιτική και Ο.Τ.Α.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η εξελικτική πορεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ), ανέδειξε την κρισιμότητα του ρόλου της τοπικής αυτοδιοίκησης με τη δράση της να είναι *συμπληρωματική* των εθνικών πολιτιστικών πολιτικών (άρθρο 3 της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΣΕΕ) (Συνθήκη 92/C 193/01, 1992).

Σε επίπεδο Ένωσης, η λειτουργία της Επιτροπής των Περιφερειών (Επιτροπή των Περιφερειών (ΕΤΠ)⁴³ είναι καθ' ύλην αρμόδια για τη διαμόρφωση -μεταξύ άλλων- και των τοπικών πολιτιστικών πολιτικών. Σε εθνικό επίπεδο, η περιφερειακή πολιτιστική πολιτική ασκείται από το Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού (ΥΠΠΟΑ) και από τις Περιφέρειες και τους Δήμους (Ο.Τ.Α), στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων που εκχώρησε ο Ν.3852/2010 (ΦΕΚ 87/τ.Α'/7-6-2010). Η Τοπική Αυτοδιοίκηση αποτελεί θεμελιώδη θεσμό έκφρασης της λαϊκής κυριαρχίας κατά το άρθρο 102 του Συντάγματος και τον Ευρωπαϊκό Χάρτη Τοπικής Αυτονομίας, που ενσωμάτωσε στο ελληνικό δικαϊκό σύστημα ο Ν.1850/1989 (ΦΕΚ 114/τ.Α'/10-5-1989). Οι Δήμοι και οι Περιφέρειες αποτελούν τον πρώτο και δεύτερο βαθμό της τοπικής αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ)⁴⁴.

Η πολιτιστική πολιτική των ΟΤΑ, που διακρίνεται σε Α' και Β' Βαθμού (Δήμοι και Περιφέρειες αντίστοιχα), διατηρεί της αυτονομίας της και είναι νομοθετικά - όπως αναλύθηκε - σύμφωνα με τοπικές ιδιαιτερότητες, προτεραιότητες και ανάγκες τους. Το γεγονός αυτό υποχρεώνει το ΥΠΠΟΑ στην άσκηση περιφερειακής πολιτικής, που αναλύεται σε τρεις επιμέρους κατευθύνσεις:

α) στη κατάρτιση Επιχειρησιακών Σχεδίων με σκοπό τη διαχείριση και την αξιοποίηση του τοπικού πολιτιστικού κεφαλαίου μέσα από τον σεβασμό της αυτονομίας και

⁴³ Η ΕΤΠ αποτελεί το δεύτερο μεγαλύτερο συλλογικό όργανο της ΕΕ μετά το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, που γνωμοδοτεί υποχρεωτικά επί όλων των θεμάτων που αναφέρονται στο τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, με τη συμμετοχή αιρετών της Τοπικής Αυτοδιοίκησης όλων των κρατών μελών

⁴⁴ Ν.3852/2010: Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα Καλλικράτης.

υποστήριξης των ΟΤΑ, στα πλαίσια προώθησης της Αειφόρου Πολιτιστικής Ανάπτυξης (Bianchini, 1996).

β) στη τήρηση των κανόνων από την τοπική αυτοδιοίκηση, οι οποίοι κανόνες θα διέπουν και τις σχέσεις της τελευταίας με τους πολιτιστικούς φορείς της περιφέρειάς τους, καθώς και των προδιαγραφών που αφορούν τον αναπτυξιακό σχεδιασμό τους, τις πολιτιστικές δράσεις, στην διασφάλιση του πολιτιστικού πλουραλισμού κ.α.

γ) στη σύγκλιση των επιμέρους περιφερειακών πολιτιστικών πολιτικών με τον εθνικό πολιτιστικό σχεδιασμό (Dallas, 2007; Μπιτσάνη, 2004).

Έτσι, οι ΟΤΑ αναλαμβάνουν να γεφυρώσουν και να δημιουργήσουν διάλογο μεταξύ της διοίκησης και της κοινωνίας των πολιτών. Πρακτικά, αυτό υλοποιείται με τη σύσταση νομικών προσώπων δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου, επιχειρήσεων ή ανωνύμων εταιρειών με τη συμμετοχή και χρηματοδότηση των ΟΤΑ (Μπιτσάνη, 2002) ενώ η τάση αυτή των ΟΤΑ ακολουθεί μια αύξουσα πορεία με παράλληλη αξιοποίηση των σχετικών αρμοδιοτήτων τους (παρατηρείται η ίδρυση πολιτιστικών κέντρων, δημοτικών/κρατικών ωδείων, κινηματογράφων, δημοτικών βιβλιοθηκών, πινακοθηκών, πολιτιστικών επιχειρήσεων κ.α.) (Πούλιος & κ.α., 2015).

Η εκχώρηση άσκησης πολιτιστικών αρμοδιοτήτων από τους ΟΤΑ έλαβε χώρα στο πλαίσιο της εθνικής πολιτικής αποκέντρωσης ενώ η επιλογή βρίσκει έρεισμα στο γεγονός ότι, οι τοπικοί φορείς βρίσκονται στην προνομιακή θέση να ενσωματώνουν ιστορικές, εθνικές, γλωσσικές και θρησκευτικές παραδόσεις, κοινωνικές σχέσεις και επίσης, διαθέτουν τους χώρους (αρχαίους και σύγχρονους) εντός των γεωγραφικών ορίων τους (Μπιτσάνη, 2004). Όμως, εν τοις πράγμασι, έχουν δημιουργηθεί παράλληλα οικονομικά και οργανωτικά προβλήματα στο πολιτιστικό περιβάλλον λόγω της έλλειψης ενιαίας και αποτελεσματικής πολιτιστικής πολιτικής και της καθιερωμένης υποχρηματοδότησης του πολιτισμού, ο οποίος παρά το ότι συνδέεται με την ύπαρξη, λειτουργία και εξελικτική πορεία του ελληνικού κράτους, δεν αποτέλεσε άμεση προτεραιότητα της πολιτείας (Glykatzi-Arverler, 2007).

Συγκεκριμένα, οι σχετικές με τον πολιτισμό αρμοδιότητες των *ΟΤΑ Β' βαθμού* περιγράφονται στην παράγραφο Η' του άρθρου 186 του Ν.3852/2010 «Τομέας Παιδείας – Πολιτισμού – Αθλητισμού» (ΦΕΚ 87/τ.Α'/7-6-2010), στις οποίες ενδεικτικά περιλαμβάνονται:

- A. Πραγματοποίηση πολιτιστικών εκδηλώσεων και προγραμμάτων.
- B. Συντονισμός δράσεων των πολιτιστικών φορέων της περιφέρειας.
- Γ. Συμμετοχή σε προγράμματα πολιτιστικών και αθλητικών φορέων των ΟΤΑ.
- Δ. Θέσπιση μέσων (χορηγίες, βραβεία, έπαινοι, κ.α.) με σκοπό την ενίσχυση της δημιουργικότητας και της ανάπτυξης των τεχνών και των γραμμάτων και των τεχνολογικών δεξιοτήτων, μέσω της εποπτείας και ενδυνάμωσης των φορέων που υπηρετούν αυτούς τους σκοπούς.
- Ε. Συνδιοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων με τοπικούς φορείς με σκοπό τη διατήρηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς και διάδοσή της στις νεότερες γενεές.
- ΣΤ. Σύσφιξη σχέσεων της περιφέρειας με τις Οργανώσεις Αποδήμων, με πανελλαδική ή διεθνή εκπροσώπηση.
- Ζ. Υλοποίηση προγραμμάτων σε συνεργασία με το ΥΠΠΟΑ⁴⁵, καθώς και με άλλους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς.

Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι αποτελεί σαφές ζητούμενο η ενεργός συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας κάθε περιφέρειας, ευνοώντας κάθε συνεργασία μεταξύ των φορέων, που δραστηριοποιούνται πολιτιστικά (Μπιτσάνη, 2004). Ακόμη, οφείλουν να προβαίνουν σε καταγραφή θεσμών και δράσεων της τοπικής κοινωνίας με στόχο την καταγραφή και διαφύλαξη των ιδιαιτεροτήτων κάθε περιοχής καθώς και τις ιδιαίτερες πολιτιστικές και κοινωνικές σχέσεις και ανάγκες της (Isar & κ.α. , 2010; Steele & κ.α., 2000).

Η άσκηση των παραπάνω αρμοδιοτήτων παρέχει τη δυνατότητα στους ΟΤΑ β' βαθμού να προχωρήσουν στο σχεδιασμό ολοκληρωμένων προγραμμάτων πολιτιστικής δράσης θέτοντας σαφείς στόχους και προγραμματίζοντας την υλοποίησή τους (Dallas, 2007). Μάλιστα, ο Ν.3852/2010 έδωσε στις Περιφέρειες τη δυνατότητα άμεσης επαφής με την **κοινοτική χρηματοδότηση** χωρίς την κρατική διαμεσολάβηση. Έτσι, με τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ), οι Περιφέρειες προκηρύσσουν έργα για επιλέξιμους από την ΕΕ τομείς και κατανέμουν κονδύλια με ευθύνη τους

⁴⁵ Το άρθρο 100 του Ν.3852/2010 (ΦΕΚ 87/Α'7-6-2010) δίνει στις περιφέρειες τη δυνατότητα υπογραφής προγραμματικών συμβάσεων με το Υπουργείο Πολιτισμού.

(ΕΣΠΑ). Η ανεξάρτητη πρόσβαση των Περιφερειών στους κοινοτικούς πόρους συνοδεύεται από την υποχρέωση συμμόρφωσης σύμφωνα με τους όρους, τις επιταγές και τις διαχειριστικές προδιαγραφές της ΕΕ.

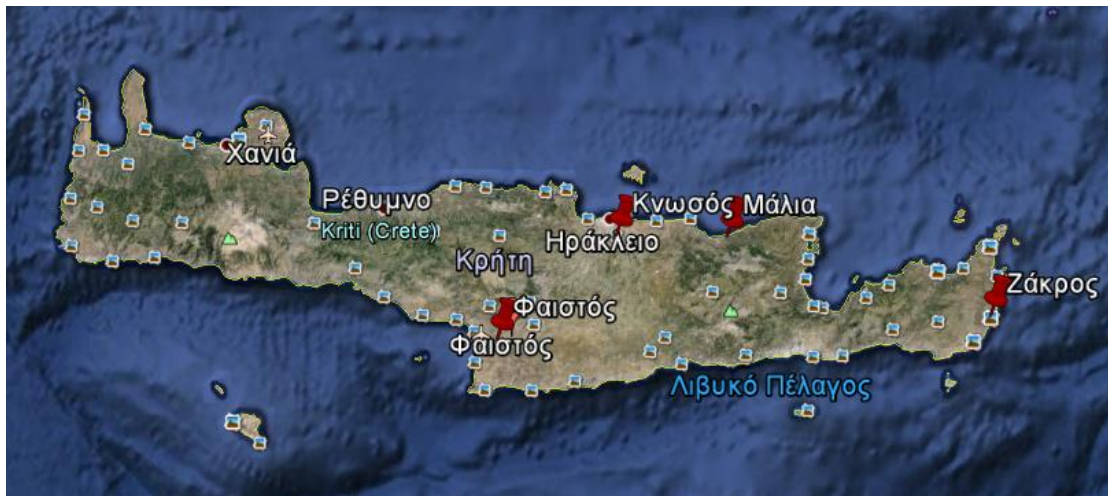
Ομοίως, τέτοιου είδους άσκηση περιφερειακής πολιτιστικής πολιτικής, πραγματοποιεί η περιφέρεια Κρήτης, η οποία επενδύει στον πολιτισμό θεωρώντας αυτόν προαπαιτούμενο για τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και την ώθηση της αναπτυξιακής διαδικασίας σε μια συνεκτική κοινωνία, χωρίς αποκλεισμούς.

2.2. Η Περιφέρεια Κρήτης

Η Περιφέρεια Κρήτης βρίσκεται στο νότιο Αιγαίο και περιλαμβάνει την νήσο Κρήτη και τα νησιά Γαύδο, Γαυδοπούλα, Δία, Χρυσή, Κουφονήσι και Διονυσάδες. Η Περιφέρεια αποτελείται από τέσσερις (4) περιφερειακές ενότητες, αυτή του Ηρακλείου, που αποτελεί πρωτεύουσα της Περιφέρειας, του Ρεθύμνου, των Χανίων και του Λασιθίου. Η νήσος Κρήτη με συνολική έκταση 8.303 τετραγωνικά χιλιόμετρα και ακτογραμμή 1.046 χλμ., είναι το μεγαλύτερο νησί της Ελλάδος και πέμπτο σε έκταση στη Θάλασσα της Μεσογείου. Το κλίμα της είναι εύκρατο και αποτελείται κυρίως από ορεινούς όγκους, με τρεις κύριες οροσειρές (εικόνα 2-1).

Σύμφωνα με την απογραφή του 2011 ο πληθυσμός της Κρήτης ανέρχεται στους 682.928 κατοίκους, με 623.065 από αυτούς μόνιμο πληθυσμό. Η οικονομική δραστηριότητα της Περιφέρειας στηρίζεται κυρίως στην αγροτική οικονομία, στο εμπόριο και στον τουρισμό. Στον τομέα του Πολιτισμού η Κρήτη διαθέτει πλούσια πολιτισμική κληρονομιά, άυλη και υλική, με εξέχοντα παραδείγματα την Μεσογειακή Διατροφή και τον Μινωικό Πολιτισμό⁴⁶.

⁴⁶Η Περιφέρεια Κρήτης, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: https://www.crete.gov.gr/region/i-perifereia/?fbclid=IwAR2z-6fAZFoh_95vw6cfTprel9eotazM-D5IHp3GX8grixvGro06Gc4ylFo



Εικόνα 2-1. Η Κρήτη

Πηγή: <http://minoikikriti.weebly.com/eta-muiotanuumegaiotakappa942-kapparho942tauetta.html>

2.2.1. Μια ανάλυση SWOT για την Περιφέρεια Κρήτης

Η ανάλυση SWOT (σχήμα 5-1) είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού και καταδεικνύει τα δυνατά σημεία (Strengths), τα αδύναμα σημεία (Weaknesses), τις ευκαιρίες (Opportunities) και τις απειλές (Threats) για το περιβάλλον όπου δραστηριοποιείται ένας οργανισμός. Στην προκειμένη περίπτωση, αξιολογούνται οι συνθήκες εντός των οποίων υλοποιείται το δίκτυο md.net που εξετάζεται και κατά πόσο είναι το περιβάλλον αυτό ευνοϊκό (Γεωργόπουλος, 2013).



Σχήμα 2-2. Πίνακας SWOT analysis

(πηγή: <https://www.nexightgroup.com/using-swot-analysis-to-plan-an-uncertain-future-and-increase-organizational-effectiveness/>)

Γίνεται μνεία ότι τα SW αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον στην περίπτωση μελέτης, τα OT αφορούν στο εξωτερικό περιβάλλον ενώ το εργαλείο αυτό αξιοποιείται για να καταδείξει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ενός οργανισμού ή φορέα έναντι των λοιπών (πίνακας 2-3).

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ (Strengths) <ul style="list-style-type: none">• Έντονη κινητικότητα στον πρωτογενή τομέα• Δυνατή πολιτιστική δράση• Ποικιλόμορφη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά• Γεωγραφική θέση• Κατάλληλο κλίμα	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none">• Υποδομές μεταφοράς• Μικρές καλλιέργειες• Αποβιομηχάνιση• Εποχικός τουρισμός
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (Opportunities) <ul style="list-style-type: none">• Πολιτιστική κληρονομιά• Εναλλακτικός τουρισμός• Ευρωπαϊκά προγράμματα• Αναλλοίωτος φυσικός πλούτος	ΑΠΕΙΛΕΣ (Threats) <ul style="list-style-type: none">• Πανδημία covid-19• Εμπορευματοποίηση/υπερεπισκεψιμότητα• Εξάρτηση από κεντρική διοίκηση

Πίνακας 2-3. Συνοπτική ανάλυση SWOT στην Κρήτη (ίδια επεξεργασία)

Ακολουθεί η παράθεση όλων αυτών των παραγόντων που αναφέρθηκαν (δυνατά σημεία, αδύναμα σημεία, ευκαιρίες, απειλές) και αφορούν τον τόπο της Κρήτης, το περιβάλλον δηλαδή που αναπτύσσεται το δίκτυο md.net. Έτσι γίνεται καλύτερα αντιληπτό εάν αυτό είναι ευνοϊκό ή όχι, εάν υπερτερούν τα πλεονεκτήματα έναντι των μειονεκτημάτων και αν παρουσιάζονται ευκαιρίες για ανάπτυξη παρά τις τυχόν υφιστάμενες απειλές.

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ:

- Δυνατός πρωτογενής τομέας, που φτάνει στην επεξεργασία και διάθεση μεταποιημένων προϊόντων.
- Πλούσια αρχαιολογική πολιτιστική κληρονομιά
- Ισχυρή-σύγχρονη- πολιτιστική δράση
- Ισχυρή και μακραίωνη *γαστρονομική ιστορία και ταυτότητα*
- Διαθέτει Κέντρο Πληροφόρησης επισκεπτών⁴⁷
- Η Περιφέρεια έχει χαρακτηριστεί Smart⁴⁸
- Διαθέτει Δημοτικά Στάδια και αθλητικά κέντρα⁴⁹
- Συμμετέχει στο Δίκτυο πόλεων για την Ένταξη⁵⁰
- Διαθέτει Εμπορικό Σύλλογο⁵¹
- Λειτουργεί Πάρκο Κυκλοφοριακής Αγωγής⁵²
- Η Κρήτη (Δήμος Χανίων) έχει αδελφοποιηθεί με τους παρακάτω Δήμους: Wellington Νέα Ζηλανδία, Εγκωμης Κύπρου, Ερμούπολης Σύρου, Καρπάθου, Αξιούπολης Κιλκίς, Πάφου Κύπρου, Αμμοχώστου Κύπρου, Πόλη Χρυσοχούς Κύπρου. Επίσης, αδελφοποίηση των Δήμων Κισάμου και Κυθήρων⁵³
- Διαθέτει Προϊόντα Προστασίας Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και Προϊόντα Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ)⁵⁴

⁴⁷ <https://www.crete.gov.gr/press-releases/%CF%84%CE%BF-%CE%B5%CE%BD%CF%84%CF%85%CF%80%CF%89%CF%83%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CF%8C-%CE%BA%CE%AD%CE%BD%CF%84%CF%81%CE%BF-%CF%80%CE%BB%CE%B7%CF%81%CE%BF%CF%86%CF%8C%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7%CF%82-%CF%84/>

⁴⁸ <https://ris3.crete.gov.gr/dyo-erga-syndesh-epix-akad/>

⁴⁹ <https://aahaeota.gr/>

⁵⁰ <https://www.unhcr.org/gr/16111-to-diktyo-polewn-enishiei-ti-leitourgia-tou.html>

⁵¹ <https://www.emsh.gr/>

⁵² <https://www.dikeh.gr/domes/parko-kykloforiakis-agogis>

⁵³ <https://www.chania.gr/dimos/erga-aderfop/sistercitiesall.html>,
<https://hania.news/2021/09/02/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%83%CE%B7%CE%BC%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%AE%CE%B8%CE%B7%CE%BA%CE%B5-%CE%B7-%CE%B1%CE%B4%CE%B5%CE%BB%CF%86%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%AF%CE%B7%CF%83%CE%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%94/>,

⁵⁴ http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=2070&lang=el

Διατηρεί ενεργή και επικαιροποιημένη επίσημη ιστοσελίδα⁵⁵

- Η Περιφέρεια Κρήτης διαθέτει υψηλού επιπέδου ερευνητικά και πανεπιστημιακά ιδρύματα⁵⁶

ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ:

- Λόγω των περικοπών του κρατικού προϋπολογισμού, δεν γίνονται προσλήψεις από την Περιφέρεια και της δήμους
- Περιορισμένη έκταση καλλιεργειών (η καλλιεργήσιμη έκταση στο νησί εκτιμάται σε 3.205 km²) και ως εκ τούτου
- περιορισμένες εξαγωγές τοπικών προϊόντων.
- Μικρές παραγωγικές μονάδες και υψηλός αριθμός μικρομεσαίων επιχειρήσεων στον αγροτικό τομέα (συχνά χωρίς προγραμματισμό/Μάρκετινγκ/σύγχρονες καλλιεργητικές μεθόδους)
- Οι ανεπαρκείς υποδομές των μέσων μεταφοράς και οι φθορές στο οδικό δίκτυο
- Δημιουργία ευκαιριακών πολιτιστικών δράσεων
- Εποχικότητα τουρισμού
- Ελλιπής οδική σήμανση και σήμανση πολιτιστικών τοποθεσιών

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ:

- Αξιοποίηση ευρωπαϊκών προγραμμάτων (π.χ.: ΕΣΠΑ, Interreg)
- Διαθέτει Δημοτική Κοινοφελή Επιχείρηση Πολιτισμού-Περιβάλλοντος-Κοινωνικής Πρόνοιας⁵⁷
- Συνεργασία της Περιφέρειας με το Πανεπιστήμιο Κρήτης για αύξηση του εκπαιδευτικού τουρισμού
- Τόνωση και άλλων μορφών τουρισμού όπως συνεδριακός, επαγγελματικός, θρησκευτικός, αγροτουρισμός

⁵⁵<https://www.crete.gov.gr/>

⁵⁶ <https://www.uoc.gr/>

⁵⁷ <https://www.dikeh.gr/>

- Μνημόνια συνεργασίας με άλλους φορείς, οργανισμούς και ν.π. (Παιδικά Χωριά SOS Ελλάδα, Σωματείο «Διάζωμα», Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, Υπουργείο Εσωτερικών και την Εθνική Αρχή Διαφάνειας)
- Λειτουργία γραφείου της Περιφέρειας Κρήτης⁵⁸ στις Βρυξέλες από το 2015
- Αξιοποίηση της φυσικής ομορφιάς του τόπου
- Στροφή προς βιολογικές καλλιέργειες και αξιοποίηση/ενσωμάτωση της υψηλής ποιότητας πρώτης ύλης και των τοπικών προϊόντων στην τοπική κουζίνα.
- Παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας⁵⁹ από ανανεώσιμες πηγές, π.χ. αιολικά πάρκα.

ΑΠΕΙΛΕΣ:

- Οικονομική Κρίση
- Η μετανάστευση επιστημονικού ανθρώπινου δυναμικού,
- Η εξάρτηση της Περιφέρειας Κρήτης από την κεντρική διοίκηση και κεντρική κυβέρνηση για την υλοποίηση πρωτοβουλιών
- Αποδυνάμωση ή κλείσιμο των τοπικών ΜΜΕ λόγω τρέχουσας πανδημίας και της αναγκαστικής λειτουργίας των διαδικτυακών αγορών.

Η ανωτέρω ανάλυση SWOT αποπειράται να οπτικοποιήσει την υφιστάμενη κατάσταση στην Περιφέρεια Κρήτης. Μέσα από σωστή διαχείριση και στρατηγικό σχεδιασμό, η Περιφέρεια Κρήτης μπορεί ευχερώς να μετατρέψει τα αδύνατα σημεία και τις απειλές σε ευκαιρίες και πλεονεκτήματα.

2.2.2 Η Υλική Πολιτιστική Κληρονομιά της Κρήτης

⁵⁸ Γραφείο Βρυξελών: <https://www.crete.gov.gr/category/enimerosi/programmata-erga/grafio-vryxellon/>

⁵⁹<https://geoportal.apdkritis.gov.gr/gis/apps/webappviewer/index.html?id=892d3049dcb042eb9647714a1b825aad>

Η Περιφέρεια Κρήτης διαθέτει πλούσιο ιστορικό και πολιτισμικό κεφάλαιο, καθώς στο νησί απαντάται ο πρώτος πολιτισμός της σημερινής Ευρώπης, ο Μινωικός πολιτισμός (2800 - 1400π.Χ). Σήμερα σώζονται πλήθος αρχαιολογικών χώρων, που μαρτυρούν και βεβαιώνουν την άνθιση του Μινωικού πολιτισμού στην ευρύτερη περιοχή, με σημαντικότερα κέντρα αυτού τους αρχαιολογικούς χώρους της Φαιστού της Κνωσού. Άλλοι εξέχουσας σημασίας αρχαιολογικοί χώροι είναι η αρχαία πόλη της Γόρτυνας, τα Μάλια, ο Αρχαιολογικός χώρος της Αμνισού και της Τυλίσου στο Ηράκλειο, η αρχαία Ελεύθερνα, η αρχαία Κίσαμος, η Υρτάκινα, ο Αρχαιολογικός χώρος «Αζωγυρές» ή «Αζοϊρές», ο αρχαιολογικός χώρος Ζάκρου, κ.α. Στον παρακάτω πίνακα παρατίθενται οι χαρακτηρισμένοι αρχαιολογικοί χώροι από το Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού (Πίνακας 2-4) (Insete Intelligence, 2019, σ. 82-83).

Πίνακας 2-4. Αρχαιολογικοί χώροι ανά Περιφερειακή Ενότητα (ίδια επεξεργασία)

Π.Ε. Ηρακλείου	Π.Ε. Λασιθίου	Π.Ε. Ρεθύμνου	Π.Ε. Χανίων
Φαιστός, Κνωσός, Γόρτυνα, Αμνισός, Βόιλα, Τύλισος	Οχυρή Νησίδα Σπιναλόγκα, Αρχαιολογικός Χώρος Παλαιόκαστρο, Τρυπητού, Πετρά, Νησίδα Μόχλου στη Σητεία, Αρχαιολογικός Χώρος στη Λατώ, Αρχαιολογικός Χώρος Ιτάνου, Γουρνιών, Ζάκρου και Αρχαιολογικός Χώρος στη Βασιλική Ιεράπετρας	Παλαιά πόλη Ρεθύμνου, Αποδούλου, Νεκρόπολη Αρμένων, Ελεύθερνα	Φρούριο Φραγκοκάστελλο, Γραμβούδα Κισάμου, Σούδα Χανίων, Φαλάσαρνα, Υρτακίνα στα Τεμένια Σελίνου, Τάρρα στην Αγ. Ρούμελη Σφακίων, Σούγια στο Σέλινο, Πολυρρήνια Κισάμου, Πόλη Χανίων (Κυδωνία), Λισός Σελίνου, Κίσαμος, Άπτερα στα Μεγάλα Χωράφια Αποκορώνου, Άνω πόλις Σφακίων, Έλυρος στο Ροδοβάνι Σελίνου, Γαύδος, Αζοϊρές Στύλου στον Αποκόρωνα

Στη λίστα των προαναφερόμενων αρχαιολογικών χώρων έρχεται να προστεθεί και ο μεγάλος αριθμός μουσείων, που βρίσκονται διάσπαρτα σε όλη την Περιφέρεια και φιλοξενούν αρχαιολογικά ευρήματα από ανασκαφές. Τα σημαντικότερα μουσεία είναι το Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου, Ρεθύμνου και Αγίου Νικολάου. Στον παρακάτω πίνακα (2-5) παρατίθενται τα μουσεία όλης της Περιφέρειας (Insete Intelligence, 2019, σ. 84).

Πίνακας 1-5. Μουσεία ανά Περιφερειακή Ενότητα (ίδια επεξεργασία)

Π.Ε. Ηρακλείου	Π.Ε. Λασιθίου	Π.Ε. Ρεθύμνου	Π.Ε. Χανίων
Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου, Μουσείο Καζαντζάκη, Ιστορικό Μουσείο Κρήτης, Μουσείο Κρητικής Εθνολογίας, Λυχνοστάτης - Μουσείο Παραδοσιακής Ζωής & Λαϊκού Πολιτισμού Κρήτης, Δημοτικό Μουσείο της Μάχης της Κρήτης και της Εθνικής Αντίστασης	Αρχαιολογικό Μουσείο Αγίου Νικολάου	Αρχαιολογικό Μουσείο Ρεθύμνου, Ιστορικό - Λαογραφικό Μουσείο Ρεθύμνου	Αρχαιολογικό Μουσείο Κισάμου, Αρχαιολογικό Μουσείο Χανίων, Βυζαντινή & Μεταβυζαντινή Συλλογή Χανίων, Μουσείο Μονής Αγ. Τριάδας Τζαγκαρόλων στο Ακρωτήρι, Ιστορικό - Λαογραφικό Μουσείο Γαβαλοχωρίου, Ναυτικό Μουσείο Κρήτης

2.2.3. Η Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της Κρήτης

Πέραν της πλούσιας υλικής πολιτιστικής κληρονομιάς, η άυλη πολιτιστική κληρονομιά της Περιφέρειας Κρήτης, προσθέτει σημαντικά στο πολιτιστικό κεφάλαιο του νησιού. Ένα από τα πλέον σημαντικά στοιχεία του πολιτιστικού της αποθέματος αποτελεί η Κρητική Διατροφή, που συνιστά πρότυπο της ΜΔ διατροφής και έχει αναγνωριστεί παγκόσμια για τις θετικές επιπτώσεις της στην υγεία και μακροζωία των ανθρώπων (Περιφέρεια Κρήτης, 2020, σ.34).

Η Μεσογειακή Διατροφή έχει εγγραφεί στο Εθνικό Ευρετήριο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ελλάδας και στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας της UNESCO ([Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity](#)) το 2013 κατόπιν υποβολής κοινού φακέλου υποψηφιότητας με την Κύπρο, την Κροατία, την Ισπανία, την Ελλάδα, την Ιταλία, το Μαρόκο και την Πορτογαλία⁶⁰. Μελετώντας τον φάκελο της υποψηφιότητας σε συνδυασμό με το πνεύμα της Σύμβασης της UNESCO, η Μεσογειακή Διατροφή αποτελεί ένα πολυδιάστατο αγαθό που συνδέει την γεωργία, την αλιεία και τα προϊόντα τους, τους τρόπους παραγωγής, την προετοιμασία της τροφής, την ύπαιθρο, τις τοπικές κοινωνίες και τον ίδιο τον άνθρωπο. Η ΜΔ αποτελεί μια κοινωνική πρακτική, έναν συνδυασμό δεξιοτήτων, γνώσης, πρακτικών και παραδόσεων, που μεταφέρεται από γενιά σε γενιά, μέσα στο χρόνο και στο χώρο, διατηρώντας τον δεσμό της με την ιστορία και την παράδοση, τον πολιτισμό, τα ήθη και τα έθιμα. Χαρακτηριστικά προϊόντα παραγόμενα στην Κρήτη και γενικά στην λεκάνη της Μεσογείου, αποτελούν το ελαιόλαδο, τα ψάρια, τα φρούτα και τα λαχανικά, τα δημητριακά και τα όσπρια, τροφές πλούσιες σε θρεπτικά συστατικά, που αποτελούν την βάση της ΜΔ⁶¹.

⁶⁰ Η Μεσογειακή Διατροφή, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: <http://ayla.culture.gr/%CE%BC%CE%B5%CF%83%CE%BF%CE%B3%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%AE-2/>

⁶¹ Μεσογειακή Διατροφή (2015), διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: <http://www.minagric.gr/index.php/el/xrisimewplirotories-2/events/2824-mesogiakh-diatrofh>



Εικόνα 2-6. Ελιά Βουβών Κισσάμου

(Πηγή: <https://polelia.sedik.gr/vouvon.html>)

Ο Γάλλος ιστορικός Fernand Braudel αναφέρει «παντού συναντά κανείς την ίδια τριάδα, κόρη του κλίματος και της ιστορίας: το σιτάρι, την ελιά και το αμπέλι» (εικόνα 2-6). Οι Σκούλλος και Μαλωτίδη (2007), κάνουν μνεία ότι τα δημητριακά, το αμπέλι και η ελιά αποτελούν την «αιώνια τριάδα», καθώς τα τρία αυτά είδη συνθέτουν τη βάση της παραδοσιακής γεωργίας και διατροφής στην Μεσόγειο ενώ η ΜΔ είναι άρρηκτα συνυφασμένη με τη μεσογειακή φύση (Αλιβιζάτου κ.α, 2015, σ. 64; Σκούλλος και Μαλωτίδη, 2007, σ. 20).

Τον Φεβρουάριο του έτους 2018 «Τα άγρια βρώσιμα χόρτα της Κρήτης» εντάχθηκαν στο Εθνικό Ευρετήριο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς με απόφαση του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού⁶², καθώς αποτελούν κεντρικό στοιχείο της διατροφικής κουλτούρας της Κρήτης (εικόνα 2-7). Το εν λόγω στοιχείο περιλαμβάνει διαδικασίες αναγνώρισης, συγκέντρωσης, επεξεργασίας, συντήρησης, παρασκευής και κατανάλωσης της άγριας βρώσιμης χλωρίδας (χόρτα) της Κρήτης, πρακτικές που συνδέονται με τα κοινωνικά και εθιμικά χαρακτηριστικά του

Εικόνα 2-7. *Reichardia picroides*
: διασπορά σπερμάτων

πηγή:
http://ayla.culture.gr/ta_agria_vrwsima_horta_tis_kritis_ethnobotanical_practices/

⁶² Απόφαση Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού (ΑΔΑ: Ψ9ΙΑ4653Π4-ΕΒ3)

τόπου αυτού. Τα άγρια βρώσιμα χόρτα (περισσότερα από 150 είδη) καταλαμβάνουν μεγάλο μέρος της κρητικής διατροφής και παρέχουν τα απαραίτητα συστατικά για ένα υγιεινό και ισορροπημένο πρότυπο διατροφής, καθώς περιέχουν βιταμίνες, πρωτεΐνες, διαιτητικές



ίνες και πλούτο αντιοξειδωτικών ουσιών και ιχνοστοιχείων. Η συλλογή χόρτων είναι εξαιρετικής σημασίας για τα μέλη μιας κοινότητας, καθώς αποτελεί ένα νέο είδος μαθητείας για τους νεότερους και διευκολύνει την κοινωνική έκφραση (ομαδικές εξορμήσεις στην ύπαιθρο), ενώ το σύνολο της διαδικασίας αναδεικνύει τον ρόλο της γυναίκας στην διαμόρφωση της διατροφικής κουλτούρας και διατηρεί αρχέγονες αξίες, όπως η συνεύρεση της οικογένειας στο τραπέζι, η αλληλεγγύη μέσα από το σκουτελικό⁶³ και η αρμονική συμβίωση με την φύση. Γενικά, ο ευρηματικός τρόπος που οι κάτοικοι της Κρήτης καλύπτουν τις ανάγκες τους με τα βρώσιμα χόρτα εξομαλύνει τις κοινωνικές διαφορές, ενθαρρύνει τις συλλογικότητες και αναπτύσσει τις συνεργασίες μεταξύ ανθρώπων διαφορετικών ειδικοτήτων. Για την σύγχρονη ελληνική κοινωνία, η διατήρηση των πρακτικών της συλλογής και κατανάλωσης των άγριων βρώσιμων χόρτων της Κρήτης δρα θετικά με ποικίλους τρόπους στην καθημερινότητά της. Πέραν του γεγονότος ότι τα χόρτα αποτελούν διατροφικό θησαυρό, η συνολική διαδικασία επαφής με την φύση, ενισχύει την σωματική και ψυχική υγεία των ανθρώπων, ενώ παράλληλα καλλιεργεί την οικολογική συνείδηση και ενσταλάζει τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης⁶⁴.

Σημαντικά στοιχεία της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της Κρήτης αποτελούν, επίσης «Η μαντινάδα της Κρήτης», η οποία εμφανίζεται τον 14^ο αιώνα την εποχή της Κρητικής Αναγέννησης. Πρόκειται για μια ποιητική μορφή αυτοέκφρασης, που αποτελείται από δύο στίχους. Βασικά χαρακτηριστικά της είναι η πλήρης νοηματική επάρκεια μέσω μιας αυστηρής απλότητας, η έντονη κοινωνική της έκφραση και το «πάνδημο άλλοθι της»· μόνη απάντηση σε αυτή αποτελεί μια άλλη μαντινάδα. Καταλυτικά -στην γέννηση και εξάπλωση της μαντινάδας στην Κρήτη- επέδρασε ο

⁶³ Πεσκέσι, δώρο σε κάποιον που το έχει ανάγκη.

⁶⁴ Τα άγρια βρώσιμα χόρτα της Κρήτης - Εθνοβοτανικές Πρακτικές, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: http://ayla.culture.gr/ta_agria_vrwsima_horta_tis_kritis_ethnobotanical_practices/

Ερωτόκριτος του Βιτσέντζου Κορνάρου⁶⁵. Άξιο μνείας το γεγονός η Περιφέρεια Κρήτης και το Παγκόσμιο Συμβούλιο Κρητών κατέθεσε πρόταση με τίτλο «η παράδοση του Ερωτόκριτου στην Κρήτη», προκειμένου να ενταχθεί στην λίστα της άυλης παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO⁶⁶.

Άξιοι μνείας είναι σαφώς οι ανεμόμυλοι του οροπεδίου Λασιθίου, οι οποίοι εντάχθηκαν στο Εθνικό Ευρετήριο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς με τίτλο «Πρακτικές Διαχείρισης του Νερού στο Οροπέδιο Λασιθίου Κρήτης. Η τεχνογνωσία των αντλητικών ανεμόμυλων». Το αιολικό πάρκο του οροπεδίου Λασιθίου χρονολογείται από τα τέλη του 19^{ου} αιώνα, αποτελεί το πρώτο και μεγαλύτερο πάρκο ανεμόμυλων στον κόσμο και είναι αποτέλεσμα λαϊκής σοφίας των κατοίκων της περιοχής που μετέτρεψαν την αιολική ενέργεια σε υδραυλική για τις ανάγκες ποτίσματος του κάμπου. Επίσης, την δεκαετία του 1970 οι ανεμόμυλοι αποτέλεσαν τεχνική καινοτομία για περιοχές του κόσμου με έλλειψη νερού, μέσω προγραμμάτων του ΟΗΕ και της UNICEF, συμβάλλοντας στην σωτηρία πολλών ανθρώπων στην νότιο Αμερική, Αφρική και Ινδία⁶⁷.

Ολοκληρώνοντας, σε διαδικασία ένταξης στο Εθνικό Ευρετήριο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς βρίσκεται η καταγραφή της πολιτιστικής ταυτότητας των κτηνοτρόφων του Ψηλορείτη με τίτλο «Οι άγραφοι θεσμοί και τα εθμικά γνωρίσματα της κοινωνίας των βοσκών του Ψηλορείτη». Σύμφωνα με τον δήμαρχο Ανωγείων Μανόλη Καλλέργη «Ο πολιτισμός των βοσκών είναι ένα από τα κυρίαρχα στοιχεία της ταυτότητας μας και διαχέεται σε όλο τον Ψηλορείτη.[...] Μας ενδιαφέρει δηλαδή, ο πολιτισμός αυτός να παραμείνει ζωντανός μιας και έχει προστιθέμενη αξία τόσο για την ανάπτυξη της περιοχής αλλά και διότι συνδέεται άμεσα με τις άλλες μορφές ανάπτυξης του τόπου μας και του τουριστικού μας προϊόντος»⁶⁸

⁶⁵Η μαντινάδα στην Κρήτη, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: <http://ayla.culture.gr/%CE%B7-%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%AC%CE%B4%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BA%CF%81%CE%AE%CF%84%CE%B7/>

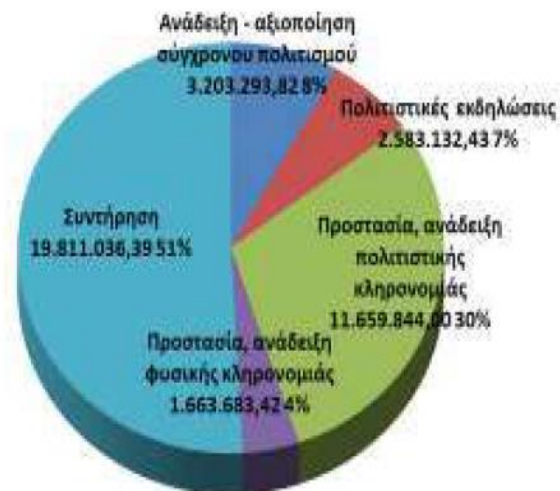
⁶⁶Πολιτιστική Κληρονομιά: Ολοταχώς για την UNESCO ο Ερωτόκριτος, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο:

<https://www.patris.gr/2018/03/22/politistiki-klironomia-olotachos-gia-tin-unesco-o-erotokritos/>
⁶⁷Στην Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της Ελλάδας οι Ανεμόμυλοι του Οροπεδίου Λασιθίου (2020), διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο:
<https://www.ekriti.gr/kriti-lasithi/stin-ayli-politistiki-klironomia-tis-elladas-oi-anemomyloi-toy-oropedioy-lasithioy>

⁶⁸ Στην Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της Ελλάδας οι κτηνοτρόφοι του Ψηλορείτη (2019), διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο:
<https://www.lifo.gr/now/greece/stin-ayli-politistiki-klironomia-tis-elladas-oi-ktinotrofoi-toy-psiloreiti>

2.2.4. Δράσεις της Περιφέρειας Κρήτης σχετικά με την προστασία και ανάδειξη της πολιτιστικής της κληρονομιάς

Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της Κρήτης αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης επισκεπτών με επισκεψιμότητα, που αυξάνεται διαχρονικά. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για τους χώρους πολιτισμού με εισιτήρια (πχ. μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι κα), οι επισκέψεις από το 2014 έως το 2018 σημείωσαν αύξηση κατά 55%. Οι δράσεις για την προστασία και διατήρηση της πολιτιστικής



Εικόνα 2-8. Κατανομή δράσεων και προϋπολογισμού

Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2014-2019

κληρονομιάς της Κρήτης χρηματοδοτήθηκαν από το «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Περιφέρειας Κρήτης 2014-2019», ενώ παράλληλα η Περιφέρεια είχε αναλάβει τις εργασίες συντήρησης που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο μέρος του προϋπολογισμού της (εικόνα 2-8) (Περιφέρεια Κρήτης, 2020, σ. 32) .

Για την προστασία και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς της Κρήτης δημιουργήθηκαν συνέργειες και δράσεις, χρηματοδοτούμενες από το ΠΕΠ Κρήτης (2014-2020) και το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Υποδομές Μεταφορών, Περιβάλλον και Αειφόρος Ανάπτυξη» (ΥΜΕΠΕΡΑΑ). Χαμηλότερου βαθμού συνέργειες πραγματοποιήθηκαν με δράσεις χρηματοδοτούμενες από το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ) και το πρόγραμμα ΦΙΛΟΔΗΜΟΣ⁶⁹ (Περιφέρεια Κρήτης, 2020, σ. 78).

Σύμφωνα με μελέτη του Ταμείου Αρχαιολογικών Πόρων, έχει σχεδιαστεί ειδική παρόδια σήμανση για το «Ενιαίο Δίκτυο Αρχαιολογικών Χώρων της Κρήτης» όπου περιλαμβάνονται μνημεία όλων των εποχών και διακρίνοντάς τα σε τέσσερις (4) θεματικές διαδρομές και μία (1) ειδική. Αυτές είναι:

⁶⁹ «ΦΙΛΟΔΗΜΟΣ» Ειδικό Πρόγραμμα Επενδυτικών Δανείων Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης και Συνδέσμων ΟΤΑ

- Η Μεγάλη ιστορική διαδρομή της Κρήτης,
- Η Διαδρομή Νεολιθικών και Μινωικών χρόνων,
- Η Διαδρομή Ιστορικών χρόνων,
- Η Διαδρομή Χριστιανικών χρόνων και,
- Η Ειδική Διαδρομή, που περιλαμβάνει χώρους προσβάσιμους από άτομα με κινητικά προβλήματα.

Παράλληλα, στον τελευταίο αναθεωρημένο ενδεικτικό κατάλογο μνημείων προς ένταξη στην Παγκόσμια Πολιτιστική Κληρονομιά της UNESCO, έχουν περιληφθεί τα Μινωικά Ανάκτορα στην Κνωσό, στην Φαιστό, στα Μάλια, στη Ζάκρο και στην Κυδωνία, εννέα (9) οχυρώσεις προμαχονικού τύπου, το φρούριο Σπιναλόγκας και δεκαπέντε (15) αρχαία θέατρα (Περιφέρεια Κρήτης, 2020, σ. 34).

Σύμφωνα με τον “Στρατηγικό Σχεδιασμό του Επιχειρησιακού Προγράμματος της Περιφέρειας 2020-2023” τα μέτρα που προτάθηκαν:

- για την προστασία και ανάδειξη της ιστορικής πολιτιστικής κληρονομιάς είναι «Δράσεις ανάδειξης, προστασίας αρχαιολογικών, ιστορικών τόπων και μνημείων και λειτουργικής αναβάθμισης και ενίσχυσης ελκυστικότητας μουσείων, αρχαιολογικών, ιστορικών χώρων και μνημείων»,
- για την ανάδειξη και αξιοποίηση του σύγχρονου πολιτισμού είναι «Δράσεις ενίσχυσης και προβολής σύγχρονης πολιτιστικής δημιουργίας και διοργάνωση εκδηλώσεων που αναδεικνύουν το άυλο πολιτιστικό κεφάλαιο με στόχο την δημιουργία θεσμών»,
- για την συνδυασμένη ανάδειξη της φυσικής, πολιτιστικής κληρονομιάς και τοπικής ανάπτυξης είναι «Ολοκληρωμένες Χωρικές Επενδύσεις σε περιοχές φυσικού – πολιτιστικού κεφαλαίου και Δίκτυα φυσικών, πολιτιστικών, ιστορικών πόρων – ειδικές θεματικές διαδρομές» και τέλος,
- για την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση είναι «Δράσεις για σχολεία και για το ευρύ κοινό» (Περιφέρεια Κρήτης, 2020, σ. 202).

2.2.5. Δράσεις για την Μεσογειακή Διατροφή

Η Μεσογειακή Διατροφή, που έχει χαρακτηριστεί ως άυλη πολιτισμική κληρονομιά από την UNESCO, έχει συμβάλλει προκειμένου να ενδυναμώσει την ταυτότητα της Κρήτης (Περιφέρεια Κρήτης, 2020, σ. 34). Μια σημαντική δράση της Περιφέρειας αποτέλεσε αυτή της σύστασης μιας αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρίας με τίτλο «Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας», με σκοπό την προβολή, προώθηση, διάσωση και διάδοση της Κρητικής Διατροφής σε τοπικό, εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο, παρέχοντας παράλληλα πιστοποίηση στους χώρους εστίασης, που προσφέρουν τοπικά κρητικά προϊόντα. Στρατηγικό στόχο του «Κρητικού Συμφώνου Ποιότητας» αποτελεί η βιώσιμη ανάπτυξη της Κρήτης μέσω του δικτύου συνεργασίας των τοπικών φορέων και επιχειρήσεων και της κοινωνίας των πολιτών⁷⁰.

Παρόμοιο στόχο θέτει και η «Αγροδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας Κρήτης», η οποία δραστηριοποιείται στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα, στην εστίαση και στην σύνδεσή της με τον τουρισμό. Η Σύμπραξη συμβάλλει στην παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου, στην διαχείριση διεθνών και ευρωπαϊκών προγραμμάτων και στον σχεδιασμό και υλοποίηση ολοκληρωμένου προγράμματος προώθησης των τοπικών προϊόντων ενώ το σήμα «κρήτη» (εικόνα 2-9) πιστοποιεί τα τοπικά προϊόντα⁷¹. Μια ακόμη πιστοποίηση παρέχεται με το σήμα «κρητική κουζίνα» (εικόνα 2-10), που αφορά σε εστιατόρια και χώρους μαζικής εστίασης, οι οποίοι περιέχουν στο μενού τους τοπικά προϊόντα και συνταγές της Κρήτης, με στόχο την δικτύωσή τους με άξονα την ποιότητα υπηρεσιών και την μοναδική Κρητική φιλοξενία για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού στην Κρήτη⁷². Τέλος, η Σύμπραξη δημιούργησε το σήμα «επισκέψιμα οινοποιεία» (εικόνα 2-11), το οποίο συμβάλλει στην δικτύωση των Οινοποιών Κρήτης με στόχο της την προβολή και προώθηση του κρητικού αμπελώνα και του οινοτουρισμού, δημιουργώντας ένα -υψηλού κύρους και αξιοπιστίας- Παγκρήτιο σήμα διεθνώς αναγνωρίσιμο⁷³.

⁷⁰ Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: <https://www.crete.gov.gr/enimerosi/actions/cretan-diet/%CE%BA%CF%81%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%83%CF%8D%CE%BC%CF%86%CF%89%CE%BD%CE%BF-%CF%80%CE%BF%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1%CF%82/>

⁷¹ Αγροδιατροφική Σύμπραξη, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: <https://www.crete.gov.gr/enimerosi/actions/cretan-diet/agrodiatrofiki-sybraxi/>. Σήμα «κρήτη»: http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=8337&lang=el

⁷² Πιστοποίηση Εστιατορίων, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=193&lang=el

⁷³ Σήμα «επισκέψιμα οινοποιεία», διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=5082&lang=el



Εικόνα 2-9. Σήμα "κρήτη"

(Πηγή: http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=6537&lang=en)



Εικόνα 2-10. Σήμα "κρητική

κουζίνα" (Πηγή: http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=192&lang=en)



Εικόνα 2-11. Σήμα "επισκέψιμα

οινοποιεία" (Πηγή: http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=5082&lang=en)

Τέλος, για την προβολή και ευαισθητοποίηση για την Μεσογειακή Διατροφή σε όλες τις τις διαστάσεις, υπογράφηκε Διακήρυξη στο πλαίσιο του προγράμματος INTERREG – MD.net (βλ. ακολούθως, κεφ. 3^ο). Η Διακήρυξη της Μεσογειακής Διατροφής αποσκοπεί να προβάλλει την σημασία της διατροφής σε άλλους τομείς, όπως στην γεωργία, στην υγεία, στον πολιτισμό, στον αθλητισμό, στην εκπαίδευση, στην οικονομία, στον τουρισμό και γενικά στην βιώσιμη ανάπτυξη. Η διακήρυξη δίνει ευκαιρία στους τοπικούς και περιφερειακούς φορείς να διαδραματίσουν βασικό ρόλο στην ενίσχυση του οικονομικού δυναμικού της Μεσογειακής Διατροφής, εν μέσω των συνεχών και γρήγορων αλλαγών στον τρόπο ζωής των ανθρώπων, και τους καλεί να συμμετάσχουν μέσω του σήματός της ενισχύοντας τον ρόλο τους στην υποστήριξη, διατήρηση και προώθησή της⁷⁴.

⁷⁴ Διακήρυξη για τη Μεσογειακή Διατροφή στο πλαίσιο του έργου/δικτύου MD.net, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο:

<https://www.crete.gov.gr/enimerosi/programmata-erga/diaperifereiaka-programmata/interreg/diakiryxi-gia-ti-mesogeikiaki-diatrofi/>

2.2.6. Δράσεις για «Τα άγρια βρώσιμα χόρτα της Κρήτης – Εθνοβοτανικές Πρακτικές»⁷⁵

Τα φαινόμενα της αστικοποίησης, της άναρχης ανάπτυξης του τουρισμού και το κύμα μετανάστευσης έχουν αλλάξει τον τρόπο ζωής και μετάδοσης της γνώσης, ενώ παράλληλα, τα άγρια βρώσιμα χόρτα εξακολουθούν να είναι περιζήτητα στην κρητική κουζίνα. Ως εκ τούτου, έχει υιοθετηθεί η συστηματική καλλιέργεια κάποιων ειδών, όπως τα βλίτα, το σταμναγκάθι, κ.λπ. Προς διαφύλαξη και ανάδειξη του στοιχείου «Τα άγρια βρώσιμα χόρτα της Κρήτης – Εθνοβοτανικές Πρακτικές», οι φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης και του πολιτισμού έχουν προβεί στις παρακάτω δράσεις:

- Επιστημονική έρευνα και τεκμηρίωση των άγριων βρώσιμων χόρτων της Κρήτης.
- Διοργάνωση εκπαιδευτικών εργαστηρίων αναγνώρισης και συλλογής.
- Οργάνωση του Διεθνούς Διεπιστημονικού Συνεδρίου με θέμα την άγρια βρώσιμη κρητική χλωρίδα και τις εθνοβοτανικές πρακτικές της.
- Οργάνωση Διεθνούς Συνεδρίου με θέμα «Η ιστορική πολιτιστική διάσταση της κρητικής διατροφής» με έμφαση στην κατανάλωση χόρτων (Σητεία, Ιούνιος 2015).
- Οργάνωση της έκθεσης «Τσιτσιριστά» με 43 αυτοφυή βρώσιμα χόρτα της ορεινής Κρήτης, που έλαβε χώρα στο βιβλιοπωλείο του Μορφωτικού Ιδρύματος Εθνικής Τράπεζας σε συνεργασία με τον Σύλλογο Κουρουτιανών Αθήνας στο πλαίσιο της προσπάθειας διάσωσης και ανάδειξης των ιδιαιτεροτήτων του νησιού (Μάιος 2014) (εικόνα 2-12).



Εικόνα 2-12. Έκθεση "Τσιτσιριστά" Μάιος 2014 (Πηγή: <https://www.koutipandoras.gr/article/tsitsirista-mia-ekthesi-gia-ta-horta-tis-oreinis-kritis>)

⁷⁵ Το στοιχείο άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς με τίτλο “Τα άγρια βρώσιμα χόρτα της Κρήτης - Εθνοβοτανικές Πρακτικές” εγγράφηκε στο Εθνικό Ευρετήριο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς το 2018 και περιλαμβάνει πρακτικές αναγνώρισης, διαλογής, συλλογής, επεξεργασίας, συντήρησης, παρασκευής και κατανάλωσης της άγριας βρώσιμης κρητικής χλωρίδας («χόρτα»), οι οποίες αποτελούν βασικό στοιχείο του διατροφικού πολιτισμού της Κρήτης, καθώς και τα κοινωνικά και εθιμικά χαρακτηριστικά που συνδέονται με τις πρακτικές αυτές. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: <https://ayla.culture.gr/ta-agria-vrwsima-horta-tis-kritis-ethnobotanical-practices/>

- Εκδήλωση με θέμα «Κρητική διατροφή – Κρητική γλωρίδα: τα φυσικά φαρμακεία της Ευρώπης» (Οκτώβριος 2013), από το Γραφείο Αγροτικής Ανάπτυξης Ρεθύμνου.
- 1^ο Συμπόσιο Ελληνικής Γαστρονομίας με θέμα «Κρητική κουζίνα: ιστορία, εξέλιξη, ερωτηματικά και απαντήσεις» (Χανιά, Ιούλιος 2011)
- Το θεσμοθετημένο Φεστιβάλ Κρητικής Κουζίνας που διοργανώνεται από την Παγκρήτια Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων.
- Εκπομπές – αφιερώματα στα τοπικά μέσα ενημέρωσης, όπως η εκπομπή «Κρητών γεύσεις» στο Sitia Press.gr με αφιέρωμα στη χορτοφαγία.
- Στην καταγραφή και οπτικοακουστική αποτύπωση της αναγνώρισης, συλλογής και παρασκευής των άγριων βρώσιμων χόρτων της Κρήτης.
- Η δημιουργία συλλογής με τα άγρια βρώσιμα χόρτα της Κρήτης στο Μουσείο Παραδοσιακής Ζωής Κρήτης «Λυχνοστάτης», ώστε να γνωρίσουν οι επισκέπτες αυτήν την πτυχή της πολιτιστικής κληρονομιάς του νησιού.
- Η οργάνωση για οικογένειες εργαστηρίων χορτοαναγνώρισης και χορτοσυλλογής, για την ευαισθητοποίηση και ενεργό συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας⁷⁶.

Η ανωτέρω, λοιπόν, ενδεδειγμένη επισκόπηση, όσον αφορά της άσκηση της πολιτιστικής πολιτικής της περιφέρειας ως θεσμού, μαρτυρά μια πολύπλευρη δράση σε έναν τόπο με πλούσιο πολιτιστικό κεφάλαιο, που διαχειρίζεται και αναλώνει λελογισμένα η Κρήτη.

⁷⁶ Τα άγρια βρώσιμα χόρτα της Κρήτης – Εθνοβοτανικές Πρακτικές, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: http://ayla.culture.gr/ta_agria_vrwsima_horta_tis_kritis_ethnobotanical_practices/

Κεφάλαιο 3^ο: Το ευρωπαϊκό δίκτυο “MD. net”

Η παρούσα ενότητα εμπεριέχει μια ανάλυση του βασικού προγράμματος, Interreg Europe, στο οποίο εντάσσεται το δίκτυο “md.net” και μετέχει ως εταίρος η Περιφέρεια Κρήτης. Τα προγράμματα αυτά, συνιστούν πηγές χρηματοδότησης που αξιοποιούνται από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς και αποτελούν δυναμική λύση για τον πολιτισμό, δεδομένης της δυσχερούς οικονομικής κατάστασης σήμερα.

3.1. Το ευρωπαϊκό πρόγραμμα Interreg Europe

Η Ευρώπη, μέσα από τη δημιουργία προγραμμάτων, προωθεί την ανάπτυξη συγκεκριμένων τομέων, μεταξύ των οποίων και ο πολιτισμός. Τέτοιο αποτελεί ενδεικτικά το πρόγραμμα «Δημιουργική Ευρώπη»⁷⁷, που αποτέλεσε σημαντική πηγή χρηματοδότησης για τον πολιτισμό. Αντιστοίχως λοιπόν, το πρόγραμμα Interreg Europe⁷⁸ αποτελεί ένα βασικό ευρωπαϊκό πρόγραμμα. Στο τελευταίο εντάσσεται το δίκτυο MD.net.

Το πρόγραμμα Interreg Europe, χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ)⁷⁹ και σχεδιάστηκε για να υποστηρίξει την αμοιβαία μάθηση μεταξύ φορέων με σκοπό τη βελτίωση της απόδοσης των πολιτικών και προγραμμάτων περιφερειακής ανάπτυξης. Παρέχει την δυνατότητα σε περιφερειακές και τοπικές δημόσιες αρχές και άλλους φορείς σε ολόκληρη την Ευρώπη

⁷⁷ Πρόγραμμα «Δημιουργική Ευρώπη 2014-2020»:

<https://www.amphictyony.gr/uplds/file/2018/CREATIVE%20EUROPE%20FOR%20CITIES.pdf>

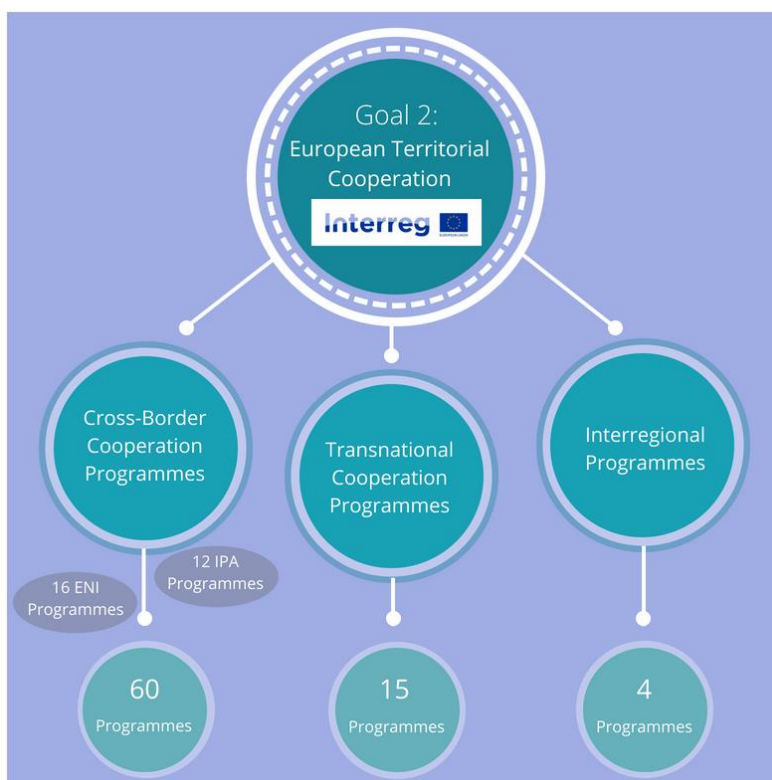
⁷⁸Το τρέχον πρόγραμμα αποτελεί το Interreg V (2014-2020). Ωστόσο, τα προγράμματα που προηγήθηκαν ήταν INTERREG I (1990-1993) - INTERREG II (1994-1999) - INTERREG III (2000-2006) - INTERREG IV (2007-2013). Το πρόγραμμα συνεχίζει για την επόμενη περίοδο 2021-2027 <https://interreg.eu/news/interreg-budget-in-new-period-set-to-8-billion-euros/>, <https://www.interreg.eu/about-us/2021-2027/>

⁷⁹ Το ΕΤΠΑ προορίζεται να συμβάλει στη μείωση των ανισορροπιών μεταξύ των περιφερειών της Κοινότητας. Ιδρύθηκε το 1975 και χορηγεί οικονομική βοήθεια για αναπτυξιακά έργα στις φτωχότερες περιοχές. Όσον αφορά τους χρηματοοικονομικούς πόρους, το ΕΤΠΑ είναι μακράν το μεγαλύτερο από τα διαρθρωτικά ταμεία της ΕΕ.

να ανταλλάξουν πρακτικές καθώς και ιδέες σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας των δημόσιων πολιτικών και τη βελτίωση των στρατηγικών τους (Interreg Europe, 2021).

Το πρόγραμμα Interreg Europe, με προϋπολογισμό 359 εκατομμύρια ευρώ⁸⁰, τα οποία προέρχονται από το ΕΤΠΑ, για την περίοδο 2014-2020 παρουσιάζει εξήντα (60) προγράμματα διασυνοριακής συνεργασίας, δεκαπέντε (15) προγράμματα διεθνικής συνεργασίας, τέσσερα (4) προγράμματα διαπεριφερειακής συνεργασίας (σχήμα 3-1) και εστιάζει στα ακόλουθα τέσσερα θέματα/άξονες πολιτικής, καθένα από τα οποία σχετίζεται με την περιφερειακή ανάπτυξη:

1. Έρευνα, τεχνολογική ανάπτυξη και καινοτομία
2. Ανταγωνιστικότητα των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων (εφεξής ΜΜΕ),
3. Οικονομία χαμηλών εκπομπών άνθρακα
4. Περιβάλλον και αποδοτικότητα των πόρων



⁸⁰ Ο συνολικός προϋπολογισμός για το πρόγραμμα ανέρχεται σε 359 εκατομμύρια ευρώ: 322,4 εκατομμύρια ευρώ διατίθενται για τη **συγχρηματοδότηση** έργων διαπεριφερειακής συνεργασίας, 15,3 εκατομμύρια ευρώ διατίθενται για τη χρηματοδότηση δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται από την Πλατφόρμα Εκμάθησης Πολιτικής, 21,3 εκατομμύρια ευρώ για τεχνική βοήθεια.

Σχήμα 3-1. Ευρωπαϊκή Εδαφική Συνεργασία

(Πηγή: <https://interreg.eu/about-interreg/>)

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2018) θέτει ως προτεραιότητα και αξιοποιεί τον πολιτισμό⁸¹ και τον αξιοποιεί στην δημιουργία θέσεων εργασίας και ανάπτυξης. Βασική αρχή, προϋπόθεση και στόχο αποτελεί η ενίσχυση της συνεργασίας και η εν τέλει ανταλλαγή εμπειριών και γνώσεων από την εφαρμογή του προγράμματος σε διασυνοριακό, διεθνικό και διαπεριφερειακό επίπεδο, με σκοπό την ανάπτυξη μέσω της δημιουργίας οικονομικών σχέσεων και την δικτύωση μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (Σκιαδάς, 2021). Συγκεκριμένα, στην Ευρώπη, οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες συμβάλλουν σημαντικά στην μείωση της φτώχειας, στην βιώσιμη ανάπτυξη και σε μια ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς. Μέσω του ΕΤΠΑ, πραγματοποιείται λοιπόν στον πολιτισμό μια επένδυση, η οποία ενισχύει τη δημιουργία θέσεων εργασίας, την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα των πολιτιστικών και δημιουργικών κλάδων αξιοποιώντας καινοτόμα ψηφιακά εργαλεία. Οι πολιτιστικές δράσεις προκύπτουν έτσι, ως αποτέλεσμα της δημιουργικής δράσης, της δικτύωσης και της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ μεταξύ.

Στον άξονα πολιτικής του προγράμματος, όπου εντάσσεται ο **πολιτισμός**, ορίζεται ως σκοπός η βελτίωση της εφαρμογής πολιτικών για την περιφερειακή ανάπτυξη και δημιουργία προγραμμάτων, με τη μορφή επενδύσεων με στόχο την ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων εργασίας, όπως τα Ευρωπαϊκά προγράμματα για εδαφική συνεργασία στον τομέα της προστασίας, ανάδειξης και ανάπτυξης της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς. Πραγματοποιείται, μάλιστα, ειδική αναφορά ότι ο ‘πολιτισμός’ και ο ‘τουρισμός’ χρήζουν προσοχής ενώ παράλληλα πρέπει να προκύπτει με σαφήνεια η προστιθέμενη αξία της πρότασης σε σχέση με προηγούμενες ή ήδη υπάρχουσες και η ανάπτυξη πολιτιστικών ή τουριστικών δραστηριοτήτων να αντιμετωπιστούν από οικονομική σκοπιά (π.χ. πολιτιστικές βιομηχανίες, τομέας τουρισμού) ή περιβαλλοντική (π.χ. διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, βιώσιμου τουρισμού) (Interreg Europe, 2021). Το Interreg λοιπόν, περιέχει πλείστες δράσεις με

⁸¹ Παραδείγματα: <https://www.interregeurope.eu/policylearning/event/2192/activating-cultural-heritage-in-interreg/>, <https://www.interregeurope.eu/news-and-events/news/3794/culture-and-creativity-meet-european-territorial-cooperation/>

επίκεντρο τον πολιτισμό και τις πολιτιστικές δραστηριότητες (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2018). Ενδεικτικά, τέτοιες είναι το CHRISTA⁸², Cult-RIng⁸³, BrandTour⁸⁴, CD-ETA (Collaborative Digitization)⁸⁵, “MD.net”⁸⁶ (βλ. κατωτέρω αναλυτικά).

Ειδικότερα, μια διάσταση του προγράμματος Interreg με έμφαση στη Μεσόγειο είναι το Interreg Mediterranean⁸⁷, που αποτελεί ένα πρόγραμμα της ευρωπαϊκής συνεργασίας με διακρατικό χαρακτήρα για τη Μεσόγειο. Έχει στόχο την προώθηση της καλύτερης συνεργασίας και της περιφερειακής ανάπτυξης στο εσωτερικό της Ευρωπαϊκής Ένωσης υπό το πρίσμα μιας κοινής προσέγγισης για την αντιμετώπιση κοινών προβλημάτων. Βασικό στόχο του προγράμματος συνιστά η προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης της Μεσογείου μέσα από καινοτόμες ιδέες, πρακτικές καθώς και λελογισμένη χρήση και αξιοποίηση πόρων· παράλληλα, υποστηρίζει την κοινωνική ενσωμάτωση μέσα από την εδαφική συνεργασία. Σκοπό του αποτελεί η βελτιστοποίηση των υφιστάμενων αποτελεσμάτων της προηγούμενης περιόδου καθώς και η δημιουργία πρόσφορων συνθηκών και νέων πλαισίων συνεργασίας των εταίρων του Προγράμματος, θεσπίζοντας έτσι βασικές αρχές. Ο συνολικός προϋπολογισμός για την περίοδο 2014-2020 ανέρχεται σε 265 εκατ. €, που αποτελείται από 224 εκατ. € από το ΕΤΠΑ (Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης), 9 εκατ. € από τον ΜΠΒ (Μηχανισμό Προενταξιακής Βοήθειας) και το υπόλοιπο από εθνική συγχρηματοδότηση. Το ποσοστό συγχρηματοδότησης για τους εταίρους είναι 85% ή 50%.

3.2. Το ευρωπαϊκό δίκτυο “MD.net”

⁸² CHRISTA, διαθέσιμο: <https://www.interregeurope.eu/christa/>

⁸³ Cult-Ring, διαθέσιμο: <https://www.interregeurope.eu/cult%20ring/>

⁸⁴ BrandTour, διαθέσιμο: <https://www.interregeurope.eu/brandtour/>

⁸⁵ CD-ETA (Collaborative Digitization), διαθέσιμο: <https://www.interregeurope.eu/cd%20eta/>

⁸⁶ MD.net, διαθέσιμο: <https://mdnet.interreg-med.eu/>

⁸⁷ Interreg Mediterranean, διαθέσιμο: <https://interreg-med.eu/about-us/what-is-interreg-med/>



Εικόνα 3-2. Λογότυπο MD.net

(Πηγή:<https://www.crete.gov.gr/enimerosi/programmata-erga/diaperifereiaka-programmata/interreg/md-net-mediterranean-diet-when-brand-meets-people-iatrofi-sti-mesogeio-otan-to-brand-name-synanta-toys-polites/>)

Το δίκτυο “MD.net” (λογότυπο/εικόνα 3-2) υλοποιείται στο πλαίσιο του προγράμματος διαπεριφερειακής συνεργασίας INTERREG MED 2014-2020, με τίτλο: **“MD.net Mediterranean Diet – When Brand Meet People”** «Μεσογειακή Διατροφή-Όταν το Brand Name συναντά τους Πολίτες». Στην υλοποίηση του έργου συμμετέχουν οι εξής φορείς (εταίροι):

1) Περιφέρεια Καμπανίας, που αποτελεί και τον επικεφαλής εταίρο (Ιταλία)
2) Πανεπιστήμιο Algarve (Πορτογαλία)
3) Δημόσιο Ίδρυμα RERA S.D. για Συντονισμό και Ανάπτυξη (Κροατία)
4) Περιφέρεια Κρήτης (Ελλάδα)
5) Πανεπιστήμιο Mostar (Βοσνία-Ερζεγοβίνη)
6) Μεσογειακό Ίδρυμα Διατροφής (Ισπανία)
7) Επιμελητήριο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Ναυτιλίας Σεβίλλης (Ισπανία)
8) Περιφέρεια Εμίλια Ρομάνια (Ιταλία)
9) E-zavod Συμβουλευτική έργου, έρευνα και ανάπτυξη ολοκληρωμένων λύσεων (Σλοβενία)
10) Επιτροπή Ευρωμεσογειακής Συνεργασίας Τοπικών και Περιφερειακών Αρχών (Ιταλία)
11) Ένωση Δήμων Αλβανίας (Αλβανία)
12) Υπουργείο Γεωργίας, Κτηνοτροφίας, Αλιείας και Διατροφής (Ισπανία)
13) Αναπτυξιακή Εταιρεία Τροόδους (Κύπρος)

Πίνακας 3-3. Εταίροι του δικτύου md.net (ίδια επεξεργασία)

(πηγή: <https://www.crete.gov.gr/enimerosi/programmata-erga/diaperifereiaka-programmata/interreg/md-net-mediterranean-diet-when-brand-meets-people-iatrofi-sti-mesogeio-otan-to-brand-name-synanta-toys-polites/>)

Το έργο είχε προβλεπόμενη διάρκεια 48 μήνες, με ημερομηνία εκκίνησης την 01/02/2018 και λήξη την 31/01/2022. Ο συνολικός του προϋπολογισμός είναι 3.727.330 ευρώ και συγχρηματοδοτήθηκε από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) (European Regional Development Fund - ERDF), τον Μηχανισμό Προενταξιακής Βοήθειας (ΜΠΒ) (Instrument for Pre-Accession Assistance - IPA) και ιδίους πόρους (πίνακας 3-4). Ο προϋπολογισμός για την Περιφέρεια Κρήτης αντιστοιχεί σε:

	Χρηματοδότηση ΕΤΠΑ και ΜΠΒ για το MD.net (85%)	ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ	ΣΥΝΟΛΟ
Περιφέρεια Κρήτης	274.794,38€	48.493,12 €	323.287,50€

Πίνακας 3-4. Χρηματοδοτική περίοδος 01/02/2018-31/01/2022 για την Περιφέρεια Κρήτης (ίδια επεξεργασία)

(πηγή: Interreg Med Programme (2014-2020). Application Form_Submitted Version)

Γενικός στόχος του έργου είναι η αντιμετώπιση των προκλήσεων για την ανάδειξη της ΜΔ στις χώρες της Μεσογείου, ως τμήμα αναπόσπαστο της μεσογειακής ταυτότητας. Η ΜΔ είναι εγγεγραμμένη στον κατάλογο της UNESCO για την άυλη πολιτιστική κληρονομιά. Το έργο, θα χρησιμοποιήσει παραδοσιακά και δημιουργικά μέσα προκειμένου να παράγει γνώση και στρατηγικές, τρόπους ευφυούς μάρκετινγκ για την ενίσχυση της κοινής ταυτότητας αλλά και των τοπικών (π.χ. κρητικών) ιδιοτήτων, να ενισχύσει τη δημιουργικότητα και την καινοτομία στην οικονομία, τις συνεργατικές εκπαιδεύσεις που αφορούν στην καινοτομία και να κεφαλαιοποιήσει τα αποτελέσματα σε σχέση με την εφαρμογή των θεματικών προτεραιοτήτων της Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης. Στον πίνακα/σχήμα που ακολουθεί (σχήμα 3-5), παρατίθενται συγκεντρωμένοι και κωδικοποιημένοι οι στόχοι του έργου. Ειδικότερα:

ΣΤΟΧΟΙ ΕΡΓΟΥ

1. Ενίσχυση της διερεύνησης της ΜΔ βάσει της Σύμβασης της UNESCO, συνδυάζοντας ολοκληρωμένες έννοιες της ΜΔ με καινοτόμα εργαλεία και αναγνωρίζοντας τη ΜΔ ως μια ευκαιρία για έξυπνη οικονομική ανάπτυξη των απομακρυσμένων αγροτικών περιοχών

2. Ενίσχυση της αξιοποίησης της ΜΔ, μέσω των περιοχών που είναι στην UNESCO και εμπλουτισμό με περιοχές που συναινούν στη σύμβαση.

3. Προώθηση της ΜΔ στη διεθνή αγορά με τη διαχείριση όλων των συστημάτων της ΜΔ, των διακριτικών προϊόντων της γύρω από τα οποία θα δομηθεί ένα καινοτόμο ολόκληρωμένο branding για μαρκετινγκ και υψηλής τεχνολογίας δικτυακές υπηρεσίες.

4. Σύζευξη της ΜΔ με προσφορές που απευθύνονται σε συγκεκριμένες κοινότητες μέσω του αργού τουρισμού.

5. Δημιουργία ενός σταθερού δικτύου μεταξύ των χρηστών, των τοπικών κοινοτήτων, των επιχειρήσεων, της έρευνας και των δημόσιων διοικήσεων για την προώθηση νέων ευκαιριών για προϊόντα και υπηρεσίες της ΜΔ για τις νέες γενεές.

Σχήμα 3-5. Στόχοι Δικτύου MD.net (ίδια επεξεργασία)

(πηγή: Interreg Med Programme (2014-2020). Application Form_Submitted Version)

Ειδικότερα, το έργο (δίκτυο) αυτό προσδοκά και στοχεύει αποτελέσματα στα εξής έξι (6) επίπεδα:

✓MD.Data - Ανταλλαγή επιστημονικών γνώσεων και ερευνών για τη Μεσογειακή διατροφή μεταξύ των συμμετεχουσών περιοχών και αξιολόγηση των ομοιοτήτων και των διαφορών

✓MD.Brand -Καλύτερη προώθηση των προϊόντων με την δημιουργία του **brand name**

✓MD.InC -Δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών γύρω από την Μεσογειακή διατροφή και κατ' επέκταση ενίσχυση της επιχειρηματικότητας

✓MD.Brain - Δημιουργία μαθημάτων και εργαστηρίων για την εκπαίδευση νέων μελλοντικών επαγγελματιών και καταναλωτών καθώς και ένταξη διαφορετικών επαγγελμάτων στον τομέα του τουρισμού όπως κλωστοϋφαντουργία, πολιτισμός κλπ.

✓MD.GOV - Προώθηση νέων βιωματικών εργαστηρίων με τοπικούς φορείς για την υλοποίηση της ΜΔ και την μετάβαση από την παραδοσιακή σε μια σύγχρονη προσέγγιση

✓MD.TN.net- Κεφαλαιοποίηση της γνώσης της ΜΔ που θα οδηγήσει σε ένα υγιεινό τρόπο ζωής σε ένα παραδοσιακό και ασφαλές τρόφιμο μέσω της καινοτομίας και των συμπληρωματικών υπηρεσιών (διατήρηση, παραγωγή, παράδοση, branding, προώθηση).

Σε ό,τι αφορά τη διαμόρφωση brandname, το δίκτυο στοχεύει σε μια βελτιωμένη «πολιτική αξιοποίησης» γύρω από τη Μεσογειακή διατροφή (Διανομή, Εμπορευματοποίηση και Εμπορία). Εστιάζει δηλαδή και προσβλέπει σε μια ενισχυμένη δημιουργική ικανότητα για την προώθηση προϊόντων μεσογειακής διατροφής στις διεθνείς αγορές, αξιοποιώντας το brand της ΜΔ για την ενίσχυση της ταυτότητας αυτής μέσα από σταθερή συνεργασία μεταξύ των περιφερειών. Μέσα δηλαδή από την εφαρμογή κοινής μεθοδολογίας, το δίκτυο αποσκοπεί στην ενίσχυση των MME στον διεθνή ανταγωνισμό της αγοράς. Το δίκτυο από κοινού με τους συνδεδεμένους σε αυτό εταίρους κάθε περιοχής, αντικαθιστά τις τυπικές ανταγωνιστικές διαδικασίες και δημιουργεί κοινό/συνδεδεμένο όραμα για το μάρκετινγκ, κοινό/συνδεδεμένο τρόπο για να αναδειχθεί ως τρόπος ζωής η ΜΔ, μέσα από κοινούς/συνδεδεμένους τρόπους εφαρμογής στρατηγικών. Το Brand της ΜΔ θα σημαίνεται στους συμμετέχοντες τοπικούς φορείς μέσω ενός ευρέως αναγνωρίσιμου εμπορικού σήματος (βλ. κατωτέρω), που θα χρησιμοποιείται στις περιοχές της Μεσογείου για την προώθηση της περιφερειακής ανάπτυξης και νέων δεξιοτήτων, με σκοπό την υψηλότερη προστιθέμενη αξία του προϊόντος/της υπηρεσίας του MD Brand και κατά συνέπεια υψηλότερα έσοδα από δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό.

Ειδικότερα, η Περιφέρεια Κρήτης⁸⁸, ως συμμετέχουσα στη Διακήρυξη⁸⁹ για τη Μεσογειακή Διατροφή, αναγνωρίζει τις αξίες και τις πολιτιστικές πρακτικές που

⁸⁸ Η Περιφέρεια Κρήτης εμφανίζει πλούσια δράση σχετικά με τη διαχείριση ευρωπαϊκών προγραμμάτων. Ενδεικτικά: [#DESTIMEDPLUS](#), [Impreco Adrion Interreg](#), [NAYS Interreg Ελλάδα Κύπρος](#), [#BLUEfasma](#), [Screen Synergic](#) κα.

⁸⁹ «Διακήρυξη για τη Μεσογειακή Διατροφή»: <https://www.crete.gov.gr/wp-content/uploads/2021/05/diakiryxi-gia-tin-mesogeiaki-diatrofi-perifereia-kritis-1.pdf>

σχετίζονται με τη Μεσογειακή Διατροφή, υποστηρίζοντας θερμά, την προσπάθεια του προγράμματος Interreg Med - MD.net για την επίτευξη μεγαλύτερης προβολής και ευρύτερης ευαισθητοποίησης για τη Μεσογειακή Διατροφή σε όλες τις διαστάσεις: παραγωγή τροφίμων, ανάπτυξη κουλτούρας σχετικής με την υγεία, εκπαίδευση, οικονομία, τουρισμός, αγροτική ανάπτυξη και βιωσιμότητα. Συγκεκριμένα, η Κρήτη προωθεί την καινοτομία⁹⁰ σε περιφερειακό επίπεδο, ενίσχυση του αγροδιατροφικού τομέα - ενδυναμώνοντας τον τομέα των εξαγωγών - και προώθηση της προστατευόμενης από την UNESCO άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της. Σε συνάρτηση με τις δραστηριότητες του MD.net, η Περιφέρεια επικεντρώνεται στα αγροτικά προϊόντα, τα οποία πάντα συνέβαλαν σε μεγάλο βαθμό στην ακαθάριστη παραγωγή της Κρήτης (ελαιόλαδο, λαχανικά και γαλακτοκομικά προϊόντα), και εντέλει στην προσπάθεια να καλλιεργήσει το κρητικό μοντέλο διατροφής (αρωματικά φυτά, μέλι, κρασί και υψηλής διατροφικής αξίας θαλασσινά).

Σύμφωνα με την διακήρυξη της ΜΔ⁹¹, με την προσχώρηση στο δίκτυο λοιπόν και τη υπογραφή της Διακήρυξης, η Περιφέρεια Κρήτης αναλαμβάνει μια δέσμευση, η οποία αναλύεται σε τρεις επιμέρους συνιστώσες:

✚ Να υποστηρίξει τη μεσογειακή διατροφή ως:

- Ένα δυναμικό εργαλείο για την τόνωση και αναζωογόνηση της οικονομίας, της κοινωνίας, της κουλτούρας, των τεχνών και του τουρισμού στις μεσογειακές κοινότητες, με σκοπό την αύξηση της ανταγωνιστικότητας σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.
- Μία εξαιρετικής σημασίας, υγιεινή διατροφή στην περιοχή της Μεσογείου, που μπορούν να υιοθετήσουν και άλλα μέρη του κόσμου, όχι μόνο για την παγκοσμίως αναγνωρισμένη διατροφική της πυραμίδα,

⁹⁰ Η Περιφέρεια Κρήτης έχει ξεκινήσει την υλοποίηση της **Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης (RIS3Crete)**, μέσα από την οποία επιδιώκει να προωθήσει τον μετασχηματισμό της περιφερειακής οικονομίας, με την αναζωογόνηση παραδοσιακών και αναδυόμενων τομέων και τον εκσυγχρονισμό των παραγωγικών δυνατοτήτων. Έξυπνη εξειδίκευση σημαίνει εντοπισμός των μοναδικών χαρακτηριστικών και μέσων κάθε χώρας και περιφέρειας, επισημαίνοντας τα συγκριτικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα κάθε περιφέρειας, και συγκεντρώνοντας τοπικούς παράγοντες και πόρους γύρω από ένα όραμα για το μέλλον τους. <https://ris3.crete.gov.gr/>

⁹¹ MedDiet Declaration. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: <https://www.crete.gov.gr/wp-content/uploads/2022/09/diakiryxi-gia-tin-mesogeiaiki-diatrofi-perifereia-kritis-1.pdf> (14/10/2022)

αλλά και για την ολιστική της προσέγγιση στα τρόφιμα, ως προς τον τρόπο παραγωγής, απόκτησης, κατανάλωσης.

- Έναν πολύτιμο και μοναδικό τρόπο, να συσχετίσουμε την παράδοση, την κληρονομιά, τις πολιτιστικές ταυτότητες και την ποικιλία, ενώ δίνεται έμφαση στις αξίες της φιλοξενίας, της κοινότητας, του διαπολιτισμικού διαλόγου, της δημιουργικότητας και του σεβασμού.

✚ Να προστατεύσει τη μεσογειακή διατροφή μέσω:

- Των παραδόσεων, των ηθών και εθίμων, των συμβόλων, της κληρονομιάς, των διατροφικών συνηθειών και των τρόπων ζωής που κάνουν τη Μεσογειακή Διατροφή μοναδική, με το διαπολιτισμικό άνοιγμά της και τη δημιουργικότητά της.
- Των τοπίων, όπου η βιώσιμη γεωργία, η κτηνοτροφία, η αλιεία, και τα μοντέλα γαστρονομίας, συνδέονται με την τοπική ανάπτυξη που ενισχύει τις κοινωνικοοικονομικές ευκαιρίες στην ύπαιθρο.
- Των κοινοτήτων, ενισχύοντας κοινές ταυτότητες και αναγνωρίσιμες αξίες, δυναμώνοντας τις περιοχές, προωθώντας τοπικές υπηρεσίες και προϊόντα τόσο σε εθνικό αλλά διεθνικό επίπεδο.

✚ Να προωθήσει:

- Τη δέσμευση μεταξύ των επιχειρήσεων, των δημόσιων οργανισμών και ιδιωτικών φορέων, των κέντρων γνώσης, των μεμονωμένων ατόμων και των εμπλεκόμενων φορέων, για να αναπτύξουν ευκαιρίες για τη Μεσογειακή Διατροφή.
- Το διάλογο και τη συνεργασία στις Μεσογειακές περιοχές και σε άλλες περιοχές παγκοσμίως, για να δράσουν συνεργατικά, προκειμένου να ενθαρρύνουν και να διαχύσουν τη Μεσογειακή Διατροφή και τις αξίες της.
- Τη φήμη και την ευαισθητοποίηση για τη Μεσογειακή Διατροφή.

Η περιφέρεια Κρήτης λοιπόν, στο πλαίσιο του έργου MD.net, απηύθυνε (και εξακολουθεί) πρόσκληση σε⁹²:

⁹² Οι τέσσερις (4) αυτές κατηγορίες (δημόσιο, εμπορικός τομέας, εκπαίδευση, πολίτες/κοινωνία) αποτελούν κατά το Interreg τις ομάδες συνεργασίας του «τετραπλού έλικα».

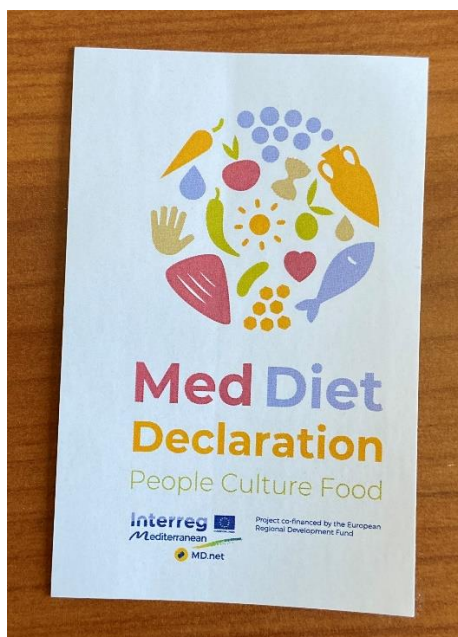
~Εθνικούς, περιφερειακούς & τοπικούς φορείς

~Βιομηχανίες & επιχειρήσεις

~Πανεπιστήμια & ακαδημαϊκά ιδρύματα

~Η κοινωνία των πολιτών,

προκειμένου να αιτηθούν και να συμμετάσχουν δωρεάν και εθελοντικά, στη «Διακήρυξη για τη Μεσογειακή Διατροφή», αναγνωρίζοντας τις αξίες και τις πολιτιστικές πρακτικές της, και υποστηρίζοντας ένθερμα την προσπάθεια του έργου “MD.net” για την επίτευξη μεγαλύτερης προβολής και ευρύτερης ευαισθητοποίησης για τη ΜΔ. Οι αιτήσεις των ενδιαφερομένων πραγματοποιούνται στη σχετική ιστοσελίδα, όπου υπάρχει *μόνιμη, ανοικτή πρόσκληση* (<http://mdnet.dietamediterranea.com/>, στην ελληνική γλώσσα: <http://mdnet.dietamediterranea.com/el/med-diet-declaration-gr/>). Κριτήρια επιλεξιμότητας και προϋποθέσεις ένταξης δεν υπάρχουν αυστηρά ορισμένα ωστόσο πρέπει να πραγματοποιείται ανάδειξη της ΜΔ από τις δραστηριότητες ενός εκάστου συμμετέχοντα (προώθηση των αξιών της, συνάφεια της δραστηριότητας και των υπηρεσιών/προϊόντων στην προώθηση της ΜΔ, ανάδειξη της σημασίας του τρόπου ζωής μέσα από την ΜΔ, σύνδεση με βασικές εκδηλώσεις, ενημερωτικές/εκπαιδευτικές δραστηριότητες, ευαισθητοποίηση για τη σημασία της ΜΔ). Τέλος, οι αιτήσεις αξιολογούνται εντός περίπου 45 ημερολογιακών ημερών, ενώ οι αιτούντες ενημερώνονται σχετικά μέσω email. Οι εγκρίσεις των αιτήσεων, δημοσιεύονται στο <http://mdnet.dietamediterranea.com/> καθώς και στην ιστοσελίδα του έργου (<https://mdnet.interreg-med.eu/>). Οι φορείς που εγκρίνονται λαμβάνουν και φέρουν στην έδρα τους ένα **σήμα** (βλ. εικόνα 3-6), διακριτικό της ΜΔ αλλά και της ένταξης τους στο δίκτυο MD.net.



Εικόνα 3-6. Σήμα των συμμετεχόντων στο δίκτυο “MD.net”

(πηγή: Περιφέρεια Κρήτης)

Μέρος του δικτύου αποτελούν πολλές κατηγορίες συμμετεχόντων, ετερόκλητες στο προφανές, που όμως συνδέονται μέσω της ΜΔ. Τέτοιοι είναι νομικά και φυσικά πρόσωπα όπως ελαιοπαραγωγοί, επιχειρήσεις εστίασης, επιχειρήσεις και παραγωγοί οινοποιίας, καλλιεργητές/παραγωγοί χαρουπιού και παραγώγων, βιολογικοί καλλιεργητές βοτάνων ενώ παρατηρείται επίσης θεσμική παρουσία όπως το Δημοτικό Γηροκομείο Χανίων. Άλλοι συμμετέχοντες μπορεί να είναι διατροφολόγοι, ψυχολόγοι-ψυχοθεραπευτές που αντιμετωπίζουν περιστατικά ανθρώπων με διατροφικά προβλήματα (βουλιμία, νευρική ανορεξία) και στρέφουν αυτούς προς την ΜΔ. Προς τούτο μάλιστα, έχει δημιουργηθεί ένας χάρτης⁹³, στον οποίο εμφανίζονται οι συμμετέχοντες στο δίκτυο φορείς.

3.3. Περιφέρεια Κρήτης και MD.net: επικοινωνιακή πολιτική και εξωστρέφεια

⁹³ Χάρτης συμμετεχόντων στο MD.net (Proyecto MDNET - Fundació Dieta mediterranea): <https://mdnet.dietamediterranea.com/el/med-diet-declaration-gr/>

Το προηγηθέν διάστημα, από την έναρξη του έργου μέχρι και σήμερα, η Περιφέρεια Κρήτης έχει επιδοθεί και εν τέλει υλοποιήσει μόνη της και σε συνεργασία με τους λοιπούς εταίρους⁹⁴, πλείστα διαδραστικά εργαστήρια, συναντήσεις, σεμινάρια, ημερίδες αλλά και διαδικτυακές συναντήσεις, όπως η συμμετοχή στο έργο και δίκτυο απαιτεί. Ενδεικτικά, τον Οκτώβρη του 2019, στο πλαίσιο υλοποίησης του παραπάνω έργου πραγματοποιήθηκε στο ξενοδοχείο MINOS BEACH στον Άγιο Νικόλαο το πρώτο βιωματικό εργαστήριο με θέμα το χαρούπι με τη συμμετοχή του Τμήματος Διατροφής και Διαιτολογίας του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου. Τον Ιανουάριο του 2020, η Περιφέρεια Κρήτης και το δίκτυο MD.net, πραγματοποίησαν μια αξιόλογη δράση, το δεύτερο βιωματικό εργαστήριο με τη συμμετοχή 100 περίπου παιδιών του Δημοτικού Σχολείου Ελούντας Λασιθίου και σχετική συζήτηση γύρω από τη διατροφή των παιδιών.

Ένα από τα σπουδαιότερα επικοινωνιακά εγχειρήματα της Περιφέρειας Κρήτης αποτέλεσε η συμμετοχή της στην *Ευρωπαϊκή Εβδομάδα Περιφερειών και Πόλεων*⁹⁵ τον Οκτώβρη του 2019⁹⁶ (εικόνα 3-7). Κατά τη διάρκεια της Εβδομάδας, διοργανώθηκε ένα συμμετοχικό σεμινάριο και βραδιά γευσιγνωσίας με επίκεντρο την ΜΔ, με προϊόντα που εισέφεραν οι εταίροι. Το MD.net πραγματοποίησε μια δυναμική παρουσία κατά τη διάρκεια της οποίας έγινε μια εστιασμένη συζήτηση σε θέματα *βελτιωμένης διακυβέρνησης, καινοτομίας* και φυσικά -τι άλλο- *branding* (!), με σκοπό την οικονομική ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών της Μεσογείου. Αναμφισβήτητα, η παρουσία της εκεί αποτέλεσε ένα μείζονος σημασίας γεγονός, που έδωσε βήμα στην Περιφέρεια για προβολή πέραν των εθνικών της συνόρων αλλά και σύνδεσή της με το ισχυρό brand της ΜΔ.

⁹⁴ Από τις πρώτες *συναντήσεις εταίρων* αποτελέσαν: 16-17 Απριλίου 2019, Βαρκελώνη. Συνάντηση εταίρων στο πλαίσιο της έκθεσης Alimentaria Fair, 17-18 Σεπτεμβρίου 2019, Ιταλία. Συνάντηση εταίρων με δημιουργία του Living Lab στη Pollica, με συμμετοχή σε εργαστήρια γύρω από τη ΜΔ.

⁹⁵ Η εκδήλωση **Ευρωπαϊκή Εβδομάδα των Περιφερειών και των Πόλεων** είναι μια τετραήμερη εκδήλωση που διεξάγεται κάθε χρόνο στις Βρυξέλλες, κατά την οποία εκπρόσωποι περιφερειακών και τοπικών αρχών, εμπειρογνώμονες και πανεπιστημιακοί έχουν την ευκαιρία να ανταλλάξουν ορθές πρακτικές και τεχνογνωσία στον τομέα της περιφερειακής και αστικής ανάπτυξης. https://ec.europa.eu/regional_policy/regions-and-cities/docs/EURegionsWeek_factsheet_el.pdf

⁹⁶ Η Κρήτη στην Ευρωπαϊκή Εβδομάδα των Περιφερειών και Πόλεων:

<https://www.facebook.com/CreteInBrussels/>,

https://www.facebook.com/events/899324100453221/?acontext=%7B%22event_action_history%22%3A%22surface%22%3A%22page%22%7D%7D, <https://www.goodnet.gr/news-item/dunamiki-i-parousia-tis-perifereias-kritis-stin-europaiki-ebdomada-perifereion-kai-poleon-stis-bruxelles.html>



Εικόνα 3-7. Η Κρήτη στην Ευρωπαϊκή Εβδομάδα Περιφερειών

(πηγή: <https://www.ertnews.gr/perifereiakoi-stathmoi/iraklio/i-kriti-stin-eyropaiki-evdomada-perifereion/>)

Από τις τελευταίες δράσεις ήταν η πραγματοποίηση την Πέμπτη 11/2/2021 του διαδικτυακού εργαστηρίου με θέμα «Τάσεις και εξελίξεις στον τομέα της αγροδιατροφής»⁹⁷. Η πρωτοβουλία αυτή ομοίως εντάσσεται στο πλαίσιο του MD.net και εγείρει θέματα και προβληματισμό σχετικά με την επέλαση της πανδημίας COVID19, την επίσπευση διαδικασιών και τάσεων στους τομείς της αγροδιατροφής και αγροτουρισμού, καθιστώντας σαφές ότι αποτελεί αδήριτη ανάγκη η ενσωμάτωση καινοτόμων ψηφιακών μέσων στους παραπάνω τομείς.

Το κεφάλαιο αυτό ολοκληρώνεται στο σημείο αυτό αφού προηγουμένως έχει παρατεθεί μια αρκετά επεξηγηματική αποτύπωση της λειτουργίας του δικτύου md.net άλλα και την επικοινωνιακή διαχείριση αυτού από την περιφέρεια Κρήτης. Ακολουθεί η παράθεση πρωτογενών δεδομένων που σχετίζονται με την ανάπτυξη του τόπου της Κρήτης αλλά και τη κτήση ή/και ισχυροποίηση μιας ταυτότητας τόπου, φέρουσα συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά.

⁹⁷ Διαδικτυακό εργαστήριο με θέμα: «Τάσεις και εξελίξεις στον τομέα της αγροδιατροφής» <https://www.antilalospress.gr/Articles/diadiktuako-ergastirio-me-thema-taseis-ekselikseis-ston-tomea-tis-agrodiatrofis>

Τον Μάιο 2021 πραγματοποιήθηκε η εικονική έκθεση και διαδικτυακό συνέδριο με τίτλο *Med Diet Networking Festival*⁹⁸ για την προώθηση της ΜΔ ανοικτή για το κοινό, με 80 επιχειρήσεις από όλες τις χώρες και 220 μεμονωμένους συμμετέχοντες. Στόχος αυτής της εκδήλωσης αποτέλεσε η διάδοση των δράσεων του «MD.net», η συζήτηση για το πώς η ΜΔ επηρεάζει όλη την περιοχή της Μεσογείου και η δικτύωση και ανάπτυξη συνεργασιών με φορείς από τις χώρες του εταιρικού σχήματος του έργου.

Όσον αφορά την επικοινωνιακή της διάθεση και πρόθεση, η Περιφέρεια Κρήτης, όπως διαφαίνεται από την επίσημη ιστοσελίδα της, αξιοποιεί κοινωνικά δίκτυα (facebook, twitter, Youtube). Με ισχυρή παρουσία στα μέσα αυτά⁹⁹, η Περιφέρεια ενημερώνει, προσκαλεί, εμπνέει και παρακινεί τους χρήστες. Σε ανάρτηση της τον Ιανουάριο του 2022, γνωστοποιεί στους ‘φίλους’ της ότι απέκτησε δικό της podcast¹⁰⁰ με τίτλο "Ιστορίες Μεσογειακής Διατροφής"¹⁰¹. Το εν λόγω μέσο/υπηρεσία δημιουργήθηκε αφενός μεν στο πλαίσιο των δράσεων του ευρωπαϊκού έργου MD.net αφετέρου με εστίαση στην εξωστρέφεια της Περιφέρειας με σκοπό την *ισχυροποίηση της ταυτότητάς της γύρω από την ΜΔ*. Ειδικότερα, θα περιλαμβάνει έθιμα και παραδόσεις των πρώτων ημερών του έτους που συνδέονται με τη διατροφή καθώς και διηγήσεις σχετικά με τις παραδόσεις της Κρήτης που χάνονται στο χρόνο.

Επιπλέον, η Περιφέρεια Κρήτης στο πλαίσιο της επικοινωνίας του εγχειρήματος md.net, οργάνωσε και πραγματοποίησε δυο φορές *διαγωνισμό φωτογραφίας “My Dish!” με θέμα τη γαστρονομία*. Στο διαγωνισμό προσκλήθηκαν να συμμετάσχουν όλοι οι λάτρεις της φωτογραφίας, αποτυπώνοντας σε εικόνα τα χαρακτηριστικά στοιχεία γαστρονομικών πιάτων της περιοχής. Ο πρώτος διαγωνισμός

⁹⁸ Φεστιβάλ για τη ΜΔ: <https://mdfestival.camaradesevilla.com/>

⁹⁹ Η Περιφέρεια της Κρήτης σε Facebook, Twitter, Youtube: <https://www.facebook.com/RegionCreteEuropeanProjects/>, <https://www.facebook.com/CreteRegion>, <https://twitter.com/creteregion?lang=el>, <https://www.youtube.com/channel/UCiZwWU0REgrLsG7S2m7Ebpw>

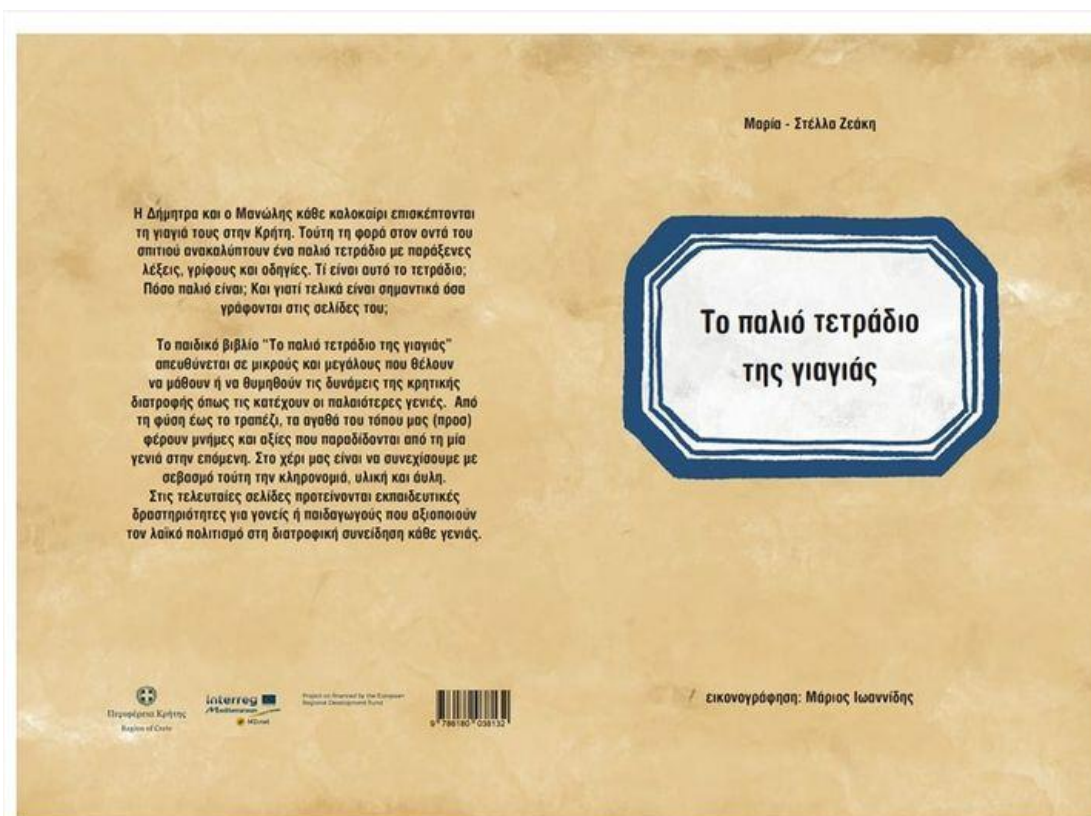
¹⁰⁰ Ο όρος **podcast** ή **postcasting** (Personal On Demand broadCAST) αφορά σε μια υπηρεσία διαθέσιμη σε χρήστες, η οποία τους επιτρέπει να ακούσουν μια συζήτηση όποτε το ζητήσουν μέσω διαδικτύου. Είναι ψηφιακά αρχεία, έχουν διάρκεια στον χρόνο και δεν απαιτούν εξοπλισμό μεγάλου κόστους. Τα podcast μπορούν να δημιουργηθούν από τον καθένα.

¹⁰¹ "Ιστορίες Μεσογειακής Διατροφής": <https://anchor.fm/region-of-crete/episodes/01-e1csks8?fbclid=IwAR0Tf2-UAGkGJ3gDnev8GzgXdjEbarxGAm-ijkezpcTID2FQiarTcMNHIWY>

πραγματοποιήθηκε την άνοιξη του 2021 ενώ ο δεύτερος διαγωνισμός την άνοιξη του τρέχοντος έτους.

Συνεχίζοντας την προσπάθεια διάδοσης της σημασίας του δικτύου md.net, η Περιφέρεια πραγματοποίησε σεμινάρια εκπαιδευτικού/ενημερωτικού χαρακτήρα με σκοπό την ενημέρωση όσον αφορά την διαχείριση του σήματος μέσα από πρακτικούς τρόπους για την αξιοποίησή του και καλές πρακτικές. Αποδέκτες ήταν όλοι οι ενδιαφερόμενοι που ενσωματώθηκαν στο δίκτυο, αιτήθηκαν και έλαβαν το σήμα της ΜΔ.

Τέλος, η Περιφέρεια Κρήτης, στο αυτό πλαίσιο δράσεων επικοινωνίας του ευρωπαϊκού δικτύου md.net, που αναδεικνύει τις διατροφές των χωρών της Μεσογείου, προχώρησε σε μια εξαιρετικά ενδιαφέρουσα και πρωτότυπη πρωτοβουλία. Τον Μάιο, ανακοινώθηκε η κυκλοφορία ενός παιδικού βιβλίου για το πολιτισμικό κεφάλαιο της κρητικής διατροφής. Το παιδικό αυτό βιβλίο τιτλοφορείται "Το παλιό τετράδιο της γιαγιάς" έχει εκτυπώσει έναν συγκεκριμένο αριθμό βιβλίων προκειμένου να αποσταλούν σε δημοτικά σχολεία, σε χωριά και βιβλιοθήκες (εικόνα 3-8).



Εικόνα 3-8. Εξώφυλλο παιδικού βιβλίου με τίτλο «Το παλιό τετράδιο της γιαγιάς»

(πηγή:https://www.facebook.com/mariastella.zeaki/posts/pfbid0K69DFnmMjVybazgUJrPXkbHSirt7S_ojoEhi5uZ6izpH1aw6YekkyWa8HpX3asZml)

Τον Απρίλιο η Περιφέρεια Κρήτης και το ευρωπαϊκό δίκτυο md.net βρέθηκε στην Ιταλία, για τελευταία φορά, να συζητήσει τα παραδοτέα και να κλείσει τις δράσεις 4 χρόνων. Ανάμεσα σε συναντήσεις και δραστηριότητες, άνθρωποι από διάφορες χώρες της Μεσογείου ανταλλάξαν εμπειρίες, ιστορίες, ιδέες και καλές πρακτικές ενώ στον επίλογό της η Κρήτη παρουσίασε τις δικές της δράσεις για τη διατροφική ταυτότητα του τόπου.

Το κεφάλαιο αυτό ολοκληρώνεται στο σημείο αυτό έχοντας καταγράψει την συνολική εξελικτική πορεία του δικτύου md.net, όσον αφορά στην Περιφέρεια Κρήτης. Ακολουθεί η διερεύνηση και παράθεση των προοπτικών τοπικής ανάπτυξης του τόπου όπως προέκυψε μέσα από πρωτογενή έρευνα, η οποία στόχευσε στην συλλογή ποιοτικών δεδομένων σχετικά με εργαλείο το ερωτηματολόγιο ανοικτού τύπου.

Κεφάλαιο 4^ο: Διερεύνηση των προοπτικών τοπικής ανάπτυξης μέσα από το “MD.net”

Στο παρόν κεφάλαιο αποτυπώνεται η οικονομική ανάπτυξη και κοινωνική διάνθηση στην οποία προσβλέπει η Περιφέρεια Κρήτης, αξιοποιώντας το δίκτυο md.net. Η μελέτη περίπτωσης, τα ερευνητικά ερωτήματα, οι επιδιωκόμενοι στόχοι συμβάλλουν στην επιλογή της κατάλληλης μεθόδου. Εν προκειμένω, τα συμπεράσματα προκύπτουν μέσα από ποιοτική έρευνα ενώ το ‘δείγμα’ αποτελείται από ανθρώπους που βρίσκονται σε νευραλγικά σημεία, δηλαδή σε άμεση επαφή με το δίκτυο md.net.

4.1 Μεθοδολογία Έρευνας

Οι έρευνες μπορεί να είναι δύο ειδών: ποιοτικές και ποσοτικές. Στην ποιοτική έρευνα επιδιώκεται από τον ερευνητή η εις βάθος διερεύνηση και κατανόηση των αντιλήψεων, πεποιθήσεων και εμπειριών συγκεκριμένων προσώπων για το υπό έρευνα αντικείμενο, με σκοπό την ολοκληρωμένη και κατά το δυνατόν μέγιστη γνώση που θα προσδώσει βαθύτερη ερμηνεία της σχέσης των συμμετεχόντων και του περιβάλλοντός τους με το υπό έρευνα ζήτημα. Τα ερωτήματα στα οποία απαντά είναι το «πως» και το «γιατί». Στον αντίποδα, μέσα από την ποσοτική έρευνα ο ερευνητής προτίθεται να συλλέξει δεδομένα για κάποιο θέμα και να τα μεταφράσει σε αριθμητικά ή στατιστικά στοιχεία, ώστε να συγκρίνει τις διάφορες μεταβλητές και να παραγάγει αντικειμενικές επεξηγήσεις, και τα ερωτήματα στα οποία απαντά είναι «πόσο» και «τι» (Μαντζούκας, 2007, σ.237). Στην παρούσα εργασία επιλεγείσα μεθοδολογία έρευνας είναι η ποιοτική, καθώς κατά τον Μαντζούκα (2007) σαφή επιδίωξη αποτελεί η βαθύτερη κατανόηση των απόψεων, προσδοκιών, αντιλήψεων, κ.λπ., των συμμετεχόντων για το ζήτημα που ερευνάται ώστε να παραχθεί γνώση. Η μεθοδολογία αυτή δίνει την δυνατότητα στον ερευνητή να διερευνήσει εις βάθος τις αξίες, αντιλήψεις αλλά και πεποιθήσεις των συμμετεχόντων, να κατανοήσει τον πολυδιάστατο χαρακτήρα της ανθρώπινης συμπεριφοράς μέσα από την εμπειρία, να αναγνωρίσει μέσα από τον εκπεφρασμένο λόγο τους το ερευνώμενο, να αλληλεπιδράσει μαζί τους, να ανακαλύψει ζητήματα που

δεν ήταν εξ αρχής προκαθορισμένα και ενδεχομένως να προβεί σε τροποποιήσεις του αρχικού σχεδιασμού της έρευνας. Η μεθοδολογία αυτή ενέχει υποκειμενικό χαρακτήρα, καθώς ο ερευνητής δύναται να αποφασίσει τι θα συμπεριληφθεί στα αποτελέσματα και τι όχι, χωρίς ωστόσο αυτό το χαρακτηριστικό να αναστέλλει την διαδικασία (Ισαρη και Πουρκός, 2015, σ.99).

4.2 Βήματα διενέργειας ποιοτικής έρευνας

4.2.1 Καθορισμός αντιληπτικού περιγράμματος

Ο Μαντζούκας (2003) αναφέρει ότι προκειμένου να εξασφαλιστεί η συλλογή έγκυρων και αξίων μνείας αποτελεσμάτων μέσα από την έρευνα είναι προαπαιτούμενο η λογική και σαφής διάρθρωσή της. Προς την επίτευξη των ανωτέρω δηλαδή της εγκυρότητας και της αξιοπιστίας των αποτελεσμάτων είναι μείζονος σημασίας ο *καθορισμός του αντιληπτικού περιγράμματος*¹⁰² του ερευνητή, το οποίο συνδέει με λογική αλληλουχία τα επόμενα στάδια της έρευνας, που είναι η επιλογή της ερευνητικής μεθοδολογίας, του τρόπου ανάλυσης δεδομένων και της παρουσίασης των αποτελεσμάτων, ώστε να παραχθεί από την διαδικασία επιστημονική γνώση (Μαντζούκας, 2003, σ.405-406).

4.2.2 Σύνταξη ερευνητικού ερωτήματος

Στην ποιοτική έρευνα, το «ερευνητικό ερώτημα» θέτει το κεντρικό θέμα της έρευνας και τις βασικές κατευθύνσεις όσον αφορά τον σχεδιασμό και την διαδικασία της. Οι ερωτήσεις στις οποίες θα πρέπει να απαντά, όπως προαναφέρθηκε, είναι στο «πώς» και στο «γιατί» (Μαντζούκας, 2007, σ.240-241). Τα ερευνητικά ερωτήματα – ανοιχτά - πρέπει να ρέπουν προς μια γενική κατεύθυνση, χωρίς να απαιτούν

¹⁰² Κατά τον Μαντζούκα (2003) ο όρος «αντιληπτικά περιγράμματα» αποτελεί την απαρχή μιας σειράς σοβαρών προβληματισμών και συλλογισμών σχετικά με την γνώση, την πραγματικότητα και την αλήθεια που επάγουν στην επιλογή της μεθοδολογίας συγκέντρωσης και ανάλυσης των δεδομένων και στην τελική παρουσίαση της έρευνας. Τα αντιληπτικά περιγράμματα είναι το πρώτο βήμα για την δόμηση μιας ερευνητικής αλυσίδας, με συνάφεια, συσχετισμό και συνοχή για να οδηγήσει έτσι σε μια αξιόπιστη έρευνα και επιστημονική γνώση. Αποτελεί δηλαδή μια σαφή και λογικά αρθρωμένη απάντηση του ερευνητή, για το «τι έκανα» και «γιατί το έκανα έτσι όπως το έκανα», στοιχεία που παρέχουν αξιοπιστία και επιστημονική εγκυρότητα στην έρευνα.

συγκεκριμένες απαντήσεις. Σκοπός άλλωστε είναι η εκμείωση λεπτομερών περιγραφών ή εξηγήσεων, καθώς και η σύλληψη αναπάντεχων πλευρών του υπό έρευνα ζητήματος (Ισαρη & Πουρκός, 2015, σ.78).

4.2.3 Καθορισμός του δείγματος

Η ποιοτική έρευνα απαιτεί υποκειμενικά και εξατομικευμένα χαρακτηριστικά, γι' αυτό και το δείγμα πρέπει να περιοριστεί σε διψήφιο ή ακόμη και σε μονοψήφιο αριθμό ατόμων. Παράλληλα, όπως αναφέρεται στο Μαντζούκα (2007), η δειγματοληψία πρέπει να διέπεται από δύο κανόνες, αυτούς της *καταλληλότητας* και της *επάρκειας*, δηλαδή, το δείγμα να είναι κατάλληλο για την ερμηνεία του ζητήματος και επαρκές ως προς την παροχή ποιοτικών πληροφοριών. Επιπλέον χαρακτηριστικό του καθορισμού δείγματος αποτελεί η *σκοπιμότητα*, όπου ο ερευνητής επιλέγει το δείγμα σύμφωνα με την υποκειμενική του γνώση για τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων, τα οποία είναι η γνώση και η βούληση να δώσουν κατά το δυνατόν ολοκληρωμένες και εκ βαθέων απαντήσεις στις ερευνητικές ερωτήσεις. Τέλος, το δείγμα *δεν χρειάζεται να είναι αντιπροσωπευτικό*, διότι δεν αποτελούν ζητούμενο γενικές και αντικειμενικές πληροφορίες, αλλά η κατανόηση των προσωπικών εμπειριών των συμμετεχόντων (Μαντζούκας, 2007, σ.241-242). Άξιο μνείας είναι το γεγονός ότι η διαδικασία καθορισμού του δείγματος είναι μείζονος σημασίας, καθώς μπορεί να επηρεάσει τόσο τα αποτελέσματα της έρευνας όσο και την ποιότητα των δεδομένων (Ισαρη & Πουρκός, 2015, σ.80). Εν προκειμένω, το κριτήριο επιλογής αποτελεί εδώ η ενδεδεχής γνώση και κατανόηση του προγράμματος md.net, η ενασχόληση και η με οποιοδήποτε τρόπο συμβολή στην υλοποίησή του.

Τα *βασικά ερευνητικά ερωτήματα* στη παρούσα συγγραφή είναι πώς ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα συμβάλει στην τοπική ανάπτυξη, στην πολιτιστική και οικονομική διάθιση και *ποια τα χαρακτηριστικά της ταυτότητας* που μπορεί να αποκτήσει ένας τόπος, μέσα από πολιτικές και δράσεις που φέρουν συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά. Λαμβάνοντας υπόψη την πρωταρχική μέριμνα της έρευνας και τα ανωτέρω *βασικά ερευνητικά ερωτήματα*, τα οποία δομούνται σε 2 βασικούς άξονες: **την ανάπτυξη** της Κρήτης μέσα από το ευρωπαϊκό πρόγραμμα md.net και την **κτήση ταυτότητας τύπου** μέσα από την υλοποίησή του, τα αποτελέσματα της

ποιοτικής έρευνας έχουν συγκεκριμένο χαρακτήρα, κοινώς μια πιο ιδιογραφική αποτύπωση. Παρατίθεται, λοιπόν, πίνακας των ερωτώμενων και των ιδιοτήτων τους (πίνακας 4-1):

ΦΟΡΕΑΣ	ΙΔΙΟΤΗΤΑ	
Εκπροσώπηση Περιφέρειας Κρήτης (εταίρος)	Διοικητικό στέλεχος του Τμήματος Εμπορίου, Διεύθυνση Ανάπτυξης Π.Ε.Λασιθίου	E1
Εκπροσώπηση Περιφέρειας Κρήτης (εταίρος)	Εξωτερικός Συνεργάτης/Σύμβουλος Επικοινωνιακής Στρατηγικής & Πολιτισμικών Πρακτικών	E2
Ωφελούμενος	Οικοτέχνης – Βιολογική καλλιεργήτρια	E3
Ωφελούμενος	Έμπορος Κρεάτων	E4
Ωφελούμενος	Διατροφολόγος – Διαιτολόγος	E5

Πίνακας 4-1. Ερωτώμενοι/συμμετέχοντες στην πρωτογενή έρευνα και ιδιότητες (ίδια επεξεργασία)

Η επικοινωνία με τα ανωτέρω πρόσωπα, ήταν αρχικά τηλεφωνική, κατά την διάρκεια της οποίας ενημερώθηκαν σχετικά με την έρευνα και τους σκοπούς της. Στη συνέχεια, απεστάλη στα πρόσωπα αυτά μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, ένα ερωτηματολόγιο ανοικτού τύπου. Στο σώμα του ερωτηματολογίου, υπήρχε ο τίτλος της εργασίας, τα πλήρη στοιχεία της ερευνήτριας και η μνεία ότι η συμμετοχή είναι ανώνυμη και εθελοντική και ότι «...η συμπλήρωση και επιστροφή του ερωτηματολογίου αποτελούν συγκατάθεση συμμετοχής» (βλ. Παράρτημα).

Όπως καθίσταται σαφές από τον παραπάνω πίνακα, όλα τα πρόσωπα (ερωτώμενοι) βρίσκονται σε άμεση σχέση με το δίκτυο md.net είτε ως ωφελούμενοι, είτε ως στελέχη της Περιφέρειας, γεγονός που εξασφαλίζει ίδια και άμεση γνώση για τη λειτουργία του δικτύου. Άρα, το ανωτέρω παρατεθέν δείγμα πληροί τα κριτήρια καταλληλότητας και επάρκειας, καθώς από τις απαντήσεις τους προέκυψε ποιοτική πληροφορία και ερμηνεύθηκε κατάλληλα το υπό έρευνα ζήτημα. Όσον αφορά το κριτήριο της σκοπιμότητας, με δεδομένο ότι οι συμμετέχοντες κατέχουν την γνώση,

ευρισκόμενοι καίριες θέσεις στο οργανόγραμμα του προγράμματος, απάντησαν ολοκληρωμένα και εις βάθος στις ερευνητικές ερωτήσεις.

4.2.4 Συλλογή δεδομένων

Χαρακτηριστική μέθοδο συλλογής δεδομένων στην ποιοτική έρευνα αποτελεί το ερωτηματολόγιο ανοικτού τύπου. Πρόκειται για ένα κείμενο, το οποίο περιλαμβάνει μια σειρά δομημένων ερωτήσεων, στις οποίες ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει γραπτά και με μία συγκεκριμένη σειρά. Με τα ερωτηματολόγια ανοικτού τύπου συλλέγονται δεδομένα ζητώντας από τους ερωτώμενους να απαντήσουν στο ίδιο σύνολο ερωτήσεων. Χρησιμοποιούνται συνήθως στο πλαίσιο μιας ερευνητικής στρατηγικής, προκειμένου να συλλεχθούν περιγραφικά και επεξηγηματικά δεδομένα για απόψεις, συμπεριφορές, χαρακτηριστικά, στάσεις κ.λπ. (Λαγουμιντζής κα, 2016).

Ως εργαλείο της ποιοτικής μεθοδολογίας έρευνας, αποτελεί μία από τις πιο διαδεδομένες μεθόδους συλλογής πληροφοριών. Η χρησιμότητα των ερωτηματολογίων αυτών έγκειται στο γεγονός ότι αποφεύγει ο ερευνητής να παρασυρθεί από την συνέντευξη που έχει μορφή διαλόγου και να ξεφύγει από το θέμα της έρευνας. Παράλληλα, οι ερωτήσεις δεν είναι απαραίτητο να ερωτηθούν με την ίδια σειρά ή να έχουν την ίδια εμβάθυνση σε όλους τους συμμετέχοντες (Μαντζούκας, 2007, σ.242-243). Το γεγονός της χιλιομετρικής απόστασης καθώς και η συγκυρία της πανδημίας COVID19, αποτελούν απαγορευτικούς παράγοντες για την υποκατάσταση του ερωτηματολογίου από την «δια ζώσης συνέντευξη», εξασφαλίζοντας έτσι την ασφάλεια όλων των συμμετεχόντων, ερωτώντων και ερωτώμενων. Οι **ερωτήσεις** ήταν γνώμης και ανοικτού τύπου, ώστε να μην περιοριστούν οι συμμετέχοντες στην έκφραση των απόψεών τους. Τέλος, γίνεται μνεία ότι εφεξής η αναφορά στους ερωτώμενους μέσα στο κείμενο θα γίνεται με το γράμμα «Ε» (όπου Ε: ερωτώμενος) και τον αύξοντα αριθμό έλαβε μέσα στον παραπάνω πίνακα.

4.2.5 Ανάλυση δεδομένων και παράθεση ευρημάτων

Στο στάδιο αυτό ο ερευνητής προβαίνει σε κατανόηση, ερμηνεία, σύγκριση, αντιπαραβολή, επαλήθευση και διατύπωση συμπερασμάτων, ακολουθώντας τα

βήματα της καταγραφής των δεδομένων, της κωδικοποίησης, της κατάταξης σε θεματικές ενότητες, της παράθεσης επαναλαμβανόμενων νοηματικών μοτίβων, της έκθεσης δεδομένων και παράθεσης ευρημάτων (Μαντζούκας, 2007, σ.243-244; Ίσαρη – Πουρκός, 2015, σ.116).

Η δόμηση των ερωτήσεων αλλά και οι απαντήσεις που δόθηκαν, μπορούν να οργανωθούν στους εξής θεματικούς άξονες:

- i) Ο ρόλος και η ιδιότητα των συμμετεχόντων
- ii) Ευρωπαϊκά προγράμματα και διεθνείς συνεργασίες
- iii) Σχέσης κρητικής και μεσογειακής διατροφής
- iv) Το δίκτυο **md.net**: συνεργασίες, εμπόδια/δυσκολίες και τοπική ανάπτυξη
- v) Η απόκτηση ισχυρής ταυτότητας (brandname) για την Περιφέρεια Κρήτης
- vi) Προσδοκίες για μέλλον από τη λειτουργία του δικτύου md.net.

4.2.6. Ευρήματα της έρευνας και ανάλυση

Σύμφωνα με τους θεματικούς άξονες, όπως αναφέρθηκαν ανωτέρω, ακολουθεί ανάλυση των ευρημάτων της έρευνας:

i) Η ιδιότητα και ο ρόλος των συμμετεχόντων

Στην παρούσα έρευνα συμμετείχαν πέντε (5) συνολικά πρόσωπα, τέσσερα εξ αυτών φυσικά και ένα νομικό δια του εκπροσώπου του. Τα δυο εξ αυτών ήταν άνθρωποι που εκπροσωπούσαν την Περιφέρεια Κρήτης (*εταίρος*), ένας υπάλληλος και ένας συνεργάτης, αμφότεροι γνώστες και χειριστές του δικτύου md.net. Οι λοιποί τρεις ήταν *ωφελοόμενοι*, δηλαδή δυο φυσικά πρόσωπα και ένα νομικό, που συμμετέχουν οικειοθελώς στο δίκτυο md.net, φέροντες διαφορετικές.

Σε ό,τι αφορά την Περιφέρεια Κρήτης, η τελευταία συνιστά έναν από τους 13 εταίρους που συμμετέχουν στο ευρωπαϊκό δίκτυο MD.net (E2) ενώ ρόλος της είναι ο συντονισμός μελλοντικών δράσεων σχετικών με το δίκτυο **MD.net**, η επέκταση του δικτύου με την εγγραφή ακόμα περισσότερων επιχειρήσεων, φορέων, εκπαιδευτικών κέντρων, συνεταιρισμών κ.λπ. Μάλιστα, όπως ο ερωτώμενος αναφέρει η Περιφέρεια Κρήτης προωθεί και υλοποιεί δράσεις στον τουριστικό κλάδο, επιχειρηματικό, αθλητικό (E1). Όσον αφορά τους ωφελοόμενους

αναφέρθηκε ότι ρόλος τους είναι η σωστή διατροφική καθοδήγηση του κοινού στο πρότυπο της μεσογειακής διατροφής (E5).

i) Ευρωπαϊκά προγράμματα και διεθνείς συνεργασίες

Στον άξονα αυτό, αναφέρθηκε ότι η Περιφέρεια Κρήτης υλοποιεί πλήθος ευρωπαϊκών έργων για την ανάδειξη και ανάπτυξη του νησιού σε ποικίλους τομείς όπως στον αγροδιατροφικό τομέα, στον τομέα του πολιτισμού, της καθημερινής κοινωνικής ζωής κλπ. Πολλά δε από αυτά έχουν ήδη ολοκληρωθεί (E1; E2). Ως τέτοια αναφέρθηκαν από τους ερωτώμενους τα κάτωθι: «Ecotourism in Mediterranean Destinations: From Monitoring and Planning to Promotion and Policy Support – Οικοτουρισμός στους Μεσογειακούς Προορισμούς: Από την Παρακολούθηση και τον Σχεδιασμό στην Προώθηση και την Υποστήριξη Πολιτικών», «Ενίσχυση των ικανοτήτων των ΜΜΕ, των clusters και δικτύων για καινοτομία, στα νησιά και στις παράκτιες περιοχές της Μεσογείου, για την υποστήριξη της ανάπτυξης της γαλάζιας κυκλικής οικονομίας στην αλιεία/υδατοκαλλιέργεια», «Πράσινο ταμείο, greek task force, πρόγραμμα life» (E5), INNOVAGRO, Interreg (E3).

ii) Σχέση/σύνδεση κρητικής και μεσογειακής διατροφής

Η περιφέρεια Κρήτης (E1) στηρίζει την Κρητική Διατροφή με την εταιρεία που έχει δημιουργήσει «Αγροδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας Κρήτης»¹⁰³, με σκοπό την προώθηση της Κρητικής Διατροφής, σε όσο το δυνατόν περισσότερους ενδιαφερόμενους δεδομένου ότι απεικονίζει τον βασικό τρόπο ζωής των κρητικών αλλά και όσων επιθυμούν να ζουν σαν κρητικοί. Ο ερωτώμενος επεσήμανε ότι η Μεσογειακή Διατροφή εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο τρόπου ζωής που συναντάται σε όλες τις χώρες της Μεσογείου, της Ευρώπης αλλά της Βορείου Αφρικής, διαφοροποιούμενη κατά τόπους αναλόγως των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της κάθε περιοχής, ενώ στην προκείμενη περίπτωση ταυτίζεται με την Κρητική (E1). Από την πλευρά των *οφελούμενων* (E5) διευκρινίζεται ότι υπάρχουν τεράστιες διαφορές μεταξύ Κρητικής και Μεσογειακής διατροφής. Αρχικά με βάση έρευνες και μελέτες και κυρίως με τη «μελέτη των 7 χωρών» διαπιστώθηκε ότι η Κρητική διατροφή είναι

¹⁰³ «Αγροδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας Κρήτης». Ιστοσελίδα: <https://agrocrete.com/>

η καλύτερη διατροφή παγκοσμίως. Συνεχίζει αναφέροντας ότι «η μελέτη των 7 Χωρών» του καθηγητή Ansel Keys (1950 έως το 1963), διαπίστωσε ότι η Κρητική Διατροφή είναι η καλύτερη του κόσμου με την Κρήτη να κατέχει το καλύτερο επίπεδο υγείας. Αυτά τα αποτελέσματα των ερευνών έσπευσαν να τα εκμεταλλευτούν πολλοί άλλοι λαοί, κάτω από τον όρο Μεσογειακή διατροφή με αποτέλεσμα, όπως αναφέρει, να υποβαθμιστεί η Κρητική διατροφή (E5). Συνεχίζει λέγοντας ότι «ο Gifford, ένας γερουσιαστής των ΗΠΑ, που ίδρυσε μια αλυσίδα καταστημάτων υγιεινής διατροφής, μόλις έμαθε ότι ένα νησί στη Μεσόγειο που λέγεται Κρήτη, έχει πολύ καλή ποιότητα ζωής, σκέφτηκε να το εκμεταλλευτεί και έτσι δημιούργησε τον όρο “Μεσογειακή διατροφή”. Ο όρος αυτός υιοθετήθηκε αμέσως και από τις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου καθώς εξυπηρετούσε και δικά τους συμφέροντα» και συμπληρώνει «Το διεθνές συμβούλιο ελαιολάδου υιοθέτησε αμέσως το πρότυπο της Κρητικής Διατροφής για να στηρίξει το ελαιόλαδο όλων των χωρών μελών του. Έτσι δημιουργήθηκε η εντύπωση ότι οι κάτοικοι των Μεσογειακών χωρών, που κάνουν χρήση του ελαιολάδου στη διατροφή τους, έχουν τις ίδιες ευεργετικές ιδιότητες στην υγεία τους. Από τη μελέτη όμως των 7 χωρών αποδεικνύεται ότι οι ευεργετικές επιδράσεις στην υγεία των Κρητικών είναι πολύ μεγαλύτερες σε σύγκριση με τις άλλες περιοχές της Μεσογείου. Με λίγα λόγια η Μεσογειακή Διατροφή “επινοήθηκε” σαν όρος για να εξυπηρετήσει συμφέροντα των υπόλοιπων μεσογειακών λαών και έτσι επικράτησε ο όρος Μεσογειακή διατροφή έχοντας όμως αρκετές διαφορές στο τρόπο κατανάλωσης των προϊόντων» (E5). Ο ερωτώμενος E4 αναφέρει ότι είναι αλληλένδετες, χωρίς την μια δεν μπορεί να υπάρξει η άλλη. Τέλος, σύμφωνα με τον ερωτώμενο E3, να μεν υπάρχει σχέση ωστόσο δεν υπάρχει ταύτιση. Πραγματοποιώντας μνεία στον καθηγητή προληπτικής Ιατρικής Δρ. Καφάτο και στην «Μελέτη των Επτά Χωρών» τονίζει την υπεροχή της Κρητικής διατροφής (E3).

iii) Το δίκτυο md.net: συνεργασίες, εμπόδια/δυσκολίες και τοπική ανάπτυξη

Όσον αφορά τον άξονα αυτό, διαφαίνεται μια πλήρως οργανωμένη συνεργασία των τοπικών φορέων για τους στόχους του δικτύου (E2; E3) καθώς όπως αναφέρεται γίνεται μια ομαδική και οργανωμένη προσπάθεια ώστε να διατηρηθεί η αξία της Μεσογειακής διατροφής, να εδραιωθεί επικοινωνία με τις υπόλοιπες Μεσογειακές χώρες, να ευαισθητοποιηθεί ο κόσμος περισσότερο ώστε να διατηρηθεί η παράδοση

και η κληρονομιά του τόπου (E5). Επιπλέον, η Περιφέρεια λειτούργησε υποστηρικτά, καθοδηγώντας τους ωφελούμενους, όπου υπήρχε ανάγκη και φέρνοντας αυτούς σε επαφή μεταξύ τους (E3).

Σε ό,τι αφορά τις δυσκολίες, οι ερωτώμενοι ομοφωνούν στο ότι η πανδημία Covid-19 δημιούργησε δυσκολίες (E1; E2; E3; E5). Ο ερωτώμενος E1 αναφέρει σχετικά με την υλοποίηση των συνεργατικών αλλά και των βιωματικών εργαστηρίων, ότι δεν ήταν δυνατή η πραγματοποίηση των δια ζώσης συναντήσεων, οι οποίες θα πρόσθεταν περισσότερες εμπειρίες. Τονίζει όμως και την θετική επιρροή γιατί αυτή η ακριβώς η δυσκολία έγινε ευκαιρία ώστε να ανακαλύψουν νέους τρόπους συναναστροφής με περισσότερη ιδιωτικότητα δεδομένου ότι σε μια διαδικτυακή συνάντηση, ήταν εφικτή απευθείας επικοινωνία με τον υποψήφιο πελάτη ή προμηθευτή. Συνεχίζει λέγοντας ότι λόγω εκείνων των επιπτώσεων της πανδημίας που επηρέασαν τις επιχειρήσεις, δεν ήταν εύκολο να πειστούν οι επιχειρηματίες και τα ενδιαφερόμενα μέρη να συμμετάσχουν στις εκδηλώσεις που διοργανώθηκαν και να υιοθετήσουν τη Διακήρυξη, επειδή είχαν διαφορετικές προτεραιότητες. Ήταν δύσκολο να διαμορφωθεί η ατζέντα για τον προγραμματισμό των MME γιατί τους τελευταίους μήνες του έτους 2021, υπήρχαν καταστροφικές πυρκαγιές στην Ελλάδα και σεισμοί καθημερινά στην Κρήτη που μετέφεραν τις προτεραιότητες σε άλλο πλαίσιο. Χάθηκε πολύτιμος χρόνος, ειδικά κατά την περίοδο του υψηλού τουρισμού σχετικά με την ενημέρωση των ενδιαφερομένων σχετικά με τη Διακήρυξη της Μεσογειακής Διατροφής, τα σεμινάρια και τα podcast, επειδή δεν ήταν ηθικά ορθό να ενημερώνονται κατά τη διάρκεια σοβαρών εθνικών και τοπικών κρίσεων.

Στο ίδιο πλαίσιο, ο ερωτώμενος E5 αναφέρει ότι δυσκολίες και εμπόδια δημιουργήθηκαν από την πανδημία covid-19, εξαιτίας της οποίας για δυο χρόνια δεν μπορούσαν να δραστηριοποιηθούν και να πραγματοποιήσουν κάποιες εκδηλώσεις για τη Μεσογειακή Διατροφή, ώστε με ευκολία να έρθουν σε επαφή με άτομα από όλο τον κόσμο και από τις υπόλοιπες μεσογειακές χώρες.

Ομόφωνα οι ερωτώμενοι διαβλέπουν στην τοπική ανάπτυξη μέσα από το πρόγραμμα. Αναφέρεται (E3) χαρακτηριστικά ότι οι ωφελούμενοι (εταιρείες, χειροτέχνες, οικοτεχνίες) θα αναβαθμιστούν λαμβάνοντας το σήμα Μεσογειακής διατροφής στα προϊόντα τους ενώ παράλληλα η ευθύνη της συμμετοχής στο δίκτυο θα

τους κάνει πιο παραγωγικούς. Επίσης, τονίζεται (E5) ότι οι άνθρωποι θα αρχίσουν να σκέφτονται πιο σοβαρά την προμήθεια τροφίμων Μεσογειακής Διατροφής και ως εκ τούτου η ζήτηση αυτή θα στρέψει γενικότερα το εμπόριο τροφίμων σε πωλήσεις των προϊόντων παραγωγής του τόπου με χαρακτηριστικά της μεσογειακής διατροφής. Έτσι, συνεχίζει, θα επικρατήσει το συγκεκριμένο μοντέλο ΜΔ καλυτερεύοντας την ποιότητα ζωής των ανθρώπων. Ο ερωτώμενος E4 επισημαίνει ότι η Κρήτη ως κατεξοχήν τουριστικός προορισμός και μάλιστα απευθυνόμενος σε πολλούς και διαφορετικούς λαούς μέσω του τουριστικού της προϊόντος θα μπορούσε να προωθήσει και την τοπική διατροφή παράλληλα με την μεσογειακή.

Οι ερωτώμενοι αναφέρουν ότι το δίκτυο θα ωφελήσει ταυτοχρόνως και άλλους κλάδους όπως του πολιτισμού (E4), της επιχειρηματικότητας, του τουρισμού, της γαστρονομίας, της εκπαίδευσης (E2), της αγροτικής ανάπτυξης και της βιωσιμότητας (E5).

iv) **Η απόκτηση ισχυρής ταυτότητας (brandname) για την Περιφέρεια Κρήτης**

Η Κρήτη έχει ήδη ισχυρή ταυτότητα σε συγκεκριμένα θέματα εθνικής και ευρωπαϊκής εμβέλειας. Ειδικά στη διατροφική της ταυτότητα έχει δεκαετίες δράσεων για την προώθηση των κρητικών προϊόντων. Ωστόσο, το συγκεκριμένο έργο την ενδυνάμωσε σε θέματα ευρωπαϊκής δικτύωσης (E2). Κατά τους ωφελούμενους (E3; E4; E5), το δίκτυο της ΜΔ αναμένεται να ενισχύσει μια ήδη ισχυρή ταυτότητα. Ο ερωτώμενος E5 πιστεύει ότι η Περιφέρεια θα αποκτήσει ισχυρή ταυτότητα καθώς η Μεσογειακή Διατροφή αποτελεί μέρος της Μεσογειακής ταυτότητας και περιλαμβάνει ένα σύνολο γνώσεων, παραδόσεων σχετικά με τη κουλτούρα, τον τρόπο ζωής και τους τρόπους εργασίας που χαρακτηρίζουν το συγκεκριμένο μοντέλο διατροφής. Επιπλέον, τονίζεται (E4) ότι στο τουριστικό προϊόν η Κρήτη έχει ισχυρό brandname· το ζητούμενο τώρα είναι να ενσωματώσει σε αυτό και τους στόχους του md.net. Τέλος, ο ερωτώμενος E3 διατυπώνει την άποψη ότι ναι μεν η Κρήτη ενισχύεται μέσα από την προβολή της ΜΔ που είναι ευρέως γνωστή στο εξωτερικό ωστόσο δεν πρέπει να αμελείται η δυναμική και η αυθυπαρξία της κρητικής διατροφής.

Προς ενίσχυση της εν γένει πολιτιστικής προβολής της Κρήτης αναφέρονται (E5) πλείστες δράσεις και ενέργειες. Αναφέρει ο ερωτώμενος (E5) ως τέτοια την απόφαση

του περιφερειάρχη Κρήτης για την ένταξη έργων από 2014-2020 με σκοπό την προώθηση των μνημείων, μουσείων, συλλόγων μεγάλης πολιτιστικής αξίας όπως:

1 Ψηφιακό Αποθετήριο Τουριστικού και Πολιτισμικού Περιεχομένου Δήμου Ηρακλείου,
2 Εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος του Δ. Ιεράπετρας, με την προβολή και ανάδειξη του περιεχομένου της Βιβλιοθήκης, των χωριών και των μνημείων του Δ. Ιεράπετρας,
3 Ψηφιακές διαδρομές Οίνου: Το κρασί σαν μέσο προβολής και προώθησης του Πολιτιστικού αποθέματος Ηρακλείου,
4 Ανάπτυξη εφαρμογών ηλεκτρονικού πολιτισμού για την προβολή των μνημείων και του πολιτιστικού αποθέματος του Δήμου Μυλοποτάμου,
5 Ψηφιακή αποτύπωση και διαδρομές στα περιηγητικά μονοπάτια της ΠΕ Χανίων,
6 Ψηφιακό ταξίδι στη Σπιναλόγκα,
7 Ψηφιακές διαδρομές στο Αμάρι,
8 Αξιοποίηση Καινοτόμων Τεχνολογιών από το Κέντρο Μουσικοχορευτικής Παράδοσης Ανωγείων,
9 Ψηφιοποίηση και εφαρμογές προβολής του αρχείου του Γιώργου Αμαργιανάκη (παραδοσιακή μουσική της Κρήτης), από το Παν/μιο Κρήτης,
10 Ψηφιακές Εφαρμογές Προβολής στο νέο Αρχαιολογικό Μουσείο Χανίων,
11 Η επιστολογραφία του Νίκου Καζαντζάκη σε νέο Ψηφιακό περιβάλλον

ν) Προσδοκίες για μέλλον από τη λειτουργία του δικτύου md.net.

Ο ερωτώμενος Ε3 προσβλέπει σε μια πιο διευρυμένη προβολή, να προκύψει η αξία της προσπάθειας και καλή διαχείριση στη διανομή του σήματος της ΜΔ ενώ κατά τον ερωτώμενο Ε5 στόχο και προσδοκία για το μέλλον αποτελεί η διαφώτιση του κόσμου και υιοθέτηση σωστών διατροφικών συνηθειών στα πλαίσια της Μεσογειακής Διατροφής, έχοντας ως πρότυπο τη πυραμίδα της Μεσογειακής Διατροφής με σκοπό την υγεία και την μακροζωία.

4.3. Σύνοψη κεφαλαίου

Ολοκληρώνοντας την παράθεση των αποτελεσμάτων της έρευνας, παρατηρούμε ότι οι συμμετέχοντες μοιράστηκαν μέσα από τις απαντήσεις τους ένα σύνολο από αντιλήψεις, εμπειρίες, πρακτικές και ιδέες σχετικά με το δίκτυο md.net. Στο κεφάλαιο αυτό αναλύθηκαν τα ευρήματα έρευνας με ερωτηματολόγιο στο οποίο απάντησαν μέλη του δικτύου MD.net Παρατέθηκαν ανωτέρω τα ευρήματα που

προέκυψαν από τις απαντήσεις ατόμων που συμμετέχουν με διάφορες ιδιότητες στο δίκτυο md.net· χρησιμοποιούν αφηγήσεις εμπειριών, εκφράζουν ανησυχίες που εκτείνονται πέρα από αυτές ενός απλού παρατηρητή ή αφηγητή και θέτουν ζητήματα, πεποιθήσεις και ιδέες που συμπαράγονται σε ένα σύμπλεγμα τοπικής ανάπτυξης, τοπικής κουλτούρας. Επιπλέον, παρουσιάζοντας τα «ευρήματα» συνειδητοποιεί κανείς ότι ως ερευνητής δεν μπορεί να ξεχωρίσει από τις ιστορίες που ακούει παρά μόνο αναλύει, ερμηνεύει, επιλέγει, τονίζει ή σημειώνει ορισμένες πτυχές τους.

Κεφάλαιο 5^ο: Συμπεράσματα και προτάσεις

Κατακλείδα στο πόνημα αποτελούν, στην τελευταία αυτή ενότητα της συγγραφής, συμπεράσματα, τα οποία προέκυψαν από την πολύμηνη και συστηματική ενασχόληση με το αντικείμενο και την επαφή με τους φορείς της μελετώμενης Περιφέρειας. Οι προτάσεις που γίνονται είναι σύμφωνες με την επιδιωκόμενη ταυτότητα που φαίνεται να επιθυμεί η Κρήτη αλλά και κάθε περιοχή που επιθυμεί να ισχυροποιήσει την ταυτότητα του τόπου της, με συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά.

5.1. Συμπεράσματα, Προτάσεις και Προοπτικές

Η πορεία συγγραφής που ολοκληρώνεται στο παρόν κεφάλαιο, ήταν μια πορεία που ακολούθησε πολλές διαδρομές. Πραγματοποιήθηκε μια ενδελεχής βιβλιογραφική επισκόπηση και πρωτογενής έρευνα με συλλογή ποιοτικών δεδομένων που άπτονται θεμάτων πολιτισμού, τοπικής ανάπτυξης και κτήσης ταυτότητας (brandname). Στην πορεία αυτή, επιχειρήθηκε η χαρτογράφηση της ευρωπαϊκής πολιτικής στον πολιτισμό, μιας πολιτιστικής πολιτικής, που προσβλέπει σε μία κοινή ταυτότητα μεταξύ κρατών μελών. Η κτήση ταυτότητας, που ολοκλήρωσε το θεωρητικό μέρος της παρούσας συγγραφής, εστιάζεται και σε τοπικό επίπεδο, της οποίας η σημασία για μια περιοχή είναι βαρύνουσα και πολλαπλών οφελών. Ακολούθως, το επόμενο μέρος εκκινεί με την πολιτιστική ζωή και κληρονομιά της Περιφέρειας Κρήτης αλλά και της σύγχρονης πολιτιστικής της ζωής και δράσης. Εν συνεχεία αποτυπώνεται η ενεργητική αξιοποίηση ενός ευρωπαϊκού χρηματοδοτικού εργαλείου, όπως το δίκτυο md.net και η συμβολή του στην τοπική ανάπτυξη και την πρόσδοση ταυτότητας -σε έναν τόπο- με συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά.

Ανατρέχοντας στην SWOT ανάλυση που πραγματοποιήθηκε ανωτέρω (βλ. κεφάλαιο 2.2.1), διαφαίνεται λοιπόν, ότι μέσα από σωστή διαχείριση και στρατηγικό σχεδιασμό, η Περιφέρεια Κρήτης μπορεί ευχερώς να μετατρέψει τα αδύνατα σημεία και τις απειλές σε ευκαιρίες και πλεονεκτήματα. Να πετύχει τους επιμέρους σκοπούς αλλά τον βασικό της στόχο, την εδραίωση στην πεποίθηση του επισκέπτη ως ένας

θελκτικός πολιτιστικός προορισμός με πλούσια πολιτιστική δράση, μιας ταυτότητας δυνατής, ελκυστικής και πολυεπίπεδης.

Μέσα από την στόχευση της εδραίωσης μια ισχυρής γαστρονομικής ταυτότητας, που προφανώς θα επιφέρει αύξηση του γαστρονομικού τουρισμού στη Κρήτη, μπορεί να διευρυνθεί η τουριστική περίοδος. Η επίτευξη του ανωτέρω, εικάζεται ότι θα λύσει και πολλά από τα υφιστάμενα προβλήματα, που εν προκειμένω εμφανίζονται ως αδυναμίες ή απειλές. Θα αυξηθούν οι θέσεις εργασίας, θα ενισχυθούν και θα διευρυνθούν οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, θα αυξηθεί η ζήτηση των παραγόμενων τοπικών προϊόντων. Ο ήπιος χειμώνας με την παρατεταμένη καλοκαιρία αποτελεί παράγοντα ικανό να προσελκύσει τους επισκέπτες μεγαλύτερο διάστημα τους συνήθους αλλά και τους λάτρεις της υψηλής γαστρονομίας, κάτι που αποτελεί επιδίωξη της Κρήτης. Επιπλέον, η νήσος λόγω της μεγάλης έκτασης και του πλούσιου πολιτιστικού αποθέματος δίνει την δυνατότητα στους επισκέπτες να εκδράμουν σε όλο το νησί και να επιστρέψουν στον τόπο διαμονής με ποικιλία τοπικών/χειροποίητων προϊόντων.

Κατά τους εαρινούς και θερινούς μήνες, η συμμετοχή των επισκεπτών σε σημαντικά φεστιβάλ γαστρονομίας του τόπου όπως το Φεστιβάλ Κρητικής διατροφής, το Φεστιβάλ Κρητικής Κουζίνας¹⁰⁴, μέσα από τη διάδραση δημιουργεί μια αυξημένη αίσθηση φιλοξενίας ενώ η απaráμιλλη πολιτιστική κληρονομιά του τόπου ικανοποιεί ακόμη και κείνη την μερίδα των επισκεπτών που είναι λάτρεις του αρχαιολογικού τουρισμού.

Η Περιφέρεια Κρήτης εν προκειμένω, αρχικά φαίνεται να επιδίωξε ένα οικονομοκεντρικό¹⁰⁵ μοντέλο ανάπτυξης μέσα από την αξιοποίηση του χρηματοδοτικού εργαλείου καθώς στόχος του προγράμματος ήταν η ενίσχυση των

¹⁰⁴ Φεστιβάλ Κρητικής Κουζίνας:

<https://www.allaboutfestivals.gr/festivals/%CF%86%CE%B5%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%B2%CE%AC%CE%BB-%CE%BA%CF%81%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82-%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%B6%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CF%82-2/>, Φεστιβάλ Κρητικής

Διατροφής:

<https://www.rethymno.guide/el/%CF%86%CE%B5%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%B2%CE%AC%CE%BB-%CE%BA%CF%81%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%AE%CF%82>

¹⁰⁵ Ο Πασχαλίδης (2002) αναφέρει ότι το μοντέλο αυτό προωθεί την ανάπτυξη των ανθρώπινων δυνατοτήτων και την κοινωνική διάνθιση μέσα από την βιομηχανική και επιστημονική εξέλιξη.

τοπικών ΜΜΕ γύρω από τον τομέα του Πολιτιστικού και Δημιουργικού Τουρισμού, ώστε αυτές να καταστούν ανταγωνιστικές και να αναπτυχθούν. Όμως, εν τοις πράγμασι, η Περιφέρεια Κρήτης ανατρέπει την προφανή αυτή εικόνα. Μέσα από το δίκτυο md.net εστίασε σε αυτό που ήθελε να πετύχει, την ανάπτυξη και κτήση ταυτότητας μέσα από δράσεις πολιτισμού. Υιοθέτησε και εφάρμοσε δηλαδή μια **πολιτισμοκεντρική** προσέγγιση για την ανάπτυξη του τόπου. Μέσω αυτής, ο τόπος σύνδεσε *δια της γαστρονομίας του* τον πολιτισμό με την οικονομική ανάπτυξη, σε μία αμφίδρομη σχέση, κάτι που πρέπει ακατάπαυστα και ολοκληρωτικά να προωθείται σε εθνικό επίπεδο. Αξιοποίησε και συνεχίζει να προβάλλει και να προάγει όχι μόνο ό,τι σχετίζεται με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά του αλλά καταφέρνει να αναδειξει τον πολιτισμό σε κινητήρια δύναμη μέσω της σύγχρονης πολιτιστικής του δράσης. Η Περιφέρεια Κρήτης με απaráμιλλη δυναμική και ολοσχερώς, αξιοποιεί το πλούσιο πολιτιστικό της απόθεμα, το οποίο συνδέει με τις Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες του τόπου, δίνοντας κίνητρα ανάπτυξης και άνθισης, κάνοντας αυτές συμμετόχες στο όραμα του ιδίου, να καταστεί ένας γαστρονομικός προορισμός με «πρωταγωνίστρια» την *Μεσογειακή Διατροφή*. Άξιο μνείας αποτελεί στο σημείο αυτό το γεγονός ότι η Κρήτη, είχε ήδη μια ισχυρά δομημένη ταυτότητα και φήμη γύρω από την Κρητική διατροφή· η ταυτότητα αυτή εξακολουθεί και διατηρεί με έναν αξιοζήλευτο τρόπο την αυθυπαρξία της μέσα στον κόλπο του δικτύου md.net για την μεσογειακή διατροφή. Η Κρητική διατροφή υπήρχε ανέκαθεν, ως τρόπος ζωής, ως λόγος συνεύρεσης των ανθρώπων μεταξύ τους, ως μια καλή πρακτική θα έλεγε κανείς.

Κάθε φορέας πολιτισμού λοιπόν, όπως η Περιφέρεια Κρήτης, μέσα από την διοργάνωση και καθιέρωση δράσεων, όπως ενδεικτικά τα Φεστιβάλ Κρητικής Κουζίνας και Διατροφής, οφείλει να σηματοδοτεί κάτι. Η Κρήτη έχοντας ως σκοπό την ανάδειξη και καθιέρωσή της ως έναν γαστρονομικό τουριστικό προορισμό, συνειδητά και εύστοχα συνδέει τις δράσεις και τις πολιτικές της με αυτό που την χαρακτηρίζει, με την μακραίωνη παράδοσή της, την κρητική διατροφή, διαφοροποιώντας εαυτόν από δράσεις χωρίς ταυτότητα. Και τούτο εύλογα διότι μια θετική πολιτιστική εικόνα προσελκύει μέλη της λεγόμενης «δημιουργικής τάξης» που αποτελεί προαπαιτούμενο για την οικονομική αστική επιτυχία.

Η καθιέρωση τέτοιων δράσεων, προσδίδει στην Κρήτη διακριτούς ρόλους: *εκπαιδευτικό*, με τη συμμετοχή της σχολικής κοινότητας και διαφόρων εκπαιδευτικών ομάδων, *πολιτικό* με την αίσθηση περηφάνειας που δημιουργεί και την ταυτότητα που προσδίδει, *καλλιτεχνικό*, με την προώθηση της καινοτομίας και των διαφορετικών μορφών τέχνης, *κοινωνικό* με την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, ενότητας του τόπου και την ενθάρρυνση της διάδρασης και τέλος, *οικονομικό*, δεδομένου ότι δημιουργεί θέσεις εργασίας και εισόδημα και γενικά, συμβάλλει στην αναζωογόνηση της ευρύτερης περιοχής.

Τέλος, η δυστοκία που συναρτάται με την εναλλαγή των διοικήσεων, την βιωσιμότητα πρακτικών και δράσεων και την αναφορά στην κεντρική διοίκηση καταρρίπτεται μέσα από την δικτύωση των ΜΜΕ εντός ενός πλαισίου ωφέλιμων συνεργιών, που ενώνει και αρμονικά αναδεύει την ιδιωτική και δημόσια πρωτοβουλία. Η συνεργασία είναι ο βασικός παράγοντας για την επιτυχία και την βιωσιμότητα.

Μετά την μελέτη και αξιοποίηση βιβλιογραφικών πηγών και τη συλλογή πρωτογενών δεδομένων με τη χρήση του ερωτηματολογίου ανοικτού τύπου, στην παρούσα ενότητα πραγματοποιούνται προτάσεις, τις οποίες κάθε τόπος - που επιδιώκει ανάπτυξη μέσα από μια ισχυρή γαστρονομική παρουσία με αντίστοιχη ταυτότητα τύπου - μπορεί να λάβει υπόψη του και ευχερώς να αξιοποιήσει.

Η περιφέρεια Κρήτης θα μπορούσε, ως εταίρος, να συσπειρώσει επιμέρους περιοχές της Ελλάδας με κοινά πολιτισμικά χαρακτηριστικά, όπως μια κοινή διατροφική κουλτούρα, που φέρει χαρακτηριστικά μεσογειακής διατροφής. Τέτοιες περιοχές, επί παραδείγματι, θα ήταν:

- οι περιοχές της Χαλκιδικής, Καλαμάτας, Θάσου κα (παραγωγή προϊόντων όπως ελαιόλαδο, ελιές, μέλι),
- η περιοχή της Κορίνθου (παραγωγή σταφίδας),
- η περιοχή της Εύβοιας (παραγωγή και μεταποίηση σύκων),
- οι περιοχές της Φλώρινας, Καστοριάς (παραγωγή φασολιών),
- η περιοχή της Λευκάδας (παραγωγή φακής Εγκλουβής),
- η περιοχή της Ζαγοράς Πηλίου (παραγωγή μήλων),
- η νήσος Χίος (παραγωγή εσπεριδοειδών, Μαστίχας),

- η περιοχή της Νάουσας, της Σαντορίνης κα (παραγωγή κρασιού ΠΟΠ),
- η περιοχή της Κοζάνης (παραγωγή Κρόκου),
- η περιοχή της Αίγινας (παραγωγή φυστικιού)
- η περιοχή της Δράμας (παραγωγής πατάτας Νευροκοπίου).

Μέσα λοιπόν από την εμπειρία κτήσης και διαχείρισης του σήματος για την ΜΔ, η Κρήτη, με τις αρμοδιότητες που τις εκχωρεί η κεντρική διοίκηση στο πλαίσιο του μοντέλου της αποκεντρωμένης διοίκησης, θα μπορούσε να απευθύνει κάλεσμα σε περιοχές όπως οι ανωτέρω και, μιμούμενη την Ανοικτή Μέθοδο Συντονισμού (ΑΜΣ)¹⁰⁶ της Ευρώπης, να συντονίσει τις ενδιαφερόμενες περιοχές, που επιθυμούν να συνεργαστούν για κάτι ανώτερο. Προτείνεται λοιπόν, στην βάση μιας κοινής διατροφικής προσέγγισης, αυτής της μεσογειακής διατροφής, η δημιουργία και καθιέρωση -σε εθνικό αρχικά επίπεδο- μιας «**πολιτιστικής διαδρομής για την Μεσογειακή Διατροφή**», όπου κάθε τόπος τονίζει τα ιδιαίτερα γαστρονομικά του χαρακτηριστικά αλλά και παράγωγα. Φιλόδοξος στόχος θα ήταν η διαδρομή αυτή να αποκτήσει *χαρακτήρα ευρωπαϊκό*, με όλους τους εταίρους του δικτύου md.net, να προτείνουν και να συμπεριλαμβάνουν αντίστοιχες περιοχές τους.

Στο πλαίσιο αυτό, κάθε φορέας πολιτισμού και συμμετέχων στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή, οφείλει να εξετάσει την σύσταση μιας **αυτούσιας δομής**, της οποίας το γνωστικό αντικείμενο θα αποτελεί ad hoc ο πολιτισμός και οι πολιτιστικές δραστηριότητες, με εγγραφή μάλιστα στο μητρώο Πολιτιστικών Φορέων¹⁰⁷ του ΥπΠοΑ. Η στελέχωση της οντότητας αυτής με καταρτισμένο προσωπικό μπορεί να αποφέρει σημαντικά αποτελέσματα. Το προσωπικό αυτό οφείλει να έχει γνώσεις πολιτιστικής διαχείρισης, να γνωρίζει πως να διαχειρίζεται και να διοικεί μια ευαίσθητη μονάδα, όπως η πολιτιστική. Ωστόσο, παράλληλα προτείνεται η προσέγγιση χρηματοδοτών, για την αύξηση των εναλλακτικών μορφών χρηματοδότησης (χορηγίες,

¹⁰⁶ Η **ανοικτή μέθοδος συντονισμού (ΑΜΣ)** στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) μπορεί να περιγραφεί ως μια μορφή μη δεσμευτικού δικαίου, μια μορφή διαμόρφωσης διακυβερνητικής πολιτικής, η οποία δεν δεσμεύσει ούτε απαιτεί από τις χώρες της ΕΕ να προβλέψουν ή να τροποποιήσουν νομοθεσία τους. Βασίζεται κατά κύριο λόγο στον από κοινού προσδιορισμό των προς επίτευξη στόχων, σε μέσα μέτρησης που έχουν οριστεί από κοινού (στατιστικές, δείκτες, κατευθυντήριες γραμμές) και στη συγκριτική αξιολόγηση, στη σύγκριση δηλαδή των επιδόσεων των χωρών της ΕΕ και στην ανταλλαγή των βέλτιστων πρακτικών. Διαθέσιμο: <https://eur-lex.europa.eu/EL/legal-content/glossary/open-method-of-coordination.html>

¹⁰⁷ <https://www.culture.gov.gr/el/ministry/SitePages/viewyphresia.aspx?iID=1632>

δωρεές) μέσα από την αντιπρόταση θελκτικών ανταποδοτικών οφελών. Η διασφάλιση τέτοιων πόρων, θα εκκινήσει μια δυναμική και εξελικτική διαδικασία, όπου κάθε φορέας θα συνεχίσει να υφίσταται ως οντότητα χωρίς να εξαρτάται από την κρατική χρηματοδότηση. Έπειτα, το απασχολούμενο προσωπικό του φορέα κάθε τύπου, θα μπορεί εν συνεχεία να οργανώσει μια πιο στοχευμένη στρατηγική και επικοινωνιακή πολιτική, που θα συναρτάται με την ταυτότητα που εις έκαστος επιθυμεί να αποκτήσει ή να ενισχύσει, μέσα από την πολιτιστική του παρουσία. Με την ανατροφοδότηση και αξιολόγηση, θα επέρχεται αυτοβελτίωση, εξέλιξη και σαφώς θα προκύπτουν καλές πρακτικές.

Εφαλτήριο και εξαιρετική σημασίας ευκαιρία για ανάπτυξη θα αποτελούσε η προσπάθεια κάθε τύπου φέροντος χαρακτηριστικά ΜΔ, μέσα από μια δέσμη ενεργειών, να προβεί σε ένταξη διατροφικών πρακτικών του παρελθόντος στην προστατευόμενη άυλη πολιτιστική κληρονομιά της **Unesco**. Η επίτευξη αυτού θα προσέδιδε σημαντικό κύρος και προβολή στον τόπο, προσελκύνοντας επισκέπτες όχι μόνο από την Ελλάδα αλλά και διεθνώς, αυξάνοντας σημαντικά τις οικονομικές εισροές στην περιοχή.

Επιπλέον, κάθε τύπος που προσβλέπει σε μια πολιτιστική ταυτότητα τύπου με κυρίαρχα τα γαστρονομικά χαρακτηριστικά της ΜΔ, αποτελεί αδήριτη ανάγκη και ταυτόχρονα πρόταση η ίδρυση **μουσειακού χώρου**, όπου ενδεικτικά θα παρατίθενται εργαλεία σποράς και συγκομιδής, αντικείμενα ένδυσης/υπόδησης των παραγωγών κατά τον χρόνο εργασίας τους, σκευή μεταφοράς των παραγόμενων προϊόντων, μαρτυρίες για παλιές πρακτικές και παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής του παρελθόντος του τόπου. Η πρόταση αυτή ενέχει διττό στόχο· αφενός ενισχύεται η ταυτότητας τύπου αφετέρου επέρχεται αύξηση στις οικονομικές εισροές εκάστου τύπου.

Παράλληλα, λοιπόν, μπορεί να ενσωματωθούν τα **σχολεία (μαθητικό κοινό)**, ως ομάδες προσέλκυσης. Τα παιδιά, μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων ή στο πλαίσιο μιας ολόημερης εκπαιδευτικής εκδρομής, μπορούν να ακολουθούν μέρος της πολιτιστικής αυτής διαδρομής (αναλόγως της περιοχής που βρίσκονται), να συλλέγουν πληροφορίες γύρω από την ΜΔ, μέσα από ξεναγήσεις αλλά και διαδραστικά εργαστήρια (πχ.: πάτημα σταφυλιού, δοκιμή του χυμού κα). Στην περίπτωση αυτή, προτείνεται η συμπερίληψη των παιδιών ΑμεΑ, που μπορεί να έχουν κινητικά

προβλήματα (ειδικές διαδρομές, ξεναγήσεις με ειδικά αμαξίδια), περιορισμένης όρασης ή ακοής, (ξεναγήσεις στην νοηματική, κείμενα Braille), στο φάσμα αυτισμού (ειδικούς παιδαγωγούς, αντικείμενα διαθέσιμα για αφή). Τα παιδιά, ως αυριανοί ενήλικες, οφείλουν να ενσωματωθούν, τονίζοντας τους τη σημασία μιας βιώσιμης υγιεινής διατροφής. Έτσι, η εκάστοτε περιοχή με χαρακτηριστικά ΜΔ αποκτά φήμη, προβάλλεται, διευρύνεται η επισκεψιμότητα και ο τόπος γίνεται γνωστός για την δράση αυτή. Δυναμική συμβολή σε αυτό θα είχε σχετικά η σύνδεση εκάστης περιοχής με γαστρονομικά περιοδικά, ιστοσελίδες, η αξιοποίηση τουριστικών οδηγιών, πλατφορμών και η ελκυστική παρουσία σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ.: TripAdvisor, Airbnb, Travelocity, Facebook, Instagram, Twitter κα.) για την προβολή του τόπου και την διάδοση των δράσεων.

Προτείνεται, επίσης, η δημιουργία και καθιέρωση ενός **ετήσιου Πολιτιστικού Καλενταρίου** με διάρθρωση όλων των εκδηλώσεων της περιοχής. Το καλεντάρι μπορεί να προωθείται μέσα από την επίσημη ιστοσελίδα του κάθε τόπου και να συνοδεύεται μάλιστα με ψηφιοποιημένο υλικό, όπως ένα βίντεο σε ένα κανάλι που μπορεί να δημιουργήσει και να διατηρεί κάθε τόπος στην πλατφόρμα του YouTube, για την προβολή και προώθηση δράσεων και υλικού σχετικά με την ΜΔ.

Η συγκυρία του covid-19, επιβάλλει ως αδήριτη ανάγκη τη δημιουργία για κάθε τόπο ενός **αναβαθμισμένου ψηφιακού αρχείου** γύρω από την γαστρονομία κάθε τόπου αλλά και εν γένει της πολιτιστικής του φαρέτρας. Προτείνεται να δίνει τη δυνατότητα σε ψηφιακές περιηγήσεις του πολιτιστικού αποθέματος κάθε περιοχής αλλά και αναπαραγωγή των σύγχρονων πολιτιστικών δράσεων. Στο αρχείο αυτό, μπορεί να δίδεται πρόσβαση και πάλι μέσα από την επίσημη ιστοσελίδα εκάστης. Μέρος του ψηφιακού υλικού μπορεί να αξιοποιείται μέσα από βίντεο ή διαφημιστικά σποτ, για την προβολή του τόπου και των πολιτιστικών του δράσεων. Έτσι, ο επισκέπτης ταξιδεύει νοερά παντού και μπορεί να επιλέξει τον τόπο ως μελλοντικό προορισμό, έχοντας δηλαδή χαρακτήρα προτρεπτικό.

Το δίκτυο **md.net** μπορεί να αποτελέσει σπουδαίο εφαλτήριο για το πολιτιστικό μέλλον κάθε περιοχής που νοιάζεται γι' αυτό, την πολιτιστική διάνθιση και την οικονομική ανάπτυξή της. Όσον αφορά στην Κρήτη, η πολιτιστική του χροιά, καθότι η γαστρονομία είναι αναπόσπαστο μέρος της κουλτούρας και του πολιτισμού του

τόπου, βοήθησε στην αξιοποίησή του και διαφαίνεται να ισχυροποιεί την ήδη ισχυρή ταυτότητά της γύρω από την γαστρονομία της. Με αφορμή την ενσωμάτωση νέων πολιτικών, η καθιέρωση αυτών στο μέλλον σηματοδοτεί κάτι νέο για την Κρήτη. Μια Κρήτη συνειδητοποιημένη, που δείχνει να ξέρει τι επιδιώκει και πως να το πράξει, μια Κρήτη σύγχρονη. Το δίκτυο md.net, αποτελεί την απόδειξη και την παραδοχή ότι ο πολιτισμός και η οικονομική διάνθιση μπορούν να συνυπάρχουν σε έναν ζώντα τόπο που εξελίσσεται με το παραδοσιακά αξιακό.

Η Ελλάδα του 21ου αιώνα, της γνώσης αλλά και της τεχνολογίας, οφείλει να αντιληφθεί ότι ο πολιτισμός είναι η βιομηχανία της. Αυτό γίνεται καλύτερα αντιληπτό όχι μένοντας στο παρελθόν, με εθνοκεντρισμό, αλλά προσβλέποντας σε ένα μέλλον συνεργατικό, σε ένα βάθρο πολιτιστικής επικοινωνίας και διπλωματίας, σε ένα φόρουμ διαλόγου και συνεργασίας σε διεθνικό, ευρωπαϊκό, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Ο πολιτισμός και η πολιτιστική ζωή ενός τόπου χρήζει σεβασμού και ο σεβασμός μεταφράζεται ως μια ενιαία κρατική πολιτιστική πολιτική χωρίς να καθίσταται έρμαιο της εναλλαγής κυβερνήσεων και των εκάστοτε πολιτικών της. Τουναντίον, ο πολιτισμός οφείλει να προστατεύεται γιατί αποτελεί πυλώνας κοινωνικής ευημερίας και οικονομικής ανάπτυξης. Αποτελεί την πεμπτουσία για μια ανάπτυξη βιώσιμη. Το παρόν πόνημα ολοκληρώνεται με μια τοποθέτηση, που ο αείμνηστος καθηγητής *H. Κουσκουβέλης* πραγματοποίησε σε διάλεξή του και σηματοδότησε την απαρχή του προβληματισμού και της παρούσας συγγραφής· *ο πολιτισμός είναι ισχύς*.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

Αθανασοπούλου, Α. (2002). Σύντομη επισκόπηση των δομών πολιτισμού στην Ευρώπη, κεφ. 3 στο Χαμπούρη- Ιωαννίδου Α., κ.α. Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων, Πάτρα: ΕΑΠ

Αλιβιζάτου, Μ., Πούλιος, Ι., Παπαδάκη, Μ. (2015). Κεφ. 3, Διαχείριση Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη, στο Πούλιος, Ι. κ.α Πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη, Αθήνα: Κάλλιπος

Αναστασιάδης, Α., Φλιατάρη, Α. (2015). Branding τόπου και ελκτικότητα χώρας στη βάση σειράς δεικτών ιεράρχησης. Διαθέσιμο: <https://www.citybranding.gr/2015/10/branding.html> (27/12/2021)

Αυγερινού-Κολώνια, Σ., Τουφεγγοπούλου, Α. (2014). Ο Σχεδιασμός της Πολιτιστικής Κληρονομιάς με Όρους Βιωσιμότητας. Οι Επιπτώσεις του στην Τουριστική Εικόνα και την Ανάπτυξη του Αστικού Χώρου, μέσα από την εμπειρία της Κέρκυρας, διαθέσιμο στο <http://irakleitos2.ntua.gr/docs/50/o%20sxediasmos%20tis%20politistikis.pdf> (4/1/2022)

Βασιλειάδης, Ν., Μπουτσιούκη, Σ., (2015). Πολιτιστική διπλωματία. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/4424>

Βενιζέλος, Ε. (2002). Για έναν πολιτισμό των πολιτισμών, Ελληνικότητα και Οικουμενικότητα, Αθήνα: Καστανιώτης

Γεωργόπουλος, Ν. (2013). Στρατηγικό μανάτζμεντ, Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα

Δρακάκη, Μ. (2013). Η πολιτιστική πολιτική της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Διαθέσιμο: https://www.citybranding.gr/2013/06/blog-post_4.html (29/10/2021)

Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2017). Έγγραφο Προβληματισμού για την τιθάσευση της παγκοσμιοποίησης. Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/reflection-paper-globalisation_el.pdf

Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2018). Νέα ευρωπαϊκή ατζέντα για τον πολιτισμό. Διαθέσιμο: [https://ec.europa.eu/transparency/documents-register/detail?ref=COM\(2018\)267&lang=el](https://ec.europa.eu/transparency/documents-register/detail?ref=COM(2018)267&lang=el)

Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2010). Πράσινη Βίβλος - Απελευθέρωση του δυναμικού των κλάδων του πολιτισμού και της δημιουργικότητας. Διαθέσιμο: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX%3A52010DC0183>

Ζορμπά, Μ. (2014). Πολιτική του Πολιτισμού. Ευρώπη και Ελλάδα στο δεύτερο μισό του 20ού αιώνα. Εκδόσεις: Πατάκη

Ίσαρη, Φ., Πουρκός, Μ. (2015). Ποιοτική Μεθοδολογία Έρευνας: Εφαρμογές στην ψυχολογία και την εκπαίδευση, Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών

Κανονισμός 2016/C 202/01. (2007). Συνθήκη για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ). Λουξεμβούργο: Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Κανονισμός Νο 1295/2013. (2013). Creative Europe Programme (2014 to 2020) and repealing Decisions No 1718/2006/EC, No 1855/2006/EC and No 1041/2009/EC. Λουξεμβούργο: Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Κόνσολα, Ν. (2006). Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση

Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ., Κουτσογιάννης, Κ. (2016). Μέθοδοι συλλογής δεδομένων. Διαθέσιμο:

https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/5360/2/01_chapter_04.pdf

Λούβη, Α. (2013). Βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη και οικονομική επάρκεια στον τομέα του πολιτισμού. Πρακτικά από Δημερίδα με θέμα: Διαχείριση Πολιτιστικών Οργανισμών σε Περίοδο Κρίσης. Αθήνα: Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών.

Μαντζούκας, Σ. (2003). Έρευνα και αντιληπτικά περιγράμματα: Τα είδη και η χρησιμότητά τους για τους ερευνητές νοσηλευτές, Νοσηλευτική, 42: 405-413

Μαντζούκας, Σ. (2007). Ποιοτική έρευνα σε έξι εύκολα βήματα: Η επιστημολογία, οι μέθοδοι και η παρουσίαση, Νοσηλευτική, 46 (1): 88-9

Μαλωτίδη, Β., Σκούλλος, Μ. (2007). Η τροφή και η διατροφή στη Μεσόγειο: θέματα Ιστορίας, Περιβάλλοντος, Υγείας και Πολιτισμού, Αθήνα: ΜΙΟ-ΕCSDE. Διαθέσιμο: http://ayla.culture.gr/wp-content/uploads/2016/11/MED_food_total_GR-1.pdf

Μελισσά, Ε.Α, Γραμμαλίδης, Ν. (2017). Η άυλη πολιτιστική κληρονομιά και η σημασία των νέων τεχνολογιών i-treasures για την διαφύλαξη της. Ο ιδιαίτερος χορός του ζαμαντα στην Πεντάπολη Σερρών ως μελέτη περίπτωσης και οι προοπτικές μιας τοπικής τουριστικής πολιτικής

Μενδώνη, Λ. (2013). Ο Πολιτισμός απέναντι σε αλλαγή παραδείγματος. Στο Πρακτικά από Δημερίδα με θέμα: Διαχείριση Πολιτιστικών Οργανισμών σε Περίοδο Κρίσης. Αθήνα: Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών.

Μπιτσάνη, Ε. (2002). Πολιτισμός και Τοπική Κοινωνία: η τοπική πολιτιστική ανάπτυξη στην Ελλάδα και ο ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. 180-200. Αθήνα: Βιβλιοθήκη Παντείου Πανεπιστημίου.

Μπιτσάνη, Ε. (2004). Πολιτισμική διαχείριση και Περιφερειακή Ανάπτυξη: Σχεδιασμός πολιτιστικής πολιτικής & πολιτιστικού προϊόντος. Εκδόσεις: Διόνικος, Αθήνα

Πούλιος, Ι. (2015). Κεφ. 2, Διαχείριση Υλικής Πολιτισμικής κληρονομιάς, Τοπικές Κοινωνίες και Βιώσιμη Ανάπτυξη στο Πούλιος Ι. (επιμ.) Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη, Αθήνα: Κάλλιπος, σελ. 32-54

Πούλιος, Ι., Τουλούπα, Σ. (2015). Κεφ. 6, Τουρισμός, πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη στο Πούλιος, Ι. κ.α, Πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη, Αθήνα: Κάλλιπος, σελ. 103-115

Σκιαδάς, Δ. (2021). Διοίκηση Έργων & Αναπτυξιακών Προγραμμάτων. Διδακτικές Σημειώσεις, Πανεπιστήμιο Μακεδονία

Σκιαδάς, Δ. (2021). Ο ρόλος των εμπορικών σημάτων και των εμπορικών επωνυμιών με τη χρήση γεωγραφικών ενδείξεων ως μηχανισμός προώθησης αγαθών και υπηρεσιών, Μελέτη εκπονηθείσα στο πλαίσιο του έργου "Η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας στο Διεθνές Γίνεσθαι: Στρατηγικές Ήπιας Ισχύος και Άτυπης Διπλωματίας για την κατοχύρωση του brand «Μακεδονία» μετά τη συμφωνία των Πρεσπών", που χρηματοδοτήθηκε από την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας.

Συμβούλιο της Ε.Ε. (2007). «Ευρωπαϊκή ατζέντα για τον πολιτισμό σ' έναν κόσμο παγκοσμιοποίησης». Διαθέσιμο: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX%3A32007G1129%2801%29>

Συνθήκη του Άμστερνταμ (1997): https://europa.eu/european-union/sites/europa.eu/files/docs/body/treaty_of_amsterdam_en.pdf

Συνθήκη της Λισαβόνας (2007): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:12007L/TXT&from=EN>

Συνθήκη της Ρώμης (ΕΟΚ) (1957). Διαθέσιμο: <https://eur-lex.europa.eu/eli/treaty/teec/sign>

Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΣΕΕ)/Συνθήκη του Μάαστριχτ (1992). Διαθέσιμο: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:11992M/TXT>

Ξενόγλωσση

Anholt, S. (2010). Definitions of Place Branding- Working towards a resolution. Place Branding and Public Diplomacy 6(1): 1-10

Babkova, S. (2006). Cultural Programmes for Economic Development: A Comparison of European and Russian Models. Journal of Art Management. Law and Society 36 (3).

Baghli, S.A. (2004). The Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage and New Perspectives for the Museum. ICOM News, (No 4).

Banús, E. (2002). Cultural policy in the EU and the European identity. In M. Farrell, S. Fella and M. Newman (eds.), European integration in the 21st century: Unity in

diversity? 158-183. London: SAGE Publications Ltd. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781446221051.n10>

Bianchini, F. (1996). Rethinking the relationship between culture and urban planning. Στο F. Matarasso, & S. Halls, *The Art of Regeneration*. Nottingham: Nottingham City Council

Cocossis, H. (2017). Cultural heritage and the sustainable tourism: the challenges, ch. 9 in Mergos, G., Patsavos, N., *Culture Heritage and Sustainable Development, economic benefits, social opportunities and policy challenges*, Χανιά: Εκδόσεις Πολυτεχνείου Κρήτης

Dallas, K. (2007). Country Profile Greece, Compendium, Cultural Policies and Trends in Europe. Διαθέσιμο: <https://www.culturalpolicies.net/> (19/01/2022)

Eurobarometer. (2011). Survey on the attitudes of Europeans towards tourism, Analytical report, Flash Eurobarometer 328- The Gallup Organization, 13 May 2011.

European Parliament. (2017). 2011 - Eurobarometer Survey - Europeans and the crisis IV. Διαθέσιμο: <https://data.europa.eu/data/datasets/2011-europeans-and-the-crisis-iv?locale=en> (4/1/2022)

Fotopoulou, S-V. (2017). Intangible cultural heritage, local knowledge and sustainable development of cultural assets and environmental resources, ch.10 in Mergos, G., Patsavos, N. (2018). *Culture Heritage and Sustainable Development, economic benefits, social opportunities and policy challenges*, Χανιά: Εκδόσεις Πολυτεχνείου Κρήτης

Fusté-Forné, F., Ginés-Ariza, P., Noguer-Juncà, E. (2021). Food in Slow Tourism: The Creation of Experiences Based on the Origin of Products Sold at Mercat del Lleó (Girona). *Heritage* 2021, 4, 1995–2008. Διαθέσιμο: <https://doi.org/10.3390/heritage403011>

Glykatzi-Arverler, E. (2007). *Culture and Hellenism*. Athens: Kastaniotis.

Hanna, S., Rowley, J. (2013). Ανάλυση της χρήσης της ορολογίας του Place Branding. Διαθέσιμο: https://www.citybranding.gr/2013/04/place-branding_27.html (27/10/2021)

Hawkes, J. (2001). *The Fourth Pillar of Sustainability: Culture's Essential Role in Public Planning*, Australia : Common Ground Publishing

Interreg Med Programme (2014-2020). Application Form (Submitted Version)

Isar, R., & Anheier, H. (2010). *The Cultures and Globalization Series*. London: SAGE Publications.

Karavatzis, M. (2005). Branding the city through culture and entertainment. *Journal Aesop*, 5, 1-7.

Kavaratzis, M. (2009). Cities and Their Brands: Lessons From Corporate Branding, Place Branding and Public Diplomacy 5(1): 26–37

Kavaratzis, M., Hatch M. (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. Διαθέσιμο: https://www.researchgate.net/publication/277383884_The_dynamics_of_place_brands_An_identity-based_approach_to_place_branding_theory (27/10/2021)

Kotler P, Asplund C, Rein I and Heider D, (1999). Marketing Places Europe: Attracting Investments, Industries, Residents and Visitors to European Cities, Communities, Regions and Nations. Pearson Education Ltd, London

Lenzerini, F. (2011). Intangible Cultural Heritage: The Living Culture of Peoples, The European Journal of International Law Vol. 22 no. 1

Pedersen, A. (2002). Managing Tourism at World Heritage Sites: a Practical Manual for World Heritage Site Managers, World Heritage Manuals 1, UNESCO World Heritage Centre

Rainisto, SK. (2003). Success Factors of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices in Northern Europe and the United States. Doctoral Dissertation, Helsinki University of Technology, Institute of Strategy and International Business.

Steele, L., & Murray, M. (2000). Constructing the Team: A multi-cultural experience. In Proceedings of the Chartered Institute of Building Services Engineers (CIBSE) National Conference. Dublin, Ireland: Chartered Institute of Building Services Engineers

Stegmeijer E., Jansen J., Luiten E., Renes H. (2017). Heritage as sector, factor and vector: Conceptualizing the shifting relationship between heritage and spatial planning, ch. 7 in Mergos, G., Patsavos, N., Culture Heritage and Sustainable Development, economic benefits, social opportunities and policy challenges, Χανιά: Εκδόσεις Πολυτεχνείου Κρήτης

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

UNESCO. (1972). Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage, διαθέσιμη στο <https://whc.unesco.org/en/conventiontext/> (4/1/2022)

UNESCO. (2003). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage., διαθέσιμη στο DOI: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540e.pdf> (4/1/2022)

UNESCO. (2005). Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. Διαθέσιμο: <http://unescochair.uom.gr/?p=32> (4/1/2022)

UNESCO. (2015). Policy Document for the Integration of a Sustainable Development Perspective into the Processes of the World Heritage Convention, General Assembly of States Parties to the World Heritage Convention

Μαριάννα Π. Χούτου: «Ευρωπαϊκή πολιτική στον πολιτισμό και place branding. Η αξιοποίηση της μεσογειακής διατροφής από την Περιφέρεια Κρήτης στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού δικτύου “MD.Net”»

UNESCO. (2017). The 2030 Agenda for Sustainable Development. Διαθέσιμο: <https://www.un.org/development/desa/jpo/wp-content/uploads/sites/55/2017/02/2030-Agenda-for-Sustainable-Development-KCSD-Primer-new.pdf> (3/2/2022)

United Nations World Tourism Organization (2017). Second Global Report on Gastronomy Tourism; Madrid, Spain. Διαθέσιμο: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418701>

Zenker, S., Braun, E. (2010). Branding a City: A Conceptual Approach for Place Branding and Place Brand Management, in Paper Presented at the 39th European Marketing Academy Conference, Copenhagen, Denmark, 1–4 June

Ιστοσελίδες:

Insete Intelligence (2019). Περιφέρεια Κρήτης: Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2018. Διαθέσιμο κείμενο <https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/04/%CE%A0%CE%B5%CF%81%CE%B9%CF%86%CE%A4%CF%81%CE%B5%CE%B9%CE%B1-%CE%9A%CF%81%CE%AE%CF%84%CE%B7%CF%82.pdf> (Τελευταία επίσκεψη 10.12.2021)

Interreg Mediterranean. What is interreg MeD. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: <https://interreg-med.eu/about-us/what-is-interreg-med/> (27/1/2022)

Interreg. About Interreg. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: <https://interreg.eu/about-interreg/> (28/1/2022)

Interreg. Programme Manual, 2021. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: <https://www.interregeurope.eu/about-us/programme-manual/> (28/1/2022)

Αγροδιατροφική Σύμπραξη, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.crete.gov.gr/enimerosi/actions/cretan-diet/agrodiatrofiki-sybraxi/> (Τελευταία επίσκεψη 29.12.2021)

Διακήρυξη για τη Μεσογειακή Διατροφή στο πλαίσιο του έργου MD.net, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.crete.gov.gr/enimerosi/programmata-erga/diaperifereiaka-programmata/interreg/diakiryxi-gia-ti-mesogeiaki-diatrofi/> (Τελευταία επίσκεψη 29.12.2021)

Η μαντινάδα στην Κρήτη, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <http://ayla.culture.gr/%CE%B7-%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%AC%CE%B4%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BA%CF%81%CE%AE%CF%84%CE%B7/> (Τελευταία επίσκεψη 28.12.2021)

Η Μεσογειακή Διατροφή, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <http://ayla.culture.gr/%CE%BC%CE%B5%CF%83%CE%BF%CE%B3%CE%B5%CE%B7-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BA%CF%81%CE%AE%CF%84%CE%B7/>

Μαριάννα Π. Χούτου: «Ευρωπαϊκή πολιτική στον πολιτισμό και place branding. Η αξιοποίηση της μεσογειακής διατροφής από την Περιφέρεια Κρήτης στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού δικτύου “MD.Net”»

[CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%AE-2/](#)
(Τελευταία επίσκεψη 27.12.2021)

Η Περιφέρεια Κρήτης, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο https://www.crete.gov.gr/region/i-perifereia/?fbclid=IwAR2z-6fAZFoh_95vw6cfTprel9eotazM-D5IHp3GX8grixvGro06Gc4ylFo (Τελευταία επίσκεψη 10.12.2021)

Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.crete.gov.gr/enimerosi/actions/cretan-diet/%CE%BA%CF%81%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%83%CF%8D%CE%BC%CF%86%CF%89%CE%BD%CE%BF-%CF%80%CE%BF%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1%CF%82/> (Τελευταία επίσκεψη 29.12.2021)

Μεσογειακή Διατροφή (2015). Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <http://www.minagric.gr/index.php/el/xrisimewplirofories-2/events/2824-mesogiakh-diatrofh> (Τελευταία επίσκεψη 27.12.2021)

Περιφέρεια Κρήτης (2020). Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Κρήτης 2020-2023 Στρατηγικός Σχεδιασμός, διαθέσιμο κείμενο: https://www.crete.gov.gr/wp-content/uploads/2020/10/schedio_stratigiko_ioylios_2020_diap_2_21_09_20201_compressed.pdf?fbclid=IwAR1SHL6WuEqNYjoXd2wbCcFVllc51dZjpA_lx0ecywgexQXdnUJh_YsAcGg (Τελευταία επίσκεψη 10.12.2021)

Πιστοποίηση Εστιατορίων, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=193&lang=el (Τελευταία επίσκεψη 29.12.2021)

Πολιτιστική Κληρονομιά: Ολοταχώς για την UNESCO ο Ερωτόκριτος (2018), διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.patris.gr/2018/03/22/politistiki-klironomia-olotachos-gia-tin-unesco-o-erotokritos/> (Τελευταία επίσκεψη 28.12.2021)

Σήμα «επισκέψιμα οινοποιεία», διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=5082&lang=el (Τελευταία επίσκεψη 29.12.2021)

Στην Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της Ελλάδας οι Ανεμόμυλοι του Οροπεδίου Λασιθίου (2020), διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο <https://www.ekriti.gr/kriti-lasithi/stin-ayli-politistiki-klironomia-tis-elladas-oi-anemomyloi-toy-oropedioly-lasithioly> (Τελευταία επίσκεψη 29.12.2021)

Στην Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της Ελλάδας οι κτηνοτρόφοι του Ψηλορείτη (2019), διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.lifo.gr/now/greece/stin-ayli-politistiki-klironomia-tis-elladas-oi-ktinotrofoi-toy-psiloreiti> (Τελευταία επίσκεψη 29.12.2021)

Τα άγρια βρώσιμα χόρτα της Κρήτης – Εθνοβοτανικές Πρακτικές, διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο

Μαριάννα Π. Χούτου: «Ευρωπαϊκή πολιτική στον πολιτισμό και place branding. Η αξιοποίηση της μεσογειακής διατροφής από την Περιφέρεια Κρήτης στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού δικτύου “MD.Net”»

http://ayla.culture.gr/ta_agria_vrwsima_horta_tis_kritis_ethnobotanical_practices/

(Τελευταία επίσκεψη 27.12.2021)

Συνεντεύξεις:

1) Εκπροσώπηση Περιφέρειας Κρήτης (εταίρος): Διοικητικό στέλεχος του Τμήματος Εμπορίου Διεύθυνση Ανάπτυξης Π.Ε.Λασιθίου

2) Εκπροσώπηση Περιφέρειας Κρήτης (εταίρος): Εξωτερικός συνεργάτης/Σύμβουλος Επικοινωνιακής Στρατηγικής & Πολιτισμικών Πρακτικών,

3) Ωφελούμενος: Οικοτέχνης – Βιολογική καλλιεργήτρια

4) Ωφελούμενος: Έμπορος Κρεάτων

5) Ωφελούμενος: Διατροφολόγος – Διαιτολόγος

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγιο

Το παρόν ερωτηματολόγιο χρησιμοποιείται στο πλαίσιο εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας με τίτλο «*Ευρωπαϊκή πολιτική στον πολιτισμό και place branding. Η αξιοποίηση της μεσογειακής διατροφής από την Περιφέρεια Κρήτης στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού δικτύου “MD.Net”*» της **Μαριάννας Χούτου**, μεταπτυχιακής φοιτήτριας του Πανεπιστημίου "Μακεδονίας" του τμήματος Διεθνών Ευρωπαϊκών Σπουδών, του ΠΜΣ «Ευρωπαϊκές πολιτικές νεολαίας, επιχειρηματικότητας, εκπαίδευσης και πολιτισμού». Σκοπός της έρευνας είναι να μελετήσει τις επιμέρους διαστάσεις της συμμετοχής της Περιφέρειας Κρήτης στο δίκτυο MD.net και τις δραστηριότητες οργάνωσης και εφαρμογής μέσω των οποίων επιδιώκεται τοπική ανάπτυξη και η διαμόρφωση ισχυρής ταυτότητας. Η συμμετοχή σας στην έρευνα *είναι ανώνυμη και εθελοντική*. Οι απαντήσεις σας θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ερευνητικούς λόγους. Η συμπλήρωση και επιστροφή του ερωτηματολογίου αποτελούν **συγκατάθεση συμμετοχής** στην παρούσα έρευνα. Δεν θα έχετε κάποιο οικονομικό όφελος από τη συμμετοχή σας στην παρούσα έρευνα. Σε περίπτωση που έχετε οποιεσδήποτε ερωτήσεις σε σχέση με την έρευνα, μπορείτε να επικοινωνήσετε με τον ερευνητή.

Ερευνήτρια: Μαριάννα Χούτου

e- mail επικοινωνίας: marchou81@yahoo.gr

Κινητό τηλέφωνο: 6947161778

- 1) Με ποια ιδιότητα συμμετέχετε στο δίκτυο MD.net;
- 2) Ποιος είναι ο ρόλος του φορέα που εκπροσωπείτε;
- 3) Υπάρχουν άλλα ευρωπαϊκά προγράμματα που έχει αναλάβει η Περιφέρεια Κρήτης με σκοπό την ανάπτυξη του τόπου;
- 4) Έχετε εμπειρία από προηγούμενες αντίστοιχες συνεργασίες με άλλους φορείς από το διεθνές/ευρωπαϊκό περιβάλλον;
- 5) Ποιους άξονες της πρωτοβουλίας προωθεί ο δικός σας φορέας και με ποιο τρόπο;

- 6) Ποια θεωρείτε ότι είναι η ακριβής σχέση/σύνδεση μεταξύ Κρητικής διατροφής και Μεσογειακής Διατροφής;
- 7) Πώς είναι οργανωμένη η συνεργασία των τοπικών φορέων με σκοπό την υλοποίηση των στόχων του δικτύου;
- 9) Ποιες δυσκολίες και εμπόδια αντιμετώπισε το δίκτυο/ο φορέας σας στην υλοποίηση των στόχων του δικτύου μέχρι τώρα;
- 10) Πώς πιστεύετε ότι θα επιδράσει η υλοποίηση του δικτύου MD.net στην τοπική ανάπτυξη;
- 11) Θεωρείτε ότι η υλοποίηση του δικτύου MD.net θα αναδείξει παράλληλα και άλλους τομείς/κλάδους στην Περιφέρεια; Και αν ναι, ποιους;
- 12) Πιστεύετε ότι μέσα από τη διαδικασία αυτή, η Περιφέρεια θα αποκτήσει μια ισχυρότερη ταυτότητα (brandname); Αν ναι, ποια πιστεύετε θα είναι τα χαρακτηριστικά της;
- 13) Ποιες δράσεις έχουν αναπτυχθεί με αντικείμενο την πολιτιστική προβολή της Κρήτης αυτόνομα ή σε συνεργασία με άλλους φορείς από Ελλάδα και εξωτερικό;
- 14) Πως επηρέασε η πανδημία Covid-19 την εξέλιξη της υλοποίησης του δικτύου MD.net;
- 15) Ποιες είναι οι προσδοκίες σας από τη λειτουργία του δικτύου MD.net στο μέλλον;

Μαριάννα Π. Χούτου: «Ευρωπαϊκή πολιτική στον πολιτισμό και *place branding*. Η αξιοποίηση της μεσογειακής διατροφής από την Περιφέρεια Κρήτης στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού δικτύου “MD.Net”»

Μαριάννα Π. Χούτου: «Ευρωπαϊκή πολιτική στον πολιτισμό και *place branding*. Η αξιοποίηση της μεσογειακής διατροφής από την Περιφέρεια Κρήτης στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού δικτύου “MD.Net”»

Μαριάννα Π. Χούτου: «Ευρωπαϊκή πολιτική στον πολιτισμό και *place branding*. Η αξιοποίηση της μεσογειακής διατροφής από την Περιφέρεια Κρήτης στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού δικτύου “MD.Net”»