

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ &
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Ο ΘΕΣΜΟΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΕΥΤΙΚΗΣ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑΣ
ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ»



ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ:
ΒΙΚΤΩΡΑΤΟΣ ΕΥΣΤΑΘΙΟΣ
ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:
ΓΑΤΟΜΑΤΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

ΠΑΤΡΑ – ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2006

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	ΣΕΛΙΔΕΣ
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	1
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	7
1.1 ΕΛΛΑΔΑ: ΕΜΠΙΝΕΥΣΤΡΙΑ ΤΟΥ ΘΕΣΜΟΥ	7
1.2. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΘΕΣΜΟΥ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: «Η ΠΑΤΡΑ ΜΕΧΡΙ ΤΟ 2006»	11
2.1 ΚΤΙΡΙΑ – ΥΠΟΔΟΜΕΣ	11
2.1.1. Αρχαιολογικοί Χώροι & Σύγχρονα Μνημεία	11
2.1.2 Μουσεία-Εκκλησίες	14
2.1.3 Γήπεδα & άλλες κτιριακές υποδομές	16
2.2 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΔΡΩΜΕΝΑ	17
2.3 ΔΙΚΤΥΑ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ	20
2.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: «Η ΠΑΤΡΑ ΓΙΑ ΤΟ 2006»	23
3.1 ΚΤΙΡΙΑ – ΥΠΟΔΟΜΕΣ	24
3.1.1. Σύγχρονα Μνημεία & Αρχαιολογικοί Χώροι	24
3.1.2. Μουσεία – Εκκλησίες	26
3.1.3. Κτιριακές Υποδομές	28
3.2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΔΡΩΜΕΝΑ	31
3.3 ΔΙΚΤΥΟ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ	38
3.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: «Η ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ ΤΟ 2006»	46
4.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ	48
4.1.1 Πάμε Πάτρα	50
4.1.2. Στην Πάτρα	50
4.1.3 Έλα Ξανά	51
4.1.4 Κοίτα!	51
4.1.5 Όλη η Ευρώπη μία πόλη	52
4.2 ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΣΗΜΑΤΩΝ	56
4.2.1 Φιλοσοφία	56
4.2.2 Διαδικασία	57
4.2.3 Προβολή - Προώθηση	57
4.2.4 Βήματα υλοποίησης	58
4.3 Ηλεκτρονική Προβολή	58
4.4 Προϋπολογιζόμενα ποσά	60

4.5 Προτάσεις-Ιδέες	61
4.6 ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ	72
4.7 ΧΟΡΗΓΙΕΣ	74
4.7.1 Περιβάλλον	75
4.7.2 Φιλοσοφία	77
4.7.3 Επιλογές	78
4.7.4 Ειδικό μοντέλο διεθνούς συνεργασίας	78
4.7.5 Βασικές Χορηγικές κατηγορίες	79
4.7.6 Βήματα Υλοποίησης	82
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Η ΠΑΤΡΑ ΤΟ 2006	83
5.1. ΚΤΙΡΙΑ – ΥΠΟΔΟΜΕΣ	85
5.2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΔΡΩΜΕΝΑ	91
5.3 ΔΙΚΤΥΟ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ	92
5.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	93
5.5 ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ «ΠΑΤΡΑ 2006»	94
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: «ΑΛΛΕΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΕΣ»	101
6.1 ΑΘΗΝΑ 1985: «Η ΠΡΩΤΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ»	102
6.2 ΓΛΑΣΚΟΒΗ 1990: «Η ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗ»	104
6.3 ΜΑΔΡΙΤΗ 1992, ΑΜΒΕΡΣΑ 1993, ΛΙΣΣΑΒΟΝΑ 1994: «ΟΙ ΠΡΩΤΟΤΥΠΕΣ»	106
6.4 ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ 1995: «ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΩΝ»	106
6.5 ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 1997: «Η ΠΡΩΤΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΠΟΤΥΧΗΜΕΝΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ»	109
6.6 ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ 1998: «ΜΕ ΛΙΓΑ ΑΤΟΜΑ, ΠΟΛΥ ΔΟΥΛΕΙΑ»	110
6.7 ΕΛΣΙΝΚΙ 2000: «ΜΙΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΝΝΕΑ ΤΟΥ 2000»	112
6.8 ΠΟΡΤΟ & ΡΟΤΕΡΝΤΑΜ 2001: «ΔΥΟ ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ»	113
6.9 ΓΚΡΑΤΣ 2003: «Η ΕΝΤΥΠΩΣΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ»	115
6.10 ΛΙΑ 2004: «ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ & ΠΛΗΡΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ»	116
6.11 ΓΕΝΟΒΑ 2004: «ΣΑΝ ΤΗΝ ΠΑΤΡΑ»	124
6.12 ΚΟΡΚ 2005: «Η ΠΡΟ ΜΙΚΡΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ»	126
6.13 ΠΑΤΡΑ 2006: «Η ΔΙΚΙΑ ΜΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ»	131
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΟ 2005	132
7.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	132
7.2 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΝΑΓΚΗΣ ΓΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ - ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ	133

7.3 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΗΓΩΝ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ	134
7.4 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΕΘΟΔΩΝ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΦΟΡΜΑ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΑΥΤΩΝ	136
7.5 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΗ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	140
7.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.	141

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΟ 2006

8.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	162
8.2 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΝΑΓΚΗΣ ΓΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ - ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ	162
8.3 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΗΓΩΝ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ	164
8.4 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΕΘΟΔΩΝ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΦΟΡΜΑ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΑΥΤΩΝ	165
8.5 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΗ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	171
8.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.	172

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

194

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία αυτή έχει ως στόχο την επίδραση του θεσμού της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης στην ανάπτυξη της πόλης.

Καταβλήθηκε προσπάθεια να καλυφθούν όσο το δυνατόν περισσότερα θέματα που αφορούν τους στόχους του φορέα «Πάτρα 2006», τα προγράμματα προβολής του θεσμού, το κόστος τους καθώς και το εάν επιτεύχθηκαν οι αρχικοί στόχοι των ιδρυόντων του θεσμού. Επιπλέον, γίνεται σύγκριση με πόλεις που διοργάνωσαν το θεσμό αυτό προηγούμενα έτη.

Εν κατακλείδι, αναπτύσσεται έρευνα του 2005 που ως στόχο έχει να καταγράψει τις απόψεις της κοινής γνώμης όσον αφορά την «Πάτρα, Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2006» αλλά και δεύτερη έρευνα του 2006 μέσα από την οποία κρίνεται η πορεία του θεσμού και η γνώση που έχουν οι πολίτες.

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Κατά την διάρκεια εκπόνησης της Πτυχιακής μου εργασίας ασχολήθηκα με το: «Ο Θεσμός της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας ως μοχλός ανάπτυξης της πόλης». Στο εσωτερικό της αναπτύσσονται θέματα σχετικά με το θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης που ανέλαβε η Πάτρα το 2006. Στοιχεία όπως οι στόχοι των διοργανωτών, οι τρόποι προβολής και ενημέρωσης του θεσμού προς το ευρύ κοινό αναλύονται στα επόμενα κεφάλαια. Ειδικότερα:

Στο κεφάλαιο 1, ο αναγνώστης έρχεται σε μια πρώτη επαφή με το θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης. Ενημερώνεται για το περιεχόμενο του όρου, ενώ ταυτόχρονα έχει τη δυνατότητα να παρακολουθήσει μια σύντομη ανασκόπηση των πόλεων, στις οποίες διεξήχθη, από την έναρξή του έως και σήμερα.

Στο κεφάλαιο 2, γίνεται αναφορά στις υπάρχουσες κτιριακές υποδομές μέχρι τα τέλη σχεδόν του 2005, πριν ο Οργανισμός αναλάβει δράση, καθώς και στα πολιτιστικά δρώμενα που λαμβάνουν χώρα κάθε χρόνο στην Πάτρα. Τέλος, αναλύονται οι οικονομικοί πόροι που έχει στην διάθεση της.

Στο κεφάλαιο 3, αναπτύσσονται οι στόχοι του «Πάτρα 2006», η εκμετάλλευση όλων των έργων υποδομής της πόλης, το πρόγραμμα εκδηλώσεων καθώς και τους χώρους στους οποίους θα φιλοξενηθούν. Τέλος, γίνεται αναφορά στο δίκτυο μεταφοράς και την οικονομία της πόλης.

Στο κεφάλαιο 4, γίνεται λόγος για τους τρόπους προβολής της Πάτρας ενόψει του θεσμού τους οποίους έχουν σκεφτεί οι διευθυντές Marketing και Επικοινωνίας. Συνεχίζεται η καταγραφή των δικών μου προτάσεων, οι οποίες θα μπορούσαν να είχαν επιτευχθεί και μέσω του προγράμματος εθελοντισμού και χορηγιών. Για το πρόγραμμα των χορηγιών γίνεται μια εκτενής αναφορά.

Στο κεφάλαιο 5, αναφέρονται ποια από τα έργα που είχαν εξαγγείλει οι φορείς της Πολιτιστικής και οι συνεργαζόμενοι με αυτούς πραγματοποιήθηκαν. Το ίδιο γίνεται για τα προγράμματα προβολής, για την οικονομία και το δίκτυο μεταφορών.

Στο κεφάλαιο 6, εκθέτονται στοιχεία σχετικά με την διοργάνωση του θεσμού της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης σε διάφορες ευρωπαϊκές πόλεις. Περιγράφονται διοργανώσεις που κρίθηκαν ως επιτυχημένες και άλλες που αποκόμισαν αρνητικά σχόλια και συγκρίνονται με την «Πάτρα 2006».

Στο κεφάλαιο 7, παρουσιάζεται έρευνα που διεξήχθη με πρωτοβουλία ομάδας το 2005 και εξετάζεται η τάση που διαμορφώνεται από φοιτητές και μη, αναφορικά με το θεσμό, το πρόγραμμα εθελοντισμού, τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η πόλη και την απήχηση αγοράς των αναμνηστικών προϊόντων.

Στο κεφάλαιο 8, τέλος, παρουσιάζεται έρευνα που διεξήχθη με δική μου πρωτοβουλία και εξετάζεται η πορεία του Θεσμού στην Πάτρα και η ικανοποίηση των ερωτώμενων από διάφορα πεπραγμένα, καλλιτεχνικά και μη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

1.1 ΕΛΛΑΔΑ: ΕΜΠΝΕΥΣΤΡΙΑ ΤΟΥ ΘΕΣΜΟΥ

Εικοσιένα χρόνια Πολιτιστικές Πρωτεύουσες της Ευρώπης. Εικοσιένα χρόνια από τότε που η Μελίνα Μερκούρη ως Υπουργός Πολιτισμού της Ελλάδος, είχε εισηγηθεί στους Υπουργούς Πολιτισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης την πρόταση να ορίζεται κάθε χρόνο μία πόλη της Ευρώπης ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα. Η Αθήνα έγινε πρώτη Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 1985.

Η Ελλάδα είχε την έμπνευση και την πρωτοβουλία να προτείνει ένα πολιτιστικό γεγονός. Ουσιαστικό δεσμό για τα κράτη της Ευρώπης που θα συνέβαλε και θα οδηγούσε στην πολιτική ενοποίησή της. Στην διάρκεια των χρόνων, το πολιτιστικό αυτό γεγονός έγινε θεσμός. Σήμερα όλες οι πόλεις της Ευρώπης θέλουν να γίνουν Πολιτιστικές Πρωτεύουσες.

Η κάθε πόλη δείχνει την πολιτιστική της κληρονομιά, τις παραδόσεις της, τη φυσιογνωμία, την σύγχρονη δημιουργία της. Δεν είναι ένα φεστιβάλ. Είναι ένας τόπος συνάντησης για προβληματισμό. Η ανταλλαγή ιδεών, επικοινωνίας και διαλόγου πνευματικών ανθρώπων, καλλιτεχνών, επιστημόνων, που με τα έργα τους προωθούν την ευρωπαϊκή σκέψη. Είναι ένα εργαλείο που κάνει τον πολίτη να συμμετέχει, να αισθάνεται και να προσδιορίζει καινούργιες σχέσεις, με σκοπό την διαμόρφωση μίας ευρωπαϊκής ταυτότητας. Ο θεσμός δεν είναι μόνο τι κάνουν οι πόλεις όταν είναι πολιτιστικές πρωτεύουσες, αλλά κυρίως τι έχουν προσφέρει όλες μαζί στον πολιτισμό της Ευρώπης.

Το 1992 στην Μαδρίτη σχηματίστηκε το Δίκτυο των Πολιτιστικών Πρωτευουσών από τους συντονιστές και οργανωτές των Πολιτιστικών Πρωτευουσών της Ευρώπης. Στόχος του Δικτύου είναι με την εμπειρία των

μελών τους να συμπαρασταθεί στην εκάστοτε Πολιτιστική Πρωτεύουσα και να οργανώνει ευρωπαϊκά και διεθνή προγράμματα. Η δυναμική του θεσμού ξεπέρασε τα όρια της Ευρώπης. Περιοχές, κράτη, λαοί ανά τις ηπείρους, έχουν υιοθετήσει ανάλογους θεσμούς. Παραδείγματος χάριν, οι αραβικές χώρες στην Αφρική και στην Ασία, ο Καναδάς, η Αμερική, η περιοχή της Καταλονίας και η περιοχή του Βόλγα στην Ρωσία διοργανώνουν και φέρνουν εις πέρας επιτυχώς παρόμοιες δραστηριότητες.

« Ο θεσμός από ευρωπαϊκός γίνεται παγκόσμιος », είτε χαρακτηριστικά ο κος Σπύρος Μερκούρης στις 14 Οκτωβρίου 2005, κατά το πρώτο Διεθνές Συμπόσιο Πολιτιστικών Πρωτεύουσών "20 χρόνια Πολιτιστικές Πρωτεύουσες της Ευρώπης", που έλαβε χώρα στο Ζάππειο Μέγαρο στην Αθήνα από 14 έως 16 Οκτωβρίου 2005.

1.2. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΘΕΣΜΟΥ

Τα ανεπτυγμένα κράτη, σήμερα, σχηματίζουν ένα παγκόσμιο χωριό. Ποτέ στην ιστορία της ανθρωπότητας δεν υπήρξε πιο εύκολη επαφή. Κάθε χώρα και κάθε ήπειρος είναι σε συνεχή επικοινωνία. Είναι όμως αμφίβολο αν ο τρόπος με τον οποίο γίνεται αυτή η επικοινωνία προωθεί έναν ειλικρινή και εποικοδομητικό διάλογο μεταξύ των λαών και των πολιτισμών.

‘Σε μία εποχή που κυριαρχεί το κινήγι του κέρδους, ο κυνισμός, η δυσπιστία, ο φανατισμός, ο ρατσισμός, ο φόβος, η ανασφάλεια, η τρομοκρατία, ο πόλεμος, πρέπει οι άνθρωποι συλλογικά και όχι μεμονωμένα να αντιδράσουν και να πιστέψουν στην δύναμη του πολιτισμού. Ο λόγος, οι καλές τέχνες, η μουσική, η επιστήμη, είναι εκφράσεις πολιτισμού. Η έννοια όμως του πολιτισμού είναι ευρύτερη και βαθύτερη. Οι πολιτισμοί σχηματίζονται από αυτά που έχει πει και έχει κάνει ο άνθρωπος εδώ και χιλιάδες χρόνια μέχρι σήμερα,

που έχουν γίνει αποδεκτά από κοινωνίες και λαούς και έχουν ενσωματωθεί στις συνήθειες, στις πράξεις, στις μνήμες τους.¹

Ο πολιτισμός, η καλλιέργεια του, υπάρχει σε όλες τις πράξεις των ατόμων, σε όλες τις ενέργειές τους. Είναι παιδεία, γνώση, συμπεριφορά, ευθύνη, κατανόηση, ανοχή και σεβασμός στην άποψη και την ιδιαιτερότητα του άλλου, καθώς για τον καθένα ξεχωριστά αποτελεί τον καθημερινό τρόπο ζωής του.

Έτσι, η δράση του οργανισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχοντας ως πρωταρχική κατεύθυνση την οικονομία και το εμπόριο, επεκτάθηκε και σε άλλους τομείς όπως ο Πολιτισμός. Αυτό επικυρώνεται με τη δημιουργία του θεσμού της «Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πόλης», θεσμός ο οποίος ανατίθεται σε μια πόλη των κρατών –μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για ένα ημερολογιακό έτος, κατά την διάρκεια του οποίου καλείται να αναδείξει τις ιδιαίτερες πολιτιστικές πτυχές της τοπικής κοινωνίας.

Η πολιτιστική αυτή δράση θεωρήθηκε σημαντικό μέσο για την αξιοποίηση του πλούτου, της ποικιλίας και των κοινών ενίοτε χαρακτηριστικών των Ευρωπαϊκών Πολιτισμών αποσκοπώντας στη βελτίωση της αμοιβαίας γνωριμίας μεταξύ των πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Τιμής ένεκεν της εμπνεύστριας του θεσμού, πρώτη Πολιτιστική Πόλη της Ευρώπης ανακηρύχθηκε η πόλη των Αθηνών, το έτος 1985.

Οι πόλεις που τα επόμενα 14 έτη (1986-1999) ανέλαβαν την διοργάνωση του θεσμού οι εξής: Φλωρεντία (Ιταλία), Άμστερνταμ (Ολλανδία), Βερολίνο (Γερμανία), Παρίσι (Γαλλία), Γλασκώβη (Ηνωμένο Βασίλειο), Δουβλίνο (Ιρλανδία), Μαδρίτη (Ισπανία), Αμβέρσα (Βέλγιο), Λισσαβόνα (Πορτογαλία), Λουξεμβούργο (Λουξεμβούργο), Κοπεγχάγη (Δανία), Θεσσαλονίκη (Ελλάδα), Στοκχόλμη (Σουηδία) και Weimar (Γερμανία).

¹ Σπύρος Μερκούρης, 1^ο Διεθνές Συνέδριο Πολιτιστικών Πρωτευουσών – 20 χρόνια Πολιτιστικές Πρωτεύουσες της Ευρώπης, Πρακτικά Συμποσίου, 14-16 Οκτωβρίου 2005, Αθήνα, σελ.12.

Συνάμα, το 1990 οι Υπουργοί Πολιτισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης προέβησαν στην δημιουργία μιας ακόμη πολιτιστικής δράσης, του «**Ευρωπαϊκού Πολιτιστικού Μήνα**», γεγονός συναφές με την Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης που διήρκεσε, όμως, για ένα μικρό χρονικό διάστημα (4 έτη) και αφορούσε κατά κύριο λόγο τις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης.

Με απόφαση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου Υπουργών Πολιτισμού, το 1999 η “ Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πόλη ” μετονομάζεται σε “ **Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα** ”. Στις 25 Μαΐου του ίδιου έτους τροποποιήθηκε η διαδικασία εκλογής των υποψήφιων Πολιτιστικών Πρωτευουσών που θέτεται σε ισχύ για τα έτη 2005-2019, μέσω της οποίας καθιερώνεται ένα νέο σύστημα, με το οποίο κάθε έτος θα ορίζονται δύο κράτη-μέλη που θα αναλαμβάνουν την διοργάνωση του θεσμού, όπως για παράδειγμα το 2007 διοργανώτριες χώρες θα είναι το Λουξεμβούργο (Λουξεμβούργο) και το Sibiu (Ρουμανία).

Κατά τα έτη 2000-2004 Ευρωπαϊκές Πολιτιστικές Πρωτεύουσες διετέλεσαν οι: Αβινιόν (Γαλλία), Bergen (Νορβηγία), Bologna (Ιταλία), Βρυξέλλες (Βέλγιο), Ελσίνκι (Φιλανδία), Cracow (Πολωνία), Reykjavik (Ισλανδία), Πράγα (Τσεχία) και Santiago Compostela (Ισπανία)², Πόρτο (Πορτογαλία) και Ρότερνταμ (Ολλανδία) για το έτος 2001, Μπριζ (Βέλγιο) και Σαλαμάνκα (Ισπανία) για το 2002 , Γκρας (Αυστρία) για το 2003, Γένοβα (Ιταλία) και Λίλλη (Γαλλία) για το 2004.

Με απόφαση του Συμβουλίου Υπουργών της 6^{ης} Μαΐου 2003 η πόλη των Πατρών, η πόλη όπου έζησε και μαρτύρησε ο Απόστολος Άγιος Ανδρέας αλλά και η πόλη του μυθικού Πατρός, εκ του οποίου φέρει και το όνομα, αναλαμβάνει την διεξαγωγή του θεσμού για το 2006 παίρνοντας την σκυτάλη από το Cork της Ιρλανδίας (2005).

² Οι εννέα αυτές χώρες ήταν μόνο για το έτος 2000, λόγω της εισαγωγής μας στον νέο αιώνα, στην νέα χιλιετιρίδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: «Η ΠΑΤΡΑ ΜΕΧΡΙ ΤΟ 2006»

Ο νέος αιώνας βρίσκει την Πάτρα να έχει επαναπροσδιορίσει τους στόχους της στην πορεία για την επίτευξη της πολύπλευρης ανάπτυξης. Η απόκτηση σύγχρονων υποδομών σε συνδυασμό με τις ήδη υπάρχουσες, καλούνται να ανταποκριθούν στον ρόλο που θα παίζει η Αχαϊκή πρωτεύουσα ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα το 2006. Επιπλέον, ως Μητροπολιτικό κέντρο στον υπό διαμόρφωση δυτικό άξονα της χώρας, διαμορφώνει νέα δεδομένα και στον τομέα της τουριστικής και πολιτιστικής ανάπτυξης.

Η πολυπρόσωπη αυτή πόλη διαθέτει πλήθος κτιρίων, αρχαιολογικών ευρημάτων και καλλιτεχνικών δημιουργιών, αντιπροσωπευτικών της ιστορίας και του πολιτισμού της.

2.1 ΚΤΙΡΙΑ – ΥΠΟΔΟΜΕΣ

2.1.1. Αρχαιολογικοί Χώροι & Σύγχρονα Μνημεία

Οι σπουδαιότεροι αρχαιολογικοί χώροι και μνημεία της πόλεως των Πατρών και της ευρύτερης περιοχής είναι οι εξής:

Το θέατρο «Απόλλων», το οποίο είναι ένα υπέροχο νεοκλασικό κτίριο, του 1871, πιστό αντίγραφο της Σκάλας του Μιλάνου και έργο του Γερμανού αρχιτέκτονα Τσίλλερ. Αποτελεί έδρα του ΔΗΠΕΘΕ και η χωρητικότητά του ανέρχεται στις 250 θέσεις.

Επιπλέον, υπάρχουν και άλλα θέατρα μικρότερης χωρητικότητας, όπου μπορούν να φιλοξενήσουν καλλιτεχνικές εκδηλώσεις. Μερικά από αυτά τα θέατρα είναι το «Επίκεντρο», το «Λιθογραφείον», το θέατρο «Αγορά», το

ανοιχτό θεατράκι Λιμανιού και το θεατράκι της οδού Γερμανού (φιλοξενεί παραστάσεις Καραγκιόζη).

Το **Αρχαίο Ωδείο Πατρών**, οικοδομήθηκε λίγο νωρίτερα από το Ωδείο του Ηρόδου του Αττικού. Σήμερα ταυτίζεται με τη πολιτιστική ζωή της πόλης αφού αποτελεί βασική έδρα του Διεθνούς Φεστιβάλ Πάτρας. Και έχει χωρητικότητα 2500 περίπου θεατών.

Το **Βυζαντινό-Φράγκικο Κάστρο**, οικοδομήθηκε στα χρόνια του Αυτοκράτορα Ιουστινιανού και χρησιμοποιήθηκε αδιάκοπα από την αρχαιότητα μέχρι τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο για την άμυνα της πόλης, ως διοικητικό και στρατιωτικό κέντρο αλλά και ως φυλακές. Σήμερα υπάρχει λυόμενο θεατράκι, 640 θέσεων, που φιλοξενεί εκδηλώσεις.

Αναφερόμενοι στο **Δημαρχείο**, πρέπει να πούμε, ότι ουσιαστικά πρόκειται για την οικεία του μεγαλέμπορου Μακρυγιάννη, την οποία αγόρασε ο Δήμος Πατρών. Σύμφωνα με πληροφορίες θα μεταφερθεί είτε στο Αρσάκειο, ιστορικό διατηρητέο μνημείο δείγμα αρχιτεκτονικής μεσοπολέμου, είτε στις πρώην κτιριακές εγκαταστάσεις του συγκροτήματος Λαδόπουλου.

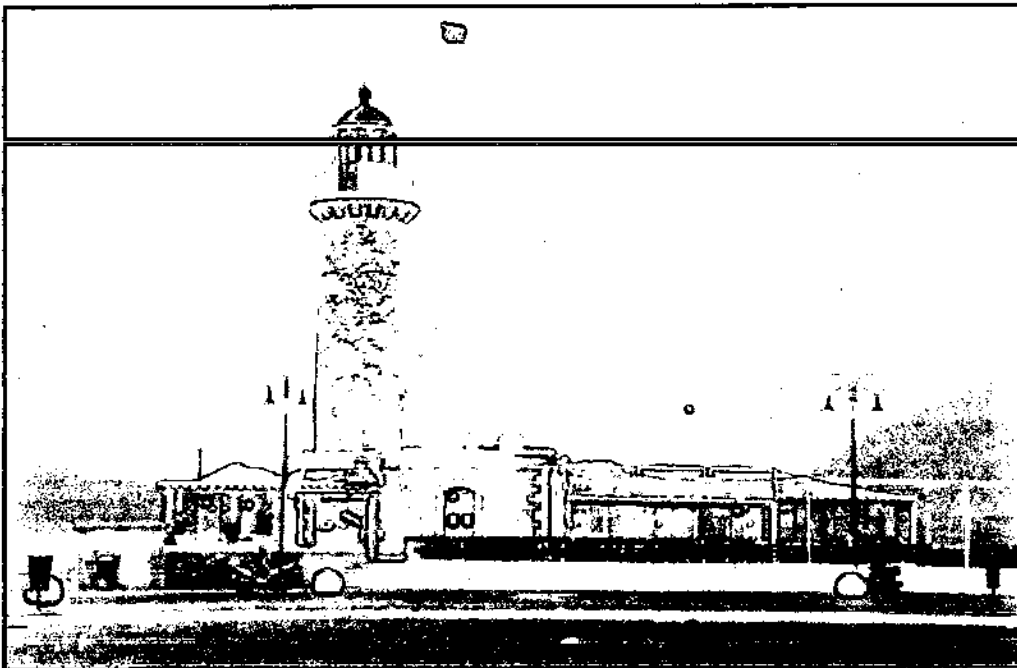
Το **Παλαιό Δημοτικό Νοσοκομείο** αποτελείται από ένα συγκρότημα κτιρίων που λειτουργούσε ως νοσοκομείο. Σήμερα λειτουργεί ως πνευματικό, πολιτιστικό πολυκέντρο του Δήμου Πατρών.

Στην Κορίνθου βρίσκεται το σπίτι στο οποίο γεννήθηκε ο εθνικός μας ποιητής **Κωστής Παλαμάς**.

Οι **Σταφίδαποθήκες Μπάρρυ** έχουν χαρακτηριστεί ως ιστορικό διατηρητέο μνημείο και αποτελεί αξιόλογο δείγμα βιομηχανικής εγκατάστασης, μάρτυρας της παλαιάς ακμής της Πάτρας. Σήμερα, λειτουργεί ως κέντρο Τεχνών και στεγάζει το Info center της Πάτρας, από όπου μπορεί κανείς να πάρει πληροφορίες για την διαμονή του στην Πάτρα, τι μπορεί να επισκεφθεί και που να πάει γύρω από την Πάτρα εκδρομές.

Επίσης υπάρχουν σημαντικά αξιοθέατα όπως είναι το εργοστάσιο της **Achaia Clauss**. Γνωστή διεθνώς, αποτελεί σημαντική βιομηχανική μονάδα η οποία παράγει εξαιρετικής ποιότητας κρασιά, μεταξύ των οποίων και η Μαυροδάφνη Πάτρας.

Ο **Φάρος**, το στολίδι και σύμβολο της Πάτρας, κτισμένος από πέτρα λειτουργούσε ως σηματοδότης. Με την κατασκευή του κυματοθραύστη αυτός ο ρόλος καταργήθηκε και κατεδαφίστηκε το 1972. Στην περιοχή του Άγιου Ανδρέα κατασκευάστηκε ο σύγχρονος Φάρος, πιστό αντίγραφο του παλαιού και χρησιμοποιείται και ως χώρος εκδηλώσεων.



Το **Κάστρο Ρίου** βρίσκεται δίπλα στη Γέφυρα που ενώνει το Ρίο με το Αντίρριο και αποτελεί ένα από τα ομορφότερα κάστρα της Πελοποννήσου.

Η **Γέφυρα Ρίου-Αντιρρίου** αποτελεί την μεγαλύτερη σε μήκος καλωδιωτή γέφυρα στον κόσμο, με συνεχές κατάστρωμα 2250 μέτρων. Συνδέει την Αχαΐα με την Αιτωλοακαρνανία, Πελοπόννησο με τη Στερεά Ελλάδα.

Η **Γέφυρα του Μείλιχου**, αποτελεί δείγμα ρωμαϊκής αρχιτεκτονικής, γνωστή και ως «Γέφυρα του Πausανία» γιατί από αυτή πέρασε ο περιηγητής.

Το **Ρωμαϊκό Υδραγωγείο**, το οποίο αποτελεί πρώτο συστηματικό υδραγωγείο της Πάτρας με χρήση και στην βυζαντινή εποχή.

Το **Ρωμαϊκό Αμφιθέατρο** είναι έργο της εποχής του Δομιτιανού και αποτελεί τμήμα ενός μεγάλου αμφιθεατρικού κτίσματος, πιθανώς σταδίου, χώρου μονομαχιών και άλλων αγώνων.

Οι **Μυκηναϊκοί Τάφοι της Βούντενης** δηλώνουν την ύπαρξη μυκηναϊκού κέντρου στην περιοχή.

Το **Βόρειο Νεκροταφείο** είναι ρωμαϊκό μνημείο και το χρησιμοποιούσαν αδιάκοπα από την κλασική εποχή μέχρι τον 7^ο αι. μ.Χ.

Το **Ρωμαϊκό Μαυσωλείο** είναι ρωμαϊκής κατασκευής του 1^{ου} αι. μ.Χ. και ανήκει στο ΒΑ νεκροταφείο της ρωμαϊκής Πάτρας.

Τα **Δημόσια Ρωμαϊκά Λουτρά** αποτελούν μνημειώδες κτίσμα του 3^{ου} αι. μ.Χ., συγκρότημα λουτρών, χώρος αναψυχής με πίδακες νερού και κήπους.

Το **Χαμάμ της Πάτρας** (τούρκικο θερμόλουτρο) είναι το μοναδικό που λειτουργεί σήμερα στην Ελλάδα και με ένα όμοιο του στο Παρίσι είναι τα μοναδικά που απέμειναν ενεργά στην Ευρώπη.

Το **Ρωμαϊκό Νυμφαίο** είναι ιερό αφιερωμένο στις Νύμφες. Κατά τους πρώτους Βυζαντινούς χρόνους ο χώρος χρησιμοποιήθηκε, πιθανόν ως εκκλησία και αργότερα ως νεκροταφείο.

2.1.2 Μουσεία-Εκκλησίες

Τα ευρήματα διαφόρων περιόδων που ανακαλύφθηκαν στην Πάτρα και στα περίχωρα φιλοξενούνται και εκθέτονται στα εξής μουσεία: **Αρχαιολογικό, Ιστορικό & Εθνολογικό Μουσείο, Μουσείο Λαϊκής Τέχνης, Τύπου και Πανεπιστημίου Πατρών.**

Ο **Ι. Ν. του Αγίου Ανδρέα**, Πολιούχου της Πάτρας, είναι κτισμένος στο σημείο όπου μαρτύρησε ο Πρωτόκλητος το 66 μ.Χ., βυζαντινού ρυθμού, με ένα κεντρικό τρούλο και δώδεκα μικρότερους που συμβολίζουν τον Χριστό και

τους δώδεκα μαθητές. Είναι ο μεγαλύτερος ναός των Βαλκανίων. Πρόκειται για μεγαλοπρεπές και επιβλητικό κτίσμα. Η θεμελίωσή του έγινε το 1908 από τον βασιλιά Γεώργιο Α΄ και εγκαινιάστηκε το 1974. Στο ναό φυλάσσονται η **Τίμια Κάρα** του Πρωτόκλητου και ο **Σταυρός** στον οποίο μαρτύρησε. Στον χώρο του ναού μπορούν να εκκλησιασθούν 5.500 άτομα. Στο σημείο της Σταύρωσης βρίσκεται ο παλιός ναός του Πρωτοκλήτου, σε ρυθμό βασιλικής, που εγκαινιάστηκε το 1843. Δίπλα υπάρχει η πηγή του Αγίου Ανδρέα, που κατά την αρχαιότητα ήταν πηγή της θεάς Δήμητρας και λειτουργούσε ως μαντείο για αρρώστους.



Υπάρχουν όμως και άλλοι παλαιοί Ιεροί Ναοί, όπως ο Μητροπολιτικός Ναός Ευαγγελισμού της Θεοτόκου (που πρόσφατα ανακαινίστηκε), ο Ι. Ν. Παντοκράτορας και οι Ιεροί Ναοί εντός της πόλεως και της ευρύτερης περιοχής ανέρχονται στους 34 καθώς επίσης και έξι εκκλησίες άλλων δογμάτων. Ανάμεσα στα μοναστήρια της περιοχής ξεχωρίζει αυτό της **Παναγίας της Γηροκομιτίσσης**, μία από τις παλαιότερες μονές της Ελλάδας.

2.1.3 Γήπεδα & άλλες κτιριακές υποδομές

Εκτός από τα αξιόλογα μνημεία και κτίρια υπάρχει μεγάλος αριθμός πλατειών, πάρκων και χώρων αναψυχής για κάθε κάτοικο της πόλης.

Η **πλατεία των Υψηλών Αλωνίων** αποτελούσε παλαιά όριο της πόλης μεταξύ θάλασσας και στεριάς. Στο κέντρο της δεσπόζει το άγαλμα του Παλαιών Πατρών Γερμανού και η προτομή του Έλληνα ποιητή Κωστή Παλαμά, αλλά και το μοναδικό ηλιακό ρολόι της πόλεως.

Ξεκινώντας από το πάνω μέρος της πλατείας των Υψηλών Αλωνίων και κατηφορίζοντας προς την θάλασσα, στην περιοχή του νέου Φάρου και 100μ. από τον Ι. Ν. Αγ. Ανδρέου βρίσκεται η μεγαλύτερη σε μήκος πλατεία της πόλης, **Τριών Ναυάρχων**.

Απέναντι από το λιμάνι και τον κεντρικό σταθμό των τρένων βρίσκεται η πλατεία των **Τριών Συμμάχων**, της οποίας στολίδι αποτελεί το άνθινο ρολόι.

Πεζόδρομοι, όπως του **Αγίου Νικολάου**, της **Ραδινού** και οι **σκάλες της Γεροκωστοπούλου**, αποτελούν τόπο συνάντησης της νεολαίας.

Το **Δασύλλιο**, ένας πευκόφυτος λόφος, απ' όπου μπορεί κανείς να απολαύσει την πανοραμική θέα της πόλεως των Πατρών, το ηλιοβασίλεμα στον Πατραϊκό κόλπο και προσφέρει στους κατάλληλα διαμορφωμένους δρομίσκους, περιπάτους αναψυχής.

Σημαντικός αριθμός **σταδίων** και **γηπέδων** υπάρχει στην Πάτρα και την ευρύτερη περιοχή, που συντελεί στην ανάπτυξη της ομαδικότητας, του αθλητικού πνεύματος και της άριστης και ασφαλούς διεξαγωγής αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων. Σημαντικότερο στάδιο είναι το **Παμπελοποννησιακό Στάδιο Πατρών** το οποίο φιλοξένησε κατά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 Προολυμπιακό Τουρνουά Ποδοσφαίρου, και έχει την δυνατότητα χωρητικότητας 21.000 θεατών. Μικρότερης χωρητικότητας στάδια και αθλητικοί χώροι είναι τα δύο **Κολυμβητήρια**, το **Κλειστό**

Γυμναστήριο Δ.Τόφαλος, το Γήπεδο του Πατραϊκού, της Παναχαϊκής αλλά και μικρότερα συνοικιακά γήπεδα.

Τέλος, πολλά σεμινάρια και ημερίδες λαμβάνουν μέρος στα δύο μεγάλα Συνεδριακά Κέντρα, το ένα στο Πανεπιστήμιο Πατρών και το άλλο στο Α.Τ.Ε.Ι. Πατρών, καθώς επίσης και σε ειδικά διαμορφωμένες αίθουσες των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων της περιοχής. Απώτερος σκοπός είναι η ανάπτυξη του Συνεδριακού τουρισμού.

2.2 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΔΡΩΜΕΝΑ

Η καλλιτεχνική δημιουργία η οποία δείχνει το μεγαλείο της πολιτιστικής κουλτούρας και παιδείας αναδεικνύεται μέσω των εκδηλώσεων που λαμβάνουν χώρα στην πόλη μας.

Στην διαμόρφωση, συγκρότηση, λειτουργία και διαχείριση των σημαντικότερων θεσμών Πολιτισμού της πόλης, ο δήμος Πατρέων έχει διαχρονικά το μεγαλύτερο μερίδιο ευθύνης και συμμετοχής μέσω του πολιτιστικού του τομέα. Η **Δημοτική Επιχείρηση Ανάπτυξης Πάτρας (Δ.Ε.Π.Α.Π.)** διαχειρίζεται τους περισσότερους πολιτιστικούς θεσμούς που λειτουργούν με ευθύνη του δήμου Πατρέων, όπως :

Το **Διεθνές Φεστιβάλ Πάτρας** αποτελεί την πρώτη προσπάθεια των ανθρώπων που φιλοδοξούσαν η Αχαΐα και η ευρύτερη περιοχή να αποκτήσει ένα Φεστιβάλ Διεθνούς Εμβέλειας. Η ιδέα γίνεται πραγματικότητα το καλοκαίρι του 1986 και από τότε μέχρι σήμερα παρελαύνουν τα μεγαλύτερα ονόματα από το καλλιτεχνικό στερέωμα. Ο συνεχής εμπλουτισμός του θεσμού σε συνδυασμό με την εισαγωγή κάθε χρόνο νέων στοιχείων, που απέρρεαν από την άνεση που έδινε η μεγάλη οικονομική στήριξη που είχε κατά την πρώτη τετραετία της ζωής του το Φεστιβάλ - σε σημερινά νούμερα τα ποσά ανέρχονται σε εκατοντάδες

εκατομμυρίων ετησίως - αποκτά κύρος που του επιτρέπει να αιτιολογεί πλήρως τον τίτλο «Διεθνές» και να θεωρείται το σημαντικότερο της χώρας.

Το **Δημοτικό Ωδείο Πατρών** συγκαταλέγεται ανάμεσα στα καλύτερα ωδεία της χώρας καθώς σε αυτό διδάσκονται όλα τα είδη μουσικής και μουσικών οργάνων, συμμετέχει δε σε εκδηλώσεις όχι μόνο της Ελληνικής επικράτειας αλλά και του εξωτερικού. Παράλληλα, υπάρχουν και άλλα μουσικά σύνολα όπως η Ορχήστρα Πατρών και η Ορχήστρα Νυκτών Εγχόρδων. Ακόμα, τρεις χορωδίες (Πολυφωνική) και δεκατέσσερα ιδιωτικά ωδεία συντελούν στην μουσική παιδεία του τόπου. Μερικά ωδεία έχουν και τμήματα Βυζαντινής μουσικής καθώς επίσης λειτουργεί και Σχολή Βυζαντινής Μουσικής της Ιεράς Μητροπόλεως Πατρών (Ι.Μ.Πατρών).

Το **Δημοτικό Περιφερειακό Θέατρο (ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ.)** Πάτρας ιδρύθηκε το 1988. Στόχος του είναι η προβολή κυρίως της νεοελληνικής θεατρικής παράδοσης, αλλά και δειγμάτων της παγκόσμιας δραματολογίας. Με τις παραγωγές του και τις παράλληλες δραστηριότητές του, συνδυάζει τον ψυχαγωγικό, ενημερωτικό και παιδευτικό χαρακτήρα του θεάτρου.

Εικαστικές δραστηριότητες φιλοξενούνται στην αίθουσα της **Δημοτικής Βιβλιοθήκης**, όπου συστεγάζεται η **Δημοτική Πινακοθήκη**, και στο **Παλαιό Δημοτικό Νοσοκομείο**.

Το **Χορευτικό Τμήμα** του Δήμου Πατρέων έχει συμμετάσχει σε πολλά Φεστιβάλ στην Ελλάδα και το εξωτερικό με πολλές διακρίσεις. Στόχος του είναι η μελέτη, καταγραφή, παρουσίαση και παράδοση του λαϊκού μας πολιτισμού στις νέες γενιές. Ιδιωτικές σχολές χορού, παραδοσιακού και μοντέρνου, καθώς επίσης και σχολές μπαλέτου συμβάλλουν περαιτέρω στην κουλτούρα των πολιτών.

Το **Εικαστικό Εργαστήρι** του Δήμου, στο οποίο οι σπουδαστές προβαίνουν σε κατασκευές κεραμικής, αγγειογραφίας, ζωγραφικής, συμβάλλει και αυτό με την σειρά του στην καλλιτεχνική δημιουργία και ανάπτυξη της

περιοχής. Σχολή Αγιογραφίας λειτουργεί από την Ι.Μ.Πατρών αλλά και από ιδιωτικά καλλιτεχνικά εργαστήρια.

Στην Πάτρα δραστηριοποιούνται πολιτιστικά και άλλοι φορείς, κυρίως ιδιωτικοί που αναπτύσσουν εικαστική δραστηριότητα. Χώροι τέχνης όπως το Πολιτιστικό Κέντρο Μορφωτικού Ιδρύματος Εθνικής Τράπεζας, το βιβλιοπωλείο «Πολύεδρο», το Κέντρο Πολιτισμού «Περί Τεχνών», η αίθουσα «**Millennium**», η αίθουσα τέχνης «**Ζέρβας**» και το «**Δροσερικό**».

Επιπλέον, υπάρχει η «**Διακίδειος Σχολή Λαού**», στην οποία πραγματοποιούνται ομιλίες κυρίως θρησκευτικού αλλά και ιατρικο-κοινωνικού ενδιαφέροντος.

Η αίθουσα του «**Δικηγορικού Συλλόγου**» ενδείκνυται για ομιλίες ιστορικο-φιλοσοφικού αλλά και γενικού περιεχομένου.

Στην καλλιτεχνική παιδεία των πολιτών συμβάλλουν τα πέντε **θεατρικά τοπικά σχήματα** – Ομάδα «**Βιομηχανική**», Ερασιτεχνικό Σχήμα Πάτρας «**Ρεφενέ**», **Θεατρική Ομάδα Εργαζομένων Πανεπιστημίου, Ιόνιο Θέατρο και Καρναβαλικό Κομιτάτο Πάτρας** - που ως επί τον πλείστον χρησιμοποιούν τις παραπάνω θεατρικές σκηνές για πρόβες αλλά και για παραστάσεις.

Κατά γενική παραδοχή, το **Ελληνικό Θέατρο Σκιών**, ο Ελληνικός **Καραγκιόζης** έχει πατρίδα του την Πάτρα με ρεπερτόριό του νέα θεματολογία, που αντικατόπτριζε τις αναζητήσεις των πολιτών της κάθε εποχής.

Το **Πατρινό Καρναβάλι**, με ιστορία πάνω από 170 χρόνια, δεν είναι μία οποιαδήποτε γιορτή. Κάθε φορά συνθέτει ένα καινούριο γεγονός και δημιουργεί μία όαση χαράς και ευθυμίας. Το πιο καταξιωμένο κομμάτι του πατρινού πολιτισμού μεταμορφώνει την πόλη σ' ένα ατελείωτο πεδίο κεφιού, διασκέδασης, φαντασίας, καθολικής, παλλαϊκής δημιουργίας, έκστασης και ευδαιμονίας. Καθιερωμένο πια με διεθνή προβολή κι αναγνωρισμένο ως ένα από τα καλύτερα στο είδος του στην Ευρώπη. Το Πατρινό Καρναβάλι έφτασε στην σημερινή του μορφή, διαμορφωμένο μέσω μιας ιστορικής διαδρομής, η οποία ήταν συμβατή με τα κοινωνικά, οικονομικά, ιστορικά και άλλα πλαίσια

που εκ των πραγμάτων ετίθετο. Περιλαμβάνει πλήθος δρωμένων όπως Τελετές Έναρξης – Λήξης, Μπουρμπούλια, Κρυμμένος Θησαυρός, Τσικνοπέμπτη καθώς και τις Παρελάσεις όχι μόνο των “μεγάλων” αλλά και των λιλιπούτειων και των βετεράνων καρναβαλιστών.

2.3 ΔΙΚΤΥΑ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Ο τομέας των μεταφορών διαθέτει αξιοποιήσιμο συγκριτικό πλεονέκτημα δοθέντος ότι ο Νομός Αχαΐας είναι κυρίαρχος συγκοινωνιακός κόμβος για ολόκληρη την Δυτική Ελλάδα αφού άλλωστε είναι η κύρια πύλη εισόδου - εξόδου προς την Δυτική Ευρώπη. Ο υπό κατασκευή νέος λιμένας της Πάτρας, η Ζεύξη Ρίου - Αντιρρίου, η Μάξι και Μίνι Περιμετρική, οι επενδύσεις στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, η Νέα και η Παλαιά Εθνική οδός Πατρών-Κορίνθου-Αθηνών, η Εθνική Οδός Πατρών – Πύργου, η οδός «111» που συνδέει την Αχαΐα με την Αρκαδία και το σιδηροδρομικό δίκτυο Πειραιάς – Αθήνα – Πάτρα – Πύργο – Καλαμάτα προσδίδουν στην περιοχή μας νέους αναπτυξιακούς ορίζοντες ικανούς να αναβαθμίσουν έτι περαιτέρω τον στρατηγικό ρόλο του Ν. Αχαΐας και ιδιαίτερα της Πάτρας. Η Ναυτιλιακή γραμμή Πατρών - Ιταλίας λόγω της σπουδαιότητας και της σημειούμενης μεγάλης ζήτησης τόσο για την μεταφορά επιβατών όσο και εμπορευμάτων συγκεντρώνει ζωνρό επενδυτικό ενδιαφέρον εκ μέρους των ναυτιλιακών εταιρειών.

2.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η ιστορική πρωτεύουσα της Δυτικής Ελλάδας, εκμεταλλευόμενη τους Ολυμπιακούς αγώνες του 2004 και τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας του 2006, καλείται να αναλάβει έναν επιτελικό ρόλο, αποτελώντας σημείο αναφοράς όλων των οικονομικών δυνάμεων της περιοχής και επιδιώκοντας μέσα από τη δική της ανάπτυξη να οδηγήσει την Δ. Ελλάδα στην οικονομική και Πολιτιστική πρωτοπορία.

Συγκεκριμένα ο Δήμος Πατρέων εξαρτά εδώ και πολλούς αιώνες την οικονομία και την στρατηγική του, από τις ατέλειωτες συναλλαγές με τη Δύση, οι οποίες πραγματοποιούνται μέσω του λιμανιού της Πάτρας που ταυτόχρονα είναι και ένα από τα σημαντικότερα της Μεσογείου. Επιπλέον η ολοκλήρωση του έργου της ζεύξης Ρίου Αντιρρίου, η γέφυρα «**Χαρίλαος Τρικούπης**», έρχεται να αλλάξει ριζικά το οικονομικό τοπίο της περιοχής, εκμηδενίζοντας τις αποστάσεις και δημιουργώντας νέα δεδομένα.

Τα 3 μεγάλα **Εκπαιδευτικά Ιδρύματα** της πόλεως των Πατρών, το Πανεπιστήμιο, το ΑΤΕΙ και το Ανοικτό Πανεπιστήμιο, έχοντας στο σύνολό τους γύρω στους 40.000 φοιτητές συμπράττουν στην οικονομική ενίσχυση και ανάπτυξη των πάσης φύσεως οικονομικών δραστηριοτήτων.

Όλα τα παραπάνω σε συνδυασμό με την ύπαρξη **Βιομηχανικής Ζώνης**, την είσοδο μεγάλων πολυκαταστημάτων ελληνικών και ξένων συμφερόντων στην τοπική αγορά, αλλά και των ευκαιριακών διεθνών εξελίξεων, δημιουργούν ευνοϊκές συνθήκες για την οικονομία της περιοχής.

Τέλος οφείλουμε να αναφέρουμε τις χρηματοδοτήσεις και τα κονδύλια τα οποία χορηγούνται στην εκάστοτε **“Πολιτιστική Πρωτεύουσα”** τόσο από την Ευρωπαϊκή Ένωση μέσω του προγράμματος-πλαισίου της “Πολιτισμός 2000”, όσο και από το Υπουργείο Πολιτισμού. Ειδικότερα για την Πάτρα ανέρχονται σε € 100 εκ. για τις υποδομές και € 20 εκ. για τις εκδηλώσεις. Έκδηλη είναι όμως η ανησυχία για την ομαλή ροή της χρηματοδότησης αφού μόλις στις 1

Απριλίου 2005 υπογράφηκε η Υπουργική Απόφαση που θέτει σε λειτουργία το φορέα της Πολιτιστικής και αποφασίστηκε η άμεση εκταμίευση δύο εκατομμυρίων ευρώ, σαν πρώτη δόση επιχορήγησης του ΥΠ.ΠΟ. .

Χαρακτηριστική της κατάστασης που επικρατεί ήταν η απάντηση του Δημάρχου Πατρέων σε ερώτηση δημοσιογράφου σχετικά με τα «αγκάθια» της Πολιτιστικής, *“Χρήματα, χρόνος & καχυποψία”*(Πελοπόννησος, 23 Μαρτίου 2005).

Οκτώ μόλις μήνες πριν η Πάτρα παραλάβει τη σκυτάλη του θεσμού από το Κορκ της Ιρλανδίας, τον Απρίλιο του 2005 έχει να κερδίσει ένα διπλό στοίχημα: Να κατασκευάσει έργα που επαρκούν για να φιλοξενήσει την Πολιτιστική Πρωτεύουσα με αξιοπρέπεια και να διαψεύσει τα μέλη της επιτροπής εμπειρογνομόνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τα οποία, πριν από τρία χρόνια, υποστήριζαν ότι πιθανή ανάθεση του θεσμού στην Πάτρα θα πλήξει το κύρος του.

Τελικά, δεν είχαν άδικο τα στελέχη εκείνα καθώς εκτός του ότι πολλά έργα δεν πραγματοποιήθηκαν, όπως είχαν προγραμματιστεί, αφετέρου δε πολλές εκδηλώσεις απευθύνονταν κυρίως σε εξειδικευμένο κοινό και δη οικονομικά εύρωστο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: «Η ΠΑΤΡΑ ΓΙΑ ΤΟ 2006»

Όπως αναφέρει ο T.S. Eliot ³: «Η πολιτιστική ευημερία της Ευρώπης χρειάζεται δύο προθέσεις: ο πολιτισμός της κάθε χώρας να είναι μοναδικός και οι διαφορετικοί πολιτισμοί να αναγνωρίζουν τη σχέση μεταξύ τους».

Πρόθεση των υπευθύνων διοργάνωσης της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας «Πάτρα 2006» ήταν να οδηγήσουν το θεσμό ένα βήμα πιο πέρα, σύμφωνα με το όραμα και τις φιλοδοξίες που έχουν ώστε η Πάτρα να αποτελέσει την αφετηρία μιας νέας εποχής για το θεσμό.

Έχοντας ως αποστολή την ανανέωση της πρωτοβουλίας του συγκεκριμένου θεσμού προωθείται μια ευρύτερη αλληλογνωριμία μεταξύ των Ευρωπαίων πολιτών και φέρνει κοντά διαφορετικά Ευρωπαϊκά σύγχρονα πολιτιστικά ρεύματα και ταυτόχρονα ορίζει την Πάτρα σημείο συνάντησης των ικανοτήτων, της τέχνης και του πολιτισμού.

Οι στόχοι του «Πάτρα 2006» ήταν η προώθηση της Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής συνεργασίας, η ανάπτυξη σχέσεων με άλλες Ευρωπαϊκές πόλεις και περιφέρειες, καθώς και η ενθάρρυνση της φαντασίας, της δημιουργικότητας και της καινοτομίας. Επιπρόσθετα, στόχευε στην ανάδειξη του διεθνούς προφίλ και της μακροπρόθεσμης πολιτισμικής ανάπτυξης της πόλης, στην εξασφάλιση της συμμετοχής της τοπικής κοινότητας ως μέρος της πρωτοβουλίας και στην προσέλκυση επισκεπτών τόσο από την Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό.

Όλοι οι προαναφερθέντες στόχοι πρέπει να είναι ευκρινείς, σαφείς, απλοί, εύληπτοι ως προς την κοινωνία του νομού και της πόλης, να συνδέονται με τις αναπτυξιακές ανάγκες και το μοντέλο ανάπτυξης γενικότερα της πόλης και του νομού, να αξιοποιούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και να παράγουν το μέγιστο δυνατό αποτέλεσμα για την κοινωνία και την οικονομία της Πάτρας.

³ Σ.Κ.Πολίτης «Πού πάει η Πολιτιστική;», Σύμβουλος Επιχειρήσεων, 17/12/04, Σελ.31-32

Τα παραπάνω επρόκειτο να υλοποιηθούν μέσω του καλλιτεχνικού προγράμματος και αυτού της επικοινωνίας, τα οποία θα αναλυθούν σε επόμενα κεφάλαια, αλλά δυστυχώς πολλά από αυτά δεν έγιναν καθόλου ενώ άλλα έγιναν διαφορετικά από ότι είχαν προγραμματίσει.

3.1 ΚΤΙΡΙΑ – ΥΠΟΔΟΜΕΣ

3.1.1. Σύγχρονα Μνημεία & Αρχαιολογικοί Χώροι

Ένας από τους κύριους άξονες είναι η *Αστική αναζωογόνηση*. Πρόκειται δηλαδή για τη δημιουργία περιοχών πολιτιστικής δράσης αλλά και για αναπλάσεις στα υπάρχοντα έργα υποδομής, που σύμφωνα με τους υπευθύνους του Οργανισμού όλα τα παρακάτω θα γινόντουσαν πραγματικότητα και θα μπορούσαν να τα χρησιμοποιήσουν πλήρως και αποδοτικά.

Το Θέατρο «Απόλλων», χώρος που φιλοξενεί καλλιτεχνικές εκδηλώσεις στην πλειοψηφία τους και συγκεκριμένα θεατρικές παραστάσεις και σχήματα μουσικής δωματίου, αναμενόταν να ανακαινισθεί εσωτερικά ανακατασκευάζοντας την σκηνή και βελτιώνοντας τον εξοπλισμό.

Το «Επίκεντρο» στο οποίο αναμενόταν να λάβουν χώρα θεατρικές παραστάσεις και μικρά μουσικά σχήματα, χρειαζόντουσαν βελτιώσεις στο σκηνικό και το φωτιστικό εξοπλισμό. Ακόμα, θα υπήρχε ένας χώρος κατάλληλα διαμορφωμένος για να εξυπηρετεί τους πολίτες που ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό.

Για το κλειστό Θέατρο «Αγορά» και «Λιθογραφείο» έγιναν μελέτες για εκτεταμένες παρεμβάσεις και βελτιώσεις.

Το Θεατράκι Γερμανού και το Θεατράκι της Μαρίνας επρόκειτο να αναπλαστούν και να τροποποιηθούν σε υπαίθριο και κλειστό κινηματογράφο αντίστοιχα.

Το Υπουργείο Πολιτισμού είχε αναλάβει τις απαιτούμενες παρεμβάσεις που θα γίνουν στο Ωδείο Πατρών, οι οποίες έγκειτο στην ανακατασκευή νέου δαπέδου σκηνής, στις βελτιώσεις, στα καμαρίνια και στην δημιουργία ειδικών διόδων για τα Άτομα Με Ειδικές Ανάγκες (ΑΜΕΑ).

Το Κάστρο της Πάτρας προοριζόταν να εφοδιαστεί με νέο πατάρι, πλατοκαθίσματα, εξοπλισμό και καμαρίνια.



Επίσης, οι παράπλευροι χώροι του Μεγάλου και Μικρού Ελαιώνα, ανοιχτοί χώροι κατάλληλοι για συναυλίες, χορό και θέατρο, θα εξοπλιζόνταν με ειδικό φωτισμό και καμαρίνια.

Σε εκθεσιακό χώρο μικρογλυπτικής και ζωγραφικής προβλεπόταν να μετατραπεί ο προσφάτως ανακαινισμένος χώρος των Παλαιών Δημοτικών Λουτρών.

Οι Σταφιδαποθήκες του Μπάρρυ προβλεπόντουσαν να χρησιμοποιηθούν ως πολυχώρος εκδηλώσεων, αν και μέχρι σήμερα, κάποιοι χώροι παραμένουν αναξιοποίητοι.

Η Achaia Clauss, κλειστός πολυχώρος για εκθέσεις, εκδηλώσεις και δεξιώσεις, αναμενόταν να διαμορφωθεί κατάλληλα.

Το Δημοτικό Νοσοκομείο μετατρέποταν σε ένα πολυδύναμο εικαστικό κέντρο, δηλαδή σε ένα χώρο εκθέσεων και σε ένα χώρο υποδοχής μουσειακών δραστηριοτήτων. Ακόμα αιωρούνται οι προοπτικές να στεγαστούν εκεί Βυζαντινό και Ιατρικό Μουσείο. Οι απόψεις κλίνουν περισσότερο στην απόρριψη του εικαστικού κέντρου επαναλαμβάνοντας τις αοριστίες περί μουσείου .

Επιπλέον ένα αποφασιστικό βήμα που έγινε εν όψει της Πολιτιστικής, προέβλεπε την εξωτερική ανάπλαση όσων κτηρίων περιλαμβάνονται στο τμήμα από Καρόλου έως Παπαφλέσσα και Όθωνος Αμαλίας με πλατεία Μαρούδα ενώ ορισμένα από αυτά θα φωτιζόντουσαν με υπαίθρια φώτα. Σε αυτό το έργο συμπεριλαμβανόταν και η ανακαίνιση του οικήματος του Εθνικού μας ποιητή «Κωστή Παλαμά».

Εκτός από την εξωτερική ανάπλαση των κτηρίων οι υπεύθυνοι του Δήμου, σκόπευαν να προβούν στις δέουσες ενέργειες προκειμένου να απομακρυνθούν οι διαφημιστικές πινακίδες, να αντικατασταθούν οι τηλεοπτικές κεραιές με κεντρικές ενώ να απομακρυνθούν και όλες οι δορυφορικές κεραιές. Πρέπει να σημειωθεί ότι το αντίστοιχο πρόγραμμα είχε ξεκινήσει την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων, το οποίο δεν προχώρησε λόγω ελλιπούς χρηματοδότησης.

3.1.2. Μουσεία – Εκκλησίες

Δεν μιλούσαν για Αρχαιολογικό Μουσείο μόνο, αλλά για ένα πλήρες μουσείο που θα κάλυπτε πολύ μεγαλύτερη χρονική περίοδο από αυτή της αρχαίας Ελλάδας και αξίως χαρακτηρίστηκε ως ένα από τα «μουσεία νέας γενιάς». Αυτό δεν είναι άλλο από το Νέο Μουσείο Πατρών, το οποίο σε οικόπεδο έκτασης 22.100 τμ. και σε συνολικό εμβαδόν δομημένης επιφάνειας γύρω στα 8.000 τμ. ενώ οι εκθεσιακοί χώροι καλύπτουν περισσότερα από 3.000 τετραγωνικά μέτρα, περιλαμβάνει: εκθεσιακούς χώρους μόνιμων και

περιοδικών εκθέσεων, αμφιθέατρο, αίθουσα εκπαιδευτικών προγραμμάτων, virtual museum (μουσείο εικονικής πραγματικότητας), κατάστημα, χώρους διοίκησης, εργαστήρια, αποθηκευτικούς χώρους, ημιυπαίθριους εκθεσιακούς χώρους, αρχαιολογικά και θεματικά πάρκα. Επιπλέον δίνει την ευκαιρία να παρουσιαστούν για πρώτη φορά, σημαντικότερα εκθέματα από τους αρχαιολογικούς θησαυρούς της Αχαΐας, όπως εκπληκτικά ψηφιδωτά της ρωμαϊκής εποχής αλλά και πολλά εκθέματα τα οποία λόγω του όγκου τους δεν μπορούν να παρουσιαστούν στο υπάρχον μουσείο. Το κτίριο χαρακτηρίζεται από την τεθλασμένη ανάπτυξη των αιθουσών του και τον επιβλητικό ελλειψοειδή όγκο από τιτάνιο στην είσοδο του, ο οποίος εδράζεται σε υδάτινη επιφάνεια. Και επειδή ζούμε στην εποχή της ταχύτητας, έχει προβλεφθεί ένας εναέριος διάδρομος, ο οποίος θα απευθύνεται στους επισκέπτες που θέλουν να κάνουν μια σύντομη περιήγηση του μουσείου. Η ανάθεση του νέου αυτού έργου υπεγράφη τον Νοέμβριο του 2004 και το έργο χρηματοδοτείται από το Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (ΚΠΣ) Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Πολιτισμός», προϋπολογισμού μελέτης € 21.500.000. Βασικός στόχος της μελέτης ήταν ο σχεδιασμός ενός σύγχρονου κτιρίου, το οποίο θα καλύπτει πλήρως τις ανάγκες του Μουσείου αλλά και να μπορεί να ανταποκριθεί σε μουσειακές ανάγκες που θα προκύψουν στο μέλλον. Η ολοκλήρωση κατασκευής του Μουσείου προβλεπόταν να γίνει τον **Απρίλιο του 2006**, την χρονιά που η Πάτρα θα είναι Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης. Η λειτουργία του Νέου Μουσείου Πατρών θα συμβάλλει καθοριστικά στην προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς. Το Νέο αυτό Μουσείο είναι το μοναδικό έργο, έως ώρας, για το οποίο μπορούσαμε να είμαστε σίγουροι ότι θα το δούμε μέσα στο 2006, έστω και κατά ένα μέρος, αφού η ολοκλήρωσή του είναι μία αρκετά περίπλοκη υπόθεση, αλλά μάλλον το ακριβώς αντίθετο συνέβη για άλλη μια φορά.

Στο Σκαγιοπούλειο, το **Μουσείο Λαϊκής Τέχνης** αναμενόταν να αναβαθμιστεί ο εξοπλισμός ασφαλείας και να προστεθεί ειδικός φωτισμός.

Υπό εξέταση τέθηκε επίσης η αισθητική αναβάθμιση του χώρου της **Δημοτικής Πινακοθήκης** καθώς και η αισθητική παρέμβαση στην εμφάνιση των υπαλλήλων της Πινακοθήκης με την καθιέρωση στολής. Ένα από τα ζητήματα που αναμενόταν να εξεταστεί είναι και η θέσπιση εισιτηρίου για την είσοδο στην δημοτική Πινακοθήκη.

Το **Καρναβαλικό Μουσείο**, είχε προταθεί να δημιουργηθεί στο Πετρωτό και συγκεκριμένα σε ένα κτήριο στο περιβάλλοντα χώρο του καρναβαλικού συνεργείου.

Η Αγγλικανική Εκκλησία, κλειστός χώρος για μουσική και εικαστικά, προβλεπόταν να επιδεχθεί βελτιώσεις στο φωτισμό και να ανακαινιστεί ο εξωτερικός της χώρος.

Οι πρώην Αποθήκες Κόλλα, ένα παλαιό κτήριο όπου προοριζόταν για πολιτιστικό χώρο που θα περιλάμβανε: εκθεσιακό χώρο φιγούρων Καραγκιόζη, θέατρο σκιών χωρητικότητας 150 θέσεων, αίθουσα διδασκαλίας, και μόνιμο εκθεσιακό χώρο γελοιογραφίας.

3.1.3. Κτιριακές Υποδομές

Η αναμόρφωση- αξιοποίηση και νέα χρήση του βιομηχανικού συγκροτήματος **Λαδόπουλου** μπορεί να γίνει ένα σημείο αναφοράς, όχι μόνο για την Πάτρα αλλά και για όλη την περιφέρεια, και αυτό γιατί υπάρχουν οι χώροι, οι δυνατότητες, οι μνήμες και οι ιδέες που επιτρέπουν να γίνει κάτι τέτοιο. Στο Λαδόπουλο θα στεγαζόντουσαν δραστηριότητες και θεσμοί, αρχής γενομένης από τον ίδιο το φορέα διοργάνωσης της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας και ουσιαστικά εκεί η Πάτρα θα αποκτήσει ένα υπερσύγχρονο κλειστό χώρο πολιτισμού, μουσικής, θεάτρου. Έναν πολυδύναμο, πολιτιστικό και συνεδριακό

χώρο ο οποίος έρχεται να συμπληρώσει και το πολύ μεγάλο έργο του συνεδριακού αλλά και πολιτιστικού κέντρου του Πανεπιστημίου Πατρών.

Στο Συνεδριακό Κέντρο Πανεπιστημίου προγραμματίζονταν κάποιες παρεμβάσεις για την ολοκλήρωσή του, έτσι ώστε να αποτελέσει ένα σύγχρονο χώρο φιλοξενίας πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Ωστόσο, το Συνεδριακό κέντρο του Πανεπιστημίου ενεχόταν να παραμείνει αναξιοποίητο εξαιτίας της ισχύος του Πανεπιστημιακού Ασύλου. Ορισμένοι υποστηρίζαν ότι ο συγκεκριμένος χώρος έπρεπε να εξαιρεθεί από το Άσυλο ώστε να μην κινδυνεύσουν να ακυρωθούν εκδηλώσεις που θα έχουν προγραμματιστεί, ενώ δεν έλειπαν και αυτοί που επέμεναν ότι το θέμα του πανεπιστημιακού ασύλου δεν μεταβάλλεται αφού αποτελεί θέμα Νόμου. Άλλος ένας χώρος όπου προβλέπεται να μετατραπεί σε αίθουσα εκδηλώσεων είναι αυτός του **Πολυκλαδικού Λυκείου Πατρών**.

Το κτήριο **Μαραγκοπούλου** καθώς και το **Πτωχοκομείο** αποτελούν πολυχώρους και είχαν προγραμματιστεί εκτεταμένες παρεμβάσεις και βελτιώσεις. Ένας ακόμα πολυχώρος για βελτιώσεις ήταν αυτός του **Αρσάκειου**, όπου θα εγκαθιστούσαν ένα σημαντικό κεφάλαιο για την ενότητα της παιδικής τέχνης.

Η **Παλαιά Αγορά Αργύρη**, ένα ερειπωμένο κτήριο σήμερα, προοριζόταν για χώρο υποδοχής τουριστών και επισκεπτών (πληροφόρηση για τα πολιτιστικά δρώμενα, τη προβολή της Πάτρας, τις Τουριστικές Υποδομές) εξαιτίας της καθοριστικής του θέσης.

Το **Έλος Αγιάς- Camping** παρόλο που έως σήμερα είναι εγκαταλελειμμένο, αναμενόταν να διαχωριστεί και να χρησιμοποιηθεί για διαφορετικές δραστηριότητες. Το camping προορίζεται για πολιτιστικό και ψυχαγωγικό στέκι νεολαίας ενώ το Έλος για οικολογικό πάρκο.

Ο χώρος όπου αναμενόταν να κατασκευαστεί ανοιχτό θέατρο(3000 θέσεων) σε δημοτική έκταση στην περιοχή του **Ασυρμάτου της Αρόης**

ουσιαστικά παραμένει αναξιοποίητος, στα τέλη του 2005, λίγους μήνες πριν η Πάτρα αναλάβει τον θεσμό και πάρει την σκυτάλη από το Coγκ.

Οι **Πρώην Αποθήκες ΑΣΟ** προβλεπόντουσαν να φιλοξενήσουν τις τελετές έναρξης και λήξης της Πολιτιστικής και στη συνέχεια να δημιουργηθούν εκεί αθλητικοί χώροι.

Τη Διακίδειο Σχολή, αίθουσα 350 ατόμων, σκόπευαν να τη χρησιμοποιήσουν για ημερίδες και συνέδρια, αφού πρώτα γίνουν οι κατάλληλες επιδιορθώσεις.

Ανεκμετάλλευτο εν όψει του «2006» εξακολουθούσε να παραμένει το **Παμπελοποννησιακό Στάδιο** επαληθεύοντας έτσι όσους πίστευαν ότι δεν υπάρχει κάποιο ολοκληρωμένο σχέδιο για τη τύχη του γηπέδου μετά την Ολυμπιάδα.

Τέλος αναμενόταν να επαναξιολογηθούν οι παρακάτω χώροι: το **Καταφύγιο Υψηλά Αλώνια**, το κτήριο πρώην - Πιρέλι, το κτήριο της **Πειραιϊκής Πατραϊκής**, το κτήριο στη διασταύρωση των οδών **Αράτου και Κορίνθου (ΟΑΕΔ)** και οι **Μύλοι Αγίου Γεωργίου**.

3.2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΔΡΩΜΕΝΑ

Δύο εκ των βασικών επιδιώξεων εμπεριέχονται στους όρους *Εικόνα της πόλης* και *Τουρισμός*. Συγκεκριμένα, με τον πρώτο όρο εννοούμε την αύξηση της αναγνωρισιμότητας της πόλης και την αναβάθμιση του προφίλ της.

Αυτό εξαρτάται άμεσα και από το σύνολο των πολιτιστικών δραστηριοτήτων που αναμενόταν να διεξαχθούν και αποσκοπούσαν στην ενδυνάμωση των υπαρχόντων καλλιτεχνικών θεσμών και οργανισμών της πόλης, αλλά και στην ανάδειξη των Πατρινών δημιουργών.

Στη λογική αυτή, οι εννέα χρονικές και συνάμα θεματικές ενότητες-πλαίσια εκδηλώσεων που διατρέχουν διαδοχικά ολόκληρο το έτος και οι τέσσερις σειρές-κύκλοι εκδηλώσεων και ευρύτερης δραστηριότητας είναι οι εξής:

A. 10 - 25 Ιανουαρίου

Ημέρες έναρξης

Σειρά εκδηλώσεων που σηματοδοτούν την έναρξη της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας.

B. 21 Ιανουαρίου – 5 Μαρτίου

Καρναβάλι

Ο θεσμός που αποτελεί το σήμα κατατεθέν της πόλης εδώ και 150 χρόνια, πλαισιώνεται με θεάματα δρόμου και καλλιτέχνες και σχήματα διεθνούς κύρους. Φιλοδοξία και επιδίωξη των διοργανωτών είναι να θέσει τις βάσεις για τη διεθνοποίηση του Πατρινού Καρναβαλιού.

Η ΔΕΠΑΠ μέσω μιας σειράς προτάσεων που περιλαμβάνει αλλαγές στα ηγετικά πρόσωπα του θεσμού, διαφορετικό τρόπο διαχείρισης των εκδηλώσεων και αλλαγή νοοτροπίας στην οργάνωση θα εισάγει μια διαφορετική φόρμουλα

διεξαγωγής του καρναβαλιού, ώστε την χρονιά ορόσημο του 2006 να εμφανίσει ένα ανανεωμένο, δυναμικό προφίλ, πιο ανοιχτό σε πρόσωπα και ιδέες.

Γ. 8 Απριλίου -16 Απριλίου

Ορχήστρα Νυκτών Εγχόρδων Νέων της Ευρώπης

Για δεύτερη φορά μετά το 2002, η Πάτρα είναι διοργανώτρια της Ορχήστρας Νυκτών Εγχόρδων Νέων της Ευρώπης, το 2006.

Την ίδια στιγμή που το κτιριακό πρόβλημα εξακολουθούσε να αποτελεί τροχοπέδη για την λειτουργία της Ορχήστρας Νυκτών Εγχόρδων και η ζητούμενη αναδιάρθρωση της δομής και του τρόπου λειτουργίας της έρχεται και επανέρχεται στο προσκήνιο, χωρίς καταληκτικό μέχρι στιγμής αποτέλεσμα, τα Νυκτά Έγχορδα της Πάτρας, κατάφεραν να καταγράψουν μια ακόμη επιτυχία στο βιογραφικό τους.

Το κτίριο της Δημοτικής Μουσικής, που θα φιλοξενούσε κατά τη διάρκεια της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας νέους μουσικούς από όλη την Ευρώπη και οι οποίοι θα αποτελούσαν την Ορχήστρα Νυκτών Εγχόρδων Νέων της Ευρώπης το 2006, κλήθηκε να αρκестεί σε μεσοβέζικες λύσεις.

Ο χώρος που υπό κανονικές συνθήκες θα έπρεπε να προάγει τον πολιτισμό, θα επαναπαυτεί στην προσπάθεια που γίνεται να ενταχθεί στο πρόγραμμα εξωτερικών αναπλάσεων αν και τα προβλήματα στο εσωτερικό του δεν θα προϋδέαζαν ότι πρόκειται για χώρο πολιτισμού σε μία πόλη που χαρακτηρίζεται ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2006.

Δ. 27 Απριλίου - 18 Μαΐου

Ημέρες ποίησης και μουσικής

Στηριζόμενοι στο γεγονός ότι στην Ελλάδα μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο εμφανίζεται μία από τις σημαντικότερες σχολές μελοποιημένης ποίησης, οι Έλληνες ποιητές και συγγραφείς ήρθαν σε επαφή με τους ευρωπαίους ομότεχνούς τους μέσα από μία σειρά εκδηλώσεων,

χαρακτηριστικό στοιχείο των οποίων είναι η σύνδεση μουσικής και ποίησης.

Ε. 19 Μαΐου - 4 Ιουνίου

Νέα Σκηνή Αρχαίου Δράματος

Η προβληματική που έχει αναπτυχθεί σε όλο τον κόσμο γύρω από την αναβίωση του αρχαίου δράματος έγινε ο άξονας σειράς παραστάσεων που θα διακρινόντουσαν για τον πειραματικό τους χαρακτήρα και θα πραγματοποιούνταν σε κλειστούς χώρους.

Την οριστική του μορφή άρχισε να παίρνει το πρόγραμμα του ΔΗΠΕΘΕ εν όψει Πολιτιστικής, με κυρίαρχη ενότητα τον Κύκλο Αρχαίου Δράματος, που διοργάνωσε το Θέατρο της Πάτρας από κοινού με την Πολιτιστική Πρωτεύουσα. Από τις 20 Μαΐου έως τις 4 Ιουνίου, λοιπόν, θα διαρκούσε η ενότητα που θα φέρει στην Πάτρα κάποιους από τους πιο σημαντικούς Έλληνες σκηνοθέτες αλλά και Ευρωπαϊκά σχήματα. Στόχος ήταν να αναδειχθεί η πειραματική προσέγγιση στο αρχαίο δράμα και να θεσμοθετηθεί ένας κύκλος παραστάσεων που θα φέρει τη νέα γενιά σε επαφή

ΣΤ. 15 Ιουνίου - 25 Ιουλίου

Ταξιδεύοντας σε μουσικές και τραγούδια

Μεγάλα μουσικά γεγονότα με συμμετοχή διεθνούς φήμης Ελλήνων και ξένων καλλιτεχνών.

Ζ. Αύγουστος

Διαδρομές Αρχαίου Δράματος

Σε στενή συνεργασία με το Φεστιβάλ Πάτρας, ένα πρόγραμμα παραστάσεων αρχαίου δράματος από επιλεγμένους θεατρικούς οργανισμούς της χώρας μας διαχέεται σε εξίσου επιλεγμένους χώρους, φτιάχνοντας μία νοητή διαδρομή από τους Δελφούς στην Ολυμπία και την

Επίδαυρο.

Η. 15 Σεπτεμβρίου - 31 Οκτωβρίου

Παιδική Τέχνη

Το πρώτο φεστιβάλ τέχνης για παιδιά στην Ελλάδα, με διάσταση τόσο εκπαιδευτική όσο και καλλιτεχνική φιλοδοξούσε να καθιερωθεί από την πρώτη κιόλας χρονιά ως ένα από τα πλέον ενδιαφέροντα φεστιβάλ του είδους στην Ευρώπη.

Θ. Νοέμβριος

Θρησκεία και Τέχνη

Η μορφή του Αγίου Ανδρέα και οι πόλεις-σταθμοί της διαδρομής του (Πάτρα, Ρώμη, Εδιμβούργο, Αγία Πετρούπολη) γίνονται οι άξονες των Πρωτοκλήτειων, προγράμματος καλλιτεχνικών εκδηλώσεων προς τιμή του Αγίου που ξεκίνησε το 1966 και έχει πλέον εξελιχθεί σε φεστιβάλ θρησκευτικής τέχνης.

Σε συνάντηση του καλλιτεχνικού Διευθυντή Θάνου Μικρούτσικου με τον Μητροπολίτη Πατρών κ. κ. Χρυσόστομο, έγινε αναφορά στην προετοιμασία της συγκεκριμένης ενότητας που εντάχθηκε στο πρόγραμμα της Πολιτιστικής. Πρόκειται στην ουσία για μια αναβάθμιση του κύκλου εκδηλώσεων «Πρωτοκλήτεια» που διοργανώνεται κάθε χρόνο πριν την εορτή του Πολιούχου. Αυτός ο κύκλος εκδηλώσεων ενδέχεται να καθιερωθεί ετησίως, γεγονός που μπορεί να δώσει βάσιμες ελπίδες στην ανάπτυξη της πόλης μέσω του θρησκευτικού τουρισμού (στον οποίο και προαναφερθήκαμε εκτενέστερα).

I. Πρώτο δεκαπενθήμερο του Δεκεμβρίου

Ημέρες Λήξης

Τριήμερο εκδηλώσεων που σηματοδοτούν το τέλος της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας.

Οι τέσσερις γενικές σειρές-κύκλοι εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων που θα λάμβαναν χώρα καθ' όλη τη διάρκεια του 2006 είναι οι εξής:

1. Συνέδρια

Με γενικό τίτλο "What about Europe" προγραμματιζόταν η διοργάνωση τριών διεθνών συνεδρίων με θέματα:

- α) Τέχνη και Επιστήμη
- β) Τέχνη και ΜΜΕ και
- γ) Τέχνη και Πολιτική

Παράλληλα, θα πραγματοποιούνταν ημερίδες, συμπόσια και συναντήσεις ειδικής θεματικής που αφορούν σε όλο το φάσμα των τεχνών.

δ) Στο πλαίσιο της Πολιτιστικής προγραμματιζόταν για τον Νοέμβριο του 2006, η οργάνωση Συνεδρίου με θέμα «Θρησκεία και Πολιτισμός», στο οποίο θα περιλαμβανόταν ειδική ενότητα αφιερωμένη στον Άγιο Ανδρέα. Το Συνέδριο θα προσέγγιζε τον τρόπο έκφρασης της θρησκείας μέσα από τον πολιτισμό και θα δομείτο από ενότητες επικεντρωμένες στην θρησκευτική τέχνη (μουσική, ζωγραφική κ.ά.).

2. Εικαστικά

Σειρά εικαστικών γεγονότων που είτε εντάσσονταν στις παραπάνω θεματικές ενότητες είτε είχαν αυτόνομη θεματική θα πραγματοποιούνταν σε διάφορους χώρους της Πάτρας και των γύρω περιοχών.

Η Δημοτική Πινακοθήκη συνεχίζει με συνέπεια την παιδευτική της αποστολή, φιλοξενώντας έργα από σημαντικά μουσεία και ονομαστές

πινακοθήκες ενώ παράλληλα δημιουργεί και σχετικές εκδόσεις. Παρόλο που για το 2006 δεν είχε γίνει η παραμικρή επαφή ή συνάντηση σχετικά με διαφορετικό πλαίσιο λειτουργίας και διεύρυνση κονδυλίων, ετοιμαζόταν αυτόνομα από τους ανθρώπους της Πολιτιστικής, ένα πλάνο αξιώσεων το οποίο περιελάμβανε τρεις διεθνείς παραγωγές. Συγκεκριμένα, η προοπτική να υποδεχτούν η Πάτρα πίνακες Δομίνικου Θεοτοκόπουλου, Ντελακρουά, Καραβάτζιο, Μάλεβιτς, Οπενχάιμ και Αντι Γουόρχολ (προερχόμενοι από την Εθνική Πινακοθήκη Αθηνών), έλαβε το «πράσινο φως» από τον καλλιτεχνικό διευθυντή του 2006, Θάνο Μικρούτσικο. Ακόμα αναμενόταν να φιλοξενηθεί η περίφημη και κοσμογυρισμένη έκθεση της «Ρωσικής Πρωτοπορίας», δηλαδή η ονομαστή συλλογή Κωστάκη, που αποτελεί περιουσία του Κρατικού Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης Θεσσαλονίκης αλλά και η πολυσυζητημένη συλλογή Ιόλα που ανήκει στο Μακεδονικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης και περιλαμβάνει μοναδικά κομμάτια του αξέχαστου εκκεντρικού συλλέκτη.

3. Χορός

Παραστάσεις χορού από επιλεγμένες ελληνικές ομάδες καθώς και σχήματα του εξωτερικού πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια της χρονιάς.

4. Διάφορες δραστηριότητες

Αφορούν κυρίως σε έντυπες και ψηφιακές εκδόσεις καθώς και σε ειδικά αφιερώματα για την πολιτιστική παράδοση της πόλης και τους Πατρινούς δημιουργούς.

Εμβαθύνοντας τώρα στον όρο Τουρισμός, αναφερόμαστε στην αύξηση του εσωτερικού και εξωτερικού τουριστικού ρεύματος, επέκταση της αγοράς για πολιτιστικά γεγονότα και ενίσχυση του πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Μέχρις ότου ολοκληρωθούν λοιπόν τα έργα υποδομής, και παρά τις προσπάθειες που καταβάλλονται τα τελευταία χρόνια με συμμετοχή μας σε διεθνείς εκθέσεις για ενημέρωση των τουριστών, θεωρεί κανείς ότι η πόλη και

ευρύτερα ο νομός μας, είναι ανάγκη να λάβει όλα τα ενδεικνυόμενα μέτρα ώστε να λειτουργήσουν οι εναλλακτικές λεγόμενες μορφές τουρισμού.

Προτείνονται λοιπόν οι εξής εναλλακτικές μορφές τουρισμού και περιορίζομαι σ' αυτές επειδή μπορούν άμεσα να προσφέρουν πολλά .

Ο Συνεδριακός Τουρισμός θα έβρισκε εύφορο έδαφος στην πόλη της Πάτρας δεδομένου ότι έχει το πλεονέκτημα να διαθέτει τρία μεγάλα πνευματικά ιδρύματα, τα οποία μπορούν να πραγματοποιούν συνέδρια και να προσφέρουν πολλαπλά στην ανάπτυξη της περιοχής. Αξίζει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με έρευνες ο συνεδριακός τουρίστας αποφέρει πενταπλάσια έσοδα από έναν κοινό τουρίστα.

Τον Μοναστηριακό Τουρισμό ευνοεί η ύπαρξη 20-25 ιστορικών μονών στα πλαίσια του νομού οι οποίες είναι όμως αναξιοποίητες και πολλές απ' αυτές άγνωστες ακόμα και στους ντόπιους. Χρειάζεται μια ευρύτερη ενημέρωση ώστε ο θησαυρός αυτός να γίνει γνωστός, και αύξηση των ήδη περιορισμένων έργων υποδομής ώστε να αντιμετωπιστεί το φαινόμενο που παρατηρείται, πολλοί θρησκευόμενοι να επισκέπτονται τον μεγαλοπρεπή ναό του Αγίου Ανδρέα και στην συνέχεια να αποχωρούν από την Πάτρα προοριζόμενοι για άλλα μοναστήρια.

Ο Γαστρονομικός Τουρισμός μπορεί να έβρισκε πλέον εύφορο έδαφος στην Πάτρα και να την αναδείξει σε κέντρο υψηλής γαστρονομίας, αφού διαθέτει υψηλού επιπέδου τοπικά προϊόντα. Παράγονται οινοπνευματώδη, οίνοι, αποστάγματα, ηδύποτα, μεταξύ των οποίων η Μαυροδάφνη, ο Ροδίτης, το Μοσχάτο αλλά και η Τεντούρα. Κρίνοντας από το γεγονός ότι από την Πάτρα περνούν κάθε χρόνο 1.500.000 τουρίστες, το 10% των οποίων παραμένει στην πόλη έστω για ένα βράδυ, για να δοκιμάσει την τοπική κουζίνα, αυτόματα δημιουργείται μια σημαντική κρίσιμη μάζα για τον τοπικό τουρισμό και την τοπική οικονομία. Τα τοπικά προϊόντα είναι ένας πολύτιμος θησαυρός, που είναι άμεσα αξιοποιήσιμος χρειάζεται όμως η κατάλληλη «συσκευασία» για να

τα «πουλήσουμε» στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Και αυτή η συσκευασία είναι η γαστρονομία.

Χειμερινός Τουρισμός δεν περιορίζεται μόνο στο Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων. Δύο επιπλέον ορεινοί όγκοι και ειδικότερα ο Ερύμανθος και το Παναχαϊκό, που απέχουν μισή ώρα από την Πάτρα, προβλέπονται, με ιδιαίτερα κονδύλια για την αξιοποίηση ορεινών προβληματικών περιοχών, να προσελκύσουν το τουριστικό ενδιαφέρον.

Ο Αθλητικός Τουρισμός, τέλος, προκειμένου να αναπτυχθεί περιορίζεται στην διοργάνωση και διεξαγωγή διάφορων διεθνών αγώνων, αφού διαθέτει ήδη πολλές αθλητικές εγκαταστάσεις που παραμένουν προς το παρόν ανεκμετάλλευτοι.

3.3 ΔΙΚΤΥΟ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Η είσοδος της χώρας μας στην μετά-ολυμπιακή περίοδο, βρήκε την Πάτρα και την ευρύτερη αυτής περιφέρεια, αντιμέτωπες με προκλήσεις αλλά και την ανάγκη για την απόκτηση συγκεκριμένων υποδομών, από τις οποίες εξαρτάται άμεσα η αναπτυξιακή τους πορεία.

Λίγους μήνες πριν η Πρωτεύουσα της Αχαΐας πορευθεί και ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης μία σειρά μεγάλων έργων παράμεναν σε εκκρεμότητα. Την ώρα που άλλες πόλεις, όταν συμμετέχουν στην διαδικασία ανάδειξης τους ως Πολιτιστικές Πρωτεύουσες της Ευρώπης, έχουν έτοιμα όλα τα έργα υποδομής αλλά και τους χώρους όπου δύναται να φιλοξενήσουν εκδηλώσεις καλλιτεχνικής φύσεως, οι αρμόδιοι και συναρμόδιοι φορείς της Πάτρας έτρεχαν να μπαλώσουν ανειλημμένες υποχρεώσεις, δεσμεύσεις και προεκλογικές αναφορές έχοντας χρησιμοποιήσει επανειλημμένα την ωραιότερη πολιτικά λέξη «θα».

Παρ' όλα αυτά, ο κ. Καββαδάς, γενικός γραμματέας Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος επισήμανε σχετικά: *“με την ολοκλήρωση των μεγάλων συνδυασμένων έργων υποδομής, η Περιφέρεια έχει ήδη αρχίσει να μετασχηματίζεται σε ένα κομβικό σημείο διασύνδεσης εθνικών και διεθνών μεταφορών.”* (Σύμβουλος Επιχειρήσεων, 1 Απριλίου 2005)

Σε αυτό το γεγονός έχουν συμβάλλει σημαντικά έργα πνοής. Η γέφυρα **Ρίου-Αντιρρίου**, η επονομαζόμενη **«Χαρίλαος Τρικούπης»**, έχει επιφέρει χωρικές και οικονομικές αλλαγές, που αν και το χρονικό διάστημα που μεσολαβεί για την εξέταση των επιπτώσεων του έργου είναι ιδιαίτερα μικρό, παρ' όλα αυτά διαφαίνονται κάποιες τάσεις τόσο εντός όσο και εκτός της Περιφέρειας οι οποίες δεν θα μπορούσαν να έχουν ως αποτέλεσμα άλλο από την αύξηση τουριστικής κίνησης στις άμεσα συνυφασμένες με το έργο πόλεις. Όπως για παράδειγμα, στην Ναύπακτο η τουριστική κίνηση αυξήθηκε, αν και πρόκειται για περαστικό τουρισμό, εν τούτοις το αποτέλεσμα ήταν να εισέλθουν περισσότερα χρήματα στην πόλη.

Η **Ευρεία Παράκαμψη Πάτρας (Μεγάλη Περιμετρική)** αποτελεί και αυτή με την σειρά της ένα μεγαλόπνοο έργο το οποίο βοήθησε ουσιαστικά στην μείωση του κυκλοφοριακού προβλήματος της πόλης αλλά δεν βοήθησε τόσο στην οικονομική ανάπτυξη της πόλης.

Αυτά τα έργα, τόσο η γέφυρα Χαρίλαος Τρικούπης όσο και η Μεγάλη Περιμετρική της Πάτρας, εντάσσονται στα έργα που δημιουργούνται προς εξοικονόμηση χρόνου αλλά και ασφάλειας, έργα τα οποία για τις σύγχρονες οικονομίες σημαίνουν επιτάχυνση της κυκλοφορίας του κεφαλαίου και επίτευξη υψηλότερων επιπέδων κέρδους.

Το έργο της κατασκευής της **Μικρής Περιμετρικής της Πάτρας** βρίσκεται σε εξέλιξη με προϋπολογισμό που φτάνει τα 43,5 εκ ευρώ. Στόχος της Περιφέρειας ήταν η παράδοση του πρώτου τμήματος της Μικρής Περιμετρικής μέχρι το τέλος Ιουνίου 2005, ενώ το έργο αποτελείται από δύο ακόμα εργολαβίες, που αναμενόταν να ολοκληρωθούν σταδιακά μέσα στο 2006 και

στο 2007. Ωστόσο κάποια προβλήματα σε τεχνικό επίπεδο που παρουσιάστηκαν στα τέλη του 2004, θέτουν υπό αμφισβήτηση αυτά τα χρονοδιαγράμματα.

Μετά την ολοκλήρωση της Ευρείας Παράκαμψης Πάτρας, η ΕΥΔΕ ΠΑΘΕ προώθησε τις διαδικασίες για την κατασκευή των λεγόμενων Παραγλαύκιων οδών που θα συνδέσουν την Περιμετρική οδό με το νέο λιμάνι, απορροφώντας έτσι σημαντικό κυκλοφοριακό φόρτο σε βαρέα οχήματα που σήμερα διέρχονται μέσα από την πόλη. Το έργο, συνολικού μήκους 8 χιλιομέτρων, έχει προϋπολογισμό 80 εκ. ευρώ και η δημοπράτησή του αναμενόταν να γίνει εντός του 2005.

Το νέο λιμάνι της Πάτρας είναι ένα από τα μεγάλα δημόσια έργα που υλοποιούνται στην Πάτρα με μεγάλα εμπόδια και προβλήματα, όχι όμως από την πλευρά του κράτους αλλά από αυτή των αναδόχων. Οι εργασίες που βρίσκονται σε εξέλιξη αφορούν μόνο τα λιμενικά έργα και όχι τις χερσαίες εγκαταστάσεις οι οποίες θα υλοποιούνταν σε επόμενη φάση. Το πρώτο τμήμα των λιμενικών υποδομών υλοποιήθηκε με προϋπολογισμό 47,2 εκ. ευρώ και επρόκειτο να ολοκληρωθεί μέχρι τα τέλη Ιουλίου του 2005. Το δεύτερο τμήμα είναι αυτό που αντιμετώπισε τα μεγάλα προβλήματα λόγω της πτώχευσης του αναδόχου και μέχρι στιγμής έχει εκτελεστεί έργο ύψους 21,5 εκ. ευρώ. Το υπόλοιπο έργο, του δεύτερου τμήματος, βρίσκεται υπό δημοπράτηση με προϋπολογισμό 14 εκ. ευρώ και θα έπρεπε να ολοκληρωθεί μέχρι τα τέλη του 2006. Τέλος, επρόκειτο να κατασκευαστεί και ένας αγωγός αποχέτευσης όμβριων υδάτων με προϋπολογισμό 6,2 εκ. ευρώ που θα ολοκληρωνόταν το καλοκαίρι του 2006.

Είχαν ανακοινωθεί από τον Οκτώβριο του 2004, όμως φαίνεται πως οριακά θα προλάβαιναν την άνοιξη... Ο λόγος για τα υδροπλάνα, το νέο μέσο συγκοινωνίας που θα συνδέσει την Πάτρα με τα περισσότερα από τα Επτάνησα. Τα λιμάνια της Κέρκυρας, της Ζακύνθου, της Κεφαλονιάς και της Ιθάκης έχουν ήδη ολοκληρώσει τις απαραίτητες γραφειοκρατικές και εργολαβικές διαδικασίες και απομένει μόνο το λιμάνι της Πάτρας προκειμένου να ξεκινήσουν τα

δρομολόγια. Νεότερη πρόβλεψη λέει πως τα δρομολόγια θα ξεκινήσουν λίγο πριν το Πάσχα του 2006. Σε κάθε περίπτωση η δρομολόγηση των υδροπλάνων από το λιμάνι της Πάτρας θεωρείται ως πείραμα για μια πιθανή επέκταση του έργου και στην υπόλοιπη Ελλάδα. Πάντως τα αποτελέσματα και αυτού του έργου θα είναι πολλά και κυρίως οικονομικής φύσεως.

Στον τομέα των μεγάλων έργων, αν ρίξει κανείς μια ματιά στους στόχους που τέθηκαν από τους φορείς και τους παράγοντες της περιοχής, θα βρει **τρία έργα** που προβάλλονται στην πρώτη γραμμή της επικαιρότητας. Το Αυτοκινητοδρόμιο, το αεροδρόμιο στο Άραξο, αλλά και η έλευση του φυσικού αερίου στην Δυτική Ελλάδα (δεν θα αναφερθούμε καθόλου σε αυτό το έργο), είναι έργα που μπορούν να προσδώσουν πάρα πολλά στην τόνωση της οικονομίας της Δυτικής Ελλάδας. Όλα, όμως, χρειάζονται τεράστια υπομονή για την ικανοποίηση των αντίστοιχων αιτημάτων και την ολοκλήρωση των έργων, όπως επίσης χρειάζονται και επαγγελματική μεθοδικότητα στην διεκδίκησή τους. Και εδώ ίσως είναι το πιο δύσκολο...

Μετά από προσπάθειες δεκαετιών το έργο του **Αυτοκινητοδρομίου Πάτρας** φαίνεται επιτέλους να βρίσκεται μπροστά στην υλοποίησή του. Το έργο από πλευράς μελετών και αδειοδοτήσεων ήταν έτοιμο και αυτό που απόμεινε ήταν ο χρηματοδότης για την υλοποίηση αυτής της μεγάλης επένδυσης που αναμενόταν να αλλάξει το οικονομικό και επενδυτικό περιβάλλον της περιοχής. Ο προϋπολογισμός του έργου κυμαινόταν γύρω στα 200 εκ. ευρώ, ίσως και περισσότερα, και προβλεπόταν να κατασκευαστεί σε ιδιόκτητη έκταση 1200 στρεμμάτων, στην περιοχή Ρέντες Χαλανδρίτσας του Δήμου Φαρρών. Κάποιες δηλώσεις από κυβερνητικά στελέχη ένα χρόνο νωρίτερα που τάχθηκαν υπέρ της κατασκευής πίστας αγώνων Φόρμουλα 1 στον Ορχομενό Βοιωτίας προκάλεσαν αρχικά μία αναστάτωση για τις σκοπιμότητες που υπέκρυβαν, ωστόσο θεωρήθηκε ότι δεν προκάλεσαν ταραχές στην εξέλιξη της σχεδιαζόμενης επένδυσης.

Η μετατροπή του αεροδρομίου του Αράξου σε πολιτικό, ώστε να αποτελέσει κεντρικό αεροδρόμιο της Δυτικής Ελλάδας είναι ένα πολύ σημαντικό έργο το οποίο και αυτό με την σειρά του θα συνεισφέρει στην οικονομική ευχέρεια της περιοχής, είτε έχοντας περαστικό τουρισμό –έχοντας ως προορισμό μεγαλύτερου τουριστικού ενδιαφέροντος περιοχές - είτε επιμηκώνοντας την τουριστική περίοδο των ήδη υπάρχοντων μορφών τουρισμού ή αναπτύσσοντας νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Την περίοδο που διανύουμε η έγκριση για την κατασκευή μεγάλου πολιτικού αεροδρομίου στον Άραξο φαντάζει πιο μακρινή από ποτέ. Η ταυτόχρονη διεκδίκηση πολλών μεγάλων έργων από την Αχαΐα, αλλά και το αντικειμενικό προβάδισμα της Ανδραβίδας, δικαιολογούν την μάλλον απαισιόδοξη πρόβλεψη. Η κυβέρνηση που φυσικά δεν θέλει να ταχθεί ευθέως με την μία ή την άλλη λύση, εμφανίζεται επισήμως να δηλώνει ότι απλώς θα αναβαθμιστούν και τα δύο υπάρχοντα αεροδρόμια. Η στάση αυτή εκτός από το φόβο του πολιτικού κόστους, οφείλεται και στην κακή εικόνα της ελληνικής οικονομίας που δεν επιτρέπει νέα μεγάλα ανοίγματα.

Οι εξαγγελίες που έκανε πριν από ένα χρόνο ο υπουργός ΠΕΧΩΔΕ για την κατασκευή της ΠΑΘΕ και πέντε άλλων οδικών αξόνων, με προϋπολογισμό 7 δις. ευρώ, θεωρούνται ως καθοριστικές για την πορεία υλοποίησης ενός τόσο σημαντικού έργου. Μεταξύ αυτών των έργων που θα κατασκευαζόντουσαν με αυτοχρηματοδότηση, περιλαμβάνονταν και οι οδικοί άξονες Κορίνθου-Πατρών-Πύργου-Τσακώνας και Αντιρρίου-Ιωαννίνων. Ακόμα, στα άμεσα σχέδια της νομαρχιακής επιτροπής ήταν η δημοπράτηση, όσο το δυνατόν γρηγορότερα, και εν τέλει κατασκευή των Πατρών-Καλαβρύτων και Πατρών-Τριπόλεως, η γνωστή μας 111.

Συνάμα η κατασκευή νέας διπλής σιδηροδρομικής γραμμής Κιάτο-Πάτρα μέχρι το 2010 χωρίς ηλεκτροκίνηση, αλλά μέχρι το 2011 με ηλεκτροκίνηση, αποτελούσε και αποτελεί στόχο της κυβέρνησης και της αρμόδιας νομαρχιακής επιτροπής.

Είναι αναγνωρίσιμο ένα ελαφρυντικό στους φορείς: Ήταν όντως πολλά και μεγάλα τα ανοιχτά μέτωπα, ενώ υπάρχει η ανάγκη να αντιμετωπιστούν ζητήματα εκτός προγράμματος, με τη δική τους σημασία. Δεν πρέπει όμως να αμελούνται τα στοιχειώδη και πρωτεύοντα.

Οι εποχές είναι κρίσιμες γιατί ο χρόνος που χάνεται αποβαίνει σε βάρος της πόλης, των συμφερόντων της, και τελικά, σε βάρος των προοπτικών της.

3.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η ανάδειξη της Πάτρας ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2006 έγινε σε μια χρονική συγκυρία κατά την οποία η πόλη αντιμετωπίζει έντονα οικονομικά προβλήματα. Η αποβιομηχάνιση της πόλης που ξεκίνησε από τα μέσα της δεκαετίας του 80 και η ανεργία που πλήττει σχεδόν το 20% των κατοίκων είναι θέματα που δεν μπορούν να αντιμετωπιστούν μονοδιάστατα. Σε αυτά τα κορυφαία προβλήματα δεν μπορεί να δώσει από μόνο του λύσεις ένα κορυφαίο Πολιτιστικό γεγονός, σίγουρα όμως βοηθάει στην βελτιστοποίηση της οικονομικής κατάστασης.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση διεξάγει προγράμματα υποστήριξης για ορισμένους πολιτιστικούς κλάδους, ενθαρρύνοντάς τους να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που παρέχονται από την ενιαία αγορά και τις ψηφιακές τεχνολογίες.

Ένα από τα πιο σημαντικά προγράμματα της Ε.Ε., το «Πολιτισμός 2000», διεξάγεται για πέντε έτη μέχρι το τέλος του 2006 με προϋπολογισμό 236 εκατ. Ευρώ. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει προτείνει την ανανέωση του προγράμματος για την περίοδο 2007-2013 με προϋπολογισμό 408 εκατ. Ευρώ.

Το πρόγραμμα Media, σκοπός του οποίου είναι να καταστήσει πιο ανταγωνιστικό τον Ευρωπαϊκό Οπτικοακουστικό κλάδο, ισχύει μέχρι το 2006,

διαθέτει προϋπολογισμό 513 εκατ. Ευρώ και χωρίζεται σε δύο μέρη: το Media Plus και το Media κατάρτιση (Training).

Η κυβέρνηση δια του υπουργείου Πολιτισμού, σε συνεργασία με το υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης, θα διασφάλιζε την χρηματοδότηση των έργων και των δράσεων, έτσι ώστε να πραγματοποιηθούν όλα αυτά τα οποία έχουν εξαγγελθεί. Όπως γίνεται αντιληπτό είναι πολύ δύσκολο να προσδιορισθεί τώρα το άθροισμα των προϋπολογισμών των τεχνικών έργων γιατί οι προϋπολογισμοί αυτοί εξαρτώνται από την μελέτη. Μόνο όταν έχει κανείς μια οριστική μελέτη, ή καλύτερα, την ολοκλήρωση και την αποπεράτωση του έργου, έχει και ένα οριστικό προϋπολογισμό. Επιπλέον θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν η σημαντική εμπειρία που αποκτήθηκε από τους Ολυμπιακούς αγώνες, πράγμα που θα συμβάλει στην μείωση των εξόδων. Επίσης το πρόγραμμα των πολιτιστικών εκδηλώσεων θεωρείται ότι είναι πλούσια χρηματοδοτημένο, γιατί ξεκινά με την πρόβλεψη να δαπανηθούν 20 εκατ. Ευρώ για το σκοπό αυτό. Το πρόγραμμα ανάπλασης όψεων κτιρίων ανέρχεται στα 3 εκατ. Ευρώ και ταυτόχρονα προέρχεται από το συνολικό πρόγραμμα αστικών αναπλάσεων της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας που φτάνει τα 15 εκατ. Ευρώ.

Σημασία έχει, να αξιοποιηθούν αυτά τα κονδύλια και να διατεθούν με γενναιοδωρία όλες οι δυνάμεις ώστε να είναι θετικές επενέργειες της ανακήρυξης της Πάτρας ως Πολιτιστική Πρωτεύουσας στην νοοτροπία και τις δράσεις της πόλης.

Ο τελευταίος βασικός άξονας αφορά τους οικονομικούς στόχους ο οποίος αναφέρεται στις *Επιχειρήσεις* και στην *Απασχόληση*. Αυτό προβλεπόταν να επιτευχθεί με την δημιουργία νέων καινοτόμων επιχειρήσεων και τη δημιουργία εξειδικευμένων νέων θέσεων εργασίας. Οι βραχυπρόθεσμες ωφέλειες οι οποίες απορρέουν από την ανάληψη της πρωτοβουλίας του θεσμού αυτού περιελάμβαναν τα έσοδα από την λειτουργία και τη διαχείριση της διοργάνωσης. Συνάμα δε, έσοδα εκδηλώσεων και αφετέρου έσοδα από δαπάνες

επισκεπτών που προέρχονται όχι μόνο από τον εσωτερικό αλλά και από τον εξωτερικό τουρισμό. Οι μεσο-μακροπρόθεσμες επιδράσεις έγκεινται στην αναβάθμιση της εικόνας της πόλης ως επενδυτικού προορισμού καθώς επίσης και στις αποδοτέες δαπάνες κεφαλαίου για την Πολιτιστική. Ο μακροπρόθεσμος στόχος , που ίσως να είναι ανέφικτος, είναι η προσέλκυση επιχειρήσεων στην πόλη δημιουργώντας έτσι οικονομική ευημερία στην πόλη αλλά και στους ίδιους τους πολίτες.

Αυτές ήταν οι επιδιώξεις όλων των υπευθύνων του φορέα «Πάτρα 2006», παίρνοντας παραδείγματα στόχων και αποτελεσμάτων από άλλες, παλιότερες διοργανώτριες πόλεις, χωρίς όμως να παρατηρούν εις βάθος τα υπέρ και τα κατά σε κάθε περίπτωση. Το τι πραγματικά έκαναν από όλα αυτά που είχαν εξαγγείλει θα το δούμε σε παρακάτω κεφάλαιο όπου θα αναλυθούν τα αποτελέσματα και τα οφέλη, όπου είναι δυνατόν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: «Η ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ ΓΙΑ ΤΟ 2006»

Ο θεσμός της Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας χρησιμοποιείται από τις διοργανώτριες χώρες – πόλεις, άλλοτε ως «βιτρίνα» πολιτισμού, άλλοτε ως «εργαλείο» τουριστικής ανάπτυξης και άλλοτε ως κίνητρο ολικής ανάπλασης του πολιτιστικού τοπίου. Όλα τα παραπάνω βέβαια, μέσω της κατάθεσης και υλοποίησης ενός πρωτοποριακού καλλιτεχνικού και επικοινωνιακού προγράμματος, που έλκει την προσοχή του κοινού, και κάτω από το πρίσμα της ιδανικής πολιτικής για την προβολή και την προώθησή τους.

Σε αυτό θα συντελούσε η άριστη επιλογή στρατηγικής Marketing και Επικοινωνίας, η οποία έπρεπε να εφαρμοστεί άμεσα και αποτελεσματικά, ούτως ώστε η κεντρική ιδέα και το πλαίσιο στο οποίο αναμένεται να κινηθεί ο θεσμός κατά τη διάρκεια της φιλοξενίας του στην Πάτρα το 2006, να γίνουν ευρέως γνωστά.

Η κεντρική ιδέα εντοπίστηκε στην ανάδειξη του τοπικού πολιτιστικού προϊόντος και την γνωριμία του με τους πολίτες των υπολοίπων Ευρωπαϊκών χωρών με σκοπό να ενισχυθεί η κοινή ευρωπαϊκή ταυτότητα.

Οι υπεύθυνοι Marketing του φορέα για την «Πάτρα Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2006» σχεδίαζαν να προσδώσουν στην πόλη μια ταυτότητα που θα κάλυπτε κάθε επικοινωνιακή δράση της για τα επόμενα χρόνια. Με αφετηρία την δημιουργία μιας ενιαίας εικόνας, που διακρίνεται -για παράδειγμα- με ενιαίο σήμα, χαρακτηριστικά, στόχους και χρώματα, διέκριναν δύο επιλογές. Η μία ήταν να προβάλλουν τις εκδηλώσεις, να απευθύνουν προσκλήσεις στο κοινό και να περιμένουν την ανταπόκρισή του, ενώ η άλλη επιλογή ήταν να χρησιμοποιηθούν οι δυνατότητες και οι πόροι της Πολιτιστικής για να προβληθεί η περιοχή μας.

*Η θέση της Πάτρας σε αυτό το τοπίο ήταν δυσχερής αφού είχε αποφασίσει να μην ακολουθήσει την πεπατημένη οδό, που προσδιορίζεται από πολυετή προετοιμασία, νέες υποδομές και υψηλές χρηματοδοτήσεις. Τα εφόδιά της ήταν λιγοστά αλλά η επιτυχία του θεσμού αποτελεί πρόκληση, στην ιδέα και μόνο ότι η πόλη είχε αποφασίσει να γίνει μια μεγάλη και σύγχρονη **Ευρωπαϊκή Πόλη**.*

Δυστυχώς, όμως η πορεία του θεσμού της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας στα τέλη του 2005, από τους φορείς της Πάτρας, τόσο από την πλευρά των προγραμμάτων προβολής⁴ όσο και από τις κτιριακές υποδομές, δεν μας άφηνε να οραματιζόμαστε πλέον την Πάτρα έτσι όπως την ονειρευόμασταν όταν αναλαμβάναμε τον θεσμό.

Αν λοιπόν ο Δήμος Πατρέων αφυπνιζόταν έγκαιρα, αν η Πολιτεία χρηματοδοτούσε την Πολιτιστική, και το υπουργείο Πολιτισμού συνέδραμε με την τεχνογνωσία των στελεχών του την «εθνική υπόθεση», αν υπήρχαν χρήματα στα ταμεία του κράτους μετά από την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων, αν ορισμένοι δεν αποτιμούσαν μόνο σε ευρώ την συμμετοχή τους στο θεσμό, αν σταματούσαν να παίζονται πολιτικά παιχνίδια σε βάρος της Πολιτιστικής. Αν...Αν...Αν... Τότε ναι, η Πάτρα μπορούσε να αποκτήσει μερικά από τα έργα πολιτιστικής υποδομής που χρειαζόταν για το 2006 και για τις επόμενες δεκαετίες.⁵

⁴ Υπεύθυνοι για αυτά τα προγράμματα είναι οι Διευθύνσεις Marketing και Επικοινωνίας

⁵ περιοδικό "image", ένθετο στην εφημερίδα «Πελοπόννησος», Σεπτέμβριος 2004, τεύχος 12

4.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Σύμφωνα με την γενική φιλοσοφία των διοργανωτών, όλες οι προσπάθειες συνέκλιναν προς τη κατεύθυνση του **Marketing περιοχής και όχι στιγμής**.

Δεν προωθούσαν και εκμεταλλεύονταν το προϊόν που λέγεται Πολιτιστική Πρωτεύουσα για τρεις λόγους. Αφενός δεν είναι αρκετά ελκυστικό από μόνο του (αφού ο συγκεκριμένος θεσμός δεν αποτελεί τίποτα παραπάνω από έναν ακόμα θεσμό) και δεν έχει εξ ιδίων δυνατότητες προσέλκυσης ευρύτερου κοινού και αφετέρου δεν αποδίδει τίποτα στην πόλη.

Αντίθετα η προσέγγιση ως Marketing περιοχής δημιουργεί κεντρομόλες δυνάμεις, συγκεντρώνει συγκριτικά πλεονεκτήματα και τελικά δημιουργεί κεφάλαιο, άρα πλούτο για την περιοχή.

Συνοψίζοντας, το Marketing περιοχής περικλείει το σύνολο των στοιχείων, ενεργειών δράσεων και προγραμμάτων που σκοπό έχει να δημιουργήσει ενιαία και ελκυστική εικόνα για την περιοχή μας και να την προωθήσει αποτελεσματικά σε συγκεκριμένες περιοχές ή κοινά στόχους (target group).

Η στρατηγική Επικοινωνίας αφορούσε στην ευαισθητοποίηση – κινητοποίηση των παρακάτω ηλικιακών κοινών σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο:

ΠΡΩΤΕΥΩΝ ΚΟΙΝΟ:

Άτομα ηλικίας 18 έως 45 ετών, με έμφαση στις ηλικίες 25 έως 35.

ΔΕΥΤΕΡΕΥΩΝ ΚΟΙΝΟ:

Άτομα ηλικίας 45 έως 65 ετών, με έμφαση στις ηλικίες 45 έως 55.

Θέλησαν να δημιουργήσουν λοιπόν μια ενιαία ταυτότητα στην οποία θα συμπεριλάμβαναν τα θετικά στοιχεία της περιοχής και αναγνώριζαν ως περιοχές-στόχους την πόλη, για προτίμηση τοπικών προϊόντων και καταστημάτων, την ευρύτερη περιοχή για αναγνώριση της Πάτρας ως κύριας αγοράς τους και ένταξη στις συνήθειές τους και τέλος την αναβάθμιση της εικόνας στο σύνολο της χώρας για αύξηση της επισκεψιμότητας.

Παράλληλα , μέσα από ένα εκτεταμένο πρόγραμμα δράσεων και συνεργασίας με τους φορείς τουρισμού θα γινόταν μια προσπάθεια να δημιουργηθούν για πρώτη φορά Τουριστικά πακέτα με προορισμό την Πάτρα και την Αχαΐα. Ήδη η Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης Αχαΐας (ΕΤΑΑ) είχε έρθει σε συνεννόηση με τα τουριστικά γραφεία της Ελλάδας αλλά και πολλών Ευρωπαϊκών χωρών, ώστε να δημιουργηθούν ειδικά ταξιδιωτικά πακέτα με προορισμό την Πάτρα εν όψει του 2006. Αυτά τα πακέτα θα ήταν προσιτά από όλες τις οικονομικο-κοινωνικές τάξεις.

Άρα το πλαίσιο στο οποίο θα κινούντουσαν για την προβολή της πόλης ήταν η εικόνα-ταυτότητα της πόλης, η εμβέλεια δράσεων και η εξειδίκευση συμπεριλαμβανομένων των εννοιών της συνεργασίας και της συμμετοχής.

Είναι φυσικό να μην μπορούν οι υπεύθυνοι της διοργάνωσης, να υπερβούν ούτε τα όρια ούτε τις αδυναμίες της πόλης, πόσο μάλλον να ανατρέψουν την αρνητική εικόνα που έχει σχηματίσει η πόλη σε όσους την έχουν ήδη επισκεφτεί ή ακόμα και σε αυτούς που ούτε καν την έχουν επισκεφτεί. Είναι γεγονός όμως ότι στην πράξη το δυσκολότερο βήμα είναι το πρώτο.

Ας δούμε όμως μερικά παραδείγματα ενεργειών προς τον σκοπό του Marketing περιοχής.

4.1.1 Πάμε Πάτρα

Προωθητικό πρόγραμμα σε 10 ελληνικές πόλεις καθ' όλη τη διάρκεια του δευτέρου εξαμήνου του 2005. Επρόκειτο για ένα πρόγραμμα road show ή πανόραμα παρουσίασης που με αφορμή την Πολιτιστική και τις εκδηλώσεις της, θα προέβαλε την Πάτρα και την περιοχή. Θα περιελάμβανε ένα σύνολο δράσεων, ενημερωτικών, προωθητικών, και ψυχαγωγικών. Θα έδινε κίνητρα επισκεψιμότητας και ουσιαστικά θα περνούσε ένα μήνυμα: *«Ό,τι και να κάνεις ,όπου και να είσαι το 2006,πρέπει να ζήσεις την εμπειρία της Πάτρας».*

Μέσω αυτού του προγράμματος θα επιτυγχανόταν ο άμεσος στόχος της ενημέρωσης των πολιτών με σκοπό την επισκεψιμότητα και εμμέσως η συνειδητοποίηση ότι η Πάτρα έχει ανέβει κατηγορία. Συμβάλλοντας σε αυτό, το *«Καράβι»* της Πολιτιστικής θα στάθμευε σε δέκα διαφορετικές περιοχές της Ελλάδας(Β. Ελλάδα, Θεσσαλία, Ήπειρος, Νησιά Ιονίου, Β. Αιγαίο, Κυκλάδες, Δωδεκάνησα, Κρήτη, Πελοπόννησος, Αθήνα).

4.1.2. Στην Πάτρα

Ενημερωτικό και προωθητικό που θα υπήρχε κατά εκατομμύρια σε όλα τα σημεία προσέγγισης προς Πάτρα (πλοία, ΚΤΕΛ, ΟΣΕ).

Θα περιείχε όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τον βιαστικό επισκέπτη, με δελεαστικές προτάσεις για παράταση παραμονής ή αξιοποίησή της, πληροφορίες για parking, αξιοθέατα, αγορές, ψυχαγωγία κ.λ.π. Επιπλέον το εργαλείο αυτό θα ήταν δίγλωσσο και θα αποτελούσε την πρώτη συνοπτική και άκρως δελεαστική επαφή με την πόλη, δημιουργώντας θετικό κλίμα ενημέρωσης.

4.1.3 Έλα Ξανά

Πρωθητικό πρόγραμμα επαναλαμβανόμενης επίσκεψης.

Σύμφωνα με την θεωρία του συγκεκριμένου προγράμματος, οι επισκέπτες, που προέρχονται από άλλες περιοχές που μητροπολιτικά καλύπτει η Πάτρα, θα καλούνταν να συλλέξουν και να στείλουν (σε ειδικό φάκελο) τις αποδείξεις από αγορές που έκαναν σε καταστήματα της πόλης (εμπορικά ή ψυχαγωγίας), και η Πολιτιστική Πρωτεύουσα θα τους «ευχαριστούσε» χορηγώντας τους δωρεάν εισιτήρια για να παρακολουθήσουν της εκδηλώσεις της.

Αυτό το πρόγραμμα θα καλούταν σε συνεργασία με τον Εμπορικό Σύλλογο της πόλης για να συντελέσει στην δημιουργία ευχάριστου κλίματος και στην αύξηση του ποσού αγορών, φυσικά μετά από νέα επίσκεψη στην πόλη για νέες αγορές κλπ.

Όπως ενδεχομένως θα ήταν αναμενόμενο, θα υπήρχε ένα όριο τιμών και αρκετές λεπτομέρειες που δεν είχαν ακόμα καθοριστεί μέχρι τα μέσα του προηγούμενου έτους, όμως η προφανής αποτελεσματικότητα του προγράμματος δημιουργεί τις συνθήκες να έρθουν στην Πάτρα ξανά και ξανά.

4.1.4 Κοίτα!

Ακολουθώντας αυτό το πρόγραμμα οι έμποροι θα αποκτούσαν στις βιτρίνες του μικρές εστίες τέχνης. Θα δημιουργούνταν εκθέσεις ή εικαστικά γεγονότα που για να τα παρακολουθήσει κανείς θα αρκούσε να ρίξει μια ματιά στις βιτρίνες τις πόλης.

4.1.5 Όλη η Ευρώπη μία πόλη

Επιπλέον, επιδιώχθηκε η προβολή της περιοχής μέσω του προγράμματος «*όλη η Ευρώπη μια πόλη*». Όπως δήλωσε άλλωστε ο Διευθυντής Επικοινωνίας του φορέα «Πάτρα 2006», κος Παναγιωτόπουλος Γεώργιος⁶ : «Δεν μπορούμε να μιλάμε αξιόπιστα για ευρωπαϊκή ενοποίηση, εάν οι πολίτες της Ευρώπης δεν αποκτήσουν μία ευρεία αντίληψη για το πολιτισμικό περιβάλλον των γειτόνων της, των Ευρωπαίων συμπολιτών της. Η Πάτρα απέναντι σε αυτές τις εκτιμήσεις έχει μία ξεκάθαρη θέση για την Πολιτιστική της Πρωτεύουσα».

Ο τρόπος υλοποίησης του προγράμματος ήταν εξαιρετικά απλός και έχει ως εξής:

- ▶ **1^ο βήμα:** Τα δημοτικά Διαμερίσματα του Δήμου της Πάτρας και όλοι οι μη κυβερνητικοί οργανισμοί πολιτισμού της περιοχής θα κινητοποιούνταν και θα συμμετείχαν ενεργά στην διοργάνωση. Αυτό θα είχε σαν αποτέλεσμα την μετατροπή των πολιτών από απλούς θεατές σε συνδιοργανωτές. Κάθε Δημοτικό Διαμέρισμα θα συνδεόταν και θα συνεργαζόταν με τρεις (3) σημαντικούς Δήμους της Δυτικής Ελλάδας. Αυτό θα είχε σαν αποτέλεσμα την αξιοποίηση μιας μεγάλης περιοχής, που περιλαμβάνει πολιτιστικούς τόπους, παγκόσμιας εμβέλειας, όπως η Ολυμπία και οι Δελφοί.
- ▶ **2^ο βήμα:** Σε συνεργασία με όλες αυτές τις κοινωνικές δυνάμεις θα εξελισσόταν ένα μεγάλο πρόγραμμα φιλοξενίας των Ευρωπαϊκών λαϊκών πολιτισμών, που θα συνέθεταν το πολιτισμικό περιβάλλον κάθε χώρας. Κάθε Δημοτικό Διαμέρισμα, μέσα στην καρδιά της πόλης, σε κάθε γειτονιά, σε συνεργασία με τρεις (3) Δήμους της Δυτικής Ελλάδας, θα αναλάμβανε να φιλοξενήσει για δέκα (10) μέρες, κατά μέσο όρο, μία χώρα της Ευρώπης. Αυτό θα συνέβαινε δύο ή τρεις φορές για κάθε Δημοτικό Διαμέρισμα. Κατά την διάρκεια κάθε δεκαήμερου, το Δημοτικό Διαμέρισμα και οι

⁶ Η δήλωση αυτή αναφέρεται σε ειδικό πληροφοριακό έντυπο που μουδóθηκε από τα στελέχη του «Πάτρα 2006».

συνεργαζόμενοι Δήμοι, θα στολίζονταν, έτσι ώστε να θυμίζουν τη χώρα, που επρόκειτο να φιλοξενηθεί. Καθημερινά θα υπήρχαν δράσεις αναπαράστασης του πολιτισμικού περιβάλλοντος κάθε φιλοξενούμενης χώρας. Στις δράσεις αυτές, θα συνεργάζονταν οι εθελοντές του Δημοτικού Διαμερίσματος και των συνεργαζόμενων Δήμων με εθελοντές της φιλοξενούμενης χώρας. Ως τομείς ενδεικτικά αναφέρονται οι:

1. Παραδοσιακή Μουσική
2. Ζωγραφική
3. Γλυπτική με φυσικά υλικά
4. Μαγειρική
5. Επιχειρηματικότητα και παραδοσιακά επαγγέλματα, κ.λ.π.

Όσα έργα θα προέκυπταν από τις δράσεις, θα παρέμειναν σε ειδικούς Δημόσιους Χώρους ως ενθύμια της δράσης. Από το Σεπτέμβριο του 2005, μέσα από ένα ευρύ πρόγραμμα εκπαιδευτικών ανταλλαγών, αλλά και επιμόρφωσης σε κάθε Δημοτικό Σχολείο, Γυμνάσιο και Λύκειο του Δημοτικού Διαμερίσματος, θα εξελισσόταν για δύο (2) μήνες ειδικό πρόγραμμα παρουσίασης της καθημερινής κουλτούρας κάθε φιλοξενούμενης χώρας.

Το ίδιο πρόγραμμα θα παρεχόταν και στους εθελοντές της διοργάνωσης. Κατά την διάρκεια κάθε δεκαημέρου, με ευθύνη της φιλοξενούμενης χώρας, θα παρουσιαζόταν στους τόπους των δράσεων και στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης της Δυτικής Ελλάδας, ειδικό οπτικοακουστικό υλικό παρουσίασης κάθε χώρας, ώστε όλοι οι κάτοικοι της Δυτικής Ελλάδας να γνωρίσουν τα τοπία, τους τουριστικούς προορισμούς, τις υποδομές και το επιχειρηματικό περιβάλλον των φιλοξενούμενων χωρών. Ταυτόχρονα, με ευθύνη της φιλοξενούμενης χώρας και σε συνεργασία με την Κρατική Τηλεόραση, θα μεταδίδονταν στιγμιότυπα από τις δράσεις, από την Πάτρα και την Δυτική Ελλάδα, αλλά και μαγνητοσκοπημένες εκδηλώσεις ελληνικού λαϊκού πολιτισμού. Αυτό θα είχε σαν αποτέλεσμα την διάχυση της πληροφορίας στην Ελλάδα και σε κάθε φιλοξενούμενη χώρα.

► 3^ο βήμα: Οι δράσεις, αλλά και οι ανώνυμοι ευρωπαϊοί «ήρωες» της καθημερινότητας, θα ήταν οι πρωταγωνιστές ειδικού καθημερινού αφιερώματος, που θα μεταδιδόταν μέσα από το portal της «Πάτρα 2006». Με αυτόν τον τρόπο θα προβαλλόταν προς κάθε κατεύθυνση το θετικό μήνυμα: «Αν θες στα αλήθεια να έχεις μία ενωμένη Ευρώπη, πρέπει να δουλέψεις με τους γείτονές σου για να την κτίσεις».

► 4^ο βήμα: Κάθε φιλοξενούμενη χώρα θα αποκτούσε με την Πάτρα και την Δυτική Ελλάδα, διαρκή σχέση συνεργασίας σε επιστημονικό, πολιτισμικό, επιχειρηματικό, τουριστικό επίπεδο. Το portal της Πάτρας 2006 θα παρέμεινε σε λειτουργία για τα επόμενα χρόνια και μέσα από συνέδρια συνεργασίας με κάθε πολιτιστική πρωτεύουσα και κοινή δράση με όλες τις χώρες της Ευρώπης, θα αποτελούσε ένα πραγματικό παρατηρητήριο της πορείας προς την Ευρωπαϊκή Ενοποίηση.

Πρέπει να σημειωθεί ότι κάθε δεκαήμερος κύκλος δράσης θα συνδυαζόταν με, τουλάχιστον, τρεις (3) σπουδαίες εκδηλώσεις του κεντρικού καλλιτεχνικού προγράμματος. Αυτό σήμαινε χιλιάδες επισκεπτών, που θα είχαν ένα επιπλέον κίνητρο να έρθουν και να γνωρίσουν την Ευρωπαϊκή Χώρα, που θα φιλοξενούταν σε κάθε γειτονιά της Πάτρας και της Δυτικής Ελλάδας.

Το μήνυμα των υπευθύνων του «Πάτρα 2006» ήταν απλό αλλά περιεκτικό: «Να γνωριστούμε όλοι με όλους. Να μάθουμε πως ζουν, πως σκέφτονται, πως δρουν οι κάτοικοι αυτής της γωνιάς του πλανήτη, που λέγεται Ευρώπη. Έτσι, με κοινή γλώσσα τον πολιτισμό, θα χτίσουμε μια μεγάλη Ευρωπαϊκή, ελκυστική πατρίδα, που θα παίρνει λάμψη και ζωντάνια από δεκάδες σεβαστούς πολιτισμούς, αλλά δεν θα είναι Βαβέλ».

Οι υλοποιήσιμες ιδέες σιγά σιγά άρχισαν να ανακοινώνονται από την πλευρά του «Πάτρα 2006» στα μέσα του 2005. Έτσι, με όχημα προβολής το Υπεραστικό ΚΤΕΛ Αχαΐας κινούνται η Πάτρα Πολιτιστική Πρωτεύουσα του 2006. Περίπου 140 οχήματα μεταφέρουν στο πίσω μέρος τους, καθημερινά, τα μηνύματα της Πολιτιστικής προβάλλοντας τον θεσμό και την πόλη. Όσο για τις

χορηγικές συνεργασίες, εκτός από την χρήση τμήματος των οχημάτων, συμφωνήθηκε η διανομή έντυπου ενημερωτικού υλικού στους σταθμούς που διέρχεται ο στόλος του Υπεραστικού ΚΤΕΛ Αχαΐας.

Συνάμα, προσεγγίστηκε οικονομικά η ένταξη του Πατρινού Καρναβαλιού στην χορηγική πρόταση της Διεύθυνσης Marketing, ώστε να περιφρουρηθούν τα έσοδα των δύο Θεσμών (Πολιτιστική-Καρναβάλι) και να λειτουργήσουν ενιαία στην διαφημιστική αγορά του 2006.

Από την πλευρά τους, τα στελέχη του ξενοδοχειακού ομίλου Aldemar, προσκάλεσαν τις Διευθύνσεις Marketing και Επικοινωνίας του θεσμού ώστε να ενημερώσουν τους ξένους δημοσιογράφους, που φιλοξενούσαν κατά διαστήματα, για την Πάτρα Πολιτιστική Πρωτεύουσα. Επίσης, δήλωσαν διατεθειμένοι να προσφέρουν χώρους στον οργανισμό για την προβολή της «Πολιτιστικής στα έντυπα του ομίλου»⁷.

Με γνωστές φωνές του ελληνικού πενταγράμμου, όπως της Αννέτ, και χάπενινγκ της Πολιτιστικής, όπως μία ποδοσφαιρική μπάλα με διάμετρο 3,5 μέτρων που έφερε το σήμα της Πολιτιστικής που στήθηκε στο κέντρο του αγωνιστικού χώρου και δρώμενα με δεκάδες παιδιά, ξεκίνησε ο αγώνας κυπέλλου μεταξύ Ολυμπιακού-Άρη, το Σάββατο 21 Μαΐου 2005, στο Παμπελοποννησιακό Στάδιο της Πάτρας. Η απευθείας μετάδοση από τη NET της ποδοσφαιρικής αναμέτρησης που άγγιξε υψηλά ποσοστά τηλεθέασης ήταν μια πρώτης τάξεως ευκαιρία για να μεταδοθεί το μήνυμα: *Πάτρα Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006*.

Ένα άλλο μέσο προβολής, με ιδιωτική πρωτοβουλία, της πόλης των Πατρών και κατ' επέκταση του «Πάτρα 2006» ήταν το γεγονός ότι ο πατρινός επιχειρηματίας κος Κώστας Ντάσιος παρασκεύασε τον μεγαλύτερο γύρο του κόσμου 1550 κιλών στο μαγαζί του και κατάφερε να καταγραφεί στο βιβλίο «Γκίνες». Αυτό προγραμματίστηκε να λάβει χώρα στις 19 Ιουνίου 2005, και

⁷ Όπως ανακοινώθηκε στην εφημερίδα "Πελοπόννησος", στις 20 Απριλίου 2005.

όπως δήλωσε ο ίδιος ο επιχειρηματίας⁸ : «Είναι κι αυτός ένας τρόπος για την προβολή της πόλης, που τόσο την χρειάζεται».

Τέλος, μέσω της δημιουργίας και προώθησης προϊόντων με το σήμα της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας «Πάτρα 2006» καθώς επίσης και με τις χορηγίες εταιρειών, δημοσίου και ιδιωτικού, θα πετύχαιναν ακόμη μεγαλύτερη διαφήμιση και προβολή.

4.2 ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΣΗΜΑΤΩΝ

4.2.1 Φιλοσοφία

Η δημιουργία προϊόντων και η παραχώρηση δικαιωμάτων χρήσης σήματος έχει διπλή σημασία. Αφ' ενός προσφέρει έσοδα στην εταιρία και αφ' ετέρου διαδίδει το σήμα της και κατ' επέκταση τη φιλοσοφία του θεσμού και όσα αυτός συμβολίζει.

Μετά τους Ολυμπιακούς αγώνες έγινε προφανές ότι η παραγωγή των καταλλήλων σειρών προϊόντων υψηλών προδιαγραφών, σε συνδυασμό με σωστά τοποθετημένα και λειτουργικά σημεία πώλησης, προσέφεραν πολλαπλές δυνατότητες αξιοποίησης.

Η απόκτηση και μεταφορά του σήματός μας από τους πολίτες της Πάτρας, της Αχαΐας, της Ελλάδας, θα συνιστούσε έμπρακτη αναγνώριση του θεσμού, της πόλης και του ρόλου της. Ταυτόχρονα, η συνεργασία με τοπικούς προμηθευτές, παραγωγούς, εμπόρους, διανομείς, θα ενίσχυε την τοπική αγορά.

Πέραν της παραγωγής σηματοποιημένων προϊόντων, σχεδιάστηκε και η παραχώρηση δικαιώματος χρήσης σήματος σε τρίτους προς παραγωγή branded

⁸ Μιχάλης Βασιλάκης, «Ο γύρος του Κώστα χτυπάει ρεκόρ Γκίνες», Πελοπόννησος, 24/5/2005, 11.

προϊόντων. Η εκμετάλλευση των προϊόντων αυτών θα γινόταν από κοινού και κατά περίπτωση.

Προς το συμφέρον της εταιρίας ήταν η άμεση παραγωγή των πρώτων σειρών ώστε να δίνονται σαν αναμνηστικά, δώρα φιλοξενίας κλπ., όχι μόνο από τον Δήμο Πατρέων, αλλά και από το σύνολο των εταίρων που συμπράττουν για τον θεσμό.

Με τον τρόπο αυτό επιταχύνθηκε η διάδοσή τους, αυξήθηκε η αναγνωρισιμότητα και φυσικά ορίστηκε κοινή στόχευση των φορέων της περιοχής.

4.2.2 Διαδικασία

Σε όλα τα στάδια της επιλογής προϊόντων, ανάδειξης προμηθευτών, δικαιοχρηστών, συνεργατών κλπ., θα υπήρξε ευρύτατη συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων παραγόντων της περιοχής, τόσο μέσω των οργάνων και φορέων τους, όσο και ατομικά.

Το σύνολο των δράσεων θα δημοσιοποιούταν έγκαιρα από τα τοπικά ΜΜΕ, ώστε να υπάρχει το δικαίωμα και η δυνατότητα συμμετοχής σε όλους.

Για την επιλογή σημείων πώλησης θα καταβαλλόταν προσπάθεια ένταξης σε έτοιμα δίκτυα πωλήσεων ή διανομής, μια και το κόστος ανάπτυξης από την αρχή είναι δυσανάλογο του προσδοκώμενου οφέλους.

4.2.3 Προβολή - Προώθηση

Για τη μεγιστοποίηση των πωλήσεων σχεδιάστηκε ειδικό προωθητικό πρόγραμμα προβολής που αρχικά θα δημιουργούσε προσμονή και στην συνέχεια θα ενημέρωνε για τον τρόπο και τα σημεία απόκτησής τους. Η καμπάνια θα απευθυνόταν τόσο στο γενικό κοινό, όσο και σε συγκεκριμένες ομάδες, υποκατηγορίες κ.λ.π.

4.2.4 Βήματα υλοποίησης

- Ολοκλήρωση ερευνάς αγοράς για τις τελικές επιλογές (5/05)
- Ανάδειξη αναδόχων και αρχική προμήθεια (6/05)
- Ανάδειξη δικαιοχρηστών και αρχική προμήθεια (6/05)
- Σχεδιασμός και δημιουργία σημείων πώλησης (3-6/05)
- Προβολή και προώθηση πωλήσεων (9/05)
- Αξιολόγηση πρώτων αποτελεσμάτων (11/05)
- Προσαρμογή στρατηγικής (12/05)
- Δεύτερο κύμα προ-ιόντων (1/06)
- Πιθανή νέα προσαρμογή (3/06)
- Τρίτο κύμα προ-ιόντων (6/06)
- Τέταρτο κύμα προ-ιόντων (9/06)
- Ενέργειες διάθεσης αποθεμάτων (1/07)
- Τελικές εκθέσεις απολογισμού (3/07)

4.3 Ηλεκτρονική Προβολή

Η προβολή της Πάτρας, τόσο στους Έλληνες όσο και στους ξένους, μπορούσε να πραγματοποιηθεί με την χρησιμοποίηση της νέας τεχνολογίας, η οποία συμβάλλει πάντοτε θετικά στην ανάπτυξη του βιοτικού επιπέδου των λαών. Δείχνει, συνάμα, την διαπαιδαγώγηση των λαών, το τεχνολογικό επίπεδο της χώρας το οποίο δεν είναι άλλο από την χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή, διάφορων πολυμέσων, όπως cd's αλλά και άλλων σύγχρονων μηχανημάτων, τα οποία διευκολύνουν τους ανθρώπους στις καθημερινές τους ασχολίες.

Επομένως, αξίζει να αναφερθούμε στην προβολή που επεδίωκε η Πάτρα όσον αφορά το διαδικτυακό κοινό. Το Μέσο που εθνικά και διεθνώς ανταποκρίνεται στοχευμένα στις ανάγκες της Πάτρας – Πολιτιστικής

Πρωτεύουσας της Ευρώπης 2006 - είναι το διαδίκτυο. Ως Μέσο Επικοινωνίας είναι αναλυτικό, εύχρηστο και συνδυάζει αποτελεσματικά τη δύναμη του κειμένου με την εικόνα. Ταυτόχρονα, επιτρέπει τις εμπορικές εφαρμογές, τη συμμετοχική έκφραση γνώμης (π.χ. on line μετάδοση συνεδρίων και εκδηλώσεων, διαγωνισμοί, προβολή χορηγών).

Έτσι, αυτά τα εργαλεία θα βοηθούσαν πολύ στο να προωθηθεί η περιοχή και να γίνουν γνωστά: η φυσική ομορφιά των τοπίων, η παράδοση, τα ήθη-έθιμα, οι θεσμοί και γενικά η καλλιτεχνική και πολιτιστική κουλτούρα των κατοίκων της περιοχής των Πατρών.

Η «Πάτρα 2006» ανέπτυξε σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο έναν πρότυπο Διαδικτυακό Κόμβο, ικανό να στηρίζει και τους μελλοντικούς θεσμούς, την τουριστική ανάπτυξη, τις επενδύσεις. Ο Κόμβος αυτός θα κατοχύρωνε το τεχνολογικό προβάδισμα της περιοχής και θα της προσέδιδε μόνιμο χαρακτηριστικό υπεροχής. Η «Πάτρα 2006» είναι η πρώτη Πολιτιστική Πρωτεύουσα που προάγει σε κύριο Μέσο Επικοινωνίας το Διαδίκτυο, προσδίδοντας χαρακτηριστικά ενεργητικότητας και αναπτυξιακής στρατηγικής εφαρμογής στον κυβερνοχώρο.

Εδώ θα πρέπει να επισημανθεί η προσπάθεια και πρωτοβουλία της Διεύθυνσης Επικοινωνίας που σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Πατρών είχαν αναλάβει την δημιουργία ενός πρωτοποριακού και καινοτόμου portal μέσα από το οποίο ο κάθε πολίτης θα μπορούσε να επισκεφθεί virtual την πόλη, τους δρόμους της, τα καταστήματα κ.λ.π.

Η Διεύθυνση Επικοινωνίας είχε έρθει σε επικοινωνία με δύο κεντρικούς δικτυακούς κόμβους - μηχανές αναζήτησης - (google, yahoo) ώστε το συντομότερο δυνατό να προβληθεί η Πάτρα και στα εκατομμύρια χρηστών του διαδικτύου, ήδη από τα μέσα του 2005. Σχεδόν μισό χρόνο, προτού πάρει τα ηνία της Πολιτιστικής από το Cork. Αν και αργά σε σχέση με άλλες διοργανώτριες χώρες που διετέλεσαν στο παρελθόν ή θα διατελέσουν στο εγγύς μέλλον, εν τούτοις για τα ελληνικά δεδομένα ήταν αρκετά νωρίς.

Κάθε φορά που κάποιος θα μπαίνει σε αυτές τις σελίδες για να ψάξει κάτι, θα του ανοίγει ένα μικρό διαφημιστικό παράθυρο στο οποίο θα παρουσιάζεται με έξυπνο και ελκυστικό, βεβαίως, τρόπο η «Πάτρα 2006» και θα ωθεί, εν τέλει, τον searcher στο να περιπλανηθεί και να “ταξιδέψει” μέσω του Ηλεκτρονικού Υπολογιστή στον μαγευτικό κόσμο του «Πάτρα 2006» έτσι όπως θα παρουσιάζεται μέσα στην σελίδα αυτή.

4.4 Προϋπολογιζόμενα ποσά

<u>Οπτική ενδεικτική κατανομή κονδυλίου</u> <u>κοινωνίας 2005-2006</u>	
Προβολή στα έντυπα και ηλεκτρονικά ΜΜΕ της Πάτρας	850.000,00
Προβολή στα έντυπα και ηλεκτρονικά ΜΜΕ της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας	150.000,00
Προβολή στα έντυπα και ηλεκτρονικά ΜΜΕ εθνικής κλίμακας	800.000,00
Προβολή και δράση προώθησης στο διαδίκτυο (συμπεριλαμβάνεται η δημιουργία του Ψηφιακού Τόπου)	700.000,00
Δράσεις δημοσίων σχέσεων	250.000,00
Εκδόσεις - έντυπα	450.000,00
Συμμετοχή σε εκθέσεις εσωτερικού και εξωτερικού (συμπεριλαμβάνεται η παραγωγή του απαιτούμενου υλικού)	350.000,00
Κόστος δημιουργικών εφαρμογών και παραγωγής κοινωνιακού υλικού (πλην των προηγούμενων κατηγοριών)	300.000,00
Απρόβλεπτα (κυρίως στον τομέα εκδόσεων και εκθέσεων)	150.000,00
ΣΥΝΟΛΟ	4.000.000,00

Όλο το πάνω ενδεικτικός προϋπολογισμός αποτελεί το ελάχιστο επίπεδο επικοινωνιακής δραστηριότητας του θεσμού. Απαιτούνταν, περίπου, 1.500.000,00 ευρώ επιπλέον προκειμένου να υλοποιηθεί η ολοκληρωμένη επικοινωνιακή επένδυση που έχει ανάγκη η περιοχή.

Όπως είναι φανερό και από τον πιο πάνω πίνακα τα προϋπολογιζόμενα ποσά δεν ήταν αρκετά για τα προγράμματα και τις ιδέες που επρόκειτο να υλοποιηθούν. Έτσι λοιπόν, θα έπρεπε οι φορείς να «πιέζουν» συνεχώς την Κυβέρνηση και τα Υπουργεία ⁹ μήπως κάποια στιγμή πάρουν τα χρήματα που χρειάζονται για την «πραγματοποίηση» των έργων τους.

4.5 Προτάσεις-Ιδέες

Η Πάτρα μπορεί να καθιερώσει νέες αναγνώσεις του θεσμού, να τον συνδέσει με την κοινωνία των πολιτών, να τον εμπλουτίσει με στοιχεία του ευρύτερου πολιτιστικού περιβάλλοντος, πέραν των καλλιτεχνικών εκδηλώσεων, άρα να τον οδηγήσει σε σταδιακή αναγέννηση μέσω των ιδεών που προτείνουν οι ίδιοι οι πολίτες.

Μέσα σ' αυτές μπορούν να συγκαταλεχθούν και οι παρακάτω ιδέες μου, όπου οι αρμόδιοι και συναρμόδιοι φορείς του θεσμού θα μπορούσαν να εφαρμόσουν ώστε να επιτευχθεί μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα του Θεσμού και ειδικότερα το γεγονός ότι το 2006 είναι αφιερωμένο στην Πάτρα και όλα τα φώτα της Ευρώπης θα έπρεπε να έχουν πέσει πάνω της ¹⁰ :

Θα μπορούσαν να προβούν σε κατασκευή ειδικών περιπτέρων όπου θα υπήρχε άφθονο ενημερωτικό υλικό (έντυπο και ηλεκτρονικό) και ο καθένας θα μπορούσε να πληροφορείται σχετικά με τον θεσμό, τις εκδηλώσεις, τον εθελοντισμό ακόμα και για τα ειδικά πακέτα, όπως αυτό με τις αγορές κάποιας ποσότητας προϊόντων από μαγαζιά της Πάτρας και την παραχώρηση δωρεάν εισιτηρίων για την παρακολούθηση κάποιων εκδηλώσεων.

⁹ Αρμόδια Υπουργεία είναι το Οικονομίας και το Πολιτισμού.

¹⁰ Γνωρίζοντας ότι ο προϋπολογισμός για το «Πάτρα 2006» είναι μικρός και ότι το κόστος πολλών ιδεών μας είναι πολύ μεγάλο, παρ' όλα αυτά τις εκθέτω.

Θα έπρεπε αυτά τα περίπτερα να ήταν εφοδιασμένα με άφθονο υλικό και θα έπρεπε να οριστεί κάποιο άτομο το οποίο θα έλεγχε τα αποθέματα του υλικού αυτού και να τα εφοδίαζε. Συνάμα, η λειτουργία του θα μπορούσε να επεκταθεί όλο το 24ωρο, ώστε να μπορεί να ενημερώνει όλο το κοινό, οποιαδήποτε ώρα είναι αυτό διαθέσιμο. Μπορούσε ακόμα, το περίπτερο αυτό να προσφέρει δωρεάν αναμνηστικά, π.χ. μπαλόνια με το σήμα της Πολιτιστικής 2006, ώστε ως μέσο και αυτό προβολής και προώθησης να κάνει γνωστό σε ευρύτερη μάζα κοινού γνωστό το γεγονός αυτό.

Τέλος, από το δεύτερο εξάμηνο του 2005 και μετά, που θα ήταν έτοιμα τα αναμνηστικά με το σήμα της Πολιτιστικής, θα μπορούσαν να πωλούν τέτοια προϊόντα. Πέρα από σημεία που προβλέπονται για τη Πάτρα λιμάνι, σιδηροδρομικός σταθμός, σταθμός υπεραστικών λεωφορείων, κεντρικές πλατείες, καλό και αποτελεσματικό θα ήταν να τοποθετηθούν σε κεντρικές πλατείες άλλων Ελληνικών πρωτίστως πόλεων, Ευρωπαϊκών πρωτευουσών δευτερευόντως και στα Ευρωπαϊκά αεροδρόμια, ύστερα από κανονισμό με αυτά, προεξέχοντος του "Ελ. Βενιζέλος".

Na δημιουργούνταν ειδικά μέρη, σαν σκέπαστρα, όπου θα τοποθετούνταν οθόνες αφής (touch screen), στις οποίες η πρόσβαση θα ήταν άνευ αντιτίμου, και θα είχαν τη δυνατότητα να πλοηγηθούν σε μέρη άξια επισκεψιμότητας της περιοχής των Πατρών. Θα μπορούσαν ακόμα να έχουν πληροφορίες για τον θεσμό, τον εθελοντισμό, τα σημεία έκδοσης εισιτηρίων και τις πάσης φύσεως εκδηλώσεις που επρόκειτο να λάβουν χώρα καθ' όλο το 2006.

Έτσι, εφαρμόζοντας την νέα τεχνολογία ο ενδιαφερόμενος θα πληροφορούταν για την πρωτοβουλία αυτή, αλλά εξοικειώνεται συνάμα με αυτή. Αυτό ήταν ένα μέσο το οποίο θα απέφερε θετικά αποτελέσματα αν τοποθετούταν σε καίρια σημεία των ελληνικών ή και ευρωπαϊκών ακόμα πόλεων.

Θα μπορούσαν να έρθουν σε επαφή τόσο με το Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων όσο και με τις κατά τόπου Διευθύνσεις Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, ανά την Ελλάδα, ώστε να δημιουργηθούν κατάλληλες προοπτικές και κίνητρα που θα είχε ως αποτέλεσμα να προτιμηθεί η πόλη ως προορισμός για τις εκδρομές τους (μονοήμερες & πολυήμερες) κατά το 2006.

Για παράδειγμα, να δινόντουσαν δωρεάν προσκλήσεις στα παιδιά για να έρθουν να δουν μία θεατρική παράσταση, μία συναυλία ή όποια ενημέρωση-διάλεξη τους ενδιαφέρει. Έτσι, θα γινόταν γνωστό μέσω των παιδιών και σε άλλες πόλεις.

Να δημιουργούνταν κατάλληλα περιβαλλοντολογικά προγράμματα δράσης για μαθητές, όπως υπάρχουν ήδη σε πολλά σχολεία ανά την Ελλάδα, ώστε να ενισχυθεί στους μαθητές η ιδέα της εναλλακτικής μορφής τουρισμού, ο οικολογικός – περιβαλλοντικός τουρισμός. Θα είχαν την δυνατότητα να επισκεφθούν τα δάση και τα οικολογικά πάρκα της γύρω περιοχής και συνάμα θα μπορούσαν να επισκεφθούν για παράδειγμα το νέο μουσείο που θα λειτουργούσε το 2006, ή να συμμετείχαν σε κάποιους διαγωνισμούς περιβαλλοντικού περιεχομένου που μπορούν να λάβουν χώρα, εκείνη την περίοδο στην Πάτρα.

Να διακοσμούνταν κατάλληλα με σύμβολα του θεσμού αυτού (π.χ. караβάκι) οι εξωτερικές επιφάνειες των δημοσίων μεταφορικών μέσων της Πάτρας (αστικά λεωφορεία) έτσι ώστε να γίνει γνωστό τοις πάσι, Πατρινούς και μη (φοιτητές, επισκέπτες, περαστικοί) ότι η Πάτρα θα αναλάβει τον θεσμό αυτό το 2006. Αυτό μπορούσε να γίνει και με την εθελοντική προσφορά του ίδιου του Οργανισμού των Αστικών Συγκοινωνιών της Πάτρας.

Θα μπορούσε να τοποθετηθούν στους μουσαμάδες των φορτηγών, που εκτελούν δρομολόγια εσωτερικού και εξωτερικού, σύμβολα της Πολιτιστικής (π.χ. караβάκι) ή σημεία σταθμός της Πάτρας. Αυτή η “διαφήμιση” θα είχε να

αποφέρει πολλά, αφού κατ' αρχήν θα έκανε γνωστό τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, το γεγονός ότι η Πάτρα θα είναι διοργανώτρια πόλη του θεσμού για το 2006. Κατ' επέκταση, θα κινούσε πολλών το ενδιαφέρον να δουν τι εκδηλώσεις θα λάβουν χώρα, τι οφέλη θα έχουν από την επίσκεψή τους αυτή, πως θα έρθουν στην Πάτρα, που θα μείνουν και γενικά να δημιουργήσουν ένα πλήρες ταξιδιωτικό πακέτο.

✿ Να κατασκευαζόταν ένα κατάλληλο διαμορφωμένο μεταφορικό μέσο (π.χ. φορτηγό, νταλικά, λεωφορείο) στο οποίο θα υπήρχαν οθόνες αφής (touch screen), ειδικά διαμορφωμένοι χώροι όπου θα προβάλλονταν διάφορα πράγματα περί της «Πάτρα 2006» μέσω της τεχνολογίας της εικονικής πραγματικότητας. Συνάμα, να ήταν εξοπλισμένο με ανθρώπινο δυναμικό που θα πληροφορούσαν το ενδιαφερόμενο κοινό δίδοντάς τους έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό.

Αν και είναι γνωστό ότι το κόστος αυτής της ιδέας θα ήταν πολύ υψηλό, εντούτοις αυτό θα μπορούσε να διανύσει για αρχή όλη την Ελλάδα και εν συνεχεία τις πρωτεύουσες των Ευρωπαϊκών κρατών-μελών.

✿ Να πραγματοποιούταν συνεργασία με εταιρίες εμφιάλωσης νερού (Ζαγόρι, Λουτράκι, Ιόλη) και αναψυκτικού (Λουξ, Coca-Cola) οι οποίες μπορούσαν, αφού πρώτα ερχόντουσαν σε συνεννόηση με τους αρμόδιους φορείς του θεσμού, να τοποθετήσουν σήματα της ιδέας της Πολιτιστικής πάνω στα μπουκάλια των προϊόντων τους. Αυτή η συνεργασία δεν προαπαιτούσε απαραίτητα χορηγική συνεισφορά εκ μέρους των εταιριών, αλλά μπορεί να είναι εθελοντικού περιεχομένου.

✿ Εκμεταλλευόμενοι τις μεγάλες ποσότητες εξαγωγής τοπικών προϊόντων (όπως για παράδειγμα η ποτοποιία Achaia Clauss και η βιοτεχνία ετοιμών ενδυμάτων Dur Escape Land)¹¹ να διαπραγματευόντουσαν με τους επιχειρηματίες αυτούς και να συνέδραμαν και αυτοί από την πλευρά τους στο έργο της προβολής της

¹¹ Αναφέρονται αυτές οι δύο εταιρείες ενδεικτικά διότι μεγάλη ποσότητα από την παραγόμενη ποσότητά τους εξάγεται σε Ευρωπαϊκές χώρες.

Πολιτιστικής, τοποθετώντας στα προϊόντα τους ή στις συσκευασίες τους το σήμα της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας.

Κατά την υψηλή τουριστική περίοδο 2005 (Μάιος – Σεπτέμβριος) να τοποθετούσαν πλούσιο ενημερωτικό υλικό για την «Πάτρα 2006» σε πολλά μέρη τουριστικού ενδιαφέροντος, ιδιαίτερος δε σε αρχαιολογικούς χώρους (π.χ. Αρχαία Ολυμπία, Δελφοί, Μυκήνες) όπου συρρέουν πλήθος κόσμου Ελλήνων και ξένων.

Στα εισιτήρια¹² της Αστικής Συγκοινωνίας της περιοχής, του σιδηροδρομικού και ακτοπλοϊκού δικτύου αλλά και των διοδίων της Εθνικής Οδού Αθηνών-Πατρών καθώς επίσης και της γέφυρας Ρίου-Αντιρρίου, να ερχόντουσαν σε επαφή με την αντίστοιχη αρμόδια αρχή και ύστερα από συμφωνία να τοποθετούσαν το σήμα της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας, σε κάποιο ορατό σημείο, πάνω στα εισιτήρια. Καταρχάς, θα ενημερωνόντουσαν όλοι οι πολίτες της Πάτρας που χρησιμοποιούν την αστική συγκοινωνία. Στη συνέχεια εάν κατάφερναν να επέλθει συμφωνία και να τοποθετηθεί και στα υπόλοιπα σημεία που αναφέρθηκαν πιο πάνω, θα γινόταν γνωστό ότι η Πάτρα φιλοξενεί τη διοργάνωση αυτή και σε πολίτες εκτός Πατρών που χρησιμοποιούν της παραπάνω γραμμές. Το θετικό αυτής της κίνησης ήταν ότι το κοινό-στόχος δεν περιοριζόταν σε συγκεκριμένες ηλικίες αλλά θα κάλυπτε ένα μεγάλο εύρος.

Να προσέγγιζαν γνωστούς Έλληνες τραγουδιστές και με τη βοήθεια του προγράμματος εθελοντισμού, να πραγματοποιούνταν συναυλίες τόσο στην Πάτρα όσο και σε άλλες περιοχές της Ελλάδος ώστε να γινόταν γνωστό ότι η Πάτρα το 2006 έχει οριστεί ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα. Συγκεκριμένα στη Πάτρα μια τέτοια εκδήλωση θα μπορούσε να φιλοξενηθεί είτε στο γήπεδο «Τόφαλος» κατά τους χειμερινούς μήνες ενώ κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού στο «Παμπελοποννησιακό» στάδιο ή στο Κάστρο. Σε αυτή την περίπτωση το target group κυμαίνεται από 15 έως 25 ετών. Σε περίπτωση όμως που

¹² Μάλλον στο πίσω μέρος των εισιτηρίων.

πραγματοποιούταν μία τέτοια εκδήλωση είναι προφανές ότι θα γίνει ευρέως γνωστό.

Με την πρωτιά της Ελλάδας στην Eurovision καλό θα ήταν να εκμεταλλευτεί και να ενωθεί με κάποιο τρόπο η «Πάτρα 2006». Λόγω ελλειπών κτηρίων και αδυναμιών των υπαρχόντων να καλύψουν τις ανάγκες ενός τέτοιου πανευρωπαϊκού διαγωνισμού, το πιο αποτελεσματικό θα ήταν να τοποθετηθεί το σήμα της Πολιτιστικής στα εισιτήρια του διαγωνισμού αυτού. Τέλος, θα μπορούσαν να ενημερώνουν οι εθελοντές τους ξένους ανταποκριτές καναλιών και τους τουρίστες για την μεγάλη γιορτή που πραγματοποίησαν και που θα συνεχίσει να υφίσταται στην Πάτρα, τι εκδηλώσεις θα μπορούσαν να παρακολουθήσουν, πως θα μετέβαιναν και τι να έκαναν στην Πάτρα.

Κάθε χρόνο στην πόλη των Πατρών, στο Παμπελοποννησιακό στάδιο πραγματοποιούνται αγώνες κλασσικού αθλητισμού. Οι αγώνες αυτοί προσεγγίζουν αθλητές, όχι μόνο από την Ελλάδα αλλά και από άλλες χώρες. Επίσης, πραγματοποιούνται αγώνες, διεθνούς ενδιαφέροντος, πετοσφαίρισης και ενόργανης γυμναστικής στο στάδιο "Τόφαλος". Εκμεταλλευόμενη αυτών των διοργανώσεων και ύστερα από συμφωνία με τους αρμόδιους, θα μπορούσε να είχε προβληθεί προς τα έξω, προσεγγίζοντας τα άτομα τα οποία ασχολούνται με τον αθλητισμό.

Εταιρείες κινητής τηλεφωνίας, εφόσον γίνουν χορηγοί της πρωτοβουλίας αυτής, θα μπορούσαν να διαφημίσουν την Πόλη και τον Θεσμό μέσω μηνυμάτων στους συνδρομητές τους σε όλη την Ευρώπη. Όπως για παράδειγμα, η Vodafone η οποία συνεργάζεται με άλλα δίκτυα στο εξωτερικό ή και με τα ήδη υπάρχοντα δικά της, θα μπορούσε να αποστέλλει διαφημιστικά μηνύματα κειμένου, εικόνας ή και ήχου ακόμα.

Η αποστολή διαφημιστικών μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) σε όλους τους κατόχους διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στην Ελλάδα, με απώτερο σκοπό να γνωστοποιηθεί με αυτόν τον τρόπο ότι η Πάτρα το 2006

είναι η διοργανώτρια πόλη του θεσμού. Επιπλέον, θα μπορούσε να ενημερώνει τον κόσμο για το καλλιτεχνικό πρόγραμμα εκδηλώσεων, τον εθελοντισμό, τις “προσφορές”, ευκαιρίες έχει ο κάθε δυνητικός επισκέπτης, όπως με το πρόγραμμα « Έλα Ξανά », που σκεφτόντουσαν οι αρμόδιοι φορείς να πραγματοποιήσουν. Τέλος, θα υπήρχε δυνατότητα να μεταβαίνει κανείς στην ιστοσελίδα του «Πάτρα 2006» και να ενημερώνεται περισσότερο για τον θεσμό αυτόν στην Πάτρα.

Τα έντυπα ηλεκτρονικής μορφής (cd) θα βοηθούσαν και αυτά με την σειρά τους ώστε η Πάτρα να γίνει η πόλη – προορισμός για το 2006. Θα έπρεπε κατ’ αρχήν τα cd αυτά να διανέμονται δωρεάν στο ενδιαφερόμενο κοινό. Στα cd συνάμα, θα έπρεπε να ήταν έτσι διαμορφωμένα τα πολυμέσα, που θα χρησιμοποιούσαν, ώστε να τραβούσαν το ενδιαφέρον στους πλοηγούς του cd αυτού. Εν συνεχεία, θα έπρεπε να παρουσιάζεται η Πάτρα με όλες τις ομορφιές της, φυσικές και τεχνητές, οι γύρω περιοχές και όλες οι εκδηλώσεις που θα λάμβαναν χώρα καθ’ όλο το 2006.

Με την δημιουργία μίας άρτιας δομημένης και εύκολα προσπελάσιμης ιστοσελίδας στο παγκόσμιο διαδίκτυο (Internet), θα ήταν εφικτή η προσβασιμότητα από πολλούς χρήστες Η/Υ, οι οποίοι ανά πάσα ώρα και στιγμή και σχεδόν δωρεάν θα μπορούσαν να πλοηγηθούν στα άδυτα των πληροφοριών και εικόνων της συγκεκριμένης ιστοσελίδας του θεσμού αυτού.

Η ιστοσελίδα αυτή θα έπρεπε να έχει ένα ευρύ πλήθος πληροφοριών σχετικά με τον θεσμό, τις διάφορες δραστηριότητες και εκδηλώσεις, τον εθελοντισμό, την πόλη των Πατρών και την ευρύτερη περιοχή, πως μπορούσε κάποιος να την επισκεφθεί, τι θα έβλεπε, που θα έμενε και γενικά ένας πληρέστατος ηλεκτρονικός τουριστικός οδηγός. Αυτό θα ωφελούσε την πόλη αλλά και την ίδια την πρωτοβουλία καθώς το αποτέλεσμα θα ήταν η προσέλκυση κοινού στην Πάτρα καθ’ όλη την διάρκεια του 2006, που η Πάτρα είναι η διοργανώτρια πόλη της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης.

Τα χαρακτηριστικά που έπρεπε να είχε μια τέτοια ιστοσελίδα θα έπρεπε να ήσαν τα εξής:

- Αρχικά έπρεπε να προσδιοριστεί το είδος του web site και ο πληθυσμός στον οποίο απευθύνεται. Υπάρχουν διάφορες κατηγορίες web sites αλλά στην προκειμένη περίπτωση της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης «Πάτρα 2006» θα ήταν μία ιστοσελίδα πληροφοριών όπου έπρεπε να περιέχει πληροφορίες για διάφορα θέματα που δεν απαιτούν συχνή ανανέωση. Δηλαδή, γενικά για τον θεσμό, τους συντελεστές και Διευθυντές διοργάνωσης του προγράμματος του «Πάτρα 2006», το καλλιτεχνικό πρόγραμμα, στοιχεία για χορηγίες και εθελοντισμό, ειδικές σελίδες που να έλκυαν το ενδιαφέρον των επισκεπτών της ιστοσελίδας με απώτερο σκοπό να τραβήξει το ενδιαφέρον τους και τελικό στόχο να ερχόντουσαν να επισκεφτούν την πόλη των Πατρών κατά την διάρκεια του 2006.
- Σχετικά με τον πληθυσμό στον οποίο θα απευθυνόταν το web site, θα έπρεπε να προσδιοριστούν δημογραφικές πληροφορίες, δηλαδή στοιχεία που αφορούν ηλικία, φύλο, καταγωγή-εθνικότητα, κοινωνικό προφίλ, αλλά και γνώσεις χρήσης Η/Υ και των υπηρεσιών του διαδικτύου. Ο σχεδιασμός του web site θα ήταν τέτοιος που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του πληθυσμού-στόχου του site. Εδώ το καταναλωτικό κοινό-στόχος αποτελείται από ανθρώπους ηλικίας 18 έως 65 χρονών και απευθύνεται στους τουρίστες όλων των ειδών τουρισμού πρωτίστως δε στους τουρίστες με πολιτιστικά ενδιαφέροντα και όχι μόνο.
- Στην σχεδίαση του web site, πρέπει να δίνουμε έμφαση στην λειτουργικότητα παρά στην αισθητική. Μία σελίδα με εικόνες υψηλής ανάλυσης, ήχο και βίντεο μπορεί να ήταν πολύ όμορφη αισθητικά, αλλά τα στοιχεία αυτά προσθέτουν μεγάλο «βάρος» στην σελίδα και καθιστούν την μεταφορά της στους χρήστες ιδιαίτερα χρονοβόρα. Επίσης, τα στοιχεία που προσθέτουν υψηλή αισθητική σε ένα site αποσπούν την προσοχή των

επισκεπτών, με αποτέλεσμα το περιεχόμενο του site να αποκτά δευτερεύουσα σημασία.

➤ Τα στοιχεία που ενισχύουν την αλληλεπίδραση του επισκέπτη με το site καθιστούν την επικοινωνία ενεργητική και την περιήγηση στο site περισσότερο ελκυστική. Τέτοια στοιχεία είναι:

- ➔ Οι υπερσυνδέσεις (hyperlink), που δίνουν την αίσθηση της ελευθερίας στο χρήστη να επισκεφθεί τις ιστοσελίδες που τον ενδιαφέρουν. Όπως για παράδειγμα να δει για άλλες Πολιτιστικές Πρωτεύουσες, να δει την πόλη της Πάτρας από διαφορετικές οπτικές γωνίες, να γνωρίσει τον θεσμό της Πολιτιστικής.
- ➔ Οι φόρμες συμπλήρωσης στοιχείων, που καθιστούν τον επισκέπτη «μέλος» του site (με παροχές, προσφορές, αποστολή χρήσιμων πληροφοριών στο e-mail του, πρόσβαση σε προσιτατευμένες ιστοσελίδες, κλπ.).
- ➔ Οι on-line ψηφοφορίες, που βελτιώνουν την ενεργητική συμμετοχή των επισκεπτών. Οι απόψεις του για τον θεσμό, αν η Πάτρα θα κριθεί αντάξια και άλλες ερωτήσεις μέσω των οποίων θα μπορούν να εκμαιευτούν πληροφορίες και συμπεράσματα για τις απόψεις του κοινού-στόχου.
- ➔ Το βιβλίο επισκεπτών (guestbook), που δίνει την δυνατότητα στον επισκέπτη να εκφράσει την άποψή του για το web site ή για θέματα που σχετίζονται με το περιεχόμενο του web site, αλλά και να δει τις απόψεις των άλλων επισκεπτών.
- ➔ Τα forum συζητήσεων, που εμπλέκουν τους επισκέπτες σε διάλογο για διάφορα θέματα του web site ή της επικαιρότητας γενικότερα.
- ➔ Η παροχή πληροφοριών επικοινωνίας με τους υπεύθυνους του web site (e-mail, τηλέφωνο, διεύθυνση), ώστε να μπορούν οι επισκέπτες να απευθυνθούν σ' αυτούς για θέματα που τους απασχολούν.

- Να είναι δομημένος με τέτοιο τρόπο ο δικτυακός αυτός κόμβος (π.χ. Frames) ώστε ο κάθε χρήστης να μπορεί εύκολα να μεταβιβάζεται στον χώρο που του τραβάει περισσότερο το ενδιαφέρον. Δηλαδή, από πολλές σελίδες να μπορεί να επισκέπτεται την ίδια σελίδα. Ο κανόνας των «τριών κλικ» είναι ιδιαίτερα σημαντικός: ο επισκέπτης θα πρέπει με τρία κλικ το πολύ να μπορεί να βρει οποιαδήποτε πληροφορία του web site.
- Κρίσιμο στοιχείο σε ένα web site είναι και η αίσθηση του προσανατολισμού των επισκεπτών του, ώστε να εξερευνούν με ευκολία τις ιστοσελίδες του site. Τα στοιχεία που ενισχύουν την πλοήγηση του site είναι η παρουσίαση των υπερσυνδέσεων με ειδικό τρόπο (με μπλε χρώμα και υπογράμμιση) και τα εργαλεία πλοήγησης.
- Η παρουσίαση βασικών στοιχείων του web site με εικονίδια αντί για κείμενο καθιστά το site πιο φιλικό και ευανάγνωστο στους επισκέπτες. Χαρακτηριστικά παραδείγματα οπτικής γλώσσας (virtual language) αποτελούν τα ακόλουθα:
 - ➔ Η χρήση ενός εικονιδίου σπιτιού αντί για το κείμενο «Home» ή «Αρχική σελίδα» που υπάρχουν συνήθως σε όλους τους τύπους web sites.
 - ➔ Η χρήση ενός εικονιδίου γραμματοκιβωτίου αντί για το κείμενο «e-mail» σε περίπτωση χρήσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
 - ➔ Η χρήση ενός εικονιδίου καλαθιού αντί για το κείμενο «Καλάθι αγορών» σε ένα site ηλεκτρονικού εμπορίου.
 - ➔ Η χρήση εικονιδίων βελών αντί για κείμενο «εμπρός» ή «πίσω» σε περίπτωση σειριακής πλοήγησης των ιστοσελίδων.
- Οι εξελίξεις στην τεχνολογία των ηλεκτρονικών υπολογιστών είναι ραγδαίες και οι δυνατότητες των Η/Υ βελτιώνονται συνεχώς. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι όλοι οι επισκέπτες ενός web site διαθέτουν τέτοιους υπολογιστές, αντιθέτως μάλιστα η πλειοψηφία των χρηστών του Internet

βρίσκεται ένα βήμα πριν τις τελευταίες εξελίξεις, γεγονός που οφείλει να ληφθεί υπ' όψιν στην σχεδίαση του web site.

- Τα βασικότερα χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την ταχύτητα μεταφοράς των ιστοσελίδων στον επισκέπτη, την εμφάνιση των ιστοσελίδων και την αναγνωσιμότητά τους είναι, αντίστοιχα, η ταχύτητα σύνδεσης με το Internet, η ανάλυση της οθόνης και η διαθεσιμότητα λογισμικού. Έτσι, καθώς μεγάλο μέρος των επισκεπτών συνδέονται στο Internet μέσω modem (συνεπώς με περιορισμένη σχετικά ταχύτητα) και διαθέτουν οθόνη με χαμηλή ανάλυση, η σχεδίαση των ιστοσελίδων θα πρέπει να λαμβάνει υπ' όψιν αυτά τα χαρακτηριστικά. Επίσης, θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν ότι δεν διαθέτουν όλοι οι χρήστες του Internet ειδικό λογισμικό για την ανάγνωση των ιστοσελίδων.

Αν και υπάρχει ήδη ιστοσελίδα του θεσμού με διεύθυνση: <http://www.patras2006.gr>, δεν είναι όμως πλήρης και δεν περιέχει πολλές πληροφορίες σχετικές με την ανάληψη της πρωτοβουλίας αυτής. Επομένως, πρόπον είναι η ανανέωσή της με πιο πολλά στοιχεία και γενικά με όλα εκείνα τα στοιχεία που θα την κάνουν προσιτή και εύκολα κατανοητή από πολλούς χρήστες του Διαδικτύου (Internet).

Την στιγμή που η Πάτρα έπαιρνε την σκυτάλη από το Κόρκ της Ιρλανδίας, στα τέλη του 2005, μία ολοκληρωμένη ιστοσελίδα δεν είχε ακόμα δημοσιευθεί. Περιμέναμε, όπως και με τα έργα υποδομής, ανακατασκευής κτηρίων και άλλων πολλών τινών, έτσι και με την ηλεκτρονική προβολή του «Πάτρα 2006», μέσω της οποίας θα προβαλλόταν και θα είχε μόνο θετικά αποτελέσματα.

4.6 ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ

Όπως είναι φυσικό στις ανωτέρω ιδέες σημαντικό κομμάτι θα μπορούσαν να αναλάβουν οι εθελοντές, βοηθώντας στην αποπεράτωση του τελικού στόχου.

Ο εθελοντισμός είναι ένα πολύμορφο και δυναμικό σύστημα όπου η ατομική ολοκλήρωση συναντιέται με τη συλλογική ευημερία. Οι μορφές που παίρνει η εθελοντική προσφορά σήμερα διευρύνονται διαρκώς και εκτείνονται σε όλο το φάσμα της κοινωνικής ζωής από την παροχή υπηρεσιών φροντίδας ως τις οργανωμένες δράσεις για την προστασία του περιβάλλοντος, κι από τη δραστηριοποίηση ομάδων πολιτών για την πρόληψη ή την αντιμετώπιση φυσικών καταστροφών ως την παροχή εκπαίδευσης σε κοινωνικά αποκλεισμένα άτομα ή ομάδες.

Η εθελοντική δράση, από την άλλη πλευρά, αποτελεί η ίδια μια μαθησιακή εμπειρία, αναπτύσσοντας τις κοινωνικές, επικοινωνιακές και επαγγελματικές δεξιότητες του εθελοντή. Ο ίδιος ο εθελοντής δεν είναι μόνο πομπός αλλά και δέκτης των ωφελειών που απορρέουν από την εθελοντική του δράση.

Ο εθελοντισμός είναι η κινητήρια δύναμη και η ψυχή κάθε θεσμού που έχει ως στόχο την επιτυχία. Η συμμετοχή, το πάθος και ο ενθουσιασμός των εθελοντών μπορούν να κάνουν κάθε θεσμό ξεχωριστό. Αυτό αποδείχθηκε και με τους Ολυμπιακούς Αγώνες (Αθήνα 2004) όπου η συμβολή των εθελοντών έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην επιτυχία και στην ομαλή διεξαγωγή των Αγώνων.

Οι υπεύθυνοι του «Πάτρα 2006», πέρα από την ανακοίνωση κάποιων υποψηφίων εθελοντών, δεν είχαν ανακοινώσει κάποιο Πρόγραμμα Εθελοντισμού μέχρι τα μέσα του 2005. Σε αυτό το Πρόγραμμα Εθελοντισμού, ο στόχος της «Πάτρας 2006» θα έπρεπε να είναι η προσέλκυση εθελοντών από όλα τα κοινωνικά και πολιτιστικά στρώματα της πόλης και της Ευρώπης, η ανάδειξη ενός πολύτιμου ανθρώπινου δυναμικού με γνώσεις και εμπειρία, το

οποίο θα διέθετε ιδιαίτερη ευαισθησία για τα κοινά (πολιτιστικά ιδεώδη), και έτοιμο να συμβάλει στην προβολή τους, ενώ ταυτόχρονα να συντελέσει στην επιτυχία του Θεσμού.

Επιπλέον, θα έπρεπε να ξεκινήσει μια εκστρατεία ενημέρωσης η οποία θα περιελάμβανε συνεργασία με διάφορους φορείς, όπως με το Α.Τ.Ε.Ι. και το Πανεπιστήμιο, αθλητικά σωματεία, εθελοντικές οργανώσεις και τοπικούς οργανισμούς, καθώς και με παρουσιάσεις, ομιλίες και παρουσιάσεις στον Τύπο, τοπικό, εθνικό και ευρωπαϊκό.

Έπειτα, αφού θα έθεταν όρια τα οποία θα θεωρούνταν απαραίτητα, όπως η ηλικία, γνώση αγγλικής γλώσσας, καθώς και οι τομείς απασχόλησης (τουρισμός, φιλοξενία, πληροφορική, περιβάλλον, επικοινωνία, γλωσσικές υπηρεσίες, ασφάλεια εγκαταστάσεων, υπηρεσίες θεατών) θα έπρεπε να ορίσουν και κάποιο χρονικό περιθώριο για την συμπλήρωση των αιτήσεων. Αφού θα έχουν συλλέξει όλες τις αιτήσεις θα άρχιζε η διαδικασία επιλογής.

Η διαδικασία επιλογής και τοποθέτησης των εθελοντών σε κατάλληλες θέσεις θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί μέσω προσωπικών συνεντεύξεων από εξειδικευμένο προσωπικό, το οποίο θα ενημέρωνε τους εθελοντές για το περιεχόμενο της εθελοντικής απασχόλησης και τις ανάγκες της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης. Θα ακολουθούσε η προσφορά θέσης εθελοντικής απασχόλησης από τον «Πάτρα 2006», στην οποία θα περιγραφόταν ο τομέας και οι ημερομηνίες απασχόλησης και την οποία ο κάθε υποψήφιος θα καλούταν να αποδεχθεί.

Οι συνεντεύξεις Επιλογής στόχευαν στην κάλυψη αναγκών των Πολιτιστικών Εκδηλώσεων - Διοργανώσεων.

Επίσης, θα ήταν καλό να δημιουργηθεί πρόγραμμα Εκπαίδευσης, στόχος του οποίου θα ήταν να δοθούν τα κατάλληλα εφόδια στους εθελοντές, οι απαραίτητες δηλαδή γνώσεις για τη συμμετοχή τους στο Θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης. Η εκπαίδευση, όφειλε να περιλαμβάνει:

- ☞ Γενικές πληροφορίες σχετικά με τον Εθελοντισμό και το Θεσμό.
- ☞ Εξοικείωση με την εγκατάσταση στην οποία επρόκειτο να απασχοληθούν.
- ☞ Εξειδικευμένη εκπαίδευση για την παροχή γνώσεων που θα χρειαζόντουσαν για την επιτυχή διεκπεραίωση των συγκεκριμένων καθηκόντων τους.

4.7 ΧΟΡΗΓΙΕΣ

Η Πάτρα Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης για το 2006 όδευε δειλά, ενώ θα έπρεπε να το κάνει πιο τολμηρά και απαιτητικά. Η Πάτρα χρειαζόταν οργανισμούς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, από ιδιώτες και Δήμο, μικτής οικονομίας, που θα εντάσσονταν σε κοινοτικά προγράμματα και θα ενίσχυαν την προσπάθεια για την εγκαθίδρυση του θεσμού της χορηγίας.

Εδώ πρέπει να τονισθεί ο σημαντικός ρόλος των τοπικών χορηγών που πέρα από την οικονομική στήριξη, αγκαλιάζοντας την προσπάθεια, δίνουν τον τόνο στην τοπική αγορά και κοινωνία.

Σε τοπικό επίπεδο οι χορηγίες δεν φαίνονται να είναι ένας ιδιαίτερα αναγνωρισμένος και καθιερωμένος θεσμός. Η χορηγική δραστηριότητα στην Πάτρα είναι γενικά αρκετά περιορισμένη. Ο επιχειρηματικός κόσμος της πόλης αναλαμβάνει συνήθως την διεκπεραίωση εξόδων όπως τα έξοδα διαμονής κάποιων καλλιτεχνών κατά τη διενέργεια του Διεθνούς Φεστιβάλ της Πάτρας, τα έξοδα αφισών κάποιων πολιτιστικών εκδηλώσεων και άλλα τέτοιου τύπου έξοδα, και όχι την σταθερή και εξ' ολοκλήρου χρηματοδότηση κάποιων πολιτιστικών εκδηλώσεων ή εντύπων.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η ενεργοποίηση του ιδιωτικού τομέα θα απέφερε την βελτίωση του πολιτιστικού επιπέδου της Πάτρας, προκύπτει η ανάγκη να

γίνουν ενέργειες προς αυτήν την κατεύθυνση. Ίδιου οικονομικού ενδιαφέροντος είναι και οι χορηγίες που πραγματοποιούνται από πλευράς του Δήμου Πατρέων. Παρόλα αυτά, θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθώ στην Χορηγία του κυρίου Δημητριάδη, του Ομίλου Intracom, για την κατασκευή του διατηρητέου του Σκαγιοπουλείου, το οποίο εν όψει του 2006 θα χρησιμοποιούταν ως πολυχώρος εκθέσεων και συνεδρίων.

Ελπίζω, τέτοιες πρωτοβουλίες αλλά και ενός ευρύτερου φάσματος να έχουν πραγματοποιηθεί είτε από δημόσιους φορείς είτε από ιδιωτικούς εν όψει της ανάληψης της πρωτοβουλίας του θεσμού αυτού από τους φορείς της Πάτρας, της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης.

4.7.1 Περιβάλλον

1. Ελλάδα

Μετά την Ολυμπιακή εμπειρία, το τοπίο στον τομέα των χορηγιών βρίσκεται σε φάση επανατοποθέτησης. Οι Ολυμπιακοί χορηγοί ολοκλήρωσαν τους απολογισμούς τους και κατέγραψαν τον βαθμό ικανοποίησης των αρχικών στόχων τους.

Παρότι κάθε περίπτωση είναι διαφορετική, γενικό συμπέρασμα είναι ότι η αρχική υπερεκτίμηση, έδωσε τη θέση της σε ανάμικτα συναισθήματα.

Πράγματι πολλοί οικονομικοί στόχοι δεν επιτεύχθηκαν, πολλές παράλληλες ενέργειες δεν καρποφόρησαν, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις δεν υπήρχε εξ αρχής σαφής γνώση του τι ζητά η εταιρία από τη χορηγία της.

Ακόμα όμως και στις περιπτώσεις σημαντικής υστέρησης, ο βαθμός ηθικής ικανοποίησης, η συνολική εταιρική αναβάθμιση και βελτίωση θέσης του χορηγού, είναι σημαντικά.

Καθώς την ψυχολογία και συμπεριφορά των Ολυμπιακών χορηγών ακολουθούν και οι άλλοι παράγοντες της αγοράς, η τάση που επικρατεί είναι

αυτή των επιφυλακτικών κινήσεων μετά από προσεκτική μελέτη και επιλογή προτάσεων με αδιαμφισβήτητα συγκριτικά πλεονεκτήματα, που θα οδηγήσουν σε απτά και μετρήσιμα αποτελέσματα.

Το δε επίπεδο δαπάνης/επένδυσης, προσδιορίστηκε σαφώς χαμηλότερα, ακόμα και από προολυμπιακές χρονιές.

2. Τοπική αγορά

Για ένα πλήθος λόγων με μικρότερη ή μεγαλύτερη βαρύτητα, η περιοχή μας δεν έχει να επιδείξει μεγάλο ιστορικό χορηγικής δράσης.

Μικρή γκάμα προτεινομένων δράσεων, ελλιπής συγκρότησή τους, μη ολοκληρωμένο client service, αλλά και δυσπραγία και δυσθυμία στην αγορά.

Ενδεικτικό είναι ότι ακόμα και το μοναδικό Πανελλήνιο αναγνωρίσιμο «προϊόν» της περιοχής, το Καρναβάλι, μετά βίας καταγράφει κάθε χρόνο οριακές επιδόσεις.

Για το λόγο αυτό είναι πολύ κρίσιμη η εν εξελίξει προσπάθεια της ΔΕΠΑΠ, διότι σε συνδυασμό και σε συνεργασία με τον θεσμό της Πολιτιστικής μπορούν να οδηγήσουν ολόκληρη την περιοχή σε ανώτερα σημεία δράσης.

Ταυτόχρονα οι επαγγελματίες της περιοχής έχουν και τις δυνατότητες και την δεδηλωμένη επιθυμία να συμπράξουν στην προσπάθεια αυτή.

4.7.2 Φιλοσοφία

Οι χορηγοί αποτελούν την έμπρακτη απόδειξη ότι η κοινωνία συνολικά ενδιαφέρεται και αγκαλιάζει τον θεσμό. Είναι λάθος η εκτίμηση ότι περιορίζεται το ενδιαφέρον στον χώρο της αγοράς. Αν οι εταιρίες δεν τεκμηριώσουν τους ισχυρισμούς των αρμοδίων¹³, του φορέα «Πάτρα-Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2006», για το ενδιαφέρον των πολιτών και της κοινωνίας, απλώς απέχουν.

Πρέπει λοιπόν οι προτάσεις αυτές να εμπεριείχαν αυταπόδεικτα στοιχεία προσέγγισης της κοινωνίας και των πολιτών. Με το ίδιο σκεπτικό, ήταν κρίσιμο και χρήσιμο να θεωρήσει κανείς την διαβάθμιση των χορηγών με αντίστροφη όψη.

Ο μικρής δαπάνης τοπικός χορηγός έχει σημαντική, πολυεπίπεδη και κινητοποιητική δράση στη βάση της κοινωνίας. Το δικό του κόστος χρήματος είναι μεγάλο και ο λόγος δαπάνης προς απόδοση είναι σίγουρα δυσανάλογα μικρός, γι αυτό το αίσθημα ικανοποίησης που συνοδεύει την επιλογή του, οφείλει να είναι μεγάλο.

Οι εθνικοί χορηγοί προσφέρουν πόρους και κύρος, αλλά και σημαντική μεταφορά τεχνογνωσίας, που στην παρούσα φάση είναι απαραίτητα για την περιοχή.

Τέλος, μια πολυπληθής, πετυχημένη εμπλοκή χορηγών στην περιοχή, θα άνοιγε τον δρόμο για διαφορετική αξιολόγηση της περιοχής στο μέλλον.

¹³ Υπεύθυνος για τις χορηγίες είναι ο Διευθυντής Marketing, Χορηγιών & Εμπορικών Σημάτων του "Πάτρα 2006", κος Τουλιάτος

4.7.3 Επιλογές

Με άξονα τα ανωτέρω παρουσιάστηκαν δύο διαφορετικές επιλογές για την υλοποίηση των στόχων του αρμόδιου φορέα. Η μία ήταν η συνήθης οδός της προσέλκυσης χορηγών διαφόρων βαθμίδων και μορφών, με γενικότερη ή πιο ειδική στόχευση. Η άλλη ήταν η δημιουργία πολλών ευκαιριών χορηγικής επένδυσης με ελεγχόμενες και ευνοϊκές συνθήκες.

Και οι δύο επιλογές θα είχαν συγκριτικά πλεονεκτήματα τόσα και τέτοια που κάνουν αδύνατη την επιλογή της μιας και τον αποκλεισμό της άλλης. Γιατί ενώ η δημιουργία πολλών ευέλικτων δυνατοτήτων χορηγίας, θα ήταν πιο αποτελεσματική για τον θεσμό μας, δεν μπορεί εν τούτοις να μην διεκδικηθεί η συμμετοχή εταιριών με ευρύτερο ενδιαφέρον και στόχευση.

4.7.4 Ειδικό μοντέλο διεθνούς συνεργασίας

Για την υλοποίηση του προγράμματος Όλη η Ευρώπη, μια πόλη, θα δημιουργούταν και θα προωθούνταν ειδικό τριμερές μοντέλο διεθνούς συνεργασίας. Βασική του αρχή ήταν η ισότητα στην συμμετοχή των μερών, ώστε να αποδειχθεί και έμπρακτα το ενδιαφέρον τους.

Η πόλη και ο θεσμός επενδύει το 1/3 του κόστους, η διεθνής κρατική συμμετοχή το 1/3 και οι ιδιώτες το υπόλοιπο 1/3. Με τον τρόπο αυτό θα επιμεριζόταν το κόστος στους ωφελούμενους και θα πολλαπλασιαζόταν το όφελος για τους κατοίκους της περιοχής.

Με δεδομένο ότι η δαπάνη για ένα τυπικό κύμα υπολογιζόταν να είναι 300.000 ευρώ, η εταιρία θα δαπανούσε 100.000 ευρώ για την οργάνωση, τεχνική και επικοινωνιακή στήριξη, κινητοποίηση του τοπικού στοιχείου και logistics, ενώ οι άλλοι δύο εταίροι θα επιμεριζόταν το κόστος των 200.00 ευρώ. Τμήμα αυτού του ποσού μπορεί να ήταν υπό την μορφή υπηρεσιών ή εξοπλισμού ή εγκαταστάσεων, προγράμματος κλπ.

Για την υλοποίηση του μοντέλου αυτού απαιτούνταν η υπογραφή πρωτοκόλλου συνεργασίας μεταξύ των επιμέρους εταιρών.

4.7.5 Βασικές Χορηγικές κατηγορίες

1. Εθνικοί Χορηγοί

Εταιρίες, οργανισμοί, φορείς ή μεμονωμένα πρόσωπα που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα ή/και την Ευρωπαϊκή Ένωση αποκτούν το δικαίωμα χρήσης του όρου Εθνικός Χορηγός στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

Εάν κάποια εταιρεία αναλάμβανε να παίξει τον ρόλο του Χορηγού τότε θα αποκτούσε το δικαίωμα πραγματοποίησης προωθητικών ενεργειών, προγραμμάτων και εκδηλώσεων με έξοδα τους και κατόπιν εγκρίσεως της “Πάτρα- Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2006”.

Θα προβαλλόταν μέσω συγκεκριμένων τρόπων τόσο στους χώρους (εγκαταστάσεις, σημάνσεις), στα έντυπα και λοιπά υλικά (προγράμματα, ενημερωτικά έντυπα, newsletter, το website), όσο και μέσω της επικοινωνίας του θεσμού (μηνύματα, καταχωρήσεις, ψηφιακά, ειδικές εκδηλώσεις).

Θα είχε V.I.P. μεταχείριση σε όλες τις εκδηλώσεις της “Πάτρα - Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2006” είτε πολιτιστικές είτε κοινωνικές.

Τμήμα της χορηγίας που δεν θα υπέρβαινε σε καμιά περίπτωση το 50%, μπορούσε να καταβληθεί υπό μορφή υπηρεσιών ή προϊόντων ή τεχνογνωσίας.

2. Μεγάλοι Εθνικοί Χορηγοί

Πέραν του ανωτέρω πλαισίου συνεργασίας και παροχών, θα δημιουργούταν και η κατηγορία Μεγάλοι Εθνικοί Χορηγοί. Σε αυτήν θα εντασσόταν εταιρία ή εταιρίες του ευρύτερου δημοσίου τομέα, τράπεζες, οργανισμοί κλπ. μετά από κεντρική συμφωνία.

Πέραν του δικαιώματος χρήσης του τίτλου Μεγάλου Εθνικού Χορηγού θα είχαν προβάδισμα αναφοράς σε όλο το επικοινωνιακό υλικό, μεγαλύτερους χώρους σημάνσεων, επέκταση του δικαιώματος συμμετοχής στις εκδηλώσεις, καθώς και της αξιοποίησης από κοινού με τη διεύθυνση marketing ευκαιριών και δυνατοτήτων του θεσμού.

3. Προμηθευτές Χορηγοί

Κατηγορία που θα αναδείκνυε την εταιρία, φορέα, πρόσωπο που θα προσέφερε σε προϊόντα, τεχνογνωσία ή υπηρεσίες του αντικειμένου του το ποσό.

Οι συγκεκριμένοι χορηγοί θα είχαν ανάλογα δικαιώματα με τους Εθνικούς Χορηγούς με τη σαφή διαφοροποίηση ότι είναι χορηγός συγκεκριμένης υπηρεσίας.

4. Χορηγοί ειδικών θεματικών ενοτήτων και δράσεων

Εταιρίες ή μεμονωμένα πρόσωπα που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα ή/και την Ευρωπαϊκή Ένωση θα αποκτούσαν το δικαίωμα χρήσης του όρου Χορηγός στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

Θα συνέπρατταν με την εταιρία, επί τη ευκαιρία και με αφορμή, ειδικές ενότητες, δράσεις και αφιερώματα. Σε αυτά τα αφιερώματα αποκτούν χορηγικό προβάδισμα έναντι όλων των άλλων χορηγών του θεσμού, οι οποίοι πάντως θα

αναφέρονταν συνοπτικά, τόσο στο υλικό επικοινωνίας, όσο και στους χώρους εκδηλώσεων. Ο τρόπος συνεργασίας μαζί τους ποικίλει κατά περίπτωση, και μπορεί να κυμαίνονταν από την απλή καταβολή χρημάτων έως και την ολοσχερή παροχή υπηρεσιών ή τεχνογνωσίας ή προγράμματος.

Θα είχαν την δυνατότητα σήμανσης στους επίσημους χώρους εκδηλώσεων (εγκαταστάσεις), στο επίσημο υλικό προβολής του θεσμού (ενημερωτικά έντυπα) καθώς και διαθέσιμο χώρο στο website και το newsletter. Τους δίνεται, τέλος, η δυνατότητα προβολής τους με ψηφιακά banners στην πόλη.

Θα αποκτούσαν το δικαίωμα διενέργειας παράλληλων εκδηλώσεων ή πολιτιστικών δράσεων κατόπιν εγκρίσεως της “Πάτρα- Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2006”.

Η “Πάτρα – Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2006” θα τους παρείχε V.I.P. προσκλήσεις για τις επίσημες τελετές και τις κεντρικές εκδηλώσεις της.

5. Τοπικοί Υποστηρικτές

Εκατό (100) τοπικές επιχειρήσεις, φορείς, επαγγελματίες θα αποκτούσαν το δικαίωμα χρήσης του όρου Υποστηρικτής και τη δυνατότητα σημάνσεων στους χώρους τους.

Θα αναφέρονταν στο κεντρικό πρόγραμμα του θεσμού “Πάτρα – Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2006” και θα είχαν το ειδικό TOP 100 PASS που θα τους προσέφερε ελεύθερη πρόσβαση σε σημαντικό αριθμό εκδηλώσεων και events.

Θα τους παρέχονταν επίσης προσκλήσεις για τις επίσημες τελετές και τις κεντρικές εκδηλώσεις του θεσμού.

4.7.6 Βήματα Υλοποίησης

- ◆ Δημιουργία υλικού παρουσίασης και χορηγικού κιτ (2/05)
- ◆ Παρουσιάσεις σε διαφορετικά ακροατήρια στην Ελλάδα και το εξωτερικό. (2-6/05)
- ◆ Συμμετοχή σε ανάλογες εκθέσεις/forum χορηγών στην Ελλάδα και το εξωτερικό. (2-6/05)
- ◆ Πραγματοποίηση στοχευόμενης επικοινωνίας σε εξειδικευμένα κοινά. (4-9/05)
- ◆ Επαναξιολόγηση στόχων (6/05)
- ◆ Προσαρμογή ενεργειών (6/05)
- ◆ Υλοποίηση συμφωνιών (12/05 έως 1/07)
- ◆ Καταγραφή βαθμού ικανοποίησης (6/05 έως 1/07)
- ◆ Τελικός απολογισμός και αξιοποίηση δυναμικής (2/07)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: «Η ΠΑΤΡΑ ΤΟ 2006»

Όπως είδαμε σε προηγούμενα κεφάλαια, οι αρμόδιοι φορείς και οι εργαζόμενοι στον Οργανισμό της Πολιτιστικής «Πάτρα 2006», ύστερα από μελέτη στοιχείων άλλων πολιτιστικών πρωτευουσών και από οργάνωση όσων αποφάσισαν να δημιουργήσουν εκ νέου ή να αναδημιουργήσουν, εκθέσανε τις απόψεις τους για διάφορα θέματα που καταλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα πεπραγμένων.

Ασχολήθηκαν, όπως είδαμε, με την μελέτη για ανακατασκευή των ήδη υπαρχουσών κτηρίων ή αιθουσών, καθώς και με την δημιουργία νέων ώστε να μπορούν να εξυπηρετήσουν τους σκοπούς της Πολιτιστικής, αλλά και να μείνουν κληρονομιά στην ίδια την πόλη και να τα εκμεταλλεύεται όσο δύναται και θέλει μακροχρόνια.

Επιπλέον, ως ένας Οργανισμός που έχει στόχους, μακροχρόνιους και βραχυχρόνιους, δεν μπορούσε να μην δημιουργήσει από την πρώτη κιόλας ημέρα της ίδρυσής του δύο Τμήματα, τα οποία σε κάθε επιχείρηση και σε κάθε οργανισμό παίζουν τον πρωταρχικό ρόλο.

Αυτά τα Τμήματα ή Διευθύνσεις δεν είναι άλλες από τις Δ/σεις Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ. Χωρίς αυτές τις δύο Δ/σεις μία επιχείρηση, είτε κερδοσκοπικού χαρακτήρα είτε μη, δεν θα μπορέσει να είναι αποδοτική, καθώς τα δύο αυτά Τμήματα είναι αυτά που μελετώντας προσεκτικά όλα τα στοιχεία του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος, συνάμα κάνοντας και ανάλυση SWOT ¹⁴, οδηγούνται στην δημιουργία και κατ' επέκταση στην εφαρμογή ενός Marketing plan. Ενός, δηλαδή, σχεδίου που τους κατευθύνει στο ποια βήματα και πώς και πού θα κάνουν την προώθηση του προϊόντος τους ή

¹⁴ Η ανάλυση SWOT περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία μίας επιχείρησης: ευκαιρίες, απειλές, δυνατά και αδύνατα σημεία. Είναι χρήσιμο και αυτό εργαλείο για μία επιχείρηση καθώς την βοηθάει να δει πού έχει πρόβλημα και πού υπερτερεί σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις του ίδιου περιβάλλοντος.

της υπηρεσίας τους, ώστε να επιτύχουν την προσέλκυση μεγάλου και ευρύ καταναλωτικού κοινού-στόχου. Το εργαλείο αυτό είναι πολύ χρήσιμο και είναι απαραίτητο σε κάθε σωστά οργανωμένη επιχείρηση.

Έτσι, του κανόνος αυτού δεν θα μπορούσε με τίποτα να εξαιρεθεί η περίπτωση της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης, του «Πάτρα 2006». Ένας τέτοιος οργανισμός, ο οποίος καλείται να βγάλει εις πέρας όχι μόνο εκδηλώσεις αλλά και υπηρεσίες προς το κοινό-στόχο, δεν θα μπορούσε να ορθοποδήσει και να προβεί στην επιτυχία των στόχων του χωρίς κάποιο συγκεκριμένο πρόγραμμα, χωρίς κάποιες συγκεκριμένες κατευθύνσεις.

Έτσι οι υπεύθυνοι των Τμημάτων αυτών, ασχολήθηκαν με το πως θα γίνει ευρέως γνωστό, όχι μόνο στην διοργανώτρια πόλη και την εκάστοτε χώρα αλλά σε όλη την Ευρώπη, διότι αναφερόμαστε στην Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης, και αυτό που μας αφορά είναι όλοι οι Ευρωπαίοι να γνωρίζουν ποια χώρα - πόλη διοργανώνει τον θεσμό, τι παραστάσεις πραγματοποιεί, πως μπορεί κάποιος να φθάσει εκεί.

Με πολλή προσοχή και μεράκι, στην αρχή, όλοι οι φορείς προχώρησαν στην δημιουργία και έπειτα στην σταδιακή εφαρμογή των στόχων του Οργανισμού. Το πρόγραμμα το οποίο προώθησαν εξ αρχής και εφάρμοσαν στην συνέχεια ήταν αυτό το οποίο αναλύθηκε σε προηγούμενα κεφάλαια.

Ας δούμε λοιπόν, από όσα είχαν προαναγγείλει και είχαν δεσμευτεί ότι θα εφαρμόσουν ή θα δημιουργήσουν, ποια έχουν κάνει, σε τι βαθμό και κάτω από ποιες συνθήκες, όπου αυτό θα είναι δυνατόν.

5.1. ΚΤΙΡΙΑ – ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Όσο αναφορά την πορεία των έργων, για τα οποία είχαν εξαγγείλει ότι θα κατασκεύαζαν εν όψει της Πολιτιστικής, παρατηρείται μία δυσαρμονία και μία τεράστια, θα έλεγε κανείς, απόσταση μεταξύ των όσων θα έφτιαχναν και των όσων εν τέλει πραγματοποίησαν.

Εν τούτοις παρατηρώντας κανείς τις εξαγγελίες των υπευθύνων του θεσμού στο Κεφ. 3, από την ποσότητα και μόνο των γραφομένων ότι είχαν στοχεύσει να αναδημιουργήσουν πολλούς χώρους, τελικά αρκέστηκαν μόνο σε μερικούς.

Από τις πρώτες επιλογές του «Πάτρα 2006» ήταν η αξιοποίηση της **Παλαιάς Χαρτοβιομηχανίας Λαδόπουλου**. Έτσι η μεγάλη έκθεση Da Vinci φιλοξενήθηκε σε ένα από τα ανακατασκευασμένα κτίρια της μεγαλύτερης χαρτοβιομηχανίας των Βαλκανίων που μετατράπηκε σε Εκθεσιακό Κέντρο. Επίσης στα κτίρια των παλαιών γραφείων της στεγάζονται τώρα τα γραφεία της «Πάτρας – Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης 2006». Αξίζει να επισημανθεί πως η χαρτοβιομηχανία Λαδόπουλου που ιδρύθηκε το 1928, με την επωνυμία Ε. Γ. Π. ήταν προσωποπαγής, για να εξελιχθεί το 1959 σε Α.Ε. και να καταστεί όχι μόνο μία από τις μεγαλύτερες χαρτοβιομηχανίες των Βαλκανίων, αλλά να αποτελέσει σπάνιο δείγμα παραγωγικής μονάδας με μηχανές που κάλυπταν την εξέλιξη της τεχνολογίας από το 1920 έως σήμερα. Την δεκαετία του 1980, με την αποβιομηχάνιση της πόλης, έκλεισε το συγκεκριμένο εργοστάσιο, γράφοντας τον επίλογο της βιομηχανικής Πάτρας κι αφήνοντας τα κτιριακά κελύφη της, που αποδεικνύουν με βάση την αρχιτεκτονική τους δομή, την εξέλιξη της χαρτοβιομηχανίας, αφού για κάθε νέα μηχανή παραγωγής κτιζόταν ένα κτίριο (1928-1930-1955-1959 κ.λπ.). Πέραν των Γραφείων διοίκησης του Οργανισμού που στεγάζονται στα ανακατασκευασμένα παλαιά γραφεία του βιομηχανίας, ένα τμήμα των παλαιών βιομηχανικών κελυφών έχει μετατραπεί διατηρώντας το ύφος του κελύφους σε έναν υπερσύγχρονο

εκθεσιακό χώρο που φιλοξενεί την εναρκτήρια έκθεση του «Πάτρα 2006» την έκθεση Λεονάρντο ντα Βίντσι.

Την τελευταία στιγμή στην κυριολεξία προέβησαν στην γρήγορη κατασκευή ενός κλειστού προκατασκευασμένου θεάτρου το οποίο οριοθετείται στον υπαίθριο χώρο της Χαρτοβιομηχανίας Λαδόπουλου και οι προδιαγραφές κατασκευής του ακολουθούν τη φιλοσοφία ανάδειξης του συγκεκριμένου βιομηχανικού συγκροτήματος το οποίο έχει χαρακτηριστεί διατηρητέο.

Καθοριστικό παράγοντα για το



ύφος και την αρχιτεκτονική γραμμή του έπαιξε η θέση του στο χώρο, ώστε η κατασκευή του να προσιδιάζει με την αρχιτεκτονική και την ατμόσφαιρα που αναδίδουν τα κτίρια της παλαιάς Χαρτοβιομηχανίας. Κατασκευασμένο σύμφωνα με τις τελευταίες επιταγές της τεχνολογίας το κλειστό προκατασκευασμένο θέατρο χωρητικότητας 900 θέσεων, έχει σκηνή 168 τ. μ. με 12 μέτρα βάθος και 14 μήκος, έχει 4 εισόδους και περιλαμβάνει φουαγιέ-κυλικείο.

Χαρακτηρισμένο ως έργο Τέχνης επειδή αποτελεί εξέχον δείγμα της βιομηχανικής αρχιτεκτονικής του Μεσοπολέμου κτισμένο σε ρυθμό εκλεκτικισμού με στοιχεία art deco, το **Μαραγκοπούλειο** που υψώνεται στην συμβολή των οδών Αγίου Ανδρέου και Βότση θα αποτελεί μετά την

αναπαλαίωση του και πάλι κόσμημα για την Πάτρα. Το όνομα του κτιρίου παραπέμπει κατευθείαν στην εποχή της βιομηχανικής Πάτρας όταν ανθούσε η μεγάλη βιομηχανία του Μαραγκόπουλου και κτίστηκε για να εξυπηρετεί τις ανάγκες του εργοστασίου, αφού η κατασκευή του πληρούσε τις προδιαγραφές λειτουργίας ενός εξαιρετικού Ευρωπαϊκών προτύπων εμπορικού καταστήματος που πουλούσε είδη της συγκεκριμένης βιομηχανίας. Σε αυτό το ανακαινισμένο κτήριο φιλοξενήθηκαν εκθέσεις κατά την διάρκεια του 2006 και μία συναυλία.

Το **Συνεδριακό και Πολιτιστικό Κέντρο του Πανεπιστημίου Πατρών** κτισμένο με τις τελευταίες προδιαγραφές λειτουργεί από το 1999 και περιλαμβάνει δύο μεγάλα αμφιθέατρα 1000 και 250 θέσεων και 10 παράλληλες αίθουσες χωρητικότητας από 50 έως 120 θέσεων. Με τις επεμβάσεις που έγιναν με χρήματα του ΥΠΠΟ για τις ανάγκες του «Πάτρα 2006», φιλοξένησαν συναυλίες με υψηλής απόδοσης ακουστικότητα. Το Συνεδριακό παραδόθηκε προς χρήση για τις εκδηλώσεις της Πολιτιστικής τον Φεβρουάριο του 2006.

Στενά συνδεδεμένο με την πνευματική ζωή της Πάτρας είναι το **Παλαιό Αρσάκειο**, που κτίστηκε το 1933 για να στεγάσει το περίφημο Παρθεναγωγείο που εκτός από Νηπιαγωγείο, Δημοτικό και Γυμνάσιο λειτουργούσε και Διδασκαλείο. Ιδιαίτερα επιβλητικό κτίριο της αρχιτεκτονικής του Μεσοπολέμου το Παλαιό Αρσάκειο, σχεδιάστηκε από τον σπουδαίο αρχιτέκτονα της εποχής Αναστάσιο Μεταξά, με όλες τις προδιαγραφές λειτουργίας ενός Εκπαιδευτηρίου απόλυτα άρτιου. Φημισμένο για την παιδεία που προσέφερε στο γυναικείο πληθυσμό της πόλης το τότε Παρθεναγωγείο Αρσάκειο, αποτέλεσε πόλο έλξης - ιδιαίτερα το Γυμνάσιο και το Διδασκαλείο - και για τις νέες από την ευρύτερη περιοχή, με αποτέλεσμα η Πάτρα να λειτουργήσει σαν μητρόπολη μόρφωσης για τις γυναίκες που η πλειονότητα τους τότε δεν φοιτούσε καν στο Γυμνάσιο. Αξίζει να επισημανθεί για να καταδειχθεί ο δείκτης προόδου της Πάτρας του 19ου αιώνα, πως το Αρσάκειο λειτουργούσε πριν αποκτήσει ιδιόκτητο κτίριο από το 1892, σε χώρο εκμισθωμένο, την οικία Νιανιάρα στην οδό Ρήγα

Φεραίου, εκεί που στεγάζεται σήμερα το Εμπορικό Επιμελητήριο. Σημαντικές οι επεμβάσεις που πραγματοποιήθηκαν στο Παλαιό Αρσακείο εν όψει της



Πολιτιστικής, στο οποίο η αίθουσα θεάτρου και τα γυμναστήρια έχουν μετατραπεί σε χώρους για πολλαπλές πολιτιστικές χρήσεις και οι αίθουσες διδασκαλίας μικρότερης χωρητικότητας έχουν μετατραπεί σε αίθουσες κατάλληλες για προβολές και εκθέσεις. Οι αίθουσες του Παλαιού Αρσακείου φιλοξένησαν εκθέσεις όχι μόνο εικαστικές αλλά και ιστορικές με σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα, όπως βιντεοπροβολές και ακουστικές ηχογραφήσεις παλαιών ιστορικών κυρίως συμβάντων.

Ένα εξαιρετικό δείγμα βιομηχανικής αρχιτεκτονικής που έχει χαρακτηριστεί διατηρητέο μνημείο, είναι οι **Σταφιδαποθήκες Μπάρρου** «αυτόπτης» μάρτυρας της ακμής της Πάτρας. Οι Σταφιδαποθήκες Μπάρρου συνδεδεμένες με την μνήμη της πόλης όταν βρισκόταν σε οικονομικο-πολιτιστική ακμή από το εμπόριο της σταφίδας. Η ιστορία της συσκευασίας και η εξαγωγής της με ευρωπαϊκές προδιαγραφές αρχίζει τον Μάιο του 1936 όταν η οικογένεια Μπάρρου νοικιάζει το χώρο και τον μετατρέπει σε ένα πραγματικό «εργοτάξιο», προσφέροντας δουλειά σε πολλούς Πατρινούς. Το 1986 είναι η

χρονιά του τέλους για τις μεγάλες εξαγωγές σταφίδας με αποτέλεσμα το κτίριο να αλλάξει χρήση και να μετατραπεί με αρχιτεκτονικές επεμβάσεις σε πολυχώρο πολιτισμού. Με την ευκαιρία του «Πάτρα 2006» ο χώρος απέκτησε άλλη διάσταση καθώς σε αυτόν πραγματοποιήθηκαν εκθέσεις καθ' όλο το 2006.

Η επιλογή του **Παλαιού Πτωχοκομείου** έγινε για δύο λόγους: α) γιατί αποτελεί χαρακτηριστικό δείγμα νεοκλασικής αρχιτεκτονικής και β) γιατί δείχνει το πολιτισμικό υπόβαθρο της πόλης όσον αφορά την μέριμνα για την περίθαλψη των απόρων τον 19ο αιώνα. Συγκεκριμένα το Παλαιό Πτωχοκομείο κτίστηκε το 1870 την εποχή ανάπτυξης της Πάτρας μαζί με άλλα σημαντικά κτίρια αυτής της πόλης, όπως το Δημοτικό Θέατρο «Απόλλων» (δημιούργημα του Τσίλερ, αντίγραφο της Σκάλας του Μιλάνου), το Βρεφοκομείο, σχολεία, ναιό, το εργοστάσιο αερίοφωτος κ.α. Το συγκεκριμένο κτίσμα δηλωτικό της σημαντικής οικονομικοκοινωνικής δομής της Πάτρας εκείνη την περίοδο, κτίστηκε με έξοδα της υπάρχουσας τότε κοινότητας των αστών που χρηματοδότησε πολλά από τα κοινωφελή ιδρύματα της πόλης π.χ Μαραγκοπούλειο Ορφανοτροφείο Αρρένων, Τριάντειο Ορφανοτροφείο Θηλέων, το Θέατρο «Απόλλων» κ.α. Το σημαντικό για το επίπεδο πολιτισμού της Πάτρας του 19ου αιώνα είναι πως παρότι κατασκευάστηκε για την συγκεκριμένη χρήση η αρχιτεκτονική του δεν υπολείπεται σε τίποτα από τα μεγάλα ιδιόκτητα νεοκλασικά αρχοντικά της Πάτρας. Στο πλαίσιο των επεμβάσεων του Οργανισμού «Πάτρα2006», ο εσωτερικός χώρος του παλαιού «Πτωχοκομείου» έχει μετατραπεί σε αίθουσα πολλαπλών πολιτιστικών χρήσεων και καμαρινιών για τους καλλιτέχνες. Επίσης στο εξωτερικό κέλυφος του κτιρίου αποδόθηκε με χρωματικές επεμβάσεις η αρχική του όψη.

Το συγκεκριμένο κτίριο με αρχιτεκτονική ταυτότητα του Μεσοπολέμου αποτελεί την τελευταία προσθήκη της αλευροβιομηχανίας «**Μύλοι Αγίου Γεωργίου**» και αγοράστηκε το 1956 από την Εταιρεία της οικογένειας Μεσηνέζη για τις ανάγκες της ανθούσας τότε αλευροβιομηχανίας. Μετά την αγορά του, στο ύψος του 1ου ορόφου ενοποιήθηκε με εναέρια γέφυρα με το

παλαιό κτίριο που αγοράστηκε το 1936 από την οικογένεια Τριάντη και μετετράπησαν σε αλευρόμυλους. Η ιστορία της αλευροβιομηχανίας Μύλοι Αγίου Γεωργίου ξεκινά από το 1926 και αποδεικνύει την ποικιλία σε βιομηχανικές μονάδες που είχε η Πάτρα από το τέλος του 19ου αιώνα έως και το τέλος του 20ου που τεκμηριωμένα μαρτυρούν την οικονομικοκοινωνική και πολιτιστική της πορεία. Στο πλαίσιο των επεμβάσεων του «Πάτρα 2006» ο τελευταίος όροφος των παλαιών Μύλων έχει μετατραπεί σε αξιόλογο εκθεσιακό χώρο με όλες τις απαραίτητες σύγχρονες υποδομές.

Το θέατρο Απόλλων είχε μπει στο πρόγραμμα της αναμόρφωσης και επισκευής μερικών χαλασμένων χώρων αλλά λόγω ελλιπούς χρηματοδότησης και λανθασμένης δαπάνης των ήδη απορροφημένων και εκταμιευμένων ποσών όχι μόνο την σκηνή δεν έφτιαξαν αλλά ούτε μία βίδα δεν πρόσθεσαν.

Παράλληλα, εκδηλώσεις έγιναν και σε αρκετούς ανοικτούς χώρους της πόλης, όπως πλατείες, Σκάλες κλπ. Οι εκδηλώσεις στις πλατείες και στους ανοικτούς χώρους της πόλης περιελάμβανε συναυλίες ή χορευτικά δρώμενα ενώ στις Σκάλες πραγματοποιήθηκαν εικαστικές εκθέσεις.

Οι υπόλοιποι χώροι στους οποίους είχαν προγραμματίσει να προβούν στην μερική ή ολική εν γένει συντήρησή τους παρέμειναν ανεκμετάλλετοι παρά τις όποιες κρίσεις δέχθηκαν από όλα τα ΜΜΕ αλλά και δημοτικούς και νομαρχιακούς φορείς. Παράδειγμα δυσανασχέτησης γύρω από τα πεπραγμένα της Πολιτιστικής αποτελεί το γεγονός της παραίτησης του Νομάρχη κου Κατσικόπουλου Δημήτριου, ο οποίος φοβούμενος πιο ακραίες συμπλοκές και διενέξεις παραιτήθηκε από την εκτελεστική επιτροπή.

5.2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΔΡΩΜΕΝΑ

Αυτός ο τομέας είναι σημαντικός διότι αποτελεί το κυριότερο πλαίσιο δημιουργίας των όσο ασχολούνται με την οργάνωση του θεσμού. Πάνω σε αυτό το πρόγραμμα των εκδηλώσεων δόθηκε ιδιαίτερο βάρος διότι το κυριότερο μέρος της Πολιτιστικής περιλαμβάνει τις παραστάσεις που επρόκειτο να λάβουν χώρα σε συγκεκριμένο χρόνο και τόπο.

Τα χρονοδιαγράμματα που είχαν δοθεί από τους υπεύθυνους σε γενικές γραμμές τηρήθηκαν με μικρές, μερικές φορές, τροποποιήσεις των περιεχομένων των εκδηλώσεων αλλά και των ήδη προγραμματισμένων παραστάσεων. Ας μην λησμονηθεί το γεγονός ότι στις αρχές του 2006, ενώ το πρόγραμμα ως επί των πλείστων ήταν έτοιμο τέλη του 2005, άλλαξε λίγο καθώς νέος Καλλιτεχνικός Διευθυντής ανέλαβε τα ηνία του Οργανισμού, αφού ο προϋπάρχων παραιτήθηκε στην αρχή της χρονιάς της οργάνωσης.



Πολλοί θεσμοί, όπως το διεθνούς φήμης **Πατρινό Καρναβάλι**, το **Διεθνές Φεστιβάλ Πάτρας**, το **Ελληνικό Θέατρο Σκιών** – ο Καραγκιόζης – είχαν την τιμητική τους αφού ιδιαίτερος φέτος ενισχύθηκαν από άποψη εκδηλώσεων, ποιοτικά και οικονομικά, αλλά και προέβησαν στην

συνδιοργάνωση παραστάσεων υπό την αιγίδα τόσο του οργανισμού της Πολιτιστικής όσο και των προαναφερθέντων θεσμών.

5.3 ΔΙΚΤΥΟ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Από το πλήθος των έργων που είχαν εξαγγείλει οι δημοτικοί και νομαρχιακοί φορείς μόνο μερικά έχουν πραγματοποιηθεί και αυτά διαφορετικά από ότι είχαν προμελετήσει.

Η Μικρή Περιμετρική Πάτρας, για παράδειγμα, ενώ θα είχε ετοιμαστεί, όπως είχε «προγραμματιστεί», κατά το ήμισυ μέχρι τα μέσα του 2006, ανακοινώθηκε μέσα στο 2006 ότι θα ολοκληρωθεί το 2007. για άλλη μια φορά παρατηρείτε η αδιαφορία των φορέων που προγραμματίζουν και τάζουν και μετά μεταβάλλουν τον χρόνο που θα είναι έτοιμο το έργο και ζητούν περισσότερα χρήματα κοκ.

Ακόμα, οι Παραγλαύκιες οδοί δεν έχουν ακόμα ολοκληρωθεί, καθώς έταζαν πως θα είναι έτοιμες το 2006, την χρονιά που η Πάτρα αναλαμβάνει τον θεσμό και χιλιάδες επισκέπτες θα εξυπηρετούνται με την κατασκευή των δρόμων αυτών.

Έπειτα, το νέο λιμάνι της Πάτρας θα ήταν έτοιμο αλλά λόγω διάφορων δικαιολογιών και συγκυριών δεν επιτεύχθηκε η πλήρης κατασκευή του. Ίσως για άλλη μια φορά να “φταίνε” εξωγενείς παράγοντες και όχι όσοι έχουν αναλάβει την κατασκευή του.

5.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Όσο αφορά τα οφέλη που προσδοκούσαν όχι μόνο οι φορείς για την πόλη αλλά και οι ίδιοι οι πολίτες της διοργανώτριας αυτής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας φαίνονται να είναι μάλλον μακροχρόνια παρά βραχυχρόνια. Ελάχιστα οφέλη είναι βραχυχρόνια, όπως για παράδειγμα η αύξηση αγορών από τους επισκέπτες της πόλεως και η προσέλκυση κοινού για παραστάσεις.

Αντιπαραβάλλοντας στα στοιχεία αυτά με πραγματικά δευτερογενή στοιχεία παρατηρείται ότι πολλοί Οργανισμοί κρατικοί και μη προσδοκούσαν πολύ μεγαλύτερα αποτελέσματα. Σε αυτό συνετέλεσε το γεγονός ότι η διαφημιστική εκστρατεία στην Ελλάδα δεν ήταν τόσο μεγάλη και ως συνέπεια είχε την μη προσέλκυση μεγάλου κοινού – στόχου.

Έτσι, τα οικονομικά αποτελέσματα της διοργάνωσης του θεσμού από την Πάτρα μάλλον είναι μακροχρόνια, καθώς πιστεύεται ότι, με την όποια διαφήμιση τελικά και αν πραγματοποιήθηκε, στο μέλλον θα υπάρξει μεγαλύτερη έλευση κοινού περαστικού και μη. Έτσι, τα οικονομικά των εταιρειών και των καταστημάτων θα αυξάνουν λίγο λίγο.

Ελπίζουμε η επίτευξη του στόχου αυτού έστω και μακροχρόνια να πραγματοποιηθεί καθώς έτσι, η οικονομία της πόλεως θα καλυτερεύσει την στιγμή που πάει συνεχώς από το κακό στο χειρότερο.

5.5 ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ «ΠΑΤΡΑ 2006»

Η πλήρης εφαρμογή των προγραμμάτων Marketing και Επικοινωνίας έχει ως συνέπεια την πλήρη επιτυχία της διοργάνωσης του θεσμού. Αυτό συμπεραίνει κανείς εάν ακολουθήσει πιστά, σωστά και χωρίς παρατυπίες ή διακλαδώσεις ένα πρόγραμμα το οποίο να μεν έχει φτιαχτεί με πολύ μεράκι και δουλειά εν τούτοις δεν γνωρίζει κανείς εάν θα πετύχει όλους τους στόχους της δημιουργίας του.

Το πρόγραμμα το οποίο σύνταξαν οι Δ/ντές Marketing και Επικοινωνίας ήταν ένα καταπληκτικό πρόγραμμα το οποίο εάν το έκαναν πράξη, έτσι όπως το είχαν στα χαρτιά και στα λόγια τους, τώρα η Πάτρα θα ήταν η πόλη η οποία θα συζητιόταν από όλους τους ευρωπαίους και θα προκαλούσε το ενδιαφέρον πολλών επισκεπτών, ελλήνων και μη. Έτσι, θα είχε να μετρήσει πολλά οφέλη και οικονομικά και κοινωνικά. Τα αίτια αυτής της πορείας μπορεί να είναι είτε οικονομικά, δηλαδή ο προϋπολογισμός και η τελική χρηματοδότηση από την κυβέρνηση δεν άντεχε να στηρίζει τόσα προγράμματα, είτε κοινωνική, οι ίδιοι οι φορείς δεν τα πραγματοποίησαν σωστά και έριχναν βάρος σε άλλα πράγματα.

Συγκεκριμένα, το πρόγραμμα προβολής «**Πάμε Πάτρα**», δεν εφαρμόστηκε έτσι, όπως είχε αρχικά σχεδιαστεί, αλλά περιορίστηκαν μόνο στο να υπάρχουν διαφημιστικές αφίσες εκδηλώσεων κυρίως σε άλλες πόλεις, και να διαφημίζουν τον θεσμό μέσα από το κρατικό κανάλι μία το πολύ τρεις φορές την εβδομάδα.

Το πρόγραμμα «**Στην Πάτρα**» δεν πραγματοποιήθηκε σχεδόν καθόλου διότι οι μόνες πληροφορίες που υπήρχαν ήταν για καμιά εκδήλωση και αυτή θα είχε μεγάλης και διεθνούς φήμης καλλιτέχνη, όπως με τον Eros Ramazzoti.

Το «**Έλα Ξανά**» όχι μόνο δεν εφαρμόστηκε στην πράξη αλλά ούτε καν κοινοποιήθηκε ή διαφημίστηκε ώστε οι επισκέπτες που ερχόντουσαν για αγορές να μπορούν να απολαύσουν την εκδήλωση που θα τους παραχωρούταν δωρεάν, τιμής ένεκεν για τις αγορές που πραγματοποίησαν στην πόλη των Πατρών.

Το «Κοίτα» δεν συζητήθηκε καθόλου, ούτε καν δημιουργήθηκε το παραμικρό από αυτά που περιείχε. Θα ήταν ένα ωραίο πρόγραμμα, διότι σε συνδυασμό με τα μαγαζιά θα απέφερε οικονομικά οφέλη στα καταστήματα αλλά και στην χαρμόσυνη γεύση της πόλης, αφού θα ήταν ένας πολύ ωραίος περίπατος στο εμπορικό και ιστορικό κέντρο της Πάτρας.

Όσο αναφορά το πολυσυζητημένο και ακριβοπληρωμένο πρόγραμμα «Όλη η Ευρώπη μία Πόλη», αναφέρω ότι οι ιδύνοντες του θεσμού περιορίστηκαν στην πραγματοποίηση κάποιων εκδηλώσεων μόνο σε ένα σημείο και όχι στις συνοικίες και τα προάστια των Πατρών, όπως είχε αρχικά εξαγγελθεί. Έτσι, στο Λυόμενο Θέατρο του Λαδόπουλου πραγματοποιήθηκε ένα δεκαήμερο σχεδόν πρόγραμμα παραστάσεων και συναφών εκδηλώσεων φιλοξενώντας διάφορα σύνολο, θεατρικά, μουσικά, εκθεσιακά, από διάφορες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ειδικό αφιέρωμα με πολλές παραστάσεις και εκθέσεις έλαβε χώρα για την αδελφοποιημένη πόλη με την Πάτρα, την Λεμεσό.

Ταυτόχρονα προβλήθηκε η πόλη των Πατρών αλλά και ο θεσμός της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας μέσω γραμματοσήμων των Ελληνικών Ταχυδρομείων (ΕΛΤΑ). Αυτή η συνεργασία με τα ΕΛΤΑ απέφερε άμεση διαφήμιση του θεσμού και της πόλης καθώς σε κάθε γωνιά της χώρας αλλά και στο εξωτερικό στέλνονται γράμματα με τα γραμματόσημα αυτά, τα οποία απεικονίζουν τον Ναό του Αγίου Ανδρέου, το Πατρινό Καρναβάλι, το σήμα κατατεθέν της πόλεως των Πατρών, τον Φάρο.

Ταυτόχρονα, επιτεύχθηκε σε κάποιο βαθμό, αλλά σημαντικό για τα δεδομένα της Ελλάδας και της Πάτρας, η διαφήμιση από τα **Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Επικοινωνίας (ΜΜΕ)** όχι μόνο στο εσωτερικό της χώρας αλλά και διεθνώς.

Παρακάτω εκτίθενται μερικές αναφορές που έγιναν στον ξένο Τύπο και Τηλεοπτικά Κανάλια, την στιγμή που όχι μόνο ο Τοπικός Τύπος, αλλά και ο περιφερειακός και ο εθνικός Τύπος γράφει αρνητικά σχόλια και επικρίσεις για την πορεία του «Πάτρα 2006».

Πολλές φορές οι εφημερίδες και τα περιοδικά επικροτούν την προσπάθεια της πόλης να φέρει επιτυχώς εις πέρας την πρωτοβουλία αυτή, ενώ άλλες φορές επικρίνουν όχι μόνο τα κακώς κείμενα πράγματα αλλά και τα καλώς κείμενα πράγματα τα οποία έγιναν, όπως μπορούσαν και επιτεύχθηκαν παρ' όλες τις δυσκολίες, εν τούτοις όμως πραγματοποιήθηκαν.

Ας δούμε τι εκθέσεις και σχόλια υπήρχαν μέχρι σήμερα στον ξένο Τύπο και Τηλεοπτικά κανάλια.¹⁵:

Η Ελλάδα και ο πολιτισμός πάνε μαζί όπως οι ελιές με το λάδι ... Είναι η απάντηση που δίνει η «Ουάσιγκτον Ποστ» στο ερώτημα, γιατί ένας ταξιδιώτης πρέπει να κάνει μια στάση στην Πάτρα την χρονιά που διανύουμε. Οι αναφορές, τα σχόλια και οι παρατηρήσεις των διεθνών ΜΜΕ, τα οποία προβάλλουν την Πάτρα με αφορμή τον ευρωπαϊκό θεσμό που φιλοξενεί φέτος και πρόκειται εντός δύο μηνών να ολοκληρώσει, δεν σταματούν. Τα σχόλια είναι άλλοτε θετικά και άλλοτε αρνητικά.

Δεν μπορεί να λησμονήσει κανείς τα επικριτικά σχόλια όχι μόνο των εθνικών αλλά και των διεθνών ΜΜΕ όπου έθεταν τα προβλήματα και τις αδυναμίες της πόλεως των Πατρών, αν και ήταν πραγματικότητα, και όχι τις εκδηλώσεις που θα πραγματοποιούνταν εν όψει της ανάληψης του Θεσμού αυτού.

Παρ' όλα αυτά, η συλλεκτική έκδοση της «Ουάσιγκτον Τάιμς» (το ρεπορτάζ υπογράφει ο Γουίλιαμ Νίκολσον) επισημαίνει ότι «μετά από το παγκόσμιο πάρτι των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, η τρίτη πληθυσμιακά πόλη της Ελλάδας, η Πάτρα δεν φαίνεται να το βάζει κάτω. Ο δημοσιογράφος κάνει εκτενή αναφορά στο Πατρινό Καρναβάλι, αλλά αναδεικνύει ότι «εκτός από την φήμη της στην διασκέδαση, φιλοδοξεί να καταστεί ένα δυναμικό

¹⁵ «Τι έγραψαν οι ξένες εφημερίδες για την Πάτρα και την Πολιτιστική», περιοδικό image, Οκτώβριος 2006, τεύχος 22, σελ. 64»

πολιτιστικό κέντρο», και απαριθμεί τις κυβερνητικές χρηματοδοτήσεις που προορίζονται για την Πάτρα.

Για τον «Ομπσέρβερ» και τον δημοσιογράφο Πολ Μάνσφιλντ η «πόλη του πάρτι δέχεται μια πολιτιστική ώθηση». Αναδεικνύει αθέατες πλευρές της Πάτρας, οι οποίες περνούν απαρατήρητες από τους πολίτες λόγω των γρήγορων ρυθμών της καθημερινότητας. Έξι παράγραφοι είναι αρκετοί για τον συντάκτη του ρεπορτάζ, ώστε να δώσει βασικές οδηγίες στους επισκέπτες για το πού θα μείνουν, πού θα φάνε, πού θα το ρίξουν έξω, τα γεγονότα της Πολιτιστικής, πού θα κάνουν τα ψώνια τους και πού θα εκδράμουν.

Η Πάτρα – Πολιτιστική Πρωτεύουσα περιλαμβάνεται στον κατάλογο του βρετανικού ημερολογίου «Ο κόσμος του 2006», ως ένα από τα σημαντικότερα γεγονότα της φετινής χρονιάς.

Η εφημερίδα «Σικάγο Τριμπλιούν» φιλοξενεί αυτούσιο το καλλιτεχνικό πρόγραμμα της Πολιτιστικής. Οι δημοσιογράφοι Τζ. Μπράουν και Μάργκαρετ Μπακενχάμερ αφιερώνουν στο θεσμό ένα τετράστηλο θέμα, στο οποίο επισημαίνουν ότι οι πολιτιστικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις του «2006» είναι ευκαιρία για την Πάτρα να εξακοντιστεί.

Κολακευτικά για τον θεσμό της Πολιτιστικής και την πόλη ήταν τα εκτενή ρεπορτάζ που δημοσιεύθηκαν στην εφημερίδα «Ποστ Γκαζέτ» με αφορμή την εμφάνιση της Συμφωνικής Ορχήστρας του Πίτσμπουργκ. Ο δημοσιογράφος Άντριου Ντράκενμπορτ περίγραψε τις εντυπώσεις των μουσικών της Ορχήστρας από την Πάτρα και περιοχές της Δυτικής Ελλάδας που επισκέφθηκαν κατά την διάρκεια της παραμονής τους. Εντυπωσιασμένοι δήλωσαν οι μουσικοί από την εμπειρία να δίνουν συναυλία σε ένα χώρο αρχαιολογικής αξίας όπως είναι το Αρχαίο Ωδείο, και στην μυσταγωγία που απέπνεε.

Ανάλογα ρεπορτάζ έχουν φιλοξενηθεί σε μεγάλες ευρωπαϊκές εφημερίδες όπως τη «Χέραλντ Τριμπλιούν», τη «Λούξεμβουργκ Βορτ», την «Αμπουργκερ Αμπεντμπλαφ», την «Ζεντόιτσε Τσάιτουνγκ» κ.ά.

Η Πολιτιστική εμπνέει και τηλεοπτικές εκπομπές που φιλοξενούν τουριστικά και πολιτιστικά θέματα. Συνεργείο του «ARTE ΤιΒι» επισκέφθηκε την Πάτρα στις αρχές του χρόνου, όπως είχαν συμφωνήσει με τον Οργανισμό της Πολιτιστικής, καθώς ένα μέσο προβολής της πόλης και του θεσμού που διοργανώνει ήταν η πρόσκληση δημοσιογράφων των ΜΜΕ από το εξωτερικό, ώστε γράφοντας κάποια σχόλια, θετικά πάντοτε, για την πόλη, θα οδηγούσε στην άφιξη ή στο πέρασμα πολλών επισκεπτών. Έτσι, επισκέφθηκε αρχαιολογικούς χώρους της πόλης και συνομίλησε με καλλιτέχνες που εκπροσωπούν το τοπικό πολιτιστικό δυναμικό. Με αφορμή τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας, έγινε μία αναφορά στον πολιτιστικό πλούτο της πόλης και της περιοχής.

Το «Τράβελ Τσάνελ», το διεθνές αυτό κανάλι, επισκέφθηκε την Πάτρα το Φεβρουάριο και τα μέλη του εντυπωσιάστηκαν από τους εορτασμούς της Τσικνοπέμπτης. Το αφιέρωμα για το Καρναβάλι της Πάτρας προβλήθηκε εκείνη την περίοδο στο δορυφορικό κανάλι, με την επισήμανση ότι η πόλη των Πατρών είναι Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης, ενώ τον Ιούλιο προβλήθηκε ακόμα μία εκπομπή με θέμα την Πάτρα σαν Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης. Η εκπομπή του Απριλίου προβλήθηκε «22 φορές» μέσα στον μήνα, ενώ αναφορά στην Πάτρα έχει και το διαφημιστικό σποτ του καναλιού.

Στην Πάτρα βρέθηκε και η γερμανική τηλεόραση ZDF (δεύτερο κρατικό κανάλι της Γερμανίας). Προετοίμασε και πρόβαλε ένα αφιέρωμα στους τηλεθεατές της. Οι φιλοξενίες αποστολών ξένων ΜΜΕ ήταν ένα από τα μέσα που χρησιμοποίησε ο Οργανισμός «Πάτρα Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2006» προκειμένου να προβάλλει τον θεσμό και την πόλη, καλύπτοντας το οικονομικό κενό που υπήρξε στον τομέα της επικοινωνίας.

Εν συνεχεία, για το εθελοντικό πρόγραμμα το μόνο που μπορεί να εκτεθεί είναι ότι μία σχετικά μεγάλη ομάδα διάφορων ηλικιών απαρτίζουν τους λεγόμενους Εθελοντές, οι οποίοι με μεράκι και αφιέρωση του ελεύθερού τους

χρόνου προσπάθησαν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε διάφορες θέσεις που ήταν απαραίτητο.

Η εκμετάλλευση των σημάτων μπορούσε να πει κανείς πως ήταν πλήρης, καθώς πολλά προϊόντα με το σήμα του Οργανισμού «Πάτρα 2006» βγήκαν προς πώληση αλλά και προσφέρθηκαν ως αναμνηστικά στους συντελεστές των εκδηλώσεων. Η επιτυχία σε αυτό τον τομέα, ίσως να οφείλεται στο γεγονός ότι έγινε ανάθεση της πρωτοβουλίας αυτής σε ιδιωτική εταιρεία, η οποία ασχολείται αποκλειστικά με την παραγωγή και εν συνεχεία με την προμήθεια τέτοιων ειδών που φέρουν το λογότυπο μίας εταιρείας ή ενός οργανισμού για διαφημιστικούς ή αναμνηστικούς, εν γένει, λόγους.

Τέλος, οι Χορηγοί που υπήρξαν ήσαν λίγοι σχετικά αλλά ο βαθμός στον οποίο βοήθησαν ήταν σημαντικός και πρωτότυπος για μία πόλη σαν την Πάτρα που δεν έχει συνηθίσει τέτοιου είδους δραστηριότητες και χορηγήσεις.

Έτσι, οι Μεγάλοι Χορηγοί της διοργάνωσης του θεσμού όλο τον χρόνο ήταν δύο: η Τράπεζα Πειραιώς και το συνδρομητικό



κανάλι Nova. Οι δύο αυτές μεγάλες εταιρείες με την χορηγία τους αυτή είχαν οφέλη καθώς το σήμα τους με την επωνυμία της εταιρείας τους ήταν ορατό από χιλιάδες ανθρώπους καθημερινά αφού είχε τοποθετηθεί σε αφίσες μεγάλες που διαφήμιζαν τον θεσμό αλλά και διάφορες παραστάσεις.

Χορηγός Επικοινωνίας της διοργάνωσης ήταν φυσικά η Κρατική Τηλεόραση και συγκεκριμένα το Κανάλι 1. Κατά την διάρκεια της χρονιάς 2006 υπήρχαν πολλά διαφημιστικά σποτ καθ' όλη την διάρκεια του καθημερινού προγράμματος της τηλεόρασης. Και αυτή η εταιρεία διαφημιζόταν μέσα από τις διάφορες εκδηλώσεις.



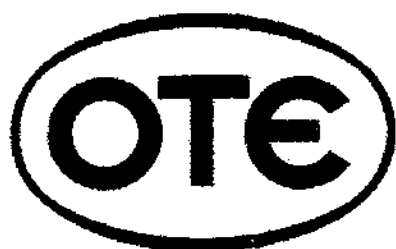
Επίσημος χορηγός του Προγράμματος Εθελοντισμού ήταν η ιδιωτική πατρινή επιχείρηση DUR, η οποία προέβη στην δημιουργία δύο στολών, μία χειμερινή και μία καλοκαιρινή, η οποία φοριόταν από τους εθελοντές κατά την διάρκεια της εθελοντικής τους δραστηριότητας, για να ξεχωρίζουν από τους υπόλοιπους. Παρόμοιες στολές είχαν φτιαχτεί και για τους εθελοντές των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 στην Αθήνα. Η διαφήμιση της εταιρείας ήταν μεγάλη καθώς και πάνω στον ειδικό αυτό ρουχισμό αναγραφόταν η επωνυμία της εταιρείας. Σε προηγούμενο κεφάλαιο έχω εκθέσει την ιδέα μου για το πώς μπορούσε μία τέτοια μεγάλη επιχείρηση να διαφημίσει τον θεσμό και συγκεκριμένα την πόλη.



Χορηγοί της συναυλίας του Eros Ramazzotti ήταν οι εταιρείες κινητής και σταθερής τηλεφωνίας Cosmote και ΟΤΕ αντίστοιχα. Οι δύο αυτές εταιρείες και οι δύο



επόμενες προέβησαν στην χορηγία αυτή, μόνο δηλαδή για την οργάνωση της εκδήλωσης, της συναυλίας του Eros Ramazzotti, καθώς όπως ήταν αναμενόμενο ένας διεθνούς φήμης Ιταλός τραγουδιστής θα προσέλκυε αρκετό κόσμο, όχι μόνο ντόπιο αλλά και από άλλες περιοχές της χώρας. Έτσι, θέλησαν να γίνουν χορηγοί σε αυτή την



συναυλία αλλά και να διαφημιστούν κατ' επέκταση μέσω αυτής. Οι άλλες δύο εταιρείες ήταν τα Ολυμπιακά Ακίνητα και η εταιρεία εμφιάλωσης και διανομής φυσικού μεταλλικού νερού και ανθρακούχου νερού, Αύρα.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: «ΑΛΛΕΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΕΣ»

Η γλώσσα, η λογοτεχνία, οι τέχνες του θεάματος, οι εικαστικές τέχνες, η αρχιτεκτονική, η χειροτεχνία, ο κινηματογράφος και οι ραδιοτηλεοπτικές εκπομπές αποτελούν μέρος της πολιτιστικής ποικιλίας της Ευρώπης. Αν ανήκουν σε μια συγκεκριμένη χώρα ή περιφέρεια, εκπροσωπούν μέρος κοινής πολιτιστικής κληρονομιάς της Ευρώπης.¹⁶

Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο ο θεσμός της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας ξεκίνησε το 1985 και συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Ο θεσμός στις διοργανώτριες πόλεις, χώρες είχε άλλοτε θετικές και άλλοτε αρνητικές επιδράσεις. Για παράδειγμα η Γλασκόβη (1990) θεωρήθηκε μια πετυχημένη διοργάνωση έχοντας πάρει μαζί της πολλά οφέλη, όχι μόνο βραχυχρόνια αλλά και μακροχρόνια. Ενώ αντίθετα η Θεσσαλονίκη (1997) και το Μπριζ του Βελγίου (2002) θεωρούνται από τις πόλεις που δεν ανταποκρίθηκαν στις προσδοκίες που είχαν θέσει εξ' αρχής.

Παρακάτω θα γίνει μία παρουσίαση μερικών Ευρωπαϊκών πόλεων που ανέλαβαν τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης. Θα εκθέσουμε τι κατάφερε και πώς κάθε πόλη να πετύχει μετά την διοργάνωση αυτή και μερικά σημεία θα τα αντιπαραβάλουμε με όσα στοιχεία του «Πάτρα 2006» υπάρχουν δημοσιευμένα.

¹⁶ Ευρωπαϊκή Ένωση, «Επισκόπηση των δραστηριοτήτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης – Πολιτισμός», Δεκέμβριος 2004, http://www.europa.eu.int/pol/cult/overview_el.htm

6.1 ΑΘΗΝΑ 1985: «Η ΠΡΩΤΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ»

Η ξεχασμένη σήμερα πρώτη Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης, η *Αθήνα του 1985* και η αγχώδης εμπειρία της Θεσσαλονίκης μας έχουν λίγο αποπροσανατολίσει ως προς τι ακριβώς σημαίνει για μια πόλη ο Θεσμός. Αν επιχειρήσουμε έναν σύντομο απολογισμό θα δούμε ότι δεν είναι τόσο ο ίδιος ο Θεσμός που αναπτύσσει μια σημαντική δυναμική όσο η επιθυμία των ίδιων των πόλεων να στηρίξουν πάνω του μια πραγματική αναγεννητική προσπάθεια.

Από την Αθήνα, με πρωτοπόρο την μεγάλη Ελληνίδα και οραματίστρια Μελίνα Μερκούρη, ξεκίνησε αυτός ο θεσμός πριν από εικοσιένα χρόνια και αγκάλιασε όλη την Ευρώπη και όλο τον κόσμο.

Πρώτη η Μελίνα συνέλαβε την μεγάλη ιδέα την οποία αμέσως έκανε πράξη. Να μετατρέψει δηλαδή την έννοια του πολιτισμού σε μία γιορτή διαρκείας, να την μετουσιώσει σε τόπο συνάντησης των πνευματικών ανθρώπων όλου του κόσμου και κυρίως να την αποκεντρώσει και με κέντρο τον άνθρωπο να την συνδέσει αρμονικά με όλες τις δραστηριότητες που εξελίσσονται σε έναν χώρο, όπως π.χ. οικονομικές και κοινωνικές.

Βασική ιδέα στο όραμα της Μελίνας υπήρξε η αποκέντρωση και η διάχυση του πολιτισμού σε κάθε γωνιά της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας.

Πάνω από όλα όμως, η Μελίνα ενέπνευσε την Αυτοδιοίκηση. Όμως δεν έμεινε εκεί βέβαια. Με πρόγραμμα, με σχέδιο και τα απαραίτητα οικονομικά μέσα, στήριξε κάθε προσπάθεια που αφορούσε τον πολιτισμό στην Αυτοδιοίκηση, την αναδείκνυε και την πρόβαλλε. Όλοι σχεδόν οι Δήμοι της Αττικής συμμετείχαν με τον έναν ή τον άλλον τρόπο στα δρώμενα της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας. Σε άλλους Δήμους δημιουργήθηκαν υποδομές που αξιοποιούνται μέχρι σήμερα. Χιλιάδες δε πολίτες από όλους τους Δήμους συμμετείχαν και έγιναν κοινωνοί απόψεων, ρευμάτων, ιδεών, σκέψεων.

Όταν η Αθήνα έγινε Πολιτιστική Πρωτεύουσα το 1985, η Μελίνα Μερκούρη, η εμπνεύστρια του θεσμού αυτού, η πρώτη πράξη που έκανε, ήταν να καλέσει τους Δήμους σε μία συνάντηση μαζί της και να τους πει ότι είναι αδιανόητο για αυτήν να είναι μόνο το κέντρο της Αθήνας Πολιτιστική Πρωτεύουσα.

Έτσι λοιπόν, περισσότεροι από πενήντα Δήμοι της Αττικής γύρω από την Αθήνα, συμμετείχαν στην Πολιτιστική Πρωτεύουσα το 1985 και έγιναν σαν ρολόι εκδηλώσεις στους διάφορους Δήμους. Δόθηκαν τεχνικές συμβουλές στους διάφορους ενδιαφερόμενους Δήμους, ώστε να υπάρχει μία ενιαία μορφή δημιουργίας και αυτό το οποίο θα έβγαινε προς τα έξω, προς τον κόσμο να είχε εντυπωσιακή απήχηση όχι μόνο σε όγκο αλλά και σε ποιότητα.. Επίσης, έλαβαν χώρα πάρα πολλές εκθέσεις και δημιουργήθηκαν νέες υποδομές για αυτές ή αναδημιουργήθηκαν και επισκευάστηκαν ήδη υπάρχουσες.

Το ευτυχές γεγονός ήταν ότι όλοι οι Δήμοι ανταποκρίθηκαν απόλυτα σε αυτά που είχαν συζητηθεί για να πραγματοποιηθούν.

Σε παραλληλισμό με το πρόγραμμα των υπευθύνων του Πάτρα 2006 παρατηρούμε μερικές ομοιότητες αλλά λίγο παραποιημένες. Για παράδειγμα, το γεγονός ότι οι περίξ Δήμοι της πόλεως των Αθηνών διοργάνωσαν εκδηλώσεις, έτσι ώστε η διοργάνωση του θεσμού να γίνει διάχυτη σε όλο το λεκανοπέδιο, μας παραπέμπει στην ιδέα των ιθυνόντων της Πολιτιστικής «Πάτρα 2006», όπου πολλές εκδηλώσεις θα λάβουν μέρος σε όλες σχεδόν τις συνοικίες περίξ του κέντρου ιστορικού τε και εμπορικού.

Λόγω της γεωγραφικής θέσης της Πάτρας είναι αδύνατον η συνεργασία με τους περίξ Δήμους του Νομού, καθώς οι αποστάσεις μεταξύ τους είναι μεγάλες και χρειάζεται μεταφορικό μέσον για να μπορέσει κάποιος να μεταβεί από το ένα σημείο στο άλλο. Για αυτό δεν μπορούμε να κατηγορήσουμε τους υπευθύνους του θεσμού αυτού ότι δεν εκμεταλλεύτηκαν τους ιστορικούς ως επί τω πλείστον Δήμους που περιβάλλουν την πόλη των Πατρών.

Παρ' όλα αυτά αρκέστηκαν στο να εφαρμόσουν ένα πρόγραμμα, το «Όλη η Ευρώπη μία Πόλη», σύμφωνα με το οποίο κάθε συνοικία θα μετατραπεί σε μία Ευρωπαϊκή χώρα για 10 ημέρες, θα έρθουν κάτοικοι και καλλιτέχνες των χωρών εκείνων και έτσι θα μπορούν να γνωριστούν καλύτερα μεταξύ τους. Το πρόγραμμα αυτό αναλύεται σε επόμενο κεφάλαιο.

Πέραν όμως των προσδοκιών των υπευθύνων, το πρόγραμμα αυτό δεν πραγματοποιήθηκε όπως ακριβώς είχε σχεδιαστεί και μελετηθεί να γίνει καθώς ο οικονομικός προϋπολογισμός για κάθε μία από αυτές τις διοργανώσεις ήταν μεγάλος και πολλές χώρες δεν αναλάμβαναν καμία οικονομική ευθύνη. Έτσι, αρκέστηκαν στην πραγματοποίηση ενός δεκαήμερου με μουσικά και χορευτικά συγκροτήματα από διάφορα κράτη της Ένωσης των 25.

6.2 ΓΛΑΣΚΟΒΗ 1990: «Η ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗ»

Στα 21 αυτά χρόνια, η περίπτωση της *Γλασκόβης 1990* θεωρείται η πιο χαρακτηριστική. Όλοι αναγνωρίζουν ότι η πάλαι ποτέ παρηκμασμένη βιομηχανική πόλη της Σκωτίας αξιοποίησε κατά τον καλύτερο τρόπο τη δυναμική του Θεσμού και σήμερα δρέπει τους καρπούς.

Οι αριθμοί λένε την αλήθεια: η Γλασκόβη είναι σήμερα ο τρίτος δημοφιλέστερος τουριστικός προορισμός στη Βρετανία. Στην Γλασκόβη η τουριστική κίνηση αυξήθηκε κατά 81% ενώ το 38% των επισκεπτών προερχόταν από το εξωτερικό. Σε σχετικές ερωτήσεις, σύμφωνα με τις απαντήσεις σε έρευνα που έγινε στους επισκέπτες της πόλης, το 74% απάντησε ότι θα ήθελε να επισκεφτεί ξανά την πόλη.

Σημαντικός αριθμός κατοίκων συμμετείχε στα διάφορα προγράμματα και δραστηριότητες, περίπου οκτώ στους δέκα κατοίκους. Ταυτόχρονα ο αριθμός των συνεδρίων διπλασιάστηκε σε μία δεκαετία, τα εισιτήρια στα θέατρα αυξήθηκαν κατά 40% και δημιουργήθηκαν περισσότερες από πέντε χιλιάδες

νέες θέσεις εργασίας. Αυτά είναι μερικά ενδεικτικά θετικά αποτελέσματα που είχε για την Γλασκόβη η ανάληψη της πρωτοβουλίας αυτής.

Όπως άλλωστε ανέφερε και ο Βρετανός πρέσβης Σάιμον Γκας (Πελοπόννησος 11/4/05) «Πιστεύω πως είναι μια πολύ μεγάλη ευκαιρία για την Πάτρα το ότι θα είναι η Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης. Αφενός θα είναι το επίκεντρο του πολιτιστικού ενδιαφέροντος για έναν ολόκληρο χρόνο και αφετέρου μπορεί να αποκτήσει σημαντικές πολιτιστικές και όχι μόνο υποδομές. Θεωρώ πάρα πολύ σημαντική την δυνατότητα αναπλάσεων κτιρίων ή περιοχών έτσι ώστε η όψη της πόλης να βελτιωθεί και να γίνει ιδιαίτερα ελκυστική. Παράλληλα η Πολιτιστική Πρωτεύουσα μπορεί να συμβάλει ώστε να αλλάξει το κλίμα στην πόλη σας. Και το λέω αυτό έχοντας στο μυαλό μου την Γλασκόβη, που από την εποχή που έγινε Πολιτιστική Πρωτεύουσα άλλαξε το προφίλ της.. Μέχρι τότε, λίγοι την ήξεραν, κυρίως σαν ένα μεγάλο λιμάνι, όπως και την Πάτρα. Μετά την Πολιτιστική κέντρισε το ενδιαφέρον των επισκεπτών και τώρα πια αποτελεί τουριστικό προορισμό. Επιπλέον, η Γλασκόβη είχε παρόμοια προβλήματα με την Πάτρα λόγω της αποβιομηχάνισης και των υψηλών ποσοστών ανεργίας. Σήμερα πολλά από εκείνα τα προβλήματα έχουν αντιμετωπιστεί.»

Βέβαια, δεν μπορούμε να συγκρίνουμε τα αποτελέσματα της Γλασκόβης με αυτά του Πάτρα 2006 γιατί όχι μόνο είναι νωρίς, καθώς ο θεσμός ακόμα δεν έχει αλλάξει χέρια, αλλά παρατηρώντας κανείς ήδη από τις πρώτες ημέρες την προέλευση κοινού στις εκδηλώσεις είτε αυτές ήταν επί πληρωμή είτε όχι, μπορεί να παρατηρήσει ότι η Πάτρα δεν πρόκειται να φθάσει τα ποσοστά της Γλασκόβης. Με μία μόνο εξαίρεση, αυτή της περιόδου του Καρναβαλιού όπου κάθε χρόνο όλο και περισσότεροι επισκέπτες και ιδίως νέοι σε ηλικία κατακλύζουν το κέντρο της πόλης, χορεύοντας, τραγουδώντας, γελώντας.

6.3 ΜΑΔΡΙΤΗ 1992, ΑΜΒΕΡΣΑ 1993, ΛΙΣΣΑΒΟΝΑ 1994: «ΟΙ ΠΡΩΤΟΤΥΠΕΣ»

Η *Μαδρίτη 1992* έφθασε τον ίδιο αριθμό επισκεπτών που είχε η EXPO-92 στη Σεβίλια, και περισσότερους από την Μπαρτσελόνα στους Ολυμπιακούς Αγώνες. Το ίδιο και η *Λισσαβόνα 1994* για την οποία στον ξένο Τύπο γράφτηκαν περισσότερα άρθρα από την εποχή της επανάστασης στην Πορτογαλία. Για την Γλασκόβη (1990) γράφτηκαν περίπου 10.000 άρθρα και για την Αμβέρσα (1993) 13.000, από τα οποία τα 3.480 στον ξένο Τύπο! Όπως καταλαβαίνετε πρόκειται για τεράστια διαφήμιση της οποίας τα οικονομικά οφέλη είναι δύσκολο να εκτιμηθούν!

Η *Αμβέρσα* (Βέλγιο), η οποία ανέλαβε τον θεσμό το 1993, γνώρισε μεγάλη οικονομική και πολιτισμική άνθηση ύστερα από αυτή την πρωτοβουλία. Η πόλη έγινε σημείο αναφοράς καθώς δεν είχε και αυτή πολλές υποδομές και παρ' όλα αυτά κατόρθωσε να κάνει εκδηλώσεις και σε συνεργασία με την Κίνα έκαναν έκθεση με κινέζικες ανασκαφές, γεγονός το οποίο πρώτη φορά στα χρονικά του θεσμού έλαβε χώρα μία τέτοια εκδήλωση σε Ευρωπαϊκό χώρο.

6.4 ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ 1995: «ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΩΝ»

Χώρες όπως η Γαλλία, η Ελλάδα, η Γερμανία ή το Ηνωμένο Βασίλειο, μπορούν εναλλακτικά να επιλέγουν μία από τις μεγάλες πόλεις τους ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα, το Λουξεμβούργο δεν έχει παρά την πρωτεύουσά του που φέρει το ίδιο όνομα όπως και η χώρα. Όμως με αρκετά χρόνια απόσταση μεταξύ τους, αυτές οι εκδηλώσεις είναι μία σημαντική εμπειρία, πολύτιμη εμπειρία όχι μόνο για το Λουξεμβούργο αλλά και για τους ευρωπαϊούς γείτονές

του. Το Λουξεμβούργο ήταν Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 1995 και εκλέχτηκε να ξαναγίνει το 2007. Αυτό το διάστημα 12 ετών, σύμφωνα με τους διοργανωτές του θεσμού, θα τους επιτρέψει να δουν την επίδραση που είχε ο θεσμός αυτός στην πόλη τους αλλά και σε ολόκληρη την χώρα.

Η ανάφλεξη έγινε το 1995 στο Λουξεμβούργο. Το Λουξεμβούργο είχε προτιμήσει αντί του τίτλου της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας, τον πιο φιλόδοξο στόχο, τον τίτλο: «Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα όλων των Πολιτισμών», με σκοπό να εμπλέξει όλους, τις πολιτικές Αρχές, τους οικονομικούς κύκλους, τους κατοίκους, τους πολιτιστικούς κύκλους, σε αυτή την προσπάθεια. Ένα άρθρο του 1995 έλεγε: «Να προσθέσουμε ένα πανόραμα της πολιτιστικής πραγματικότητας του Λουξεμβούργου, να δείξουμε τις πολλαπλές πτυχές ενός δημιουργικού έργου, ικανού να συγκεραστεί, να συμβάλλει στην συνάντηση των μεγάλων ευρωπαϊκών πολιτιστικών ρευμάτων, να επιτρέψουμε στους γείτονές μας να μας γνωρίσουν καλύτερα, να τους βοηθήσουμε να ανακαλύψουν την κληρονομιά μας και τον πολιτιστικό μας πλούτο».

Οι στόχοι του Λουξεμβούργου 1995 ξεπέρασαν εκείνους μίας απλής πολιτιστικής εκδήλωσης και συνεχίζω με αυτά που έγραφε η εφημερίδα LE MONDE: «Λίγα χρόνια μετά την καθιέρωση του θεσμού από την Μελίνα Μερκούρη, το Λουξεμβούργο είναι η πρώτη πόλη που διευρύνει την εκδήλωση σε μία ολόκληρη χώρα, για να μην πούμε σε μία ευρύτερη διασυνοριακή περιοχή. Είναι το μόνο κράτος και η μόνη πόλη στην οποία έχουν την έδρα τους ευρωπαϊκά θεσμικά Όργανα».

Με την ανάληψη του θεσμού αυτού από το Λουξεμβούργο οι ιθύνοντες επεδίωκαν να προβάλλουν τον πλούτο της χώρας τους, τα θετικά τους στοιχεία, τόσο για τους κατοίκους του Λουξεμβούργου, όσο για τους ξένους επισκέπτες. Έπρεπε στο εσωτερικό και στο εξωτερικό να πείσουν ότι μία κοινότητα δεν μπορεί να προβάλλεται στο μέλλον μόνο σε ό,τι αφορά θέματα κοινωνικής προστασίας, εθνικής κυριαρχίας, αλλά χρειάζεται να συσπειρωθεί γύρω από ένα πολιτιστικό πρόγραμμα.

Από αυτή την άποψη, το Λουξεμβούργο 1995 αποτέλεσε μία κινητήρια δύναμη και μία στιγμή ανάφλεξης. Τεράστιες επενδύσεις έγιναν αμέσως δεκτές, ώστε να αποκτήσει τα σύγχρονα πολιτιστικά και αποτελεσματικά πολιτιστικά μέσα στο Λουξεμβούργο. Αποκατάσταση του Αβαείου, που έγινε κατόπιν φυλακή, κατασκευή ενός μεγάλου μουσικής, διεύρυνση της ορχήστρας σε Φιλαρμονική Εθνική Ορχήστρα, αποκατάσταση του Εθνικού Μουσείου με το άνοιγμα μίας αίθουσας για την μουσική, δημιουργία ενός Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης, αγορά αγαλμάτων και μνημειωδών έργων και λοιπά είναι μερικά μόνο από τα έργα τα οποία έγιναν ή αναπλάστηκαν.

Μετά από τον εορτασμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης, ως χώρα αναπτύχθηκε ραγδαία στον τομέα του πολιτισμού στο Λουξεμβούργο και η εξέλιξη αυτή συνεχίζεται διαρκώς έως τις μέρες μας. Θεσπίστηκαν διάφοροι νόμοι – πλαίσιο και τα κονδύλια που αυξήθηκαν πιο γρήγορα, ήταν εκείνα του πολιτισμού, της ανώτερης παιδείας και της αναπτυξιακής βοήθειας.

Μπορεί να διαπιστώσει κανείς ότι ένα καθαρά πολιτιστικό γεγονός, έγινε κινητήρια δύναμη μίας θετικής ανάπτυξης και εξέλιξης και σημαντικών κοινωνικών και πολιτικών αλλαγών. Σήμερα η προετοιμασία του Λουξεμβούργου και της περιοχής του για να γίνει Πολιτιστική Πρωτεύουσα το 2007, είναι διαφορετική. Έχουν πιο αποτελεσματικά μέσα στην διάθεσή τους σε σχέση με το 1995 και σαφείς στόχους και νέες φιλοδοξίες.

Το Λουξεμβούργο παρόλο που είναι μικρό κατάφερε να βγάλει εις πέρας τον θεσμό αυτό το 1995 και θα τον προχωρήσει ακόμα πιο μπροστά το 2007. Την στιγμή που η Πάτρα θα δίνει την σκυτάλη του θεσμού στο Λουξεμβούργο και στο Σίμπιου της Ρουμανίας¹⁷, όλοι θα αναρωτούνται εάν το 2006 τον θεσμό αυτό τον διοργάνωσε κάποια πόλη ή όχι. Καθώς η μέχρι τώρα πορεία της διοργάνωσης μάλλον ακριβώς αντίθετα πάει από τα μεγάλα όνειρα των

¹⁷ Το 2007 δύο πόλεις θα διοργανώσουν τον θεσμό. Αυτό θα πραγματοποιείται από τώρα και στο εξής, σύμφωνα με την τροποποίηση του καταστατικού της επιλογής κάποιας πόλης ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης λόγω της διεύρυνσης της ζώνης της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

υπευθύνων. Καθώς όπως πρόσφατα, σε μία εφημερίδα Αθηναϊκή, ο κος Βουλγαράκης έλεγε ότι όλοι ξέχασαν φέτος ότι η Πάτρα έχει αναλάβει την διεξαγωγή της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης.

6.5 ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 1997: «Η ΠΡΩΤΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΠΟΤΥΧΗΜΕΝΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ»

Γνωστή, ιδίως για εμάς τους Έλληνες, αποτελεί η διοργάνωση του θεσμού από την *Θεσσαλονίκη το 1997*, που μόνο θετικά σχόλια δεν αποκόμισε. Δυστυχώς, πολλοί παράγοντες συνέβαλαν στο να πραγματοποιηθεί μία εντελώς αποτυχημένη Πολιτιστική Πρωτεύουσα

Το Διοικητικό Συμβούλιο του «Οργανισμού Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης Θεσσαλονίκη 1997» (ΟΠΠΕΘ '97), όπως αυτό συγκροτήθηκε και λειτούργησε με τις συνεχείς μεταβολές, μεταλλάξεις και αναδιαμορφώσεις, απέτυχε στην κύρια αποστολή του, που είχε δύο στόχους:

α) Να καθορίσει τους στόχους και στη συνέχεια να σχεδιάσει, ιεραρχήσει, στηρίξει διοικητικά, διαχειρισθεί και υλοποιήσει ένα συνεκτικό και συντονισμένο πρόγραμμα μελετών και έργων, που θα εφοδίαζε την πόλη με έργα πολιτιστικής υποδομής, για να αποτελέσουν το κέλυφος των εκδηλώσεων του

1997.

β) Να σχεδιάσει και προωθήσει, αφενός το καλλιτεχνικό πρόγραμμα του 1997, και αφετέρου τη στρατηγική, που ήταν αναγκαία, ώστε η Θεσσαλονίκη να αναδειχθεί σε μητροπολιτικό κέντρο υποδομής και παραγωγής Πολιτισμού, στα πλαίσια μιας προσπάθειας για την πολιτιστική ανάπτυξη της πόλης, που θα προωθεί το όραμα για τη Θεσσαλονίκη του 1997, για τη Θεσσαλονίκη του μέλλοντος.

Τα αίτια της αποτυχίας των υπευθύνων φορέων του ΟΠΠΕΘ 97, όπως επιφανή στελέχη της Διοίκησής του κατά καιρούς κατήγγειλαν, οφείλονται

κυρίως σε πολιτικές και κομματικές σκοπιμότητες, σε διαπλεκόμενα πολιτικό-εκδοτικά και άλλα συμφέροντα, στις επιβληθείσες αλλαγές προσώπων και τις άγονες αντιπαραθέσεις.

Τα παραπάνω, σε συνδυασμό με την αποδοχή της εξάρτησης του ΟΠΠΕΘ 97 από το αθηνοκεντρικό κράτος και τους μηχανισμούς του (τρεις συναρμόδιοι υπουργοί, διάθεση κονδυλίων από το κέντρο κλπ.), αναπαρήγαγαν ένα πεπαλαιωμένο και γι' αυτό αποτυχημένο σύστημα διαχείρισης και διοίκησης, που οδήγησε στην καταρράκωση του οράματος της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας.

Ας μην αναφερθούμε περισσότερο σε αυτή την Πολιτιστική Πρωτεύουσα, διότι οι ιθύνοντες είναι ταυτόχρονα και γνώστες των αποτελεσμάτων αυτών αλλά και των αιτιών που τα προκάλεσε. Ελπίζουμε οι φορείς του «Πάτρα 2006» να μην οδηγήσουν τον θεσμό τόσο χαμηλά, αν και τα αποτελέσματα του πρώτου δεκάμηνου μάλλον δείχνουν να ακολουθεί σιγά σιγά την πορεία της Θεσσαλονίκης, χωρίς, όμως, να έχει φθάσει εκεί ακόμα.

6.6 ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ 1998: «ΜΕ ΛΙΓΑ ΑΤΟΜΑ, ΠΟΛΥ ΔΟΥΛΕΙΑ»

Το 1994, τέσσερα χρόνια πριν την ανακήρυξη της πόλης ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης, δημιουργήθηκε η Εταιρία «Στοκχόλμη '98» που ανήκει στο Δήμο Στοκχόλμης. Διευθύνων Σύμβουλος ήταν η κ. Κάριν Φίσερ.

Με 10 υπαλλήλους η Στοκχόλμη έβαλε τα γυαλιά στους επώνυμους - ανώνυμους των επιτροπών, των συμβουλίων, των ειδικών και των ασχέτων που περιτριγυρίζουν στο κτίριο του "Ερυθρού Σταυρού" για να ροκανίσουν κάποιο κομμάτι από την πίτα των δισεκατομμυρίων. Χωρίς σεβασμό στους απλούς δημιουργούς της πόλης, χωρίς όραμα και προοπτική, χωρίς προτάσεις για συντονισμό, κοινή δράση, αξιοποίηση του δυναμικού της πόλης.

Ο χώρος στέγασης των γραφείων ήταν σχετικά μικρός. Στα 5 γραφεία εργάζονταν συνολικά 10 υπάλληλοι με θέματα οργάνωσης, λειτουργίας, και πληροφόρησης για την Πολιτιστική Πρωτεύουσα Στοκχόλμη 1998.

Το 1994 ο Δήμος Στοκχόλμης έδωσε στην Εταιρία το ποσό των 100.000.000 σουηδικές κορώνες δηλαδή 3.600.000.000 δισ. δρχ. Οι δραστηριότητες της Εταιρίας χρηματοδοτούνταν με τους τόκους του ποσού που ανέρχονταν στα 360.000.000 δρχ. το χρόνο.

"Οι υποχρεώσεις μας καθορίζονται από το Δημοτικό Συμβούλιο της πόλης" θα μας πει η κα. Κάριν Φίσερ¹⁸. «Υπάρχει άψογη συνεργασία με όλα τα πολιτικά κόμματα. Δεν υπάρχουν καθόλου πολιτικές συγκρούσεις στο θέμα αυτό. Εγώ ως Διευθύνων Σύμβουλος της Εταιρίας που έχει την ευθύνη της υλοποίησης των στόχων, δεν έχω κανένα πρόβλημα με τους πολιτικούς, οι οποίοι δεν αναμειγνύονται στον τρόπο που θα υλοποιήσουμε τους στόχους του Οργανισμού».

Σε ένα απλό αλλά καλαίσθητο πληροφοριακό δελτίο διαβάζουμε ότι ο Οργανισμός «Στοκχόλμη 1998» καλείται να υλοποιήσει μεταξύ άλλων τα εξής:

- ⇒ Να ισχυροποιήσει τη θέση του Πολιτισμού στην πόλη.
- ⇒ Να δημιουργήσει και να ισχυροποιήσει δεσμούς μεταξύ της πολιτιστικής ζωής της Στοκχόλμης και της περιφέρειας.
- ⇒ Να δημιουργήσει δεσμούς και να συνεργαστεί με άλλες χώρες.
- ⇒ Να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για την πολιτιστική ανανέωση της πόλης.

Οι δραστηριότητες πρέπει να έχουν παιδαγωγικό και πολιτιστικό χαρακτήρα και να στηρίζονται από όλες τις κοινωνικές ομάδες. Στόχος των πολιτιστικών προγραμμάτων πρέπει να είναι η ενημέρωση, η γνώση και η πλατιά συμμετοχή στις πολιτιστικές δραστηριότητες.

¹⁸ Ντούκα Νεκταρία, «Κολακευτικά σχόλια, θετικές εντυπώσεις», Πελοπόννησος, 15/5/2005, σελ. 4

"Οι περισσότεροι πολιτικοί ίσως βλέπουν τον θεσμό σαν ένα μέσο δημοσίων σχέσεων που θα έχει και οικονομικά αποτελέσματα μέσω π.χ. του τουρισμού, και δεν βλέπουν το θέμα σε βάθος. Υπάρχουν όμως και πολλοί οι οποίοι χωρίς να αποκλείουν το πρώτο, δίνουν μεγάλη σημασία στον πολιτισμό και στα μακροπρόθεσμα θετικά αποτελέσματα της δουλειάς μας".

Για να μιλήσουμε και με νούμερα, τις πολιτιστικές εκδηλώσεις που έλαβαν χώρα στην Στοκχόλμη το 1998 παρακολούθησαν 1,8 εκ. άτομα περισσότερα από την ακριβώς προηγούμενη χρονιά, δηλαδή την «Θεσσαλονίκη 1997».

Η Στοκχόλμη με 10 υπαλλήλους στην αρχή, κατάφερε να διοργανώσει τον θεσμό άψογα και συνάμα να αποκομίσει πολλά οφέλη. Απεναντίας, η Πάτρα με γύρω στους 40 υπαλλήλους προσπαθεί συνεχώς για το καλύτερο χωρίς πολλές φορές να γίνεται κατορθωτό. Πλησιάζει τις δεσμεύσεις και τους στόχους που είχαν αλλά δεν τους φθάνει. Ίσως για άλλη μια φορά η λάθος επιλογή προσώπων σε λάθος θέσεις να αποτελεί έναν βασικό παράγοντα της μέχρι τώρα πορείας αλλά και η παραίτηση του υπευθύνου Μάρκετινγκ και του Καλλιτεχνικού Δ/ντή κατά την διάρκεια που η Πάτρα προσπαθεί να αντιμετωπίσει τις όποιες τελευταίες δυσκολίες είχε, συνετέλεσαν στο να μην φθάσει ο Οργανισμός εκεί όπου προσδοκούσαν.

6.7 ΕΛΣΙΝΚΙ 2000: «ΜΙΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΝΝΕΑ ΤΟΥ 2000»

Για μία από τις εννέα Πολιτιστικές Πρωτεύουσες του 2000, το *Ελσίνκι*, τα λίγα μόνο στοιχεία που μπορούμε να έχουμε, μας ενημερώνουν ότι 2 εκ. άτομα παρακολούθησαν εκδηλώσεις που απαιτούσαν την αγορά εισιτηρίου, ενώ 3 εκ. παρακολούθησαν εκδηλώσεις χωρίς εισιτήριο.

6.8 ΠΟΡΤΟ & ΡΟΤΕΡΝΤΑΜ 2001: «ΔΥΟ ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ»

Το Πόρτο (Πορτογαλία) μαζί με το Ρότερνταμ (Ολλανδία) το 2001 είχαν αναλάβει το θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας. Ο οργανισμός «*Πόρτο 2001*» ιδρύθηκε στις 31 Δεκεμβρίου 1998, δηλαδή δύο χρόνια πριν την εναρκτήρια τελετή. Ως αντικείμενό της είχε το σχεδιασμό, την προώθηση, την εκτέλεση και τον έλεγχο όλων των δραστηριοτήτων και έργων που γινόντουσαν στην πόλη τους. Η κύρια πρόκληση του Πόρτο ήταν να δημιουργήσει μια καινούργια δυναμική σε σχέση με την πολιτιστική ζωή της πόλης και να δημιουργήσει τέτοιο προφίλ ώστε να γίνει πόλος έλξης και μετά το 2001.

Το «Πόρτο 2001» δεν είχε ως σκοπό μόνο έναν συνδυασμό από πολιτιστικά γεγονότα περιορισμένα σε χώρο και χρόνο αλλά οραματιζόταν να δώσει ένα καινούριο άκουσμα στον όρο Πολιτιστική Πρωτεύουσα, να δημιουργήσει νέους επαγγελματικούς δεσμούς με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης και νέους τρόπους εργασίας.

Το «Πόρτο 2001» έλαβε το ποσό των 119.711.495,3 Ευρο, από τα οποία τα 39.903.831,76 Ευρο χρησιμοποιήθηκαν για τις πολιτιστικές εκδηλώσεις. Περίπου 44.000.000,00 Ευρο δαπανήθηκαν για τις κτιριακές - και όχι μόνο - αναπλάσεις και 34.915.852,80 Ευρο για τις διαφημιστικές εκστρατείες.

Επειδή, το *Ρότερνταμ* έγινε το 2001 Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης, όπως ήταν φυσικό και σωστό ξεκίνησε την συνεργασία του με τις εταιρείες ταξιδιωτικών προσφορών δύο χρόνια πριν, στα μέσα του 1999. Αυτές με την σειρά τους προωθούσαν το καλλιτεχνικό πρόγραμμα, το οποίο είχε ήδη καταρτιστεί και δημοσιευθεί, και σχεδίαζαν ειδικά ταξιδιωτικά πακέτα, είτε φθηνά είτε πιο ακριβά ανάλογα με την οικονομική άνεση του καθενός, συσχετιζόμενα με διάφορες πολιτιστικού περιεχομένου εκδηλώσεις. Για παράδειγμα, έλαβαν χώρα καθ' όλη την διάρκεια του έτους (2001) διάφορα πάρτι τα οποία έγιναν με ιδιωτική πρωτοβουλία επιχειρηματιών. Ο επισκέπτης-

καταναλωτής είχε στην διάθεσή του εκδηλώσεις με ποικίλα θέματα, έτσι ώστε , όπως ήταν άλλωστε η αρχή της Διεύθυνσης Marketing του «Rotterdam 2001», να μπορεί να προσελκύσει τουρίστες με διαφορετικά ενδιαφέροντα και να μείνουν ευχαριστημένοι από την επίσκεψή τους αυτή, και γιατί όχι να μην επισκεφτούν ξανά την χώρα (Ολλανδία). Εκθέσεις, συναυλίες, ομιλίες, υπαίθρια πάρτι συντελέστηκαν καθ' όλο το 2001. Η πόλη του Ρότερνταμ ήταν συνεχώς σε μία γιορτή.

Όπως φαίνεται, οι διοργανωτές του «Rotterdam 2001» είχαν προνοήσει από πολύ νωρίς, δύο χρόνια πριν, να φτιάξουν το πρόγραμμα των εκδηλώσεων και να δημιουργηθούν από νωρίς τα ταξιδιωτικά πακέτα καθώς και να γίνει γνωστό από νωρίς το γεγονός ότι το Ρότερνταμ θα αναλάμβανε το 2001 τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης.

Καλύτερα να μην δούμε τι κάνουν οι διοργανωτές του «Πάτρα 2006», διότι αρχές Μαΐου του 2005, επτά μήνες πριν η Πάτρα πάρει την σκυτάλη από το Κόρκ της Ιρλανδίας, το καλλιτεχνικό πρόγραμμα για το 2006 δεν έχει ακόμα ανακοινωθεί ¹⁹, ίσως να μην έχει σχεδιαστεί και πλήρως. Ποιος ξέρει...! Ας μην ξεχνούμε ότι τα πρώτα χρήματα που δίνει η Κυβέρνηση για την υλοποίηση των εργασιών του θεσμού έφτασαν μόλις στις 4 Μαΐου 2005, και προϋπολογίζεται ότι γύρω στα 20 εκατ. ευρώ θα διατεθούν για το καλλιτεχνικό πρόγραμμα.

¹⁹ Λέγεται ότι μέσα Μαΐου θα ανακοινωθεί, είναι έτοιμο σε μεγάλο βαθμό και περιμένουν την οριστικοποίηση των συμβολαίων με τους καλλιτέχνες

6.9 ΓΚΡΑΤΣ 2003: «Η ΕΝΤΥΠΩΣΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ»

Ο ποταμός Mur όχι μόνο χωρίζει την πόλη του Γκράτς της Αυστρίας στα δύο, αλλά την ενώνει κιόλας. Έτσι, με αυτό το σκεπτικό οι αρμόδιοι φορείς του «*Graz 2003*» σχεδίασαν ένα πρωτότυπο κυκλικό οικοδόμημα πάνω στον ποταμό, σαν ένα μικρό νησάκι. Αφού το κατασκεύασαν πρώτα στην στεριά μετά το έβαλαν πάνω στο ποτάμι και το μετέφεραν εκεί όπου ήθελαν. Συνέδεσαν αυτό το μικρό “νησάκι” με την στεριά με διαδρόμους. Σε αυτό το καταπληκτικό “νησάκι”, το οποίο ήταν κλειστό από πάνω για να προστατεύεται από όλες τις καιρικές συνθήκες, πραγματοποιήθηκαν ποικίλες πολιτιστικές εκδηλώσεις καθ’ όλη τη διάρκεια του 2003.

Τώρα χρησιμοποιείται σαν καφετέρια και πολυχώρος εκδηλώσεων. Έχει αγκαλιαστεί από τους κατοίκους της πόλης αλλά και από τους τουρίστες, διότι αποτελεί πρωτοτυπία. Δημιουργώντας κάτι εξαίσιο κατάφεραν να προωθήσουν την πόλη που θα αναλάμβανε την πρωτοβουλία αυτή και τώρα βλέπει τα θετικά αποτελέσματα όχι μόνο στην ανάπτυξη της οικονομίας αλλά και του τουρισμού και της πολιτιστικής παιδείας των κατοίκων.

6.10 ΛΙΛ 2004: «ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ & ΠΛΗΡΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ»

“Κάντε το όπως η Λιλ.” Παραφράζοντας την γνωστή κινηματογραφική ταινία ²⁰, θα έλεγε κανείς ότι αυτό ήταν το μήνυμα που προσπάθησε να περάσει για την οργάνωση της Πολιτιστικής, μέλος της αντιπροσωπείας της Γαλλίας που επισκέφτηκε την Αχαΐα ²¹. Γεγονός που δεν ξέρουμε κατά πόσο καθίσταται εφικτό, αφού η προετοιμασία διήρκεσε αρκετά χρόνια (σε αντίθεση με την Πάτρα).

Η Λιλ έγινε ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα το 2004 και όχι μόνο η πόλη της Λιλ, αλλά και η ευρύτερη περιοχή του Νορ Πα Ντε Καλέ και ένα μέρος του Βελγίου.

Επιπλέον, όμως, η Λιλ άνοιξε το παιχνίδι της διοργάνωσης και πέρα από τα όριά της, γεγονός που συνέβαλε τα μέγιστα στην επιτυχία της. Βοήθησε βέβαια σ’ αυτό η γεωγραφική της θέση, αλλά και οι προηγμένες υποδομές της, που απέχουν κατά πολύ από τις αντίστοιχες της Πάτρας και της Αχαΐας.

Βιομηχανικό και οικονομικό κέντρο του γαλλικού βορρά, που έχει παράλληλα να επιδείξει και μια πλούσια πολιτιστική δράση, η ευρύτερη περιοχή της Λιλ είναι μια από τις μεγαλύτερες γαλλικές πόλεις με πληθυσμό που υπερβαίνει το ένα εκατομμύριο κατοίκους.

Οι υποδομές της, ιδίως στον τομέα των συγκοινωνιών, είναι εντυπωσιακές και η σύγκριση με τις δικές μας προκαλεί μάλλον μελαγχολία. Η Λιλ συνδέεται με το Παρίσι με το υπερσύγχρονο ταξίδι υψηλής ταχύτητας TGV, που καλύπτει τη σχετική απόσταση σε σχεδόν μια ώρα. Παράλληλα, όμως, η Λιλ διαθέτει ένα σύγχρονο αεροδρόμιο, ενώ η θέση της είναι πραγματικά κομβική. Κι αυτό διότι βρίσκεται στο σταυροδρόμι πέντε μεγάλων

²⁰ Αναφέρεται στην ταινία: «Κάν’ το όπως ο Μπέκαμ».

²¹ Η επίσκεψη της αντιπροσωπείας της Λιλ της Γαλλίας στην Πάτρα πραγματοποιήθηκε από Τρίτη 5 Απριλίου έως και Παρασκευή 8 Απριλίου 2005. πραγματοποιήσαν επισκέψεις σε μουσεία και τουριστικής σημασίας υποδομές του Νομού Αχαΐας.

ευρωπαϊκών αυτοκινητοδρόμων, που τη συνδέουν άμεσα με άλλες μεγάλες ευρωπαϊκές πόλεις, όπως το Άμστερνταμ, οι Βρυξέλλες, το Βερολίνο και η Κολονία. Να το πούμε με ώρες; Η Λιλ απέχει από το Λονδίνο κάτι λιγότερο από δύο ώρες (χάρη στην υποθαλάσσια σιδηροδρομική σύνδεση των στενών της Μάγχης), σαράντα λεπτά από τις Βρυξέλλες, επίσης με το TGV, και σχεδόν τρεις ώρες με το αυτοκίνητο από το Άμστερνταμ και την Κολονία.

Συνεπώς, δεν είναι τυχαίο ότι στις εκατοντάδες εκδηλώσεις που διοργάνωσε ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης, προσέλκυσε πολλούς ξένους επισκέπτες, αλλά και Γάλλους, ιδίως Παριζιάνους, που αξιοποίησαν στο έπακρο το TGV για να γνωρίσουν την ευρύτερη περιοχή του γαλλικού βορρά.

Επιπλέον η Λιλ έχει το λιμάνι της ιστορικής πόλης της Δουνκέρκης, που είναι το τρίτο μεγαλύτερο της Γαλλίας .

Πέραν όμως των εντυπωσιακών υποδομών που έχει η Λιλ, είναι αξιοσημείωτη και η πολιτιστική της ταυτότητα, που συνέβαλε τα μέγιστα ώστε να αναλάβει, αλλά και να φέρει σε πέρας με επιτυχία τη διοργάνωση.

Δυόμισι χιλιάδες (2500) εκδηλώσεις οργανώθηκαν στην διάρκεια αυτού του έτους. Εκθέσεις, θεάματα, ένα σωρό διαφορετικές πολιτιστικές οργανώσεις. Δεκαεπτά χιλιάδες (17000) καλλιτέχνες ήταν παρόντες στην Λιλ. Εκατόν ενενήντα τρεις (193) πόλεις συμμετείχαν στην περιοχή Νορ Πα Ντε Καλέ και το Βέλγιο. Εννέα εκατομμύρια (9 εκατ.) συμμετέχοντες – επισκέπτες ήρθαν στην Λιλ, για να παρακολουθήσουν μία ή περισσότερες από αυτές τις εκδηλώσεις του προγράμματος Λιλ 2004. Δύο εκατομμύρια οκτακόσιες χιλιάδες (2.800.000) εισιτήρια πουλήθηκαν για κάθε μία από αυτές τις εκδηλώσεις.

Πρέπει, όμως, να δούμε, τι κρυβόταν πίσω από αυτούς τους αριθμούς, κάτω από ποιες συνθήκες ξεκίνησαν τα στελέχη αυτής της Πολιτιστικής; τι έκαναν για να εξασφαλίσουν αυτή την θερμή συμμετοχή του κοινού, έτσι ώστε η Λιλ 2004 να είναι μία χρονιά όπου όλος ο πληθυσμός, όλοι οι κάτοικοι, μπόρεσαν να μοιραστούν το ευρωπαϊκό ιδεώδες του πολιτισμού,

αντιπαραβάλλοντας συνάμα, όπου είναι δυνατόν, και τα στοιχεία του Πάτρα 2006.

Πρώτα από όλα, η ομάδα η οποία διοργάνωσε αυτό το έτος 2004, αποτελούταν από λίγα άτομα. Ο βασικός πυρήνας ήταν τριάντα με σαράντα άτομα. Αυτά τα άτομα βρίσκονται τώρα στον ίδιο Οργανισμό της Λιλ 2004 ή στο Υπουργείο Πολιτισμού και έχουν αναδείξει διάφορες σπουδαίες δραστηριότητες, γεγονός το οποίο ήταν ευκαιρία για διάφορα μέλη της ομάδας να ενταχθούν και να εργαστούν σε αυτούς τους νέους χώρους εφόσον έχουν μία πολύ καλή γνώση, μία πολύ λεπτή γνώση των πεπραγμένων γύρω από παρόμοιες εκδηλώσεις.

Έπειτα, η περιφέρεια της Λιλ περιλαμβάνει όχι μόνο την πόλη, αλλά την ευρύτερη περιοχή του Νορ Πα Ντε Καλέ και τμήμα του Βελγίου. Στο πρόγραμμα συμμετείχαν Δήμοι και Κοινότητες από την ευρύτερη αυτή περιφέρεια, με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί μία πραγματικά Γαλλοβελγική μητρόπολη.

Κάτι άλλο σημαντικό για τις συνθήκες επιτυχίας είναι το εξής: η δέσμευση και εν τέλει η συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Η χρηματοδότηση του προγράμματος ήταν 73 εκατομμύρια ευρώ. Ο προϋπολογισμός 73 εκατομμύρια ευρώ, από τον κρατικό προϋπολογισμό, 8 εκατομμύρια συνεισέφερε η πόλη της Λιλ, η μείζων περιοχή Λιλ ένα συμπληρωματικό ποσό, το Περιφερειακό Συμβούλιο του Νορ Πα Ντε Καλέ 8 εκατομμύρια, 6 εκατομμύρια το Πα Ντε Καλέ, το κράτος μέσω διαφόρων Υπουργείων κατέβαλλε 13 εκατομμύρια ευρώ και υπήρχε και μία χρηματοδότηση από την Τοπική Αυτοδιοίκηση και τέλος το ποσό των 4 εκατομμυρίων από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

« Χωρίς λοιπόν αυτή την συμμετοχή και την δέσμευση των τοπικών Δήμων και Κοινοτήτων, ποτέ δεν θα είχαμε καταφέρει να οργανώσουμε όλες αυτές τις εκδηλώσεις και αυτό είναι πολύ σημαντικό για την επιτυχία μίας ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας, εννοώ την άμεση συμμετοχή εκτός του

κράτους και της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλων φορέων στην χρηματοδότηση ενός τέτοιου γεγονότος. »²²

Κάτι άλλο σημαντικό ήταν η κινητοποίηση όλων των πολιτιστικών φορέων της περιοχής. Μεγάλων φορέων όπως είναι η Εθνική Ορχήστρα της Λιλ, το Εθνικό Θέατρο της Λιλ, τα άλλα Εθνικά Θέατρα ή εθνικές σκηνές και τα μουσεία. Στην πόλη του το κάθε ένα προέβλεψε, οργάνωσε μία ή περισσότερες εκδηλώσεις. Αυτή λοιπόν η συμμετοχή όλων των φορέων της περιοχής ήταν ένας σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία του εγχειρήματος.

Η Λιλ 2004 έσπασε ρεκόρ πολιτιστικών χορηγιών, 83 επιχειρήσεις της περιοχής με διάφορα χορηγικά προγράμματα υποστήριξαν τις εκδηλώσεις, συνολικό ποσό 13 εκατομμύρια ευρώ. Δηλαδή 17% του συνολικού προϋπολογισμού του προγράμματος, για μία χώρα σαν την Γαλλία που δεν είναι συνηθισμένη σε αυτόν τον συνδυασμό, σε αυτή την συνεργασία, σε αυτή την εταιρική σχέση μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού φορέα σε θέματα χρηματοδότησης, ήταν ένα πολύ σημαντικό παράδειγμα και δίδαγμα για το μέλλον.

Κάτι άλλο σημαντικό που έγινε, αφορούσε τον τουρισμό, ώστε κοινό από παντού, επισκέπτες από παντού να μπορέσουν να εισρεύσουν στην περιοχή. Η Λιλ δεν ήταν γνωστός τουριστικός προορισμός μέχρι τότε, αλλά έγινε ένας τέτοιος προορισμός. Η αύξηση του αριθμού των επιβατών στην γραμμή τρένου Eurostar από το Λονδίνο μέχρι την Λιλ, απέδειξε το ενδιαφέρον που είχε αποκτήσει ξαφνικά η πόλη ως τουριστικός προορισμός.

Μία άλλη ιδιαιτερότητα ήταν το πρόγραμμα των Πρέσβων. Πάνω από 17.000 άτομα συμμετείχαν σε αυτό το πρόγραμμα και λειτούργησαν ως ενεργοί πρέσβεις μέσω της ιστοσελίδας της Λιλ 2004. Παραλάμβαναν και μετέδιδαν πληροφορίες για τις εκδηλώσεις. Στο στενό τους κύκλο, στον χώρο εργασίας

²² Thierry Leseur, Υπεύθυνος Εταιρικών Επιχειρήσεων της «Lille 2004» και Γενικός Συντονιστής της «Lille 2004», «Lille 2004: Τρόποι και Αποτελέσματα Μιας Λαϊκής Συμμετοχής», Πρακτικά 1^{ου} Διεθνούς Συμποσίου Πολιτιστικών Πρωτευουσών '20 χρόνια Πολιτιστικές Πρωτεύουσες της Ευρώπης', 14-16 Οκτωβρίου 2005, ΑΘΗΝΑ.

τους, στην οικογένειά τους, μεταφέροντας έτσι ενημέρωση, πληροφορίες και γνώση για το γεγονός. Αυτοί οι πρεσβευτές συμμετείχαν ενεργά στην όλη προσπάθεια, δίπλα στις ομάδες της Οργανωτικής Επιτροπής Λιλ 2004, για την αποδοχή των καλλιτεχνών και των θεατών και ακροατών.

Επίσης, η επιτυχία της Λιλ 2004 οφείλεται και στον προγραμματισμό της. Υπήρχε , όπως προαναφέρθηκε, ένα σύνολο 2500 εκδηλώσεων, μεταξύ των οποίων μεγάλες εκθέσεις. Το 2004 είχε χωριστεί σε τρεις περιόδους, σε τρεις σεζόν, για να διατηρηθεί ζωντανό το ενδιαφέρον του κοινού και των μέσων ενημέρωσης, ώστε να υπάρχει ένα πρόγραμμα ευρύτερο από αυτό που θα υφίσταται εάν θα είχε προγραμματιστεί μία σειρά εκδηλώσεων που θα κάλυπταν όλη την περίοδο του έτους.

Ο προγραμματισμός έχει σημασία διότι εκτός από τις μεγάλες εκθέσεις όπως η έκθεση για τον Ρούμπενς ή για τον Ματίς ή τον Πικάσο, που οργανώθηκαν σε διάφορα μουσεία της περιοχής με εντυπωσιακή προσέλκυση κοινού, της τάξεως των 300.000 επισκεπτών έκαστη, αξιοσημείωτη παραμένει εν τούτοις η προσέλκυση επισκεπτών στην έκθεση για τις μεξικάνικες τοιχογραφίες. Εκτός από αυτά, έλαβαν μέρος και πάρα πολλές εκδηλώσεις και μικρές εκθέσεις, σε μικρότερη κλίμακα, που παρουσίασαν το έργο σύγχρονων δημιουργών, με 35 παράλληλες εκδηλώσεις στην διάρκεια τριών ημερών που επέτρεπαν στους θεατές να ανακαλύψουν μέσα από αυτές τις εκδηλώσεις τον πολιτισμό μίας χώρας, μίας περιοχής και ειδικότερα το έργο νέων καλλιτεχνών που είναι η ζωή αυτών των πόλεων, π.χ. του Μπουένος Άιρες, της Νέας Υόρκης, του Τόκιο. Η Πολωνία ήταν επίσης παρούσα. Μέσα λοιπόν από αυτές τις πρωτότυπες εκδηλώσεις, μπόρεσαν να αγγίξουν ένα νέο και πολύ ενθουσιώδες κοινό.

Οι εγκαταστάσεις στην πόλη, οι δημόσιοι χώροι, αποτέλεσαν το πλαίσιο για όλες αυτές τις εκδηλώσεις. Υπήρχαν συνάμα πολλές καλλιτεχνικές δημιουργίες στην πόλη και στα περίχωρά της, στην διάθεση του κοινού που καθώς πήγαινε στην δουλειά του έκανε μία βόλτα, είχε την ευκαιρία να

παρακολουθήσει αυτές τις εκδηλώσεις και τις υπαίθριες εκθέσεις. Έλαβαν μέρος πάρα πολλές γιορτές. Εκδηλώσεις στους δρόμους, στις οποίες έλαβαν μέρος πάνω από 600.000 άτομα. Και οι κάτοικοι ντύθηκαν στα άσπρα δημιουργώντας έτσι μία τεράστια οθόνη πάνω στην οποία προβάλλονταν κατά την διάρκεια ολόκληρης της νύχτας ταινίες.

Επίσης, ένα μέρος της επιτυχίας οφείλεται από την αρχή στον ενθουσιασμό της ομάδας της Λιλ 2004, με επικεφαλής τον κύριο Ντεφιζιέ, να παροτρύνει τους κατοίκους που δεν ήταν πάντα πρόθυμοι να πάνε σε ένα μουσείο ή σε κάποιο θέαμα. Έγιναν λοιπόν μεγάλες προσπάθειες μέσω ενώσεων και άλλων οργανώσεων ώστε να πεισθούν οι κάτοικοι της Λιλ και της περιοχής να συμμετάσχουν σε όλες τις εκδηλώσεις. Παραδείγματος χάριν, υπάρχει ένα έθιμο να καίγεται ένας αχυράνθρωπος τον Απρίλιο στην Λιλ και επανέλαβαν αυτή την τελετή, αυτή την γιορτή, σε τακτά διαστήματα, με μεγάλη συμμετοχή του κοινού. Επίσης, για να είναι πιο εύκολο για το κοινό, για τους κατοίκους της περιοχής να παρακολουθούν τις εκδηλώσεις, παρέτειναν τις ώρες λειτουργίας των μουσείων, είχαν προβλέψει φτηνότερα ή δωρεάν εισιτήρια για να μπορούν οι άνθρωποι που δεν έχουν κατ' ανάγκη χρήματα να δαπανήσουν για πολιτιστικές εκδηλώσεις, να είναι παρόντες σε όλες τις πολιτιστικές δραστηριότητες, σε όλα τα πολιτιστικά δρώμενα που πλαισίωσαν το έτος 2004 στα πλαίσια της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης.

Εκτός αυτών, διοργανώθηκαν πολλές εκδηλώσεις σε τρεις πόλεις του Βελγίου, που αποτέλεσαν την καρδιά κατά κάποιον τρόπο του προγράμματος Λιλ 2004. Χρησιμοποιήθηκαν παλιά βιομηχανικά κτήρια, παλιά μουσεία κλωστοϋφαντουργικών, παλιές αποθήκες για μαλλί και μετάξι ή ένα παλιό μοναστήρι, μία παλιά μπυραρία, ζυθοποιία στην Λιλ, εγκαταστάσεις βιομηχανικές εγκαταλελειμμένες σε κάποιες απόμακρες περιφερειακές γειτονίες των πόλεων, όπου μετά από εργασίες ανάπλασης και ανακαίνισης οργανώθηκαν εκδηλώσεις οι οποίες έδωσαν νέα ζωή, νέα πνοή σε αυτές τις παραμελημένες συνοικίες. Ένα νηματοουργείο που είχε διακόψει την λειτουργία του για μεγάλο

χρονικό διάστημα, αναβίωσε, αναζωογονήθηκε μέσω αυτών των πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Το ταχυδρομείο, ένα παλιό κτήριο ταχυδρομείου και διαλογής, χρησιμοποιήθηκε επίσης σαν ένα από τα κεντρικά σημεία των εκδηλώσεων στην Λιλ 2004, για εκθέσεις με θέμα τα μελλοντικά αυτοκίνητα, τα ρομπότ, τα video games, επίσης μία έκθεση για την Αφρική και στο τέλος της περιόδου μία έκθεση μεγάλη για το design. Τα έργα ίσως παρουσιάστηκαν με καινοτόμο τρόπο, διαφορετικό τρόπο, ώστε να μπορεί το κοινό να εξοικειωθεί. Το ταχυδρομείο αυτό, όμως, δεν φτιάχτηκε για να καλύψει μόνο της ανάγκες της Πολιτιστικής αλλά θα χρησιμοποιηθεί και για τα επόμενα 10 χρόνια για παρόμοιες εκθέσεις.

Ένα σημαντικό γνώρισμα του προγράμματος Λιλ 2004, ένα πολύ ενδιαφέρον φαινόμενο, ήταν το πώς οικειοποιήθηκε αυτά τα παλιά κτήρια όπου οργανώνονταν οι εκδηλώσεις. Κατά γενική ομολογία, σύμφωνα με τους αρμοδίους του φορέα, η Λιλ απέκτησε φήμη και κύρος σε διεθνές επίπεδο, είναι σαν να βρίσκεται δέκα χρόνια μπροστά και αυτό είναι πολύ σημαντικό για μία πόλη.

Το πρόγραμμα των (χιλιάδων) εκδηλώσεων που πραγματοποιήθηκαν σχεδιάστηκε έπειτα από πολύχρονη προετοιμασία σε συνεργασία με όλους τους αρμόδιους φορείς.

Το πρόγραμμα του φορέα Λιλ 2004: Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης ξεκίνησε στις 6 Δεκεμβρίου 2003 με μία εντυπωσιακή τελετή έναρξης όπου καθένας μπορούσε να δει την ημέρα εκείνη εξακόσιες χιλιάδες (600.000) άτομα στους δρόμους να χορεύουν, να τραγουδούν, να φωνάζουν για τον πολιτισμό και την ειρήνη και να μιλάνε όλοι εναντίον του πολέμου. Ολοκληρώθηκε στις 28 Νοεμβρίου 2004. Έπαψε η Λιλ να είναι η Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα, αλλά ευτυχώς δεν σταμάτησαν τα πάντα και αυτό το γεγονός είναι παράδειγμα προς μίμηση από τις μελλοντικές διοργανώτριες πόλεις του θεσμού αυτού.

Έτσι λοιπόν, πήρε την πρωτοβουλία η Λιλ να ξεκινήσει, να εφαρμόσει το πρόγραμμα Λιλ 3000. Η ιδέα είναι να συνεχιστεί η προσπάθεια με στόχο έναν απώτερο χρονικό ορίζοντα. Περιλαμβάνει μία σειρά από εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα κάθε δύο χρόνια στην περιοχή της Λιλ ξεκινώντας από φέτος το 2006 το πρόγραμμα με την Ινδία. Η προσκεκλημένη χώρα είναι η Ινδία και έχει την τιμητική της. Η πόλη της Λιλ θα μετατραπεί σε ινδική πόλη έτσι ώστε οι κάτοικοι να γνωρίσουν τον σύνθετο χαρακτήρα της σύγχρονης Ινδίας όχι μόνο βλέποντας εικόνες, αλλά παρακολουθώντας από κοντά τι συμβαίνει σήμερα σε επίπεδο Ινδών καλλιτεχνών και το 2008, σύμφωνα με τους υπευθύνους, το θέμα, δηλαδή το πρόγραμμα αυτό θα ασχοληθεί με την Ανατολική Ευρώπη. Η ιδέα αυτή λοιπόν είναι να παρουσιάσουν νέους καλλιτέχνες και να δουν τις μουσικές, θεατρικές και γενικά πολιτιστικές προτιμήσεις του κάθε τόπου, της κάθε πόλης, του κάθε έθνους. Έτσι, μέσω αυτής της ανταλλαγής όχι μόνο ιδεών γενικά, αλλά μέσω της ανταλλαγής μουσικών ακουσμάτων, πολιτιστικών άλλων δραστηριοτήτων και εμπειριών θα μπορέσουν οι δύο λαοί να έρθουν πιο κοντά, παρατηρώντας πρώτα και έπειτα κάνοντας κριτική ο καθένας χωριστά για τις διαφορές και ομοιότητες που μπορεί να έχουν σαν δύο λαοί θα συνενωθούν σε ένα πράγμα, στο όνομα ενός πράγματος που αυτός είναι ο Πολιτισμός.

Μία σημαντική δυσκολία που αντιμετώπισαν οι υπεύθυνοι του θεσμού ήταν ότι υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί πληθυσμοί στην Λιλ ή στην περιφέρεια της Λιλ, που είναι ξένης προέλευσης και καμιά φορά παλιάς. Όπως για παράδειγμα οι Πολεμέ που είναι παρόντες στην Λιλ και σε όλη αυτή την λεκάνη των ορυχείων.

Παρατηρώντας το πρόγραμμα της Λιλ καταλήγει κανείς στο συμπέρασμα ότι ο Οργανισμός «Πάτρα 2006» ενστερνίστηκε πολλές ιδέες και στόχους παρόμοιους με αυτούς της Λιλ. Με την μόνη διαφορά, όμως, ότι δεν εκτίμησαν εξ' αρχής τι είχε η Λιλ και πως κατάφεραν να οργανώσουν επιτυχώς μία Πολιτιστική Πρωτεύουσα που έμεινε σταθμός στην ιστορία του θεσμού.

Πολλά προγράμματα, όπως αυτό με την διαμόρφωση της πόλης της Λιλ κάθε δύο χρόνια έτσι ώστε να θυμίζει και να έχει άρωμα κάποιας άλλης χώρας, είναι ακριβώς το ίδιο με το πρόγραμμα «Όλη η Ευρώπη μία Πόλη», που όπως βλέπουμε σε παρακάτω κεφάλαιο κάθε συνοικισμός θα μετατραπεί σε μία διαφορετική χώρα από αυτές των 25 κρατών – μελών.

Οι υπεύθυνοι του θεσμού παίρνοντας παραδείγματα και διδαχές από παλιότερες διοργανώτριες πόλεις θέλησαν να βάλουν στο πρόγραμμα πολλά πράγματα μαζί χωρίς να εκτιμήσουν σωστά σε πιο ύψος έφθανε για κάθε εκδήλωση το πραγματικό κόστος του. Αυτό που η πόλη της Λιλ ξεκίνησε να πραγματοποιεί κάθε δύο χρόνια, οι ιθύνοντες του Πάτρα 2006 ήθελαν να το κάνουν με το παραπάνω μέσα σε μία χρονιά. Οι υπόλοιπες κριτικές και τα συμπεράσματα είναι αυτονόητα και για αυτό παραλείπονται.

6.11 GENOVA 2004: «ΣΑΝ ΤΗΝ ΠΑΤΡΑ»

Σήμερα στην έναρξη της τρίτης χιλιετίας, μετά από μια φάση οικονομικής και δημογραφικής παρακμής - η *Γένοβα* έχει αυτή την περίοδο περίπου 650.000 κατοίκους - παρατηρείται μια περίοδος ανάκαμψης και αύξηση της κυκλοφορίας και του ρόλου του λιμένα.

Σε αντίστοιχη θέση η Πάτρα, έχοντας ένα από τα μεγαλύτερα λιμάνια της Μεσογείου επιδιώκει να αναζωογονηθεί μέσω της ολοκλήρωσης του έργου του νέου λιμένα.

Το νέο οικονομικό-στρατηγικό σχέδιο της πόλης, θεωρεί τη Γένοβα ως ένα λιμάνι και μία Πολιτιστική Πόλη που έλκει τα βλέμματα των τουριστών και προσανατολίζεται προς τις εγκαταστάσεις όπου όλο και συχνότερα υπάρχει ο ισχυρισμός μιας οικονομίας με τεχνολογικό χαρακτήρα που συνδέεται με τον ηλεκτρισμό και του υπολογιστές τόσο σε ιδιωτικό όσο και σε πολυεθνικό επίπεδο.

Σε όσα προαναφέρθηκαν συνετέλεσε η αξιοποίηση της ευκαιρίας που δόθηκε στην Γένοβα να αποτελέσει την Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2004. Θεώρησε λοιπόν ότι ήταν θεμελιώδες να εξασφαλιστεί η ενεργός συμμετοχή όλων των θεσμικών θεμάτων στην Γένοβα.

Μία από τις βασικές έννοιες της «Γένοβας 2004» ήταν τα οφέλη που θα αποκομούσε η πόλη από τον θεσμό αλλά και οι εργασίες που εκτελέστηκαν να εγγυηθούν ότι οι θετικές συνέπειες που επέφεραν, να επεκταθούν και πέρα του 2004. Αναπτύσσοντας αυτή την έννοια, έδωσαν μεγάλη προσοχή στα έργα υποδομής και στις πολιτιστικές δομές.

Παρόλο που η Πάτρα έχει επιδείξει ακριβώς τον ίδιο στόχο παρατηρούμε ότι δεν έχει επιδείξει και τον ίδιο ζήλο.

Τον Μάιο του 2001 ορίστηκε ένα πρωτόκολλο μεταξύ της πόλης της Γένοβας και του Υπουργείου πολιτισμού, όπου προσδιορίστηκαν οι επεμβάσεις για τις δομικές εργασίες. Η ευρεία στρατηγική αυτού του προγράμματος εργασιών, το συνολικό κόστος του οποίου ανέρχεται σε €200 εκ., είναι βασισμένη στην μεγιστοποίηση της δυνατότητας της πολιτιστικής προσφοράς μέσω της βελτίωσης του συστήματος των μουσείων και της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς. Επιπλέον στόχευε στην βελτίωση της ποιότητας του περιβάλλοντος της πόλης μέσω της καλύτερης διαχείρισης της πόλης σε όλα της τα επίπεδα.

Η Πάτρα σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε ότι πρέπει να αρκестεί σε περιορισμένου ύψους κεφάλαια, περίπου 1/10 των κεφαλαίων της Γένοβας, ενώ από την άλλη είναι υποχρεωμένη να κατασκευάσει υποδομές που στην Γένοβα ήδη υπήρχαν.

Στις παραπάνω εργασίες συνέβαλαν οικονομικά πέρα από το Υπουργείο και τους φορείς της πόλης και άλλα όργανα που δραστηριοποιούνται στην περιοχή της Γένοβας (Δήμος, πανεπιστημιακή και λιμενική αρχή) αλλά και η Ευρωπαϊκή κοινότητα μέσω του προγράμματος URBAN II.

Επιπλέον, υπήρξαν παρεμβάσεις στο σύστημα μεταφορών, στους δρόμους, τα δημόσια πάρκα και αστικές αναπλάσεις που όντας δύσκολο να χρηματοδοτηθούν, υλοποιήθηκαν με ειδικά κεφάλαια του οργανισμού Γένοβα 2004. Σχετικά προβλήματα παρατηρούνται και στην Πάτρα όπως φαίνεται και από την έρευνα που ακολουθεί, ενώ οι φορείς δεν έχουν δείξει το ανάλογο ενδιαφέρον έως τώρα ώστε να επιλυθούν.

Τέλος, πλήθος εκδηλώσεων τόσο εντός των συνόρων της Ιταλίας (Βενετία, Ρώμη, Γένοβα, Τορίνο) όσο και εκτός, όπως στο Παρίσι, ανέλαβαν την προβολή της περιοχής στους τουρίστες και στον ντόπιο πληθυσμό.

6.12 ΚΟΡΚ 2005: «Η ΠΙΟ ΜΙΚΡΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ»

Το Κόρκ, η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Ιρλανδικής Δημοκρατίας με 130.000 κατοίκους, είναι η μικρότερη πόλη στην οποία έχει ποτέ απονεμηθεί η διάκριση της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης.

Είναι η πόλη των λόφων, των πρόωρων και μέσω-βικτοριανών κατοικιών που ανταποκρίθηκε στην πρόκληση. Έδωσαν όμως έμφαση στην κληρονομιά τους και έθεσαν ως κέντρο του οράματός τους, ότι η Ευρώπη πρέπει να ανανεωθεί από τις περιφέρειες προς το εσωτερικό. Εκτός από την προώθηση της υπάρχουσας πολιτιστικής δραστηριότητας, επέδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην συνεργασία με άτομα, επιχειρήσεις, καλλιτέχνες, ομάδες, οργανώσεις και γενικότερα όποιον επιθυμούσε να συνεισφέρει στα πολιτιστικά δρώμενα του 2005.

Αν βρισκόταν κανείς στο Cork τον Ιανουάριο για αισθανθεί την δύναμη του μεγάλου Καταλανού χορευτή, του Σολ Πίκο ή της Κριστίν Δημήτροβα ή τον Κλαούντιο Μακρίς ή αν βρισκόταν τον Απρίλη για να γιορτάσουν όλοι τους μύθους της Ευρώπης ή τον Μάιο για να δει τις χιλιάδες των ανθρώπων οι οποίοι

μεγεύτηκαν από τον Τζον Μπιθού ή τον Ιούνιο για να δει την αρχή των σεμιναρίων για τους Ευρωπαίους καλλιτέχνες ή τον Ιούλιο στο City Hall καθώς 700 παιδιά από την Ευρώπη παρουσίασαν τα ποιήματά τους στα γαλλικά, τα πολωνικά, τα ισπανικά, τα σλοβένικα, τα ρουμάνικα και τα ρώσικα, αυτές ήταν μέρες πραγματικής χαράς για τους διοργανωτές του θεσμού αλλά και για το ευρύτερο κοινό, τους κατοίκους του Cork, της Ιρλανδίας ολόκληρης και των επισκεπτών. Αυτές οι ημέρες ήταν οι χρυσές ημέρες του Eurochild, όταν η Ευρώπη έδειξε την καρδιά της, την νέα της καρδιά. Επίσης, τον Ιούνιο συναντήθηκαν αρχιτέκτονες και πολεοδόμοι για τις νέες τάσεις στην αρχιτεκτονική στην έκθεση και το σχετικό σεμινάριο.

Υπάρχουν όμως και πάρα πολλά ακόμα που έγιναν όπως τέχνη, τζαζ, ποιήματα που δημοσιεύτηκαν από το Cork 2005 και μεταφράσεις αυτών. Είχαν βάλει στόχο μέχρι το τέλος του 2005 να δημοσιεύσουν 13 τόμους ποίησης από 13 χώρες αυτή της νέας Ευρώπης, συμπεριλαμβανομένης και της Κύπρου και της Μάλτας και τελικά το κατάφεραν. Τον Δεκέμβρη είχαν μία τεράστια έκθεση του James Marey και είχαν μία πολύ καλή συνεργασία ανάμεσα στον John Berger και τη Marisa Camina.

Τα παιδιά που χρησιμοποιούν καθημερινώς την βιβλιοθήκη του Cork για τις σχολικές τους δραστηριότητες, ενέπνευσαν τους ιδύνοντες του Cork 2005 να στρέψουν το βλέμμα τους στο μέλλον. Έτσι, δημιούργησαν το βιβλίο της Ευρώπης, το παιδικό αυτό βιβλίο το οποίο έλπιζαν ότι θα περάσει μετά στα παιδιά της Πάτρας ²³, μετά τα παιδιά της Πάτρας στα παιδιά του Λουξεμβούργου και ούτω καθεξής, στα παιδιά δηλαδή της εκάστοτε διοργανώτριας πόλης.

Στους πρώτους οκτώ μήνες του 2005 πάνω από 740.000 άτομα παρακολούθησαν τις εκδηλώσεις, σε μία πόλη υπέροχη με υπέροχους ανθρώπους που φθάνουν γύρω στους 130.000 κατοίκους, γι' αυτό και αποκαλείται η μικρότερη πόλη σε πληθυσμό και έκταση που διοργάνωσε μία

²³ Ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης για το 2006

καταπληκτική Πολιτιστική Πρωτεύουσα. Πάνω από 28.000 άνθρωποι συμμετείχαν ενεργά σε σεμινάρια και εργαστήρια. Πολλές από αυτές τις φωνές ήταν από την ευρωπαϊκή ήπειρο. Υπήρχαν γαλλικά, ισπανικά, ολλανδικά, γερμανικά, σκανδιναβικά, ιταλικά και ανατολικές ευρωπαϊκές χώρες.

Μετά λοιπόν από την συνάντηση στο Cork, τον Μάη του 2002 ενημερώθηκαν οι διοργανωτές ότι η πόλη τους, το Cork θα είναι η ευρωπαϊκή πολιτιστική πρωτεύουσα το 2005. Όλοι οι ιθύνοντες του θεσμού αμέσως χάρηκαν, αλλά και συνάμα φοβήθηκαν. Χάρηκαν για το γεγονός ότι η πόλη τους πήρε τελικά τον θεσμό αυτό αλλά φοβήθηκαν γιατί είχαν να αντιμετωπίσουν μία νέα διεθνή πρόκληση. Στην πόλη του Cork δεν είχε ποτέ διοργανωθεί κάτι τόσο σημαντικό και μεγαλεπήβολο, παρά μόνο κάποιες εκθέσεις στα χρυσά χρόνια της Εδουαρδινής εποχής 1902-1903.

Συστήθηκε λοιπόν μία ανεξάρτητη εταιρεία για να χειριστεί έναν προϋπολογισμό 13,5 εκατομμυρίων, που έφτασαν μέχρι τα 21 εκατομμύρια στις αρχές του 2005. Το 2005 προσέλαβαν 27 με 30 επαγγελματίες. Υπό τις οδηγίες και καθοδηγήσεις του κ. John Kennedy, του Διευθυντή του «Cork 2005», προσπάθησαν όλοι οι υπεύθυνοι να χειριστούν τα προγράμματα, την επικοινωνία και όλα τα παρεμφερή. Το προσωπικό για έξι μήνες μελέτησε τα προγράμματα και την κληρονομιά από την Γλασκόβη, το Κόπενχαμ και το Ρότερνταμ. Η Γλασκόβη και το Κόπενχαμ ταίριαζαν καλύτερα στα δεδομένα της πόλης τους, καθώς πλησιάζουν πολύ το μέγεθος της πόλης. Επισκέφθηκαν το Γκρατς, την Λιλ και την Τζένοβα για να συγκεντρώσουν τόσο υποκειμενικές, όσο και αντικειμενικές αλήθειες.

Μετά λοιπόν από αυτές τις επισκέψεις, η ομάδα του 2005 ανακοίνωσε έναν διαγωνισμό για το 2003, διαδόθηκε από τις εφημερίδες, τα ραδιόφωνα και την τηλεόραση, ανακοινωθέντα τύπου, εσωτερικά ενημερωτικά δελτία, παραγωγικά εργαστήρια και δημόσια σεμινάρια. Είχαν λοιπόν μία συνεχή επαφή με όλα αυτά τα μέσα ενημέρωσης και ήσαν πεπεισμένοι ότι όλοι όσοι

ασχολούνται με την τέχνη και όλοι όσοι ενδιαφέρονταν, θα μάθαιναν για τον θεσμό της Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας.

Τίποτα δεν άφησαν ανεκμετάλλευτο. Ήταν μία περίοδος έντονης επαφής με τα μέσα ενημέρωσης. Έτσι, μέχρι το τέλος του έτους 2003 είχαν ήδη προτάσεις για 2.000 προγράμματα, τα οποία αφού τα αξιολογούσαν είχαν 14 κριτήρια για να δουν αν κάποιο πρόγραμμα είναι καλό, αποδοτικό και αν θα προσελκύσει αρκετό κόσμο.

Μετά από την αρχική αξιολόγηση των ιδεών αυτών, το Cork 2005 δημοσίευσε το πρώτο του σημαντικό έγγραφο με τίτλο «Emergent Shape» τον Μάρτιο 2004. Αυτό το έγγραφο περιλάμβανε την εξής δήλωση: « Το Cork δράττει την ευκαιρία που του προσέφερε ο θεσμός ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα του 2005 στο πνεύμα της στράτευσης και προάσπισης αμφισβητούμενων απόψεων». Μέσα από πολλές ενέργειες και πολιτιστικές εκδηλώσεις, όπως τον χορό, την λογοτεχνία, την μουσική, το θέατρο, την μετανάστευση και την επικοινωνία.

Το πρωταρχικό καθήκον του γραφείου για την Πολιτιστική Πρωτεύουσα στην περίοδο Απρίλη 2003 – Σεπτέμβρη 2004 ήταν μία πλήρης και δίκαιη αξιολόγηση των προτάσεων για προγράμματα. Έπρεπε να καταρτισθεί ένα πλήρες πρόγραμμα που να ταιριάζει στην κλίμακα αυτής της πόλης με 130.000 κατοίκους και με μία ενδοχώρα 250.000 σε άλλες πόλεις, μικρές περιοχές.

Είχαν να αντιμετωπίσουν βέβαια και περικοπές κονδυλίων, αλλά είχαν και χορηγίες ποσό το οποίο φθάνει τα 2,5 εκατομμύρια ευρώ μετρητά και τα 4,5 εκατομμύρια ευρώ σε είδος. Έτσι, μπόρεσαν να εφαρμόσουν τα προγράμματά τους. Όλοι οι υπεύθυνοι του θεσμού ήταν πάντοτε αισιόδοξοι ότι θα μπορούσαν να βάλουν ψηλά τον πήχη για να αναπτύξουν πολιτιστικές δραστηριότητες οι οποίες βέβαια θα ήταν πάνω από τον προϋπολογισμό. Παρ' όλα αυτά τα κατάφεραν. Οι διαπραγματεύσεις ήταν πάρα πολύ κουραστικές, όπως πάντοτε, καθώς απαιτούν μεγάλη προσπάθεια από το προσωπικό, που κατά κύριο λόγο ήταν managers και δη managers για πολιτιστικά προγράμματα.

Τον Οκτώβρη του 2004 δημοσίευσαν το πρόγραμμα του Cork 2005 με τίτλο City of Making. Σε αυτό το φυλλάδιο υπάρχουν πολλές σημαντικές καλλιτεχνικές κατηγορίες, αρχιτεκτονική, φεστιβάλ, κινηματογράφος, μουσική, λογοτεχνία, σπορ, αθλητισμός, θέατρο, χορός, έρευνα. Το πλήρες πρόγραμμα του Cork 2005 περιελάμβανε πάνω από 200 σημαντικά υποπρογράμματα τα οποία μετέτρεψαν την πόλη να έχει στο σύνολό της 3.500 εκδηλώσεις.

Παίρνοντας δεδομένα από διάφορες πηγές και εν συνεχεία αξιολογώντας τα φθάνει κανείς στο σημείο, σύμφωνα με τους διοργανωτές, να συμπεράνει ότι το Cork 2005 πέτυχε τους στόχους του πλήρως καθώς παρατηρήθηκε ένα μεγάλο κύμα επισκεπτών. Οι αεροπορικές μεταφορές το 2005 αυξήθηκαν κατά 25% όπως και η πληρότητα των ξενοδοχείων. Αυτό επίσης οδήγησε και στο ότι αυξήθηκε η δραστηριότητα των πολιτιστικών θεσμών κατά 30%.

Παρόμοια πρόσκληση έχουν απευθύνει και οι υπεύθυνοι του φορέα «Πάτρα 2006» σε τοπικό κυρίως επίπεδο. Τα αποτελέσματα είναι ενθαρρυντικά παρόλο που η ενέργεια κρίνεται ως καθυστερημένη και έχει ως απόρροια και την καθυστέρηση του προγράμματος. Άλλωστε και στο Κόρκ ανταποκρίθηκαν πάνω από 200 άτομα από την τοπική, εθνική και διεθνή κοινότητα και υπέβαλλαν τις προτάσεις και τις ιδέες τους.

Περίπου το 70% του προγράμματος προέκυψε από αυτές τις ιδέες. Συνέπεια αυτής της δράσης, το πρόγραμμα του 2005 είναι το ακριβέστερο στιγμιότυπο της πολιτιστικής δράσης, όχι μόνο στο Κόρκ αλλά και την Ευρώπη.

Η εκστρατεία προβολής του Κόρκ περιελάμβανε συνεδριάσεις, χιλιάδες ταχυδρομημένα φυλλάδια ενημερωτικού και πληροφοριακού περιεχομένου, αφίσες σε δημόσιους χώρους και μια σειρά επισκέψεων σε βιβλιοθήκες έτσι ώστε να γνωστοποιηθεί το γεγονός, κυρίως όμως στην τοπική κοινότητα καθώς επίσης και στην πανευρωπαϊκή καλλιτεχνική κοινότητα. Ενδεχομένως εδώ να οφείλεται και το γεγονός ότι δεν έχει καταφέρει να γίνει ευρύτερα γνωστό.

Συνεπώς είναι σημαντικό για το Κόρκ να γίνει κατανοητό ότι η πόλη του τύπου, των φεστιβάλ, των επιχειρήσεων, των εργαστηρίων, η χειμερινή πόλη

των μεγάλων συναντήσεων και της σοβαρής εργασίας στην τέχνη, αποτελεί ένα αστικό κέντρο όπου όλα συμβάλλουν στην έννοια μιας συνεχώς δημιουργικής πόλης που τα πράγματα βελτιώνονται.

Ο Οργανισμός «Πάτρα 2006» θα μπορούσε να παραδειγματιστεί από αυτή την διοργάνωση, καθώς μία πόλη με πιο λίγους κατοίκους από την Πάτρα μπόρεσε να διοργανώσει τόσα πολλά με τόσο πολύ κόσμο, όχι μόνο ντόπιους αλλά και επισκέπτες είτε από την υπόλοιπη Ιρλανδία είτε από γείτονες χώρες.

6.13 ΠΑΤΡΑ 2006: «Η ΔΙΚΙΑ ΜΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ»

Η χρονιά του 2006 είναι αφιερωμένη στην Πάτρα. Όλα τα βλέμματα στράφηκαν στην αρχή στην πόλη των Πατρών, καθώς η τρίτη πόλη σε πληθυσμό της Ελλάδος και η Τρίτη κατά σειρά πόλη που αναλαμβάνει την διοργάνωση και εν τέλει την διεξαγωγή του Θεσμού της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας.

Στην αρχή η πορεία του θεσμού στην πόλη έδειχνε μία ανοδική πορεία, καθώς οι πολίτες της πόλης αυτής αγκάλιασαν τον θεσμό και τις εκδηλώσεις που έγιναν. Ο πατραϊκός λαός είναι γνώστης πολλών καλλιτεχνικών γεγονότων και έχει μία σωστή κριτική για αυτά που βλέπει και που ακούει. Πολλοί ηθοποιοί όταν έρχονται για πρώτη φορά στην Πάτρα, ξέρουν ότι το κοινό είναι δύσκολο και εάν πετύχουν εδώ τότε πέτυχαν και πανελλαδικά.

Δυστυχώς, όμως, η πορεία της διοργάνωσης άρχισε σιγά σιγά να φθίνει λόγω δυσκολιών, λανθασμένου προγραμματισμού και διενέξεων που υπήρχαν εσωτερικά και εξωτερικά.

Ελπίζουμε τα αποτελέσματα στο τέλος της διοργάνωσης να είναι αποδοτικά για μία τέτοια πόλη που αποτελεί τον σύνδεσμο μεταξύ Ελλάδος και Ιταλίας, μεταξύ δύο παρόμοιων πολιτισμών και αν όχι ίδιας, παρόμοιας κουλτούρας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: «ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ & ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΟ 2005»

7.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό της εργασίας παρουσιάζεται πραγματοποιηθείσα αναλυτική έρευνα αγοράς σε καταναλωτικό κοινό, βάσει ερωτηματολογίου, προς εξέταση της ενημέρωσης που έχουν οι πολίτες όσον αφορά την «Πάτρα-Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006».

Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια του μαθήματος «Σεμινάριο Τελειοφοίτων» του Τμήματος Επιχειρηματικού Σχεδιασμού το ακαδημαϊκό έτος 2004-2005 και σε αυτή την ομαδική εργασία συμμετείχα και εγώ ο ίδιος. Τα εισαγωγικά κατατοπιστικά στοιχεία καθώς και τα αποτελέσματα της έρευνας παρατίθενται αυτούσια.

Μέσα από την ερμηνεία και την αξιολόγηση των στοιχείων, όπως αυτά προέκυψαν από την συμπλήρωση της φόρμας και την αντιπαραβολή τους με δευτερογενή δημοσιευμένα στοιχεία, προσπαθήσαμε να αντλήσουμε κάποιες χρήσιμες πληροφορίες για την συμπεριφορά και το ενδιαφέρον των Ελλήνων απέναντι στον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας.

Παρακάτω περιγράφονται αναλυτικά τα στάδια που ακολουθήθηκαν για την διεκπεραίωση αυτής της έρευνας αγοράς.

7.2 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΝΑΓΚΗΣ ΓΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ – ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ

Η έρευνα που αποφασίσαμε να πραγματοποιήσουμε, έχει ως σκοπό να παρουσιάσει μια γενική εικόνα της τάσης του πολιτισμικού ενδιαφέροντος, καθώς και να βοηθήσει στην κατανόηση των στάσεων και των απόψεων του κοινού.

Θελήσαμε λοιπόν, να “εκμαιεύσουμε” κάποιες πολύτιμες για εμάς πληροφορίες από ένα τυχαίο δείγμα ατόμων, έτσι ώστε κάνοντας ανάλυση αυτών των στοιχείων, να οδηγηθούμε σε κάποια χρήσιμα συμπεράσματα. Πιο συγκεκριμένα, καταλήξαμε ότι θα ήταν χρήσιμο για την έρευνα μας να αντλήσουμε στοιχεία σχετικά με την στάση του δείγματος απέναντι στα προβλήματα της πόλης, του ποσοστού του δείγματος που αποτελεί ή δεν αποτελεί φοιτητικό δυναμικό, καθώς και το είδος των εκδηλώσεων που προτιμάει να συμπεριληφθούν στο καλλιτεχνικό πρόγραμμα. Ακόμα, έμφαση δώσαμε στην πρόθεση τους για απόκτηση αναμνηστικών αντικειμένων.

Τέλος πρέπει να αναφέρουμε ότι ασχοληθήκαμε και με την στάση των πολιτών στην προοπτική συμμετοχής τους στο εθελοντικό πρόγραμμα. Όσο αφορά το τελευταίο θέμα, ανακαλύπτουμε την ύπαρξη ενός προβλήματος για το οποίο θα προσπαθήσουμε να βρούμε τα αίτια που το προκαλούν.

Για τη διεξαγωγή της έρευνας αυτής, ακολουθήσαμε όσο το δυνατόν πιστότερα τους κανόνες που διέπουν μια σωστή, αντικειμενική και αποτελεσματική έρευνα αγοράς. Όμως οι παράγοντες κόστος και χρόνος μας περιόρισαν στο να έχουμε μια έρευνα σε ευρύτερο πεδίο.

Πιστεύουμε πάντως ότι αυτή η έρευνα ίσως να βοηθήσει τους υπευθύνους του φορέα «Πάτρα-Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006» και τη Δημοτική αρχή, αφού θα μπορούν να πληροφορηθούν για την γνώμη του κοινού σχετικά με το

συγκεκριμένο θεσμό καθώς και για τις δυσχέρειες που αντιμετωπίζουν κατά τη διάρκεια της παραμονής ή της διαμονής τους σε αυτή την πόλη. Με την συγκέντρωση αυτών των πληροφοριών, αλλά και πλήθος άλλων, οι ιθύνοντες φορείς μπορούν να ενεργήσουν αναλόγως. Βέβαια δε πρέπει να ξεχνάμε ότι οι πληροφορίες που προκύπτουν από την παρακάτω έρευνα, έχουν αξία μόνο για ορισμένο χρόνο και τόπο και τα αποτελέσματα δεν μπορούν να γενικευτούν.

7.3 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΗΓΩΝ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

α) ΠΗΓΗ

Η πηγή από όπου θα αντληθούν οι ζητούμενες πληροφορίες της έρευνας είναι φυσικά οι πολίτες που για συγκεκριμένο ή ευρύτερο διάστημα διαμένουν στην Πάτρα. Δηλαδή, το ερευνούμενο κοινό είναι τα άτομα εκείνα τα οποία σπουδάζουν ή κατοικούν στην πόλη και έχουν μια σχετική γνώση και άποψη για την διοργάνωση του θεσμού στην Πάτρα, καθώς και άτομα που το αγνοούν.

Στο τέλος της έρευνας μας, για την εξαγωγή συμπερασμάτων, θα κάνουμε αντιπαραβολή των πρωτογενών στοιχείων, των πληροφοριών δηλαδή που συλλέξαμε μέσω του ερωτηματολογίου, με δευτερογενή στοιχεία (δημοσιεύματα εφημερίδων και περιοδικών, στοιχεία παλαιότερων ερευνών).

β) ΤΥΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα μας ουσιαστικά χρησιμοποιεί και τους τέσσερις τύπους ερευνών:

➤ **Διερευνητική:** Η έρευνα μας, εκτός των άλλων, προσπαθεί να προσδιορίσει και κάποια προβλήματα που προκύπτουν σε σχέση με την αποπεράτωση των έργων που θα φιλοξενήσουν εκδηλώσεις το 2006, για το οποίο δεν

γνωρίζουμε αρκετά πράγματα για τα αίτια που το προξενούν. Έτσι λοιπόν, αναζητούμε την άποψη των πολιτών για την πορεία των έργων. Βέβαια, αυτό αποτελεί ένα μικρό μέρος της έρευνάς μας καθώς ο κύριος λόγος που την πραγματοποιούμε, είναι ο προσδιορισμός των στάσεων των πολιτών απέναντι στην πολιτιστική αυτή διοργάνωση.

- Περιγραφική: Μέσα από την έρευνα αυτή έχουμε σκοπό να περιγράψουμε τα χαρακτηριστικά της ομάδας των καταναλωτών που φανερώνουν το ενδιαφέρον τους για τις εκδηλώσεις και την εθελοντική προσφορά τους σε αυτές. Επιπλέον, θα περιγράψουμε και τα χαρακτηριστικά της ομάδας των καταναλωτών που αδιαφορεί για το γεγονός. Πιο συγκεκριμένα, θα χρησιμοποιήσουμε περιγραφική έρευνα αντιπροσωπευτικού πλαισίου βασισμένη σε εξωτερικές μετρήσεις.
- Αιτιολογική: Ακόμα μέσω της έρευνας αυτής θα γίνει μια προσπάθεια να αναζητηθούν τα αίτια ενός προβλήματος που ερευνούμε και φυσικά να προσδιοριστεί ο ιδανικότερος συνδυασμός για την επίλυση του προβλήματος αυτού.
- Ποιοτική: Τέλος η έρευνα αυτή προσπαθεί να προσδιορίσει τα κίνητρα και την συμπεριφορά του συγκεκριμένου δείγματος ατόμων όσο αφορά κάποια θέματα που αφορούν τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας. Μέσω αυτής γίνεται και διερεύνηση των υποκειμενικών χαρακτηριστικών του δείγματος, συλλέγοντας στοιχεία σχετικά με τις γνώμες, τις αντιλήψεις, τις πεποιθήσεις, τις προθέσεις, τις τάσεις και τις αντιδράσεις των συγκεκριμένων ατόμων.

7.4 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΕΘΟΔΩΝ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΦΟΡΜΑ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΑΥΤΩΝ

Η έρευνα αυτή στηρίχθηκε στη συλλογή πρωτογενών στοιχείων, με εξωτερική έρευνα αγοράς (field work), όπου ένα δείγμα ατόμων κλήθηκε να συμπληρώσει ένα προτυπωμένο ερωτηματολόγιο σχετικά με την «Πάτρα-Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006».

Η μορφή των ερωτήσεων που χρησιμοποιήθηκαν είναι κλειστές διαζευκτικού τύπου ή κλειστές πολλαπλής επιλογής, έτσι ώστε να απαντώνται ευκολότερα και γρηγορότερα από τους ερωτώμενους καθώς και για να ποσοτικοποιούνται και να κωδικοποιούνται εύκολα από εμάς. Επιπλέον υπάρχει και μία ερώτηση ανάπτυξης (ερώτηση 8), της οποίας τα αποτελέσματα ομαδοποιήσαμε κατάλληλα.

Πρέπει ακόμη να σημειώσουμε ότι το ερωτηματολόγιο που κλήθηκε να απαντήσει το ερευνούμενο κοινό, σχεδιάστηκε σύμφωνα με τους βασικούς κανόνες που ισχύουν για την ανάπτυξη ενός σωστού και δομημένου ερωτηματολογίου:

- Είναι προτυπωμένο έντυπο που περιέχει όλες τις ερωτήσεις που είναι απαραίτητες για την συλλογή των στοιχείων.
- Οι ερωτήσεις είναι τέτοιες ώστε να μην προκαταβάλουν τον ερωτώμενο, ούτε θετικά ούτε αρνητικά.
- Οι πρώτες ερωτήσεις είναι γενικού και αναγνωριστικού περιεχομένου.
- Ο κύριος όγκος των ερωτήσεων μπήκαν στη μέση του ερωτηματολογίου. Αυτές οι ερωτήσεις θα μας δώσουν και τα σημαντικότερα αποτελέσματα.
- Οι ερωτήσεις είναι αριθμημένες και διατυπωμένες με τρόπο ώστε να είναι εύκολο στον ερωτώμενο να απαντήσει σε λίγο χρόνο. Οι απαντήσεις είναι έτσι διαμορφωμένες με το σύστημα πολλαπλής

επιλογής για να διευκολύνουν πρώτον τον ερωτώμενο και δεύτερον τον ερευνητή αφού έτσι είναι ευκολότερη η κωδικοποίηση τους.

- Η φραστική σύνταξη και η δομή του ερωτηματολογίου είναι τέτοια που να εκμαιεύει από τον ερωτώμενο όλες τις χρήσιμες πληροφορίες, χωρίς να τον κουράζει, να τον μπερδεύει ή να τον κατευθύνει. Οι ερωτήσεις τοποθετήθηκαν με λογική σειρά.
- Πρέπει ακόμα να αναφέρουμε ότι δοκιμάσαμε αρχικό σχέδιο ερωτηματολογίου σε δέκα άτομα για μια προκαταρκτική έρευνα (pilot test), ώστε να ελέγξουμε το ερωτηματολόγιο, να διορθώσουμε σημεία τα οποία δεν ήταν κατανοητά ή που δημιουργούσαν σύγχυση στον ερωτώμενο και γενικότερα θα προξενούσαν πρόβλημα στην ομαλή διεξαγωγή της έρευνας.

Παρακάτω παραθέτουμε τον πρόλογο του ερωτηματολογίου, που δηλώνει στους ερωτώμενους το στόχο της έρευνας μας, καθώς και την φόρμα του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήσαμε για την συλλογή των πληροφοριών που αναζητούμε:



Χαίρετε! Είμαστε μια ομάδα τεσσάρων σπουδαστών του τμήματος Επιχειρηματικού Σχεδιασμού και Πληροφοριακών Συστημάτων του Α.Τ.Ε.Ι. Πατρών και διεξάγουμε μια έρευνα στα πλαίσια της εργασίας «Η προβολή της Πάτρας ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2006». Κρίνουμε απαραίτητη τη συμβολή σας στην έρευνα συμπληρώνοντας το παρακάτω ερωτηματολόγιο. Ευχαριστούμε πολύ για τον πολύτιμο χρόνο που διαθέτετε για μας.



Χαίρετε! Είμαστε μια ομάδα τεσσάρων σπουδαστών του τμήματος Επιχειρηματικού Σχεδιασμού και Πληροφοριακών Συστημάτων του Α.Τ.Ε.Ι. Πατρών και διεξάγουμε μια έρευνα στα πλαίσια της εργασίας «Η προβολή της Πάτρας ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2006». Κρίνουμε απαραίτητη τη συμβολή σας στην έρευνα συμπληρώνοντας το παρακάτω ερωτηματολόγιο.

Ευχαριστούμε πολύ για τον πολύτιμο χρόνο που διαθέτεται για μας.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Όνομα: Άνδρας Γυναίκα

Εκπαιδευτικό επίπεδο: Πρωτοβάθμια εκπαίδευση Τριτοβάθμια εκπαίδευση
 Δευτεροβάθμια εκπαίδευση Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό
 Μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση (ΙΕΚ)

Κατηγορία καταγωγής/κατοικίας:

Επιθυμείτε τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας; ΝΑΙ ΟΧΙ

Επιθυμείτε ότι η Πάτρα το 2006 θα αναλάβει τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης; ΝΑΙ ΟΧΙ

Αν είστε είδος εκδηλώσεις θα επιθυμούσατε να παρακολουθήσετε; (Δηλώστε μέχρι 3 επιλογές)

Ποίηση Ζωγραφική Συνέδρια
Συναυλία Θρησκευτική Καμία
Καρναβαλική Θεατρική

Αισιόμορφος κινεί το ενδιαφέρον ότι η Πάτρα θα φιλοξενήσει τον θεσμό της «Πολιτιστικής Πρωτεύουσας» το 2006;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ

Αγοράζετε κάποιο αναμνηστικό προϊόν με το σήμα της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ

Αν είστε συμμετείχατε στην διοργάνωση του θεσμού ως εθελοντής/-τρια για τις εργασίες του 2006;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ

Αξιολογείτε η πρόοδος των έργων της πόλης εν όψει υποδοχής της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 2006;

ΠΡΟΣΤΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΜΕΤΡΙΑ ΑΝΥΠΙΑΡΚΤΑ ΔΕΝ ΞΕΡΩ
 ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ

Αν θέλατε πολύ να αλλάξει σ' αυτή την πόλη;

.....
.....
.....

Επιθυμείτε ότι η Πάτρα τελικά θα κριθεί αντάξια του θεσμού;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ

Εάν θεωρήσουμε ότι πραγματοποιείται στο αμφιθέατρο του Α.Τ.Ε.Ι. εκδήλωση ενημερωτικού χαρακτήρα με θέμα «η Πάτρα ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006», θα την παρακολουθήσετε;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ!

7.5 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΗ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Στο συγκεκριμένο σημείο κληθήκαμε να επιλέξουμε μια ομάδα συγκεκριμένων ατόμων τα οποία αποτελούν τη βάση της έρευνας μας. Όσοι γνωρίζουν τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας είναι ενήλικες όλων των ηλικιών, αλλά αν εξετάσουμε το προφίλ αυτών θα διαπιστώσουμε ότι στην πλειοψηφία τους είναι μεταξύ 22-55 ετών. Συνήθως, βέβαια, δεν είναι ούτε πολύ νέοι, ούτε όμως και ηλικιωμένοι, καθώς η βασική προϋπόθεση είναι να ασχολούνται με τα κοινά και γενικά να έχουν μία μεσαίου επιπέδου πολιτιστική παιδεία. Άλλος ένας παράγοντας στον οποίο δίνει έμφαση η πρωτοβουλία αυτή είναι στο ότι πρέπει να προσελκύσει κυρίως άτομα νεαρής ηλικίας, ακόμα και παιδιά ώστε όλο και περισσότεροι να επισκεφθούν την Πάτρα κατά την διάρκεια του 2006.

Ακόμη θελήσαμε, να υπάρχει ίση κατανομή του δείγματος ανάμεσα στα δύο φύλλα, έτσι ώστε να είναι πιο αντικειμενικά τα συμπεράσματά μας. Επιπλέον καθορίσαμε πως το δείγμα θα έπρεπε να είναι σχετικά μεγάλο (σύμφωνα πάντα με τις δικές μας δυνατότητες), αποκλείοντας την αρχική σκέψη για ένα δείγμα εκατό ατόμων, καθώς το θεωρήσαμε υπερβολικά μικρό για να αντλήσουμε συμπεράσματα π.χ. για τις εκδηλώσεις που θα ήθελαν να παρακολουθήσουν.

Για τους παραπάνω λόγους ορίστηκε ως δείγμα το group με τα εξής χαρακτηριστικά:

1. Πεντακόσια (500) άτομα.
2. Ηλικίας 18-55 ετών.
3. Φοιτητές αλλά και μη.
4. Κάτοικοι Πατρών και άλλων περιοχών

Η έρευνα διεξήχθη σε κεντρικό σημείο της Πάτρας στις 18 έως 20 Απριλίου 2005 στην πλατεία Γεωργίου του Β', στην οδό Αγίου Νικολάου και Μαιζώνος και στον διάδρομο του ΑΤΕΙ Πατρών.

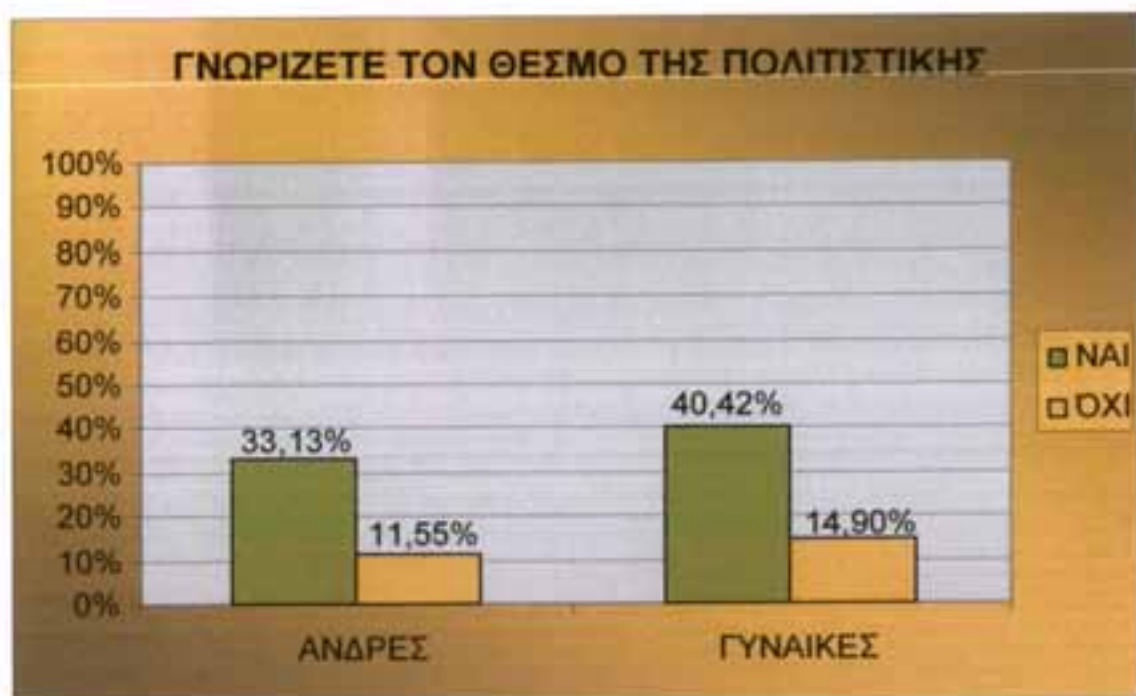
7.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.

Αφού αποπερατώθηκε το στάδιο της συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων και συγκεντρώθηκαν όλα τα ερωτηματολόγια, πραγματοποιήθηκε ο έλεγχος των απαντήσεων (μήπως είχε δηλαδή, ξεχαστεί να απαντηθεί κάποια ερώτηση από τους ερωτηθέντες), καθώς και η ταξινόμησή τους ανά κατηγορία – των φοιτητών και μη – ώστε να διευκολυνθούμε στη ομαδοποίηση που αποτελεί το επόμενο στάδιο της ανάλυσης των στοιχείων.

Έπειτα από την ομαδοποίηση των απαντήσεων που δόθηκαν, και με την χρήση του προγράμματος Excel, έγινε η εισαγωγή των στοιχείων σε ηλεκτρονικό υπολογιστή, ώστε να γίνει ευκολότερη η άντληση των αποτελεσμάτων. Η ανάλυση των στοιχείων έγινε με την μέθοδο των ποσοστών. Στην συνέχεια συσχετίζεται η κάθε ερώτηση με τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν για τα προσωπικά στοιχεία των ερωτηθέντων, ώστε να υπάρχει μια πλήρη εικόνα των ιδεών των πολιτών σχετικά με τον θεσμό αυτό. Έπειτα από την ανάλυση και την ερμηνεία των στοιχείων της έρευνας καταλήγω στα εξής βασικά συμπεράσματα για κάθε ερώτηση:

ΕΡΩΤΗΣΗ 1: Γνωρίζετε τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας;

Όπως προκύπτει από την καταμέτρηση των ερωτηματολογίων, το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που απάντησαν, γνωρίζουν το θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας. Πιο συγκεκριμένα το 73,55% του συνόλου των ερωτηθέντων γνωρίζουν το θεσμό. Από αυτό το 33,13% είναι άνδρες ενώ το 40,42% είναι γυναίκες. Αντιθέτως το ποσοστό των ατόμων που δε γνωρίζουν το θεσμό αυτό αγγίζει το 26,45%, σημείο που δείχνει ότι το μεγαλύτερο πλήθος των Ελλήνων πολιτών είναι αρκετά ενημερωμένο.

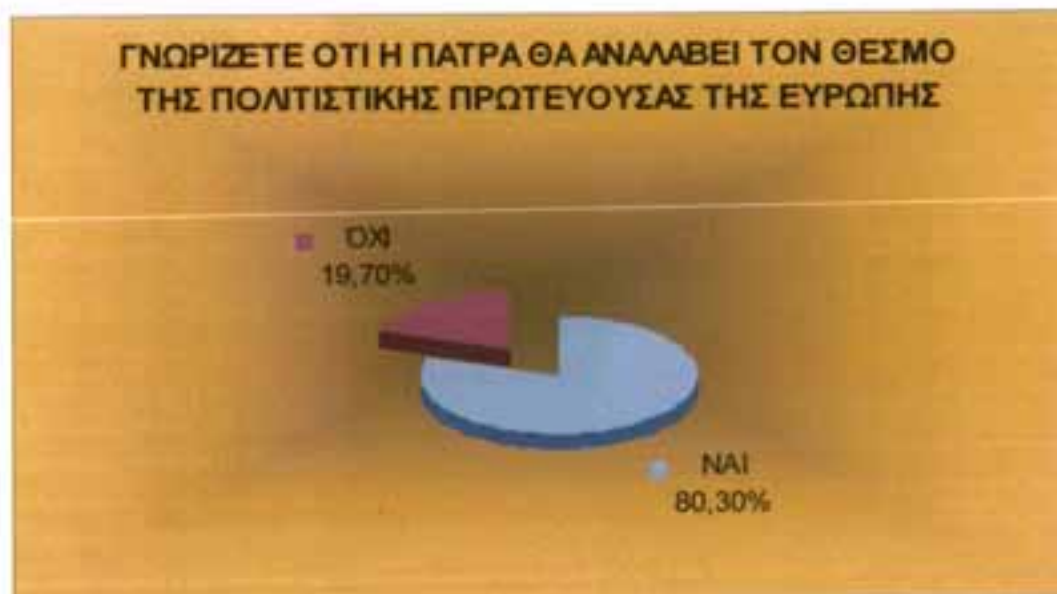


Η γνώση τους αυτή, θα βοηθούσε τους φορείς του «Πάτρα 2006» να προωθήσουν ευκολότερα στην Ελλάδα την πρωτοβουλία που ανέλαβε η Πάτρα και συγκεκριμένα να προσαρμόσουν τα προγράμματα Προώθησης και Marketing με τέτοιο τρόπο ώστε να προσελκύσουν κατά κύριο λόγο το γυναικείο πληθυσμό. Μέσα από την παράμετρο φύλο διαπιστώνεται ότι οι

γυναίκες είναι πιο ενημερωμένες σε θέματα πολιτισμού σε σχέση με τους άνδρες. Τέλος, το εκπαιδευτικό επίπεδο όσων απάντησαν θετικά στην ερώτηση αυτή είναι κατά το μεγαλύτερο ποσοστό απόφοιτοι Μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Ι.Ε.Κ.) και Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (Πανεπιστήμιο, Α.Τ.Ε.Ι., Μεταπτυχιακά). Από αυτό συμπεραίνεται ότι απόκτηση ανώτερης γνώσης συμβάλλει και στην πολιτιστική παιδεία τους.

ΕΡΩΤΗΣΗ 2: Γνωρίζετε ότι η Πάτρα το 2006 θα αναλάβει τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης;

Η ερώτηση αυτή τοποθετήθηκε για να δείξει το κατά πόσο το - πατραϊκό αλλά και όχι μόνο - κοινό, είναι ενημερωμένο για την ανάληψη της πρωτοβουλίας αυτής. Το 81,15% του πληθυσμού των ερωτηθέντων είναι ενήμερο ενώ το 18,85% δεν είναι γνώστες.



Εξετάζοντας την συγκεκριμένη ερώτηση με βάση την πόλη διαμονής διαπιστώνεται ότι κυρίως οι Πατρινοί είναι αυτοί που το γνωρίζουν σε ποσοστό 93%. Ενώ με βάση το φύλο, από την έρευνα φαίνεται ότι οι γυναίκες είναι πιο ενημερωμένες, αγγίζοντας το 46,20%.

Τέλος, μελετώντας τις ηλικίες και το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων, δεν παρατηρείται καμία διαστρωμάτωση.

ΕΡΩΤΗΣΗ 3: Τι είδους εκδηλώσεις θα επιθυμούσατε να παρακολουθήσετε; (μέχρι 3 επιλογές)

Στο παραπάνω ερώτημα η έρευνα έδειξε ότι τόσο οι γυναίκες όσο και οι άντρες προτίθετο να παρακολουθήσουν συναυλίες σε ποσοστό 44,21% οι άνδρες και 63,19% οι γυναίκες και θεατρικές παραστάσεις 38,10% οι άνδρες και 54,94% οι γυναίκες. Αυτές είναι οι δύο κυρίαρχες εκδηλώσεις στην προτίμηση του κοινού. Ακολουθούν η καρναβαλική σε ποσοστό 19,05% οι άνδρες και 31,32% οι γυναίκες, η ζωγραφική σε ποσοστό 13,60% οι άνδρες και 30,77% οι γυναίκες, οι συνεδριακές εκδηλώσεις σε ποσοστό 40,75% (άνδρες και γυναίκες) και σε ποσοστά κάτω από 10% και οι άνδρες και οι γυναίκες, εκδηλώσεις ποίησης και θρησκευτικού ενδιαφέροντος. Ενώ ένα μικρό ποσοστό δεν ενδιαφέρεται να παρακολουθήσει καμία εκδήλωση.

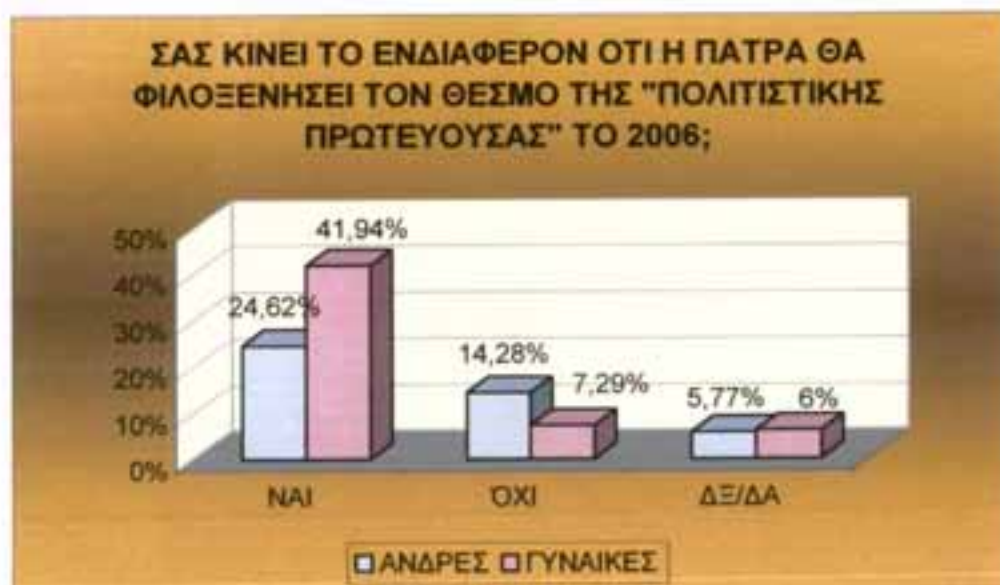


Κάνοντας τώρα ένα συσχετισμό με τα προσωπικά στοιχεία των ερωτώμενων διαπιστώθηκε ότι, αναφορικά με την ηλικία οι νεότεροι προτιμούν να παρακολουθήσουν συναυλίες και θεατρικές εκδηλώσεις, ενώ αυτοί που προτιμούν ποίηση, ζωγραφική, συνέδρια και θρησκευτικές εκδηλώσεις είναι άτομα κυρίως μεγαλύτερης ηλικίας.

ΕΡΩΤΗΣΗ 4: Σας κινεί το ενδιαφέρον ότι η Πάτρα θα φιλοξενήσει τον θεσμό της «Πολιτιστικής Πρωτεύουσας» το 2006;

Η ερώτηση αυτή τοποθετήθηκε προκειμένου να δείξει, εάν οι πολίτες όντως ενδιαφερόντουσαν για τον θεσμό που θα αναλάμβανε η Πάτρα το 2006. Πολλοί πολίτες θεώρησαν ότι τους ενδιαφέρει και πρέπει να βοηθήσουν με οποιονδήποτε τρόπο ώστε η διοργάνωση να στεφθεί με επιτυχία, ενώ άλλοι αδιαφόρησαν καθώς πιστεύουν, μάλλον, ότι δεν θα έχει κάποιο αποτέλεσμα.

Έτσι, το 66,56% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά, πως τους ενδιαφέρει η πρωτοβουλία αυτή. Όπως φαίνεται και από τα προσωπικά στοιχεία οι περισσότεροι από αυτούς είναι Πατρινοί μικρής ηλικίας, 18 έως 35 ετών, και υπερισχύει το γυναικείο φύλο. Οι άνδρες ενδιαφέρονται για τον θεσμό κατά το 24,62% του συνόλου των ερωτηθέντων ενώ οι γυναίκες -σχεδόν το διπλάσιο- κατά 41,94%.



Αρνητικά απάντησε το 21,57% του συνόλου των ερωτηθέντων. Δηλαδή, δεν τους ενδιαφέρει το γεγονός ότι η Πάτρα θα γίνει Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2006. Αυτό, ίσως να οφείλεται στο γεγονός ότι δεν γνωρίζουν

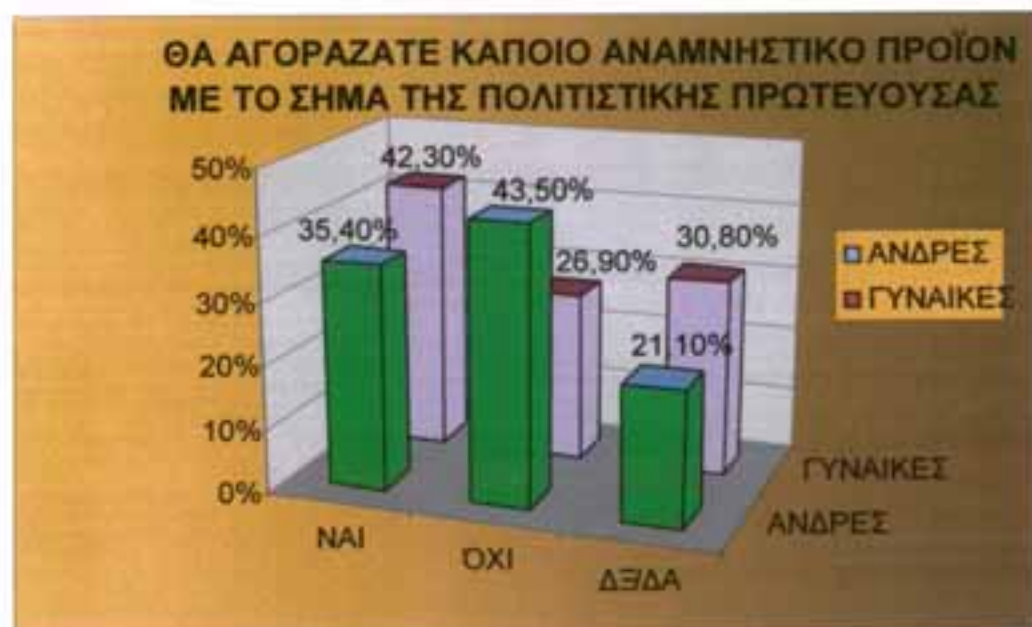
τον θεσμό, σύμφωνα με τις απαντήσεις τους, αλλά και στο γεγονός ότι δεν είναι ενήμεροι σχετικά με τις εκδηλώσεις που θα λάβουν χώρα καθ' όλη την διάρκεια του έτους 2006. Οι άνδρες αποτελούσαν το 14,28% και οι γυναίκες το 7,29%.

Ούτε θετική, ούτε αρνητική στάση πήρε το 11,84% των ερωτώμενων. Το ποσοστό αυτό είναι σχετικά μικρό, άρα πρέπει οι υπεύθυνοι της διοργάνωσης να τους κινήσουν το ενδιαφέρον ώστε να μπορέσουν και αυτοί με την σειρά τους, να συνεισφέρουν σε αυτή την προσπάθεια.

Συμπερασματικά, οι πολίτες ενδιαφέρονται για τον θεσμό αυτό και προσδοκά ο καθένας με την σειρά του να συμβάλει όπως μπορεί στην μεγάλη αυτή γιορτή ώστε η πόλη του να αποκτήσει μία καλή εικόνα όχι μόνο στους Έλληνες αλλά και στο εξωτερικό, όσο βέβαια αυτό καθίσταται εφικτό.

ΕΡΩΤΗΣΗ 5: Θα αγοράζατε κάποιο αναμνηστικό προϊόν με το σήμα της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας ;

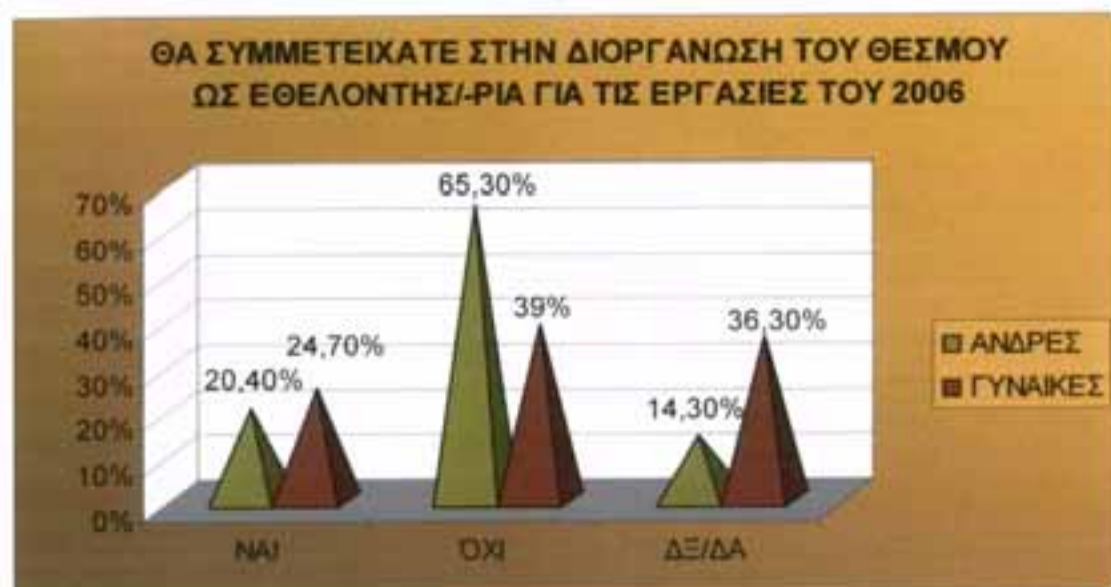
Όσον αφορά την πρόθεση των πολιτών σχετικά με την αγορά αναμνηστικών προϊόντων παρατηρούμε ότι ένα ποσοστό της τάξεως του 42,30% για τις γυναίκες απαντά θετικά στην αγορά κάποιου αναμνηστικού προϊόντος, ενώ αντίστοιχα το 43,50% των ανδρών φανερώνει την αρνητική του θέση απέναντι στο ζήτημα. Άγνωστο παραμένει για το 21,10% των ανδρών και το 30,8% των γυναικών αν θα αγόραζαν κάποιο αναμνηστικό προϊόν με το σήμα της Πολιτιστικής, αμφιβολίες που ενδεχομένως να βασίζονται στην ποιότητα, την τιμή των εν λόγω προϊόντων ή ακόμα και στην άγνοια που επικρατεί για την ύπαρξη και την κυκλοφορία τους στην αγορά.



Επιπλέον, όπως άλλωστε και θα αναμενόταν, το 69,7% όσων δηλώνουν ότι θα επιθυμούσαν να αποκτήσουν κάποιο αναμνηστικό προϊόν κατοικεί σε περιοχές εκτός του νομού Αχαΐας και είναι άτομα μικρής κυρίως ηλικίας, οπότε και ενδιαφέρονται να έχουν κάτι στην κατοχή τους, που θα τους παραπέμπει πάντα στην επίσκεψή τους στην Πάτρα-Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006.

ΕΡΩΤΗΣΗ 6: Θα συμμετείχατε στην διοργάνωση του θεσμού ως εθελοντής/-ρια για τις εργασίες του 2006;

Η τάση που διαμορφώνεται από τους ερωτώμενους στο θέμα του εθελοντισμού, διακρίνω ότι διαφέρει κατά πολύ από τις ήδη υπάρχουσες δημοσιευμένες έρευνες. Συγκεκριμένα, η πλειοψηφία των ανδρών (65,3%) και των γυναικών σε μικρότερο ποσοστό (39%) δεν είναι διατεθειμένη να συνεισφέρει εθελοντικά στον θεσμό. 14,30% των ερωτηθέντων ανδρών και 36,30% των γυναικών εκφράζουν αμφιβολίες για την συμμετοχή τους, ενώ μόνο το 20,40% και 24,70% των ανδρών και γυναικών αντίστοιχα φαίνεται να τους απασχολεί θετικά το θέμα του εθελοντισμού.

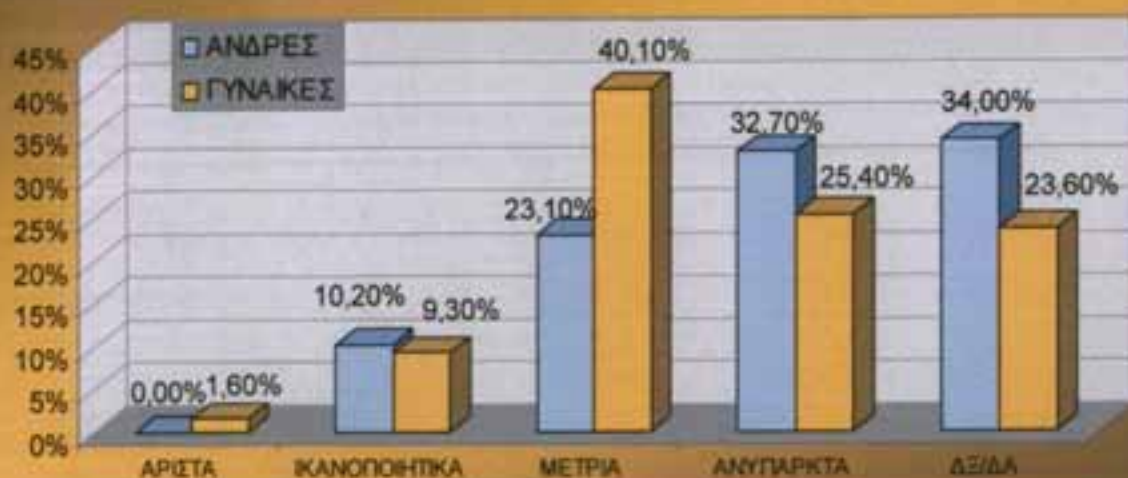


Η απόκλιση που παρουσιάζεται σε σχέση με τις λοιπές έρευνες που αφορούν το συγκεκριμένο θέμα του εθελοντισμού προφανώς οφείλεται στο γεγονός, ότι ο κύριος όγκος της παρούσας έρευνας απευθύνθηκε σε φοιτητές, που ως επί το πλείστον κατοικούν σε περιοχές εκτός του νομού Αχαΐας.

ΕΡΩΤΗΣΗ 7: Ποια η πρόοδος των έργων της πόλης εν όψει υποδοχής της πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 2006;

Πολύ αισιόδοξη δεν είναι η εικόνα ούτε μελετώντας τις απόψεις των κατοίκων αναφορικά με την πρόοδο που παρουσιάζουν τα έργα εν όψει υποδοχής του θεσμού της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 2006. Ειδικότερα το 0,91% (0% των ανδρών, 1,6% των γυναικών) θεωρεί ότι η πορεία των έργων είναι αρίστη. Το 9,72 % (10,2% των ανδρών, 9,3 % των γυναικών) των πολιτών θα χαρακτήριζε τα έργα ως ικανοποιητικά ενώ το 32,5 %(23,1% των ανδρών, 40,10% των γυναικών) ως μέτρια. Τέλος ανύπαρκτα είναι τα έργα στην πόλη για το 27,96% (32,7% των ανδρών, 25,4% των γυναικών) των ερωτηθέντων. Τέλος, ένα μεγάλο ποσοστό 28,3% δεν απαντά στην συγκεκριμένη ερώτηση, είτε επειδή δεν επιθυμεί να τοποθετηθεί στο ζήτημα είτε επειδή το αγνοεί.

ΠΟΙΑ Η ΠΡΟΟΔΟΣ ΤΩΝ ΕΡΓΩΝ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΕΝ ΟΨΕΙ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑΣ ΤΟ 2006



Δυσανεστημένοι εμφανίζονται οι πολίτες από την εικόνα της πόλης καθώς θεωρούν ότι όλα αυτά που περίμεναν να υλοποιηθούν με της ευκαιρία της ανάληψης της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης είτε δεν πραγματοποιούνται είτε δεν παρουσιάζουν την βέλτιστη πρόοδο.

Στην επόμενη ερώτηση διακρίνουμε και τα προβλήματα στα οποία εστιάζουν οι πολίτες κατονομάζοντας τα.

ΕΡΩΤΗΣΗ 8: *Τι θα θέλατε πολύ να αλλάξει σ' αυτή την πόλη;*

Αυτή η ερώτηση είναι ανοικτού τύπου, ανάπτυξης, επομένως ο κάθε ερωτώμενος έγραφε τι δεν του αρέσει σ' αυτή την πόλη, τι τον ενοχλεί, που παρουσιάζει αδυναμίες και τέλος τι νομίζει πως πρέπει να αλλάξει επί ευκαιρίας του 2006. Αφού συλλέχθηκαν όλες οι απαντήσεις, ύστερα με πολλή προσοχή προσπάθησα να ομαδοποιήσω τα προβλήματα αυτά.

Το 38,09% των ανδρών απάντησε ότι θα ήθελε να δει κάποια βελτίωση στο *κυκλοφοριακό*. Ειδικότερα, το πρόβλημα έγκειται στην μη ύπαρξη φαναριών σε βασικά κομβικά σημεία, στην ύπαρξη μεγάλης κίνηση στους δρόμους καθ' όλη την διάρκεια της ημέρας αλλά και κατά τις ώρες αιχμής. Επιπλέον, η έλλειψη ή η άσχημη κατάσταση πεζοδρομίων καθώς επίσης και δωρεάν χώρων στάθμευσης, είναι και αυτά προβλήματα που συγκλίνουν στην επιδείνωση της κατάστασης στους δρόμους. Το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών σε αυτήν την ερώτηση είναι 45,05% και στην πλειοψηφία τους είναι Πατρινοί νεαρής κυρίως ηλικίας.

Ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα, το οποίο έθεσαν πολλοί ερωτώμενοι είναι η *έλλειψη πρασίνου, πλατειών, πάρκων*. Όπως αναφέρει το 19,74% των ανδρών και το 18,23% των γυναικών οι *χώροι αναψυχής* τόσο για τα μικρά παιδιά (*παιδότοποι*) όσο και για τους μεγάλους είναι λιγοστοί.

Περισσότερες *πολιτιστικού περιεχομένου εκδηλώσεις*, όπως π.χ. συναυλία, δράμα, εκθέσεις, αλλά και περισσότερα *θέατρα*, αναζητούν σε ποσοστό 3,5% οι άνδρες και 11,53% οι γυναίκες.

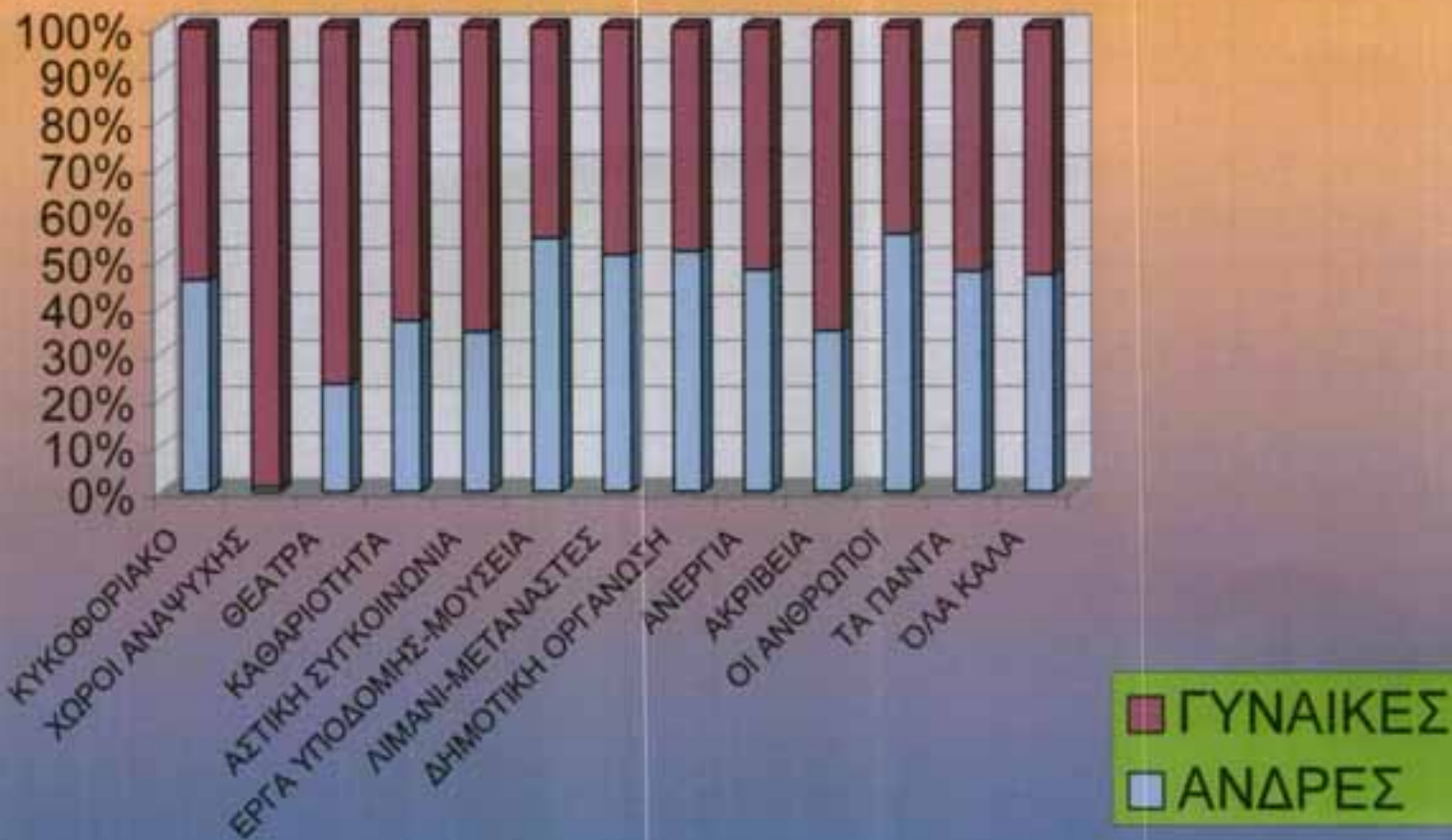
Η *καθαριότητα*, συνάμα, αποτελεί ένα σημαντικό μειονέκτημα της πόλης, καθώς πολλές φορές η εμφάνιση της πόλης δεν είναι και η καλύτερη όσον αφορά αυτόν τον τομέα. Το 3,45% των ανδρών και το 5,87% των

γυναικών δήλωσαν πως τους απασχολεί το συγκεκριμένο πρόβλημα. Στην πλειοψηφία τους είναι άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, από 45 ετών και άνω και ο τόπος κατοικίας είναι στα προάστια των Πατρών.

Ένα άλλο πρόβλημα, το οποίο αντιμετωπίζεται με υπομονή από τους Πατρινούς είναι αυτό της *αστικής συγκοινωνίας*. Η καθυστέρηση των λεωφορείων, τα ακριβά εισιτήρια για τις μετακινήσεις των ανθρώπων και ιδιαίτερα των φοιτητών, η παλιά, πολλές φορές, τεχνολογία των λεωφορείων είναι μερικά από τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι πολίτες που μετακινούνται με τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Το ποσοστό των γυναικών αγγίζει το 14,83% των ερωτηθέντων ενώ μόλις το 7,86% αποτελεί την απάντηση των ανδρών.

Τα *λιγοστά έργα υποδομής*, η *μη αναπαλαίωση παλαιών αρχοντικών* της Πάτρας και γενικά η ανύπαρκτη εκμετάλλευσή τους είναι πρόβλημα, το οποίο εάν κάποια στιγμή προβούν οι αρμόδιοι στις απαιτούμενες ενέργειες για την σωστή χρήση και λειτουργία τους, αναμένεται να επιλυθεί εντός του 2006. Επιπλέον, το ότι δεν υπάρχει ένα ολοκληρωμένο *μουσείο* στην Πάτρα και ότι *αρχαιολογικοί χώροι*, όπως το Κάστρο της Άνω πόλεως Πατρών, δεν έχουν αξιοποιηθεί ακόμη κατάλληλα, αποτελεί αρνητικό στοιχείο τόσο για την ιστορία όσο και για την πολιτιστική παιδεία των πολιτών. Έτσι, το 5,89% των ανδρών και το 4,86% των γυναικών πρόβαλλαν αυτό ως πρόβλημα.

ΤΙ ΘΑ ΘΕΛΑΤΕ ΠΟΛΥ ΝΑ ΑΛΛΑΞΕΙ ΣΕ ΑΥΤΗ ΤΗΝ ΠΟΛΗ;



Επιπλέον, το 2,34% των ανδρών και το 2,23% των γυναικών συμφωνούν ότι δεν έχει γίνει κάτι σε σχέση με το λιμάνι, η πρόοδος του νέου λιμανιού της Πάτρας δεν είναι και τόσο σημαντική, και τέλος εκθέτουν ότι υπάρχει πρόβλημα με τους οικονομικούς μετανάστες.

Πολλοί από τους ερωτηθέντες απάντησαν πως ένα σημαντικό πρόβλημα το οποίο θα ήθελαν να αλλάξει είναι η *Δημοτική οργάνωση της πόλης*. Το 6,95% των ανδρών και το 6,42% των γυναικών απάντησε ότι υπάρχει ελλιπής οργάνωση και συστηματικότητα από την πλευρά του Δήμου και όσων εμπλέκονται, όχι μόνο για την Πολιτιστική του 2006 αλλά και σε άλλα πιο απλά, καθημερινά πράγματα, π.χ. τηλεφωνικό κέντρο του Δήμου.

Ένα άλλο χρόνιο πρόβλημα που υφίσταται στη πόλη των Πατρών είναι η *ανεργία*. Συνεχώς τα ποσοστά των ανέργων πολιτών της πόλης αυξάνονται, και το 5,83% των ανδρών και 6,31% των γυναικών χαρακτηρίζουν αυτό το πρόβλημα ως καταλυτικό για την πόλη. Στην πλειοψηφία τους είναι άτομα νεαρής ηλικίας όλων των κατηγοριών εκπαίδευσης, ακόμα και μεταπτυχιακού επιπέδου.

Ένα άλλο πρόβλημα, το οποίο εμφανίζεται αυξημένο τον τελευταίο καιρό είναι η *ακρίβεια*. Συνεχώς οι τιμές των προϊόντων και υπηρεσιών ανεβαίνουν, με αποτέλεσμα πολλοί να περιορίζονται μόνο στα αγαθά πρώτης ανάγκης. Το ποσοστό των ανδρών είναι 1,89% ενώ των γυναικών αγγίζει το 3,54% του συνόλου των γυναικών.

Μία μερίδα πολιτών, η οποία κατά πλειοψηφία προέρχεται από περιοχές της Στερεάς Ελλάδας και της Πελοποννήσου, εξαιρουμένης της Πάτρας και της ευρύτερης περιοχής, -γύρω στο 93,45% του συνόλου των ερωτηθέντων-, δήλωσε πως πρόβλημα είναι οι ίδιοι *οι πολίτες*. Δηλαδή, η νοοτροπία των κατοίκων της περιοχής, ο χαρακτήρας τους και γενικά το στυλ τους είναι αυτό που δεν τους αρέσει. Έτσι, το 5,97% των ανδρών και το 4,73% των γυναικών έθεσαν αυτό το πρόβλημα.

Το 6,97% των ανδρών και το 7,62% των γυναικών απάντησε πως προβλήματα τα οποία επιθυμούν να αλλάξουν εν όψει της Πολιτιστικής είναι . . . τα πάντα. Δηλαδή, περιλαμβάνει όλα τα προαναφερθέντα προβλήματα. Στην πλειοψηφία τους είναι άτομα με τόπο κατοικίας την Πάτρα και ηλικίες μεταξύ 18 και 35 ετών.

Τέλος, το 2,78% των ανδρών και το 3,13% των γυναικών απάντησε πως δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα και ότι όλα κυλούν ήρεμα. Κάνοντας τώρα ένα συσχετισμό με τα προσωπικά στοιχεία των ερωτώμενων διαπιστώθηκε ότι κατοικούν σε περιοχές εκτός Πατρών, σε άλλες πόλεις και είναι άτομα μεγάλης ηλικίας 55 και άνω.

ΕΡΩΤΗΣΗ 9: Πιστεύετε ότι η Πάτρα τελικά θα κριθεί αντάξια του θεσμού;

Αυτή η ερώτηση αποτελεί σημείο κριτικής των ερωτώμενων, ώστε να εκθέσουν την άποψή τους σχετικά με το εάν η «Πάτρα 2006», θα μπορέσει να πετύχει τον στόχο που έθεσε από την ημέρα που ανακοινώθηκε ότι η Πάτρα θα είναι η διοργανώτρια πόλη του θεσμού για το 2006.

Έτσι, το 37,38% του συνόλου των ερωτώμενων απάντησαν θετικά. Δηλαδή, ότι Ναι η «Πάτρα» θα κριθεί αντάξια του θεσμού εν τέλει, παρόλα τα προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίζει έως αυτήν την στιγμή. Από αυτούς το 16,41% είναι άνδρες ενώ το 20,97% είναι γυναίκες.

Επιπλέον, το 16,41% των ερωτηθέντων απάντησαν αρνητικά. Δηλαδή, ότι η Πάτρα δεν θα κριθεί αντάξια του θεσμού τελικά. Αυτό μπορεί να οφείλεται είτε στις κομματικές διαφωνίες που υπάρχουν εσωτερικά είτε σε εξωγενείς παράγοντες. Από αυτό το ποσοστό οι άνδρες αποτελούν το 11,55% ενώ οι γυναίκες αγγίζουν το 4,86%.

Το 46,19% του ερωτώμενου κοινού δεν τοποθετήθηκε σχετικά στην ερώτηση αυτή. Το 16,71% είναι άνδρες ενώ το 29,48% είναι γυναίκες.



Όπως φαίνεται από την άνωθεν έκθεση των αποτελεσμάτων μεγαλύτερο ποσοστό ανδρών σε σχέση με τις γυναίκες νομίζουν πως τελικά η Πάτρα δεν θα καταφέρει με την διοργάνωση του θεσμού. Δεν ερεύνησα τους λόγους που νομίζουν γιατί θα συμβεί αυτό, καθώς δεν ήταν το σημείο έρευνας, αλλά πολύ πιθανόν να το συμπεραίνουν από την μέχρι τώρα πορεία της διοργάνωσης που δεν έχει και την καλύτερη πρόοδο διότι παρουσιάζονται συνεχώς νέα προβλήματα.

ΕΡΩΤΗΣΗ 10: *Εάν θεωρήσουμε ότι πραγματοποιείται στο αμφιθέατρο του Α.Τ.Ε.Ι. εκδήλωση ενημερωτικού περιεχομένου με θέμα «η Πάτρα ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006», θα την παρακολουθούσατε;*

Αυτή η ερώτηση απευθύνεται κατά κύριο λόγο στους φοιτητές χωρίς να αποκλείει και εκτός φοιτητικής κοινότητας ερωτηθέντες, διότι θα προέβαινα στην διοργάνωση διάλεξης η οποία θα ήταν κατά βάση πληροφοριακού περιεχομένου. Ήθελα να δω κατά πόσο προσέλκυε το φοιτητικό κοινό μία τέτοια εκδήλωση.

Έτσι, το 41,63% των ερωτηθέντων απάντησαν θετικά, πως θα συμμετείχαν σε μία τέτοια εκδήλωση έτσι ώστε να ενημερωθούν για τον θεσμό, το καλλιτεχνικό πρόγραμμα, τον εθελοντισμό, τα εισιτήρια και τα συναφή. Από αυτούς το 15,19% είναι άνδρες και το υπόλοιπο 26,44% είναι γυναίκες.

Αντιθέτως, αρνητικά δηλαδή, απάντησε το 30,38% των ερωτηθέντων. Από αυτούς το 16,71% είναι άνδρες ενώ ένα μικρότερο ποσοστό της τάξης του 13,67% είναι γυναίκες. Κάνοντας τώρα ένα συσχετισμό με τα προσωπικά στοιχεία των ερωτώμενων διαπιστώθηκε ότι, το εκπαιδευτικό επίπεδο των ανθρώπων αυτών ήταν από μετά-δευτεροβάθμια εκπαίδευση και κάτω ενώ ο τόπος καταγωγής είναι από άλλες περιοχές εκτός Πατρών.



Την τρίτη επιλογή -Δεν Ξέρω/Δεν Απαντώ- επέλεξε μεγάλο ποσοστό, της τάξης του 27,95%. Από αυτούς το 12,76% του συνόλου των ερωτηθέντων είναι άνδρες ενώ το υπόλοιπο 15,19% ,γυναίκες. Αυτό το αποτέλεσμα, ίσως να οφείλεται στο γεγονός ότι δεν γνώριζαν το πρόγραμμα της εκδήλωσης, την ημερομηνία και την ώρα διεξαγωγής, τους ομιλητές. Από το 27,95% το 20,45% ήταν φοιτητές του ΑΤΕΙ Πατρών.

Παρατηρώντας κανείς τα ανωτέρω αποτελέσματα διαπιστώνει ότι μεγάλη μερίδα φοιτητών δείχνει έντονο ενδιαφέρον όσον αφορά στην παρακολούθηση της διάλεξης αυτής, διότι θέλουν να ενημερωθούν για την διοργάνωση αυτή. Πολλοί από αυτούς επιθυμούν να γίνουν εθελοντές ώστε να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους με όσο το δυνατόν καλύτερο τρόπο και να δείξει η Πάτρα, εν τέλει ότι θα αποτελέσει την άριστη επιλογή για την διοργάνωση του θεσμού το 2006.

Συμπεράσματα έρευνας

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα, παρατηρείται ότι οι ερωτηθέντες αντιλαμβάνονται τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης ως μια μεγάλη γιορτή με πλήθος εκδηλώσεων.

Δεν θα μπορούσα να μην αναφερθώ στο ενδιαφέρον που επιδεικνύουν οι φοιτητές-τριες ώστε να ενημερωθούν περαιτέρω, τόσο για τον θεσμό, όσο και ειδικότερα για τον τρόπο με τον οποίο θα μπορούσαν να συμβάλλουν σ' αυτή την «γιορτή».

Στην συνέχεια, προκύπτει ότι οι πολίτες έχουν θετικές προσδοκίες από την διοργάνωση της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 2006, οι οποίες όμως επικαλύπτονται από συναισθήματα αμφιβολίας και αμφισβήτησης, προερχόμενα από την απογοητευτική, έως τώρα, πορεία της διοργάνωσης.

Επιπλέον, οι πολίτες της περιοχής απαιτούν τη δημιουργία ενός σοβαρού οργανωτικού σχήματος που θα εξασφαλίσει την τοπική συμμετοχή και συνεργασία, δίνοντας πρωταγωνιστικό ρόλο στους πολίτες.

Τέλος, η πλειοψηφία τους παρουσιάζεται ιδιαίτερα επιφυλακτική απέναντι στο πρόγραμμα εθελοντισμού, ενώ αντίθετα προσεγγίζει έστω και θεωρητικά τα αναμενόμενα αναμνηστικά προϊόντα.

Πιστεύουν ότι ο θεσμός αποτελεί μεγάλη ευκαιρία για την επίλυση των υπαρχόντων καίριων προβλημάτων που αντιμετωπίζει η περιοχή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: «ΣΧΕΛΙΑΣΜΟΣ & ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΟ 2006»

8.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό της εργασίας παρουσιάζεται εκ νέου πραγματοποιηθείσα αναλυτική έρευνα αγοράς σε καταναλωτικό κοινό, βάσει ερωτηματολογίου, προς εξέταση της ενημέρωσης που έχουν οι πολίτες όσον αφορά την «Πάτρα-Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006». Μέσα από την ερμηνεία και την αξιολόγηση των στοιχείων, όπως αυτά προέκυψαν από την συμπλήρωση της φόρμας και την αντιπαραβολή τους με δευτερογενή δημοσιευμένα στοιχεία, προσπάθησα να αντλήσω κάποιες χρήσιμες πληροφορίες για την συμπεριφορά και το ενδιαφέρον των Πατρινών κατά βάση απέναντι στον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας.

Παρακάτω περιγράφονται αναλυτικά τα στάδια που ακολουθήθηκαν για την διεκπεραίωση αυτής της έρευνας αγοράς.

8.2 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΝΑΓΚΗΣ ΓΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ – ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ

Η έρευνα που αποφασίστηκε να πραγματοποιηθεί, είχε ως σκοπό να παρουσιάσει μια γενική εικόνα της τάσης του πολιτισμικού ενδιαφέροντος, καθώς και να βοηθήσει στην κατανόηση των στάσεων και των απόψεων του κοινού απέναντι σε όσες εκδηλώσεις έχουν πραγματοποιηθεί αλλά και σε όσα κατά καιρούς σκάνδαλα έχουν ακουστεί όσο αναφορά την οικονομική διαφάνεια που μπορεί να έχει ένας τέτοιος Οργανισμός.

Θέλησα λοιπόν, να “εκμαιεύσω” κάποιες πολύτιμες για εμένα πληροφορίες από ένα τυχαίο δείγμα ατόμων, έτσι ώστε κάνοντας ανάλυση αυτών των στοιχείων, να οδηγηθώ σε κάποια χρήσιμα συμπεράσματα. Πιο συγκεκριμένα, κατέληξα ότι θα ήταν χρήσιμο για την έρευνα να αντλήσω στοιχεία σχετικά με την στάση του δείγματος απέναντι στα προβλήματα της πόλης και στα έργα που επρόκειτο να πραγματοποιηθούν και κατά πόσο αυτά έγιναν πραγματικότητα, του ποσοστού του δείγματος που αποτελεί ή δεν αποτελεί φοιτητικό δυναμικό, καθώς και το είδος των εκδηλώσεων που προτίμησε να παρακολουθήσει σύμφωνα με το καλλιτεχνικό πρόγραμμα. Ακόμα, δόθηκε έμφαση στην πρόθεση τους για απόκτηση αναμνηστικών αντικειμένων, έστω και την τελευταία στιγμή.

Τέλος πρέπει να αναφέρω ότι ασχολήθηκα και με την στάση των πολιτών όσο αναφορά το εθελοντικό πρόγραμμα. Όσο αφορά το τελευταίο θέμα, ανακαλύπτει κανείς την ύπαρξη ενός προβλήματος για το οποίο θα προσπαθήσω να βρω τα αίτια που το προκαλούν.

Για τη διεξαγωγή της έρευνας αυτής, ακολουθήθηκαν όσο το δυνατόν πιστότερα οι κανόνες που διέπουν μια σωστή, αντικειμενική και αποτελεσματική έρευνα αγοράς. Όμως οι παράγοντες κόστος και χρόνος με περιόρισαν στο να έχω μια έρευνα σε ευρύτερο πεδίο.

Πιστεύω πάντως ότι αυτή η έρευνα ίσως να βοηθήσει τους υπευθύνους του φορέα «Πάτρα-Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006» και τη Δημοτική αρχή, αφού θα μπορούν να πληροφορηθούν για την γνώμη που έχει το κοινό σχετικά με το συγκεκριμένο θεσμό καθώς και για τις δυσχέρειες που αντιμετωπίζουν κατά τη διάρκεια της παραμονής ή της διαμονής τους σε αυτή την πόλη. Με την συγκέντρωση αυτών των πληροφοριών, αλλά και πλήθος άλλων, οι ιθύνοντες φορείς μπορούν να ενεργήσουν αναλόγως. Βέβαια δε πρέπει να ξεχνάμε ότι οι πληροφορίες που προκύπτουν από την παρακάτω έρευνα, έχουν αξία μόνο για ορισμένο χρόνο και τόπο και τα αποτελέσματα δεν μπορούν να γενικευτούν.

8.3 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΗΓΩΝ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

α) ΠΗΓΗ

Η πηγή από όπου αντλήθηκαν οι ζητούμενες πληροφορίες της έρευνας είναι φυσικά οι πολίτες που για συγκεκριμένο ή ευρύτερο διάστημα διαμένουν στην Πάτρα. Δηλαδή, το ερευνούμενο κοινό είναι τα άτομα εκείνα τα οποία σπουδάζουν ή κατοικούν στην πόλη και έχουν μια σχετική γνώση και άποψη για την διοργάνωση του θεσμού στην Πάτρα, καθώς και άτομα που το αγνοούν.

Στο τέλος της έρευνας αυτής, για την εξαγωγή συμπερασμάτων, θα γίνει αντιπαράβολή των πρωτογενών στοιχείων, των πληροφοριών δηλαδή που συλλέξαμε μέσω του ερωτηματολογίου, με δευτερογενή στοιχεία (δημοσιεύματα εφημερίδων και περιοδικών, στοιχεία παλαιότερων ερευνών).

β) ΤΥΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα αυτή ουσιαστικά χρησιμοποιεί και τους τέσσερις τύπους ερευνών:

- Διερευνητική: Η έρευνα, εκτός των άλλων, προσπαθεί να προσδιορίσει και κάποια προβλήματα που προκύπτουν σε σχέση με την αποπεράτωση των έργων που θα φιλοξενούσαν εκδηλώσεις το 2006, για το οποίο δεν γνωρίζω αρκετά πράγματα για τα αίτια που το προξενούν. Έτσι λοιπόν, αναζήτησα την άποψη των πολιτών για την πορεία των έργων. Βέβαια, αυτό αποτελεί ένα μικρό μέρος της έρευνάς μου καθώς ο κύριος λόγος που την πραγματοποιώ, είναι ο προσδιορισμός των στάσεων των πολιτών απέναντι στην πολιτιστική αυτή διοργάνωση.
- Περιγραφική: Μέσα από την έρευνα αυτή έχω σκοπό να περιγράψω τα χαρακτηριστικά της ομάδας των καταναλωτών που φανέρωσαν το ενδιαφέρον τους για τις εκδηλώσεις και την εθελοντική προσφορά τους σε αυτές κατά την διάρκεια του 2006. Επιπλέον, θα περιγραφθούν και τα

χαρακτηριστικά της ομάδας των καταναλωτών που αδιαφορεί για το γεγονός. Πιο συγκεκριμένα, θα χρησιμοποιηθεί περιγραφική έρευνα αντιπροσωπευτικού πλαισίου βασισμένη σε εξωτερικές μετρήσεις.

- Αιτιολογική: Ακόμα μέσω της έρευνας αυτής θα γίνει μια προσπάθεια να αναζητηθούν τα αίτια ενός προβλήματος που ερευνείται και φυσικά να προσδιοριστεί ο ιδανικότερος συνδυασμός για την επίλυση του προβλήματος αυτού.
- Ποιοτική: Τέλος η έρευνα αυτή προσπαθεί να προσδιορίσει τα κίνητρα και την συμπεριφορά του συγκεκριμένου δείγματος ατόμων όσο αφορά κάποια θέματα που αφορούν τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας. Μέσω αυτής γίνεται και διερεύνηση των υποκειμενικών χαρακτηριστικών του δείγματος, συλλέγοντας στοιχεία σχετικά με τις γνώμες, τις αντιλήψεις, τις πεποιθήσεις, τις προθέσεις, τις τάσεις και τις αντιδράσεις των συγκεκριμένων ατόμων.

8.4 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΕΘΟΔΩΝ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΦΟΡΜΑ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΑΥΤΩΝ

Η έρευνα αυτή στηρίχθηκε στη συλλογή πρωτογενών στοιχείων, με εξωτερική έρευνα αγοράς (field work), όπου ένα δείγμα ατόμων κλήθηκε να συμπληρώσει ένα προτυπωμένο ερωτηματολόγιο σχετικά με την «Πάτρα-Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006».

Η μορφή των ερωτήσεων που χρησιμοποιήθηκαν είναι κλειστές διαζευκτικού τύπου ή κλειστές πολλαπλής επιλογής, έτσι ώστε να απαντώνται ευκολότερα και γρηγορότερα από τους ερωτώμενους καθώς και για να ποσοτικοποιούνται και να κωδικοποιούνται ευκολότερα.

Πρέπει ακόμη να σημειώσουμε ότι το ερωτηματολόγιο που κλήθηκε να απαντήσει το ερευνούμενο κοινό, σχεδιάστηκε σύμφωνα με τους βασικούς κανόνες που ισχύουν για την ανάπτυξη ενός σωστού και δομημένου ερωτηματολογίου:

- Είναι προτυπωμένο έντυπο που περιέχει όλες τις ερωτήσεις που είναι απαραίτητες για την συλλογή των στοιχείων.
- Οι ερωτήσεις είναι τέτοιες ώστε να μην προκαταβάλουν τον ερωτώμενο, ούτε θετικά ούτε αρνητικά.
- Οι πρώτες ερωτήσεις είναι γενικού και αναγνωριστικού περιεχομένου.
- Ο κύριος όγκος των ερωτήσεων μπήκαν στη μέση του ερωτηματολογίου. Αυτές οι ερωτήσεις θα μας δώσουν και τα σημαντικότερα αποτελέσματα.
- Οι ερωτήσεις είναι αριθμημένες και διατυπωμένες με τρόπο ώστε να είναι εύκολο στον ερωτώμενο να απαντήσει σε λίγο χρόνο. Οι απαντήσεις είναι έτσι διαμορφωμένες με το σύστημα πολλαπλής επιλογής για να διευκολύνουν πρώτον τον ερωτώμενο και δεύτερον τον ερευνητή αφού έτσι είναι ευκολότερη η κωδικοποίηση τους.
- Η φραστική σύνταξη και η δομή του ερωτηματολογίου είναι τέτοια που να εκμαιεύει από τον ερωτώμενο όλες τις χρήσιμες πληροφορίες, χωρίς να τον κουράζει, να τον μπερδεύει ή να τον κατευθύνει. Οι ερωτήσεις τοποθετήθηκαν με λογική σειρά.
- Πρέπει ακόμα να αναφέρω ότι δοκίμασα αρχικό σχέδιο ερωτηματολογίου σε δέκα άτομα για μια προκαταρκτική έρευνα (pilot test), ώστε να ελέγξω το ερωτηματολόγιο, να διορθώσω σημεία τα οποία δεν ήταν κατανοητά ή που δημιουργούσαν σύγχυση στον ερωτώμενο και γενικότερα θα προξενούσαν πρόβλημα στην ομαλή διεξαγωγή της έρευνας.

Παρακάτω παραθέτω τον πρόλογο του ερωτηματολογίου, που δηλώνει στους ερωτώμενους το στόχο της έρευνας, καθώς και την φόρμα του ερωτηματολογίου που χρησιμοποίησα για την συλλογή των πληροφοριών που αναζητώ:



Χαίρετε! Είμαι σπουδαστής του τμήματος Επιχειρηματικού Σχεδιασμού και Πληροφοριακών Συστημάτων του Α.Τ.Ε.Ι. Πατρών και διεξάγω μια έρευνα στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας «Ο θεσμός της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας ως μοχλός ανάπτυξης της πόλης». Κρίνω απαραίτητη τη συμβολή σας στην έρευνα συμπληρώνοντας το παρακάτω ερωτηματολόγιο.

Ευχαριστώ πολύ για τον πολύτιμο χρόνο που διαθέτετε για μένα.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

1. Φύλο: Άνδρας Γυναίκα

2. Εκπαιδευτικό επίπεδο: Πρωτοβάθμια εκπαίδευση Τριτοβάθμια εκπαίδευση
 Δευτεροβάθμια εκπαίδευση Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό
 Μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση (IEK)

3. Οδός καταγωγής/κατοικίας:

4. Υποστηρίζετε τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας; ΝΑΙ ΟΧΙ

5. Υποστηρίζετε ότι η Πάτρα κατά την διάρκεια του 2006 έχει αναλάβει τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης; ΝΑΙ ΟΧΙ

6. Απαντήσατε Ναι στην ερώτηση 2, συνεχίστε παρακάτω, ειδάλλως Σας ευχαριστώ πολύ για τον χρόνο που δαπανήσατε για την εργασία μου].

7. Παρακολουθήσατε ή πρόκειται να παρακολουθήσετε κάποια εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του «Πάτρα 2006»; ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ

8. Πώς κίνησε το ενδιαφέρον όταν μάθατε ότι η Πάτρα θα φιλοξενήσει τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 2006; ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ

9. Αγοράσατε κάποιο αναμνηστικό προϊόν με το σήμα της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας; ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ

10. Αν όχι, σκέφτεστε κάποια στιγμή να αγοράσετε; ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ

11. Απαντήσατε Ναι στις ερωτήσεις 5 & 6 απαντήστε και την ερώτηση 7, ειδάλλως προχωρήστε στην ερώτηση 8].

8.5 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΗ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Στο συγκεκριμένο σημείο κλήθηκα να επιλέξω μια ομάδα συγκεκριμένων ατόμων τα οποία αποτελούν τη βάση της έρευνάς μου. Όσοι γνωρίζουν τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας και τις εκδηλώσεις που πραγματοποιήθηκαν είναι κάτοικοι της περιοχής των Πατρών και των προαστίων αυτής, αλλά αν εξετάσουμε το προφίλ αυτών θα διαπιστώσει κανείς ότι στην πλειοψηφία τους το μορφωτικό τους επίπεδο είναι από Μεταδευτεροβάθμια Εκπαίδευση και άνω. Συνήθως, βέβαια, δεν είναι ούτε πολύ νέοι, ούτε όμως και ηλικιωμένοι, καθώς η βασική προϋπόθεση είναι να ασχολούνται με τα κοινά και γενικά να έχουν μία μεσαίου επιπέδου πολιτιστική παιδεία. Άλλος ένας παράγοντας στον οποίο δίνει έμφαση η πρωτοβουλία αυτή είναι στο ότι πρέπει να προσελκύσει κυρίως άτομα κατώτερου μορφωτικού επιπέδου στις παραστάσεις που διοργανώνονται εν όψει της διεξαγωγής του θεσμού αυτού.

Ακόμη θέλησα, να υπάρχει ίση κατανομή του δείγματος ανάμεσα στα δύο φύλλα, έτσι ώστε να είναι πιο αντικειμενικά τα συμπεράσματά μου. Επιπλέον καθόρισα πως το δείγμα θα έπρεπε να είναι σχετικά μεγάλο (σύμφωνα πάντα με τις δικές μου δυνατότητες), αποκλείοντας την αρχική σκέψη για ένα δείγμα εκατό ατόμων, καθώς το θεώρησα υπερβολικά μικρό για να αντλήσω συμπεράσματα π.χ. για τις εκδηλώσεις που παρακολούθησαν και για το εάν ο Θεσμός πέτυχε τους στόχους του.

Για τους παραπάνω λόγους ορίστηκε ως δείγμα το group με τα εξής χαρακτηριστικά:

1. Τριακόσια (300) άτομα.
2. Ηλικίας 18-55 ετών.
3. Φοιτητές αλλά και μη.
4. Κάτοικοι Πατρών και άλλων περιοχών

Η έρευνα διεξήχθη σε κεντρικό σημείο της Πάτρας από 29 έως 31 Οκτωβρίου 2006 στην πλατεία Γεωργίου του Β', στην οδό Αγίου Νικολάου και Μαιζώνος και στον διάδρομο του ΑΤΕΙ Πατρών.

8.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.

Αφού αποπερατώθηκε το στάδιο της συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων και συγκεντρώθηκαν όλα τα ερωτηματολόγια, πραγματοποιήθηκε ο έλεγχος των απαντήσεων (μήπως είχε δηλαδή, ξεχαστεί να απαντηθεί κάποια ερώτηση από τους ερωτηθέντες), καθώς και η ταξινόμησή τους ανά κατηγορία – των φοιτητών και μη – ώστε να διευκολυνθώ στη ομαδοποίηση που αποτελεί το επόμενο στάδιο της ανάλυσης των στοιχείων.

Έπειτα από την ομαδοποίηση των απαντήσεων που δόθηκαν, και με την χρήση του προγράμματος Excel, έγινε η εισαγωγή των στοιχείων σε ηλεκτρονικό υπολογιστή, ώστε να γίνει ευκολότερη η άντληση των αποτελεσμάτων. Η ανάλυση των στοιχείων έγινε με την μέθοδο των ποσοστών. Στην συνέχεια συσχετίζεται η κάθε ερώτηση με τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν για τα προσωπικά στοιχεία των ερωτηθέντων, ώστε να υπάρχει μια πλήρη εικόνα των ιδεών των πολιτών σχετικά με τον θεσμό αυτό. Έπειτα από την ανάλυση και την ερμηνεία των στοιχείων της έρευνας καταλήγω στα εξής βασικά συμπεράσματα για κάθε ερώτηση:

ΕΡΩΤΗΣΗ 1: Γνωρίζετε τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας;

Η ερώτηση αυτή έχει σχέση με το εάν οι ερωτώμενοι είναι γνώστες γενικά του Θεσμού της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης, δηλαδή εάν έρουν για το τι ακριβώς πρόκειται η διοργάνωση αυτή, τι περιλαμβάνει κλπ. Στην ερώτηση αυτή το 42,9% των ανδρών απάντησε θετικά ενώ με μικρότερο ποσοστό της τάξεως του 37,5% οι γυναίκες απάντησαν θετικά στην ερώτηση αυτή. Ενώ το 7,1% των ανδρών και το 12,5% των γυναικών απάντησαν αρνητικά, που σημαίνει δηλαδή δεν γνωρίζουν τι είναι ακριβώς ο θεσμός αυτός διότι δεν υπήρχε η σωστή πληροφόρηση από τους ιθύνοντες του θεσμού.



Αυτό σημαίνει ότι οι άνδρες είναι πιο ενημερωμένοι για τον θεσμό αυτό, κάθε πότε διοργανώνεται, τι περιλαμβάνει, και όλα τα συναφή στοιχεία. Ίσως, ότι το μορφωτικό επίπεδο των ανδρών αυτών είναι από Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση και άνω, επηρέασε το αποτέλεσμα της ερώτησης αυτής.

ΕΡΩΤΗΣΗ 2: Γνωρίζετε ότι η Πάτρα κατά την διάρκεια του 2006 έχει αναλάβει τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης;

Σε αυτή την ερώτηση, όπως φαίνεται και από το παρακάτω σχεδιάγραμμα, το 49,6% των ανδρών και το 47,3% των γυναικών είναι γνώστες του γεγονότος ότι η Πάτρα το 2006 είναι η διοργανώτρια πόλη του θεσμού της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας. Αν και περίμενα, όπως είναι φυσικό, στην ερώτηση αυτή και οι τριακόσιοι ερωτηθέντες να απαντήσουν θετικά, εν τούτοις μικρά, δυστυχώς ποσοστά ανδρών και γυναικών απάντησαν αρνητικά.



Αυτά τα αποτελέσματα ήταν αναμενόμενα, καθώς τα άτομα αυτά που απάντησαν αρνητικά προέρχονται από περιοχές εκτός Πατρών, ιδιαιτέρως δε από την Αθήνα και τα γύρω χωριά της περιοχής των Πατρών. Λίγα άτομα από αυτά που απάντησαν θετικά ήταν κάτοικοι της εκτός Πατρών περιοχής, από απομακρυσμένες περιοχές, από κάποια χωριά των Καλαβρύτων. Αυτή η διαστρωμάτωση δημιουργήθηκε από τα ερωτηματολόγια που απαντήθηκαν στην πλατεία Γεωργίου του Β'.

ΕΡΩΤΗΣΗ 3: Παρακολούθησατε ή πρόκειται να παρακολουθήσετε κάποια εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια του «Πάτρα 2006»;

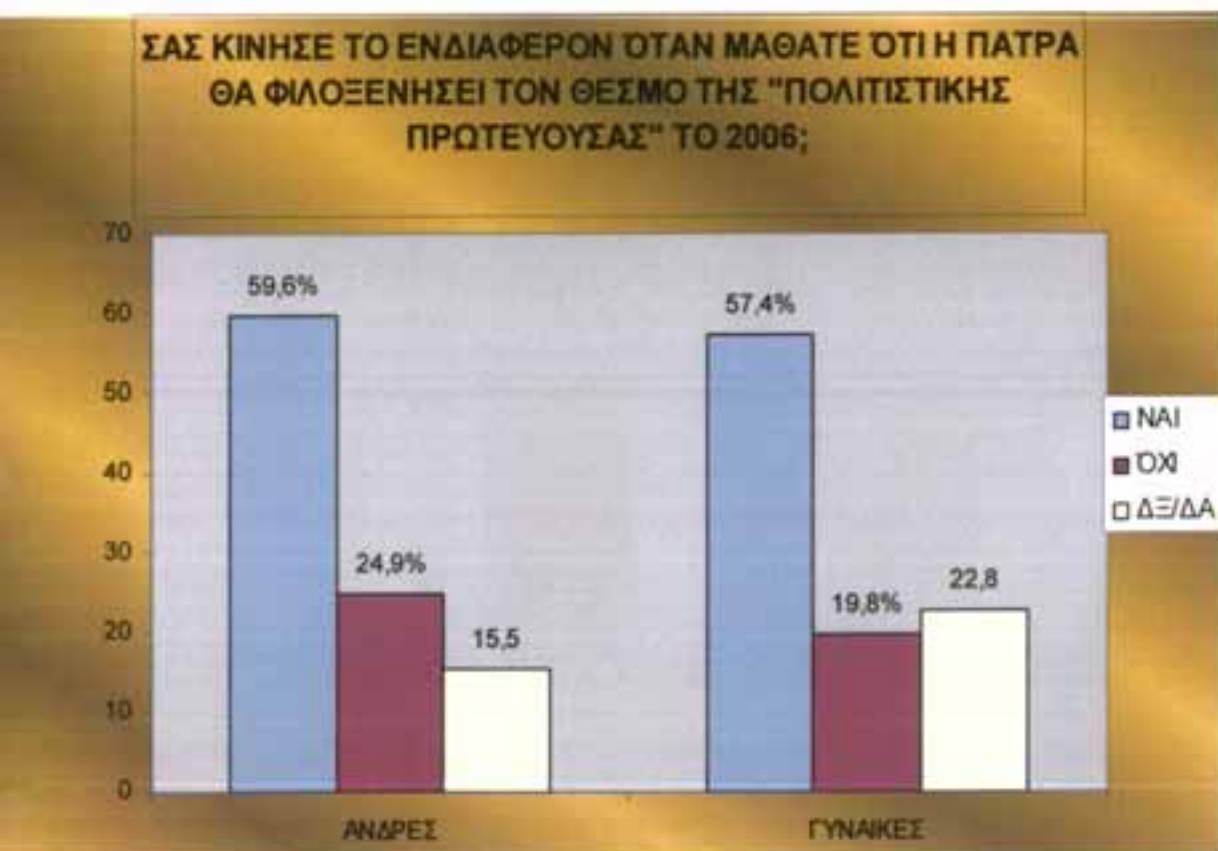
Στην ερώτηση αυτή το 35,8% των ανδρών και αντίστοιχα το 39,2% των γυναικών απάντησαν θετικά στην ερώτηση αυτή. Σε αντιπαράθεση με άλλα στοιχεία παρατηρεί κανείς ότι το μορφωτικό επίπεδο όσων παρακολούθησαν έστω και μία εκδήλωση η οποία πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της Πολιτιστικής, είναι κατά κύριο λόγο απόφοιτοι ΙΕΚ, Πανεπιστημίων, ΑΕΙ και άλλων σχολών Μεταδευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης και άνω.



Ο τόπος καταγωγής/κατοικίας των ανωτέρω θετικά απαντημένων ερωτώμενων είναι από την Πάτρα και από κοντινά προάστια των Πατρών μόνο. Επίσης, παρατηρείται ότι πιο πολύ στις παραστάσεις συμμετείχε ως κοινό το γυναικείο φύλο. Αυτό είναι φυσιολογικό καθώς οι γυναίκες είθισται να πηγαίνουν σε πολιτιστικές παραστάσεις.

ΕΡΩΤΗΣΗ 4: Σας κίνησε το ενδιαφέρον όταν μάθατε ότι η Πάτρα θα φιλοξενήσει τον θεσμό της «Πολιτιστικής Πρωτεύουσας» το 2006;

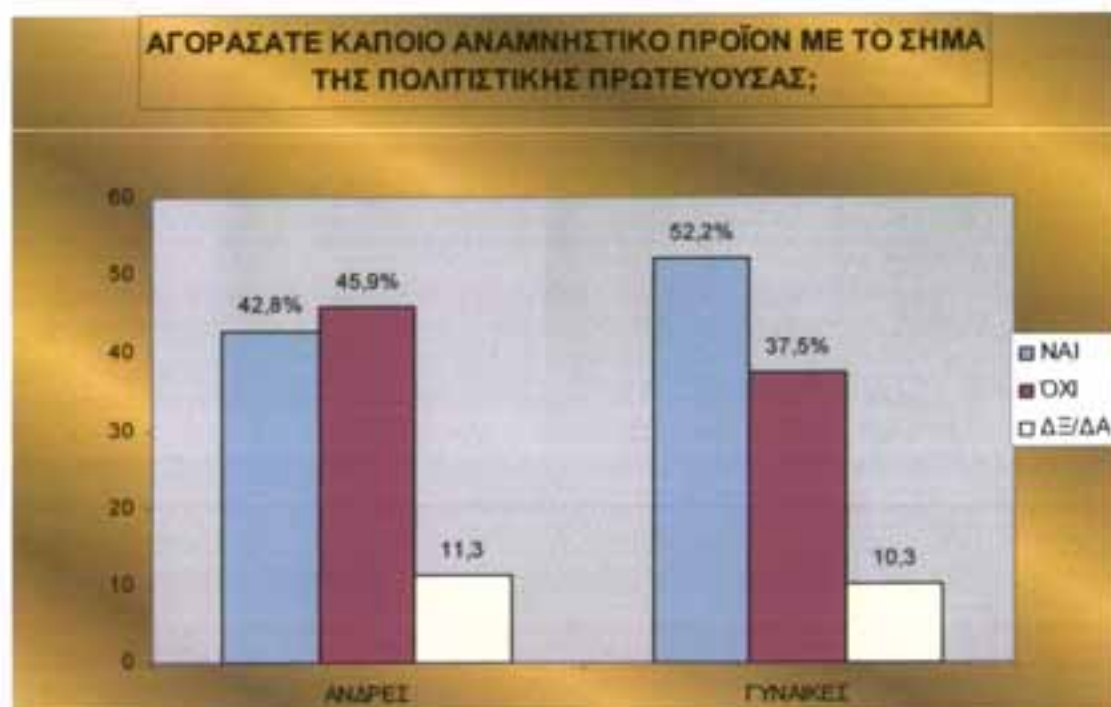
Στις απαντήσεις της ερώτησης αυτής παρατηρείται ένα σχετικά θετικό κλίμα ως προς το ενδιαφέρον των πολιτών ότι η Πάτρα θα γίνει η διοργανώτρια πόλη του θεσμού το 2006. Το 59,6% των ανδρών και το 57,4% των γυναικών απάντησαν πως ενδιαφέρθηκαν είτε πολύ είτε λίγο, σε όποιο βαθμό και αν ήταν αυτό, για το γεγονός ότι η Πάτρα το 2006 είναι η Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης. Δεν είναι απλώς μία παράσταση, μία γιορτή. Είναι κάτι παραπάνω και αποτελεί τιμή για κάθε πόλη ή χώρα να διοργανώνει και εν τέλει να πετυχαίνει την διεξαγωγή του θεσμού αυτού.



Μεγάλο σχετικά ποσοστό ερωτώμενων απάντησαν αρνητικά ή προτίμησαν να μην απαντήσουν. Τα άτομα αυτά ήταν κυρίως καταγόμενα από περιοχές εκτός Πατρών και χαμηλού σχετικά μορφωτικού επιπέδου.

ΕΡΩΤΗΣΗ 5: Αγοράσατε κάποιο αναμνηστικό προϊόν με το σήμα της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας;

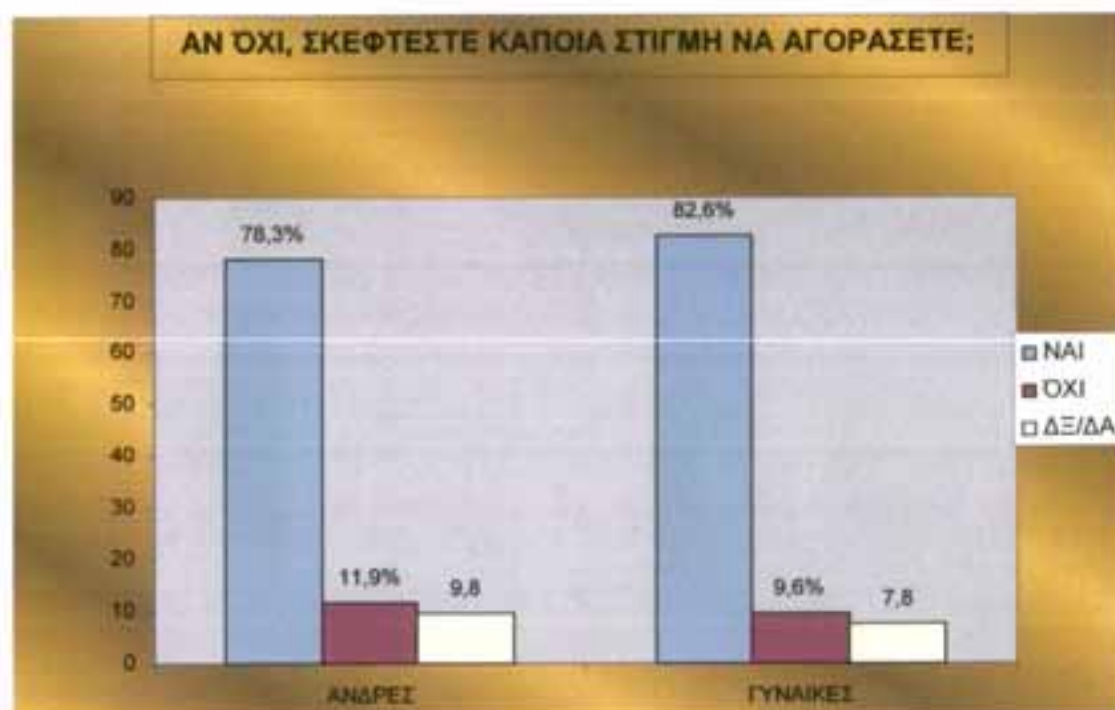
Παρατηρώντας το παρακάτω γραφικό πίνακα συμπεραίνεται ότι κατά τη διάρκεια της ερωτηματολογικής έρευνας οι γυναίκες προέβησαν στην αγορά κάποιου αναμνηστικού, έτσι ώστε να αναπολούν τις ωραίες στιγμές που πέρασαν κατά την διάρκεια του 2006. Οι άνδρες με ποσοστό 45,9% δεν προέβησαν στην αγορά κάποιου αναμνηστικού προϊόντος.



Παρατηρώντας τα δεδομένα από τις προσωπικές ερωτήσεις, υπάρχει το γεγονός ότι αυτοί που αγόρασαν κάποιο αναμνηστικό προϊόν με το σήμα της Πολιτιστικής, το «Καραβάκι», είναι άτομα από άλλες περιοχές, όλων των μορφωτικών διαβαθμίσεων. Ένα ποσοστό εξίσου σημαντικό είναι και αυτοί, οι οποίοι δεν απάντησαν την ερώτηση, ήταν Πατρινοί και υψηλού μορφωτικού επιπέδου.

ΕΡΩΤΗΣΗ 6: *Αν όχι, σκέφτεστε κάποια στιγμή να αγοράσετε;*

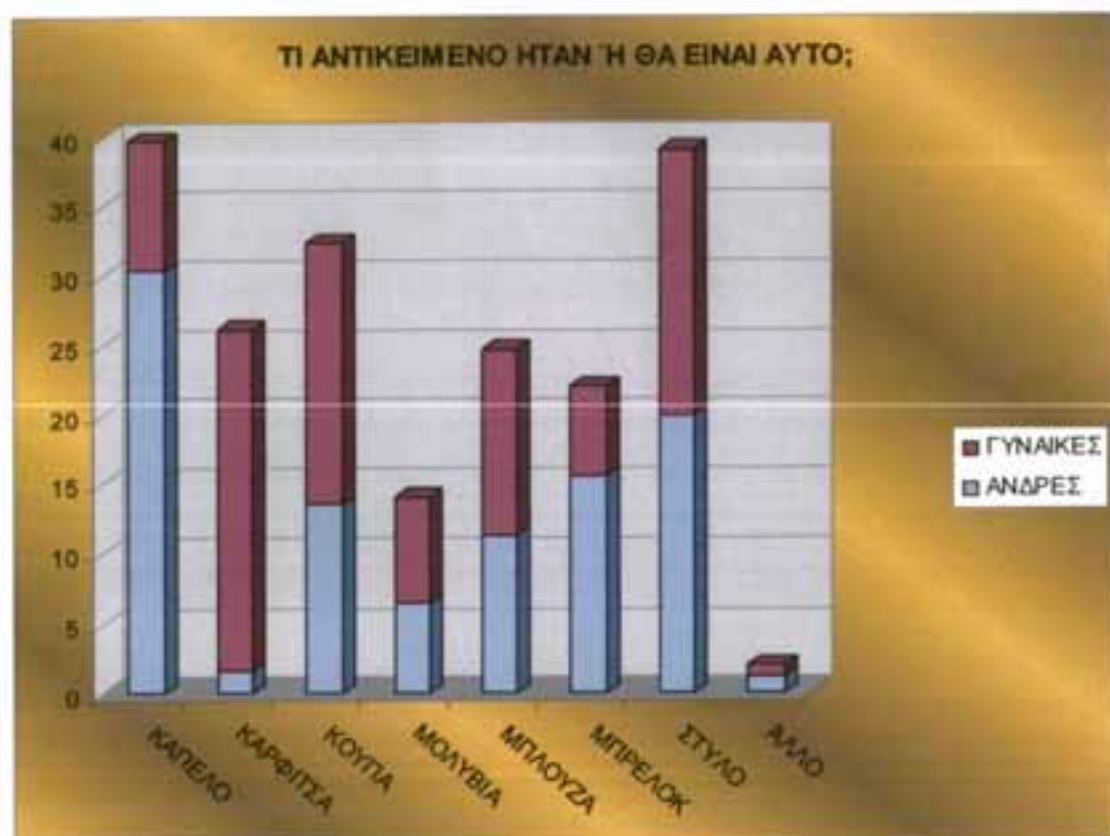
Στην ερώτηση αυτή απάντησαν μόνο όσοι στην προηγούμενη ερώτηση είχαν απαντήσει αρνητικά, ότι δηλαδή δεν έχουν αγοράσει έως αυτή την στιγμή κάποιο αναμνηστικό προϊόν με το λογότυπο της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας «Πάτρα 2006».



Παρατηρούνται μεγάλα ποσοστά και στους άνδρες και στις γυναίκες, δηλαδή πολλά άτομα πρόκειται να αγοράσουν κάποια στιγμή, μέχρι να τελειώσει η διοργάνωση αυτή, κάποιο αναμνηστικό προϊόν. Εν τούτοις, υψηλό σχετικά παραμένει το ποσοστό όσων εμμένουν στο ότι δεν θα αγοράσουν κάποιο προϊόν. Τα ποσοστά αυτά είναι 11,9% για τους άνδρες και 9,6% για τις γυναίκες. Ποσοστό ανδρών 9,8% και 7,8% γυναικών παραμένουν αδιάφοροι στην ερώτηση αυτή, είτε γιατί δεν θέλουν να εκφράσουν πραγματικά την μελλοντική επιθυμία τους, που λογικά θα είναι αρνητική, είτε γιατί δεν το έχουν ακόμα σκεφθεί ουσιαστικά εάν θα προβούν σε καμία τέτοια ενέργεια αγοράς αναμνηστικού.

ΕΡΩΤΗΣΗ 7: Τι αντικείμενο ήταν ή θα είναι αυτό;

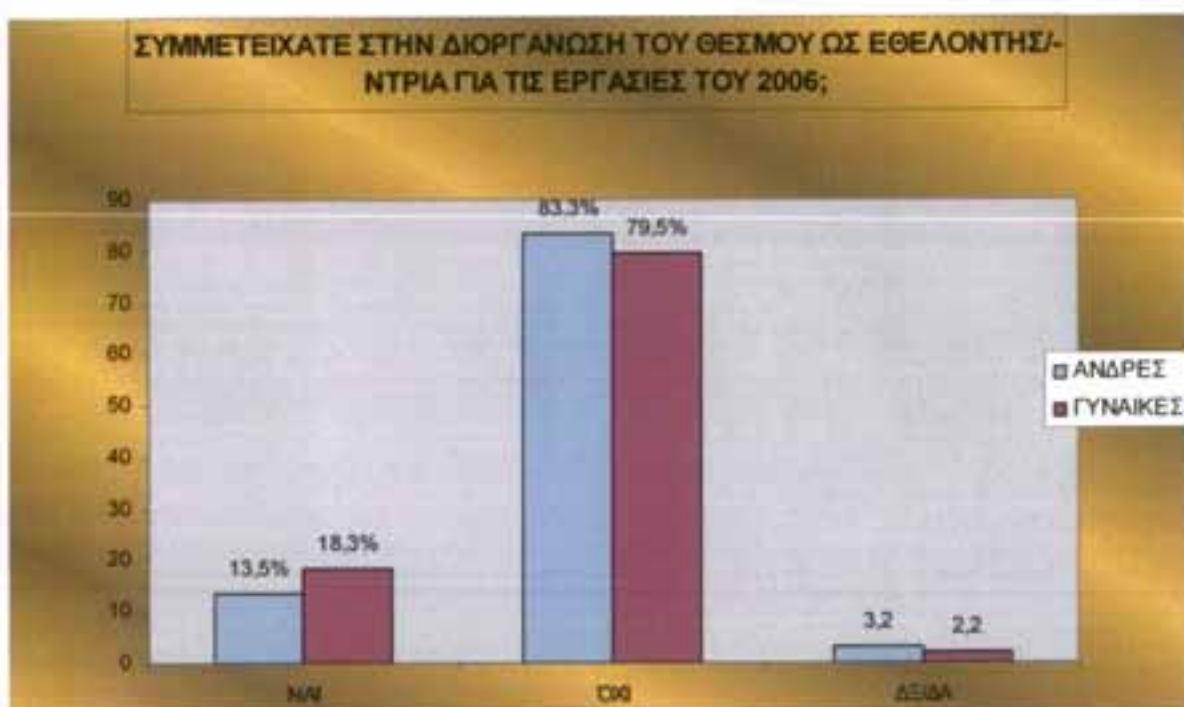
Σε γενικές γραμμές οι άνδρες προτιμούν προϊόντα όπως καπέλο, στυλό, μπλούζα και μπρελόκ, διότι αυτά είναι τα καθαρά αντρικά αξεσουάρ που μπορεί να έχει μαζί του ή να φοράει ή να χρησιμοποιεί.



Οι γυναίκες από την άλλη μεριά αγόρασαν ή θα αγοράσουν προϊόν που είναι συνυφασμένο με την γυναικεία φύση, η καρφίτσα. Παρ' όλα αυτά προέβησαν ή θα προβούν κατά πλειοψηφία στην απόκτηση στυλό, κούπας και μπλούζας, χωρίς όμως να αποκλείονται και οι άλλες κατηγορίες προϊόντων.

ΕΡΩΤΗΣΗ 8: Συμμετείχατε στην διοργάνωση του θεσμού ως εθελοντής/-τρια για τις εργασίες του 2006;

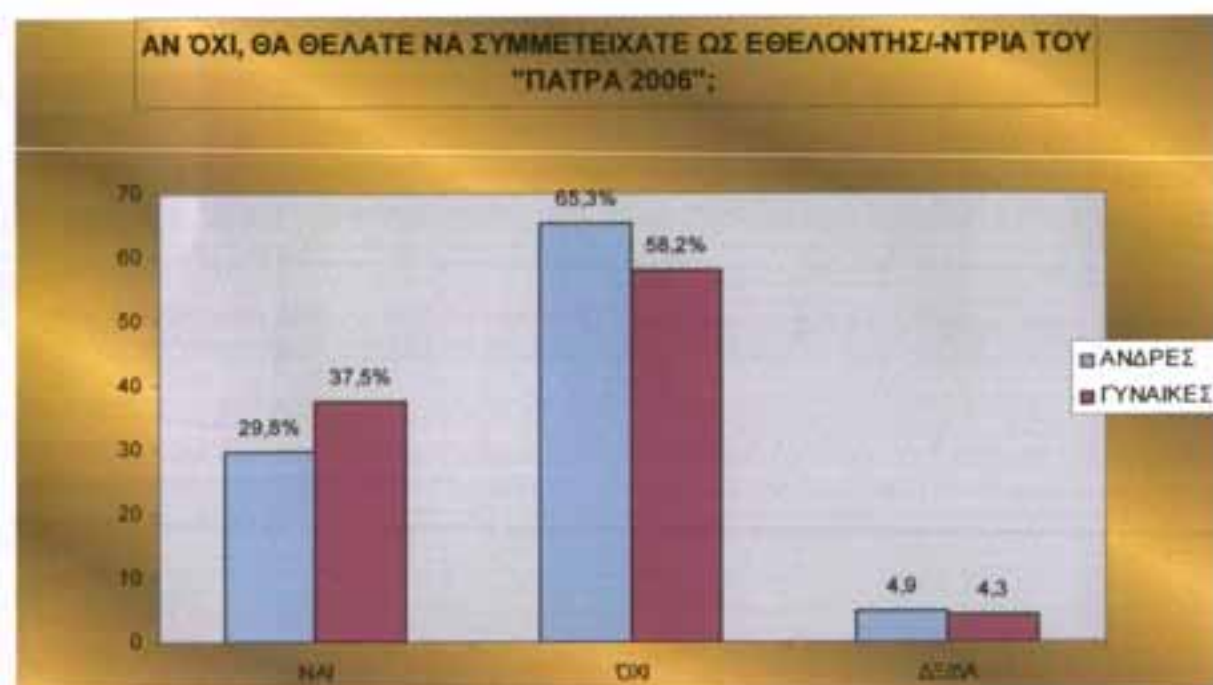
Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων σε αυτή την ερώτηση πάντῃσε αρνητικά, όπως ήταν αναμενόμενο, καθώς οι εθελοντές στο σύνολό τους είναι λίγοι και ξαφνιάστηκα όταν συνάντησα πολλούς από αυτούς και μου πάντῃσαν με προθυμία στο ερωτηματολόγιο και μου έδωσαν και κάποιες πληροφορίες για το εθελοντικό πρόγραμμα αλλά και για τις εκδηλώσεις.



Οι άνδρες κατά πλειοψηφία δεν συμμετέχουν ενεργά στο εθελοντικό πρόγραμμα, χωρίς όμως να παραμένει σημαντικό και το ποσοστό των γυναικών που δεν συμμετείχαν ως εθελόντριες. Μέσα από αυτό το πρόγραμμα θα μπορούσαν να μάθουν πολλά πράγματα, όχι μόνο για τις εκδηλώσεις στις οποίες θα βρισκόντουσαν για την ομαλή διεξαγωγή τους, αλλά συνάμα θα προέβαιναν και σε γνωριμίες μέσω των οποίων θα μπορούσαν να αποκτήσουν ένα κοινωνικό προφίλ πιο έμπειρο.

ΕΡΩΤΗΣΗ 9: Αν όχι, θα θέλατε να συμμετείχατε ως εθελοντής/-ντρια του Πάτρα 2006»;

Κατ' αρχήν η ερώτηση αυτή απευθύνεται σε όσους στην προηγούμενη ερώτηση απάντησαν αρνητικά. Από αυτούς μεγάλο ποσοστό ανδρών της τάξεως του 65,3% απάντησε πως δεν ήθελε να συμμετάσχει ως εθελοντής στις εργασίες του «Πάτρα 2006». Απεναντίας, μεγάλο ποσοστό γυναικών της τάξεως του 7,5% απάντησε πως θα επιθυμούσαν την συμμετοχή τους στο εθελοντικό πρόγραμμα του θεσμού αυτού για το 2006.



Οι άνδρες απάντησαν θετικά μόνο κατά το 29,8% του συνόλου των αρνητικά πριν απαντημένων, ποσοστό το οποίο δείχνει ότι εάν οι εκδηλώσεις περιείχαν περισσότερες εκδηλώσεις των ενδιαφερόντων τους και εάν είχαν πληροφορηθεί καταλλήλως και εγκαίρως από τους φορείς για το τι πρόκειται να κάνει ένας εθελοντής, ίσως το ποσοστό συμμετοχής των ανδρών στο εθελοντικό πρόγραμμα, αλλά και των γυναικών, να ήταν μεγαλύτερο.

Έπειτα, λόγω των υποχρεώσεων που μπορεί να έχουν καθημερινά, δεν τους δόθηκε η ευκαιρία να γίνουν Εθελοντές, ενώ το επιθυμούσαν. Αυτοί είναι άτομα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης και άνω, πράγμα το οποίο δείχνει ότι έχουν πολλές υποχρεώσεις, επαγγελματικές και μη.

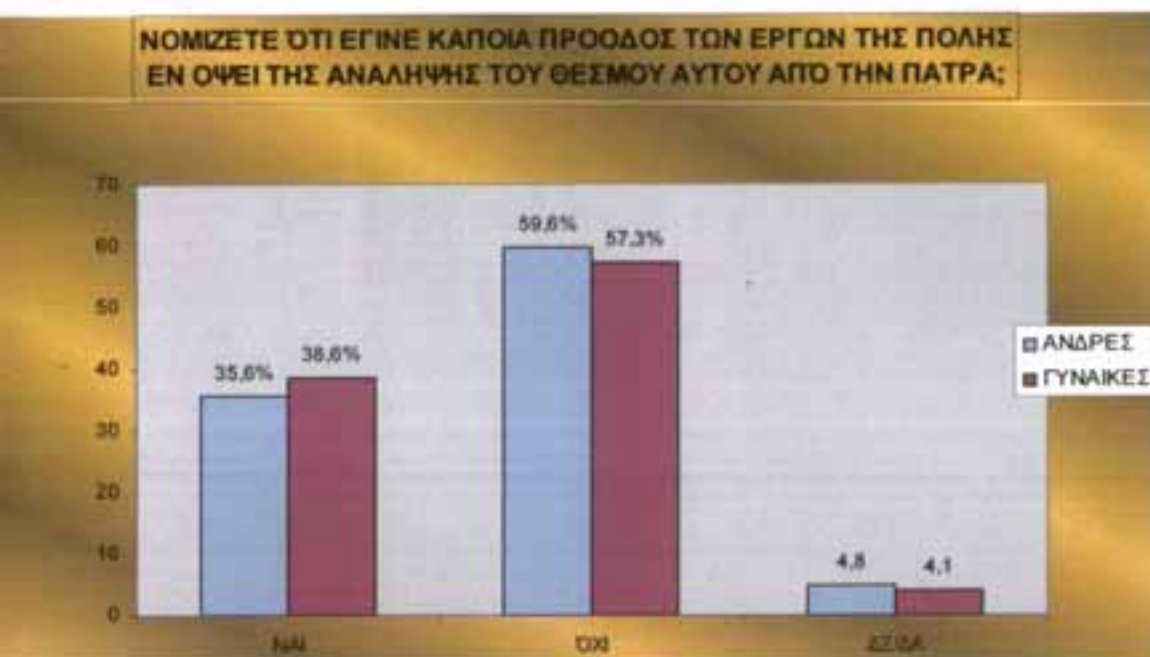
Έτσι μία ευρύτερη ομάδα πολιτών με διαφορετικά ενδιαφέροντα, διαφορετική νοοτροπία, διαφορετικά ιδεώδη από διάφορα κοινωνικά και ενίοτε οικονομικά στρώματα, θα μπορούσαν να απαρτίσουν την ομάδα των ανθρώπων που αποκαλούνται Εθελοντές της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης «Πάτρα 2006».

Αποκαλούνται Εθελοντές επειδή οι ίδιοι το θέλουν και το κάνουν αυτόβουλα, προσφέροντας αρκετά από την ζωή τους. Προσφέρουν τον ελεύθερό τους κυρίως χρόνο, προσφέρουν την ίδια τους την καρδιά, προσφέρουν την γνώση τους σε ποικίλα θέματα, προσφέρουν το ίδιο τους είναι χωρίς αμοιβή. Πράγμα το οποίο, σήμερα ιδιαίτερος, δύσκολα κάνει κανείς.

Για αυτό οι ίδιοι οι φορείς θα πρέπει συνεχώς να ενθαρρύνουν και να επιβραβεύουν με κάθε μέσον και τρόπο αυτά τα άτομα τα οποία αποφάσισαν να αναλάβουν τέτοιες ευθύνες.

ΕΡΩΤΗΣΗ 10: Νομίζετε ότι έγινε κάποια πρόοδος των έργων της πόλης εν όψει της ανάληψης του θεσμού αυτού από την Πάτρα;

Τα αποτελέσματα της ερώτησης αυτής ήσαν αναμενόμενα, καθώς από όσα έργα είχαν εξαγγείλει οι αρμόδιοι και συναρμόδιοι φορείς αρκέστηκαν μόνο στην πραγματοποίηση μερικών, ελαχίστων συγκεκριμένα, τα οποία μετριόνται στα δάχτυλα του ενός χεριού. Έτσι, δικαίως, το 59,6% των ανδρών και το 57,3% των γυναικών επεσήμαναν ότι δεν πραγματοποιήθηκαν έργα εν όψει της ανάληψης του θεσμού της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης από την Πάτρα.

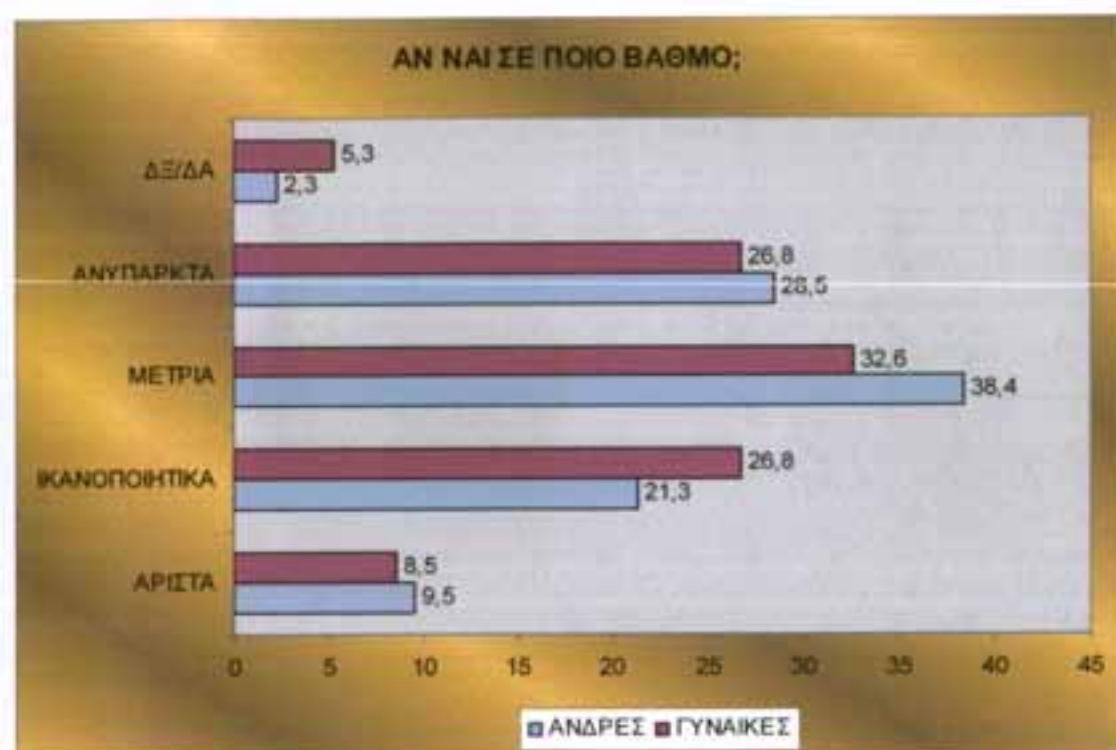


Μόνο το 35,6% των ανδρών και το 38,6% των γυναικών απάντησαν θετικά στην ερώτηση αυτή, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 4,8% για τους άνδρες και το 4,1% των γυναικών κράτησαν ουδέτερη στάση, δηλαδή δεν τοποθετήθηκαν σχετικά.

Αυτοί ήσαν κυρίως ξένοι, δηλαδή ο τόπος κατοικίας τους είναι από άλλα μέρη εκτός Πατρών και περιχώρων αυτών, όπως Αθήνα, Καλάβρυτα, Αίγιο.

ΕΡΩΤΗΣΗ 11: Αν ναι, σε ποιο βαθμό;

Η πλειοψηφία των ερωτώμενων ανδρών και γυναικών που απάντησαν ότι πήρχε κάποια πρόοδος όσον αφορά την πρόοδο των έργων της πόλης, την ολοποίησή τους και εν τέλει την εκμετάλλευσή τους, αποκρίθηκε ότι η πρόοδος των έργων αυτών ήταν μέτρια, με ποσοστά 38,4% για τους άνδρες και 32,6% για τις γυναίκες.



Με μικρότερα ποσοστά ακολουθούν οι απόψεις εκείνων που νομίζουν πως τα έργα που δημιουργήθηκαν ήταν μηδαμινά για μία πόλη σαν την Πάτρα που το 2006 ήθελε να είναι η διοργανώτρια πόλη του Θεσμού αυτού. Τα ποσοστά φθάνουν το 28,5% για τους άνδρες και το 26,8% για τις γυναίκες, ποσοστά σημαντικά καθώς κάτι τέτοιο δείχνει στους ιθύνοντες φορείς ότι ο κόσμος, ο λαός των Πατρών ιδιαίτερος, δεν είδε κάτι σημαντικό από όσα ανέμεναν σύμφωνα πάντοτε με τις δηλώσεις τους.

Έπονται αυτοί που ισχυρίστηκαν ότι τα έργα ήταν ικανοποιητικού βαθμού και έπειτα με πολύ μικρά ποσοστά γύρω στο 9% και για τα δύο φύλα ακολουθούν όσοι παρατήρησαν μία άριστη πρόοδο των έργων, των όσων εξ αυτών, που πραγματοποιήθηκαν για το 2006. Μαζί με πολλούς και εγώ ελπίζω τα έργα αυτά σε όποιο βαθμό και αν πραγματοποιήθηκαν και εάν πραγματοποιήθηκαν να μην έχουν χρήση μόνο κατά την διάρκεια του 2006, αλλά και πέραν αυτού. Να μην έχουν την ίδια τύχη με αυτήν του Παμπελοποννησιακού Σταδίου Πατρών.

Ποσοστό της τάξης του 5,3% των γυναικών και 2,3% των ανδρών δεν εξέφρασαν κάποια συγκεκριμένη γνώμη για την ερώτηση αυτή. Πολλοί από αυτούς ήταν εθελοντές, άλλοι ήθελαν να συμμετείχαν στο εθελοντικό πρόγραμμα και ήσαν υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Έμειναν αποστασιωμένοι από την ερώτηση αυτή, καθώς ίσως ήθελαν να μην εκφράσουν την πραγματικότητα που βλέπουν ή μερικοί εξ αυτών γνωρίζουν εξ ιδίων.

Αυτά τα ποσοστά θα έπρεπε να είχαν απασχολήσει, εδώ και καιρό, τους φορείς διότι ο καιρός που η Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης «Πάτρα 2006» θα σβήσει τα φώτα της διοργάνωσής της, θα κλείσει την αυλαία και εν τέλει θα παραδώσει την σκυτάλη, τον θεσμό στο Λουξεμβούργο και στο Σίμπιου της Ρουμανίας πλησιάζει απειλητικά.

Πλησιάζει απειλητικά διότι θα αρχίσει ο απολογισμός των πεπραγμένων και σε σύγκριση με τους στόχους που είχαν εξαγγείλει θα υπάρχει μία τεράστια απόσταση μεταξύ των δύο γραμμών, εάν τα έβαζαν σε πίνακα γραφικών παραστάσεων. Τέλος, πλησιάζει απειλητικά διότι μετά το 2006 δεν πρόκειται να φτιαχτεί κανένα έργο, καμία συντήρηση των ήδη υπαρχόντων.

ΕΡΩΤΗΣΗ 12: Πιστεύετε ότι η Πάτρα τελικά έχει κριθεί, έως σήμερα, αντίξια του θεσμού που έχει αναλάβει;

Παρατηρήθηκε από την πλειοψηφία του ερωτώμενου κοινού μία αποστασιοποίηση, καθώς το 38,4% των ανδρών και το 32,6% των γυναικών δεν αποθετήθηκαν θετικά ή αρνητικά στην ερώτηση αυτή. Το αποτέλεσμα αυτό, μπορεί κανείς να πει ότι ήταν αναμενόμενο καθώς το γεγονός ότι ο θεσμός δεν έχει φθάσει ακόμα στο τέλος του, να έπαιξε σημαντικό παράγοντα στην έκβαση της ερώτησης αυτής. Ίσως, να περιμένουν και τις άλλες δύο ενότητες κδηλώσεων που έπονται για να κρίνουν καταλλήλως.



Παρ' όλα αυτά το 21,3% των ανδρών και το 26,8% των γυναικών απάντησαν πως η Πάτρα δεν έχει κριθεί, έως σήμερα, αντίξια του θεσμού, ότι δηλαδή δεν πραγματοποίησε αυτά που στόχευαν ή ότι ο κόσμος την έννοια της

Πολιτιστικής την είχε ίσως συνδυάσει με διαφορετικό τρόπο από αυτόν που παρουσίασαν οι ιθύνοντες.

Αυτή η αρνητική στάση παίζει τώρα, αλλά περισσότερο, θα παίζει σημαντικό ρόλο στο τέλος της χρονιάς όπου θα προβούν στον απολογισμό της χρονιάς.

Ήδη, οι υπεύθυνοι της διοργάνωσης αυτής θα έπρεπε να έχουν κάνει μία έρευνα για το τι το κοινό – στόχος περίμενε και το τι τελικά είδε να γίνεται πραγματικότητα. Έτσι, θα είχαν προβεί, όσο αυτό μπορεί να είναι εφικτό, στην διόρθωση των κακώς κειμένων, στην διόρθωση του προγράμματος και ίσως στην αναδιάρθρωση των στόχων, των προσδοκιών και των οφειλών που θα αποκόμιζαν όχι μόνο κατά την διάρκεια της διεξαγωγής του θεσμού, αλλά και μετά, ακόμα και χρόνια μετά.

ΕΡΩΤΗΣΗ 13: *Νομίζετε πως υπάρχει οικονομική διαφάνεια στην μέχρι τώρα πορεία του θεσμού;*

Τα αποτελέσματα είναι δυσάρεστα, όσο και να θέλουν οι υπεύθυνοι της διοργάνωσης να το αποσιωπούν ή να το διαστρεβλώνουν, οι πολίτες, οι οποίοι καθημερινώς παρατηρούν την πορεία του θεσμού, όχι μόνο επηρεασμένοι, θα πλεγαν οι φορείς, από τον Τύπο αλλά και εξ ιδίων παρατηρήσεων και εμπειριών καταλήγουν στο σημείο να επισημάνουν ότι δεν υπήρχε μέχρι σήμερα οικονομική διαφάνεια από όλες τις μεριές των παραγόντων – διοργανωτών και υπευθύνων, είτε αυτοί προέρχονται από Υπουργεία είτε από επιχειρήσεις και τοπικούς αρχόντες.



Κάθε συνεργαζόμενο ή εργαζόμενο μέλος του οργανισμού «Πάτρα 2006» είναι υπεύθυνο για την κατάσταση αυτή. Οι πολίτες κρίνουν ότι βλέπουν αλλά και ότι ακούν. Έτσι, όσο και να επιθυμούν κάποιος δεν μπορούν να τους

αλλάζουν την γνώμη τους την στιγμή που κάποιοι εργαζόμενοι αποτιμούν την δουλειά τους και τις ώρες που αυτοί «εργάζονται» σε χρήμα και τίποτε άλλο.

Δεν σκέφτονται εάν ο θεσμός πηγαίνει καλά, εάν ο θεσμός πορεύει επιτυχώς, εάν ο θεσμός θα φθάσει τα υψηλά επίπεδα στόχων που είχαν βάλει χωρίς ποτέ να κοιτούν την πραγματικότητα. Να κοιτούν το τι πραγματικά λείπει και το τι πραγματικά χρειάζεται και πρέπει να γίνει, έτσι ώστε να φθάσουν στην επιτυχία της διοργάνωσης αυτής εύκολα, ανώδυνα, με λίγο χρόνο και κόστος.

Με λίγο χρόνο γιατί όταν μία πόλη έχει μία τέτοια μεγάλη γιορτή διεθνούς φήμης δεν τρέχει τελευταία στιγμή να μπαλώσει ότι δεν είχε φτιάξει τον προηγούμενο καιρό, ούτε κάθεται να αναδημιουργήσει το πρόγραμμά της κατά την διάρκεια του θεσμού. Ούτε διορθώνει τα πεζοδρόμια και τα άλλα ασυντήρητα μέχρι τότε κτήρια, την στιγμή που εκατοντάδες άνθρωποι φθάνουν στην Πάτρα είτε διερχόμενοι είτε σταθμεύοντας στην πόλη.

Με λίγο κόστος διότι ο προϋπολογισμός είναι λιγοστός, οι χορηγίες δε ελάχιστες και τα ποσά που απαιτούνται για την ανακατασκευή των κτηρίων ή την δημιουργία νέων αλλά και η συντήρηση του εργατικού προσωπικού της Πολιτιστικής φθάνει σε υψηλά ποσά.

Έτσι, με σχεδόν ίδια ποσοστά, 51,9% για τους άνδρες και 51,6% για τις γυναίκες, εξέφρασαν την άποψη ότι δεν υπήρχε έως τώρα οικονομική διαφάνεια εκ μέρους των ιδρυόντων.

Το 32,8% των ανδρών και το 29,5% των γυναικών είναι κυρίως χαμηλού μορφωτικού επιπέδου και διετέλεσαν ή θα ήθελαν να διατελέσουν εθελοντές του «Πάτρα 2006». Τα ποσοστά των αναποφάσιστων είναι μικρά αλλά δεν παύουν και αυτά να αποτελούν αγκάθι στα πεπραγμένα της Πολιτιστικής. Πολλοί από αυτούς είναι ήδη εθελοντές και δεν ήθελαν να πάρουν κάποια θέση διότι γνωρίζοντας εκ των έσωθεν τα πεπραγμένα δεν θα ήθελαν να εκθέσουν τον θεσμό.

Συμπεράσματα έρευνας

Παρατηρώντας με προσοχή και λεπτομερειακώς τα αποτελέσματα των ανωτέρω ερωτήσεων και αντιπαραβάλλοντάς τα με προσωπικά στοιχεία αλλά και με δευτερογενή στοιχεία, μπορεί κανείς να παρατηρήσει ότι σε γενικές γραμμές επικρατεί μία αρνητικότητα ως προς την πορεία του θεσμού μέχρι τώρα, δηλαδή τον Οκτώβριο του 2006. Δύο μήνες πριν κατεβάσει τα “ρολά” της η Πολιτιστική στη Πάτρα παρατηρείται ένα κλίμα δυσανασχέτησης, απογοήτευσης και αδιαφορίας, κλίμα το οποίο προέρχεται πρώτα από τα εσωτερικά του Οργανισμού και έπειτα από τα εξωτερικά.

Ο κόσμος βλέπει τι γίνεται και κρατάει μία απόμακρη στάση για όλα αυτά καθώς ο θεσμός της Πολιτιστικής έχει, δυστυχώς, μπει σε δεύτερη μοίρα για αυτόν, καθώς καθημερινά ταλανίζεται από διάφορα προβλήματα, ιδιαιτέρως δε για το πατραϊκό κοινό από το μεγάλο σε ποσοστά και σε αριθμούς και στην πραγματικότητα ακόμα μεγαλύτερο πρόβλημα της ανεργίας, θυμίζοντάς σας ότι η Πάτρα έχει περάσει από την εποχή της αποβιομηχανοποίησής της και συνεχίζει να την διανύει, καθώς η μία επιχείρηση πίσω από την άλλη οδεύει στην πτώχευσή της και κατ’ επέκταση στο κλείσιμό της, παρασύροντας πολλά άτομα, οικογενειάρχες και μη, στην χρόνια ανεργία.

Ο κόσμος ενδιαφέρεται να δει στην πόλη των Πατρών έργα τα οποία μπορούν να τον κάνουν να περνάει σε αυτά ευχάριστα τον ελεύθερό του χρόνο και να αποκομίζει οφέλη από κάθε τι. Παρά τις τριβές που υπήρχαν και υπάρχουν μεταξύ ιθυνόντων και παρουσιαστών πολλές φορές ο κόσμος, από την πρώτη στιγμή θέλησε να αγκαλιάσει τον θεσμό που ανέλαβε η Πάτρα διότι πρόσμενε να έχει πολλά οφέλη. Δυστυχώς, όμως, τα οφέλη αυτά ως επί των πλείστων δεν είναι βραχυχρόνια αλλά μακροχρόνια, για αυτό και πολλοί άνθρωποι αμφισβητούν την επιτυχία του θεσμού. Κανείς όμως δεν θα μπορούσε

να αρνηθεί το γεγονός ότι κάποια σημαντικά έργα πραγματοποιήθηκαν στην Πάτρα ενόψει της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας. Μεγάλα έργα, κτίρια, υποδομές και εγκαταστάσεις δημιουργήθηκαν.

Δεδομένου ότι ο θεσμός της πολιτιστικής πρωτεύουσας αναδεικνύει τον πολιτισμό της κάθε πόλης, τα ήθη και έθιμα, τις παραδόσεις, άνθρωποι με διαφορετικό πολιτισμό γίνονται ένα, έτσι και οι κάτοικοι της κάθε πολιτιστικής πρωτεύουσας βοηθούν στην διοργάνωση των εκδηλώσεων γι' αυτό και δημιουργήθηκε ο θεσμός του εθελοντισμού. Ο κόσμος ήθελε να συμμετάσχει, διότι μην ξεχνάμε ότι ο πατραϊκός λαός αγαπά πολύ τις τέχνες και τις εκδηλώσεις, αλλά οι γκρίνιες από την αρχή του έτους τον ανάγκασαν να μεταβάλλει τα συναισθήματά του για αυτή την μεγάλη γιορτή, για αυτό το μεγάλο πανηγύρι που ονομάζεται Πολιτιστική. Για αυτό και μεγάλη μερίδα πολιτών θα ήθελε να συμμετάσχει στο εθελοντικό πρόγραμμα της Πολιτιστικής, αλλά δεν το επεδίωξε, διότι είναι ευθύνη κοινωνική και προσωπική.

Αναμφίβολα όλοι οι θεσμοί της Πάτρας διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στην πορεία της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας. Εκτός από τα στελέχη του οργανισμού, όλοι οι θεσμοί ήταν αρωγοί του προγραμματισμού, της οργάνωσης και διευθέτησης εκδηλώσεων. Από την άλλη μεριά όμως αυτό δεν αρκεί. Η αναζήτηση λύσεων και προτάσεων του θεσμού από άλλους φορείς της πόλης μας δεν επιτεύχθηκε στο μέγιστο βαθμό. Ο θεσμός από την μεριά του θα έπρεπε να αναζητήσει λύσεις έστω και αργά, για την προβολή της Πάτρας στο εξωτερικό. Πιστεύω ο τομέας της προβολής στο εξωτερικό δεν είναι αρκετός ώστε να προωθηθεί η πόλη μας. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι κάθε χρόνο τον μήνα Ιούλιο και Αύγουστο περνάνε πάνω από 1.000.000 τουρίστες, και μόνο το 1% των τουριστών παραμένουν στην Πάτρα για 2 ημέρες. Όλοι οι φορείς της πόλης καθώς και ο θεσμός της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας θα πρέπει να προωθήσουν την πόλη ως κέντρο πολιτισμού, να αναδείξουν τα μνημεία, τις

φυσικές ομορφιές και να υιοθετήσουν την ιδέα της παραμονής των τουριστών ως τομέας ανάπτυξης για την πόλη.

Ελπίζω, η πορεία του θεσμού να καλυτερεύσει σε αυτό το μικρό χρονικό διάστημα που απομένει, όσο είναι δυνατόν κα επιτεύξιμο, και οι φορείς να δουν, όταν θα κάνουν τον απολογισμό τους, τι συνέβη και ποια ήσαν τα αίτια της πορείας αυτής του «Πάτρα 2006» και να τα εκθέσουν σε άλλες μελλοντικές διοργανώτριες πόλεις ή χώρες ώστε να μην οδηγηθούν μέσω των ίδιων μεθόδων και συμπράξεων στην ίδια μερική αποτυχία των στόχων τους. Μερική διότι ως ένα βαθμό, όσο μπορούσε να γίνει, επιτεύχθηκαν μερικοί στόχοι, παρά το γεγονός ότι οι ιθύνοντες ισχυρίζονται ότι όλα βαίνουν καλώς και ότι οδηγούμαστε στην πλήρη επιτυχία. Εγώ, από την μεριά μου, θα έλεγα ότι οδηγούμαστε στην πλήρη αποτυχία σιγά σιγά, όπως συμβαίνει κάθε φορά εξάλλου στην Ελλάδα όταν κάποιος είτε μεμονωμένα είτε ομαδικά αναλαμβάνει να βγάλει εις πέρας κάποιο σημαντικό και μεγάλο έργο στο οποίο παίζονται πολλά χρήματα.

Σε προσωπική συνέντευξη ανοιχτού τύπου με τον πρόεδρο του 10^{ου} Περιφερειακού Τμήματος Β. Δ. Πελοποννήσου, Δ. Στερεάς και Ιονίων Νήσων του Οικονομικού Επιμελητηρίου της Ελλάδος, κόν **Καρκούλια Ευάγγελο** λέγεται ότι: Ως οργανισμός δεν είχαν κάποια προσδοκία αλλά η προσωπική άποψη του κόν Καρκούλια ήταν ότι δεν επιθυμούσαν την κατασκευή νέων πεζοδρομίων, νέων κτηρίων εν όψει της ανάληψης του Θεσμού της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας από την Πάτρα, αλλά την ανάδειξη του πολιτισμού, ειδικότερα δε του τοπικού πολιτισμού μέσω παραστάσεων, συναυλιών και άλλων τεχνών χρησιμοποιώντας τοπικούς ή εθνικούς εκτενέστερα καλλιτέχνες και όχι να προβαίνουν στην χρησιμοποίηση καλλιτεχνών από το εξωτερικό, διότι με αυτά τα μέσα δεν αναδεικνύεται ο πολιτισμός της περιοχής που διοργανώνει τον θεσμό. Σε απάντησή μου σχετικά με αυτό το θέμα, του είπα ότι προέβηκαν σε τέτοιες ενέργειες για να «ενώσουν», όπως ισχυριζόντουσαν εδώ και καιρό, τους λαούς της Ευρώπης στο όνομα ενός Θεσμού, γενικότερα δε στο

όνομα του Πολιτισμού. Επίσης, επεσήμανε ότι η πρόσκληση ξένων παραγόντων τέχνης δεν ήταν κάτι το αποδοτικό, καθώς εάν κανείς θέλει να παρακολουθήσει τέτοια θεάματα μπορεί να μεταβεί στις εκάστοτε χώρες ή πόλεις για να παρακολουθήσει την εκεί τοπική κουλτούρα. Τέλος, έκρινε την αδρανοποίηση των φορέων για την σωστή και αποτελεσματική αξιοποίηση όλων των διαθέσιμων πόρων .

Έπειτα από τηλεφωνική συνεννόηση με το **Εμπορικό Επιμελητήριο Αχαΐας**, εκθέτω τα εξής: Ως οργανισμός και αυτοί δεν είχαν κάποιο συγκεκριμένο σκοπό, κάποιες συγκεκριμένες προσδοκίες από την διοργάνωση του Θεσμού αυτού. Αλλά ύστερα από ερωτήσεις μπορεί κανείς να συμπεράνει ότι έχουν απογοητευθεί από την όλη διοργάνωση και ειδικότερα από τους ίδιους τους φορείς οι οποίοι δεν ενδιαφέρονται όσο θα έπρεπε για την ομαλή και επιτυχημένη διεξαγωγή των πεπραγμένων της Πολιτιστικής, παρά μόνο για τον μηνιαίο μισθό τους που αγγίζει πολλές φορές ποσά μισθού Υπουργών, χωρίς συνάμα να τα αξίζουν σε αντιπαραβολή με την εργασία την οποία έχουν αναλάβει να 'βγάλουν εις πέρας'.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

“Δεν είμαστε στο παρά πέντε, είμαστε στο και πέντε”²⁴. Μόνο έτσι θα μπορούσε να περιγραφεί η κατάσταση ελάχιστους μήνες πριν τον ερχομό του 2006. Ένα έτος -που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί- σταθμός στην ιστορία της πόλης και αυτό διότι μετά από την αποτυχημένη προσπάθεια της Πάτρας να αναλάβει τους Μεσογειακούς Αγώνες του 2009 και την επιτυχημένη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων στην πόλη το 2004, κλήθηκε να ανταποκριθεί στην νέα πρόκληση που ονομάζεται «Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης».

Συνεπώς όφειλαν να φανούν αντάξιοι των προσδοκιών των πολιτών - που θεώρησαν ότι ο τοπικός πολιτισμός θα προσέθετε ένα λιθαράκι στο ψηφιδωτό της Ευρώπης - να ήσαν μεθοδικοί και τελικά να αποδεικνύονταν αποτελεσματικοί.

Υπήρχαν όμως οι κατάλληλες προϋποθέσεις ούτως ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι της επιτυχημένης διοργάνωσης, της διάκρισης της πόλης και της έναρξης μιας νέας εποχής ανάπτυξης;

Τα μεγάλα λόγια των φορέων, όταν ανακοινώθηκαν ότι η Πάτρα θα είναι Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης για το 2006, καθώς και τους μετέπειτα μήνες έδειξαν πόσο ανώριμοι ήμασταν ώστε να αναλάβουμε την διεξαγωγή ενός μεγάλου θεσμού. Οι φορείς της Πάτρας έχοντας ως όραμα να μείνει η Πάτρα στην ιστορία ως μια από τις πιο πετυχημένες Πολιτιστικές Πρωτεύουσες όπως η Γλασκόβη (1990), έφτασε σε ένα σημείο όπου η Πάτρα είναι προ των πυλών για να γελοιοποιηθεί τελείως με τις ελλειμματικές κτιριακές υποδομές και την κακή προβολή. Η Πάτρα έχει την ευκαιρία να αντιμετωπίσει τα τεράστια οικονομικά προβλήματα που μαστίζουν τους

²⁴ Γρύφων Φωτόπουλος, Ημερίδα Οργανισμού “Πάτρα - Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2006” για τους εμπόρους της Πάτρας.

κατοίκους της, αλλά δυστυχώς λόγω της ελλιπούς οικονομικής χρηματοδότησης από το κράτος καθώς επίσης και οι κακές κινήσεις των φορέων της Πολιτιστικής, η Πάτρα δύσκολα στάθηκε άξια στην διοργάνωση των εκδηλώσεων.

Παρόλα αυτά, σύμφωνα με τον δήμαρχο της πόλης, Ανδρέα Καράβολα, αρκεί να υπάρξει συντονισμός, συνεργασία όλων προς τους συγκεκριμένους στόχους και φυσικά οι απαραίτητοι πόροι. Δεν θα πρέπει βεβαίως να παραμερίσουμε την σπουδαία προσπάθεια που κατέβαλλαν οι υπεύθυνοι Marketing και Επικοινωνίας αφού η κατάλληλη προβολή του θεσμού αποτελεί θέμα πρωτίστης σημασίας για τους ιθύνοντες. Επιπλέον, καθοριστική εθεωρείτο και η συμμετοχή όλων μας στην διεκπεραίωση της πρωτοβουλίας αυτής. Ο καθένας από εμάς βέβαια στον βαθμό που δύναται.

Το πλαίσιο στο οποίο κινήθηκαν οι υπεύθυνοι και το οποίο ευελπιστούν να αποδώσει καρπούς είναι η διαφορετικότητα των πραγμάτων. Έλαβαν το ρίσκο να μην ακολουθήσουν την πεπατημένη οδό και το μόνο που απομένει είναι να διαπιστώσουμε το 2006 εάν όντως αυτή μας η επιλογή ήταν σωστή.

Τελειώνοντας, ας επιδιωχθεί ακόμα και όταν στις 31 Δεκεμβρίου 2006 σβήσουν τα «φώτα» από την Πάτρα και όλα τα βλέμματα στραφούν στις επόμενες Πολιτιστικές Πρωτεύουσες, η πόλη να έχει αποκομίσει όλα τα οφέλη που της δίνεται η ευκαιρία να αποκτήσει από την διεξαγωγή της διοργάνωσης αυτής.

Ας μην ξεχνάμε: «ό,τι και να κάνεις, όπου και να είσαι το 2006, πρέπει να ζήσεις την εμπειρία της Πάτρας».

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:

- 1 «"Europe's@Patras"» Βασικές αρχές και Βήματα υλοποίησης, Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης "Πάτρα 2006", Πάτρα, 30 Μαρτίου 2005, 2-8
- 2 «Europe's reunion» Συνοπτική περιγραφή, Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης "Πάτρα 2006", Πάτρα, 30 Μαρτίου 2005, 2-5
- 3 «Άμεσο και Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ», στο: Philip Kotler, Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ - Ανάλυση, Σχεδιασμός, Υλοποίηση και Έλεγχος, Τόμος Β', Αθήνα, Interbooks, 2000, 1327-1330, 1338-1346
- 4 «Άφθαρτο άρωμα πολιτισμού» στο: About PATRAS - Official Visitor's Guide, της Εταιρείας Τουριστικής Ανάπτυξης Νομού Αχαΐας (ΕΤΑΑ), Πάτρα, Δημήτρης Μοσχονάς Εκδόσεις, 2005, 14-47, 58-64, 70-83
- 5 «Συστήματα Πληροφοριών του Μάρκετινγκ και Έρευνα του Μάρκετινγκ», στο Philip Kotler, Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ - Ανάλυση, Σχεδιασμός, Υλοποίηση και Έλεγχος, Τόμος Α', Αθήνα, Interbooks, 1998, 181-207
- 6 Τηλικίδου Ι. Ειρήνη, «Δημοσκοπήση», στο: Έρευνα Μάρκετινγκ, Θεσσαλονίκη, Global Bookstore Ε.Π.Ε., 1996, 117-150
- 7 Τηλικίδου Ι. Ειρήνη, «Η μεθοδολογία της Έρευνας Μάρκετινγκ», στο: Έρευνα Μάρκετινγκ, Θεσσαλονίκη, Global Bookstore Ε.Π.Ε., 1996, 61-77
- 8 Τηλικίδου Ι. Ειρήνη, «Συγκέντρωση Πρωτογενών Στοιχείων (έρευνα πεδίου)», στο: Έρευνα Μάρκετινγκ, Θεσσαλονίκη, Global Bookstore Ε.Π.Ε., 1996, 81-112
- 9 Βλαχοπούλου Μάρω, «Πολυμέσα και Μάρκετινγκ», στο: e-Marketing - Πληροφοριακά Συστήματα - Νέες τεχνολογίες στο Μάρκετινγκ, Αθήνα, Rosili, 1999, 219-249
- 10 Έρευνα κοινής γνώμης με θέμα: "Πάτρα Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2006 - Απόψεις και Προσδοκίες, από την Data RC, Πάτρα, 30 Μαρτίου 2005
- 11 Ηγουμενάκης Γ. Νίκος, «Η Έρευνα Τουριστικού Μάρκετινγκ», στο: Τουριστικό Μάρκετινγκ, Νέα Σμύρνη - Αθήνα, Interbooks, 1999, 146-165
- 12 Ηγουμενάκης Γ. Νίκος, «Η Τουριστική Διαφήμιση», στο: Τουριστικό Μάρκετινγκ, Νέα Σμύρνη - Αθήνα, Interbooks, 1999, 294-327
- 13 Μπουραντάς Δ.-Βαθής Α.-Παπακωνσταντίνου Χ.-Ρεκλείτης Π., «Διαχείριση Πληροφοριών», στο: Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων και Υπηρεσιών, Αθήνα, ΟΕΔΒ, 1999, 85-90
- 14 Περίληψη εισήγησης του Τουλιάτου Δημήτρη, Διευθυντή Μάρκετινγκ, στην Ημερίδα "Πάτρα 2006 - Προετοιμασία - Συμμετοχή - Ανάπτυξη", Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης "Πάτρα 2006", Πάτρα, 30 Μαρτίου 2005, 1-6
- 15 Πιτουρά Θ., Κουτσονίκος Γ. «Αρχές σχεδίασης ιστοσελίδων», Σχεδίαση ιστοσελίδων, Πάτρα, Νοέμβριος 2004, 38-41
- 16 Τζωρτζάκης Κων/νος, Τζωρτζάκη Αλεξία, «Η στρατηγική της Επικοινωνίας και Προβολής», στο: Αρχές Μάρκετινγκ - Η Ελληνική προσέγγιση, Αθήνα, Rosili, 2002, 345-373
- 17 Τζωρτζάκης Κων/νος, Τζωρτζάκη Αλεξία, «Το Σύστημα Πληροφοριών Μάρκετινγκ και η Έρευνα Μάρκετινγκ», στο: Αρχές Μάρκετινγκ - Η Ελληνική προσέγγιση, Αθήνα, Rosili, 2002, 105-142
- 18 Τομάρας Πέτρος, «Έρευνα Αγοράς» Μέρος 3ο, στο: Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ και την Έρευνα Αγοράς, Αθήνα, Τομάρας Πέτρος Εκδόσεις, 1997, 179-271

- 19. «20 χρόνια Πολιτιστικές Πρωτεύουσες της Ευρώπης» - 1^ο διεθνές συμπόσιο Πολιτιστικών Πρωτευουσών – Πρακτικά συμποσίου – 14-16 Οκτωβρίου 2005 -Ζάππειο Μέγαρο – Αθήνα

ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

- 1 "Πάμε διακοπές στην Αχαΐα", Image, 2004
- 2 "Συνεργασία Πολιτιστικής με τον όμιλο ALDEMAR", Πελοπόννησος, 27-4-2005
- 3 «"Πάτρα"-Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006», Αγγελιοφόρος της ενημέρωσης, Απρίλιος 2005, 7
- 4 «Αλήθειες που πονάνε», Αγγελιοφόρος της ενημέρωσης, Απρίλιος 2005, 32
- 5 «Άλλαξαν την πόλη, όμως έχουν και ατέλειες...», Σύμβουλος Επιχειρήσεων, 14/1/2005, 22-23
- 6 «Αννέτ και Αποστολία Ζώη στον Τελικό - Ευκαιρία προβολής το ματς του Σαββάτου για την Πάτρα «Πολιτιστική Πρωτεύουσα», Πελοπόννησος, 18/5/2005, 25
- 7 «Για τα...μάτια της Γιουροβίζιον», Η Ημέρα, 25/5/2005, Α3
- 8 «Επιλέγοντας το δείγμα», Ανοικτό MBA - Τα Νέα, 21/3/2005, 2
- 9 «Η εικόνα της πόλης: Σημεία-κλειδιά για την Πάτρα του 2010», Μεγάλα Έργα - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Απρίλιος 2005, 32-34
- 10 «Η σημασία της έρευνας», Ανοικτό MBA - Τα Νέα, 28/3/2005, 2
- 11 «Ήρθε η ώρα της...διπλωματίας για την Πολιτιστική Πρωτεύουσα», Η Ημέρα, 14-15/5/2005, Α6
- 12 «Ήρθε η ώρα των επιχειρηματιών για 2006», Σύμβουλος Επιχειρήσεων, 28/1/2005, 1 & 6
- 13 «Κέρδισε τις εντυπώσεις η ΝΕΑ στην Μόσχα», Η Ημέρα, 29/3/2005, Α5
- 14 «Μαθήματα μάρκετινγκ από την μεγάλη πρόκληση», Πολιτισμός - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Μάιος 2004, 25-29
- 15 «Μια ενδεκάδα για την Πολιτιστική!», Σύμβουλος Επιχειρήσεων, 6/1/2005, 22-23
- 16 «Νέο Λιμάνι: Εργολαβίες με προβλήματα», Μεγάλα Έργα - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Απρίλιος 2005, 28
- 17 «Νέο Μουσείο Πατρών: Το μόνο σίγουρο έργο», Μεγάλα Έργα - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Απρίλιος 2005, 30
- 18 «Οι φορείς συσκέπτονται», Η πρωινή Γνώμη, 09/04/05
- 19 «Πάρε θέση κ. Καραμανλή», Η πρωινή Γνώμη, 08/04/05
- 20 «Πολιτιστική Πρωτεύουσα: Μη αναστρέψιμη, εκτός αν...», Μεγάλα Έργα - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Απρίλιος 2005, 14-20
- 21 «Προς ολοταχώς για το 2006», Η πρωινή Γνώμη, 09/04/05
- 22 «Προβολή της Ελλάδας μέσω Κινητών Εκθέσεων Τουρισμού», Πελοπόννησος, 21/5/2002, 24
- 23 «Πρωτοποριακή προβολή της Ελλάδας στην Γερμανία», Πελοπόννησος, 27/5/2005, 32/4 - 33/5
- 24 «Συζήτηση για το αυτοκινητοδρόμιο», Η πρωινή Γνώμη, 10/04/05
- 25 «Συνεργασία της Πολιτιστικής με τον Όμιλο Aldemar», Πελοπόννησος, 27/5/2005, 6
- 26 «Το "Πολύεδρο" εκθέτει την πρότασή του», Σύμβουλος Επιχειρήσεων, 14/1/2005, 22
- 27 «Τρεις μακροπρόθεσμοι στόχοι», Μεγάλα Έργα - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Απρίλιος 2005, 26-27

- 28 «Υδροπλάνα: Περιπέτειες προς το τέλος», Μεγάλα Έργα - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Απρίλιος 2005, 25
- 29 Selime Sezgin, «Η διαφήμιση δεν μπορεί να αγνοήσει την τοπική κουλτούρα», Ανοικτό MBA - Τα Νέα, 6/6/2005, 8/40
- 30 Αθανασοπούλου Βασιλική, «Διεθνώς ρεζίλι», Πελοπόννησος, 4/6/2005, 10
- 31 Αναστασιάδης Γιάννης, «Οδηγός οι ποιοτικές και ποσοτικές έρευνες», Ανοικτό MBA - Τα Νέα, 9/5/2005, 6-7
- 32 Ανδρεόπουλος Φ., "Που πάς караβάκι με τέτοιο καιρό;", Image, Μάιος 2005
- 33 Ανδριόπουλος Δημήτρης, «Προτάσεις Αναγέννησης της Πάτρας», Αγγελιοφόρος της ενημέρωσης, Απρίλιος 2005, 13
- 34 Βαθής Φ. Άγγελος, Ανάλυση του περιβάλλοντος του MARKETING στο: Εισαγωγή στο Marketing, Αθήνα, Μεταίχμιο, 2000, 24-34
- 35 Βασιλάκης Μ., «Όλη η Ευρώπη μια πόλη» είπαν οι πολίτες", Πελοπόννησος ,30-5-2005
- 36 Βασιλάκης Μ., "«2006»:Πρώτη συνεδρίαση του Μονομετοχικού", Πελοπόννησος ,8-4-2005
- 37 Βασιλάκης Μ., "«Έχουμε μπροστά μεγάλο στοίχημα»", Πελοπόννησος ,24-3-2005
- 38 Βασιλάκης Μ., "2006: «Μερεμέτια» σε κτίρια και θέατρα", Πελοπόννησος ,19-5-2005
- 39 Βασιλάκης Μ., "2006:Η ώρα των δημοτών", Πελοπόννησος ,13-4-2005
- 40 Βασιλάκης Μ., "Αναζητείται χώρος", Πελοπόννησος ,19-4-2005
- 41 Βασιλάκης Μ., "Απάντηση δύο εκατομμυρίων...", Πελοπόννησος ,5-4-2005
- 42 Βασιλάκης Μ., "Βιτρίνα-διαφήμιση", Πελοπόννησος ,7-3-2005
- 43 Βασιλάκης Μ., "Δέκα λόγοι επιτυχίας", Πελοπόννησος ,7-4-2005
- 44 Βασιλάκης Μ., "Δημήτρης Τουλιάτος", Συνέντευξη στο Image, Σεπτέμβριος 2004
- 45 Βασιλάκης Μ., "Η Πολιτιστική θα ταξιδεύει", Πελοπόννησος ,21-4-2005
- 46 Βασιλάκης Μ., "Θεσμοί και καταποντισμοί", Πελοπόννησος ,31-3-2005
- 47 Βασιλάκης Μ., "Θεσμός ανάπτυξης", Πελοπόννησος ,31-3-2005
- 48 Βασιλάκης Μ., "Κέρδος άλλα 10 εκ. ευρώ", Πελοπόννησος ,4-3-2005
- 49 Βασιλάκης Μ., "Λεφτά για έργα, όχι για ...κάλη", Πελοπόννησος ,21-4-2005
- 50 Βασιλάκης Μ., "Οι χώροι του «2006»", Πελοπόννησος ,21-3-2005
- 51 Βασιλάκης Μ., "Πολύς θόρυβος για το τίποτα", Πελοπόννησος ,14-4-2005
- 52 Βασιλάκης Μ., "Στην Πολιτιστική το Σκαριοπούλειο", Πελοπόννησος ,15-4-2005
- 53 Βασιλάκης Μ., "Σχέδιο δράσης εντός 20ημέρου", Πελοπόννησος ,9-4-2005
- 54 Βασιλάκης Μ., "Τα 18 «στέκια» της Πολιτιστικής", Image, Σεπτέμβριος 2004
- 55 Βασιλάκης Μ., "Τέλος στις ...κορώνες", Πελοπόννησος ,11-4-2005
- 56 Βασιλάκης Μιχάλης, «2006: Η ώρα των δημοτών», Πελοπόννησος, 13/4/2005, 9
- 57 Βασιλάκης Μιχάλης, «Μελέτες, χρηματοδότηση και έργα», Πελοπόννησος, 4/6/2005, 6
- 58 Βασιλάκης Μιχάλης, «Όλοι "δεμένοι" μέχρι το 2009», Πελοπόννησος, 4/6/2005, 6
- 59 Βασιλάκης Μιχάλης, «Σέντρα από το "2006"», Πελοπόννησος, 6/5/2005, 12
- 60 Βασιλάκης Μιχάλης, «Το "πάνω χέρι" της Πολιτιστικής, Πελοπόννησος», 25/03/05
- 61 Βασιλάκης Μιχάλης, «Τουριστικό "στρατηγείο" εν όψει της Πάτρας, Πελοπόννησος, 28/03/05
- 62 Βασιλόγλου Κλειώ, «Βαρύτητα πλέον στον τουρισμό», Σύμβουλος Επιχειρήσεων, 1/4/2005, 10

- 63 Βασιλογλου Κλειώ, «Τα... πρώτα βήματα συνεργασίας Δήμου - φορέων για την Πολιτιστική», Σύμβουλος Επιχειρήσεων, 1/4/2005, 10
- 64 Βουτσινάς Γεράσιμος, «Να αλλάξει η νομοθεσία», Πολιτισμός - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Μάιος 2004, 41
- 65 Γασπαράτου Τάκη, «Το εναλλακτικό δεν έχει χορηγούς», Πολιτισμός - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Μάιος 2004, 12-13
- 66 Γιαλένιος Παναγιώτης, «"Μακρινά" όνειρα...», Μεγάλα Έργα - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Απρίλιος 2005, 4
- 67 Γιαλένιος Παναγιώτης, «Σημείωμα Εκδότη», Πολιτισμός - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Μάιος 2004, 4
- 68 Γιαννάρου Τέττα, «Η Λιλ... στην Πάτρα», Η πρωινή Γνώμη, 08/04/05
- 69 Γιαννάρου Τέττα, «Οι μύλοι του Αγ. Γεωργίου εκθεσιακός χώρος», Η πρωινή Γνώμη, 17/04/05
- 70 Γιαννάρου Τέττα, «Στο τιμόνι των χορηγιών το ΚΤΕΛ», Η πρωινή Γνώμη, 18/04/05
- 71 Γιαννάρου Τέττα, «Στο φουλ οι... μηχανές για το 2006», Η πρωινή Γνώμη, 21/04/05
- 72 Γιαννάρου Τέττα, «Συμμετέχει και η Πολυφωνική», Η πρωινή Γνώμη, 08/04/05
- 73 Γιαννόπουλος Κων/νος, «"Εργαλείο" δημοσιότητας η χορηγία», Ανοικτό MBA - Τα Νέα, 30/5/2005,4
- 74 Έρευνα Data RC, «Οι "καταναλωτές" του πολιτισμού», Πολιτισμός - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Μάιος 2004, 16-22
- 75 Ζακυνθινός Δ., «"Δουλέψαμε για πολλά χρόνια..."», Πελοπόννησος ,9-4-2005
- 76 Ζακυνθινός Δ., "Έργα και ... ημέρες του Δήμου Πατρέων", Πελοπόννησος ,21-5-2005
- 77 Ζακυνθινός Δ., "Ο χάρτης ήταν... με το μέρος της", Πελοπόννησος ,9-4-2005
- 78 Ηλιόπουλος Γ., "Λίφτινγκ κτιρίων", Πελοπόννησος ,28-3-2005
- 79 Ηλιόπουλος Γιώργος, «Λίφτινγκ Κτιρίων», Πελοπόννησος, 28/03/05
- 80 Ηλιοπούλου Κωνσταντίνα, «Δεν είναι αργά...», Η πρωινή Γνώμη, 11/04/05
- 81 Καββαδάς Παναγιώτης, «Κομβικό σημείο η Δυτική Ελλάδα», Μεγάλα Έργα - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Απρίλιος 2005, 8
- 82 Καϊάφα Σοφία, «Κινητήρια δύναμη μέσω δικτύων», Μεγάλα Έργα - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Απρίλιος 2005, 11-13
- 83 Καπέλας Κων/νος, «Υπάρχουν αντικειμενικές δυσκολίες», Πολιτισμός - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Μάιος 2004, 42
- 84 Καραβόλας Ανδρέας, «Αντιμέτωποι με προκλήσεις», Μεγάλα Έργα - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Απρίλιος 2005, 10
- 85 Καραλη Γ., ««Θα είστε έτοιμοι το2006»», Πελοπόννησος ,16-5-2005
- 86 Καραλη Γ., "Α λα Αχαϊκά!", Πελοπόννησος ,20-5-2005
- 87 Καραλη Γ., "Ζήτημα ασύλου", Πελοπόννησος ,23-4-2005
- 88 Καραλη Γ., "Η Πολιτιστική έσωσε τη Γλασκώβη", Πελοπόννησος ,11-4-2005
- 89 Καραλη Γ., "Τους «κεντρίζει» η Ελλάδα", Πελοπόννησος ,16-4-2005
- 90 Καραγάλιος Σπύρος, «Ποιότητα και "εικόνα" στο πολιτιστικό προϊόν», Πολιτισμός - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Μάιος 2004, 8-9
- 91 Καρβουνιάρης Γιώργος, «Πολιτιστική Καλεί ΥΠΠΟ», Η πρωινή Γνώμη
- 92 Κυδωνιάτης Γ.Α. Φαίδων, «Η τμηματοποίηση της Αγοράς», Ανοικτό MBA - Τα Νέα, 28/3/2005, 4
- 93 Μάγνης Κ-Σύφαντος Ν., "Μακριά τα λεφτά από τις κάλπες...", Πελοπόννησος, 7-5-

2005

- 94 Μάγνης Κ., “Χρήμα-χρόνος καίνε την Πάτρα”, Πελοπόννησος, 4-4-2005
- 95 Μαρίνος Ζ., “Γέφυρα «2006» με Εκκλήσια”, Πελοπόννησος, 19-5-2005
- 96 Μαρίνος Ζ., “Γέφυρα συνεργασίας με την Πολιτιστική”, Πελοπόννησος, 18-5-2005
- 97 Μαρίνος Ζ., “Το Λιμάνι σε κρίσιμη φάση”, Πελοπόννησος, 3-5-2005
- 98 Μαρτσούκα Αν., «Ετοιμάζεται για την Πολιτιστική», Η Ημέρα, 2/6/2005, Α14
- 99 Μεντζενιώτης Διονύσιος, «Το Internet αλλάζει την Αγορά», Ανοικτό MBA - Τα Νέα, 4/4/2005, 4
- 100 Μοναστηρίδης Πρόδρομος, «Το Marketing ειδικών Οργανισμών - Στην υπηρεσία του Πολιτισμού», Ανοικτό MBA - Τα Νέα, 16/5/2005, 6
- 101 Μουμουλίδης Θ., “«Όλη η Ελλάδα μιλάει για μας»”, Συνέντευξη στον Ωμέγα 90 FM
- 102 Μπακοπούλου Α., “«Βάλτωσε» και το Παλαιό Νοσοκομείο”, Πελοπόννησος, 29-3-2005
- 103 Μπακοπούλου Α., “Ανακατατάξεις εν όψει 2006”, Πελοπόννησος, 23-3-2005
- 104 Μπακοπούλου Α., “Ελ Γκρέκο και Γουόρχολ στην οδό Μαιζώνος;”, Πελοπόννησος, 31-5-2005
- 105 Μπακοπούλου Α., “Προχωράει «μόνη της» η Δημοτική Πινακοθήκη”, Πελοπόννησος, 31-3-2005
- 106 Μπεκίρης Μ., “Αναγκαίες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού”, Πελοπόννησος, 8-4-2005
- 107 Μπόκος Δ., “Το Πατρινό Καρναβάλι σε φθίνουσα πορεία”, Μυρσίνη, 3-5-2005
- 108 Ντούκα Ν., “Από την Ευρώπη στην Πάτρα”, Πελοπόννησος, 31-3-2005
- 109 Ντούκα Ν., “Συνάντηση «κορυφής»”, Πελοπόννησος, 13-5-2005
- 110 Ντούκα Ν., “Τι αλλάζει στην Πινακοθήκη”, Πελοπόννησος, 4-5-2005
- 111 Ντούκα Ν., “Τι θα δουν οι Ευρωπαίοι μουσικοί”, Πελοπόννησος, 14-4-2005
- 112 Ντούκα Ν., “Το «δια ταύτα»”, Πελοπόννησος, 17-5-2005
- 113 Ντούκα Νεκταρία, «Θάνατος: "Θέλω χώρους για να φτιάξω πρόγραμμα"», Πελοπόννησος, 13/4/2005, 15
- 114 Ντούκα Νεκταρία, «Κολακευτικά σχόλια, θετικές εντυπώσεις», Πελοπόννησος, 15/5/2005, 4
- 115 Παπανδρέου Σ., «Αλλάζει η εικόνα της Πάτρας», Η πρωινή Γνώμη, 08/04/05
- 116 Πελετίδης Κώστας, «Πώς να ζητήσουμε χρήματα χωρίς προγράμματα», Πολιτισμός - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Μάιος 2004, 14
- 117 Ράγιου Νατάσα, «Ναι, αλλά εγώ τι θα κερδίσω», Πολιτισμός - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Μάιος 2004, 10-11
- 118 Σάιμον Γκας, «Η χώρα σας έκανε πολλά βήματα εκσυγχρονισμού», Η Ημέρα, 9-10/4/2005, Α13
- 119 Σολωμός Σταυρός, «Χρειάζεται συντονισμός των φορέων», Πολιτισμός - ένθετο στον "Σύμβουλο Επιχειρήσεων", Μάιος 2004, 40
- 120 Σπηλιόπουλος Κων/νος, «Με Ροϊλό, Μικρούτσικο και δικαστικούς σήμερα ο κ. Χρυσόστομος», Η Ημέρα, 18/5/2005, Α7
- 121 Στάγκος Μιχάλης, «Καμπάνιες μέσω του Διαδικτύου», Ανοικτό MBA - Τα Νέα, 6/6/2005, 6/38
- 122 Στεφανόπουλος Ι. Ανδρέας, «"Προσκοπική Πρωτεύουσα της Ευρώπης" η Πάτρα», Η Ημέρα, 29/3/2005, Α5
- 123 Στεφανόπουλος Ι. Ανδρέας, «"Πυξίδα" για την ανάπτυξη της Αχαΐας», Η Ημέρα, 5/5/2005, Α10

- 124 Στεφανόπουλος Ι. Ανδρέας, «Αισιοδοξεί για τα έργα», Η Ημέρα, 26/5/2005, Α6
- 125 Στεφανόπουλος Ι. Ανδρέας, «Αισιοδοξία για τον τουρισμό», Η Ημέρα, 14/4/2005, Α8
- 126 Στεφανόπουλος Ι. Ανδρέας, «Ακόμα περιμένουν τον Ροϊλό», Η Ημέρα, 13/4/2005, Α7
- 127 Στεφανόπουλος Ι. Ανδρέας, «Γαλλικό ενδιαφέρον για Αχαΐα», Η Ημέρα, 7/4/2005, Α8
- 128 Στεφανόπουλος Ι. Ανδρέας, «Λιτότητα στην Πολιτιστική», Η Ημέρα, 27/5/2005, Α3
- 129 Τουριστικός Οδηγός 2004 Νομού Αχαΐας, cd-rom
- 130 Τσατσάμπα Χρύσα, «Φιλανδικό ενδιαφέρον για "2006"», Η Ημέρα, 24/5/2005, Α6
- 131 Τσικριτζή Α., «Μην πάθουμε ό,τι και πέρυσι...», Πελοπόννησος, 31-3-2005
- 132 Χριστακόπουλος Θάνος, «"2006": Μπλόκο στις... υπερβολές», Η Ημέρα, 12/5/2005, Α3
- 133 Χριστακόπουλος Θάνος, «"Βάλτωσαν" όλα τα έργα της Πολιτιστικής», Η Ημέρα, 19/5/2005, Α7
- 134 Χριστακόπουλος Θάνος, «"Να έρθουν όλα στο φως..."», Η Ημέρα, 29/3/2005, Α7
- 135 Χριστακόπουλος Θάνος, «"Παζάρια" για τις συμβάσεις», Η Ημέρα, 13/4/2005, Α3
- 136 Χριστακόπουλος Θάνος, «"Τρέχουν και δεν φτάνουν" στην Πολιτιστική, για να προλάβουν», Η Ημέρα, 18/5/2005, Α4
- 137 Χριστακόπουλος Θάνος, «Ανοίγει ο δρόμος για αναπλάσεις», Η Ημέρα, 21/4/2005, Α3
- 138 Χριστακόπουλος Θάνος, «Ελπίζουν στο "ελληνικό θαύμα"», Η Ημέρα, 7/4/2005, Α7
- 139 Χριστακόπουλος Θάνος, «Επιφυλακτικοί να συμμετάσχουν στην Πολιτιστική οι πρόξενοι της Ε.Ε.», Η Ημέρα, 29/3/2005, Α7
- 140 Χριστακόπουλος Θάνος, «Οριστικοποιούνται οι προϋπολογισμοί του φορέα της Πολιτιστικής», Η Ημέρα, 5/5/2005, Α4
- 141 Χριστακόπουλος Θάνος, «Προθεσμία 20 ημερών για την ολοκλήρωση του προγραμματισμού των δράσεων», Η Ημέρα, 9-10/4/2005, Α6
- 142 Χριστακόπουλος Θάνος, «Πρόταση στην Πολιτιστική να διαπλεύσει την "καρδιά" της Ευρώπης», Η Ημέρα, 27/4/2005, Α3
- 143 Χριστακόπουλος Θάνος, «Στο περιθώριο η Αχαΐα», Η Ημέρα, 27/4/2005, Α3
- 144 Χριστακόπουλος Θάνος, «Στροφή 180 μοιρών στο "2006"», Η Ημέρα, 14/4/2005, Α4
- 145 Χριστακόπουλος Θάνος, «Σύμπραξη Πολιτιστικής με το ΚΤΕΛ για την προβολή του θεσμού», Η Ημέρα, 28/4/2005, Α4
- 146 Χριστακόπουλος Θάνος, «Τα πλάνα των αναπλάσεων», Η Ημέρα, 22/4/2005, Α4
- 147 Χριστακόπουλος Θάνος, «Το καλοκαίρι θα... αρμενίσει στην αγορά το караβάκι του "2006"», Η Ημέρα, 15/4/2005, Α4

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1 www.patras2006.gr
- 2 www.google.gr
- 3 www.genova2004.com
- 4 “European Capital of Culture”, www.wikipedia.com
- 5 [lille2004 flashback, 2004, www.lille2004.com](http://lille2004.flashback,2004,www.lille2004.com)
- 6 “Αξιοθέατα”, www.patras.gr
- 7 «Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης», www.europa.com
- 8 2003 Homepage.htm, www.GRAZ2003.au
- 9 2003 The Island in the Mur.htm, www.GRAZ2003.au
- 10 Antwerp, Belgium.htm, www.google.com
- 11 BUSINE~2, http://www.business2005.gr/eC_NewsItem.asp?id=1521
- 12 Business2005 - ΕΞΕΛΙΞΗ για την Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2006, http://www.business2005.gr/eC_PageItem.asp?id=1976
- 13 EUROPA - Culture - European capitals, http://europa.eu.int/comm/culture/eac/other_actions/cap_europ/cap_eu_en.html
- 14 EUROPA - Culture - European Commission - Cultural Action - Brochures (2), http://europa.eu.int/comm/culture/eac/sources_info/brochures/capitales/page2_en.html
- 15 EUROPA - Culture - European Commission - Cultural Action - Brochures (3), http://europa.eu.int/comm/culture/eac/sources_info/brochures/capitales/page3_en.html
- 16 EUROPA - Culture - European Commission - Cultural Action - Brochures (4), http://europa.eu.int/comm/culture/eac/sources_info/brochures/capitales/page4_en.html
- 17 EUROPA - Culture - European Commission - Cultural Action - Brochures (5), http://europa.eu.int/comm/culture/eac/sources_info/brochures/capitales/page5_en.html
- 18 EUROPA - Culture - European Commission - Cultural Action - Brochures (6), http://europa.eu.int/comm/culture/eac/sources_info/brochures/devenir_cap/page1_en.html
- 19 EUROPA - Culture - European Commission - Cultural Action - Brochures (7), http://europa.eu.int/comm/culture/eac/sources_info/brochures/devenir_cap/page2_en.html
- 20 EUROPA - Culture - European Commission - Cultural Action - Brochures, http://europa.eu.int/comm/culture/eac/sources_info/brochures/capitales/page1_en.html
- 21 EUROPA - Culture - EUROPEAN COMMISSION, European capitals, http://www.europa.eu.int/comm/culture/eac/other_actions/cap_europ/cap_this_year_en.html
- 22 EUROPA - Regional Policy Info regio.htm, www.google.gr
- 23 general info province_of_antwerp.htm, www.innet.be
- 24 Graz 2003 Mountain of Memories.htm, www.GRAZ2003.au
- 25 Graz2003 The Shadow Clock Tower.htm, www.GRAZ2003.au
- 26 GreeceNow Cultural haven, http://www.greece.gr/CULTURE/CulturalHeritage/cultural_haven.stm
- 27 http://europa.eu.int/eur-lex/el/com/pdf/2003/com2003_0700el01.pdf
- 28 <http://www.esiepin.gr/esiepin/news/news.asp?uid=60>
- 29 HTTP--~1, http://www.europa.eu.int/comm/culture/eac/other_actions/cap_europ/pdf_word/patras_final_report.pdf

- 30 HTTP--~4, http://europa.eu.int/eur-lex/pri/en/oj/dat/1999/l_166/l_16619990701en00010005.pdf
- 31 http://www.transcomm.ox.ac.uk-working_papers-favelli.pdf
- 32 IN@DE, http://www.inade.gr/press_releases/gefyres2003_2.htm
- 33 Κανονισμός για την Πολιτιστική Πρωτεύουσα http://europa.eu.int/eur-lex/el/com/pdf/2003/com2003_0700el01.pdf
- 34 Liverpool Culture City.htm, www.LIVERPOOL2008.com
- 35 Melina Mercuri, <http://www.kat.gr/kat/history/Txt/EI/MelinaMercuri.htm>
- 36 Official opening Rotterdam cultural capital on 26 January 2001.htm, www.prnewswire.co.uk
- 37 PATRAS TOURIST INFO, <http://www.infocenterpatras.gr/news/news.htm>
- 38 Projets 2007: Etat des lieux, www.lux2007.co
- 39 Rotterdam Cultural Capital, January 2001, http://www.rotterdam2001.nl/ROTTERDAM2001\ArchiNed_news.htm
- 40 The City of Patras - mediainfo2004.gr, <http://www.mediainfo2004.gr/cgi-bin/hweb?-A=22&-V=olympicissues&-w=>
- 41 Travel Daily News - Λίλ - Πάτρα, http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=21873&subcategory_id=37
- 42 Travel Daily News - Πολιτιστική Πρωτεύουσα Πάτρα.
http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=21716&subcategory_id=18
- 43 Travel Daily News, http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=11832&subcategory_id=34
- 44 Travel Daily News, http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=11832&subcategory_id=34
- 45 WestNet, Patras2006, 2005, www.patar2006.gr
- 46 www.cork2005.com
- 47 www.sibiu2007.com
- 48 Εθελοντές ΑΘΗΝΑ 2004,
<http://www.athens2004.gr/athens2004/page/legacy?lang=el&cid=bbf9bfed7e579f00Vgn.VCMserver28130b0aRCRD>
- 49 Επισκόπηση των δραστηριοτήτων της Ε.Ε. Πολιτισμός, <http://www.europa.eu.int/pol/cult/overview.htm>
- 50 Η Πάτρα αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα κοσμοπολίτικα κέντρα, <http://www.greek-tourism.gr/patra/index.htm>
- 51 Θεσσαλονίκη, Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 1997, http://www.culture.gr/cult97/thes97_gr.html
- 52 Καλώς ήρθατε στην Αχαια..., <http://www.in.gr/reviews/review.asp?lngReviewID=7551>
- 53 Οι θέσεις της Αντιπροσωπείας για την Πολιτιστική Πρωτεύουσα,
<http://teeserver.tee.gr/online/epikaira/1998/2014/m12.htm>
- 54 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ - Απο το 1886 (2), <http://www.peloponnisos.com.gr/oikonomia/3.asp>
- 55 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ - Απο το 1886 (3), <http://www.peloponnisos.com.gr/oikonomia/4.asp>
- 56 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ - Απο το 1886, <http://www.peloponnisos.com.gr/oikonomia/index.asp>
- 57 Πάτρα, <http://www.galaxynet.gr/galaxyclub/pelop/poli2.htm>
- 58 Σκέψεις για μια πολιτιστική πολιτική, http://www.photocircle.gr/Ekdoseis/ekdoseis%20arthra/arthro_10.htm

- 59 Τα Νέα της Πόλης, http://www.patras.gr/el/c0/c0s5/type_news.asp?id=156
- 60 Τομείς Απασχόλησης,
<http://www.athens2004.gr/athens2004/page/legacy?lang=el&cid=930abfed7e579f00Vgr>
61. www.lille2004.com
62. www.cork2005.com