



BANK OF GREECE

EUROSYSTEM

# Working Paper

Η έξυπνη οικονομία:  
"πολιτιστικές" και  
"δημιουργικές"  
βιομηχανίες στην  
Ελλάδα.  
Μπορούν να  
αποτελέσουν  
προοπτική εξόδου  
από την κρίση;

Σοφία Λαζαρέτου

# 175

FEBRUARY 2014

ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
Διεύθυνση Οικονομικών Μελετών – Τμήμα Ειδικών Μελετών

Ελ. Βενιζέλου 21  
102 50 Αθήνα  
Τηλ.: +30210-320 3610  
Φαξ: +30210-320 2432

Δικτυακός τόπος  
[www.bankofgreece.gr](http://www.bankofgreece.gr)

*Τυπώθηκε στο  
Ίδρυμα Εκτύπωσης Τραπεζογραμματίων και Αξιών  
της Τράπεζας της Ελλάδος  
Επιτρέπεται η αναπαραγωγή, εφόσον αναφέρεται η πηγή.*

ISSN 1109-6691

# **Η ΕΞΥΠΙΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ: «ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ» ΚΑΙ «ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ» ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ. ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΟΥΝ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΕΞΟΔΟΥ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ;**

Σοφία Λαζαρέτου  
Τράπεζα της Ελλάδος

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Η οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργίας αποτελεί επίκαιρο θέμα μελέτης στη διεθνή οικονομική την τελευταία δεκαετία και κυριαρχεί στις συζητήσεις για τη χάραξη αναπτυξιακής στρατηγικής τόσο στις ανεπτυγμένες (μεταβιομηχανικές) όσο και στις αναδυόμενες οικονομίες. Ο τομέας αυτός φάνηκε ιδιαίτερα ανθεκτικός στην παρούσα συγκυρία της κρίσης χρέους και ύφεσης. Με δεδομένο το νέο διεθνές αναπτυξιακό υπόδειγμα, στο οποίο η οικονομία της γνώσης και τεχνολογίας συγκεράζεται με την οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργίας, η ελληνική πολιτεία, κατά την αναζήτηση ενός νέου βιώσιμου αναπτυξιακού παραδείγματος, θα πρέπει να εστιάσει την προσοχή της στα αντιληπτά πλέον οφέλη της έξυπνης οικονομίας. Η πρόκληση επομένως είναι να μεταστραφεί η τρέχουσα πολιτική πολιτιστικής διαχείρισης από τη στατική (κληροδότηση) στη δυναμική προσέγγιση (παραγωγή νέων μορφών).

Βασικός στόχος της παρούσας μελέτης είναι να βοηθήσει αυτή τη στροφή. Σε αυτό το πλαίσιο, η μελέτη, πρώτον, αποτελεί μια πρώτη πειραματική προσπάθεια διατύπωσης ενός ορισμού, χαρτογράφησης και ποσοτικής καταγραφής των ελληνικών επιδόσεων στο νέο αυτό τομέα δραστηριότητας, δεύτερον, καταγράφει τις ιδιαιτερότητες του τομέα στην Ελλάδα Και, τρίτον, παρουσιάζει έντεκα πρακτικές προτάσεις εργασίας που βοηθούν στην εμφάνιση ενός νέου ενάρετου κύκλου πολιτισμού-δημιουργίας-οικονομίας.

*JEL Classification:* Z1.

*Λέξεις-κλειδιά:* οικονομία, πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες, Ελλάδα.

Σοφία Λαζαρέτου  
Τράπεζα της Ελλάδος  
Ελευθερίου Βενιζέλου 21  
10250, Αθήνα  
Τηλ. 210-3202992  
Email: slazaretou@bankofgreece.gr

Η εκπόνηση της παρούσας μελέτης ζητήθηκε από το Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού. Η μελέτη παρουσιάστηκε στη διημερίδα *Χρηματοδοτώντας τη Δημιουργικότητα* (20-21 Φεβρουαρίου 2014) στο πλαίσιο της Ελληνικής Προεδρίας του 2014. Θα ήθελα να ευχαριστήσω τη Γενική Γραμματέα του Υπουργείου κ. Λίνα Μενδώνη, την Προϊσταμένη Γενικής Διεύθυνσης Σύγχρονου Πολιτισμού κ. Ζωή Καζαζάκη, την κ. Μόνικα Τσιλιμπέρδη (Διεύθυνση Εικαστικών Τεχνών) και την αρχαιολόγο του ΥΠΠΟ κ. Μαρία-Ξένη Γαρέζου για την πολύτιμη συνδρομή τους σε όλη τη διάρκεια της συγγραφής. Ευχαριστίες επίσης οφείλονται στον Γενικό Διευθυντή του ΕΚΚ κ. Γρηγόρη Καραντινάκη, τον καλλιτεχνικό διευθυντή της ΕΛΣ κ. Μύρωνα Μιχαηλίδη και την κ. Μαρία Φασουλάκη (Διεύθυνση Επικοινωνίας και Πολιτισμού της ΑΕΠΠ) για την ευγενική παραχώρηση των στατιστικών στοιχείων των φορέων που εκπροσωπούν. Ευχαριστώ θερμά τους καθηγητές κ. Μάρλεν Μούλιου και κ. Γιώργο Κλήμη, καθώς και τον κ. Διονύση Ποτσολάκη (Πρόεδρο του Πανελληνίου Συνδέσμου Πολιτιστικών Εκδηλώσεων) για την εκτενή και εποικοδομητική συζήτηση και την ιδιαίτερα γόνιμη ανταλλαγή απόψεων που είχα μαζί τους. Με βοήθησαν στη σωστή κατανόηση βασικών εννοιών και στην καλύτερη αντίληψη της ελληνικής πραγματικότητας. Ευχαριστώ επίσης τον Διευθυντή της ΔΟΜ της Τράπεζας της Ελλάδος κ. Δημήτρη Μαλλιάρη για τις εύστοχες παρατηρήσεις του και την ενθάρρυνσή του. Τέλος, μεταξύ των συναδέλφων μου στην Τράπεζα της Ελλάδος, είμαι υπόχρεη στην Πηνελόπη Τσαλαπόρτα για τη βοήθεια που μου προσέφερε στη συλλογή υλικού κατά το αρχικό στάδιο της εκπόνησης της μελέτης και τη συγγραφή του Παραρτήματος, στον Χρίστο Κατηφόρη για τη βοήθειά του σε ορισμένες στατιστικές του εμπορίου, καθώς και στον Βασίλη Μπελεκούκια και στην Καίτη Προκοπάκη που διάβασαν με υπομονή το χειρόγραφο και συνέβαλαν με τα εποικοδομητικά τους σχόλια. Τυχόν λάθη ή παραλείψεις βαρύνουν αποκλειστικά τη συντάκτρια της μελέτης, ενώ οι απόψεις που εκφράζονται στην παρούσα δεν απηχούν κατ' ανάγκην τις απόψεις της Τράπεζας της Ελλάδος.

Εικόνα εξωφύλλου:

Νικόλαος Γύζης, *Αρμονία*, 1893, Συλλογή Τράπεζας της Ελλάδος, αριθ. 245.

## 1. Εισάγοντας την «οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργίας»

*«Αν και αυτή καθαυτή η ανάπτυξη της οικονομίας του πολιτισμού και της δημιουργίας δεν αποτελεί πανάκεια, μπορεί ενδεχομένως να προσφέρει έναν περισσότερο ανθεκτικό, περιβαλλοντικά βιώσιμο και χωρίς αποκλεισμούς δρόμο προς την ανάκαμψη».*<sup>1</sup>  
United Nations, UNCTAD (2010, σελ. xv)

Την άνοιξη του 2014 θα επιλεγεί η νικήτρια πόλη στον πρωτότυπο διαγωνισμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ανάδειξη της πρώτης «Ευρωπαϊκής Πρωτεύουσας της Καινοτομίας».<sup>2</sup> Σκοπός του διαγωνισμού είναι να παροτρύνει τις αστικές περιοχές να αναπτύξουν ένα «βιώσιμο οικοσύστημα καινοτομίας» (sustainable innovation ecosystem), στο οποίο συμμετέχουν πολίτες, επιχειρήσεις, πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα, δημόσιοι φορείς και χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί με ζητούμενο τη «δημιουργία ενός κατάλληλου δικτύου πόλεων που θα ανταλλάσσουν μεταξύ τους λαμπρές ιδέες για το μέλλον».<sup>3</sup> Η νικήτρια πόλη θα πρέπει αποδεδειγμένα να ακολουθεί μια συνολική στρατηγική που είναι (α) καινοτόμος (innovative) όσον αφορά τις ιδέες, τις διαδικασίες και τα εφαρμοζόμενα μέσα, (β) πηγή έμπνευσης (inspiring), προσελκύνοντας ταλαντούχους δημιουργούς και χρηματοδοτικούς φορείς-επενδυτές, (γ) ολοκληρωμένη (integrated), δηλ. να επιδιώκει μια έξυπνη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς οικονομική ανάπτυξη σύμφωνα με τους στόχους της νέας οικονομικής στρατηγικής «Ευρώπη 2020», και (δ) διαδραστική (interactive), δηλ. να δημιουργεί κοινότητες καινοτομίας μέσα στην ίδια πόλη, αλλά και μεταξύ πόλεων.

Η προκήρυξη του συγκεκριμένου διαγωνισμού αποκαλύπτει περίτρανα τη στροφή του ενδιαφέροντος και της προσοχής της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στη νέα «οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργίας» και τον κομβικό ρόλο αυτής της νέας οικονομίας για την οικονομική ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Με τον τρόπο αυτό, προάγεται ο απώτερος στόχος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής να καταστεί η ΕΕ «ένωση της καινοτομίας».

Η οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργίας αποτέλεσε επίκαιρο θέμα μελέτης στη διεθνή οικονομική την τελευταία δεκαετία και κυριάρχησε στις συζητήσεις για τη χάραξη αναπτυξιακής στρατηγικής τόσο στις ανεπτυγμένες (μεταβιομηχανικές) όσο και στις αναδυόμενες οικονομίες. Στην Ευρώπη, οι «βιομηχανίες» – όπως συνηθίζεται να λέγονται, και βεβαίως δεν πρόκειται για την κλασική έννοια της βιομηχανικής παραγωγής – που παράγουν αγαθά πολιτισμού και δημιουργίας (cultural and creative industries) αποτελούν τα τελευταία χρόνια έναν από τους πιο δυναμικούς τομείς. Θεωρούνται «καταλύτης καινοτόμων εξελίξεων στη

---

<sup>1</sup> 'While the creative economy's growth is not in itself a panacea, it does potentially offer more resilient, inclusive and environmentally viable paths to recovery'.

<sup>2</sup> IP/13/808, iCapital. Αξίζει να σημειωθεί ότι το ευρωπαϊκό πρόγραμμα *Ορίζοντας 2020* (2014-2020) θα εστιάζει περισσότερο στους τρόπους χρηματοδότησης της καινοτομίας σε όλα τα στάδια της ανάπτυξης της, από την επιστημονική ανακάλυψη μέχρι τη συνεργασία με την αγορά.

<sup>3</sup> Máire Geoghegan-Quinn, Επίτροπος για την Έρευνα, την Καινοτομία και τις Επιστήμες, 3 Σεπτεμβρίου 2013.

βιομηχανία και στον τομέα των υπηρεσιών» και ως εκ τούτου «καταλαμβάνουν σημαντική θέση στη στρατηγική *Ευρώπη 2020*, δεδομένου ότι συμβάλλουν σε ένα νέο τύπο ανάπτυξης», ενισχύοντας τη διεθνή ανταγωνιστικότητα της ΕΕ και προωθώντας τη γνωστική και πολιτισμική της πολυμορφία.<sup>4</sup> Συνδέονται στενά με την εκπαίδευση και την κατάρτιση και η δυναμική τους εξέλιξη αντανακλάται όχι μόνο στην οικονομική, αλλά και στην κοινωνική ανάπτυξη. «Ο πολιτισμός μπορεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς μέσω της προώθησης του διαπολιτισμικού διαλόγου με πλήρη σεβασμό της πολιτισμικής ιδιαιτερότητας». Αναγνωρίζεται ότι «... [οι δημιουργικές βιομηχανίες] διαδραματίζουν πλέον κεντρικό ρόλο για την αναπτυξιακή προοπτική, την ανταγωνιστικότητα και το μέλλον της ΕΕ-28 και των πολιτών της... Είναι φορείς συγκριτικού πλεονεκτήματος που δεν μπορεί να αντιγραφεί... είναι παράγοντες τοπικής ανάπτυξης και πρωτοπόροι βιομηχανικών αλλαγών... Ενισχύουν την κοινωνική συνοχή και την κοινωνική ανάπτυξη και επιτρέπουν σε άτομα και κοινότητες να συμμετάσχουν πλήρως στα κοινωνικά, πολιτιστικά και οικονομικά δρώμενα».<sup>5</sup>

Οι κοινωνικές και πολιτισμικές αλλαγές, αλλά κυρίως οι τεχνολογικές εξελίξεις που σημειώθηκαν τις τελευταίες δεκαετίες στους τομείς της πληροφορίας και της επικοινωνίας,<sup>6</sup> όπως οι νέες μορφές ψηφιοποίησης (digitisation), το διαδίκτυο (Internet), οι μορφές διασκευής (remix), ανάμειξης (mashing) και χρήσης (sampling) διαφορετικών έργων, ενίσχυσαν τη ζήτηση εκ μέρους των Ευρωπαίων πολιτών για πολιτιστικά αγαθά, πνευματικές δημιουργίες και νέες μορφές ψυχαγωγίας και τέρψης. Εξάλλου, η δημογραφική γήρανση του πληθυσμού στον ανεπτυγμένο κόσμο προσδιόρισε μια νέα ομάδα ενεργών καταναλωτών, τα άτομα της τρίτης ηλικίας, που διαθέτουν εισόδημα αλλά και χρόνο να δαπανήσουν για την απόλαυση εμπειριών και συγκινήσεων μέσω της κατανάλωσης αγαθών και υπηρεσιών πολιτισμού και δημιουργίας. Στο άλλο άκρο της δημογραφικής κλίμακας, η νέα γενιά εξοικειώνεται ταχύτατα με τη νέα τεχνολογία της επικοινωνίας και πληροφορίας και αναδεικνύεται σε δυναμική αγορά που όχι μόνο καταναλώνει, αλλά με τη διαδραστική συμμετοχή της καθίσταται επίσης συμπαραγωγός και συνδιαμορφωτής του τελικού προϊόντος.

Οι αλλαγές αυτές προσδιόρισαν τόσο την εξέλιξη νέων επιχειρηματικών προτύπων και την εμφάνιση νέων καινοτόμων βιομηχανιών (όπως π.χ. η δημιουργία παιχνιδιών για υπολογιστή και η σχεδίαση διαδικτυακών εφαρμογών) όσο και τον

---

<sup>4</sup> CCM1/098, Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής με θέμα «Πρόταση κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για τη θέσπιση του προγράμματος *Δημιουργική Ευρώπη*», 28 Μαρτίου 2012, σελ. 1.

<sup>5</sup> Βλ. ΕΕ C 51, 17 Φεβρουαρίου 2011, σελ. 43-49, και τα συμπεράσματα της συνόδου του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου για την εκπαίδευση και τον πολιτισμό, 19-20 Μαΐου 2011.

<sup>6</sup> Σύμφωνα με την τελευταία έκθεση της Διεθνούς Ένωσης Τηλεπικοινωνιών, 2,7 δισεκατομμύρια άνθρωποι στον πλανήτη έχουν σήμερα πρόσβαση στο διαδίκτυο μέσω υπολογιστή ή κινητού τηλεφώνου, ενώ ο αριθμός των συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας ανέρχεται σε 6,8 δισεκατομμύρια. Το 50% του πληθυσμού της γης καλύπτεται από το ευρυζωνικό δίκτυο 3G. Στην ΕΕ-28, το ποσοστό των νοικοκυριών που έχουν σύνδεση με το διαδίκτυο φθάνει το 79% (Eurostat, Δεκέμβριος 2013). Στην Ελλάδα, το ήμισυ του συνολικού πληθυσμού (ηλικίας 16-74 ετών) χρησιμοποιεί ηλεκτρονικό υπολογιστή ή έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Το ποσοστό αυτό φθάνει το 86% στους νέους ηλικίας μέχρι 24 ετών. Βλ. έρευνα της ΕΛΣΤΑΤ για τη χρήση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνίας από τα ελληνικά νοικοκυριά (Μάρτιος 2012).

αναπροσανατολισμό των παραδοσιακών βιομηχανιών παραγωγής αγαθών πολιτισμού από την εξυπηρέτηση αποκλειστικά και μόνο των αναγκών της πνευματικής και οικονομικής ελίτ προς τη διοχέτευση των προϊόντων του πολιτισμού σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα και μαζικότερη κατανάλωση. Επέβαλαν εξάλλου στις βιομηχανίες παραγωγής καταναλωτικών αγαθών να επανασχεδιάσουν και να επαναπροσδιορίσουν τα βασικά χαρακτηριστικά των προϊόντων τους, τα δίκτυα παροχής και διανομής, καθώς και τους τρόπους χρηματοδότησης, ώστε να ικανοποιούν τις διαρκώς αυξανόμενες και μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών τους. Έδωσαν δηλ. στο ευρύ κοινό τη δυνατότητα ευκολότερης πρόσβασης στην τέχνη τόσο στις παραδοσιακές εκφράσεις της, όπως η ζωγραφική, η γλυπτική, η μουσική, η αρχιτεκτονική και το θέατρο, όσο και στις πιο σύγχρονες μορφές της, όπως η τηλεόραση και ο κινηματογράφος.

Η ύπαρξη ενός καταναλωτικού κοινού πρόθυμου να καταναλώσει πολιτιστικά αγαθά, η διάθεση επαρκών χρηματικών κεφαλαίων είτε με τη μορφή επιχορηγήσεων είτε με τη μορφή επενδύσεων-δανείων, το διαθέσιμο ανθρώπινο κεφάλαιο και η προσφορά δημιουργών συνετέλεσαν στη «συνάντηση» της παραδοσιακής βιομηχανίας και εν γένει της οικονομίας με τον πολιτισμό και τη δημιουργία. Με την αξιοποίηση της νέας τεχνολογίας και των εφαρμογών της, η επένδυση στο χώρο του πολιτισμού και της δημιουργίας δεν απαιτεί μεγάλα χρηματικά κεφάλαια. Απαιτεί όμως ευστροφία, φαντασία, δημιουργική αντίληψη, ποιότητα έκφρασης, εξωστρέφεια, δεξιότητες, ικανοποιητικό βαθμό προσαρμοστικότητας στις μεταβαλλόμενες συνθήκες, συνεχή εκπαίδευση και ενημέρωση. Η επάρκεια των προς επένδυση χρηματικών κεφαλαίων, το χαμηλό κόστος παραγωγής και η χαμηλή τιμή πώλησης δεν αποτελούν πλέον τους μόνους προσδιοριστικούς παράγοντες της επίδοσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας στο χώρο αυτό. Η μοναδικότητα και η επωνυμία, η δυνατότητα αποκόμισης προσωπικών εμπειριών και συγκινήσεων είναι εξίσου σημαντικοί προσδιοριστικοί παράγοντες της παραγωγικότητας και του συγκριτικού πλεονεκτήματος.

Επομένως, στις πλούσιες χώρες, οι επιχειρήσεις του τομέα πολιτισμού και δημιουργίας δεν εισέρχονται στο διεθνή ανταγωνισμό με μοναδικό όπλο το χαμηλό κόστος παραγωγής. Στις αναδυόμενες δε οικονομίες με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και έντονη διάθεση για δημιουργία, ο τομέας αυτός αποτελεί πρόκληση για την εδραίωση νέου συγκριτικού πλεονεκτήματος στο διεθνή καταμερισμό του εμπορίου, παρά τα μειονεκτήματα όπως η έλλειψη φθηνών επενδυτικών κεφαλαίων.

Η ευρωπαϊκή βιομηχανία πολιτισμού και δημιουργίας αναδεικνύεται σήμερα παγκόσμιος ηγέτης, κατέχοντας το 70% της παγκόσμιας αγοράς.<sup>7</sup> Έχοντας συγκριτικό πλεονέκτημα στο εξαγωγικό εμπόριο προς τις τρίτες χώρες, αποτελεί τον καλύτερο πρεσβευτή της ευρωπαϊκής βιομηχανίας, της κοινοτικής και εθνικής ταυτότητας και πολιτιστικής κληρονομιάς. Χρησιμοποιώντας ως βασικό συντελεστή παραγωγής τη γνώση, το συναίσθημα, τον πολιτισμό και την καινοτομία, διαδίδει στον υπόλοιπο κόσμο τις ευρωπαϊκές ηθικές αξίες και πολιτικές αρετές.

---

<sup>7</sup> European Commission, *Commission Staff Working Document on Competitiveness of the European High-End Industries*, SWD(2012) 286 final, 26 Σεπτεμβρίου.

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία, ο τομέας αυτός συνεισφέρει το 3% του ΑΕΠ της ΕΕ-27 – μη συμπεριλαμβανομένου του χρηματοπιστωτικού τομέα – και απασχολεί περισσότερους από 7 εκατομμύρια ανθρώπους, από τους οποίους περίπου 1 εκατομμύριο είναι αυτοαπασχολούμενοι και ελεύθεροι επαγγελματίες. Κατά την Πράσινη Βίβλο (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2010), συμβάλλει κατά 2,6% στο ΑΕΠ της ΕΕ-27 και προσφέρει θέσεις εργασίας σε περισσότερους από 5 εκατομμύρια ανθρώπους.<sup>8</sup> Μεταξύ 2002 και 2011, οι εξαγωγές προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας από την Ευρώπη προς τον υπόλοιπο κόσμο αυξήθηκαν με μέσο ετήσιο ρυθμό 6,3%.

Ο τομέας αυτός φάνηκε μάλιστα ιδιαίτερα ανθεκτικός στην παρούσα κρίση χρέους και ύφεση όσον αφορά τις προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξής του και ενίσχυσης της απασχόλησης, ιδιαίτερα των νέων.<sup>9</sup> Ενώ την πρώτη δεκαετία της νέας χιλιετηρίδας επέδειξε ένα σταθερό βηματισμό προς μια αναπτυξιακή τροχιά, από το 2010 και μετά ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης ξεπέρασε το 10% και αναμένεται να παραμείνει σε αυτό το υψηλό ποσοστό τα επόμενα έτη.<sup>10</sup> Άλλωστε, έχει στατιστικά επαληθευθεί (Power 2011) η υψηλή συσχέτιση μεταξύ του κατά κεφαλήν εισοδήματος και του επιπέδου απασχόλησης στον τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας σε δείγμα 266 περιφερειών από 30 ευρωπαϊκές χώρες. Βρέθηκε ότι γύρω στο 50% της διαφοράς του κατά κεφαλήν εισοδήματος μεταξύ των περιφερειών μπορεί να εξηγηθεί από την ένταση απασχόλησης και το βαθμό εξειδίκευσης των εν λόγω περιφερειών στον τομέα αυτό. Περιφέρειες με υψηλό βαθμό εξειδίκευσης και απασχόλησης σε δραστηριότητες πολιτισμού και δημιουργίας συγκαταλέγονται ανάμεσα στις πιο πλούσιες περιφέρειες σε όρους κατά κεφαλήν εισοδήματος, τηρουμένων όλων των άλλων παραγόντων σταθερών, δίχως κατ' ανάγκην να περιλαμβάνουν τα πολυπληθέστερα αστικά κέντρα.

Καθώς συνδυάζει την καινοτομία με τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της προσωπικής δημιουργίας, αναγνωρίζεται σήμερα ως ο πιο δυναμικός τομέας που μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στο μετασχηματισμό του ευρωπαϊκού οικονομικού και κοινωνικού υποδείγματος σε μια «βιώσιμη», «έξυπνη» και «χωρίς αποκλεισμούς» οικονομία.

---

<sup>8</sup> Βλ. Frontier Economics (2012) και Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2010). Το 2004, οι απασχολούμενοι στον κλάδο αριθμούσαν 5,9 εκατομμύρια ή 3,1% του εργατικού δυναμικού στην ΕΕ-27, συμπεριλαμβανομένων των απασχολούμενων στον πολιτιστικό τουρισμό. Βλ. ΚΕΑ (2006). Μεταξύ 2004 και 2007, το ποσοστό απασχόλησης παρέμεινε σταθερό στο 2,5% του συνόλου, με μικρές αποκλίσεις μεταξύ των χωρών. Το 2009 εκτιμήθηκε εκ νέου σε 1,7% του συνόλου, με βάση όμως την κατηγοριοποίηση των επαγγελματιών ISCO-08 (2011). Η καταγεγραμμένη αυτή μείωση της απασχόλησης οφείλεται εν πολλοίς στην αλλαγή της στατιστικής μεθοδολογίας, καθώς και στην αναθεώρηση τόσο της κατηγοριοποίησης των δραστηριοτήτων όσο και των επαγγελμάτων. Τα στοιχεία επομένως δεν είναι συγκρίσιμα διαχρονικά.

<sup>9</sup> Βλ. *Πρωτοβουλία για την απασχόληση των νέων*, Σύνοδος Κορυφής του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου, 7-8 Φεβρουαρίου 2013.

<sup>10</sup> Για το 2012 εκτιμάται ότι ο ρυθμός ανάπτυξης κυμάνθηκε μεταξύ 7% και 9%. Βλ. Altgamma Monitor Update (2012).



## *Ελληνική οικονομία, πολιτισμός και δημιουργία*

Η σημασία της ανάπτυξης του νέου αυτού τομέα για την ελληνική οικονομία είναι πολύ μεγάλη. Η δομή της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας παρουσιάζει μια σειρά από ιδιαιτερότητες, όπως:

- (i) το μεσαίο έως πολύ μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων,
- (ii) ο υψηλός βαθμός έντασης εργασίας,
- (iii) η προσωπική ταυτότητα της δημιουργίας,
- (iv) η παραγωγική ή «δημιουργική» φαντασία, με την έννοια της ικανότητας επεξεργασίας νέων χρήσιμων εικόνων και εννοιών,
- (v) η ελευθεριότητα σκέψης και νόησης και η διάθεση κριτικής,
- (vi) η ευκολία προσαρμογής στο διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον,
- (vii) η αισθητική και η ποιότητα έκφρασης,
- (viii) η έμφαση στην καινοτομία,
- (ix) η πλεονεκτική γεωγραφική θέση της χώρας και οι ευνοϊκές καιρικές συνθήκες,
- (x) η μοναδικότητα της γλώσσας,
- (xi) το απόθεμα τεχνογνωσίας και εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού.

Αυτές οι ιδιαιτερότητες παρέχουν συγκριτικό πλεονέκτημα στις ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον αναδυόμενο τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας.

Αν και τα στατιστικά στοιχεία για την πορεία του τομέα στην Ελλάδα είναι από ελλιπή έως ανύπαρκτα, σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Power 2011), η περιφέρεια της Αττικής συγκαταλέγεται για το 2007 μεταξύ των καλύτερων 25 περιφερειών με κριτήριο την επίδοση στην απασχόληση από ένα σύνολο 266 περιφερειών 30 χωρών της Ευρώπης.<sup>11</sup> Συγκεκριμένα, συγκαταλέγεται μεταξύ των 10 περιφερειών με την καλύτερη επίδοση στο πεδίο των μέσων ενημέρωσης και στις 20 καλύτερες περιφέρειες στο πεδίο των εκδόσεων.<sup>12</sup> Σε εθνικό επίπεδο, η Ελλάδα κατέχει τη 18η θέση σε σύνολο 30 χωρών με κριτήριο την απασχόληση (4,1%). Αξίζει να σημειωθεί ότι πλουσιότερες και ισχυρότερες οικονομίες όπως η Ιταλία και η Γαλλία προπορεύονται της Ελλάδος μόνο κατά μία ή δύο θέσεις, ενώ χώρες όπως η Γερμανία και η Ισπανία έπονται. Η καλή αυτή επίδοση της χώρας είναι ιδιαίτερα σημαντική δεδομένου ότι σε μικρές σε μέγεθος χώρες με γλώσσα από τις λιγότερο ομιλούμενες, ιδιαίτερη πολιτισμική φυσιογνωμία και πολιτιστική κληρονομιά, η εισαγωγή από το εξωτερικό ιδεών και δημιουργιών και η προσαρμογή τους στα ιδιαίτερα τοπικά δεδομένα συνιστά διαδικασία πολύ δυσχερή.

Γίνεται επομένως εύκολα αντιληπτό ότι όχι μόνο η προοπτική ανάπτυξης του τομέα αυτού στην Ελλάδα, που αριθμεί πολλούς και διαφορετικούς κλάδους δραστηριότητας, είναι ιδιαίτερα καλή, αλλά και η συνεισφορά του ως εργαλείου οικονομικής ανάπτυξης σε τοπικό και εθνικό επίπεδο είναι σημαντική, αφού διαχέει

<sup>11</sup> Κατέχει την 9η καλύτερη θέση, αν και θεωρείται η 25η πολυπληθέστερη περιφέρεια.

<sup>12</sup> Κατέχει τη 10η και 6η καλύτερη θέση αντίστοιχα.

σημαντικά οφέλη σε πολλούς άλλους τομείς της εθνικής οικονομίας. Και τούτο γιατί η μέχρι τώρα ευρωπαϊκή εμπειρία έχει δείξει ότι:

*Πρώτον*, το επιχειρηματικό μοντέλο που χρησιμοποιείται στον τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας κρίνεται ιδιαίτερα επιτυχημένο.<sup>13</sup> Βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στη σημασία της επωνυμίας προέλευσης και του εμπορικού σήματος και στη συμβολική ή εσωτερική αξία (intrinsic value) του παρεχόμενου προϊόντος, επιτρέποντας τη χρέωση υψηλότερης τιμής σε σχέση με τα μη επώνυμα και τυποποιημένα προϊόντα. Η υψηλότερη αυτή τιμή αποκρυσταλλώνει την «εκφραστική αξία» του προϊόντος (expressive value), τις υψηλές προδιαγραφές κατασκευής, όπως τα αυστηρά κριτήρια επιλογής των πρώτων υλών και ελέγχου της ποιότητας του τελικού παραγόμενου προϊόντος, την πρωτοτυπία στη σύλληψη της ιδέας και τη μοναδικότητα στο σχεδιασμό, την ιδιαίτερη φυσιογνωμία του δημιουργού, την αρμονική συνύπαρξη της παραδοσιακής τεχντροπίας με τη νέα τεχνολογία και την ευκολία προσαρμογής του προϊόντος στις απαιτήσεις του κάθε καταναλωτή χωριστά, ώστε το προϊόν να θεωρείται μοναδικό, προσδιορίζοντας με αυτό τον τρόπο μια σχετικά ανελαστική ζήτηση στις μεταβολές της τιμής. Τούτο σημαίνει ότι η παραγωγικότητα του τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας δεν εξαρτάται τόσο από το κόστος παραγωγής όσο από τη δεξιοτεχνία, την έμπνευση και τη φαντασία, καθώς και από την ένταση των προσωπικών συγκινήσεων που η κατανάλωσή του προσφέρει στο άτομο.

*Δεύτερον*, η δεξιοτεχνία και το ατομικό ταλέντο αποτελούν απαραίτητη προϋπόθεση για να καταστεί το προϊόν μοναδικό, πρωτότυπο και επώνυμο. Συνεπώς, ο τομέας αυτός ενθαρρύνει την υψηλή εξειδίκευση, τη διαρκή εκμάθηση και εκπαίδευση και την προστασία της γνώσης της παραδοσιακής τεχντροπίας. Παράλληλα, η διαρκής ανάγκη σχεδιασμού νέων προϊόντων ενθαρρύνει την καινοτομία τόσο στον τρόπο παραγωγής όσο και στη χρησιμοποίηση νέων πρώτων υλών.

*Τρίτον*, η παραγωγή, η παροχή και η διανομή των προϊόντων και υπηρεσιών πολιτισμού απαιτούν ένα πλέγμα πολλών επιχειρήσεων, προμηθευτών, παρόχων και διανομέων, συνήθως μικρού ή μεσαίου μεγέθους, και πολλών επαγγελματιών (είτε χειρωνακτών είτε πνευματικών δημιουργών-καλλιτεχνών), εγκατεστημένων συχνά σε μικρότερα αστικά κέντρα ή οικονομικά φτωχότερες περιοχές. Η ανάπτυξη επομένως του πολιτισμού και της δημιουργίας συνεισφέρει στη συνολική ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στην περιοχή.

*Τέτατον*, επειδή εξ ορισμού στηρίζονται στην αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρει η καινοτομία, είτε αυτή συνδυάζεται με νέες τεχνολογίες είτε με νέες επιστημονικές ανακαλύψεις ή με την αισθητική και την καλλιτεχνική δημιουργία, ο πολιτισμός και η δημιουργία ως οικονομικές δραστηριότητες προάγουν την ευρεσιτεχνία σε ολόκληρη την οικονομία και συνεισφέρουν ενεργά στην υιοθέτηση και εφαρμογή τρόπων προστασίας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας.

---

<sup>13</sup> Η ευρεία αντίληψη ότι ο πολιτισμός αποτελεί εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης ενσωματώθηκε στην εθνική οικονομική πολιτική της Μεγάλης Βρετανίας από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, με άριστες οικονομικές επιδόσεις, όπως θα δούμε παρακάτω.

Τις τελευταίες δεκαετίες, η εθνική προσπάθεια για την ανάδειξη της χώρας σε κορυφαίο πόλο έλξης ξένων επισκεπτών και κατ' επέκταση την ευρεία γνωστοποίηση των πολιτιστικών αξιών και του τρόπου ζωής της βασίστηκε εξ ολοκλήρου στο παραδοσιακό τρίπτυχο «ήλιος, θάλασσα, αρχαιότητες», που συνδύαζε την απόλαυση του ελεύθερου χρόνου, την ψυχαγωγία και άνετη διαμονή με το φυσικό τοπίο και την ιστορία. Αν και το τρίπτυχο αυτό λειτούργησε, θα έλεγε κανείς, ικανοποιητικά έως τώρα, όπως αυτό αποδεικνύεται από την εκτίναξη του αριθμού των ξένων επισκεπτών και των τουριστικών εσόδων μετά από μια περίοδο παρατεταμένης βαθμιαίας πτώσης, θεωρείται σήμερα μάλλον ξεπερασμένο στο υπό διαμόρφωση νέο παγκόσμιο οικονομικό περιβάλλον.

Ήδη από τη δεκαετία του 1990 το παγκόσμιο βιομηχανικό παραγωγικό υπόδειγμα άλλαξε με την ενσωμάτωση της νέας οικονομίας της γνώσης και της πληροφορίας. Στην πρώτη δεκαετία της νέας χιλιετηρίδας, η νέα οικονομία αλλάζει εκ νέου με την ενσωμάτωση της δημιουργίας και του πολιτισμού ως παραγόντων παραγωγής πλούτου. Αφού ξεπεράστηκε η ταύτισή του αποκλειστικά με την πολιτιστική κληρονομιά και τις καλές τέχνες, ο πολιτισμός έλαβε μια πιο ευρεία ερμηνεία, αυτή του τρόπου ζωής και του συνόλου των κοινών αξιών και εμπειριών. Σε συνδυασμό δε με τη διεθνοποίηση των τηλεπικοινωνιών και την ψηφιακή τεχνολογία, η πολιτιστική δημιουργική έκφραση και ανταλλαγή έλαβε νέες μορφές. Από τη μια πλευρά, ο καταναλωτής άλλαξε συμπεριφορά και από παθητικός δέκτης πληροφοριών έγινε ενεργός συνδιαμορφωτής του περιεχομένου του προϊόντος που ζητά να καταναλώσει. Από την άλλη, οι βιομηχανίες έστρεψαν το ενδιαφέρον τους από την απλή αναπαραγωγή προς την παραγωγή και διανομή σε στοχευόμενες αγορές καταναλωτικών αγαθών όπου η αισθητική, το ντιζάιν και ο νεωτερισμός έχουν πρωτεύοντα ρόλο. Περαιτέρω, υπάρχει ανάγκη σύνδεσης των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών με τον πολιτιστικό τουρισμό ο οποίος συνιστά ασφαλές εργαλείο ανάδειξης των πολιτιστικών και δημιουργικών δυνάμεων που προσδιορίζουν την αναπτυξιακή προοπτική κάθε περιοχής.<sup>14</sup>

Τρεις επομένως είναι οι κινητήριες δυνάμεις της αναπτυξιακής πορείας της οικονομίας του πολιτισμού και της δημιουργίας: η τεχνολογία,<sup>15</sup> η έντονη επιθυμία για απόκτηση εμπειριών και συγκινήσεων<sup>16</sup> και ο τουρισμός.<sup>17</sup>

Με δεδομένο το νέο διεθνές αναπτυξιακό υπόδειγμα στο οποίο η οικονομία της γνώσης και της τεχνολογίας συγκεράζεται με την οικονομία του πολιτισμού και της

---

<sup>14</sup> Για τη σημασία του πολιτιστικού τουρισμού, βλ. CIP (2010) και ΥΠΠΟ (2010).

<sup>15</sup> Η ψηφιακή τεχνολογία έχει επιφέρει τεράστια ανάπτυξη των μέσων με τα οποία μεταφέρεται το περιεχόμενο ενός προϊόντος στον καταναλωτή, όπως η καλωδιακή, δορυφορική και ψηφιακή τηλεόραση, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, οι εφαρμογές μετάδοσης, αποθήκευσης και αναμετάδοσης οποιουδήποτε ηχητικού υλικού (podcasting, streaming).

<sup>16</sup> Η αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού σε 9 δισεκατομμύρια μέχρι το 2050, η επέκταση του προσδόκιμου ζωής και η μείωση της τιμής λόγω της βελτίωσης της τεχνολογίας είναι παράγοντες που αυξάνουν τη ζήτηση για αγαθά πολιτισμού και δημιουργίας.

<sup>17</sup> Αν και η τρέχουσα παγκόσμια χρηματοοικονομική κρίση έπληξε όλους τους τομείς παραγωγής, ο τουρισμός ανέκαμψε διεθνώς ταχύτερα. Κατά τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2009*), εκτιμάται ότι ο αριθμός των αφίξεων διεθνώς θα αυξάνεται κατά 4% ετησίως, προσεγγίζοντας το 1,6 δισεκατομμύρια μέχρι το 2020.

δημιουργίας, η ελληνική πολιτεία, κατά την αναζήτηση ενός νέου βιώσιμου αναπτυξιακού παραδείγματος, θα πρέπει να εστιάσει την προσοχή της στα αντιληπτά πλέον οφέλη της έξυπνης οικονομίας, η οποία αναγνωρίζεται σήμερα ευρέως ως η επόμενη ατμομηχανή ανάπτυξης. Κατά συνέπεια, υπό το φως αυτών των εξελίξεων, η πρόκληση για την ελληνική κοινωνία και οικονομία σήμερα δεν είναι μόνο η προστασία και συντήρηση της υφιστάμενης εθνικής πολιτιστικής κληρονομιάς και του ιστορικού παρελθόντος, αλλά και η δημιουργία νέων μορφών πολιτισμού, που ενθαρρύνουν όλους τους πολίτες να συμμετάσχουν στη διαδικασία παραγωγής γνώσης και νέων ιδεών, προάγοντας την πρωτοτυπία, την προσωπική έκφραση και την καινοτομία και εν τέλει τον πολιτισμό αυτόν καθ'αυτόν. Με άλλα λόγια, η πρόκληση που αντιμετωπίζει σήμερα η τρέχουσα πολιτική πολιτιστικής διαχείρισης είναι η μεταστροφή της από τη *στατική* προσέγγιση (κληροδότηση) του πολιτισμού προς τη *δυναμική* του θεώρηση (παραγωγή νέων μορφών). Η εμμονή στη στατική προσέγγιση μετατρέπει την κοινωνία σε παθητικό καταναλωτή προϊόντων πολιτισμού, που κατά κανόνα εισάγονται. Αντίθετα, η στροφή της στη δυναμική προσέγγιση την καθιστά κοινωνία δημιουργική, με θετικές συνέπειες για το σύνολο της οικονομίας.<sup>18</sup>

Η στροφή αυτή συνιστά και το βασικό στόχο της παρούσας μελέτης. Πέραν του ότι αποτελεί μια πρώτη πειραματική προσπάθεια ποσοτικής καταγραφής των ελληνικών επιδόσεων στο νέο αυτό τομέα οικονομικής δραστηριότητας, αφού τα ισχνά στατιστικά στοιχεία δεν μας επιτρέπουν ακόμη μια ασφαλή και ευκρινή απεικόνισή του, η παρούσα μελέτη αποσκοπεί κυρίως στην πληροφόρηση των ενδιαφερομένων (οικονομικοί και κοινωνικοί φορείς, ιδιωτικοί και δημόσιοι φορείς, υπεύθυνοι χάραξης οικονομικής πολιτικής, κοινή γνώμη) σχετικά με το ότι αυτός ο τομέας είναι ανάγκη να συμπεριληφθεί στις τρέχουσες συζητήσεις για το υπό διαμόρφωση νέο παραγωγικό μοντέλο της χώρας, που θα είναι καλύτερα προσαρμοσμένο στις απαιτήσεις και ανάγκες της σύγχρονης διεθνοποιημένης ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας. Τονίζεται δηλ. η ανάγκη για μια ολιστική θεώρηση της νέας αναπτυξιακής στρατηγικής, η οποία θα δίνει έμφαση στον εντοπισμό και την καλλιέργεια της ιδιαίτερης πολιτιστικής φυσιογνωμίας της χώρας, που μπορεί να αποτελέσει ένα ασφαλές συστατικό του συγκριτικού πλεονεκτηματός της. Μια τέτοια θεώρηση θα πρέπει να εκμεταλλεύεται το πλέγμα σχέσεων (creative nexus) που συνδέουν τον πολιτισμό και τη δημιουργία με την ανάπτυξη και την τεχνολογία, την ενθάρρυνση των επενδύσεων και τη διεύρυνση των διεθνών εμπορικών συναλλαγών, με τελικό αποτέλεσμα την αύξηση της απασχόλησης και την καταπολέμηση ιδιαίτερα της ανεργίας των νέων και του κοινωνικού τους αποκλεισμού.

Οι σκέψεις αυτές κρίνονται επίκαιρες και ιδιαίτερα χρήσιμες στην παρούσα δυσμενή ελληνική συγκυρία. Ευελπιστούμε ότι η πρώτη αυτή προσπάθεια ενασχόλησης με την οικονομική του πολιτισμού και της δημιουργίας θα δώσει το εναρκτήριο λάκτισμα αφενός για τη συστηματική καταγραφή, τη μελέτη των

---

<sup>18</sup> Εμφανείς είναι οι διασυνδέσεις μεταξύ πολιτισμού και τουρισμού, «δημιουργικών» και «συμβατικών» παραγωγικών τομέων, περιφερειακής και τοπικής οικονομίας. Βλ. [http://www.ceanet.eu/report/BISC\\_creative\\_industries.pdf](http://www.ceanet.eu/report/BISC_creative_industries.pdf) και <http://www.europe-innova.eu/creative>.

ιδιαιτεροτήτων και την παρακολούθηση των επιδόσεων της «νέας οικονομίας», που παραμένει εν πολλοίς αχαρτογράφητη, και αφετέρου για την ανάληψη συγκεκριμένων πρωτοβουλιών στο πεδίο της οικονομικής πολιτικής για την ενίσχυσή της.

Ειδικότερα, επιχειρούμε έναν πρώτο απολογισμό της ελληνικής εμπειρίας μέχρι σήμερα και μια ακτινογραφία της αναπτυξιακής προοπτικής και των προκλήσεων που αντιμετωπίζει. Η ανάλυση βασίζεται στην αξιοποίηση των διαθέσιμων ποσοτικών στοιχείων και στο σχολιασμό των δράσεων που έχουν αναληφθεί. Κύριο μέλημα είναι η παρουσίαση των προοπτικών περαιτέρω ανάπτυξης και συνεισφοράς στην εθνική οικονομία. Ερωτήματα που θα μας απασχολήσουν είναι: Πρώτον, μπορεί να καταστεί μοχλός ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας; Δεύτερον, μπορεί να συνεισφέρει στον αναπροσανατολισμό του χαρακτήρα του εθνικού οικονομικού υποδείγματος από μια εσωστρεφή καταναλωτική οικονομία, που βασίζεται κυρίως στο λιανικό εμπόριο και τις κατασκευές, σε μια «έξυπνη» και εξωστρεφή οικονομία, με έμφαση στην απόκτηση ισχυρού συγκριτικού πλεονεκτήματος στη δεξιοτεχνία, τεχνολογία και καινοτομία; Τρίτον, ποιες είναι οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τομέας του πολιτισμού και της δημιουργίας λειτουργώντας σε ένα εγχώριο περιβάλλον βαθιάς και παρατεταμένης ύφεσης, υπερβάλλουσας και φθηνής πλέον προσφοράς εργασίας, οικονομικής αβεβαιότητας και πιστωτικής στενότητας, αλλά και σε ένα διεθνές περιβάλλον στασιμότητας, αποπληθωρισμού και έντονου ανταγωνισμού;

Η υπόλοιπη μελέτη αποτελείται από τα παρακάτω τμήματα. Στο τμήμα 2 διατυπώνουμε έναν ορισμό της «οικονομίας του πολιτισμού και της δημιουργίας», αναφέρουμε τα προαπαιτούμενα για την ανάπτυξή της και παρουσιάζουμε την πολύπλευρη διάστασή της. Στο τμήμα 3 επιχειρούμε για πρώτη φορά μια παρουσίαση του προφίλ της Ελλάδος στον τομέα αυτό. Αξιολογούμε τις επιδόσεις της χώρας κατά την τελευταία δεκαετία, δίνοντας έμφαση στις προκλήσεις που καλείται να αντιμετωπίσει ως αναπόσπαστο μέρος της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας. Αναλυτικότερα, πειραματιζόμαστε με τον ορισμό, τη μέτρηση και την ταξινόμηση του πολιτισμού και της δημιουργίας σε ένα εννοιολογικό πλαίσιο χρήσιμο για το στατιστικό εντοπισμό της έξυπνης οικονομίας. Ορίζουμε εκείνες τις στατιστικές που είναι αναγκαίες για την παρακολούθηση, αξιολόγηση και αποτίμηση των επιδόσεων της και επιχειρούμε την παρουσίαση του πολιτισμού και της δημιουργίας σε αριθμούς. Στο τμήμα 4 καταγράφουμε τις ιδιαιτερότητες του τομέα πολιτισμού και δημιουργίας στην Ελλάδα και προτείνουμε έντεκα πρακτικές προτάσεις εργασίας που βοηθούν στην εμφάνιση ενός νέου ενάρετου κύκλου πολιτισμού-δημιουργίας-οικονομίας.

## 2. Εννοιολογικό περιεχόμενο: αναζητώντας ορισμό

*«Η δημιουργικότητα είναι το σπουδαιότερο δώρημα της ανθρώπινης ευφυΐας. Όσο πιο σύνθετος γίνεται ο κόσμος, τόσο πιο δημιουργικοί χρειάζεται να είμαστε για να ανταποκρινόμαστε στις προκλήσεις του. Κι ωστόσο, πολλοί άνθρωποι αναρωτιούνται αν διαθέτουν ολωσδιόλου δημιουργικές ικανότητες...*

*Για να προχωρήσουμε στο νέο κόσμο του αύριο, χρειαζόμαστε ενθάρρυνση, φαντασία, σύνθεση, συνεργασία, καινοτομία και δημιουργικότητα».*

Sir Ken Robinson (2011)<sup>19</sup>

Στην παραδοσιακή θεωρία και πολιτική της βιομηχανικής οργάνωσης, οι όροι «πολιτιστικές βιομηχανίες» (cultural industries) και «δημιουργικές βιομηχανίες» (creative industries) συχνά αναφέρονται σε παραγωγικούς τομείς που βρίσκονται στην περιφέρεια του ενδιαφέροντος της οικονομικής και βιομηχανικής ανάλυσης και συνήθως καλύπτουν το χώρο του πολιτισμού, του θεάματος και των τεχνών.<sup>20</sup> Ο αρμονικός συγκερασμός της έννοιας του πολιτισμού και της καλλιτεχνικής και πνευματικής δημιουργίας με την έννοια της οικονομίας της αγοράς δημιούργησε ένα νέο τομέα, τον «τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας», και ανέδειξε ένα νέο πεδίο ενδιαφέροντος για την οικονομική επιστήμη, τα «οικονομικά του πολιτισμού»<sup>21</sup> και τη «δημιουργική οικονομία».<sup>22</sup>

Η γρήγορη άλλωστε ανάπτυξη που σημείωσε ο τομέας τα τελευταία χρόνια διεθνώς οδήγησε στην αναγνώρισή του ως αυτοτελούς κλάδου της οικονομίας, που περιλαμβάνει πολλές και σημαντικές δραστηριότητες παραγωγικού ενδιαφέροντος, όπως η διαφήμιση, η αρχιτεκτονική, το σχέδιο, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης, ο κινηματογράφος, τα εικαστικά, η λογοτεχνία και το θέατρο, το λογισμικό, η μουσική, η φωτογραφία, οι βιβλιοθήκες και τα αρχεία, τα μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι, και γενικότερα μορφές πολιτισμικής και λαογραφικής κληρονομιάς, οι εκδόσεις και οι αίθουσες τέχνης. Καλύπτει δηλ. ένα ευρύ και

<sup>19</sup> *Άλλη Λογική. Για μια Επανάσταση Δημιουργικότητας*, Εκδόσεις Εν Πλω. Τίτλος πρωτοτύπου στην αγγλική *Out of Our Minds. Learning to be Creative*, London: Capstone Publishing Limited & John Wiley and Sons.

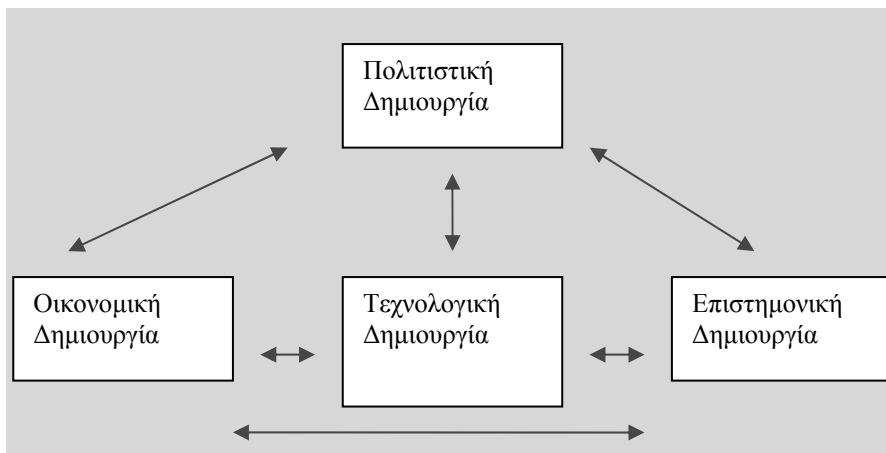
<sup>20</sup> Μόλις πριν από 15 έτη, ο όρος «πολιτιστικές και δημιουργικές οικονομίες ή βιομηχανίες» ήταν παντελώς άγνωστος στους οικονομολόγους, κοινωνιολόγους, στατιστικολόγους και διαχειριστές του πολιτισμού. Το βρετανικό παράδειγμα, που χρονολογείται από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, εισήγαγε τον όρο για να περιγράψει, να εντοπίσει, να απεικονίσει και να μετρήσει το συγκεκριμένο τομέα της βρετανικής οικονομίας. Συναφείς όροι είναι «δημιουργική οικονομία», «δημιουργική κοινωνία», «δημιουργική τάξη», «δημιουργικοί εργαζόμενοι». Βλ. British Council (2010).

<sup>21</sup> Κατά το έγκριτο διεθνές περιοδικό *Journal of Cultural Economics*, η οικονομική του πολιτισμού αποτελεί «πεδίο εφαρμογής της οικονομικής θεωρίας και ανάλυσης στις τέχνες του θεάματος και στον πολιτισμό. Ασχολείται με την οικονομική και επιχειρηματική οργάνωση του τομέα του πολιτισμού και τη συμπεριφορά των παραγωγών-δημιουργών, καταναλωτών και κυβερνητικών φορέων σε θέματα πολιτισμού». <http://www.springer.com/economics/microeconomics/journal/10824>.

<sup>22</sup> Κατά τον Howkins (2005), ο όρος περιγράφει τη σύνδεση της ικανότητας για δημιουργία με τα οικονομικά της παραγωγής πλούτου.

ετερόκλητο φάσμα δραστηριοτήτων συναφών με τον πολιτισμό γενικότερα. Ωστόσο, όπως φαίνεται από το Σχήμα 1, έντονες είναι οι ομοιότητες, οι αλληλεξαρτήσεις και οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ πολιτιστικής, οικονομικής, επιστημονικής και τεχνολογικής δημιουργίας. *Πολιτιστική δημιουργία* είναι η ικανότητα της σύλληψης μιας πρωτότυπης εκφραστικής ιδέας ή ενός διαφορετικού τρόπου αισθητικής ερμηνείας του κόσμου γύρω μας. *Επιστημονική δημιουργία* είναι η επιθυμία για μελέτη και πειραματισμό με στόχο την απόκτηση συστηματικής γνώσης και την εξεύρεση νέων τρόπων επίλυσης προβλημάτων. *Οικονομική δημιουργία* είναι η ικανότητα αξιοποίησης του συγκριτικού πλεονεκτήματος προς όφελος της οικονομικής ανάπτυξης, της απασχόλησης και της ενισχυμένης συμμετοχής της χώρας στο διεθνές εμπόριο. *Τεχνολογική δημιουργία*, τέλος, είναι η δυνατότητα υιοθέτησης νέων τρόπων παραγωγής, διανομής και διάδοσης.

**Σχήμα 1**  
**Η έννοια της δημιουργίας στη σύγχρονη οικονομία**



Πηγές: KEA (2006) και UNCTAD (2010).

Οι «δημιουργικοί επιχειρηματίες» καλούνται να καλύψουν το κενό μεταξύ των καλλιτεχνών-δημιουργών και του ακροατηρίου-καταναλωτών. Σε όλο το φάσμα της δημιουργίας, από τις εκδόσεις και την επικοινωνία, τους μουσικούς παραγωγούς έως τους κινηματογραφικούς παραγωγούς, τους προγραμματιστές διαδραστικών παιχνιδιών και τη χειροτεχνία, οι «δημιουργικοί επιχειρηματίες» προσδιορίζουν το είδος του πολιτισμού που καταναλώνουμε και πώς τον καταναλώνουμε, φροντίζοντας όμως παράλληλα η επιχείρησή τους να είναι βιώσιμη και χρηματοοικονομικά κερτήρια.

Η Πράσινη Βίβλος του 2010 ορίζει «ως κλάδους πολιτισμού εκείνους που παράγουν και διανέμουν αγαθά και υπηρεσίες που κατά τη στιγμή της παραγωγής τους θεωρείται ότι έχουν ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό, χρήση ή σκοπό που εμπεριέχει ή μεταφέρει τρόπους πολιτιστικής έκφρασης ανεξάρτητα από την εμπορική τους αξία» (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2010 και Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική

Επιτροπή 2010). Σύμφωνα με τη σύμβαση της UNESCO (2005), «δημιουργικοί κλάδοι είναι εκείνοι που χρησιμοποιούν τον πολιτισμό ως συστατικό τους στοιχείο και έχουν πολιτιστική διάσταση, παρά το γεγονός ότι τα προϊόντα τους έχουν κατά κύριο λόγο λειτουργική χρησιμότητα».<sup>23</sup> Επαγγελματίες συνεπώς του κλάδου είναι οι καλλιτέχνες, είτε δημιουργοί είτε ερμηνευτές, οι διανοητές-στοχαστές, οι παραγωγοί, οι εκδότες, αλλά και οι βιοτέχνες.

Ειδικότερα, στη βιβλιογραφία (Mato 2009, Miller 2009, UNCTAD 2010) ο όρος «πολιτιστικές βιομηχανίες» περιλαμβάνει συνήθως όλες τις επιχειρήσεις παραγωγής *εμπορεύσιμων* αγαθών υψηλού αισθητικού ή συμβολικού χαρακτήρα που η χρήση τους αποσκοπεί στον ερεθισμό των βιοματικών αντιδράσεων του καταναλωτή. Το τελικό προϊόν αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας και υπάγεται στη νομοθεσία περί προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων.

Ο όρος «δημιουργικές βιομηχανίες» (Throsby 2001) περιλαμβάνει όλες τις επιχειρήσεις που έχουν ως πυρήνα της δραστηριότητάς τους την «ικανότητα για δημιουργία» (creation), με την έννοια της διανοητικής και κοινωνικής διεργασίας για την παραγωγή νέων ιδεών, εννοιών, σχεδίων, συνδέσμων, διαδικασιών και clusters.<sup>24</sup> Η νέα ιδέα πρέπει να είναι πρωτότυπη, προσωπική, με περιεχόμενο, και να είναι χρήσιμη (Howkins 2005) και ικανή να οδηγήσει σε ένα συγκριτικό οικονομικό πλεονέκτημα (Florida 2005). Εναλλακτικά, κατά το βρετανικό παράδειγμα (βλ. DCMS 2001), στην προσπάθεια ποσοτικοποίησης της προστιθέμενης αξίας του τομέα των τεχνών και του πολιτισμού (arts and culture), που ήταν έως και τα μέσα της δεκαετίας του 1990 άμεσα οικονομικά εξαρτώμενος από την κρατική επιχορήγηση, ως «δημιουργικές βιομηχανίες ορίζονται αυτές που έχουν ως κέντρο αναφοράς την ατομική δεξιοτεχνία, το ταλέντο και τη δημιουργικότητα και έχουν δυνατότητες παραγωγής πλούτου και δημιουργίας νέων βιώσιμων θέσεων εργασίας μέσω της οικονομικής εκμετάλλευσης της πνευματικής ιδιοκτησίας» (σελ. 4). Με άλλα λόγια, έμφαση δίνεται στη γνώση και στο ταλέντο ως βασική εισροή παραγωγής και λιγότερο στο τελικό προϊόν αυτό καθαυτό, το οποίο ενδιαφέρει πρωτίστως την πολιτιστική βιομηχανία (Power 2009). Οι δημιουργικές βιομηχανίες δηλ. καλύπτουν ένα ευρύτερο πεδίο από ό,τι οι πολιτιστικές βιομηχανίες, κατά τρόπο ώστε να αναδεικνύονται νέες δυναμικές που δεν είχαν γίνει άμεσα και ευρέως αντιληπτές στο χώρο της πολιτικής για τον πολιτισμό, την απασχόληση και την εκπαίδευση.

Την τελευταία δεκαετία, η ακαδημαϊκή οικονομική και καλλιτεχνική φιλολογία έχει κατακλυστεί από διάφορους όρους και έννοιες που προσπαθούν να περιγράψουν την «οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργίας». Ποικίλες έννοιες και ιδέες εναλλάσσονται γύρω από όρους όπως «πολιτιστικές βιομηχανίες», «δημιουργικές βιομηχανίες», «οικονομία της δημιουργίας», «οικονομία των αισθήσεων, συγκινήσεων και εμπειριών».<sup>25</sup> Ζωηρή επίσης είναι η συζήτηση για το αν αποτελεί

---

<sup>23</sup> <http://portal.unesco.org/culture/en/er.php>.

<sup>24</sup> Ορίζονται ως ένα γεωγραφικά συγκεντρωμένο, σύνθετο σύνολο ισχυρά αλληλεξαρτώμενων εταιριών, προμηθευτών, παρόχων και σχετιζόμενων θεσμών που προωθούν την καινοτόμο σκέψη και τον ανταγωνισμό (Porter 2005).

<sup>25</sup> Με αυτό τον όρο (experience economy) υιοθετείται η άποψη ότι ο καταναλωτής είναι διατεθειμένος να παπνήσει ένα ολοένα μεγαλύτερο τμήμα του διαθέσιμου εισοδήματός του για την απόκτηση



τομέα (sector) ή βιομηχανία (industry) ή δραστηριότητα (activity), αλλά και αν θα πρέπει να χρησιμοποιείται ένας αμιγώς οικονομικός όρος όπως αυτός της «οικονομίας της αγοράς», που παραπέμπει άμεσα σε δραστηριότητες εμπορευματοποιημένου χαρακτήρα (for-profit), για να περιγράψει εν πολλοίς δράσεις μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα (not for-profit).

Αν και στην ακαδημαϊκή βιβλιογραφία η διατύπωση απλών και λειτουργικών ορισμών χαρακτηρίστηκε από έντονη αντιπαράθεση<sup>26</sup> εξαιτίας της δυσδιάκριτης διαφοράς των εν λόγω κλάδων, στην πράξη λόγω της μεγάλης επικάλυψης της παραγωγικής τους δραστηριότητας έχει επικρατήσει η από κοινού θεώρηση των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών (Jeffcutt and Pratt 2009, Power and Scott 2004) και η εναλλακτική χρήση των δύο όρων για την περιγραφή εκείνων των επιχειρήσεων σύλληψης, παραγωγής, διάδοσης και διανομής εμπορευσιμων αγαθών και υπηρεσιών που χρησιμοποιούν εκτενώς τη γνώση, την καινοτομία, τη δημιουργία και τον πολιτισμό ως βασική εισροή παραγωγής. Προσεγγίζοντας το παράδειγμα των ΗΠΑ,<sup>27</sup> κρίσιμο στοιχείο για τη συμπερίληψη μιας επιχείρησης στον τομέα αυτό αποτελεί ο προσανατολισμός της στην αγορά έτσι ώστε να έχει τη δυνατότητα αυτοχρηματοδότησης και να είναι σε θέση να καταβάλλει φόρους κύκλου εργασιών (Söndermann et al. 2009). Συνεπώς, βασικά στοιχεία του τελικού προϊόντος πρέπει να είναι:

- (i) το στοιχείο της καινοτομίας που εμπεριέχει,
- (ii) ο συμβολισμός,
- (iii) η κατοχύρωση της ονομασίας προέλευσης και επωνυμίας,
- (iv) ο πειραματισμός και η πρωτοτυπία και
- (v) η υψηλή αξία χρήσης, δηλ. πρέπει το προϊόν να καλύπτει συγκεκριμένες ατομικές ανάγκες και να αποκτά έτσι ανταλλακτική αξία σε όρους αγοράς.

Κατά το European Cluster Observatory, οι «πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες» ορίζονται με βάση χαρακτηριστικά της οικονομίας της αγοράς, δηλ. περιλαμβάνουν τις δραστηριότητες που αφορούν την παροχή εμπορευσιμων αγαθών και υπηρεσιών στην παραγωγή των οποίων χρησιμοποιούνται ως εισροές η δημιουργία και ο πολιτισμός (Power and Nielsen 2010, σελ. 3). Δραστηριότητες επομένως που δεν έχουν εμπορικό χαρακτήρα, όπως μουσεία, βιβλιοθήκες, αρχαία και κληρονομιά, αποκλείονται από τον παραπάνω ορισμό.

Η Πράσινη Βίβλος, ωστόσο, υιοθετεί έναν πιο ευέλικτο ορισμό, προσπαθώντας να συνδυάσει δραστηριότητες τόσο με εμπορικό όσο και με κοινωνικό χαρακτήρα. Συγκεκριμένα, στο άρθρο 2 της πρότασης του προγράμματος-πλαίσου «Δημιουργική Ευρώπη», ως πολιτιστικός και δημιουργικός τομέας ορίζεται κάθε τομέας του οποίου

---

συναισθηματικών εμπειριών και συγκινήσεων, με αποτέλεσμα την ενίσχυση της ζήτησης για πολιτιστικά και δημιουργικά προϊόντα (Pine and Gilmore 1999).

<sup>26</sup> Βλ. για παράδειγμα Kroeber and Kluckhohn (1952), που κατέγραψαν περισσότερους από 150 ορισμούς για τον πολιτισμό. Βλ. επίσης Flew and Cunningham (2010).

<sup>27</sup> Το παράδειγμα των ΗΠΑ αναφέρεται στη συγκρότηση ενός τομέα πολιτισμού-δημιουργίας ελάχιστα εξαρτώμενου από την κρατική επιχορήγηση με σαφή προσανατολισμό στην αγορά και επιδίωξη κερδοφορίας και άνετης αυτοχρηματοδότησης.

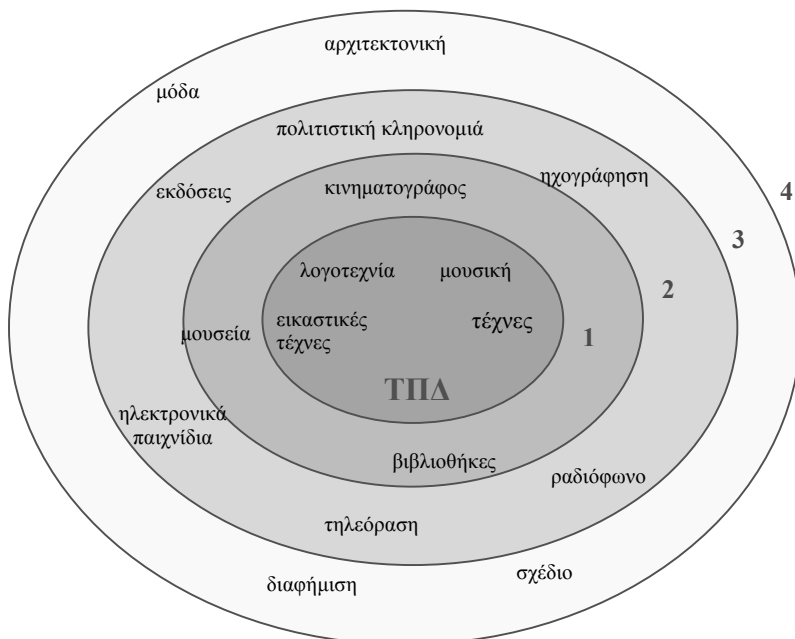
οι δραστηριότητες «... βασίζονται σε πολιτιστικές αξίες και/ή αποτελούν προϊόν καλλιτεχνικής και δημιουργικής έκφρασης ανεξάρτητα από το αν αυτές οι δραστηριότητες έχουν ή όχι ως γνώμονα την αγορά και ανεξάρτητα από το είδος της δομής που τις ασκεί» (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2011).<sup>28</sup> Ο ορισμός αυτός βασίζεται στο «υπόδειγμα των ομόκεντρων κύκλων» (Throsby 2001, KEA 2006): όσο πιο έντονο είναι το περιεχόμενο της καλλιτεχνικής, πολιτιστικής και δημιουργικής έκφρασης ενός προϊόντος, τόσο περισσότερο νομιμοποιείται να συμπεριληφθεί στο σκληρό πυρήνα της πολιτιστικής και δημιουργικής οικονομίας (βλ. Σχήμα 2). Γίνεται άμεσα αντιληπτό ότι οι βιομηχανίες που δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο χώρο του πολιτισμού και της δημιουργίας συνιστούν ένα ποικιλόμορφο σύνολο δραστηριοτήτων. Έχουν εντούτοις ένα κοινό χαρακτηριστικό. Αντλούν έσοδα και παράγουν κέρδη πρώτον, από την εκμετάλλευση της δημιουργικής έμπνευσης του εργατικού δυναμικού τους και δεύτερον, από την αποκλειστική οικονομική διαχείριση των πνευματικών δικαιωμάτων. Η ύπαρξη αυτή καθαυτή της προστασίας των δικαιωμάτων του δημιουργού είναι σημαντική, γιατί μετασχηματίζει το προϊόν από απλή ερασιτεχνική ασχολία ή μεμονωμένη παραγωγική δραστηριότητα σε βιομηχανία.

Εξάλλου, ακαδημαϊκοί, ερευνητές και υπεύθυνοι χάραξης εθνικής δράσης συχνά συγχέουν τις έννοιες της δημιουργίας (creation) και της δημιουργικότητας (creativity). Οι όροι «δημιουργικότητα» και «δημιουργικές βιομηχανίες», παρότι έχουν επικρατήσει, είναι γενικοί, δίχως ξεκάθαρο και μετρήσιμο ποσοτικό περιεχόμενο. Αναφέρονται σε ένα ευρύ φάσμα οικονομικής δραστηριότητας, από την παραγωγή έργων τέχνης έως τις τηλεπικοινωνίες και το λογισμικό, όπου πολλές φορές ο βαθμός έντασης της δημιουργίας είναι σχετικά μικρός. Προς αποφυγήν ασάφειας και για λόγους συγκρισιμότητας μεταξύ των χωρών-μελών, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρόσφατα υιοθέτησε τον όρο «πολιτιστικές δραστηριότητες» (cultural activities), ο οποίος αφορά τις παραγωγικές και οικονομικές δραστηριότητες που εμπεριέχουν πολιτιστική αξία (culture) και καλλιτεχνική έκφραση (creation) (ESSnet-Culture 2012).

---

<sup>28</sup> Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή χαρακτηρίζει ως επιχειρήσεις πολιτισμού και δημιουργίας με προσανατολισμό στην αγορά ή με εμπορικό χαρακτήρα εκείνες τις επιχειρήσεις που για μια σειρά ετών τα έσοδα από την πώληση του προϊόντος τους αναλογούν σε ποσοστό όχι μικρότερο από το 50% των συνολικών εσόδων (πωλήσεις, επιχορηγήσεις, χορηγίες, δωρεές). Βλ. ESSnet-Culture (2012, σελ. 172).

**Σχήμα 2**  
**Τομέας πολιτισμού και δημιουργίας:**  
**το υπόδειγμα των ομόκεντρων κύκλων**



Σημείωση: 1-2: αμιγώς πολιτιστικές και δημιουργικές δραστηριότητες (πυρήνας). 3-4: συναφείς δραστηριότητες (περιφέρεια), ΤΠΔ: τομέας πολιτισμού και δημιουργίας.  
 Πηγές: Throsby (2001), ΚΕΑ (2006).

Η έννοια της δημιουργίας δεν θα πρέπει εξάλλου να συγχέεται με την καινοτομία. Κατά τον Florida (2002), «δημιουργία δεν σημαίνει διάνοηση». Δημιουργία είναι η ικανότητα της σύνθεσης, της λεπτομερούς εξέτασης στοιχείων, πρακτικών και αντιλήψεων. Είναι δηλ. η ικανότητα της σκέψης με καινοτόμο τρόπο ή η ικανότητα παραγωγής νέων ιδεών, ενώ η καινοτομία αναφέρεται «... στα προϊόντα ή στις διαδικασίες που αναπτύσσονται από τη γνώση και τα εργαλεία» (βλ. Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2010 και Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή 2010).

## 2.1 Προαπαιτούμενα και αλληλεπιδράσεις

Πέντε είναι τα προαπαιτούμενα για την ανάπτυξη της οικονομίας του πολιτισμού και της δημιουργίας, γνωστά στη βιβλιογραφία ως η προσέγγιση των τεσσάρων «t» συν ένα (Florida 2002, Levickaité 2011):

- (i) η τεχνολογία (technology), δηλ. η εφαρμοσμένη ανθρώπινη γνώση,
- (ii) το ταλέντο (talent) και η ιδιαίτερη ταυτότητα, δηλ. το ανθρώπινο κεφάλαιο,
- (iii) η ανεκτικότητα (tolerance), δηλ. η άρση κάθε φυσικού ή άλλου εμποδίου μεταξύ κοινοτήτων, πόλεων και περιφερειών που περιορίζει ή αποθαρρύνει την πρόσβαση και τη συμμετοχή του πολίτη στην κοινωνία της γνώσης, της πληροφορίας και της καινοτομίας,
- (iv) η επιλογή του χώρου εγκατάστασης (territory) και
- (v) ο πειραματισμός (experimentation), δηλ. η εμπειρία από τη διαρκή εισαγωγή νέων ιδεών, προϊόντων και διαδικασιών παραγωγής.

Ένα άλλο σημαντικό προαπαιτούμενο είναι οι «δημιουργικοί εργαζόμενοι», που χαρακτηρίζονται από (i) διαφοροποίηση, εξειδίκευση, ανεξάρτητη σκέψη, ποιοτική εκπαίδευση<sup>29</sup> και διά βίου κατάρτιση, (ii) υψηλή κινητικότητα μεταξύ επαγγελματών και γεωγραφικών περιοχών, (iii) πολλαπλή απασχόληση και ταύτιση ρόλων εργαζομένου-δημιουργού-παραγωγού-επιχειρηματία, (iv) αποδυνάμωση των συλλογικών-συντεχνιακών σχηματισμών και ενώσεων στην αγορά εργασίας και (v) μείωση της εξάρτησης από παραδοσιακά χαρακτηριστικά όπως η κοινωνική τάξη και η καταγωγή (McRobbie 2005).

Σημαντικό ρόλο επίσης διαδραματίζει η δημόσια πολιτική διαχείρισης του πολιτιστικού κεφαλαίου. Ήδη αυτός ο ρόλος επαναξιολογείται και αναπροσανατολίζεται από τη μέχρι τώρα στατική προσέγγιση του πολιτισμού, δηλ. την προστασία, συντήρηση και κληροδότηση, στη δυναμική θεώρησή του, δηλ. στην παραγωγή νέων μορφών πολιτισμού. Προς το σκοπό αυτό, ο κρατικός παρεμβατισμός αναπροσανατολίζεται από την επιχορήγηση και την απευθείας παραγωγή προϊόντων πολιτισμού προς τη διαμόρφωση του κατάλληλου ρυθμιστικού/κανονιστικού πλαισίου προσαρμοσμένου στις ιδιαιτερότητες της νέας οικονομίας. Με άλλα λόγια, η δημόσια πολιτική πολιτισμού πρέπει να αποβλέπει: Πρώτον, στη διαμόρφωση ενός ευκρινούς και ισχυρού νομικού πλαισίου για την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων και των δικαιωμάτων ελεύθερης έκφρασης και για την προστασία των δεδομένων, καθώς και στην καταπολέμηση της πειρατείας. Δεύτερον, στη θέσπιση κανόνων όσον αφορά το περιεχόμενο των προϊόντων πολιτισμού, με στόχο τη διαφύλαξη του πολιτιστικού πλουραλισμού και της ποικιλίας επιλογών για τον καταναλωτή. Τρίτον, στη διαμόρφωση πολιτικής ανταγωνισμού που αποσκοπεί στην άρση των εμποδίων πρόσβασης και συμμετοχής και στον περιορισμό των μονοπωλίων στην παραγωγή και διακίνηση της έκφρασης. Τέταρτον, στην άσκηση μιας πολιτικής για την τεχνολογική

---

<sup>29</sup> Προϋπόθεση για την επίτευξη της ποιοτικής εκπαίδευσης είναι η αλλαγή του χαρακτήρα της βασικής εκπαίδευσης ώστε να στραφεί από τη μμητική και στεία μάθηση στην καλλιέργεια της διανοητικής, δημιουργικής ελευθερίας και επιδεξιότητας.

ανάπτυξη με στόχο την ενθάρρυνση της επιστήμης και της έρευνας. Πέμπτον, στη διευκόλυνση των επιχειρηματικών μονάδων με εργαλείο τη φορολογική πολιτική. Και έκτον, στην απλούστευση των διοικητικών και γραφειοκρατικών διατυπώσεων κατά την ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας.

Θα πρέπει να σημειωθεί εξάλλου ότι οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν στην επιχειρηματική σφαίρα οι εκφραστές πολιτισμού και πρωτότυπων ιδεών είναι πολλές.<sup>30</sup> Πρώτον, σε αντίθεση με τις παραδοσιακές βιομηχανίες, οι «δημιουργικές επιχειρήσεις» δεν μπορούν εύκολα να εξηγήσουν στο καταναλωτικό κοινό και να πείσουν για την αξία του προϊόντος που παράγουν, αφού η κάθε αναπαράσταση της ιδέας δεν συνιστά απλή επανάληψη, αλλά νέα παραγωγή που το αποτέλεσμα και η απόδοσή της δεν είναι γνωστά εκ των προτέρων.

Δεύτερον, η παραγωγή γνώσης και νέων ιδεών συνήθως ευδοκιμεί στο πλαίσιο δικτύων ελεύθερων επαγγελματιών-δημιουργών μικρού μεγέθους με χαλαρούς κανόνες λειτουργίας και σπανιότερα σε μεγάλους και δυσκίνητους οργανισμούς.

Τρίτον, που συνδέεται με το προηγούμενο, το μικρό μέγεθος της επιχείρησης<sup>31</sup> και η ανάπτυξη διαύλων επικοινωνίας μεταξύ πολλών, μικρών και διαφορετικών μερών δυσκολεύουν την εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας, την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, την προστασία των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας, τη διείσδυση σε ξένες αγορές, το συντονισμό δράσεων και τη διασύνδεση με άλλους παραγωγικούς τομείς καθώς και την κινητικότητα των καλλιτεχνών-δημιουργών τόσο μεταξύ γεωγραφικών περιοχών όσο και εντός και εκτός του πολιτιστικού και δημιουργικού χώρου. Από την άλλη, ο ολιγοπωλιακός χαρακτήρας κάποιων δημιουργικών κλάδων όπως τα μέσα επικοινωνίας και η διαφήμιση περιορίζει τον ανταγωνισμό.

Τέταρτον, με κύριο χαρακτηριστικό την ελεύθερη σκέψη και έκφραση, η δημιουργία και ο πολιτισμός πολλές φορές έρχονται σε αντίθεση με την καθεστηκία κοινωνική και οικονομική τάξη.

Πέμπτον, η ιδιαίτερα κατακερματισμένη ευρωπαϊκή αγορά, η απουσία ενός κοινώς αποδεκτού ορισμού των βιομηχανιών πολιτισμού και δημιουργίας που θα διευκόλυνε τον εντοπισμό τους σε τοπικό, εθνικό και περιφερειακό επίπεδο και η ανεπάρκεια ασφαλών ποσοτικών δεδομένων όσον αφορά τη συμβολή τους στην εθνική και ευρωπαϊκή αναπτυξιακή διαδικασία εγείρουν σημαντικά εμπόδια στη δημιουργία ενός φορέα στρατηγικού σχεδιασμού και συντονισμού δράσεων.

Έκτον, η γρήγορη διάδοση των νέων τεχνολογιών στις διαδικασίες παραγωγής και διανομής επιφέρουν την ταχεία απαξίωση των δεξιοτήτων και καθιστούν επιτακτική την ανάγκη τόσο για άμεση συνέργεια των ανθρώπων του πολιτισμού και της δημιουργίας με τη νέα τεχνολογία όσο και για σύμπραξη της εκπαίδευσης και της επαγγελματικής κατάρτισης με τον επιχειρηματικό κόσμο.

Έβδομον, οι εγγενείς δυσκολίες, η ανεπαρκής εξοικείωση ή ακόμη και η επιφυλακτικότητα των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων σε ό,τι αφορά την αξιολόγηση

---

<sup>30</sup> Βλ. Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή 2013.

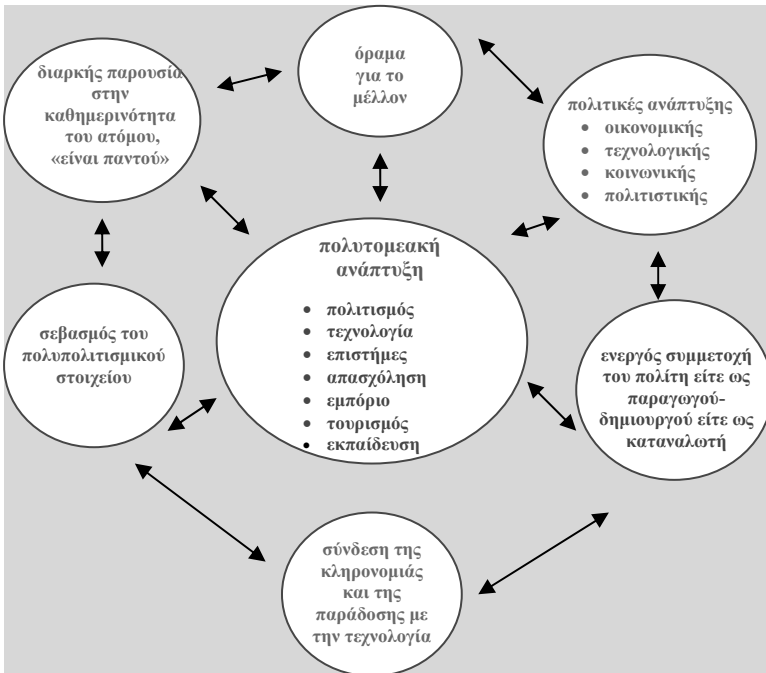
<sup>31</sup> Ισχυρή είναι η παρουσία πολύ μικρών, μικρών και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων, που αποτελούν σχεδόν το 80% του συνόλου. Βλ. Γνωμοδότηση 2011/C 51/09 της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής με θέμα «Πράσινη Βίβλος - Απελευθέρωση του δυναμικού των κλάδων του πολιτισμού και της δημιουργικότητας» COM(2010) 183 τελικό (17 Φεβρουαρίου 2011).

των επιχειρήσεων που βασίζονται σε άυλα κεφάλαια και συνεπώς η αδυναμία τους να διαβαθμίσουν τον πιστωτικό κίνδυνο που αυτές εμπεριέχουν, αλλά και η αβεβαιότητα για τη ζήτηση των προϊόντων τους, είχαν ως αποτέλεσμα τη δύσκολη πρόσβαση ή ακόμη και τον αποκλεισμό τους από την αγορά δανειακών κεφαλαίων και την πλήρη εξάρτησή τους από την κρατική επιχορήγηση.

Η ανάπτυξη του τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας χαρακτηρίζεται από πολύπλοκες αλληλεπιδράσεις και είναι πολυεπίπεδη. Προσδιορίζεται αλλά και προσδιορίζει τον αναπτυξιακό δυναμισμό του συνόλου της οικονομίας και της κοινωνίας και είναι παρούσα σε όλες τις εκφάνσεις της δράσης του ατόμου σε ένα σχήμα ακτινωτού τροχού (hub and spoke paradigm), όπως φαίνεται από το Σχήμα 3.

**Σχήμα 3**

**Η πολύπλευρη διάσταση της ανάπτυξης του τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας**



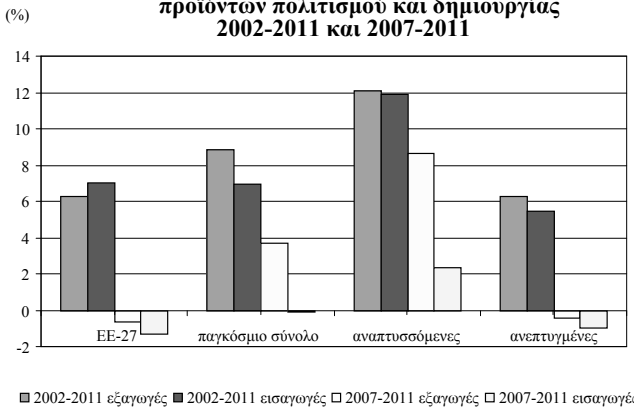
Πηγές: UNCTAD (2010), ESSnet-Culture (2012) και British Council (2010).

## 2.2 Η ευρωπαϊκή και η διεθνής εμπειρία

Παρ' όλη την προεργασία που έχει γίνει μέχρι σήμερα στην ΕΕ, η οριοθέτηση των επαγγελματικών πεδίων που καλύπτει ο τομέας του πολιτισμού και της δημιουργίας παραμένει εν πολλοίς ασαφής, με αποτέλεσμα την αδυναμία να εκτιμηθεί επακριβώς η συμβολή του στο εθνικό προϊόν και τη συνολική απασχόληση, αλλά και να διαμορφωθεί ένα κοινοτικό κανονιστικό/ρυθμιστικό πλαίσιο που θα αναγνωρίζει και θα αντιμετωπίζει τις ιδιαιτερότητές του.<sup>32</sup>

Ωστόσο, για την πορεία και τη συμβολή του τομέα στο διεθνές εμπόριο έχουμε σαφέστερη εικόνα. Αν και το 2009, το πρώτο έτος μετά το ξέσπασμα της κρίσης, ο όγκος του συνολικού παγκόσμιου εμπορίου συρρικνώθηκε απότομα κατά 10,6%,<sup>33</sup> το παγκόσμιο εξαγωγικό εμπόριο αγαθών και υπηρεσιών πολιτισμού και δημιουργίας συνέχισε να αυξάνεται, με ρυθμό 14,4% κατά μέσο όρο ετησίως την περίοδο 2002-2008. Το 2008 οι εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών του τομέα αποτελούσαν το 2,7% και 4,8% αντίστοιχα του παγκόσμιου όγκου του εξαγωγικού εμπορίου. Στην περίοδο της κρίσης 2007-2011, σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία,<sup>34</sup> οι εξαγωγές αγαθών του τομέα συνέχισαν την ανοδική τους πορεία, καταγράφοντας μέσο ετήσιο ρυθμό 3,7%, ενώ οι αντίστοιχες εισαγωγές παρουσίασαν μικρή συρρίκνωση των εισαγωγών κατά -0,08%.

**Διάγραμμα 1**  
**Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής του διεθνούς εμπορίου**  
**προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας**  
**2002-2011 και 2007-2011**



Σημείωση: Όλες οι κατηγορίες.

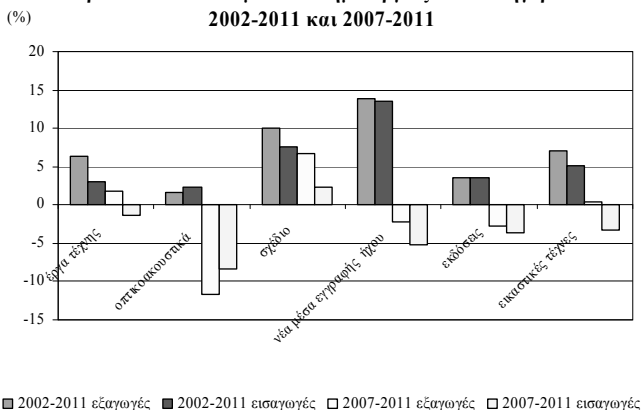
Πηγή: UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

<sup>32</sup> Μόλις πρόσφατα η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συμπεριέλαβε στον τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας τα μουσεία και τη μόδα (υψηλή ραπτική). Βλ. CCM1/107 (17 Απριλίου 2013).

<sup>33</sup> Βλ. IMF, *World Economic Outlook*, Οκτώβριος 2013.

<sup>34</sup> <http://unctadstat.unctad.org/ReportFolders/reportFolders.aspx>.

**Διάγραμμα 2**  
**Μέσος ρυθμός μεταβολής του διεθνούς εμπορίου**  
**προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας ανά κατηγορία**  
**2002-2011 και 2007-2011**

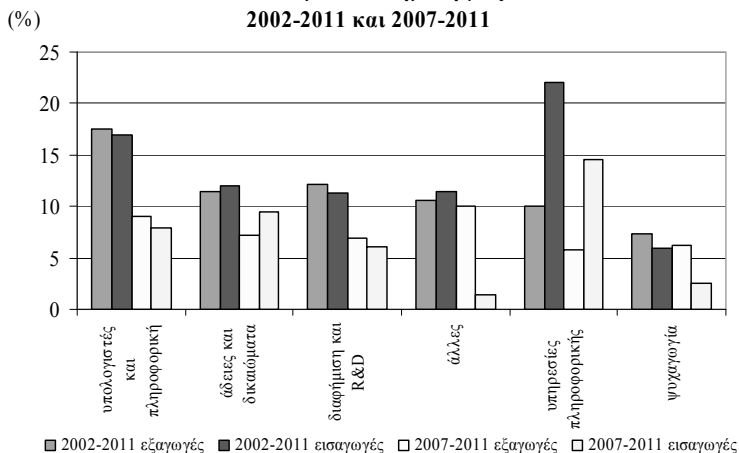


Πηγή: UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

Όσον αφορά τις υπηρεσίες (βλ. Διάγραμμα 3), οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και η πληροφορική, καθώς και η διαφήμιση και τα δικαιώματα εκμετάλλευσης και άδειας χαρακτηρίζονται ως οι πλέον δυναμικοί κλάδοι παγκοσμίως. Η αξία εξάλλου των εισαγωγών και εξαγωγών προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας ήταν από 1,5 έως 2 φορές μεγαλύτερη το 2011 σε σχέση με το 2002, ενώ για τις αναπτυσσόμενες χώρες ήταν σχεδόν 3 φορές μεγαλύτερη (βλ. Διαγράμματα 4.1 και 4.2). Περισσότερο από το 1/3 της αξίας του παγκόσμιου εμπορίου αναλογεί στην EE-27 (Διάγραμμα 5).



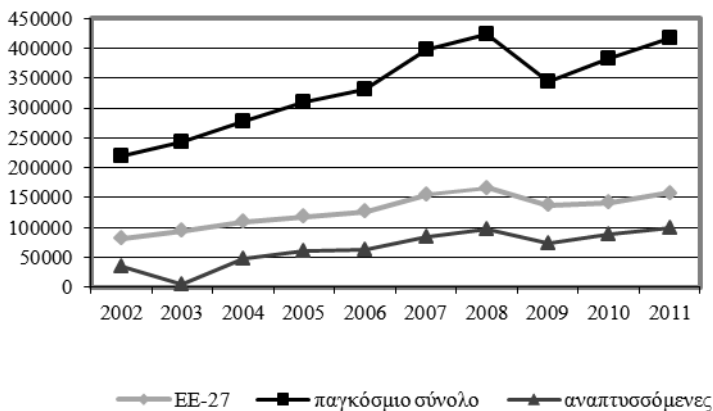
**Διάγραμμα 3**  
**Μέσος ρυθμός μεταβολής του διεθνούς εμπορίου υπηρεσιών**  
**πολιτισμού και δημιουργίας**  
**2002-2011 και 2007-2011**



Πηγή: UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

**Διάγραμμα 4.1**  
**Εισαγωγές προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας, 2002-2011**

εκατ. δολάρια

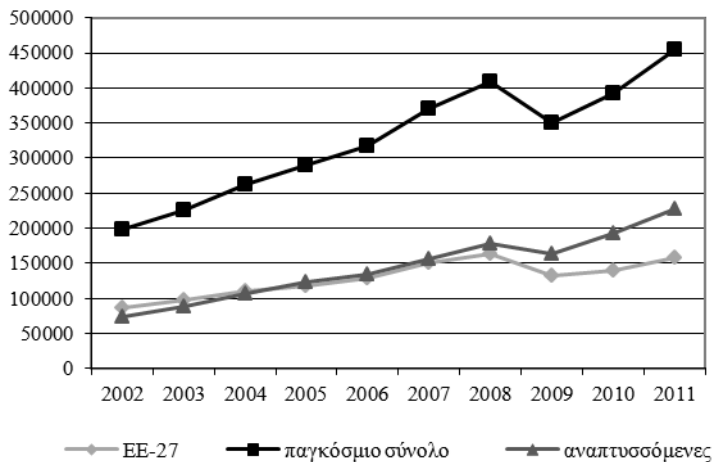


Πηγή: UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

Διάγραμμα 4.2

Εξαγωγές προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας, 2002-2011

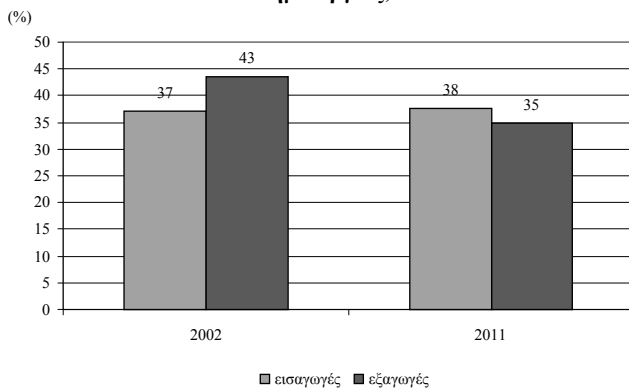
εκατ. δολάρια



Πηγή: UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

Διάγραμμα 5

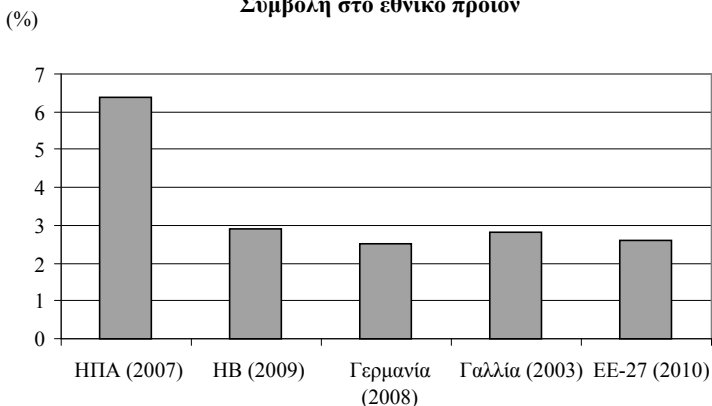
Μερίδιο της ΕΕ-27 στο παγκόσμιο εμπόριο προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας, 2002 και 2011



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

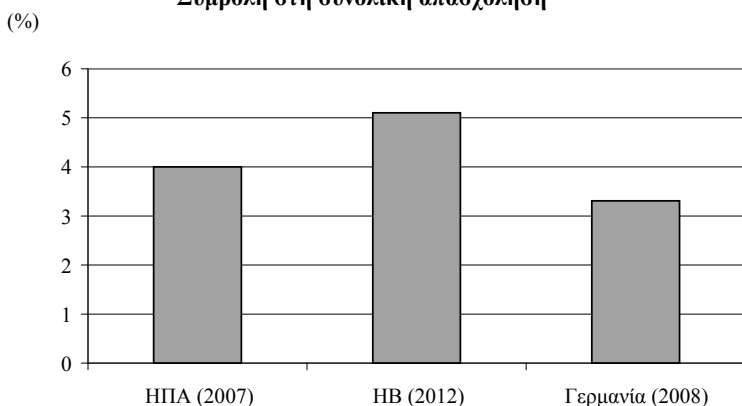
Ενδεικτική επίσης είναι η σημασία του τομέα για το εθνικό προϊόν, τη συνολική απασχόληση και το εξαγωγικό εμπόριο, όπως φαίνεται από τα Διαγράμματα 6, 7 και 8 που απεικονίζουν τη συμβολή του τομέα σε επιλεγμένες χώρες.

**Διάγραμμα 6**  
**Συμβολή στο εθνικό προϊόν**



Σημείωση: Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία.  
Πηγές: UNCTAD (2010) και DCMS (2011, 2013).

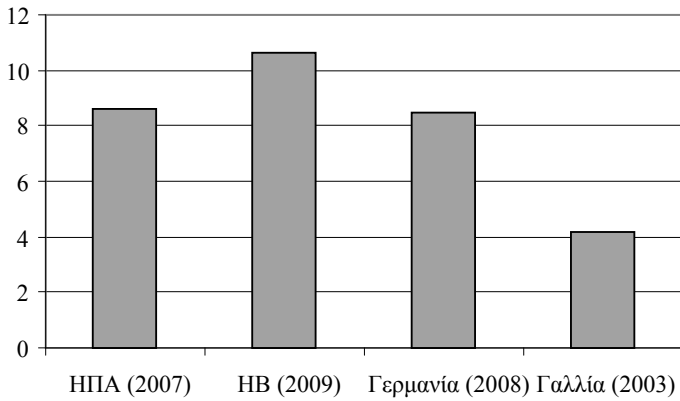
**Διάγραμμα 7**  
**Συμβολή στη συνολική απασχόληση**



Πηγές: UNCTAD (2010) και DCMS (2011, 2013).

**Διάγραμμα 8**  
**Συμβολή στις εξαγωγές**

(%)



Πηγές: UNCTAD (2010) και DCMS (2011, 2013).

### 3. Η ελληνική εμπειρία: προοπτικές και προκλήσεις

*«Αν η καλλιτεχνική έκφραση εκτιμηθεί ως ενεργειακό δυναμικό που μπορεί να επενδυθεί και να αποδώσει καρπούς, τότε είναι σίγουρο ότι η οικονομική κρίση δεν μπορεί να καταβάλει τον ανήσυχο καλλιτεχνικό κόσμο».*

Αθηναϊκό Καλλιτεχνικό Δίκτυο (Οκτώβριος 2013)<sup>35</sup>

Η Ελλάδα στις αρχές του 21ου αιώνα, ως αναπόσπαστο μέρος της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας και κοινωνίας, καλείται να αντιμετωπίσει σύνθετες προκλήσεις που πηγάζουν από την παρατεταμένη παγκόσμια υφεσιακή διαταραχή, την αναδίπλωση της παγκόσμιας κοινωνίας σε ανώφελους εθνικισμούς και τη διεύρυνση της ανισότητας τόσο μεταξύ των κοινωνικών ομάδων στο εσωτερικό μιας χώρας όσο και μεταξύ χωρών. Υπεύθυνη η ίδια για την εθνική ολιγοψαφία της, τη διαμόρφωση δηλ. και τη διατήρηση ενός μη βιώσιμου οικονομικού υποδείγματος που αρνήθηκε να προσαρμοστεί στις απαιτήσεις της διεθνούς οικονομίας, καλείται σήμερα να αναλάβει την πρωτοβουλία της εθνικής οικονομικής ανασυγκρότησης στο νέο παγκόσμιο οικονομικό σκηνικό που αναδύεται μετά την κρίση.

Στη νέα αυτή εθνική αναπτυξιακή προοπτική, ο τομέας του πολιτισμού και της δημιουργίας αποτελεί το συνδεδετικό κρίκο (creative nexus) μεταξύ του πολιτισμού, της οικονομίας και της τεχνολογίας. Ο σύγχρονος κόσμος είναι γεμάτος από εικόνες, ήχους, χρώματα, σύμβολα και ιδέες που δημιουργούν απασχόληση, εισόδημα και πλούτο, αλλά και νέες μορφές πολιτισμού που είναι εμπορεύσιμες. Στις μέρες μας, κανείς δεν μπορεί να ισχυριστεί ότι κατέχει το αποκλειστικό προνόμιο της γνώσης, της πληροφορίας και της δημιουργικής έκφρασης, καθώς οι δημιουργοί της πνευματικής και καλλιτεχνικής έκφρασης αλλάζουν διαρκώς τον τρόπο με τον οποίο παράγουμε και ανταλλάσσουμε μεταξύ μας τα συναφή αγαθά, υπηρεσίες και γνώσεις, και γενικότερα τον τρόπο ζωής και επικοινωνίας.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι τομείς του πολιτισμού και της δημιουργίας δεν λειτουργούν σε απομόνωση ούτε στην περιφέρεια του εθνικού οικονομικού συστήματος. Αλληλεξαρτώνται με άλλους παραγωγικούς («κλασικούς») τομείς, όπως π.χ. η μεταποίηση, η εστίαση και ο τουρισμός, και αποτελούν και οι ίδιοι πηγή έμπνευσης και καινοτομίας σε τομείς όπως η διαφήμιση, το σχέδιο και η δημιουργία επωνυμίας. Συμβάλλουν αποφασιστικά στην αναζωογόνηση υποβαθμισμένων μειονεκτικών αστικών κέντρων και στη συνοχή της κοινωνίας, όπως έχει δείξει η μέχρι τώρα παγκόσμια και ευρωπαϊκή εμπειρία. Συνδέοντας την εκπαίδευση με τη μαθητεία, είναι εργοδότες μεγάλου αριθμού ταλαντούχων εργαζομένων, συνεισφέροντας έτσι στη δημιουργία της «οικονομίας της γνώσης» (knowledge economy).

---

<sup>35</sup> Το Αθηναϊκό Καλλιτεχνικό Δίκτυο είναι μια οργάνωση καλλιτεχνών που από το 2012 έχει ξεκινήσει ένα σχέδιο πολιτιστικής παρέμβασης στην πόλη των Αθηνών. Μορφή αυτής της παρέμβασης για το 2013 ήταν το «Μικρό Παρίσι των Αθηνών» (9-16 Οκτωβρίου).

Τρία επομένως είναι τα *προαπαιτούμενα* για την επιτυχία και αξιόπιστη διαμόρφωση μιας εθνικής αναπτυξιακής στρατηγικής για τον τομέα αυτό:

*Πρώτον*, η αναγνώριση της θεσμικής μορφής, της δομής και των οργανωτικών ιδιαιτεροτήτων του τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας: ποια είναι τα ενδιαφερόμενα μέρη; πώς σχετίζονται μεταξύ τους; ποια είναι η επίδρασή του στους άλλους τομείς της οικονομίας;

*Δεύτερον*, η συστηματική ανάλυση της λειτουργίας του τομέα και του πώς επηρεάζει βασικά εθνικά οικονομικά και κοινωνικά μεγέθη και

*Τρίτον*, η συλλογή και επεξεργασία περιεκτικών στατιστικών σειρών για την ποσοτική μέτρηση της επίδρασής του στο προϊόν, την απασχόληση και το εμπόριο.

### 3.1 Ορισμός, ταξινόμηση και μέτρηση

Ο ορισμός, η μέτρηση και η ταξινόμηση του πολιτισμού και της δημιουργίας σε ένα εννοιολογικό πλαίσιο χρήσιμο για το στατιστικό εντοπισμό του συνιστούν εξαιρετικά δύσκολες διαδικασίες. Και τούτο διότι πρώτον, ο πολιτισμός και η δημιουργία δεν είναι το τελικό αποτέλεσμα ενός μόνο συγκεκριμένου κλάδου ενός τομέα παραγωγής ή διανομής ενός προϊόντος. Δεν χαρακτηρίζονται από τον ίδιο βαθμό συνοχής που χαρακτηρίζει τους «κλασικούς» παραγωγικούς τομείς τόσο ως προς τη διάρθρωση όσο και προς την ταυτότητα του παραγόμενου προϊόντος. Αντίθετα, ο τομέας αυτός χαρακτηρίζεται από ετερογενείς δράσεις που διαχέονται ή είναι καλά κρυμμένες σε πολλούς άλλους τομείς, όπως ο τομέας της μεταποίησης ή ο τομέας των υπηρεσιών, οι κλάδοι της επικοινωνίας ή του εμπορίου. Δεύτερον, ο πολιτισμός περιλαμβάνει ποικίλες εκφάνσεις της κοινωνικής ζωής που δεν εμπεριέχονται σε μία μόνο κοινωνική ομάδα. Αντιπροσωπεύει ατομικές αξίες, μορφές αισθητικής και ηθικής, πνευματικές αξίες, συμπεριφορές και αντιλήψεις, συνήθειες και πρακτικές που καθορίζουν την ταυτότητα κάθε ατόμου.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μόλις πρόσφατα (βλ. ESSnet-Culture 2012)<sup>36</sup> διατύπωσε τέσσερα βασικά κριτήρια που πρέπει να ικανοποιεί ο ορισμός του πολιτισμού και της δημιουργίας: (i) διαβάθμιση της *έντασης* του πολιτισμού και της δημιουργίας (culture-based feature), δηλ. της ικανότητας δημιουργίας, εφεύρεσης και πρωτοτυπίας, (ii) διασφάλιση του δικαιώματος ιδιοκτησίας (εμπορικό σήμα, πνευματικά δικαιώματα), (iii) μέθοδος παραγωγής (κόστος, δυνατότητα και ευκολία αναπαραγωγής, εκμετάλλευση οικονομικών κλίμακας) και (iv) χρηστική αξία, δηλ. ποια είναι η συμβολική ή εσωτερική αξία που έχει το προϊόν για τον κάθε καταναλωτή χωριστά. Κατά συνέπεια, όρισε ως πολιτιστική δραστηριότητα «...κάθε δραστηριότητα που ενσωματώνει πολιτιστική αξία και καλλιτεχνική έκφραση (culture-based). Ως τέτοια θεωρείται κάθε δραστηριότητα προσανατολισμένη ή όχι

---

<sup>36</sup> Η ΕΕ ξεκίνησε την προσπάθεια οριοθέτησης και στατιστικής απεικόνισης με πρωτοβουλία της Γαλλίας το 1997. Η προσπάθεια συστηματοποιήθηκε το 2000 (Leadership Group LEG-Culture 1997-2000) και εντάχθηκε το 2009 με τη σύσταση ειδικής επιτροπής μελέτης στο πλαίσιο της στρατηγικής *Ευρώπη 2020* (ESSnet-Culture 2009-2011). Η τελική προς διαβούλευση πρόταση παρουσιάστηκε το Μάιο του 2012. Βλ. επίσης WIFO (2010).

στην αγορά,<sup>37</sup> με ή χωρίς εμπορική σημασία, η οποία ασκείται από κάθε είδους οικονομική μονάδα όπως άτομα, επιχειρήσεις, οργανωμένες ομάδες πολιτών, επαγγελματίες ή ερασιτέχνες» (σελ. 32). Σε καμία περίπτωση δεν προχώρησε σε ιεράρχηση: καμία πολιτιστική δραστηριότητα δεν θεωρείται περισσότερο σημαντική από κάποια άλλη. Το σύνολο των πολιτιστικών δραστηριοτήτων με οικονομικό αντίκτυπο συνθέτουν τον τομέα του πολιτισμού.

Με βάση αυτά τα κριτήρια, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρουσίασε ένα γενικό πλαίσιο οριοθέτησης του τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας που προσαρμόζεται στα ιδιαίτερα εθνολογικά, θρησκευτικά και ηλικιακά χαρακτηριστικά κάθε χώρας-μέλους (βλ. Σχήμα 4). Καλύπτει 10 πεδία οικονομικής δραστηριότητας που βασίζονται σε 6 διαδοχικές οικονομικές λειτουργίες<sup>38</sup> οι οποίες συνθέτουν την «αλυσίδα αξίας» (value chain) του τομέα, και εμπεριέχει, σε μια πρώτη προσπάθεια ποσοτικής απεικόνισής του, 4 οικονομικές και κοινωνικές στατιστικές και 4 γενικές κατηγορίες δεικτών οικονομικής επίδοσης και διάχυσης της επίδρασης στο σύνολο της οικονομίας.

Συμπληρωματικά, ακολουθώντας τη βρετανική προσέγγιση όσον αφορά τον τρόπο ταξινόμησης και μέτρησης, θα ήταν ίσως σκόπιμο να χρησιμοποιήσουμε την έννοια της *έντασης* της πολιτιστικής και καλλιτεχνικής έκφρασης και δημιουργίας (culture and creative intensity) ως μέσο εντοπισμού και μονάδα μέτρησης του τομέα. Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση, ως πολιτιστική ή δημιουργική επιχείρηση ταξινομείται εκείνη η μονάδα παραγωγής ή διάθεσης, μικρού ή μεγάλου μεγέθους, που απασχολεί ένα σημαντικό αριθμό «δημιουργικών» εργαζομένων στο σύνολο των εργαζομένων της επιχείρησης.<sup>39</sup> Εναλλακτικά, ως κριτήριο θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν τα μητρώα εγγραφής σε εταιρίες πνευματικών δικαιωμάτων ή πνευματικής ιδιοκτησίας ή ο αριθμός των αδειών ευρεσιτεχνίας ή κατοχύρωσης εμπορικού σήματος και επωνυμίας. Στην περίπτωση αυτή, ο εντοπισμός των πολιτιστικών και δημιουργικών παραγωγικών μονάδων θα ήταν ιδιαίτερα δυσχερής, αφού στην Ελλάδα δεν υπάρχει ευρύ και γενικό σύστημα εγγραφής.<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> Κερδοσκοπικού (market sector) και μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχειρήσεις (non-market, social, third, non-profit sector).

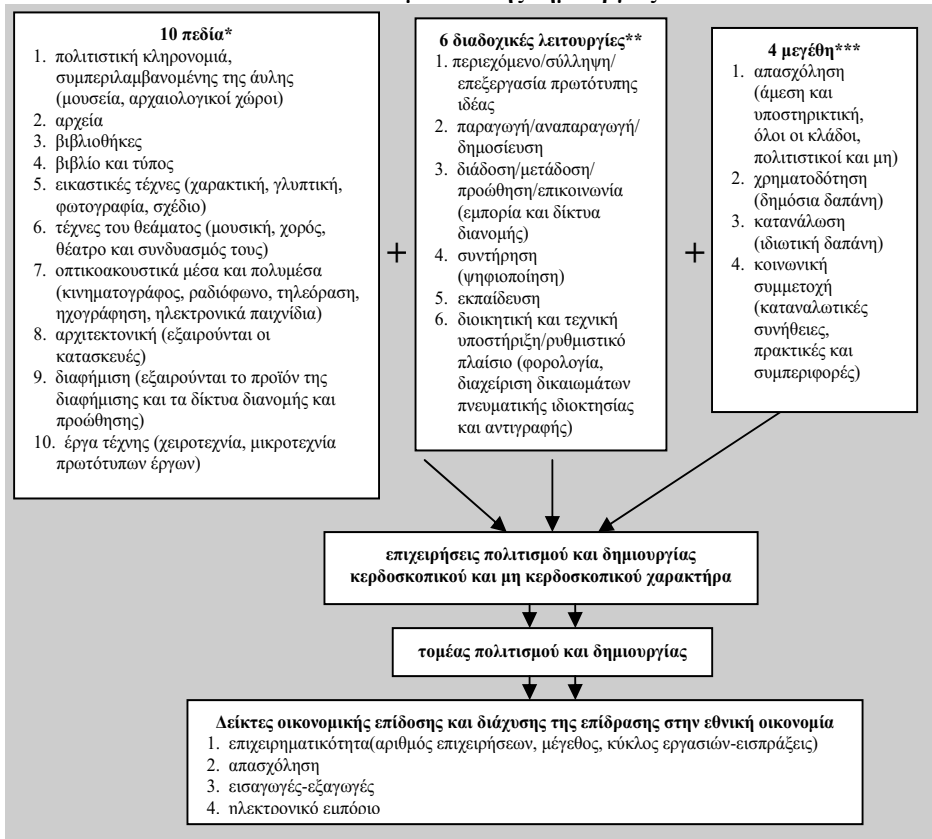
<sup>38</sup> Είναι εν πολλοίς διαφορετικές από τις δυνάμεις της προσφοράς και της ζήτησης που καθορίζουν τη λειτουργία της αγοράς των «κλασικών» αγαθών και υπηρεσιών.

<sup>39</sup> Στο βρετανικό παράδειγμα, ο αριθμός αυτός σε κάθε μορφή απασχόλησης και δραστηριότητας δεν μπορεί να είναι μικρότερος από το 30% του συνόλου των εργαζομένων στην απασχόληση αυτή. Με βάση το κριτήριο της έντασης, οι εργαζόμενοι στον τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας στη Μεγάλη Βρετανία υπολογίστηκαν το 2012 σε πάνω από 2 εκατ. άτομα, αντιπροσωπεύοντας το 5,1% της συνολικής απασχόλησης (DCMS 2013).

<sup>40</sup> Ενδεικτικά αναφέρουμε την Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Πνευματικής Ιδιοκτησίας (ΑΕΠΙ), που λειτουργεί ως ανώνυμος εταιρία συλλογικής διαχείρισης και προστασίας του πνευματικού δικαιώματος των δημιουργών μουσικών έργων (νόμος 2121/1993), αλλά και άλλες εταιρίες διαχείρισης και είσπραξης πνευματικών δικαιωμάτων που καλύπτουν ένα μικρό υποσύνολο δραστηριοτήτων του τομέα πολιτισμού και δημιουργίας, όπως το χώρο του θεάτρου, της φωτογραφίας και των φορέων ήχου και εικόνας.

## Σχήμα 4

### Το προτεινόμενο αναθεωρημένο ευρωπαϊκό πλαίσιο στατιστικής απεικόνισης του τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας



Σημειώσεις: (\*) Πεδία: σύνολο πρακτικών, δραστηριοτήτων και προϊόντων που συγκεντρώνονται γύρω από μια συγκεκριμένη ομάδα καλλιτεχνικής έκφρασης.

(\*\*) Λειτουργίες: απαραίτητες για τον εντοπισμό των πολιτιστικών και δημιουργικών δραστηριοτήτων με βάση τις διεθνείς ταξινομήσεις κλάδων και επαγγελμάτων NACE-2008 (Rev. 2) και ISCO-08 (2001).

(\*\*\*) Κοινωνικές και οικονομικές στατιστικές που προσδιορίζουν τη ζήτηση για πολιτιστικά αγαθά.

NACE 2008 (Rev. 2, Statistical Classification of Economic Activities in the European Community): τετρανήφια κατηγοριοποίηση οικονομικών δραστηριοτήτων, 22 πλήρους έντασης (αμιγώς) κλάδοι πολιτισμού και δημιουργίας (58.11, 58.13, 58.14, 58.21, 59.11, 59.12, 59.13, 59.14, 59.20, 60.10, 60.20, 63.91, 71.11, 74.10, 85.52, 90.01, 90.02, 90.03, 90.04, 91.01, 91.02, 91.03), 7 κλάδοι περιορισμένου ή μερικού βαθμού έντασης (47.61, 47.62, 47.63, 73.11, 74.20, 74.30, 77.22) και 4 συνδεδεμένες με τον πολιτισμό δραστηριότητες (18.11, 18.12, 18.20, 32.20) ή 6 δραστηριότητες με βάση την τρινήφια NACE 2008 (Rev. 2) κατηγοριοποίηση (591, 592, 601, 602, 741, 900), την οποία ακολουθεί η Ελλάδα.

ISCO-08 (2011, International Standard Classification of Occupation): 48 επαγγέλματα (32 πλήρους έντασης και 14 υποστηρικτικά).

Πηγή: ESSnet-Culture (2012), σελ. 64-67.



Σήμερα, στην Ελλάδα της κρίσης, ξέρουμε ελάχιστα για τον τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας.<sup>41</sup> Ποια είναι η οριοθέτησή του τόσο στο χώρο της οικονομίας όσο και στο γεωγραφικό χώρο, ποιο είναι το μέγεθός του, ποιες είναι οι μορφές απασχόλησης, ποια είναι η συνεισφορά του στο εθνικό προϊόν και στο εξαγωγικό εμπόριο της χώρας. Ακόμη λιγότερα ξέρουμε για τις ιδιαιτερότητές του και τις ανάγκες του. Σε τοπικό επίπεδο, οι επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο αυτό είναι συνήθως μεμονωμένοι δημιουργοί-παραγωγοί εγκατεστημένοι σε τοπικές αγορές, οι οποίοι επηρεάζονται από την τοπική κουλτούρα αλλά και οι ίδιοι με τη σειρά τους επηρεάζουν την πολιτιστική φυσιογνωμία της περιοχής τους αναζητώντας μια νέα επωνυμία. Η διασπορά τους επομένως στο φυσικό χώρο θεωρείται σημαντική για την αναγέννηση οικονομικά και κοινωνικά υποβαθμισμένων αστικών και ημιαστικών περιοχών της χώρας που καταγράφουν υψηλά ποσοστά ανεργίας, φτώχειας, κοινωνικής μειονεξίας, πρόωρης εγκατάλειψης του σχολείου και εγκληματικότητας. Σε εθνικό επίπεδο, οι υπεύθυνοι χάραξης της οικονομικής πολιτικής θα πρέπει μέσω του τομέα αυτού να επανακαθορίσουν τη θέση της χώρας στο διεθνή ανταγωνισμό με όχημα τη νέα ψηφιακή τεχνολογία (digitisation) και την ευρηματικότητα.<sup>42</sup>

Προς επίτευξη αυτού του εθνικού στόχου, κρίνεται επιτακτική η ανάγκη για εντοπισμό και αναγνώριση αυτής της νέας οικονομίας και για ποσοτική μέτρηση της σημασίας της στην εθνική οικονομία, καθώς πολλές μορφές της είτε είναι καλά κρυμμένες σε άλλες «παραδοσιακές» μορφές οικονομικής παραγωγής είτε αλλάζουν γρήγορα περιεχόμενο και δομή επηρεαζόμενες άμεσα από τις τεχνολογικές εξελίξεις, με αποτέλεσμα η συμβολή της στην οικονομική διαδικασία να παραμένει εν πολλοίς υποεκτιμημένη ή ακόμη και παραγνωρισμένη, σε αντίθεση με άλλους οικονομικούς τομείς όπως ο τουρισμός, ο χρηματοπιστωτικός τομέας ή ο τομέας της ενέργειας.

*Πρώτο βήμα* στη διαδικασία της χαρτογράφησης είναι η πιστοποίηση των επαγγελματιών και η κατηγοριοποίησή τους με ευκρινή διαχωρισμό τους από άλλες κατηγορίες που χαρακτηρίζονται από μικρότερη ένταση πολιτιστικής και δημιουργικής έκφρασης. Συγκεκριμένα, θα πρέπει να ληφθεί απόφαση σε διοικητικό και πρακτικό επίπεδο σχετικά με την ταυτότητα και την τελική επιλογή εκείνων των μονάδων παραγωγής που δυνητικά θα αποτελέσουν τον τομέα πολιτισμού και δημιουργίας. Είναι επομένως εμφανής η ανάγκη διατύπωσης και υιοθέτησης ενός ευέλικτου αλλά συνάμα και ευδιάκριτου ορισμού, ο οποίος θα πρέπει:

- (i) να είναι συμβατός με τις ιδιαιτερότητες και τις ανάγκες της χώρας,
- (ii) να δίνει έμφαση στην πολιτιστική, πνευματική και καλλιτεχνική δημιουργία αυτή καθαυτή,
- (iii) να εξαιρεί δραστηριότητες και επαγγέλματα που σχετίζονται περισσότερο με το λιανικό εμπόριο και λιγότερο με την παραγωγή και

---

<sup>41</sup> Ανύπαρκτη είναι και η εκπόνηση επιμερισματομένης μελέτης για την ελληνική περίπτωση. Μόνες αναφορές είναι: Λουρή-Δενδρινού (2007), Κυριαζίδης (2007) και Καραμπάτσου-Παχάκη (2000).

<sup>42</sup> Για το πώς η καινοτομία, η έρευνα και η τεχνολογία μπορούν να συνεισφέρουν στην έξοδο της χώρας από την παρούσα δυσοίονη συγκυρία, βλ. Herrmann and Kritikos (2013).

(iv) να καταγράφει μορφές πολιτιστικής και δημιουργικής παραγωγής που βρίσκονται κρυμμένες σε άλλους «παραδοσιακούς» και «μη δημιουργικούς» τομείς παραγωγής.

Το αναλυτικό πλαίσιο που έχει προταθεί από την ESSnet-Culture (2012) και είναι υπό διαβούλευση (βλ. Σχήμα 4) θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως ένας ασφαλής οδηγός κατά την αναζήτηση ορισμού της νέας οικονομίας.

*Δεύτερο βήμα* είναι η σύνταξη της έκθεσης χαρτογράφησης του τομέα (mapping report document). Αναλυτικότερα, με βάση τον ορισμό που έχει διατυπωθεί στο πρώτο βήμα, θα πρέπει να καταγραφούν όλες οι επιχειρήσεις, οι κατηγορίες επαγγελματιών και οι μορφές απασχόλησης που δραστηριοποιούνται πλήρως ή μερικώς στο συγκεκριμένο τομέα. Στο στάδιο αυτό, η άμεση επαφή με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη μέσω ερωτηματολογίου αποτελεί ασφαλή διαδικασία για την άντληση πλήρους και αξιόπιστης πληροφόρησης. Η έκθεση χαρτογράφησης βοηθά να διαμορφωθεί μια ασφαλής και ακριβής εικόνα του μεγέθους και του κύκλου εργασιών του αναδυόμενου τομέα σε μετρήσιμους όρους. Περαιτέρω, με τη χαρτογράφηση όλων των μορφών οικονομικής δραστηριότητας και απασχόλησης στον τομέα αποκαλύπτεται το ανάγλυφο της αγοράς των προϊόντων και υπηρεσιών πολιτισμού και δημιουργίας, όπως για παράδειγμα (α) η συνύπαρξη ενός ιδιαίτερα μεγάλου αριθμού παραγωγικών μονάδων πολύ μικρού μεγέθους με έναν απασχολούμενο, που είναι συγχρόνως και ο δημιουργός, και ενός ελάχιστου αριθμού εθνικών ή πολυεθνικών εταιριών ιδιαίτερα μεγάλου μεγέθους, (β) η τοποθεσία (αστικά ή ημιαστικά κέντρα), (γ) οι μορφές απασχόλησης (ελεύθεροι επαγγελματίες, επιχειρηματίες-παραγωγοί, μισθωτοί, ερασιτέχνες, μερικώς απασχολούμενοι), (δ) το είδος συμμετοχής (επιχειρηματικότητα νέων και γυναικών), (ε) τα πρότυπα καταναλωτικής συμπεριφοράς, (στ) το ύψος της δημόσιας δαπάνης σε επενδύσεις πολιτισμού και (ζ) το ύψος της ιδιωτικής δαπάνης, επιχειρηματικής και καταναλωτικής. Τα στοιχεία αυτά αποτυπώνουν τις πρακτικές συμμετοχής της κοινωνίας στον πολιτισμό, με την ιδιότητα είτε του δημιουργού-παραγωγού- επιχειρηματία είτε του καταναλωτή.

*Τρίτο βήμα*, στο πλαίσιο της ανάγκης για χάραξη πολιτικής βάσει καταγεγραμμένων στοιχείων (evidence-based policy), είναι η εκπόνηση μιας περιοδικής απολογιστικής έκθεσης (ενδεικτικά ανά τριετία), που όχι μόνο θα παρακολουθεί, θα καταγράφει και θα αξιολογεί την επίδοση του τομέα, αλλά και θα εκτιμά ποσοτικά τη διάχυση της επίδρασής του στην εθνική οικονομία και κοινωνία χρησιμοποιώντας οικονομικές και κοινωνικές στατιστικές. Εκτός των οικονομικών στατιστικών (όπως το εθνικό προϊόν ή η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία, το ποσοστό ανεργίας ή απασχόλησης και ο όγκος του εξαγωγικού εμπορίου), κρίσιμες στατιστικές είναι η συχνότητα των φαινομένων βίας και τα ποσοστά εγκληματικότητας, οι μαθησιακές επιδόσεις, τα ποσοστά πρόωρης εγκατάλειψης του σχολείου και οι κοινωνικοί δείκτες ανισότητας, φτώχειας και κοινωνικής συνοχής.<sup>43</sup> Με άλλα λόγια,

---

<sup>43</sup> Σύμφωνα με την τελευταία μελέτη του ΟΟΣΑ (OECD 2013) για την εκπαίδευση, οι μαθησιακές επιδόσεις των Ελλήνων μαθητών χειροτέρευσαν την τελευταία τριετία, αυξήθηκε το ποσοστό των «κακών» μαθητών, καθώς και το ποσοστό πρόωρης εγκατάλειψης της υποχρεωτικής εγκύκλιας εκπαίδευσης. Εξάλλου, τα πρόσφατα δημοσιευμένα στοιχεία της Eurostat για τη φτώχεια στην Ελλάδα (Δεκέμβριος 2013) αποκαλύπτουν το φάσμα της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού που βιώνει περισσότερο από το

βασικός σκοπός της έκθεσης αυτής είναι η διαμόρφωση μιας πολιτικής για την ολιστική θεώρηση του πολιτισμού και ο έλεγχος της αποτελεσματικότητας των υφιστάμενων δράσεων και η ενδεχόμενη αναθεώρησή τους.

### 3.2 Συλλογή και επεξεργασία στατιστικών δεδομένων

Ιστορικά και παραδοσιακά, ο τομέας του πολιτισμού στην Ελλάδα δεν υποβλήθηκε ποτέ σε διαδικασία παρακολούθησης, αξιολόγησης και αποτίμησης. Οι δράσεις σπανίως επιλέγονταν με βάση τη σύγκριση κόστους-οφέλους σε οικονομικούς όρους και σχεδόν ποτέ δεν είχε επιχειρηθεί η αποτίμηση της απόδοσης. Ο πολιτισμός θεωρούνταν ως κοινωνική αξία που ένα κράτος ευημερίας και πρόνοιας υποχρεούται να χρηματοδοτεί και να προσταπίζει. Βεβαίως, το ύψος της δημόσιας δαπάνης για τον πολιτισμό και τις τέχνες σε ένα συγκεκριμένο έτος ή για μια σειρά ετών δεν προσδιορίζει σε καμία περίπτωση από μόνο του το μέγεθος και την ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος. Ο σχεδιασμός, η προοπτική, η σωστή οργάνωση και εφαρμογή, η διαρκής αναζήτηση τρόπων που να καθιστούν πραγματικά χρήσιμους τους φορείς του πολιτισμού και της δημιουργίας και να δικαιολογούν την ύπαρξή τους, η γνώση και η προσαρμογή στις ανάγκες της εποχής, ο δυναμισμός και η εξωστρέφεια είναι παράγοντες που, εκτός των χρηματοδοτικών, προσδιορίζουν εξίσου την υγιή και βιώσιμη δραστηριότητα.<sup>44</sup>

Εκτός από την απουσία μιας διαδικασίας αξιολόγησης του τελικού προϊόντος και τιμολόγησης του περιεχομένου της πολιτιστικής αξίας που εμπεριέχει, τίθενται επίσης τα παρακάτω ερωτήματα:

*Πρώτον*, κατά πόσον η ιδιωτική χρηματοδότηση είναι θεμιτή, δεδομένου ότι ο τομέας του πολιτισμού και της δημιουργίας παράγει πολιτιστικά προϊόντα που προάγουν την κουλτούρα του τόπου και συμβάλλουν στην κοινωνική ανάπτυξη και γι' αυτό το λόγο έχουν έντονο χαρακτήρα δημόσιου αγαθού.

*Δεύτερον*, πώς θα επιτευχθεί η ποσοτική μέτρηση της πολιτιστικής και κοινωνικής ανάπτυξης.

*Τρίτον*, πώς θα απεικονιστεί στατιστικά μια δραστηριότητα όπως ο τομέας του πολιτισμού και της δημιουργίας που διαρκώς αλλάζει μορφές και σχήματα παραγωγής παρακολουθώντας τις συνεχείς αλλαγές της τεχνολογίας.

Αν και το εγχείρημα είναι δύσκολο και απαιτεί την αφιέρωση σημαντικών πόρων (ανθρώπινο δυναμικό και χρήμα), που ενίοτε σπανίζουν, η επιλογή και εφαρμογή μιας διαδικασίας αποτίμησης είναι αναγκαία προκειμένου να πιστοποιηθεί κατ' αρχήν η ύπαρξη αυτή καθ αυτή του τομέα στην Ελλάδα και εν συνεχεία να διαπιστωθούν οι συνέργειες που προκύπτουν από την ύπαρξή του.

---

30% του πληθυσμού της χώρας (3,8 εκατ. άτομα). Ένας στους τρεις Έλληνες με βάση τα στοιχεία του 2012 αντιμετωπίζει μία από τις ακόλουθες τρεις συνθήκες: (α) το διαθέσιμο εισόδημα του νοικοκυριού στο οποίο ζει είναι κάτω από το όριο της φτώχειας, (β) έχει σοβαρή έλλειψη βασικών πόρων διαβίωσης και (γ) ζει σε οικογένειες όπου δεν υπάρχει εργαζόμενος πλήρους απασχόλησης.

<sup>44</sup> Βλ. ACE (1998). Τρανταχτή απόδειξη αποτελεί το πρόσφατο παράδειγμα της δυναμικής επιστροφής της Εθνικής Λυρικής Σκηνής, η Biennale της Αθήνας (Οκτώβριος-Νοέμβριος 2013) και της Θεσσαλονίκης (Δεκέμβριος 2013) και το νέο υπό κατασκευή κέντρο πολιτισμού στο Φαληρικό Δέλτα.

Η ορθή επομένως αποτίμηση του μεγέθους και της συμβολής του τομέα στην εθνική οικονομία προϋποθέτει την ύπαρξη ευκρινών στατιστικών στοιχείων όσον αφορά κρίσιμα μεγέθη όπως η δαπάνη, δημόσια και ιδιωτική, η απασχόληση, η παραγωγικότητα και η κερδοφορία. Η συλλογή και επεξεργασία αυτών των στατιστικών στοιχείων θα επιτρέπει την ποσοτική μέτρηση της επίδρασης του τομέα στην υπόλοιπη οικονομία, η γνώση της οποίας είναι αναγκαία όχι μόνο για τους επιχειρηματίες-επενδυτές, αλλά και για τους υπεύθυνους χάραξης της οικονομικής πολιτικής. Ερωτήματα που πρέπει να απαντηθούν με τη χρήση αυτής της στατιστικής βάσης είναι:

- Ποια είναι η συμμετοχή του τομέα στη συνολική απασχόληση και ποια τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των απασχολούμενων στον τομέα, όπως είδος απασχόλησης, φύλο, μορφωτικό επίπεδο και επίπεδο επαγγελματικής εκπαίδευσης;
- Ποια είναι η συμβολή του στη μείωση του ποσοστού των νέων που εγκαταλείπουν πρόωρα το σχολείο και στην αύξηση του ποσοστού των συμμετεχόντων στη διά βίου εκπαίδευση και κατάρτιση;
- Ποια είναι η συμβολή του στη βελτίωση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της χώρας μέσω της προώθησης της έρευνας και της τεχνολογίας;
- Ποια είναι η συμβολή του στη μείωση των ποσοστών φτώχειας και κοινωνικού αποκλεισμού, της μακροχρόνιας ανεργίας, και στην επιτυχή επανένταξη μειονεκτικών και φθινουσών οικονομικά και κοινωνικά περιοχών και ομάδων;<sup>45</sup>

Με βάση την τεχνοκρατική αντίληψη, η συμβολή του τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας αποτυπώνεται σε τέσσερα επίπεδα (βλ. Reever 2002, Lee 2010 και UNCTAD 2010): (α) στην πρωτογενή επίδραση (primary economic impact) στην εθνική οικονομία, (β) στις δευτερογενείς επιδράσεις (secondary economic impact), που συνήθως περιγράφονται σε όρους θετικού πολλαπλασιαστικού αντικτύπου (multiplier effect) σε άλλους οικονομικούς τομείς και γενικά στο σύνολο της οικονομίας καθώς ενισχύει πολλαπλασιαστικά τη συνολική ενεργό ζήτηση, (γ) στις τριτογενείς επιδράσεις ή αποτελέσματα διάχυσης (spill-over effects) μέσω της μεταφοράς γνώσης, τεχνολογίας και καινοτομίας σε άλλους τομείς, της αύξησης της ζήτησης και της παραγωγής συμπληρωματικών αγαθών, και της αστικής ανάπτυξης με θετικό αντίκτυπο στην αγορά ακινήτων, στο εμπόριο και στον τουρισμό, και (δ) στις έμμεσες επιδράσεις (indirect impact) στην κοινωνική ανάπτυξη και συνοχή, στην ποιότητα εκπαίδευσης και στην ποιότητα ζωής.

---

<sup>45</sup> Όπως έδειξε η προσπάθεια ποσοτικοποίησης του νέου αναπτυξιακού τομέα στη Βρετανία που ξεκίνησε στις αρχές της πρώτης δεκαετίας του νέου αιώνα, ο αντίκτυπος όχι μόνο σε οικονομικό αλλά και σε κοινωνικό-πολιτιστικό επίπεδο ήταν θετικός και αυξανόμενος. Θετική ήταν η αποτίμηση της σύνδεσης του πολιτιστικού τομέα με άλλες δημόσιες πολιτικές, όπως η αστική αναβάθμιση, η καταπολέμηση της εγκληματικότητας, ο τρόπος επίλυσης διενέξεων και η προώθηση της πολυπολιτισμικότητας. Άμεσο επακόλουθο ήταν η μεταφορά δημόσιων επενδυτικών πόρων από περισσότερο παραδοσιακούς τομείς της βρετανικής οικονομίας στον ευρύτερο τομέα των τεχνών και του πολιτισμού. Βλ. Pembroke (2013), DCMS (2011), ACE (2010) και McMaster (2008).

Στην προσπάθεια καταγραφής της ελληνικής εμπειρίας παρουσιάζονται μια σειρά από σημαντικά προβλήματα:

*Πρώτον*, η έλλειψη ενός κοινά αποδεκτού ορισμού του τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας.

*Δεύτερον*, η έλλειψη μιας στατιστικής βάσης δεδομένων που να περιέχει ποσοτικά στοιχεία τουλάχιστον για τις βασικές οικονομικές και κοινωνικές στατιστικές, όπως κύκλος εργασιών και προστιθέμενη αξία, αριθμός και μέγεθος επιχειρήσεων, αριθμός απασχολούμενων, αξία και όγκος εξαγωγικού εμπορίου, δαπάνη (δημόσια και ιδιωτική, καταναλωτική και επενδυτική), καταναλωτικές πρακτικές (ποσοστό συμμετοχής και χρόνος χρήσης του προϊόντος), ποσοστά πληθυσμού σε κατάσταση φτώχειας και κοινωνικού αποκλεισμού και κατανομή τους στο χώρο.

*Τρίτον*, ακόμη και αν καταβληθεί προσπάθεια υιοθέτησης της προτεινόμενης από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή μεθοδολογίας (βλ. Σχήμα 4), δεν είναι δυνατή η λήψη μιας ακριβούς ποσοτικής μέτρησης και στατιστικής απεικόνισης του τομέα, αφού στην Ελλάδα ακολουθείται η τριψήφια κατηγοριοποίηση δραστηριοτήτων (NACE Rev. 2) και επαγγελμάτων (ISCO-08),<sup>46</sup> με αποτέλεσμα να μην είναι δυνατή η διάκριση μεταξύ μορφών δραστηριότητας – πλήρης και αμιγής δραστηριότητα, μερικώς ασκούμενη και συνδεδεμένες δραστηριότητες – και επαγγελμάτων διαφορετικής έντασης πολιτισμού και δημιουργίας. Επιβάλλεται συνεπώς ο επιμερισμός και η ανάλυση των συνιστωσών των κατηγοριών των δραστηριοτήτων και των επαγγελμάτων με τη χρήση της τετραψήφιας κατηγοριοποίησης, αφού στην αντίθετη περίπτωση αλλού υπερεκτιμάται και αλλού υποεκτιμάται το μέγεθος και η σημασία τους.

*Τέταρτον*, στα χρόνια πριν από την κρίση ο πολιτισμός στην Ελλάδα χρηματοδοτούνταν σε πολύ μεγάλο βαθμό σε κεντρικό, περιφερειακό ή αυτοδιοικητικό επίπεδο με χρήματα των φορολογουμένων. Η επιλογή των σχεδίων προς χρηματοδότηση γινόταν με κριτήρια που πολύ μικρή σχέση είχαν με την αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητά τους για την τοπική και εθνική οικονομία και κοινωνία. Ο εκ των υστέρων έλεγχος και η αποτίμηση του παραγόμενου προϊόντος ήταν διαδικασίες ανύπαρκτες. Τα αυστηρά μέτρα λιτότητας που εφαρμόστηκαν κατά τη διάρκεια της κρίσης περιλάμβαναν σημαντικές περικοπές της δημόσιας δαπάνης και στον τομέα του πολιτισμού. Το σημαντικότερο όμως είναι ότι η περιορισμένη δημόσια χρηματοδότηση ανέδειξε την αδήριτη ανάγκη επιλογής των δράσεων προς δημόσια χρηματοδότηση με κυρίαρχο πλέον κριτήριο την αποτίμηση (evidence-based argument) των δράσεων σε όρους κοινωνικής και οικονομικής αποτελεσματικότητας.

---

<sup>46</sup> Κατηγορίες δραστηριοτήτων που έχουν σχέση με τον πολιτισμό, τις τέχνες και τη δημιουργία: 591, 592, 601, 601, 602, 741, 900. Κατηγορίες επαγγελμάτων: 216, 235, 262, 264, 265, 343, 352, 731.

### 3.3 Το προφίλ της Ελλάδος

Αν και τα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία που αφορούν τη νέα οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργίας στην Ελλάδα είναι εξαιρετικά περιορισμένα και ελλιπή, στο τμήμα αυτό θα επιχειρήσουμε μια πρώτη προσπάθεια παρουσίασης του προφίλ της χώρας.

#### 3.3.1 Εμπορικές επιδόσεις

Αξιοποιώντας τις στατιστικές σειρές του διεθνούς εμπορίου, που εν πολλοίς είναι οι μόνες πλήρεις και συγκρίσιμες,<sup>47</sup> συμπεραίνουμε ότι, αν και μεταξύ των ετών 2002 και 2011 η αξία του διεθνούς εμπορίου της Ελλάδος σε προϊόντα και υπηρεσίες πολιτισμού και δημιουργίας αυξήθηκε ραγδαία, το ισοζύγιο παρέμεινε αρνητικό, όπως φαίνεται από τον Πίνακα 1 και το Διάγραμμα 9, που παρουσιάζουν τις εμπορικές επιδόσεις της χώρας τόσο στο σκέλος των εξαγωγών όσο και στο σκέλος των εισαγωγών. Η ελλειμματική θέση προσδιορίζεται από το εμπορικό έλλειμμα στην κατηγορία των προϊόντων, ενώ το μικρό – αν και αυξανόμενο διαχρονικά – πλεόνασμα στο σκέλος των υπηρεσιών δεν είναι αρκετό για την ανατροπή του αρνητικού ισοζυγίου.

Πίνακας 1

Ο τομέας πολιτισμού και δημιουργίας στην Ελλάδα: εμπορικές επιδόσεις

(αξία, σε εκατ. δολάρια)

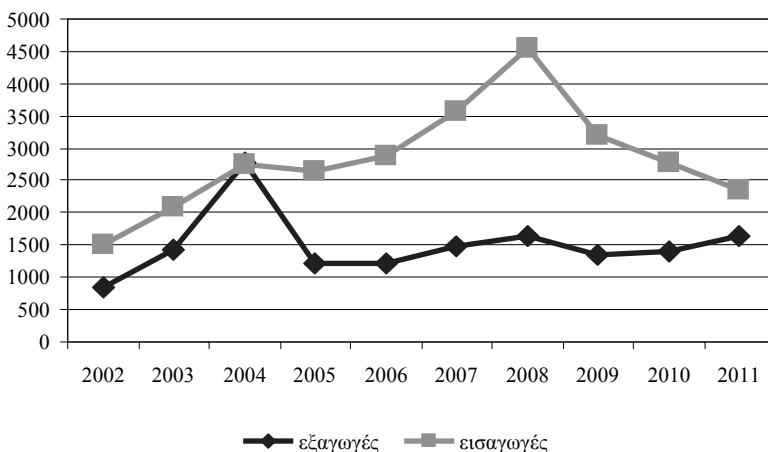
	2002			2011		
	εξαγωγές	εισαγωγές	ισοζύγιο	εξαγωγές	εισαγωγές	ισοζύγιο
όλες οι κατηγορίες	836	1.517	-681	1.646	2.348	-702
- προϊόντα	413	1.146	-733	875	1.712	-837
- υπηρεσίες	423	371	52	771	636	135

Σημείωση: Το αρνητικό πρόσημο δηλώνει έλλειμμα.

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούnius 2013.

<sup>47</sup> Ακολουθείται η κατηγοριοποίηση της UNCTAD (2010, σελ. 283-284).

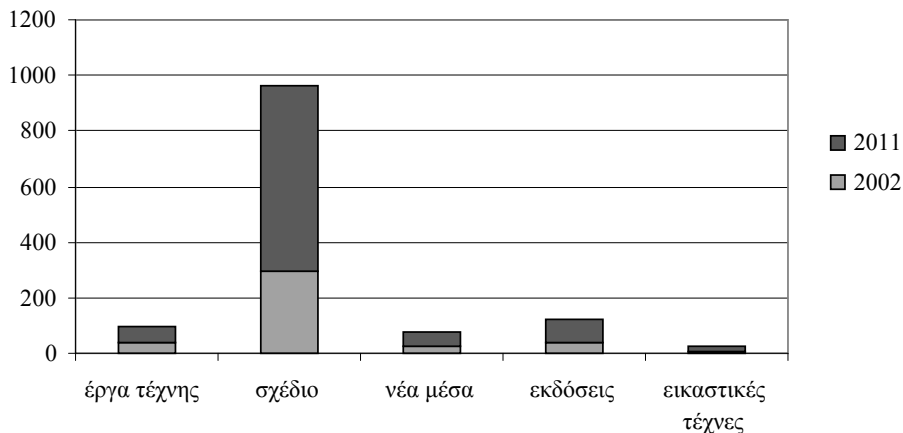
**Διάγραμμα 9**  
**Εμπορικές επιδόσεις, 2002-2011**  
**(αξία, σε εκατ. δολάρια)**



Σημείωση: Εισαγωγές και εξαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών, όλες οι κατηγορίες.  
 Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

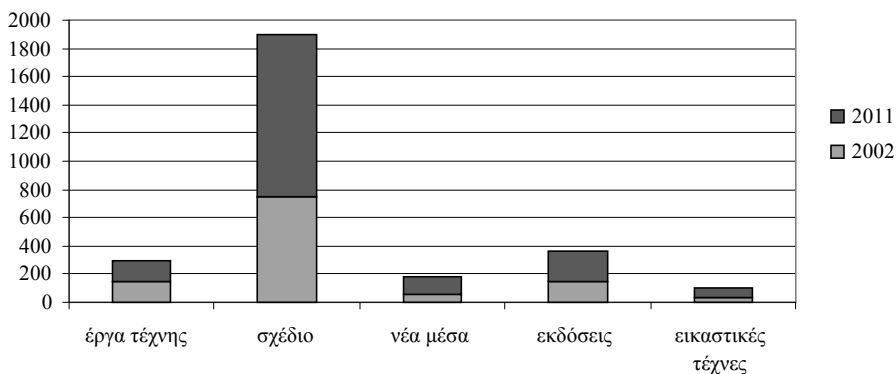
Τα Διαγράμματα 10-13 απεικονίζουν τις εμπορικές επιδόσεις της χώρας ανά κατηγορία προϊόντων και υπηρεσιών μεταξύ των ετών 2002 και 2011. Όλες οι κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών σημείωσαν ραγδαία ανάπτυξη. Περισσότερο εξωστρεφείς ήταν οι δραστηριότητες του σχεδίου (μόδα και επίπλο), οι εκδόσεις βιβλίων, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, η διαφήμιση και η έρευνα αγοράς. Όπως φαίνεται από τον Πίνακα 2, το 76,8% του συνόλου των εξαγόμενων προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας για το έτος 2011 αφορούσε προϊόντα σχεδίου, κυρίως μόδας και επίπλου. Το ποσοστό των εισαγωγών για τα ίδια προϊόντα είναι το υψηλότερο (66%). Οι λιγότερο εξωστρεφείς κλάδοι ήταν αυτοί των οπτικοακουστικών μέσων και των εικαστικών τεχνών. Ο Πίνακας 3 αποτυπώνει την ίδια εικόνα για τον κλάδο των υπηρεσιών. Ο πιο εξωστρεφής κλάδος ήταν της διαφήμισης, έρευνας αγοράς και δημοσκοπήσεων, ενώ αυτός των υπηρεσιών έρευνας και τεχνολογίας παρέμενε ο περισσότερο εσωστρεφής.

**Διάγραμμα 10**  
**Εξαγωγές προϊόντων ανά κατηγορία, 2002 και 2011**  
**(αξία, σε εκατ. δολάρια)**



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

**Διάγραμμα 11**  
**Εισαγωγές προϊόντων ανά κατηγορία, 2002 και 2011**  
**(αξία, σε εκατ. δολάρια)**



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

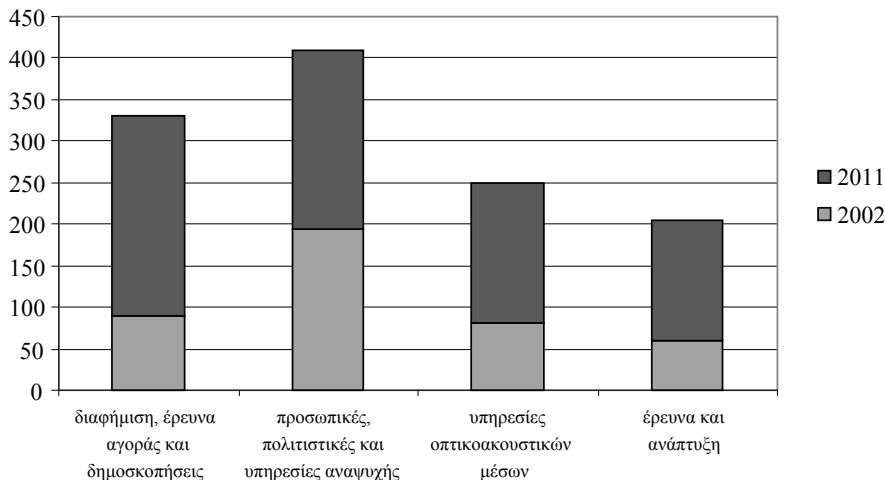


**Πίνακας 2**  
**Εξαγωγές και εισαγωγές προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας:**  
**μερίδιο συμμετοχής ανά κατηγορία 2002 και 2011**

	<i>Εισαγωγές (%)</i>		<i>Εξαγωγές (%)</i>	
	<i>2002</i>	<i>2011</i>	<i>2002</i>	<i>2011</i>
<i>Όλες οι κατηγορίες</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
- Έργα τέχνης	13,32	8,42	9,68	6,30
- Οπτικοακουστικά μέσα	0,14	0,11	0,12	0,05
- Σχέδιο	65,31	66,83	70,98	76,79
- Νέα μέσα εγγραφής ήχου και ηλεκτρονικά παιχνίδια	5,09	7,40	6,36	5,51
- Εκδόσεις	12,65	13,09	9,07	9,62
- Εικαστικές τέχνες	2,81	4,14	2,11	1,70

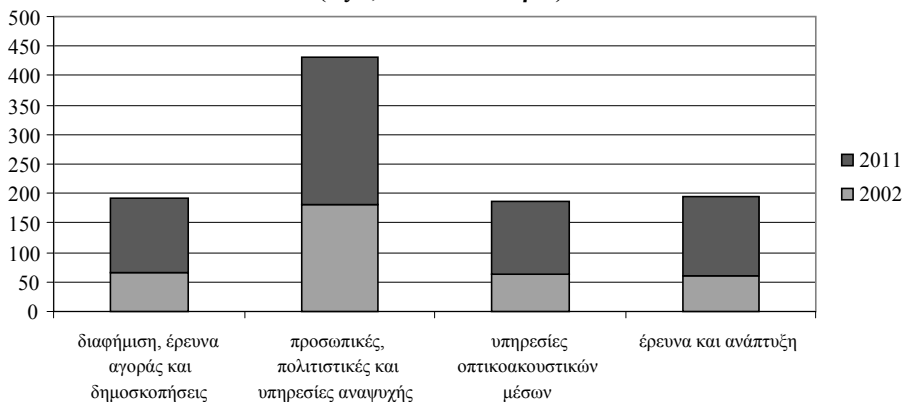
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

**Διάγραμμα 12**  
**Εξαγωγές υπηρεσιών ανά κατηγορία, 2002 και 2011**  
**(αξία, σε εκατ. δολάρια)**



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

**Διάγραμμα 13**  
**Εισαγωγές υπηρεσιών ανά κατηγορία, 2002 και 2011**  
**(αξία, σε εκατ. δολάρια)**



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

**Πίνακας 3**  
**Εξαγωγές και εισαγωγές υπηρεσιών πολιτισμού και δημιουργίας: μερίδιο συμμετοχής ανά κατηγορία, 2002 και 2011**

	<i>Εισαγωγές (%)</i>		<i>Εξαγωγές (%)</i>	
	<i>2002</i>	<i>2011</i>	<i>2002</i>	<i>2011</i>
- Διαφήμιση, έρευνα αγοράς και δημοσκοπήσεις	17,79	19,81	21,04	31,26
- Υπηρεσίες παραγωγής οπτικοακουστικών έργων και συναφείς υπηρεσίες	16,98	19,65	18,91	21,92
- Προσωπικές, πολιτιστικές και υπηρεσίες αναψυχής	49,06	39,15	45,86	28,02
- Έρευνα και ανάπτυξη	16,17	21,38	14,18	18,81

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

Περαιτέρω, το μερίδιο της Ελλάδος στη συνολική αξία του παγκόσμιου εμπορίου προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας, καθώς και του εμπορίου της ΕΕ-27 είναι μικρό, χωρίς εμφανή σημάδια μεγαλύτερης διείσδυσης τόσο στη διεθνή όσο και στην ευρωπαϊκή αγορά (βλ. Πίνακα 4 και Διαγράμματα 14α και 14β). Οι ελληνικές εισαγωγές αντιπροσωπεύουν το 0,86% του συνόλου των εισαγωγών και οι εξαγωγές μόλις το 0,4% του συνόλου των εξαγωγών της ΕΕ-27 (χωρίς στάθμιση ως προς το μέγεθος της χώρας). Με στάθμιση ως προς τον πληθυσμό της χώρας, η κατά κεφαλήν αξία των εξαγωγών είναι τέσσερις φορές μικρότερη από την κατά κεφαλήν αξία του συνόλου των εξαγωγών της ΕΕ-27. Η επίδοση αυτή είναι η τέταρτη χειρότερη επίδοση μετά τη Ρουμανία, τη Βουλγαρία και την Κύπρο και κατατάσσει τη χώρα τέσσερις

θέσεις χαμηλότερα από την Πορτογαλία. Ομοίως, η κατά κεφαλήν αξία των εισαγωγών είναι δύο φορές μικρότερη από την κεφαλήν αξία των εισαγωγών της ΕΕ-27.

**Πίνακας 4**  
**Η θέση της Ελλάδος στο παγκόσμιο εμπόριο προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας, 2002 και 2011 (% της συνολικής αξίας)**

	<i>Εισαγωγές</i>		<i>Εξαγωγές</i>	
	<i>2002</i>	<i>2011</i>	<i>2002</i>	<i>2011</i>
<i>Όλες οι κατηγορίες</i>	<i>0,521</i>	<i>0,410</i>	<i>0,208</i>	<i>0,193</i>
- Έργα τέχνης	0,751	0,495	0,228	0,161
- Οπτικοακουστικά μέσα	0,377	0,388	0,110	0,097
- Σχέδιο	0,579	0,424	0,256	0,223
- Νέα μέσα εγγραφής ήχου και ηλεκτρονικά παιχνίδια	0,292	0,271	0,150	0,110
- Εκδόσεις	0,489	0,523	0,125	0,195
- Εικαστικές τέχνες	0,188	0,250	0,057	0,048

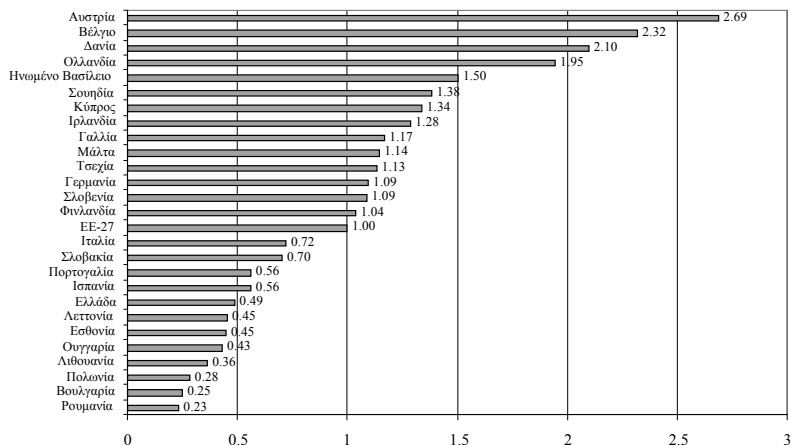
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

**Πίνακας 5**  
**Η θέση της Ελλάδος στο εμπόριο προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας της ΕΕ-27, 2002 και 2011 (% της συνολικής αξίας)**

	<i>Εισαγωγές</i>		<i>Εξαγωγές</i>	
	<i>2002</i>	<i>2011</i>	<i>2002</i>	<i>2011</i>
<i>Όλες οι κατηγορίες</i>	<i>0,95</i>	<i>0,86</i>	<i>0,28</i>	<i>0,40</i>
- Έργα τέχνης	1,61	0,81	0,55	0,57
- Οπτικοακουστικά μέσα	0,79	2,03	0,22	0,46
- Σχέδιο	1,26	1,01	0,31	0,49
- Νέα μέσα εγγραφής ήχου και ηλεκτρονικά παιχνίδια	0,64	0,66	0,23	0,23
- Εκδόσεις	0,69	0,98	0,20	0,32
- Εικαστικές τέχνες	0,14	0,11	0,11	0,10

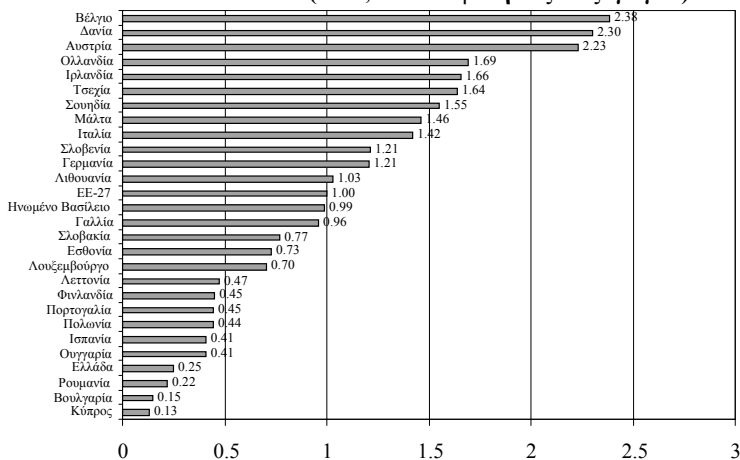
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

**Διάγραμμα 14α**  
**Μερίδια χωρών στο σύνολο των εισαγωγών προϊόντων πολιτισμού της ΕΕ-27**  
**(2011, κατά κεφαλήν αξία εισαγωγών)**



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

**Διάγραμμα 14β**  
**Μερίδια χωρών στο σύνολο των εξαγωγών προϊόντων πολιτισμού της**  
**ΕΕ-27 (2011, κατά κεφαλήν αξία εξαγωγών)**



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από UNCTAD Database, Ιούνιος 2013.

### 3.3.2 Πολιτισμός και δημιουργία σε αριθμούς

#### *Πολιτιστικοί φορείς*

Με βάση τα τελευταία διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία της *Πόλης Πολιτιστικών Φορέων* (Φεβρουάριος 2012),<sup>48</sup> μέχρι το τέλος του 2011 είχαν εγγραφεί 1.082 πολιτιστικοί φορείς, με έδρα κυρίως την Αττική (55%). Οι μισοί από αυτούς (49%) είναι αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρίες, το 1/3 δηλώνει διατομεακό αντικείμενο δραστηριότητας, τα 2/3 δεν απασχολούν εργαζόμενο και το 1/3 δηλώνει ότι η εμβέλεια της δραστηριότητάς τους είναι πανελλαδική. Όλοι οι φορείς υπέβαλαν αίτημα επιχορήγησης. Από τα αιτήματα αυτά, 43% έγιναν δεκτά, ενώ 47% των δράσεων που επιχορηγήθηκαν είχαν ως τόπο διεξαγωγής την Αττική.

#### *Κληρονομιά και πολιτισμός*

Στον κατάλογο προστατευόμενων τοποθεσιών παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO για το 2010, η Ελλάδα κατέχει 19 τέτοιες τοποθεσίες σε σύνολο 911 από 151 χώρες παγκοσμίως ή 4 τοποθεσίες σε σύνολο 68 από τις χώρες της ΕΕ-27.

Το 2012 λειτουργούσαν σε όλη τη χώρα 165 μουσεία με συνολική επισκεψιμότητα 2,97 εκατ. άτομα και 30 από αυτά είχαν ετήσια επισκεψιμότητα μεγαλύτερη από 10 χιλιάδες άτομα.<sup>49</sup> Η παντελής έλλειψη ποσοτικών στοιχείων για τις δραστηριότητες των μουσείων αποτελεί τροχοπέδη για τη μέτρηση της επίδρασής τους στην οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργίας και εν τέλει στο εθνικό προϊόν. Τα διαθέσιμα δημοσιευμένα στοιχεία μέχρι σήμερα περιορίζονται στην καταγραφή της συνολικής επισκεψιμότητας ή στις συνολικές εισπράξεις, δίχως όμως να επιτρέπουν τη σκιαγράφηση του δημογραφικού και επαγγελματικού προφίλ του επισκέπτη, μέσω του οποίου αποκαλύπτεται η αξία του μουσείου ως γεωγραφικού χώρου συνάντησης ερευνητών, δημιουργών, καλλιτεχνών και επιστημόνων και ως πηγής έμπνευσης, δημιουργίας και παραγωγής εισοδήματος. Η χώρα μας θα μπορούσε στο πεδίο αυτό να δανειστεί την εμπειρία από το βρετανικό Victoria and Albert Museum, το οποίο έχει καθιερωθεί ως τόπος τακτικής συνάντησης των ανθρώπων που δραστηριοποιούνται ποικιλοτρόπως στη βιομηχανία του πολιτισμού και της δημιουργίας.<sup>50</sup>

Από το 1985, έτος καθιέρωσης του θεσμού της «Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης», έως το 2013, στο θεσμό αυτό συμμετείχαν τρεις ελληνικές πόλεις (Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Πάτρα).

---

<sup>48</sup> Λειτουργεί από το 2010 ως ιστότοπος του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού για τους πολιτιστικούς φορείς. Τους παρέχεται για πρώτη φορά η δυνατότητα να εγγραφούν στο Μητρώο Πολιτιστικών Φορέων δίνοντας στοιχεία για τη ταυτότητά τους και πληροφορίες για τις δράσεις τους. Κ. σκοπός της εγγραφής είναι η υποβολή αιτήματος για επιχορήγηση, αλλά και η παροχή πληροφοριών για άλλα διεθνή, ευρωπαϊκά και εθνικά προγράμματα οικονομικής ενίσχυσης. <http://drasis.culture.gr/images/statistika.pdf>

<sup>49</sup> Έρευνα ΕΛΣΤΑΤ.

<sup>50</sup> Πάνω από 35% του συνόλου των επισκεπτών είναι επαγγελματίες στον τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας. Βλ. σχετικά *Creative Industries at the V&A Museum*, <http://www.vam.ac.uk/content/articles/v-and-a-connects/>, 1 October 2013.

Το 2010 λειτουργούσαν 555 βιβλιοθήκες, στην πλειοψηφία τους δημόσιες, δημοτικές ή νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου. Από αυτές οι 499 είναι ανοικτές για το κοινό, με 4,03 εκατ. δανεισμούς ή 4,49 εκατ. προσβάσεις χρηστών στις ιστοσελίδες τους. Η συνολική απασχόληση το 2010 ήταν 1.932 άτομα, από τα οποία 1.333 άτομα είχαν άμεση ή έμμεση βιβλιοθηκονομική εμπειρία.<sup>51</sup>

Κατά τη θεατρική περίοδο 2010-2011, ο αριθμός έργων στα κρατικά και δημοτικά θέατρα και ορχήστρες ανήλθε σε 1.368 σε όλη τη χώρα, με 4.674 παραστάσεις και 1,97 εκατ. εισιτήρια. Η συνολική απασχόληση στο χώρο αυτό ήταν 4.284 άτομα (2.076 καλλιτέχνες) και η κρατική επιχορήγηση ξεπέρασε τα 42 εκατ. ευρώ. Για το έτος 2011, εξάλλου, ο αριθμός των εκθέσεων (ατομικών και ομαδικών) στις αίθουσες τέχνης ανήλθε σε 557 και σε αυτές εκτέθηκαν περισσότερα από 23 χιλιάδες έργα.<sup>52</sup>

### *Απασχόληση*

Αν και δεν έχει ολοκληρωθεί η διαδικασία διαβούλευσης και εφαρμογής μιας συγκρίσιμης σε ενωσιακό επίπεδο μεθοδολογίας για την κατάρτιση πλήρων στατιστικών σειρών απασχόλησης στον τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας, είναι χρήσιμη η παρουσίαση, αν και ατελής, της στατιστικής απεικόνισης του τομέα αυτού στην Ελλάδα όσον αφορά την απασχόληση. Με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία της Eurostat για το έτος 2009, που είναι και τα πλέον πρόσφατα (Cultural Statistics 2011), το ποσοστό απασχόλησης σε πέντε συγκρίσιμες επαγγελματικές κατηγορίες του τομέα πολιτισμού και δημιουργίας ανήλθε σε 1,2% της συνολικής απασχόλησης στη χώρα μας, έναντι 1,7% στην ΕΕ-27. Το ποσοστό αυτό αντιστοιχούσε σε 52,6 χιλιάδες εργαζομένους στις κατηγορίες αυτές το 2009.

Όπως φαίνεται από τον Πίνακα 6, που αποτυπώνει την εικόνα της απασχόλησης για το συγκεκριμένο έτος στην Ελλάδα και στην ΕΕ-27, στην Ελλάδα ο κλάδος των εκδόσεων συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό απασχόλησης (30,6%). Εξάλλου, η απασχόληση των γυναικών προσεγγίζει το 40% της συνολικής απασχόλησης στον τομέα και ο αριθμός των απασχολούμενων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης είναι 1,5 φορά και πλέον μεγαλύτερος από το συνολικό αριθμό των απασχολούμενων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στην εθνική οικονομία. Ποσοστό κοντά στο 30% ήταν αυτοαπασχολούμενοι ή εργάζονταν σε οικογενειακή επιχείρηση, πάνω από 10% απασχολούνταν ευκαιριακά ή μερικώς και πάνω από 20% εργάζονταν κατ' οίκον. Συμπερασματικά, η εικόνα της απασχόλησης στην Ελλάδα προσομοίαζε σε μεγάλο βαθμό με την αντίστοιχη στην ΕΕ-27.

---

<sup>51</sup> Έρευνα ΕΛΣΤΑΤ για το 2010.

<sup>52</sup> Έρευνα ΕΛΣΤΑΤ για το 2011.

**Πίνακας 6**  
**Απασχόληση, 2009**

	<i>Ελλάδα</i>		<i>ΕΕ-27</i>	
	<i>αριθμός σε χιλ. άτομα</i>	<i>%</i>	<i>αριθμός σε χιλ. άτομα</i>	<i>%</i>
<i>Όλες οι κατηγορίες</i>	52,6	1,2	3.638,5	1,7
- Εκδόσεις	16,1	30,6	1.251,7	34,4
- Κινηματογράφος, τηλεόραση, εγγραφή μουσικής	5,4	10,3	402,3	11,1
- Προγραμματισμός και ραδιοτηλεοπτικές εκπομπές	11,7	22,2	348,6	9,6
- Δημιουργικές τέχνες και διασκέδαση	9,1	17,3	1.045,6	28,7
- Βιβλιοθήκες, μουσεία, αρχαία	10,2	19,4	590,3	16,2
<i>Γυναίκες</i>		36,1		43,9
<i>Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης</i>		49,8		68,6
<i>Αυτοαπασχολούμενοι</i>		28,5		42,2
<i>Εργαζόμενοι κατ' οίκον</i>		20,1		45,9

Σημείωση: Επαγγελματικές κατηγορίες και κλάδοι με βάση την ταξινόμηση NACE Rev. 2 (58, 59, 60, 90, 91) και ISCO-88 (243, 245).

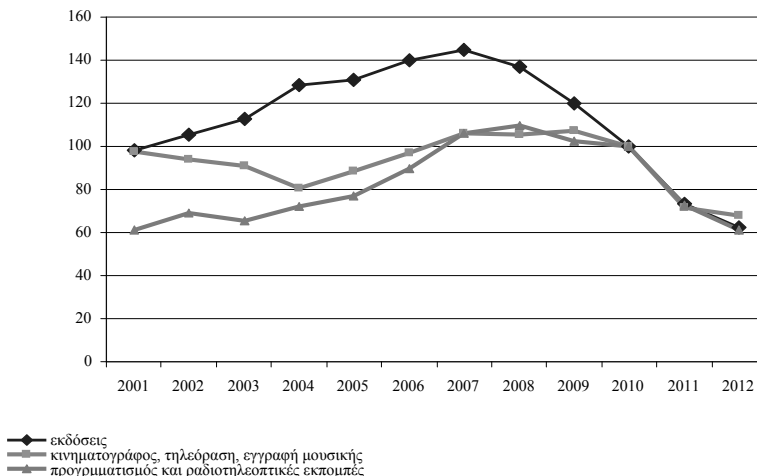
Πηγή: Eurostat pocketbooks, *Cultural Statistics*, 2011.

#### *Δείκτης κύκλου εργασιών*

Το Διάγραμμα 15 παριστάνει τη διαχρονική εξέλιξη του δείκτη κύκλου εργασιών σε τρεις κλάδους του τομέα πολιτισμού και δημιουργίας για την περίοδο 2001-2012. Όλοι οι κλάδοι σημείωσαν σημαντική και γρήγορη ανάπτυξη μεταξύ των ετών 2004 και 2008, με προεξέχοντα αυτόν των εκδόσεων. Από το 2009, ωστόσο, ο δείκτης ακολουθεί μια πορεία κατακόρυφης πτώσης λόγω της δυσμενούς εθνικής και διεθνούς συγκυρίας. Το 2012, ο δείκτης έχει μειωθεί σχεδόν στο μισό σε σχέση με την τιμή που είχε το 2008.

**Διάγραμμα 15**  
**Δείκτης κύκλου εργασιών, 2001-2012**

2010=100



Σημείωση: Τρεις κλάδοι με βάση την NACE Rev. 2, J58, J59, J60. Ετήσια στοιχεία, διορθωμένα με βάση τον αριθμό των εργασιμων ημερών.

Πηγή: Eurostat, sts\_setu\_a.

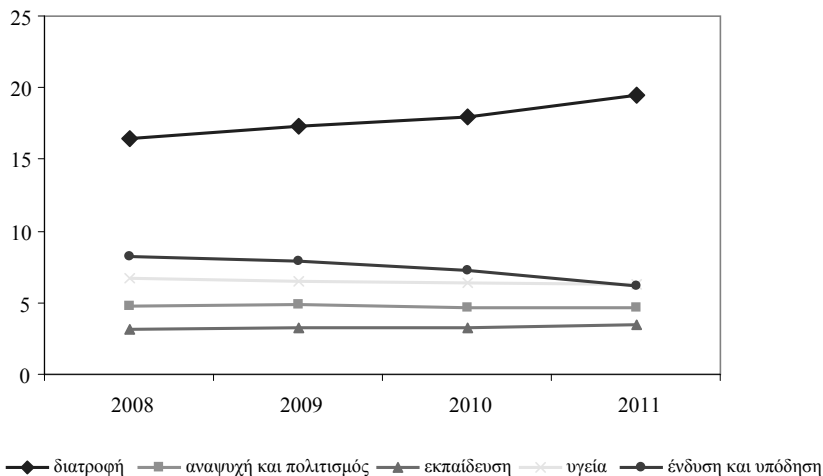
### Συμμετοχή καταναλωτών

Δείκτη της συμμετοχής των καταναλωτών στον πολιτισμό αποτελεί η δαπάνη των νοικοκυριών σε αγαθά και υπηρεσίες πολιτισμού. Όπως φαίνεται από το Διάγραμμα 16, η ποσοστιαία συμμετοχή της μέσης μηνιαίας δαπάνης των ελληνικών νοικοκυριών για αγαθά και υπηρεσίες πολιτισμού και αναψυχής παρέμεινε σχεδόν σταθερή τα χρόνια της κρίσης, σε αντίθεση με τη μεγάλη μείωση της ποσοστιαίας δαπάνης για ένδυση και υπόδηση. Άλλος δείκτης είναι ο συνολικός αριθμός των εισιτηρίων από ελληνικές αίθουσες κινηματογράφου: από 9,7 εκατ. το 2008 αυξήθηκε σε 12,5 εκατ. το 2009, 11,7 εκατ. το 2010, 10,9 εκατ. το 2011, για να μειωθεί στα επίπεδα του 2008 (9,9) το 2012.<sup>53</sup>

<sup>53</sup> Τα στοιχεία παραχωρήθηκαν από το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου (ΕΚΚ), Νοέμβριος 2013.



**Διάγραμμα 16**  
**Ποσοστιαία κατανομή της μέσης μηνιαίας δαπάνης των**  
**νοικοκυριών, 2008-2011**



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, *Συνθήκες Διαβίωσης στην Ελλάδα*, Νοέμβριος 2013.

### 3.3.3 Μελέτη επιλεγμένων περιπτώσεων (case studies)

Η μέχρι σήμερα έλλειψη ενός εννοιολογικού ορισμού και ενός μεθοδολογικού πλαισίου εντοπισμού και μέτρησης της οικονομίας του πολιτισμού και της δημιουργίας στην Ελλάδα, καθώς και η ένδεια στατιστικών στοιχείων για βασικά μεγέθη, αποτρέπουν κάθε προσπάθεια στατιστικής απεικόνισής της. Για το λόγο αυτό, θα ήταν ίσως χρήσιμο να προβούμε στη μελέτη συγκεκριμένων περιπτώσεων και να τις απεικονίσουμε ποσοτικά. Επιλέγουμε τρεις τέτοιες περιπτώσεις με κριτήριο τη διαθεσιμότητα στατιστικών στοιχείων, αλλά και την ενεργό συμβολή τους στην παραγωγή νέων μορφών πολιτισμού.

#### *Εθνική Λυρική Σκηνή*

Η Εθνική Λυρική Σκηνή μετρά εφέτος 76 έτη συνεχούς παρουσίας στο λυρικό θέατρο και στο σύγχρονο πολιτισμό. Όπως αναγράφεται στην επίσημη ιστοσελίδα της, «... αποστολή μας είναι να προσφέρουμε σε Έλληνες και ξένους θεατές παραγωγές υψηλής ποιότητας παρουσιάζοντας όπερες, μπαλέτα, οπερέτες, όπερες για παιδιά και ρεσιτάλ...». Η άρνηση της υποταγής της στην υπερβολή και στη μυθολογία της κρίσης έδρασε καταλυτικά στην αναγέννησή της μετά από τρία συνεχή έτη πτωτικής πορείας και μαρασμού. Η επιλογή της υιοθέτησης ενός περισσότερου εξωστρεφούς

προφίλ και η άμεση επαφή με το ευρύ κοινό, όπως αντανακλάται στον αυξημένο αριθμό παραστάσεων και θεατών εκτός θεάτρου, αποτέλεσαν τα προσδιοριστικά στοιχεία της δυναμικής επιστροφής της και υπόσχονται μια υγιή παρουσία στη διεθνή σκηνή του λυρικού θεάτρου. Ο Πίνακας 7 αποτυπώνει στατιστικά την εικόνα της κατά την τελευταία τετραετία. Αν και η τακτική κρατική επιχορήγηση περικόπηκε βαθμιαία από 22,5 εκατ. ευρώ το 2008-09 σε μόλις 15,2 εκατ. ευρώ το 2012-13, η έκτακτη κρατική επιχορήγηση συνέχισε να αποτελεί τα 2/3 των ετήσιων ακαθάριστων εσόδων της. Αυτό που αξίζει να σημειωθεί όμως και καταδεικνύει το επιτυχές αποτέλεσμα της προσπάθειας εξωστρέφειάς της είναι η αναζήτηση νέων μορφών εσόδων από ευρωπαϊκά προγράμματα και ιδιωτικές χορηγίες.<sup>54</sup>

**Πίνακας 7**  
**Εθνική Λυρική Σκηνή, 2009-2012**

	2012	2011	2010	2009
<i>Απασχόληση</i> <sup>1</sup>	506	519	623	799
- πλήρους έντασης	313	307	355	450
- μερικής έντασης	109	122	153	191
- υποστηρικτική	84	90	115	158
<i>Τακτική κρατική επιχορήγηση</i> <sup>2</sup>	15,2	16,9	14,5	18,9
<i>Έσοδα</i> <sup>3</sup>	8,6	11,5	11,4	10,4
- έκτακτη επιχορήγηση	4,5	7,6	7,5	6,0
- οικονομική ενίσχυση	0,4	0,06	0,05	0,42
- ευρωπαϊκά προγράμματα	1,8	0,6	-	-
-έσοδα από πωλήσεις	1,8	2,6	3,2	3,7
<i>Αριθμός παραστάσεων</i> <sup>4</sup> (εκτός θεάτρου)	243 (107)	226 (71)	174 (-)	249 (-)
<i>Αριθμός θεατών</i> <sup>5</sup> (εκτός θεάτρου)	133,9 (42,0)	142,1 (30,6)	122,8 (-)	123,1 (-)
<i>Διεθνής παρουσία</i>		1		1

Σημειώσεις: <sup>1</sup>Αριθμός απασχολουμένων με κάθε μορφή εργασιακών σχέσεων, τέλος έτους. <sup>2</sup>Τακτικός προϋπολογισμός, σε εκατ. ευρώ. <sup>3</sup>Λογιστική χρήση 2012-13, 2011-12, 2010-11, 2009-10, ακαθάριστα έσοδα, σε εκατ. ευρώ. <sup>4</sup>Καλλιτεχνική περίοδος 2012-13, 2011-12, 2010-11, 2009-10. <sup>5</sup> Σε χιλιάδες άτομα.

Πηγή: ΕΛΣ, Νοέμβριος 2013.

<sup>54</sup> Στη λογιστική χρήση 2012-13, τα έσοδα από τα ευρωπαϊκά προγράμματα και κάθε μορφής οικονομική ενίσχυση από ιδιωτικούς πόρους (υποστηρικτές, χορηγούς, δωρητές, ευεργέτες) αποτελούν το 21,3% και 5,1% αντίστοιχα των συνολικών εσόδων.

## Ελληνικός κινηματογράφος

Τα χρόνια της κρίσης ζούμε την «άνοιξη» του ελληνικού κινηματογράφου. Μετά από μια μακρά περίοδο στασιμότητας, παρακμής και απαξίωσης, ο «ελληνικός κινηματογράφος» καθιερώνεται ως γνωστό εμπορικό σήμα όχι μόνο στην εγχώρια αγορά, αλλά και στη διεθνή. Ο Πίνακας 8 παρέχει μια πρώτη εικόνα, αν και ατελή λόγω έλλειψης επαρκών στοιχείων, της πορείας ανάκαμψης. Μεταξύ 2008 και 2012, ο αριθμός ελληνικών ταινιών μεγάλου μήκους που προβλήθηκαν σε διεθνή φεστιβάλ του εξωτερικού αυξήθηκε κατά 2,5 φορές και πλέον. Ενώ το 2008 πραγματοποιήθηκαν 85 προβολές σε 52 διεθνή φεστιβάλ, το 2012 προβλήθηκαν 218 ταινίες σε 104 φεστιβάλ, αποσπώντας συνολικά 12 βραβεία. Τα έσοδα εξάλλου από πωλήσεις ταινιών ήταν 1,6 φορές υψηλότερα το 2012 σε σχέση με το 2008. Προσδιοριστικοί παράγοντες της «άνοιξης» είναι η ενασχόληση νέων σε ηλικία δημιουργών που χαρακτηρίζονται από δυναμισμό, εξωστρέφεια και μεγάλη κινητικότητα. Πραγματεύονται θέματα της σύγχρονης ευρωπαϊκής κοινωνίας υιοθετώντας μοντέρνα γραφή και αναζητούν νέες μορφές χρηματοδότησης, ξεπερνώντας την αντίληψη της πλήρους εξάρτησης από την κρατική επιχορήγηση.

**Πίνακας 8**  
**Ελληνικός κινηματογράφος, 2008-2013**

	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Έσοδα από πωλήσεις ταινιών <sup>1</sup>		610,3	193,1	301,0	515,6	373,4
Κρατική επιχορήγηση και άλλες πηγές <sup>2</sup>		4,3	3,5	5,2	7,6	10,6
Παραγωγή <sup>3</sup>	42	10	26			
Προβολές <sup>4</sup>		308 <sup>a</sup>	325 <sup>a</sup>	391	369	264
-σε διεθνή φεστιβάλ εξωτερικού		218	232	207	194	85
-σε διεθνείς κινηματογραφικές εκδηλώσεις εξωτερικού		90 <sup>a</sup>	93 <sup>a</sup>	184	175	179
Διεθνής παρουσία <sup>5</sup>		165	190	183	172	113
Βραβεία		12	19	21	19	8

Σημειώσεις: <sup>1</sup> Σε χιλιάδες ευρώ. Περιλαμβάνει έσοδα από διανομή ταινιών σε εγχώριες αίθουσες, ανεξάρτητες πωλήσεις παραγωγών στο εξωτερικό και πωλήσεις ταινιών από το ΕΚΚ σε φεστιβάλ εξωτερικού και εσωτερικού. <sup>2</sup> Σε εκατ. ευρώ. <sup>3</sup> Αριθμός ταινιών (μεγάλου και μικρού μήκους, ντοκιμαντέρ) που έλαβαν μερική κρατική επιχορήγηση. <sup>4</sup> Αριθμός προβολών ταινιών μεγάλου μήκους. <sup>5</sup> Αριθμός συμμετοχών σε διεθνή φεστιβάλ και διεθνείς πολιτιστικές εκδηλώσεις. <sup>a</sup> Προσωρινά στοιχεία.

Πηγή: Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, Νοέμβριος 2013.

## Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος

Το υπό κατασκευή Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος (ΚΠΠΣΝ) φιλοδοξεί να «γίνει ένας εκπαιδευτικός και πολιτιστικός πόλος έλξης παγκόσμιου βεληνεκούς, ο οποίος θα προσελκύσει επισκέπτες από την Ελλάδα και όλο τον κόσμο» (Αξιολόγηση επίδρασης, Συνοπτική Έκθεση, Φεβρουάριος 2011, σελ. 1). Όπως αναγράφεται στην ιστοσελίδα του, «... η παιδεία και ο πολιτισμός αποτελούν τη ραχοκοκαλιά κάθε προηγμένης κοινωνίας». Η αρχική δωρεά για την κατασκευή ανέρχεται στο πολύ υψηλό ποσό των 550 εκατ. ευρώ και θα δαπανηθεί στο μεγαλύτερο μέρος της (75%) στο εσωτερικό της χώρας. Σύμφωνα με τη μελέτη της επίδρασης του ΚΠΠΣΝ στην ελληνική οικονομία, τα οφέλη από την κατασκευή και τη λειτουργία του είναι πολλαπλά. Διακρίνονται σε άμεσα, έμμεσα και επαγωγικά και αφορούν την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική ανάπτυξη, με θετικό και μετρήσιμο αντίκτυπο στις επενδύσεις, την απασχόληση, τον τουρισμό και την κατανάλωση και, μέσω αυτών, στη συνολική ενεργό ζήτηση (βλ. Πίνακα 9).

**Πίνακας 9**  
**Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος**

	Στάδιο κατασκευής (2009-2015)	Στάδιο λειτουργίας (2016)
<i>Άμεσα και έμμεσα οφέλη</i>		
- συνολική ακαθάριστη παραγωγή <sup>1</sup>	920	160
- απασχόληση <sup>2</sup>	1.400	1.600
- φορολογικά έσοδα <sup>3</sup>	40	15
<i>Επαγωγικά οφέλη</i>		
- τουρισμός <sup>4</sup>		1,5
- αύξηση αξίας ακινήτων <sup>5</sup>		5-30
- πράσινο		διπλασιασμός της επιφάνειας πρασίνου ανά άτομο

Σημειώσεις: <sup>1</sup>Εκατ. ευρώ, σύνολο. <sup>2</sup>Θέσεις απασχόλησης ετησίως κατά το στάδιο κατασκευής και προβλεπόμενες νέες θέσεις εργασίας κατά το πρώτο έτος λειτουργίας. <sup>3</sup>Εκατ. ευρώ, σύνολο. <sup>4</sup>Εκατ. επισκέπτες ετησίως. <sup>5</sup>Όμορη περιοχή, με βάση τη διεθνή εμπειρία (%).

Πηγή: Αξιολόγηση οφέλους ΚΠΠΣΝ και επιχειρηματικό σχέδιο, 23 Δεκεμβρίου 2010 (The Boston Consulting Group).

## 4. Πρακτικές προτάσεις εργασίας

*«... Όμως, μεγάλο μέρος της καλλιτεχνικής παραγωγής που είδα στην Αθήνα όχι μόνο με παρηγόρησε, αλλά θεωρώ ότι εμπνέει αυτοπεποίθηση, κάτι που χρειάζεται η Ελλάδα σήμερα. Αν οι ευρωπαϊκοί οικονομικοί και πολιτικοί θεσμοί αποδεικνύονται ανεπαρκείς, τουλάχιστον λειτουργούν ακόμα καλλιτεχνικοί θεσμοί όπως η Biennale της Αθήνας και φαίνεται ότι αυτοί μόνο μπορούν να παράσχουν τους "συλλογικούς μηχανισμούς αλληλοϋποστήριξης" που χρειάζεται τώρα η Ευρώπη».*

David Adler (27 Νοεμβρίου 2013)<sup>55</sup>

Κάθε χώρα είναι διαφορετική, κάθε αγορά είναι ιδιαίτερη και κάθε προϊόν πολιτιστικού και δημιουργικού χαρακτήρα προσφέρει ξεχωριστό άγγιγμα και μοναδική αίγλη στον καταναλωτή. Κάθε χώρα επομένως θα πρέπει να προσδιορίσει τα ιδιαίτερα εκείνα χαρακτηριστικά της πολιτιστικής και δημιουργικής ικανότητας των πολιτών της και να αναπτύξει πρωτοβουλίες για τη διαμόρφωση μιας στρατηγικής για την προώθηση της οικονομίας του πολιτισμού και της δημιουργίας αξιοποιώντας τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα και ξεπερνώντας τις αδυναμίες της.

Με τον όρο «πολιτική πολιτισμού» ('cultural policy') εννοούμε ένα σύνολο πρωτοβουλιών νομοθετικού, οργανωτικού και πολιτικού περιεχομένου, δηλ. ένα σύνολο επιλογών και αποφάσεων, για την ανάπτυξη του πολιτισμού σε μια κοινωνία. Στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού αξιακού συστήματος η πολιτική αυτή νοείται ως σύμφυτη με το σεβασμό προς τις αρχές του πολιτισμικού πλουραλισμού, της διαχρονικότητας και της σχέσης με την ιστορία. Ιστορικά και παραδοσιακά στην Ελλάδα, όπως και σε άλλες ανεπτυγμένες χώρες, η πολιτική πολιτισμού εξαντλούνταν σε θέματα επιχορήγησης, φορολογικών απαλλαγών ή ελαφρύνσεων και εκπαίδευσης στο χώρο του θεάματος και των καλών τεχνών. Με την ανάδυση όμως μιας νέας οικονομίας διατομεακού και πολυδιάστατου χαρακτήρα όπως είναι η οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργίας, επιτακτική κρίνεται η ανάγκη αλλαγής προσανατολισμού της ασκούμενης πολιτικής για τον πολιτισμό προς μια ενιαία εθνική στρατηγική αναπτυξιακού χαρακτήρα.

Ειδικότερα, εξαιτίας της πολύπλευρης επίδρασης της στρατηγικής αυτής στην πολιτιστική, οικονομική, τουριστική και εκπαιδευτική ανάπτυξη της χώρας, είναι λογικό η ευθύνη να είναι διαθεματική σε πολιτικό και διοικητικό επίπεδο, αλλά και να υπάρχει μια ανάλογη πολλαπλότητα των φορέων που συμμετέχουν.<sup>56</sup> Αποτέλεσμα

---

<sup>55</sup> "But much of the art I saw in Athens not only provided solace, it actually generated the confidence needed in Greece today. And if European economic and political institutions are failing, at the very least there are still functioning art institutions like the Athens Biennale, which alone seem able to provide the 'collective mechanisms of mutual support' required in Europe right now". "The Crisis and Art in Greece (and NY)", *The Huffington Post, Arts and Culture*.

<sup>56</sup> Ετερόκλητο σύνολο από δημόσιους φορείς, μη κερδοσκοπικούς φορείς (κάποιοι από τους οποίους λαμβάνουν δημόσια επιχορήγηση), ιδιωτικούς φορείς κερδοσκοπικού χαρακτήρα, φορείς της κοινωνίας των πολιτών, ιδρύματα, επαγγελματικές και καλλιτεχνικές ενώσεις και σωματεία.

είναι ο αναπόφευκτος κατακερματισμός της στρατηγικής και η αποσπασματική εφαρμογή μέτρων ώθησης της νέας αυτής οικονομίας, με ορατό τον κίνδυνο της συχνής αυτοαναίρεσης των μέτρων πολιτικής, το δισταγμό και τις αδικαιολόγητες καθυστερήσεις. Γίνεται φανερό ότι απαιτείται σε κεντρικό επίπεδο η υιοθέτηση μιας ολιστικής θεώρησης του τομέα και των επιπτώσεών του, καθώς και η χάραξη ενιαίας και ολοκληρωμένης αναπτυξιακής πολιτικής. Εν όψει της ανάγκης αυτής, απαιτείται η λειτουργία ενός αποτελεσματικού θεσμικού φορέα για το συντονισμό των επιμέρους δράσεων όλων των φορέων, καθώς και η θέσπιση ενός καλά σχεδιασμένου, οργανωμένου και ευκρινούς ρυθμιστικού/κανονιστικού πλαισίου.

Συγκεκριμένα, προτείνεται:

- *Κράτος και υποδομές.* Το κράτος θα πρέπει να συνεχίσει να παρέχει τις αναγκαίες υποδομές (εγκατάστασης, μεταφοράς, διανομής, πρόσβασης στην τεχνολογία και επικοινωνίας) που είναι απαραίτητες για τη λειτουργία του τομέα. Περαιτέρω, μέσω των δημόσιων επενδύσεων θα πρέπει να προστατεύει και να διατηρεί το πολιτιστικό κεφάλαιο που αποτελεί τη βασική εισροή παραγωγής των προϊόντων πολιτισμού.
- *Διυπουργικό Παρατηρητήριο για τον πολιτισμό και τη δημιουργία.* Ο νέος αυτός θεσμικός φορέας θα έχει γνωμοδοτικό, εκτελεστικό και εποπτικό ρόλο. Θα εστιάζει *πρώτον*, στη χάραξη μιας συνολικής εθνικής στρατηγικής για τον πολιτισμό με μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο ορίζοντα. *Δεύτερον*, στην έναρξη και διατήρηση ενός οργανωμένου διαλόγου (βλ. παρακάτω αναλυτικά) που θα διεξάγεται περιοδικά μεταξύ όλων των ενδιαφερόμενων μερών. Ο διάλογος θα ενισχύεται με τη σύνταξη περιοδικής απολογιστικής έκθεσης των δράσεων. Και *τρίτον*, στην πρωτοβουλία για τη λειτουργία μιας ηλεκτρονικής πλατφόρμας, ενός κέντρου ελεύθερης και απρόσκοπτης πρόσβασης όλων στην επικοινωνία και στην πληροφόρηση. Το τελευταίο έχει ιδιαίτερη σημασία στις μειονεκτικές γεωγραφικές περιοχές ή σε περιοχές ή ομάδες πολιτών με χαμηλό εισόδημα.

Θα πρέπει να συμφωνήσουμε κατ' αρχήν ότι ο αναδυόμενος τομέας του πολιτισμού και της δημιουργίας δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως ένας από τους πολλούς τομείς της παραγωγής της κύριας οικονομίας και ως εκ τούτου να θεωρείται ότι οι πολιτικές προώθησής του εμπίπτουν στη γενικότερη οικονομική πολιτική της κυβέρνησης (Caves 2000). Αντιθέτως, τα ιδιόμορφα σχήματα παραγωγής και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της αγοράς των προϊόντων πολιτισμού προσδιορίζουν έναν ικανό βαθμό διαφοροποίησής του από την κύρια (παραδοσιακή) οικονομία. Κατά συνέπεια, οι πολιτικές πρωτοβουλίες για την ανάδειξη και την ανάπτυξη του τομέα αυτού θα πρέπει να έχουν εξειδικευμένο χαρακτήρα.

## 4.1 Ιδιαιτερότητες

Ο τομέας του πολιτισμού και της δημιουργίας στην Ελλάδα εμφανίζει λίγο ως πολύ τις ίδιες ιδιαιτερότητες που εμφανίζει και παγκοσμίως:

- *Αισθητή έλλειψη του «μεσαιού μεγέθους» στην παραγωγική διαδικασία.* Η αγορά κυριαρχείται από τη συνύπαρξη ενός πολύ μικρού αριθμού πολύ μεγάλων επιχειρήσεων, συνήθως πολυεθνικού χαρακτήρα, και πολυάριθμων πολύ μικρών μονάδων τοπικού ή περιφερειακού χαρακτήρα, που τις περισσότερες φορές εκπροσωπούνται από ένα μόνο άτομο και λειτουργούν με το πρότυπο της κάθετης παραγωγής.<sup>57</sup>
- *Κατακερματισμός της εθνικής αγοράς* με έντονη την ατομική δημιουργική συμβολή, την έλλειψη επαγγελματισμού και τους περιορισμένους οικονομικούς πόρους. Η αγορά συνήθως οργανώνεται γύρω από καλλιτέχνες και δημιουργούς που το προϊόν τους θεωρείται ευπώλητο. Και αυτό γιατί η χρήση της τεχνολογίας επιτρέπει τη μαζική παραγωγή του προϊόντος και την απευθείας διάθεσή του με ελαχιστοποίηση του κόστους αναπαραγωγής και διανομής και ταχεία απόσβεση της αρχικής επένδυσης. Οι μεγάλες εταιρίες αποκομίζουν μεγάλα κέρδη, ενώ οι μικροί παραγωγοί και μεμονωμένοι καλλιτέχνες είναι σε θέση απλώς και μόνο να καλύψουν το κόστος της επένδυσης.
- *Η πιθανότητα αποτυχίας σε οικονομικούς όρους* είναι πολύ μεγάλη. Η χρονική στιγμή εμφάνισης και διάδοσης του προϊόντος στην αγορά πρέπει να συμπέσει με τη χρονική στιγμή εκδήλωσης της επιθυμίας από την πλευρά του καταναλωτή, με αποτέλεσμα ο κύκλος παραγωγής να είναι ασταθής και ασαφής. Η πρόωρη ή αργοπορημένη εμφάνιση προσδιορίζει το μέγεθος της εμπορικής αποτυχίας ανεξαρτήτως ποιότητας. Επιπλέον, η αβεβαιότητα της ζήτησης<sup>58</sup> για το προϊόν είναι μεγάλη, αφού οι αντιδράσεις των καταναλωτών στην πρώτη εμφάνιση ενός προϊόντος δεν είναι γνωστές εκ των προτέρων, ούτε μπορούν να εκτιμηθούν ή να ερμηνευθούν με ασφάλεια.
- *Απουσία αυστηρών τυπικών μορφών σχέσεων εργασίας.* Η πιο συνηθισμένη μορφή είναι αυτή του ‘project’, δηλ. ο σχηματισμός μιας ομάδας εργασίας ή ενός δικτύου ορισμένου χρόνου για την εκπόνηση ενός συγκεκριμένου έργου. Τα μέλη της ομάδας ή του δικτύου στη συντριπτική τους πλειοψηφία λειτουργούν ως ελεύθεροι επαγγελματίες (freelancers) ή ως αυτοαπασχολούμενοι (self-employed). Με την ολοκλήρωση του έργου, η ομάδα ή το δίκτυο διαλύεται. Μεγάλη προσοχή επομένως απαιτείται στη μελέτη της ιδιόμορφης αυτής αγοράς εργασίας και στο σχεδιασμό και εφαρμογή πρωτοβουλιών πολιτικής.
- *Ομαδοποίηση (clustering) και συστέγαση (co-location).* Απόρροια των ιδιαιτεροτήτων του τομέα είναι η ομαδοποίηση, συγκέντρωση και συστέγαση σε συγκεκριμένο γεωγραφικό χώρο με σκοπό την εκμετάλλευση των ωφελειών που προκύπτουν από τη συνύπαρξη, συνεργασία, αλληλεξάρτηση, εξειδίκευση και

<sup>57</sup> Αυτή η μορφή οργάνωσης απαντάται τόσο στις ανεπτυγμένες όσο και στις αναπτυσσόμενες οικονομίες, αν και τα απόλυτα μεγέθη διαφέρουν μεταξύ χωρών (βλ. ΚΕΑ 2006, Higgs et al. 2007).

<sup>58</sup> Γνωστή ως υπόθεση “nobody knows”.

ανταγωνισμό μεταξύ των δημιουργών-παραγωγών, καθώς και από το γεωγραφικό προσδιορισμό μιας δεξαμενής «δημιουργικών» εργαζομένων και ενός καταναλωτικού κέντρου. Με άλλα λόγια, τα clusters λειτουργούν ως τόπος συνάντησης μεταξύ δημιουργών, καλλιτεχνών, παραγωγών, επιχειρηματιών, «δημιουργικών» εργαζομένων και καταναλωτών και ως τόπος ανταλλαγής εμπειριών, συναισθημάτων και τεχνογνωσίας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Αθήνα.

- *Η χρήση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης.* Αυτή αποτελεί βασικό προσδιοριστικό παράγοντα της ανάπτυξης και μεγέθυνσης του τομέα, αφού φέρνει σε επαφή τον καλλιτέχνη-δημιουργό με τον επιχειρηματία και τον καταναλωτή, ενημερώνει, προβάλλει και καθιερώνει το εμπορικό σήμα.

## 4.2 Συστάσεις και πρακτικές προτάσεις εργασίας

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, προτείνουμε ένα ελάχιστο πλαίσιο πρακτικών προτάσεων εργασίας που βοηθούν στην εμφάνιση ενός νέου ενάρετου κύκλου πολιτισμού-δημιουργίας-οικονομίας, όπως περιγράφεται στο Σχήμα 5.<sup>59</sup> Αυτός ο ενάρετος κύκλος αποτυπώνει τις εξωτερικές οικονομίες στην ιδιωτική επενδυτική πρωτοβουλία, στη γνώση, την καινοτομία και την τεχνολογία, στην καλλιέργεια της επιχειρηματικότητας και στον εξωστρεφή προσανατολισμό της εθνικής οικονομίας με ποσοτικό αντίκτυπο στο προϊόν, την απασχόληση και το εμπόριο. Ο ρόλος του κράτους αναπροσανατολίζεται προς την πρωτοβουλία ανάληψης συντονισμένης δράσης στο πλαίσιο του *Διευουργικού Παρατηρητηρίου* σε τέσσερις βασικούς τομείς:

*Πρώτον*, στην παροχή ισχυρών κινήτρων για την προσέλκυση επενδυτικών κεφαλαίων.

*Δεύτερον*, στην παροχή επαρκούς υποδομής για την αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων της ψηφιακής τεχνολογίας και των εφαρμογών της.

*Τρίτον*, στην παροχή κινήτρων για την ανάδειξη του επιχειρηματικού ταλέντου μέσω της εκπαίδευσης και της κοινωνικής αναγνώρισης του επιχειρείν.

*Τέταρτον*, στη χάραξη πολιτικής με γνώμονα την εξωστρέφεια της οικονομίας, δίνοντας έμφαση στον εκσυγχρονισμό και την απλοποίηση της πολιτικής για την προώθηση των εξαγωγών.

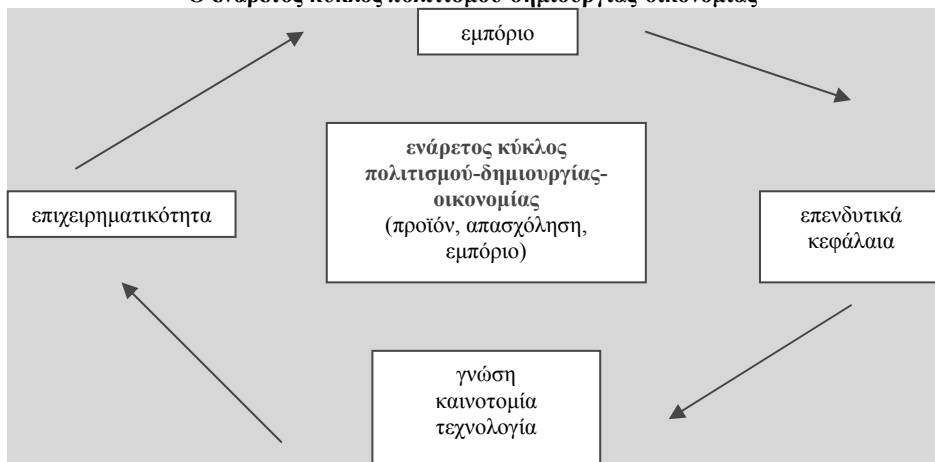
*Πέμπτον*, στη θέσπιση και αξιόπιστη εφαρμογή του ρυθμιστικού/κανονιστικού πλαισίου λειτουργίας της νέας οικονομίας (νομική προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων, ίση φορολογική μεταχείριση, ρύθμιση των σχέσεων εργασίας, ενίσχυση του ανταγωνισμού).

---

<sup>59</sup> Αυτές οι πρακτικές προτάσεις εργασίας βρίσκονται σε πλήρη αρμονία και συμπληρώνουν τη συγκεκριμένη πρόταση του αρμόδιου υπουργείου για μια νέα πολιτιστική πολιτική (Μάρτιος 2012). [http://drasis.culture.gr/images/anakoynoseis/gia\\_mia\\_nea\\_politistik\\_i\\_politiki.pdf](http://drasis.culture.gr/images/anakoynoseis/gia_mia_nea_politistik_i_politiki.pdf).



**Σχήμα 5**  
**Ο ενάρετος κύκλος πολιτισμού-δημιουργίας-οικονομίας**



Ενδεικτικά, προτείνουμε **έντεκα δράσεις πολιτικής**:

1. **Φορολογική μεταχείριση.** Μπορεί η φορολογική πολιτική να προάγει την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη; Εάν η απάντηση στο ερώτημα είναι καταφατική, τότε οι φόροι αποτελούν εργαλείο προώθησης του πολιτισμού και της δημιουργίας. Συνήθως, αν και εσφαλμένη, είναι η άποψη ότι τα προϊόντα πολιτισμού και δημιουργίας αποτελούν αγαθά πολυτελείας και ως τέτοια θα πρέπει να φορολογούνται με υψηλούς συντελεστές. Η σημερινή διάρθρωση των συντελεστών του ΦΠΑ θα πρέπει να επανεξεταστεί με βάση την αρχή ότι παρόμοια αγαθά θα πρέπει να υπόκεινται στον ίδιο φορολογικό συντελεστή.<sup>60</sup> Άλλο ένα θέμα είναι η επιβάρυνση από τη διπλή φορολόγηση σε προϊόντα διεθνούς συμπαράγωγής, καθώς και το θέμα των φορολογικών εκπτώσεων (tax rebates). Κρίσιμης σημασίας επίσης ζήτημα είναι η εισφορά 1,5% επί των ετήσιων διαφημιστικών εσόδων όλων των ιδιωτικών εταιριών τηλεοπτικών σταθμών για την παραγωγή ή τη συμπαράγωγή ελληνικών κινηματογραφικών έργων. Αν και το εργαλείο αυτό προσδιορίστηκε νομοθετικά ήδη από το 1989 (βλ. το νόμο 1866/89) με σκοπό την οικονομική ενίσχυση του ελληνικού κινηματογράφου, ουδέποτε υλοποιήθηκε, λόγω των περίπλοκων γραφειοκρατικών

<sup>60</sup> Αναφέρουμε ως παράδειγμα τη διαφορετική φορολογική μεταχείριση του θεάτρου και της μουσικής. Το θέατρο υπόκειται στο μειωμένο συντελεστή ΦΠΑ 6,5% επί του εισιτηρίου, ενώ η μουσική στο συντελεστή 13%. Εάν σε αυτόν προσθέσουμε το φόρο 7% υπέρ της ΑΕΠΠ, της εταιρίας δηλ. που διαχειρίζεται τα πνευματικά δικαιώματα των μουσικών καλλιτεχνών, καθώς και τον ειδικό φόρο επί των θεαμάτων με συντελεστή 5% επί του μικτού κέρδους κάθε συναυλίας στην περιφέρεια της Αττικής και Θεσσαλονίκης (γνωστού ως φόρου του 1950 για τις άπορες κορασίδες), το μουσικό προϊόν επιβαρύνεται δυσανάλογα με συνολικό συντελεστή 25% σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη και 20% στην επαρχία. Εάν προσθέσουμε και το φόρο 15% επί του κύκλου εργασιών για τη χρήση αθλητικών εγκαταστάσεων, τότε η συνολική φορολογική επιβάρυνση για τα μουσικά προϊόντα ανέρχεται σε 35% ή 40%.

διαδικασιών και ελέγχων που προέβλεπε το συγκεκριμένο νομοθετικό πλαίσιο και κυρίως εξαιτίας της μη πρόβλεψης κυρώσεων (penalties) στην εταιρία που αρνείται, αποφεύγει ή αναβάλλει την καταβολή της εισφοράς.<sup>61</sup> Το νομικό πλαίσιο μόλις πρόσφατα τροποποιήθηκε και βελτιώθηκε με το νόμο 3905/2010 για την ενίσχυση και ανάπτυξη του ελληνικού κινηματογράφου, με τον οποίο διευκρινίστηκαν και απλοποιήθηκαν οι διαδικασίες υπολογισμού του ύψους του ειδικού φόρου και του τρόπου είσπραξής του και, το κυριότερο, προβλέφθηκε η επιβολή προστίμων.<sup>62</sup>

2. *Εκπαίδευση.* Άμεση είναι η ανάγκη επαναπροσδιορισμού της εκπαίδευσης τόσο στο σκέλος της διά βίου μάθησης και κατάρτισης όσο και στο σκέλος της εγκύκλιας βασικής εκπαίδευσης. Σύμφωνα με το μανιφέστο για την καινοτομία στην Ευρώπη (2009), «... η εκπαίδευση πρέπει να προετοιμάζει τους πολίτες για την κοινωνία της μάθησης». Η Ελλάδα ωστόσο υστερεί από αυτή την άποψη, διότι: (i) η σύνδεση της εκπαίδευσης και των επιχειρήσεων είναι ατελής έως ανύπαρκτη, με αποτέλεσμα την ατελή καλλιέργεια της «δημιουργικής επιχειρηματικότητας», (ii) η εγκύκλια πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση είναι αποξενωμένη από την καλλιέργεια των δημιουργικών κλίσεων και των ταλέντων του μαθητή, (iii) η διδασκαλία αντικειμένων που εμπεριέχονται στους κλάδους του πολιτισμού και της δημιουργίας είναι εμφανώς απύσχα από τα σχολικά προγράμματα, (iv) η ανάπτυξη των γνώσεων πληροφορικής και τεχνολογίας είναι ατελής όχι μόνο στην εγκύκλια εκπαίδευση, αλλά και στους σπουδαστές καλών τεχνών και σχεδίου, (v) η πρακτική εξάσκηση μέσω του θεσμού της μαθητείας και η διενέργεια σεμιναρίων είναι είτε απύσχα είτε ατελής, (vi) η πρωτοβουλία διοργάνωσης διαγωνισμών και θέσπισης βραβείων αριστείας (awards of excellence) για νέα ταλέντα και νέους επιχειρηματίες είναι μικρής κλίμακας και εξαιρετικά περιορισμένη<sup>63</sup> και (vii) η πρωτοβουλία για την εξοικείωση των καλλιτεχνών και δημιουργών με θέματα επιχειρηματικότητας και τεχνολογίας είναι επίσης ελλιπής. Μπορούμε να διδαχθούμε από τα επιτυχημένα παραδείγματα της Μεγάλης Βρετανίας και της Νορβηγίας. Το ευρέως γνωστό βρετανικό πρόγραμμα Creative Partnerships, που εφαρμόζεται από το 2002 με συμμετοχή άνω του 1 εκατομμυρίου μαθητών, φέρνει σε άμεση επαφή και συνεργασία μέσα στο χώρο του σχολείου το δάσκαλο και το μαθητή με τους επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά στον τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας. Το νορβηγικό πρόγραμμα εξάλλου, γνωστό ως The Culture Backpack, εφαρμόζεται στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια

---

<sup>61</sup> Βλ. Κουράκης (2010).

<sup>62</sup> Η δημόσια τηλεόραση, οι εταιρίες συνδρομητικής τηλεόρασης και οι εταιρίες παροχής τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών και νέων τεχνολογιών υποχρεούνται να συνεισφέρουν το 1,5% του ετήσιου κύκλου εργασιών τους. Τα έσοδα από τον ειδικό φόρο διατίθενται κατά 80% στο ΕΚΚ και κατά 20% στο Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού. Μέχρι το μισό του συνολικού ποσού της εισφοράς από τη δημόσια και ιδιωτική τηλεόραση μπορεί να διατεθεί στο ΕΚΚ ως διαφημιστικός χρόνος προβολής των ελληνικών ταινιών.

<sup>63</sup> Αναφέρονται ενδεικτικά η πρόσφατη συνεργασία Google και ΣΕΒ για την υποστήριξη της νεανικής επιχειρηματικότητας με την παροχή τεχνολογίας, καθώς και του Υπουργείου Ανάπτυξης και της Eurobank με την καθιέρωση του θεσμού των βραβείων καινοτομίας.

εκπαίδευση με σκοπό τη διεύρυνση των πολιτιστικών οριζόντων προφίλ του μαθητή.

3. *Εναρξη ενός «διαρθρωμένου» διαλόγου στο πλαίσιο του Διυπουργικού Παρατηρητηρίου με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς* (κρατικούς, ιδιωτικούς, οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών, τοπικούς φορείς και οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης, εμπορικούς συλλόγους και επαγγελματικές ενώσεις) για τη δημιουργία ενός δικτύου εδραίωσης σχέσεων επικοινωνίας, προγραμματισμού και συντονισμού δράσεων. Η *Πύλη Πολιτιστικών Φορέων* του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού, που λειτουργεί ήδη από τα μέσα του 2010, θα μπορούσε να αναβαθμιστεί και να αποτελέσει το τεχνικό εργαλείο διεξαγωγής αυτού του διαλόγου. Η αποστολή και η επεξεργασία ερωτηματολογίου και οι συνομιλίες με τους φορείς θα μπορούσαν να αποτελέσουν την πρακτική διαδικασία για το σχηματισμό αυτού του δικτύου. Η δημιουργία του συνεργατικού αυτού σχηματισμού εξαρτάται από τη δημόσια παρέμβαση τουλάχιστον σε αρχικό στάδιο. Η δημόσια πρωτοβουλία θα πρέπει επομένως να αναπτυχθεί από ανθρώπους με εμπειρία στον τομέα και με κριτήριο τη διαφάνεια στην επιλογή. Ο συνεργατικός αυτός σχηματισμός θα πρέπει να αναλάβει την πρωτοβουλία του σχεδιασμού μιας ολοκληρωμένης και συγκροτημένης στρατηγικής για την ανάπτυξη του τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας. Για την επίτευξη του πρωταρχικού αυτού σκοπού θα πρέπει να προχωρήσει, με βάση την εμπειρία άλλων χωρών, προσαρμοσμένη όμως στις ανάγκες και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ελληνικής οικονομίας, *πρώτον*, στην εκπόνηση μιας άσκησης χαρτογράφησης και παρακολούθησης του τομέα (mapping exercise). Η άσκηση αυτή, που θα αναθεωρείται σε τακτά χρονικά διαστήματα, θα πρέπει να αξιοποιεί τη διαθέσιμη εμπειρία των ανθρώπων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά στον τομέα (evidence-based argument). *Δεύτερον*, στη συλλογή και επεξεργασία κάθε είδους πληροφόρησης και στην κατάρτιση μιας αξιόπιστης στατιστικής βάσης ποσοτικών δεδομένων για το προφίλ, το μέγεθος και τη συμβολή του τομέα. Η διαδικασία αυτή θα πρέπει να είναι συνεχής. Και τούτο γιατί η διαρκής αναθεώρηση της στατιστικής βάσης και η περιοδική δημοσίευσή της συμβάλλουν στην καλύτερη γνωριμία της οικονομικής και πολιτικής ηγεσίας με τον τομέα αυτό, ώστε να καταστεί ευδιάκριτη η σημασία του για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Για την εκπόνησή της απαραίτητη είναι η συνεργασία με την Ελληνική Στατιστική Αρχή, καθώς και με εξειδικευμένους ερευνητές και μελετητές προερχόμενους είτε από την επιχειρηματική κοινότητα είτε από αξιόπιστους ερευνητικούς οργανισμούς που διαθέτουν την απαραίτητη τεχνογνωσία και εμπειρία. *Τρίτον*, στη θέσπιση ευκρινών και αξιοκρατικών κριτηρίων τόσο στην κατάρτιση του προγράμματος των δράσεων των φορέων όσο και στη σύνταξη των προϋπολογισμών των δράσεων αυτών. Αν και τα ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια κυριαρχούν, δεν θα πρέπει οι προϋπολογισμοί να εστιάζουν αυστηρά και μόνο στο επιχειρηματικό κέρδος, αλλά και στη χρησιμότητα για το κοινωνικό σύνολο. Με άλλα λόγια, κυρίαρχο κριτήριο θα πρέπει να είναι ο συνδυασμός της εμπορικότητας και της ποιότητας. *Τέταρτον*, στην επιβολή της υποχρέωσης οικονομικού ελέγχου και σύνταξης απολογιστικής

έκθεσης όλων των δράσεων. Ο εκ των υστέρων έλεγχος (ex post performance) και απολογισμός αποτελούν ικανές και αναγκαίες προϋποθέσεις για την επιτυχή διενέργεια της άσκησης της στατιστικής απεικόνισης.

4. *Αγορά εργασίας.* Απαραίτητη είναι η αναγνώριση των επαγγελματικών κατηγοριών με τη δημιουργία ενός μητρώου δημιουργών και με τη θέσπιση κατάλληλης νομοθεσίας για τη ρύθμιση των σχέσεων εργαζομένου-εργοδότη. Η απουσία ειδικής αναγνώρισης των επαγγελματικών κατηγοριών και οι άτυπες και χαλαρές σχέσεις εργασίας, με τη μορφή κυρίως βραχυπρόθεσμων συμβάσεων έργου, η απουσία ενός πλέγματος κοινωνικής ασφάλισης και η ατελής προστασία των πολύ βραχυπρόθεσμων συμβάσεων οδηγούν σε υψηλό ποσοστό ανεργίας και μεγάλη διάρκεια αναζήτησης νέας απασχόλησης. Έμφαση θα πρέπει να δοθεί επίσης στην άρση των εμποδίων τόσο στη διατομεακή και διεθνή κινητικότητα των καλλιτεχνών-δημιουργών όσο και στην είσοδο νέων δημιουργών. Η εθνική και η διεθνής αγορά εργασίας παραμένουν κλειστές και συντεχνιακές και χαρακτηρίζονται από διοικητικά εμπόδια που συνδέονται με τη διαφορετική νομοθεσία μεταξύ των κρατών, αλλά και μεταξύ των τομέων στην ίδια χώρα.
5. *Ρυθμιστικό/κανονιστικό πλαίσιο.* Βελτίωση, ενίσχυση και εκσυγχρονισμός της υφιστάμενης νομοθεσίας για μια ρεαλιστική προστασία των δημιουργικών δραστηριοτήτων με τη μορφή του δικαιώματος ευρεσιτεχνίας (patent), του βιομηχανικού σχεδίου (industrial design), της ονομασίας προέλευσης (appellation of origin) ή του εμπορικού σήματος (trademark). Κρίσιμα ζητήματα, άμεσα συνυφασμένα με την εισαγωγή ενός κανονιστικού πλαισίου, είναι η αποτίμηση της αξίας της πνευματικής ιδιοκτησίας σε οικονομικούς (χρηματικούς) όρους, η διανομή κερδών και η αντιμετώπιση της πειρατείας. Η εξέλιξη των πολυμέσων στην επικοινωνία και η ψηφιοποίηση δημιούργησαν μια νέα μορφή «ανοικτής» αγοράς παραγωγής και διανομής, με αποτέλεσμα να γίνει ιδιαίτερα περίπλοκη η συνεννόηση μεταξύ δημιουργών, καλλιτεχνών, επιχειρηματιών και κυβερνήσεων για την προστασία και τη διανομή των δικαιωμάτων. Με άλλα λόγια, η τεχνολογία, με τη συνεχή ανάπτυξη νέων καινοτομιών και εφαρμογών αφενός διευκολύνει τον δημιουργό, αφετέρου όμως δυσχεραίνει σημαντικά την εφαρμογή ενός νομικού πλαισίου για την προστασία των δημιουργών και του προϊόντος τους.<sup>64</sup> Μέσω της πειρατείας, η τοπική αγορά πλημμυρίζει από ευκόλως και ελεύθερα αντιγραφόμενα ξένα προϊόντα δίχως ονομασία προέλευσης και ιδιαίτερη πολιτιστική φυσιογνωμία, με κίνδυνο η τοπική οικονομία να απολέσει το συγκριτικό της πλεονέκτημα και η κοινωνία να χάσει την πολιτιστική της ταυτότητα, με δυσμενείς επιπτώσεις για τη βιωσιμότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων του κλάδου.
6. *Άρση του περιοριστικού πλαισίου για την ανάπτυξη διεθνών συμπράξεων-συμπαγωγών.* Ανάλυση πρωτοβουλίας διοργάνωσης περιοδικών εκδηλώσεων για την παρουσίαση των ελληνικών προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας στο

---

<sup>64</sup> Έχει υπολογιστεί (TERA 2010) ότι μόνο το 2008 η πειρατεία/απομίμηση προϊόντων του τομέα πολιτισμού και δημιουργίας (λογισμικό, κινηματογράφος, μουσική, τηλεοπτικές παραγωγές) επέφερε στην ΕΕ απώλειες φορολογικών εσόδων 10 δισεκ. ευρώ και 185 χιλ. θέσεων εργασίας.

εξωτερικό. Τον ίδιο σκοπό εξυπηρετεί και η διαδικτυακή τους παρουσίαση. Ενδεικτικά αναφέρεται η επιτυχημένη και μόνιμη πλέον ετήσια παρουσία του ελληνικού κινηματογράφου στο Λονδίνο.<sup>65</sup>

7. *Μέτρα ενίσχυσης του ανταγωνισμού*, ιδιαίτερα σε εκείνους τους κλάδους του τομέα που χαρακτηρίζονται από ολιγοπωλιακή διάρθρωση.
8. *Δημιουργία φυσικών χώρων παραγωγής και έκθεσης*. Οι πολλοί, μικροί και γεωγραφικά διασκορπισμένοι δημιουργοί-παραγωγοί ωφελούνται από τη φυσική τους εγκατάσταση σε μεγάλο χώρο εργασίας στον οποίο συγκεντρώνεται μεγάλος αριθμός παραγωγών και αγοραστών.<sup>66</sup> Εγκαταλελειμμένα βιομηχανικά κτίρια ή εγκαταλελειμμένοι δημόσιοι χώροι και παρακμασμένες υποδομές θα μπορούσαν να αναδειχθούν σε δυναμικούς χώρους έκφρασης νέων ιδεών, παραγωγής νέων προϊόντων, αλλά και εκπαίδευσης και επαγγελματικής κατάρτισης. Τα αποτελέσματα διάχυσης των ευεργετικών επιδράσεων αυτών των εδαφικών συγκεντρώσεων στον τουρισμό, στην οικονομική ανάπτυξη μειονεκτικών και φτωχών περιοχών, στην ανάπτυξη των αστικών κέντρων αλλά και των περιφερειών είναι πολλά και ευδιάκριτα. Αναφέρουμε εδώ παραδείγματα από τη διεθνή εμπειρία, όπως η περίπτωση της πόλης Μεντεγίν (Medellin) της Κολομβίας, όπου η ενθάρρυνση των νέων προς τη δημιουργική απασχόληση και παραγωγή βοήθησε την απομάκρυνσή τους από παράνομες και εγκληματικές δραστηριότητες. Άλλο παράδειγμα είναι η περίπτωση της Απουλίας και της Βαλένθια, όπου εγκαταλελειμμένα κτίρια ανακαινίστηκαν και εξοπλίστηκαν κατάλληλα προκειμένου να γίνουν κέντρα πολιτισμού και δημιουργικότητας των νέων, συμβάλλοντας έτσι όχι μόνο στην εκπαίδευση και κατάρτισή τους, αλλά και στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών. Από την ελληνική εμπειρία αναφέρουμε ως παράδειγμα το Γκάζι, μια πρώην βιομηχανική περιοχή στο κέντρο της Αθήνας που τα τελευταία χρόνια, κατόπιν κατάλληλης παρέμβασης, αξιοποιήθηκε ως χώρος μεγάλης πολιτιστικής και ψυχαγωγικής δραστηριότητας.<sup>67</sup>
9. *Μορφές και τρόποι χρηματοδότησης*. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα δεν είναι εξοικειωμένα να αξιολογούν «πειραματικά», «πρωτότυπα», «έξυπνα» και «δημιουργικά» επενδυτικά σχέδια που ζητούν χρηματοδότηση. Υπολογίζεται (European Commission 2013) ότι τα επόμενα επτά έτη το χρηματοδοτικό κενό από την μη εύκολη πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό θα ανέλθει στην ΕΕ-28 σε 13,4 δισεκ. ευρώ. Από την άλλη πλευρά όμως, ούτε και οι δημιουργοί-παραγωγοί ή οι καλλιτέχνες, που στην πλειονότητά τους είναι μεμονωμένες και πολύ μικρές οικονομικές μονάδες, διαθέτουν την κατάλληλη τεχνογνωσία για την κατάρτιση οικονομικά βιώσιμων επενδυτικών-επιχειρηματικών σχεδίων. Ανασταλτικά λειτουργεί το γεγονός ότι δεν υπάρχει η αντίληψη της «δημιουργικής» επιχειρηματικότητας, ενώ επίσης ελλείπουν τόσο οι ειδικοί που θα συντάξουν ή θα αξιολογήσουν τέτοια σχέδια όσο και σαφείς κατευθυντήριες

---

<sup>65</sup> Για το 2013, 6ο Ετήσιο Φεστιβάλ Ελληνικού Κινηματογράφου, Westbourne Studios, Λονδίνο, 7-18 Οκτωβρίου 2013.

<sup>66</sup> Virtual Reality and Multimedia Parks, Computer Media Centres, Business Centers.

<sup>67</sup> Βλ. Γκόνη και Δέφνερ (2011).

οδηγίες που θα διέπουν την κατάρτιση αυτών των σχεδίων, καθώς και τη διακρίβωση της οικονομικής τους σκοπιμότητας. Η εκπαίδευση αξιολογητών και ο καθορισμός σαφών οδηγιών σύνταξης επιχειρηματικών σχεδίων αποτελεί ικανή και αναγκαία συνθήκη για την άντληση ιδιωτικής χρηματοδότησης. Το τέλος της επιδοματικής πολιτικής και των πάσης φύσεως κρατικών επιχορηγήσεων, αλλά και η έλλειψη χρηματοδότησης από τις τράπεζες οδήγησαν τα τελευταία χρόνια στην αναζήτηση νέων χρηματοδοτικών σχημάτων που βασίζονται στην έννοια της επιχειρηματικότητας, όπως είναι (α) ο θεσμός της ιδιωτικής πολιτιστικής χορηγίας,<sup>68</sup> (β) το πρόγραμμα «Δημιουργική Ευρώπη 2014-2020» με το υποπρόγραμμα «Πολιτισμός» και «Media»,<sup>69</sup> (γ) οι εταιρίες επιχειρηματικών συμμετοχών και κεφαλαίων (venture capital) και οι εταιρίες ιδιωτικών επενδυτικών κεφαλαίων (private equity funds),<sup>70</sup> (δ) η χρηματοδότηση από το κοινό (crowdfunding)<sup>71</sup> και ο «συγγενής» θεσμός Peer-to-Peer Lending<sup>72</sup> και (ε)

---

<sup>68</sup> Η πολιτιστική χορηγία (βλ. ν. 3525/07) είναι ένας θεσμός της ελληνικής πολιτείας που αποσκοπεί στη χρηματοδότηση πολιτιστικών δράσεων δημόσιων και ιδιωτικών φορέων από πόρους προερχόμενους αποκλειστικά από τον ιδιωτικό τομέα. Πρόκειται για έκφραση αυτού που ονομάζουμε εταιρική κοινωνική ευθύνη. Μέσω της χορηγίας οι επιχειρήσεις αποσκοπούν στην ανάδειξη και αντιμετώπιση κοινωνικών, περιβαλλοντικών και πολιτιστικών θεμάτων, καθώς και στην προβολή της εικόνας τους. Ωστόσο, ο θεσμός αυτός δεν προχώρησε στην πράξη. Το κυριότερο μειονέκτημα είναι η αδυναμία του νομοθετικού πλαισίου να ορίσει με ευκρίνετα τα ανταποδοτικά οφέλη του χορηγού που θα προσδιορίσουν ισχυρά κίνητρα για χορηγίες.

<sup>69</sup> Με προϋπολογισμό αυξημένο κατά 9% (1,46 δισεκ. ευρώ), το νέο πρόγραμμα, που τίθεται σε ισχύ από τον Ιανουάριο του 2014 ως συνέχεια του προγράμματος «Πολιτισμός 2007-2013», θα χρηματοδοτήσει τουλάχιστον 250 χιλιάδες καλλιτέχνες και επαγγελματίες του πολιτιστικού χώρου, 2.000 κινηματογραφικές αίθουσες, 800 ταινίες και 4.500 μεταφράσεις βιβλίων. Θα δημιουργήσει επίσης ένα νέο χρηματοδοτικό μηχανισμό έως και 750 εκατ. ευρώ, που θα δώσει τη δυνατότητα σε μικρές επιχειρήσεις του τομέα πολιτισμού και δημιουργίας να έχουν πρόσβαση σε τραπεζικό δανεισμό. <https://www.facebook.com/CreativeEuropeEU/info?ref=ts>.

<sup>70</sup> Οι εταιρίες αυτές, καταβάλλοντας ένα σημαντικό χρηματικό κεφάλαιο για την υλοποίηση μιας καλλιτεχνικής και δημιουργικής ιδέας, αναλαμβάνουν ταυτόχρονα όλους τους κινδύνους της επένδυσης και επομένως μπορούν να λειτουργήσουν ως ενδιάμεσοι κρίκοι κινητοποίησης κεφαλαίων και επενδυτών και προώθησης της καλλιτεχνικής και δημιουργικής επιχειρηματικότητας.

<sup>71</sup> Βλ. Röthler and Wenzlaff (2011). Αποτελεί μια από τις πιο επιτυχημένες και ταχύτα αναρχόμενες μεθόδους χρηματοδότησης νέων ιδεών παγκοσμίως, σύμφωνα με την οποία ο δημιουργός απευθύνεται άμεσα στον κόσμο για τη χρηματοδότηση της ιδέας του. Τα οφέλη είναι πολλαπλά. Όχι μόνο ο δημιουργός εξασφαλίζει χρήματα, αλλά και σχηματίζεται μια κοινωνία ανθρώπων που μέσω της χρηματοδότησης συμπεριφέρονται έναν κοινό στόχο και γίνονται ενεργοί συνδημιουργοί και όχι παθητικοί δέκτες του έργου τέχνης. Η διαδικτυακή πλατφόρμα αυτοχρηματοδότησης μπορεί να γίνει ένα χρήσιμο εργαλείο έρευνας αγοράς για το συγκεκριμένο έργο τέχνης. Βλ. *The Economist*, “Equity crowdfunding: Cream of Devon” (2 Νοεμβρίου 2013), και *Financial Times*, “Investors rush to be a part of the crowd” (1 Σεπτεμβρίου 2013). Στην Ελλάδα, αν και αυτός ο τρόπος χρηματοδότησης δεν είναι ακόμη ιδιαίτερα γνωστός, λειτουργεί με επιτυχία η πρώτη ελληνική διαδικτυακή πλατφόρμα αυτοχρηματοδότησης <http://www.groopio.com/>

<sup>72</sup> Ο θεσμός Peer-to-Peer Lending (P2P Lending) αποτελεί μια νέα μορφή χρηματοδότησης και ηλεκτρονικής τραπεζικής που σημειώνει μεγάλη ανάπτυξη στις ΗΠΑ και τη Βόρεια Ευρώπη. Στην Ελλάδα είναι παντελώς άγνωστη, με εξαίρεση την ιδιωτική εταιρία PROFILE, που ειδικεύεται στην ανάπτυξη χρηματοοικονομικού λογισμικού. Λειτουργεί μέσω μιας εποπτευόμενης από τις κανονιστικές αρχές διαδικτυακής πλατφόρμας, όπου η ζήτηση συναντά την προσφορά. Άτομα και επιχειρήσεις εξασφαλίζουν έντοκο δανεισμό προσεγγίζοντας απευθείας άλλους ιδιώτες, αποταμιευτές και επενδυτές μέσω της πλατφόρμας, η οποία λειτουργεί συμπληρωματικά προς τα παραδοσιακά τραπεζικά σχήματα. Τα οφέλη είναι πολλαπλά. Ο επενδυτής εξασφαλίζει μεγαλύτερη απόδοση σε σχέση με την απόδοση ενός

το νέο ΕΣΠΑ (2014-2020) με έμφαση στην τεχνολογία, την καινοτομία και τη νεανική επιχειρηματικότητα.

10. *Επαναπροσδιορισμός της εξαγωγικής πολιτικής.* Η διεθνής αλλά και η ελληνική έως τώρα εμπειρία επιβεβαιώνουν τον εξωστρεφή χαρακτήρα της οικονομίας του πολιτισμού και της δημιουργίας. Δεδομένου του πολύ μικρού μεγέθους της εγχώριας αγοράς και των θετικών επιδράσεων της στο εξαγωγικό εμπόριο και στην προσέλκυση ξένων επιχειρηματικών κεφαλαίων, η εθνική εξαγωγική στρατηγική θα πρέπει να αναπροσανατολιστεί ώστε να συμπεριλάβει τη νέα αυτή οικονομία με άξονες: Πρώτον, την προτεραιότητα που θα πρέπει να δοθεί στην κατοχύρωση της ονομασίας προέλευσης και του εμπορικού σήματος και την τήρηση προδιαγραφών υψηλής ποιότητας. Ως παράδειγμα αναφέρουμε την ανάδυση της ξεχασμένης επωνυμίας «Ελληνικός Κινηματογράφος», την «Καμεράτα – Ορχήστρα των Φίλων της Μουσικής», γνωστή στο εξωτερικό ως Armonia Atenea,<sup>73</sup> την «Εθνική Λυρική Σκηνή», γνωστή ως National Greek Opera, καθώς και το «Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος».<sup>74</sup> Δεύτερον, τη διευκόλυνση των εξαγωγών με την απλοποίηση της εξαγωγικής διαδικασίας σε θέματα καθημερινής δραστηριότητας όπως εκτελωνισμός, επιθεώρηση, γραφειοκρατία. Και τρίτον, την καταβολή προσπάθειας ώστε μια μεγάλη πόλη να αναγνωριστεί ως διεθνής ή περιφερειακός κόμβος πολιτισμού και δημιουργίας, αξιοποιώντας τη γεωγραφική και πολιτιστική εγγύτητα της χώρας με την υπόλοιπη Ευρώπη.
11. *Σύνδεση του πολιτισμού και της δημιουργίας με το τουριστικό προϊόν* με στόχο τον καλύτερο συντονισμό των εμπλεκόμενων φορέων και την έγκαιρη ανακοίνωση των πολιτιστικών δράσεων της προσεχούς τουριστικής περιόδου. Μέχρι σήμερα, η ανακοίνωση των πολιτιστικών προγραμμάτων (θέατρο, μουσική, χορός, εικαστικά κ.λπ.) γίνεται κατά κανόνα τόσο αργά ώστε οι τουριστικοί πράκτορες δεν μπορούν να τα προσφέρουν στο πλαίσιο των πακέτων διακοπών που συμπίπτουν χρονικά με την περίοδο των πολιτιστικών προγραμμάτων (π.χ. Φεστιβάλ Επιδαύρου). Η ανακοίνωσή τους αρκετούς μήνες πριν από την έναρξή τους θα έδινε τη δυνατότητα στους τουριστικούς πράκτορες να παρέχουν εγκαίρως στους πελάτες τους όλες τις πληροφορίες που έχουν σχέση με τα πολιτιστικά δρώμενα της προσεχούς τουριστικής περιόδου, με τελικό αποτέλεσμα την ανάδειξη του πολιτιστικού τουρισμού σε σημαντική συνιστώσα του γενικού τουρισμού.

---

προθεσμιακού καταθετικού λογαριασμού και ο δανειζόμενος βρίσκει κεφάλαια, πολλές φορές μάλιστα με χαμηλότερο επιτόκιο, τα οποία δεν θα ήταν δυνατόν να τα βρει εξαιτίας της απομόχλευσης των εμπορικών τραπεζών, οι οποίες περιορίζουν σημαντικά τη χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

<sup>73</sup> Ένδειξη του εξωστρεφούς χαρακτήρα του ελληνικού πολιτισμού είναι η πρόσφατη διεθνής αναγνώριση της ελληνικής παραγωγής της όπερας *Alessandro* από την Καμεράτα. Κέρδισε το βραβείο για το καλύτερο CD όπερας στα Opera Awards 2013 και αναδείχθηκε πρώτη στην ψηφοφορία του διεθνούς εμβέλεια μουσικού καναλιού Mezzo (Δεκέμβριος 2013).

<sup>74</sup> Τόσο η Εθνική Λυρική Σκηνή όσο και το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος συγκαταλέγονται στα 11 σχήματα από όλο τον κόσμο που διακρίθηκαν στο διαγωνισμό 46th Canadian Architect 2013 Awards of Excellence για την προσφορά τους σε μια προσεκτική και ρεαλιστική παρέμβαση στην αστική και περιφερειακή ανάπτυξη.

## Βιβλιογραφία

- Altagamma Monitor Update (2012), May.
- ACE (2010), *Achieving Great Art for Everyone. A Strategic Framework for the Arts*, Arts Council England, November.
- Βλαντού, Α. (2011), “Ευρώπη 2020: Ο Πολιτισμός ως Παράγων Στήριξης της Κοινής Ευρωπαϊκής Πορείας”, *Νόμος και Φύση*, Ιανουάριος.
- British Council (2010), “Mapping the Creative Industries: A Toolkit”, *Creative and Cultural Economy Series/2*.
- Caves, R. (2000), *Creative Industries – Contracts between Art and Commerce*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Γκόνη, Κλ. και Α. Δέφνερ (2011), “Η μετατροπή πρώην βιομηχανικών περιοχών του κέντρου σε πολιτιστικές και ψυχαγωγικές περιοχές: Η περίπτωση του Γκαζιού στην Αθήνα”, εισήγηση στο 9ο Συνέδριο του Greek Section-RSAI, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Μάιος.
- DCMS (2001), *Creative Industries Mapping Document, Second Edition*, Department of Culture, Media and Sport, London, UK, April.
- DCMS (2011), *Creative Industries Economic Estimates, Full Statistical Release*, Department of Culture, Media and Sport, London, UK, December.
- DCMS (2013), *Classifying and Measuring the Creative Industries Consultation and Proposed Change*, Department of Culture, Media and Sport, London, UK, April.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2010), *Πράσινη Βίβλος. Απελευθέρωση του δυναμικού των κλάδων του πολιτισμού και της δημιουργικότητας*, COM(2010) 183 τελικό, 27 Απριλίου.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2011), *Πρόταση Κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη θέσπιση του προγράμματος “Δημιουργική Ευρώπη”*, COM(2011) 785 τελικό, 23 Νοεμβρίου.
- Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (2010), *Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής με θέμα “Πράσινη Βίβλος – Απελευθέρωση του δυναμικού των κλάδων του πολιτισμού και της δημιουργικότητας”*, CCMI/074, 21 Οκτωβρίου.
- Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (2013), *Γνωμοδότηση της Συμβουλευτικής Επιτροπής Βιομηχανικών Μεταλλαγών (CCMI) με θέμα: Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών “Ωθηση στους τομείς του πολιτισμού και της δημιουργίας για την οικονομική μεγέθυνση και την απασχόληση στην ΕΕ”*, CCMI/107, 17 Απριλίου.
- European Commission (2012a), *Attitudes of Europeans towards Tourism, Flash Eurobarometer 334*, Brussels, March.
- European Commission (2012b), *Commission Staff Working Document on Competitiveness of the European High-End Industries*, SWD(2012) 286 final, 26 September.



- European Commission (2013), *Survey on Access to Finance for Cultural and Creative Sectors*, Brussels, October.
- ESSnet-Culture, European Statistical System Network on Culture (2012), *Final Report*, Luxembourg, May.
- Flew, T. and S. Cunningham (2010), “Creative Industries after the First Decade of Debate”, *The Information Society*, Vol. 26 No 2, 113-123.
- Florida, R. (2002), *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, New York.
- Florida, R. (2005), “The Experiential Life” in Hartley, J. (ed.), *Creative Industries*, Blackwell Publishing, Malden, MA and Oxford, 133-145.
- Frontier Economics (2012), *The Value of the Cultural and Creative Industries to the European Economy*, June.
- Herrmann, B. and A. Kritikos (2013), “Growing Out of the Crisis: Hidden Assets to Greece’s Transition to an Innovative Economy”, IZA Discussion Paper No 7606, September.
- Higgs, P., Cunningham, S. and J. Pagan (2007), *Australia’s Creative Economy: Basic Evidence on Size, Growth, Income and Employment. Technical Report*, ARC Centre of Excellence for Creative Industries & Innovation, Brisbane, <http://eprints.qut.edu.au/archive/0008241/>.
- Howkins, J. (2005), “The Mayor’s Commission on the Creative Industries” in Hartley, J. (ed.), *Creative Industries*, Blackwell Publishing, Malden, MA and Oxford, 117-125.
- Jeffcutt, P. and A.C. Pratt (eds) (2009), *Creativity and Innovation in the Cultural Economy*, Routledge, London.
- Καραμπάτσου-Παχάκη, Κ. (2000), *Ο Πολιτισμός ως Κλάδος Οικονομικής Δραστηριότητας*, ΚΕΙΠΕ, Αθήνα.
- KEA (2006), *The Economy of Culture in Europe, A Study prepared for the European Commission Directorate-General for Education and Culture*, KEA European Affairs, Brussels, October.
- KEA (2010), *Promoting Investment in the Cultural and Creative Sectors: Financing Needs, Trends and Opportunities, Report prepared for ECCE Innovation – Nantes Métropole*, KEA European Affairs, Brussels, June.
- Khovanova-Rubicondo, K. (ed.) (2011), *Impact of European Cultural Routes on SMEs’ Innovation and Competitiveness*, Council of Europe Publishing, 10/2011, Strasbourg.
- Κουράκης, Ν. (2010), “Η προσέγγιση της Ρυθμιστικής Αρχής (ΕΣΡ) στο Ζήτημα της Χρηματοδότησης του Κινηματογράφου από τους Τηλεοπτικούς Σταθμούς”, *Δίκαιο Μέσων Ενημέρωσης και Επικοινωνίας (ΔΙΜΕΕ)*, 4, Οκτώβριος-Νοέμβριος-Δεκέμβριος.
- Kroeber, A. and C. Kluckhohn (1952), *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*, Vintage Books, New York.
- Κυριαζίδης, Θ. (2007), “Έπαναξιολόγηση του πολιτιστικού κεφαλαίου ως μέσου ανάπτυξης”, *Τετράδια Πολιτισμού*, 1, 99-116, Μάρτιος.
- Lee, N. (2010), *Growth Sector, Creative Spillovers or Urban Amenity? The Creative Industries and Urban Economic Growth in the UK* (mimeo).

- LEG-Culture (2000), "Cultural Statistics in the EU: Final Report", *Eurostat Working Paper no 3/2000/E/No 1*, Luxembourg.
- Levickaitė, R. (2011), "Four Approaches to the Creative Economy: General Overview", *Business, Management and Education*, Vol. 9 No 1, 81-92.
- Λουρή-Δενδρινού, Ε. (2007), "Ο Πολιτισμός στη Στρατηγική της Λισσαβόνας", *Τετράδια Πολιτισμού*, 1, 89-98, Μάρτιος.
- Mato, D. (2009), "All Industries are Cultural", *Cultural Studies*, Vol. 23 No 1, 70-87.
- McMaster, Sir B. (2008), *Supporting Excellence in the Arts. From Measurement to Judgement*, Department for Culture, Media and Sport (DCMS), London, January.
- McRobbie, A. (2005), "Clubs to Companies" in Hartley, J. (ed.), *Creative Industries*, Blackwell Publishing, Malden, MA and Oxford, 375-390.
- Miller, T. (2009), "From Creative to Cultural Industries", *Cultural Studies*, Vol. 23 No 1, 88-99.
- OECD (2013), *Education at a glance 2013, Greece country note and key fact table. Interactive country profile*, <http://www.oecd.org/greece/educationataglance2013-countrynotesandkeyfactables.htm>.
- Pembroke, B. (2013), *Creative Economy Programme 2013*, <http://creativeeconomy.britishcouncil.org> [April].
- Pine, B.J. II and J.H. Gilmore (1999), *The Experience Economy*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Porter, M. (2005), "Local Clusters in a Global Economy" in Hartley, J. (ed.) *Creative Industries*, Blackwell Publishing, Malden, MA and Oxford, 259-267.
- Power, D. (2009), "Culture, Creativity and Experience in Nordic and Scandinavian Cultural Policy", *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 15 No 4, 445-460.
- Power, D. (2011), "Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries", *Europa Innova Paper no 16*, European Cluster Observatory, Stockholm, European Commission - Enterprise and Industry, April.
- Power, D. and T. Nielsen (2010), "Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries", *Europa Innova Deliverable D9-1*, European Cluster Observatory Stockholm, European Commission - Enterprise and Industry, March.
- Power, D. and A. Scott (eds) (2004), *Cultural Industries and the Production of Culture*, Routledge, London.
- Reever, M. (2002), *Measuring the Economic and Social Impact of the arts: A Review*, UK, Arts Council England.
- Robinson, K. (2011), *Άλλη Λογική: Για μια Επανάσταση Δημιουργικότητας*, Εκδόσεις Εν Πλω, Αθήνα.
- Röthler, D. and K. Wenzlaff (2011), *Crowdfunding Schemes in Europe*, European Expert Network on Culture (EENC) Report, September.
- Söndermann, M., C. Backes, O. Arndt and D. Brünick (2009), *Final Report: Culture and Creative Industries in Germany. Defining the Common Characteristics of the Heterogeneous Core Branches of the "Cultural Industries" from a Macroeconomic Perspective*, Research Report No 577, Federal Ministry of Economics and Technology, Berlin.

- TERA Consultants (2010), *Building a Digital Economy: The Importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries*, Paris, March.
- Throsby, D. (2001), *Economics and Culture*, Cambridge University Press, Cambridge.
- UNCTAD (2010), *Creative Economy Report 2010. A Feasible Development Option*, United Nations.
- WIFO (2010) *European Competitiveness Report*, European Commission – DG Enterprise and Industry, Chapter 5, “Innovation and Competitiveness of the Creative Industries in the EU”, 163-191.
- ΥΠΠΟ (2010), 2ο Forum Δελφών, Πολιτιστικές Διαδρομές του Συμβουλίου της Ευρώπης, με θέμα: “Οι Ευρωπαϊκές Πολιτιστικές Διαδρομές ως Εργαλεία Προσέγγισης Πολιτισμών, Διαπολιτισμικού Διαλόγου, Αειφόρου Ανάπτυξης, Πολιτιστικού Τουρισμού και Ευρωπαϊκής Ολοκλήρωσης”, Δελφοί, 17-18 Απριλίου.

### I Οδεύοντας προς την Ευρώπη του 2020

Η αναθεωρημένη Στρατηγική της Λισσαβώνας (2000-2010) στόχευε στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της ΕΕ, με βασικές προτεραιότητες τη δημοσιονομική σταθερότητα, τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και την αύξηση της απασχόλησης και της παραγωγικότητας. Χαρακτηρίστηκε από πολλούς ως ένα περιεκτικό και συγκροτημένο πρόγραμμα, με σαφή στοχοθέτηση, που στο πλαίσιο της εφαρμογής του στην Ελλάδα έδωσε ιδιαίτερη έμφαση στην ποιοτική βελτίωση του τουριστικού προϊόντος.<sup>76</sup> Το 2010 έκλεισε ο κύκλος της Στρατηγικής της Λισσαβώνας, η οποία χάραξε επί μια δεκαετία το πλαίσιο διακυβέρνησης της ΕΕ και καθοδήγησε στρατηγικού χαρακτήρα μεταρρυθμίσεις. Όμως, η οικονομική κρίση το 2008 υπονόμωσε το όραμα της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης (ευδιάκριτο το χάσμα μεταξύ πλούσιου Βορρά και δοκιμαζόμενου από την ύφεση Νότου, μείωση του ΑΕΠ της ΕΕ-27, συρρίκνωση της βιομηχανικής παραγωγής, υψηλό ποσοστό ανεργίας, πίεση σε μισθούς και ημερομίσθια, αποεπένδυση), αποδυναμώνοντας τον κοινωνικό ιστό.

Με εφιαλτήριο τις νέες κατευθυντήριες γραμμές σε ένα αβέβαιο διεθνές περιβάλλον γεμάτο προκλήσεις, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεσμεύθηκε το Μάρτιο του 2010 για την εφαρμογή της νέας στρατηγικής «Ευρώπη 2020», προσβλέποντας στην ανάπτυξη της καινοτόμου δράσης και εστιάζοντας σε τρεις προτεραιότητες: *«έξυπνη, βιώσιμη ανάπτυξη, χωρίς αποκλεισμούς»*. Στόχος του εγχειρήματος είναι να αποκτήσει η Ευρώπη *«την πιο ανοιχτή, δυναμική οικονομία στον κόσμο, με σεβασμό στην κοινωνική συνοχή και την προστασία του περιβάλλοντος»*. Ο πολιτισμός μπορεί να δώσει ώθηση στην οικονομική ανάπτυξη, αλλά και να αποτελέσει συνδυαστικό κρίκο μεταξύ των λαών της Ευρώπης ώστε να ενισχυθεί η θέση και επιρροή της στη διεθνή σκηνή. Κυρίαρχο ρόλο κατέχει η καθιέρωση κριτηρίων αριστείας, η στρατηγική υποστήριξης των εξαγωγών, αλλά και η διεθνοποίηση των επιχειρήσεων πολιτιστικής και δημιουργικής παραγωγής. Με άλλα λόγια, η ΕΕ-28 καλείται να στηριχθεί στην ικανότητα παραγωγής πλούτου και στους ανοικτούς ορίζοντες της ευρωπαϊκής κουλτούρας, ώστε να στηρίξει *«την πολλαπλότητα μέσα στην ενότητα»*.<sup>77</sup> Η Επιτροπή των Περιφερειών της ΕΕ υπογραμμίζει τη σημασία της καλλιέργειας δημιουργικών δεξιοτήτων από μικρή ηλικία, ώστε η νέα γενιά να ωφεληθεί από τους σύγχρονους τρόπους πρόσβασης στον πολιτισμό και τη δημιουργία και να αντιμετωπίσει τις συνέπειες του «ψηφιακού χάσματος γνώσης».<sup>78</sup>

Για την υλοποίηση της στρατηγικής «Ευρώπη 2020», η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή προτείνει τη χάραξη ενός μεσομακροπρόθεσμου

<sup>75</sup> Το παράρτημα συντάχθηκε από την Πηνελόπη Τσαλαπόρτα.

<sup>76</sup> Βλ. Λουρή-Δενδρινού (2007). Στο πλαίσιο αυτό ανεγέρθη το 2003 και ξεκίνησε να λειτουργεί το 2009 το νέο Μουσείο της Ακρόπολης.

<sup>77</sup> Βλαντού (2011).

<sup>78</sup> Γνωμοδότηση EDUC-V-029: «Οι τομείς του πολιτισμού και της δημιουργίας για την οικονομική μεγέθυνση και την απασχόληση στην ΕΕ», Μάιος 2013, Επιτροπή των Περιφερειών, ΕΕ.

στρατηγικού σχεδίου δράσης, με ποσοτικούς στόχους σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, υπό την εποπτεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και με τελικό στόχο την οικονομική ανάκαμψη και τη δημιουργία νέων και βιώσιμων θέσεων εργασίας. Λαμβάνονται υπόψη οι ιδιαιτερότητες του τομέα πολιτισμού και δημιουργίας. Π.χ. η ταυτόχρονη παρουσία πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων (80% του συνόλου) και λίγων πολύ μεγάλων επιχειρήσεων (δεν υπερβαίνουν το 1%) δυσχεραίνει την πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης, την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων και την προώθηση νέων επιχειρηματικών προτύπων. Επιπλέον, ο τομέας χαρακτηρίζεται από υψηλό αριθμό αυτοαπασχολούμενων. Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat,<sup>79</sup> 25% των εργαζομένων στους κλάδους του πολιτισμού και της δημιουργίας τελούν σε καθεστώς προσωρινής απασχόλησης στην ΕΕ-27 (έναντι 19% στο σύνολο της οικονομίας), το δε ποσοστό των κατ' οίκον εργαζομένων είναι διπλάσιο του αντίστοιχου επί του συνόλου των εργαζομένων (26%). Προκλήσεις απορρέουν και από την ιδιαίτερα κατακερματισμένη αγορά, καθώς και από τη μετάλλαξη των διαδικασιών παραγωγής και διανομής (λόγω της ψηφιοποίησης), με συνέπεια την ταχεία απαξίωση δεξιοτήτων σε ένα περιβάλλον όπου η Ευρώπη καλείται να διαφυλάξει την πολιτιστική πολυμορφία και τον πλουραλισμό ως θεμελιώδεις αξίες και παράλληλα να κατοχυρώσει τα διεθνή διαπιστευτήρια της ενότητας, του κύρους και της πρωτοτυπίας.<sup>80</sup> Ο Πίνακας Π1 παρουσιάζει τις βασικές δράσεις του νέου πολυετούς δημοσιονομικού πλαισίου 2014-2020,<sup>81</sup> για το οποίο θα διατεθούν συνολικά 1,8 δισεκ. ευρώ.

Αναφορικά με τη στόχευση των πυλώνων «Ορίζοντας 2020» και «Συνδέοντας την Ευρώπη», επισημαίνεται ότι, ενώ η βιομηχανική παραγωγή έχει σταθεροποιηθεί, το μερίδιο της μεταποιητικής βιομηχανίας στο ΑΕΠ της ΕΕ μειώθηκε σε 15,1% το καλοκαίρι του 2013 από 15,5% πριν από ένα έτος. Ο συγκεκριμένος κλάδος έχει πληγεί επώδυνα από την κρίση, με συνέπεια την απώλεια 3,8 εκατομμυρίων θέσεων εργασίας από το 2008. Ειδικότερα, η μεταποιητική βιομηχανία διακρίνεται για τη σημαντική συνεισφορά της σε όρους παραγωγικότητας και αντιπροσωπεύει το 80% της καινοτομίας στον ιδιωτικό τομέα και τα 3/4 του συνόλου των εξαγωγών. Σύμφωνα με το Industrial Performance Scoreboard (2013)<sup>82</sup> της ΕΕ, τα κράτη-μέλη έχουν σημειώσει πρόοδο στην προώθηση της καινοτομίας και των εξαγωγών. Ωστόσο, η σύγκλιση των παραδοσιακά ανταγωνιστικών βιομηχανικών χωρών και των χωρών με μέτριες επιδόσεις έχει σχεδόν σταματήσει από το 2012. Επιπλέον, το κόστος της ενέργειας ακολουθεί αυξητικές τάσεις σε όλα σχεδόν τα κράτη-μέλη, καθιστώντας την Ευρώπη λιγότερο ελκυστικό προορισμό βιομηχανικών επενδύσεων.

---

<sup>79</sup> *Cultural Statistics*, Eurostat Pocketbook 2011.

<sup>80</sup> Γνωμοδότηση CCMI/107: «Ωθηση στους τομείς του πολιτισμού και της δημιουργίας για την οικονομική μεγέθυνση και την απασχόληση στην ΕΕ», Απρίλιος 2013, Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή.

<sup>81</sup> [http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/com537\\_el.pdf](http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/com537_el.pdf),  
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EL:PDF>.

<sup>82</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/monitoring-member-states/files/scoreboard-2013\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/monitoring-member-states/files/scoreboard-2013_en.pdf)

**Πίνακας ΠΙ Στρατηγική «Ευρώπη 2020» - Πολυετές δημοσιονομικό πλαίσιο 2014-2020**

<b>ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΡΑΣΗΣ</b>	<b>ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ</b>
<b>1. «Δημιουργική Ευρώπη»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Προώθηση της πολιτιστικής και γλωσσικής πολυμορφίας στην ΕΕ</li> <li>- Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των τομέων του πολιτισμού και της δημιουργίας μέσω της αναμόρφωσης του ρυθμιστικού πλαισίου (περιορισμός διοικητικών ή γραφειοκρατικών διατυπώσεων, υποστήριξη διασυνοριακής δικτύωσης, δραστηριότητες συμπράξεων και αλληλοδιδαχής)</li> <li>- Σύσταση μηχανισμών χρηματοδότησης μέσω των οποίων θα παρέχονται εγγυήσεις για τη διευκόλυνση χορήγησης τραπεζικών δανείων σε μικρές επιχειρήσεις και οργανισμούς</li> </ul>
<b>2. «Erasmus για όλους»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Υποστήριξη των επενδύσεων σε εκπαίδευση και κατάρτιση</li> <li>- Συμπράξεις ευρείας κλίμακας μεταξύ πανεπιστημίων, φορέων επαγγελματικής κατάρτισης και επιχειρήσεων</li> </ul>
<b>3. «Ταμεία πολιτικής για τη συνοχή»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Στήριξη των καινοτόμων επενδύσεων</li> <li>- Μεγιστοποίηση της συμβολής του πολιτισμού ως εργαλείου τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης, πολεοδομικής αναγέννησης, προστασίας και ενίσχυσης της πολιτιστικής κληρονομιάς</li> <li>- Ενδεικτικά, το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο θα εξακολουθήσει να υποστηρίζει την αναβάθμιση της αγροτικής κληρονομιάς, ιδίως μέσω του LEADER<sup>83</sup> (“Liaison Entre Actions de Développement de l’Économie Rurale”) – προγράμματος τοπικής ανάπτυξης που επιτρέπει σε τοπικούς φορείς να αναπτύσσουν μια περιοχή χρησιμοποιώντας το ενδογενές αναπτυξιακό δυναμικό της</li> </ul>
<b>4. «COSME»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων</li> <li>- Ενθάρρυνση υιοθέτησης νέων επιχειρηματικών μοντέλων</li> <li>- «Ευρωπαϊκά Βραβεία Αριστείας».</li> </ul>
<b>5. «Ορίζοντας 2020»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ενίσχυση των δραστηριοτήτων έρευνας και καινοτομίας</li> <li>- Υποστήριξη των τεχνολογικών εξελίξεων και αξιοποίηση του βιομηχανικού δυναμικού.</li> </ul>
<b>6. «Συνδέοντας την Ευρώπη»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Διευκόλυνση των δικτύων μεταφορών και ενέργειας</li> <li>- Προώθηση των ψηφιακών δικτύων</li> </ul>

<sup>83</sup> <http://www.ankoleader.gr/index.php/general/5-genika/5-general>.

Οι πρωτοβουλίες σε επίπεδο ΕΕ είναι εν γένει «ολιστικές», δηλ. προϋποθέτουν τη σύμπραξη μεταξύ διαφόρων τομέων (πολιτισμός, βιομηχανία, οικονομία, εκπαίδευση, τουρισμός, χωροταξία) και συνοδεύονται από ενδεδειγμένη έρευνα για την εξασφάλιση της αποτελεσματικότητας και της βιωσιμότητας, ώστε να συνεισφέρουν στην επίτευξη των στόχων της στρατηγικής «Ευρώπη 2020».<sup>84</sup>

### **1. Απασχόληση**

- Αύξηση του ποσοστού απασχόλησης της ηλικιακής κατηγορίας 20-64 ετών σε 75% έως το 2020 μέσω της ένταξης στην αγορά εργασίας περισσότερων γυναικών, νέων και νόμιμων μεταναστών.

### **2. Έρευνα και Ανάπτυξη**

- Αύξηση στο 3% του ΑΕΠ της ΕΕ των ιδιωτικών και δημόσιων επενδύσεων σε Έρευνα και Ανάπτυξη.
- Βελτίωση των συνθηκών για την ανάπτυξη της καινοτομίας (αύξηση του ρυθμού υλοποίησης του διαδικτύου υψηλής ταχύτητας για ταχύτερη και ευρύτερη διάδοση της γνώσης, ενίσχυση κάθε κρίκου της αλυσίδας καινοτομίας από τη βασική έρευνα έως την εμπορία). Ο στόχος που έχει τεθεί είναι αριθμητικά χαμηλότερος από τα αντίστοιχα μεγέθη της Ιαπωνίας (4%), όμως εναρμονίζεται με τα μεγέθη της Κίνας και των ΗΠΑ.

### **3. Κλιματική αλλαγή και ενεργειακή βιωσιμότητα**

- Μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου κατά 20% έως 30% σε σχέση με το 1990.
- Μείωση του κόστους παραγωγής στην Ευρώπη (ενέργεια και πρώτες ύλες). Εξασφάλιση του 20% της ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές και αύξηση κατά 20% της ενεργειακής απόδοσης.

### **4. Εκπαίδευση**

- Μείωση των ποσοστών πρόωρης εγκατάλειψης του σχολείου κάτω από 10% και εναρμόνιση των αποκτώμενων δεξιοτήτων με τις απαιτήσεις και τις προοπτικές της αγοράς εργασίας του 21ου αιώνα.
- Αύξηση του ποσοστού των Ευρωπαίων ηλικίας 25-34 ετών με πτυχίο πανεπιστημίου σε τουλάχιστον 40% (το αντίστοιχο ποσοστό στην Ιαπωνία υπερβαίνει το 50%, ενώ στις ΗΠΑ προσεγγίζει το 40%).

### **5. Καταπολέμηση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού**

- Μείωση τουλάχιστον κατά 20 εκατομμύρια των ατόμων που βρίσκονται ή κινδυνεύουν να βρεθούν σε κατάσταση φτώχειας και κοινωνικού αποκλεισμού.

---

<sup>84</sup> [http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/targets/index\\_el.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/targets/index_el.htm)  
[http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/state-of-the-union/2012/innovation\\_union\\_progress\\_at\\_country\\_level\\_2013.pdf](http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/state-of-the-union/2012/innovation_union_progress_at_country_level_2013.pdf)

## II Ευρώπη 2020: η ελληνική εμπειρία και εθνική στρατηγική

Οι στόχοι σε επίπεδο ΕΕ μετουσιώνονται σε συγκεκριμένους, μετρήσιμους εθνικούς στόχους, αντικατοπτρίζοντας τις ιδιαίτερες συνθήκες κάθε χώρας.<sup>85</sup> Το όραμα της μετάβασης σε μια οικονομία ανοιχτή, με εξαγωγικό προσανατολισμό και επενδύσεις, είναι καθοριστικής σημασίας για το παρόν και το μέλλον της ελληνικής οικονομίας. Στον Πίνακα Π2 αποτυπώνονται οι εθνικοί στόχοι της στρατηγικής «Ευρώπη 2020» για την Ελλάδα, η τρέχουσα κατάσταση και η διαχρονική τους εξέλιξη. Συμπληρωματικά, αξίζει να αναφέρουμε τις συνέργειες με τον τομέα του πολιτισμού και της δημιουργίας:

✓ Επίπεδο απασχόλησης: Κατά τη διάρκεια της περιόδου 2008-2012, ο αριθμός των απασχολουμένων μειώθηκε κατά 796.000 άτομα (ρυθμός μείωσης: 17,5%). Σαφώς εντονότερες πτωτικές τάσεις παρατηρούνται σε τομείς που έχουν πληγεί περισσότερο από την οικονομική ύφεση. Για παράδειγμα, ο αριθμός των απασχολουμένων στον τομέα του λιανικού εμπορίου μειώθηκε κατά 82.000, στη μεταποίηση κατά 55.800, στις κατασκευές κατά 43.400, ενώ στους τομείς επαγγελματικής εξειδίκευσης, ενέργειας και παροχής υπηρεσιών (τουρισμός) παρουσίασε αυξητικές τάσεις. Ο τομέας του πολιτισμού και της δημιουργίας εκτιμάται ότι έχει θετική επίδραση στην απασχόληση είτε άμεσα είτε έμμεσα, π.χ. μέσω της τουριστικής βιομηχανίας. Ο τουρισμός υποστήριξε 330.500 άμεσες θέσεις εργασίας το 2012 (8,8% του συνόλου της απασχόλησης) και αναμένεται να αποτελέσει το 10,5% του συνόλου της απασχόλησης έως το 2023.<sup>86</sup> Με τον τρόπο αυτό, ο τουρισμός μπορεί να δράσει ως μοχλός διάδοσης των προϊόντων του πολιτισμού και της δημιουργίας με στόχο την απόκτηση διεθνούς προσανατολισμού και εμβέλειας.

✓ Έρευνα και ανάπτυξη: Λόγω της δυσμενούς μακροοικονομικής συγκυρίας, ο στόχος της επένδυσης σε έρευνα και ανάπτυξη πρόκειται να αναθεωρηθεί προς τα κάτω, από την αρχική πρόβλεψη 2% στο 0,67% του ΑΕΠ, ποσοστό αρκετά χαμηλότερο του ευρωπαϊκού μέσου όρου (3%) αλλά και άλλων οικονομιών σε κρίση, όπως η Ισπανία (3%), η Πορτογαλία (3%) και η Ιρλανδία (2%). Σημαντικός παραμένει ο κίνδυνος απώλειας εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού (brain drain), που υπονομεύει την προσπάθεια μετάβασης σε μια οικονομία βασισμένη στη γνώση και την καινοτομία. Οι πυλώνες δράσης «Ορίζοντας 2020» και «COSME» στοχεύουν στην ενίσχυση της διεπιστημονικής συνεργασίας και στην ανάπτυξη διαύλων συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και πανεπιστημίων. Στο πλαίσιο της προώθησης της εξωστρέφειας των ελληνικών ερευνητικών ομάδων μέσω διασυνοριακών συμφωνιών έρευνας και ανάπτυξης, ήδη βρίσκονται σε εξέλιξη τρεις συμφωνίες: Ελλάδος-Ισραήλ (5 εκατ. ευρώ<sup>87</sup>), Ελλάδος-Κίνας (15 εκατ. ευρώ) και Ελλάδος-Γερμανίας (5 εκατ. ευρώ). Πολλαπλά είναι τα οφέλη που μπορεί να αποφέρει η ενίσχυση της εξωστρέφειας, ώστε η χώρα μας να παίξει καθοριστικό ρόλο στο

<sup>85</sup> [http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/targets\\_el.pdf](http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/targets_el.pdf)

<sup>86</sup> World Travel and Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2013, Greece.

<sup>87</sup> Προϋπολογισμένα ποσά.



πολιτιστικό γίνεσθαι της Νοτιοανατολικής Ευρώπης και να αποσπάσει μερίδια στις αναδυόμενες τουριστικές αγορές.

✓ Περιβάλλον και ανανεώσιμες πηγές ενέργειας: Οι δεσμεύσεις της Ελλάδος ως προς τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και τη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης εστιάζουν στη δημιουργία αποθέματος κτιρίων με μηδενικές εκπομπές και θετικό ενεργειακό ισοζύγιο, καθώς και στη ριζική ανακαίνιση υφιστάμενων κτιρίων, με απώτερο στόχο την επίτευξη ενεργειακών πλεονασμάτων στο σύνολο των τομέων τελικής κατανάλωσης (ιδίως κτίρια και μεταφορές).<sup>88</sup> Η ποιότητα του περιβάλλοντος εξάλλου, σε συνδυασμό με κάποια «φυσικά» χαρακτηριστικά της τοποθεσίας (κλίμα, τοπίο), αποτελούν καθοριστικό παράγοντα επιλογής τουριστικού προορισμού για τους Ευρωπαίους πολίτες (ποσοστό 50% των ερωτηθέντων απάντησαν θετικά<sup>89</sup>).

<b>Πίνακας Π2 Στόχοι της στρατηγικής «Ευρώπη 2020»: Ελλάδα<sup>90</sup></b>			
<b>ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΥΛΩΝΕΣ</b>	<b>ΤΡΕΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ</b>	<b>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ</b>	<b>ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ</b>
<b>1. Επίπεδο απασχόλησης</b>	55,3% (2012)	70%	<u>Πρόκληση</u> : ιδιαίτερα φιλόδοξος στόχος δεδομένης της οικονομικής συγκυρίας <u>Ευκαιρία</u> : εκτενείς μεταρρυθμίσεις στην αγορά εργασίας ενδεχομένως θα δώσουν νέα ώθηση και δυναμική στην απασχόληση μέσω ευελιξίας και κινητικότητας.
<b>2. Επενδύσεις σε Έρευνα και Ανάπτυξη ως ποσοστό του ΑΕΠ</b>	0,57% (2007)	Αρχικός: 2% Υπό αναθεώρηση: 0,67%	Τα ευρωπαϊκά διαθρωτικά ταμεία (κυρίως μέσω ΕΣΠΑ) διαδραματίζουν ολοένα και σημαντικότερο ρόλο στην πρόωση της Ε&Α και της καινοτομίας. <u>Προκλήσεις</u> : Παρότι έχει επιτευχθεί σημαντική πρόοδος, πρέπει να καταβληθούν περισσότερες προσπάθειες για την αντιμετώπιση των γραφειοκρατικών εμποδίων και την ανάπτυξη στενότερων δεσμών μεταξύ ερευνητικών κέντρων και βιομηχανίας για τη διάχυση γνώσης και τη μεταφορά τεχνογνωσίας <u>Ευκαιρίες</u> : Εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό και ελληνικό επιχειρηματικό πνεύμα.

<sup>88</sup> Βλ. «Εξοικονόμηση κατ' οίκον».

<sup>89</sup> Flash Eurobarometer 334 (2012).

<sup>90</sup> Έγγραφο εργασίας: «Αξιολόγηση του εθνικού προγράμματος μεταρρυθμίσεων και του προγράμματος σταθερότητας του 2013 για την Ελλάδα», Μάιος 2013, Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

<b>3α. Ενεργειακή απόδοση (μείωση κατανάλωσης ενέργειας)</b>	Μη διαθέσιμο	Ενδεικτικό επίπεδο τελικής κατανάλωσης ενέργειας: 20,5 Mtoe	<p>Η πρόσφατη μείωση της ενεργειακής κατανάλωσης αποδίδεται κυρίως στην οικονομική ύφεση και όχι τόσο σε μέτρα ενεργειακής απόδοσης</p> <p><u>Προκλήσεις:</u> Ελλιπής χρηματοδότηση έργων ενεργειακής απόδοσης λόγω πιστωτικού κινδύνου, έλλειψη ευαισθητοποίησης των δημόσιων αρχών και των παραγόντων της αγοράς (κατασκευαστικές εταιρίες, ενώσεις ιδιοκτητών ακινήτων) και καθυστερήσεις στην απορρόφηση ευρωπαϊκών κονδυλίων.</p> <p><u>Ευκαιρίες:</u> Υψηλό δυναμικό εξοικονόμησης ενέργειας (κατοικίες, δημόσια κτίρια, τριτογενής τομέας). Οι επενδύσεις θα μπορούσαν να αποτελέσουν ισχυρό μοχλό οικονομικής ανάκαμψης, δεδομένης μάλιστα της αναμενόμενης περαιτέρω αύξησης των τιμών της ενέργειας παγκοσμίως.</p>
<b>3β. Μείωση των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου</b>	-11% (2005-2010)	-4% (κατά προσέγγιση, δεδομένου ότι οι σειρές δεν είναι άμεσα συγκρίσιμες)	
<b>4. Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας</b>	11,6% (2011)	18% ενέργεια από ΑΠΕ στην τελική κατανάλωση ενέργειας και 10% ενέργεια από ΑΠΕ στις μεταφορές (βάσει Οδηγίας 2009/28/EK)	<p>Εάν ο στόχος επιτευχθεί, αναμένεται να δημιουργηθούν 83.000 θέσεις εργασίας στον κλάδο.</p> <p><u>Προκλήσεις:</u> Υπερβολικά γενναιόδωρα τιμολόγια φωτοβολταϊκών εγκαταστάσεων, χωρίς παράλληλη διασφάλιση χρηματοδότησης</p> <p><u>Ευκαιρίες:</u> Ελήφθησαν ορισμένα ad hoc μέτρα για τη μείωση του ελλείμματος έως το τέλος του 2014.</p>

<b>5α. Ποσοστό πρόωρης εγκατάλειψης σχολικής εκπαίδευσης</b>	11,4% (2012)	9,7%	<p>Η πρωτοβουλία «Νέο σχολείο» έχει ως στόχο τη βελτίωση των μαθητικών δεξιοτήτων μέσω αναθεώρησης σχολικών προγραμμάτων, ολοήμερης απασχόλησης, βελτίωσης της κουλτούρας κατάρτισης των εκπαιδευτικών και εφαρμογής του πιλοτικού προγράμματος «Ψηφιακό σχολείο».</p> <p>Ο νέος νόμος για την τριτοβάθμια εκπαίδευση (2011) εφαρμόζεται μόνο εν μέρει. Μέτρα μεταρρύθμισης περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, αλλαγές στη διοίκηση και οικονομική αυτονομία των πανεπιστημίων, συγχώνευση και αναδιάταξη των ιδρυμάτων για την περιφερειακή ανάπτυξη και διασύνδεση με την αγορά εργασίας, παροχή ευκαιριών διά βίου μάθησης και καλύτερη παρακολούθηση εισροών-εκροών.</p> <p><u>Προκλήσεις:</u> Χαμηλότερη του μέσου όρου της ΕΕ επίδοση όσον αφορά το ποσοστό ολοκλήρωσης τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (μεταβολή 2011-2012: +2 ποσοστιαίες μονάδες).</p> <p><u>Ευκαιρίες:</u> Ελαφρώς καλύτερες από τις μέσες επιδόσεις της ΕΕ όσον αφορά την πρόωρη εγκατάλειψη σχολείου (μεταβολή 2011-2012: -1,7 εκατοστιαία μονάδα). Ωστόσο, παρατηρείται σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ γεωγραφικών περιοχών και κοινωνικών ομάδων.</p>
<b>5β. Ποσοστό ολοκλήρωσης τριτοβάθμιας εκπαίδευσης</b>	30,9% (2012)	32%	<p><u>Προκλήσεις:</u> Χαμηλότερη του μέσου όρου της ΕΕ επίδοση όσον αφορά το ποσοστό ολοκλήρωσης τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (μεταβολή 2011-2012: +2 ποσοστιαίες μονάδες).</p> <p><u>Ευκαιρίες:</u> Ελαφρώς καλύτερες από τις μέσες επιδόσεις της ΕΕ όσον αφορά την πρόωρη εγκατάλειψη σχολείου (μεταβολή 2011-2012: -1,7 εκατοστιαία μονάδα). Ωστόσο, παρατηρείται σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ γεωγραφικών περιοχών και κοινωνικών ομάδων.</p>
<b>6. Μείωση του πληθυσμού σε κίνδυνο φτώχειας ή σε κοινωνικό αποκλεισμό</b>	3.403.000 (2011)	Μείωση κατά 450.000	<u>Προκλήσεις:</u> Σοβαρή επιδείνωση της κοινωνικής κατάστασης, ιδίως μεταξύ των νέων ενηλίκων (ανεργία, ανεπαρκές δίκτυο κοινωνικής ασφάλειας). Η αύξηση από το 2010 έως το 2011 ήταν 12%.