

### ΣΚΟΠΟΣ

Κύριος σκοπός της δημιουργίας της συγκεκριμένης πλατφόρμας είναι η προώθηση του μηχανισμού της Επιχειρηματικής Ανακάλυψης που αποτελεί μεθοδολογικό εργαλείο για την εφαρμογή της Εθνικής Στρατηγικής Ε&Τ για την Έξυπνη Εξειδίκευση. Ζητούμενο επομένως είναι η διερεύνηση των αναγκών και των δυνατοτήτων των τομέων, ο προσδιορισμός του συγκριτικού πλεονεκτήματος και η ανάπτυξη, μέσω της αξιοποίησης της νέας γνώσης, νέων καινοτόμων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Η πλατφόρμα προσφέρει ουσιαστικά την δυνατότητα, μέσα από μια συμμετοχική- δυναμική διαδικασία, να επιτευχθεί ο εντοπισμός και η προτεραιοποίηση των Ε&Τ δράσεων που θα απευθυνθούν στους τομείς του Πολιτισμού, του Τουρισμού και των Δημιουργικών Βιομηχανιών και θα προωθήσουν την δημιουργία ανταγωνιστικών, καινοτομικών προϊόντων/υπηρεσιών ικανών να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του επιχειρηματικού τομέα και στην ανάταξη της οικονομίας της χώρας.

Κατά το προηγούμενο διάστημα η διαδικασία της διαβούλευσης εστιάστηκε κυρίως στον τομέα του Τουρισμού, έδωσε όμως σημαντικά αποτελέσματα και εντοπίστηκαν ανάγκες που αναδεικνύουν την αλληλεπίδραση Τουρισμού–Πολιτισμού. Επομένως σήμερα, προκειμένου να προσεγγιστεί ο στόχος με όσο το δυνατόν αντιπροσωπευτικότερο τρόπο, κρίνονται σκόπιμα τα ακόλουθα:

- η επικαιροποίηση των έως σήμερα δεδομένων και η εστίαση σε συγκεκριμένες δράσεις στους τομείς Τουρισμού–Πολιτισμού οι οποίες θα προωθούν την Ε & Τ και την αξιοποίηση της νέας γνώσης για την δημιουργία νέων ανταγωνιστικών προϊόντων/υπηρεσιών υψηλής προστιθέμενης αξίας.
- η επέκταση της διαδικασίας στον τομέα των Δημιουργικών Βιομηχανιών μέσω μιας γρήγορης σκιαγράφησης του χώρου, εντοπισμού των δυναμικών κλάδων και προσδιορισμού των αναγκών και ελλείψεων τα οποία καλείται να αντιμετωπίσει η Ε & Τ προκειμένου να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα του τομέα και η συνεισφορά του στην εθνική οικονομία.
- ο εντοπισμός κατάλληλων ανθρώπων, εκπρόσωπων κλαδικών φορέων, κλπ., από τους οποίους θα μπορούσαμε να αντλήσουμε χρήσιμες πληροφορίες και των οποίων η εμπειρία και η γνώση θα μπορούσε να συνεισφέρει σε ομάδα/δες εργασίας και γενικότερα στη διαβούλευση.

### Ο Τομέας των Δημιουργικών Βιομηχανιών

Ο τομέας «Δημιουργικές και Πολιτιστικές Βιομηχανίες» - σύμφωνα και με την ΤΟΣ Πολιτισμού-συγκεντρώνει δύο διακριτές κατηγορίες όπου υπάγονται οι εξής παραγωγικοί κλάδοι:

#### **Δημιουργικές Βιομηχανίες**

- Κλωστοϋφαντουργία- έτοιμο ένδυμα
- Υποδήματα- Δερμάτινα είδη- γούνα
- Αργυροχρυσοχοΐα
- Επιπλοποιεία
- Κατασκευή Παιγνιδιών
- Χειροτεχνία

### **Πολιτιστικές Βιομηχανίες**

- Κινηματογράφος
- Τεχνολογίες Παιγνίων και Δημιουργικού Περιεχομένου –Gaming-
- Εικαστικές Τέχνες
- Παραστατικές τέχνες
- Εκδόσεις βιβλίων
- Παραγωγή και πώληση αντιγράφων μνημείων

Στην ίδια κατηγορία εντάσσονται επίσης και οι εξής κλάδοι: η διαφήμιση, η αρχιτεκτονική, το design, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης, η μουσική, η φωτογραφία, οι βιβλιοθήκες και τα αρχεία, τα μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι και γενικότερες μορφές πολιτισμικής και λαογραφικής κληρονομιάς.

Ο συγκεκριμένος τομέας είναι σε μεγάλο βαθμό αχαρτογράφητος, όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς. Η μεγάλη οικονομική σημασία του αναγνωρίστηκε την δεκαετία του 1990 στη Μ. Βρετανία ενώ τα τελευταία χρόνια δίνεται έμφαση στην ανάπτυξή του μέσω πρωτοβουλιών, δράσεων και προγραμμάτων της Ε.Ε. Στην Ευρώπη, αναγνωρίζεται πλέον ότι οι δημιουργικές βιομηχανίες] διαδραματίζουν 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.

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία, ο τομέας αυτός συνεισφέρει το 3% του ΑΕΠ της Ε.Ε. – μη συμπεριλαμβανομένου του χρηματοπιστωτικού τομέα –και απασχολεί περισσότερους από 7 εκατομμύρια ανθρώπους, από τους οποίους περίπου 1 εκατομμύριο είναι αυτοαπασχολούμενοι και ελεύθεροι επαγγελματίες.

Η πρόκληση που αντιμετωπίζει επομένως σήμερα η τρέχουσα πολιτική πολιτιστικής διαχείρισης της χώρας μας είναι η μεταστροφή της από τη στατική προσέγγιση (κληροδότηση) του πολιτισμού προς τη δυναμική του θεώρηση (παραγωγή νέων μορφών) και η μετατροπή της κοινωνίας σε ενεργητικό καταναλωτή προϊόντων πολιτισμού, με θετικές συνέπειες για το σύνολο της οικονομίας. Είναι επομένως επιτακτική ανάγκη η ανάπτυξη μιας νέας στρατηγικής, η οποία θα δίνει έμφαση στον εντοπισμό και την καλλιέργεια της ιδιαίτερης πολιτιστικής φυσιογνωμίας της χώρας και θα αξιοποιεί 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 κοινωνικές και πολιτισμικές αλλαγές, αλλά κυρίως οι τεχνολογικές εξελίξεις που σημειώθηκαν τις τελευταίες δεκαετίες ενίσχυσαν τη ζήτηση εκ μέρους των Ευρωπαίων πολιτών για πολιτιστικά αγαθά, πνευματικές δημιουργίες και νέες μορφές ψυχαγωγίας και τέρψης. Παράλληλα η ανάδειξη μιας νέας ομάδας ενεργών καταναλωτών, των ατόμων 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 προκάλεσαν την εξέλιξη νέων επιχειρηματικών προτύπων, την εμφάνιση νέων καινοτόμων βιομηχανιών, τον προσανατολισμό των παραδοσιακών βιομηχανιών παραγωγής αγαθών 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 δίνοντας στο ευρύ κοινό τη δυνατότητα ευκολότερης πρόσβασης στην τέχνη (Σ.Λαζαρέτου /Τράπεζα Ελλάδας 2014) .

## **ΟΡΙΣΜΟΙ**

Ο όρος «Δημιουργικές Βιομηχανίες» 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. Η νέα ιδέα πρέπει να είναι πρωτότυπη, προσωπική, με περιεχόμενο, και να είναι χρήσιμη και ικανή να οδηγήσει σε ένα συγκριτικό οικονομικό πλεονέκτημα. Εναλλακτικά, κατά το βρετανικό παράδειγμα, 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». 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. Οι δημιουργικές βιομηχανίες δηλ. καλύπτουν ένα ευρύτερο πεδίο από ότι 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.

Ειδικότερα, στη βιβλιογραφία 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 βιωματικών αντιδράσεων του καταναλωτή. Το τελικό προϊόν αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας και υπάγεται στη νομοθεσία περί προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων.

Οι «δημιουργικοί επιχειρηματίες» προσδιορίζουν σε μεγάλο βαθμό, το είδος του πολιτισμού που καταναλώνουμε και πώς τον καταναλώνουμε, φροντίζοντας όμως παράλληλα η επιχείρησή τους να είναι βιώσιμη με χρηματοοικονομικά κριτήρια.

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-πλαισίου «Δημιουργική Ευρώπη ως πολιτιστικός και δημιουργικός τομέας ορίζεται κάθε τομέας του οποίου 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).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μόλις πρόσφατα (ESSnet-Culture 2012) 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 στην αγορά, με ή χωρίς εμπορική σημασία, η οποία ασκείται από κάθε είδους οικονομική μονάδα όπως άτομα, επιχειρήσεις, οργανωμένες ομάδες πολιτών, επαγγελματίες ή ερασιτέχνες». 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.

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, όχι μικρότερο από το 30% του συνόλου των εργαζομένων της επιχείρησης.

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 (Σ.Λαζαρέτου /Τράπεζα Ελλάδας 2014).

### **Ιδιαιτερότητες του τομέα**

Σύμφωνα με τη μελέτη της κ. Σ.Λαζαρέτου, ο τομέας του πολιτισμού και της δημιουργίας στην Ελλάδα εμφανίζει λίγο ως πολύ τις ίδιες ιδιαιτερότητες που εμφανίζει και παγκοσμίως:

#### **– Αισθητή έλλειψη του «μεσαίου μεγέθους» στην παραγωγική διαδικασία.**

Η αγορά κυριαρχείται από τη συνύπαρξη ενός πολύ μικρού αριθμού πολύ μεγάλων

επιχειρήσεων και πολυάριθμων πολύ μικρών μονάδων που τις περισσότερες φορές εκπροσωπούνται από ένα μόνο άτομο και λειτουργούν με το πρότυπο της κάθετης παραγωγής.

#### **– Κατακερματισμός της εθνικής αγοράς με έντονη την ατομική δημιουργική συμβολή, την έλλειψη επαγγελματισμού και τους περιορισμένους οικονομικούς πόρους.**

Ανεξάρτητοι καλλιτέχνες και δημιουργοί, προϊόν ευπώλητο λόγω χρήσης της τεχνολογίας (μαζική παραγωγή, απευθείας διάθεσή, ελαχιστοποίηση του κόστους αναπαραγωγής και διανομής και ταχεία απόσβεση). 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**

Ανάγκη σύμπτωσης χρονικής στιγμής εμφάνισης και διάδοσης του προϊόντος με την εκδήλωση επιθυμίας από την πλευρά του καταναλωτή, κύκλος παραγωγής ασταθής και ασαφής, αβεβαιότητα ζήτησης κλπ.

#### **– Απουσία αυστηρών τυπικών μορφών σχέσεων εργασίας**

Η πιο συνηθισμένη μορφή είναι αυτή του 'project', όπου οι εργαζόμενοι λειτουργούν στο πλαίσιο ομάδας ή δικτύου, ως ελεύθεροι επαγγελματίες (freelancers) ή ως αυτοαπασχολούμενοι (selfemployed). Με την ολοκλήρωση του έργου, η ομάδα ή το δίκτυο διαλύεται.

#### **– Ομαδοποίηση (clustering) και συστέγασση (co-location).**

Απόρροια των ιδιαιτεροτήτων του τομέα είναι η ομαδοποίηση και συστέγαση σε συγκεντρωμένο γεωγραφικό χώρο με σκοπό την εκμετάλλευση των ωφελειών που προκύπτουν από τη συνύπαρξη, συνεργασία, αλληλεξάρτηση, εξειδίκευση και ανταγωνισμό μεταξύ των δημιουργών-παραγωγών.

#### **- Η χρήση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης**

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.

Αξίζει να υπογραμμισθεί, μεταξύ άλλων, η πρόταση της ερευνήτριας για τη δημιουργία ενός ειδικού φορέα-Διυπουργικό Παρατηρητήριο- για τον πολιτισμό και τη δημιουργία, με ρόλο γνωμοδοτικό, εκτελεστικό και εποπτικό ρόλο και σκοπό τη χάραξη μιας συνολικής εθνικής στρατηγικής και την ανάληψη συντονισμένης δράσης σε τέσσερις βασικούς τομείς:

- στην παροχή ισχυρών κινήτρων για την προσέλκυση επενδυτικών κεφαλαίων
- στην παροχή επαρκούς υποδομής για την αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων της ψηφιακής τεχνολογίας και των εφαρμογών της
- στην παροχή κινήτρων για την ανάδειξη του επιχειρηματικών ταλέντων μέσω της εκπαίδευσης και της κοινωνικής αναγνώρισης του επιχειρείν.
- στη χάραξη πολιτικής με γνώμονα την εξωστρέφεια της οικονομίας, δίνοντας έμφαση στον εκσυγχρονισμό και την απλοποίηση της πολιτικής για την προώθηση των εξαγωγών.
- 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).

#### **ΠΡΟΣΦΑΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ ΤΩΝ ΠΔΒ**

Σήμερα, η ευρωπαϊκή βιομηχανία πολιτισμού και δημιουργίας αναδεικνύεται παγκόσμιος ηγέτης, κατέχοντας το 70% της παγκόσμιας αγοράς. Διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα στο εξαγωγικό εμπόριο προς τις τρίτες χώρες, αποτελεί τον καλύτερο πρεσβευτή της ευρωπαϊκής βιομηχανίας, της κοινοτικής και εθνικής ταυτότητας και πολιτιστικής κληρονομιάς και χρησιμοποιεί ως βασικό συντελεστή παραγωγής τη γνώση και την τεχνολογία, το συναίσθημα, τον πολιτισμό και την καινοτομία.

Αν και τα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία για τη χώρα μας είναι εξαιρετικά περιορισμένα και ελλιπή, προκύπτει ότι μεταξύ των ετών 2002 και 2011 η αξία του διεθνούς εμπορίου της Ελλάδος σε προϊόντα και υπηρεσίες πολιτισμού και δημιουργίας αυξήθηκε ραγδαία. Ωστόσο, το ισοζύγιο παρέμεινε αρνητικό. 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.

Αξίζει βεβαίως να σημειωθεί ότι ο τομέας αυτός φάνηκε ιδιαίτερα ανθεκτικός στην παρούσα κρίση χρέους και ύφεση, όσον αφορά τις προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξής του και ενίσχυσης της απασχόλησης, ιδιαίτερα των νέων (βλ. *Πρωτοβουλία για την απασχόληση των νέων, Σύνοδος Κορυφής του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου, 7-8 Φεβρουαρίου 2013*). Από το 2010 και μετά, ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης ξεπέρασε το 10% και αναμένεται να παραμείνει σε αυτό το υψηλό ποσοστό τα επόμενα έτη ενώ έχει στατιστικά επαληθευθεί (*Power D., 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.

Στη μελέτη “The Cultural and Creative Industries in Greece” (Β.Αυδίκος, 2014) απεικονίζεται η συγκέντρωση των εταιρειών των διάφορων τομέων των Π.Δ.Β. στις διάφορες περιφέρειες της χώρας και ο ετήσιος κύκλος εργασιών. Είναι εμφανές ότι η μεγαλύτερη γεωγραφική συγκέντρωση εταιρειών και πωλήσεων παρουσιάζεται στην περιφέρεια Αττικής, ακολουθεί η Κεντρική Μακεδονία, η Θεσσαλία ενώ τελευταίο έρχεται το Β. Αιγαίο. Γενικά παρουσιάζονται δυναμικότεροι οι τομείς διαφήμισης, σχεδίου/αρχιτεκτονικής, τέχνης-ψυχαγωγίας, εκδόσεων, φιλμ & βίντεο. Επίσης, με βάση στοιχεία της Eurostat σχετικά με την απασχόληση στον τομέα των ΠΔΒ για το πρώτο τρίμηνο του 2013, φαίνεται ότι ο αριθμός των εργαζομένων ανέρχεται στο 3% του συνολικού αριθμού εργαζομένων στην χώρα με το 24% να συγκεντρώνεται στον τομέα του σχεδίου/αρχιτεκτονικής και το 2% στον τομέα της παραγωγής βίντεο και μουσικής βιομηχανίας. Το 80% περίπου των επιχειρήσεων του χώρου είναι πολύ μικρές (κάτω των 10 εργαζομένων) ενώ το ποσοστό των μεγάλων τα εταιρειών είναι μικρότερο του 1%

Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά της απασχόλησης στον τομέα των ΠΔΒ, είναι εμφανές, όπως ήδη προαναφέρθηκε, ότι επικρατούν οι μη σταθερές εργασιακές σχέσεις, η μερική εργασία, οι συμβάσεις ορισμένου έργου, οι ελεύθεροι επαγγελματίες. Δηλαδή πρόκειται για αβέβαιες εργασιακές συνθήκες που χαρακτηρίζονται από ευελιξία, κινητικότητα και εθελοντική ή χαμηλά αμειβόμενη εργασία.

Στην μελέτη «Mapping the Greek Cultural and Creative Sectors Skills» (Erasmus + E.U. Programme) αποτυπώνονται οι ανάγκες σε συγκεκριμένες δεξιότητες και δίνεται έμφαση στην ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων.

Αξιολογώντας την οικονομική συνεισφορά των ΠΔΒ την εθνική οικονομία προκύπτει ότι ο τομέας υπήρξε ιδιαίτερα δυναμικός κατά την περίοδο 2000-2006, κατά την οποία η αύξηση του μέσου όρου πωλήσεων ανήρχετο σε 69,1% (ήτοι, ετήσια αύξηση 10% ενώ την ίδια χρονική περίοδο το ΑΕΠ είχε αυξηθεί κατά 23%). Η πλειονότητα των νέων εταιρειών που δημιουργήθηκαν την ίδια χρονική περίοδο, εστιάστηκε στους τομείς μουσικής, βιβλιοθηκών, μουσείων, σινεμά, βίντεο και λογισμικού. Τα τελευταία εντούτοις χρόνια η οικονομική κρίση έπληξε πολύ σκληρά το συγκεκριμένο χώρο με αποτέλεσμα κατά τη διετία (2009-2011) η πτώση των πωλήσεων να αγγίξει το 27% και να υπερβεί κατά πολύ την αντίστοιχη μείωση του ΑΕΠ κατά την ίδια χρονική περίοδο (μειώθηκε κατά 10%) (Β.Αυδίκος, 2014).

#### **Σύμφωνα με τα αποτελέσματα διαβουλεύσεων της ΤΟΣ Πολιτισμού,**

- στον τομέα των δημιουργικών βιομηχανιών πρωτεύοντα ρόλο κατέχει η κλωστοϋφαντουργία-έτοιμο ένδυμα και υπόδηση όπου παρότι επλήγη ιδιαίτερα έντονα από την κρίση, εξακολουθεί σήμερα να παραμένει ένας βασικός κλάδος της οικονομίας.
- στον τομέα των πολιτιστικών βιομηχανιών ξεχωρίζει την τελευταία 5ετία ο κλάδος των κινηματογραφικών παραγωγών. Ο Κινηματογράφος αποτελεί τον πιο δυναμικά ανερχόμενο τομέα του σύγχρονου ελληνικού πολιτισμού, με πολλές δυνατότητες για διεθνή προβολή της Ελλάδας, όπως δείχνουν οι τελευταίες επιτυχημένες παρουσίες ελληνικών ταινιών στα διεθνή Φεστιβάλ, αλλά και για προσέλκυση επενδύσεων από το εξωτερικό, αφού η χώρα μας διαθέτει τις προϋποθέσεις να φιλοξενήσει την παραγωγή ταινιών προσφέροντας τόσο το φυσικό σκηνικό όσο και εξειδικευμένο τεχνικό προσωπικό ενώ
- επίσης ανερχόμενος κλάδος των πολιτιστικών βιομηχανιών διεθνώς είναι αυτός της ανάπτυξης και προώθησης δημιουργικού περιεχομένου και ψυχαγωγικών παιχνιδιών σε κάθε είδους φορητές συσκευές. (Video and Mobile Gaming). Η σημαντική αυτή άνθιση που παρουσιάζεται σχετίζεται άμεσα με την καταλυτική εισαγωγή της Πληροφορικής στις Δημιουργικές Βιομηχανίες. Η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού απαιτεί πολλαπλές λειτουργίες, που μπορούν να αξιοποιήσουν την ψυχαγωγική φύση του παιχνιδιού (Gamification) ως μέσο για τη στοχευμένη προώθηση ενός μηνύματος σε επιμέρους κοινά, εντός και κυρίως εκτός Ελλάδας. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι σε πρόσφατη έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, μόνο η Ευρωπαϊκή αγορά εφαρμογών (apps), αναμένεται να φτάσει τα 63 δισεκατομμύρια ευρώ με 5 εκατομμύρια νέες θέσεις εργασίας ως το 2018. Πλεονέκτημα του κλάδου είναι η αυτονομία εξωστρέφεια και το ανοιχτό σύστημα διανομής.

## **Αντίστοιχες διαπιστώσεις γίνονται και στη μελέτη της Σ.Λαζαρέτου.**

- Σχετικά με τη θέση της Ελλάδος στο παγκόσμιο εμπόριο προϊόντων πολιτισμού και δημιουργίας, φαίνεται ότι, το 2002 και το 2011, κατά σειρά διακρίνονται οι τομείς του σχεδίου, των εκδόσεων, των οπτικοακουστικών μέσων, καθώς και των νέων μέσων εγγραφή ήχου και ηλεκτρονικών παιχνιδιών.
- Παράλληλα, είναι προφανής η νέα δυναμική του ελληνικού κινηματογράφου, που όχι μόνο επιβιώνει αλλά διάγει μια ιδιαίτερη «άνοιξη» εν μέσω κρίσης. 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. 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.

**Τέλος, σύμφωνα με την έρευνα «Creative Survey 2015»** που πραγματοποιήθηκε για τον τομέα του σχεδίου -design- στην Ελλάδα, (μεταξύ 6 Δεκεμβρίου 2014 και 6 Φεβρουαρίου 2015 στηριζόμενη στις απαντήσεις 879 σχεδιαστών σε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο 64 ανοικτών και κλειστών ερωτήσεων) ο συγκεκριμένος κλάδος παρουσιάζει μια ιδιαίτερη δυναμική και ενδιαφέρουσα προοπτική εξέλιξης που μπορεί να συμβάλει στον προσανατολισμό της ελληνικής οικονομίας σε νέες κατευθύνσεις.

Αξίζει να επισημανθούν τα εξής:

- το εργατικό δυναμικό της βιομηχανίας του ελληνικού σχεδίου είναι νεαρής ηλικίας και με πολύ καλή επιστημονική κατάρτιση-εξειδίκευση
- η πλειοψηφία των Ελλήνων σχεδιαστών διαμένει και εργάζεται στην Αττική (66,6%), ενώ η Περιφέρεια Κεντρικής Ελλάδας με έδρα την Θεσσαλονίκη συγκεντρώνει το 15,7% των Ελλήνων σχεδιαστών
- οι μεγαλύτερες εταιρίες design είναι εγκατεστημένες στην Αττική και παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες που διατίθενται είτε σε άλλες εταιρίες (διαφημιστικές, χονδρικού-λιανικού εμπορίου, τεχνολογίας κ.λπ.), ως ενδιάμεσα αγαθά, είτε ως τελικά προϊόντα στο σύνολο της χώρας
- η πλειονότητα των ελλήνων σχεδιαστών ασχολείται με το γραφιστικό (61,5%) και το web design (21,2%), οι βιομηχανικοί σχεδιαστές αντιπροσωπεύουν το 6,5% του δείγματος ενώ οι σχεδιαστές εσωτερικής διακόσμησης το 10,8% (δηλώνουν την αρχιτεκτονική ως προηγούμενο ή παράλληλο τομέα απασχόλησης τους)
- ο κλάδος του ελληνικού design είναι έντονα εξαγωγικός. Οι εταιρίες και οι ελεύθεροι επαγγελματίες/αυτοαπασχολούμενοι του κλάδου εμφανίζουν μια ιδιαίτερα αξιοσημείωτη εξωστρέφεια, καθώς περίπου τα ¾ των εταιριών και οι μισοί αυτοαπασχολούμενοι παρουσιάζουν έσοδα από το εξωτερικό.
- το 'κλίμα' που επικρατεί στο εσωτερικό του κλάδου, παρά τις δυσμενείς εξωτερικές συνθήκες, είναι πολύ καλό, ενώ ο κλάδος δείχνει να αξιοποιεί σημαντικές εξωτερικές οικονομίες δικτύωσης με την πλειοψηφία των επιχειρήσεων να συνεργάζεται, περιστασιακά ή μόνιμα, με άλλες επιχειρήσεις.

Με βάση τα προαναφερθέντα, προκύπτει ως μια πρώτη εκτίμηση ότι, στον τομέα των ΠΔΒ, κλάδους αιχμής αποτελούν: το σχέδιο, οι τεχνολογικές εφαρμογές και η βιομηχανία κινηματογράφου-οπτικοακουστικών μέσων.

## **ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ**

Έως σήμερα πραγματοποιήθηκαν οι ακόλουθες ενέργειες:

- Συγκέντρωση στοιχείων και σχετικών μελετών του τομέα των ΠΔΒ
- Σύσκεψη στις 17/2/2016, στο Corallia/gi-cluster με τον κ. Ν. Βογιατζή και την κ. Τ. Φωκά με σκοπό τη διερεύνηση της δυναμικής και των προοπτικών ανάπτυξης του χώρου
- Σύσκεψη στις 18/2/2016, στην ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ, Διεύθυνση Οικονομικών Μελετών – Τμήμα Ειδικών Μελετών, με την κ. Σ.Λαζαρέτου, συντάκτρια της μελέτης Η ΕΞΥΠΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ: «ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ» ΚΑΙ «ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ» ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΟΥΝ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΕΞΟΔΟΥ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ;
- Σύσκεψη στις 19/2/2016, στο Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών με τον κ. Σύρο Κοσκοβόλη, υπεύθυνο της Μονάδας προγραμματισμού, σχεδιασμού, ωρίμανσης και υλοποίησης εθνικών και κοινοτικών προγραμμάτων, με σκοπό τη συζήτηση των αποτελεσμάτων της μελέτης ARTS-skills for the Creative Economy. Η συγκεκριμένη μελέτη πραγματοποιήθηκε, σε ευρωπαϊκό επίπεδο στο πλαίσιο του ERASMUS και παρέχει τα πλέον πρόσφατα δεδομένα χαρτογράφησης του τομέα των ΠΔΒ στην Ελλάδα.
- Σύσκεψη στις 24/2/2016, στο δίκτυο συνεργατικότητας Impact Hub-μέλος του παγκόσμιου δικτύου 72 Impact hubs, με τους κ. Δ. Κοκκινάκη και κ. Σ. Λάμπρου –ιδρυτές του Impact Hub-, καθώς και την κ. Ε. Μαυρομιχάλη και άλλα στελέχη προκειμένου να διαμορφωθεί εικόνα για τη δυναμική και τον ρόλο που διαδραματίζει το δίκτυο στον χώρο των ΠΔΒ.
- Σύσκεψη στις 25/2/2016, με τις κ.κ. Α. Μιχαλοπούλου, Δ/ντρια προσέλκυσης επενδύσεων και Φ. Νάκου, στέλεχος της Δ/σης, για τη προώθηση συνεργασίας στον εντοπισμό δυναμικών τομέων των ΠΔΒ που διαθέτουν εξαγωγική δραστηριότητα και αναπτύσσουν ανταγωνιστικά προϊόντα, ικανά να προκαλέσουν επενδυτικό ενδιαφέρον.
- Σύσκεψη στις 2/3/2016 στο BIOS-Hub με τον κ. Β. Χαραλαμπίδη, προκειμένου να διαμορφωθεί εικόνα για τις δραστηριότητες τους στον χώρο των ΠΔΒ.
- Σύσκεψη στις 4/3/2016, στο Υπουργείο Ανάπτυξης με τον Δ/ντή Καινοτομίας κ. Φρυσάλακη, την Δ/ντρια ΜΜΕ, Κ. Βασιλικού και στελέχη του Υπουργείου –κ.κ. Πνευματικάτου και Κοτάκης-προκειμένου να προωθηθεί συνεργασία, να αποφευχθούν επικαλύψεις και να διασφαλιστεί η συμπληρωματικότητα των δράσεων μας.
- Συνάντηση στις 8/3/2016, με την Δρ. Μοσχοχωρήτη Ρουμπίνη, Γενική Γραμματέα της Ένωσης των Αστικών Μη Κερδοσκοπικών Θιάσων, ΕΜ.ΚΕ.ΘΙ, Μέλος του Ευρωπαϊκού Δικτύου για την έρευνα και τεκμηρίωση παραστάσεων του Αρχαίου Ελληνικού δράματος και της Ομάδας «Ανιμα» για τις προοπτικές ενίσχυσης με νέες τεχνολογίες και ανάδειξης του θεάτρου ως καινοτόμου πολιτιστικής υπηρεσίας.
- Συνάντηση στις 9/3/2016, με τον Δρ. Ν. Σουλιώτη ερευνητή του ΕΚΚΕ, προκειμένου να συζητηθεί το θέμα της εστίασης σε συγκεκριμένους τομείς και της δυνατότητας διαμόρφωσης Ομάδων Εργασίας ή Συμβουλευτικής Επιτροπής.
- Συνάντηση στις 11/3/2016, Με τον κ. Β. Αυδικο, (Λέκτορας στο Πάντειο Πανεπιστήμιο/Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης), συγγραφέα μελετών αποτύπωσης του τομέα Πολιτισμού και ΠΔΒ., για ανταλλαγή απόψεων και πρόσθετη ενημέρωση.
- Συνάντηση, στις 18/3/2016, με την κ. Ν. Φλώρου (Ίδρυμα Ωνάση, Στέγη Γ&Τ), προκειμένου να διαμορφωθεί εικόνα για τις δραστηριότητες της ΣΓΤ και τις δυνατότητες συνεισφοράς τους στις ομάδες.



Λόγω του ευρύτατου και ετερόκλητου φάσματος δραστηριοτήτων του τομέα των ΠΔΒ, σκοπός των παραπάνω ενεργειών ήταν:

- μια πρώτη αδρή σκιαγράφιση του τομέα των ΠΔΒ (οι οποίοι δεν είχαν εκπροσωπηθεί επαρκώς στην προηγούμενη διαβούλευση)
- ο προσδιορισμός, στο μέτρο του δυνατού, παραγωγικών κλάδων που μέσω της ανάπτυξης συνεργειών με το Ε&Τ οικοσύστημα μπορούν να αποκτήσουν μεγαλύτερη δυναμική και να οδηγηθούν στην δημιουργία νέων ανταγωνιστικών προϊόντων, καθώς και
- ο εντοπισμός κατάλληλων εκπροσώπων που θα συνεισφέρουν στη διαβούλευση της πλατφόρμας και στις ομάδες εργασίας

Είναι γεγονός ότι στην δυσχερή οικονομική συγκυρία που βρίσκεται η χώρα κύριο μέλημα της ΓΓΕΤ, πρέπει να είναι η όσο το δυνατόν ταχύτερη εξειδίκευση δράσεων, η αντιμετώπιση της ανεργίας και η δημιουργία ελπίδας και προοπτικών εξέλιξης για τον παραγωγικό τομέα.

Επομένως, παρά την αναγνωρισμένη πολυπλοκότητα/ευρύτητα του τομέα και την ανάγκη επισταμένης διερεύνησης προκειμένου να εντοπιστούν δυναμικοί κλάδοι ανάπτυξης επιχειρηματικής καινοτομίας και κατάλληλοι εκπρόσωποι τους για μια αντιπροσωπευτική διαβούλευση, είναι προφανές ότι οι διαδικασίες για μια πιλοτική εφαρμογή θα πρέπει να ολοκληρωθούν το δυνατόν συντομότερα.

Ως εκ τούτου κρίνω σκόπιμο να περιοριστώ στα μέχρι σήμερα δεδομένα και προτείνω αρχικά τη διαμόρφωση των ακόλουθων τριών Ομάδων Εργασίας :

- Τεχνολογικές εφαρμογές, gaming, , Augmented reality, digitizing
- Οπτικοακουστικά μέσα-πολυμέσα-κινηματογράφος (εικόνα, ήχος, μουσική, 2D,3D animation φωτισμός, παραγωγή, διαφήμιση)
- Σχέδιο- εσωτερικής διακόσμησης/αρχιτεκτονικό (interior design), γραφιστικό, ψηφιακό (web-digital design), βιομηχανικό (Industrial design), μόδας(fashion design) , κοσμήματος, κλπ.

Σύμφωνα με τις προαναφερθείσες έρευνες και οι τρεις τομείς χαρακτηρίζονται από δραστηριότητες ανάπτυξης Ε&Τ, έχουν δυνατότητες αξιοποίησης ερευνητικών αποτελεσμάτων και αποτελούν πρόκληση για συνέργειες με το οικοσύστημα Πολιτισμού –Τουρισμού. Ο τομέας των οπτικοακουστικών παρουσιάζει ενδιαφέρουσα προοπτική εξέλιξης και προβλέπεται ότι θα καταλάβει τα επόμενα χρόνια το 80% του δικτυακού περιεχομένου. Ο τομέας των τεχνολογικών εφαρμογών παρουσιάζει άνθηση και εκπροσωπείται από ταλαντούχους δυναμικούς επαγγελματίες στη χώρα μας, ενώ το gi-cluster αποτελεί παράδειγμα εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας στον χώρο του gaming. Τέλος ο τομέας του σχεδίου επιδεικνύει ιδιαίτερη εξαγωγική δραστηριότητα και με τη συμβολή και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών έχει τη δυνατότητα να προσφέρει σημαντικά στην εθνική οικονομία.

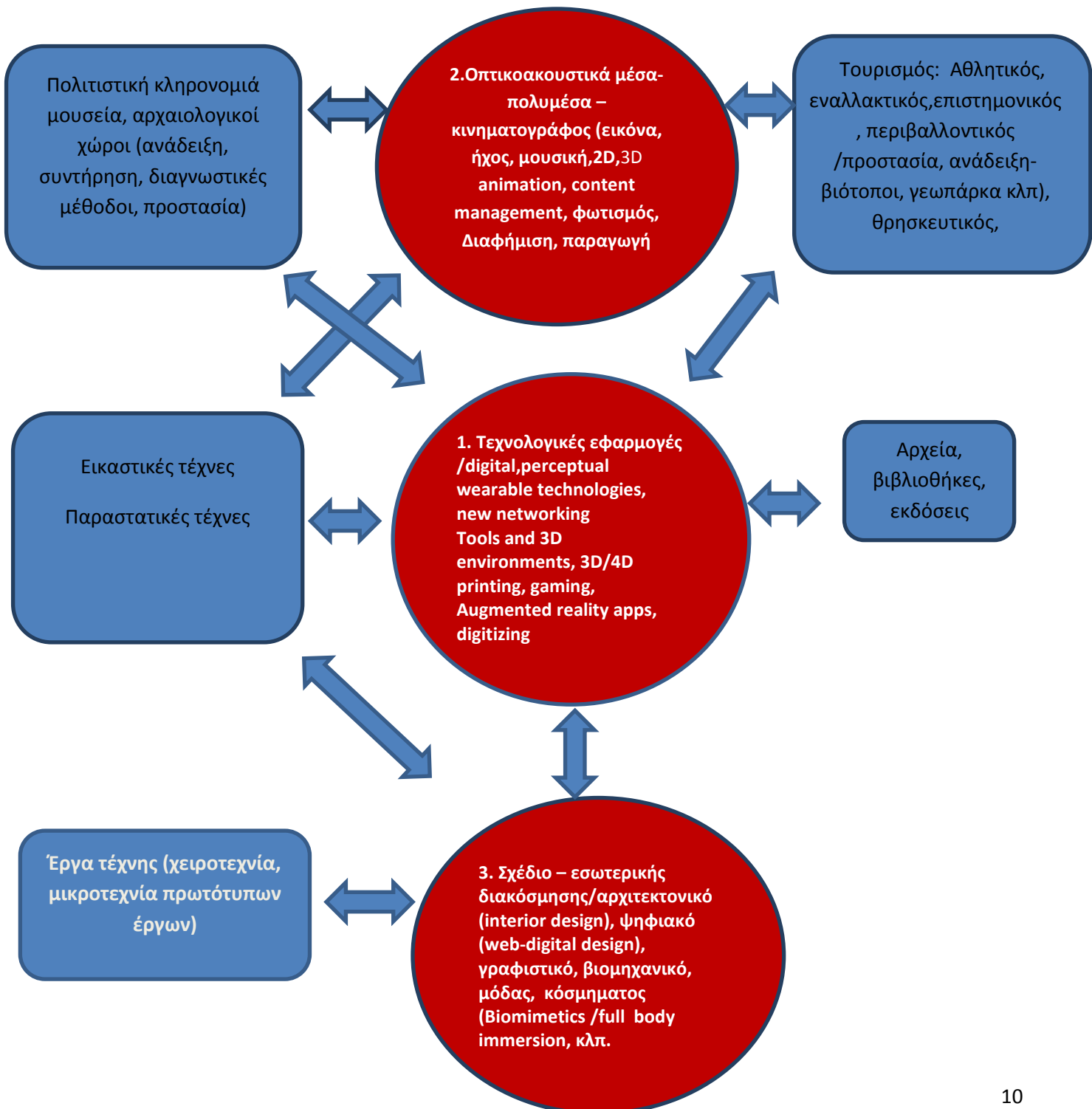
Οι Ομάδες, θα αποτελέσουν μια δυναμική οντότητα αλληλεπίδρασης, διαβούλευσης και συνεργασίας με την ακαδημαϊκή κοινότητα και τον παραγωγικό τομέα στους επιμέρους κλάδους αιχμής των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών και θα πλαισιωθούν, ανάλογα με της ανάγκες της συζήτησης από εμπειρογνώμονες - εισηγητές διαφόρων κλάδων του χώρου.

Σκοπός τους θα είναι :

- η συγκέντρωση στοιχείων που θα αποτυπώνουν τη δυναμική (κρίσιμη μάζα επιχειρήσεων-δημιουργών, οικονομικά στοιχεία, κλπ), τις προτεραιότητες και τις προοπτικές εξέλιξης κάθε κλάδου
- ο εντοπισμός τομέων αιχμής και η προετοιμασία κειμένου που θα περιλαμβάνει τη διατύπωση προτάσεων για την επιλογή συγκεκριμένων παρεμβάσεων / δράσεων οι

οποίες θα καλύψουν συγκεκριμένες ανάγκες και κενά της αγοράς, θα μπορούν να υποστηριχθούν δυναμικά από τον επιχειρηματικό χώρο και τεκμηριωμένα θα αποβλέπουν:

- στην ανάπτυξη της καινοτόμου επιχειρηματικότητας -λαμβάνοντας υπόψη τις διεθνείς τάσεις- και στην δημιουργία προϊόντων-υπηρεσιών υψηλής προστιθέμενης και χρηστικής αξίας
- στην ανάδειξη του πολιτιστικού αποθέματος της χώρας και την περαιτέρω ανάπτυξη της Πολιτιστικής & Τουριστικής Βιομηχανίας μέσω της δημιουργίας ανταγωνιστικών προϊόντων-υπηρεσιών, υψηλού αισθητικού ή συμβολικού χαρακτήρα που η χρήση τους θα προσφέρει τη δυνατότητα απόλαυσης νέων εμπειριών, συγκινήσεων και θα προσβλέπει στον ερεθισμό των βιωματικών αντιδράσεων του καταναλωτή.



Παράλληλα, ανάλογα με την πορεία των εργασιών των ομάδων, θα διαμορφωθεί, εάν κριθεί αναγκαίο και μια ενιαία Συμβουλευτική Ομάδα (Advisory Group), η οποία θα απαρτίζεται από εκπροσώπους των Ο.Ε. και θα πλαισιωθεί αντίστοιχα, ανάλογα με τις ανάγκες του έργου της με εμπειρογνώμονες του χώρου. Η Σ.Ο. θα αποτελέσει μία δυναμική οντότητα η οποία, ανάλογα με την πορεία των προγραμμάτων, με τα νέα δεδομένα και τις ανάγκες της χώρας, θα λειτουργεί διορθωτικά σε περιπτώσεις αστοχιών, θα επαναπροσδιορίζει τον αρχικό σχεδιασμό προτείνοντας νέες δράσεις, διασφαλίζοντας την αντιπροσωπευτικότητα του, και θα ανατροφοδοτεί την Εθνική και τις περιφερειακές RIS3.

Στόχος της Σ.Ο. θα είναι η προτεραιοποίηση των δράσεων, που προτάθηκαν από τις Ο.Ε., η διατύπωση/επιλογή των μέσων υλοποίησης-εφαρμογής των δράσεων, η οριστικοποίηση του κειμένου των προκηρύξεων, ο επιμερισμός του προϋπολογισμού και η διαμόρφωση των χρονοδιαγραμμάτων των επιμέρους διαδικασιών.

Την Συμβουλευτική Ομάδα θα πλαισιώσουν επιπλέον -έκτος των εκπρόσωπων των τριών Ομάδων Εργασίας- εκπρόσωποι φορέων του Τουρισμού, του Πολιτισμού, του ΣΕΒ, της ΑΣΚΤ, της Γενικής Γραμματείας Βιομηχανίας, της Ένωσης Ελλήνων ερευνητών, των Περιφερειών Αττικής, Κεντρικής Μακεδονίας, Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης, Κρήτης, Θεσσαλίας, κλπ.

Το εγχείρημα είναι δύσκολο, πολυδιάστατο και η πίεση χρόνου, μεγάλη. Όμως εάν κατορθώσουμε τελικά να καταλήξουμε σε αντιπροσωπευτικές δράσεις, θεωρώ ότι θα ανοίξουμε το δρόμο στην ανάπτυξη μιας νέας καινοτόμου επιχειρηματικότητας που θα συμβάλει δυναμικά στην αντιμετώπιση των πολλαπλών προβλημάτων που δημιούργησε η οικονομική κρίση.

Η Συντονίστρια των Συμβουλευτικών Ομάδων Εργασίας της πλατφόρμας Πολιτισμού, Τουρισμού & Δημιουργικών Βιομηχανιών

Δρ. Ιφιγένεια Σταμέλου

---