

ΕΘΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

«ΠΟΡΟΙ, ΧΟΡΗΓΙΕΣ, ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ Η ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥΣ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ»

Εισηγητής
Καραχάλης Νικόλαος Γεώργιος

Συντονιστής - Σουλιώτης Δημήτρης

Εμπειρογνώμονας - Ιωαννίδης Ιωάννης

ΚΣΤ΄ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΕΙΡΑ

ΑΘΗΝΑ 2020

Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή στην ενότητα

Μέρος 1 Οικονομικά του Πολιτισμού

1.1 Βασικές Έννοιες

1.2. Η επιρροή του διαδικτύου στην οικονομία του πολιτισμού

Μέρος 2 Αναπτυξιακή διάσταση της επένδυσης στην πολιτιστική δραστηριότητα

2.1. Σύγχρονος πολιτισμός, πολιτιστική κληρονομιά και ανάπτυξη

2.2 Επίδραση της πολιτιστικής επένδυσης

Μέρος 3 Διαχείριση – Βασικά Χρηματοδοτικά Εργαλεία

3.1 Οικονομικός Σχεδιασμός - Διαχείριση – Τιμολόγηση (εισαγωγή)

3.2.1 Βασικές Μορφές Χρηματοδότησης

3.2.2. ΥΠΠΟΑ – Επιχορηγήσεις και Έκτακτη Χρηματοδότηση Λόγω Κρίσης Πανδημίας το 2020

3.2.3. Διαρθρωτικά Ταμεία – πρόγραμμα 2014-2020

3.3 Δημιουργική Ευρώπη (Creative Europe)

3.4. URBACT – Urban Innovative Actions – JESSICA – Horizon 2020

3.5. Συμπράξεις Δημόσιου – Ιδιωτικού Τομέα στον Πολιτιστικό τομέα

Μέρος 4 Εναλλακτικές Μορφές Χρηματοδότησης

4.1. Βραβεία – Διαγωνισμοί

4.1.2. Ειδικά γεγονότα - Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης

4.2. Δωρεές - Χορηγίες

Εισαγωγή στη Θεματική Ενότητα «Πόροι, χορηγίες, επενδύσεις και η αξιοποίησή τους στα πλαίσια των πολιτιστικών πολιτικών»

Σύντομη Περιγραφή της Θεματικής Ενότητας

Η κύρια σκοπιμότητα της Θεματικής Ενότητας είναι η εισαγωγή στις βασικές διεργασίες που διέπουν την οικονομική παράμετρο που σχετίζεται με την πολιτιστική παραγωγή και την πολιτιστική απασχόληση σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, όπως η έννοια της βιωσιμότητας και της αειφορίας, η οικονομική αποτίμηση του πολιτισμού, η προσφορά και η ζήτηση πολιτιστικών αγαθών, η απασχόληση στον πολιτισμό, οι διεθνείς τάσεις, ο πολιτιστικός εξευγενισμός και οι μορφές χρηματοδότησης. Η θεματική ενότητα περιλαμβάνει μία αναλυτική παρουσίαση των παραμέτρων της οικονομικής λειτουργίας και χρηματοδότησης των πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Αναπτύσσει έννοιες που διέπουν την οικονομική παράμετρο χάραξης της πολιτιστικής πολιτικής σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, όπως η έννοια της βιωσιμότητας και της αειφορίας, η οικονομική αποτίμηση του πολιτισμού, η προσφορά και η ζήτηση πολιτιστικών αγαθών, οι διεθνείς τάσεις στο εμπόριο πολιτιστικών προϊόντων και οι μορφές χρηματοδότησης. Στη διάρκεια των μαθημάτων θα αναλυθούν τα χαρακτηριστικά των πολιτιστικών οργανισμών και επιχειρήσεων, οι βασικές αρχές της οικονομικής του πολιτισμού, τα δημόσια οικονομικά του πολιτισμού (επιχορηγήσεις, ΠΔΕ, συγχρηματοδοτούμενα) ο διαχωρισμός των λειτουργικών – οργανωτικών – μισθολογικών δαπανών από τις δαπάνες εκείνες που συμβάλλουν στη διαμόρφωση του πολιτιστικού αγαθού, η οικονομική διάσταση της προστασίας – ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς, οι μορφές χρηματοδότησης, ο ρόλος της χορηγίας σε δημόσιους και μη πολιτιστικούς οργανισμούς. Θα παρουσιαστεί το πλαίσιο της αναπτυξιακής στρατηγικής για τους χώρους πολιτισμού μέσα από την τοπική ανάπτυξη και τις τοπικές κοινωνίες, όπως προγράμματα χρηματοδότησης για υποδομές πολιτισμού.

Στόχος είναι μετά το πέρας των μαθημάτων ο/η εκπαιδευόμενος/-η να αποκτήσει τις εξής γνώσεις και δεξιότητες:

- Κατανοεί τις βασικές αρχές της οικονομικής του πολιτισμού

- Υιοθετεί πολιτικές αξιοποίησης των νέων οικονομικών δεδομένων που δημιουργεί η ψηφιοποίηση του περιεχομένου
- Αποτιμά την αποτελεσματικότητα των στρατηγικών οικονομικής διαχείρισης – χρηματοδότησης - τιμολόγησης πολιτιστικών δράσεων και πολιτικών
- Συγκρίνει εναλλακτικά επιχειρηματικά μοντέλα και μεθόδους χρηματοδότησης
- Αξιολογεί τα οικονομικά αποτελέσματα της εφαρμογής
- Είναι σε θέση αν διατυπώσει προτάσεις αναπτυξιακής πολιτικής για πολιτιστικούς οργανισμούς λαμβάνοντας υπόψη την χρηματοοικονομική τους κατάσταση
- Συνθέτει την εμπειρία από μελέτες περιπτώσεων και αξιοποιεί τα συμπεράσματα για την αντιμετώπιση των οικονομικών προβλημάτων και τη χάραξη στρατηγικής
- Είναι σε θέση να σχεδιάσει το χορηγικό φάκελο μιας δράσης

Ο Νικόλας Καραχάλης (karachalis@gmail.com) είναι διδάσκων του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και μέλος ΣΕΠ ΕΑΠ. Πληροφορίες και δημοσιεύσεις θα βρείτε στην ιστοσελίδα στο academia και το researchgate.

1. Οικονομικά του Πολιτισμού

1.1. Βασικές Έννοιες

Ο ορισμός του πολιτισμού και του πολιτιστικού αγαθού μεταβάλλεται διαχρονικά και οι κλάδοι και τα επαγγέλματα που σχετίζονται με τον πολιτισμό διευρύνονται: περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως είναι ο κινηματογράφος, η λογοτεχνία, οι εκδόσεις, το θέατρο, η δισκογραφία, οι συναυλίες, οι παραστάσεις, η μόδα, το design, η αρχιτεκτονική, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, οι εικαστικές τέχνες, τα μουσεία, οι αίθουσες τέχνης, η χειροτεχνία και ο σχεδιασμός σε Η/Υ, κ.ά. Η διεύρυνση αυτή συνδέεται με αλλαγές στα πρότυπα πολιτιστικής παραγωγής και κατανάλωσης. Παράλληλα έχουν αλλάξει τα χαρακτηριστικά και ο αριθμός των εργαζομένων, καθώς και η επιχειρηματική δράση στον πολιτιστικό τομέα. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο παρουσιάζεται αύξηση της απασχόλησης στα πολιτιστικά επαγγέλματα, όπου σύμφωνα με έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής οι θέσεις εργασίας αγγίζουν το 2,5% περίπου επί του συνόλου της απασχόλησης, παρουσιάζοντας και αυξητικές τάσεις (ΕΥ 2015).

Δεν αποδέχονται όλοι οι συγγραφείς το κέρδος ως κίνητρο και γενικά η οικονομική αποτίμηση των πολιτιστικών αγαθών έχει γίνει αντικείμενο διαφωνιών. Γίνεται ολοένα και πιο δύσκολο να καθοριστεί που ξεκινάει η πολιτιστική οικονομία και που σταματάει η υπόλοιπη καπιταλιστική οικονομία, αφού τα πολιτιστικά αγαθά αποκτούν αυξανόμενη εμπορική αξία εφόσον η τάση του καπιταλιστικού συστήματος είναι να προσδίδει αξία σε ένα μεγάλο αριθμό αγαθών με αισθητική αξία. Η βασική παραδοχή της μεγιστοποίησης του κέρδους ως κύριο κίνητρο της ενασχόλησης με τον πολιτιστικό τομέα αμφισβητείται πρακτικά τόσο από οικονομολόγους όσο και από επιστήμονες άλλων κοινωνικών κλάδων. Έννοιες όπως η δημιουργικότητα, το status, η καλλιτεχνική έμπνευση, κ.λπ., δύσκολα εξηγούνται με την ορολογία της νεοκλασικής οικονομικής σχολής (Throsby, 2001, 2010).

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο χαρακτήρας και η αξία των πολιτιστικών αγαθών συνδέονται με διαφορετικές προσεγγίσεις. Για ορισμένους, η καλλιτεχνική και πολιτιστική δημιουργία θεωρείται ότι έχει σε μεγάλο βαθμό το χαρακτήρα δημόσιου αγαθού, αφού η κατανάλωση του σε αρκετές περιπτώσεις (π.χ., στη δημόσια τέχνη)

είναι δωρεάν ή η τιμή είναι πολύ χαμηλή (Παχάκη κα 2000:34). Άλλοι οικονομολόγοι θεωρούν τον πολιτισμό καταναλωτικό προϊόν πολυτελείας, το οποίο αγοράζεται είτε από ιδιώτες είτε από κράτη και άλλες ομάδες από το πλεόνασμα της οικονομικής τους ανάπτυξης. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι ο πολιτισμός δεν έχει μόνο οικονομική αξία αλλά και εκπαιδευτική, κοινωνική και συμβολική – π.χ. όταν η κατανάλωση του συνδέεται με θέματα κοινωνικής θέσης (status). Από την άλλη πλευρά όπως επισημαίνεται στη βιβλιογραφία, η παραγωγή πολιτιστικών αγαθών αποτελεί στην πλειοψηφία των περιπτώσεων επιχειρηματική δράση και συνδέεται με το κέρδος. Με δεδομένο ότι ο πολιτισμός αποτελείται από ένα σύνολο δραστηριοτήτων που παράγεται χρησιμοποιώντας πόρους που είναι σπάνιοι ενδιαφέρει ιδιαίτερα την οικονομική επιστήμη (Τσουρβάκας 2012).

Η διαμόρφωση συνθηκών στην αγορά από την ύπαρξη των δυνάμεων της προσφοράς και της ζήτησης προκύπτει ως αποτέλεσμα το οποίο διαμορφώνεται από διάφορους προσδιοριστικούς παράγοντες. Οι παράγοντες αυτοί δεν προέρχονται αποκλειστικά από τον χώρο της οικονομίας, είναι δυνατό να αναζητηθούν και σε άλλους τομείς που χαρακτηρίζουν το προφίλ του καταναλωτικού κοινού όπως το μορφωτικό επίπεδο, η εθνικότητα, η υπάρχουσα ή υπό ανάπτυξη πολιτιστική υποδομή, τα γεωγραφικά χαρακτηριστικά ενός τόπου, οι εξελίξεις στην τεχνολογία, η διαφήμιση κ.α. Ενδεικτικά η Ζήτηση επηρεάζεται και από προσδιοριστικούς παράγοντες όπως α) το ύψος και η κατανομή του εισοδήματος, αν και εντάσσονται στο επίπεδο προσδιορισμού του βιοτικού επιπέδου οι πολιτισμικοί παραγωγοί οφείλουν να τα εξετάζουν ανεξάρτητα κυρίως για λόγους «στόχευσης» των καταναλωτικών ομάδων (target groups), ανά κατηγορία προϊόντων, ώστε να σχεδιαστεί η κατάλληλη ανά ομάδα τιμολογιακή πολιτική που θα προσελκύσει την κατανάλωση, β) το μέγεθος του πληθυσμού και η γεωγραφική του κατανομή δρουν ως εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν αναλογικά και ποσοτικά το επίπεδο της ζήτησης, γ) οι προσδοκίες των καταναλωτών για το μελλοντικό τους εισόδημα ε) τη μόδα και τις τάσεις, κλπ. Αντίστοιχα οι προσδιοριστικοί παράγοντες της προσφοράς είναι οι εξής : α) η τιμή, β) οι τιμές των υπόλοιπων αγαθών γ) οι τιμές των παραγωγικών συντελεστών ή των πρώτων υλών, δ) οι προβλέψεις των οικονομικών μονάδων, κλπ. Στον πολιτιστικό τομέα κατά κανόνα η προσφορά δημιουργεί τη ζήτηση (Τσουρβάκας 2012) .

1.2. Η επιρροή του διαδικτύου στην οικονομία του πολιτισμού

Η ανάπτυξη των ΤΠΕ και του διαδικτύου δεν έχει αφήσει ανεπηρέαστη την οικονομία του πολιτισμού. Όπως άλλωστε και τους περισσότερους τομείς της οικονομίας. Ο κοινωνιολόγος Castells (2009) αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο η εξέλιξη στις νέες τεχνολογίες επηρεάζει την γνώση, την πληροφόρηση και την επικοινωνία, οδηγώντας σε σημαντικές αλλαγές στο επίπεδο της οργάνωσης της εργασίας και της παραγωγής. Σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο επηρεάζουν οι νέες τεχνολογίες την οικονομία του πολιτισμού ένας βασικός διαχωρισμός μπορεί να γίνει μεταξύ α) πολιτιστικών δραστηριοτήτων που απαιτούν την φυσική παρουσία των καλλιτεχνών ή των καταναλωτών και β) πολιτιστικών δραστηριοτήτων των οποίων το παραγόμενο αγαθό ή υπηρεσία μπορεί να διακινηθεί ψηφιακά. Όπως γράφει ο Λεάνδρος (2008) η ψηφιοποίηση του περιεχομένου διαμορφώνει νέα δεδομένα στη βιομηχανία των Μέσων τόσο από την πλευρά της προσφοράς όσο και απ' αυτήν της ζήτησης. Νέα επιχειρηματικά μοντέλα κάνουν την εμφάνισή τους καθώς οι δημιουργοί περιεχομένου επιδιώκουν να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους αξιοποιώντας τα καινούργια κανάλια διανομής και τις πολλαπλές ευκαιρίες που προσφέρει η ψηφιοποίηση του περιεχομένου. Ταυτόχρονα οι επιχειρήσεις των Μέσων καλούνται να δράσουν και να επιτύχουν σε ένα πολύ πιο ανταγωνιστικό περιβάλλον τόσο λόγω των απαιτήσεων και της διαφοροποίησης του κοινού όσο και εξαιτίας της εμφάνισης πολλών νέων ανταγωνιστών. Ιδιαίτερα εταιρείες του διαδικτύου όπως η Google, η Yahoo! και η AOL ενισχύουν το ρόλο τους στους τομείς της ενημέρωσης αλλά και της ψυχαγωγίας.

Η διαδραστικότητα αφορά όχι μόνο την παραγωγή του περιεχομένου αλλά και τις πολλές επιλογές κατανάλωσης που δημιουργούνται. Το κοινό είναι πλέον ελεύθερο να επιλέξει ανάμεσα σε διαφορετικές μορφές περιεχομένου, αλλά και στο πότε, πως και για πόσο χρονικό διάστημα θα καταναλώσει το ψηφιακό περιεχόμενο που του προσφέρουν τα Μέσα. Στην εποχή της κυριαρχίας της μαζικής επικοινωνίας οι επιχειρήσεις των Μέσων προωθούσαν προς το κοινό ένα προϊόν με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και χρονικούς προσδιορισμούς. Αντίθετα, στη νέα ψηφιακή εποχή επιδιώκουν να «έλξουν» το κοινό αφήνοντας πολλές επιλογές ανοικτές για τον χρήστη που προσδιορίζει και την τελική μορφή του περιεχομένου που θα καταναλώσει. (ό.π.).

Πρώτον, προς νέες μορφές περιεχομένου ή καινούργιες δυνατότητες που προσφέρουν προστιθέμενη αξία στις ήδη υπάρχουσες. Τα έντυπα Μέσα δημιουργούν δικτυακούς τόπους και προβάλλουν το περιεχόμενό τους σε ψηφιακή μορφή, ενώ ταυτόχρονα έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν νέες υπηρεσίες όπως βάσεις δεδομένων και μηχανές αναζήτησης. Τα τηλεοπτικά κανάλια, ακόμα και όσα παραμένουν στην αναλογική μετάδοση προωθούν, κυρίως μέσω των reality, μορφές συμμετοχής του κοινού που τους αποφέρουν πρόσθετα έσοδα.

Πάντως θα πρέπει να επισημάνουμε ότι η παρουσία των παλαιών Μέσων στον κυβερνοχώρο χαρακτηρίζεται, στις περισσότερες περιπτώσεις, από διστακτικότητα και αδυναμία ανάδειξης των καινοτομικών χαρακτηριστικών του διαδικτύου. Άλλωστε η εμπειρία έχει αποδείξει ότι η αναμόρφωση εργασιακών πρακτικών και οργανωτικών δομών που έχουν εγκαθιδρυθεί εδώ και δεκαετίες είναι μια αρκετά δύσκολη υπόθεση. Έτσι οι επιχειρήσεις των Μέσων συχνά ρίχνουν το βάρος τους στη δημιουργία νέων εταιρειών που διαθέτουν μεγαλύτερη ευελιξία και καινοτομική διάθεση. Η ραγδαία επέκταση των ομίλων Μέσων στη διάρκεια των δύο τελευταίων δεκαετιών υπογραμμίζει την έκταση του φαινομένου.

Η ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας και η διάδοση της χρήσης του διαδικτύου επηρεάζει τη δεύτερη κατηγορία, ενώ δεν επηρεάζει σημαντικά τομείς όπως οι παραστατικές τέχνες, τα μουσεία ή τη γαστρονομία – εστιατόρια, κλπ (DiMaggio 2014). Σε τομείς όπως η φωτογραφία, οι ψηφιακές τέχνες, η μαγνητοφωνημένη μουσική, η παραγωγή ραδιοφωνικών εκπομπών (podcasting) και η δημοσιογραφία μέσω προσωπικών ιστοσελίδων (blogging) το διαδίκτυο καθιστά φτηνή και προσιτή την επαγγελματική ενασχόληση, καταργώντας ουσιαστικά τις δυσκολίες εισόδου στο επάγγελμα που ίσχυαν μέχρι πρόσφατα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το φαινόμενο του βιοπορισμού ερασιτεχνών φωτογράφων μέσω Instagram ή άλλων διαδικτυακών εφαρμογών. Η δημιουργία μεγάλου αριθμού νέων μικρών επιχειρήσεων στους κλάδους των πολιτιστικών δημιουργικών βιομηχανιών λόγω του Διαδικτύου ουσιαστικά αλλάζει και το χάρτη της οικονομίας του πολιτισμού. Η μουσική βιομηχανία είχε τις μεγαλύτερες απώλειες λόγω της ανάπτυξης του Διαδικτύου και κατάργησης του CD ειδικά όταν η τεχνολογία επέτρεψε την δωρεάν ανταλλαγή αρχείων μουσικής peer to peer (P2P) (π.χ μέσω Napster). Σήμερα μετά από πολλές ανακατατάξεις στο χώρο κυριαρχούν άλλες μορφές συμφωνιών με τους μουσικούς π.χ.

πληρωμή δικαιωμάτων από συλλογικούς φορείς όπως η ΑΕΠΠ, πληρωμή μεριδίων από το youtube ή την πλατφόρμα Spotify, κ.λπ. Στον τομέα του κινηματογράφου παρά τη σημαντική μείωση των εισιτηρίων παγκοσμίως, οι απώλειες αναλογικά δεν είναι τόσο σημαντικές όσο π.χ. στις εφημερίδες και τις δισκογραφικές εταιρίες. Ο κλάδος προσαρμόστηκε στις νέες απαιτήσεις κλείνοντας συμφωνίες με διαδικτυακούς πάροχους, on-line κανάλια, κλπ. Ένας σημαντικός παράγοντας είναι ότι η εμπειρία του σινεμά θεωρείται αναντικατάστατη, η παρακολούθηση ταινιών μέσω διαδικτύου μέσω τηλεόρασης δεν θεωρείται δηλαδή πλήρες υποκατάστατο (ό.π.).

Διαβάστε επίσης:

- 1. Την έκθεση της Ernst and Young θα τη βρείτε [εδώ](#)**
- 2. Την έκθεση της Τράπεζας της Ελλάδας για την δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα θα τη βρείτε [εδώ](#)**
- 3. Τη μελέτη του Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης για την Χαρτογράφηση της Πολιτιστικής και Δημιουργικής Βιομηχανίας στην Ελλάδα θα τη βρείτε [εδώ](#).**
- 4. Το άρθρο του DiMaggio για τις νέες συνθήκες που δημιουργεί το Διαδίκτυο θα το βρείτε [εδώ](#)**

2. Αναπτυξιακή διάσταση της επένδυσης στην πολιτιστική δραστηριότητα

2.1. Σύγχρονος πολιτισμός, πολιτιστική κληρονομιά και ανάπτυξη

Η επιδράσεις της πολιτιστικής κληρονομιάς και της πολιτιστικής δραστηριότητας στην τοπική ανάπτυξη αποτελεί αντικείμενο εκτεταμένης βιβλιογραφίας. Οι βασικές προσεγγίσεις της σχέσης οικονομίας και πολιτισμού είναι οι εξής (Heilbrun και Gray 2001, Greffe και Pflieger 2005):

α) Η προσέγγιση του κράτους πρόνοιας (Welfare model) στο οποίο ο πολιτισμός αντιμετωπίζεται ως δημόσιο αγαθό,

β) Η ανταγωνιστική προσέγγιση (Competitive model) όπου ο πολιτιστικός τομέας θεωρείται ένα ακόμη οικονομικός κλάδος χωρίς την ανάγκη προστασίας ή ειδικής μέριμνας.

γ) Η αναπτυξιακή προσέγγιση (Growth model) όπου ο πολιτισμός συνδέεται με τη δημιουργία συνθηκών ανάπτυξης.

Είναι προφανές ότι η συζήτηση αυτή συνδέεται συχνά με τη σχέση τουρισμού και πολιτισμού, μία σχέση που έχει συγκεντρώσει το ενδιαφέρον ερευνητών αλλά και στελεχών της Τοπικής Αυτοδιοίκησης όσον αφορά τη σχέση με τη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη, τον υπερτουρισμό και τον βέλτιστο τρόπο πολιτιστικής διαχείρισης (βλ. Heinze 2002, Καραχάλης 2007). Ιδιαίτερη δυναμική αναπτύσσει ο τομέας της διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς. Σήμερα δεν υπάρχει περιφέρεια που να μην προωθεί τουριστικά κάθε μορφή κληρονομιάς. Και από την πλευρά της ζήτησης, δηλ. των απαιτήσεων των επισκεπτών πολιτιστικών χώρων, π.χ. σε μνημεία ή χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς, παρουσιάζεται μια κατάσταση πολύ πιο πολύπλευρη από ότι πριν λίγα χρόνια. Έτσι πλέον σε μια πολιτιστική επίσκεψη δεν παίζει μόνο το πολιτιστικό προϊόν καθαυτό ρόλο, αλλά και η ποιότητα παραμονής, η ατμόσφαιρα, η αυθεντικότητα κ.λπ. Οι επισκέπτες αναζητούν πολιτιστικές δραστηριότητες σε ασυνήθιστα μέρη, όπως σε γέφυρες, πλοία, αθλητικά στάδια, υποβαθμισμένες αστικές περιοχές, κ.ά. Λόγω της διάθεσης και δυνατότητας της μετακίνησης έχουν επεκταθεί και οι χώροι δραστηριοτήτων, και επομένως οι ταξιδιωτικές διαδρομές και ώρες του

κοινού. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να μην επιλέγεται υποχρεωτικά το κοντινότερο προϊόν, κάτι που αυξάνει και τον ανταγωνισμό μεταξύ των περιφερειών σε προσφορά. Επίσης έχουν αλλάξει τα πολιτιστικά ενδιαφέροντα του κοινού π.χ., κάποτε το rock and roll εξέφραζε την κουλτούρα των εφήβων, ενώ σήμερα πλέον η επίσκεψη μιας συναυλίας των Rolling Stones αποτελεί γεγονός για όλη την οικογένεια. Αυτό θα πρέπει να ληφθεί υπόψη στη διαμόρφωση του πολιτιστικού προϊόντος, όσον αφορά σε πολιτιστικούς θεσμούς και προγράμματα (Κόνσολα 2006).

Ο Ebert (2005) προσπαθώντας να κάνει μια επισκόπηση της σχέσης περιφερειακής ανάπτυξης και πολιτισμού και των νέων τάσεων που αναδύονται, αναφέρει ότι ο όρος πολιτισμός χρησιμοποιήθηκε στην επιστήμη της Περιφερειακής Ανάπτυξης περιλαμβάνοντας αρχικά κυρίως τις τέχνες. Σήμερα, όπως εξηγείται και σε προηγούμενα κεφάλαια, ο όρος πολιτισμός διευρύνεται και περιλαμβάνει όρους όπως η γαστρονομία, ο αθλητισμός, ο βιομηχανικός πολιτισμός, ο πολιτισμός των μεταναστών, ο πολιτισμός της υπαίθρου, η αρχιτεκτονική, η διαφήμιση, η λαϊκή τέχνη κ.ά. Γενικά, οι σχέσεις αλληλεπίδρασης μεταξύ πολιτισμού και περιφερειακής ανάπτυξης έχουν γίνει πιο περίπλοκες ακόμη και στις παραδοσιακές μορφές πολιτιστικής έκφρασης κάτι που οφείλεται στις διαδικαστικές αλλαγές τόσο στην πλευρά της προσφοράς όσο και της ζήτησης. Ο πολιτισμός στηρίζεται σήμερα σε τέσσερις πυλώνες όσον αφορά τη σχέση του με την περιφερειακή επιστήμη και την τοπική ανάπτυξη. Πρώτον στον παραδοσιακό πυλώνα, όπου ανήκουν οι δημόσιοι φορείς και θεσμοί, όπως τα δημοτικά θέατρα, μουσεία ή τα δημόσια ωδεία. Τον δεύτερο πυλώνα αποτελούν οι πολιτιστικές πρωτοβουλίες, καλλιτεχνικοί σύλλογοι, θεατρικοί σύλλογοι κ.λπ. Ο τρίτος πυλώνας, η σημασία του οποίου τείνει να υποτιμάται, είναι η πολιτιστική οικονομία, όπου συγκαταλέγονται τα καλλιτεχνικά πρακτορεία, βιβλιοπωλεία, κατασκευαστές μουσικών οργάνων, οι θεατρικές επιχειρήσεις, οι ιδιωτικές σχολές (προσανατολισμένες στο κέρδος) μουσικής και ζωγραφικής. Ο τέταρτος πυλώνας, ο οποίος συνδέεται με τους προηγούμενους τρεις περιλαμβάνει την πολιτιστική «δημιουργική τάξη», δηλαδή τους συγγραφείς, τους καλλιτέχνες κ.λπ. (βλ. σχεδ. 1) Στον τομέα της αστικής ανάπτυξης πρόσφατες δημοφιλείς προσεγγίσεις όπως η *Δημιουργική Πόλη* του C. Landry (2000) και η *Δημιουργική Τάξη* του R. Florida (2004) στηρίζονται σε αυτήν την υπόθεση.

Πίνακας 1: Οι τέσσερις πυλώνες του πολιτισμού

1^{ος} Πυλώνας: Παραδοσιακός – Κρατικός	2^{ος} Πυλώνας: Πολιτιστικές Πρωτοβουλίες	3^{ος} Πυλώνας: Πολιτιστική Οικονομία	4^{ος} Πυλώνας: Δημιουργική Τάξη
Δημοτικά Θέατρα, Μουσεία, Όπερες, Βιβλιοθήκες, Ωδεία, κ.ά.	Καλλιτεχνικοί Σύλλογοι, Σωματεία, Πολιτιστικοί και Λαογραφικοί Σύλλογοι, κ.ά.	Θεατρικές επιχειρήσεις, Καλλιτεχνικά Πρακτορεία, Κινηματογράφοι, Βιβλιοπωλεία, Μουσικές Σκηές, κ.ά.	Συγγραφείς, Καλλιτέχνες, Designers, Μουσικοί, κ.ά.

STADTart 2005 (από Ebert 2005: 25)

2.2. Επίδραση της Πολιτιστικής Επένδυσης

Ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο για την πολιτιστική πολιτική και τον πολιτιστικό προγραμματισμό είναι ότι τις δύο τελευταίες δεκαετίες πολλά κράτη χρησιμοποιούν ποσοτικές μεθόδους ανάλυσης στη διαδικασία ολοκλήρωσης της πολιτιστικής τους πολιτικής (Greffé και Pflieger 2005). Οι σχετικές μελέτες αξιοποιούν: α) το στατιστικό υλικό για όλες τις πολιτιστικές δραστηριότητες, β) τα οικονομικά στοιχεία σε χωροταξική κατανομή, γ) τις στατιστικές "πολιτιστικών" επαγγελμάτων, δ) τις έρευνες αξιολόγησης διαφόρων πολιτιστικών "έργων", με την καθιέρωση κοινωνικών δεικτών και ε) τους εθνικούς πολιτιστικούς λογαριασμούς και γενικά, τα οικονομικά χαρακτηριστικά των πολιτιστικών δραστηριοτήτων (Κόνσολα 2006).

Σύμφωνα με μελέτη της Ernst and Young (2015) όπου χαρτογραφείται σε παγκόσμιο επίπεδο η οικονομία του πολιτισμού προκύπτει ότι αφορά 29,5 εκατομμύρια θέσεις εργασίας παγκοσμίως και παράγει κύκλο εργασιών αξίας 2.250 δισ. δολαρίων ξεπερνώντας συγκριτικά το συνολικό κύκλο εργασιών του κλάδου των τηλεπικοινωνιών (ή αντίστοιχα το ΑΕΠ της Ινδίας). Υπολογίζεται ότι ένα επιπλέον ποσοστό αφορά την ανεπίσημη οικονομία στον τομέα με κύκλο εργασιών 33 δισεκ.

δολάρια και 1,2 εκατ. θέσεις εργασίας. Ένα μεγάλο μέρος των θέσεων εργασίας αφορά νέους, γεγονός που συνδυάζεται με την αντιμετώπιση της νεανικής ανεργίας. Παγκοσμίως ο χώρος των οπτικοακουστικών μέσων κυριαρχεί στις εξαγωγές, και ειδικά για την Ευρωπαϊκή Ένωση το γεγονός αυτό συνδέεται με σημαντικό κύκλο εργασιών και θέσεις εργασίας. Πολλές ευρωπαϊκές εταιρίες συγκαταλέγονται στις πιο σημαντικές παγκοσμίως (ενδεικτικά παραδείγματα οι Egmont, Grupo Planeta, La Scala, RTL Group, Nordisk Film, Deezer, Rovio Entertainment, Dorotheum, BBC World Service, Publicis και Sweco) και, ειδικότερα, οι εκδοτικοί οίκοι της Ε.Ε. κατέχουν ηγετική θέση παγκοσμίως (ΕΥ 2015).

Στην Ελλάδα η οικονομία του πολιτισμού καταγράφεται μέσα από διαφορετικές μελέτες ως σημαντικός κλάδος της οικονομίας, με αποκλίσεις ωστόσο ως προς τις μετρήσεις της επίδρασής του. Η μελέτη της τράπεζας της Ελλάδος αναφέρει ότι αφορά 3% του ΑΕΠ με κύκλο εργασιών 11,7 δις ευρώ και 110.000 απασχολούμενους που αγγίζει το 3% της συνολικής απασχόλησης σύμφωνα με μετρήσεις μέχρι το 2013 (Λαζαρέτου 2014). Οι εθνικές και τοπικές αρχές μειώνοντας τις ενισχύσεις στους καλλιτέχνες (επιδοτήσεις, βραβεύσεις) ή στους καταναλωτές πολιτισμού (π.χ. μέσω των δελτίων βιβλίου ή θεάτρου) αναζητούν νέες μορφές έμμεσης ενίσχυσης της πολιτιστικής δραστηριότητας και προσπαθούν να υιοθετήσουν νέες πολιτικές προσεγγίσεις. Ιδιαίτερα η πολιτιστική κληρονομιά αποτελεί έναν αναπτυξιακό πόρο στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης, υπό την έννοια ότι η λελογισμένη και με σαφή κριτήρια αξιοποίησή της συντελεί στην προσέλκυση επενδύσεων και στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη.

Πιο πρόσφατα η εταιρία Deloitte υπουργείο Πολιτισμού εκπόνησε μελέτη για την αποτίμηση των κοινωνικοοικονομικών επιπτώσεων των 1.300 έργων πολιτισμού που υλοποιήθηκαν με πόρους της Ε.Ε. ανά την επικράτεια συνολικού προϋπολογισμού 2,3 δισ. Ευρώ όπου αποδεικνύεται ότι η επένδυση υπερτριπλασιάζεται λόγω των θετικών επιδράσεων. Η μελέτη απέδειξε ότι η αθροιστική, πολλαπλασιαστική επίπτωση στο σύνολο της οικονομίας 1 εκατ. ευρώ αποδίδει σε ορίζοντα πενταετίας 3,44 εκατ. ευρώ.

Αντίστοιχα στη μελέτη για τη επίσημη χαρτογράφηση του Πολιτιστικού και Δημιουργικού Τομέα στην Ελλάδα, που εκπονήθηκε από το Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου προκύπτουν ενδιαφέροντα στοιχεία για το

σύγχρονο πολιτισμό σε κλαδικό και περιφερειακό επίπεδο. Πέραν των παραδοσιακών τομέων του σύγχρονου πολιτισμού (Τέχνες, Θέατρο, ορός, Εικαστικά-Βιβλιοθήκες και Μουσεία) ο όρος “πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες” ή “κλάδοι πολιτισμού και δημιουργικότητας” (ΚΠΔ) καλύπτει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων (αναπαραστατικές και εικαστικές τέχνες, σχεδιασμός, αρχιτεκτονική, διαφήμιση, εκδόσεις, οπτικοακουστικά μέσα, λογισμικό, κ.λ.π), συναφών με το ευρύτερο πεδίο του πολιτισμού. Η μελέτη στηρίχθηκε σε ποσοτικές μεθόδους ανάλυσης δεδομένων και περιλαμβάνει στατιστικά στοιχεία τα οποία αντλήθηκαν από διάφορες πηγές, όπως η Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία, η Ελληνική Στατιστική Αρχή, Στοιχεία ΑΕΠ, Απασχόλησης, Μητρώο Επιχειρήσεων, Πίνακες Εισροών, Εκροών, Στατιστικές Πολιτισμού), και το Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, αλλά και στατιστικά στοιχεία από κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς και συνδικαλιστικές οργανώσεις. Από τα ανωτέρα στοιχεία εξάγονται χρήσιμα συμπεράσματα που αναδεικνύουν το γεγονός ότι ο πολιτιστικός και δημιουργικός τομέας αποτελεί βασικό πυλώνα της ελληνικής οικονομίας, συγκρινόμενος με άλλους επιλεγμένους κλάδους (βιομηχανία τροφίμων, κατασκευές, κ.ά) καθώς:

- Αποτελεί το 6.6% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα(με 46.370 επιχειρήσεις)
- Περιλαμβάνει το 3,2% των εργαζομένων στην χώρα (με 110.688 εργαζόμενους).
- Συνεισφέρει στο 1,4% του ΑΕΠ (2.1 δισ. ευρώ Προστιθέμενη Αξία)
- Συμμετέχει στις πωλήσεις αγαθών και υπηρεσιών με 5.3 δισ. ευρώ.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, στην Ευρωπαϊκή Ένωση των 28 μελών, για το έτος 2014, ο πολιτιστικός και δημιουργικός τομέας συνεισέφερε στο 2,8% του Ευρωπαϊκού ΑΕΠ, με 1,7 εκατ. επιχειρήσεις και 6,1 εκατ. εργαζόμενους, με την Ελλάδα να καταλαμβάνει την 11η θέση στην απασχόληση και την 10η στον αριθμό δημιουργικών επιχειρήσεων, με τους κλάδους της αρχιτεκτονικής, των εκδόσεων, της διαφήμισης, των τεχνών και της διασκέδασης να έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο. Πέρα από τις στατιστικές αναλύσεις των βασικών οικονομικών μεγεθών των κλάδων πολιτισμού και δημιουργικότητας της

Ελλάδας, η μελέτη επιχειρεί μια λεπτομερή καταγραφή και ανάλυση του τομέα στις 13 Περιφέρειες της Ελλάδας και παρουσιάζει δεδομένα που αφορούν:

- στην καλλιτεχνική παραγωγή σε όλους τους τομείς του σύγχρονου πολιτισμού
- στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των εργαζομένων στον χώρο (όπως, φύλο, μορφωτικό επίπεδο, εξειδίκευση, ηλικιακές ομάδες απασχολούμενων),
- στις περιφερειακές ανισότητες, όπως αυτές παρουσιάζονται από την κατανομή της πολιτιστικής και δημιουργικής παραγωγής, απασχόλησης και αριθμού επιχειρήσεων στις 13 Περιφέρειες της χώρας, αλλά και στοιχεία για την πολιτιστική κατανάλωση όπως αυτή εκφράζεται μέσω της επισκεψιμότητας σε πολιτιστικούς χώρους -προφίλ καταναλωτών.

Πέρα από τις παραπάνω μελέτες έχουν εκπονηθεί και μεμονωμένες κλαδικές μελέτες π.χ. για το χώρο του design στην Ελλάδα, μεταπτυχιακές εργασίες, έρευνες κοινού, κ.α.

Οι προσπάθειες μέτρησης και αξιολόγησης της πολιτιστικής δραστηριότητας και πολιτικής λαμβάνουν διαφορετικές μορφές και συνεχίζουν μέχρι και σήμερα να διαφέρουν από κράτος σε κράτος (Hartley κα. 2016). Το γεγονός αυτό δημιουργεί πολλά προβλήματα στη συγκριτική εξέταση κρατών. Μια κατατοπιστική ανάλυση για το διεθνές πλαίσιο για τις πολιτιστικές στατιστικές και τις κατηγορίες των πολιτιστικών δραστηριοτήτων δίνει ο Ν. Βερνίκος στο βιβλίο με τίτλο «Πολιτιστικές βιομηχανίες, Διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά», δίνοντας έμφαση στις στατιστικές σειρές και τους ορισμούς που υιοθετεί η Unesco¹ (Βερνίκος, 2005: 24-38). Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, πέρα από τις στατιστικές σειρές της Eurostat, μπορεί κανείς να αναζητήσει στοιχεία στο Compendium of Cultural Policies.

Αδιαμφισβήτητη η συχνή χρήση² του πολιτισμού σε προγραμματικά κείμενα πόλεων, περιφερειών και αστικών περιοχών και η σημασία που του αποδίδεται κρύβει τον κίνδυνο της υπερεκτίμησης της πραγματικής του αξίας. Η πολιτιστική επένδυση στο

¹ Ήδη από το 1972, στο πλαίσιο των εργασιών της Unesco, το θέμα του καθορισμού ενός κοινού πλαισίου συγκέντρωσης στατιστικών στοιχείων για τον πολιτισμό αποτέλεσε κύριο θέμα στη Σύνοδο των υπουργών Πολιτισμού, όπου και ανατέθηκε στον τότε διευθυντή της Στατιστικής Υπηρεσίας του Οργανισμού.

² Ο Pratt αναφέρεται στη χρήση του όρου με την αγγλική έκφραση “fuzziness”, εννοώντας ότι γίνεται συχνή χρήση οφείλεται σε παροδική «μόδα» (Pratt 2004:2).

πλαίσιο μιας τοπικής πολιτικής σαφώς δεν λύνει όλα τα αναπτυξιακά προβλήματα, ούτε δημιουργεί αυτόματα την πολυπολιτιστική, δημοκρατική κοινωνία όπως υποστηρίζεται. Συχνά η χρήση του γίνεται πανάκεια με μεγάλο κόστος με σκοπό την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας (βλ. Zukin 1995).

Διαβάστε επίσης:

- 1. Την έκθεση της Deloitte την οποία θα βρείτε [εδώ](#)**
- 2. Πληροφορίες για τη προσέγγιση του Charles Landry θα βρείτε [εδώ](#)**
- 3. Το άρθρο για τη σχέση φεστιβάλ και τοπικής ανάπτυξης θα το βρείτε [εδώ](#)**
- 4. Την ιστοσελίδα του Compendium of Cultural Policies θα τη βρείτε [εδώ](#)**

Μέρος 3 Χρηματοδοτικά εργαλεία

3.1 Οικονομικός Σχεδιασμός - Διαχείριση – Τιμολόγηση (Εισαγωγή)

Ο οικονομικός προγραμματισμός και ο σχεδιασμός προσπαθούν να αντιμετωπίσουν την αβεβαιότητα του μέλλοντος. Η **οικονομική κρίση** έπληξε σημαντικά τον πολιτιστικό τομέα παγκοσμίως λόγω της μείωσης των χορηγιών που συχνά καλύπτουν μεγάλο μέρος των λειτουργικών εξόδων. Το παρόν υποκεφάλαιο δεν έχει ως στόχο να καλύψει όλες τις παραμέτρους (άλλωστε υπάρχει εκτεταμένη ειδική βιβλιογραφία για τη διοίκηση επιχειρήσεων) αλλά να υποδείξει τα βασικά σημεία ενδιαφέροντος σε σχέση με τη χ.

Προφανώς η πιο κρίσιμη παράμετρος είναι η εύρεση χρηματοδότησης (παρουσιάζονται παρακάτω οι διάφορες ειδικές μορφές εκτός από την ίδια χρηματοδότηση) αλλά και η αποτύπωση και ο έλεγχος των οικονομικών στοιχείων μιας επιχείρησης με τη χρήση αριθμοδεικτών.

Τα εισιτήρια αποτελούν συχνά τη βασική μορφή χρηματοδότησης στο χώρο του πολιτισμού, πολύ σημαντική είναι επομένως και η διαδικασία της τιμολόγησης. Τα βασικά σημεία διαμόρφωσης της τιμολογιακής πολιτικής των πολιτισμικών μονάδων είναι:

- Το λειτουργικό κόστος των πολιτιστικών επιχειρήσεων και οργανισμών.
- Ο αριθμός και το κόστος των επισκεπτών,
- Το κόστος της τεχνολογικής αναβάθμισής τους,
- Το μέγεθος του πληθωρισμού,
- Οι επιπτώσεις των αυξομειώσεων των τιμών.

Χαρακτηριστική είναι η συζήτηση που έχει ξεκινήσει όσον αφορά το ύψος της τιμής εισόδου στα ελληνικά μουσεία και των πλεονεκτημάτων του ηλεκτρονικού εισιτηρίου (βλ. Συκκά 2015, πλήρες άρθρο [εδώ](#)) και τη τιμολόγηση της εισόδου των θεάτρων.

3.2 Βασικές Μορφές Χρηματοδότησης

Η αξιοποίηση των οικονομικών πόρων και των κεφαλαίων ενός πολιτιστικού οργανισμού επηρεάζει τη βιωσιμότητα, την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητά του. Οι τέσσερις κύριες πηγές χρηματοδότησης για ένα πολιτιστικό οργανισμό είναι :

- Οι ιδιώτες (individual givers).
- Τα ιδρύματα (foundations).
- Οι εταιρείες (corporations)
- Το Κράτος (government). Τις ανωτέρω πηγές χρηματοδότησης τις διαχωρίζουμε από ίδια έσοδα του πολιτιστικού φορέα, που μπορεί να προέρχονται από κεφάλαια, εισιτήρια, πωλήσεις, κλπ.

Παρακάτω αναλύονται οι βασικές μορφές χρηματοδότησης.

3.2.1 Διαρθρωτικά Ταμεία και Χρηματοδοτικά Εργαλεία της ΕΕ 2014-2020

A) Γενικά για το ΕΣΠΑ

Στο Γ΄ ΚΠΣ η ύπαρξη διακριτού Επιχειρησιακού Προγράμματος για τον Πολιτισμό, σαφώς διασφάλισε τους αναγκαίους πόρους, για την εκτέλεση μεγάλων και μικρών έργων υποδομής σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία σε όλη τη χώρα, καθώς και για την υποστήριξη εκδηλώσεων σύγχρονου πολιτισμού. Από την άλλη πλευρά όμως, ακριβώς η διασφαλισμένη χρηματοδότηση, δεν δημιούργησε τις συνθήκες εγρήγορσης και προσαρμοστικότητας των φορέων του πολιτισμού, στο διαμορφούμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Στην επόμενη προγραμματική περίοδο 2007 - 2013, όπου δεν υπήρχε διακριτό Πρόγραμμα για τον Πολιτισμό, η διεκδίκηση των πόρων από διάφορα άλλα περιφερειακά και τομεακά προγράμματα, απαίτησε την ανάδειξη της συμβολής του πολιτισμού στη γενικότερη εθνική και περιφερειακή αναπτυξιακή προσπάθεια, προκειμένου να θεωρηθούν επιλέξιμες οι δράσεις και τα έργα. Η τάση αυτή ενισχύθηκε ακόμη περισσότερο στην τρέχουσα περίοδο 2014 - 2020, όπου - εκτός των άλλων - η χρηματοδότηση του τομέα είναι μειωμένη σε σχέση με το παρελθόν. Το αποτέλεσμα όλων αυτών των εξελίξεων είναι ότι τα παραδοσιακά κριτήρια επιλογής έργων ή δράσεων του τομέα (που ήταν η σημασία ενός

αρχαιολογικού χώρου, μνημείου ή μουσείου ή η σημαντικότητα μιας καλλιτεχνικής δράσης) εμπλουτίστηκαν με νέα, που σχετίζονται με την συμβολή του τομέα στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη (Νταής, 2018) . Στο τρέχον ΕΣΠΑ 2014-2020 η χρηματοδότηση του πολιτισμού συνδέεται με διαφορετικά επιχειρησιακά προγράμματα, ενώ πολλές δράσεις πολιτισμού συνδέονται με την εφαρμογή Σχεδίων Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης, τις Ολοκληρωμένες Χωρικές Επενδύσεις (ΟΧΕ). Παρακάτω παρουσιάζονται τα προγράμματα αυτά:

1.ΤΟΜΕΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ (Ε.Π.)

Ε.Π. Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία (Ε.Π.ΑΝ.Ε.Κ.)

- Έρευνα – Ανοικτή Καινοτομία στον Πολιτισμό/ εφαρμογή πρωτοποριακών ερευνητικών μεθόδων χρονολόγησης ευρημάτων, αποκατάστασης και συντήρησης αρχαιοτήτων που βασίζονται στην υψηλή τεχνολογία, (Θεματικός Στόχος 1)
- Ψηφιακές εφαρμογές – Τ.Π.Ε. (αναζήτηση πληροφοριών, διάθεση ηλεκτρονικού εισιτηρίου, ψηφιακές ξεναγήσεις, πώληση αντιγράφων κ.τ.λ.) – Θεματικός Στόχος 2/ Επενδυτική Προτεραιότητα 2 β
- Κρατικές ενισχύσεις στον κλάδο των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών (εικαστικές και παραστατικές τέχνες, παραγωγή και πώληση αντιγράφων μνημείων, τεχνολογίες παιγνίων και δημιουργικού περιεχομένου) – Θεματικός Στόχος 3
- Αστικές Αναπλάσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη Πόλεων (δημιουργία πολιτιστικών ενοτήτων, πεζοδρόμηση και ενοποίηση πολιτιστικών διαδρομών, διατήρηση νεώτερων κτηρίων ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής και ιστορικής αξίας, επανάχρηση παλαιών βιομηχανικών συγκροτημάτων με στόχο την απόδοσή τους στο κοινό και την ενίσχυση της συλλογικής ιστορικής μνήμης) – Θεματικός Στόχος 6
- Προστασία, ανάδειξη και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς (αναστηλώσεις - συντηρήσεις μνημείων, διαμορφώσεις αρχαιολογικών χώρων, βελτίωση υποδομών εξυπηρέτησης κοινού, κατασκευή μουσείων, εκθέσεις – επανεκθέσεις συλλογών σε μουσεία, κατασκευή «κέντρων πολιτισμού»,

προβολή - ανάδειξη μνημείων και χώρων κ.α.) – Θεματικός Στόχος 6/
Επενδυτική Προτεραιότητα 6 γ

- Ενεργειακή αναβάθμιση μουσείων και πολιτιστικών κτηρίων (Θεματικός Στόχος 6)

Ε.Π. ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ, ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ (Ε.Π.Υ.Μ.ΠΕΡ.Α.Α.)

- Αστικές Αναπλάσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη Πόλεων (δημιουργία πολιτιστικών ενοτήτων, πεζοδρόμηση και ενοποίηση πολιτιστικών διαδρομών, διατήρηση νεώτερων κτηρίων ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής και ιστορικής αξίας, επανάχρηση παλαιών βιομηχανικών συγκροτημάτων με στόχο την απόδοσή τους στο κοινό και την ενίσχυση της συλλογικής ιστορικής μνήμης) – Θεματικός Στόχος 6
- Αποκατάσταση και ανάδειξη των αρχαιολογικών χώρων σύμφωνα με τις γενικότερες προδιαγραφές προστασίας του τοπίου και της φύσης, αποτελώντας μια επιπλέον ασπίδα προστασίας για χαρακτηρισμένους Βιοτόπους, Τόπους Κοινοτικής Σημασίας στο δίκτυο NATURA 2000, αλλά και Τοπία Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους (Θεματικός Στόχος 6)
- Ενεργειακή αναβάθμιση μουσείων και πολιτιστικών κτηρίων (Θεματικός Στόχος 6)

Ε.Π. Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση, Δια Βίου Μάθηση (Ε.Π.ΑΝ.Α.Δ.Ε.Δ.Β.)

- Ευκαιρίες απασχόλησης στο εξειδικευμένο (αρχαιολόγοι, μουσειολόγοι, αρχιτέκτονες, μηχανικοί, συντηρητές έργων τέχνης, ξεναγοί κ.λπ), αλλά και ανειδίκευτο (προσωπικό καθαρισμού και φύλαξης χώρων καθώς και εξυπηρέτησης επισκεπτών) ανθρώπινο δυναμικό που πλήττεται σοβαρότατα από την ανεργία, μέσω προγραμμάτων τύπου «κοινοφελούς εργασίας» (Θεματικός Στόχος 8)
- Ο πολιτισμός το «Νέο Σχολείο» (Θεματικός Στόχος 10)

- Πολιτισμική και κοινωνική ενσωμάτωση περιθωριοποιημένων ή και αποκλεισμένων κοινωνικών ομάδων (Θεματικός Στόχος 9)

4.Ε.Π. Μεταρρύθμιση Δημοσίου Τομέα (Ε.Π.Μ.Δ.Τ.)

- Εφαρμογή συστημάτων στοχοθεσίας και μέτρησης αποτελεσματικότητας (Θεματικός Στόχος 11)
- Απλούστευση διαδικασιών – Βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών (Θεματικός Στόχος 11)
- Αναδιοργάνωση φορέων (Θεματικός Στόχος 11)

2.ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ (Π.Ε.Π.)

- Προστασία, ανάδειξη και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς (αναστηλώσεις - συντηρήσεις μνημείων, διαμορφώσεις αρχαιολογικών χώρων, βελτίωση υποδομών εξυπηρέτησης κοινού, κατασκευή μουσείων, εκθέσεις – επανεκθέσεις συλλογών σε μουσεία, κατασκευή «κέντρων πολιτισμού», προβολή - ανάδειξη μνημείων και χώρων κ.α.) – Θεματικός Στόχος 6/ Επενδυτική Προτεραιότητα 6 γ
- Ενεργειακή αναβάθμιση μουσείων και πολιτιστικών κτηρίων (Θεματικός Στόχος 6)
- Ψηφιακές εφαρμογές – Τ.Π.Ε. (αναζήτηση πληροφοριών, ψηφιακές ξεναγήσεις κ.τ.λ.) – Θεματικός Στόχος 2/ Επενδυτική Προτεραιότητα 2 β
- Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση (Ο.Χ.Ε.): Σχεδιασμός – εφαρμογή ολοκληρωμένων προγραμμάτων βιώσιμης ανάπτυξης μιας συγκεκριμένης Περιφέρειας ή περιοχής εντός αυτής, με επίκεντρο την προσφορά ποιοτικών υπηρεσιών «πολιτιστικού τουρισμού»
- Προγράμματα Τοπικής Ανάπτυξης με πρωτοβουλία τοπικών κοινοτήτων (Τ.Α.Π.ΤΟ.Κ.)
- Αστικές Αναπλάσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη Πόλεων (δημιουργία πολιτιστικών ενοτήτων, πεζοδρόμηση και ενοποίηση πολιτιστικών διαδρομών, διατήρηση νεώτερων κτηρίων ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής και ιστορικής αξίας, επανάχρηση παλαιών βιομηχανικών συγκροτημάτων με στόχο την απόδοσή τους στο κοινό και την ενίσχυση της συλλογικής ιστορικής μνήμης) – Θεματικός Στόχος 6

(Νταής 2018)

Στο πλαίσιο των Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων πολλές πόλεις στην Ελλάδα εκπονούν **Σχέδια Βιώσιμης Ανάπτυξης**³. . Πρόκειται για ένα νέο εργαλείο που για να αξιοποιηθεί, πρέπει να συνδέεται με τουλάχιστον δύο Άξονες Προτεραιότητας του Ε.Π. καθώς και με συγκεκριμένους Θεματικούς Στόχους, όπως η προώθηση των βιώσιμων μεταφορών και άρση των προβλημάτων σε βασικές υποδομές δικτύων ή η προώθηση της απασχόλησης και η υποστήριξη της κινητικότητας της εργασίας. Η Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη έρχεται να απαντήσει στις μεγάλες προκλήσεις των πόλεων και στις επιδιώξεις της περιλαμβάνονται:

- Η ολοκληρωμένη και στοχευόμενη αναπτυξιακή παρέμβαση στα αστικά κέντρα, με σαφείς προτεραιότητες και στόχο την αποκατάσταση του οικονομικού τους ιστού και την επίδρασή τους ως κινητήριες δυνάμεις στην ευρύτερη περιοχή επιρροής τους
- Η αντιστροφή της κοινωνικής και περιβαλλοντικής υποβάθμισης των αστικών περιοχών και των περιοχών συγκέντρωσης μειονεκτικών κοινωνικών ομάδων (ghettos), καθώς και των εγκαταλελειμμένων βιομηχανικών/βιοτεχνικών/επαγγελματικών ζωνών (brownfields)
- Η άμεση αντιμετώπιση των κοινωνικών συνεπειών της κρίσης, η αναζωογόνηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, η δημιουργία θέσεων απασχόλησης και η ανασυγκρότηση των κοινωνικών υποδομών
- Η προώθηση και υλοποίηση μέτρων και παρεμβάσεων τοπικής κοινωνικής ευθύνης
- Η προώθηση της σύνδεσης καινοτομίας και επιχειρηματικότητας στο αστικό περιβάλλον, με αιχμή τη στρατηγική της έξυπνης εξειδίκευσης.
- Η αντιστροφή της αστικής διάχυσης, η προώθηση της αρχής της «συμπαγούς πόλης» και, παράλληλα, η ένταξη σε ενιαίες στρατηγικές με στόχο την ανάκαμψη, αναβάθμιση και ανάπτυξη του κεντρικού πυρήνα, των περιμετρικών περιοχών, της περιαστικής ζώνης και της άμεσα επηρεαζόμενης υπαίθρου

³ Οι πληροφορίες προέρχονται από την ιστοσελίδα του ΕΣΠΑ www.espa.gr και την ιστοσελίδα της ΕΕΤΑΑ www.eetaa.gr.

- Η ανάκτηση του δημοσίου χώρου και η ανάπτυξη δομών κοινωνικής οικονομίας και στέγασης, με την ενεργό συμμετοχή των πολιτών

Περιοχές εφαρμογής μπορεί να είναι:

1. Περιοχές εφαρμογής Ρυθμιστικού Σχεδίου ή περιοχές που έχουν: μητροπολιτική περιοχή ή περιοχή Ρυθμιστικού Σχεδίου ή δια-δημοτική περιοχή όπου η σύνδεση αστικού κέντρου και γειτνιάζοντος αγροτικού χώρου είναι σημαντική ή προβληματική.
2. Περιοχές για ειδικές παρεμβάσεις μικρής κλίμακας: φτωχές και υποβαθμισμένες περιοχές στα αστικά κέντρα/ ζώνες κοινωνικού αποκλεισμού / αλλαγών χρήσεων / αυθαίρετης δόμησης και συγκέντρωσης/ μειονεκτικών κοινωνικών ομάδων

Στις πρώτες περιοχές η προσέγγιση της «Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης» εφαρμόζεται μέσω του εργαλείου της Ολοκληρωμένης Χωρικής Επένδυσης. Για τις περιοχές μικρότερης κλίμακας (υποβαθμισμένες κεντρικές περιοχές, ζώνες αλλαγών χρήσεων και αστικής διάχυσης, ζώνες άναρχης αστικής δόμησης, θύλακες φτώχειας και συγκέντρωσης ομάδων που εκτίθενται σε υψηλό κίνδυνο διακρίσεων και αποκλεισμού, ζώνες με ιδιαίτερα οξυμένα προβλήματα εκπομπών διοξειδίου άνθρακα και ανάγκη προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή κ.λπ.) η «Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη» δύναται να εφαρμοστεί και στο πλαίσιο της Τοπικής Ανάπτυξης με πρωτοβουλία Τοπικών Κοινοτήτων (ΤΑΠΤΟΚ).

Η «Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη» θα χρηματοδοτηθεί μέσω των ΠΕΠ. Συμπληρωματικούς πόρους θα διαθέσουν στις Περιφέρειες, ενδεικτικά και όχι αποκλειστικά, τα Επιχειρησιακά Προγράμματα «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία». Η χρηματοδότηση θα γίνει προς ενιαίες Ολοκληρωμένες Στρατηγικές Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης.

- Σε περίπτωση που στο ΠΕΠ ή στο Έγγραφο εξειδίκευσης προβλέπονται ρητά συγκεκριμένες περιοχές στις οποίες θα εφαρμοσθεί ΟΧΕ Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης, η ΔΑ καλεί την Αστική Αρχή/Ενδιάμεσο Φορέα να υποβάλει τη Στρατηγική Ολοκληρωμένης Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης
- Σε περίπτωση που στο ΠΕΠ ή στο Έγγραφο Εξειδίκευσης δεν προβλέπονται συγκεκριμένες περιοχές στις οποίες θα εφαρμοσθεί ΟΧΕ Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης, η ΔΑ δημοσιεύει πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος για την

υποβολή προτάσεων από Αστικές Αρχές, σύμφωνα με τα κριτήρια για τους τύπους περιοχών που έχουν καθορισθεί. Η επιλογή, έγκριση και χρηματοδότηση των προτάσεων θα γίνει, με κριτήρια όπως η καταλληλότητα της στρατηγικής, η συμβολή της στην επίτευξη των αποτελεσμάτων του Προγράμματος, καθώς και η διαχειριστική επάρκεια, τεχνική ετοιμότητα και η ικανότητα μόχλευσης πόρων του φορέα.

Προτεραιότητα θα δοθεί σε στρατηγικές που προωθούν τον ολοκληρωμένο μεσοπρόθεσμο σχεδιασμό της πόλης και της ευρύτερης περιοχής, σύμφωνα με την αρχή της «συμπαγούς πόλης» και προωθούν:

- την ολοκληρωμένη ένταξη της σε ενιαίο σχεδιασμό (μικτών) χρήσεων γης και μετακινήσεων
- την ενεργοποίηση του οικιστικού δυναμικού για παραγωγικές δραστηριότητες ή κατοικία
- την εξοικονόμηση ενέργειας, τη μείωση των εκπομπών ατμοσφαιρικής ρύπανσης και θορύβου τη στοχευμένη καταπολέμηση των συνεπειών της κλιματικής αλλαγής και
- την επέκταση των κοινωνικών λειτουργιών και εξυπηρετήσεων.

Η αύξηση του αστικού πρασίνου και των ανοιχτών χώρων συγκέντρωσης, η διάσωση του οικιστικού αποθέματος και η αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής στο σχεδιασμό, αποτελούν ενδεικτικές δράσεις. Επίσης, η ανάπτυξη πράσινων υποδομών, με την ένταξη περιβαλλοντικών στοιχείων στο αστικό περιβάλλον, καθώς και η προώθηση σχεδίων βιώσιμης αστικής κινητικότητας, συνιστούν επιπρόσθετες σημαντικές επιλογές οικονομικής αστικής ανάπτυξης, ιδίως μέσω της λειτουργίας μικρών-μεσαίων επιχειρήσεων οικολογικής καινοτομίας. Βασικό χαρακτηριστικό της Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης, όπως και της ΟΧΕ, είναι η τοπική αντιπροσωπευτική συμμετοχή και η εταιρικότητα, σε όλα τα στάδια της εφαρμογής της ΟΧΕ/BAA, από την ανάπτυξη της στρατηγικής μέχρι και την υλοποίηση.

Η συνεργασία της Αστικής Αρχής με τη ΔΑ, είναι απαραίτητη. Οι εμπλεκόμενοι τοπικοί, δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς μπορούν να εκπροσωπούν ενδεικτικά τους τομείς των μεταφορών, της ενέργειας, των αναγκών υποστηρικτικών υποδομών, του περιβάλλοντος, των νέων τεχνολογιών, τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και την τοπική κοινωνία. Παράλληλα θα πρέπει να επιδιώκεται η συνεργασία των τομέων που μπορούν να δράσουν συμπληρωματικά και των εμπλεκόμενων που μπορούν να

αναλάβουν πρωτοβουλίες στην κατεύθυνση της ισόρροπης εταιρικής σχέσης και του ολοκληρωμένου χαρακτήρα των μελλοντικών παρεμβάσεων.

Για την υλοποίηση δράσεων ΒΑΑ η Διαχειριστική Αρχή του κάθε ΠΕΠ, αφού διαμορφώσει κατάλληλα το Έγγραφο Εξειδίκευσης, δημοσιεύει την πρόσκληση για την υποβολή των προτάσεων. Η πρόσκληση απευθύνεται στις «Αστικές Αρχές».

Ως Αστικές Αρχές ορίζονται, ανάλογα με την περιοχή εφαρμογής:

- Δημοτικές αρχές
- Δίκτυο Δήμων σε σχήματα/συμπράξεις (ενότητες γειτονικών δήμων) που θα δημιουργήσουν οι ίδιοι, θέτοντας ως επικεφαλής έναν από τους δήμους, όταν η περιοχή εφαρμογής αφορά στο σύνολο των δήμων ή σε τμήματά τους.
- Εταιρικά σχήματα με επικεφαλής Δημοτική/ές Αρχή/ές

Οι εμπλεκόμενοι τοπικοί δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς μπορούν να εκπροσωπούν, ενδεικτικά, τους τομείς των μεταφορών, της ενέργειας, των αναγκών υποστηρικτικών υποδομών, του περιβάλλοντος, των νέων τεχνολογιών, τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις την τοπική κοινωνία, ενώ παράλληλα θα πρέπει να επιδιώκεται η συνεργασία των τομέων που μπορούν να δράσουν συμπληρωματικά και των εμπλεκόμενων που μπορούν να αναλάβουν πρωτοβουλίες στην κατεύθυνση της ισόρροπης εταιρικής σχέσης και του ολοκληρωμένου χαρακτήρα των παρεμβάσεων. Σε κάθε περίπτωση, η συνεργασία της Αστικής Αρχής με τη Διαχειριστική Αρχή (ΔΑ), είναι απαραίτητη.

Οι Ολοκληρωμένες Χωρικές Επενδύσεις (ΟΧΕ) ή Integrated Territorial Investments (ITI) είναι ένα εργαλείο υλοποίησης εδαφικών στρατηγικών με ολοκληρωμένο τρόπο. Δεν αποτελεί λειτουργία, ούτε υπό-προτεραιότητα Επιχειρησιακού Προγράμματος. Αντίθετα, η ΟΕΕ επιτρέπει σε κράτη – μέλη να υλοποιήσουν επιχειρησιακά προγράμματα με οριζόντιο τρόπο και να αντλήσουν χρηματοδότηση από διάφορους άξονες προτεραιοτήτων ενός ή περισσότερων Επιχειρησιακών προγραμμάτων, προκειμένου να διασφαλιστεί η υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής για συγκεκριμένη περιοχή. Οι ΟΧΕ συνδέονται άμεσα με την εκπόνηση ΣΟΑΠ (Σχέδιο Ολοκληρωμένων Αστικών Παρεμβάσεων).

Ως κύριες προκλήσεις για τις Ολοκληρωμένες Χωρικές Επενδύσεις ορίζονται οι ακόλουθες:

- Προώθηση της ανταγωνιστικότητας, της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας με τελικό στόχο την επίτευξη απασχόλησης, κοινωνικής συνοχής και διατήρησης των πόρων
- Παραγωγική ανασύνταξη στις ζώνες εκτεταμένης αποδιάρθρωσης των τοπικών ή περιφερειακών παραγωγικών συστημάτων.
- Εξισορρόπηση των ενδο-περιφερειακών ανισοτήτων και της μονοκεντρικότητας του ελληνικού οικονομικού και κοινωνικού χώρου, καταπολέμηση της ανοργάνωτης αστικής διάχυσης και των παραδοσιακών ανισοτήτων που σχετίζονται με τα ειδικά γεωγραφικά χαρακτηριστικά/μειονεκτήματα, αντιμετώπιση των δημογραφικών προκλήσεων και των ειδικών προκλήσεων σε ειδικές ομάδες πληθυσμού, ανάσχεση στην καταλληλότερη κλίμακα των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής.

Οι κατηγορίες χωρικών τύπων όπου μπορούν να εφαρμοστούν Ολοκληρωμένες Χωρικές Επενδύσεις, είναι:

- Υποπεριφερειακές περιοχές με ειδικά χαρακτηριστικά και προκλήσεις, όπου την πρωτοβουλία του σχεδιασμού αναλαμβάνει η Περιφέρεια
- Δια-περιφερειακές περιοχές με ομοιογενή χαρακτηριστικά και κοινές προκλήσεις, αλλά και προβλήματα που απαντώνται στις μειονεκτικές γεωγραφικές περιοχές του ελληνικού χώρου, όπου το σχεδιασμό αναλαμβάνει κεντρικός φορέας ή διαπεριφερειακό συντονιστικό όργανο
- Περιοχές επιρροής τομεακών παρεμβάσεων και δράσεων που όμως εντάσσονται σε ολοκληρωμένη τοπική στρατηγική/ σχέδιο, όπου το σχεδιασμό αναλαμβάνει κεντρικός φορέας

Οι «Ολοκληρωμένες Χωρικές Επενδύσεις» θα χρηματοδοτηθούν μέσω των ΠΕΠ και μέσω πόρων που θα διαθέσουν στις Περιφέρειες –ενδεικτικά και όχι αποκλειστικά- τα Επιχειρησιακά Προγράμματα «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση», «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία».

Η επιλογή, έγκριση και χρηματοδότηση των στρατηγικών θα γίνει στο πλαίσιο διαβούλευσης περιφερειακών και εθνικών αρχών, με κριτήρια που θα αφορούν στην καταλληλότητα της στρατηγικής για κάθε «Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση», στη συμβολή τους στην βέλτιστη επίτευξη των αποτελεσμάτων του Προγράμματος, στη

διαχειριστική επάρκεια, την τεχνική ετοιμότητα και την ικανότητα μόχλευσης πόρων του φορέα.

Η Διαχειριστική Αρχή δύναται να ακολουθήσει ανταγωνιστική διαδικασία, ορίζοντας κριτήρια επιλογής για τις περιοχές παρέμβασης ή/και να επιλέξει συγκεκριμένη περιοχή παρέμβασης, σύμφωνα με την περιγραφή στο ΕΠ ή στο έγγραφο εξειδίκευσης.

Περισσότερες πληροφορίες για την εφαρμογή υπάρχουν στο www.espa.gr καθώς επίσης και στις εγκεκριμένες ΟΧΕ.

3.2.2. ΥΠΠΟΑ – Επιχορηγήσεις και Έκτακτη Χρηματοδότηση Λόγω Κρίσης Πανδημίας το 2020

Οι επιχορηγήσεις του Υπουργείου Πολιτισμού αποτελούν βασικό χρηματοδοτικό εργαλείο. Οι θεματικές καθορίζονται ετησίως και μπορούν να αναζητηθούν στην ιστοσελίδα <http://drasis.culture.gr> Δικαίωμα υποβολής έχουν φορείς οι οποίοι είναι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο Πολιτιστικών Φορέων του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού.

Ειδικά για το έτος 2020 και την αντιμετώπιση των επιπτώσεων του κορωνοϊού έχουν ανακοινωθεί μέτρα υποστήριξης, με το πρώτο μέρος να αφορά τη εκταμίευση 15 εκατ. Ευρώ για το σύγχρονο πολιτισμό σύμφωνα με το παρακάτω γράφημα.



Ειδικά μέτρα για το σύγχρονο πολιτισμό (Απρίλιος 2020)

πηγή: www.culture.gr

3.3 Δημιουργική Ευρώπη- CREATIVE EUROPE

Η Ευρωπαϊκή Ένωση επενδύει 1,46 δισεκατομμύρια € στον πολιτιστικό και οπτικοακουστικό τομέα μέσω του προγράμματος «Δημιουργική Ευρώπη» (2014-2020), αντικαθιστώντας τα προηγούμενα Προγράμματα Culture και Media, και στηρίζει δράσεις του πολιτιστικού τομέα οι οποίες ενθαρρύνουν τη διακρατική συνεργασία, τις πλατφόρμες, τα δίκτυα και τη λογοτεχνική μετάφραση. Επίσης, στηρίζονται οργανισμοί του οπτικοακουστικού τομέα για την ανάπτυξη, τη διανομή και την πρόσβαση σε οπτικοακουστικά έργα. Οι δράσεις αυτές έχουν στόχο να βοηθήσουν τους οργανισμούς του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που υπάρχουν την εποχή της ψηφιακής τεχνολογίας και της παγκοσμιοποίησης. Επιδιώκεται, επίσης, η συνεισφορά των οργανισμών αυτών σε μία βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη μέσω της αύξησης των εργασιών τους. Τέλος, οι δράσεις του προγράμματος «Δημιουργική Ευρώπη» στοχεύουν στη διευκόλυνση της πρόσβασης των οργανισμών του πολιτιστικού και οπτικοακουστικού τομέα στις διεθνείς αγορές και στη δημιουργία νέων ακροατηρίων.

Όλα σχεδόν τα έργα που θα στηριχθούν θα έχουν διασυνοριακή διάσταση. Το μεγαλύτερο μέρος του προϋπολογισμού θα χρησιμοποιηθεί για επιχορηγήσεις σε μεμονωμένα έργα. Ωστόσο, το Πρόγραμμα θα στηρίζει, επίσης, πρωτοβουλίες που επιδιώκουν παρόμοιους στόχους, όπως είναι οι Ευρωπαϊκές Πολιτιστικές Πρωτεύουσες, ο χαρακτηρισμός για την Ευρωπαϊκή πολιτιστική κληρονομιά, οι Ευρωπαϊκές ημέρες πολιτιστικής κληρονομιάς και τα πέντε Βραβεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ευρωπαϊκό βραβείο πολιτιστικής κληρονομιάς, Βραβείο Europa Nostra, Ευρωπαϊκό βραβείο σύγχρονης αρχιτεκτονικής, Ευρωπαϊκό βραβείο λογοτεχνίας, Ευρωπαϊκό βραβείο Border Breakers και Ευρωπαϊκό βραβείο MEDIA).

Το πρόγραμμα Δημιουργική Ευρώπη στηρίζεται στη δικτύωση, επομένως η εύρεση εταίρων αποτελεί τη διαδικασία-κλειδί Σύμφωνα με τα στελέχη του γραφείου Δημιουργική Ευρώπη συνηθισμένα είναι τα παρακάτω λάθη, τα οποία πρέπει να αποφευχθούν:

- Ελλιπή περιγραφή των προτεινόμενων δράσεων
- Συμπλήρωση της αίτησης χωρίς να έχουν μελετηθεί οι οδηγίες συμπλήρωσής της

- Απουσία σχεδίασης της στρατηγικής επικοινωνίας της προτεινόμενης δράσης
- Παράλειψη αναφοράς στον αντίκτυπο που θα έχουν τα αποτελέσματα της προτεινόμενης δράσης
- Έλλειψη καινοτομίας
- Περιορισμένη εκπροσώπηση χωρών

Στο πλαίσιο τη Δημιουργικής Ευρώπης συζητείται για την επόμενη προγραμματική περίοδο η λειτουργία ειδικών Ταμείων (Guarantee Funds) για τη χορήγηση χαμηλότοκων δανείων με ευνοϊκούς όρους για το τομέα του πολιτισμού.

Τέλος ειδική αναφορά πρέπει να γίνει στο θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης (ΠΠΕ). Πρόκειται για έναν ιδιαίτερα πετυχημένο θεσμό της Ε.Ε., με σημαντικές επιδράσεις στην τοπική πολιτιστική στρατηγική. Η ΠΠΕ αποτελεί μία ιδιαίτερη περίπτωση πολιτιστικού «mega event» αφού στο παρελθόν έχει βοηθήσει αρκετές πόλεις να επανασχεδιάσουν την πολιτιστική στρατηγική τους και να αλλάξουν την εικόνα τους οδηγώντας στην αναγέννησή τους. Διοργανώνεται για πρώτη χρονιά το 1985 στην Αθήνα και έκτοτε κάθε χρόνο μία (σήμερα πλέον δύο) ευρωπαϊκές πόλεις για ένα έτος φιλοξενούν το θεσμό. Τα κριτήρια ανάθεσης και επιλογής αλλάζουν διαχρονικά, σήμερα πλέον κάθε χώρα διοργανώνει διαγωνισμό στον οποίο συμμετέχουν με υποβολή φακέλου όσες πόλεις το επιθυμούν⁴. Η διαδικασία ανταγωνιστικής υποβολής, η αλλαγή των κριτηρίων, οι ανάγκες χρηματοδότησης και η μεγάλη δημοσιότητα που δίνεται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στο θεσμό, συνδέονται με ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου. Πολλές πόλεις αναζητούν υποστήριξη για την τεκμηρίωση του φακέλου και την επιστημονική μελέτη στην μέτρηση των επιδράσεων - έχει αναπτυχθεί ένας ξεχωριστός κλάδος «διαχείρισης γεγονότων» (event management) με ξεχωριστές πρακτικές και απαιτήσεις (Καραχάλης και Δέφνερ 2016). Για το 2021 την φιλοξενία του θεσμού έχει αναλάβει η πόλη της Ελευσίνας. Η Ελευσίνα επιδιώκει να επανασυσταθεί ως πόλη-πολιτισμού σε μία σύνδεση με την αρχαιότητα αλλά και το βιομηχανικό της τοπίο, χρησιμοποιώντας τον εγκαταλειμμένο σταθμό του τρένου ως σημείο συνάντησης. Παρά τις καθυστερήσεις και τον προβληματισμό ως προς τον ακριβή χρόνο έναρξης λόοω.

⁴ Βλ. <http://ecoc2021.culture.gr> [προσ. 29.6.2018]

Εικόνα 2: Το λογότυπο της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας 2021 στην Ελευσίνα



Πηγή: Ιστοσελίδα Ελευσίνα 2021

3.4 URBACT – Urban Innovative Actions - JESSICA

Για περισσότερα από δέκα χρόνια, το URBACT είναι το πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας που στοχεύει στην ενδυνάμωση της βιώσιμης ολοκληρωμένης αστικής ανάπτυξης στις πόλεις της Ευρώπης. Η αποστολή του είναι να ενεργοποιήσει τις πόλεις ώστε να συνεργαστούν και να αναπτύξουν ολοκληρωμένες λύσεις στις κοινές αστικές προκλήσεις, με τη βοήθεια της δικτύωσης, με την εκμάθηση από τις εμπειρίες των άλλων πόλεων, με την αναγνώριση και τον προσδιορισμό των καλών πρακτικών που θα βελτιώσουν τις αστικές πολιτικές. Το πρόγραμμα **URBACT** είναι ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα ανταλλαγής γνώσεων και εκμάθησης με στόχο τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη. Το URBACT παρέχει τη δυνατότητα συνεργασίας μεταξύ των πόλεων για την εξεύρεση λύσεων σε μείζονα αστικά θέματα, επιβεβαιώνοντας τον πρωταρχικό ρόλο που κατέχουν οι πόλεις στην αντιμετώπιση ολοένα και πιο σύνθετων κοινωνικών αλλαγών. Βοηθά τις πόλεις στη διαμόρφωση ρεαλιστικών, πρωτοποριακών και βιώσιμων λύσεων οι οποίες ενσωματώνουν την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική διάσταση της αστικής ανάπτυξης. Μέσω του URBACT, οι πόλεις συγκροτούν δίκτυα και ανταλλάσσουν καλές πρακτικές και εμπειρίες που έχουν συσσωρευτεί από όλους τους εμπλεκόμενους σε θέματα αστικής πολιτικής σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Επιλέξιμοι δικαιούχοι είναι πόλεις ανεξαρτήτως πληθυσμού.

Στο πλαίσιο του προγράμματος και των προσκλήσεων οι πόλεις καλούνται να συγκροτήσουν δίκτυα με επικεφαλής μία πόλη και να αντιμετωπίσουν κοινές προκλήσεις. Οι προκλήσεις αυτές μπορούν να αφορούν ένα ευρύ πλαίσιο θεμάτων, από τις υποβαθμισμένες αστικές γειτονιές και τα κενά κτήρια, μέχρι τη στήριξη της επιχειρηματικότητας, την ενεργειακή απόδοση ή την πολιτιστική στρατηγική. Ρόλο κλειδί στη διαδικασία έχουν οι Τοπικές Ομάδες Στήριξης οι οποίες δημιουργούνται σε επίπεδο δήμου και όπου συμμετέχουν οι εμπλεκόμενοι φορείς και συλλογικότητες, καθώς και οι ειδικοί εμπειρογνώμονες (Lead/Ad hoc Experts). Υπάρχουν τρεις τύποι δικτύων που χρηματοδοτούνται: τα Δίκτυα Σχεδιασμού Δράσεων (Action Planning Networks) που επικεντρώνονται στο σχεδιασμό στρατηγικών βιώσιμης αστικής ανάπτυξης, τα Δίκτυα Εφαρμογής Δράσεων (Implementation Networks), όπου στόχος των Δικτύων αυτών είναι η αναζήτηση αποτελεσματικών μεθόδων, λύσεων και πρακτικών με έμφαση όμως στις δυνατότητες και τη διαδικασία εφαρμογής τους. Και τα Δίκτυα Μεταφοράς Καλών Πρακτικών (Transfer Networks). Εδώ, οι πόλεις καλούνται να αναδείξουν τις καλές τους πρακτικές (URBACT Good Practice Call) και στη συνέχεια να ηγηθούν Δικτύων Μεταφοράς αυτών με στόχο να χρησιμοποιήσουν ξανά τις καλές αυτές πρακτικές.

Το URBACT χρηματοδοτείται από το ΕΤΠΑ, καθώς και από τα Κράτη- Μέλη. Θα πρέπει να σημειωθεί επομένως ότι το πρόγραμμα URBACT δεν χρηματοδοτεί απευθείας έργα αστικής ανάπλασης ή υποδομές, ωστόσο από έρευνα που έχει γίνει από τη γραμματεία URBACT αποδεικνύεται ότι πολλά από τα Τοπικά Σχέδια Δράσης (πάνω από το 80%) τελικά χρηματοδοτούνται (από το URBACT III πλέον μετονομάζονται σε Ολοκληρωμένα Σχέδια Δράσης – Integrated Urban Plans). Τα πλεονεκτήματα συμμετοχής είναι πολλαπλά και συνδέονται με την πληροφόρηση για πιθανές μορφές χρηματοδότησης, τη δικτύωση και την εκπαίδευση. (Σημειώνεται ότι κάθε δύο χρόνια διοργανώνεται το Θερινό Πανεπιστήμιο URBACT).

Η συμμετοχή ελληνικών πόλεων στα δίκτυα είναι σημαντική και σε πολλές περιπτώσεις εστιάζεται σε θέματα που συνδέονται με την αστική ανάπλαση. Π.χ. ο Δήμος Αθηναίων συμμετέχει στο πρόγραμμα REFILL <https://refillthecity.wordpress.com> το οποίο αφορά την εφήμερη επανάχρηση άδειων κτηρίων ή χώρων για κοινωνικούς σκοπούς και ο δήμος Σερρών συμμετέχει στο δίκτυο

MAPS για τη βιώσιμη διαχείριση των εγκαταλελειμμένων στρατιωτικών περιοχών στον αστικό χώρο (<http://urbact.eu/maps>). Ο Δήμος Πειραιά είναι επικεφαλής σε ένα δίκτυο Transfer Network με θέμα τη Γαλάζια Ανάπτυξη.

Περισσότερες πληροφορίες στην ιστοσελίδα του URBACT www.urbact.eu και το [Εθνικό Σημείο Επαφής για την Ελλάδα και την Κύπρο](#)

Το πρόγραμμα URBAN INNOVATIVE ACTIONS (UIA) με συνολικό προϋπολογισμό 371 εκ. € για την περίοδο 2015-2020, αποτελεί μια νέα ευκαιρία για αστικούς δήμους της Ευρωπαϊκής Ένωσης με πληθυσμό άνω των 50.000 κατοίκων να χρηματοδοτήσουν σε ποσοστό 80% έργα που στοχεύουν σε δράσεις καινοτόμου αστικής ανάπτυξης βασισμένα στις δώδεκα προτεραιότητες της ευρωπαϊκής ατζέντας για την αστική ανάπτυξη. Κάθε δήμος άνω των 50.000 κατοίκων μπορεί να υποβάλει επενδυτική πρόταση από 1 έως 5 εκ. € για την αντιμετώπιση με καινοτόμο τρόπο μίας εκ των παραπάνω θεματικών ενοτήτων. Για την διαδικασία υποβολής της πρότασης ο δήμος οφείλει να συγκροτήσει ένα τοπικό δίκτυο που θα περιλαμβάνει τους κύριους εταίρους. Οι θεματικές αφορούν ένα πλήθος θεματικών: Ενεργειακές προκλήσεις, Αντιμετώπιση αστικής φτώχειας, Επενδύσεις σε ενέργειες ενσωμάτωσης μεταναστών και προσφύγων, Τοπική οικονομία – δεξιότητες κι απασχόλησης, Επενδύσεις σε ενέργειες ενσωμάτωσης μεταναστών και προσφύγων, Κυκλική Οικονομία, Βιώσιμη Αστική Κινητικότητα. Από ελληνικής πλευράς έχουν εγκριθεί δύο UIA, για το Δήμο Αθηναίων και το Δήμο Ηρακλείου. Αντίστοιχα θα υπάρξει μία τρίτη πρόσκληση το 2019 με θεματικές που θα ανακοινωθούν τον Αύγουστο του 2018. Περισσότερες πληροφορίες μπορεί να βρει κανείς στην ιστοσελίδα του προγράμματος <http://www.uia-initiative.eu>

Το πρόγραμμα JESSICA επίσης χρηματοδοτεί δράσεις πολιτισμού στο πλαίσιο αστικών αναπλάσεων. JESSICA είναι το Αγγλικό ακρωνύμιο της πρωτοβουλίας “Joint European Support for Sustainable Investment in City Areas” (Κοινή Ευρωπαϊκή Υποστήριξη για Βιώσιμες Επενδύσεις σε Αστικές Περιοχές). Η πρωτοβουλία αυτή αναπτύσσεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕπ), σε συνεργασία με την Τράπεζα Ανάπτυξης του Συμβουλίου της Ευρώπης (CEB). Η ΕΤΕπ παρέχει συμβουλές και υποστήριξη στις εθνικές, περιφερειακές και τοπικές αρχές για την εφαρμογή του JESSICA, την προαγωγή της χρήσης των Ταμείων

Αστικής Ανάπτυξης και των βέλτιστων πρακτικών στο σύνολο της Ευρώπης καθώς και την ανάληψη του ρόλου Ταμείου Συμμετοχών στις περιπτώσεις που αυτό της ζητηθεί από τα κράτη μέλη ή τις Διαχειριστικές Αρχές. Κατά τη εφαρμογή του JESSICA πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το υφιστάμενο πολεοδομικό, κοινωνικό, οικονομικό, νομικό και διοικητικό πλαίσιο σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Προς τον σκοπό αυτό ενδέχεται να απαιτηθούν προπαρασκευαστικές μελέτες για περιφέρειες και πόλεις της ΕΕ, οι οποίες θα ενσωματώνουν τις γενικές αρχές που εκτίθενται ανωτέρω για την πρωτοβουλία JESSICA. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Γενική Διεύθυνση Περιφερειακής Πολιτικής DG Regio) με την ΕΤΕπ (η Τράπεζα Ανάπτυξης του Συμβουλίου της Ευρώπης) συμμετέχουν, σε συνεργασία με τα κράτη μέλη και τις διαχειριστικές αρχές, και προσπαθούν να προσδιορίσουν τις ανάγκες που υπάρχουν σε καθένα από τα επίπεδα (εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό) και να εκπονήσουν τέτοιες προπαρασκευαστικές μελέτες αξιολόγησης. Μέσω του προγράμματος, χρηματοδοτούνται ανταποδοτικά έργα που προάγουν τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη, χρησιμοποιώντας πόρους των διαρθρωτικών ταμείων και παρέχοντας ενισχύσεις με τη μορφή επιστρεπτέων χρηματοδοτήσεων.

Το JESSICA έχει ξεκινήσει με σκοπό την αξιοποίηση πρόσθετων πόρων με τη σύμπραξη δημοσίου και ιδιωτικού τομέα (ΣΔΙΤ) και, σε γενικές γραμμές, για την αστική ανανέωση και ανάπτυξη έργων στις περιφέρειες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το JESSICA επινοήθηκε ως συμπληρωματικό μέσο για τη χρήση των παραδοσιακών διαρθρωτικών ταμείων και παρέχει στα κράτη-μέλη τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν μέρος των κεφαλαίων προκειμένου να πραγματοποιούν επιστρεπτές επενδύσεις σε έργα που αποτελούν μέρος ενός ολοκληρωμένου σχεδίου για τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη. Η πρωτοβουλία αυτή χαρακτηρίζεται ως ένα εργαλείο για την ενίσχυση της αστικής ανάπλασης, ως κινητήριας δύναμης για τη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα. Η επίτευξη αυτού του στόχου απαιτεί συγκεκριμένες στρατηγικές που διαμορφώνουν το πλαίσιο για την πολυτομεακές επενδύσεις.⁵

⁵ http://ec.europa.eu/regional_policy/thefunds/instruments/jessica_en.cfm#1

Πώς λειτουργεί όμως το Jessica; Αφού δημιουργηθεί ένα Ταμείο σε εθνικό επίπεδο, δημιουργούνται Ταμεία Αστικής Ανάπτυξης (TAA ή UDFs) μετά από ανοιχτή πρόσκληση (συνήθως με συμμετοχή τραπεζών). Τα TAA με τη σειρά τους είναι σε θέση να προσφέρουν δυνατότητα δανεισμού με διάρκεια αποπληρωμής μέχρι 20 έτη και χαμηλό επιτόκιο για έργα με ανταποδοτικό όφελος που δεν μπορούν να χρηματοδοτηθούν με άλλο τρόπο. Δημιουργείται ουσιαστικά η δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν οι Διαχειριστικές Αρχές τους υφιστάμενους πόρους με πιο αποτελεσματικό τρόπο, ανακυκλώνοντας τους πόρους. Επομένως, τα πλεονεκτήματα είναι σημαντικά αφού το Jessica συνδέεται με:

- Ανακύκλωση των πόρων
- Προσέλκυση ιδιωτικών κεφαλαίων και τεχνογνωσίας (Μόχλευση)
- Ευελιξία
- Μεταφορά Τεχνογνωσίας/Δημιουργικότητα

Απαιτεί την ίδρυση «Εταιρίας Ειδικού Σκοπού» η οποία είναι υποχρεωτική και, σύμφωνα με το νομικό οδηγό, μπορεί να έχει τις εξής μορφές : Σύμβαση Παραχώρησης, Αντιπαροχή Πώληση και ταυτόχρονη μίσθωση και Σύσταση Δικαιώματος Επιφάνειας. Για να εγκριθεί η πρόταση (περιλαμβάνει την υποχρέωση κατάθεσης αναλυτικού σχεδίου, βλ. www.jessicafund.gr) λαμβάνονται υπόψη παράγοντες όπως το ρίσκο της επένδυσης, η ενίσχυση της αποδοτικότητας της επένδυσης σε εύλογο επίπεδο (Fair Rate of Return) κ.ά.

Ουσιαστικά, το Jessica προσφέρει διαθέσιμα κεφάλαια σε εποχή γενικής έλλειψης ρευστότητας με προνομιακούς όρους χρηματοδότησης:

- Διάρκεια μέχρι 20 έτη
- Κάλυψη μέχρι 70% του επιλέξιμου κόστους
- Επιτόκιο κατώτερο της αγοράς

Τα **Ταμεία Αστικής Ανάπτυξης** είναι μία πρακτική που πλέον συναντάται σε πολλά κράτη μέλη της ΕΕ προκειμένου να υποστηριχτούν βιώσιμα αστικά έργα, για παράδειγμα στον τομέα των δημόσιων συγκοινωνιών και στον τομέα της ενεργειακής

απόδοσης ή της ανάπλασης αστικών περιοχών. Τα έργα του Jessica πρέπει να είναι οικονομικά βιώσιμα και να αποτελούν μέρος μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής για τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη. Οι συνολικές επενδύσεις που θα συνδυάζουν δημόσιους και ιδιωτικούς πόρους μπορούν να φτάσουν έως και 20 εκατομμύρια ευρώ ανά έργο. Κατά την περίοδο 2014-2020, τα Ταμεία Αστικής Ανάπτυξης στην Ελλάδα λειτούργησαν, μετά από ανοικτή πρόσκληση, από τραπεζικά ιδρύματα ανά περιφέρεια. Πληροφορίες στο www.jessicafund.gr αλλά και στα ΤΑΑ που έχουν οριστεί ανά περιφέρεια.

Παράδειγμα

Μία από τις πλέον πετυχημένες περιπτώσεις είναι η μετατροπή ενός διατηρητέου κτιρίου (παλαιά καπναποθήκη Σπίρερ) στο κέντρο της Δράμας, σε πολυτελές ξενοδοχείο πέντε αστέρων δυναμικότητας 144 κλινών σε 72 δωμάτια με παράλληλη διαμόρφωση των εξωτερικών χώρων. Το ξενοδοχείο αποτελεί το πρώτο πέντε αστέρων ξενοδοχείο σε όλο το νομό της Δράμας, ενώ η φυσιογνωμία του ως ιστορικό ξενοδοχείο και η τοποθέτηση του σε ένα κομβικό σημείο της πόλης της Δράμας με απaráμιλλη φυσική ομορφιά, αποτελούν καίρια ανταγωνιστικά του πλεονεκτήματα. Το ξενοδοχείο πέραν από την πολυτελή φιλοξενία θα παρέχει στους πελάτες του υπηρεσίες ευεξίας (spa), γυμναστηρίου, αίθουσες συνεδρίων και δεξιώσεων, μουσείο καπνού και εστιατόριο/café ενώ παράλληλα θα απασχολεί προσωπικό από την ευρύτερη περιοχή. Η συνολική χρηματοδότηση του έργου περιλαμβάνει έκτος από τα κεφάλαια του JESSICA, ιδιωτικά κεφάλαια, κεφάλαια από τον Αναπτυξιακό Νόμο καθώς και τραπεζική χρηματοδότηση από την Παγκρήτια Συνεταιριστική Τράπεζα. Η Επενδυτική Τράπεζα Ελλάδος διαχειρίζεται συνολικά € 50 εκατ. κεφαλαίων του JESSICA (Κοινή Ευρωπαϊκή Υποστήριξη για Βιώσιμες Επενδύσεις σε Αστικές Περιοχές) για χρηματοδότηση έργων αστικής ανάπτυξης, υπό την ιδιότητά της ως Ταμείο Αστικής Ανάπτυξης (ΤΑΑ) για τις περιφέρειες Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης, Δυτικής Μακεδονίας, Ηπείρου και νησιών Βορείου Αιγαίου με την επιπλέον συγχρηματοδότηση (τραπεζικό δανεισμό ή/και άλλα ιδιωτικά κεφάλαια) να ανέρχεται σε συνολικά €21 εκ. (πηγή: <http://www.aftodioikisi.gr> – πρόσβαση 12.6.2018)



*Κτήριο Σπήρερ στη Δράμα
Πηγή <http://skaythess.gr>*

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η έναρξη λειτουργίας του Ευρωπαϊκού Ταμείου Στρατηγικών Επενδύσεων (European Fund for Strategic Investments - EFSI) με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων, θα δώσει την ευκαιρία χρηματοδοτήσεων αναπτυξιακών έργων.

Περισσότερες πληροφορίες στο <http://www.eib.org/efsi>.

3.4. Συμπράξεις Δημόσιου – Ιδιωτικού Τομέα στον Πολιτιστικό τομέα

Ορισμός των ΣΔΙΤ

Οι εταιρικές Συμπράξεις Δημόσιου και Ιδιωτικού Τομέα αποτελούν μορφές χρηματοδότησης δημοσίων έργων οι οποίες αλλάζουν τη νοοτροπία και τον τρόπο με τον οποίο το Δημόσιο προμηθεύεται υπηρεσίες και δημιουργεί υποδομές, αλλά ταυτόχρονα και τον τρόπο με τον οποίο πληρώνει τον ιδιωτικό τομέα. Οι ΣΔΙΤ (PPPs) έχουν τα εξής χαρακτηριστικά (European Commission 2004):

- Μακροπρόθεσμη συνεργασία δημόσιου-ιδιωτικού τομέα.
- Η χρηματοδότηση περιλαμβάνει τουλάχιστον μερική ιδιωτική συμμετοχή.
- Το δημόσιο καθορίζει τους στόχους και ελέγχει, ο ιδιωτικός τομέας εφαρμόζει.
- Ο ιδιωτικός τομέας αναλαμβάνει μέρος του οικονομικού ρίσκου.

Τα έργα ΣΔΙΤ διαχωρίζονται σε ανταποδοτικά και μη ανταποδοτικά (κοινωνικά με πληρωμές διαθεσιμότητας). Αποτελούν ιδιαίτερη κατηγορία στη σχετική βιβλιογραφία

όπου αναφέρονται τα διαφορετικά σχήματα συνεργασίας, οι τομείς (από την υγεία έως τη διαχείριση σκουπιδιών) και οι ιδιαίτερες προκλήσεις (Μαραβά κ.ά. 2016). Στην Ελλάδα οι ΣΔΙΤ άργησαν να εφαρμοστούν, ενώ συνάντησαν και εμπόδια κατά την εφαρμογή τους. Οι πρώτες μορφές ΣΔΙΤ ή αλλιώς Συμβάσεις Παραχώρησης Έργων Υποδομής υλοποιήθηκαν προκειμένου να παραδοθούν σημαντικού μεγέθους και σημασίας έργα υποδομής στον τομέα των μεταφορών σχεδιάστηκαν κατά τη διάρκεια προετοιμασία των Ολυμπιακών Αγώνων 2004. Τα έργα αυτά είναι ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών - Ελευθέριος Βενιζέλος, αξίας 2.100 εκατ. ευρώ με ανάδοχο εταιρεία την Hochtief, η ζεύξη Ρίου-Αντιρρίου, αξίας 740 εκατ. ευρώ με ανάδοχο εταιρία την Vince-Όμιλος Ελληνικών Εταιριών, η Αττική οδός, αξίας 1.250 εκατ. ευρώ με ανάδοχο εταιρία Όμιλο Ελληνικών Εταιριών και τέλος, το Δίκτυο Διανομής Φυσικού Αερίου, αξίας 360 εκατ. ευρώ με ανάδοχο εταιρία την Cinergy/Shell Italgas. Μετά την ψήφιση του νέου Νόμου πλαίσιο για τις ΣΔΙΤ (Ν. 3389/2005) και τη σύσταση της Ειδικής Γραμματείας ΣΔΙΤ (ΕΓΣΔΙΤ) στο Υπουργείο Οικονομικών παρατηρήθηκαν αρκετές καθυστερήσεις στη διαδικασία έγκρισης, κυρίως όμως στην υλοποίηση των εγκεκριμένων έργων.

Ο Νόμος 3389/2005 ρυθμίζει τα θέματα της εφαρμογής των ΣΔΙΤ στην Ελλάδα, καθώς η πολυπλοκότητα του συγκεκριμένου εργαλείου και ο μεγάλος αριθμός φορέων που εμπλέκονται σε αυτές απαιτεί ειδική αντιμετώπιση. Συνοπτικά, ο νόμος αυτός κωδικοποιεί τις σχετικές έννοιες με τις ΣΔΙΤ, προσδιορίζει το πεδίο εφαρμογής τους, προβλέπει τη δημιουργία δύο αρμόδιων διοικητικών οργάνων (Διυπουργική Επιτροπή ΣΔΙΤ και Ειδική Γραμματεία ΣΔΙΤ) για τη χάραξη Πολιτικής και την καλύτερη διαχείριση των έργων, προσδιορίζει τις διαδικασίες ανάθεσης, τα συμβατικά και νομικά θέματα και, τέλος, προβλέπει ειδικές ρυθμίσεις σχετικές με αδειοδοτήσεις, φορολογικά θέματα κ.λπ. Οι Δημόσιοι Φορείς που σκοπεύουν να προχωρήσουν σε ΣΔΙΤ σύμφωνα με το Ν. 3389/2005, πρέπει να υποβάλλουν σχετική πρόταση προς την Ειδική Γραμματεία ΣΔΙΤ, η οποία θα συνοδεύεται από τα απαραίτητα στοιχεία που θα τεκμηριώνουν τη σκοπιμότητα υλοποίησής της. Η πρόταση αυτή πρέπει να περιλαμβάνει:

- Αναλυτική περιγραφή του έργου που αποτελεί το αντικείμενο της Σύμπραξης και τα τεχνικά χαρακτηριστικά του
- Ενδεικτικό προϋπολογισμό

- Κόστος λειτουργίας και συντήρησης
- Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης
- Προτεινόμενη μορφή σύμπραξης (είσπραξη τελών από χρήστες ή το Δημόσιο, χρηματοδοτική συμβολή του Δημοσίου κλπ)
- Έλεγχος οικονομικής αποδοτικότητας (value for money) που θα αιτιολογεί την επιλογή της σύμπραξης σε σχέση με την υλοποίηση του έργου με δημόσια χρηματοδότηση.
- Άλλα θέματα που μπορεί να επηρεάζουν σημαντικά την υλοποίηση του έργου, όπως, νομικά, περιβαλλοντικά κλπ.

Υπάρχουν αρκετά παραδείγματα εφαρμογής ΣΔΙΤ. Π.χ. η ΔΙΑΔΥΜΑ ΑΕ⁶ στην περιοχή της Κοζάνης ίδρυσε Μονάδα Επεξεργασίας & Αξιοποίησης Απορριμμάτων μέσω ΣΔΙΤ (www.diadyma.gr). Στις ΣΔΙΤ, αλλά και σε άλλες συμβάσεις, επιλέγεται η διαδικασία του ανταγωνιστικού διαλόγου. Αφορά περιπτώσεις όπου η συμμετοχή των ιδιωτών είναι απαραίτητη προκειμένου να καθοριστεί το συμβατικό αντικείμενο, σε περιπτώσεις δηλαδή περίπλοκων συμβάσεων (ΙΝΕΠ 2017)

Πληροφορίες για την εφαρμογή των ΣΔΙΤ στην Ελλάδα υπάρχουν στην ιστοσελίδα της Ειδικής Γραμματείας ΣΔΙΤ <http://www.sdit.mnec.gr>

Ένα ιδιαίτερα ενδιαφέρον παράδειγμα ΣΔΙΤ στον πολιτισμό αποτελεί το Westergasfabriek, το πρώην εργοστάσιο γκαζιού του Άμστερνταμ, το οποίο από τις αρχές της δεκαετίας του 1990 άρχισε πιλοτικά να υποδέχεται πολιτιστικές δραστηριότητες. Συνδυάζει χώρους εκθέσεων, προβολών και συναυλιών (π.χ. ειδικό χώρο προβολών αφιερωμένο στον ολλανδικό κινηματογράφο), εστιατόριο, καφέ, χώρους για πρόβες, γραφεία και ένα αστικό χώρο πρασίνου, δίχως να έχουν χαθεί τα ιστορικά χαρακτηριστικά των προηγούμενων βιομηχανικών χρήσεων. Ο Δήμος όρισε μια ομάδα διαχείρισης με στελέχη κυρίως από το δημοτικό διαμέρισμα, με σκοπό την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση του χώρου. Θεωρήθηκε επιτυχημένο παράδειγμα και πλέον αναφέρεται σε τουριστικούς οδηγούς της πόλης. Ένας από τους λόγους που θεωρήθηκε επιτυχημένο είναι ότι εσκεμμένα διατηρήθηκε ο εναλλακτικός, άγρια

⁶ Η ΔΙΑΔΥΜΑ Α.Ε. ιδρύθηκε το 1998 ως αποκλειστικά μία επιχείρηση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης ολόκληρης της Περιφέρειας Δυτ. Μακεδονίας, η οποία ανέλαβε το σχεδιασμό, την υλοποίηση και τη λειτουργία του μοναδικού περιφερειακού Ολοκληρωμένου Συστήματος Διαχείρισης Απορριμμάτων (ΟΣΔΑ) στην Ελλάδα. Μέτοχοι της εταιρίας είναι όλοι οι Δήμοι της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας

βιομηχανικός και «μποέμ» χαρακτήρας του χώρου, βάσει του αρχιτεκτονικού σχεδίου. Παρά τις δυσκολίες διαχείρισης που προέκυψαν λόγω των πολλών φορέων που ενεπλάκησαν (δήμος, διαμερισματικό συμβούλιο, σύλλογος φίλων, εταιρίες ακίνητης περιουσίας, πολιτιστικές επιχειρήσεις), το Westergasfabriek έγινε ένας ζωντανός χώρος πολιτισμού και αναψυχής.

Το 2003 η διαχείριση των κτηρίων πέρασε στην MAB Real Estate με βάση ΣΔΙΤ, η οποία διατηρεί μέχρι και σήμερα την εκμετάλλευση των χώρων μέσω δύο θυγατρικών εταιριών. Αν και ο ρόλος της εταιρίας αφορά μόνο την ενοικίαση των κτηρίων με αυστηρούς όρους και σεβασμό στις προηγούμενες πολιτιστικές χρήσεις, υπήρξαν αντιδράσεις από τους ενοίκους και τους κατοίκους οι οποίοι θεώρησαν ότι σκοπός της εταιρίας θα είναι το κέρδος. Σύμφωνα με άλλους, η συνεργασία με την εταιρία έχει διευκολύνει την ομάδα διαχείρισης η οποία πλέον δεν είναι επιφορτισμένη με πρακτικές διαδικασίες που επέφεραν γραφειοκρατικές καθυστερήσεις (Koekebakker 2006:133-136). Ωστόσο, μέχρι και σήμερα ο τρόπος με τον οποίο έγινε ο σχεδιασμός και η διαχείριση του έργου με την εμπλοκή του εκλεγμένου διαμερισματικού συμβουλίου, οι συμμετοχικές διαδικασίες σχετικά με τις αναθέσεις του αρχιτεκτονικού σχεδιασμού και ο τρόπος με τον οποίο λύνονται οι συγκρούσεις θεωρούνται πρωτοποριακά. Ο συνεχής έλεγχος από τους πολίτες των γειτονικών οικιστικών περιοχών Spaarndam και Staatslieden και οι ανοιχτές διαδικασίες εξασφάλισαν την αποδοχή και την υποστήριξη και κατέστησαν την εφαρμογή της ΣΔΙΤ πετυχημένη (Καραχάλης 2011).

Τέλος ένα σημαντικό πλέον χρηματοδοτικό μέσο αποτελεί το Horizon 2020 το οποίο αποτελεί το βασικό χρηματοδοτικό εργαλείο της Ε.Ε. Απαιτεί ανταγωνιστική κατάθεση πρότασης.



Westergasfabriek
Πηγή: www.westergasfabriek.nl

Διαβάστε επίσης:

1. Πληροφορίες για το Creative Europe θα βρείτε [εδώ](#)
2. Τις εξελίξεις σχετικά με τη χρηματοδότηση της Αστικής Ατζέντας, της Περιφερειακής Πολιτικής, κλπ θα βρείτε [εδώ](#)
3. Η μελέτη για την πρόσβαση των πολιτιστικών και δημιουργικών κλάδων στη χρηματοδότηση στην Ε.Ε. θα τη βρείτε [εδώ](#)
4. Πληροφορίες για τα μέτρα κατά της κρίσης της πανδημίας θα βρείτε [εδώ](#)
4. Πληροφορίες και ανοιχτές προσκλήσεις για το Horizon2020 θα βρείτε [εδώ](#)

4. Δωρεές – Χορηγίες

Α) Δωρεά - Χορηγία

Ξεχωριστή υποκατηγορία στην πολιτιστική πολιτική αποτελεί η πολιτιστική χορηγία (cultural sponsorship). Οι μαικήνες και η πατρωνία των τεχνών αποτελούν μέρος της καλλιτεχνικής παραγωγής εδώ και αιώνες, σήμερα δε η χορηγία αποτελεί την προτεινόμενη λύση στην «αποκρατικοποίηση» της πολιτιστικής παραγωγής. Η πολιτιστική χορηγία αποτελεί μία εναλλακτική πρακτική χρηματοδότησης πολιτιστικών δραστηριοτήτων (Heinze 2002). Ως πολιτιστική χορηγία ορίζεται η καταβολή χρημάτων ή η παροχή αγαθών ή υπηρεσιών από μια επιχείρηση σε έναν πολιτιστικό οργανισμό, με σκοπό την προβολή του ονόματος, των προϊόντων ή των αντίστοιχων υπηρεσιών της επιχείρησης. Οι πρακτικές και το θεσμικό πλαίσιο που διακατέχει το θεσμό της πολιτιστικής χορηγίας διαφέρει από χώρα σε χώρα. Στις περισσότερες χώρες παρέχονται φορολογικά κίνητρα για τη χορηγία προς πολιτιστικούς οργανισμούς. Η λειτουργία ειδικών μεσαζόντων μεταξύ των επιχειρήσεων και των πολιτιστικών οργανισμών, των χορηγικών συμβούλων, έχει ιδιαίτερη βαρύτητα. Στην Ελλάδα η πρόσφατη κατάθεση του νομοσχεδίου για την πολιτιστική χορηγία έχει οδηγήσει σε μια εκτεταμένη συζήτηση⁷. Το νομοσχέδιο προβλέπει πλήρη φορολογική απαλλαγή (εφόσον δεν υπερβαίνει το 30% των καθαρών κερδών) για του χορηγούς. Παράλληλα, προβλέπει τη λειτουργία ειδικού γραφείου χορηγιών στο ΥΠ.ΠΟ. Το θέμα της πολιτιστικής χορηγίας έχει αποτελέσει αντικείμενο συζητήσεων από τα τέλη της δεκαετίας του 1980 και είναι απαραίτητη η ρύθμιση πολλών ζητημάτων που προκαλούν σύγχυση.

Οι δωρεές και οι χορηγίες συνιστούν ένα σημαντικό τμήμα του προϋπολογισμού των πολιτιστικών οργανισμών, των φεστιβάλ αλλά και των παραγωγών σύγχρονου πολιτιστικού περιεχομένου. Συχνά λειτουργούν συμπληρωματικά προς τη δημόσια χρηματοδότηση και, μαζί με άλλες ιδιωτικές συνεισφορές, αποβλέπουν στην ευημερία και την επιβίωση των ιδρυμάτων. Οι χορηγίες επιτρέπουν στους πολιτιστικούς

⁷ Βλ. Αφιέρωμα περιοδικού Highlights “Χορηγία και Πολιτισμός», τ. 25, Οκτώβριος 2006.

οργανισμούς να καλύψουν τα γενικά λειτουργικά κόστη, να προβούν σε ουσιαστικές βελτιώσεις και επεκτάσεις των εγκαταστάσεών τους, να αναπτύξουν τις εκπαιδευτικές και κοινωνικές δράσεις τους, να διοργανώσουν ειδικές εκδηλώσεις, να επεκτείνουν την συλλογή τους με νέες αγορές τέχνης, να ενισχύσουν τα προγράμματα συντήρησης και να αναπτύξουν νέα και μεγάλα δημόσια προγράμματα. Πολλές εταιρείες παρέχουν επίσης χορηγίες σε είδος, συμπεριλαμβανομένων εθελοντών, επαγγελματικών συμβουλών, υποστήριξη διαφήμισης και μάρκετινγκ κ.ά., που θα επιτρέψουν στα πολιτιστικά ιδρύματα να ενισχύσουν και να εκπληρώσουν τη δημόσια αποστολή τους.

Η οικονομική ασφάλεια ενός καλλιτεχνικού οργανισμού μπορεί να εξασφαλιστεί μέσα από τη φήμη ότι είναι καλλιτεχνικά αναγνωρισμένος και έχει καλλιτεχνική αξία και οι χορηγίες αποτελούν έναν παράγοντα για την εξάπλωση αυτής της φήμης. Η υποστήριξη από μια αναγνωρισμένη εταιρεία είναι ένας αποτελεσματικός καταλύτης για την ανεύρεση περισσότερων κεφαλαίων από άλλες εταιρείες αλλά και από εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης εκτός του επιχειρηματικού κόσμου (Ζούνης 2001).

Το 2016 η Ε.Ε. εξέδωσε μία έκθεση καλών πρακτικών όπου τονίζεται πως χρειάζονται περισσότερα ευνοϊκά νομοθετικά μέτρα που θα δώσουν κίνητρα στις ιδιωτικές επιχειρήσεις για να γίνουν χορηγοί σε πολιτιστικές δραστηριότητες και θα τραβήξουν το ενδιαφέρον χορηγών που τώρα στρέφονται σε άλλες χώρες, όπως οι ΗΠΑ, όπου τους παρέχονται μεγαλύτερες φοροελαφρύνσεις (OMC Working Group on Access to Finance for the Cultural and Creative Sectors, 2016). Η παροχή κινήτρων (φοροαπαλλαγές, βραβεύσεις) για χορηγία για πολιτισμικούς οργανισμούς αποτελεί πολιτική επιλογή πολλών κρατών.

Στην Ελλάδα τις δύο τελευταίες δεκαετίες παρατηρούνται μεγάλες αποκλίσεις/ Από το Νόμο 3525 /2007 στο Μεσοπρόθεσμο Ο φορολογικός νόμος (3842/2010 αρ.11 παρ. 3β) προβλέπει ότι εκπίπτουν από το φορολογητέο εισόδημα των επιχειρήσεων τα χρηματικά ποσά που καταβάλλονται μέχρι ποσοστό 10% (πριν ήταν 30%) του συνολικού καθαρού εισοδήματος ή των κερδών που προκύπτουν από ισολογισμούς, λόγω δωρεάς σε νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου που επιδιώκουν κοινωφελείς σκοπούς ή λόγω χορηγίας σε νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου που επιδιώκουν πολιτιστικούς σκοπούς. Κατά τα λοιπά ισχύουν οι διατάξεις του νέου φορολογικού

νόμου και του [νόμου 3235/2007](#) περί χορηγιών. Ισχύει πλέον ειδικό καθεστώς και για τον Κινηματογράφο όπου σύμφωνα με το νέο κινηματογραφικό Νόμο ο χορηγός απαλλάσσεται από το φόρο που του αναλογεί για ποσό ίσο με 40% (υπό προϋποθέσεις).

4.2. Ειδικά γεγονότα Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης

Τα μεγάλα γεγονότα (mega events) όπως είναι οι EXPO, οι Ολυμπιακοί Αγώνες, οι επετειακοί εορτασμοί, κ.λπ. αποτελούν ξεχωριστή κατηγορία. Διαφέρουν από τα φεστιβάλ αφού διοργανώνονται κατόπιν πολιτικών αποφάσεων, ξεφεύγουν από τις καθιερωμένες πρακτικές διοργάνωσης και προγραμματισμού και έχουν σημαντικές επιπτώσεις στην πόλη που τα διοργανώνει λόγω των εκτεταμένων υποδομών και του μεγάλου κόστους που απαιτεί η διοργάνωσή τους (Evans 2001, Lucas 2005). Τα γεγονότα αυτά συχνά αποτελούν αντικείμενο ανταγωνιστικής υποβολής προτάσεων υποψηφιότητας, χαρακτηρίζονται από τη μακροχρόνια επίδραση ή «κληρονομιά» (legacy) που αφήνουν και μπορεί να αποτελέσουν αντικείμενο περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης (Throsby 2001). Η επίδραση ενός mega event ή περιοδικού ετήσιου φεστιβάλ μπορεί να ενδυναμώσει τις καλλιτεχνικές ομάδες ή τους μεμονωμένους καλλιτέχνες που δραστηριοποιούνται σε μία πόλη. Θεσμοί όπως η ΠΠΕ αναδεικνύουν και ενισχύουν την τοπική πολιτιστική υπό την προϋπόθεση ότι οι υποδομές θα είναι βιώσιμες και η εμπειρία της διοργάνωσης να οδηγήσει σε βιώσιμες ιδέες για το μέλλον (όπως συνέβη στη Λιλ το 2004 όπου ένας το Lille 3000 έγινε πετυχημένος μόνιμος θεσμός). Τα τελευταία χρόνια η διοργάνωση συνδέεται με τρέχοντα θέματα και προκλήσεις όπως είναι η ανεργία των νέων, η ενσωμάτωση ομάδων του πληθυσμού στη ζωή της πόλης, η συμμετοχή των πολιτών στη λήψη αποφάσεων, κ.λπ.

Η διοργάνωση της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης από την πόλη της Ελευσίνας δημιουργεί το πλαίσιο για συζήτηση σχετικά με τις ευκαιρίες για τις πολιτιστικές βιομηχανίες και τη μέτρηση επιδράσεων (Καραχάλης και Δέφνερ 2016).

4.3 Crowdfunding

Μία μορφή η οποία δεν είναι νέα αλλά αποκτά νέα δυναμική λόγω της ανάπτυξης του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είναι το «crowdfunding»

(πληθοπορισμός ή πληθοχρηματοδότηση στα ελληνικά) και χρησιμοποιείται ιδιαίτερα στο τομέα του πολιτισμού. Η πιο γνωστή πλατφόρμα είναι η Kickstarter (στην Ελλάδα έχει επικρατήσουν η goorio και η πλατφόρμα [Act for Greece](#). Ως μορφή χρηματοδότησης «Crowd Funding», γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη στο εξωτερικό και σε χώρες όπως οι Η.Π.Α, όπου προσφέρονται σημαντικά ποσά για την στήριξη της πολιτιστικής δραστηριότητας μέσω διαδικτύου. Στην Ελλάδα έχει χρησιμοποιηθεί συχνά για τη χρηματοδότηση καλλιτεχνικών έργων π.χ στη χρηματοδότηση του Ελληνικού ντοκιμαντέρ «Deptocracy».



Εικόνα 4: Η πλατφόρμα Kickstarter είναι το πιο δημοφιλές μέσο crowdfunding (πηγή: kickstarter.com)

Crowd Funding είναι η χρηματοδότηση ενός έργου «project» ή μίας επιχείρησης, από ομάδα (group) ανεξάρτητων ατόμων και όχι από τους επαγγελματικούς χρηματοδοτικούς οργανισμούς. Χαρακτηριστικό είναι ότι το crowdfunding χρησιμοποιείται και σε έργα αστικής ανάπλασης. Χαρακτηριστική περίπτωση είναι αυτή της πεζογέφυρας Luchtsingel στο Ρότερνταμ της Ολλανδίας, η οποία χρηματοδοτήθηκε εξ ολοκλήρου από το κοινό μέσω δωρεών 25, 125 και 1250 Ευρώ. Σήμερα η πεζογέφυρα βρίσκεται πλέον σε χρήση και αποτελεί στοιχείο υπερηφάνειας για τους κατοίκους, ενώ και η γειτονιά έχει βελτιώσει τη φήμη της (βλ. <http://www.luchtsingel.org/en>).

Διαβάστε επίσης:

- 1. Τις πληροφορίες που παρέχει στην ιστοσελίδα του το Γραφείο Χορηγιών του ΥΠΠΟΑ [εδώ](#)**
- 2. Στην ιστοσελίδα του Διαζώματος περιλαμβάνονται πληροφορίες για τη χορηγία και τις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης. Δείτε [εδώ](#).**
- 3. Επίκαιρες πληροφορίες για το πλαίσιο της χορηγικής πολιτικής στην Ελλάδα στο άρθρο που θα βρείτε [εδώ](#).**
- 4. Την ιστοσελίδα του Οργανισμού Ελευσίνα 2021 θα τη βρείτε [εδώ](#)**

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλιογραφία στα Ελληνικά

- Αυδίκος, Β. (2014), *Οι Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες στην Ελλάδα*, Θεσσαλονίκη, Επίκεντρο.
- Βερνίκος Ν. (2005) «Το διεθνές πλαίσιο για τις πολιτιστικές στατιστικές της Unesco και οι κατηγορίες των πολιτιστικών δραστηριοτήτων» στο Βερνίκος Ν., Δασκαλοπούλου Σ., Μπαντιμαρούδης Φ., Μπούμπαρης Ν., Παπαγεωργίου Δ., (επ.) *Πολιτιστικές Βιομηχανίες, Διαδικασίες, Υπηρεσίες, Αγαθά*, εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005.
- ΕΕΤΑΑ (2015). *ΕΣΠΑ 2014-2020 και Τοπική Αυτοδιοίκηση*. Αθήνα: ΕΕΤΑΑ.
- Ζούνης Π., *Η πολιτιστική χορηγία ως μέσο επικοινωνίας*, Εκδ. Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη 2001.
- ΙΝΕΠ (2017), *Αστικές Αναπλάσεις – Εκπαιδευτικό Υλικό*, ΕΚΔΔ?ΙΝΕΠ Αθήνα
- Καραχάλης Ν. και Δέφνερ Α. (2016) «Πολιτιστική οικονομία, ειδικά γεγονότα και ταυτότητα της πόλης: η διεκδίκηση της ανάθεσης της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης για το 2021» στο Αυδίκος Β., Καλογερέσης Αθ. (2016), *Κείμενα για τη Δημιουργική Οικονομία, Αγορές, Εργασία, Πολιτικές*, σελ 169-196, Εκδ. Επίκεντρο.
- Καραχάλης, Ν. (2007). *Πολιτισμός και Τοπική Ανάπτυξη: Ο ρόλος των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών στις σύγχρονες πόλεις*. Διδακτορική Διατριβή. Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα.
- Καραχάλης, Ν. (2011). Βιώσιμες πολιτικές επανάχρησης κτιριακών συνόλων και δραστηριότητες πολιτισμού και αναψυχής: Νέοι «εναλλακτικοί» πολιτιστικοί χώροι στο Άμστερνταμ και την Αθήνα. Στον *Επιστημονικό Τόμο προς τιμή του Καθηγητή Π. Λουκάκη* (σελ. 370-390). Αθήνα: Δαρδάνος/Gutenberg.
- Καραχάλης Ν.(2015) «Στρατηγικές διαχείρισης της εικόνας και της προβολής των πόλεων (city branding) και πολιτιστική αναζωογόνηση» στο Πούλιος κ.ά., *Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη* Κάλλιπος Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα, Αθήνα.
- Κόνσολα Ντ., Καραχάλης Ν. (2010), «Πολιτιστική Δράση και Τοπική Ανάπτυξη: Τα φεστιβάλ στις ελληνικές πόλεις της περιφέρειας», άρθρο στο επιστημονικό περιοδικό *Επιθεώρηση Αποκέντρωσης, Τοπικής Αυτοδιοίκησης και Περιφερειακής Ανάπτυξης*. Τ. 60, σελ. 56-68.
- Λαζαρέτου, Σ. (2014), *Η έξυπνη οικονομία: «πολιτιστικές» και «δημιουργικές» βιομηχανίες στην Ελλάδα. Μπορούν να αποτελέσουν προοπτική εξόδου από την κρίση;*, Bank of Greece, Working Paper 175.
- Λεάνδρος Ν, *Επιχειρηματικές Στρατηγικές στη Βιομηχανία των Μέσων*, Αθήνα, Καστανιώτης, 2008.Λεάνδρος Ν, *Οικονομική Κρίση και Σύγχρονη Ανάπτυξη*. Η Οπτική της Πολιτικής Οικονομίας, Αθήνα, Εκδόσεις Διόνικος, 2012.
- Λεάνδρος Ν. (2013), Τα Μέσα στο Επίκεντρο της Κρίσης. Τα Οικονομικά Αποτελέσματα Οκτώ Μεγάλων Επιχειρήσεων” σε Γ. Πλειός (επ.) *Η Κρίση και τα ΜΜΕ*, Αθήνα, Παπαζήσης.

- Μαραβά, Ν., Κυβέλου, Σ. & Μπεριάτος, Η. (2016). Εταιρικές σχέσεις δημόσιου και ιδιωτικού τομέα : θεωρητικές προσεγγίσεις και τάσεις μέσα από τη διεθνή βιβλιογραφία. *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, Τόμος ΙΖ, Τ. 67, σελ. 3-28.
- Ντάης Π. (2018), «Αναζήτηση πόρων στον τομέα του Πολιτισμού», Εισήγηση στο ΙΝΕΠ/ΕΚΔΔ.
- Τσουρβάκας (2012), *Μάνατζμεντ Επικοινωνιακών και Πολιτιστικών Οργανισμών*, Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
- Παχάκη, Φ. Αγγελίδου, Ζ. Αναστασάκου, Β. Δεδεγιάν, Ε. Κουνάρη, Σ. Λέρτα, Π.Ε. Μπαλτζάκη, Στ. Χειμωνίτη-Τερροβίτη (2000) *Ο Πολιτισμός ως κλάδος οικονομικής δραστηριότητας*, ΚΕΠΕ, Αθήνα.
- Deloitte Business Solutions (2014), Μελέτη αποτίμησης των κοινωνικοοικονομικών επιπτώσεων των έργων πολιτισμού, Ειδική Υπηρεσία Τομέα Πολιτισμού ΕΣΠΑ, Αθήνα

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- DiMaggio P. (2014) “The Internet's Influence on the Production and consumption of Culture: Creative Destruction and New Opportunities”. In Change: 19 Key Essays on How Internet is Changing our Lives. BBVA.
- Ebert 2005 Ebert R., “Kultur in der Stadt: Grundversorgung zwischen Markt, Kommune und Zivilgesellschaft“ in *Politik und Kultur*, January – February 2005
- Ernst and Young (2015) *Cultural times, The first global map of cultural and creative industries*, Report available at [www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf) [προσ. 30.10.2016]
- Florida R. (2004), *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books, New York.
- Garcia, B. και Cox, T. (2013). European capitals of culture: success strategies and long term effects. Brussels: European Union.
- Grefe X., Pflieger (2005), *Culture and Local Development*, Paris: OECD.
- Hartley J., Wen W., Li H. (2016) *Creative Economy and Culture: Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries*, Sage: London
- Heinze T. (2002), *Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus, ein Leitfaden für Kulturmanager*, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2002
- Landry, C., *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, Earthscan Publishers, London 2000
- OMC Working Group (2016), Towards more efficient financial ecosystems, Innovative instruments to facilitate access to finance for the cultural and creative sectors (CCS) : good practice report – Study, EU DG Education, 2016
- Reiss, Alvin, H.: Cash in! Funding & Promoting the Arts. Universal Publishers, 2000.
- Smith, M.P. (2001), *Transnational Urbanism, Locating Globalisation*, Blackwell, Oxford.
- Throsby D. (2001), *Economics and Culture*, Cambridge, Cambridge University Press.

Throsby D. (2010) *The Economics and Cultural Policy*, Cambridge, Cambridge University Press
Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Cambridge: Wiley-Blackwell.

Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης (ΕΣΔΔΑ)
Πειραιώς 211, ΤΚ 177 78, Ταύρος
τηλ: 2131306349 , fax: 2131306479
www.ekdd.gr



Ε.Π.
**ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΗ
ΔΗΜΟΣΙΟΥ
ΤΟΜΕΑ**



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης