



**ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ**  
**ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ**  
**ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ**  
**ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ**

**Τουρισμός και Δημιουργική Οικονομία.**  
**Συνέργεια για τη Χωρική Ανάπτυξη:**  
**το παράδειγμα των Μουσικών Φεστιβάλ**

Πτυχιακή Εργασία

**ΓΚΟΛΦΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ**  
**A.M. 20905**



Εικόνα 1: Glastonbury Festival 2007, Περιοχή Pilton, UK

ΑΘΗΝΑ, 2020



# **ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ**

**ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ  
ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ**

## **Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή**

**Σοφία Σκορδίλη (Επιβλέπουσα)**

***Καθηγήτρια, Βιομηχανικής Γεωγραφίας, Τμήμα Γεωγραφίας,  
Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο***

**Απόστολος Γ. Παπαδόπουλος**

***Καθηγητής, Γεωγραφική και Κοινωνική Ανάλυση του Αγροτικού  
Χώρου, Τμήμα Γεωγραφίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο***

**Γεώργιος Μαυρομμάτης**

***Επίκουρος Καθηγητής, Πολιτική Γεωγραφία, Τμήμα Γεωγραφίας,  
Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο***

Εγώ ο Γκολφινόπουλος Ιωάννης,

δηλώνω υπεύθυνα ότι:

- 1) Είμαι ο κάτοχος των πνευματικών δικαιωμάτων της πρωτότυπης αυτής εργασίας και από όσο γνωρίζω η εργασία μου δε συκοφαντεί πρόσωπα, ούτε προσβάλλει τα πνευματικά δικαιώματα τρίτων.
- 2) Αποδέχομαι ότι η ΒΚΠ μπορεί, χωρίς να αλλάξει το περιεχόμενο της εργασίας μου, να τη διαθέσει σε ηλεκτρονική μορφή μέσα από τη ψηφιακή Βιβλιοθήκη της, να την αντιγράψει σε οποιοδήποτε μέσο ή/και σε οποιοδήποτε μορφότυπο καθώς και να κρατά περισσότερα από ένα αντίγραφα για λόγους συντήρησης και ασφάλειας.

We live in deeds, not years; in thoughts, not  
    breaths;  
In feelings, not in figures on a dial.  
We should count time by heart-throbs. He most  
    lives  
Who thinks most—feels the noblest—acts the  
    best.

(Bailey P. J., 1874. Festus : A Poem, *Thirtieth Edition*, C.S. Francis & Co, Broadway)

Τουρισμός και Δημιουργική Οικονομία. Συνέργεια για τη Χωρική Ανάπτυξη:  
το παράδειγμα των Μουσικών Φεστιβάλ, Γκολφινόπουλος Ιωάννης

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

---

Τίποτα δε θα ήταν δυνατό αν δεν υπήρχαν οι αισθήσεις. Είναι ο ζεστός ήλιος πάνω στο δέρμα που σε καίει, είναι το πέταγμα των χελιδονιών που σε ξαφνιάζει, ο ήχος του νερού που σε ταξιδεύει, είναι η μυρωδιά της ρίγανης που σου ξυπνάει μνήμες· μια γουλιά κρασί που σε ηρεμεί. Είναι κι εκείνα τα ερεθίσματα που παίρνουμε από τους ανθρώπους. Ερεθίσματα που μας γοητεύουν, μας προβληματίζουν, μας κινητοποιούν, μας εμπνέουν. Είναι αυτοί οι άνθρωποι που ειλικρινά ευχαριστώ.

Ένας τέτοιος άνθρωπος είναι η κα. Σοφία Σκορδύλη. Από τα πρώτα μαθήματα με ενέπνευσε για τη Γεωγραφία, τη διεπιστημονικότητα που διαπερνά τον κλάδο μας, αλλά και την αγάπη για ασταμάτητη γνώση, μελέτη και ακριβής έρευνα· που κρατάω και στα σημαντικότερα που έμαθα έως τώρα στο Πανεπιστήμιο. Μπήκα στο γραφείο της και μοιράστηκα την ιδέα της πτυχιακής εργασίας μου μαζί της κι από την πρώτη στιγμή με άκουσε, με εμπιστεύτηκε, με κατατόπισε, με περίμενε με περίσσια υπομονή και με πίστεψε μέχρι την ύστατη ώρα της ολοκλήρωσής της. Γι' αυτό την ευχαριστώ και την εκτιμώ πραγματικά.

Ευχαριστώ επίσης θερμά την Κωνσταντίνα Τσακοπούλου για την αμέριστη στήριξή της στο ξεκίνημα της εργασίας, καθώς και τον κ. Νίκο Καραχάλη για το χρόνο που μου αφιέρωσε και τη μικρή αλλά καθοριστική συμβολή του στην προσέγγιση της εργασίας.

Τέλος ευχαριστώ όλους τους διαδάσκοντες του Τμήματος Γεωγραφίας για το υπεύθυνο και συνεπές έργο τους, και ιδιαίτερα τους διδάσκοντες της κατεύθυνσης Ανθρωπογεωγραφίας για όλες τις ώρες μαθημάτων και συζητήσεων που στάθηκαν τυχερός να μοιραστώ μαζί τους.

Τους ανθρώπους που μου έδωσαν την ευκαιρία να δουλέψουμε χρόνια μαζί ώστε να ζήσω τη θεωρία στην πράξη και να γεμίσω με τη ζωντάνια και το άγχος ενός φεστιβάλ.

Τους γονείς μου που με μπόλιασαν με αγάπη, πείσμα και «γιατί» και τον αδερφό μου που με διδάσκει πειθαρχία κι αφοσίωση.

Δε γίνεται να κλείσω χωρίς να ευχαριστήσω το κορίτσι της ζωής μου, τη Νάντια και το γιο μας που τόσο λαχταρώ να γεννηθεί σε λίγους μήνες. Χωρίς εσάς δε θα υπήρχε έναυσμα. Σας ευχαριστώ και θα προσπαθώ πάντα. Τα καταφέραμε! -Γιάννης Γκ.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

---

Στην παρούσα εργασία γίνεται μια προσπάθεια να συνδιαστούν με τρόπο εισαγωγικό δύο θεωρίες. Στόχος η μελέτη της αποζητούμενης θετικής επίπτωσης στην πολύπλευρη διαδικασία της «ανάπτυξης», αντιλαμβανόμενη ως επίπεδο διαβίωσης και ως απασχόληση σε μια περιοχή. Από τη μία η θεωρία του τουρισμού, της τεράστιας αυτής βιομηχανίας, κάνοντάς μας να κατανοήσουμε τον όρο και τον τρόπο με τον οποίο συλλέγει, επεξεργάζεται, αναλύει και δίνει αποτελέσματα στον πραγματικό κόσμο. Κι από δίπλα η σαφώς νεότερη θεωρία της δημιουργικής οικονομίας που αντιλαμβάνεται μια μεγάλη παραγόμενη αξία στη σχέση μεταξύ πολιτισμού και οικονομίας. Βασιζόμενη στην υλική αλλά και άυλη σπουδαιότητα που δημιουργούν τα αγαθά και οι υπηρεσίες που εδράζονται στην πνευματική ιδιοκτησία, είτε αυτά συσχετίζονται με τις τέχνες και την κληρονομιά, είτε με την έρευνα και την καινοτομία.

Στη συνέχεια εισάγεται η έννοια του φεστιβάλ ως event που τοποθετείται κάπου χωρικά και χρονικά και λειτουργεί ως τόπος σύμπραξης «εισροών» τουριστικής ζήτησης και «εκροών» δημιουργίας. Ως επόμενο παρατίθενται περιπτώσεις ερευνών πάνω σε δύο μουσικά φεστιβάλ του εξωτερικού. Επιπτώσεις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές παρουσιάζονται.

Το κυρίως μέρος της έρευνας παρουσιάζει την κατάσταση των μουσικών φεστιβάλ στην ελληνική επικράτεια. Μια προσπάθεια απεικόνισης του αριθμού, της κατανομής και των χαρακτηριστικών των φεστιβάλ με στόχο την αναζήτηση κενών στις δυνατότητες ανάπτυξης περιοχών της ελληνικής περιφέρειας, και της δημιουργίας κινήτρων σε εν δυνάμει επισκέπτες.

Η εργασία θέλει να ειπωθεί ως αρχή μιας μεγαλύτερης μελέτης που θα μπορούσε να συμβάλλει στην προώθηση της γνώσης, των συνεργασιών και στο σχεδιασμό πολιτικών που θα βοηθήσουν με αξιόλογο και μετρήσιμο τρόπο στη μείωση των ανισοτήτων και της ανεργίας, καθώς και θα ενισχύσουν την ευημερία, θα αναβαθμίσουν την ποιότητα του περιβάλλοντος και θα προκαλέσουν τη δημιουργικότητα ενός τόπου.

*Λέξεις-κλειδιά:* μουσικό φεστιβάλ, χωρική ανάπτυξη, εναλλακτικός τουρισμός, δημιουργική οικονομία

## ABSTRACT

---

This paper will endeavor to present two theories in an introductory way. The main focus is to study the desired positive impact on the multifaceted process of "development", perceived as a standard of establishment and employment in an area. On one hand the theory of tourism, which depicts a large industry, helps us understand the way in which it collects, processes, analyzes and gives results in the real world. And next to it, the clearly newer theory of creative economy that perceives a great value generated in the relationship between culture and economy. Based on the material and intangible importance created by the goods and services established with intellectual property, whether they are related to the arts and heritage, or to research and innovation.

In addition, the term festival is introduced as an event that resembles a certain place and time which functions as a conjunction for tourist traffic and creation a view of interest. Furthermore, a research is included for two abroad music festivals. Economic, social and environmental impacts are presented.

The main part of the research presents an overall state of music festivals in Greece. An attempt to visualize the number, distribution and characteristics of the festivals in order to search for gaps in the development opportunities of areas of the Greek region, and to create incentives for potential visitors.

This thesis is being viewed as a starting point to a larger study that could contribute to the promotion of knowledge, collaborations and policy design that could help in a meaningful and essential way to reduce inequalities and unemployment, as well as enhance prosperity and upgrade the quality of the environment and challenge the development of a new land.

*Keywords:* music festival, spatial development, alternative tourism, creative economy

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ, ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ, ΕΙΚΟΝΩΝ ΚΑΙ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

|                                                                                                                                                                                                  |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Πίνακας 1: Προς τα έσω τουρισμός, Ελλάδα 2010-2019.....                                                                                                                                          | 32  |
| Πίνακας 2: Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση, Ελλάδα 2010-2019.....                                                                                                                                  | 32  |
| Πίνακας 3: Ετήσιου κύκλου εργασιών της Δημιουργικής Οικονομίας<br>στις 5 μεγάλες ευρωπαϊκές οικονομίες (Πηγή: Terraconsult 2010).....                                                            | 50  |
| Πίνακας 4: Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....                                                                                                                                        | 84  |
| Πίνακας 5: Ακαθάριστες Δαπάνες ανά Περιοχή σε χιλιάδες λίρες (Economic Impact of<br>Glastonbury Festivals, 2007).....                                                                            | 96  |
| Πίνακας 6: Καθαρές οικονομικές επιπτώσεις ανα περιοχή σε χιλιάδες λίρες (Economic<br>Impact of Glastonbury Festivals 2007).....                                                                  | 98  |
| Πίνακας 7: Πηγή: Economic Impact of Glastonbury Festivals(2007) by Glastonbury<br>Festival Ltd & Mendip Distr Council.....                                                                       | 104 |
| Πίνακας 8:Πηγή: Economic Impact of Glastonbury Festivals (2007) by Glastonbury<br>Festival Ltd & Mendip District Council.....                                                                    | 105 |
| Πίνακας 9: Κατανάλωση Ποτών ανά είδος και έτος διοργάνωσης, OpenAir St.Gallen Info<br>sheet v.2016.....                                                                                          | 118 |
| <hr/>                                                                                                                                                                                            |     |
| Σχήμα 1. Ομαδοποίηση του τύπου στατιστικών ροών<br>(Eurostat, Methodological Manual of Tourism Statistics, 2014, v.3.1).....                                                                     | 30  |
| Σχήμα 2. Ελληνική Στατιστική Αρχή, Τουρισμός 2019.....                                                                                                                                           | 33  |
| Σχήμα 3. Το πεδίο εφαρμογής της έννοιας του περιβάλλοντος (Swarbrooke, 1999, όπως<br>αποτυπώνεται στο Peter Mason 2003, Tourism Impacts, Planning and<br>Management, Butterworth-Heinemann)..... | 44  |
| Σχήμα 4. Παγκόσμιες Εξαγωγές Δημιουργικών Αγαθών (UNCTAD Creative Economy Outlook and<br>Country Profile _report 2018).....                                                                      | 51  |
| Σχήμα 5: Δημιουργικά Αγαθά: Εξαγωγές ανά Οικονομικό Group 2002, 2015,.....                                                                                                                       | 52  |
| Σχήμα 6: Δημιουργικά Αγαθά: Διεθνείς Εξαγωγές (σε ποσοστό %) ανά Ομάδα Προϊόντων, 2015,<br>πηγή: UNCTAD).....                                                                                    | 53  |
| Σχήμα 7: Εξαγωγές δημιουργικών υπηρεσιών ως ποσοστό συνολικών εξαγωγών των υπηρεσιών,<br>2011-2015, πηγή: UNCTAD.....                                                                            | 54  |
| Σχήμα 8: Πολλαπλασιαστές εισοδήματος και events (Getz, 1991:303, όπως αποτυπώνει<br>Σκούλτσος, 2014).....                                                                                        | 70  |
| Σχήμα 9: Αλληλεπίδραση event με πολιτιστικά στοιχεία (Skoultzos, 2014 :30).....                                                                                                                  | 73  |

|                                                                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Σχήμα 10: Μετρήσιμα και μη οφέλη/κόστη των events (Dwyer κ.ά. 2000, όπως αποτυπώνει Skoultzos, 2014 :33).....                                                 | 76  |
| Σχήμα 11: Οι επιπτώσεις των events και η μέτρησή τους (Faulkner 1993, όπως προσαρμόζει Σκούλτσος, 2014).....                                                  | 77  |
| Σχήμα 12: Διάγραμμα Ροών Δαπανών.....                                                                                                                         | 95  |
| Σχήμα 13: Ποσοστά επισκεπτών ανά ηλικία, OpenAir St.Gallen Info sheet v2016.....                                                                              | 109 |
| Σχήμα 14: Χάρτης Κατανομής Μουσικών Φεστιβάλ στον Ελλαδικό Χώρο (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος,2020).....                                                | 123 |
| Σχήμα 15: Διασπορά Φεστιβάλ ανά Ημέρες Διεξαγωγής (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος,2020) *με τιμή 0 σημειώνονται τα ανοιχτά (open separated) φεστιβάλ..... | 126 |
| Σχήμα 16: Χάρτης Μεταφρασμένων και Μη μεταφρασμένων Ιστοτόπων ανά Μουσικό Φεστιβάλ στην Ελλάδα (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος,2020).....                 | 128 |
| Σχήμα 17: Αριθμός Φεστιβάλ ανά Φορέα Διοργάνωσης (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος,2020).....                                                               | 130 |
| Σχήμα 18: Χάρτης Μουσικών Φεστιβάλ ανά Φορέα Διοργάνωσης στην Ελλάδα (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος,2020).....                                           | 131 |
| Σχήμα 19: Αριθμός Φεστιβάλ ανάλογα με το Αντίτιμο Εισόδου, (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος, 2020).....                                                    | 133 |
| Σχήμα 20: Χάρτης Μουσικών Φεστιβάλ ανά Αντίτιμο Εισόδου στην Ελλάδα (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος, 2020).....                                           | 134 |
| Σχήμα 21: Ιστόγραμμα Αριθμού Φεστιβάλ ανά Έτη Διεξαγωγής (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος,2020).....                                                       | 135 |

---

|                                                                                                                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Εικόνα 1: Glastonbury Festival 2007, Περιοχή Pilton, UK.....                                                                                                    | 1   |
| Εικόνα 2: "Pilton Pop", illustration by Kate Chidley, Glastonbury Tails book).....                                                                              | 102 |
| Εικόνα 3: Glastonbury Festival, Painting by Rose Popay.....                                                                                                     | 106 |
| Εικόνα 4: Χάρτης Εγκαταστάσεων & Υπηρεσιών του Glastonbury Festival 2019.....                                                                                   | 106 |
| Εικόνα 5: Rockwave Festival 2018, Μαλακάσα, Αττική.....                                                                                                         | 122 |
| Εικόνα 6: Εργαζόμενοι στο Χώρο των Φεστιβάλ και του Θεάματος από Διάφορες Εταιρείες των ΗΠΑ διαδηλώνουν στη Νέα Υόρκη, Ιούλιος 2020 #WeMakeEvents #Protest..... | 137 |

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

---

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| Ευχαριστίες.....                                               | 5         |
| Περίληψη.....                                                  | 6         |
| Abstract .....                                                 | 8         |
| Περιεχόμενα Πινάκων, Διαγραμμάτων, Εικόνων και Σχημάτων .....  | 9         |
| Εισαγωγή.....                                                  | 15        |
| <b>1 ΧΩΡΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ .....</b>                                 | <b>19</b> |
| Η έννοια της περιφερειακότητας.....                            | 19        |
| Ο φυσικός χώρος. ....                                          | 19        |
| Χωροθέτηση και ανάπτυξη. ....                                  | 20        |
| Ορισμός της ανάπτυξης.....                                     | 21        |
| Περιφερειακή Πολιτική .....                                    | 22        |
| Δείκτες μέτρησης της ανάπτυξης.....                            | 24        |
| <b>2 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ .....</b>                          | <b>26</b> |
| Ορισμός.....                                                   | 26        |
| Τουριστική Δραστηριότητα.....                                  | 28        |
| Κατηγορίες Τουρισμού.....                                      | 29        |
| Στατιστικές Μέθοδοι .....                                      | 30        |
| Επηρεασμός στην τουριστική ζήτηση .....                        | 33        |
| Οικονομικές Επιπτώσεις του Τουρισμού .....                     | 36        |
| Κοινωνικές και Πολιτικές Επιπτώσεις.....                       | 40        |
| Επιπτώσεις στο Φυσικό Περιβάλλον και Δομημένο Περιβάλλον ..... | 41        |
| <b>3 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....</b>                            | <b>45</b> |

|                                                                                      |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Ορισμός.....                                                                         | 45        |
| Η Πορτοκαλί Οικονομία .....                                                          | 46        |
| Αναπτυξιακή Πολιτική και Πολιτιστικό Προϊόν .....                                    | 55        |
| <b>4 ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ .....</b>                      | <b>60</b> |
| EVENTS .....                                                                         | 60        |
| Επιστημονική Μελέτη και Προσέγγιση. ....                                             | 60        |
| Οι Επιπτώσεις των Events. ....                                                       | 67        |
| ΦΕΣΤΙΒΑΛ.....                                                                        | 78        |
| Ορισμός.....                                                                         | 78        |
| Τυπολογία των Φεστιβάλ.....                                                          | 81        |
| Τουρισμός των Events και Φεστιβάλ.....                                               | 81        |
| Σύνδεση των Events και Φεστιβάλ με τις Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού.... | 83        |
| Μουσικά Φεστιβάλ: Εξέλιξη και Προσεγγίσεις. ....                                     | 85        |
| <b>5 ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ.....</b>                                    | <b>92</b> |
| Συλλογή Στοιχείων .....                                                              | 92        |
| Η Περίπτωση Του Glastonbury Festival (UK) .....                                      | 92        |
| Κάποια Στοιχεία για το Glastonbury Festival.....                                     | 92        |
| Μεθοδολογία της Έρευνας. ....                                                        | 94        |
| Καθαρές οικονομικές επιπτώσεις, «νεκρό βάρος», μετατόπιση και πολλαπλασιαστές.....   | 97        |
| Αποτελέσματα ασαφούς ποσοτικοποίησης. ....                                           | 99        |
| Συμπεράσματα και Εκτιμήσεις.....                                                     | 102       |
| Η Περίπτωση Του OpenAir St.Gallen (CH) .....                                         | 107       |
| Ποσοστιαία Κατανομή Οικονομικών Στοιχείων. ....                                      | 108       |
| Στόχοι και Προκλήσεις. ....                                                          | 109       |

|                                                                |         |
|----------------------------------------------------------------|---------|
| Η Περιοχή.....                                                 | 110     |
| Μάρκετινγκ και Προώθηση.....                                   | 111     |
| Μουσικό Πρόγραμμα.....                                         | 111     |
| Ασφάλεια και πρόληψη.....                                      | 113     |
| Προστασία του περιβάλλοντος και διαχείριση αποβλήτων.....      | 114     |
| Έδαφος / απόβλητα.....                                         | 115     |
| Νερό.....                                                      | 116     |
| Κίνηση Στους Δρόμους.....                                      | 117     |
| Food & Beverages.....                                          | 117     |
| Ηλεκτρική Ενέργεια.....                                        | 118     |
| Υγεία και Ασφάλεια.....                                        | 119     |
| <br>6 Η Εικόνα των Μουσικών Φεστιβάλ στην Ελλάδα.....          | <br>120 |
| Μεθοδολογία Έρευνας.....                                       | 120     |
| Τα Ελληνικά Μουσικά Φεστιβάλ σε αριθμούς.....                  | 122     |
| Γεωγραφική Κατανομή.....                                       | 123     |
| Δυναμικότητα/Χωρητικότητα και Επισκέπτες.....                  | 125     |
| Περίοδος και Ημέρες Διεξαγωγής.....                            | 126     |
| Μεταφρασμένος Ιστότοπος.....                                   | 127     |
| Παρουσία στην Αναζήτηση Google Earth.....                      | 129     |
| Φορέας Διοργάνωσης.....                                        | 129     |
| Αντίτιμο Εισόδου.....                                          | 132     |
| Η Ιστορία σε Έτη.....                                          | 135     |
| Τα Μουσικά Φεστιβάλ στην Ελλάδα, ανάλογα με το είδος τους..... | 136     |
| Europe for Festival, Festival for Europe.....                  | 136     |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| Συμπεράσματα ..... | 138 |
| Βιβλιογραφία.....  | 142 |
| Σύνδεσμοι.....     | 151 |
| Παράρτημα .....    | 152 |

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

---

Ξεκινώντας όπως κλείνει η παρούσα εργασία, θέτει στόχο τη μεγάλη γιορτή της φεστιβαλικής εμπειρίας που τονώνει τον τόπο και εξιψώνει με τη σειρά της την ευημερία των ανθρώπων του. Την ανάπτυξη μιας περιοχής και των ανθρώπων που ζουν και κατοικούν σε αυτήν, με κριτήριο όχι την ικανότητα μόνο της συνεχούς αύξησης του όγκου παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών και της επιδίωξης στενών χρηματικών και υλικών απολαβών, αλλά της πολυδιάστατης αυτής διαδικασίας που ενσωματώνει ως συστατικά της στοιχεία την ανάπτυξη νέων, ανώτερων πολιτιστικών αντιλήψεων και αξιών, τις ίσες ευκαιρίες, την ισοτιμία, τη δικαιοσύνη, την αλληλεγγύη, τη συνεργασία.

Είναι οι πολιτικές εκείνες που μπορούν να επιτύχουν τη μείωση των ανισοτήτων, τη δίκαιη ανακατανομή του πραγματικού κατά κεφαλήν εισοδήματος, τη μείωση της ανεργίας ακόμα και στις περιοχές που διατηρείται με επίμονο τρόπο υψηλή, τη συγκράτηση και εκτόνωση των πληθυσμιακών πιέσεων στις ήδη κορεσμένες περιοχές, την αποτελεσματικότερη και ηθικότερη εκμετάλλευση των τοπικών και εθνικών πόρων, την ενίσχυση του πολιτισμού και της δημιουργίας, τη διατήρηση των παραδόσεων, της ιδιαιτερότητας και της ιστορίας του κάθε τόπου, την προώθηση της τεχνολογικής προόδου, της βελτίωσης της ποιότητας του περιβάλλοντος, της τροφής, του ελεύθερου χρόνου, την σταθεροποίηση και ισόροπη ανάπτυξη της οικονομίας των περιφερειών και της εξασφάλισης του άριστου τρόπου εγκατάστασης όλων των δραστηριοτήτων που αφορούν την οικονομία και την κοινωνία (αναφορές μεταξύ άλλων Diamond, 1974).

Ο ταξιδιώτης διαθέτοντας το περισσεύόμενο εισόδημά του και τον πεπερασμένο χρόνο του, καλείται να επιλέξει ένα προορισμό που θα του παρέχει διαφορετικές συνθήκες ζωής από την καθημερινότητά του, ποιοτικό περιβάλλον και υψηλό επίπεδο

εμπειριών. Με αυτό τον τρόπο συμβάλλει τόσο στην κίνηση της οικονομίας, με το συνάλλαγμα και τις δαπάνες που επανακυκλοφορούν, επηρεάζοντας άμεσα και έμμεσα την απασχόληση, τα κρατικά έσοδα, το εισόδημα, αλλά συμβάλλει και στη μεταφορά και ανταλλαγή των παραδόσεων, των καθημερινών αξιών και των προσδοκιών - τόσο από, όσο και προς- στον τόπο υποδοχής, το οποίο μεταφράζεται σε υποδομές, αναβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος, αισθητικής του χώρου, συνηθειών και εξυπηρέτησης, προσαρμογής στις απαιτήσεις και ευκαιρία επικοινωνίας, γνώσης και ψυχολογικής ανάτασης. Φυσικά όλα αυτά υπό την προϋπόθεση μιας καλής σχεδίασης και τουριστικής οργάνωσης για την αποφυγή των αρνητικών επιδράσεων του ταξιδιού τόσο στο περιβάλλον, όσο και στον άνθρωπο.

Ο 21<sup>ος</sup> αιώνας είναι ο αιώνας των πόλεων σύμφωνα με τον Landry (2012, *The Creative City: A toolkit for the Urban Innovators*). Οι πόλεις -και ο κάθε τόπος που ζουν και δραστηριοποιούνται άνθρωποι συμπληρώνουμε- έχουν μοναδικό κρίσιμο πόρο τους, τους ανθρώπους. Η ανθρώπινη ευφυΐα, οι επιθυμίες, το κάθε κίνητρο, η φαντασία και η δημιουργικότητα στέκουν κυρίαρχα μπροστά στην γεωγραφική τοποθεσία, τους φυσικούς πόρους και την προσβασιμότητα στις αγορές που αναζητεί η πόλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα. Κάθε τοπικός άρχοντας χρειάζεται να γνωρίζει ότι η δύναμη του εγκεφάλου έχει αναλάβει πλέον τα ηνία από τη σωματική δύναμη κι ότι η ανταγωνιστικότητα πλέον ξεφεύγει από το πλαίσιο της υψηλής παραγωγικότητας στο κατα δυνατό χαμηλότερο κόστος. Η γνώση ανταγωνίζεται την αποδοτικότητα της εργασίας ή τους φυσικούς πόρους ως πηγή οικονομικής ανάπτυξης και δημιουργίας πλούτου. Η δημιουργική οικονομία αποτελεί πλατφόρμα τόσο ανάπτυξη της οικονομίας όσο και ανάπτυξη της ίδιας της πόλης/τόπου. Στον πυρήνα της περιλαμβάνει:

- 1 την οικονομία του πολιτισμού (τέχνες, κληρονομιά, συμβατική πολιτιστική βιομηχανία)

2 τις βιομηχανίες δημιουργίας (σχεδιασμός, λογισμικά, διαφήμιση, μόδα, πληροφόρηση)

3 τις δραστηριότητες που υποστηρίζουν τη δημιουργικότητα (έρευνα, καινοτομία, εκπαίδευση, διακυβέρνηση, δεξιότητες)

Η τέχνη ακόμα και σε εποχές κρίσεων αποτελεί διέξοδο για τους πολίτες και οδηγεί σε αειφορία (Tajtakona, 2011), ενώ εκφράζεται η πεποίθηση πως μελλοντικά τα πολιτιστικά αγαθά θα θεωρηθούν αναγκαιότητα για την ανάπτυξη και όχι πολυτέλεια όπως εκλαμβάνονται σήμερα (Kloudova, 2010).

Μια «εκδήλωση», ένα event, αλληλεπιδρά κοινωνικά, οικονομικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά ανάμεσα στο χώρο, τους ανθρώπους και τη οργάνωσή του, με πλήθος άμεσων και έμμεσων επιπτώσεων στη ζωή του τόπου που το υποδέχεται. Η μοναδικότητά του το χαρακτηρίζει ελκυστικό και η απόλαυση της εμπειρίας του κάνει την παρουσία του επισκέπτη αναγκαία προϋπόθεση. Το στοιχείο της γιορτής, το μέρος διεξαγωγής, η διάρκεια και η συχνότητά του, καθώς και ο πυρήνας πολιτισμού στο περιεχόμενό του είναι που μετατρέπουν ένα event σε φεστιβάλ και το μορφοποιούν σε αξιόλογο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης, ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού.

Οι περιπτώσεις των δύο μουσικών φεστιβάλ, στο Glastonbury της Μεγάλης Βρετανίας και στο St.Gallen της Ελβετίας έρχονται να υπογραμμίσουν τις επιπτώσεις των μουσικών φεστιβάλ στις τοπικές κοινωνίες τους τόσο ποσοτικοποιώντας το συνολικό οικονομικό τους αντίκτυπο, όσο και την καθοριστική συμβολή τους σε θέματα ασαφούς ποσοτικοποίησης που αφορούν την κοινωνία και τις αξίες της, τους ανθρώπους, το περιβάλλον, το «city branding», την καινοτομία, τη δημιουργικότητα.

Αναφανδόν προκύπτει το ερώτημα για την κατάσταση που επικρατεί στην ελληνική επικράτεια. Διοργανώνονται μουσικά φεστιβάλ; Πόσα; Πού; Σε ποιους απευθύνονται; Αξιοποιείται η δυναμική τους ως τουριστικό πρότυπο εναλλακτικού τουρισμού; Διοργάνωση,

συνεργασίες, ευκαιρίες; Είναι ερωτήματα που προσπαθούν να απαντηθούν και να δημιουργήσουν ερεθίσματα για νέες αναζητήσεις και προσεγγίσεις τόσο σε ερευνητικό όσο και σε επίπεδο σχεδιασμού και μελλοντικών πολιτικών.

Τουρισμός και Δημιουργική Οικονομία. Συνέργεια για τη Χωρική Ανάπτυξη:  
το παράδειγμα των Μουσικών Φεστιβάλ, Γκολφινόπουλος Ιωάννης

## 1 ΧΩΡΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

---

### Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΤΗΤΑΣ

Ως απόσταση. Συγκρινόμενη με ένα σημείο αναφοράς ή ένα χώρο, ο οποίος αποτελεί κέντρο με όρους αγορών και πρόσβασης στην πληροφορία και την επικοινωνία.

Ως εξάρτηση. Μια περιφέρεια είναι συνδεδεμένη με καταστάσεις εξάρτησης και κατά συνέπεια υπανάπτυξης.

Ως ιδιαιτερότητα. Εκλαμβανόμενη ως μια μοναδική οντότητα στην οποία υφίστανται ιδιαίτερα «αυθεντικά» τοπία και πολιτισμικές παραδόσεις οι οποίες επιτρέπουν την ανάπτυξη στρατηγικών για την εκμετάλλευσή τους.

Ως διάλογος. Η σημαντικότητα των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών μια περιοχής όχι μόνο από την με αντικειμενικούς όρους οπτική, αλλά πολύ περισσότερο στη βάση της κοινωνικής σημασίας που τους αποδίδεται (λόγος, αφήγηση/αναπαράσταση).

(Λαμπριανίδης, 2012)

### Ο φυσικός χώρος.

Ο φυσικός χώρος αποτελεί τμήμα της φύσης και έχει δύο βασικά χαρακτηριστικά. Την ύπαρξη διαφορών στη φυσική δομή του και στην έννοια της

απόστασης που εμπεριέχεται σε αυτές. Η απόσταση αποτελεί ένα εμπόδιο στην αλληλεπίδραση και την επικοινωνία.

Η απόσταση μετρείται ως μονάδα μήκους -φυσικό ή νοητικό-, ως χρόνος και ως κόστος μετακίνησης, χρηματικό ή εναλλακτικό.

Η πόσοτητα των ροών εμπορευμάτων, πληθυσμού και πληροφορίας, τείνει να μειώνεται με την απόσταση (distance-decay effect). Φυσικά οι ροές μεταξύ δύο περιοχών δεν εξαρτώνται μόνο από τη χιλιομετρική απόσταση (έννοια φυσικού μήκους) αλλά και από την ποιότητα του οδικού δικτύου, το δίκτυο συγκοινωνιών, επικοινωνιών κλπ., αποκαλούμενο και ως προσιτότητα της περιοχής.

Η τεχνολογία οδηγεί σε δραστική μείωση των χρονο-αποστάσεων κατά την ιστορία, και συμπηκνώνεται στη φράση «συρρίκνωση του χώρου» (space shrinkage) και τείνει προς την εκμηδένιση του χώρου από το χρόνο (annihilation of space by time). Η συρρίκνωση του χώρου όμως δε γίνεται με ομοιόμορφο τρόπο. Οι ανισότητες στο ρυθμό ανάπτυξης την καθορίζουν σε κάθε περιοχή.

(Λαμπριανίδης, 2012)

### **Χωροθέτηση και ανάπτυξη.**

Η εγκατάσταση μιας μονάδας σε μια περιοχή και όχι σε μια άλλη, μπορεί να επηρεάσει σε σημαντικό βαθμό την οικονομική ανάπτυξή της, μια και ο χώρος δεν είναι μια ομοιογενής οντότητα: Οι διαφορές υπάρχουν τόσο στον *κοινωνικό χώρο* (π.χ. κατανομή εργατικού δυναμικού, ειδικοτήτων, βαθμίδας εκπαίδευσης, πολιτισμικών αξιών, διαπραγματευτικής δύναμης εργαζομένων, υλικών υποδομών κ.λπ.) όσο και στον

*φυσικό χώρο* (π.χ. μορφολογία του εδάφους, καιρικές συνθήκες, ύπαρξη πηγών ενέργειας, ύπαρξη πρώτων υλών κλπ.).

Ο άνθρωπος αποτελεί το υποκείμενο και τον αντικειμενικό σκοπό της ανάπτυξης. Ως ενεργός πληθυσμός αποτελεί έναν από τους συντελεστές της παραγωγικής διαδικασίας και ο τελικός αποδέκτης της ενσωμάτωσης ανώτερων πολιτιστικών αντιλήψεων και αξιών της ανάπτυξης. Η μελέτη σχετικών πληθυσμιακών στοιχείων όπως το μέγεθος του εργατικού δυναμικού, η κατανομή του κατά φύλο, η ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης, η ειδίκευση κ.λπ., καθώς και η πολιτισμική του ταυτότητα, τα ήθη, τα έθιμα και οι αξίες, διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαδικασία της ανάπτυξης.

(Λαμπριανίδης, 2012)

### **Ορισμός της ανάπτυξης.**

Με οικονομικά κριτήρια ανάπτυξη θεωρείται η ικανότητα μιας οικονομίας να παράγει ένα διαρκώς αυξανόμενο όγκο αγαθών και υπηρεσιών. Με την ευρεία έννοια η ανάπτυξη κατανοείται ως μια πολυδιάστατη διαδικασία, η οποία δεν ταυτίζεται με την επιδίωξη στενών χρηματικών και υλικών απολαβών αλλά ενσωματώνει ως συστατικά της στοιχεία την ανάπτυξη νέων, ανώτερων πολιτιστικών αντιλήψεων και αξιών.

«Η οικονομική ανάπτυξη περιλαμβάνει τη βελτίωση της υλικής ευημερίας, ιδίως των ατόμων που έχουν τα χαμηλότερα εισοδήματα, την εξάλειψη της πενίας των μαζών και των φαινομένων που τη συνακολουθούν, δηλαδή του αναλφαριθμητισμού, των ασθενειών και των πρόωγων θανάτων, τη μεταβολή στη σύνθεση των εισροών και εκροών, η οποία γενικά συμπεριλαμβάνει και μετατοπίσεις της διάρθρωσης της

παραγωγής από τις γεωργικές προς τις μεταποιητικές δραστηριότητες, την οργάνωση της οικονομίας κατά τέτοιο τρόπο, ώστε η παραγωγική απασχόληση να είναι καθολική στον πληθυσμό εργασιακής ηλικίας, αντί να αποτελεί κατάσταση μιας προνομιούχου μειονότητας και την αντίστοιχα μεγαλύτερη συμμετοχή ομάδων ευρύτερης βάσης στη λήψη αποφάσεων ως προς τις κατευθύνσεις, οικονομικές ή άλλες, προς τις οποίες πρέπει να στραφούν για να βελτιώσουν την ευημερία τους.» (Kindleberger & Herrick, 1977, p.1-2, όπως αναφέρεται σε Λαμπριανίδης, 2012)

Στόχοι της οικονομικής ανάπτυξης είναι α) η εξασφάλιση ενός ικανοποιητικού επιπέδου διαβίωσης ή αντίστοιχα η εξάλειψη της μαζικής φτώχειας και του υποσιτισμού, β) η δημιουργία συνθηκών απασχόλησης για όλο το εργατικό δυναμικό μιας περιοχής. Η απασχόληση δεν πρέπει να νοείται ως ενδιάμεσο στάδιο, δηλαδή ως μέσο το οποίο στοχεύει στην εξεύρεση εισοδήματος. Αντίθετα, αποτελεί από μόνη της στόχο, διότι είναι συνυφασμένη με την αξιοπρέπεια και τον αυτοσεβασμό του ανθρώπου. (Λαμπριανίδης, 2012, σ.276)

## **ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ**

Για τη διασφάλιση ότι εν δυνάμει όλοι οι πολίτες, ανεξάρτητα από την περιοχή την οποία ζουν, θα έχουν τις ίδιες δυνατότητες για την προσωπική ανάπτυξή τους, για επαγγελματική απασχόληση κ.λπ., είναι απαραίτητη μια περιφερειακή πολιτική.

Οι αντικειμενικοί σκοποί της περιφερειακής πολιτικής μπορεί να είναι πολύ διαφορετικοί (μεταξύ άλλων Diamond 1974): η μείωση των περιφερειακών ανισοτήτων στην κατανομή του πραγματικού κατά κεφαλήν εισοδήματος, η μείωση της ανεργίας στις περιοχές όπου είναι επίμονα υψηλή, η μείωση των πληθυσμιακών πιέσεων σε περιοχές που είναι ήδη κορεσμένες, η αύξηση του μέσου ρυθμού εκμετάλλευσης των

εθνικών πόρων, η διατήρηση και ενίσχυση της πολιτιστικής παράδοσης/ιδιαιτερότητας των επιμέρους περιοχών, η διατήρηση και βελτίωση της ποιότητας του περιβάλλοντος, η πλήρης αξιοποίηση των πλουτοπαραγωγικών πόρων, η προώθηση της τεχνολογικής προόδου στις καθυστερημένες περιοχές, η σταθεροποίηση και ισόροπη ανάπτυξη της οικονομίας των περιφερειών, η εξασφάλιση του άριστου τόπου εγκατάστασης όλων των οικονομικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων.

(Λαμπριανίδης, 2012, σ.277)

Η προώθηση της ανάπτυξης μιας περιοχής μπορεί να γίνει και μέσα από τη φήμη (branding) που αποκτά κάτω από συγκεκριμένες ιστορικές συγκυρίες.

Οι πολιτικές περιφερειακής ανάπτυξης πρέπει να απαντήσουν σε κάποια κεντρικά διλήμματα σχετικά με το τι επιδιώκουν: επιδιώκουν την ισότητα ανάμεσα στους ανθρώπους ή ανάμεσα στις περιοχές (μεταβίβαση εισοδήματος σε κοινωνικές κατηγορίες ή σε περιοχές), το να φέρουν την εργασία στους εργάτες ή τους εργάτες στην εργασία (κίνητρα για επενδύσεις ή κίνητρα για υποβοήθηση της μετανάστευσης), την ισότητα ή την αποτελεσματικότητα, την ισόρροπη ανάπτυξη ή όχι, εθνική ή περιφερειακή ανάπτυξη (εθνική κατανομημένη στις περιφέρειες ή εθνική προκύπτουσα από τις περιφέρειες), τέλος την ανάπτυξη μιας περιοχής ή την ανάπτυξη σε μια περιοχή;

Αν μια επιχείρηση η οποία είναι εγκατεστημένη σε δεδομένη περιοχή δεν έχει ουσιαστικές διασυνδέσεις «προς τα μπρος» και «προς τα πίσω» (forward and backward linkages) – δεν αγοράζει δηλαδή σημαντικό μέρος των πρώτων υλών και των ενδιάμεσων εισροών της από την περιοχή, δεν απασχολεί προσωπικό κυρίως από την περιοχή και δεν πουλά σημαντικό μέρος των προϊόντων της στην περιοχή- παρόλο που μπορεί να αναπτύσσεται και να αυξάνει τον κύκλο εργασιών της και την κερδοφορία

της, αυτό ενδέχεται να μην έχει ουσιαστικές συνέπειες στην περιοχή (ανάπτυξη σε μια περιοχή).

Είναι σαφές ότι όσο περισσότερο «ενταγμένη» στην τοπική οικονομία είναι μια επιχείρηση, τόσο πιο σημαντικά θα είναι τα οφέλη τα οποία θα δημιουργήσει στην περιοχή. Ο βαθμός λοιπόν της αναμενόμενης ένταξης της επιχείρησης στην τοπιή οικονομία θα πρέπει να αποτελεί και ένα πολύ βασικό κριτήριο της νομοθεσίας κινήτρων περιφερειακής ανάπτυξης για να επιλεγεί η ενίσχυση μιας επένδυσης σε μια συγκεκριμένη περιοχή.

(Λαμπριανίδης, 2012, σ.280-281)

### **Δείκτες μέτρησης της ανάπτυξης.**

Είναι αδύνατο να μην μπούμε σε μια διαδικασία να μετρήσουμε την ανάπτυξη κι ως υπάρχουν δυσκολίες, επιφυλάξεις ή αμφισβητήσεις σχετικά με την εγγυρότητα της επιλογής των δεικτών κάθε φορά.

Πιο συνιθισμένος δείκτης με τον οποίο μετριέται η *παραγωγική ικανότητα* μιας οικονομίας είναι το *Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν* (ΑΕΠ-GDP-Gross Domestic Product). Την ίδια στιγμή για την μέτρηση της *ευημερίας των ατόμων* χρησιμοποιείται το *κατα κεφαλήν ΑΕΠ*, καθώς και το *κατα κεφαλήν ΑΕΠ σε Μονάδες Αγοραστικής Δύναμης* (ΜΑΔ-PPP-Purchasing Power Parity). Οι δείκτες έχουν επικρατήσει ως μονάδες μέτρησης της ευημερίας και της προόδου μιας περιφέρειας ή ενός κράτους, αλλά οι αδυναμίες τους έχουν γίνει πολύ γρήγορα φανερές (παράβλεψη ανισοκατανομής εισοδήματος, αγνόηση προέλευσής του, σημαντική επιρροή από τις διακυμάνσεις των τιμών).

Εναλλακτικές μορφές μέτρησης της ευημερίας χρησιμοποιούνται σήμερα από διάφορους οργανισμούς και ερευνητικά κέντρα, ενώ την ίδια στιγμή ο διάλογος στα πλαίσια αναζήτησης του εγγυρότερου δείκτη ευημερίας συνεχίζεται. Κάποιοι εναλλακτικοί δείκτες που έχουν χρησιμοποιηθεί είναι ο Δείκτης Ανθρώπινης Ανάπτυξης (μακρά και υγιή ζωή, πρόσβαση στη γνώση, αξιοπρεπή επίπεδα διαβίωσης), ο Δείκτης Επιπέδου Διαβίωσης (διατροφή, υγεία, εκπαίδευση, κατοικία, αναψυχή, ασφάλεια), ο Σύνθετος Δείκτης Ανάπτυξης (κατανομή εργατικού δυναμικού στους τομείς οικονομίας, συμμετοχή της μεταποίησης στο σύνολο της βιομηχανίας κ.λπ.).

(Λαμπριανίδης, 2012)

## 2 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

---

### ΟΡΙΣΜΟΣ

Το 1942 οι Hunziker & Krapf επιχειρούν ένα πρώτο ορισμό του τουρισμού, σύμφωνα με τους οποίους «τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σ' ένα μέρος ατόμων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι, εφόσον αυτοί δεν πάρουν άδεια παραμονής εκεί και δεν λαμβάνουν μέρος σε καμία εκδήλωση εκεί».

Οι Burkat & Medlik (1981) προσπαθούν να συμπυκνώσουν την πολύπλευρη και με άυλο χαρακτήρα έννοια αυτή και έτσι γράφουν για τον τουρισμό: *«Το φαινόμενο εμφανίζεται όταν πραγματοποιούνται προσωρινές επισκέψεις (ή διανυκτερεύσεις) εκτός της μόνιμης κατοικίας, για οποιονδήποτε λόγο εκτός από τη διεκπεραίωση αμειβόμενων εργασιών στον τόπο επίσκεψης».*

«Ο τουρισμός αποτελεί φαινόμενο κοινωνικό, ψυχολογικό και οικονομικό που προκύπτει από την δράση και αντίδραση των παραγόντων τουρίστας επισκέπτης, κοινωνία προορισμού ,τουριστική επιχείρηση ,κράτος.» Αnéφεραν οι Makintosh & Goeldner (1990).

Ο Chadwick (1994:65) εισάγει την επαγγελματική δραστηριότητα με ένα πιο έντονο τρόπο στη δικιά του χρήσιμη οπτική ορισμού του τουρισμού: «...οι ανθρώπινες και επαγγελματικές δραστηριότητες που συνδέονται με μια ή περισσότερες όψεις της προσωρινής μετακίνησης των ατόμων μακριά από το κοντινό κοινωνικό περιβάλλον και

από το καθημερινό εργασιακό περιβάλλον τους για δουλειές, απόλαυση και προσωπικούς λόγους».

Θα μπορούσαμε να εντοπίσουμε και να κρατήσουμε κάποια βασικά κοινά χαρακτηριστικά του τουρισμού. Τη συναπαγωγή ότι πραγματοποιείται ένα ταξίδι από το άτομο, καθώς και το ότι εμπεριέχει ένα σκοπό αυτό το ταξίδι. Είτε επαγγελματικό, είτε ψυχαγωγίας/ αναψυχής. Τη μετακίνηση επίσης, τη χρήση μέσων μεταφοράς από και προς τον προορισμό του. Το μέσο πληροφόρησης και οργάνωσης του ταξιδιού αυτού, είτε είναι ταξιδιωτικό πρακτορείο ή τουριστικό γραφείο, είτε είναι κάποια ιστοσελίδα ή μια μηχανή αναζήτησης (Lickorish & Jenkins, 1997).

Ο τουρισμός είναι ένα πολύπλευρος τομέας. Σχετίζεται ως δραστηριότητα με πολλούς κλάδους της οικονομίας και απαιτεί τη συμβολή οικονομικών, κοινωνικών, πολιτισμικών, πολιτικών και περιβαλλοντικών δεδομένων. Το παραγόμενο «προϊόν» του δεν είναι απτό, αλλά παρόλα αυτά χαρακτηρίζεται ως «βιομηχανία» (Lickorish & Jenkins, 1997).

## Τουριστική Δραστηριότητα

Ο τουρισμός μπορεί κάλλιστα να χαρακτηριστεί ο μεγαλύτερος κλάδος στον κόσμο. Σύμφωνα με έκθεση του 2020 του Διεθνούς Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (World Travel and Tourism Council Report – WTTC, Global Economic Impact & Trends 2020, σ.1), τα ταξίδια και ο τουρισμός αποφέρουν 8,9 τρισεκατομμύρια δολάρια ετησίως, αντιστοιχώντας στο 10,3% του παγκόσμιου ΑΕΠ για το 2019, και απασχολεί πάνω από 330 εκατομμύρια άτομα (άμεσο, έμμεσο και επαγόμενο αντίκτυπο), δηλαδή 1 στους 10 εργαζόμενους και 1 στους 4 νέους εργαζόμενους. Στον τομέα μάλιστα των νεών ηλικιακά εργαζομένων έχει την πρωτιά, με 30% του συνόλου, ενώ στις γυναίκες εργαζόμενες το ποσοστό είναι 50% - 50% με τους άντρες, τη στιγμή που στο σύνολο των κλάδων εργασίας το ποσοστό αυτό αντιστοιχεί σε 43%.

Για την Ελλάδα τα στοιχεία εμφανίζονται πολύ πιο αυξημένα. Συγκεκριμένα σύμφωνα με την έκθεση του ίδιου οργανισμού, το 2019, τα ταξίδια και ο τουρισμός αποφέρουν 43,6 δισεκατομμύρια δολάρια (39,1 δις ευρώ) ή το 20,8% της συνολικής οικονομίας της χώρας και 846.200 θέσεις εργασίας ή το 21,7% του συνόλου της εργασίας στη χώρα. Τέλος οι οικονομικές επιπτώσεις από την κατανάλωση των διεθνών επισκεπτών, αποτελούν το 30,1% των εξαγωγών της χώρας ή 23,8 δισεκατομμύρια δολάρια (21,3 δις ευρώ) σε απόλυτους αριθμούς (World Travel & Tourism Council, Greece 2020 Annual Research: Key Highlights)

Όλα αυτά φυσικά έχουν επηρεαστεί από την πανδημία covid-19 που ξέσπασε στα τέλη του 2019, με τις αναφορές του WTTC και του Oxford Economics να καταγράφουν μείωση 2,7 τρις δολάρια στα έσοδα και 100,8 εκατομμυρίων θέσεων εργασίας στην

τουριστική βιομηχανία (EIR Global Economic Impact from COVID 19 Infographic - WTTC and Oxford Economics, Απρίλιος 2020).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (World Tourism Organization – WTO) εισαγάγει το διαχωρισμό του «ταξιδιώτη» στις δύο κατηγορίες «τουρίστες», που περιλαμβάνει κάθε επισκέπτη που πραγματοποιεί τουλάχιστον μία διανυκτέρευση εκτός της μόνιμης κατοικίας του και «εκδρομείς» ή «ημερήσιους επισκέπτες».

## **ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Η τουριστική δραστηριότητα κάθε χώρας μπορεί να λάβει τις ακόλουθες μορφές:

1. Εγχώριος τουρισμός, όταν οι κάτοικοι της χώρας ταξιδεύουν στο εσωτερικό της.
2. Προς τα έσω τουρισμός, όταν κάτοικοι άλλης χώρας επισκέπτονται τη χώρα αυτή.
3. Προς τα έξω τουρισμός, όταν οι κάτοικοι της χώρας επισκέπτονται άλλη χώρα.

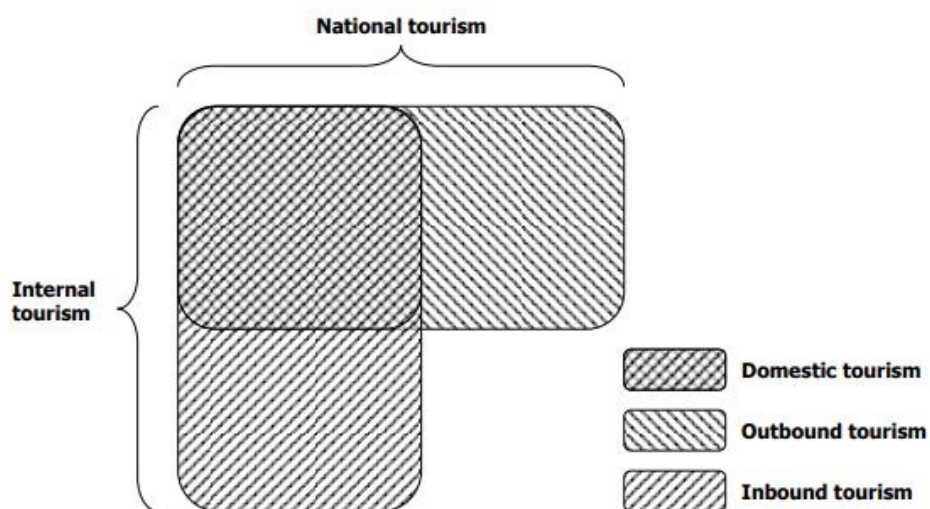
Αντικαθιστώντας τη λέξη «χώρα» με τη λέξη «περιοχή» μπορεί να περιγραφεί η ίδια μορφή σε διαφορετική χωρική κλίμακα.

Συνδυάζοντας τις παραπάνω βασικές μορφές τουριστικής δραστηριότητας, σχηματίζουμε τις ακόλουθες κατηγορίες τουρισμού:

1. Εσωτερικό τουρισμό, που περιλαμβάνει τον εγχώριο και προς τα έσω τουρισμό.

2. Εθνικό τουρισμό, που περιλαμβάνει τον εγχώριο και προς τα έξω τουρισμό.
3. Εξωτερικό ή Διεθνή τουρισμό, που περιλαμβάνει τον προς τα έσω και προς τα έξω τουρισμό.

(Lickorish & Jenkins, 1997)



Σχήμα 1. Ομαδοποίηση του τύπου στατιστικών ροών  
(Eurostat, *Methodological Manual of Tourism Statistics*, 2014, v.3.1)

## ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ

Υπάρχουν τέσσερις κατηγορίες τουριστικών στατιστικών:

Με βάση τη ζήτηση:

1. Δεδομένα κλίμακας ή μεγέθους, όγκου και αξίας. Τουριστική κίνηση (όγκος) και εισπράξεις (αξία)
2. Πληροφορίες σχετικά με την αγορά - έρευνες αγοράς που αναλύουν τη ζήτηση, καθώς και τις προτιμήσεις και τις τάσεις των καταναλωτών.

Με βάση την *προσφορά*:

3. Πληρότητα – αποθέματα τουριστικού εξοπλισμού ή εγκαταστάσεων, υπηρεσιών ή τουριστικών μονάδων, τα οποία διατίθενται στον επισκέπτη
4. Δεδομένα σχετικά με την τουριστική παραγωγή, όπως τεστ αποδοτικότητας ή λειτουργίας σε κάθε τομέα (π.χ. ποσοστά πληρότητας στον τομέα της στέγασης, συντελεστές πληρότητας μέσω μεταφοράς)

Τα επίσημα χαρακτηριστικά της ταξιδιωτικής κίνησης είναι:

1. Η εποχιακή διαφοροποίηση, η ταξιδιωτική κίνηση ανά μήνα
2. Η διάρκεια παραμονής στον προορισμό
3. Ο σκοπός της επίσκεψης (εργασία, ψυχαγωγία/αναψυχή, υγεία, εκπαίδευση)
4. Η χώρα και η περιοχή διαμονής
5. Ο προορισμός ή οι περιοχές που επισκέφθηκε
6. Κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, εισόδημα, εκπαίδευση)
7. Οι τουριστικές δαπάνες (συμπεριλαμβανομένων των δαπανών μεταφοράς)
8. Η ταξιδιωτική συμπεριφορά( επιλογή μέσου μεταφοράς, καταλύματος κλπ.)

Παράλληλα επιπλέον πληροφορίες σχετικά με το είδος του ταξιδιού, τον τρόπο διεξαγωγής του (οργανωμένο ή ανεξάρτητο), τη χρονική περίοδο που πραγματοποιήθηκε η κράτηση κλπ. Παρέχονται από έρευνες και μπορούν να αναλυθούν διεξοδικά για κάθε τμήμα της αγοράς.

**Πίνακας 1: Προς τα έσω τουρισμός, Ελλάδα 2010-2019**

| Χώρα προέλευσης                 | Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό ανά χώρα προέλευσης (σε χιλ.) |               |               |               |               |               |               |               |               |               |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                 | 2010                                                               | 2011          | 2012          | 2013          | 2014          | 2015          | 2016          | 2017          | 2018          | 2019          |
| <b>Χώρες Ευρωζώνης</b>          | <b>6.147</b>                                                       | <b>6.422</b>  | <b>5.903</b>  | <b>6.379</b>  | <b>7.457</b>  | <b>8.189</b>  | <b>8.335</b>  | <b>9.463</b>  | <b>11.436</b> | <b>11.071</b> |
| Αυστρία                         | 338                                                                | 310           | 236           | 236           | 285           | 327           | 339           | 396           | 521           | 583           |
| Βέλγιο                          | 340                                                                | 433           | 327           | 345           | 409           | 483           | 467           | 527           | 587           | 588           |
| Γαλλία                          | 868                                                                | 1.149         | 977           | 1.152         | 1.463         | 1.522         | 1.314         | 1.420         | 1.524         | 1.542         |
| Γερμανία                        | 2.039                                                              | 2.240         | 2.109         | 2.268         | 2.459         | 2.810         | 3.139         | 3.706         | 4.381         | 4.026         |
| Ισπανία                         | 155                                                                | 155           | 156           | 92            | 136           | 94            | 203           | 164           | 226           | 283           |
| Ιταλία                          | 844                                                                | 938           | 848           | 964           | 1.118         | 1.355         | 1.387         | 1.441         | 1.667         | 1.553         |
| Κύπρος                          | 575                                                                | 440           | 425           | 399           | 448           | 470           | 652           | 632           | 698           | 801           |
| Ολλανδία                        | 528                                                                | 561           | 478           | 581           | 657           | 639           | 771           | 947           | 1.015         | 818           |
| Λουίτες                         | 460                                                                | 395           | 347           | 342           | 480           | 489           | 644           | 631           | 818           | 878           |
| <b>Χώρες ΕΕ εκτός Ευρωζώνης</b> | <b>4.065</b>                                                       | <b>4.105</b>  | <b>3.900</b>  | <b>4.148</b>  | <b>5.793</b>  | <b>6.785</b>  | <b>8.282</b>  | <b>8.720</b>  | <b>9.961</b>  | <b>10.982</b> |
| Δανία                           | 241                                                                | 245           | 205           | 202           | 240           | 238           | 242           | 279           | 385           | 308           |
| Ηνωμένο Βασίλειο                | 1.802                                                              | 1.758         | 1.921         | 1.846         | 2.090         | 2.397         | 2.895         | 3.002         | 2.943         | 3.499         |
| Ρουμανία                        | 258                                                                | 224           | 230           | 279           | 543           | 540           | 1.026         | 1.149         | 1.389         | 1.378         |
| Σουηδία                         | 281                                                                | 334           | 320           | 369           | 338           | 352           | 413           | 493           | 509           | 412           |
| Τσεχία                          | 295                                                                | 309           | 289           | 287           | 348           | 437           | 280           | 339           | 368           | 402           |
| Λουίτες                         | 1.188                                                              | 1.235         | 935           | 1.164         | 2.234         | 2.822         | 3.426         | 3.457         | 4.368         | 4.982         |
| <b>Λουίτες Χώρες</b>            | <b>4.795</b>                                                       | <b>5.701</b>  | <b>5.714</b>  | <b>7.302</b>  | <b>8.784</b>  | <b>8.625</b>  | <b>7.583</b>  | <b>8.611</b>  | <b>8.725</b>  | <b>9.295</b>  |
| Αλβανία                         | 242                                                                | 411           | 469           | 505           | 488           | 491           | 722           | 829           | 987           | 944           |
| Αυστραλία                       | 108                                                                | 116           | 118           | 129           | 183           | 183           | 169           | 324           | 322           | 339           |
| Ελβετία                         | 274                                                                | 361           | 300           | 347           | 377           | 391           | 438           | 449           | 521           | 540           |
| ΗΠΑ                             | 498                                                                | 485           | 374           | 467           | 592           | 750           | 779           | 865           | 1.097         | 1.179         |
| Καναδάς                         | 113                                                                | 142           | 103           | 187           | 146           | 182           | 153           | 198           | 346           | 321           |
| Ρωσία                           | 451                                                                | 739           | 875           | 1.353         | 1.250         | 513           | 595           | 589           | 520           | 583           |
| Λουίτες                         | 3.107                                                              | 3.446         | 3.476         | 4.406         | 5.748         | 6.114         | 4.726         | 5.358         | 4.932         | 5.389         |
| <b>Σύνολο αφίξεων**</b>         | <b>15.007</b>                                                      | <b>16.427</b> | <b>15.518</b> | <b>17.020</b> | <b>22.033</b> | <b>23.599</b> | <b>24.799</b> | <b>27.194</b> | <b>30.123</b> | <b>31.348</b> |

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος

\*\*Τα στοιχεία για την Κρουαζιέρα δεν περιλαμβάνονται

**Πίνακας 2: Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση, Ελλάδα 2010-2019**

| Χώρες προέλευσης                | Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση ανά χώρα προέλευσης (σε €) |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                 | 2010                                                     | 2011        | 2012        | 2013        | 2014        | 2015        | 2016        | 2017        | 2018        | 2019        |
| <b>Χώρες Ευρωζώνης</b>          | <b>66,8</b>                                              | <b>67,5</b> | <b>66,6</b> | <b>68,8</b> | <b>69,2</b> | <b>73,1</b> | <b>65,9</b> | <b>68,4</b> | <b>68,8</b> | <b>79,2</b> |
| Αυστρία                         | 78,5                                                     | 76,6        | 82,2        | 87,7        | 85,4        | 95,3        | 76,9        | 73,3        | 79,9        | 89,9        |
| Βέλγιο                          | 78,2                                                     | 78,6        | 80,1        | 85,5        | 83,2        | 81,2        | 73,8        | 72,6        | 75,2        | 88,3        |
| Γαλλία                          | 69,8                                                     | 73,0        | 78,9        | 79,3        | 77,9        | 82,9        | 76,8        | 81,0        | 69,4        | 84,2        |
| Γερμανία                        | 66,5                                                     | 64,0        | 61,3        | 65,6        | 65,8        | 71,6        | 64,5        | 67,8        | 69,5        | 79,3        |
| Ισπανία                         | 83,5                                                     | 102,8       | 93,1        | 73,8        | 71,9        | 86,8        | 69,2        | 60,6        | 65,1        | 83,4        |
| Ιταλία                          | 66,8                                                     | 68,3        | 68,6        | 66,3        | 68,7        | 69,6        | 62,3        | 62,6        | 67,3        | 80,0        |
| Κύπρος                          | 57,7                                                     | 57,4        | 51,4        | 49,6        | 51,3        | 49,9        | 48,7        | 50,0        | 66,0        | 64,3        |
| Ολλανδία                        | 60,1                                                     | 65,5        | 60,9        | 63,3        | 63,4        | 65,2        | 64,7        | 75,1        | 67,5        | 70,5        |
| Λουίτες                         | 66,2                                                     | 62,1        | 68,4        | 74,3        | 70,8        | 72,9        | 67,2        | 64,1        | 57,8        | 77,5        |
| <b>Χώρες ΕΕ εκτός Ευρωζώνης</b> | <b>60,8</b>                                              | <b>61,5</b> | <b>65,8</b> | <b>66,3</b> | <b>62,8</b> | <b>67,1</b> | <b>62,8</b> | <b>62,7</b> | <b>64,1</b> | <b>69,6</b> |
| Δανία                           | 64,0                                                     | 69,8        | 69,2        | 64,6        | 72,7        | 66,9        | 66,9        | 57,3        | 67,6        | 74,5        |
| Ηνωμένο Βασίλειο                | 66,7                                                     | 68,5        | 71,5        | 72,8        | 75,9        | 84,9        | 73,1        | 77,8        | 75,3        | 84,5        |
| Ρουμανία                        | 52,8                                                     | 36,1        | 54,1        | 58,6        | 48,3        | 43,3        | 57,2        | 49,5        | 52,9        | 54,4        |
| Σουηδία                         | 57,5                                                     | 59,8        | 67,8        | 65,3        | 63,7        | 69,1        | 63,7        | 62,6        | 68,0        | 70,3        |
| Τσεχία                          | 54,9                                                     | 53,6        | 53,7        | 56,7        | 53,7        | 56,7        | 52,9        | 47,4        | 57,0        | 57,6        |
| Λουίτες                         | 50,5                                                     | 52,3        | 50,6        | 54,9        | 45,5        | 45,7        | 47,6        | 44,2        | 52,1        | 52,3        |
| <b>Λουίτες Χώρες</b>            | <b>79,3</b>                                              | <b>79,8</b> | <b>82,6</b> | <b>82,9</b> | <b>77,4</b> | <b>81,9</b> | <b>73,4</b> | <b>71,3</b> | <b>74,0</b> | <b>77,7</b> |
| Αλβανία                         | 100,9                                                    | 71,1        | 70,9        | 73,9        | 77,8        | 76,7        | 57,2        | 58,7        | 68,9        | 64,1        |
| Αυστραλία                       | 109,3                                                    | 111,5       | 125,0       | 106,8       | 103,0       | 115,9       | 86,9        | 95,2        | 84,3        | 80,9        |
| Ελβετία                         | 86,9                                                     | 94,5        | 94,9        | 92,9        | 93,8        | 96,7        | 87,0        | 86,2        | 85,1        | 95,3        |
| ΗΠΑ                             | 95,6                                                     | 91,8        | 91,3        | 100,0       | 96,1        | 110,2       | 89,0        | 85,2        | 89,1        | 95,4        |
| Καναδάς                         | 94,0                                                     | 101,3       | 86,6        | 95,1        | 81,9        | 93,7        | 75,2        | 72,9        | 75,1        | 84,7        |
| Ρωσία                           | 103,1                                                    | 94,2        | 99,3        | 93,5        | 88,2        | 77,1        | 72,1        | 71,0        | 66,0        | 71,2        |
| Λουίτες                         | 62,5                                                     | 64,7        | 68,8        | 69,1        | 64,9        | 69,1        | 67,2        | 63,3        | 66,3        | 69,8        |
| <b>Σύνολο Έρευνας Συνόρων**</b> | <b>68,6</b>                                              | <b>69,6</b> | <b>71,1</b> | <b>73,1</b> | <b>70,4</b> | <b>73,9</b> | <b>67,0</b> | <b>67,7</b> | <b>69,0</b> | <b>76,1</b> |

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος

\*\*Τα στοιχεία για την Κρουαζιέρα δεν περιλαμβάνονται

## ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Η τουριστική ζήτηση επηρεάζεται από διάφορους αλληλένδετους παράγοντες, οι οποίοι εντοπίζονται συνήθως στις χώρες υποδοχής των τουριστών. Στη μελέτη των παραγόντων που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση χρειάζεται να γίνει διαχωρισμός των οικονομικών από τους κοινωνικούς παράγοντες, καθώς και των διαρθρωτικών (βλ. Πληθυσμιακά χαρακτηριστικά) από τους παράγοντες υποκίνησης.



(Lickorish & Jenkins, 1997)

Σχήμα 2. Ελληνική Στατιστική Αρχή, Τουρισμός 2019

### ***Οικονομικοί παράγοντες.***

Ένας από τους βασικούς παράγοντες που καθορίζει άμεσα την τουριστική ζήτηση είναι η διαθεσιμότητα αρκετού *πραγματικού περισσευόμενου εισοδήματος*, του εισοδήματος δηλαδή που απομένει μετά την αφαίρεση των φόρων, ασφαλειών, συντάξεων και δαπανών διαβίωσης (ενοίκια, δάνεια, θέρμανση, τροφή, ρουχισμός, μετακινήσεις κλπ.) και έχοντας λάβει υπόψιν τη μεταβολή του πληθωρισμού.

Στην περίπτωση των επαγγελματικών ταξιδιών οι μετακινήσεις των αντιπροσώπων των εταιρειών δεν αποτελούν πολυτέλεια αλλά ανάγκη. Στην περίπτωση αυτή η εταιρεία πληρώνει -έστω και με περικοπές της δαπάνης σε άσχημες οικονομικές συνθήκες- και το άτομο δεν επιβαρύνει το ατομικό του εισόδημα. Έχει παρατηρηθεί ότι

ταξιδιώτες επαγγελματικών ταξιδιών πραγματοποιούν μεγαλύτερες κατα κεφαλήν δαπάνες απ' ό τι οι τουρίστες, ενώ πολλές φορές το επαγγελματικό ταξίδι μετατρέπεται σε ταξίδι αναψυχής κατά τον ελεύθερο χρόνο.

Το κόστος του δυνητικού προορισμού, όσο και ακόμα περισσότερο η ισοτιμία συναλλάγματος όταν αφορά διεθνή ταξίδια θα καθορίσουν τις επιλογές του ταξιδιώτη, ασχέτως της ελκυστικότητας του προορισμού.

Η μετακίνηση αποτελεί σημαντικό ποσοστό της δαπάνης του ταξιδιώτη. Η ανάπτυξη των αερομεταφορών και οι επιπτώσεις αυτής στις τιμές των αεροπορικών εισιτηρίων έχει λειτουργήσει ως καταλύτης για τη μετατροπή της δυνητικής σε πραγματική ζήτηση. Εναλλακτικές λύσεις όπως οι βελτιωμένοι σε επίπεδο Ευρώπης υπερταχείς σιδηροδρόμοι αποτελούν μία ακόμη οικονομική επιλογή. Την ίδια στιγμή για μικρότερες αποστάσεις όπου το οδικό δίκτυο είναι επαρκώς ανεπτυγμένο η χρήση πούλμαν ή ιδιωτικού οχήματος είναι βασική επιλογή.

(Lickorish & Jenkins, 1997)

### ***Μη οικονομικοί παράγοντες.***

Ο άνθρωπος αποτελεί την πρώτη ύλη για την ύπαρξη ενός ταξιδιού. Η ανάλυση του πληθυσμού και όχι κατά απόλυτους αριθμούς επηρεάζει μακροπρόθεσμα τη ζήτηση. Χώρες με μεγαλύτερο πληθυσμό δεν είναι απαραίτητα καλύτερες πηγές τουριστών, αφού δεν υπάρχει η οικονομική δυνατότητα για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού. Η γήρανση του πληθυσμού στις ανεπτυγμένες χώρες επίσης επηρεάζει τη ζήτηση αλλά και το περιεχόμενο του ταξιδιού. Η «Τρίτη ηλικία» στις ανεπτυγμένες χώρες είναι συνήθως απαλλαγμένη από οικογενειακές ευθύνες, έχει συνήθως υψηλό επίπεδο περισευούμενου εισοδήματος και διαθέτει ελεύθερο χρόνο. Η άδεια μετ' αποδοχών

των εργαζομένων στα ανεπτυγμένα κράτη αποτελεί έναν ακόμα παράγοντα για τη διεξαγωγή ενός ταξιδιού.

Πέραν των διαρθρωτικών μη οικονομικών παραγόντων έχουμε και τους παράγοντες υποκίνησης της ζήτησης.

Η εκπαίδευση αποτελεί ένα τέτοιο παράγοντα. Το επίπεδο της εκπαίδευσης σχετίζεται με το εισόδημα κάθε κοινωνικής ομάδας, αλλά και με την αναζήτηση πολιτιστικών εμπειριών. Παράλληλα εμφανίζεται και το φαινόμενο των “back-packers” οι οποίοι συνήθως αποτελούν νέο ηλικιακό πληθυσμό με περιορισμένο προϋπολογισμό που είναι διατεθειμένοι να ταξιδέψουν σε μακρινούς προορισμούς προς αναζήτηση πληροφοριών, γνώσεων και εμπειρίας.

Η αστικοποίηση και ο έντονος ρυθμός και η πίεση που βιώνεται στη μεγάλη πόλη, συχνά επιδρά στην επιλογή ενός τουριστικού προορισμού που θα παρέχει διαφορετικές συνθήκες ζωής στον ταξιδιώτη από την καθημερινότητά του. Το περιβάλλον και το υψηλό επίπεδο εμπειριών που θα βιώσει μετατρέπει το συγκεκριμένο παράγοντα σε παράγοντα καθοριστικής σημασίας. Η ποιότητα του περιβάλλοντος εντάσσεται στα βασικά «θέλγητρα» του ταξιδιώτη, έτσι η σωστή διαχείριση του περιβάλλοντος αποτελεί βασικό συντελεστή για τη διατήρηση της ανάπτυξης.

Η προβολή που γίνεται με στόχο το δυνητικό τουρίστα είναι ακόμα ένας παράγοντας υποκίνησης. Η προβολή, η διαφήμιση και η παροχή πληροφοριών για ένα προορισμό, δημιουργεί κίνητρα για ταξίδι. Το διαφημιστικό υλικό, τα μέσα ενημέρωσης, οι προτάσεις του ταξιδιωτικού κλάδου και οι εμπειρίες που αποτυπώνουν προηγούμενοι επισκέπτες στα κοινωνικά δίκτυα συντελούν στην ανάδειξη του μάρκετινγκ ως έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες υποκίνησης.

Ο παράγοντας του «καθησυχασμού» που μπορεί να προσφέρει ο ταξιδιωτικός κλάδος, μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων και γραφείων μπορεί επίσης να επηρεάσει και συχνά να αλλάξει την αρχική προτίμηση του ταξιδιώτη για ένα προορισμό.

Τέλος, επειδή το επίκεντρο όπως αναφέρθηκε και πρωτύτερα είναι ο άνθρωπος και η ικανοποίηση μιας σειράς προσωπικών του σωματικών και ψυχικών αναγκών, οι δυνητικοί τουρίστες ομαδοποιούνται σε μερίδια της αγοράς (για πολιτισμικούς, αθλητικούς, θρησκευτικούς, λόγους στοιχηματισμού και χαρτοπαιξίας κλπ.). Έτσι ο ταξιδιωτικός κλάδος του δημιουργεί ξεχωριστές αγορές/στόχους για κάθε δυνητικό ταξιδιώτη και ο δυνητικός προορισμός αναπτύσσεται προκειμένου να προσφέρει υποδομές και υπηρεσίες για μια συγκεκριμένη αγορά. Ο συνδυασμός στόχευσης της αγοράς με τις υποδομές που διαθέτει και τις υπηρεσίες που παρέχει ένας προορισμός, κατά την τουριστική προβολή, μπορεί να επηρεάσει την επιλογή του δυνητικού ταξιδιώτη.

(Lickorish & Jenkins, 1997 p:85-100)

### **Οικονομικές Επιπτώσεις του Τουρισμού**

Οι βασικές επιπτώσεις του τουρισμού συνδέονται με τα συναλλαγματικά έσοδα, τη συμβολή τους στα έσοδα του κράτους, τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης και του τουριστικού εισοδήματος καθώς και η τόνωση που προκαλεί στην περιφερειακή ανάπτυξη. Πρόκειται για επιπτώσεις που εντοπίζονται και σε μακροοικονομικό εθνικό επίπεδο και σε μικροοικονομικό.

Ο διεθνής τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες ροές εμπορίου στον παγκόσμιο χώρο. Η αξία του είναι δύσκολο να υπολογιστεί με ακρίβεια, καθώς είναι μια σύνθετη και πολύπλευρη δραστηριότητα, η οποία πιθανότατα αποτελεί το μεγαλύτερο τομέα της παγκόσμιας οικονομίας. Σημειώνεται ότι δεν υπάρχει καμία ένδειξη μελλοντικής μείωσης της παγκόσμιας τουριστικής ζήτησης.

Μεγάλο μέρος των τουριστικών δαπανών κυκλοφορούν και επανακυκλοφορούν στην οικονομία, δίνοντας ώθηση σε επιπλέον έμμεσες δαπάνες.

Η τουριστική δραστηριότητα έχει μια πολυδιάστατη φύση η οποία εξαρτάται από τη συμβολή άλλων τομέων της οικονομίας, όπως η γεωργία, η βιομηχανία και οι υπηρεσίες. Ανάλογα με το ύψος των τουριστικών δαπανών, προκαλούνται αντίστοιχες μεταβολές στην οικονομία – στην παραγωγή, στο εισόδημα, στην απασχόληση και στα κρατικά έσοδα. Οι μεταβολές σε όλους αυτούς τους τομείς μπορεί να ισοδυναμούν ή να ξεπερνούν την αρχική αύξηση στις τουριστικές δαπάνες, η οποία έδωσε το έναυσμα στην οικονομική δραστηριότητα.

Για να είναι δυνατό να γίνουν εκτιμήσεις σχετικά με τα καθαρά έσοδα, με τα οποία η τουριστική δραστηριότητα συμβάλλει στην οικονομία, στα οποία θα συνυπολογίζονται και οι εισροές συναλλάγματος, η τεχνική που χρησιμοποιείται περισσότερο για τη μέτρηση της οικονομικής απόδοσης του τουρισμού, είναι ο υπολογισμός πολλαπλασιαστών του τουριστικού εισοδήματος.

Εναλλακτική προσέγγιση στον υπολογισμό των πολλαπλασιαστών είναι τα μοντέλα εισροών-εκροών, η δημιουργία των οποίων όμως απαιτεί πολύ χρόνο και μεγάλο αριθμό

δεδομένων τα οποία συχνά δεν είναι ενημερωμένα και μπορεί να μη σχετίζονται άμεσα με τον τουριστικό τομέα.

Οι πληροφορίες που προκύπτουν με την ανάλυση και τον υπολογισμό των στοιχείων για τις τουριστικές δαπάνες, σχετικά με τις σχέσεις μεταξύ των τομέων της οικονομίας, αλλά και σχετικά με τις επιπτώσεις των τουριστικών δαπανών σε αυτούς, μπορεί να συντελέσουν σημαντικά στη χάραξη πολιτικής και στον τουριστικό σχεδιασμό.

### ***Συμβολή στα Κρατικά Έξοδα.***

Η συμβολή στα κρατικά έσοδα είναι έμμεση και άμεση. Η άμεση προκύπτει από την επιβολή φόρων στο εισόδημα ιδιωτών ή εταιρειών, το οποίο προκύπτει από την τουριστική απασχόληση και τις τουριστικές επιχειρήσεις. Στις ανεπτυγμένες χώρες η άμεση φορολόγηση είναι πολύ σημαντικότερη της έμμεσης, αλλά δε θα πρέπει να υπερεκτιμάται. Η υψηλή φορολογία μπορεί να λειτουργήσει και αντίστροφα, αποθαρρύνοντας επενδυτές και επενδύσεις.

Η έμμεση φορολογία προκύπτει ποικιλοτρόπως. Τουριστικοί φόροι, όπως ο φόρος διανυκτέρευσης, ο φόρος αεροδρομίου, δασμοί στις εισαγωγές προϊόντων κλπ., είναι κάποια παραδείγματα φόρων που επιβάλλονται σε αγαθά και υπηρεσίες που αγοράζονται από τους τουρίστες.

### ***Απασχόληση.***

Η τουριστική ανάπτυξη δημιουργεί δύο τύπους απασχόλησης επίσης. Την άμεση και την έμμεση, όπως εμφανίστηκαν και στα κρατικά έσοδα παραπάνω. Ως άμεση

απασχόληση ορίζονται οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται εξαιτίας της ανάγκης προσφοράς αγαθών και υπηρεσιών σε τουρίστες. Ως έμμεση ορίζονται οι θέσεις εργασίας που συνδέονται εμμέσως με την τουριστική δραστηριότητα και σε περίπτωση μείωσης αυτής δύνανται να απορροφηθούν από άλλους τομείς της οικονομίας. Ένα παράδειγμα θα μπορούσε να είναι οι εργάτες κατασκευής ενοικιαζόμενων δωματίων ή οι τεχνίτες συντήρησης των τουριστικών υποδομών.

### ***Εισόδημα.***

Η τουριστική δραστηριότητα συχνά λαμβάνει χώρα σε αγροτικές περιοχές και εκμεταλλεύεται τμήματα του φυσικού περιβάλλοντος τα οποία διαφορετικά θα είχαν περιορισμένη ή και καμία οικονομική χρησιμότητα (βουνά, δάση, ερήμους, παραλίες κλπ.). Ένα «επι τόπου» τοπικό ή περιφερειακό εισόδημα το οποίο δε θα εξασφάλιζε καμία άλλη οικονομική δραστηριότητα.

Έτσι τόσο οικονομικά, μέσω του εισοδήματος, της απασχόλησης και της βελτίωσης των υποδομών, όσο και κοινωνικά με την ανατροπή της μετανάστευσης των μόνιμων κατοίκων της περιοχής η οποία θα παρέμενε υπανάπτυκτη υπό άλλες συνθήκες, χωρίς την τουριστική δραστηριότητα, τα οφέλη που μπορεί να αποφέρει ο τουρισμός είναι πολλά.

### ***Περιφερειακή Ανάπτυξη και Τουρισμός.***

Οι επιπτώσεις της ανάπτυξης του τουρισμού στην περιφέρεια κάθε χώρας συχνά αποτελούν ένα από τα βασικότερα κίνητρα προώθησής του από τους φορείς χάραξης οικονομικής πολιτικής. Ο τουρισμός μπορεί να αξιοποιήσει ιστορικά και πολιτισμικά μνημεία, γραφικά φυσικά τοπία και ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες. Μάλιστα για

αρκετές περιοχές/προορισμούς οι εναλλακτικές δυνατότητες οικονομικής ανάπτυξης είναι ελάχιστες.

### **Κοινωνικές και Πολιτικές Επιπτώσεις**

Παρόλο που οι τουρίστες διαμένουν σύντομο χρονικό διάστημα στις χώρες υποδοχής, η δυναμική πρόκλησης αλλαγών που φέρουν είναι μεγάλη. Οι τουρίστες μεταφέρουν τις παραδόσεις, τις αξίες και τις προσδοκίες τους, ταξιδεύοντας σε μια «περιβαλλοντική φυσαλίδα» κατά τον Eric Cohen:

«Ακόμα και στη φτωχότερη χώρα υποδοχής τουριστών απαιτείται η κατασκευή τουριστικής υποδομής ή εγκαταστάσεων βασισμένων στα δυτικά πρότυπα. Εκεί θα παρέχεται στους ταξιδιώτες του μαζικού τουρισμού η προστατευτική «περιβαλλοντική φυσαλίδα» του συνηθισμένου τους κοινωνικού περιγύρου».

Οι τουρίστες, ως αλλοδαποί επισκέπτες, δεν αφομοιώνονται στην κοινωνία του προορισμού τους, αλλά αντίθετα έρχονται αντιμέτωποι με αυτή. Σε περιοχές μάλιστα τις οποίες επισκέπτεται μεγάλος αριθμός τουριστών, κυρίως από την ίδια χώρα ή περιοχή, η αντίδραση των μόνιμων κατοίκων είναι αναπόφευκτη. Δύο τινά μπορούν να υπάρξουν. Απόρριψη ή υιοθέτηση του τρόπου συμπεριφοράς των αλλοδαπών επισκεπτών. Το «φαινόμενο της κοινωνικής επίδειξης». Και στις δύο περιπτώσεις προκαλούνται αρκετά προβλήματα. Η σχέση κλίμακας ή όγκου του τουρισμού και των επιπτώσεών του στις τοπικές κοινωνίες είναι ιδιαίτερα σημαντική και αποτελεί συνάρτηση της τουριστικής συγκέντρωσης στον προορισμό που όμως η ανάλυσή της είναι ιδιαίτερα δύσκολη καθώς οι κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις εντοπίζονται συνήθως μέσω ποιοτικών και όχι ποσοτικών αναλύσεων.

(Lickorish & Jenkins, 1997 p:101-120)

### ***Επιπτώσεις στον Πολιτισμό.***

Η σύγκρουση των οικονομικών και πολιτιστικών συμφερόντων συχνά οδηγεί στη θυσία του πολιτισμού για λόγους προώθησης του τουρισμού, δηλαδή δημιουργίας επιπλέον οικονομικής αξίας, με κίνδυνο την απώλεια της πολιτιστικής αξίας του προορισμού.

Υπάρχουν φυσικά περιπτώσεις όπου ο τουρισμός συντελεί στη διατήρηση των παραδόσεων, οι οποίες λειτουργούν ως θέλγητρα για τους τουρίστες. Φυσικά η «έκθεση» του εγχώριου πληθυσμού σε άλλες κουλτούρες μέσω του τουρισμού είναι μια αναπόφευκτη και όπως φαίνεται μη αναστρέψιμη διαδικασία. Ωστόσο η καλή τουριστική οργάνωση μπορεί να επηρεάσει θετικά την «έκθεση» αυτή, να ενθαρρύνει τις πολιτιστικές ανταλλαγές και να επιτρέψει την ανάπτυξη του τουρισμού με σεβασμό στο φυσικό και ανθρώπινο περιβάλλον.

(Lickorish & Jenkins, 1997 p:121-134)

### **Επιπτώσεις στο Φυσικό Περιβάλλον και Δομημένο Περιβάλλον**

Ο τουρισμός όπως και κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα μπορεί να επιδράσει τόσο αρνητικά όσο και θετικά στο περιβάλλον. Η καλή σχεδίαση και ο έλεγχος της τουριστικής ανάπτυξης έχουν καθοριστικό ρόλο στην έκβαση των επιπτώσεων αυτών. Η πρόληψη και η αποφυγή των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων και η παράλληλη ενίσχυση των θετικών μπορούν να επιτευχθούν μέσω διαδικασιών περιβαλλοντικού σχεδιασμού και στα τρία επίπεδα τουριστικής ανάπτυξης (διεθνές, περιφερειακό, τοπικό).

«...η προστασία ο εμπλουτισμός και η βελτίωση του ανθρώπινου περιβάλλοντος εντάσσονται στις βασικές προϋποθέσεις για την αρμονική ανάπτυξη του τουρισμού. Αντίστοιχα, η λογική διαχείριση των τουριστικών δραστηριοτήτων μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στην προστασία και την ανάπτυξη του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής...»  
(Κοινή Διακήρυξη, World Trade Organization (WTO) & United Nations Environment Programme (UNEP), 1982)

### *Αρνητικές επιπτώσεις.*

Οι Lickorish & Jenkins (1997) απαρτίζουν μια σειρά αρνητικών συνεπειών:

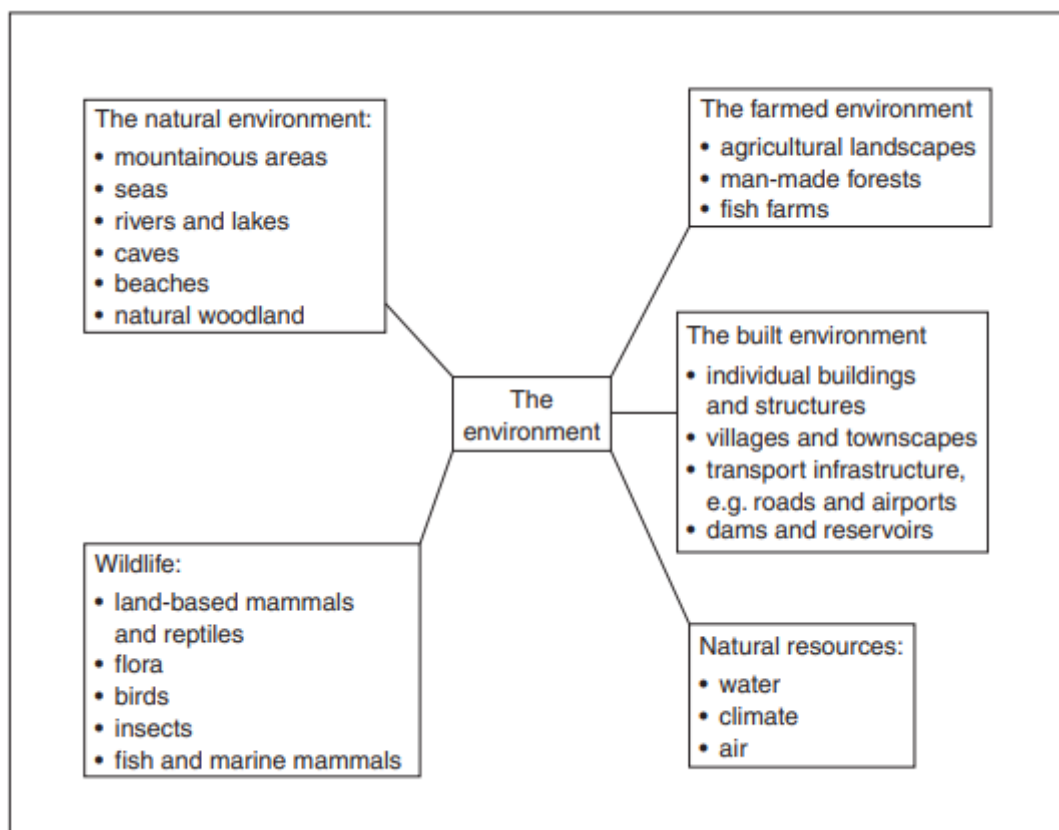
1. Μόλυνση των υδάτων
2. Ατμοσφαιρική ρύπανση
3. Ηχορύπανση
4. Οπτική ρύπανση
5. Συνωστισμός και συμφόρηση
6. Προβλήματα χρήσης γης
7. Διατάραξη οικολογικής ισοροπίας
8. Περιβαλλοντικοί κίνδυνοι
9. Καταστροφές σε ιστορικούς και αρχαιολογικούς χώρους
10. Ακατάλληλη διάθεση αποβλήτων

**Θετικές επιπτώσεις.**

Επιστρέφοντας πάλι στους Lickorish & Jenkins (1997), διακρίνουμε θετικές επιδράσεις που μπορούν να προκληθούν στο περιβάλλον με την προϋπόθεση ενός σωστού και υπο έλεγχο σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης:

1. Διατήρηση σημαντικών φυσικών χώρων, μέσω κονδυλίων και προστασίας.
2. Προστασία αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων.
3. Βελτίωση ποιότητας του περιβάλλοντος και της αισθητικής του, ως κίνητρο τουρισμού.
4. Αναβάθμιση περιβάλλοντος
5. Βελτίωση υποδομών

(Lickorish & Jenkins, 1997 p:135-152)



Σχήμα 3. Το πεδίο εφαρμογής της έννοιας του περιβάλλοντος (Swarbrooke, 1999, όπως αποτυπώνεται στο Peter Mason 2003, *Tourism Impacts, Planning and Management*, Butterworth-Heinemann)

### 3 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

---

#### ΟΡΙΣΜΟΣ

Ο όρος Δημιουργική Οικονομία χρησιμοποιείται για πρώτη φορά από το βρετανό συγγραφέα John Howkins το 2001 (“Creative Economy: How People Make Money From Ideas”, 2001, Penguin Business), κι όπως ορίζεται από τον ίδιο, περιλαμβάνει όλους τους τομείς των οποίων τα αγαθά και οι υπηρεσίες βασίζονται στην πνευματική ιδιοκτησία: τη διαφήμιση, την αρχιτεκτονική, τη χειροτεχνία, το σχεδιασμό, τη μόδα, τον κινηματογράφο, τα παίγνια και τα παιχνίδια, τη μουσική, τις εκδόσεις, την έρευνα και την ανάπτυξη, το λογισμικό, την τηλεόραση και το ραδιόφωνο, αλλά και τα βιντεοπαιχνίδια, τα εικαστικά και τις παραστατικές τέχνες. Ο Howkins λαμβάνει υπόψην του και υπολογίζει όλες τις ακαθάριστες πωλήσεις (τόσο των αγαθών άυλης αξίας, όσο και των μέσων μεταφοράς) των βιομηχανιών που βασίζονται στα πνευματικά δικαιώματα, στα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, στα εμπορικά σήματα και στο σχεδιασμό. Σύμφωνα με την εκτίμησή του, το 2005, ο τομέας της Δημιουργικής Οικονομίας αντιπροσώπευε το 6,1% της παγκόσμιας οικονομίας. Ένα ποσοστό που αν υποθέσουμε ότι μένει το ίδιο, και θεωρήσουμε σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της Παγκόσμιας Τράπεζας για το Παγκόσμιο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν το 2016 που ανέρχεται στα 75.845.105.000\$, τότε μιλάμε για μια οικονομία που θα άγγιζε σε απόλυτους αριθμούς ΑΕΠ τα 4,63 τρισεκατομμύρια δολάρια.

Παρουσιάζει ενδιαφέρον το γεγονός ότι πέντε μεγάλοι διακρατικοί οργανισμοί και θεσμοί (UNESCO, Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για την Ανάπτυξη και το Εμπόριο UNCTAD, Παγκόσμιος Οργανισμός Πνευματικών Δικαιωμάτων WIPO, Υπουργείο

Πολιτισμού Μέσων και Αθλητισμού του Ηνωμένου Βασιλείου DCMS, Οικονομική Επιτροπή για τη Λατινική Αμερική και την Καραϊβική ECLAC) παρουσιάζουν κάποια κοινά σημεία στους ορισμούς που δίνουν για τη Δημιουργική Οικονομία. Το πρώτο κοινό σημείο αφορά «τη δημιουργικότητα, τις τέχνες και τον πολιτισμό ως παραγωγικές προσπάθειες». Το δεύτερο αφορά «τα προϊόντα που σχετίζονται, σε μεγάλο βαθμό, με δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και ιδιαίτερα με τα δικαιώματα δημιουργού». Το τρίτο αναφέρεται «στις δραστηριότητες με άμεσο ρόλο τις αλυσίδες αξίας, οι οποίες μετατρέπουν ιδέες σε προϊόντα».

## **Η ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

Το 2013 οι Felipe Buitrago Restrepo και Iván Duque Márquez, βασιζόμενοι στη μελέτη «Βιομηχανίες Πολιτισμού στη Λατινική Αμερική και την Καραϊβική: Προκλήσεις και Ευκαιρίες» της Διαμερικανικής Τράπεζας Ανάπτυξης, παρουσιάζουν μια προσπάθεια εμπλουτισμού και σχηματοποίησης του όρου Δημιουργική Οικονομία/Βιομηχανία, κάτω από την ομπρέλα της «Πορτοκαλί Οικονομίας». Όπως σημειώνουν αποτελεί ένα πρακτικό ορισμό για τη διευκόλυνση του έργου σχεδιασμού των πολιτικών κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης.

Οι Felipe Buitrago Restrepo και Iván Duque Márquez υπό τον όρο «Πορτοκαλί Οικονομία»:

«Πορτοκαλί Οικονομία είναι μια ομάδα συνδεδεμένων μεταξύ τους δραστηριοτήτων μέσα από τις οποίες ιδέες μετατρέπονται σε πολιτιστικά αγαθά και υπηρεσίες, των οποίων η αξία καθορίζεται μέσω της πνευματικής ιδιοκτησίας.»

Η Πορτοκαλί Οικονομία περιλαμβάνει:

1) α. Την Οικονομία του Πολιτισμού και

β. τις Βιομηχανίες Δημιουργίας που έχουν κοινές Συμβατικές Βιομηχανίες

Πολιτισμού· και

2) τις δραστηριότητες που υποστηρίζουν τη δημιουργικότητα.

1)α. Οικονομία του Πολιτισμού: Η Οικονομία του Πολιτισμού αποτελείται απ' όλες τις παραδοσιακές καλλιτεχνικές δραστηριότητες, όλες τις δραστηριότητες που σχετίζονται με τη διατήρηση και τη μετάδοση της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς και τις Συμβατικές Βιομηχανίες Πολιτισμού:

- Τέχνες και Κληρονομιά

→ Εικαστικές Τέχνες: Ζωγραφική - Γλυπτική - Εγκαταστάσεις και video art (παραστατική τέχνη) - Φωτογραφία - Μόδα - Υψηλή Ραπτική

→ Παραστατικές τέχνες και δημόσια θεάματα: Θέατρο, Χορός και Μαριονέτες - Ορχήστρες, Όπερα και Zarzuela (ισπανική οπερέτα) - Συναυλίες - Τσίρκα - Διοργάνωση, Βελτίωση (happenings) - Μόδα – Πασαρέλα

- Τουρισμός και υλική και άυλη πολιτιστική κληρονομιά: Τέχνες, αντίκες, κατασκευή έγχορδων μουσικών οργάνων και παραδοσιακών προϊόντων - Γαστρονομία - Μουσεία, γκαλερί, αρχεία και βιβλιοθήκες - Αρχιτεκτονική και αναπαλαίωση - Εθνικοί δρυμοί και οικοτουρισμός - Μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι, ιστορικές συνοικίες κ.ά. - Λαϊκή σοφία, φεστιβάλ, καρναβάλια κ.ά.
- Πολιτιστική και Καλλιτεχνική Εκπαίδευση

- Συμβατικές Πολιτιστικές Βιομηχανίες

Πρόκειται για δραστηριότητες που παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες οι οποίες βασίζονται σε συμβολικό περιεχόμενο καλλιτεχνικής και δημιουργικής φύσεως. Αυτά τα αγαθά και οι υπηρεσίες μπορούν να παραχθούν μαζικά και να διανεμηθούν, ενώ παραδοσιακά αναγνωρίζονται ως στενά συνδεδεμένες με τον πολιτισμό.

- Οπτικοακουστικές τέχνες - Κινηματογράφος - Τηλεόραση – Βίντεο, Ηχοληψία - Ραδιόφωνο - Ηχογραφημένη μουσική
- Εκδόσεις - Βιβλία, Εφημερίδες και Περιοδικά - Βιομηχανία γραφικών τεχνών (εκτύπωση) - Έκδοση - Λογοτεχνία – Βιβλιοπωλεία

1)β. Βιομηχανίες Δημιουργίας: Οι Βιομηχανίες Δημιουργίας συνδυάζουν τις Συμβατικές Βιομηχανίες Πολιτισμού που αναφέρθηκαν παραπάνω και τις Λειτουργικές Δημιουργίες, τα Νέα Μέσα Ενημέρωσης και το Λογισμικό:

- Λειτουργικές Δημιουργίες, Νέα Μέσα και Λογισμικό

Πρόκειται για δραστηριότητες που δε συνδέονται παραδοσιακά με τον πολιτισμό, αλλά προσδιορίζονται από τη συμβολική αξία που έχουν για τους καταναλωτές, αντί να προσδιορίζονται από την αξία χρήσης τους.

- Σχεδιασμός: Εσωτερική διακόσμηση - Γραφικές τέχνες και εικονογράφηση - Κοσμήματα - Παιχνίδια – Προϊόν
- Λογισμικό περιεχομένου: Βιντεοπαιχνίδια - Άλλα διαδραστικά οπτικοακουστικά περιεχόμενα - Υποστήριξη μέσων ψηφιακού περιεχομένου
- Ειδησεογραφικά πρακτορεία και άλλα πρακτορεία πληροφοριών
- Διαφήμιση
- Μόδα - Prêt-a-porter

2) Δραστηριότητες που υποστηρίζουν τη δημιουργικότητα:

- Δημιουργική έρευνα, ανάπτυξη και καινοτομία
- Ανάπτυξη τεχνικών δεξιοτήτων για δημιουργικές δραστηριότητες
- Διακυβέρνηση και δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας
- Επαγγελματική δημιουργική εκπαίδευση

Ο τομέας της δημιουργικής οικονομίας απασχολεί περισσότερους από 2,5 εκατ. ανθρώπους στο Ηνωμένο Βασίλειο. Αριθμός μεγαλύτερος από αυτόν που εμφανίζεται στις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, τις κατασκευές ή την προηγμένη παραγωγή. Η δε Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία του, αντιπροσωπεύει τουλάχιστον το 9,7% του συνόλου της χώρας (Bakhshi, Hargreaves, Mateos-Garcia, 2013).

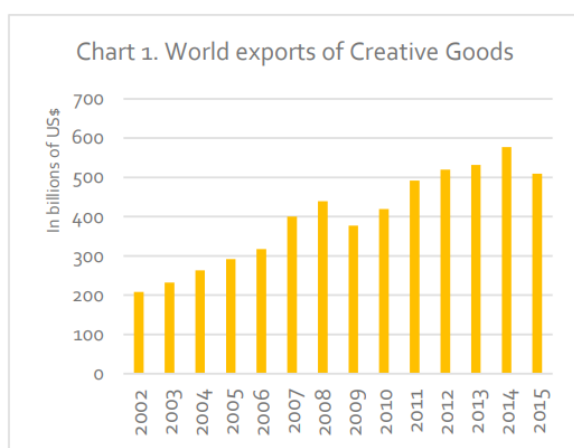
|                                  | UK          |             | FRANCE      |             | GERMANY     |             | ITALY       |             | SPAIN       |             |
|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Creative Industries              | VA          | Jobs        | VA          | Jobs        | VA          | Jobs        | VA          | Jobs        | VA          | Jobs        |
| Core                             | 6.2%        | 5.4%        | 4.9%        | 3.7%        | 4.2%        | 4.1%        | 3.8%        | 3.6%        | 3.6%        | 3.5%        |
| Interdependant & support         | 3.4%        | 3.8%        | 2.6%        | 2.6%        | 2.3%        | 2.8%        | 2.1%        | 2.5%        | 2.0%        | 2.4%        |
| <b>TOTAL creative industries</b> | <b>9.6%</b> | <b>9.2%</b> | <b>7.5%</b> | <b>6.2%</b> | <b>6.5%</b> | <b>6.9%</b> | <b>5.9%</b> | <b>6.1%</b> | <b>5.6%</b> | <b>5.9%</b> |
| Creative GDP (billion €)         | 175         |             | 142         |             | 162         |             | 93          |             | 62          |             |
| Creative employment (million)    |             | 2.7         |             | 1.7         |             | 2.7         |             | 1.4         |             | 1.2         |

Πίνακας 3: Ετήσιου κύκλου εργασιών της Δημιουργικής Οικονομίας στις 5 μεγάλες ευρωπαϊκές οικονομίες (Πηγή: Terraconsult 2010)

Ευρωπαϊκή Ένωση και Ηνωμένα Έθνη εκτιμούν ότι η Δημιουργική Οικονομία βρίσκεται επικεφαλής του εξαγωγικού εμπορίου στα κράτη μέλη. Σύμφωνα με την Κομισιόν η δημιουργική βιομηχανία δίνει το 2.6% του ευρωπαϊκού ΑΕΠ (Valos et al. 2010).

Η δεύτερη έκθεση των Ηνωμένων Εθνών για τη Δημιουργική Οικονομία (United Nation Conference on Trade And Development – UNCTAD, 2018), συνεχίζει και καταγράφει την Ευρώπη των 28 ως το μεγαλύτερο εξαγωγέα δημιουργικών εμπορευμάτων μεταξύ των ανεπτυγμένων κρατών με εξαγωγές που ανέρχονται σε \$171 δισεκατομμύρια το 2015 (έναντι \$85 δις το 2002) με μια ανάπτυξη της τάξεως του 5,5%

και με 12.000.0000 εργαζόμενους σε απασχόληση. Η έκθεση αποδεικνύει ακόμα ότι όχι μόνο υπήρξε σημαντική ανάπτυξη στη δημιουργική οικονομία παγκοσμίως, αλλά και ότι ο τομέας μπορεί να συμβάλλει με μεγάλη αξία στην επίτευξη των στόχων της αειφόρου ανάπτυξης. Παρά, την έκρηξη της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής και οικονομικής κρίσης το 2008, η οποία προκάλεσε πτώση στη παγκόσμια ζήτηση και πτώση του διεθνούς εμπορίου κατά 12%, προκύπτει πως οι εξαγωγές προϊόντων/υπηρεσιών της Π.Δ.Β. συνέχισαν να αναπτύσσονται.



Σχήμα 4. Παγκόσμιες Εξαγωγές Δημιουργικών Αγαθών (UNCTAD Creative Economy Outlook and Country Profile \_report 2018)

#### Η δημιουργική οικονομία

στάθηκε ισχυρή, δείχνοντας ανθεκτικότητα και σε ορισμένες περιπτώσεις ανάπτυξη, πράγμα το οποίο υποδεικνύει τις σημαντικές δυνατότητές της για τις τρέχουσες και μελλοντικές επενδύσεις. Το μέγεθος της παγκόσμια αγοράς των

«δημιουργικών αγαθών» έχει επεκταθεί σημαντικά διπλασιάζοντας το μέγεθός του από \$208 δισεκατομμύρια δολάρια το 2002 σε \$509 δισεκατομμύρια δολάρια το 2015.

Παρότι η οικονομική κρίση επηρέασε τη δημιουργία, την παραγωγή και τη διανομή των αγαθών της δημιουργικής οικονομίας, οι εμπορικές επιδόσεις της ήταν γενικά συνεπείς με το μέσο ρυθμό ανάπτυξης να υπερβαίνει το 7% μεταξύ 2002 και 2015. Η Κίνα παραμένει ο μεγαλύτερος εξαγωγέας δημιουργικών αγαθών στον κόσμο με τις κινεζικές εξαγωγές να φτάνουν τα \$168,5 δισεκατομμύρια το 2015. Τέσσερις φορές μεγαλύτερες από τις εξαγωγές των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής.

Ένα από τα κύρια ευρήματα είναι πως οργανισμοί που αναλύουν σχετικά θέματα καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι υπάρχει ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου των Π.Π. και

αύξηση των εξαγωγών τους έναντι άλλων. Η έκθεση της UNCTAD για τη δημιουργική οικονομία βρίσκει, το 2015, την Ευρώπη των 27 στη 2<sup>η</sup> θέση των παγκόσμιων εξαγωγών στον πολιτιστικό τομέα με μερίδιο αγοράς 32,7% και αξία σε εκατομμύρια \$170.783. Την 1<sup>η</sup> θέση κατέχει πλέον

το οικονομικό γκρουπ ASIAN 3 (Κίνα, Ιαπωνία, Ινδονησία, Φιλιππίνες, Ταϊλάνδη, Μπρουνέλ Νταρουσαλάμ, Καμπότζη, Δημοκρατία του Λάο, Μαλαισία, Μιανμάρ, Σιγκαπούρη, Βιετνάμ και Κορέα) με μερίδιο αγοράς 39,6% και αξία σε εκατομμύρια \$198.600.

| Table V. Creative goods: Exports by regional economic group, 2002,2015 |                           |         |                  |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------|------------------|
|                                                                        | Value (in millions of \$) |         | Market share (%) |
|                                                                        | 2002                      | 2015    | 2015             |
| <b>America</b>                                                         |                           |         |                  |
| FTAA                                                                   | 32.403                    | 54.145  | 10.4             |
| NAFTA                                                                  | 30.205                    | 52.139  | 10               |
| MERCOSUR                                                               | 829                       | 1.010   | 0.2              |
| <b>Asia</b>                                                            |                           |         |                  |
| ASEAN (10)                                                             | 9.347                     | 23.462  | 4.5              |
| ASEAN (3)                                                              | 49.021                    | 198.600 | 39.6             |

Για τις εξαγωγές του πολιτιστικού τομέα το 2002 τα 27 κράτη μέλη της Ε.Ε. εξήγαγαν (στον υπόλοιπο κόσμο) περισσότερα αγαθά από ό,τι εισήγαγαν δημιουργώντας πλεονασματικό ισοζύγιο εμπορικών συναλλαγών γύρω στο 1 δις ευρώ. Τα

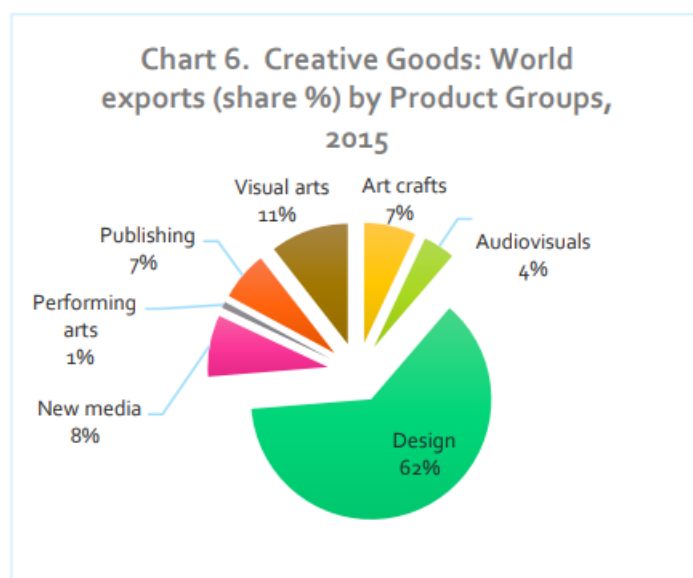
προϊόντα κυρίως ήταν βιβλία και έργα τέχνης, ενώ το υψηλότερο μέσο όρο εισαγωγών/εξαγωγών 3,7 είχαν τα περιοδικά, οι εφημερίδες και περιοδικές εκδόσεις. Που σημαίνει πως η Ευρώπη εξήγαγε περίπου τέσσερις φορές περισσότερες εκδόσεις από αυτές που εισήγαγε. Περίπου τα μισά κράτη-μέλη παρουσιάζουν πλεονασματικό εμπορικό ισοζύγιο στα πολιτιστικά αγαθά. Σε Πολωνία, Εσθονία, Λιθουανία, Γερμανία

|                      |        |         |      |
|----------------------|--------|---------|------|
| <b>Africa</b>        |        |         |      |
| SADC                 | 573    | 777     | 0.1  |
| <b>Europe</b>        |        |         |      |
| EU27                 | 85.119 | 170.783 | 32.7 |
| <b>International</b> |        |         |      |
| ACP                  | 1.173  | 903     | 0.1  |
| LDCs                 | 100    | 299     | 0    |
| SIDS                 | 89     | 155     | 0    |

Σχήμα 5: Δημιουργικά Αγαθά: Εξαγωγές ανά Οικονομικό Group 2002, 2015

ο μέσος όρος εξαγωγών κυμαίνεται από 2,8 έως 1,8. Κάτω από 0,5 είναι σε Ιρλανδία, Ελλάδα, Λουξεμβούργο, Κύπρο, Πορτογαλία και Ρουμανία (Staines & Mercer, 2013).

Η τέχνη σε εποχές κρίσης θεωρείται διέξοδος από τους πολίτες, και οδηγεί σε αειφορία ολόκληρο τον πολιτιστικό τομέα (Tajtakona, 2011). Εκφράζεται παράλληλα η πεποίθηση πως στο μέλλον τα πολιτιστικά αγαθά θα υπερिशύσουν των καταναλωτικών,



Σχήμα 6: Δημιουργικά Αγαθά: Διεθνείς Εξαγωγές (σε ποσοστό %) ανά Ομάδα Προϊόντων, 2015, πηγή: UNCTAD)

ίσως δε αποτελέσουν κλειδί για την έξοδο από τη κρίση, ίσως θεωρηθούν αναγκαιότητα για την ανάπτυξη, όχι όπως σήμερα που εκλαμβάνονται ως πολυτέλεια (Kloudona 2010, όπως αναφέρεται σε Tajtakona & Olejaronab, 2012).

Όταν κάποιος ζει σε ένα εξαθλιωμένο οικιστικό και φυσικό περιβάλλον δεν αντιλαμβάνεται τα οφέλη από το να ζει σε ένα δημιουργικό περιβάλλον, διότι η Π.Δ.Β. αναβαθμίζει τη ζωή κατοίκων κι επισκεπτών, δεν είναι μια «εικόνα», ένα περιτύλιγμα για τους τουρίστες (Landry, 2012).

Οι Staines & Mercer (2013)

επίσης συμπεραίνουν και βάσει

μελέτης του 2012 του

Ευρωκοινοβουλίου, ότι το μέγεθος

μιας χώρας δεν αποτελεί πρόβλημα

στη ανάπτυξη της δημιουργικής

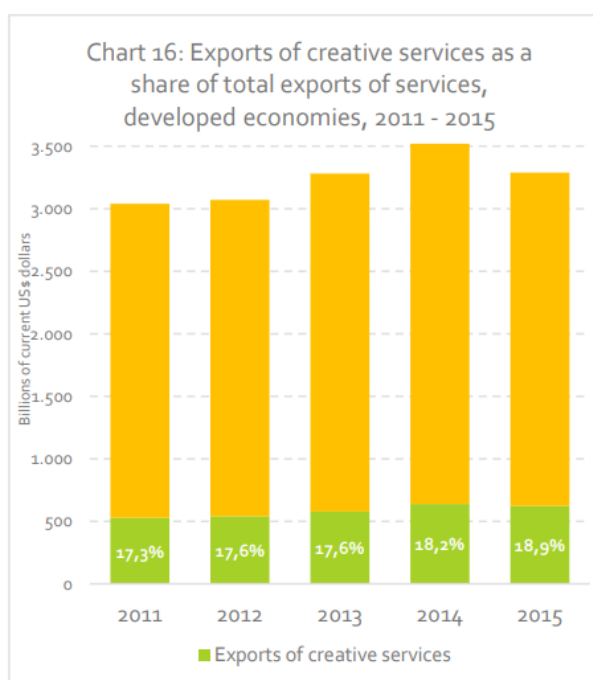
βιομηχανίας. Άλλωστε μερικά από

τα καλύτερα παραδείγματα

στρατηγικών και πρακτικών

προέρχονται από ευρωπαϊκές χώρες

μεσαίου μεγέθους.



Σχήμα 7: Εξαγωγές δημιουργικών υπηρεσιών ως ποσοστό συνολικών εξαγωγών των υπηρεσιών, 2011-2015, πηγή: UNCTAD

Ο Landry (2012), προσεγγίζει τον 21ο αι. ως εποχή που θα αναζητείται το νόημα και η ταυτότητα. Θυμίζει την αρχέγονη αρχή πως σε μια κοινωνική ομάδα η πολιτιστική ταυτότητα και τα μηνύματα μεταφέρονται με ιστορίες, και γράφει πως οι άνθρωποι των τεχνών έχουν την ικανότητα να πουν τις ιστορίες αυτές. Οπότε εκτιμάται ότι στην επόμενη φάση της οικονομικής ανάπτυξης, αυτό που περιγράφεται ως πολιτιστική ή δημιουργική οικονομία, πολιτιστική ή δημιουργική βιομηχανία θα έχει ειδική σημασία.

Η Δημιουργική Οικονομία βασίζεται σε δημιουργικές βιομηχανίες (κινηματογράφος, μουσική, κ.τ.λ.), που συνδέονται με τις τέχνες (αρχιτεκτονική, σχεδιασμός, κ.τ.λ. ) και την έρευνα, όπου καταγράφεται διαρκής ανάπτυξη. Αρκετές κυβερνήσεις το έχουν αντιληφθεί και στηρίζουν το κλάδο, που συνεισφέρει θετικά στην απασχόληση και το ΑΕΠ. Υπάρχουν όμως κυβερνήσεις που δείχνουν σκεπτικισμό στη στήριξη της Π.Δ.Β. και δεν υιοθετούν πολιτικές και δράσεις για την ανάπτυξή της (Tajtakova & Olejarovab, 2012).

«...Οι πολιτιστικοί οργανισμοί πρέπει να αναπτύξουν περαιτέρω το κοινό τους αναζητώντας νέες ευκαιρίες, στοχεύοντας κυρίως εκτός συνόρων.... Μέσω έξυπνης διεθνοποίησης του Πολιτιστικού Προϊόντος τους». Ένα προϊόν (τουριστικό, πολιτιστικό) επιβάλλεται να είναι διαφοροποιημένο για να μπορεί να ξεχωρίσει, να προσφέρει οικονομικά αποτελέσματα αφού και ο μηκερδοσκοπικός τομέας μπορεί να λειτουργήσει βιώσιμα (Kotler, 2011).

Κι όπως σχολιάζει ο Foth (2012), «ο πολιτισμός στην πιο αφαιρετική εννοιοδότησή του είναι ο τρόπος που μια κοινωνία εκφράζει τις προτεραιότητες της και τα σημαντικά νοήματά της...»

## **ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ**

Η στρατηγική Ευρώπη 2020 εισηγείται την ανάγκη η Ευρωπαϊκή Ένωση και τα κράτη μέλη της να ακολουθήσουν ένα καινοτόμο τρόπο απάντησης στις προκλήσεις των καιρών και να χρησιμοποιήσουν ένα εκ των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της. Τον ταλαντούχο και διαφορετικά δημιουργικό πληθυσμό της.

Πολιτισμός και τέχνες προσεγγίζονται ως αυθύπαρκτοι οικονομικοί τομείς:

1. Συνεισφέρουν στα φορολογικά έσοδα
2. Αυξάνουν την αξία των ακινήτων
3. Δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας
4. Δίνουν πρόσθετη αξία στους άλλους τομείς της οικονομίας (πχ. μέσω design, αποτελεσματικότερης επικοινωνίας, βελτίωσης υπηρεσιών κ.λπ.)

5. Στηρίζουν την ανάπτυξη του τουρισμού και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων

(Έρευνα του University of the Arts Utrecht, HKU, 2010)

Οι Bakhshi et al. (2013) μάλιστα στη μελέτη για τη NESTA (Ανεξάρτητη Αρχή για την Καινοτομία και τη Δημιουργική Οικονομία στο Ηνωμένο Βασίλειο) για τη δημιουργική οικονομία, προχωρούν σε πρόταση (στη βρετανική κυβέρνηση) αποδεδειγμένων επιτυχημένων πολιτικών:

1. Όσοι χαράζουν πολιτικές πρέπει να θεσπίσουν ένα «δημιουργικό σύστημα καινοτομίας», εντός του οποίου οι στρατηγικές προτεραιότητες θα μπορούν να αντιμετωπιστούν με συνεκτικό και αποτελεσματικό τρόπο,
2. Η κυβέρνηση πρέπει να μειώσει τους φόρους στο τομέα της έρευνας,
3. Τα προγράμματα που σχεδιάζονται θα πρέπει να καλύπτουν τις ανάγκες της δημιουργικής οικονομίας, ενώ πρέπει να ενισχυθούν οι διεθνείς συνεργασίες με ερευνητικά κέντρα,
4. Θα πρέπει να ενισχύονται «δημιουργικές επιχειρήσεις» και να χρηματοδοτούνται οι διαδικτυακές πλατφόρμες ,
5. Επιβάλλεται μια ευρεία έρευνα για τη δαπάνη στα πολιτιστικά,
6. Θα πρέπει οι χρηματοδοτήσεις να δίνουν κίνητρα για πειραματικές εφαρμογές ψηφιακών τεχνολογιών στις τέχνες,

7. Η δημόσια τηλεόραση επιβάλλεται να σχεδιάσει μια νέα στρατηγική με επίκεντρο την ψηφιακή πληροφόρηση,
8. Η κυβέρνηση πρέπει να δημιουργήσει ένα πλέγμα ψηφιακών σχολείων, που θα ενοποιεί μαθησιακά τις τέχνες, το design, τη τεχνολογία και την επιστήμη των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Έτσι οι νέοι θα έχουν περισσότερες ευκαιρίες για δημιουργική ενασχόληση με τις νέες τεχνολογίες, εντός και εκτός σχολείου.
9. Όσοι σχεδιάζουν και αποφασίζουν πολιτικές ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο καλό θα είναι να εντρυφήσουν στα επτά σημεία που προτείνει η ομάδα των ερευνητών, για δημιουργία και στήριξη δημιουργικών clusters.

Η δημιουργία θερμοκοιτίδων ή κόμβων για διάσπαρτα δίκτυα της πολιτιστικής βιομηχανίας είναι ζωτικής σημασίας για τη στήριξη των δημιουργικών κοινοτήτων (Cvjeticanin, 2011)

Η επιτυχία ή η αποτυχία μιας μικρομεσαίας επιχείρησης καταγράφει τρία κενά:

1. Την έλλειψη δημιουργίας διαφοροποιημένων προϊόντων, που υποδεικνύει πως πολλοί επιχειρηματίες δεν ρισκινδυνεύουν, αλλά προτιμούν την πεπατημένη
2. Την απουσία και νοτομίας από τις ακαδημαϊκές σπουδές, με αποτέλεσμα έλλειμα καινοτομίας σε παραγωγικές δομές, τεχνολογική εξέλιξη, μανάτζμεντ
3. Έρευνα που ασχολείται κυρίως με την ανάπτυξη της επιχείρησης και όχι στην υπόδειξη μέρων για την απόκτηση συγκριτικών πλεονεκτημάτων

(Chaston & Sadler-Smith, 2012)

Το να διαχειρίζεται κάποιος σωστά τη γνώση, αποτελεί κλειδί ευμάρειας και στο καλλιτεχνικό παιδείο (Roach, 2011)

Ο μαθησιακός προσανατολισμός ενός οργανισμού έχει επίσης αντίκτυπο:

1. Σε θέματα τεχνολογίας, όπως οι εικόνες, οι ψηφιακοί κατάλογοι, οι ψηφιακοί επισκέπτες, οι δικτυακές εκδόσεις, κ.τ.λ. γενικά
2. Σε θέματα διοικητικής καινοτομίας, όπως εφαρμογή νέων διαδικασιών επικοινωνίας με δωρητές, χορηγούς και επισκέπτες, εφαρμογές νέων διοικητικών οπτικών στην επικοινωνία και το μάρκετινγκ, και νέων διοικητικών δομών οργάνωσης (ασχέτων του μεγέθους της Π.Μ.)
3. Στη παρουσίαση καινοτόμων Π.Π., πχ. περιστασιακές εκθέσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα, προγράμματα μελών.

(Yim-Teo, 2002; Berta et. al., 2005; McDonald, 2007, όπως αναφέρουν οι Garrido & Camarero, 2010).

Το κτιριακό περιβάλλον αντανακλά τη φιλοσοφία με την οποία εργάζεται ένας οργανισμός (Rasmussen et al., 2012)

Στη μελέτη του Πανεπιστημίου της Ουτρέχτης, HKU(2010), για την επιχειρηματικότητα, προέκυψε από απαντήσεις ειδικών, ότι το 52% θεώρησε τη δικτύωση εκ των πλέον ενδεδειγμένων τρόπων ανάπτυξης μικρομεσαίων μονάδων.

Συμπερασματικά, ο συδυασμός επιχειρηματικού προσανατολισμού, δικτύωσης και γνώσης των εσωτερικών δυνατοτήτων μιας δομής Πολιτιστικής και Δημιουργικής Βιομηχανίας, σχετίζεται στενά με την ανάπτυξή της. Οι διοικητικές λειτουργίες της

πρέπει να επισημαίνουν ζητήματα που δημιουργούν κίνητρα στους εργαζόμενους και τους οδηγούν να είναι περισσότερο δημιουργικοί και παραγωγικοί. Η επίτευξη παροχής υψηλών προδιαγραφών προϊόντων/υπηρεσιών κυρίως στη περιφέρεια έχει μεγάλο αντίκτυπο. Το ίδιο και η υιοθέτηση πληροφορικών συστημάτων που επιτρέπουν τη μεταφορά πληροφοριών και γνώσεων, στοιχείων αναγκαίων για τη λήψη αποφάσεων, την αποδοτικότητα και τη προσφοράς καλών υπηρεσιών (Chaston & Mangles(1997, 2002), όπως αναφέρουν οι Chaston, & Sadler-Smith, (2012)).

Στην έρευνα Landry (2012), για τις Π.Δ.Β. τα συμπεράσματα που προκύπτουν είναι, πως η σχέση δημιουργικότητας και πολιτισμού είναι στενή. Και στις έξι πόλεις (Μπιλμπάο, Μπολόνια, Λιλ, Κρακοβία, Λίβερπουλ, Ρουρ) που εξετάζει, η αναγέννηση εκκίνησε από το πολιτισμό, τη διάθεση αναγέννησης και ότι οι αρχές άκουσαν τις ανάγκες κατοίκων και τις τάσεις σε διεθνές επίπεδο και μεταλλάχθηκαν αφού αναπροσάρμοσαν την οπτική ανάπτυξής τους.

#### 4 ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

---

Η σχέση των καλλιτεχνικών φεστιβάλ και γεγονότων με την αναπτυξιακή διαδικασία.

### EVENTS

#### **Επιστημονική Μελέτη και Προσέγγιση.**

Τα events επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα και σε μεγάλη ή μικρή κλίμακα την κοινωνία.

Σε όλες όμως τις περιπτώσεις αποτελούν ενδιαφέρον τομέα για την πραγματοποίηση επιστημονικής έρευνας. Η εξέλιξή τους, ειδικότερα κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς και ο βαθμός επιρροής τους στις τοπικές κοινωνίες, έχει κεντρίσει το ενδιαφέρον πολλών ερευνητών και επιστημόνων.

Τομείς μελέτης των events περιλαμβάνουν όλη τη διαδικασία της διοργάνωσης, λαμβάνοντας υπόψιν το χώρο, το χρόνο, την εμπειρία και τον άνθρωπο σε αυτούς. Συμπεριλαμβάνεται η μελέτη στοιχείων που επηρεάζουν την ανθρώπινη συμπεριφορά είτε από τη σκοπιά του επισκέπτη, είτε του διοργανωτή. Ποια είναι εκείνα τα στοιχεία που επηρεάζουν τα κίνητρα, τις ανάγκες και τη συμπεριφορά του επισκέπτη; Πώς επηρεάζεται το προσωπικό που εργάζεται στη διοργάνωση ενός event; Πώς επηρεάζονται οι επισκέπτες και οι διοργανωτές από τα χαρακτηριστικά της κοινωνίας

υποδοχής και του περιβάλλοντος; Είναι βασικά ερωτήματα που μπαίνουν στη διαδικασία της μελέτης των events (Skoultzos, 2014).

Πολλές επιστήμες και επαγγελματικά πεδία εμπλέκονται σε θέματα σχετικά με τη μελέτη των events. Ανθρωπολογία, Κοινωνιολογία, Ψυχολογία, Περιβαλλοντική Ψυχολογία, Κοινωνική Ψυχολογία, Φιλοσοφία, Θρησκευτικές Επιστήμες, Οικονομία, Επιστήμες της Διοίκησης, Πολιτικές, Νομικές Επιστήμες, Ιστορία, Ανθρωπογεωγραφία, Τουρισμός, Ελεύθερος Χρόνος, Πολιτιστική Διαχείριση, Επιστήμες του Αθλητισμού, του Θεάτρου, της Επικοινωνίας, Μάρκετινγκ, Διοίκηση Φιλοξενίας, Εκπαίδευση κ.ά. (Getz, 2007b, ).

Στη μελέτη των events αφενός εξετάζονται οι βέλτιστες πρακτικές διοίκησης και σχεδιασμού με σκοπό την προσφορά των κατάλληλων εμπειριών στον τελικό επισκέπτη και στην κοινωνία υποδοχής, αφετέρου από τη μελέτη των προσφερόμενων εμπειριών και της διοργάνωσης ενός event εν γένει, αναπτύσσονται μοντέλα και πρότυπα διαδικασιών με σκοπό την εφαρμογή βέλτιστων πρακτικών διοίκησης. Όλες λοιπόν οι παραπάνω κατηγορίες μελέτης αλληλοεπιδρούν προσφέροντας τεχνογνωσία σε αμφίδρομη τροχιά.

Κοινό χαρακτηριστικό των events και των φεστιβάλς είναι ότι στο σύνολό τους - σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό- εμπλέκουν στις δραστηριότητές τους τον πολιτισμό (Skoultzos, 2014).

Σύμφωνα με τον διεθνή οργανισμό “International Festivals and Events Association” πάνω από 4,5 εκατομμύρια φεστιβάλ πραγματοποιούνται κάθε χρόνο παγκοσμίως (IEFA, 2009).

### **Ορισμός.**

Η ετυμολογία της λέξης event αναφέρεται σε κάτι που έχει συμβεί, σε ένα «γεγονός». «Γεγονότα» που έχουν συμβεί χωρίς τη θέληση του ανθρώπου (φυσικά φαινόμενα, ατυχήματα κλπ.) (wiktionary.com) και θα πρέπει να αντιμετωπιστούν, να εξηγηθούν και να μελετηθούν.

Ο όρος χρησιμοποιείται όμως και για να περιγράψει «γεγονότα» που πραγματοποιούνται με τη θέληση του ανθρώπου και είναι σχεδιασμένα από αυτόν προς όφελός του. Στην προσέγγιση αυτή περιλαμβάνονται και επιπρόσθετες έννοιες που αφορούν τη διαχείριση, οργάνωση, διοίκηση κλπ. των event. Στην περίπτωση αυτή τα events αντιμετωπίζονται ως συμβάντα με συγκεκριμένες επιδιώξεις (Raj κ.α., 2009:11)

Μία από τις πιο ευρέως αποδεκτές προσεγγίσεις ορισμού έχει γίνει από τον Donald Getz, ο οποίος βασιζόμενος στον αρχικό ορισμό του καναδικού οργανισμού “National Task Force on Tourism Data” που όριζε τα events ως «μια γιορτή ή έκθεση με συγκεκριμένο θέμα όπου προσκαλείται το κοινό για ορισμένο χρονικό διάστημα, ετησίως ή και λιγότερο συχνά» (Getz, 1989)

Ο ίδιος συγγραφέας αργότερα εξελίσσοντας τον ορισμό του, προσδιορίζει τα προσχεδιασμένα events («Planned Events») ως «χωρο-χρονικά φαινόμενα, καθένα από τα οποία είναι μοναδικό λόγω της αλληλεπίδρασης που υφίσταται ανάμεσα στο χώρο, τους ανθρώπους και στην οργάνωσή τους, συμπεριλαμβανομένου του σχεδιασμού και του προγράμματός τους. Η ελκυστικότητά των οποίων προέρχεται κυρίως από τη μοναδικότητά τους. Κάθε event είναι διαφορετικό και είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία του επισκέπτη ώστε να απολαύσει την εμπειρία. Αν ο επισκέπτης δεν παρευρεθεί, είναι απλά μια χαμένη ευκαιρία.» (Getz, 2007b, p.21)

*Αντιστοίχιση όρου «event» στα ελληνικά.*

Ο όρος event δεν αντιστοιχεί σε λέξη που να προέρχεται από την ελληνική γλώσσα. Η ακριβής ελληνική μετάφραση της λέξης event είναι:

1. Γεγονός, περιστατικό, συμβάν.
2. Άθλημα, αγώνας, αθλητικό γεγονός  
(Αγγλοελληνικό λεξικό Φυτράκη :147)

Η λέξη «γεγονός» ως ακριβής ετυμολογία δεν κρίνεται να αντιστοιχεί στην έννοια του event. Αποτελεί παράγωγο της λέξης «γίγνομαι» (Μπαμπινιώτης 2011 :44) και αναφέρεται σε κάτι που έχει ήδη γίνει ή σε μια ιστορική πράξη (Γιαννακοπούλου).

Η λέξη «διοργάνωση», η οποία ετυμολογικά σημαίνει «η ενέργεια και το γνώρισμα του διοργανωτή, η τακτοποίηση». Η ετυμολογία της λέξης αυτής προσεγγίζει αρκετά την έννοια του event αλλά επειδή περιγράφει κυρίως τη διαδικασία της οργάνωσης ενός event κρίνεται ως επαρκής μόνο για το ένα μέρος της εκδήλωσης, αυτό του διοργανωτή.

Η λέξη «εκδήλωση» προτείνεται ως η λέξη που περιγράφει επαρκώς τον όρο «event» όπως αυτός αναλύεται στη διεθνή βιβλιογραφία.

### ***Τυπολογία των events.***

*«Τα events βρίσκονται παντού» (Bowdin κ.ά., 2011:18)*

Με κριτήριο το μέγεθος:

Το κριτήριο που συναντά συχνότερα κανείς στη διεθνή βιβλιογραφία είναι αυτό του μεγέθους, σύμφωνα με το οποίο δημιουργούνται οι εξής κατηγορίες (Getz, 1991; Allen κ.ά., 2002; Bowdin κ.ά., 2011):

- Mega Events
- Hallmark Events
- Major Events
- Local Events

«Τα Mega Events προσελκύουν ασυνήθιστα μεγάλης κλίμακας τουριστική ζήτηση, κάλυψη μέσων μαζικής ενημέρωσης, επιφέρουν οικονομικές επιπτώσεις και προσδίδουν κύρος στην κοινωνία και τον τόπο υποδοχής.» (Getz, 2005:18)

«Τα Hallmark Events έχουν μεγάλη σημασία στην ανάπτυξη, στις εμπειρίες και στη ζωή των κοινωνιών υποδοχής. Ανεξάρτητα από τη συχνότητά τους, αποτελούν αξιοσημείωτες χρονικές περιόδους γιορτής και θαύματος και επηρεάζουν δραματικά όλους όσοι άμεσα ή έμμεσα συμμετέχουν στη συγκεκριμένη εμπειρία που αυτά προσφέρουν». (Hall, 1992)

«Τα Major Events περιλαμβάνουν events που λόγω μεγέθους έχουν τη δυνατότητα να προκαλέσουν μεγάλη κάλυψη από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και άρα μεγάλο αριθμό επισκεπτών και οικονομικά οφέλη για την περιοχή υποδοχής». (Allen κ.ά., 2002)

«Τα Local Events αποτελούν μικρής κλίμακας event, τα οποία επηρεάζουν σε μικρό βαθμό τον τόπο υποδοχής. Τα οφέλη που προδίδουν στην τοπική κοινωνία είναι το κύρος, η υπερηφάνεια, η κοινωνική συνοχή και η ενίσχυση της κοινωνικής ταυτότητας» (Bowdin κ.ά., 2011). Η διοργάνωσή τους στοχεύει στον ντόπιο πληθυσμό χωρίς να ενδιαφέρεται άμεσα για την προσέλκυση τουριστών. Άλλωστε υπάρχουν περιπτώσεις όπου μικρά και τοπικά φεστιβάλ απειλούνται από την τουριστική ανάπτυξη (Getz, 2007a), εφόσον με την έλευση τουριστών τίθενται ζητήματα αυθεντικότητας των προσφερόμενων εμπειριών. Ερευνητές όπως οι Mangion and McNabb (2005), Chhabra, Sills and Cubbage (2003) και οι O' Sullivan and Jackson (2002), ασχολήθηκαν με την συμβολή περιφερειακών και τοπικών φεστιβάλ στην τοπική ανάπτυξη καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι η κύρια συμβολή τους, στις περισσότερες των περιπτώσεων, είναι η κοινωνική συνοχή και ως ένα μικρό βαθμό η δημιουργία μιας «εικόνας» της περιοχής (Skoultos & Tsartas, 2009). Λόγω της μικρής κλίμακάς τους, τα μικρά events αξιοποιούν τη συμμετοχή εθελοντών στη διοργάνωση και την πραγματοποίησή τους, σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες που αναλύθηκαν παραπάνω. Αποτέλεσμα αυτού είναι η ενεργή συμμετοχή και εν τέλει -με την εφαρμογή κατάλληλων πρακτικών- η πλήρης αποδοχή των event από την τοπική κοινωνία. Ο Janiske (1996:404) ορίζει ως τοπικά events αυτά που θεωρούνται «ιδιοκτησία» μιας κοινωνίας διότι χρησιμοποιούν ως εθελοντές κατοίκους της περιοχής, χρησιμοποιούν δημόσιους χώρους και διοργανώνονται με την καθοδήγηση της τοπικής διοίκησης ή μη κυβερνητικών οργανώσεων (NGOs)».

Φυσικά και η κατηγοριοποίηση των event με βάση την κλίμακα μεγέθους τους δεν είναι στατική. Ένα event εξελίσσεται και είναι δυνατόν να περάσει από τη μία κατηγορία στην άλλη.

Με κριτήριο το είδος :

- Πολιτιστικά Events
- Μουσικά Events
- Θρησκευτικά Events
- Αθλητικά Events
- Εμπορικά και Επαγγελματικά Events
- Εταιρικά Events
- Πολιτικά Events
- Ιδιωτικά Events

Κατηγοριοποίηση **κατά Getz** (2005:19-30) :

- Events που έχουν ως θέμα τον πολιτισμό και την κοινωνία.
- Τα events που έχουν ως θέμα την επαγγελματική, εκπαιδευτική και επιστημονική δραστηριότητα
- Τα events που έχουν θέμα τον αθλητισμό και την δραστηριότητα.
- Τα ιδιωτικά events

Με κριτήριο τον **κύριο φορέα διοργάνωσης (Getz, 1991:64)** :

- Events δημόσιων φορέων οι οποίοι αναλαμβάνουν εξ' ολοκλήρου τη διοργάνωση
- Events εθελοντικών ομάδων πολιτών, με τη βοήθεια ή όχι εξειδικευμένου επαγγελματικού προσωπικού
- Events ιδιωτικών επιχειρήσεων, που στόχο έχουν την κερδοφορία
- Events μη κερδοσκοπικών οργανισμών, που δε στοχεύουν άμεσα στην κερδοφορία

### **Οι Επιπτώσεις των Events.**

Η επιρροή των events κοινωνικά, οικονομικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά, για την κοινωνία υποδοχής τους, είναι τόσο άμεση όσο και έμμεση. Το μέγεθος ενός event είναι ανάλογο του μεγέθους των επιπτώσεων που αυτό θα προκαλέσει στον τόπο υποδοχής. Τοπικές διοικήσεις, επιχειρήσεις, μελετητές και εμπλεκόμενοι έχουν αντιληφθεί από νωρίς τη διαπίστωση αυτή και μέσω της μελέτης επιπτώσεων προσπαθούν να εκμεταλλευθούν στο έπακρο τα οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες, αλλά και να ελαχιστοποιήσουν τις αρνητικές επιπτώσεις που απορρέουν από τη διοργάνωσή τους.

Το πεδίο των επιπτώσεων κατέχει το μεγαλύτερο μέρος της διεθνούς βιβλιογραφίας, με μελέτες περιπτώσεων που δημοσιεύονται σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά, σε κεφάλαια επιστημονικών βιβλίων και παρουσιάζονται σε επιστημονικά συνέδρια. Οι δημοσιεύσεις αυτές πραγματοποιούνται όχι πάντα με θέμα αποκλειστικά τα events αλλά είναι πιθανόν να φιλοξενούνται σε γνωστικά πεδία όπως ο τουρισμός, η αστική και περιφερειακή ανάπτυξη, η διαχείριση του πολιτισμού, οι τέχνες κ.ά.

#### **Βασικές κατηγορίες επιπτώσεων των Events :**

- Οικονομικές
- Κοινωνικές
- Πολιτιστικές
- Επιπτώσεις στον τουρισμό
- Επιπτώσεις στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον

### ***Οικονομικές Επιπτώσεις***

Οι οικονομικές επιπτώσεις ουσιαστικά αποτυπώνουν την καθαρή οικονομική αλλαγή που πραγματοποιείται στον τόπο υποδοχής και οφείλεται άμεσα ή έμμεσα στη διοργάνωση του event (Crompton & McKay, 1994).

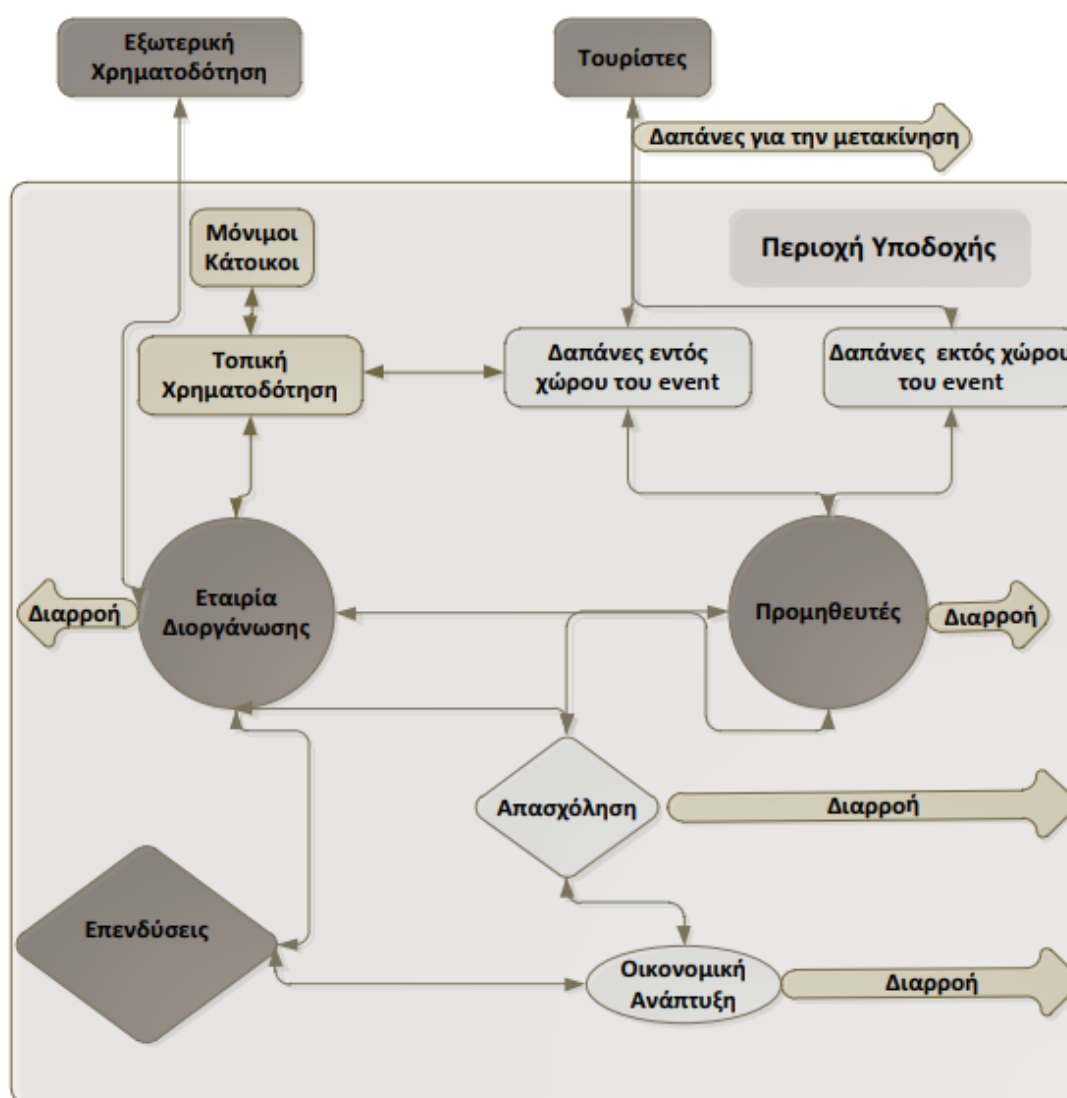
Η διοργάνωση ενός event αποφέρει οικονομικά οφέλη όχι μόνο για τον φορέα διοργάνωσης αλλά και για τον τόπο υποδοχής. Αποτελεί ένα γεγονός που προσελκύει εισοδήματα μέσω της έλευσης επισκεπτών-τουριστών. Επιπλέον, οι διοργανωτές, οι σπόνσορες και το τοπικό κεφάλαιο συνεισφέρουν στην τοπική οικονομία, εφόσον ενισχύουν την οικονομική δραστηριότητα μέσω της κατασκευής των απαραίτητων υποδομών και εγκαταστάσεων για την πραγματοποίηση του event (Hall 1992).

Εκτός από τα άμεσα οικονομικά οφέλη, ένα event προκαλεί και έμμεσα οφέλη στον τόπο υποδοχής. Δαπάνες για παράδειγμα που πραγματοποιούνται από τους επισκέπτες του event και δεν συσχετίζονται άμεσα με τις δραστηριότητες που ορίζονται από το χώρο του event, όπως τα χρήματα για σίτιση και διαμονή σε επιχειρήσεις που προσφέρουν αυτές τις υπηρεσίες εκτός χώρου event. Έτσι στην αποτίμηση του οικονομικού αποτελέσματος ενός event θα πρέπει να περιλαμβάνονται όλες εκείνες οι παράμετροι που αφορούν άμεσα και έμμεσα το event ώστε να δίνεται μια σαφέστερη εικόνα των οικονομικών επιπτώσεων αυτού.

### Βασικοί Τρόποι Μέτρησης των Οικονομικών Επιπτώσεων.

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία (Skoultzos 2014, σύμφωνα με Fletcher 1984; Hall 1992; Burgan & Mules 1992; Johnson 1999; Hunn & Mangan 1999; Adams & Parmenter 1999; Allen κ.ά. 2002; Carlsen 2004; Jackson κ.ά. 2005) οι βασικοί τρόποι μέτρησης των οικονομικών επιπτώσεων που έχουν αναφερθεί είναι οι εξής:

- Η ανάλυση Κόστους – Οφέλους (Cost Benefit Analysis).
- Το μοντέλο Input – Output.
- Τα μοντέλα CGE (Computable General Equilibrium models).
- Οι τουριστικοί πολλαπλασιαστές (tourism multipliers).
- Do - it - Yourself Kit (DIY Kit) των Jackson, Houghton, Russell και Triandos (2005)



Σχήμα 8: Πολλαπλασιαστές εισοδήματος και events (Getz, 1991:303, όπως αποτυπώνει Σκούλτσος, 2014)

Συνοψίζοντας, τα κύρια οικονομικά οφέλη από την πραγματοποίηση ενός event είναι η εισροή νέων κεφαλαίων στον τόπο υποδοχής, η εισροή επενδύσεων, η αύξηση της απασχόλησης (κυρίως εποχιακή), η αύξηση της εμπορικής δραστηριότητας των τοπικών επιχειρήσεων (Allen κ.ά. 2002; Getz 2005; Bowdin κ.ά. 2011).

Αντίστοιχα εκτός των θετικών συνεπειών ενός event, υπάρχουν και οι αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις των οποίων χρειάζεται να γίνεται προσπάθεια ελαχιστοποίησης για τη βιωσιμότητα του event. Τέτοιες είναι η δαπάνη μεγάλων ποσών σε event τα οποία δεν αποδίδουν τα ανάλογα οφέλη στον ντόπιο πληθυσμό. Έλλειψη σωστού

σχεδιασμού από τους τοπικούς φορείς, εποχιακή αύξηση τιμών από τις τοπικές επιχειρήσεις, λάθος εκτίμηση αύξησης θέσεων εργασίας με αποτέλεσμα τη δημιουργία εργασιακών προβλημάτων και τη μη ανταπόκριση στις απαιτήσεις της διοργάνωσης και των επισκεπτών.

### ***Κοινωνικές Επιπτώσεις.***

Ένα event «εκμεταλλεύεται», δημιουργεί και αναμορφώνει το «χώρο» μιας κοινωνίας και είναι φυσικό να την επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό (Picard & Robinson, 2006 :11). Η συνάντηση τουρίστα – ντόπιου προκαλεί αρκετές επιπτώσεις είτε θετικές είτε αρνητικές.

Ένα event ενδέχεται να επηρεάσει ένα τόπο αρνητικά, δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για απώλεια της κοινωνικής ταυτότητας και απώλεια της αίσθησης του τόπου, ειδικότερα σε περιπτώσεις mega-events όπου πραγματοποιούνται τεράστιες αλλαγές σε υποδομές και υπάρχει μαζική προσέλευση τουριστών (Hall, 1992).

Κατά τη διάρκεια του event ενδέχεται να παρουσιαστούν επιπτώσεις στην ποιότητα της ζωής του τόπου όπως εγκληματικότητα, προβληματική συμπεριφορά επισκεπτών, κυκλοφοριακή συμφόρηση και αυξημένες τιμές (Dwyer κ.ά. 2000; Mason & Beaumont-Kerridge 2004; Arcodia & Witford 2007; Bowdin κ.ά. 2011).

Βασικός στους στόχους των διοργανωτών χρειάζεται να είναι η απόλυτη αποδοχή από την τοπική κοινωνία ώστε το event να θεωρηθεί επιτυχημένο και μακροπρόθεσμα βιώσιμο. Το απόλυτο της κοινωνικής αποδοχής είναι όταν το event αποτελεί μόνιμο σήμα κατατεθέν για τον ντόπιο πληθυσμό. Για την επίτευξη αυτού είναι απαραίτητη η εμπλοκή των ντόπιων σε αυτό, είτε με τη μεγάλη συμμετοχή τους ως

απλοί επισκέπτες, είτε αναλαμβάνοντας κάποιο μέρος ευθύνης για τη διοργάνωσή του, όπως και με την περίπτωση της εθελοντικής συμμετοχής τους (Getz, 2007b :308).

Η εμπλοκή του πληθυσμού του τόπου υποδοχής επιτυγχάνει κοινωνική συνοχή, απασχόληση (όχι μόνο ως οικονομικό αποτέλεσμα), αυξημένη αίσθηση κοινωνικής προσφοράς και τοπικής ταυτότητας και αίσθηση υπερηφάνειας για τους κατοίκους (Rooney 1988; Hall 1992; Mason & Beaumont-Kerridge 2004; Fredline κ.ά. 2003; Arcodia & Witford 2006; Bowdin κ.ά. 2011).

Ένα event ωφελεί την κοινωνία υποδοχής επίσης διότι προσφέρει στον ντόπιο πληθυσμό την ευκαιρία αναψυχής σε φιλικό περιβάλλον, μια ευκαιρία για προσωπική βελτίωση, δημιουργία και αναγνώριση και επιπροσθέτως ενδυναμώνει τους κοινωνικούς δεσμούς (Jura Consultants & Gardiner Theobold, 2001, The Association of Festival Organizers 2004).

Η σημασία των κοινωνικών επιπτώσεων είναι πιο σημαντικές από τις οικονομικές (Craik, 1988).

Σημαντικό να αναφερθεί η έννοια του «κοινωνικού κεφαλαίου» (social capital) ως «...οτιδήποτε στο οποίο επενδύουν ο τοπικός πληθυσμός, οι τοπικές αρχές και επιχειρήσεις ώστε να δημιουργήσουν μια πιο ζωντανή, ασφαλή και υγιή κοινωνία» (Fredline, Jago & Deery 2003).

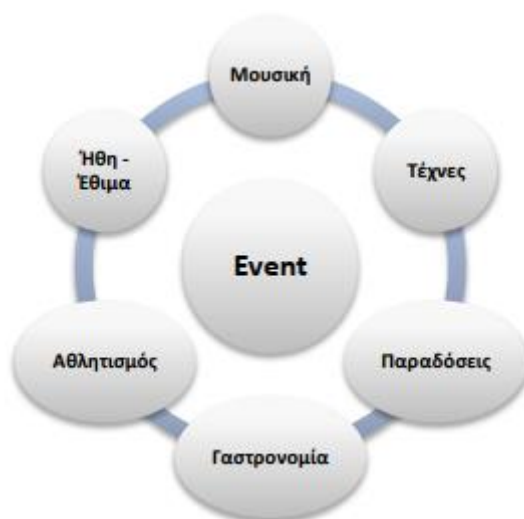
### ***Πολιτιστικές Επιπτώσεις.***

Οι τοπικές εορτές και τα έθιμα που αναβιώνουν στη διάρκεια ενός φεστιβάλ-event, η μουσική, ο αθλητισμός και οι τέχνες είναι στοιχεία του πολιτισμού κάθε τόπου

τα οποία αλληλοεπιδρούν με το εκάστοτε event. Οι πολιτιστικές επιπτώσεις που επιφέρει ένα event ή φεστιβάλ σχετίζονται με την αναβίωση τοπικών εθίμων και παραδόσεων, η οποία με τη σειρά της συμβάλλει στη διατήρησή τους (Hall 1989; Mason & Beaumont-Kerridge 2004).

Τα event είναι δυνατόν να προσφέρουν στον τοπικό πληθυσμό «κληρονομιά» η οποία να προσελκύει μεγαλύτερο ενδιαφέρον και να προκαλεί εντονότερη διάθεση για συμμετοχή σε πολιτιστικές ή ακόμα και αθλητικές εκδηλώσεις (Bowdin κ.ά. 2011).

Φυσικά ο πολιτισμός δύναται να επηρεαστεί και αρνητικά από ένα event, ιδίως σε περιπτώσεις όπου η διοργάνωση αποσκοπεί μόνο σε οικονομικά οφέλη και δε σέβεται τα πολιτιστικά στοιχεία της κοινωνίας υποδοχής. Τα «pseudo-events» (Boorstin, 1961), αποτελούν μια τέτοια περίπτωση αφού είναι ανακατασκευασμένες εμπειρίες με στόχο την ικανοποίηση των επισκεπτών.



Σχήμα 9: Αλληλεπίδραση event με πολιτιστικά στοιχεία (Skoultzos, 2014 :30)

### ***Επιπτώσεις στον Τουρισμό.***

Τα events επηρεάζουν άμεσα την τουριστική κίνηση του τόπου υποδοχής. Οι επιπτώσεις που παρουσιάζονται στον τουρισμό είναι ποικίλες και σχετίζονται κυρίως με την αύξηση της τουριστικής κίνησης, την προβολή του τόπου και με τον πλουτισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος (Hall 1989; Allen κ.ά. 2002; Bowdin κ.ά. 2011). Τα events λειτουργούν ως πόλος έλξης για τους εν δυνάμει επισκέπτες τη περιοχής και προσφέρουν εμπειρίες που αποτελούν θέλγητρα για τους τουρίστες. Με τον κατάλληλο σχεδιασμό αποτελούν εκδηλώσεις που μπορούν να υλοποιηθούν σε οποιαδήποτε χρονική περίοδο μέσα στο έτος, ειδικότερα στις περιπτώσεις που δεν είναι άμεσα συνδεδεμένα με κάποια εορτή ή δεν εξαρτώνται από καιρικές συνθήκες. Ως εκ τούτου πολλές φορές οι τοπικοί φορείς διοργανώνουν event σε περιόδους χαμηλής επισκεψιμότητας ώστε να μειώσουν τις διακυμάνσεις στην τουριστική κίνηση. «Ένα δυνατό πλεονέκτημα των event είναι ότι έχουν τη δυνατότητα να προσελκύσουν τουρίστες σε περιόδους χαμηλής επισκεψιμότητας...» (Allen κ.ά. 2002 :36). Τα event προσφέρουν κίνητρο στους επισκέπτες για επέκταση της διάρκειας παραμονής τους στον τόπο υποδοχής (Hall 1989; Bowdin κ.ά. 2011).

Τα event συμβάλλουν στο να ξεπεραστούν ορισμένοι από τους περιορισμούς που προαναφέρθηκαν και να αυξηθεί η διάρκεια της τουριστικής περιόδου είτε με την επέκταση της υψηλής περιόδου , είτε με την ενίσχυση της χαμηλής περιόδου ή ακόμα και με την προσφορά τουριστικού προϊόντος καθ' όλη τη διάρκεια του έτους (Getz 1989; Ritchie & Beliveau 1974; Cela, Knowles & Lankford 2007; Higham & Hinch 2002; Allen κ.ά. 2002).

Η πιο σημαντική συνεισφορά όμως των events σε ένα προορισμό είναι η δημιουργία ή ανακατασκευή της εικόνας του. Οι Kotler κ.ά. (1993) αναγνωρίζουν τη

συμβολή των event στον εμπλουτισμό της εικόνας της κοινωνίας. Λειτουργούν ως “image-makers” για τον τουρισμό της περιοχής. Συμβάλλουν στην τοποθέτηση του προορισμού στην τουριστική αγορά (destination branding) και προσφέρουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν (Getz 2005; Raj κ.ά. 2009; Bowdin κ.ά. 2011).

Η εικόνα που κατασκευάζεται έχει μακροπρόθεσμα οφέλη για τον τουρισμό του τόπου υποδοχής και συμβάλλει στο “destination branding”. Αξίζει να αναφερθεί ότι η επένδυση σε αυτή τη στρατηγική ελλοχεύει και κινδύνους αφού η αποτυχία του event θα προκαλέσει την αρνητική προβολή του τόπου με ανεπιθύμητα αποτελέσματα για τον τουρισμό. Απαιτούνται συνεπώς κατάλληλες βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες στρατηγικές που θα οδηγήσουν στην επιτυχημένη προβολή του εκάστοτε προορισμού.

#### ***Επιπτώσεις στο Δομημένο και Φυσικό Περιβάλλον.***

Η προσέλευση μεγάλου αριθμού επισκεπτών σε μικρό χρονικό διάστημα, είναι προφανές ότι προκαλεί αρκετές περιβαλλοντικές επιπτώσεις όπως μόλυνση, θόρυβος, κυκλοφοριακή συμφόρηση και καταστροφή της πολιτιστικής κληρονομιάς (σε



Σχήμα 10: Μετρήσιμα και μη οφέλη/κόστη των events (Dwyer κ.ά. 2000, όπως αποτυπώνει Skoultzos, 2014 :33).

περιπτώσεις όπου το event πραγματοποιείται σε ανάλογους χώρους) (Hall, 1989), και συνεπώς η διαχείρισή τους αποτελεί πρωταρχικό στόχο για τους διοργανωτές και τους τοπικούς φορείς (Bowdin κ.ά. 2011).

Στη διεθνή βιβλιογραφία υποστηρίζεται ότι με τον κατάλληλο σχεδιασμό, η υλοποίηση ενός event παρέχει την ευκαιρία για ανανέωση του αστικού περιβάλλοντος, κατασκευή έργων, βελτίωση υποδομών των μέσων μαζικής μεταφοράς και επικοινωνίας και γενικότερα υποδομών που συμβάλλουν στην άνοδο του επιπέδου της ποιότητας ζωής του τοπικού πληθυσμού και αποτελούν κληροδότημα που προσφέρει το event στον τόπο διοργάνωσής του (Hall, 1989). Τα events δύνανται να λειτουργήσουν ως καταλύτες για την ποιότητα ζωής και την αστική και περιφερειακή ανάπτυξη και ανανέωση (Hall 1989; Allen κ.ά. 2002).

Συνοψίζοντας, μετά την παράθεση των επιπτώσεων, θετικών και αρνητικών, γίνεται κατανοητό ότι η διοργάνωση ενός event παρέχει πολλές ευκαιρίες στις τοπικές κοινωνίες και στους προορισμούς για μακροπρόθεσμα οφέλη. Τα event αποτελούν εν δυνάμει «καταλύτες» κοινωνικής, οικονομικής, τουριστικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής ανάπτυξης και ανανέωσης. Χρειάζεται όμως η μετρίαση των αρνητικών επιπτώσεων και η πλήρης αξιοποίηση των δυνατοτήτων που παρέχουν.



Σχήμα 11: Οι επιπτώσεις των events και η μέτρησή τους (Faulkner 1993, όπως προσαρμόζει Σκούλτσος, 2014)

## ΦΕΣΤΙΒΑΛ

### Ορισμός.

Είναι σημαντικό στο σημείο αυτό να διαχωριστεί η έννοια του event από αυτή του φεστιβάλ, αφού και το αντικείμενο με το οποίο ασχολείται η πτυχιακή αναφέρεται περισσότερο στην έννοια του φεστιβάλ.

Τα φεστιβάλ αποτελούν events αλλά παρουσιάζουν χαρακτηριστικά που τα διαφοροποιούν και τα καθιστούν μέρος ή υποκατηγορία τους.

Ετυμολογικά η λέξη φεστιβάλ (festival) έχει ως ρίζα τη λέξη “feast” ή “fiesta”, που σημαίνει γιορτή. Βάσει αυτού έχουν δοθεί όλοι οι ορισμοί των φεστιβάλ ξεκινώντας από τον Fallasi (1987), ο οποίος αναφέρει χαρακτηριστικά πέντε διαφορετικούς ορισμούς για το φεστιβάλ:

- Μια ιερή (ή και βέβηλη) περίοδος εορτασμού που χαρακτηρίζεται από ειδικές εκδηλώσεις και εορτές.
- Ο ετήσιος εορτασμός ενός αξιοσημείωτου ατόμου ή ενός γεγονότος ή της συγκομιδής ενός σημαντικού προϊόντος.
- Ένα πολιτιστικό γεγονός που αποτελείται από μια σειρά καλλιτεχνικών εκδηλώσεων που συχνά ανήκουν σε έναν καλλιτέχνη ή ένα είδος τέχνης.
- Ένα πανηγύρι.
- Μια γενική ευθυμία, κέφι και γλέντι.

Και συμπληρώνει: «Οι κοινωνικές λειτουργίες και η συμβολική σημασία των φεστιβάλ είναι στενά συνδεδεμένες με μια σειρά από αξίες που η ίδια η κοινωνία τις θεωρεί ουσιαστικό κομμάτι της ιδεολογίας της, της ταυτότητάς της, της ιστορικής της συνέχειας και της φυσικής επιβίωσής της. Όλα τα παραπάνω, είναι τα αντικείμενα εορτασμού του φεστιβάλ.» (Fallasi, 1987). Είναι σημαντικό να γίνει αναφορά στο ότι οι κοινωνίες που δεν διοργανώνουν κάποιο φεστιβάλ στο οποίο να γιορτάζουν κάποια ήθη, έθιμα, παραδόσεις κ.ά., συχνά επιλέγουν να δημιουργήσουν και να διοργανώσουν μια

γιορτή με στόχο την καθιέρωσή της ως τοπική παράδοση, ενισχύοντας την τοπική ταυτότητα (Getz, 1991).

Ο Bahktin (1984) εντάσσει και μια έννοια αμφισβήτησης και δραπέτευσης από την πραγματικότητα στον ορισμό του σημειώνοντας : «Τα φεστιβάλ προσφέρουν μια μικρής διάρκειας χρονική περίοδο, στην οποία οι επισκέπτες μπορούν να επαναστατήσουν, να προκαλέσουν ή και να φανταστούν εκ νέου την κοινωνία, πριν υποχρεωθούν να επιστρέψουν σε μια αλλοτριωμένη, αλλά και διατηρημένη κοινωνική πραγματικότητα.»

Ο ορισμός του Donald Getz (2005 :21) αποτελεί ίσως από τους πιο απλούς και ευρύτερα αποδεκτούς ορισμούς της έννοιας φεστιβάλ:

«Ένα φεστιβάλ είναι μια δημόσια εορτή με συγκεκριμένο θέμα».

Άλλοι ορισμοί που έχουν δοθεί στον όρο «φεστιβάλ» είναι οι εξής:

«...ο εορτασμός ενός θέματος ή ειδικού γεγονότος σε μια περιορισμένη χρονική περίοδο, που πραγματοποιείται ετησίως ή με μικρότερη συχνότητα.» (Smith, 1990 :128)

«...ένας δημόσιος εορτασμός, που λειτουργεί ως «καλειδοσκόπιο» μεταφέροντας συγκεκριμένα μηνύματα στους συμμετέχοντες και στους επισκέπτες.» (Goldblatt & Nelson, 2001 :78)

«...είναι ένα πολιτιστικό event που επαναλαμβάνεται ετησίως ή τουλάχιστον σε συχνό διάστημα, κατά τη διάρκεια του οποίου εκδηλώσεις όπως θέατρο, (και/ή) μουσική, (και/ή) κινηματογράφος, συνδυάζονται σε ένα πρόγραμμα που

πραγματοποιείται σε ένα (ή περισσότερους) μόνιμο χώρο (ή χώρους) με συγκεκριμένη χρονική αφετηρία και τέλος.» (Noordman, 2005)

«...ένα σύνολο διαφόρων τύπων event – από μικρές εορτές εντός τόπου ή τοπικής κουλτούρας έως event που διαρκούν εβδομάδες και περιλαμβάνουν μεγάλο αριθμό καλλιτεχνών και εγκαταστάσεων.» (Bladen κ.ά., 2012 :329)

Συνοψίζοντας, τα βασικά στοιχεία των φεστιβάλ είναι τα εξής:

- *Εορτασμός*. Περιλαμβάνει την ψυχαγωγία, τη διασκέδαση, την αναψυχή.
- *Χώρος*. Ο τόπος διεξαγωγής του φεστιβάλ.
- *Χρόνος*. Η χρονική διάρκεια κι η συχνότητα του φεστιβάλ.
- *Πολιτισμός*. Οτιδήποτε θεωρεί ή θέλει να προωθήσει ως πολιτιστικό στοιχείο ή παράδοση ο διοργανωτής (ιδιώτης, τοπικός φορέας ή ΜΚΟ κλπ.)

Ένας ορισμός που περιλαμβάνει όλα τα παραπάνω, καλύπτει όλες τις βασικές πτυχές ενός φεστιβάλ και είναι προσαρμοσμένος στα σύγχρονα δεδομένα συμπεριλαμβάνοντας και τις περιπτώσεις των φεστιβάλ που αποτελούν έκφραση πολιτισμού άλλα δεν συνδέονται άμεσα με την παράδοση και την ιστορική συνέχεια ενός τόπου, είναι ο εξής:

*«Ένα φεστιβάλ πραγματοποιείται σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο, με συγκεκριμένη συχνότητα ή άπαξ και έχει στόχο το δημόσιο εορτασμό ενός πολιτιστικού στοιχείου που ο διοργανωτής επιθυμεί να προωθήσει.»* (Skoultzos, 2014 :41)

### **Τυπολογία των Φεστιβάλ.**

Ο οργανισμός «Arts Festival Association» της Μεγάλης Βρετανίας αναφέρει τις εξής κατηγορίες φεστιβάλ: φεστιβάλ όπερας, λογοτεχνίας, χορού, μουσικής, νέα φεστιβάλ, επετειακά φεστιβάλ και γιορτές, οικογενειακά φεστιβάλ, θεάτρου, φεστιβάλ jazz και μουσικής του κόσμου, φεστιβάλ με θέμα την κοινωνία και φεστιβάλ με τέχνες του δρόμου (street arts). Προφανώς οι κατηγορίες που θα μπορούσαν να αναφερθούν είναι άπειρες. Μια κατηγοριοποίηση όμως που προκύπτει από τη διεθνή βιβλιογραφία και καλύπτει μεγάλο εύρος κατηγοριών και υποκατηγοριών είναι η εξής:

- Φεστιβάλ με βάση την κοινωνία (festivalscape)
- Μουσικά φεστιβάλ
- Φεστιβάλ κινηματογράφου
- Φεστιβάλ τεχνών
- Άλλες κατηγορίες

### **Τουρισμός των Events και Φεστιβάλ.**

Με τη ραγδαία αύξηση των events κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών, αναπτύχθηκε μια τάση για πραγματοποίηση τουριστικών ταξιδιών με βασικό κίνητρο την επίσκεψη σε event. Έτσι, αναπτύχθηκε παράλληλα και αντίστοιχη βιβλιογραφία που μελετά πλέον τα events όχι ως μια δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου αλλά ως τουρισμό ειδικού ενδιαφέροντος που λόγω της δυναμικής του χώρου και των πλεονεκτημάτων που παρουσιάζει, αποκτά μεγάλη σημασία για τον τρόπο υποδοχής.

#### ***Ορισμός του Τουρισμού των Events και Φεστιβάλ.***

Ο ορισμός του τουρισμού των event (“Event Tourism”), διατυπώθηκε αρχικά στα τέλη του ’80 (Raj κ.ά. 2009). Πιο συγκεκριμένα, ο Donald Getz, ο οποίος ήταν από τους

πρώτους ερευνητές του χώρου που ασχολήθηκε με τα event ως ειδική μορφή τουρισμού, διατύπωσε τους παρακάτω ορισμούς:

«Τουρισμός των event είναι η συστηματική ανάπτυξη και το μάρκετινγκ των ειδικών event ως τουριστικά αξιοθέατα» (Getz 1989 :133).

«Ο τομέας της αγοράς, αποτελείται από άτομα που ταξιδεύουν με σκοπό να επισκεφθούν ένα event ή είναι εν δυνάμει επισκέπτες σε ένα event όσο βρίσκονται μακριά από την οικία τους» (Getz 1997 :16).

«Ο τουρισμός των events είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται στην διεθνή τουριστική βιβλιογραφία για να περιγράψει την ανάπτυξη ενός προορισμού και της στρατηγικής μάρκετινγκ, με στόχο την αξιοποίηση όλων των εν δυνάμει οικονομικών οφελών των events» (Getz 2005 :12).

Κατά αντιστοιχία όλα τα παραπάνω ισχύουν και για την κατηγορία των φεστιβάλ, αφόσον αποτελούν μια υποκατηγορία των events. Ένα ορισμός που θα μπορούσε να δοθεί που να αποτυπώνει την έννοια του Φεστιβαλικού τουρισμού είναι: «Φεστιβαλικός τουρισμός είναι η πραγματοποίηση τουριστικού ταξιδιού με ειδικό κίνητρο τη συμμετοχή σε φεστιβάλ οποιουδήποτε είδους. Από τη σκοπιά της προσφοράς είναι η συστηματική προώθηση των φεστιβάλ ως μέρος του τουριστικού προϊόντος ενός προορισμού» (Skoultzos 2004 :45).

## **Σύνδεση των Events και Φεστιβάλ με τις Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού.**

Τα κυριότερα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης εκτός του μαζικού τουρισμού είναι τα εξής (Κοκκώσης & Τσάρτας 2001 :78-88) :

- Πρότυπο ενταγμένο στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο (π.χ. αστικός τουρισμός και τουρισμός υπαίθρου, όπου πραγματοποιείται ανάπτυξη των απαιτούμενων υποδομών για την προσφορά των αντίστοιχων υπηρεσιών)
- Πρότυπο βιώσιμου τουρισμού με χρήση εναλλακτικών και ειδικών μορφών: στοχεύει στην ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού αφενός μεν στις περιοχές όπου ήδη υφίσταται ο μαζικός τουρισμός, αφετέρου δε στις περιοχές που βρίσκονται στα πρώτα στάδια τουριστικής ανάπτυξης τους και έχουν τη δυνατότητα να αποφύγουν τις έντονες επιπτώσεις του οργανωμένου μαζικού τουρισμού.
- Πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης σε θύλακες (π.χ. θεματικά πάρκα, τουριστικά χωριά κτλ.)
- Πρότυπο παραθερισμού: Περιλαμβάνει τη δημιουργία παραθεριστικών κατοικιών και υποδομών παραμετρικά των αστικών κέντρων.
- Πρότυπο εναλλακτικού τουρισμού: περιλαμβάνει την ανάπτυξη τουριστικών περιοχών με βάση μια μόνο ή και περισσότερες εναλλακτικές μορφές. Τονίζεται και εδώ η ανάγκη για ορθολογικό σχεδιασμό εφόσον η ανάπτυξη του συγκεκριμένου προτύπου ενδέχεται να παρουσιάζει μαζικά χαρακτηριστικά.

Τα events και τα φεστιβάλ εντάσσονται στο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης με τη χρήση ειδικών και εναλλακτικών μορφών.

«Οι ειδικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού και κυρίαρχου κινήτρου στη ζήτηση και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές, που αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση των τουριστών της κάθε ειδικής μορφής.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν τμήμα των ειδικών μορφών και χαρακτηρίζονται επίσης από την ύπαρξη ενός κυρίαρχου ειδικού κινήτρου στη ζήτηση το οποίο συνδέεται με συγκεκριμένα θέματα όπως: φυσιολατρία, ταξίδια περιπέτειας,

αθλητισμός, περιήγηση, περιβάλλον, γνωριμία με την τοπική παράδοση. Στις εναλλακτικές μορφές, οι τουρίστες συχνά επιλέγουν ένα τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού στο οποίο κυριαρχεί η αυτονομία στις επιλογές και η περιήγηση με μικρή ή ελάχιστη χρήση υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού. Επιπλέον, και στις εναλλακτικές μορφές καταγράφεται η ανάπτυξη

| Ειδικές και εναλλακτικές μορφές<br>(ενδεικτικά) |
|-------------------------------------------------|
| Αγροτουρισμός                                   |
| Οικοτουρισμός                                   |
| Αθλητικός τουρισμός                             |
| Θαλάσσιος τουρισμός                             |
| Συνεδριακός τουρισμός                           |
| Εκθεσιακός τουρισμός                            |
| Επαγγελματικός τουρισμός                        |
| Ορεινός τουρισμός                               |
| Πολιτιστικός τουρισμός                          |
| Τουρισμός περιπέτειας                           |
| Χειμερινός τουρισμός                            |
| Τουρισμός υγείας                                |
| Γαστρονομικός τουρισμός                         |
| Ιαματικός τουρισμός                             |
| Αστικός τουρισμός                               |
| Φυσιολατρικός τουρισμός                         |

Πίνακας 4: Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού

μιας ειδικής υποδομής που εξυπηρετεί τους συγκεκριμένους τουρίστες. Τέλος, κοινός παρονομαστής, τόσο στη ζήτηση όσο και στην προσφορά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού αποτελεί ο σεβασμός της τοπικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής δομής.» (Κοκκώσης & Τσάρτας 2001 :82)

Η τουριστική ανάπτυξη σε πλέγμα είναι ένα εργαλείο της βιώσιμης ανάπτυξης και αποσκοπεί στην «...διαμόρφωση μιας υποδομής προσφοράς που θα ανταποκρίνεται σε διαφορετικούς τύπους ζήτησης και θα συμβάλλει στη βασική αρχή της αειφορίας: την ανατροφοδότηση της ανάπτυξης.» (Κοκκώσης & Τσάρτας 2001 :84)

### **Μουσικά Φεστιβάλ: Εξέλιξη και Προσεγγίσεις.**

Σε μεγάλο αριθμό χωρών τα μουσικά φεστιβάλ αποτελούν σήμερα το επικρατέστερο είδος φεστιβάλ και προσελκύουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών (Aldskogius, 1993).

Στις μέρες μας, με τη συμβολή της τεχνολογίας, ο κάθε χρήστης του διαδικτύου έχει διερευνήσει σε μεγάλο βαθμό το εύρος των πληροφοριών που λαμβάνει σε θέματα που άπτονται των μουσικών φεστιβάλ και συναυλιών σε διεθνές επίπεδο. Η σημερινή τεχνολογία με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και του διαδικτύου εν γένει, προσφέρει σε όλους τους χρήστες τη δυνατότητα άμεσης επαφής με καλλιτέχνες, φεστιβάλ, και μουσικά δρώμενα σε διεθνές επίπεδο. Τα δεδομένα αυτά όχι μόνο διευκολύνουν απλά την πληροφόρηση του εν δυνάμει «μουσικού» τουρίστα, αλλά διευρύνουν και το κοινό στο οποίο απευθύνονται (ή θα μπορούσαν να απευθύνονται) τα μουσικά φεστιβάλ σε όλο τον κόσμο, προσφέροντας ένα αποτελεσματικό εργαλείο στα χέρια του εκάστοτε διοργανωτή, φορέα, επιχειρηματία και καλλιτέχνη.

Τα μεγάλα μουσικά φεστιβάλ διεθνώς είναι κατά βάση δημοφιλή και προσελκύουν άτομα νεαρής ηλικίας. Η διεθνής βιβλιογραφία υποστηρίζει, επίσης, ότι αποτελούν χώρους όπου δύνανται να χρησιμοποιηθούν ως σημεία προώθησης προϊόντων (Oakes 2003; Martin, Bridge & Grunwell 2006). Για το λόγο αυτό προσελκύουν μεγάλο αριθμό χορηγιών από εταιρείες και σπάνια διοργανώνονται με έξοδα του δημοσίου (Getz 2002; Oakes 2003).

Η έρευνα στα μουσικά φεστιβάλ παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον από οποιαδήποτε σκοπιά κι αν προσεγγιστούν.

Από τη σκοπιά του διοργανωτή τίθενται ζητήματα μάρκετινγκ και προώθησης προϊόντων κατά τη διάρκεια των φεστιβάλ και θέματα που σχετίζονται με τις επιπτώσεις στον τόπο υποδοχής. Όπως κάθε άλλου είδους event, ένα μουσικό φεστιβάλ -ειδικότερα στις περιπτώσεις που καθιερώνεται σε μια περιοχή – επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό το οικονομικό, πολιτιστικό και κοινωνικό γίγνεσθαι της τοπικής κοινωνίας. Αυτό συμβαίνει όχι μόνο στις περιπτώσεις όπου το είδος της μουσικής συνδέεται άμεσα με τη μουσική παράδοση του τόπου, αλλά και στις περιπτώσεις που η μουσική δεν συνδέεται με τον υφιστάμενο τοπικό πολιτισμό.

Από τη σκοπιά της ζήτησης, τα μουσικά φεστιβάλ παρουσιάζουν ενδιαφέρον στο κομμάτι των κινήτρων, των αναγκών που ικανοποιούνται από την προσφερόμενη εμπειρία και στα κίνητρα βάσει των οποίων οι επισκέπτες επιλέγουν το φεστιβάλ που θα επισκεφθούν. Σημαντικό κομμάτι φυσικά αποτελεί ο βαθμός ικανοποίησης των επισκεπτών, στοιχείο που ενδιαφέρει άμεσα τη μουσική βιομηχανία που προωθεί το έργο των καλλιτεχνών.

Επιπροσθέτως, τα μουσικά φεστιβάλ «...αποτελούν ταυτοχρόνως κοινωνικές και οικονομικές ευκαιρίες για νέους καλλιτέχνες που θέλουν να διευρύνουν το κοινό τους, να προωθήσουν το έργο τους, να ανανεώσουν τη μουσική τους. Σε αρκετές περιπτώσεις αποτελούν ευκαιρίες για την ενεργή ενασχόληση των νέων με τη μουσική.» (Gibson & Connell 2012 :209). Ειδικότερα στις μέρες μας, όπου οι δισκογραφικές εταιρείες αντιμετωπίζουν οικονομική δυσχέρεια, ο ρόλος των φεστιβάλ και των συναυλιών αποκτά τεράστια σημασία για τους καλλιτέχνες και τις εταιρείες μουσικής παραγωγής. Συνεπώς, τα μουσικά φεστιβάλ παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον όσον αφορά στη διάθεση των καλλιτεχνών να συμμετάσχουν, στα κέρδη αλλά και τα γενικότερα οφέλη από τις συναυλίες και στην επιλογή προώθησης του καλλιτεχνικού έργου μέσω αυτών.

Στη συνέχεια, γίνεται αναφορά στους τομείς της προσέγγισης των μουσικών φεστιβάλ από τη διεθνή βιβλιογραφία.

Σε μια από τις πρώτες προσεγγίσεις των μουσικών φεστιβάλ ο Frey (1994), ασχολήθηκε με τη ραγδαία αύξηση του αριθμού των φεστιβάλ κλασικής μουσικής και όπερας. Στα συμπεράσματα της έρευνάς του αναφέρει ότι οι λόγοι της αύξησης είναι τέσσερις: 1. Η αύξηση των εισοδημάτων που οδηγεί στην αύξηση των δαπανών για πολιτιστικές εμπειρίες, 2. Η αύξηση της δαπάνης για διακοπές, 3. Η στροφή στα φεστιβάλ από τους διοργανωτές των συναυλιών αυτής της κατηγορίας, ώστε να ξεπεραστούν οι σκόπελοι από τους περιορισμούς που θέτουν οι κυβερνήσεις και οι εμπορικές οργανώσεις και 4. Το χαμηλό κόστος της υλοποίησης σειράς συναυλιών εφόσον επιτρέπεται στους διοργανωτές να παρακάμψουν τα κόστη των μόνιμων υπαλλήλων.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι μελέτες που συνδέουν τα μουσικά φεστιβάλ με τον πολιτισμό και τον τουρισμό. Ο Aldskogius (1993) πραγματοποιώντας έρευνα στη Σουηδία μελέτησε τη συμβολή τους στην τοπική κοινωνία ως τουριστικά θέλγητρα και ως βασικά στοιχεία της τουριστικής εικόνας της εκάστοτε περιοχής. Εστιάζοντας σε φεστιβάλ της θερινής περιόδου τόνισε τη σημασία τους για την ανάδειξη της ταυτότητας της κάθε περιοχής και για την τοποθέτηση στον «πολιτιστικό χάρτη» σε εθνικό επίπεδο, γεγονός που επέφερε πολλαπλασιαστικά θετικά αποτελέσματα για την κάθε περιοχή. Χαρακτηριστική είναι και η έρευνα των Gibson και Connell (2003) που εξέτασαν την επιρροή των φεστιβάλ (και γενικότερα της μουσικής) στην πολιτιστική οικονομία και στο τουριστικό προϊόν της περιοχής Byron Bay της Αυστραλίας. Σε ένα από τα συμπεράσματά τους αναφέρουν ότι η ανάπτυξη της πολιτιστικής οικονομίας μέσω των ειδικών event και φεστιβάλ συντέλεσε σε συγκρούσεις μεταξύ των διαφόρων «εικόνων» που προβάλλονταν. Έτσι, ο εναλλακτικός τρόπος ζωής, ο αγροτικός και μη

αστικός τρόπος ζωής (που ήταν και ο βασικός λόγος επίσκεψης της περιοχής)  
δημιουργούσαν ζητήματα με την αυξανόμενη δημοτικότητα της εικόνας της περιοχής.

Οι ίδιοι συγγραφείς το 2012 ανέλυσαν εκτενώς τον τομέα των μουσικών  
φεστιβάλ στο βιβλίο τους «Music Festivals and Regional Development in Australia»,  
μέσα από μελέτες περιπτώσεων όπου εξέτασαν τη συνεισφορά των φεστιβάλ στην  
πολιτιστική και οικονομική περιφερειακή ανάπτυξη της Αυστραλίας. Σε αυτό  
αναφέρουν ότι η περιφερειακή ανάπτυξη έχει νόημα στην περίπτωση που  
συμπεριλαμβάνονται σε αυτή η πολιτιστική διαφοροποίηση και ο τοπικός πληθυσμός.  
Έτσι, τα μουσικά φεστιβάλ προτείνονται από τους συγγραφείς ως μοχλός μιας τέτοιας  
ανάπτυξης αν και υποστηρίζουν πως η αξία τους δεν έχει αναγνωριστεί πλήρως στην  
περίπτωση της Αυστραλίας.

**Σύνοψη των πιθανών τοπικών οφελών και του κόστους φιλοξενείας  
ενός φεστιβάλ μουσικής σε μια περιοχή**

| <b>Υλικά οφέλη</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Υλικά Κόστη</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Αυξημένα έσοδα για την τοπική οικονομία</li> <li>• Δημιουργία θέσεων εργασίας</li> <li>• Θετική κάλυψη από media και εικόνες</li> <li>• Ευκαιρίες χορηγίας</li> <li>• Δυνατότητες δικτύωσης</li> <li>• Βελτιωμένη βιωσιμότητα για πιο εξειδικευμένα μουσικά είδη (π.χ. τζαζ, μπλουζ, bluegrass)</li> <li>• Δημιουργία εσόδων από τέλη και χρεώσεις</li> <li>• Αυξημένος εθελοντισμός</li> <li>• Απόκτηση δεξιοτήτων (π.χ. διαχείριση, μουσικότητα)</li> <li>• Μεταγενέστερος τουρισμός</li> <li>• Ενθαρρύνει τη συμμετοχή σε δραστηριότητες</li> </ul>                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Βασικές υπηρεσίες (αστυνόμευση, καθαρισμός κλπ.)</li> <li>• Κόστος προώθησης/διαφήμισης</li> <li>• Άμεσο κόστος διοργάνωσης της εκδήλωσης - π.χ.ερμηνευτές, μίσθωση ηχητικού/φωτιστικού εξοπλισμού, σκηνης..</li> <li>• Διάβρωση των αγορών άλλων μορφών τοπικής ψυχαγωγίας (π.χ.κινηματογράφος)</li> <li>• Επαγγελματική εξουθένωση μισθωτού και εθελοντικού προσωπικού</li> <li>• Κόστος υποδομών για μεταγενέστερη τουριστική χρήση</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Άυλα οφέλη</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>Άυλα Κόστη</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Βελτιωμένη ποιότητα ζωής</li> <li>• Βελτιωμένη ή διατηρημένη υπερηφάνεια στην κοινότητα</li> <li>• Τοποθετεί μέρη "στο χάρτη"</li> <li>• Εργαλείο αναγέννησης και ανανέωσης</li> <li>• Αυξημένο ενδιαφέρον και επενδύσεις</li> <li>• Προώθηση και επικοινωνία του τόπου</li> <li>• Ανάπτυξη ανθρώπινου κεφαλαίου</li> <li>• Αυξημένη πολιτιστική ευαισθητοποίηση και εκτίμηση</li> <li>• Βελτιωμένη αίσθηση του ανήκειν και της κοινότητας (είτε για το μέρος υποδοχής είτε για μια κοινότητα θαυμαστών ή ειδικών)</li> <li>• Αύξηση τιμών ακινήτων (όφελος για ιδιοκτήτες ακινήτων)</li> <li>• Διαπολιτισμική επαφή</li> <li>• Ενίσχυση ηθικού</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ζημείωση της ποιότητας ζωής</li> <li>• Αντιληπτή απώλεια παραδόσεων</li> <li>• Συνωστισμός και ταλαιπωρία για τους κατοίκους</li> <li>• Θόρυβος και οπτική ρύπανση</li> <li>• Κακή φήμη και εικόνα αν είναι άσχημα οργανωμένη</li> <li>• Αποξένωση των κατοίκων της περιοχής μέσω ακατάλληλου ή ελιτίστικου μάρκετινγκ τόπου</li> <li>• Περιβαλλοντική υποβάθμιση</li> <li>• Κοινωνικός αποκλεισμός και επιδείνωση των υπαρχόντων κοινωνικοοικονομικών και πολιτιστικών διαφορών</li> <li>• Αύξηση αξιών ακινήτων (κόστος για ενοικιαστές και χαμηλόμισθους)</li> <li>• Δυνατότητα διαπολιτισμικής παρεξήγησης</li> <li>• Μπορεί να προκαλέσει απληστία (π.χ. τιμές)</li> </ul> |

Πηγή: Woods and Thomas 2009: 152 και Reid 2008, όπως προσαρμόστηκε από Gibson & Connell, 2012

Ένα μέρος των ερευνών σε μουσικά φεστιβάλ έχει εστιάσει στον τρόπο με τον οποίο το είδος της μουσικής επηρεάζει τα στοιχεία της συνολικής εμπειρίας του επισκέπτη. Πιο συγκεκριμένα, οι Martin, Bridges και Grunwell (2006), συνέκριναν δύο παρόμοια μουσικά φεστιβάλ, που βρίσκονταν στο ίδιο στάδιο του τουριστικού κύκλου ζωής και είχαν την ίδια δομή. Με την έρευνά τους εξέτασαν το πώς το είδος της μουσικής επηρεάζει τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του κοινού. Κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι διαφορετικά είδη μουσικής προσελκύουν διαφορετικού τύπου επισκέπτες όχι μόνο όσον αφορά τα χαρακτηριστικά τους αλλά και την καταναλωτική συμπεριφορά τους. Πιο συγκεκριμένα, οι επισκέπτες του jazz festival ξόδεψαν περισσότερα χρήματα σε διαμονή και σίτιση σε σχέση με τους επισκέπτες του country festival. Οι συγγραφείς υποστήριξαν ότι οι εκάστοτε διοργανωτές μουσικών φεστιβάλ θα πρέπει να αποφασίσουν ποια κατηγορία κοινού θα θέλουν να προσελκύσουν ώστε να επιλέξουν το κατάλληλο είδος μουσικής.

Με την περίπτωση της τζαζ μουσικής ασχολήθηκε και ο Thrane (2002) που εξέτασε την ώθηση του κινήτρου για τη μουσική ως έναν από τους παράγοντες που επηρεάζουν τη δαπάνη των επισκεπτών. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ οι επισκέπτες που ενδιαφέρονταν περισσότερο για την τζαζ μουσική, δαπάνησαν περισσότερα χρήματα από αυτούς που δεν ενδιαφέρονταν άμεσα για τη μουσική εμπειρία που προσφέρονταν. Επίσης, ο Thrane υποστήριξε ότι οι προσωπικές δαπάνες των επισκεπτών κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ επηρεάζονται και από άλλους παράγοντες όπως η διάρκεια παραμονής, το εισόδημα, ο τόπος μόνιμης κατοικίας και το μέγεθος του νοικοκυριού.

Αργότερα οι Rowley και Williams (2008), εστίασαν επίσης στον τομέα των χορηγιών. Υποστηρίζοντας ότι τα μουσικά φεστιβάλ αποτελούν αποτελεσματικό κανάλι προσέγγισης του νεανικού κοινού, μελέτησαν το φεστιβάλ του Ηνωμένου Βασιλείου και

κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι πράγματι η χορηγία μιας «επωνυμίας» σε ένα μουσικό φεστιβάλ συμβάλλει στην αναγνωρισιμότητά της και στην ανάκλησή της, χωρίς όμως να δημιουργεί σταθερούς δεσμούς μεταξύ της επωνυμίας και των καταναλωτών.

Θα ήταν δυνατό να υποστηριχθεί ότι τα μουσικά φεστιβάλ παρουσιάζουν μια ιδιαιτερότητα σε σχέση με άλλες κατηγορίες φεστιβάλ ή event. Η ιδιαιτερότητα αυτή οφείλεται στο κύριο συστατικό τους: τη μουσική. Η μουσική αποτελεί τον βασικό πόλο έλξης των επισκεπτών σε μουσικά φεστιβάλ και αποτελεί – στις περισσότερες περιπτώσεις -το ειδικό κίνητρο για την πραγματοποίηση του τουριστικού ταξιδιού. Επιπροσθέτως, ποικίλες δραστηριότητες των τουριστών σε αρκετούς προορισμούς παγκοσμίως σχετίζονται αμέσως ή εμμέσως με τη μουσική, γεγονός που συνέβαλε στην καθιέρωση του όρου «μουσικός τουρισμός»(music tourism).

## 5 ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

---

### Συλλογή Στοιχείων

Η συλλογή των στοιχείων για τις περιπτώσεις του εξωτερικού έγινε με επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Επιλέχθηκαν και συγκεντρώθηκαν οι διευθύνσεις από 50 ευρωπαϊκά μουσικά φεστιβάλ στα οποία στάλθηκε μήνυμα με το οποίο ζητήθηκαν στοιχεία από έρευνες που έχουν πραγματοποιήσει και έχουν στην κατοχή τους. Το αποτέλεσμα μετά από follow-up, υπενθυμίσεις και 8 μηνών αναμονή, ήταν από τα 50 φεστιβάλ, να απαντήσουν τα 18 και από αυτά να αποστείλουν τελικά στοιχεία 3.

### Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ GLASTONBURY FESTIVAL (UK)

Το Glastonbury Festival είναι ένα παγκοσμίου φήμης Μουσικό Φεστιβάλ και το μεγαλύτερο μουσικό Φεστιβάλ που πραγματοποιείται στο Ηνωμένο Βασίλειο. Το 2007 ανέθεσε σε συνεργασία με το Συμβούλιο της περιοχής του Mendip (στα όρια του οποίου και ανήκει διοικητικά), στην εταιρεία συμβούλων Baker Associates, εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων του Φεστιβάλ του 2007. Στόχος της μελέτης ήταν να κατανοηθούν οι επιπτώσεις του Φεστιβάλ, ποσοτικοποιώντας το συνολικό οικονομικό αντίκτυπο της διεξαγωγής του, τόσο στους ντόπιους, αλλά και όσο στην ευρύτερη περιοχή.

### Κάποια Στοιχεία για το Glastonbury Festival.

Το πρώτο Glastonbury Festival πραγματοποιήθηκε το 1970 με τη συμμετοχή 1500 ατόμων, είσοδο 1 αγγλική λίρα και τη μουσική συμμετοχή των Marc Bolan και T-Rex. Από τότε το φεστιβάλ έχει μεγαλώσει τόσο σε μέγεθος όσο και σε φήμη, έτσι ώστε να γίνει το μεγαλύτερο και πιο σεβαστό μουσικό φεστιβάλ στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Το Φεστιβάλ πραγματοποιείται από τότε κάθε χρόνο, την τελευταία εβδομάδα του Ιουνίου, κάνοντας παύση ενός χρόνου κάθε πέντε χρόνια λειτουργίας του.

Τελευταία παύση ήταν το 2018.

Το 2007, όπου και διεξάγεται η έρευνα, οι επισκέπτες του φεστιβάλ ήταν 177.500 και στο φεστιβάλ συμμετείχαν περισσότεροι από 700 καλλιτέχνες σε 80 σκηνές και χώρους παράστασης. Το 2019 οι επισκέπτες του φεστιβάλ ήταν 203.500 (πηγή: wikipedia.org).

Παρά το γεγονός ότι είναι γνωστό ως Glastonbury Festival, το Φεστιβάλ στην πραγματικότητα βρίσκεται στο Worthy Farm, Pilton, ένα μικρό χωριό που βρίσκεται επτά μίλια από το Glastonbury και τρία μίλια από το Shepton Mallet. Διοικητικά τοποθετείται στην Τοπική Αρχή της περιοχής του Mendip.

Το Φεστιβάλ διοικείται από δημόσιο γραφείο που βρίσκεται στην πόλη του Glastonbury και από ένα γραφείο που βρίσκεται στο Worthy Farm.

Το Glastonbury Festival διοργανώνει επιπλέον δύο ακόμη εκδηλώσεις κατά τη διάρκεια του έτους:

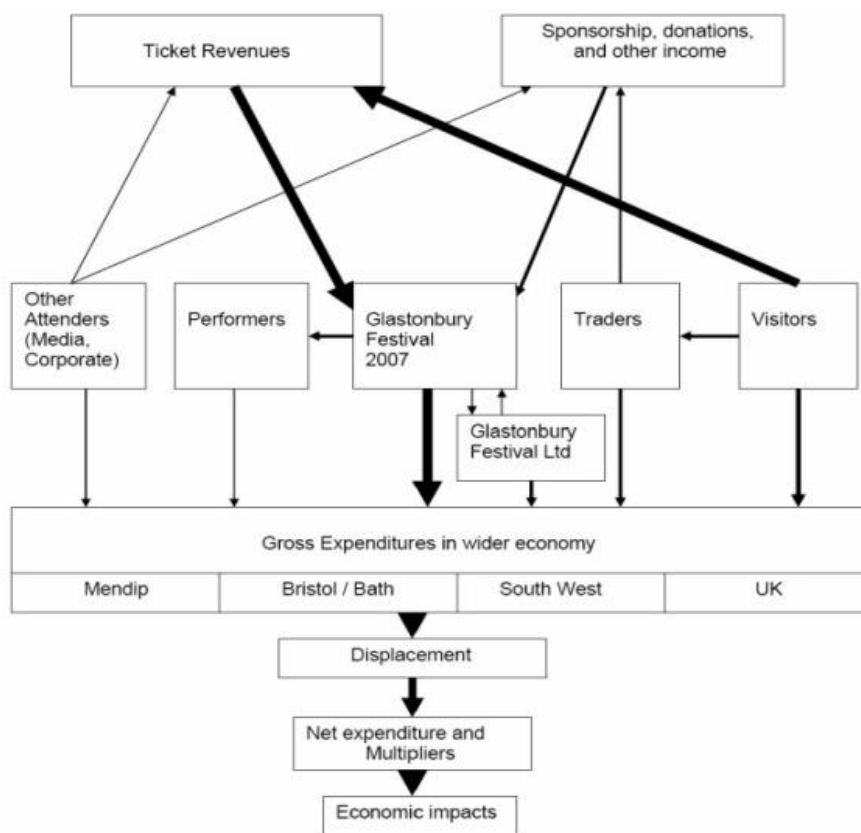
1. Το Equinox Party ή Pilton Party (παλιότερα γνωστό) το οποίο πρόκειται για μια μουσική εκδήλωση που πραγματοποιείται κάθε Σεπτέμβρη στο Worthy Farm, απευθύνεται στους ντόπιους κατοίκους και ουσιαστικά σκοπεύει σε ένα «ευχαριστώ» προς την τοπική κοινότητα για τη φιλοξενία του κύριου Φεστιβάλ. Χρήματα που πηγάζουν από το Φεστιβάλ πηγαίνουν σε οργανισμούς του χωριού (Pilton Village Hall Committee, Pilton Working Mens Club, Pilton Show Committee).

2. Το Glastonbury Extravaganza που πρόκειται για μια σειρά τριών βραδινών υπαίθριων συναυλιών σε διάφορα μέρη της περιοχής του Glastonbury για ένα Σαββατοκύριακο του Αυγούστου. Μία εκ των τριών παραστάσεων ανήκει στη Royal Philharmonic Orchestra.

### **Μεθοδολογία της Έρευνας.**

Η μεθοδολογία της έρευνας ακολούθησε τα εξής βασικά κλειδιά:

- a. Ερωτηματολόγιο με τους Επισκέπτες του Φεστιβάλ (κατά πρόσωπο)
- b. Ερωτηματολόγιο με τους Εμπόρους, τους Προμηθευτές και τους Promoters (κατά πρόσωπο)
- c. Ερωτηματολόγιο με τις Τοπικές Επιχειρήσεις της περιοχής του Mendip (ταχυδρομήθηκε φυσικά και ηλεκτρονικά και επικοινωνήθηκε μέσω τοπικών ραδιοφώνων, τύπου και τοπικών επαγγελματικών οργανώσεων)
- d. Συνεντεύξεις Περιπτώσεων Μελέτης
- e. Προφίλ Δαπανών
- f. Μοντέλο Οικονομικών Επιπτώσεων



**Σχήμα 12: Διάγραμμα Ροών Δαπανών**  
*(Glastonbury Festival, Mendip District Council, Baker Associates, (2007),  
 Economic Impact of Glastonbury Festival)*

Οι ακαθάριστες (gross) άμεσες οικονομικές επιπτώσεις του Glastonbury Festival προκύπτουν από τις δαπάνες του Glastonbury Festival για το προσωπικό, τους υπερεργολάβους και τους προμηθευτές, καθώς και από τις δαπάνες των επισκεπτών του Φεστιβάλ, τόσο εντός όσο και εκτός.

Επιτρέποντας αύξηση 10%, καθώς οι λογαριασμοί οριστικοποιούνται και πληρώνονται (πολλά από τα στοιχεία είναι πολύ προσωρινά της μελέτης), οι συνολικές δαπάνες για προμηθευτές, εργολάβους, μη μισθωτό και μισθωτό προσωπικό, εκτιμούνται σε 21.236.600£ κατά την περίοδο Νοεμβρίου 2006 – Οκτωβρίου 2007.

Σύμφωνα με την εκτίμηση των 177.500 επισκεπτών -υπολογίζεται με δειγματοληπτική έρευνα 2.500 επισκεπτών- ότι τα 3/4 ή 76,9% βρίσκονταν στο χώρο

του Φεστιβάλ με κανονικό εισιτήριο, το 10,9% αφορούσε εμπόρους, λίγο περισσότερο από 6% εθελοντές, λίγο κάτω από το 2% οι κάτοικοι της περιοχής και ένα 4% αφορούσε άλλους τύπους εισιτηρίων όπως ερμηνευτές, πλήρωμα κλπ.

Κατανοώντας ότι κάθε μία από τις παραπάνω ομάδες έχει διαφορετικά πρότυπα δαπανών, υπολογίζεται ότι η μέση δαπάνη ανά άτομο (ανά ταξίδι) για όλες τις κατηγορίες εισιτηρίων ήταν συνολικά 293,24£ κατανεμειμένο σε 144,12£ εντός φεστιβάλ και 149,13£ εκτός φεστιβάλ. Το 71% των επισκεπτών πραγματοποίησαν τέσσερις έως πέντε διανυκτερεύσεις. Η συντριπτική τους πλειοψηφία 92% εντός περιοχής Φεστιβάλ.

Η ακαθάριστη εκτιμώμενη δαπάνη εντός Φεστιβάλ εκτιμάται στις 25.579.700£ και στις 26.470.230£ εκτός Φεστιβάλ. Σύνολο εκτιμώμενης δαπάνης επισκεπτών 52.049.930£.

Προσθέτοντας και τις δαπάνες του Φεστιβάλ προς τους προμηθευτές, εργολάβους και εργαζόμενους προκύπτει ένα συνολικό ακαθάριστο ποσό αξίας 73.286.530£ που συνδέεται με το Glastonbury Festival 2007. Αυτό ισοδυναμεί με 2,45£ από τους επισκέπτες, για κάθε 1£ δαπάνης του Φεστιβάλ.

Οι ακαθάριστες άμεσες δαπάνες κατανέμονται ανά περιοχές:

| Expenditure Category      | All Areas        | Mendip          | Bristol / Bath  | Rest of SW      | South West<br>(including Mendip and<br>Bristol / Bath) | UK and<br>International |
|---------------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------------------------------------------|-------------------------|
| By GLF :                  |                  |                 |                 |                 |                                                        |                         |
| suppliers and contractors | £20,224.6        | £4,560.5        | £1,390.6        | £4,830.7        | £10,781.8                                              | £9,442.8                |
| payroll staff             | £1,012.0         | £724.2          | £124.4          | £124.4          | £973.0                                                 | £39.0                   |
| <b>Total GFL</b>          | <b>£21,236.6</b> | <b>£5,284.7</b> | <b>£1,515.0</b> | <b>£4,955.1</b> | <b>£11,754.8</b>                                       | <b>£9,481.8</b>         |
| By visitors :             |                  |                 |                 |                 |                                                        |                         |
| on site                   | £25,579.7        | £25,579.7       | £0.0            | £0.0            | £25,579.7                                              | £0.0                    |
| off site                  | £26,470.2        | £1,438.0        | £2,224.1        | £4,510.4        | £8,172.5                                               | £18,297.7               |

Πίνακας 5: Ακαθάριστες Δαπάνες ανά Περιοχή σε χιλιάδες λίρες (Economic Impact of Glastonbury Festivals, 2007)

**Καθαρές οικονομικές επιπτώσεις, «νεκρό βάρος», μετατόπιση και πολλαπλασιαστές.**

Κατά τον υπολογισμό των καθαρών (net) οικονομικών επιπτώσεων λαμβάνεται υπόψιν το «νεκρό βάρος», η μετατόπιση καθώς και το πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα. Αυτό σημαίνει ότι κατά περίπτωση περιοχής αφαιρείται κάποιο ποσοστό όπως αυτό των κατοίκων της περιοχής που θα πραγματοποιούσαν τις δαπάνες τους στην περιοχή ανεξαρτήτως της διοργάνωσης του φεστιβάλ ή όχι, καθώς και το ποσοστό αυτών που «εκτοπίζονται» αφού ορισμένοι «αποβάλλονται» από την είσοδο τους στην περιοχή κατά τη διάρκεια του Φεστιβάλ λόγω κορεσμού των καταλυμάτων. Ενώ προστίθεται ένα μικρό πολλαπλασιαστικό ποσοστό το οποίο αφορά το επόμενο κύκλο δαπανών, μετά την αρχική εισροή των χρημάτων στην οικονομία. Όπως για παράδειγμα χρήματα που προκύπτουν από την αγορά προμηθειών και υπηρεσιών, τα οποία λαμβάνονται στον πρώτο γύρων δαπανών και σε ένα δεύτερο γύρο μεταφέρονται σε μισθούς υπαλλήλων και στην αλυσίδα ανεφοδιασμού. Πρόκειται για έμμεσα και επαγόμενα αποτελέσματα που συνήθως το εύρος τους κυμαίνεται μεταξύ 0,2 -0,5 και ο βαθμός επίδρασης εξαρτάται από το μέγεθος και τη δομή του στην τοπική κοινωνία (υψηλότεροι πολλαπλασιαστές στην πόλη έναντι της υπαίθρου συνήθως).

Έτσι τα στοιχεία των ακαθάριστων οικονομικών επιπτώσεων μετασχηματίζονται σε καθαρές οικονομικές επιπτώσεις:

| Net Impacts                 | Mendip    | Bristol / Bath | Rest of SW | South West (including Mendip and Bristol / Bath) |
|-----------------------------|-----------|----------------|------------|--------------------------------------------------|
| Gross spend in area         | £32,302.4 | £3,739.1       | £9,465.5   | £45,507.0                                        |
| Deadweight                  | £594.4    | £2,001.7       | £545.8     | £7,864.3                                         |
| Net spend in area           | £31,708.0 | £1,737.4       | £8,919.7   | £37,642.7                                        |
| Less:                       |           |                |            |                                                  |
| displacement                | -£3,170.8 | -£86.9         | -£446.0    | -£1,882.1                                        |
| Net Direct Impact           | £28,537.2 | £1,650.5       | £8,473.8   | £35,760.6                                        |
| Indirect and induced impact | £7,248.5  | £706.4         | £2,441.3   | £9,462.3                                         |
| Net Total Impact            | £35,785.7 | £2,357.0       | £10,915.0  | £45,222.9                                        |

Πίνακας 6: Καθαρές οικονομικές επιπτώσεις ανα περιοχή σε χιλιάδες λίρες (Economic Impact of Glastonbury Festivals 2007)

Χρησιμοποιώντας τα αποτελέσματα των καθαρών οικονομικών επιπτώσεων του Φεστιβάλ και συγκεκριμένους πολλαπλασιαστές που υπολογίστηκαν για την κάθε περιοχή και τον κάθε τομέα απασχόλησης, είναι δυνατό να εκτιμήσουμε το ισοδύναμο των πλήρων θέσεων απασχόλησης που δημιουργούνται (Economic Impact of Glastonbury Festivals, 2007 Appendix G p.49):

Mendip → 929 θέσεις πλήρους απασχόλησης

Bristol / Bath → 49 θέσεις πλήρους απασχόλησης

Rest of South West → 233 θέσεις πλήρους απασχόλησης

South West Region → 1100 θέσεις πλήρους απασχόλησης

### **Αποτελέσματα ασαφούς ποσοτικοποίησης.**

#### **Συμβολή σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, contracting.**

Το Glastonbury Festival παρέχει πολλές ευκαιρίες εμπορικών συναλλαγών (όπως ασφάλεια, διαχείριση και ανακύκλωση) σε τοπικούς και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, διεθνείς μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς (Oxfam, Wateraid και Greenpeace) και σε τοπικά φιλανθρωπικά ιδρύματα (συμπεριλαμβανομένων σχολείων, καρναβαλικών συλλόγων, προσκόπων κλπ.). Η πλειοψηφία επίσης των μπαρ στο χώρο του Φεστιβάλ λειτουργεί από τη φιλανθρωπική οργάνωση Workers Beer Company, μέσω της οποίας μπορεί κάποιος να δωρίσει το χρόνο εργασίας του και να λάβει δωρεές ισοδύναμες με τις αμοιβές του σε φιλανθρωπικές και άλλες εκστρατευτικές καμπάνιες οργανισμών. Έτσι δημιουργείται μια μοναδική ευκαιρία συγκέντρωσης χρημάτων σε φιλανθρωπικά ιδρύματα η οποία όμως δεν αντικατοπτρίζεται στους πίνακες των οικονομικών μοντέλων.

#### **Γνωριμία και ανάδειξη της ευρύτερης περιοχής.**

Η ευρύτερη γνωριμία και η ανάδειξη του προφίλ της περιοχής τόσο από τους επισκέπτες του Φεστιβάλ, όσο και από την δημοσιογραφική κάλυψη (περισσότεροι από 700 δημοσιογράφοι στην περιοχή το 2007), αυξάνει τις πιθανότητες επίσκεψης στην περιοχή σε κάποια άλλη ευκαιρία. Ο αντίκτυπος αυτού είναι αδύνατο να μετρηθεί, αλλά έχει ως αποτέλεσμα σημαντική αύξηση των επισκεπτών και των τουριστικών δαπανών καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

### **Ευκαιρίες συναλλαγών λόγω της συνεργασίας με το Φεστιβάλ.**

Οργανισμοί που περιλαμβάνονται στη μελέτη και ερωτηθέντες επιχειρήσεων εντοπίζουν μια σημαντική εξασφάλιση πελατειακής βάσης, καθώς και μια σημαντική επιρροή που επιφέρει στο μάρκετινγκ και τη διαφήμισή τους η σύνδεση με το φεστιβάλ (εταιρείες που κυμαίνονται από εκδοτικές μέχρι και προμηθευτές σκηνών κάμπινγκ).

### **Οικολογικός αντίκτυπος σε επιχειρήσεις.**

Ορισμένες εταιρείες αναφέραν ότι η ισχυρή «πράσινη» ηθική του Φεστιβάλ αύξησε την ευαισθητοποίησή τους και επηρέασε την «πρασινοποίησή» τους σε κύριες δραστηριότητες και πρακτικές τους. Οι επιτόπιοι έμποροι που επηρεάζονται και περισσότερο, υπόκεινται σε συναντήσεις περιβαλλοντικών προτύπων ως προϋπόθεση της εμπορικής συναλλαγής τους. Η συμμόρφωση με τα πρότυπα παρακολουθείται από τους διαχειριστές της αγοράς του Φεστιβάλ και μέσω έρευνας που διενεργήθηκε από την Greenpeace κατά τη διάρκεια του Φεστιβάλ, απονέμοντας και Βραβεία Πράσινου Εμπορίου για επιβράβευση των εμπορικών συνεργατών.

### **Συμβολή στην τοπική επιχειρηματική κουλτούρα.**

Η φιλοξένηση του Φεστιβάλ, δίνει τη γενική αίσθηση στους ερευνητές, ότι συμβάλλει σε μια μεγαλύτερη από το μέσο όρο επιχειρηματική κουλτούρα μεταξύ κατοίκων και επιχειρήσεων.

1. Παροχή μιας εφάπαξ ανεπίσημης εμπορικής ευκαιρίας κατά την περίοδο του Φεστιβάλ (όπως μέσω ανθρώπων που νοικιάζουν δωματίων με μη τυπική μέθοδο)
2. Ενθάρρυνσης πρόσθετων εμπορικών ευκαιριών για τις τοπικές επιχειρήσεις (όπως η πώληση σε πάγκους του Φεστιβάλ ή η πώληση διαφορετικών προϊόντων)
3. Υποστήριξη της ανάπτυξης εταιρειών που παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες στα Φεστιβάλ (για παράδειγμα η Serious Stages, μία από τις πλέον έμπειρες εταιρείες της Ευρώπης στην προμήθεια και ανέγερση προσωρινών σκηνών(stages), κτιρίων και ειδικών κατασκευών, η οποία εδρεύει στο Pilton λόγω της μακράς σχέσης με το Φεστιβάλ) και η δημιουργία ενός οικονομικού cluster προμηθευτών φεστιβάλ και συμβαλλόμενων εταιρειών που καλύπτουν φεστιβάλ σε περιφερειακή και εθνική κλίμακα.
4. Εξασφάλιση μιας σημαντικής ετήσιας σύμβασης για τοπικές επιχειρήσεις και αυτοαπασχολούμενους που τους επιτρέπει να διασφαλίζουν τη βιωσιμότητά τους εντός τοπικής περιοχής όλο το χρόνο.

### **Συμβολή στη ζωτικότητα του Pilton Village.**

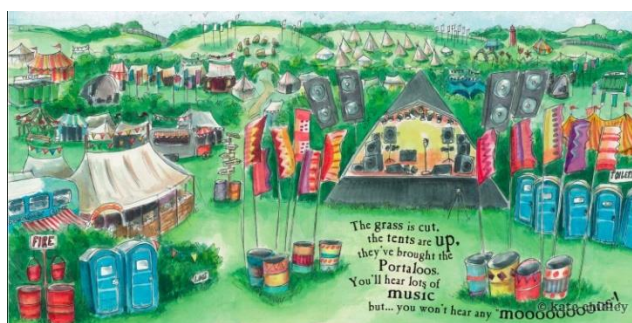
Το Glastonbury Festival πραγματοποιεί μια ετήσια δωρεά σε μια εγκατάσταση ή υπηρεσία του χωριού. Τα τελευταία χρόνια περιλαμβάνονται ενδεικτικά:

Δημιουργία του Pilton Working Men's Club, ανακαίνιση του αβαείου Glastonbury Tythe Barn, παροχή οικοδομικών υλικών για προσιτές κατοικίες στο χωριό, χτίσιμο περιπτέρου, γηπέδου ποδοσφαίρου, γηπέδων τέννις, αναχύτευση χαλασμένων μεσαιωνικών καμπάνων και επισκευή του συστήματος θέρμανσης της εκκλησίας Pilton

Parish, παροχή και ανέγερση πέτρινου στύλ στα μονοπάτια του χωριού, επισκευή οροφής στο παρεκκλήσι Pilton Methodist, ανακαίνιση του παιδότοπου Pilton Playing Fields, βελτίωση του υφάσματος και των εγκαταστάσεων της βιβλιοθήκης του Glastonbury κά.

### **Συνοψίζοντας.**

Τα παραπάνω δεν προτείνονται ως διεξοδική λίστα ή μια πλήρη αποτίμηση των αυτών καθαυτών ζητημάτων, αλλά θεωρήθηκε σημαντικό να αναφερθούν και να προβληματίσουν εντός του πλαισίου της τελικής έκθεσης, έτσι ώστε να εφοδιαστούμε με μια ευρύτερη εικόνα των οικονομικών επιπτώσεων του Φεστιβάλ.



Εικόνα 2: "Pilton Pop", illustration by Kate Chidley, Glastonbury Tails book)

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ**

Η έρευνα δείχνει ότι η διοργάνωση του Φεστιβάλ έχει σημαντικό οικονομικό αντίκτυπο, τόσο τοπικά όσο και σε μια ευρύτερη γεωγραφική περιοχή, με αριθμούς μεγαλύτερους από συγκρίσιμα φεστιβάλ σε ολόκληρο το Ηνωμένο Βασίλειο.

Το ισχυρό τοπικό εμπορικό ήθος του Φεστιβάλ είχε ως αποτέλεσμα την καλύτερη οικονομική επωφέλεια της περιοχής, με τα πρότυπα αγοράς και προμηθειών του Φεστιβάλ να αντικατοπτρίζονται στην προσφορά που διαθέτει εντός της τοπικής οικονομίας.

Η σύναψη συμβάσεων με τοπικούς φιλανθρωπικούς οργανισμούς αποτελεί σημαντική επένδυση που επιστρέφει πίσω στην κοινότητα και αυτό δεν πρέπει να υποτιμάται.

Η μελέτη υπογράμμισε ότι πολλοί από τους εντός Φεστιβάλ εμπόρους είναι «ειδικοί» στις προμήθειες φεστιβάλ που προμηθεύουν προϊόντα και προσωπικό σε εθνική βάση. Θεωρείται ότι οι τοπικές αλυσίδες αγορών και εφοδιασμού θα μπορούσαν να ενισχυθούν αν τα οφέλη που αποκομίζει η τοπική οικονομία από το Φεστιβάλ αυξηθούν. Ωστόσο αναγνωρίζεται ότι το μεγάλο κόστος εγκατάστασης το κάνει δύσκολο.

Εντός της Περιφέρειας του Mendip, οι οικονομικές επιπτώσεις γίνονται πιο αισθητές στις παρακείμενες περιοχές του Glastonbury και του Shepton Mallet. Υπάρχουν σαφείς διακρίσεις μεταξύ εκείνων των επιχειρήσεων που κερδίζουν οικονομικά από το Φεστιβάλ (όπως υπηρεσίες διαμονής, προμηθευτές, λιανοπωλητές ποτών και τροφίμων) έναντι εκείνων των οποίων ο κύκλος εργασιών μειώνεται λόγω

#### **Glastonbury Festival:**

**Δαπάνες για προμηθευτές, εργολάβους και μισθούς ανά κατηγορία και περιοχή (2007)**  
λιγότερης πελατείας κατά τη διάρκεια του Φεστιβάλ (μη ποτού και τροφίμων

λιανοπωλητές, εστιατόρια κ.λπ.). Γενικά θεωρείται ότι το Shepton Mallet κερδίζει περισσότερα κατά τη διάρκεια του Φεστιβάλ, αλλά το Glastonbury οφελείται καλύτερα καθόλη τη διάρκεια του έτους λόγω των πιο σαφών συσχετίσεων της περιοχής με το Φεστιβάλ.

| GFL expenditure on suppliers, contractors, and wages by category and area (2007) |                 |                 |                    |                              |                 |                  |                 |              |                    |                              |             |                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|--------------------|------------------------------|-----------------|------------------|-----------------|--------------|--------------------|------------------------------|-------------|----------------------------------------|
| Category                                                                         | (£ 000's)       |                 |                    |                              |                 |                  | % Share by Area |              |                    |                              |             |                                        |
|                                                                                  | Mendip          | Bristol/Bath    | Rest of South West | South West Region altogether | Rest of UK      | Total            | Mendip          | Bristol/Bath | Rest of South West | South West Region altogether | Rest of UK  | Share of category in total expenditure |
| Rates and licences                                                               | £95.6           | £0.0            | £0.0               | £95.6                        | £0.0            | £95.6            | 100.0           | 0.0          | 0.0                | 100.0                        | 0.0         | 0.5                                    |
| Rent                                                                             | £1,156.5        | £0.0            | £0.0               | £1,156.5                     | £0.0            | £1,156.5         | 100.0           | 0.0          | 0.0                | 100.0                        | 0.0         | 6.3                                    |
| Siteworks, fencing, trackways                                                    | £833.0          | £50.0           | £178.1             | £1,061.1                     | £1,121.8        | £2,182.9         | 38.2            | 2.3          | 8.2                | 48.6                         | 51.4        | 11.9                                   |
| Toilets, waste disposal, cleaning                                                | £288.1          | £158.3          | £134.0             | £580.5                       | £472.6          | £1,053.1         | 27.4            | 15.0         | 12.7               | 55.1                         | 44.9        | 5.7                                    |
| Screens and tents                                                                | £0.0            | £28.4           | £71.0              | £99.4                        | £290.6          | £389.9           | 0.0             | 7.3          | 18.2               | 25.5                         | 74.5        | 2.1                                    |
| Signage, traffic and parking                                                     | £27.0           | £47.9           | £82.5              | £157.4                       | £276.5          | £433.9           | 6.2             | 11.0         | 19.0               | 36.3                         | 63.7        | 2.4                                    |
| Security, police, fire, ambulance                                                | £114.2          | £0.0            | £2,408.1           | £2,522.3                     | £982.7          | £3,505.1         | 3.3             | 0.0          | 68.7               | 72.0                         | 28.0        | 19.1                                   |
| Electrics and power                                                              | £11.6           | £398.5          | £0.0               | £410.1                       | £0.0            | £410.1           | 2.8             | 97.2         | 0.0                | 100.0                        | 0.0         | 2.2                                    |
| Equipment, lighting, sound                                                       | £0.0            | £163.4          | £79.3              | £242.8                       | £172.6          | £415.3           | 0.0             | 39.4         | 19.1               | 58.5                         | 41.5        | 2.3                                    |
| Vehicles, fuel                                                                   | £29.5           | £0.0            | £170.1             | £199.6                       | £13.1           | £212.6           | 13.9            | 0.0          | 80.0               | 93.9                         | 6.1         | 1.2                                    |
| Media, phones                                                                    | £0.0            | £0.0            | £0.0               | £0.0                         | £100.0          | £100.0           | 0.0             | 0.0          | 0.0                | 0.0                          | 100.0       | 0.5                                    |
| Catering                                                                         | £11.0           | £14.6           | £75.8              | £101.4                       | £91.9           | £193.3           | 5.7             | 7.6          | 39.2               | 52.4                         | 47.6        | 1.1                                    |
| Artists, performing rights fees                                                  | £0.0            | £0.0            | £400.0             | £400.0                       | £2,065.3        | £2,465.3         | 0.0             | 0.0          | 16.2               | 16.2                         | 83.8        | 13.4                                   |
| Professional services                                                            | £143.2          | £0.0            | £0.0               | £143.2                       | £258.9          | £402.1           | 35.6            | 0.0          | 0.0                | 35.6                         | 64.4        | 2.2                                    |
| Entertainment                                                                    | £0.0            | £0.0            | £0.0               | £0.0                         | £197.3          | £197.3           | 0.0             | 0.0          | 0.0                | 0.0                          | 100.0       | 1.1                                    |
| Ticketing, information, marketing                                                | £48.3           | £0.0            | £11.1              | £59.4                        | £470.2          | £529.6           | 9.1             | 0.0          | 2.1                | 11.2                         | 88.8        | 2.9                                    |
| Non payroll staff, stewarding                                                    | £355.0          | £250.0          | £250.0             | £855.0                       | £31.7           | £886.7           | 40.0            | 28.2         | 28.2               | 96.4                         | 3.6         | 4.8                                    |
| Compensation                                                                     | £31.0           | £0.0            | £0.0               | £31.0                        | £0.0            | £31.0            | 100.0           | 0.0          | 0.0                | 100.0                        | 0.0         | 0.2                                    |
| Donations                                                                        | £500.0          | £0.0            | £0.0               | £500.0                       | £1,000.0        | £1,500.0         | 33.3            | 0.0          | 0.0                | 33.3                         | 66.7        | 8.2                                    |
| <b>All Suppliers and Contractors above</b>                                       | <b>£3,644.0</b> | <b>£1,111.2</b> | <b>£3,860.0</b>    | <b>£8,615.1</b>              | <b>£7,545.2</b> | <b>£16,160.3</b> | <b>22.5</b>     | <b>6.9</b>   | <b>23.9</b>        | <b>53.3</b>                  | <b>46.7</b> | <b>87.9</b>                            |
| <i>plus: invoices less than £10,000 (estd)</i>                                   | <i>£501.9</i>   | <i>£153.0</i>   | <i>£531.6</i>      | <i>£1,186.5</i>              | <i>£1,039.1</i> | <i>£2,225.6</i>  | <i>22.5</i>     | <i>6.9</i>   | <i>23.9</i>        | <i>53.3</i>                  | <i>46.7</i> | <i>12.1</i>                            |
| <b>Total Suppliers and Contractors</b>                                           | <b>£4,145.9</b> | <b>£1,264.2</b> | <b>£4,391.6</b>    | <b>£9,801.6</b>              | <b>£8,584.3</b> | <b>£18,386.0</b> | <b>22.5</b>     | <b>6.9</b>   | <b>23.9</b>        | <b>53.3</b>                  | <b>46.7</b> | <b>100.0</b>                           |
| Add 10% to allow for uplift in actuals                                           | £4,560.5        | £1,390.6        | £4,830.7           | £10,781.8                    | £9,442.8        | £20,224.6        |                 |              |                    |                              |             |                                        |
| Gross pay (GFL FT permanent payroll)                                             | £126.6          | £42.2           | £42.2              | £211.0                       | £0.0            | £211.0           | 60.0            | 20.0         | 20.0               | 100.0                        | 0.0         | 22.9                                   |
| Gross pay GFL 2007 general office and site                                       | £225.8          | £30.1           | £30.1              | £286.0                       | £15.1           | £301.0           | 75.0            | 10.0         | 10.0               | 95.0                         | 5.0         | 32.7                                   |
| Gross pay litter pickers                                                         | £212.3          | £28.3           | £28.3              | £268.9                       | £14.2           | £283.0           | 75.0            | 10.0         | 10.0               | 95.0                         | 5.0         | 30.8                                   |
| Gross pay site areas                                                             | £93.8           | £12.5           | £12.5              | £118.8                       | £6.3            | £125.0           | 75.0            | 10.0         | 10.0               | 95.0                         | 5.0         | 13.6                                   |
| <b>Total Payroll Staff</b>                                                       | <b>£658.4</b>   | <b>£113.1</b>   | <b>£113.1</b>      | <b>£884.6</b>                | <b>£35.5</b>    | <b>£920.0</b>    | <b>71.6</b>     | <b>12.3</b>  | <b>12.3</b>        | <b>96.1</b>                  | <b>3.9</b>  | <b>100.0</b>                           |
| Add 10% to allow for uplift in actuals                                           | £724.2          | £124.4          | £124.4             | £973.0                       | £39.0           | £1,012.0         |                 |              |                    |                              |             |                                        |
| <b>Total all expenditure</b>                                                     | <b>£5,284.7</b> | <b>£1,515.0</b> | <b>£4,955.1</b>    | <b>£11,754.8</b>             | <b>£9,481.8</b> | <b>£21,236.6</b> | <b>24.9</b>     | <b>7.1</b>   | <b>23.3</b>        | <b>55.4</b>                  | <b>44.6</b> | <b>100.0</b>                           |

Πίνακας 7: Πηγή: Economic Impact of Glastonbury Festivals(2007) by Glastonbury Festival Ltd & Mendip Distr Council

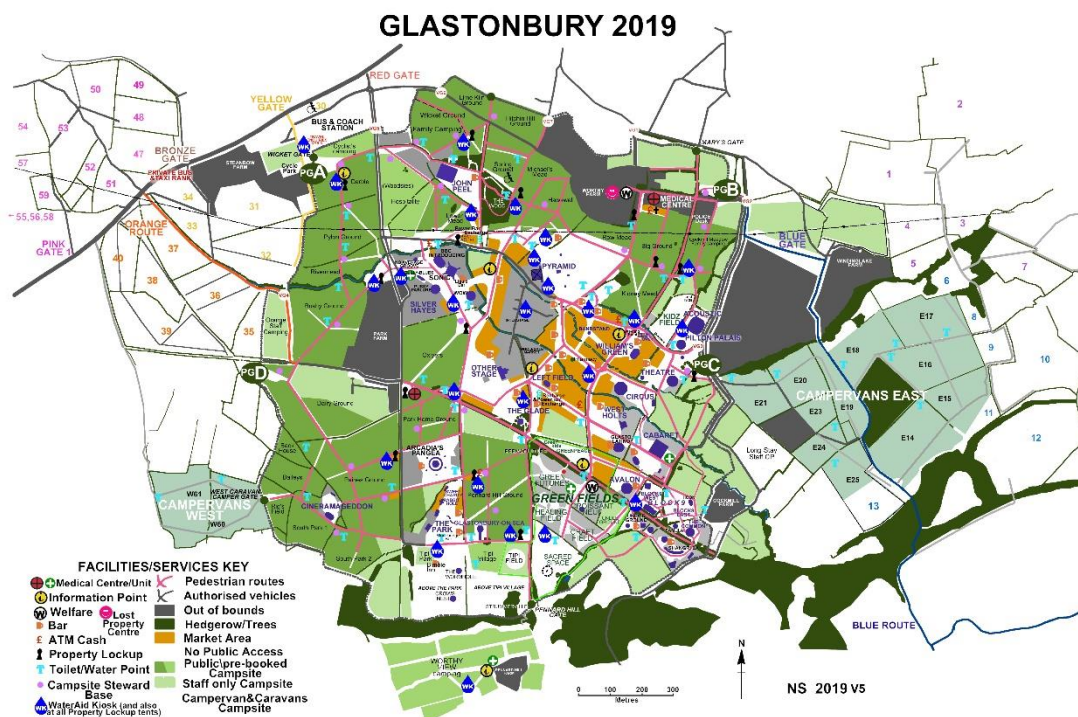
***Glastonbury Festival: Μέση δαπάνη ανά είδος και εισιτήριο (2007)***

| By Ticket Type                       | Standard          | Trader's Pass    | Volunteer        | Local Resident | Other            | Sample Average    |
|--------------------------------------|-------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|-------------------|
| No of trips in sample                | 1,919             | 273              | 153              | 46             | 105              | 2,496             |
| % of trips                           | 76.9              | 10.9             | 6.1              | 1.8            | 4.2              | 100               |
| No of trips in total                 | 136,467           | 19,414           | 10,880           | 3,271          | 7,467            | 177,500           |
|                                      |                   |                  |                  |                |                  |                   |
| <b>Spend on site</b>                 |                   |                  |                  |                |                  |                   |
| Food and drink                       | £129.19           | £83.86           | £87.09           | £86.81         | £90.22           | £119.23           |
| Shopping                             | £23.02            | £17.59           | £15.49           | £14.25         | £14.05           | £21.43            |
| Entertainment and services           | £2.35             | £2.68            | £2.16            | £0.11          | £1.48            | £2.30             |
| Other                                | £1.32             | £0.48            | £0.33            | £0.55          | £1.43            | £1.16             |
| <b>Total on site</b>                 | <b>£155.88</b>    | <b>£104.61</b>   | <b>£105.07</b>   | <b>£101.72</b> | <b>£107.18</b>   | <b>£144.11</b>    |
| <b>Gross on site spend (£000's)</b>  | <b>£21,272.53</b> | <b>£2,030.91</b> | <b>£1,143.20</b> | <b>£332.75</b> | <b>£800.31</b>   | <b>£25,579.70</b> |
| <b>Spend off site</b>                |                   |                  |                  |                |                  |                   |
| Food and drink (shops, supermarkets) | £38.58            | £44.44           | £38.80           | £21.67         | £30.18           | £38.57            |
| Food and drink (pubs restaurants)    | £5.43             | £4.31            | £2.54            | £0.67          | £7.96            | £5.15             |
| Other shopping                       | £53.87            | £39.39           | £45.34           | £15.18         | £55.89           | £51.14            |
| Travel and transport                 | £48.01            | £82.26           | £40.53           | £9.81          | £43.11           | £50.39            |
| Entertainment and services           | £1.74             | £2.01            | £0.56            | £0.00          | £0.00            | £1.59             |
| Accommodation                        | £2.58             | £1.25            | £0.81            | £0.00          | £2.97            | £2.29             |
| <b>Total off site</b>                | <b>£150.21</b>    | <b>£173.66</b>   | <b>£128.58</b>   | <b>£47.33</b>  | <b>£140.11</b>   | <b>£149.13</b>    |
| <b>Gross off site spend (£000's)</b> | <b>£20,498.76</b> | <b>£3,371.45</b> | <b>£1,399.00</b> | <b>£154.83</b> | <b>£1,046.19</b> | <b>£26,470.23</b> |
| <b>Total</b>                         | <b>£306.09</b>    | <b>£278.27</b>   | <b>£233.65</b>   | <b>£149.05</b> | <b>£247.29</b>   | <b>£293.24</b>    |
| <b>Gross total spend (£000's)</b>    | <b>£41,771.29</b> | <b>£5,402.35</b> | <b>£2,542.21</b> | <b>£487.58</b> | <b>£1,846.50</b> | <b>£52,049.93</b> |

Πίνακας 8:Πηγή: *Economic Impact of Glastonbury Festivals (2007) by Glastonbury Festival Ltd & Mendip District Council*



Εικόνα 3: Glastonbury Festival, Painting by Rose Popay



Εικόνα 4: Χάρτης Εγκαταστάσεων & Υπηρεσιών του Glastonbury Festival 2019

## Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ OPENAIR ST.GALLEN (CH)

Ο εμπνευστής και ιδρυτής του OpenAir St.Gallen Festival είναι ο Freddi “Gagi” Geiger. Διοργάνωνε πάρτι και συναυλίες ως χόμπι. Ο “Gagi” μαζί με την παρέα του έχουν την προθυμία να δημιουργήσουν μια πλατφόρμα, ένα πάλκο για τις τοπικές και Ελβετικές μπάντες συγκεκριμένα. Είναι γοητευμένοι με την ιδέα της διοργάνωσης μιας ειρηνικής εμπειρίας για την κοινότητα σε μια πανέμορφη τοποθεσία φεστιβάλ στην οποία το κάμπινγκ θα επιτρέπεται. Ο “Gagi” θέλει να επιτρέψει στους επισκέπτες να «έχουν μια βαθιά εμπειρία, να κοινωνικοποιηθούν και να γνωριστούν μεταξύ τους». Το 1977 διοργανώνει το πρώτο OpenAir στο Atschberg στην Abtwil. Με το όνομα «OpenAir Festival St.Gallen» πραγματοποιείται η πέμπτη κατά σειρά διοργάνωση στο Sittertobel πλέον. Από το 2002 το Φεστιβάλ είναι αυτόνομο και με δική του ευθύνη μέσω μιας εταιρείας μετοχών και δε λαμβάνει καμία οικονομική ενίσχυση από την πόλη ή το καντόνι. Σήμερα το Φεστιβάλ ανήκει στην εταιρεία Gadget ABC Entertainment Group που εδρεύει στη Ζυρίχη και πλειοψηφικός μέτοχος (σύμφωνα με τον ιστότοπο [87leaderdigital.ch/news](http://87leaderdigital.ch/news), 21.01.2020) είναι η διεθνώς ενεργός πάροχος εισιτηρίων και ζωντανής ψυχαγωγίας εταιρεία CTS Eventim με έδρα το Μόναχο.

(Πηγή: Infosheet OpenAir St.Gallen v2016.01)

### **Ποσοστιαία Κατανομή Οικονομικών Στοιχείων.**

Ο οικονομικός προϋπολογισμός του Φεστιβάλ διαφέρει από έτος σε έτος. Το 2013 ήταν 14 εκατομμύρια ελβετικά φράγκα(SwF) κατανεμημένα σε:

- 20%: Καλλιτέχνες/Booking: Αμοιβές για συγκροτήματα, κόστος παραγωγής για τη σκηνή, ξενοδοχεία κλπ.
- 7%: Μάρκετινγκ/Χορηγίες: Διαφήμιση, Ιστότοπος
- 10%: Τρόφιμα/Ποτά: Αγορά αγαθών, ποτών και γευμάτων
- 18%: Κατασκευές / Τεχνολογία / Έδαφος: Υποδομές (κτίρια, εκ νέου καλλιέργεια, ηλεκτρισμός, εγκαταστάσεις υγιεινής κλπ.)
- 5%: Ασφάλεια: Ασφάλεια
- 40%: Διοικητικά Έξοδα: τέλη διαχείρισης, έξοδα μεταφοράς, φόροι, πληρωμές χωρίς μετρητά κλπ.

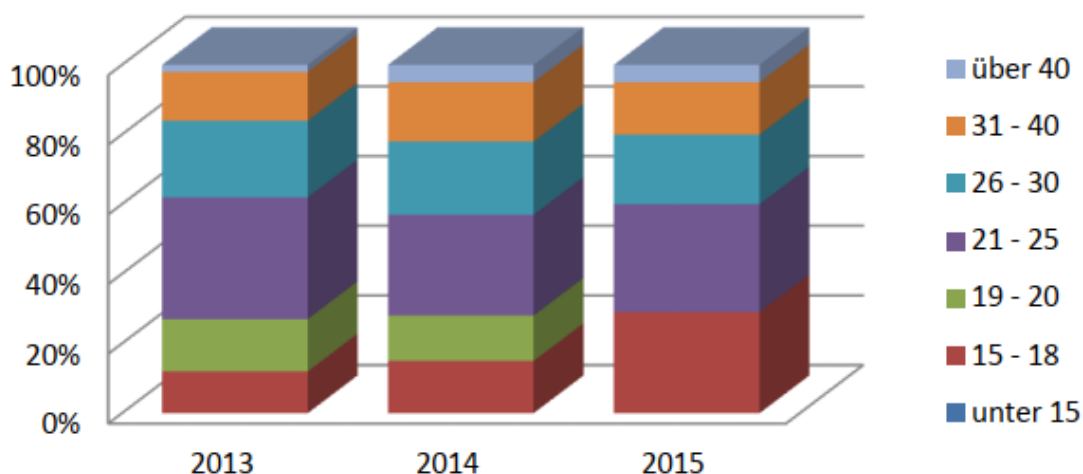
Η κατανομή των εισοδων αντίστοιχα:

- 10%: Μάρκετινγκ/Χορηγίες: Χορηγία χρημάτων από τον ιδιωτικό τομέα
- 20%: Τρόφιμα/ Ποτά: Έσοδα από ποτά και πωλήσεις τροφίμων, ενοικιάσεις
- 70%: Χρηματοδότηση/Εκδοση Εισιτηρίων: Έσοδα Εισιτηρίων

### Στόχοι και Προκλήσεις.

Το OpenAir St.Gallen Festival καταγράφει ως χαρακτηριστικό ότι το κάμπινγκ συμπεριλαμβάνεται εντός της περιοχής του Φεστιβάλ, πράγμα όχι συνηθισμένο για Φεστιβάλ τέτοιου μεγέθους (~30.000 επισκέπτες ανά ημέρα, Infosheet OASG v2016.01).

Βασική ηλικιακή ομάδα στοχοθεσίας είναι οι νέοι ηλικίας 16-25 ετών. Η προστασία του περιβάλλοντος είναι μία από τις πρότερες δεσμεύσεις του φεστιβάλ. Το ίδιο και τα μέτρα ασφαλείας, με παρακολούθηση πολλών διεθνών σεμιναρίων και εργαστηρίων ετησίως. Παράλληλα το φεστιβάλ επενδύει συνεχώς σε υποδομές, καινοτομίες και νέες ιδέες (αποθήκες σκηνών, νέες σκηνές, επεκτάσεις εγκαταστάσεων υγιεινής, επαναχρησιμοποιούμενο κύπελλο, υπηρεσία παράδοσης κατ' οίκον, “green clean award”, κανονισμός 3lt κά.).



Σχήμα 13: Ποσοστά επισκεπτών ανά ηλικία, OpenAir St.Gallen Info sheet v2016

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του Φεστιβάλ είναι οι καιρικές συνθήκες και ο αριθμός των καλοκαιρινών εκδηλώσεων στην Ελβετία. Ο βροχερός καιρός αυξάνει ψηλά το κόστος και αποτρέπει τους επισκέπτες από την αγορά εισιτηρίου. Η Ελβετία είναι τώρα(2016) η χώρα με την υψηλότερη πυκνότητα φεστιβάλ στην Ευρώπη. Ταυτόχρονα η αγορά και το δυνητικό κοινό δεν έχουν αλλάξει στον ίδιο βαθμό από το έτος ίδρυσης του OpenAir St.Gallen. Πολλοί διοργανωτές αγωνίζονται για την εύνοια του κοινού κάθε χρόνο. Ενός κοινού που οι προσδοκίες έχουν αυξηθεί λόγω του ευρύ φάσματος που τους προσφέρεται. Οι απαιτήσεις για τις προδιαγραφές των υποδομών έχουν επίσης αυξηθεί. Λόγω της έκρηξης των τελευταίων χρόνων στη βιομηχανία ζωντανού θεάματος τα τέλη των καλλιτεχνών έχουν ανέβει και απαιτείται όλο και μεγαλύτερο μέρος του προϋπολογισμού για να μπορεί να υποβάλλει κάποιος προσφορές στην αγορά.

### **Η Περιοχή.**

Το Sittertobel είναι μια από τις πιο όμορφες περιοχές. Η φυσική οριοθέτηση από τον ήσυχο ποταμό Sitter, τα σκιερά δέντρα και οι λόφοι, αποτελούν τις ιδανικές συνθήκες για μια υπαίθρια εκδήλωση. Παράλληλα λόγω αυτής της οριοθέτησης δεν είναι δυνατόν να διευρυνθεί η περιοχή του Φεστιβάλ. Οι Αρχές της περιοχής, καθώς και οι κάτοικοι δείχνουν υψηλή αποδοχή και συμπάθεια προς τη διοργάνωση. Το Φεστιβάλ εκτός από την οικονομική σημασία που έχει για την περιοχή και τις μάζες που προσελκύει μία φορά το χρόνο, είναι και σημαντικός περιφερειακός φορέας εικόνας της περιοχής. Η συνεργασία με τις αρχές τόσο στο επίπεδο πόλης όσο και σε επίπεδο καντονίου λειτουργεί αποτελεσματικά.

### **Μάρκετινγκ και Προώθηση.**

Η διαφήμιση είναι πολύ σημαντική. Το Φεστιβάλ χρειάζεται να πουλήσει ενεργά. Οι δυνητικοί πελάτες θέλουν να ενημερώνονται για την κάθε προσφορά με τον πιο ελκυστικό τρόπο. Τα ηλεκτρονικά μέσα και ειδικά το διαδίκτυο γίνονται όλο και σημαντικότερα. Η παρακολούθηση της εποχής, η χρήση των κοινωνικών δικτύων, των ενημερωτικών δελτίων, της ηλεκτρονικής σελίδας, καθώς και των συνεργατών είναι απαραίτητα εργαλεία μάρκετινγκ. Τα κλασικά μέσα, όπως αφίσες, φυλλάδια και έντυπες διαφημίσεις είναι επίσης μεταξύ των διαφημιστικών μέσων που χρησιμοποιούνται, όμως οι πόροι στην διαδικτυακή περιοχή όπου είναι και ο στόχος πλέον έχουν κερδίσει έδαφος. Συνεργασίες με το ραδιόφωνο και την τηλεόραση υπάρχουν.

### **Μουσικό Πρόγραμμα.**

Όσον αφορά το πρόγραμμα, το OpenAir St.Gallen θέλει να προσφέρει στους Ελβετούς καλλιτέχνες, εθνικούς αλλά και διεθνείς νεοεισερχόμενους μια πλατφόρμα, μια σκηνή. Χρειάζεται να προσφέρεται ένα ισορροπημένο, κομψό πρόγραμμα που να ταιριάζει σε κάθε γούστο και να έχει κάτι να προσφέρει. Το επίκεντρο είναι το ποπ, το ροκ, το εναλλακτικό(alternative) και το χιπ χοπ. Προσπαθούμε να ανταποκριθούμε στις προτιμήσεις του κοινού μας και να δούμε με βάση τα προηγούμενα χρόνια, από σχετικά ιστολόγια, από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και μέσω των ερευνών μας τι αρέσει στο κοινό-στόχο του Φεστιβάλ. Η αξιοπιστία και η ποιότητα του καλλιτέχνη κατά τη ζωντανή εμφάνιση είναι σημαντικές και δεν εξομοιώνονται με ρεκόρ πωλήσεων και θέσεις στα γραφήματα.

### **Η Δημιουργία του Μουσικού Προγράμματος.**

Οι “bookers” του Φεστιβάλ, ταξιδεύουν στο Λονδίνο αρκετές φορές το χρόνο για να επισκέπτονται πρακτορεία και ατζέντηδες καλλιτεχνών. Η «κράτηση των μεγαλύτερων» περνά μέσα από συμφωνίες σε αυτά τα ταξίδια. Οι περισσότερες επικοινωνίες όμως πραγματοποιούνται μέσω email. Ο διαχειριστής του προγράμματος ενημερώνεται συνεχώς για τις νέες τάσεις και τα ρεύματα.

Η πραγματική διαδικασία συνένωσης και δημιουργίας του προγράμματος ξεκινά τον Οκτώβριο του προηγούμενου έτους, γιατί τότε οι διεθνείς τίτλοι ανακοινώνουν συνήθως τα σχέδια περιοδείας τους για την Ευρώπη. Τότε και ξεκινά η ώρα των διαπραγματεύσεων. Η μουσική βιομηχανία είναι μια μεγάλη αγορά. Ανταποκρίνεται κι αυτή στην προσφορά και τη ζήτηση. Εάν μια μπάντα έχει μεγάλη ζήτηση, γίνεται πιο ακριβή και το αντίστροφο.

Πρώτα κρατούνται οι “headliners” του Φεστιβάλ. Τα «ονόματα». Οι headliners είναι εκείνοι που καθορίζουν την ημέρα εμφάνισης κι ο διοργανωτής πρέπει να ενεργεί ανάλογα με αυτούς στις περισσότερες περιπτώσεις. Μόλις οριστούν οι headliners, γίνεται η κράτηση των νεοεισερχόμενων και των επιθυμητών συγκροτημάτων, έτσι ώστε να δημιουργηθεί κάθε φορά μια διαφορετική και χαρισματική σύνθεση.

Δυστυχώς, συμβαίνει επίσης συχνά να ακυρώνονται τα αγαπημένα και τα επιθυμητά συγκροτήματα επειδή το St. Gallen δεν εντάσσεται στη διαδρομή του προγράμματος περιοδίας του καλλιτέχνη.

Σε γενικές γραμμές, ο προγραμματισμός είναι ένα παζλ τόσο μεγάλο.

Απαιτείται δεξιότητα, πολλή υπομονή και καλή «μύτη».

### **Ασφάλεια και πρόληψη.**

Η ιδέα της ασφάλειας βασίζεται σε πολυετή εμπειρία. Ελέγχεται κάθε χρόνο και εισάγονται τα τελευταία ευρήματα από τη λειτουργία του OpenAir St.Gallen αλλά και από τα διεθνή φεστιβάλ.

Κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ, η κατάσταση παρακολουθείται συνεχώς από το επιχειρησιακό κέντρο διαχείρισης σε 24ωρη βάση και λαμβάνονται τα απαραίτητα μέτρα όπου κρίνεται. Η υπηρεσία ασφαλείας του OpenAir St.Gallen συνεργάζεται στενά με την αστυνομία και χωρίζεται σε 10 τμήματα. Σε κάθε τμήμα έχει ανατεθεί μια συγκεκριμένη περιοχή και μια συγκεκριμένη λειτουργία. Αυτό διασφαλίζει ότι τα κατάλληλα εκπαιδευμένα άτομα είναι πάντα στο σωστό μέρος.

Οι βοηθοί από το τμήμα ασφαλείας είναι διακριτικοί και εκπαιδεύονται για να αντιμετωπίζουν τους επισκέπτες που παραβιάζουν τους κανονισμούς του Φεστιβάλ με φιλικό αλλά ακέραιο τρόπο. Οι βοηθοί ασφαλείας δεν φορούν στολή αλλά εργάζονται με πουκάμισα και γιλέκα προσωπικού και είναι επίσης διαθέσιμοι να δώσουν γενικές πληροφορίες.

Τα όρια του φεστιβάλ περιορίζονται εν μέρει. Μερικές φορές η πρόσβαση γίνεται πιο δύσκολη λόγω των φυσικών συνθηκών (ποταμός, δάσος). Υπάρχει συνεχής περιπολία εντός και γύρω από την περιοχή. Άτομα που εντοπίζονται χωρίς βραχιόλι εισόδου αναφέρονται και αποβάλλονται από το χώρο. Επιπλέον, λόγω της τεχνολογίας RFID, άτομα χωρίς βραχιολάκι δεν μπορούν να καταναλώσουν φαγητό και αλκοόλ εντός Φεστιβάλ..

## Προστασία του περιβάλλοντος και διαχείριση αποβλήτων.

### Δραστηριότητες / Βραβεία

- 2004: Περιβαλλοντική μελέτη από εξωτερική εταιρεία (ως το πρώτο φεστιβάλ στην Ελβετία).
- Από το 2004: Παρακολούθηση των μέτρων.
- Από το 2007: κατάλογος μέτρων και διορισμός Διευθυντή Αειφορίας. Συνεχής εκπαίδευση σε αυτόν τον τομέα, επίσης και σε διεθνές επίπεδο.
- Από το 2007, το OpenAir St.Gallen έλαβε το βραβείο "Green'n'Clean" από τον ευρωπαϊκό οργανισμό YOUROPE (ετήσιο βραβείο).
- Τον Ιούνιο του 2009, μια μελέτη του WWF ("Περιβαλλοντική απόδοση μεγάλων εκδηλώσεων") ονόμασε το OpenAir St.Gallen ως "Πρωταθλητή του Περιβάλλοντος".
- Το 2010 απονεμήθηκε επίσης στο φεστιβάλ το βραβείο «A Greenener Festival». Ένας ειδικός από το Λονδίνο επισκέφθηκε το φεστιβάλ και αξιολόγησε τα διάφορα μέτρα σύμφωνα με ένα διεθνές Σχήμα. Η υπηρεσία παράδοσης κατ'οίκον χαρακτηρίστηκε ως "εξαιρετική".
- Το 2014, πραγματοποιήθηκε μια ανεξάρτητη μελέτη προσαρμοσμένη στο φεστιβάλ με θέμα επαναχρησιμοποιήσιμα ποτήρια.
- Το 2015: Υποψήφιο (σε μικρή λίστα) για το Πράσινο Βραβείο Επιχειρήσεων στα Βραβεία European Festival.
- Συνεχής ευαισθητοποίηση του κοινού μέσω αφισών, μηνυμάτων σε οθόνες, στο διαδίκτυο και μέσω εφημερίδας του φεστιβάλ.
- Η Έκθεση Βιωσιμότητας αποστέλλεται σε ενδιαφερόμενους (αρχές, προμηθευτές, φορείς εκμετάλλευσης).

### **Έδαφος / απόβλητα.**

- Διαρκής διαχωρισμός αποβλήτων για πάνω από 25 χρόνια, εν τω μεταξύ διαχωρισμός: χαρτόνι, PET, γυαλί, λευκοσίδηρος, αλουμίνιο, γη / πέτρες και υπολείμματα.
- Οι σχολικές τάξεις καθαρίζουν την περιοχή τη Δευτέρα και την Τρίτη μετά το φεστιβάλ και λαμβάνουν οικονομική συνεισφορά
- Δεν επιτρέπεται η δειγματοληψία, η διανομή δειγμάτων ή φυλλαδίων.
- Από το 1994: απαγόρευση γυαλιού σε ολόκληρο το χώρο του φεστιβάλ.
- Από το 2003: απαγόρευση των κονσερβών σε ολόκληρο το χώρο.
- 2003: Εισαγωγή των «Ηρώων» απορριμμάτων. Καθαρίζουν την περιοχή, διανέμουν σάκους σκουπιδιών στην είσοδο και ευαισθητοποιούν το κοινό για το πρόβλημα των απορριμμάτων.
- 2005: Εισαγωγή της αποθήκης για ποτήρια, σερβίτσια και μαχαιροπίρουνα.
- Από το 2007: Ενισχυμένα μέτρα προστασίας του χώρου (πλάκες βαρέως τύπου, απαγόρευση οδήγησης / έλεγχος, έκδοση λεωφορείων σε περίπτωση παραβίασης).
- 2009/10: Έναρξη της υπηρεσίας παράδοσης κατ'οίκον: Η μπύρα (PET) και το ορυκτό μπορούν να παραγγελθούν στον ιστότοπο και να παραληφθούν στο χώρο του ξενοδοχείου. Αυτά τα εμπορευματοκιβώτια χρεώνονται με αποθήκη.
- 2010: Εισαγωγή του επαναχρησιμοποιήσιμου κυπέλλου (πλυντήριο στην περιοχή)
- 2010: Εισαγωγή του ορίου ποτών: επιτρέπεται μόνο 3L ανά άτομο.

- 2014: Εισαγωγή αποθήκευσης σκηνών. Πρέπει να καταβληθεί μια κατάθεση (μάρκα) για κάθε σκηνή που έχει κάποιος μαζί του.
- 2015: Ενίσχυση εκστρατειών συλλογής αποβλήτων.
- 2015: Ο αριθμός των "Big Bags" (κάδοι απορριμμάτων με χωρητικότητα 1 τ.μ.) διπλασιάζονται σε όλο το χώρο του Φεστιβάλ, εστιάζοντας στο κάμπινγκ.
- 2015: Οι «ήρωες» των απορριμμάτων ειδοποιούν με τηλεβόες τους επισκέπτες για μια επερχόμενη καμπάνια συλλογής σκουπιδιών.

---

*Μέση ποσότητα αποβλήτων ανά επισκέπτη/ημέρα:*

**~ 2 Kg**

---

#### **Νερό.**

- Από το 2008: συνεχής επέκταση των εγκαταστάσεων υγιεινής.
- Κυρίως παρέχονται τουαλέτες νερού. Οι χημικές τουαλέτες αποφεύγονται σε μεγάλο βαθμό.
- Τα λύματα ρέουν απευθείας στο σύστημα αποχέτευσης.
- Οι βρύσες στις τουαλέτες σταματούν αυτόματα εάν δεν χρησιμοποιούνται.

### **Κίνηση Στους Δρόμους.**

- Ενσωματωμένο στο εισιτήριο από την έναρξη του Φεστιβάλ είναι πλέον το ταξίδι με το αστικό λεωφορείο (VBSG) καθώς και το λεωφορείο της γραμμής (χώρος στάθμευσης/σιδηροδρομικός σταθμός - περιοχή φεστιβάλ).
- Έκπτωση 20% στα εισιτήρια του τρένου για κάποιον που έχει εισιτήριο Φεστιβάλ, καθώς και έκπτωση 5% στο εισιτήριο φεστιβάλ εάν αγοράζονται ταυτόχρονα.
- Από το 2014: Έκπτωση 50% στα εισιτήρια τρένου (χωρίς έκπτωση εισιτηρίων φεστιβάλ).
- Διατίθενται έως 3000 θέσεις στάθμευσης. Ο χώρος στάθμευσης κοστίζει 60 ελβετικά φράγκα(CHF) για 4 ημέρες.

### **Food & Beverages.**

- Από το 2011: Περίπτερο βιολογικών προϊόντων υπάρχει εντός Φεστιβάλ.
- Προστίθενται συνεχώς περισσότερα περίπτερα με τοπικά προϊόντα και χορτοφαγικά πιάτα.
- Δίνονται κίνητρα διαπραγμάτευσης για πάγκους που πωλούν τοπικά ή περιφερειακά προϊόντα.
- 2013: Το κρέας στα παρασκήνια και τα VIP εστιατόρια προέρχεται αποκλειστικά από την Ελβετία.
- 2015: Μόνο ελβετικό κρέας πωλείται σε όλα τα περίπτερα του Φεστιβάλ.

| Κατανάλωση Ποτών          | 2009   | 2010   | 2011    | 2012    | 2013    | 2014    | 2015    |
|---------------------------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Μπύρα (lt.)               | 91.000 | 86.500 | 100.000 | 115.700 | 114.900 | 123.300 | 130.000 |
| Μπύρα (από το σπίτι)(lt.) | ---    | 32.400 | 36.000  | 45.600  | 48.100  | 39.000  | 43.400  |
| Μεταλλικό Νερό (lt.)      | 44.000 | 58.600 | 55.800  | 92.800  | 71.200  | 80.800  | 85.000  |

Πίνακας 9: Κατανάλωση Ποτών ανά είδος και έτος διοργάνωσης, *OpenAir St.Gallen Info sheet v.2016*

### Ηλεκτρική Ενέργεια.

- Από το 2007: Δεν υπάρχουν πλέον γεννήτριες ντίζελ στο χώρο του Φεστιβάλ. Η ενεργειακή απαίτηση αντλείται εξ ολοκλήρου από το υπάρχον ηλεκτρικό δίκτυο. Ολόκληρη η απαίτηση ηλεκτρικής ενέργειας καλύπτεται από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.
- Από το 2012: Συνεργασία με τον πάροχο ενέργειας SGSW (St.Galler Stadtwerke). Η παροχή ενέργειας για όλο το Φεστιβάλ γίνεται πλέον μόνο από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας μέσω του προγράμματος St.Galler Strom Oko Plus (60% νερό, 20% αέρας, 20% ήλιος).

### Συνολική κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας:

(συμπεριλαμβανομένης του στησίματος και του μαζέματος)

**~ 90.000 «πράσινες» kWh**

### **Υγεία και Ασφάλεια.**

- Ενισχυμένα μέτρα ασφαλείας, ειδικά για τον έλεγχο πλήθους (εμπόδια, περιπολίες).
- Διανομή δωρεάν προστατευτικών ακοής.
- Προσφορά προστασίας από τον ήλιο (δωρεάν αντηλιακή κρέμα για τεχνικούς, εργαζόμενους και κοινό).
- Οι τοπικοί οργανισμοί τοξικομανών και νεολαίας και το ειδικό κέντρο για το AIDS και τα σεξουαλικά ζητήματα υπήρχουν με ένα περίπτερο στο χώρο του Φεστιβάλ πολλά χρόνια.
- Ο χώρος του Φεστιβάλ είναι σε μεγάλο βαθμό προσβάσιμος από αναπηρικά αμαξίδια. Στα άτομα με ειδικές ανάγκες επιτρέπεται να φέρνουν ένα άτομο/συνοδό δωρεάν. Και οι δύο σκηνές έχουν εξέδρα για χρήστες αναπηρικών αμαξιδίων και ξεχωριστές τουαλέτες. Ένα από τα κάμπινγκ είναι εύκολα προσβάσιμο για άτομα με ειδικές ανάγκες.

## 6 Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΩΝ ΜΟΥΣΙΚΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

---

### ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΈΡΕΥΝΑΣ

Στην παρούσα έρευνα έγινε μια προσπάθεια να συγκεντρωθούν στοιχεία που αφορούν τα Μουσικά Φεστιβάλ που διοργανώνονται στην Ελλάδα. Δεδομένης της Οικονομικής Κρίσης και του μεγάλου ρίσκου (οικονομικού και ασφάλειας) μιας τέτοιας διοργάνωσης, αλλά και των χαρακτηριστικών παροδικότητας που εμφανίζει ο χώρος (ορισμένου χρόνου επιδοτούμενα προγράμματα, εκλογικές αλλαγές τοπικών αρχών και των προτεραιοτήτων τους, παρορμητικές συμπεριφορές διοργανωτών χωρίς τον απαιτούμενο σχεδιασμό και τη γνώση), επιλέχθηκε ένα εξαετές διάστημα που ξεκινά από το 2015 και τελειώνει το 2020. Μέσα σε αυτό το διάστημα καταγράφονται όλα τα φεστιβάλ που λειτούργησαν είτε μία φορά είτε που έπαψαν την πολυετή λειτουργία τους εντός του.

Τα στοιχεία που συλλέχθηκαν αφορούν:

- 1) το όνομα του φεστιβάλ (Festival name),
- 2) το μέρος διεξαγωγής του (Place),
- 3) την κοντινότερη πρωτεύουσα νομού (σημ. στις περιπτώσεις των νησιών καταγράφεται η μεγαλύτερη πόλη του νησιού) (City Near To),
- 4) τη δυναμικότητά/χωρητικότητά του (Capacity),
- 5) τον αριθμό όσων το παρακολούθησαν σε ετήσια βάση (Attendance),
- 6) την περίοδο διεξαγωγής του (Period),
- 7) τον αριθμό των ημερών που διεξάγεται (Days),

- 8) την εμφάνιση γλώσσας εκτός των ελληνικών στην επίσημη σελίδα του (Translated)
- 9) το φορέα που το διοργανώνει (Organization),
- 10) το αντίτιμο εισόδου (Admission),
- 11) την ιστορία του σε χρόνια παρουσίας (History),
- 12) το είδος μουσικής που φιλοξενεί (Genre),
- 13) το γεωγραφικό πλάτος της ακριβούς τοποθεσίας διεξαγωγής του (Latitude),
- 14) το γεωγραφικό μήκος της ακριβούς τοποθεσίας διεξαγωγής του (Longitude),
- 15) της εμφάνισή του στην αναζήτηση του Google Earth (Google Earth)
- 16) τη συμμετοχή του στην ευρωπαϊκή δράση “Europe for Festivals, Festivals for Europe” του Οργανισμού Ευρωπαϊκών Φεστιβάλ (EFA) με την υποστήριξη της Κομισιόν και του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου (EFFE).

Η συλλογή των στοιχείων έγινε αποκλειστικά μέσω διαδικτύου. Όλα τα στοιχεία συλλέχθηκαν με σειρά προτεραιότητας α) τον επίσημο ιστότοπο του κάθε Φεστιβάλ, β) τους επίσημους λογαριασμούς που διατηρεί το φεστιβάλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter, Instagram), γ) τοπικά ειδησεογραφικά sites και δ) αναζήτησης και εντοπισμού των με χρήση του Google Earth Pro.

Τα στοιχεία στη συνέχεια οργανώθηκαν και επεξεργάστηκαν με τη βοήθεια του προγράμματος λογισμικού Microsoft Office Pro Plus 2016, ενώ οι πληροφορίες συσχετίστηκαν και οπτικοποιήθηκαν σε χάρτες μέσω του λογισμικού ArcGis 10.7.1.

Περαιτέρω ανάλυση, τόσο ποσοτική όσο και ποιοτική των στοιχείων και των συμπερασμάτων που προκύπτουν από την επεξεργασία τους είναι αναγκαία και επιθυμητή.

## **ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΙΚΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ**

Σε διάστημα πενταετίας, και ύστερα από τρεις επαναλήψεις της διαδικασίας συλλογής, ελέγχου και ανατροφοδότησης των στοιχείων (2015, 2017 και 2019), καταγράφηκαν συνολικά 170 Ετήσια Μουσικά Φεστιβάλ εντός του Ελλαδικού Χώρου.

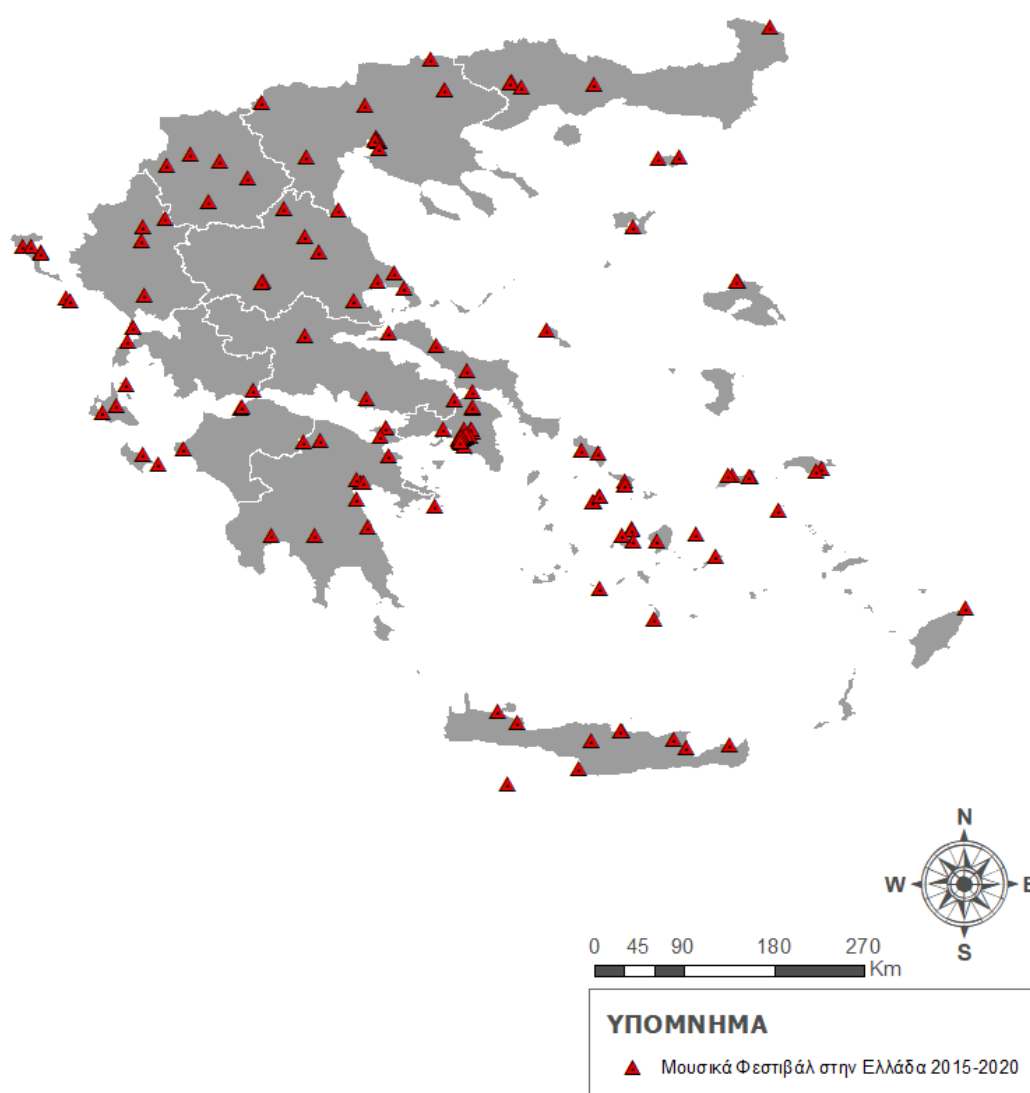
Με τον όρο «Μουσικό Φεστιβάλ» εννοούνται όλα τα φεστιβάλ τα οποία συμπεριλαμβάνουν και αφιερώνουν σημαντικό αν όχι όλο, μέρος του πρόγραμμά τους στη ζωντανή(live) μουσική. Ως φεστιβάλ ορίζουμε «...ένα πολιτιστικό event (εκδήλωση) που επαναλαμβάνεται ετησίως ή τουλάχιστον σε συχνό διάστημα, κατά τη διάρκεια του οποίου εκδηλώσεις όπως θέατρο, (και/ή) μουσική, (και/ή) κινηματογράφος, συνδυάζονται σε ένα πρόγραμμα που πραγματοποιείται σε ένα (ή περισσότερους) μόνιμο χώρο (ή χώρους) με συγκεκριμένη χρονική αφετηρία και τέλος.» (Noordman, 2005), μια «δημόσια γιορτή» (Goldblatt & Nelson, 2001; Getz, 2005).



*Εικόνα 5: Rockwave Festival 2018, Μαλακάσα, Αττική*

## Γεωγραφική Κατανομή.

### Τα Μουσικά Φεστιβάλ όπως κατανέμονται στον Ελλαδικό χώρο (2015-2020)



Σχήμα 14: Χάρτης Κατανομής Μουσικών Φεστιβάλ στον Ελλαδικό Χώρο (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος, 2020)

Η κατανομή στην ελληνική επικράτεια παρουσιάζει μεγάλη διασπορά. Τα νησιά καταλαμβάνουν το 33,5% ή 57/170 των καταγεγραμμένων φεστιβάλ, ενώ το βάρος παραμένει συγκεντρωμένο στην πρωτεύουσα 28,2% ή 48/170 και τη συμπρωτεύουσα 5,9% ή 10/170 φεστιβάλ. (Εμφανής παράλειψη το Μουσικό Φεστιβάλ Χίου που πραγματοποιείται ήδη τρία χρόνια από το 2017).

Η καταγραφή των κοντινότερων πόλεων στο φεστιβάλ, έχει στοιχειοθετηθεί με βάση την πρωτεύουσα νομού για τις περιπτώσεις της ηπειρωτικής Ελλάδας και Κρήτης και με βάση τη μεγαλύτερη πόλη του νησιού στις περιπτώσεις των νήσων.

Ανά Περιφέρεια τα φεστιβάλ κανανέμονται ως εξής:

1. Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.....7/170
2. Κεντρικής Μακεδονίας.....19/170
3. Δυτικής Μακεδονίας.....4/170
4. Ηπείρου.....6/170
5. Θεσσαλίας.....10/170
6. Δυτικής Ελλάδας.....4/170
7. Στερεάς Ελλάδας και Εύβοιας.....6/170
8. Αττικής.....48/170
9. Πελοποννήσου.....14/170
10. Ιονίων Νήσων.....12/170
11. Βορείου Αιγαίου.....6/170
12. Νοτίου Αιγαίου.....24/170
13. Κρήτης.....10/170

### **Δυναμικότητα/Χωρητικότητα και Επισκέπτες.**

Ένα χαρακτηριστικό των περισσότερων φεστιβάλ είναι ότι δεν αναφέρεται πουθενά η δυναμικότητά/χωρητικότητά τους, εκτός ελαχίστων περιπτώσεων. Κυρίως τα μεγαλύτερα από αυτά δίνουν στη δημοσιότητα τους αριθμούς δυναμικότητάς τους και περισσότερο με ένα στόχο επίδειξης κύρους και θαυμασμού, καθώς και γιατί είναι ο μόνος τρόπος για να μετρηθούν σε μέγεθος και να κατηγοριοποιηθούν στα διάφορα Ευρωπαϊκά και Παγκόσμια Βραβεία Φεστιβάλ που διεξάγονται όπως το European Festival Awards. Έτσι, στα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν υπάρχουν τιμές δυναμικότητας μόνο για τα 8 από τα 170 φεστιβάλ στο σύνολο.

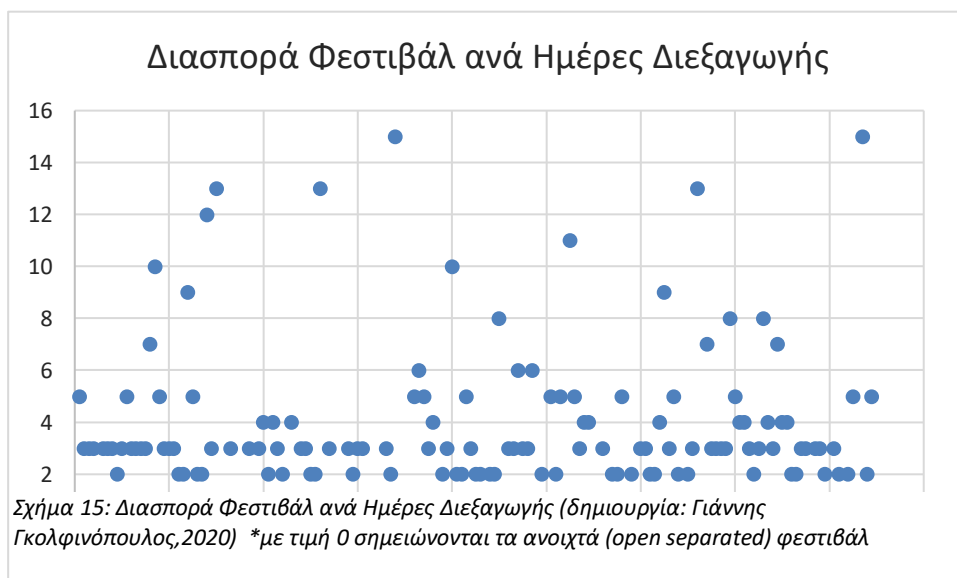
Όσον αφορά τα στοιχεία επισκεψιμότητας εδώ τα πράγματα είναι πιο μπερδεμένα. Επειδή οι επισκέπτες συνδέονται με τα εισιτήρια, και τα εισιτήρια με οικονομικό όφελος και άρα με αποδόσεις προς το κράτος, κανένα ελληνικό φεστιβάλ δεν δίνει επίσημα στοιχεία στη δημοσιότητα. Εντοπίστηκαν και καταγράφηκαν στοιχεία για 13 από τα 170 φεστιβάλ, μέσα από ειδησεογραφικούς ιστοτόπους οι οποίοι άτυπα τοποθετούν εκτιμήσεις ή μεταφέρουν ανεπίσημα λόγια τρίτων. Σε κάποια από αυτά μάλιστα οι εκτιμήσεις αποκλίνουν.

### Περίοδος και Ημέρες Διεξαγωγής.

Αδιαμφισβήτητα όπως αποδεικνύουν και τα συγκεντρωμένα στοιχεία, η περίοδος των φεστιβάλς είναι το καλοκαίρι. Η συντριπτική πλειοψηφία των 122 φεστιβάλς από τα 170, πραγματοποιούνται από το τέλος του Μαΐου έως και τις πρώτες μέρες του Σεπτεμβρίου. Το Φθινόπωρο πραγματοποιούνται 24, το χειμώνα 7, την άνοιξη 16 και 1 δεν καταγράφηκε.

Οι ημέρες διεξαγωγής ποικίλουν. Καταρχήν υπάρχει ένας κυρίως διαχωρισμός των φεστιβάλς που διεξάγονται σε διαδοχικές συνεχόμενες ημέρες, και αυτών που διεξάγονται σε μεμονωμένες ημέρες εντός κάποιου χρονικού διαστήματος (πχ. κάθε Σαββατοκύριακο ή κάποιες επιλεγμένες ημερομηνίες εντός του μήνα). Διοργανώσεις «ανοιχτές», ξεχωριστών ημερών (open separated) καταγράφηκαν 24 και αφορούν τόσο φημισμένα μεγάλα φεστιβάλ όσο και διοργανώσεις Δήμων στα πλαίσια πολιτιστικών εκδηλώσεων καλοκαιριού. Οι υπόλοιπες 136 αφορούν διοργανώσεις διαδοχικών συνεχόμενων ημερών.

Οι ημέρες διεξαγωγής παρουσιάζουν ένα εύρος από 1 έως και 15 ημέρες, εκτός των περιπτώσεων των «ανοιχτών» φεστιβάλς όπως για παράδειγμα το Φεστιβάλ Μονής



Λαζαριστών στη Θεσσαλονίκη που «τρέχει» καθόλη τη διάρκεια του καλοκαιριού με διάφορες ημερομηνίες εκδηλώσεων.

Όπως είναι αναμενόμενο και φαίνεται και στον πίνακα διασποράς, η πλειοψηφία των Φεστιβάλ κυμαίνονται τις ημέρες διεξαγωγής τους από 1 έως 5 ημέρες με το κέντρο βάρους να εστιάζεται στις 2 με 3.

### **Μεταφρασμένος Ιστότοπος.**

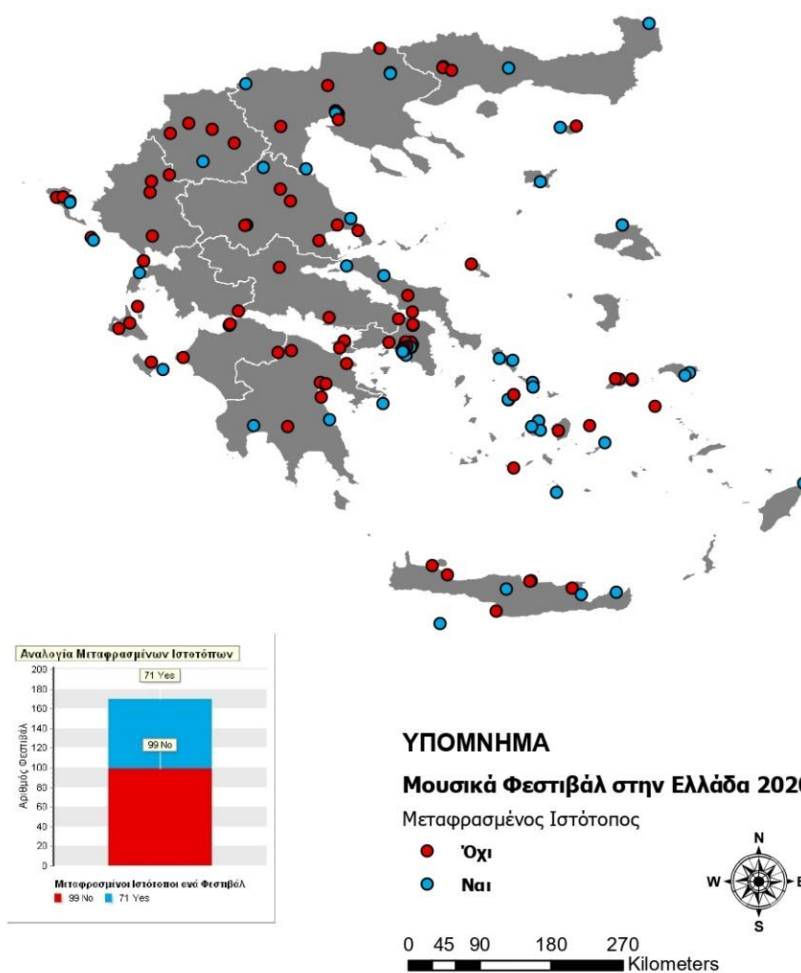
Ένα ενδιαφέρον στοιχείο που αναζητήθηκε είναι το εάν η διοργάνωση έχει μπει στη διαδικασία να δημιουργήσει μετεφρασμένη έκδοση του επίσημου ιστοτόπου της ή εάν χρησιμοποιεί μόνο την ελληνική γλώσσα.

Αυτό κάλλιστα μπορεί να μας οδηγήσει στην ομάδα πιθανών επισκεπτών που συνειδητά ή όχι προσβλέπει και απευθύνεται η διοργάνωση του φεστιβάλ.

Στην αποτύπωση των στοιχείων παρατηρούμε ότι περισσότερα από τα μισά Φεστιβάλς, ακόμα και σε περιοχές που θεωρούνται αμιγώς τουριστικές, οι διοργανωτές δεν έχουν προχωρήσει στις αναγκαίες ενέργειες επικοινωνίας και διεύρυνσης των εν δυνάμει επισκεπτών τους. Τα 99 από τα 170 Φεστιβάλς που συγκεντρώνονται δεν έχουν μεταφρασμένο τον κεντρικό τους ιστότοπο. Σε κάποιες των περιπτώσεων κεντρικός ιστότοπος και επίσημα σελίδα του φεστιβάλ, λογίζεται ένα Facebook ή Instagram προφίλ.

### Μεταφρασμένοι και Μη Μεταφρασμένοι Ιστοτόποι ανά Φεστιβάλ

(2020)



Σχήμα 16: Χάρτης Μεταφρασμένων και Μη μεταφρασμένων Ιστοτόπων ανά Μουσικό Φεστιβάλ στην Ελλάδα (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος, 2020)

### Παρουσία στην Αναζήτηση Google Earth.

Μια παράμετρος αναζήτησης που προέκυψε κατά τη διάρκεια της εργασίας είναι ο εντοπισμός ή όχι των φεστιβάλ στο λογισμικό Google Earth Pro. Εκτιμήθηκε σημαντικό στοιχείο μετά από την απουσία εντοπισμού πολλών φεστιβάλ στο παραπάνω λογισμικό αλλά και στην

ανάζητηση google maps.

Εκφράζει σε ένα βαθμό την

αδιαφορία της διοργάνωσης

για την επικοινωνία και

πληροφόρηση σχετικά με το

φεστιβάλ, καθώς και για τη διευκόλυνση των πιθανών επισκεπτών στο χώρο διεξαγωγής του.

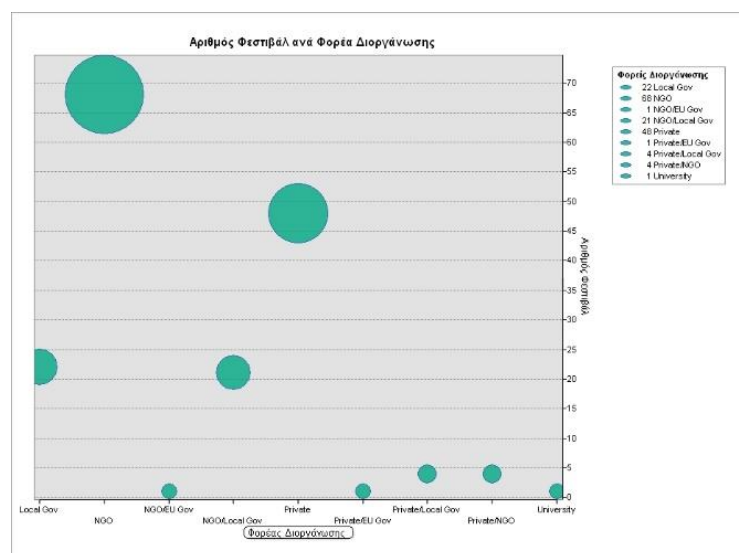


Συγκεκριμένα σε σύνολο 170 συγκεντρωμένων φεστιβάλ, τα 113 δεν εμφανίζονται στους χάρτες της google, ενώ μόλις 57 εμφανίζονται.

### Φορέας Διοργάνωσης.

Η Διοργάνωση ενός Φεστιβάλ δεν είναι ένα εύκολο ζήτημα. Απαιτεί τη φιλοξενία μιας μάζας ανθρώπων που καταφτάνουν την ίδια ώρα, κινούνται παρόμοιες ώρες για την κάλυψη αναγκών διατροφής, τουαλέτας, χαλάρωσης, κοινωνικοποίησης, ύπνου ίσως, πάρκινγκ, παράγει σκουπίδια, καταναλώνει ενέργεια, καταναλώνει νερό, αλκοόλ, συνωστίζεται, προϋποθέτει ασφάλεια, πληροφόρηση και αποχωρεί τελικά ξανά μαζί παίρνοντας μαζί της εμπειρίες καλές ή κακές, τόσο από τη διοργάνωση όσο και από τον τόπο που τη φιλοξένησε. Ταυτόχρονα οι απαιτήσεις προσωπικού, υποδομών,

καθώς και καλλιτεχνικών δράσεων είναι μια παράλληλη διαδικασία που τρέχει μαζί και απαιτεί εξαιρετικά μεγάλες εκροές χρημάτων και ρίσκου. Το ποιος παίρνει την ευθύνη και τίθεται οικονομικός χορηγός μιας τέτοιας διοργάνωσης δεν είναι από τα στοιχεία που θα μπορούσαν να προσπεραστούν στην έρευνα.



Σχήμα 17: Αριθμός Φεστιβάλ ανά Φορέα Διοργάνωσης (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος, 2020)

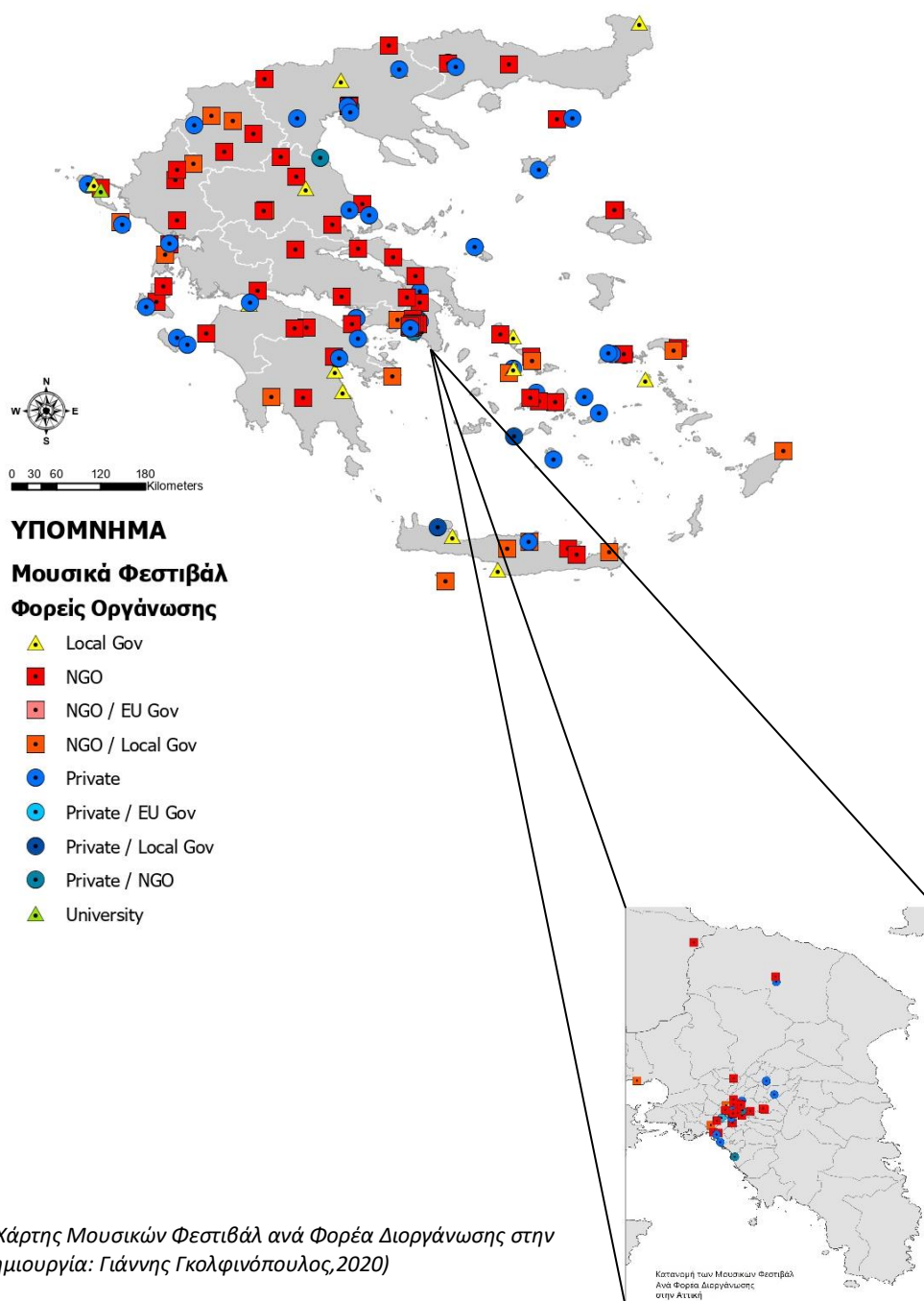
Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα Αριθμού Φεστιβάλ ανά Φορέα Διοργάνωσης δίπλα, σε πλήθος διοργανώσεων, ξεχωρίζουν οι ΜηΚερδοσκοπικές Εταιρείες (NGO) και ακολουθούν οι Ιδιωτικές Επιχειρήσεις. Οι

τοπικές διοικήσεις μένουν πιο πίσω αν και συνυπολογίζοντας τις περιπτώσεις συνδιοργάνωσης με τη στήριξη του Κράτους, φαίνεται να διαδραματίζουν σημαίνοντα ρόλο στη βιομηχανία.

Ασχέτως της διοργάνωσης, του χαρακτήρα και των στόχων (οικονομικών και μη) που θέτει το κάθε Φεστιβάλ, είναι καίριο να συγκρατήσουμε ότι δημιουργεί μια έντονη κινητικότητα τόσο στην αγορά (μέσω προμηθειών, εργασιών, προσωπικού, διαφήμισης και ευκαιριών) όσο και στην εκάστοτε κοινωνία που το φιλοξενεί (κοινωνικοποίηση, διαπολιτισμική επαφή, place branding, δέσιμο της κοινότητας, υπερηφάνεια, απόδραση, διασκέδαση).

## Μουσικά Φεστιβάλ ανά Φορέα Διοργάνωσης

Κατανομή των μουσικών φεστιβάλ στον Ελλαδικό χώρο, ανά φορέα διοργάνωσής τους  
\*2015-2020



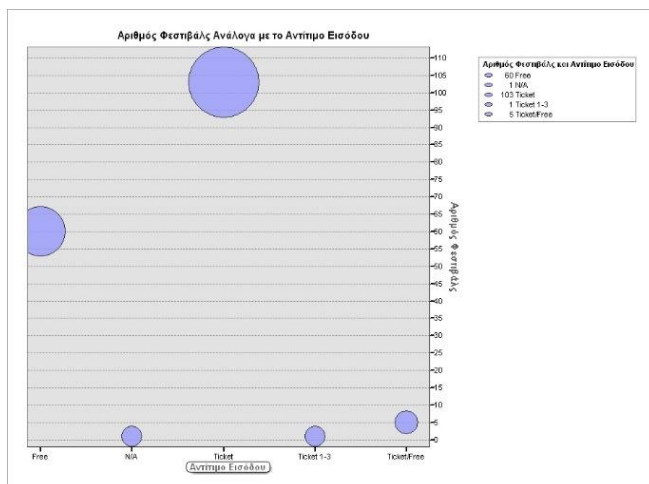
Σχήμα 18: Χάρτης Μουσικών Φεστιβάλ ανά Φορέα Διοργάνωσης στην Ελλάδα (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος, 2020)

### **Αντίτιμο Εισόδου.**

Όπως κανείς θα ανάμενε, σύμφωνα με τα μοντέλα κλασικής οικονομίας και καπιταλισμού στα οποία ζούμε, ζητώντας ένα αγαθό, είτε αυτό είναι προϊόν είτε υπηρεσία, χρειάζεται να αποδοθεί κάποιο αντίτιμο για τη χρήση του. Στην περίπτωση των Μουσικών Φεστιβάλς, η υπηρεσία είναι μια εμπειρία, ζωντανής μουσικής, κοινωνικοποίησης και γιορτής. Είναι ακόμα ίσως φιλοξενία, παροχές, ασφάλεια, φαγητό, ποτό και δραστηριότητες. Γνώσεις και δικτύωση. Είναι σίγουρα κάτι που προσφέρεται και για το οποίο έχουν απαιτηθεί χρόνος, χρήματα, άγχος και πολύ δουλειά. Κι όμως ο πολίτης έχει δικαίωμα στον πολιτισμό, τη μουσική, την κοινωνικοποίηση, τη γιορτή. Ως πολίτης και άνθρωπος, με περιορισμένο τον ελεύθερό του χρόνο λόγω της αναπόφευκτης εργασίας και ως φορολογούμενος, μέρος μιας οργανωμένης κοινωνίας στην οποία συνεισφέρει δια της αυτής εργασίας του. Ακόμα και η υπηρεσία ή το προϊόν διατρέχει κανάλια ιδεολογικής επιρροής, συμβόλων και συμπεριφορών. Διαπλάθει, κατευθύνει, εξυπηρετεί, γίνεται η κυρίαρχη ιδέα.

Έτσι λοιπόν το αντίτιμο εισόδου αποκτά περισσότερα από ένα νοήματα. Αποτελεί μέρος μιας οπτικής, ενός σκοπού, μιας πολιτικής. Έκαστη διοργάνωση επιλέγει τη στρατηγική που θα χαράξει πάνω στο ζήτημα του αντιτίμου (κέρδος, επιρροή, κοινωνική προσφορά, διασκέδαση, ευκαιρίες) και στην αντίστοιχη «σπουδαιότητα που δίνει μεταξύ της διάστασης της συμμετοχής και της οικονομικής διάστασης». (Konsola, Karachalis, 2009p:60)

Στα στοιχεία που αποτυπώνονται παρακάτω διακρίνουμε ένα μεγάλο αριθμό Φεστιβάλ, 60 από τα 170 που έχουν καταγραφεί, που προσφέρουν ελεύθερη είσοδο στο χώρο διεξαγωγής τους. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός, σύμφωνα και με τους



Σχήμα 19: Αριθμός Φεστιβάλ ανάλογα με το Αντίτιμο Εισόδου, (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος, 2020)

Konsola & Karachalis (2009), πως φαίνεται ότι στα περισσότερα φεστιβάλ με αντίτιμο η τιμή είναι αρκετά χαμηλή, μεταξύ 10-15€, ενώ μόνο σε λίγες περιπτώσεις είναι τόσο υψηλή, ώστε να συγκρίνεται με τα major Ευρωπαϊκά Φεστιβάλ.

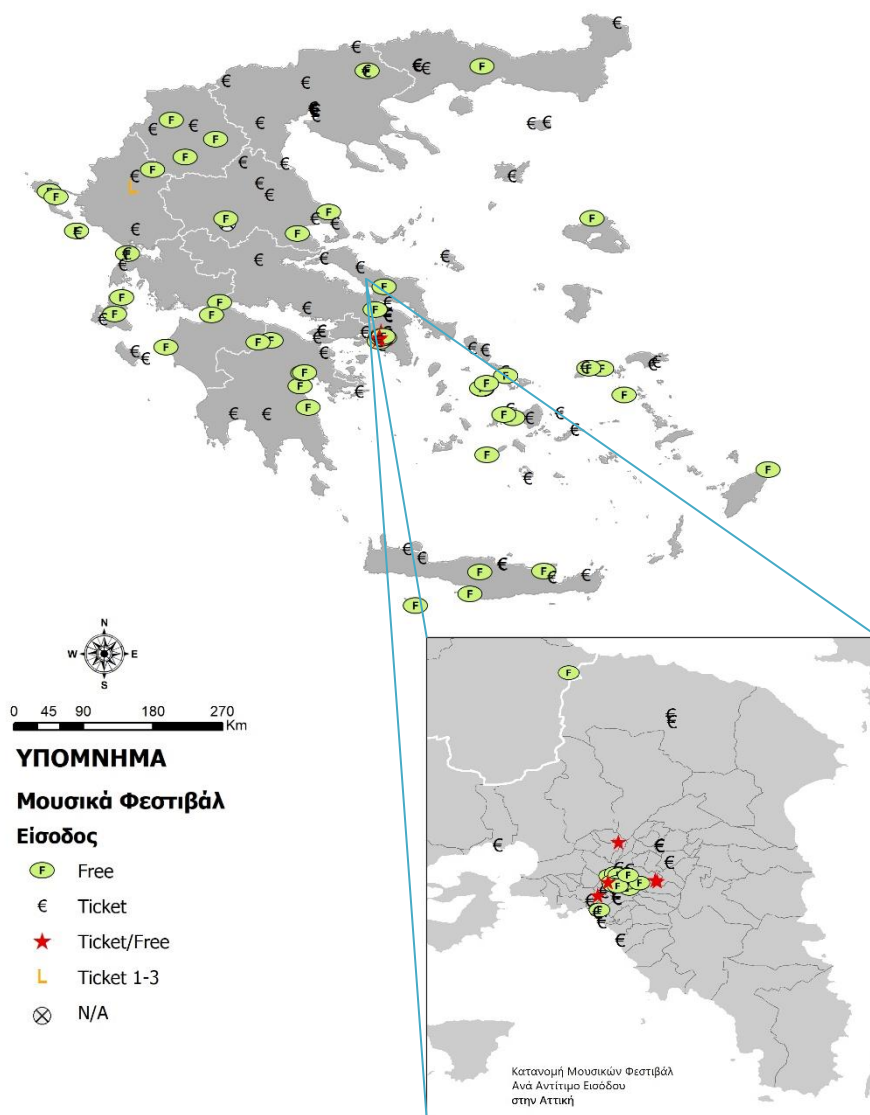
Στη δική μας καταγραφή

δημιουργήθηκε κλάση χαμηλού αντιτίμου με όριο τα 3€ (ticket1-3), όπου καταγράφηκε μονάχα ένα Φεστιβάλ. Σε πολλά όπως διαπιστώνουν και οι Konsola & Karachalis (2009), συμπεριλαμβάνονται τόσο δωρεάν παραστάσεις όσο και εκδηλώσεις με αντίτιμο. Εμείς επιλέξαμε μία κλάση για να καταγραφούν μόνο τα φεστιβάλ με επιλογή κατά περίπτωση (ευάλωτες ομάδες, μη θέληση, ανεργία, μετανάστες κλπ.) δωρεάν εισόδου σε όλες τις παροχές του Φεστιβάλ. Και στις πέντε αυτές περιπτώσεις το Φεστιβάλ σχετιζόταν με πολιτικό μόρφωμα ή συλλογικότητα.

Παρακάτω δακρίνεται η κατανομή τους ανά αντίτιμο εισόδου, στον ελλαδικό χώρο:

## Μουσικά Φεστιβάλ ανά Αντίτιμο Εισόδου

Κατανομή Μουσικών Φεστιβάλ στον Ελλαδικό Χώρο, ανά Αντίτιμο Εισόδου  
\*2015-2020



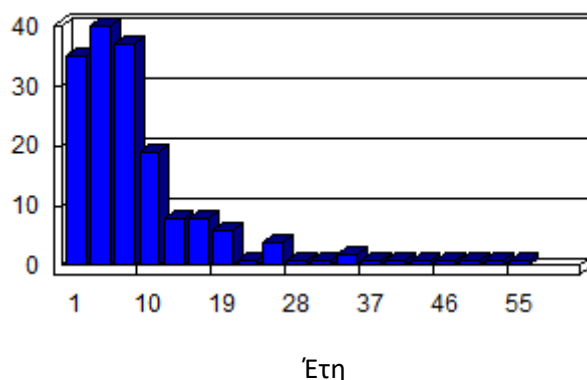
Σχήμα 20: Χάρτης Μουσικών Φεστιβάλ ανά Αντίτιμο Εισόδου στην Ελλάδα  
(δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος, 2020)

## Η Ιστορία σε Έτη.

Αναζητώντας την ιστορικότητα του κάθε φεστιβάλ, διαπιστώθηκε ότι το 1/3 των καταγεγραμμένων διοργανώσεων έχουν ηλικία μεγαλύτερη της 10ετίας. Ενώ μόλις 16 έχουν ηλικία μικρότερη από 2 έτη. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι ανώτερες τιμές. Με τα έξι αρχαιότερα μουσικά φεστιβάλ στην Ελλάδα να ξεπερνούν τα 40 και 50 χρόνια ιστορίας:

- Διεθνές Φεστιβάλ Φολκλόρ, Λευκάδα (57 χρόνων)
- Φεστιβάλ Δημήτρια, Θεσσαλονίκη (54 χρόνων)
- Μεσογειακό Φεστιβάλ Σητείας, Κρήτη (49 χρόνων)
- Φεστιβάλ Μονής Λαζαριστών, Θεσσαλονίκη (46 χρόνων)
- Φεστιβάλ Κομμουνιστικής Νεολαίας Ελλάδας, Αθήνα (45 χρόνων)
- River Party, Νεστόριο Καστοριάς (42 χρόνων)

**Ιστόγραμμα**  
**Αριθμοί Φεστιβάλ ανά Έτη Διεξαγωγής**



Σχήμα 21: Ιστόγραμμα Αριθμού Φεστιβάλ ανά Έτη Διεξαγωγής (δημιουργία: Γιάννης Γκολφινόπουλος, 2020)

### **Τα Μουσικά Φεστιβάλ στην Ελλάδα, ανάλογα με το είδος τους.**

Στα πλαίσια της εργασίας έγινε μια προσπάθεια να καταγραφούν τα ήδη μουσικής που χαρακτηρίζουν τα μουσικά φεστιβάλ που συγκεντρώθηκαν. Η συζήτηση γύρω από τα είδη και υπο-είδη μουσικής είναι μια μαύρη τρύπα για τη μουσική βιομηχανία και τον κόσμο της μουσικής. Παρόλα αυτά θα μπορούσαν να δημιουργηθούν μεγαλύτερες κατηγορίες (rock, jazz, classical, electronica, folk, reggae, ethnic, metal, greek) για τη διευκόλυνση των στατιστικών. Και πάλι η δυσκολία έγκνυται στην πολυποικιλότητα ειδών που παρουσιάζουν τα φεστιβάλ, τόσο από χρονιά σε χρονιά ή και από σκηνή σε σκηνή, όσο και εντός του προγράμματος της ίδιας διοργάνωσης.

### **Europe for Festival, Festival for Europe.**

Μέσα στα πλαίσια της Ενωμένης Ευρώπης, αλλά και διεθνώς, εντός ενός παγκοσμιοποιημένου κόσμου, άνθρωποι, φορείς και επιχειρήσεις με «κοινούς τόπους» και ενδιαφέροντα, προσπαθούν να μοιραστούν εμπειρίες, γνώση και να ενισχύσουν τη θέση τους και τη δουλειά τους. Ακολουθώντας καθένας τη δική του μοναδική αρχή, αλλά βαδίζοντας σε διπλανά μονοπάτια, προκύπτει εκ των ων ουκ άνευ η χρησιμότητα και η αποτελεσματικότητα της δικτύωσης και της απο κοινού πορείας και εξέλιξης.

Έτσι η Ένωση Ευρωπαϊκών Φεστιβάλ (European Festival Association – EFA) δημιούργησε τη δράση Europe for Festival, Festival for Europe, με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Κομισιόν. Το πρόγραμμα EFFE θέτει τις τέχνες στην προσοχή του φεστιβαλικού κοινού μέσω μιας βάσης δεδομένων και της δυνατότητας αναζήτησης σε αυτήν (festivalfinder.eu). Η πλατφόρμα υπηρετεί κάθε είδους αλληλεπιδράσεις και πρωτοβουλίες που αναγνωρίζουν το έργο των Ευρωπαϊκών

διαφορετικών καλλιτεχνικών φεστιβαλικών τοπίων. Η Ευρώπη βρίσκεται σε συνεχή ανάπτυξη και αλλαγή. Η ισχύς του προγράμματος EFFE είναι η ποικιλομορφία του και η προσφορά του για συζήτηση σχετικά με τις δυνατότητες να δώσει στις τέχνες περισσότερο χώρο μέσα στις κοινωνίες μας.

Στην αναζήτηση του [festivalfinder.eu](https://festivalfinder.eu), εντοπίζονται μόλις 73 φεστιβάλ στην Ελλάδα. Δηλαδή λιγότερα από τα μισά φεστιβάλ που καταγράφηκαν στην παρούσα εργασία.



Εικόνα 6: Εργαζόμενοι στο Χώρο των Φεστιβάλ και του Θεάματος από Διάφορες Εταιρείες των ΗΠΑ διαδηλώνουν στη Νέα Υόρκη, Ιούλιος 2020 #WeMakeEvents #Protest

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

---

Έχοντας καταγράψει και αναλύσει όλα τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν από τη διαδικτυακή έρευνα και αφορούν τα 170 Μουσικά Φεστιβάλ που έχουν καταχωρηθεί θα προχωρήσουμε σε μια προσπάθεια εξαγωγής συμπερασμάτων. Στην προσπάθεια αυτή θα χρησιμοποιήσουμε τόσο τη θεωρία που αναφέρθηκε στην παρούσα εργασία, όσο και τις περιπτώσεις και τα αποτελέσματα ερευνών των φεστιβάλ του εξωτερικού που σημειώθηκαν.

Δεδομένης της γεωγραφικής διασποράς των φεστιβάλ, το οποίο και είναι ένα ζητούμενο για να μπορούμε να συζητάμε για περιφερειακή ανάπτυξη, παρόλα αυτά εξακολουθεί να παρατηρείται μια μεγάλη συγκέντρωση στα αστικά κέντρα και συγκεκριμένα στην Αθήνα. Ταυτόχρονα η παρουσία των φεστιβάλ στην πλειοψηφία των ηπειρωτικών περιοχών τόσο στην ορεινή Ελλάδα όσο και στα παράκτια είναι περιορισμένη. Σε έξι γεωγραφικά διαμερίσματα, σχεδόν στα μισά εμφανίζονται λιγότερα από επτά ετήσια φεστιβάλ την τελευταία εξαετία. Στα νησιά τα δεδομένα μοιάζουν ενθαρρυντικότερα, όμως η διοργάνωση φεστιβάλ από μόνη της δε σημαίνει κάτι. Πόσο μάλλον όταν τα νησιά του βορείου Αιγαίου σχεδόν λείπουν από το χάρτη των μουσικών φεστιβάλ.

Η συγκέντρωση πληροφορίας, η επιτόπια έρευνα με ερωτηματολόγια, η ανάλυση της πληροφορίας που αφορά το προφίλ του επισκέπτη κάθε φεστιβάλ, αλλά και του εν δυνάμει ακρωατηρίου που το φεστιβάλ θέλει να απευθυνθεί, η γνώση των αδυναμιών και των πλεονεκτημάτων, των ευκαιριών και των απειλών, η κοινοποίηση στατιστικών και η συνεργασία με τις τοπικές αρχές, αποτελούν σημαντικά εργαλεία αυτογνωσίας, σχεδιασμού και μακροπρόθεσμης στοχοθεσίας για ένα βιώσιμο και παραγωγικό μουσικό φεστιβάλ που προσφέρει στον τόπο που το φιλοξενεί και τους ανθρώπους του. Η

απόκρυψη στοιχείων για λόγους ελέγχου ή φορολογίας και η επιλογή ελιγμών σε θολά νερά είναι μια βραχυπρόθεσμη επιλογή που είτε καθιστά το φεστιβάλ σύντομα μη βιώσιμο, είτε το καθιστά στάσιμο μέχρι την εμφάνιση αναλόγου οικονομικού εκτοπίσματος ανταγωνιστή.

Η φεστιβαλική περίοδος περιορίζεται αυστηρά στους καλοκαιρινούς μήνες με μια μικρή επέκταση της τάξεως του δεκαπενθήμερου μέσα στο Μάιο και το Σεπτέμβρη. Άρα αναφερόμαστε σε ένα τετράμηνο που απορροφά το 85% των διοργανώσεων (Μόνο 24 στις 170 διοργανώσεις αφορούν την περίοδο από Οκτώβριο μέχρι και Απρίλιο). Την ίδια στιγμή που η τουριστική βιομηχανία επενδύει στις επέκταση της τουριστικής σεζόν και στην προσπάθεια δημιουργίας τουριστικών κινήτρων, τα μουσικά φεστιβάλ είναι απών. Εδώ μπορεί να προστεθεί και το κλιματικό πλεονέκτημα αφού σύμφωνα με τη EMY οι μέσες μηνιαίες θερμοκρασίες της 55ετίας (1955-2010) στην Ελλάδα κυμαίνονται μεταξύ 10,30 C και 28,30 C, ενώ την ίδια στιγμή οι μέσες θερμοκρασίες της 30ετίας (1981-2010) της κεντρικής και νοτιοανατολικής Αγγλίας κυμαίνονται μεταξύ 6,30 C και 14,30 C, με τις 121,6 από τις 365 ημέρες να βρέχει >1mm νερού (Πηγή: Met Office by UK Government).

Η επέκταση της τουριστικής περιόδου στη μικροοικονομία ενός φεστιβάλ μπορεί να μεταφραστεί σε ημέρες διαμονής. Καθότι είδαμε στα στοιχεία από τα φεστιβάλ του εξωτερικού, κάθε ημέρα διαμονής μπορεί να αγγίξει τα 80€ συνολικής δαπάνης ανά επισκέπτη. Ο αποτελεσματικός σχεδιασμός και η από κοινού δράση με τις τοπικές αρχές και τους τοπικούς φορείς μπορεί να αποβεί λοιπόν ιδιαίτερα προσοδοφόρα σε υλικό και άυλο επίπεδο εάν η διαμονή του επισκέπτη επεκτεθεί έστω και μία ημέρα.

Η στόχευση στον διεθνή τουρισμό είναι ένα σοβαρό ζήτημα αφού στην Ελλάδα το 1/5 της συνολικής οικονομίας της χώρας προέρχεται από τον τουρισμό, ενώ το 1/3 σχεδόν

των εξαγωγών προέρχεται από την κατανάλωση των διεθνών επισκεπτών εντός της χώρας. Με τους διοργανωτές φεστιβάλ, τα περισσότερα των οποίων η παραγωγή γίνεται κατά τους θερινούς μήνες, να παρουσιάζουν ποσοστά μη μεταφρασμένων ιστοτόπων +58%, φαίνεται πως ο διάυλος επικοινωνίας με το διεθνή τουρισμό είναι ακόμα χαμηλωμένος. Φυσικά γι' αυτό δεν ευθύνονται μόνο οι διοργανωτές, αλλά και η απουσία σχεδιασμού των κρατικών και τοπικών αρχών, αφού πολλές φορές η πληροφορία φτάνει, αλλά δεν επικοινωνείται με τρόπο αποτελεσματικό. Άλλωστε οι τοπικές αρχές είναι οι ίδιες υπεύθυνες ή εμπλέκονται άμεσα σε μια μεγάλη μερίδα των μουσικών φεστιβάλ της Ελλάδας, έχουν πορσωπικό, περιορισμένο φυσικά, αλλά με τμήματα (βλ. ευρωπαϊκού προγραμματισμού, καθαριότητας, τεχνικού συνεργείου, μηχανικών, λογιστηρίου, πληροφοριών, προμηθειών κ.λπ.) και ανθρώπους ικανούς για πολλά πράγματα αν συνεργαστούν και χαράζουν μια στρατηγική που να αποβλέπει στον τουρισμό (εσωτερικό και εξωτερικό), τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τα δημιουργικά μυαλά του τόπου και τελικά στην τοπική κινητικότητα και ανάπτυξη.

Είναι αδιανόητο να διατρέχουμε την εποχή του διαδικτύου και της τεχνητής νοημοσύνης, να κυκλοφορούμε με ενσωματωμένο πλοηγό διαδρομής στο αυτοκίνητο και το 66,5% των ελληνικών μουσικών φεστιβάλ να μην εντοπίζονται από τις υπηρεσίες χαρτών του διαδικτύου.

Στην αντιπέρα όχθη, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι οι Έλληνες διοργανωτές σε σημαντικό ποσοστό κάνουν χρήση της ελεύθερης εισόδου. Είτε για ιδεολογικούς λόγους, είτε γιατί επιδοτούνται από κάποιο ίδρυμα ή πρόγραμμα, είτε γιατί είναι δημόσιες εκδηλώσεις τοπικών πολιτιστικών κέντρων ή πανεπιστημίου. Η ελεύθερη είσοδος, παρότι άμεσα δεν αποφέρει οικονομικό όφελος στο διοργανωτή, μπορεί να αποφέρει επαρκέστατο όφελος από την ανεμπόδιστη προσέλευση των επισκεπτών και την κατανάλωση εντός του φεστιβάλ. Σε κάθε περίπτωση χρειάζεται να διασφαλίζεται η

δίκαιη ανταμοιβή των καλλιτεχνών που συμμετέχουν και η αποφυγή «αθέμιτου ανταγωνισμού» που μπορεί να προκαλέσει προβλήματα τόσο σε άλλους διοργανωτές, όσο όμως και στον ίδιο τον καλλιτέχνη. Η τέχνη και η έρευνα είναι δικαίωμα, αλλά κι ο ερευνητής κι ο καλλιτέχνης έχουν δικαιώματα.

Μεγάλο αρνητικό αποτελεί το περιορισμένο ακρωατήριο στην Ελλάδα, με αποτέλεσμα τα πρακτορεία καλλιτεχνών να δημιουργούν δυσκολίες στους εγχώριους διοργανωτές τόσο με τις υψηλές τιμές που ζητούν όσο και με τις αλλαγές τελευταίας στιγμής στις ημερομηνίες εμφάνισης -όπως υπογραμμίζεται και στην περίπτωση του OpenAir St. Gallen Festival-.

Τα φεστιβάλ στην Ελλάδα έχουν μια τάση να αυξάνονται την τελευταία δεκαετία. Παρόλη την οικονομική κρίση και τα μνημόνια, η βιομηχανία των event και σε συνδυασμό με τη δημιουργική -πορτοκαλί βιομηχανία φαίνεται να αντέχουν στο χρόνο.

Σημασία για την ευμάρεια όλων όμως, διοργανωτών, τόπων υποδοχής, πληθυσμού, εργολάβων, προμηθευτών, δημιουργών, καλλιτεχνών, περιβάλλοντος και επισκεπτών, είναι η μελέτη, η από κοινού συνεργασία, ο σχεδιασμός και ο συνεχής επανέλεγχος της πορείας προς το στόχο, που δε μπορεί να είναι άλλος από τη μεγάλη γιορτή της φεστιβαλικής εμπειρίας που θα τονώσει τον τόπο και θα εξιψώσει την ευημερία των ανθρώπων του.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

---

- Aldskogius, Θ. 1993, Festivals and Meets: The Place of Music in 'Summer Sweden', *Human Geography*, 75, 2, 55-72.
- Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I. & Harris, R. 2002, *Festival and Special Event Management*, 2nd edn, John Wiley & Sons Australia Ltd, Milton
- Arcodia, C., & Whitford, M. 2007, Festival Attendance and the Development of Social Capital, *Journal of Convention & Event Tourism*, 8 (2), 1 – 18.
- Backman, F., Backman, U., Uysal, M. & Sunshine, M. 1995, Event tourism and examination of motivations and activities, *Festival Management & Events Tourism*, 3, 15–24.
- Bahktin, M. 1984, *Rabelais and his World*, Indianapolis: Indiana University Press
- Bladen, C., Kennel, J., Abson, E. & Wilde, N. 2012, *Events Management, An Introduction*, Routledge, New York
- Bakhshi H., Hargreaves I., Garcia M. J., (2013), A manifesto for the Creative economy
- Bladen, C., Kennel, J., Abson, E. & Wilde, N. 2012, *Events Management, An Introduction*, Routledge, New York
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011, *Events Management*, 3rd edn, Elsevier Ltd, Oxford.
- Britannica 2009, The Encyclopedia Britannica
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011, *Events Management*, 3rd edn, Elsevier Ltd, Oxford.
- Burgan, B. & Mules, T. 1992, Economic Impact of Sporting Events, *Annals of Tourism Research*, 19, 700-710.

- Carlsen, J. 2004, *The Economics and evaluation of festivals and events*, chapter 5 to Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U.(ed.) 2010(reprinted), *Festival and Events Management, An International arts and culture perspective*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Chadwick, A., Therivel, R. and Glasson J., (1994) Introduction to environmental impact assessment , UCL Press., London
- Chang, J. 2006, Segmenting Tourists to Aboriginal Cultural Festivals: An Example in the Rukai Tribal Area, Taiwan, *Tourism Management*, 27(6), 1224-1234.
- Chaston, I. & Sadler-Smith, E. (2012), Entrepreneurial Cognition, Entrepreneurial Orientation and Firm Capability in the Creative Industries. *British Journal of Management*, 23: 415–432
- Commission «EC Communication, (March 2010b), Europe 2020: A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth, COM (2010) 2020, p. 7
- Crompton, J. 1979, Motivations for Pleasure Vacations, *Annals of Tourism Research*, 4, (4), 408-424.
- Crompton, J., & McKay, S. 1994, Measuring the Economic Impact of Festivals and Events: Some Myths, Misapplications and Ethical Dilemmas. *Festival Management and Event Tourism*, vol. 2: pp. 33–43, 5 to Jackson, J., Houghton, M., Russell, R., & Triandos, P. 2005, Innovations in Measuring Economic Impacts of Regional Festivals: A Do-It-Yourself Kit *Journal of Travel Research*, 43, 360 – 367.
- Crompton, J., & McKay, S. 1997, Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425–439.
- Derret, R. 2004, *Festivals, events and the destination*, chapter 5 to Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S. & McMahon-Beattie, U. (eds.)

- 2004, *Festival and Events Management. An international arts and culture perspective*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N. & Mules, T. 2000, A framework for evaluating and forecasting the impacts of special events  $\varsigma$ το Yeoman, I, Robertson, M, Ali-Knight, J, Drummond, S, & McMahon-Beattie, U(ed.) 2010(reprinted), *Festival and Events Management, An International arts and culture perspective*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- EIR Global Economic Impact from COVID 19 Infographic - WTTC and Oxford Economics, April 2020
- Eurostat, Methodological Manual for Tourism Statistics, 2014, v. 3.1
- Falassi, A. (Ed.), 1987, *Time out of time: Essays on the festival*, Albuquerque: University of New Mexico Press  $\varsigma$ το Getz, D., 2005, *Event Management & Event Tourism*, 2ndedn, Cognizant Communication Corporation, New York.
- Faulkner, B. 1993, Evaluating the impacts of hallmark events, *Bureau of Tourism Research*, Paper No.16
- Faulkner, B., Fredline, E., Larsson, M. & Tomljenovic, R. 1999, A marketing analysis of Sweden's Storsjöyran Musical Festival, *Tourism analysis: an interdisciplinary journal*, 4 (3-4).
- Foth M., Bilandzic M., Hearn G., (2011) Urban Informatics: Research and Insights for Libraries, Cultural Industries and Innovation Systems, Australian Business Foundation Research Fellow on Innovation and Cultural Industries by Aurora Foundation
- Fredline, L., Jago L. & Deery, M. 2003, The development of a generic scale to measure the social impacts of events, *Event Management*, 8(1), 23-27  $\varsigma$ το Getz, D. 2007, *Event Studies, Theory, Research and Policy for Planned Events*, Elsevier Ltd., Oxford.

- Frey, B., 1994, The Economics of Music Festivals, *Journal of Cultural Economics*, 18, 29-39.
- Garrido M. J., Camarero C., (2010), Assessing the impact of organizational learning and innovation on performance in cultural organization, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Int. J. Nonprofit Volunt. Sect. Mark. 15: 215–232 (2010) Published online 18 September 2009 in Wiley InterScience
- Getz, D. 1989, Special Events Defining the product, *Tourism Management*, 10 (2), 125–137.
- Getz, D. 1991, *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Getz, D. 2002, Why Festivals Fail, *Event Management*, 7, 209–219.
- Getz, D. 2005, *Event Management & Event Tourism*, 2nd edn, Cognizant Communication Corporation, New York.
- Getz, D. 2007b, *Event Studies, Theory, Research and Policy for Planned Events*, Elsevier Ltd., Oxford.
- Gibson & Connell 2012, *Music Festivals and Regional Development in Australia*, Ashgate, Burlington.
- Gibson, C., Connell, J. 2003, “Bongo Fury”: Tourism, Music and Cultural Economy At Byron Bay, Australia, *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 94(2), 164-187.
- Go, R., 1990, Resorts resurgent: Shoulder and off-season expand their base, *Canadian Hotel and Restaurant*, 68(8), 43–44
- Higham, J. & Hinch, T., 2002, Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors, *Tourism Management*, 23, 175–185.

- Hall, CM, 1992, *Hallmark Tourist Events. Impacts, Management & Planning*, John Wiley & Sons Ltd, West Sussex.
- Higham, J. & Hinch, T., 2002, Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors, *Tourism Management*, 23(2), 175–185.
- HKU, (2010), *The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries*, Utrecht, Hogeschool vor de Kunsten Utrecht
- Hunn, C., & Mangan, J. 1999. “Estimating the Economic Impact of Tourism at the Local, Regional and State or Territory level, Including Consideration of the Multiplier Effect.” *Valuing Tourism: Methods and Techniques*, Bureau of Tourism Research Occasional, Paper No. 28, edited by K. Corcoran, Australia Bureau of Tourism Research, and Tourism New South Wales. Canberra, Australia: Bureau of Tourism Research.
- IFEA, 2009, *The Power of Celebration* (online), Available at:  
[http://www.ifea.com/joomla1\\_5/index.php?option=com\\_content&view=article&id=180&Itemid=306](http://www.ifea.com/joomla1_5/index.php?option=com_content&view=article&id=180&Itemid=306). Accessed 10 May 2009
- Bladen, C., Kennel, J., Abson, E. & Wilde, N. 2012, *Events Management, An Introduction*, Routledge, New York.
- Iso-Ahola, S. 1980, *The Social Psychology of Leisure and Recreation*, Dubuque, IA: Brown.
- Iso-Ahola, S. 1982, Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder, *Annals of Tourism Research*, 9, 256-262.
- Jackson, J., Houghton, M., Russell, R., & Triandos, P. 2005, Innovations in Measuring Economic Impacts of Regional Festivals: A Do-It-Yourself Kit *Journal of Travel Research*, 43, 360 – 367.

- Janiskee, R. 1996, Historic Houses and Special Events, *Annals of Leisure Research*, 23(2), 398-414.
- Johnson, R. 1999, Estimating the Economic Impact of a Tourism Accommodation Development on my Local Government Area, Region, State or Territory, in *Valuing Tourism: Methods and Techniques*, Bureau of Tourism Research Occasional, Paper No. 28, edited by Corcoran, K., Australia Bureau of Tourism Research, and Tourism New South Wales. Canberra
- Jura Consultants and Gardiner & Theobald, 2001, *Millennium Festival Impact Study*, Edinburgh, Jura Consultants and Gardiner & Theobald Management Consultancy
- to Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011, *Events Management*, 3rd edn, Elsevier Ltd, Oxford
- Kindleberger, P. C., Herrick, B., (1977), *Economic Development*, McGraw-Hill,
- Konsola D., & Karachalis (2009), *Cultural Policy and Management (kpy) Yearbook 2009, Arts Festivals and Urban Cultural Policies in the Small and Medium-Sized Cities of Greece*, Boekmanstudies Istanbul Bilgi University Press
- Kotler, P., Haider, D., and Rein, I., 1993, *Marketing Places*, New York: The Free Press
- to Getz, D 2007, *Event Studies, Theory, Research and Policy for Planned Events*, Elsevier Ltd., Oxford.
- Landry C., (2012), *Creativity, Culture & The City: a question of interConnection*, A study of the forum D'Avignon Ruhr, RuhR.2010
- Martin, B., Bridges, W., & Grunwell, S. 2006, A comparison of two music festivals: implications for festival managers and planners, *Hospitality, Tourism, Leisure Science Journal*, 2, 1-9.
- Mason, P. (2003), *Tourism Impacts, Planning and Management*, Butterworth-Heinemann

- Mason, P. & Beaumont-Kerridge, J. 2004, *Attitudes of visitors and residents to the impacts of the 2001 Sidmouth International Festival*, Chapter 5 to Yeoman, I, Robertson, M, Ali-Knight, J, Drummond, S, & McMahon-Beattie, U(ed.) 2004, *Festival and Events Management, An International arts and culture perspective*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- McDonnell, I., Allen, J. and O'Toole, W. 1999, *Festival and Special Event Management*. Brisbane: John Wiley and Sons 5 to Derret, R. 2004, *Festivals, events and the destination*, chapter 5 to Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S. & McMahon-Beattie, U. (eds.) 2004, *Festival and Events Management. An international arts and culture perspective*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Mercer, D. 1973, The concept of recreation need, *Journal of Leisure Research*, 5 (1), 37–41 5 to Torkildsen, G., 2005, *Leisure and Recreation Management*, Routledge, London.
- Mill, R. & Morrison, A. 1985, *The Tourism System: an introductory text*, Prentice Hall, New Jersey.
- Noordman D., Kroes & de Graauw 2005, *Festivals en gemeentelijk beleid ; uitgave* RISBO; Augustus 2005; NL 5 to Vrettos, A. 2006, *The Economic Value of Arts & Culture Festivals/ A Comparison of four European Economic Impact Studies*. Master Thesis, Master Program Arts & Heritage Thesis, Maastricht
- Oakes, S. 2003, Demographic and Sponsorship Considerations for Jazz and Classical Music Festivals, *The Service Industries Journal*, 23(3), 165 – 178.
- Picard, D., & Robinson, M. (Eds.) 2006, *Festivals, tourism and social change: Remaking worlds*, Channel View, Clevedon.
- Raj, R, Walters, P. & Rashid, T., 2009, *Events Management: An Integrated and Approach*, Sage Publication Ltd, London.

- Rasmussen B., Andersen D., Jensen A., (2012), Foresight on Facilities Management – Realdania Research DTU Management Engineering, Technical University of Denmark
- Restrepo, B. F., Marquez, D. I., (2013), BID The Orange Economy, Interamerican Development Bank, Washington, IDB-MG-165
- Ritchie, J. & Beliveau, D. 1974, Hallmark events: An evaluation of a strategic response to seasonality in the travel market, *Journal of Travel Research*, 14, 14–20  
 Getz, D 2007a, Event Tourism: Definition, Evolution and Research, *Tourism Management*, 29(3), 403 – 428.
- Robinson, H., 1979, A geography of tourism. London: MacDonald and Evans  
 Higham, J. & Hinch, T., 2002, Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors, *Tourism Management*, 23, 175–185.
- Rooney, J., 1988, Mega-Sports events as tourist attractions: a geographical analysis, 93-99  
 Hall, C., 1992, *Hallmark Tourist Events. Impacts, Management & Planning*, John Wiley & Sons Ltd, West Sussex.
- Rowley J., & Williams C., (2008), The impact of brand sponsorship of music festivals, *Marketing Intelligence & Planning* 26
- Schofield, P. & Thompson, K. 2007, Visitor Motivation, Satisfaction and Behavioural Intention: The Naadam Festival, Ulaanbaatar, *International Journal Of Tourism Research*, 9(5), 329-344.
- Skoultzos, S. & Tsartas, P. 2009, ‘Event tourism: Statements and Questions about its impacts on rural areas’, *TOURISMOS*, 4(4), 293-310.
- Smith, L. 1990, *Dictionary of Concepts in Recreation and Leisure Studies*, Westport, Greenwood Press.

- Staines J., Mercer C. (2013), Mapping of Cultural and Creative Industry Export and Internationalisation Strategies in EU Member States, Report on Export and Internationalisation Strategies for the Cultural and Creative Industries, EENC Report
- Swarbrooke, J. (1999), Sustainable Tourism Management, CABI, UK
- Tajtakova M., Olejarovab M., (2012) Culture and its Role in the Volatile Environment of Knowledge and Creative Age in View of Crisis, American Academic & Scholarly Research Journal Vol. 4, No. 5
- Thrane, C. 2002, Jazz Festival Visitors and Their Expenditures: Linking Spending Patterns to Musical Interest, *Journal of Travel Research*, 40, 281-286.
- Torkildsen, G., 2005, *Leisure and Recreation Management*, Routledge, London
- UNCTAD Creative Economy Outlook and Country Profile \_report 2018
- Uysal, M., Backman, K., Backman, S., & Potts, T. (1991). An examination of event tourism motivations and activities. στο R. D. Bratton, F. M. Go, & J. R. B. Richie (Eds.), *New horizons in tourism and hospitality education, training, and research* (pp. 203–218). Calgary, Canada: University of Calgary.
- World Travel & Tourism Council, Greece 2020 Annual Research: Key Highlights
- World Travel and Tourism Council Report – WTTC, Global Economic Impact & Trends 2020, p.1
- Κοινή Διακήρυξη, World Trade Organization (WTO) & United Nations Environment Programme (UNEP), 1982
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Ρ. 2001, *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα
- Λαμπριανίδης, Λ. (2012), *Οικονομική Γεωγραφία, Στοιχεία Θεωρείας και Εμπειρικά Παραδείγματα*, 2<sup>η</sup> Έκδοση, Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα

- Μπαμπινιώτης, Γ. 1998, Λεξικό της νέας ελληνικής γλώσσας με σχόλια για τη σωστή χρήση των λέξεων, Ερμηνευτικό, ετυμολογικό, συνωνύμων-αντιθέτων, κυρίων ονομάτων, επιστημονικών όρων, ακρωνυμίων, Κέντρο Λεξικολογίας, Αθήνα.
- Σκούλτσος, Σ. (2014), Τα event/εκδηλώσεις ως τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος και ως δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου: χαρακτηριστικά της αγοράς και σχεδιασμός, Διδακτορική Διατριβή, Χίος
- Σπανουδάκη Μ., (2013), Πολιτιστική Δημιουργική Βιομηχανία & Περιφερειακή Ανάπτυξη
- Τράπεζα της Ελλάδας, (2020), Έρευνα Συνόρων, Ισοζύγια Πληρωμών, Ταξιδιωτικές Εισπράξεις
- Τσάρτας, Ρ. 1996, *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, ΕΞΑΝΤΑΣ, Αθήνα.

## Σύνδεσμοι

<https://www.emodnet-humanactivities.eu/search-results.php?dataname=Main+Ports>

<https://impactoffestivals.wordpress.com/>

<https://www.leaderdigital.ch/news/openair-st-gallen-in-deutscher-hand-4053.html>

[http://www.emy.gr/emv/el/climatology/climatology\\_city?perifereia=Attiki&poli=Athens\\_Hellinikon](http://www.emy.gr/emv/el/climatology/climatology_city?perifereia=Attiki&poli=Athens_Hellinikon)

<https://www.metoffice.gov.uk/research/climate/maps-and-data/uk-climate-averages/u10hb54gm>

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

## Συγκεντρωτικά στοιχεία έρευνας

| Festival Name                                    | Place                                                  | City Near To   | Capacity | Attendance | Period  |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------------|----------|------------|---------|
| 1 River Party                                    | Nestorio                                               | Kastoria       |          | 50,000     | Jul/Aug |
| 2 Rockwave Festival                              | Malakasa                                               | Athens         | 60,000+  |            | July    |
| 3 Ejekt Festival                                 | Plateia Nerou                                          | Athens         | 50,000   |            | Jun/Jul |
| 4 Release Athens                                 | Plateia Nerou                                          | Athens         | 50,000   |            | Jun     |
| 5 Athens Rocks Festival                          | OAKA Stadium                                           | Athens         | 15,000   | 10,000     | Jul/Jun |
| 6 Athens Garden Festival                         | National Garden/Syntagma                               | Athens         |          |            | Jun     |
| 7 Matala Beach Festival                          | Matala                                                 | Heraklion      |          | 90,000     | Jun     |
| 8 Secret Sound Festival                          | Skyros                                                 | Skyros         |          |            | Jul/Aug |
| 9 Up Festival                                    | Egiali, Amorgos                                        | Naxos          |          | 1.000 ?    | July    |
| 10 Saristra Festival                             | Sami, Kefalonia                                        | Argostoli      |          | 5.000 ?    | Aug     |
| 11 Festival Neon Arda                            | Kastanies Evrou                                        | Alexandroupoli |          |            | Jul     |
| 12 Ziria Music Festival                          | Ziria, Trikala Korinthias                              | Korinthos      |          |            | Aug     |
| 13 Vida Laska Festival                           | Vidos island                                           | Kerkira        |          |            | July    |
| 14 Los Almiros Festival                          | Dasos Kouri, Almiros                                   | Volos          |          | 10.000?    | Aug     |
| 15 Mousiko Festival Dasous Arvanitsas            | Dasos Arvanitsas, Kiriaki                              | Leivadia       |          |            | Jul     |
| 16 Samos Young Artists Festival                  | Pythagorion Theater                                    | Samos          | 1,000    |            | Aug     |
| 17 International Andros Festival                 | Open Theater (Chora)                                   | Andros         |          |            | Jul-Aug |
| 18 Festival Melitzazz                            | Leonidio                                               | Tripoli        |          |            | Jul     |
| 19 Preveza Jazz Festival                         | Paralia Preveza                                        | Preveza        |          |            | May/Jun |
| 20 Helios Festival                               | Area 51, 17 <sup>th</sup> Km Ethnikis Odou Palaiokastr | Kerkira        |          |            | Jul     |
| 21 Odysia Festival                               | Cariocas Beach Bar, Ag.Kiriaki Schinos Kor             | Korinthos      |          |            | Jul     |
| 22 Under The Sun Festival                        | Cariocas Beach Bar, Ag.Kiriaki Schinos Kor             | Korinthos      |          |            | Jun-Jul |
| 23 Festival Vrisis Timavou                       | Vrisi, Timavos                                         | Larisa         |          |            | Aug/Sep |
| 24 International Pelion Festival                 | Zagora Pelion                                          | Volos          |          |            | Jul-Aug |
| 25 Festival Rebetikou                            | Ermoupoli, Ano Syra, Poseidonia                        | Syros          |          |            | Aug-Sep |
| 26 Estella Festival                              | Paralio, Astros                                        | Nafplio        |          |            | Aug     |
| 27 Festival Agkistrou Xoris Synora               | Iamatika Loutra, Agkistro                              | Serres         |          |            | Aug     |
| 28 Molyvos International Music Festival          | Molyvos Castle, etc                                    | Lesvos         |          |            | Aug     |
| 29 Tinos World Music Festival                    | Chora                                                  | Tinos          |          |            | Jun     |
| 30 Loutraki Festival                             | Loutraki                                               | Korinthos      |          |            | Aug     |
| 31 Diethnes Festival Patras                      | Patra                                                  | Patra          |          |            | Jun-Sep |
| 32 Festival Sainopoliou Amfitheatrou             | Sainopoulio Ampitheater, Magoula Sparti                | Sparti         |          |            | Jun-Aug |
| 33 Serres World Music Festival                   | Plateia Kroniou                                        | Serres         |          |            | Jun     |
| 34 Icarus Festival For Dialogue Between Cultures | Ag.Kirikos, Evdilos, Raches                            | Ikaria         |          |            | Jun-Sep |
| 35 Festival sto Parko Parou                      | Anoixto Amfitheatro Arhilohos                          | Paros          | 700      |            | Jun-Aug |

| Festival Name                                | Place                                        | City Near To | Capacity | Attendance | Period    |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------|----------|------------|-----------|
| 36 Jazz in Paros Festival                    | Parko Parou                                  | Paros        |          |            | Jul       |
| 37 Lepanto Folk Festival                     | Limani Nafpaktou                             | Agrinio      |          |            | Jun/Jul   |
| 38 Falloifornia Festival                     | Paralia Palaio Faliro                        | Athens       |          |            | Jul       |
| 39 Zante Jazz Festival                       | Theatro Dermatousas, Tsilivi                 | Zakynthos    |          |            | Jul       |
| 40 Dream Festival Medusa                     | Pezonisi, Eretria                            | Chalkida     |          |            | Jul       |
| 41 Rhythmic Open Air Festival                | Fragma Panagiotiko                           | Volos        |          |            | Aug       |
| 42 Can You Dance To My Beat                  | Katavothres Club, Argostoli                  | Kefalonia    |          |            | Aug       |
| 43 Labateria Festival                        | Kataraktes Eria, Dirfi                       | Chalkida     |          | 1.000?     | Sep       |
| 44 Moonshine Festival                        | Rantcho, Sofiko                              | Korinthos    |          |            | Sep       |
| 45 Swing for Hope Festival                   | Dhmotiki Agora Kipselis, Megaro, Texnopoli   | Athens       |          |            | Oct       |
| 46 Westside Festival                         | Patra (inside bars, live stages)             | Patra        |          |            | April     |
| 47 Orfun Festival                            | Kentro Prostatias Paidiou Dramas             | Drama        |          |            | Jul       |
| 48 Fasma Festival                            | Centre Athens (multivenue)                   | Athens       |          |            | May       |
| 49 Nafplio - Artiva Youth Music Festival     | Vouleutiko Nafplio                           | Nafplio      |          |            |           |
| 50 Just Radio Festival                       | Dimotikos Kipos Kozanis                      | Kozani       |          |            | May       |
| 51 Music in Motion                           | Trianon Cinema, Kondrigktonos                | Athens       |          |            | May       |
| 52 Elaionas Festival                         | Akadimia Platonos, Pedion Areos 2019         | Athens       |          |            | Jun       |
| 53 Festival Oitis                            | Leleika Ypatis, Mountain Oiti, River Sperhei | Lamia        |          |            | Jun-Sep   |
| 54 SAF - Street Art Festival                 | Diethni Ekthesi Thessalonikis                | Thessaloniki |          | 8000?      | Jun       |
| 55 Moni Lazariston Festival                  | Moni Lazariston, Stavroupoli                 | Thessaloniki |          | 6000?      | Jun-Sep   |
| 56 Festival Aisxyleia                        | Paralia Eleusinas, Palaio Elaiourgeio        | Athens       |          |            | Jun-Oct   |
| 57 Festival Volou                            | Volos (multivenue)                           | Volos        |          |            | April-Aug |
| 58 Korfu Odyssee                             | Edem Beach Club & Multivenue, Kerkyra        | Kerkyra      |          |            | Jun       |
| 59 Serres School Music Festival              | Central Park Serron                          | Serres       |          |            | Jun       |
| 60 Mawa Festival                             | Amfitheatro Sarakiniko Gavdos, Nomade F      | Gaudos       |          |            | Jun-Jul   |
| 61 Mesogeiaiko (Radiofoniko) Festival Sitias | Limeniko Tameio, Sitia                       | Ag.Nikolaos  |          |            | Jun-Jul   |
| 62 Festival Olympou                          | Arhaio Theatro Dion, Olympos                 | Katerini     |          |            | Jul-Aug   |
| 63 Jazz in July                              | Vamos Chanion                                | Chania       |          |            | Jul       |
| 64 Festival Tinou                            | Tinos                                        | Tinos        |          |            | Jul-Sep   |
| 65 Paxos Music Festival                      | Loggos, Paxoi                                | Kerkira      |          |            | Jul-Sep   |
| 66 TentArt Festival                          | Parko Agias Varvaras                         | Drama        |          |            | Jul       |
| 67 Pozar Festival                            | Loutra Pozar, Loutraki Pellas                | Edessa       |          |            | Jul       |
| 68 International Festival of the Aegean      | Apollon Theater Ermoupoli & Multivenue       | Syros        |          |            | Jul       |
| 69 Festival Naxou                            | Agiasos                                      | Naxos        |          |            | Jul-Sep   |
| 70 Rock Mountain Festival                    | Profitis Ilias, Dodoni                       | Ioannina     |          |            | Jul       |

| Festival Name                                   | Place                                    | City Near To   | Capacity | Attendance | Period  |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------|----------|------------|---------|
| 71 Weak-End Festival                            | Mantoudi, Evia                           | Chalkida       |          |            | Jul     |
| 72 Festival Kitharas Ermoupolis                 | Theatro Apollon, Ermoupoli               | Syros          |          |            | Jul     |
| 73 Syros Accordeon Festival                     | Syros (multivenue)                       | Syros          |          |            | Jul-Aug |
| 74 Yakintheia                                   | Anogeia, Kritis                          | Heraklion      |          |            | Jul     |
| 75 Anemi Jazz Festival                          | Karavostasis                             | Folegandros    |          |            | Jul     |
| 76 Festival Dromou Kalamatas                    | Aso Pamisou, Parko OSE                   | Kalamata       |          |            | Jul     |
| 77 Santorini Arts Factory                       | Vlyhada                                  | Santorini      |          |            | Jul-Sep |
| 78 In-Fest                                      | Rantzo                                   | Kilkis         |          |            | Jul     |
| 79 Festival Plateias                            | Neapoli, Crete                           | Ag.Nikolaos    |          |            | Aug     |
| 80 Saronic Chamber Music Festival               | Galatas, Ydra, Poros, Spetses, Kithira   | Nafplio/Pireus |          |            | Aug     |
| 81 Snak Festival                                | Kouzino                                  | Ikaria         |          |            | Aug     |
| 82 Feneffest / Festival Feneou                  | Limni Doksa, Feneos                      | Korinthos      |          |            | Aug     |
| 83 Reggaevibes Music Festival                   | Kimzu Sea Lounge (EOT), past Paralia Alm | Ag.Nikolaos    |          |            | Aug     |
| 84 Ireon Music Festival                         | Ireo                                     | Samos          |          |            | Aug     |
| 85 Pulsar Samothraki Art Festival               | Kamariotissa                             | Samothraki     |          |            | Aug     |
| 86 Mousiko Festival Kioniou Ithakis             | Kioni                                    | Ithaki         | 1000     |            | Aug     |
| 87 Railway Festival                             | Parko OSE, Vartholomio                   | Pirgos         |          |            | Aug     |
| 88 Lelekios Fiesta                              | Ergostasio Pelargos, Nea Kios            | Nafplio        |          |            | Aug     |
| 89 Samothrace World Music Festival / Ethnic Jam | Gefira tou Fonia                         | Samothraki     |          |            | Aug     |
| 90 International Folklor Festival Lefkada       | Venetian Castle of Agia Mavra            | Lefkada        |          |            | Aug     |
| 91 Love & Peace Festival                        | Malakasa                                 | Athens         |          |            | Jun     |
| 92 Diadromes Sti Marpissa                       | Marpissa                                 | Paros          |          |            | Aug     |
| 93 Jazz on Tinos                                | Drosou, Tinos                            | Tinos          |          |            | Aug     |
| 94 Festival Thriskeftikis Mousikis Patmou       | Ieros Xoros Apokalipsis Patmos           | Patmos         |          |            | Aug-Sep |
| 95 Piki-Nik Urban Festival                      | Romaiki Agora, Thessaloniki              | Thessaloniki   |          |            | Aug-Sep |
| 96 Fougaro Jazz Festival                        | Fougaro Viomichaniko Mouseio             | Nafplio        |          |            | Sep     |
| 97 Spiral Nights Eco Fest                       | Agios Istiaias, Aidipsos, Evia           | Chalkida       |          |            | Sep     |
| 98 Festival Kolonou                             | Theatro Kolonou                          | Athens         |          |            | Sep     |
| 99 Athens School Festival                       | Technopoli                               | Athens         |          | 6000       | Sep     |
| 100 Let's Rock Festival                         | Anoixto Dimotiko Theatro Oinofta         | Athens         |          |            | Sep     |
| 101 Reworks Festival                            | Megaro Mousikis Thessaloniki             | Thessaloniki   |          |            | Sep     |
| 102 Django Fest Athens - Gypsy Jazz Festival    | Technopolis                              | Athens         |          |            | Sep     |
| 103 Festival Votanikou "Kato Apo Tis Grammes"   | Votanikos (multivenue)                   | Athens         |          |            | Sep     |
| 104 Dimitria                                    | Thessaloniki (multivenue)                | Thessaloniki   |          |            | Oct     |
| 105 To Mikro Parisi Ton Athinon                 | Center of Athens (multivenue)            | Athens         |          |            | Oct     |

| Festival Name                                      | Place                                      | City Near To                    | Capacity | Attendance | Period        |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------|----------|------------|---------------|
| 106 Syros Jazz Festival                            | Theatro Appolon, Ermoupoli                 | Syros                           |          |            | Oct           |
| 107 Spoutnik Festival                              | Alsos Stratou                              | Athens                          |          |            | Oct           |
| 108 Hip Hop Smile Festival                         | Polyhoros Romantso                         | Athens                          |          |            | Oct           |
| 109 Prairie & Rust Festival                        | The Zoo, Chalandri                         | Athens                          |          |            | Oct           |
| 110 Monitor Festival / Modern Art Festival         | Leof.Plastira, Heraklio, Crete             | Heraklion                       |          |            | Oct-Noe       |
| 111 Festival Pianou Thessalonikis                  | Makedoniko Sygchrono Mouseio Tehnis        | Thessaloniki                    |          |            | Noe-Dec       |
| 112 InMute Festival                                | Center of Athens (multivenue)              | Athens                          |          |            | Noe           |
| 113 Greek Beatbox Championship                     | Six Dogs, Gagarin 205, The Lab             | Athens                          |          |            | Noe           |
| 114 Plissken Festival                              | Technopolis, Center of Athens (multivenue) | Athens                          |          |            | Jun           |
| 115 Break The Chain Festival - Stop Human Traffick | Center of Athens (multivenue)              | Athens                          |          |            | Dec           |
| 116 International Festival of Karditsa             | Karditsa (multivenue)                      | Karditsa                        |          |            | Dec           |
| 117 Balkan Festival of Kastoria                    | Kastoria                                   | Kastoria                        |          |            | Jan           |
| 118 Piano Plus Festival                            | Idrima Attikou Odeiou, Pagkrati            | Athens                          |          |            | Jan           |
| 119 Festival Mousikotropo                          | Dimotiko Odeio Larisas                     | Larisa                          |          |            | Jan-Feb       |
| 120 Vinyl Market                                   | Technopolis                                | Athens                          |          |            | Feb, Apr, Nov |
| 121 Vinyl is Back                                  | Mouseio Autokinitou, Cine Keramikos        | Athens                          |          |            | Mar           |
| 122 Balkan Fest                                    | Polyhoros WE (Diethni Ekthesi Thessalonik  | Thessaloniki                    |          |            | Feb           |
| 123 Electric Nights Festival                       | Booze Cooperativa                          | Athens                          |          |            | Mar           |
| 124 Irish Culture Festival                         | Alcheimio Pub Grevena                      | Grevena                         |          |            | Mar           |
| 125 Classical Music Festival Xanthi                | Laografiko Mouseio Xanthi                  | Xanthi                          |          |            | Mar-Apr       |
| 126 Reedblocks Thessaloniki Accordion Festival     | Chorodentro, Thessaloniki                  | Thessaloniki                    |          |            | Apr           |
| 127 Borderline Festival                            | Stegi Idrimatos Onasi, Geoponiko Panepisti | Athens                          |          |            | Apr           |
| 128 Europavox Festival Athens                      | Fuzz Music Club                            | Athens                          |          |            | Apr           |
| 129 BIG BANG Festival                              | Stegi Idrimatos Onasi                      | Athens                          |          |            | May           |
| 130 Holi Fest Crete                                | Ethniko Stadio Chania, Parking ABEA Rethi  | Rethimno/Chania/ Agios Nikolaos |          |            | May/June      |
| 131 Medieval Rose Festival                         | Mesaioniki Poli                            | Rhodes                          |          |            | May           |
| 132 Audiovisual Art's Festival                     | Plateia Tsirigoti                          | Kerkira                         |          |            | May           |
| 133 ADD Festival                                   | Elliniko International Airport             | Athens                          |          |            | Jun           |
| 134 Athens Technopolis Jazz Festival               | Technopoli, Keramikos                      | Athens                          |          |            | Jun           |
| 135 Panorama Ellinikis Jazz                        | Stegi Idrimatos Onasi                      | Athens                          |          |            | Jun           |
| 136 Aigaiou Methexis                               | Mpatsi                                     | Andros                          |          |            | Jun           |
| 137 Yupiyaya Festival                              | Kedros Beach Bar                           | Donousa                         |          |            | Jun           |
| 138 Surf Art Festival                              | Beach Volley, Olympiako Sygkrotima Faliro  | Athens                          |          |            | Jun           |
| 139 Summer Nostos Festival                         | Kentro Politismou Idrima Stavros Niarhos   | Athens                          |          |            | Jun           |
| 140 The/Saloniki Sound Festival                    | Thessaloniki                               | Thessaloniki                    |          |            | Jun           |

| Festival Name                                     | Place                                    | City Near To         | Capacity | Attendance | Period  |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------|----------|------------|---------|
| 141 Athens Retro Festival                         | Palio Amaksostasio OSY, Gkazi            | Athens               |          |            | Jun     |
| 142 Europaiiki Giorti Mousikis                    | Greece (Multicity, Multivenue)           | Athens               |          |            | Jun     |
| 143 Bollywood & Multicultural Dance Festival      | Dora Stratou Theater, Filopappou         | Athens               |          |            | Jun-Jul |
| 144 Colour Day Festival                           | OAKA                                     | Athens               |          |            | Jun-Jul |
| 145 Paros Festival                                | Paroikia                                 | Paros                |          |            | Jul     |
| 146 Festival Vovouas                              | Vovoua, Zagori, Pindos                   | Ioannina             |          |            | Jul     |
| 147 Endorphin Festival                            | Hani Hatzigwou, Milea                    | Larisa               |          |            | Jul     |
| 148 Bloque Festival                               | Ktima Oenogenesis (past: Dasiko Horio Pa | Drama (past: Kavala) | 7,000    |            | Jul     |
| 149 ARION Diethnes Festival Kitharas              | Molyvos                                  | Lesvos               |          |            | Aug     |
| 150 River Flow Festival                           | Platanakia, Vergina                      | Veroia               | 1,500    |            | Aug     |
| 151 Reborn Festival                               | Paralia Megalo Fanarak, Moudros          | Limnos               |          |            | Aug     |
| 152 Over The Wall - Crete Rock Festival           | Politistiko Kentro Herakliou             | Heraklion            |          |            | Aug     |
| 153 Zero Festival                                 | Limni Zirou, Filippiada                  | Arta                 |          |            | Aug     |
| 154 Paxos Reggae Festival                         | Gaios (Paxoi), Voutoumi                  | Kerkira              |          |            | Aug     |
| 155 Street Mode Festival                          | Limani Thessalonikis                     | Thessaloniki         | 40,000   |            | Aug-Sep |
| 156 H Mera Me Ta Xromata                          | Fragma Thermis                           | Thessaloniki         |          |            | Sep     |
| 157 Festival KNE (Communist Youth Party Fest)     | Parko Tritsi                             | Athens               |          |            | Sep     |
| 158 Antiratsistiko Festival                       | Parko Goudi                              | Athens               |          |            | Jun/Jul |
| 159 Antiapagoreutiko Festival (Legalise Festival) | Thiseio (past: Panepistimioupoli)        | Athens               |          |            | May     |
| 160 Indie Free Festival                           | Pedion Areos                             | Athens               |          |            | Jun     |
| 161 Festival Anaireseis                           | Geoponiko Panepistimio                   | Athens               |          |            | Jun     |
| 162 Resistance Festival                           | University of Fine Arts                  | Athens               |          |            | Sep     |
| 163 Pre/Post Festival                             | Limani Prevezas (past: Kipothatro)       | Preveza              |          |            | Aug     |
| 164 Svenfest Open Air                             | Asteras Karditsas Stadium                | Karditsa             |          |            | Jul     |
| 165 Shapes Zakynthos                              | Paralia Banana (Tropicana & Casa Playa B | Zakynthos            | 5000     |            | Aug     |
| 166 Flight of Icarus Festival                     | Stavlos                                  | Ikaria               |          |            | Jul     |
| 167 Ikaria Music Festival                         | Bensao Beach Bar, Mesakti                | Ikaria               |          |            | Aug     |
| 168 Zagori Art Festival                           | Negades, Zagoriou                        | Ioannina             |          |            | Jun     |
| 169 Giortes Ths Ghs / Earth Festival              | Vlasti                                   | Kozani               |          |            | Jul     |
| 170 Primer Music Festival                         | Plateia Nerou                            | Athens               |          |            | Jul     |

| Festival Name                                    | Days               | Translate | Organization | Admission | Production                            | History |
|--------------------------------------------------|--------------------|-----------|--------------|-----------|---------------------------------------|---------|
| 1 River Party                                    | 5                  | No        | Private      | Ticket    | People Entertainment Group            | 42      |
| 2 Rockwave Festival                              | 3 seperated        | Yes       | Private      | Ticket    | Didi Music / Big Star Promotion       | 25      |
| 3 Ejekt Festival                                 | 1-3 days seperated | Yes       | Private      | Ticket    | Detox Events                          | 18      |
| 4 Release Athens                                 | 3 seperated        | Yes       | Private      | Ticket    | Fuzz Productions                      | 3       |
| 5 Athens Rocks Festival                          | 1                  | Yes       | Private      | Ticket    | High Priority Promotions              | 2       |
| 6 Athens Garden Festival                         | 3                  | No        | Local Gov    | Free      | OPANDA (Organismos Politismou)        | 7       |
| 7 Matala Beach Festival                          | 3                  | No        | NGO          | Free      | Syllogos Touristikis Anaptiks M       | 9       |
| 8 Secret Sound Festival                          | 3                  | No        | Private      | Ticket    |                                       | 3       |
| 9 Up Festival                                    | 2                  | Yes       | Private      | Ticket    | Papaioannou                           | 8       |
| 10 Saristra Festival                             | 3                  | No        | NGO          | Free      | Gkoutinakis, Vallatos etc             | 8       |
| 11 Festival Neon Arda                            | 5                  | Yes       | Local Gov    | Ticket    | Dimotiki Koinofelis Epixeirisi Politi | 26      |
| 12 Ziria Music Festival                          | 3                  | No        | NGO          | Free      | Sithas Koinoniki Epixeirisi           | 11      |
| 13 Vida Laska Festival                           | 3                  | Yes       | NGO          | Ticket    | Organismos Koinonikis Diegersis       | 1       |
| 14 Los Almiros Festival                          | 3                  | No        | NGO          | Free      | DIY / Los Almiros Rock Internet R     | 9       |
| 15 Mousiko Festival Dasous Arvanitsas            | 3                  | No        | NGO          | Ticket    | Ellinikos Oreivatikos Omilos Kiria    | 8       |
| 16 Samos Young Artists Festival                  | 7                  | Yes       | NGO          | Ticket    | Scwartz Foundation                    | 11      |
| 17 International Andros Festival                 | 10 seperated       | Yes       | Local Gov    | Ticket    | Filoi Festival Androu (municipality   | 5       |
| 18 Festival Melitzazz                            | 5                  | Yes       | Local Gov    | Free      | Municipality of South Kinouria & P    | 15      |
| 19 Preveza Jazz Festival                         | 3                  | No        | NGO          | Free      | Preveza Jazz Festival (MKO) / Idi     | 18      |
| 20 Helios Festival                               | 3                  | No        | Private      | Ticket    | Elements Production                   | 8       |
| 21 Odyssia Festival                              | 3                  | Yes       | Private      | Ticket    | Cariocas beach bar                    | 4       |
| 22 Under The Sun Festival                        | 2                  | No        | Private      | Ticket    | Cariocas beach bar                    | 2       |
| 23 Festival Vrisis Tirnavou                      | 2                  | No        | NGO          | Ticket    | DIY                                   | 10      |
| 24 International Pelion Festival                 | 9                  | Yes       | NGO          | Free      | Polyrhythmia (Astiki Mh Kerdoskop     | 21      |
| 25 Festival Rebetikou                            | 5                  | No        | Local Gov    | Free      | Municipality of Syros & Etairaia P    | 5       |
| 26 Estella Festival                              | 2                  | No        | Local Gov    | Free      | Municipality of North Kinouria        | 2       |
| 27 Festival Agkistrou Xoris Synora               | 2                  | No        | NGO          | Ticket    | Laografikos Omilos Agkistrou          | 6       |
| 28 Molyvos International Music Festival          | 12                 | Yes       | NGO          | Ticket    | Diethnes Festival Mousikis Molyv      | 6       |
| 29 Tinos World Music Festival                    | 3                  | Yes       | NGO          | Ticket    | Idrima Tiniakou Politismou   art di   | 6       |
| 30 Loutraki Festival                             | 13                 | No        | NGO          | Ticket    | Sillogos Filwn Mousikis   art direc   | 6       |
| 31 Diethnes Festival Patras                      | Open Seperated     | Yes       | Local Gov    | Ticket    | Dimotiki Vivliothiki Politistikos Org | 34      |
| 32 Festival Sainopouliou Amfitheatrou            | Open Seperated     | No        | NGO          | Ticket    | Sainopouleio Idrima                   | 32      |
| 33 Serres World Music Festival                   | 3                  | No        | Local Gov    | Free      | Municipality of Serres                | 3       |
| 34 Icarus Festival For Dialogue Between Cultures | Open Seperated     | No        | Private      | Ticket    | Massive Production (Evgenia Taç       | 11      |
| 35 Festival sto Parko Parou                      | Open Seperated     | Yes       | Local Gov    | Ticket    | Paros Park Dimotiki Etairaia          | 11      |

| Festival Name                                | Days           | Translate | Organization      | Admission  | Production                         | History |
|----------------------------------------------|----------------|-----------|-------------------|------------|------------------------------------|---------|
| 36 Jazz in Paros Festival                    | 1              | Yes       | Private           | Ticket     | Athina Perantinou (Perantinos Tr   | 8       |
| 37 Lepanto Folk Festival                     | 3              | No        | NGO               | Free       | Koinsep Provalo ti Nafpaktia       | 5       |
| 38 Falirofornia Festival                     | 1              | No        | Private           | Ticket     | Falirofornia Productions           | 3       |
| 39 Zante Jazz Festival                       | 3              | No        | Private           | Ticket     | Petros Klampanis (Kallitexniki Die | 8       |
| 40 Dream Festival Medusa                     | 4              | No        | Private           | Ticket     | Medousa "Syllogos Energon Polit    | 5       |
| 41 Rhythmic Open Air Festival                | 2              | No        | Private           | Ticket     | Kiri Poulos / Rhythmic Events      | 1       |
| 42 Can You Dance To My Beat                  | 4              | No        | Private           | Ticket     | Katavothres Club + Tribe Record    | 1       |
| 43 Labateria Festival                        | 3              | No        | NGO               | Free       | Kathreftis Technon & Ideon + ger   | 2       |
| 44 Moonshine Festival                        | 2              | No        | Private           | Ticket     | Moonshine Radio, Greek Cowboy      | 4       |
| 45 Swing for Hope Festival                   | 1              | No        | Private           | Ticket     | Athens Swinging Cats               | 9       |
| 46 Westside Festival                         | 4              | No        | Private           | Free       | Inner Ear Records, Press Pop Ma    | 4       |
| 47 Orfun Festival                            | 1              | No        | NGO               | Free       | Paidia tou Kentrou Prostatias Pai  | 7       |
| 48 Fasma Festival                            | 3              | No        | Private           | Ticket     | Fasma                              | 4       |
| 49 Nafplio - Artiva Youth Music Festival     | 3              | Yes       | Private/Local Gov | Free       | ARTIVA cultural management & z     | 6       |
| 50 Just Radio Festival                       | 2              | No        | NGO               | Free       | TEI Dytkis Macedonias Just Radi    | 1       |
| 51 Music in Motion                           | 2              | No        | NGO               | Ticket     | Music Is Network                   | 4       |
| 52 Elaionas Festival                         | 13             | No        | NGO/Local Gov     | Free       | Elaionas Festival                  | 5       |
| 53 Festival Oitis                            | Open Separated | No        | NGO               | Ticket     | Xora Topos Tehnon                  | 13      |
| 54 SAF - Street Art Festival                 | 3              | No        | Private/Local Gov | Ticket     | Omada SAF (Marantelos Alexis)      | 5       |
| 55 Moni Lazariston Festival                  | Open Separated | Yes       | NGO               | Ticket     | Moni Lazariston Astiki Mi Kerdosh  | 27      |
| 56 Festival Aisxyleia                        | Open Separated | Yes       | Local Gov         | Ticket     | Dimos Eleusinas                    | 46      |
| 57 Festival Volou                            | Open Separated | No        | NGO/Local Gov     | Ticket     | Theatro ths Empeirias + Dimos V    | 5       |
| 58 Korfu Odyssey                             | 3              | No        | Private           | Ticket     | Elements Production + CrystalTo    | 3       |
| 59 Serres School Music Festival              | 2              | No        | Local Gov         | Free       | Dimos Serron -->sthsmo h etaire    | 9       |
| 60 Mawa Festival                             | 3              | Yes       | Private           | Ticket     | Mawa Festival (Zuri Maria & Mattl  | 2       |
| 61 Mesogeiaiko (Radiofoniko) Festival Sitias | 3              | Yes       | NGO/Local Gov     | Free       | Syllogos Filon Mousikis Sitias + C | 7       |
| 62 Festival Olympou                          | Open Separated | Yes       | NGO/Local Gov     | Ticket     | Organismos Festival Olympou        | 49      |
| 63 Jazz in July                              | Open Separated | Yes       | Private/NGO       | Ticket     | Vamos Art and Thought              | 9       |
| 64 Festival Tinou                            | Open Separated | No        | Local Gov         | Ticket     | Koinofelis Epixeirisi Dh mou Tinou | 18      |
| 65 Paxos Music Festival                      | Open Separated | Yes       | NGO               | Ticket     | Friends Of Paxos (Non Profit Ass   | 34      |
| 66 TentArt Festival                          | 3              | No        | NGO/Local Gov     | Free       | Art 'n Roll + Dimos Dramas         | 5       |
| 67 Pozar Festival                            | 2              | No        | NGO               | Ticket     | Syllogos Neon Loutrakiou - Pellas  | 9       |
| 68 International Festival of the Aegean      | 15             | Yes       | Private           | Ticket     | MidAmerica Productions Inc.        | 16      |
| 69 Festival Naxou                            | Open Separated | No        | NGO               | Ticket     | Pyrgos Bazeou, Politistikos Orgar  | 20      |
| 70 Rock Mountain Festival                    | 1              | No        | NGO               | Ticket 1-3 | Politistikos Syllogos Agias Marina | 7       |

| Festival Name                                   | Days           | Translate | Organization      | Admission | Production                          | History |
|-------------------------------------------------|----------------|-----------|-------------------|-----------|-------------------------------------|---------|
| 71 Weak-End Festival                            | 1              | Yes       | NGO               | Ticket    | Film E films&art (Eva Lamprou) &    | 3       |
| 72 Festival Kitharas Ermoupolis                 | 5              | Yes       | Local Gov         | Free      | Dimos Syrou - Ermoupolis            | 27      |
| 73 Syros Accordeon Festival                     | 6              | Yes       | NGO/Local Gov     | Free      | Omada Accordeon Syrou + Ourio       | 9       |
| 74 Yakintheia                                   | 5              | Yes       | NGO/Local Gov     | Free      | Syllogos Filoi ton Yakintheion Ekc  | 20      |
| 75 Anemi Jazz Festival                          | 3              | No        | Private/Local Gov | Free      | Anemi Hotels Folegandros            | 3       |
| 76 Festival Dromou Kalamatas                    | 4              | Yes       | NGO/Local Gov     | Ticket    | Organismos Neolaia & Ekpaidei       | 11      |
| 77 Santorini Arts Factory                       | Open Separated | Yes       | Private           | Ticket    | Tomato Industrial Museum Nomik      | 5       |
| 78 In-Fest                                      | 2              | No        | Local Gov         | Ticket    | Dimos Kilkis                        | 4       |
| 79 Festival Plateias                            | 3              | No        | NGO               | Free      | Politistikos Athlitikos Organismos  | 5       |
| 80 Saronic Chamber Music Festival               | 10             | Yes       | NGO/Local Gov     | Ticket    | Leonardi Ensemble   giannis agr     | 10      |
| 81 Snak Festival                                | 2              | No        | NGO               | Free      | Syllogos Neon Ag.Kirikou            | 12      |
| 82 Feneffest / Festival Feneou                  | 2              | No        | NGO               | Free      | Syllogos Gynaikon Feneou + Pez      | 3       |
| 83 Reggaevibes Music Festival                   | 5              | Yes       | NGO               | Ticket    | Professor Skank + Enosi Goneon      | 12      |
| 84 Ireon Music Festival                         | 3              | Yes       | NGO/Local Gov     | Ticket    | Politistikos Eksoraistikos Syllogos | 16      |
| 85 Pulsar Samothraki Art Festival               | 2              | Yes       | NGO               | Ticket    | Etaireia Politismou DIA STOMATI     | 5       |
| 86 Mousiko Festival Kioniou Ithakis             | 2              | No        | NGO               | Free      | Politistikos Omilos Kioniou Ithakis | 5       |
| 87 Railway Festival                             | 1              | No        | NGO               | Free      | Politistikos Syllogos Iws           | 5       |
| 88 Lelekios Fiesta                              | 2              | No        | NGO               | Ticket    | Athlitikos Omilos Argonaftis Neas   | 4       |
| 89 Samothrace World Music Festival / Ethnic Jam | 12             | No        | Private           | Ticket    | WeProductions (Germany, Greec       | 13      |
| 90 International Folklor Festival Lefkada       | 8              | Yes       | NGO/Local Gov     | Ticket    | antonis tzeveleki / Politistiko Ker | 57      |
| 91 Love & Peace Festival                        | 1              | No        | NGO               | Ticket    | DIY                                 | 7       |
| 92 Diadromes Sti Marpissa                       | 3              | Yes       | NGO               | Free      | Diadromes Sti Marpissa              | 10      |
| 93 Jazz on Tinos                                | 3              | Yes       | NGO/Local Gov     | Free      | Idrma Tiniakou Politismou & Peri    | 11      |
| 94 Festival Thriskeftikis Mousikis Patmou       | 6              | No        | Local Gov         | Free      | Pneumatiko Kentro Dimou Patmo       | 18      |
| 95 Pik-Nik Urban Festival                       | 3              | Yes       | NGO               | Ticket    | Parenthesis                         | 8       |
| 96 Fougaro Jazz Festival                        | 3              | No        | Private           | Free      | Fougaro Artcenter   Harris Kavadi   | 7       |
| 97 Spiral Nights Eco Fest                       | 6              | Yes       | NGO               | Ticket    | Free&Real, Telethron Project        | 5       |
| 98 Festival Kolonou                             | Open Separated | No        | Local Gov         | Free      | Organismos Politismou Athlitsmc     | 3       |
| 99 Athens School Festival                       | 2              | No        | Local Gov         | Free      | Organismos Politismou Athlitsmc     | 10      |
| 100 Let's Rock Festival                         | 1              | No        | NGO               | Free      | Beer Drinkers & Hell Raisers        | 8       |
| 101 Reworks Festival                            | 5              | Yes       | Private           | Ticket    | NON Aesthetics net   Anastasios     | 16      |
| 102 Django Fest Athens - Gypsy Jazz Festival    | 2              | No        | NGO               | Free      | DIY Diminuita Swing Trio            | 10      |
| 103 Festival Votanikou "Kato Apo Tis Grammes"   | 5              | No        | NGO               | Free      | DIY (artists & venues) Chrysa Ma    | 6       |
| 104 Dimitria                                    | Open Separated | No        | Local Gov         | Ticket    | Dimos Thessalonikis   Art Directo   | 54      |
| 105 To Mikro Parisi Ton Athinon                 | 11             | Yes       | NGO/Local Gov     | Free      | Athens Art Network(Marios Strofa    | 7       |

| Festival Name                                      | Days           | Translate | Organization      | Admission   | Production                         | History |
|----------------------------------------------------|----------------|-----------|-------------------|-------------|------------------------------------|---------|
| 106 Syros Jazz Festival                            | 5              | No        | Local Gov         | Free        | South Aegean Region + Dimos S      | 8       |
| 107 Spoutnik Festival                              | 3              | No        | NGO               | Ticket/Free | Spoutnik Magazine / Neolaia Syri   | 4       |
| 108 Hip Hop Smile Festival                         | 4              | No        | NGO               | Ticket      | Hamogelo tou Paidiou               | 8       |
| 109 Prairie & Rust Festival                        | 4              | No        | Private           | Ticket      | Ioannis Kalifatidis                | 3       |
| 110 Monitor Festival / Modern Art Festival         | Open Separated | No        | NGO/Local Gov     | Ticket      | Monitor Urban Press (Nikos Katzi   | 3       |
| 111 Festival Pianou Thessalonikis                  | Open Separated | No        | NGO/Local Gov     | Ticket      | Festival Pianou Thessalonikis ( H  | 8       |
| 112 InMute Festival                                | 3              | Yes       | Private/NGO       | Free        | Holotype Edition + Franca's Instit | 6       |
| 113 Greek Beatbox Championship                     | 1              | No        | Private           | Ticket      | beetboxgreece.com                  | 7       |
| 114 Plissken Festival                              | 2              | Yes       | Private           | Ticket      | plissken festival (stefanos papag  | 8       |
| 115 Break The Chain Festival - Stop Human Traffick | 2              | No        | NGO               | Free        | break the chain (Iraklis Moskov +  | 3       |
| 116 International Festival of Karditsa             | 5              | Yes       | NGO/Local Gov     | N/A         | Panellinia Omospondia Horodion     | 37      |
| 117 Balkan Festival of Kastoria                    | 1              | No        | NGO/Local Gov     | Free        | Politistiko Syllogos Tsarsi, Dimos | 5       |
| 118 Piano Plus Festival                            | 2              | No        | NGO/Local Gov     | Ticket      | Piano Plus Festival (Andreas Xer   | 11      |
| 119 Festival Mousikotropo                          | Open Separated | No        | Local Gov         | Ticket      | Dimotiko Odeio Larisas   Xristos I | 4       |
| 120 Vinyl Market                                   | 3              | No        | NGO               | Free        | Phoi Neon Dimiourgou               | 7       |
| 121 Vinyl is Back                                  | 3              | Yes       | Private           | Free        | Vinyl is Back + Demand Fairs & M   | 14      |
| 122 Balkan Fest                                    | 2              | No        | Private/NGO       | Ticket      | MKO Paidia En Drasi + Exostis Fi   | 9       |
| 123 Electric Nights Festival                       | 2              | No        | NGO               | Ticket      | Medea Electronique (Kollektiva)    | 7       |
| 124 Irish Culture Festival                         | 4              | Yes       | NGO               | Free        | S+ (σισθηκό)                       | 2       |
| 125 Classical Music Festival Xanthis               | 9              | Yes       | NGO               | Free        | Filoproodi Enosi Xanthis + Tmimz   | 14      |
| 126 Reedblocks Thessaloniki Accordion Festival     | 3              | Yes       | NGO               | Ticket      | Be Artive (Non Profit Art Manage   | 3       |
| 127 Borderline Festival                            | 5              | Yes       | NGO               | Ticket      | Stegi Idrimatos Onasi   epimeleia  | 10      |
| 128 Europavox Festival Athens                      | 2              | Yes       | Private/EU Gov    | Ticket      | Fuzz Productions                   | 2       |
| 129 BIG BANG Festival                              | 1              | Yes       | NGO/EU Gov        | Ticket      | Stegi Idrimatos Onasi + Zonzo Cc   | 6       |
| 130 Holi Fest Crete                                | 2 seperated    | No        | Private/Local Gov | Ticket      | Chillin Real Advertising (Real Adv | 4       |
| 131 Medieval Rose Festival                         | 3              | Yes       | NGO/Local Gov     | Free        | Syllogos Mesaioniko Rodo           | 14      |
| 132 Audiovisual Arts Festival                      | 13             | Yes       | University        | Free        | Tmima Technon Hxou & Eikonas       | 13      |
| 133 ADD Festival                                   | 1              | Yes       | Private/NGO       | Ticket      | Six dogs / Stegi Idrimatos Onasi   | 3       |
| 134 Athens Technopolis Jazz Festival               | 7              | Yes       | Local Gov         | Free        | Dimos Athinaion, Technopolis       | 20      |
| 135 Panorama Ellinikis Jazz                        | 3              | Yes       | NGO               | Ticket      | Stegi Idrimatos Onasi              | 8       |
| 136 Aigiou Methexis                                | 3              | Yes       | NGO               | Ticket      | Plegma (Astiki Mi Kerdoskopiki)    | 2       |
| 137 Yupiyaya Festival                              | 3              | No        | Private           | Ticket      | Vasilis Sevdalis                   | 3       |
| 138 Surf Art Festival                              | 3              | No        | NGO               | Ticket      | Hellenic Surfing Community         | 6       |
| 139 Summer Nostos Festival                         | 8              | Yes       | NGO               | Free        | Idrima Stavros Niarhos             | 3       |
| 140 The/Saloniki Sound Festival                    | 5              | No        | Local Gov         | Ticket      | Dimos Thessalonikis (Tmima Dio     | 1       |

| Festival Name                                     | Days | Translate | Organization  | Admission   | Production                            | History |
|---------------------------------------------------|------|-----------|---------------|-------------|---------------------------------------|---------|
| 141 Athens Retro Festival                         | 4    | No        | NGO           | Ticket      | Frontizoume Gia to Synanthropo        | 5       |
| 142 Europaiki Giorti Mousikis                     | 4    | Yes       | NGO           | Free        | Music Events Coordination and C       | 21      |
| 143 Bollywood & Multicultural Dance Festival      | 3    | Yes       | Private       | Ticket      | Artistic Studio Oriental Expressio    | 8       |
| 144 Colour Day Festival                           | 2    | No        | Private       | Ticket      | Skull Production                      | 6       |
| 145 Paros Festival                                | 3    | Yes       | NGO           | Free        | Volunteers from Paros Island          | 3       |
| 146 Festival Vovousas                             | 8    | No        | NGO/Local Gov | Free        | Ecological Movement Against Ao        | 6       |
| 147 Endorphin Festival                            | 4    | Yes       | NGO           | Ticket      | DIY   Damn Month (fb profile)         | 11      |
| 148 Bloque Festival                               | 3    | No        | Private       | Ticket      | Kloris Giorgos                        | 10      |
| 149 ARION Diethnes Festival Kitharas              | 7    | Yes       | NGO           | Free        | Foreas Tourismou Molyvou *Lesv        | 9       |
| 150 River Flow Festival                           | 4    | No        | Private       | Ticket      | Unrated Team                          | 7       |
| 151 Reborn Festival                               | 4    | Yes       | Private       | Ticket      | Salamousas Stergios (Stergios S       | 6       |
| 152 Over The Wall - Crete Rock Festival           | 2    | No        | Private       | Ticket      | Over The Wall Cultural Associati      | 5       |
| 153 Zero Festival                                 | 2    | No        | NGO           | Ticket      | Syllogos Neon Filippiadas             | 6       |
| 154 Paxos Reggae Festival                         | 3    | Yes       | Private       | Ticket      | Inna Cantina Sound + FM Sound         | 5       |
| 155 Street Mode Festival                          | 3    | Yes       | Private       | Ticket      | NOX1 Giannis Eustathiou & Xaris       | 11      |
| 156 H Mera Me Ta Xromata                          | 1    | No        | Private       | Ticket      | SfinaColors (Marios Ermitikos)        | 7       |
| 157 Festival KNE (Communist Youth Party Fest)     | 3    | No        | NGO           | Ticket/Free | Youth of Greek Communist Party        | 45      |
| 158 Antiratsistiko Festival                       | 3    | Yes       | NGO           | Ticket/Free | Greek Antiracists Collectivities      | 23      |
| 159 Antiapagoreutiko Festival (Legalise Festival) | 2    | No        | NGO           | Free        | Greek Collectivities   Heliosporoi    | 15      |
| 160 Indie Free Festival                           | 1    | No        | NGO           | Free        | Void Network (collectivity)           | 29      |
| 161 Festival Anaireseis                           | 3    | No        | NGO           | Ticket/Free | Youth of Communism Liberation I25?    |         |
| 162 Resistance Festival                           | 2    | No        | NGO           | Ticket/Free | Youth of Greek Communist Orgar        | 11      |
| 163 Pre/Post Festival                             | 1    | No        | Private       | Ticket      | dbounds, diy                          | 9       |
| 164 Svenfest Open Air                             | 2    | No        | NGO           | Free        | Deacidified (metal Band)   Vaio       | 8       |
| 165 Shapes Zakynthos                              | 5    | Yes       | Private       | Ticket      |                                       | 3       |
| 166 Flight of Icarus Festival                     | 1    | No        | Private       | Free        | Ikariaki Radiofonia                   | 1       |
| 167 Ikaria Music Festival                         | 15   | No        | Private       | Ticket      | Members of Dance   Kleopatra Fi       | 1       |
| 168 Zagori Art Festival                           | 2    | No        | NGO           | Ticket      | Naia Arts and Culture                 | 2       |
| 169 Giortes Ths Ghs / Earth Festival              | 5    | No        | NGO/Local Gov | Ticket      | Politistiki Etaireia Vlastis / Koinot | 20      |
| 170 Primer Music Festival                         | 1    | Yes       | Private       | Ticket      | Everyday Events (Brown Sugar N        | 3       |

| Festival Name                                    | Genre                                     | Latitude      | Longitude     | Google Earth |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| 1 River Party                                    | greek, pop, rock                          | 40°24'20.39"N | 21° 3'29.64"E | yes          |
| 2 Rockwave Festival                              | rock, metal, pop                          | 38°13'49.16"N | 23°48'14.22"E | yes          |
| 3 Ejekt Festival                                 | electro, rock, pop                        | 37°56'14.37"N | 23°41'21.65"E | yes          |
| 4 Release Athens                                 | electro, rock, pop                        | 37°56'14.24"N | 23°41'24.05"E | yes          |
| 5 Athens Rocks Festival                          | rock, metal, stoner, indie                | 38° 2'17.58"N | 23°47'6.56"E  | no           |
| 6 Athens Garden Festival                         | classical music                           | 37°58'21.62"N | 23°44'18.17"E | yes          |
| 7 Matala Beach Festival                          |                                           | 34°59'39.92"N | 24°44'59.22"E | yes          |
| 8 Secret Sound Festival                          | Reggae, Dub, Hip Hop                      | 38°55'36.15"N | 24°27'57.44"E | no           |
| 9 Up Festival                                    | greek, indie, rock, electro               | 36°54'15.37"N | 25°58'40.73"E | no           |
| 10 Saristra Festival                             |                                           | 38°15'25.83"N | 20°36'6.67"E  | yes          |
| 11 Festival Neon Arda                            | greek, skyladika, pop, rock, sports       | 41°39'3.99"N  | 26°28'29.63"E | yes          |
| 12 Ziria Music Festival                          | rock, stoner, runk, underground           | 37°56'48.81"N | 22°25'48.88"E | yes          |
| 13 Vida Laska Festival                           | greek, arts, rock, reggae                 | 39°38'24.09"N | 19°55'27.61"E | no           |
| 14 Los Almiros Festival                          | stoner, rock, metal, hip hop              | 39°11'35.80"N | 22°44'20.41"E | yes          |
| 15 Mousiko Festival Dasous Arvanitsas            | greek, rock, jazz                         | 38°19'18.61"N | 22°51'14.02"E | no           |
| 16 Samos Young Artists Festival                  | classical music                           | 37°41'43.24"N | 26°56'6.23"E  | no           |
| 17 International Andros Festival                 | theater, arts, clasical, greek            | 37°50'6.89"N  | 24°56'6.81"E  | no           |
| 18 Festival Melitzazz                            | folk, latin, jazz, dance                  | 37° 9'58.61"N | 22°51'41.45"E | yes          |
| 19 Preveza Jazz Festival                         | jazz, clasical                            | 38°57'33.18"N | 20°45'17.64"E | yes          |
| 20 Helios Festival                               | electro dance                             | 39°40'48.34"N | 19°46'13.87"E | yes          |
| 21 Odysia Festival                               | electro dance                             | 38° 3'17.09"N | 23° 1'36.24"E | no           |
| 22 Under The Sun Festival                        | stoner, rock, metal                       | 38° 3'16.52"N | 23° 1'35.54"E | no           |
| 23 Festival Vrisi Tirnavou                       | punk, rock, stoner, reggae, hip hop, gree | 39°46'33.66"N | 22°18'10.74"E | no           |
| 24 International Pelion Festival                 | clasical, arts, academy                   | 39°26'30.87"N | 23° 6'10.09"E | no           |
| 25 Festival Rebetikou                            | rebetiko                                  | 37°23'14.40"N | 24°53'21.24"E | no           |
| 26 Estella Festival                              | clasical, jazz, arts                      | 37°25'6.80"N  | 22°46'1.67"E  | no           |
| 27 Festival Agkistrou Xoris Synora               | greek entehno                             | 41°22'4.49"N  | 23°25'41.37"E | no           |
| 28 Molyvos International Music Festival          | clasical                                  | 39°22'5.51"N  | 26°10'37.54"E | no           |
| 29 Tinos World Music Festival                    | world, ethnic                             | 37°32'9.34"N  | 25° 9'49.51"E | yes          |
| 30 Loutraki Festival                             | arts, blues, greek, orchestral            | 37°58'46.02"N | 22°58'31.83"E | no           |
| 31 Diethnes Festival Patras                      | international, famous, arts               | 38°14'1.14"N  | 21°43'24.86"E | no           |
| 32 Festival Sainopoulou Amfitheatrou             | greek, arts                               | 37° 5'6.73"N  | 22°23'11.65"E | yes          |
| 33 Serres World Music Festival                   | world, ethnic, greek, jazz                | 41° 5'26.53"N | 23°32'59.09"E | no           |
| 34 Icarus Festival For Dialogue Between Cultures | greek, ethnic, world, jazz, arts          | 37°36'51.33"N | 26°17'32.56"E | no           |
| 35 Festival sto Parko Parou                      | greek, rebetiko, rock, classical, tango   | 37° 8'49.23"N | 25°13'29.11"E | yes          |

| Festival Name                                | Genre                                       | Latitude      | Longitude     | Google Earth |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| 36 Jazz in Paros Festival                    | jazz, seminars                              | 37° 8'47.88"N | 25°13'28.18"E | yes          |
| 37 Lepanto Folk Festival                     | folk, traditional, dance                    | 38°23'32.97"N | 21°49'41.49"E | no           |
| 38 Faliroforia Festival                      | Hip Hop, Electronica, Skate, Dance          | 37°55'15.98"N | 23°41'45.40"E | no           |
| 39 Zante Jazz Festival                       | Jazz                                        | 37°49'2.32"N  | 20°50'49.66"E | no           |
| 40 Dream Festival Medusa                     | greek, rock, ethnic, arts, sport            | 38°23'4.77"N  | 23°48'1.31"E  | no           |
| 41 Rhythmic Open Air Festival                | techno, house                               | 39°18'24.50"N | 23°11'8.29"E  | no           |
| 42 Can You Dance To My Beat                  | house, dance music                          | 38°11'38.23"N | 20°28'27.00"E | no           |
| 43 Labateria Festival                        | greek, metal, techno, arts, seminars        | 38°34'16.16"N | 23°44'46.58"E | no           |
| 44 Moonshine Festival                        | country, southern rock                      | 37°48'8.64"N  | 23° 3'7.84"E  | no           |
| 45 Swing for Hope Festival                   | swing                                       | 38° 0'3.21"N  | 23°44'15.86"E | no           |
| 46 Westside Festival                         | rock, electronica                           | 38°14'46.34"N | 21°44'6.43"E  | no           |
| 47 Orfun Festival                            | greek , rock, hip hop                       | 41° 9'34.28"N | 24° 8'51.64"E | yes          |
| 48 Fasma Festival                            | electronica                                 | 37°58'50.22"N | 23°42'46.44"E | no           |
| 49 Nafplio - Ariva Youth Music Festival      | concert bands, big bands, mousikokinitil    | 37°33'57.59"N | 22°47'47.67"E | no           |
| 50 Just Radio Festival                       | rock, funk, metal, balkan, hip hop          | 40°17'45.30"N | 21°46'55.74"E | no           |
| 51 Music in Motion                           | sygxronos xoros & mousiki                   | 37°59'44.36"N | 23°43'52.74"E | no           |
| 52 Elaionas Festival                         | greek, jazz, folk, arts, science, theater   | 37°59'31.28"N | 23°42'26.23"E | no           |
| 53 Festival Oitis                            | greek, ehntic, rock, hip hop, jazz, arts et | 38°53'18.42"N | 22°17'39.54"E | no           |
| 54 SAF - Street Art Festival                 | street art, dance, graffiti hip hop, dub, e | 40°37'41.34"N | 22°57'25.55"E | no           |
| 55 Moni Lazariston Festival                  | greek, theater, dance, international        | 40°39'28.76"N | 22°55'52.15"E | yes          |
| 56 Festival Aisxyleia                        | arts, theater, greek, jazz                  | 38° 2'22.56"N | 23°32'6.84"E  | yes          |
| 57 Festival Volou                            | theater, arts, jazz, greek etc              | 39°22'3.70"N  | 22°57'7.89"E  | yes          |
| 58 Korfu Odyssey                             | house,electronic, dance music               | 39°41'7.98"N  | 19°50'33.20"E | no           |
| 59 Serres School Music Festival              | school bands by north greece                | 41° 5'5.99"N  | 23°32'57.40"E | no           |
| 60 Mawa Festival                             | greek & middle east traditional sound, ei   | 34°51'21.17"N | 24° 6'36.37"E | no           |
| 61 Mesogeiaiko (Radiofoniko) Festival Sitias | folk, traditional, rebetiko, balkan, flamen | 35°12'38.22"N | 26° 6'34.24"E | yes          |
| 62 Festival Olympou                          | greek, international, theater               | 40° 0'19.91"N | 22°35'51.40"E | yes          |
| 63 Jazz in July                              | jazz, funk                                  | 35°24'27.98"N | 24°11'47.72"E | no           |
| 64 Festival Tinou                            | greek, arts, theater, book, jazz            | 37°35'6.19"N  | 25° 9'42.17"E | no           |
| 65 Paxos Music Festival                      | seminars, jazz, barroock, classical         | 39°13'33.22"N | 20° 9'38.13"E | no           |
| 66 TentArt Festival                          | arts, seminars, sports, jam, reggae, jazz   | 41° 9'1.28"N  | 24° 8'28.31"E | no           |
| 67 Pozar Festival                            | greek, pop, rock, hip hop, djs              | 40°58'11.45"N | 21°54'52.68"E | yes          |
| 68 International Festival of the Aegean      | classical, opera, dance, theater            | 37°26'44.60"N | 24°56'37.42"E | no           |
| 69 Festival Naxou                            | greek, arts, theater, jazz,                 | 37° 2'23.64"N | 25°26'59.38"E | no           |
| 70 Rock Mountain Festival                    | rock, stoner, metal                         | 39°44'9.00"N  | 20°49'43.72"E | no           |

| Festival Name                                   | Genre                                             | Latitude      | Longitude     | Google Earth |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| 71 Weak-End Festival                            | 3d street art, music                              | 38°47'47.29"N | 23°28'35.57"E | no           |
| 72 Festival Kitharas Ermoupolis                 | classical                                         | 37°26'44.22"N | 24°56'36.92"E | no           |
| 73 Syros Accordeon Festival                     | accordeon, seminars, foods                        | 37°23'31.07"N | 24°53'5.91"E  | no           |
| 74 Yakintheia                                   | traditional, cretan, folk, dance, greek           | 35°14'53.43"N | 24°51'42.73"E | no           |
| 75 Anemi Jazz Festival                          | jazz, greek                                       | 36°36'55.61"N | 24°56'42.19"E | yes          |
| 76 Festival Dromou Kalamatas                    | rock, hip hop, djs                                | 37° 5'41.66"N | 22° 0'7.77"E  | no           |
| 77 Santorini Arts Factory                       | jazz, ethnic, rebetiko, greek, arts, theatre      | 36°20'18.50"N | 25°25'57.58"E | yes          |
| 78 In-Fest                                      | rock, hip hop, djs, standup comedy, youth         | 40°56'53.05"N | 22°50'29.58"E | no           |
| 79 Festival Plateias                            | jazz, folk                                        | 35°15'22.10"N | 25°36'26.53"E | no           |
| 80 Saronic Chamber Music Festival               | classical                                         | 37°20'56.25"N | 23°28'4.23"E  | no           |
| 81 Snak Festival                                | rock, Stoner, underground                         | 37°37'14.65"N | 26°17'13.71"E | no           |
| 82 Feneffest / Festival Feneou                  | rock, Reggae, Folk, Djs, Arts                     | 37°55'38.49"N | 22°16'47.45"E | yes          |
| 83 Reggaevibes Music Festival                   | reggae, Dub, International                        | 35°11'4.16"N  | 25°42'49.65"E | no           |
| 84 Ireon Music Festival                         | greek, rock, reggae, international                | 37°39'57.19"N | 26°53'1.72"E  | yes          |
| 85 Pulsar Samothraki Art Festival               | greek, rock, folk, underground                    | 40°28'25.05"N | 25°28'25.62"E | no           |
| 86 Mousiko Festival Kioniou Ithakis             | greek, rock, folk, blues                          | 38°26'53.98"N | 20°41'16.07"E | no           |
| 87 Railway Festival                             | rock, alternative                                 | 37°52'4.36"N  | 21°12'21.79"E | no           |
| 88 Lelekios Fiesta                              | greek, rock, stoner                               | 37°35'16.38"N | 22°45'19.60"E | no           |
| 89 Samothrace World Music Festival / Ethnic Jam | folk, blues, jazz, seminars                       | 40°29'24.79"N | 25°39'17.32"E | no           |
| 90 International Folklor Festival Lefkada       | folklor                                           | 38°49'42.36"N | 20°42'31.02"E | yes          |
| 91 Love & Peace Festival                        | rock                                              | 38°14'25.05"N | 23°48'8.04"E  | yes          |
| 92 Diadromes Sti Marpissa                       | arts, culture, greek, folk, traditional           | 37° 2'41.91"N | 25°14'50.84"E | no           |
| 93 Jazz on Tinos                                | jazz, swing, funk                                 | 37°32'8.94"N  | 25° 9'49.28"E | yes          |
| 94 Festival Thriskeftikis Mousikis Patmou       | sacred music, byzantine, classical, gospel        | 37°18'51.07"N | 26°32'40.08"E | no           |
| 95 Pik-Nik Urban Festival                       | greek, jazz, funk, swing, rock                    | 40°38'16.46"N | 22°56'44.80"E | no           |
| 96 Fougaro Jazz Festival                        | jazz, experimental                                | 37°34'17.04"N | 22°49'15.67"E | no           |
| 97 Spiral Nights Eco Fest                       | arts, alternatives, seminars, experimental        | 38°54'14.45"N | 23° 3'18.19"E | no           |
| 98 Festival Kolonou                             | greek, jazz, folk, theater, seminars              | 37°59'44.32"N | 23°42'56.61"E | yes          |
| 99 Athens School Festival                       | school bands                                      | 37°58'39.54"N | 23°42'48.98"E | no           |
| 100 Let's Rock Festival                         | Rock, Stoner, Metal                               | 38°18'21.05"N | 23°38'41.22"E | yes          |
| 101 Reworks Festival                            | electronic, experimental, modern classical        | 40°38'5.15"N  | 22°56'25.52"E | yes          |
| 102 Django Fest Athens - Gypsy Jazz Festival    | swing, gypsy, jazz                                | 37°58'39.65"N | 23°42'48.29"E | yes          |
| 103 Festival Votanikou "Kato Apo Tis Grammes"   | greek, rebetiko, djs, arts                        | 37°58'58.59"N | 23°42'41.56"E | no           |
| 104 Dimitria                                    | ethnic, classical, jazz, rebetiko, greek, theater | 40°37'34.75"N | 22°56'53.86"E | no           |
| 105 To Mikro Parisi Ton Athinon                 | theater, jazz, belle epoque, experimental         | 37°59'7.94"N  | 23°43'17.49"E | no           |

| Festival Name                                         | Genre                                                | Latitude      | Longitude     | Google Earth |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| 106 Syros Jazz Festival                               | jazz, experimental                                   | 37°26'44.23"N | 24°56'37.42"E | yes          |
| 107 Spoutnik Festival                                 | political, greek, rock, jazz, ethnic, rebetiko       | 37°59'2.34"N  | 23°46'54.05"E | no           |
| 108 Hip Hop Smile Festival                            | Hip Hop, Djs, seminars, dance, theater               | 38° 0'12.90"N | 23°43'18.15"E | no           |
| 109 Prairie & Rust Festival                           | american music, country, southern rock               | 38° 0'46.18"N | 23°48'1.31"E  | yes          |
| 110 Monitor Festival / Modern Art Festival            | Electronic, Jazz, Experimental, greek, international | 35°20'20.30"N | 25° 8'30.66"E | no           |
| 111 Festival Pianou Thessalonikis                     | Classical, contemporary, experimental, piano         | 40°38'15.75"N | 22°56'15.82"E | no           |
| 112 InMute Festival                                   | cinema, jazz, experimental                           | 37°58'56.06"N | 23°44'19.15"E | yes          |
| 113 Greek Beatbox Championship                        | beatbox, seminars                                    | 37°58'38.96"N | 23°43'36.56"E | yes          |
| 114 Plissken Festival                                 | electronic, hip hop, rock, ethnic                    | 37°58'39.94"N | 23°42'48.77"E | yes          |
| 115 Break The Chain Festival - Stop Human Trafficking | sport, theater, classical, orchestral, seminar       | 37°59'37.60"N | 23°43'16.83"E | no           |
| 116 International Festival of Karditsa                | classical, choral music                              | 39°21'57.46"N | 21°55'19.92"E | no           |
| 117 Balkan Festival of Kastoria                       | balkan music, ethnic, traditional                    | 40°31'1.77"N  | 21°16'6.35"E  | no           |
| 118 Piano Plus Festival                               | classical, piano                                     | 37°57'14.34"N | 23°40'40.07"E | no           |
| 119 Festival Mousikotropo                             | classical, orchestral, greek, seminars               | 39°38'23.66"N | 22°25'8.19"E  | yes          |
| 120 Vinyl Market                                      | DJs                                                  | 37°58'38.93"N | 23°42'49.21"E | no           |
| 121 Vinyl is Back                                     | greek, djs, rock reggae, jazz                        | 37°58'54.23"N | 23°43'8.91"E  | no           |
| 122 Balkan Fest                                       | balkan, art, culture, cuisine                        | 40°37'32.76"N | 22°57'28.23"E | no           |
| 123 Electric Nights Festival                          | electronic                                           | 37°58'39.68"N | 23°43'44.00"E | no           |
| 124 Irish Culture Festival                            | irish                                                | 40° 5'5.77"N  | 21°25'41.09"E | no           |
| 125 Classical Music Festival Xanthi                   | classical                                            | 41° 8'37.03"N | 24°53'15.43"E | no           |
| 126 Reedblocks Thessaloniki Accordion Festival        | classical, accordion, workshops, children            | 40°38'15.58"N | 22°56'19.25"E | no           |
| 127 Borderline Festival                               | experimental, arts, theater, dance, video            | 37°57'28.84"N | 23°43'8.23"E  | no           |
| 128 Europavox Festival Athens                         | electronica, rock, new artist                        | 37°58'4.72"N  | 23°41'55.32"E | yes          |
| 129 BIG BANG Festival                                 | children, interactive                                | 37°57'28.55"N | 23°43'8.74"E  | yes          |
| 130 Holi Fest Crete                                   | djs, electro, pop, bollywood, spiritual              | 35°30'48.59"N | 24° 1'30.81"E | no           |
| 131 Medieval Rose Festival                            | traditional, historical, myth                        | 36°26'34.99"N | 28°13'36.90"E | no           |
| 132 Audiovisual Art's Festival                        | arts, science, education                             | 39°37'15.73"N | 19°55'25.43"E | no           |
| 133 ADD Festival                                      | electronic, dance, modern                            | 37°53'33.34"N | 23°43'26.69"E | no           |
| 134 Athens Technopolis Jazz Festival                  | jazz                                                 | 37°58'39.22"N | 23°42'48.57"E | yes          |
| 135 Panorama Ellinikis Jazz                           | jazz, new generation, mediterranean                  | 37°57'27.95"N | 23°43'9.15"E  | no           |
| 136 Aigaioi Methexis                                  | traditional, folk, culture, dance, workshop          | 37°51'21.29"N | 24°47'5.95"E  | no           |
| 137 Yuyiyaya Festival                                 | DJs, Electronica                                     | 37° 5'53.45"N | 25°48'14.15"E | no           |
| 138 Surf Art Festival                                 | surf, hip hop, skate, workshops, arts                | 37°56'23.89"N | 23°40'56.98"E | yes          |
| 139 Summer Nostos Festival                            | greek, international, jazz, pop                      | 37°56'21.74"N | 23°41'32.97"E | yes          |
| 140 The/Saloniki Sound Festival                       | jazz, electronica, soul, world, balkan               | 40°37'57.12"N | 22°56'7.65"E  | no           |

|     | Festival Name                                 | Genre                                          | Latitude      | Longitude     | Google Earth |
|-----|-----------------------------------------------|------------------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| 141 | Athens Retro Festival                         | retro, vintage, swing, surf, rock n roll       | 37°58'40.53"N | 23°42'56.73"E | yes          |
| 142 | Europaiki Giorti Mousikis                     | upcoming artists, greek, rock, pop, elect      | 37°58'51.67"N | 23°45'14.68"E | no           |
| 143 | Bollywood & Multicultural Dance Festival      | ethnic, dance, bollywood, seminars, fitne      | 37°58'4.13"N  | 23°43'3.29"E  | no           |
| 144 | Colour Day Festival                           | DJs, electronica, greek, fun                   | 38° 2'21.31"N | 23°47'6.25"E  | no           |
| 145 | Paros Festival                                | Traditional, Folk, arts, culture etc.          | 37° 5'5.67"N  | 25° 8'49.50"E | yes          |
| 146 | Festival Vovousas                             | Greek, rock, traditional, jazz, workshops      | 39°56'13.10"N | 21° 2'57.58"E | yes          |
| 147 | Endorphin Festival                            | Electronic, upcoming artists, DJs              | 40° 1'16.96"N | 22° 6'45.87"E | yes          |
| 148 | Bloque Festival                               | Electronic, visual arts                        | 41° 6'59.85"N | 24°14'39.08"E | no           |
| 149 | ARION Diethnes Festival Kitharas              | classic, guitar, seminars, competitions, t     | 39°22'7.61"N  | 26°10'24.39"E | no           |
| 150 | River Flow Festival                           | Hip Hop, Electronica, Dubstep, Drum &          | 40°28'56.41"N | 22°18'27.55"E | yes          |
| 151 | Reborn Festival                               | Electronica, dance                             | 39°51'35.42"N | 25°14'53.32"E | yes          |
| 152 | Over The Wall - Crete Rock Festival           | Rock, Hard Rock, Heavy Metal                   | 35°20'1.21"N  | 25° 7'48.58"E | no           |
| 153 | Zero Festival                                 | Greek, rock, pop, reggae, electronica          | 39°14'31.33"N | 20°51'23.50"E | yes          |
| 154 | Paxos Reggae Festival                         | Reggae, ethnic, DJ's, workshops                | 39°11'47.25"N | 20°11'14.05"E | no           |
| 155 | Street Mode Festival                          | Greek, hip hop, Rock, Punk, Metal, Ska,        | 40°38'8.72"N  | 22°55'49.40"E | yes          |
| 156 | H Mera Me Ta Xromata                          | greek, pop, dj's, fun                          | 40°33'46.12"N | 22°57'41.94"E | yes          |
| 157 | Festival KNE (Communist Youth Party Fest)     | political, greek, rock, rebetiko, folk, tradit | 38° 2'39.99"N | 23°43'18.57"E | no           |
| 158 | Antiratsistiko Festival                       | political, greek, rock, hip hop, rebetiko, e   | 37°59'9.02"N  | 23°46'43.30"E | yes          |
| 159 | Antiapagoreutiko Festival (Legalise Festival) | political, reggae, electro, hip hop, rock, a   | 37°58'35.07"N | 23°43'14.23"E | no           |
| 160 | Indie Free Festival                           | political, electro, rock, hip hop, reggae e    | 37°59'34.40"N | 23°44'11.43"E | no           |
| 161 | Festival Anaireseis                           | political, rock, hip hop, greek, electro, re   | 37°58'57.99"N | 23°42'19.90"E | no           |
| 162 | Resistance Festival                           | political, rock, hip hop, greek, electro, re   | 37°57'43.45"N | 23°41'23.43"E | no           |
| 163 | Pre/Post Festival                             | rock, post, stoner, metal                      | 38°57'35.91"N | 20°45'17.88"E | no           |
| 164 | Svenfest Open Air                             | metal, party                                   | 39°21'51.64"N | 21°54'13.59"E | no           |
| 165 | Shapes Zakynthos                              | electro, dance                                 | 37°43'59.65"N | 20°58'37.58"E | no           |
| 166 | Flight of Icarus Festival                     | rock, metal                                    | 37°37'28.24"N | 26° 8'13.39"E | no           |
| 167 | Ikaria Music Festival                         | electro, dance                                 | 37°37'48.20"N | 26° 5'55.64"E | no           |
| 168 | Zagori Art Festival                           | Ecological, entexno, rock, laiko, parados      | 39°51'46.94"N | 20°50'50.59"E | no           |
| 169 | Giortes Ths Ghs / Earth Festival              | Ecological, Ethnic, Rock, Entexno, Laiko       | 40°27'5.64"N  | 21°31'51.12"E | no           |
| 170 | Primer Music Festival                         | electronic, dance                              | 37°56'8.45"N  | 23°41'20.23"E | yes          |