



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ»

ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ Α. ΒΑΣΙΛΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Θέμα: Πολιτιστικά φεστιβάλ των ΟΤΑ και ο ρόλος του
θεσμού της χορηγίας. Περίπτωση μελέτης: Φεστιβάλ
Δήμου Βύρωνα «στη σκιά των βράχων»

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια : Μπέττυ Τσακαρέστου

Αθήνα 2008

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους εκείνους που με βοήθησαν , ο καθένας με τον τρόπο του στην ολοκλήρωση της παρούσας μελέτης.

Ευχαριστώ ιδιαίτερα την επιβλέπουσα καθηγήτρια Μπέττυ Τσακαρέστου, πάνω από όλα για την κατανόησή της στις αγωνίες μου και την υπομονή της, για την αμέριστη βοήθεια και την καθοδήγησή της. Τους καθηγητές μου , που δέχθηκαν να είναι μέλη της επιτροπής αξιολόγησης της εργασίας μου κα Δάφνη Βουδούρη και κ. Κωστή Δάλλα.

Ευχαριστώ θερμά το Δήμαρχο του Δήμου Βύρωνα κ. Νίκο Χαρδαλιά, την υπεύθυνη σχεδιασμού και οργάνωσης του Φεστιβάλ κ. Τασία Σαρρίδου, τον Οδυσσεά Ιωάννου, διευθυντή του ρ/σ Μελωδία, την υπεύθυνη marketing στην εταιρεία Ford Κοντέλλης Τζένη Πεντεδέκα, τον senior general Manager της εταιρείας Sony Hellas Γιάννη Γρατσώνη , τον ιδιοκτήτη του γραφείου συναυλιών on stage και μάνατζερ Πασχάλη Μουχταρίδη για την εμπιστοσύνη που μου έδειξαν, για το χρόνο που μου διέθεσαν και για τη διάθεσή τους να απαντήσουν σε όλες μου τις ερωτήσεις.

Ευχαριστώ θερμά την www.goculture.gr και ιδιαίτερα τον αρχισυντάκτη της Ηλία Βεργίτη, τόσο για την παραχώρηση της Data με τα φεστιβάλ αλλά και για τη διάθεσή του να με διαφωτίσει στις απορίες μου με τις χρήσιμες πληροφορίες του.

Ευχαριστώ τον Κωνσταντίνο Μυλωνά Τσάλο για τη βοήθειά του στην επεξεργασία των ερωτηματολογίων και για τη συνολική του βοήθεια.

Ευχαριστώ τη Ζέττα, την Ελένη, τον Μανώλη, τον Κώστα, τη Γεωργία, την Αμαλία, τη Χριστίνα, τη Διονυσία, για τη βοήθειά τους καθώς και όλους τους φίλους και συναδέλφους για τη ευγενική συμβολή τους.

Ευχαριστώ τον κόσμο, που δέχθηκε να μου απαντήσει στα ερωτήματα, που έθεσα, με προθυμία.

Την εργασία αυτή αφιερώνω στους γονείς τα αδέρφια και τους φίλους μου, που με αγαπούν, με στηρίζουν και με κάνουν να νιώθω δυνατή

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	8
ΔΟΜΗ.....	11
Α' ΜΕΡΟΣ.....	14
1.ΦΕΣΤΙΒΑΛ	14
1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΑ	14
1.2 ΟΡΙΣΜΟΙ.....	15
1.3 ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ	16
1.4 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ	17
1.5 ΤΙ ΣΥΜΒΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	18
2. ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ (ΟΤΑ) - ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ	22
2.1 ΕΥΡΩΠΑΪΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ	22
2.2. ΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	23
2.2.1. ΙΣΤΟΡΙΑ - ΦΥΣΗ - ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ	24
2.2.2 ΜΟΡΦΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ.....	24
2.2.3 ΔΗΜΟΣ	25
2.2.4 ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΓΕΝΙΚΑ.....	25
2.2.5 ΔΗΜΑΡΧΟΣ ΚΑΙ ΥΠΟΛΟΙΠΑ ΟΡΓΑΝΑ	27
2.2.6 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ –ΚΡΑΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ.....	28
2.2.7. ΔΗΜΟΤΙΚΑ ΝΟΜΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΑ ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ	29
2.2.7.1 ΔΙΟΙΚΗΣΗ.....	30
2.2.7.2 ΠΟΡΟΙ-ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ.....	30
3. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΟΤΑ. ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ	32
3.1 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ.....	32
3.2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	32
3.2.1. ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	33
3.2.2 ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	34
3.3 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΟΤΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ.....	36
3.4 ΔΙΚΤΥΑ –ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	37
3.5 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	40
4. ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΩΝ ΟΤΑ	44
4.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ/ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ.....	44
4.1.1. PEST ΑΝΑΛΥΣΗ.....	45
4.1.2. SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ	46
4.1.3. ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (Marketing Mix)	47
4.1.4. ΧΡΟΝΟΣ.....	47
4.1.5. ΧΩΡΟΣ-ΥΠΟΔΟΜΗ.....	48

4.1.6. ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	48
4.1.7. ΔΙΟΙΚΗΣΗ	48
4.1.8. ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ.....	49
4.2. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ	50
4.3. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΠΙΚΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ.....	52
4.3.1. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΞΑΡΤΗΣΗ-ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ	52
4.3.2. ΑΛΛΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ.....	54
5. ΧΟΡΗΓΙΑ	56
5.1 ΙΣΤΟΡΙΚΑ	56
5.2 ΟΡΙΣΜΟΙ.....	57
5.3 ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΧΟΡΗΓΙΑΣ: ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ	58
5.3.1 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ νομικό καθεστώς (Ν. 3525/2007)	58
5.3.2 ΠΟΛΛΑΠΛΗ ΧΟΡΗΓΙΑ-ΣΥΓΧΟΡΗΓΙΑ.....	60
5.4 ΟΡΓΑΝΩΣΗ- ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ-ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΧΟΡΗΓΙΑΣ	61
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΥΡΕΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΛΗΨΗΣ ΧΟΡΗΓΙΩΝ	61
5.4.1 ΤΡΟΠΟΣ	63
5.4.2 ΧΟΡΗΓΙΚΗ ΣΥΜΒΑΣΗ	64
5.4.3 ΧΡΟΝΟΣ	65
5.4.4 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΧΟΡΗΓΙΑΣ	66
5.4.5. ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ	68
6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	70
Β΄ ΜΕΡΟΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ.....	72
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	72
1. Ο ΔΗΜΟΣ ΒΥΡΩΝΑ	73
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	73
1.2 ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ	74
2. ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ.....	75
2.1. ΙΣΤΟΡΙΚΟ	75
2.2. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ (ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ)	76
2.3 Ο ΧΩΡΟΣ	78
2.4 ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ.....	80
2.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ	81
2.6 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ	83
2.7 ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ.....	84
2.8 ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ MANAGEMENT - ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ MARKETING.....	85
2.8.1 PEST ΑΝΑΛΥΣΗ	86
2.8.2 SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ	86
2.8.3 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ-ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ	90
2.8.4 ΜΕΙΓΜΑ MARKETING (Marketing Mix) (4Ps)	92
2.8.5 ΣΤΟΧΟΙ.....	93
2.9 ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΥΡΩΝΑ-ΔΙΕΘΝΕΣ ΦΕΣΤΙΒΑΛ (προσπάθειες)	93
2.10 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΥΡΩΝΑ	94
3. ΧΟΡΗΓΙΑ	96
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	96

3.2 ΧΟΡΗΓΟΙ	96
3.3 ΣΧΕΣΗ ΧΟΡΗΓΩΝ-ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΥΡΩΝΑ	98
3.4 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΥΡΕΣΗΣ ΚΑΙ ΛΗΨΗΣ ΧΟΡΗΓΙΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ...	99
3.5 ΚΙΝΗΤΡΑ ΧΟΡΗΓΩΝ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ.....	100
3.6 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ-ΠΡΟΩΘΗΣΗ- ΠΡΟΒΟΛΗ ΧΟΡΗΓΩΝ.....	102
3.7 ΘΕΤΙΚΕΣ ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΙΩΝ-ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΜΑΤΑ ΧΟΡΗΓΩΝ	103
3.8 ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ.....	104
3.9 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ Ρ/Σ ΜΕΛΩΔΙΑ ΩΣ ΧΟΡΗΓΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	106
3.9.1 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	106
3.9.2 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΧΟΡΗΓΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ-ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗ ΔΗΜΟΥ	108
3.9.3 ΚΙΝΔΥΝΟΙ -ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ- ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.....	111
3.10 ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΩΝ (ΚΑΙ ΧΟΡΗΓΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ)	112
4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	114
4.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ.....	114
4.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	116
ΕΠΙΛΟΓΟΣ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	119
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	125

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

1.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΙ ΦΥΛΛΑΔΙΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ	132-150
1.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ 2003.....	133-134
1.2 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ 2004.....	135-136
1.3 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ 2005.....	137-140
1.4 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ 2006.....	141-144
1.5 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ 2007.....	144-149
1.6 ΦΥΛΛΑΔΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΥΡΩΝΑ.....	150
2.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ.....	151-155
1.7 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	152-153
1.8 ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ.....	154-155
3.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ.....	156-212
3.1 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ Ν. ΧΑΡΔΑΛΙΑ.....	157-168
3.2 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ Τ. ΣΑΡΡΙΔΟΥ.....	169-178
3.3 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΟΔ. ΙΩΑΝΝΟΥ.....	179-189
3.4 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ Γ. ΓΡΑΤΣΩΝΗ.....	190-198
3.5 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΖ. ΠΕΝΤΕΔΕΚΑ.....	199-203
3.6 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ Π. ΜΟΥΧΤΑΡΙΔΗ.....	204-212
4.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΒΑΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ.....	213- 217

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία στοχεύει στη διερεύνηση του τοπίου της πολιτιστικής δράσης των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης, ιδιαίτερα όπως αυτή εξειδικεύεται με τη διοργάνωση των τοπικών φεστιβάλ στην Ελλάδα, καθώς και στο ρόλο της χορηγίας ως παράγοντα στήριξης των διοργανώσεων φεστιβάλ και γενικά των πολιτιστικών εκδηλώσεων των ΟΤΑ. Θα επιχειρηθεί η αποτύπωση των θεωρητικών ζητημάτων που θίγονται στην περίπτωση του τοπικού φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, δίνοντας ιδιαίτερο βάρος στις παραμέτρους διοργάνωσής του και το βαθμό ανάπτυξης του θεσμού της χορηγίας, ως οικονομικού ενισχυτικού παράγοντα της συγκεκριμένης διοργάνωσης.

Απαραίτητη για την σφαιρική αντιμετώπιση του ζητήματός μας κρίνεται η διερεύνηση του ρόλου της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην πολιτιστική πολιτική αλλά και η εξέταση του ίδιου του θεσμού και της φύσης της Τοπικής Αυτοδιοίκησης σε ότι αφορά τις δομές, τους τρόπους ανάδειξης των τοπικών αρχόντων, το βαθμό διοικητικής και οικονομικής αυτοτέλειας των ΟΤΑ, το βαθμό εξειδίκευσης των υπαλλήλων τους καθώς και τον τρόπο αντιμετώπισης του θεσμού της χορηγίας από αυτούς.

Επιπλέον θα εξετάσουμε τη φύση του θεσμού των τοπικών φεστιβάλ και τον τρόπο διοργάνωσής τους στη χώρα μας από τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και τα Νομικά τους Πρόσωπα, εντοπίζοντας ταυτοχρόνως και τον ιδιαίτερο πολιτιστικό, κοινωνικό, πολιτικό, εκπαιδευτικό και αναπτυξιακό ρόλο τους και την αποστολή που επιτελούν. Παράλληλα, τα φεστιβάλ συντελούν στην περιφερειακή ανάπτυξη και πολιτιστική αποκέντρωση αποτελώντας την έκφραση της τοπικής αλλά και γενικής πολιτιστικής πολιτικής. Τέλος, οι συστηματικά πραγματοποιούμενες πολιτιστικές αυτές διοργανώσεις ενισχύουν την κοινωνική συνοχή και συντηρούν το λαϊκό αίσθημα.

Η βιωσιμότητα και η περαιτέρω ανάπτυξη των φεστιβάλ κάθε είδους εξαρτάται όλο και περισσότερο από την διεύρυνση της συμμετοχής των χορηγών στη διοργάνωσή τους. Για το λόγο αυτό κρίνουμε σκόπιμο να εξετάσουμε διεξοδικά το θεσμό και το ρόλο της χορηγίας στην

ενίσχυση των πολιτισμικών δράσεων των ΟΤΑ, τη σημαντικότερη έκφραση των οποίων αποτελεί η διοργάνωση των τοπικών φεστιβάλ.

Επιλέξαμε να εξειδικεύσουμε τη μελέτη μας εξετάζοντας το Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα. Το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα έχοντας διανύσει μια εικοσαετή πορεία είναι ένα από τα πιο σημαντικά τοπικά φεστιβάλ της Αττικής και της Ελλάδας. Αποτελεί ένα επιτυχές παράδειγμα συνέργειας της διοργανώτριας τοπικής αυτοδιοίκησης με ισχυρούς οικονομικά χορηγούς.

Η έναρξη του τη δεκαετία του 1980 με εμπνευστή τον Μίνω Βολανάκη, η συνεχής και σταθερή ποιοτική του παρουσία κατά τη διοργάνωσή του ακολούθως από το Δήμο καθώς και η σοβαρή προσπάθειά του στην αναζήτηση χορηγών, οδήγησε το σημερινό φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα στην κατάταξή του στα διασημότερα τοπικά φεστιβάλ της Ελλάδας και στο ενδεχόμενο συνεργασίας του με το Φεστιβάλ Αθηνών. Παράλληλα, η προσπάθεια ανεύρεσης πολιτισμικών εταίρων ανά την Ευρώπη με σκοπό την υλοποίηση διαπολιτισμικών δράσεων μαρτυρά το μακροπρόθεσμο στόχο του μελλοντικής απόκτησης ευρωπαϊκής ταυτότητας.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η ερευνητική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την εκπόνηση της παρούσας εργασίας είναι η ανάλυση δεδομένων και η μελέτη περίπτωσης. Θέλοντας να προσεγγίσουμε τα τοπικά φεστιβάλ και συγκεκριμένα το φεστιβάλ Δήμου Βύρωνα κρίναμε σκόπιμο αρχικά να αναλύσουμε με τη βοήθεια της βιβλιογραφίας και των πηγών τις βασικές τους παραμέτρους. Έτσι, στο πρώτο μέρος της εργασίας προσδιορίσαμε το διαχρονικό ρόλο των φεστιβάλ στην Ελλάδα αλλά και στην Ευρώπη και καταγράψαμε τον τρόπο λειτουργίας των ΟΤΑ. Επιχειρήσαμε επίσης να εξάγουμε συμπεράσματα αναφορικά με την άσκηση πολιτιστικής πολιτικής μέσω των ΟΤΑ και τον ρόλο των τοπικών φεστιβάλ στις επιδιώξεις αυτές.

Στοχεύοντας να θέσουμε στο επίκεντρο το φεστιβάλ Δήμου Βύρωνα αναλύσαμε στη συνέχεια διεξοδικότερα την οργάνωση, τη λειτουργία και τον χαρακτήρα των τοπικών φεστιβάλ, καθώς και τη σχέση τους με το θεσμό της χορηγίας.

Συγκεκριμένα η ανάλυση δεδομένων προκύπτει ανατρέχοντας την βιβλιογραφία, τα προγράμματα του φεστιβάλ, καταχωρήσεις στον Τύπο και ηλεκτρονικές πηγές.

Για την καταγραφή απόψεων επί συγκεκριμένων θεμάτων αλλά και την ανάδειξη ευρύτερων τάσεων, πραγματοποιήσαμε έρευνα κοινού με ημιδομημένα ερωτηματολόγια. Τα ερωτηματολόγια καταρτίστηκαν με 25 ερωτήσεις κυρίως κλειστού αλλά και ανοικτού τύπου, με κύριους άξονες το πρόγραμμα και την οργάνωση του φεστιβάλ, τον ρόλο των ΟΤΑ και των χορηγών και τις πολιτιστικές συνήθειες του δείγματος.

Το δείγμα επιλέχθηκε ως επί το πλείστον εντός της πόλης του Βύρωνα σε χρόνο μεταγενέστερο της διεξαγωγής του φεστιβάλ, ώστε να αποτυπωθεί ει δυνατόν ο απόηχος και η γενικότερη εντύπωση που δημιουργεί το φεστιβάλ. Ο αριθμός των ατόμων, που συμμετείχαν στη διαδικασία συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων ανήλθε στους 103, μάλιστα από αυτούς οι 61 ήταν κάτοικοι του Βύρωνα και με μεγάλη προθυμία θα λέγαμε οι τελευταίοι, δέχτηκαν να μπουν στη διαδικασία αυτή, θεωρώντας, νομίζουμε, ότι συμμετέχουν στη διαμόρφωση του Φεστιβάλ τους.

Επιλέξαμε να ρωτήσουμε άτομα από όλες τις ηλικίες και κυρίως από 15 έως 50 ετών, θεωρώντας ότι αυτοί αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος του στοχευόμενου κοινού του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, αλλά και γενικότερα των πολιτιστικών διοργανώσεων.

Επιθυμία μας ήταν να είναι τόσο άνδρες όσο και γυναίκες καθώς επίσης και άτομα όλων των μορφωτικών επιπέδων, ώστε να καλύψουμε όλες τις πιθανές προτιμήσεις, στις πολιτιστικές επιλογές.

Η έρευνα επικεντρώθηκε πιο πολύ στους κατοίκους του Βύρωνα, ώστε και το αποτέλεσμα να αντανακλά στο μέτρο του εφικτού τις επιθυμίες και τις δυσαρέσκειές τους, αλλά και για να έχουμε μια εικόνα για την αντίληψή τους για τη Δημοτική Αρχή και τον τρόπο που δρα στο χώρο του Πολιτισμού και πως αυτό εισπράττεται από τους πολίτες.

Συγκεκριμένα ερωτήθηκαν 40 άτομα ηλικίας 15-25 ετών, 23 άτομα ηλικίας 26-35 ετών, 25 άτομα 36-45 ετών και 15 άτομα 45 ετών και άνω, ενώ από αυτούς οι 72 ήταν γυναίκες και οι 31 άνδρες. Ως προς την εκπαίδευση η πλειοψηφία ήταν ανώτατης εκπαίδευσης (63 άτομα), 9 άτομα ήταν ανώτερης και 31 μέσης εκπαίδευσης.

Οι δεδομένες δυσκολίες κατάρτισης και διεξαγωγής μιας έρευνας μέσω ερωτηματολογίου {επάρκεια και αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος, χρόνος και κόστος συστηματικής έρευνας} δεν επιτρέπουν την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων από το παρόν ερωτηματολόγιο. Εν

τούτοις πιστεύουμε ότι στο πλαίσιο της παρούσης εργασίας και υπό την αίρεση των ανωτέρω, αποτελεί ένα χρήσιμο μεθοδολογικό εργαλείο και απαραίτητο συμπλήρωμα, το οποίο δύναται να καταδείξει την φήμη και τον απόηχο του φεστιβάλ καθώς και κάποιες επιθυμίες και ποιοτικά χαρακτηριστικά του κοινού.

Εξίσου σημαντική αποτιμάται η επίκληση στην αυθεντία ανθρώπων με κομβικές θέσεις, που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με το Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα. Συνολικά διεξήχθησαν έξι συνεντεύξεις με στόχο την καταγραφή των προσωπικών απόψεων των ερωτωμένων για θέματα που άπτονται των δραστηριοτήτων τους και των επαγγελματικών τους ιδιοτήτων αλλά και την παρουσίαση της δικής τους εμπειρίας για το εξεταζόμενο θέμα, από τη δική τους σκοπιά και στο βαθμό που εμπλέκονται. Ήτοι:

- 1) του Δημάρχου του Δήμου Βύρωνα κ. Νίκου Χαρδαλιά,
- 2) της υπεύθυνης για την οργάνωση και το σχεδιασμό του Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα κας Τασίας Σαρρίδου,
- 3) του ιδιοκτήτη γραφείου καλλιτεχνών On stage, ατζέντη Πασχάλη Μουχταρίδη
- 4) της Τζένης Πεντεδέκα, υπεύθυνης marketing της εταιρείας FORD KONTEΛΛΗΣ, χορηγού του φεστιβάλ Δήμου Βύρωνα
- 5) του Γιάννη Γρατσώνη, Γενικού Διευθυντή marketing της εταιρείας SONY HELLAS S.A. χορηγού του φεστιβάλ και
- 6) του Διευθυντή του ραδιοφωνικού σταθμού ΜΕΛΩΔΙΑ και επί πολλά χρόνια χορηγού επικοινωνίας του φεστιβάλ, Οδυσσέα Ιωάννου.

Επιλέξαμε να έρθουμε σε προσωπική επαφή μαζί τους ώστε να αποκομίσουμε την προσωπική αίσθηση και εντύπωση του καθενός για το φεστιβάλ και να αντλήσουμε περαιτέρω χρήσιμες πληροφορίες. Για το λόγο αυτό εξάλλου δεν υιοθετήθηκαν συγκεκριμένες ερωτήσεις αλλά περισσότερο υπαγορεύτηκαν από την ιδιότητα των ερωτηθέντων και τη ροή τις συζήτησης. Στο παράρτημα συνεντεύξεων παρατίθενται αναλυτικά το σώμα των συνεντεύξεων.

Η μελέτη περίπτωσης είναι μια ιδανική μεθοδολογία, όταν απαιτείται μια ολιστική, σε βάθος ανάλυση (Feagin J., Orum A., Sjoberg G.: A case for case study:1991) . Οι μελέτες περίπτωσης σχεδιάζονται να αναδεικνύουν την λεπτομέρεια από την οπτική γωνία των συμμετεχόντων χρησιμοποιώντας πολλαπλές πηγές δεδομένων.

Ο Yin ορίζει τη μελέτη περίπτωσης ως «μία εμπειρική αναζήτηση η οποία εξερευνά ένα σύγχρονο φαινόμενο εντός των συμφραζομένων της πραγματικής ζωής, όταν τα όρια μεταξύ του φαινομένου και των

συμφραζομένων δεν είναι ευδιάκριτα και στα οποία χρησιμοποιούνται διαφορετικές πηγές στοιχείων.» (μτφ. της γράφουσας). Τέτοιες πηγές μπορεί να είναι ερωτηματολόγια, προσωπικές συνεντεύξεις, παρατήρηση, αρχειακή ανάλυση.

Η παρούσα εργασία επιλέγει ως ενδεικτική τη μελέτη του Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα. Το φεστιβάλ αυτό είναι από τα πιο επιτυχημένα σε απήχηση, προσέλευση και αναγνωρισιμότητα τοπικά φεστιβάλ της Αττικής και κατ' επέκταση της Ελλάδας. Η εικοσαετής πορεία του, η ιστορικότητα των εμπνευστών του, η κάλυψη που απολαμβάνει στα μέσα μαζικής επικοινωνίας και η σημαντική συμβολή των χορηγών στη διοργάνωσή του επιτείνουν τη χρησιμότητά του ως ενδεικτική και χαρακτηριστική μελέτη περίπτωσης.

Εκ των ανωτέρω συνάγονται τα εξής ερευνητικά ερωτήματα τα οποία διατρέχουν το σώμα της εργασίας:

Ποια η εικόνα που παρουσιάζουν τα τοπικά φεστιβάλ σήμερα;

Ποια η λειτουργία των τοπικών φεστιβάλ ως κύρια έκφανση της πολιτιστικής δράσης των ΟΤΑ;

Ποια η φύση και η οργάνωση των ΟΤΑ ως διοργανωτών των τοπικών φεστιβάλ;

Ποιος ο ρόλος των ΟΤΑ ως διοργανωτών των τοπικών φεστιβάλ;

Ποιος ο ρόλος της χορηγίας στην βιωσιμότητα και ανάπτυξη των τοπικών φεστιβάλ;

Πως οργανώνεται το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, ποια η θέση του στο τομέα των τοπικών φεστιβάλ και ποια η συμβολή της χορηγίας στην ανάπτυξή του;

ΔΟΜΗ

Η παρούσα εργασία αποτελείται από δύο μέρη. Στο α' μέρος ασχολούμαστε με την σκιαγράφηση του περιβάλλοντος των φεστιβάλ που διοργανώνονται από τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης, διερευνούμε τη φύση και τη λειτουργία των ίδιων των διοργανωτών ΟΤΑ ως θεσμό καθώς και το θεσμό και το ρόλο της Χορηγίας στο χώρο των φεστιβαλικών διοργανώσεων στην Ελλάδα. Στο β' μέρος της εργασίας μελετάμε την περίπτωση του Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, εξετάζοντας τον τρόπο διοργάνωσης και την ταυτότητα του φεστιβάλ, την οργάνωση και τη δομή του διοργανωτή Δήμου αλλά και την συμβολή των χορηγών στη εξεταζόμενη διοργάνωση.

Αναλυτικότερα:

Το Α' μέρος της εργασίας αποτελείται από έξι κεφάλαια τα οποία ασχολούνται με τα εξής:

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά ιστορικών στοιχείων των φεστιβάλ γενικά ως διοργανώσεων. Διατυπώνονται ορισμοί και γίνεται προσπάθεια καταγραφής των παραδειγμάτων της Ευρώπης αλλά και της υφιστάμενης κατάστασης των φεστιβαλικών διοργανώσεων στην Ελλάδα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται προσπάθεια καταγραφής της διοικητικής οργάνωσης και της θέσης των ΟΤΑ στην Ευρώπη. Ακολουθώντας μελετώνται οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Ελλάδα ως προς τη φύση, τις αρμοδιότητες των οργάνων τους και το βαθμό εξάρτησης αυτών από το Κράτος.

Στο τρίτο κεφάλαιο διερευνάται η πολιτιστική πολιτική και ο πολιτιστικός προγραμματισμός στην Ελλάδα, καθώς και ο ρόλος των ΟΤΑ και των τοπικών φεστιβάλ στην πολιτιστική πολιτική. Επίσης αναζητούμε την ανάπτυξη διαπολιτισμικών ευρωπαϊκών σχέσεων των ΟΤΑ μέσα από την συμμετοχή τους σε δίκτυα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο ασχολούμαστε με τα Φεστιβάλ των ΟΤΑ. Αναζητούμε τους τρόπους διοργάνωσής τους εξετάζοντας παράγοντες όπως η θεματολογία, οι εργαζόμενοι, η χρηματοδότηση αυτών και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν στην προσπάθειά τους, προκειμένου να παρουσιάσουν συνεχή δράση στο χώρο του πολιτισμού.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναζητούμε τη φύση και το ρόλο της χορηγίας στην πολιτιστική πολιτική. Ταυτόχρονα σκιαγραφούμε το υφιστάμενο νομικό καθεστώς της χορηγίας καθώς και τα στάδια σχεδιασμού οργάνωσης και υλοποίησής της.

Στο έκτο κεφάλαιο εξάγουμε τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την ανάλυση του Α' μέρους της μελέτης μας.

Στο Β' μέρος της παρούσας εργασίας ακολουθεί η ανάλυση της περίπτωσης μελέτης του Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, που αποτελείται από τρία κεφάλαια. Συγκεκριμένα:

Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύουμε τις αρμοδιότητες και τον τρόπο ανάδειξης των μελών του Πνευματικού Κέντρου του Δήμου Βύρωνα, που ασχολείται με τη διοργάνωση του φεστιβάλ του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο μελετούμε το ίδιο το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, ως προς την ταυτότητά του, τη θεματολογία του, την οργάνωση και το

σχεδιασμό του. Αναζητούμε τους στόχους που έχει θέσει και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει.

Στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζουμε το διαμορφούμενο περιβάλλον των χορηγικών συμμετοχών στο φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα καθώς επίσης και το πλαίσιο της συνεργασίας μεταξύ των δύο μερών.

Στο τέλος της εργασίας ακολουθούν παραρτήματα στα οποία περιλαμβάνονται τα προγράμματα των διοργανώσεων του φεστιβάλ, οι συνεντεύξεις που παραχωρήθηκαν, το δείγμα του ερωτηματολογίου καθώς και το παράρτημα των φεστιβάλ στην Ελλάδα.

Α' ΜΕΡΟΣ

1.ΦΕΣΤΙΒΑΛ

1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΑ

Ιστορικά ο άνθρωπος, ως κοινωνικό ον, είχε πάντοτε την ανάγκη να συναναστρέφεται με τα υπόλοιπα μέλη της κοινωνίας στην οποία ανήκε, οι δε κοινωνίες που συγκροτούσε να επικοινωνούν με άλλες κοινωνικές ομάδες. Έτσι, ήταν φυσικό, αρχικά, οι απλές δραστηριότητες της καθημερινής ζωής, για παράδειγμα, να αποτελέσουν το λόγο ή την αφορμή για την ανάδειξη των κοινών εμπειριών, των κοινών προβλημάτων, των κοινών συνηθειών. Αυτή η ανάγκη της ανθρώπινης φύσης για κοινωνική επαφή, επικοινωνία και συνέργια ξεχωρίζει ανάμεσα από άλλους παράγοντες ως η γεννησιουργός αιτία της εμφάνισης των γιορτών στην αρχαιότητα. Μία από τις πρώτες καταγεγραμμένες και περιγραφείσες γιορτές χρονολογείται στην αρχαία Αθήνα το 534 π.Χ. και επρόκειτο για εκδηλώσεις αφιερωμένες στον Διόνυσο, το θεό του κρασιού και του γλεντιού (HOLD FSTVL, “Future of Festival Formulae”, Amsterdam: Holland festival, 2002).

Τα φεστιβάλ όμως, με τη μορφή που τα γνωρίζουμε σήμερα, είναι μάλλον προϊόντα των φεστιβάλ που άρχισαν να πραγματοποιούνται στη δυτική Ευρώπη και ιδιαίτερα τη Γερμανία και τις Αγγλοσαξονικές χώρες κατά το 19^ο αιώνα (Quinn B.:929).

Τα πολιτιστικά φεστιβάλ γνώρισαν μεγάλη ανάπτυξη μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, και είχαν κύριο στόχο την ανασυγκρότηση των κοινωνιών, την αναπτέρωση του ηθικού των πολιτών ώστε να αναπτυχθούν εκ νέου οι πόλεις με κίνητρο να παράγουν καλλιτεχνικά προϊόντα (Rolfe H.: 1992: 7). Σπουδαίο παράδειγμα είναι το φεστιβάλ του Εδιμβούργου (1947), που θέλησε να αποτελέσει την Αθήνα του Βορρά (Jamieson K.: 2004:66). Σημαντικό επίσης παράδειγμα αποτελεί και το φεστιβάλ της Αβινιόν (1947) στη Γαλλία, το οποίο, αν και φεστιβάλ τοπικό και όχι μητροπολιτικό, απέκτησε μεγάλη εμβέλεια και κύρος στο χώρο

των καλλιτεχνικών διοργανώσεων και εκτός των γαλλικών συνόρων. Έθεσε μάλιστα σαν στόχο, την αποκέντρωση της πολιτιστικής δημιουργίας και της καλλιτεχνικής έκφρασης εκτός των τειχών του Παρισιού, με σκοπό την ανάδειξη της περιφέρειας. Αν και τοπικό φεστιβάλ κατάφερε να ξεπεράσει τα γεωγραφικά του όρια, δικαιώνοντας τους οραματιστές του και εκπληρώνοντας τους στόχους του. Μετά τη δεκαετία του '80 έλαβε χώρα μια ραγδαία ανάπτυξη των φεστιβάλ στην Ευρώπη που περιγράφηκε ως "festival booming" (άνθηση των φεστιβάλ) (Frey B.: 2000:1). Μία πιθανή εξήγηση αυτής της άνθησης είναι ότι οι πόλεις κατάλαβαν τη βαρύνουσα σημασία του να αναδειχθούν σε πολιτιστικούς προορισμούς κι έτσι προσπάθησαν να προσελκύσουν τους καταναλωτές τέχνης και πολιτισμού. Αποτέλεσμα της άνθησης των φεστιβάλ ήταν η εισαγωγή του επιχειρηματικού παράγοντα, δηλαδή η σταδιακή εμπορευματοποίησή τους (Waterman S.:1998:76), με την παράλληλη εμφάνιση οργανισμών φεστιβάλ όπως το IFEA (International Festival and Events Association) και EFA (European Festival Association).

1.2 ΟΡΙΣΜΟΙ

Ο όρος «φεστιβάλ» (festival) συναντάται στην αγγλική γλώσσα ως feast ή festivity, που σημαίνει γιορτή, συμπόσιο, στη γερμανική das Fest, που σημαίνει πανηγύρι, γλέντι, ή στην ιταλική γλώσσα fiesta, με παρόμοια έννοια. Οι παραπάνω όροι προέρχονται από τη λατινική λέξη festa, που χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά ως ουσιαστικό γύρω στα 1200 (<http://www.wikipedia.com>). Στα λατινικά υπήρχαν δύο όροι για τα εορταστικά γεγονότα, festum από όπου προέρχεται και το «φεστιβάλ» και feria. Η μεν πρώτη λέξη αφορούσε τη δημόσια χαρά, την ευθυμία, το ξεφάντωμα, η δε δεύτερη αναφερόταν στην αποχή από την εργασία προς τιμή των θεών. Στην πορεία οι δύο έννοιες συγχωνεύτηκαν. Οι όροι αυτοί χρησιμοποιούνταν στον πληθυντικό, fastae και feriae, για να υποδηλώσουν ότι τα φεστιβάλ διαρκούσαν αρκετές ημέρες και περιελάμβαναν πολλές εκδηλώσεις και γεγονότα (Falassi A.: 1987: 2)

Θα ήταν εξαιρετικά δύσκολο και παρακινδυνευμένο να δώσουμε έναν παγιωμένο και πλήρη ορισμό, που να περικλείει την ολοκληρωμένη σημερινή έννοια του φεστιβάλ σήμερα. Μια πρώτη προσέγγιση θα μπορούσε να είναι η παραδοχή ότι τα φεστιβάλ σε παγκόσμιο επίπεδο είναι φαινόμενα- κοινωνικά γεγονότα, που εμφανίζονται σε όλους τους πολιτισμούς και τις κοινωνίες και που ο ορισμός τους χρησιμοποιείται χρόνια, περικλείοντας μια πλειάδα γεγονότων και σκοπών. Στην ελληνική πραγματικότητα επίσης, δεν είναι ξεκάθαρες ούτε οι φόρμες

ούτε οι πρακτικές τους, καθώς αυτές δεν εντάσσονται σ' ένα σαφές οργανωτικό και ιδεολογικό πλαίσιο, με διαυγείς σκοπούς και στόχους.

Εντούτοις, παραθέτουμε μια σειρά ορισμών που συμβάλλουν στην ανάδειξη του πολλαπλού νοήματος που περικλείει ο όρος «φεστιβάλ», προκειμένου να τον κατανοήσουμε καλύτερα και να διαπιστώσουμε εν τέλει ποιό είναι το σημερινό του περιεχόμενο.

Ένας ευρύς ορισμός για το φεστιβάλ είναι αυτός που αναφέρει ο Falassi (μετάφραση γράφουσας): «ο όρος καλύπτει έναν αστερισμό πολύ διαφορετικών γεγονότων, θρησκευτικών και εγκόσμιων, ιδιωτικών και δημόσιων, που επικυρώνει την παράδοση και συστήνει την καινοτομία, που προτείνει νοσταλγικές αναβιώσεις, παρέχοντας τα εκφραστικά μέσα για την αναβίωση των αρχαϊκών παραδοσιακών εθίμων, γιορτάζοντας-συστήνοντας το υψηλά θεωρητικό και την πειραματική πρωτοπορία της ελίτ των καλών τεχνών». (Falassi A.:1987:2).

Μια άλλη θεώρηση του φεστιβάλ ως ευκαιρίας προκειμένου να εκφραστεί η συλλογική συνείδηση είτε ομάδων είτε ενός τόπου, αναδεικνύει τη συμβολή του στη διατήρηση της συνέχειας ενός τόπου αλλά και στην καλλιέργεια της αίσθησης της τοπικής συνέχειας, ανασύροντας κοινές πολιτιστικές και ιστορικές πρακτικές. (Ekman A.:280-293).

Το ελληνικό Λεξικό Τεγόπουλου-Φυτράκη ορίζει το φεστιβάλ σαν μια «πανηγυρική καλλιτεχνική εκδήλωση ή σειρά εκδηλώσεων», (Τεγόπουλος-Φυτράκης: Δέκατη έκτη έκδοση: 816), ενώ το International Dictionary of Event Management το ορίζει σαν «ένα δημόσιο εορτασμό που μεταφέρει, μέσα από ένα καλντερισκόπιο εκδηλώσεων, συγκεκριμένα-βέβαια νοήματα στους συμμετέχοντες και στους θεατές». (The International Dictionary of Event Management: 2001: 78)

Μια πρακτική θεώρηση του όρου «φεστιβάλ» είναι ότι πρόκειται για «ένα δημόσιο θεματικό εορτασμό, που λαμβάνει χώρα συνήθως μια φορά το χρόνο μέσα σε προαποφασισμένο χρονικό διάστημα». (D' Astous A., Golbert F., D' Astous: 2006: 14).

1.3 ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ

Ένας κλασσικός, περισσότερο θεωρητικός διαχωρισμός των φεστιβάλ, είναι αυτός που τα διακρίνει σε θρησκευτικά και κοσμικά/λαϊκά, (Falassi A.:1987:2), οπότε και η θεματολογία αλλά και το περιεχόμενό τους είναι ανάλογο. Ωστόσο και τα δύο αυτά είδη, σε δεύτερο επίπεδο έχουν κοινά στοιχεία, οπότε η διάκριση παραμένει θεωρητική.

Άλλος διαχωρισμός, μεταγενέστερος των ανωτέρω, κατατάσσει τα φεστιβάλ σε υπαίθρου/αγροτικά ή σε αστικά, τα μεν πρώτα παλαιότερα και επικεντρωμένα στους μύθους και τη γονιμότητα, τα δε δεύτερα προσανατολισμένα στον εορτασμό «της ευημερίας σε λιγότερο αρχαϊκούς τύπους» (Falassi A.: 1987:3).

Πέραν των ανωτέρω, υφίστανται πολλοί άλλοι διαχωρισμοί και κατηγορίες, ανάλογα με τα κριτήρια διερεύνησης, όπως ο τόπος-εμβέλεια και το είδος. Λαμβάνοντας ως παράμετρο την εμβέλειά τους, τα φεστιβάλ διακρίνονται σε μητροπολιτικά και σε τοπικά. Μιλώντας για μητροπολιτικά φεστιβάλ, αναφερόμαστε σε φεστιβάλ τέχνης των πρωτευουσών των χωρών, που παρουσιάζονται σε διαφορετικές εγκαταστάσεις και που η εμβέλειά τους (σε αρκετά από αυτά) ξεπερνά τα τοπικά και εθνικά σύνορα. Διοργανώσεις τέτοιας εμβέλειας επηρεάζουν θετικά την κρατική οικονομία, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη του τουρισμού, ενισχύοντας το κρατικό γόητρο. Έτσι, το κράτος στο οποίο διοργανώνεται ένα αναγνωρίσιμο και με κύρος φεστιβάλ, αναδεικνύει στιβαρές δομές και οργάνωση, προσελκύει συμμετοχές παγκοσμίου κύρους και γίνεται πόλος παγκόσμιας δημοσιότητας. Στον αντίποδα των μητροπολιτικών βρίσκονται τα τοπικά φεστιβάλ, δηλαδή τα φεστιβάλ των πόλεων (μικρών ή μεγάλων) που προσπαθούν να αναδείξουν μέσα από αυτά τα ιδιαίτερα στοιχεία τους (Allen J., O 'Toole W., McDonnell I., Harris R.:2005: 15).

Ως προς το είδος, θα λέγαμε ότι επίσης υπάρχουν πολλοί διαχωρισμοί των φεστιβάλ των οποίων ενδεικτικά αναφέρουμε: βιβλίου, φαγητού, μπύρας, κινηματογράφου (μικρού μήκους - μεγάλου μήκους, ψηφιοποιημένου φίλμ και βίντεο και άλλοι διαχωρισμοί όπως βαλκανικό, μεσογειακό, ευρωπαϊκό), μουσικής, θεάτρου, χορού (<http://www.wikipedia.com>) κ.ά.

1.4 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

Η παρουσία των φεστιβάλ στην Ευρώπη από το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και μετά, όπως αναφέρθηκε, ήταν και παραμένει έντονη, για διαφορετικούς σε κάθε χρονική περίοδο λόγους. Αφού υπηρέτησαν με τη διοργάνωσή τους την ανάγκη αναδόμησης και ηθικής αναπτέρωσης των

πρώτων μεταπολεμικών κοινωνιών, οι φεστιβαλικές διοργανώσεις εξελίχθηκαν οι ίδιες σε προϊόντα πολιτιστικά, ενώ σήμερα, διανύοντας μια «μεταφεστιβαλική περίοδο»¹, προσπαθούν να δραστηριοποιηθούν με γνώμονα το διαπολιτισμικό διάλογο. (<http://new.efa-aeef.eu/FestivalsDeclaratio/the-dedaration.lasso>).

Η γενική εικόνα των φεστιβάλ της Ευρώπης παρουσιάζει έντονο πλουραλισμό θεματολογίας και ειδών, το καθένα ξεχωριστά όμως επικεντρώνεται σε μια ειδική θεματολογία. Αντίθετα, η θεματολογία της πλειοψηφίας των μεμονωμένων ελληνικών φεστιβάλ είναι γενική, περιλαμβάνει πολλές θεματικές υποκατηγορίες, οι οποίες αντικατοπτρίζονται στις αντίστοιχες επιλογές παραστάσεων-εκδηλώσεων. Στο womad² για παράδειγμα, που είναι ένα φεστιβάλ για την Παγκόσμια Μουσική (world music), εντάσσονται συμμετοχές που συνάδουν με τη συγκεκριμένη ευρεία φιλοσοφία της διοργάνωσης αυτής. Πολύ σημαντικά φεστιβάλ πραγματοποιούνται σε μικρότερες πόλεις και όχι στις πρωτεύουσες, που με αφορμή την συγκεκριμένη διοργάνωση, μετατρέπονται σε πολιτιστικούς προορισμούς. Στην περίπτωση αυτή το Εδιμβούργο και όχι το Λονδίνο, γίνεται η πόλη του φεστιβάλ, το Σάλτσμπουργκ παρά η Βιέννη, (και εκτός Ευρώπης, η Αδελαΐδα παρά το Σίνδεϋ). (Gillies Malcolm, Festivals:now and then, the journal of the Australian Music Centre, Sound Australian No 63, 2004).

1.5 ΤΙ ΣΥΜΒΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το φεστιβάλ, όπως αναλύσαμε και παραπάνω, έχει τη ρίζα του στη λέξη feast (αγγλ) -fiesta (ιταλ-ισπαν) - festum –festae (λατιν), που σημαίνει γιορτή. Η Ελλάδα έχει μακρά παράδοση στις γιορτές. Ανατρέχοντας στην Αρχαιότητα θα διαπιστώσουμε ότι για κάθε σημαντική έκφανση της δημόσιας όσο και της ιδιωτικής ζωής τους, οι αρχαίοι Έλληνες θέσπιζαν και διοργάνωναν γιορτές. Ακόμη και οι πρώτες μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις ξεκίνησαν ως λατρευτικές εορτές. Στην Αρχαία Ελλάδα οι θρησκευτικές εορτές τελούνταν στα μεγάλα ιερά και συνδύαζαν τη

¹ «Ως μεταφεστιβαλική θα μπορούσε να χαρακτηριστεί η φάση που διανύουν στις μέρες μας τα πολυάριθμα φεστιβάλ ανά την Ευρώπη». Βαροπούλου Ελένη, «Τάσεις, τα φεστιβάλ στην Ευρώπη έγιναν μόδα», *Το Βήμα*, 27/08/2006, σελ.: C09
Κωδικός: B14849C091
ID: 279854

² Το womad ξεκίνησε ως πρωτοβουλία του μουσικού Peter Gabriel, προκειμένου να δώσει βήμα στη World Music. (<http://www.efestivals.co.uk/festivals/womad>)

λατρεία των θεών με τους αθλητικούς αγώνες . Οι πρώτοι μάλιστα χώροι τέλεσης των αγώνων ήταν τα προαύλια των ναών και οι γύρω χώροι. Πιο σπουδαίοι αγώνες ήταν αυτοί της Ολυμπίας, με πρώτη διοργάνωση στο έτος 776 πΧ. (www.danaus.net/ierifloga/065-068arxaiaOlympia.pdf). Ακολουθούν τα Ίσθμια, τα Νέμεα, τα Πύθια κ.ά. επίσης πανελλαδικής εμβέλειας, αλλά και τα Ανθεσφόρια για τον ερχομό της Άνοιξης, τα Βισβαία, κατά το κλάδεμα των αμπελιών, τα Νεκύσια, γιορτή που τελούνταν για τους νεκρούς, (Εκδοτική Αθηνών ΑΕ, «Κλασσικός Ελληνισμός», Τόμος Γ2, 1972), τα Αγριώνια, νυχτερινή γιορτή των γυναικών στη Βοιωτία προς τιμήν του Αγριώνιου Διονύσου, η γιορτή Αιώρα ή Αλήτις, ετήσια Βακχική γιορτή, που τελούνταν στην Αρχαία Αθήνα και πλήθος άλλων (Βρεττός Λάμπρος, 2002:18,42) .

Στην περίοδο της Βυζαντινής αυτοκρατορίας, όσο και επί Τουρκοκρατίας, η παράδοση των γιορτών συνεχίστηκε, αλλά μάλλον με τη μορφή των λατρευτικών συνηθειών προς τους Αγίους του Χριστιανισμού, πολλές φορές συνδυαζόμενες με Πανηγύρια και γεύματα για όλους τους συμμετέχοντες στις εκδηλώσεις. Πολλά από τα πανηγύρια αυτά άντεξαν στο χρόνο και φτάνουν έως τις μέρες μας. Μάλιστα οι κάτοικοι συρρέουν στην περιοχή που εορτάζεται ο προστάτης άγιος, συνήθως στην πλατεία του χωριού, της πόλης ή του νησιού, στο κεντρικό δηλαδή σημείο του τόπου όπου τοπικές και μη ορχήστρες παίζουν παραδοσιακή μουσική και πολλές φορές προσφέρεται δωρεάν φαγητό και κρασί. Έτσι, η κάθε γιορτή αποτελεί μια αφορμή για την τοπική κοινωνία να ανανεώσει τους δεσμούς μεταξύ των μελών της και να αναδείξει ό,τι τα συνδέει και ενώνει ιστορικά, κοινωνικά και πολιτισμικά. Το έθιμο της μαζικής επιστροφής των μεταναστών (εσωτερικής και εξωτερικής μετανάστευσης) στον τόπο του τις μέρες της τοπικής γιορτής έχει αναδείξει κάποια πανηγύρια σε σημαντικά θρησκευτικά και κοινωνικά γεγονότα, κυρίως, λόγω των ιδιαίτερων εθίμων που διατηρούν και προσελκύουν επισκέπτες από όλη την Ελλάδα. Μεταξύ αυτών αναφέρουμε το Πανηγύρι της Αγίας Παρασκευής στη Λέσβο, της Παναγιάς Σουμελά στη Βέροια κ.α.

Στη νεότερη Ελλάδα, την πρώτη επίσημη διοργάνωση φεστιβάλ απετέλεσε το Φεστιβάλ Αθηνών, με την έναρξη των Επιδαυρίων το 1954 στο αρχαίο θέατρο της Επιδαύρου (Γούλη Ε., Επτά Ημέρες, Καθημερινή, 13/7/2003). Το φεστιβάλ αυτό όμως εντάσσεται πια στα μητροπολιτικά φεστιβάλ-φεστιβάλ πρωτευουσών, ως εκ τούτου δεν θα αναφερθούμε περαιτέρω.

Από τη δεκαετία του '80 και μετά κι ενώ στην Ευρώπη επικρατεί η «άνθιση των Φεστιβάλ» (Frey, ο.π.), στην Ελλάδα οι δήμοι και γενικά οι τοπικές διοικήσεις, μπήκαν στο χορό της «πολιτιστικής αποκέντρωσης». Οι

τότε κυβερνήσεις, (κυρίως από το '82 και μετά και ειδικά επί υπουργίας Πολιτισμού Μελίνας Μερκούρη), προσανατολίστηκαν στην ενίσχυση της ανάπτυξης της πολιτιστικής δραστηριότητας των τοπικών κοινωνιών. Τότε δημιουργήθηκαν τα Δημοτικά Περιφερειακά Θέατρα (ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ.) στο πλαίσιο της πολιτιστικής αποκέντρωσης, αλλά και χρηματοδοτήθηκαν οι δήμοι, ώστε να εμφανίσουν πολιτιστική δράση. Παρουσιάστηκε τότε το φαινόμενο των πολιτιστικών ανταλλαγών, όπου διάφορα συγκροτήματα του εξωτερικού -παραδοσιακά κυρίως- επισκέφθηκαν τη χώρα μας και έδωσαν παραστάσεις στους κατά τόπους Δήμους. Καθώς όμως σταδιακά μειώθηκαν σημαντικά οι κρατικές επιχορηγήσεις προς τις Τοπικές Αυτοδιοικήσεις για την ενίσχυση των πολιτιστικών τους δραστηριοτήτων, από το '86 και έπειτα η προσπάθεια της πολιτιστικής αποκέντρωσης δεν εξελίχθηκε. Ωστόσο, κατά την περίοδο αυτή συναντούμε τα πρώτα κύτταρα των σημερινών τοπικών φεστιβάλ. « Όσοι δήμοι είχαν την πρόνοια και δημιούργησαν τις υποδομές, για να φιλοξενούν τις πολιτιστικές δραστηριότητες, που διοργάνωναν, έφεραν το κοινό στα θέατρα και στους χώρους εκδηλώσεων, από τις πλατείες».³ Η μείωση των κρατικών κονδυλίων και η κακοδιαχείριση, από την πλευρά των δημοτικών αρχών, αλλά και η πολιτική των δωρεάν πολιτιστικών εκδηλώσεων, οδήγησε πολλούς δήμους σε οικονομικό αδιέξοδο. Τότε γεννήθηκε η επιτακτική ανάγκη της επιβολής εισιτηρίου στις εκδηλώσεις, προκειμένου να καταστεί δυνατή η υλοποίηση πολιτιστικών δραστηριοτήτων στις τοπικές κοινωνίες.³

Το καλοκαίρι είναι η εποχή που στην Ελλάδα είθισται να πραγματοποιείται ο μεγαλύτερος αριθμός πολιτιστικών εκδηλώσεων. Κάθε νομός και η πλειοψηφία των επαρχιακών πόλεων αλλά και των δήμων της Αττικής, διοργανώνουν μια τοπική γιορτή ή ένα φεστιβάλ. Είναι αδύνατο να έχουμε ακριβή αριθμό για τα ενεργά φεστιβάλ στην Ελλάδα, καθώς, άλλα πρωτοεμφανίζονται, άλλα που είχαν πάψει επαναδραστηριοποιούνται και άλλα παύουν τις δραστηριότητές τους. Υπολογίζεται ότι περίπου εξακόσια (600) φεστιβάλ έχουν διοργανωθεί πάνω από δύο συνεχιζόμενα έτη, σύμφωνα με τον αρχισυντάκτη της www.goculture.gr, κ. Ηλία Βεργίτη. Αυτά όμως που είναι γνωστότερα και έχουν ένα ελάχιστο αξιόλογης παρουσίας δεν ξεπερνούν τα τριακόσια (300). (βλ. Παράρτημα φεστιβάλ-πηγή www.goculture.gr).

³ Δηλώσεις, μετά από προσωπική επικοινωνία, του συνθέτη Κωστή Ζευγαδέλλη, πρώην καλλιτεχνικού διευθυντή του Δήμου Νέου Ηρακλείου Αττικής κατά την περίοδο 1983-1993.

Πλην του Φεστιβάλ Αθηνών, μόνο στην Αττική μπορεί κανείς να απαριθμήσει τουλάχιστον 12 φεστιβάλ: Φεστιβάλ Πέτρας, Βύρωνα-θεάτρου Βράχων, Υμηττού, Ρεματιάς Χαλανδρίου, Παπάγου, Νίκαιας, Παλλήνης, Αμαρουσίου, Περάματος, Ηλιούπολης, Γαλασίου κ.ά.

Η αναγνώριση και η αυστηρή κατηγοριοποίηση των φεστιβάλ στην Ελλάδα ανάλογα με το είδος τους, είναι πρακτικά αδύνατη, καθώς, συνήθως, δεν παρουσιάζουν μια συγκεκριμένη ταυτότητα, με εξαίρεση ορισμένα φεστιβάλ όπως του Ναυπλίου (κλασσικού ρεπερτορίου και προσανατολισμού), το φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, Ταινιών μικρού μήκους της Δράμας, του φεστιβάλ χορού της Καλαμάτας, το φεστιβάλ Αθηνών ως φεστιβάλ πρωτεύουσας ή το Rockwave festival με συγκεκριμένο μουσικό προσανατολισμό. Αναφορικά με τον παράγοντα είδος διενεργούνται επίσης γιορτές τοπικού χαρακτήρα γύρω από μια συγκεκριμένη θεματική, η οποία όμως λειτουργεί περισσότερο ως αφορμή, καθώς η πλαισίωσή της αποτελείται από παράλληλες εκδηλώσεις διάφορων άλλων θεματικών, όπως οι γιορτές κρασιού στη Σάμο και στην Αθήνα-Μεσόγεια παλαιότερα, σαρδέλας στη Μυτιλήνη, μελιτζάνας στο Λεωνίδιο. Οι γιορτές αυτές, εξ αφορμής ενός θέματος, ενσωματώνουν διάφορες καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, αλλά δεν έχουν ούτε τη δομή ούτε την ιδέα-σύλληψη ενός φεστιβάλ.

Γενική εξαίρεση αποτελούν τα φεστιβάλ της ελληνικής ομογένειας που διοργανώνονται στο εξωτερικό, κυρίως στην Αμερική, τον Καναδά και την Αυστραλία. Κύριο χαρακτηριστικό τους είναι το παραδοσιακό στοιχείο και το φολκλόρ, ενώ σαν άμεσο στόχο έχουν τη σύνδεση των Ελλήνων μεταναστών και των τέκνων τους με τις ρίζες και τις παραδόσεις της Μητέρας Πατρίδας (Julia Paraskevopoulou: 2006:3).

Η συντριπτική πλειονότητα των τοπικών φεστιβάλ στην Ελλάδα, ενσωματώνουν στις συμμετοχές τους ένα ευρύ φάσμα των τεχνών όπως μουσικές, θεατρικές και, σπανιότερα, χορευτικές παραστάσεις. Όλα τα είδη θεάτρου και όλες οι τάσεις και τα ρεύματα της μουσικής έχουν θέση στα ελληνικά φεστιβάλ. Το κλασσικό δίπλα στο μοντέρνο, οι παραδοσιακοί ρυθμοί, οι ροκ προτάσεις, οι έντεχνοι δημιουργοί ή τα λαϊκά σχήματα, ενσωματώνονται και μπορούν όλα να ενταχθούν στα ελληνικά φεστιβάλ. Αυτό ίσως να οφείλεται στο γεγονός ότι στην πλειοψηφία τους οι διοργανώσεις πραγματοποιούνται στην περιφέρεια, εξυπηρετώντας ταυτόχρονα τις ανάγκες και τις προτιμήσεις της τοπικής κοινωνίας. Καθώς τα φεστιβάλ διοργανώνονται από τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Δημοτικές Επιχειρήσεις Πολιτισμού, Πνευματικά Κέντρα), κρίνουμε σκόπιμη την εξέταση της φύσης, της δομής, της λειτουργίας και των τρόπων δράσης των τοπικών οργανισμών.

2. ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ (ΟΤΑ) - ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

2.1 ΕΥΡΩΠΑΪΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ

Εξετάζοντας την εικόνα των φορέων πολιτιστικής διοίκησης σε χώρες της Ευρώπης, (στους οποίους συμπεριλαμβάνονται τα Υπουργεία Πολιτισμού, τα κατά περίπτωση συναρμόδια Υπουργεία, Ιδρύματα και Οργανισμοί για συγκεκριμένα θέματα, αλλά και οι ΟΤΑ) εντοπίζουμε τα εξής:

Ως προς την κατανομή αρμοδιοτήτων των φορέων στην πολιτιστική διοίκηση εν γένει, δύο είναι οι βασικές τάσεις α) η συγκεντρωτική και β) η αποκεντρωτική.

Στη μεν συγκεντρωτική, όλες οι πολιτιστικές υπηρεσίες συγκεντρώνονται στο κεντρικό επίπεδο, συνήθως σε ένα Υπουργείο Πολιτισμού, ενώ τα υπάρχοντα περιφερειακά όργανα δε διαθέτουν αυτονομία και εξαρτώνται άμεσα από την κεντρική διοίκηση (Υπουργείο Πολιτισμού).

Αντίθετα στην αποκεντρωτική τάση, τα περιφερειακά και τοπικά όργανα έχουν αναβαθμισμένο και ουσιαστικό ρόλο. Μεταβιβάζονται σε αυτά τόσο αρμοδιότητες σημαντικές όσο και οι ανάλογοι πόροι προκειμένου να διαμορφώσουν πολιτιστική πολιτική προσαρμοσμένη στις τοπικές ανάγκες, απαιτήσεις και χαρακτηριστικά. Ειδικότερα έχουμε να παρατηρήσουμε:

A. Γαλλία

Κύριο χαρακτηριστικό της πολιτιστικής πολιτικής στη Γαλλία είναι η παρουσία ενός πολύ ισχυρού Υπουργείου Πολιτισμού με ενισχυμένες αρμοδιότητες, που προγραμματίζει και ελέγχει τη χρηματοδότηση του μεγαλύτερου μέρους των δράσεων, που αφορούν τον Πολιτισμό της χώρας. Τις τελευταίες δεκαετίες έγιναν ωστόσο προσπάθειες διοικητικής αποκέντρωσης, χωρίς όμως να επιτευχθεί ο «απογαλακτισμός» των τοπικών αρχών από την κεντρική διοίκηση. (Κόνσολα Ντ.:2003:61).

B. Μεγάλη Βρετανία

Η Βρετανία εμφανίζει πιο αποκεντρωμένο μοντέλο, με το «Συμβούλιο των Τεχνών της Μ. Βρετανίας» να παίζει καθοριστικό ρόλο με

σημαντική αυτονομία από τις παρεμβάσεις της κυβερνήσεως. Από το 1994 την πολιτιστική πολιτική ασκούν τρία Συμβούλια (της Σκωτίας, της Αγγλίας και της Ουαλίας), που προήλθαν από το ανωτέρω Συμβούλιο. Το δε Συμβούλιο της Αγγλίας αποτελείται από μικρότερα εννέα Περιφερειακά Συμβούλια Τεχνών (*Regional Arts Boards*). (Κόνσολα Ντ. :2003:63)

Γ. Γερμανία

Η Γερμανία, ως ομόσπονδο Κράτος, αποτελείται από 16 κρατίδια, όπου έχει συσταθεί Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού σε κάθε ένα από αυτά. Επιπλέον οι Δήμοι και οι Κοινότητες εμφανίζονται με ενισχυμένες αρμοδιότητες, καθώς διαχειρίζονται ένα σημαντικό μέρος των πολιτιστικών υποθέσεων και των σχετικών χρηματοδοτήσεων, μέσα από τα ειδικά «Πολιτιστικά γραφεία» που διαθέτουν. (Κόνσολα Ντ. :2003:64)

Δ. Σουηδία

Στη Σουηδία σημαντικό ρόλο διαδραματίζει όχι τόσο το Υπουργείο Πολιτισμού, όσο το Εθνικό Συμβούλιο Πολιτιστικών Υποθέσεων, το οποίο μεταξύ άλλων συντονίζει τη δράση των εθνικών, περιφερειακών και τοπικών φορέων πολιτιστικής διοίκησης. Οι δημοτικές μάλιστα αρχές αναλαμβάνουν σημαντικές αρμοδιότητες σε θέματα Πολιτισμού, καθότι στόχος της σουηδικής πολιτικής είναι η ενίσχυση της πολιτιστικής αποκέντρωσης και η συνεργασία των φορέων της περιφέρειας. (Κόνσολα Ντ. :2003:65,66)

Συνοψίζοντας, θα λέγαμε ότι υπάρχει έντονη τάση να ενισχυθεί το αποκεντρωτικό σύστημα σε πολλές χώρες της Ευρώπης. (Ca'Zorzi:1987:7). Η δε Ελλάδα μάλλον ακολουθεί το παράδειγμα της Γαλλίας, οργανώνοντας διοικητικά τη χώρα αναλόγως και υιοθετώντας τις ίδιες αρχές διοικητικής οργάνωσης.

2.2. ΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στη συνέχεια θα εξετάσουμε την φύση και το θεσμικό πλαίσιο εντός του οποίου δρουν οι ΟΤΑ, που τάσσεται από το Σύνταγμα και τους νόμους. Η γραφειοκρατική δομή τους, ο τρόπος ανάδειξης των οργάνων τους, το προσωπικό από το οποίο στελεχώνονται, το εύρος των αρμοδιοτήτων τους και η αποστολή τους εν γένει καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τόσο την διαδικασία λήψης αποφάσεων γενικά αλλά και την χάραξη και άσκηση της πολιτιστικής πολιτικής τους ειδικότερα με ποικίλους τρόπους. Οι τρόποι αυτοί καταδεικνύονται μέσα από την ανάλυση τόσο της φύσης των ΟΤΑ, του θεσμικού πλαισίου που τους

διέπει, την διαδικασία ανάδειξης των τοπικών αρχών, τον καθορισμό των αρμοδιοτήτων τους και το βαθμό οικονομική τους εξάρτησης από το Κράτος.

2.2.1. ΙΣΤΟΡΙΑ - ΦΥΣΗ - ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Η αρχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης επικράτησε ως ιδέα αμέσως μετά την απελευθέρωση. Σύμφωνα με το άρθρο 101 παρ. 1 του ισχύοντος Συντάγματος της Ελλάδας: «η διοίκηση του κράτους οργανώνεται σύμφωνα με το αποκεντρωτικό σύστημα», αυτό δε το σύστημα διοικητικής οργάνωσης του κράτους- το αποκεντρωτικό- εφαρμόστηκε στην χώρα μας από το έτος 1833 με το Διάταγμα της 27^{ης} Δεκεμβρίου, οπότε και οργανώθηκε το Κράτος σε Δήμους. Εκτός από τα κεντρικά όργανα συστήθηκαν και όργανα περιφερειακά, αρμοδιότητας γενικής και ειδικής αναλόγως. (Σπηλιωτόπουλος Επ., 1999:292).

Στο αποκεντρωτικό σύστημα το οποίο έχει εφαρμοσθεί στη χώρα μας, υπάρχει Κεντρική και Τοπική Αυτοδιοίκηση. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση αποτελείται από δύο βαθμούς, τον α' και το β' βαθμό, όπως ορίζεται και προβλέπεται από το Σύνταγμα στο αρθ. 102 παρ. 1. Τον α' βαθμό αποτελούν οι Δήμοι και οι Κοινότητες και το β' βαθμό η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση (τον οποίο βαθμό δεν θα αναλύσουμε στην παρούσα μελέτη)⁴.

2.2.2 ΜΟΡΦΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης είναι εδαφικά Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου (Ν.Π.Δ.Δ.)⁵ και Διακρίνονται από το Νομικό

⁴Γενικότερα, η διοικητική διάρθρωση της Ελλάδας υπέστη αλλεπάλληλες αλλαγές. Τόσο η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση όσο και οι Κοινότητες υπέστησαν μια διαρκή διαφορετική νομοθετική αντιμετώπιση. Μάλιστα οι Κοινότητες, οι οποίες δημιουργήθηκαν το 1912 απορροφήθηκαν σχεδόν όλες από τους νέους Δήμους, που δημιουργήθηκαν με τον λεγόμενο και νόμο «Καποδίστρια» το έτος 1998 (Ν. 2539/97).

⁵ Κατά τον Λύτρα «Δημόσια Νομικά Πρόσωπα είναι εκείνα που η περιουσία τους έχει δημόσιο χαρακτήρα και διαθέτουν προνόμια δημόσιας εξουσίας». Λέγοντας περιουσία που έχει δημόσιο χαρακτήρα εννοούμε ότι προέρχεται από δημόσια έσοδα. Αυτά τα δημόσια έσοδα προέρχονται είτε από μονομερή ενέργεια διοικητικών οργάνων π.χ. επιβολή φόρων, είτε από ανάπτυξη συμβατικής δραστηριότητας. Τα Δημόσια Νομικά Πρόσωπα διακρίνονται α) σε Νομικά Πρόσωπα που υπάγονται στο δημόσιο δίκαιο, όπως το κράτος και οι ΟΤΑ και β) σε Νομικά Πρόσωπα που υπάγονται στο ιδιωτικό δίκαιο, όπως π.χ. οι δημόσιες επιχειρήσεις. Τα ΝΠΔΔ είναι η πιο σημαντική κατηγορία Δημοσίων Νομικών Προσώπων. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι πιο σημαντικοί φορείς για την άσκηση εξουσίας όπως το κράτος, οι ΟΤΑ κ.α. Υπάγονται δε σε κανόνες δημοσίου δικαίου και ασκούν δραστηριότητες που παραδοσιακά ανήκουν ή εντάσσονται και σε αυτές του κράτους. Ως εκ τούτου εφαρμόζονται σε αυτά οι κανόνες δημοσίου

Πρόσωπο του Κράτους, ως εκ τούτου πέραν της αρμοδιότητας έχουν δικαιώματα, υποχρεώσεις, δική τους περιουσία, την οποία διαχειρίζονται και συντάσσουν δικό τους προϋπολογισμό. Παρά τα παραπάνω δεν έχουν αυτόνομη κανονιστική αρμοδιότητα παρά μόνο βάσει του άρθρ. 43 παρ. 2 Συντάγματος μετά από ειδική εξουσιοδότηση, νομοθετική⁶ για θέματα που έχουν τοπικό ενδιαφέρον (Δαγτόγλου Π.:1989 :423).

2.2.3 ΔΗΜΟΣ⁷

Οι Δήμοι (και οι Κοινότητες) είναι ΝΠΔΔ (βλ. υποσημείωση 5), είναι όργανα Δημόσιας Διοίκησης με προφανή πολιτική σημασία, λόγω του τρόπου ανάδειξης των οργάνων τους.

Όργανα των Δήμων είναι το Δημοτικό Συμβούλιο, ο Πρόεδρος του Δημοτικού Συμβουλίου, η Δημαρχιακή Επιτροπή και ο Δήμαρχος. Τόσο ο Δήμαρχος, όσο και το Δημοτικό Συμβούλιο, εκλέγονται από το εκλογικό σώμα, και γι' αυτό έχουν σαφώς πολιτική σημασία.

2.2.4 ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΓΕΝΙΚΑ

Οι δημοτικές (και οι κοινοτικές) αρχές εκλέγονται για περίοδο τεσσάρων (4) ετών, η οποία αρχίζει την 1^η Ιανουαρίου του επομένου έτους που διεξήχθησαν οι εκλογές.

Οι Δήμοι έχουν περιουσία, την οποία και διαχειρίζονται, εισπράττουν αλλά δεν επιβάλλουν φόρους ενώ επιβάλλουν και εισπράττουν τέλη. Επιπλέον «οι Δημοτικές (και κοινοτικές) αρχές διευθύνουν και ρυθμίζουν όλες τις τοπικές υποθέσεις...» (αρθ. 75 Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων) (Σολδάτος Δημ.:2006: 91). Σύμφωνα με την πρόβλεψη αυτή αναγνωρίζεται το τεκμήριο της αρμοδιότητας στους Δήμους για υποθέσεις τοπικής φύσεως, τις οποίες ρυθμίζουν «με στόχο

δικαίου στην οργάνωση και λειτουργία τους, επίσης και οι διατάξεις του Υπαλληλικού Κώδικα (Ν. 2683/99). Τα ΝΠΔΔ από την στιγμή που ορίζονται ή χαρακτηρίζονται ως τέτοια, υπόκεινται σε έλεγχο δαπανών από το Ελεγκτικό Συνέδριο (αρ. 98 παρ. 1 του Σ/τος 1975/1985/2001). (Λύτρας Σ. και άλλοι :2004: 122-127, 132).

⁶ Όπως αναφέρει και η Μπεςίλα-Βήκα «Ο ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Ελλάδα, ρυθμιζόταν ανέκαθεν από το Κράτος, το οποίο την αντιμετώπιζε πάντα διστακτικά και επιφυλακτικά με ή χωρίς προσχήματα».

⁷ Με το Διάταγμα της 27/12/1933 οργανώθηκε το κράτος σε Δήμους. Η αντιβασιλεία διαίρεσε το κράτος σε Δήμους, ώστε κάθε μέρος της χώρας να υπάγεται σε κάποιο Δήμο. Έτσι, σύμφωνα και με τον Φλογαΐτη «Ο Δήμος έγινε αντιληπτός διφυσώς τόσο ως υποδιαίρεση του Κράτους όσο και ως ιδιαίτερο Νομικό Πρόσωπο (Φλογαΐτης Σ. και άλλοι :2004:176).

την προστασία, την ανάπτυξη και τη συνεχή βελτίωση των συμφερόντων και της ποιότητας ζωής της τοπικής κοινωνίας».^{8,9}

Με το νέο νόμο γίνεται μια προσπάθεια να καταστούν (νομοθετικά τουλάχιστον) οι ΟΤΑ πιο ισχυροί. Το κράτος τους αναθέτει, πλέον, ένα μέρος της άσκησης κρατικών υποθέσεων. Εν αντιθέσει με τα παλιότερα νομοθετικά κείμενα, γίνεται αναλυτική καταγραφή αρμοδιοτήτων που εντάσσονται στη σφαίρα αυτή και ενδεικτική απαρίθμηση των τοπικών υποθέσεων, που είναι αντικείμενο των ΟΤΑ (Μπεσίλα-Βήκα Ευρ. :2007: 256).

Εν τούτοις, η άσκηση της πολιτικής των ΟΤΑ, που σχετίζεται με τις αρμοδιότητες που τους έχουν ανατεθεί, πρέπει να εναρμονίζεται τόσο με το ισχύον θεσμικό πλαίσιο όσο και με τις πολιτικές σε εθνικό, περιφερειακό και ευρωπαϊκό επίπεδο. Οι γενικές δε αρχές εντός του πλαισίου του οποίου θα ασκείται η πολιτική αυτή, ορίζεται από το αρ. 76 του νέου Κώδικα.

Ανάμεσα στις αρμοδιότητες που ανατίθενται στη Δημοτική αρχή, βάσει του αρθρ. 75 του Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων, περιλαμβάνεται στον τομέα (στ) παιδείας, πολιτισμού και αθλητισμού, η διοργάνωση συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων και άλλων πολιτιστικών εκδηλώσεων ή η συμμετοχή της σ' αυτά (περ. 8).

⁸ Το άρθρ. 75 Ι στην πρώτη παράγραφο του αναφέρει: «Οι δημοτικές και κοινοτικές αρχές διευθύνουν και ρυθμίζουν όλες τις τοπικές υποθέσεις σύμφωνα με τις αρχές της επικουρικότητας και της εγγύτητας, με στόχο την προστασία, την ανάπτυξη και τη συνεχή βελτίωση των συμφερόντων και της ποιότητας ζωής της τοπικής κοινωνίας». Σύμφωνα με το άρθρο αυτό, που ορίζει τις αρμοδιότητες και την άσκηση αρμοδιοτήτων των Δήμων και Κοινοτήτων: οι αρμοδιότητες αφορούν μεν στη διοίκηση τοπικών σαφώς υποθέσεων αλλά και στη διοίκηση υποθέσεων που υπάγονται στις κρατικές αρμοδιότητες σε τοπικό επίπεδο, και ανατίθενται από το Κράτος στους Δήμους (και τις Κοινότητες). Σε περίπτωση όμως που ο Νόμος δεν αναφέρει ειδικά ή παραβλέπει να αναφέρει, το Δημοτικό (ή Κοινοτικό) Συμβούλιο έχει γενική αρμοδιότητα κατά τεκμήριο για υποθέσεις τοπικής φύσεως και τούτο είναι «το τεκμήριο αρμοδιότητας» (Στασινόπουλος Μιχ.: 167 και Σολδάτος Δ.: 2006: 92), ενώ κρίνεται αντισυνταγματική η νομοθετική πράξη, που αφαιρεί από την αρμοδιότητα των ΟΤΑ μία υπόθεση, που θα κριθεί ως τοπική, σύμφωνα με νομολογία του ΣτΕ (βλ. απόφ. 2940/1975) (Σολδάτος: 92).

⁹ Σύμφωνα με τα σχετικά άρθρα του Συντάγματος 1975/1986/2001 (αρθ. 102 παρ. 1 και 2), καθώς και με σχετική νομολογία του ΣτΕ, στους ΟΤΑ παρέχεται μεν αυτοδιοίκηση, όπου μπορούν οι ανώτεροι οργανισμοί να αποφασίζουν για τις τοπικές υποθέσεις αλλά δεν καθιερώνεται αυτονομία υπέρ αυτών (των ΟΓΑ) (Σολδάτος Δ. :2006:92).

2.2.5 ΔΗΜΑΡΧΟΣ ΚΑΙ ΥΠΟΛΟΙΠΑ ΟΡΓΑΝΑ

ο Δήμος διοικείται από το Δημοτικό Συμβούλιο (ΔΣ), τη Δημορχιακή Επιτροπή¹⁰ και το Δήμαρχο (αρ. 19 παρ. 1 του Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων -Ν. 3463/2006). Στο έργο του ο τελευταίος βοηθάται από τον Αντιδήμαρχο¹¹.

Ως προς τις αρμοδιότητες του Δημάρχου, που απαριθμούνται στον Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων (άρθρ. 86 παρ. 1), αναφορικά με το γενικό πλαίσιο δράσης του «προασπίζει τα τοπικά συμφέροντα και ασκεί τα καθήκοντά του με γνώμονα την διασφάλιση της ενότητας της τοπικής κοινωνίας».

Το δε Δημοτικό Συμβούλιο αποτελείται από 11-41 μέλη. Το συγκεκριμένο όργανο έχει γενική¹² αρμοδιότητα επί των τοπικών του υποθέσεων, εξαιρουμένων αυτών που ανήκουν στην αρμοδιότητα του Δημάρχου ή έχουν ανατεθεί ρητώς σε άλλο όργανο ή το κράτος έχει επιφυλάξει για τον εαυτό του κάποια αρμοδιότητα. Το δε ΔΣ αποτελείται κατά τα 3/5 του από μέλη του Συνδυασμού του εκλεγέντος Δημάρχου.

Σύμφωνα με τα παραπάνω καταλαβαίνουμε, ότι τόσο τη χάραξη της γενικής πολιτιστικής πολιτικής ενός Δήμου, όσο και το γενικότερο πρόσωπο και τους στόχους μιας δημοτικής διοργάνωσης, ελέγχει ο Δήμαρχος και το Δημοτικό Συμβούλιο¹³, του οποίου όμως την πλειοψηφία, όπως αναφέρθηκε, επίσης ελέγχει ο Δήμαρχος.

¹⁰ Ισχυρό όργανο είναι και η Δημορχιακή Επιτροπή, ολιγομελής και συνήθως πολιτικά ομοιογενής, επιφορτισμένη με αρμοδιότητες καθημερινής διαχείρισης, απολύτως σημαντικές για την τοπική ζωή και που εξ αυτών των λόγων προφανώς προσδίδεται δύναμη στην επιτροπή αυτή.

¹¹ Ένας ή περισσότεροι ανάλογα με το μέγεθος και τον πληθυσμό του Δήμου.

¹² Σύμφωνα με το αρ. 93 παρ. 1 του Νέου Νόμου 3463/2006 (Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων): «το Δημοτικό Συμβούλιο αποφασίζει για όλα τα θέματα που αφορούν το Δήμο, εκτός από εκείνα που ανήκουν στην αρμοδιότητα του Δημάρχου ή της Δημορχιακής Επιτροπής» σύμφωνα δηλ. με τα ανωτέρω το Δημοτικό Συμβούλιο είναι πλέον κυρίαρχο όργανο και καθιερώνεται το γενικό τεκμήριο αρμοδιότητας υπέρ αυτού (Μπεσίλα-Βήκα Ευρ.:2007: 259)

¹³ Ο Γενικός Γραμματέας Περιφέρειας είναι περιφερειακό όργανο του Κράτους. Ανάμεσα στα καθήκοντα είναι και αυτό της διοικητικής εποπτείας επί των ΟΤΑ, που συνίσταται αποκλειστικά στον έλεγχο νομιμότητας «και δεν επιτρέπεται να εμποδίζει την πρωτοβουλία και την ελεύθερη δράση τους» (των Δήμων και Κοινοτήτων) (άρθρ. 148 παρ. 1 Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων Ν. 3463/06). Οι αποφάσεις των δημοτικών και κοινοτικών συμβουλίων, που αφορούν σε μια σειρά από συγκεκριμένα θέματα, (όπως ρυθμίσεις κανονιστικού περιεχομένου, σύναψη κάθε μορφής συμβάσεων, αγορά και εκποίηση ακινήτων και άλλων που ορίζονται στο Νόμο), αποστέλλονται στο Γενικό Γραμματέα Περιφέρειας μαζί με αντίγραφο του αποδεικτικού δημοσίευσης και με τα έγγραφα στοιχεία που είναι αναγκαία για τη νόμιμη έκδοσή τους, μέσα σε προθεσμία 10

Από την ανωτέρω ανάλυση προκύπτει ότι για το εξεταζόμενο στην παρούσα εργασία θέμα, οι αιτήσεις για συμμετοχή σε μια τοπική πολιτιστική διοργάνωση χρήζουν πρότερης εγκρίσεως της Δημοτικής Αρχής, ενώ η πιθανή ύπαρξη καλλιτεχνικού διευθυντή και οι προτάσεις αυτού για ένα πολιτιστικό γεγονός εξαρτώνται επίσης από την έγκριση της Δημοτικής αρχής.

2.2.6 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ –ΚΡΑΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ

Οι Δήμοι και οι Κοινότητες χρηματοδοτούνται από τα ίδια έσοδά τους, από θεσμοθετημένους πόρους της τοπικής αυτοδιοίκησης, από εθνικούς ή Κοινοτικούς πόρους προγραμμάτων υπουργείων κ.α. προκειμένου να ασκήσουν τις αρμοδιότητές τους αποτελεσματικά (Μπεσίλα-Βήκα Ευρ. :2007: 265).

Το Σύνταγμα ορίζει ότι οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης έχουν οικονομική και διοικητική αυτοτέλεια (αρ. 102 παρ. 1), καθώς και ότι σύμφωνα με το αρθρ. 102 παρ. 5 του Συντάγματος «...Νόμος ορίζει τα σχετικά με την απόδοση και κατανομή, μεταξύ των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης των φόρων ή τελών , που καθορίζονται υπέρ αυτών και εισπράττονται από το Κράτος. Κάθε μεταβίβαση αρμοδιοτήτων από κεντρικά ή περιφερειακά όργανα του Κράτους προς την τοπική αυτοδιοίκηση συνεπάγεται και τη μεταφορά των αντίστοιχων πόρων ...».

Από τις ανωτέρω συνταγματικές διατάξεις συνάγεται η πρόθεση του νομοθέτη για ισχυροποίηση των Δήμων και ευρύτερα των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης, προκειμένου να ασκήσουν οι ίδιοι περιορισμένης εκτάσεως φορολογική εξουσία, η οποία όμως απαιτεί την προηγούμενη έκδοση σχετικού Νόμου. Ήδη από το 1993 έχει καθιερωθεί νομοθετικά το ΤΑΠ, δηλαδή το τέλος ακίνητης περιουσίας, που εισπράττεται από τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Μπεσίλα-Βήκα Ευρ. :2007: 362).

Γενικά πάντως το κράτος επιφυλάσσει για τον εαυτό του την είσπραξη και προβλέπει την απόδοση στους ΟΤΑ των εισπραχθέντων φόρων, φοβούμενο την περίπτωση της υπέρμετρης φορολογικής

ημερών από την συνεδρίαση (αρ. 149 παρ. 1 και 2 Ν. 3463/2006). Ο Γ. Γ. Περιφέρειας ελέγχει τη νομιμότητά τους, μέσα σε αποκλειστική προθεσμία 20 ημερών, από την περιέλευσή τους και εκδίδει πράξη ανάλογη. Αν διαπιστώσει ότι η απόφαση που λήφθηκε από τη δημοτική αρχή (κ.α.) είναι παράνομη, την ακυρώνει.

επιβάρυνσης των πολιτών αλλά και αποκλεισμό της φορολογικής του εξουσίας από αυτούς.

Με το Ν. 1828/89, προβλέφθηκε η οικονομική ενίσχυση των ΟΤΑ και για το σκοπό αυτό καθιερώθηκαν οι λεγόμενοι Κεντρικοί Αυτοτελείς Πόροι (ΚΑΠ), που στόχευαν στην χρηματοδότηση των ΟΤΑ Α' βαθμού από πόρους του κρατικού προϋπολογισμού, που το ύψος τους ορίσθηκε ρητά από το Κράτος και τον Κρατικό Προϋπολογισμό. Η πρόβλεψη των ΚΑΠ αποσκοπούν, μεταξύ άλλων, στην άμβλυνση των δημοσιονομικών ανισοτήτων κυρίως μέσω α) της εξασφάλισης κάλυψης των εσόδων λειτουργίας των ΟΤΑ και της χρηματοδότησης των κοινωνικών τους δράσεων, β) της χρηματοδότησης εξειδικευμένων προγραμμάτων, που συντείνουν στην βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών προς τους πολίτες.

Εκτός από την μέριμνα της κρατικής χρηματοδότησης για τα λειτουργικά τους έξοδα, οι ΟΤΑ χρηματοδοτούνται ή προβλέπεται να χρηματοδοτούνται και για κάθε αρμοδιότητα που μεταφέρεται από το Κράτος σε αυτούς, με την θέσπιση συγκεκριμένων εκάστοτε νόμων για κάθε περίπτωση, ενώ διατίθενται και άλλοι πόροι στην Τοπική Αυτοδιοίκηση όπως για παράδειγμα τα έσοδα από τα παράβολα των μεταναστών, το τέλος ακίνητης περιουσίας. Επίσης, αρκετά υπουργεία στα πλαίσια των διαφόρων αναπτυξιακών προγραμμάτων που εφαρμόζουν, εντάσσουν και τους ΟΤΑ ως δικαιούχους.

2.2.7. ΔΗΜΟΤΙΚΑ ΝΟΜΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΑ ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ

Οι δήμοι (και οι κοινότητες) δύνανται να ιδρύσουν Νομικά Πρόσωπα, που σκοπός τους είναι η οργάνωση και η λειτουργία ορισμένης δημοτικής υπηρεσίας με γνώμονα την καλύτερη εξυπηρέτηση των αναγκών των κατοίκων, όπως η σύσταση βιβλιοθηκών, πνευματικών κέντρων κ.α. (αρθ. 239 παρ. 1 Ν. 3463/06).

Για την ίδρυση του Νομικού αυτού Προσώπου (π.χ. του Πνευματικού Κέντρου, που στην προκείμενη εξεταζόμενη περίπτωση των φεστιβάλ, μας αφορά, καθότι είναι μια από τις δράσεις, που επωμίζονται τα συγκεκριμένα Δημοτικά Νομικά Πρόσωπα), αποφασίζει το Δημοτικό Συμβούλιο και η νομιμότητα της απόφασής του αυτής, διαπιστώνεται από τον Γενικό Γραμματέα Περιφέρειας, οπότε και εκδίδει την πράξη σύστασης του Νομικού Προσώπου (αρθ. 239 παρ. 2 Ν. 3463/06).

2.2.7.1. ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Τα Δημοτικά Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου διοικούνται από το Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο αποτελείται από 5-15 μέλη, που ορίζονται από το Δημοτικό Συμβούλιο. Τα μέλη που αποτελούν το Διοικητικό Συμβούλιο είναι ο Δήμαρχος, Δημοτικοί Σύμβουλοι, λαϊκά μέλη και ένας εκπρόσωπος εργαζομένων του Νομικού Προσώπου. Τα λαϊκά μέλη επιλέγονται ανάλογα με την κοινωνική δράση τους ή τις ειδικές τους γνώσεις (αρ. 240 παρ. 1 Ν. 3463/06) και είθισται να προτείνονται από τις κομματικές οργανώσεις.

Η θητεία των μελών του ΔΣ του ΝΠΔΔ ορίζεται με απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου, τα δε θέματα που σχετίζονται με τη λειτουργία του Νομικού Προσώπου ρυθμίζονται με κανονισμό, που εγκρίνεται επίσης από το Δημοτικό Συμβούλιο.

2.2.7.2. ΠΟΡΟΙ-ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Οι πόροι των Δημοτικών Νομικών Προσώπων Δημοσίου Δικαίου (π.χ. πνευματικών κέντρων, αθλητικών κέντρων) είναι:

- α) η ετήσια τακτική ή τυχόν έκτακτη επιχορήγηση του Δήμου
- β) κάθε είδους εισφορές, επιχορηγήσεις, δωρεές, κληρονομίες και κληροδοσίες
- γ) εισπράξεις από το αντίτιμο των πραγμάτων ή των υπηρεσιών που παρέχουν τα ιδρύματα
- δ) πρόσδοδοι από τη δική τους περιουσία, καθώς και από τη συμμετοχή τους σε προγράμματα (αρ. 235)

Σύμφωνα με το άρθρο 234 παρ. 3 οι αποφάσεις του Διοικητικού Συμβουλίου, που αφορούν στον προϋπολογισμό, τον απολογισμό κ.α. προηγουμένως εγκρίνονται από το Δημοτικό Συμβούλιο και ακολούθως υποβάλλονται στο Γενικό Γραμματέα της Περιφέρειας.

Ο βαθμός εμπλοκής της Δημοτικής Αρχής στη διοργάνωση ενός τοπικού φεστιβάλ, είναι μέγιστος, με ό,τι αυτό συνεπάγεται, ακόμα κι αν διοργανωθεί δεν είναι ο ίδιος ο Δήμος αλλά κάποιο Νομικό του Πρόσωπο π.χ. το Πνευματικό του Κέντρο, (όπως συμβαίνει σε αρκετές περιπτώσεις). Τούτο αποδεικνύεται από τα παρακάτω:

- τη συμμετοχή του Δημάρχου και των Δημοτικών Συμβούλων στο Διοικητικό Συμβούλιο του Νομ. Προσώπου,

- τον καθορισμό των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου του νομικού προσώπου από το Δημοτικό Συμβούλιο
- από το γεγονός ότι το νομικό πρόσωπο δεν έχει οικονομική αυτοτέλεια και χρηματοδοτείται από τον ίδιο το Δήμο
- από την προηγούμενη έγκριση του προϋπολογισμού και απολογισμού του νομικού προσώπου από το Δημοτικό Συμβούλιο

Αν και κεντρικό θέμα της παρούσας εργασίας είναι τα τοπικά φεστιβάλ, κρίναμε σκόπιμο να παρουσιάσουμε τη φύση, το νομικό καθεστώς και τη διοικητική οργάνωση τόσο των ΟΤΑ γενικά όσο και των Δημοτικών Νομικών Προσώπων τους (πνευματικά κέντρα), διότι αυτοί είναι και οι κύριοι διοργανωτές των διοργανώσεων που ερευνούμε.

Στην περίπτωση των πνευματικών κέντρων, ο τρόπος λήψης των αποφάσεών τους, ο βαθμός εξάρτησής τους από το Δήμο, η προέλευση των πόρων τους, η επιλογή και ο τρόπος ανάδειξης των μελών του Διοικητικού τους Συμβουλίου, η προηγούμενη έγκριση των προϋπολογισμών και απολογισμών τους από το οικείο Δημοτικό Συμβούλιο, καταδεικνύει το βαθμό εξάρτησης των πνευματικών (πολιτιστικών) κέντρων από το Δήμο στον οποίο ανήκουν.

Αλλά και οι Δήμοι με τη σειρά τους αντιμετωπίζουν αντίστοιχα προβλήματα εξάρτησης από την κεντρική κρατική διοίκηση. Η εποπτεία, που τους ασκείται, για τον έλεγχο νομιμότητας των αποφάσεών τους, συνιστά μια τέτοια παράμετρο, η οποία όμως αποτελεί και την ασφαλιστική δικλείδα για την αποφυγή άσκησης μη σύννομης πολιτικής από τις δημοτικές αρχές. Δυσχερής, ωστόσο, καθίσταται η λειτουργία και η δράση των φορέων της τοπικής αυτοδιοίκησης λόγω της οικονομικής τους εξάρτησης από το Κράτος. Η ανάγκη χρηματοδότησής τους και η μη ταυτόχρονη έγκριση κονδυλίων για κάθε αρμοδιότητα, που μεταβιβάζεται από το κράτος σ' αυτούς, τους καθιστά ανίσχυρους να εφαρμόσουν αποτελεσματικά οποιαδήποτε πολιτιστική πολιτική στην περιφέρειά.

3. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΟΤΑ. ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

3.1 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Ξεκινώντας το κεφάλαιο αυτό κρίνουμε σκόπιμο να ορίσουμε τον όρο Πολιτιστική Πολιτική, πριν διερευνήσουμε κατά πόσο αυτή υπάρχει και υλοποιείται στη χώρα μας. Σύμφωνα με τον ορισμό που περιλαμβάνεται στην πρώτη έκδοση της UNESCO, που σχετίζεται με θέματα πολιτιστικής πολιτικής, ορίζεται ότι «η πολιτιστική πολιτική στη γενική έννοια του όρου, είναι σύνολο κοινωνικών πρακτικών, συνειδητών και διακριβωμένων παρεμβάσεων ή μη παρεμβάσεων, που έχουν στόχο την ικανοποίηση κάποιων πολιτιστικών αναγκών, με την υπέρτατη δυνατή χρήση όλων των υλικών και ανθρώπινων πόρων, που μια δεδομένη κοινωνία διαθέτει, σε μια ορισμένη στιγμή. Κι ακόμη η πολιτική αυτή πρέπει να καθορίζει κάποια κριτήρια της πολιτιστικής ανάπτυξης και να συνδέει τον πολιτισμό με τη διαμόρφωση της προσωπικότητας και την κοινωνικό-οικονομική ανάπτυξη» (Unesco 1969:8).

Η αποτελεσματικότητα της πολιτιστικής πολιτικής που ακολουθείται κρίνεται από το βαθμό υλοποίησης και έκφρασης, σε ποσοτικούς όρους, των στόχων που έχουν τεθεί γενικά ως διακηρύξεις αρχών της πολιτιστικής πολιτικής. Επιγραμματικά αυτοί είναι: α. η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς (υλικής και άυλης) β. η ενίσχυση της καλλιτεχνικής και πνευματικής δημιουργίας και γ. η διεύρυνση της συμμετοχής στην πολιτιστική ζωή.

Στην υλοποίηση των στόχων αυτών και ιδιαίτερα του τρίτου, γίνεται εμφανής ο ιδιαίτερα ουσιαστικός ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και η αναγκαιότητα της πολιτιστικής αποκέντρωσης, προκειμένου να επιτευχθεί η μεγαλύτερη δυνατή συμμετοχή στην πολιτιστική ζωή.

3.2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η συνειδητοποίηση της ανάγκης για ανάπτυξη τις τελευταίες δεκαετίες και η προσπάθεια σταδιακής ενίσχυσης ορισμένων τομέων (συμπεριλαμβανομένων και των πολιτισμικών δράσεων) στην Ελλάδα,

συνδέθηκε για χρόνια, με την εφαρμογή ενισχυτικών προγραμμάτων, γνωστών ως πενταετή προγράμματα. Μέσα από τα προγράμματα αυτά ακολουθήθηκε μια εξελικτική πορεία, πιο συγκεκριμένα:

Έγινε μια βαθμιαία προσπάθεια για την συσχέτιση αρχικά των πολιτιστικών δραστηριοτήτων με την ανάπτυξη της χώρας, με το πενταετές πρόγραμμα 1978-1982 (Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας 1979). Ακολούθησε το πενταετές πρόγραμμα 1983-1987, οπότε και προωθήθηκε σε ικανοποιητικό βαθμό η Πολιτιστική αποκέντρωση, με την κινητοποίηση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στον Πολιτιστικό τομέα (ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ., δημιουργία Πολιτιστικών Κέντρων, δημοτικές αναπτυξιακές εταιρείες πολιτισμού, προγραμματικές συμβάσεις ΥΠ.ΠΟ. και Ο.Τ.Α.), ενώ η Τοπική Αυτοδιοίκηση παρουσίασε μια πιο συντονισμένη δράση (Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας 1984 και ΚΕΠΕ: 1992). Αυτή η δημιουργική πορεία δεν συνεχίστηκε καθώς, το επόμενο πρόγραμμα 1988-1992, δεν εφαρμόστηκε ποτέ, λόγω της τότε ταραγμένης πολιτικής κατάστασης (Έκθεση του ΚΕΠΕ: 1992). Στη δεκαετία του '90 και με το νέο δεδομένο της χρηματοδότησης από το Β' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης, η άποψη για τις πολιτιστικές δραστηριότητες αλλάζει και πλέον θεωρείται ο κλάδος αυτός, δυναμικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας (ΚΕΠΕ: 2000) και σημαντικός παράγων κοινωνικής συνοχής. Στην περίοδο αυτή ξεκίνησε και το Εθνικό Πολιτιστικό Δίκτυο Πόλεων με τη σύμπραξη του Υπουργείου Πολιτισμού και των ΟΤΑ. Στο δε Β' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης εντάσσεται ο τομέας του πολιτισμού στην ενότητα του τουρισμού. Αντίθετα στο Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης 2000-2006, ο Πολιτισμός αποκτά για πρώτη φορά αυτοτελές Πρόγραμμα και στον άξονα του σύγχρονου πολιτισμού επιδιώκεται η άμβλυνση των περιφερειακών ανισοτήτων, με την ενίσχυση υποδομών και τη δημιουργία δικτύων στην περιφέρεια.

3.2.1. ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Στην προσπάθεια ένταξης της χώρας μας σε αναπτυξιακή διαδικασία εντάσσεται, μεταξύ άλλων, και η ψήφιση αναπτυξιακών νόμων, προκειμένου να δοθούν τα κίνητρα για την ανάπτυξη της περιφέρειας (Ευθυμιοπούλου Θ.:27). Ο πρώτος αναπτυξιακός Νόμος που ψηφίστηκε ήταν ο 1262/82, και στην πορεία ακολούθησαν κι άλλοι τροποποιητικοί αυτού νόμοι. Με το νόμο αυτό δόθηκαν τα κίνητρα για τη σύσταση δημοτικών αναπτυξιακών επιχειρήσεων, προκειμένου να καλυφθούν οι υπάρχουσες κοινωνικές ανάγκες και να υπάρξει αποτελεσματική παρέμβαση, μέσω των επιχειρήσεων αυτών, στην οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.

Οι ανωτέρω επιχειρήσεις ετύγχαναν προνομιακής μεταχείρισης και επιδοτούνταν με ισχυρότερα κίνητρα σε σχέση με τις ιδιωτικές επιχειρήσεις, όπως για παράδειγμα λήψη επιχορηγήσεων, επιδότηση επιτοκίου κ.α. (Μπιτσάκη Ευγ. :2002:194). Έτσι δόθηκε η δυνατότητα στους ΟΤΑ να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα σε διάφορους τομείς, συμπεριλαμβανομένου του πολιτισμού, με μικρό αρχικό κεφάλαιο και με τη δυνατότητα λήψης επιχορηγήσεων και χορηγιών από τα εταιρικά αυτά μορφώματα.

Την περίοδο αυτή εμφανίστηκε, σε όλη την ελληνική επικράτεια, πλήθος αναπτυξιακών δημοτικών εταιριών πολιτισμού, οι οποίες ανέπτυξαν έντονη πολιτισμική δράση κυρίως με τη διοργάνωση γιορτών, εκδηλώσεων και τοπικών φεστιβάλ. «Οι περισσότερες όμως από αυτές δεν ευτύχησαν να ενταχθούν σε αναπτυξιακά κίνητρα..., δεν μπόρεσαν να υποστηρίξουν την πολιτιστική δράση από άλλες παράλληλες κερδοφόρες επιχειρήσεις επιδοτούμενες για την κάλυψη των ζημιών τους από τους δήμους». (Μπιτσάκη Ευγ. :2002: 195-196). Ωστόσο, η πολιτισμική δράση των δήμων και στις μέρες μας συνεχίζει να υλοποιείται από τις επιχειρήσεις αυτές ή από τα Πνευματικά Κέντρα των Δήμων, σε ό,τι αφορά στη χάραξη πολιτιστικής πολιτικής σε τοπικό επίπεδο.

3.2.2 ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Σε εθνικό επίπεδο η πολιτιστική πολιτική χαράσσεται από το Υπουργείο Πολιτισμού, το οποίο επιλαμβάνεται των θεμάτων της πολιτιστικής κληρονομιάς, των καλών τεχνών, του λαϊκού πολιτισμού και των πολιτιστικών εκδηλώσεων. (Μπιτσάκη Ευγ.:2002:204).

Το Υπουργείο Πολιτισμού είναι υπεύθυνο για την έγκριση επιχορηγήσεων σε πολιτιστικούς φορείς, σε οργανισμούς και σε ΟΤΑ. Ο τομέας των φεστιβάλ γενικά υπάγεται στη Διεύθυνση Πολιτιστικών Δράσεων¹⁴, όπου υπάρχει τμήμα Φεστιβάλ και Πολιτιστικών Εκδηλώσεων, η δε ανωτέρω Διεύθυνση υπάγεται στη Γενική Διεύθυνση Σύγχρονου Πολιτισμού.

«Η Διεύθυνση Πολιτιστικών Δράσεων, σύμφωνα με τις οδηγίες του νέου "Οργανισμού του Υπουργείου Πολιτισμού", (άρθρο 33 ΠΔ 191/13.06.2003

¹⁴ Η Διεύθυνση Πολιτιστικών Δράσεων είναι «αρμόδια για το συντονισμό και την εποπτεία των Τμημάτων που υπάγονται σε αυτή, σε σχέση με την άσκηση των αρμοδιοτήτων τους».

ΦΕΚ 146/Α/13.06.2003), ενισχύει και προωθεί την πολιτιστική δραστηριότητα όλης της Ελληνικής Επικράτειας και πραγματοποιεί με τη συνεργασία φορέων που υπάγονται στο ΥΠΠΟ και άλλων πολιτιστικών φορέων, ποικίλες εκδηλώσεις. Τα αντικείμενα αρμοδιότητας της Διεύθυνσης Πολιτιστικών Δράσεων αφορούν κυρίως στον προγραμματισμό, την υποστήριξη και το συντονισμό των πολιτιστικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Οι Πολιτιστικές Δράσεις καλύπτουν πρωταρχικά την οικονομική ενίσχυση, την οργανωτική συνεργασία και κυρίως τον έλεγχο της παραγωγής εκδηλώσεων όλων των πολιτιστικών φορέων Ο.Τ.Α και της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης καθώς επίσης και όλων των πνευματικών και κοινωνικών ιδρυμάτων, πνευματικών κέντρων και σχετικών οργανισμών που εκπροσωπούν την πολιτιστική δημιουργία της περιφέρειας. Η Διεύθυνση Πολιτιστικών Δράσεων καλείται να διαδώσει την ελληνική πολιτιστική παράδοση ενισχύοντας διάφορες εκδηλώσεις με μόνιμο χαρακτήρα (φεστιβάλ, εκθέσεις, ετήσια συνέδρια κλπ.), υποστηρίζοντας μ' αυτόν τον τρόπο την πολιτιστική αποκέντρωση. Παράλληλα, το Τμήμα Πολιτιστικών Κέντρων, Σωματείων και Ιδρυμάτων συγκεντρώνει, παρακολουθεί και επιχορηγεί το μεγαλύτερο μέρος των συλλόγων, σωματείων, οργανισμών και εταιρειών, δημοσίου και ιδιωτικού δικαίου με σκοπό τη μέριμνα της συνεχούς ενεργής πολιτιστικής τους παρουσίας. Με υπεύθυνο συντονισμό το Τμήμα Φεστιβάλ και Πολιτιστικών Εκδηλώσεων, η Διεύθυνση εποπτεύει το Δίκτυο Πολιτιστικής Διαχείρισης, το οποίο είναι θεσμός ανάπτυξης και συγκρότησης της παραγωγής όλων των πολιτιστικών φορέων της χώρας. ...» (<http://www.yppo.gr>) (οι υπογραμμίσεις είναι δικές μας).

Αν και σύμφωνα με τα ανωτέρω αναφερόμενα, θα έπρεπε να λαμβάνεται μέριμνα για την πολιτισμική αποκέντρωση και την ενίσχυση των τοπικών φεστιβάλ και των ΟΤΑ ως προς τις δράσεις τους, εντούτοις, δεν υπάρχει κάποια συγκεκριμένη νομοθετική πρόβλεψη για τα φεστιβάλ, ούτε και κάποια χάραξη κεντρικής πολιτικής για τις δράσεις αυτές της περιφέρειας. Μάλιστα το ίδιο το υπουργείο δεν διαθέτει μία ενημερωμένη βάση δεδομένων για τα φεστιβάλ που λειτουργούν και διοργανώνονται ανά την Ελλάδα. Υπήρξε μία προσπάθεια για πιο συντονισμένη καταγραφή τους μέσω της χρηματοδοτούμενης ιστοσελίδας για την προώθηση του πολιτισμού www.cultureguide.gr, η οποία όμως έπαψε να χρηματοδοτείται από το Υπουργείο Πολιτισμού και ως εκ τούτου έπαψε να υφίσταται από το Νοέμβριο του 2006, με πλήθος αντιδράσεων του

κόσμου της Τέχνης και του Πολιτισμού, σύμφωνα και με τον τότε αρχισυντάκτη της κ. Ηλία Βεργίτη.¹⁵

3.3 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΟΤΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Από την αρχαιότητα ως σήμερα ο Δήμος ανέπτυξε πλούσια δράση σε όλους τους τομείς κοινωνικής και πολιτιστικής ανάπτυξης. Ο Δήμος και εν γένει οι μικρές κοινωνίες της περιφέρειας αποτελούν έναν ιδανικό χώρο για δράση, ακόμα και στις περιπτώσεις που η υποδομή είναι ένα σοβαρό μειονέκτημα (Γεωργίου Γ.:1999:50). Αυτό εξηγείται διότι η Τοπική Αυτοδιοίκηση, ευρισκόμενη πολύ κοντά στη λαϊκή βάση, είναι ο πιο κατάλληλος φορέας για την άσκηση πολιτιστικής πολιτικής. Οι Δήμοι και οι Κοινότητες μπορούν να εκφράσουν με τον πιο γνήσιο τρόπο τη λαϊκή παράδοση και να διαδραματίσουν θεμελιώδη ρόλο, στην ανάπτυξη της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας, στην ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας και στον πολιτιστικό εμπλουτισμό της διαμέσου δράσεων, τόσο αυστηρά τοπικών όσο και μέσω συνεργασιών, δικτύων πόλεων, αδελφοποιήσεων και πολιτιστικών ανταλλαγών. (Μπιτσάκη Ευγ. :2002:186).

Η δραστηριοποίηση των Τοπικών Αυτοδιοικήσεων στον τομέα των πολιτιστικών δράσεων, προωθεί τη συμμετοχή των πολιτών στις δημιουργικές διαδικασίες παραγωγής και καλλιέργειας του πολιτισμού. Ταυτοχρόνως μέσα από τις διαδικασίες αυτές, το τοπικό μέρος γίνεται τόπος διαμόρφωσης της εθνικής συνείδησης. Η δε πολιτιστική κληρονομιά και οι λαογραφικές παραδόσεις, διαχέονται στον έξω κόσμο με τον αμεσότερο τρόπο μέσα από τις συντονισμένες δράσεις της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. (Γεωργίου Γ. στις σημειώσεις Παραδόσεων Στασινοπούλου Ο.:2006:184).

Υπήρξε μια έντονη πολιτιστική δραστηριοποίηση στις τοπικές κοινωνίες με την άνθιση των Δημοτικών Επιχειρήσεων Πολιτισμού, με την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων των Πνευματικών Κέντρων στον τομέα του Πολιτισμού και ειδικότερα με τη διοργάνωση τοπικών φεστιβάλ, ως μέρος της ευρύτερης πολιτιστικής δράσης των ΟΤΑ. Η διοργάνωση μουσικών και θεατρικών εκδηλώσεων, ποιητικών και

¹⁵ Η καταγραφή των φορέων διοργάνωσης πολιτιστικών εκδηλώσεων και φεστιβάλ ανά την Ελλάδα, δεν ήταν ο πρωταρχικός στόχος δημιουργίας της ιστοσελίδας, προέκυψε όμως φυσικά από την αποθήκευση των εκάστοτε επαφών (contacts) ως data base των εργαζομένων στην ιστοσελίδα σε βάθος τουλάχιστον 5 χρόνων. Μετά και την κατάργηση του www.cultureguide.gr, η ίδια συντακτική ομάδα προχώρησε στην δημιουργία μιας νέας ιδιωτικής ιστοσελίδας, του www.goculture.gr, με σκοπό και πάλι την προώθηση του Ελληνικού Πολιτισμού.

λογοτεχνικών βραδιών, η επιτυχημένη αναβίωση ξεχασμένων εθίμων, η φροντίδα και ο εμπλουτισμός των τοπικών μουσείων, η διενέργεια διαγωνισμών, η δημιουργία χώρων και ομάδων καλλιτεχνικής έκφρασης, ισχυροποίησαν και εξακολουθούν να ισχυροποιούν το σημαντικό πολιτιστικό ρόλο της Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

3.4 ΔΙΚΤΥΑ –ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Στη Δυτική Ευρώπη, κατά τη δεκαετία του '70, οι πολιτιστικές πολιτικές αρχίζουν να αποκτούν πολιτικά μεγαλύτερη βαρύτητα που οφείλεται στην προηγούμενη εμφάνιση κινημάτων, που συνδέθηκαν με πολιτισμικές δράσεις εναλλακτικού περιεχομένου. Μέσα σ' αυτό το γενικότερο κλίμα εντάσσεται και το ρεύμα αλλαγής των πόλεων- και όχι πλέον μόνο των πρωτευουσών των χωρών- με τη διοργάνωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων συνδυασμένων με πρωτοβουλίες αναβάθμισης περιοχών και κτιριακών εγκαταστάσεων [π.χ. μετατροπή βιομηχανικών κτιρίων σε πολιτιστικά κέντρα (Πάρκινσον Μάικλ:18,26)]. Το τελευταίο μάλιστα συνδυάστηκε και με την αχρήστευση των χώρων αυτών λόγω των θεμελιωδών αλλαγών της οικονομίας και των επιπτώσεων που αυτές είχαν στις εδρεύουσες εντός των οικιστικών κέντρων μονάδες παραγωγής.

Εντός του πλαισίου της Ευρωπαϊκής πολιτιστικής πολιτικής αλλά και της ανάγκης πολιτιστικής αναβάθμισης των ΟΤΑ και εκσυγχρονισμού της Ελληνικής περιφέρειας στα θέματα πολιτισμού και πολιτισμικών δράσεων, συντονισμένης και αποδοτικής χρηματοδότησης, εφαρμόστηκε το Νοέμβριο του 1993 σε 19 ελληνικές πόλεις το πρόγραμμα του Εθνικού Πολιτιστικού Δικτύου Πόλεων, που εντασσόταν στο γενικότερο Πρόγραμμα «Επικράτεια Πολιτισμού». Το πρόγραμμα αυτό είχε χρηματοδοτηθεί από το Β' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης, όπου οι Δήμοι θα είχαν πρωτεύουσα θέση και το Υπουργείο Πολιτισμού θα κρατούσε ένα επιτελικό-συντονιστικό ρόλο (Συναδινός Πέτρος:1994:43-47). Στις 19 αυτές πόλεις, αρχικά, δεν συμπεριλαμβάνονταν η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη και οι Δήμοι τους, οι οποίες εντάχθηκαν αργότερα, επί Υπουργίας Πολιτισμού Ευάγγελου Βενιζέλου (1997) (Υπουργείο Πολιτισμού:1997:176).

Ο Δήμος Βύρωνα (την περίπτωση του οποίου θα εξετάσουμε παρακάτω) με την ιδιότητα του Οργανισμού Τοπικής Αυτοδιοίκησης από την Ελλάδα, είναι μέλος ενός πολιτιστικού ευρωπαϊκού δικτύου, του *la Rencontre*, μέλη του οποίου είναι νομικά και φυσικά πρόσωπα, που οι δραστηριότητές τους άπτονται του πολιτισμού και της διοργάνωσης πολιτιστικών εκδηλώσεων. Μέσα από την επαφή του με το συγκεκριμένο

δίκτυο, ο εν λόγω Δήμος εστιάζει την προσπάθειά του στην απόκτηση τεχνογνωσίας, σε επίπεδο διοργάνωσης και πολιτιστικής διαχείρισης και αναζητά την επίτευξη διαπολιτισμικής συνεργασίας με στόχο την χρηματοδότησή της, με την προϋπόθεση πλήρωσης των προδιαγραφών που θέτει η Ευρωπαϊκή Ένωση, μέσα από πολιτιστικά προγράμματα, όπως, για παράδειγμα, το πρόγραμμα «Πολιτισμός»¹⁶.

Το πρόσταγμα του 21^{ου} αιώνα σύμφωνα με τον Δάλλα «συνδέεται με την αναβάθμιση των εθνοτήτων, των πολιτισμών...ώστε να διαμορφώνεται σε κάθε κράτος αλλά και σε υπερεθνικές οντότητες, η έννοια της ταυτότητας ...» ([http:// cmc.panteion.gr/cmc/staff/dallas/eprints](http://cmc.panteion.gr/cmc/staff/dallas/eprints)). Στη διαμόρφωση της σύγχρονης κοινωνίας μέσα από ευρύτερα μορφώματα όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση, είναι έκδηλη η ανάγκη διατήρησης και ανάδειξης της διαφορετικότητας των πολιτισμών, που διασταυρώνονται, συνυπάρχουν και συνιστούν το ιδιαίτερο πρόσωπο της ίδιας της Ένωσης. Σκοπός είναι η ανάδειξη μιας ευρωπαϊκής πολιτιστικής ταυτότητας, με γνώμονα το σεβασμό στην εθνική περιφερειακή πολιτισμική πολυμορφία, (όπως αναφέρεται και στις παρ. 1και 5 του άρθρου 151 της Συνθήκης του Άμστερνταμ)¹⁷, αλλά και η προώθηση του σκοπού αυτού δια της συνεργασίας μεταξύ των κρατών- μελών.

¹⁶ Μέσω του προγράμματος «Πολιτισμός» δίδεται η δυνατότητα χρηματοδότησης πολιτιστικών προσπαθειών που έχουν διαπολιτισμικό χαρακτήρα. Πρέπει δηλαδή, τουλάχιστον 3 πολιτιστικοί φορείς από διαφορετικά κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (και εσχάτως και ένα τέταρτο μέλος από τις νέες χώρες) να συμπράξουν με σκοπό την ανάδειξη «της ιδιαίτερης πολιτιστικής φυσιογνωμίας» με τη διοργάνωση ενός ιδιαίτερου πολιτιστικού γεγονότος πχ. με θέμα «οι λυράρηδες της Μεσογείου». (βλ. παραρ. Συν – Ν. Χαρδαλιά και Υπουργείο Πολιτισμού Ειδική Γραμματεία ΚΠΣ: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Πολιτισμός» 2000-2006).

¹⁷ Συγκεκριμένα στις παρ. 1 και 5 του αρθ. 151 αναφέρονται τα εξής «1. Η Κοινότητα συμβάλλει στην ανάπτυξη των πολιτισμών των κρατών μελών και σέβεται την εθνική και περιφερειακή πολυμορφία τους, ενώ ταυτόχρονα προβάλλει την κοινή πολιτιστική κληρονομιά. 2. Η δράση της Κοινότητας αποσκοπεί στην ενθάρρυνση της συνεργασίας μεταξύ Κρατών μελών και αν αυτό είναι αναγκαίο , υποστηρίζει και συμπληρώνει τη δράση τους στους εξής τομείς: βελτίωση της γνώσης και της διάδοσης του πολιτισμού και της ιστορίας των ευρωπαϊκών λαών, διατήρηση και προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς ευρωπαϊκής σημασίας, μη εμπορικές πολιτιστικές ανταλλαγές, καλλιτεχνική και λογοτεχνική δημιουργία, συμπεριλαμβανομένου του οπτικοακουστικού τομέα. 3. Η Κοινότητα και τα Κράτη μέλη ευνοούν τη συνεργασία με τις τρίτες χώρες και τους αρμόδιους διεθνείς οργανισμούς στον πολιτιστικό τομέα και ειδικότερα με το Συμβούλιο της Ευρώπης. 4. Η Κοινότητα όταν αναλαμβάνει δράσεις δυνάμει άλλων διατάξεων της παρούσας Συνθήκης λαμβάνει υπόψη της τις πολιτιστικές πτυχές, αποβλέποντας ειδικότερα στο σεβασμό και στην προώθηση της πολυμορφίας των πολιτισμών της. 5. Για να συμβάλει στην υλοποίηση των στόχων του παρόντος άρθρου, το Συμβούλιο: -αποφασίζοντας με τη διαδικασία του άρθρ. 251 και μετά από διαβούλευση με την Επιτροπή Περιφερειών, θεσπίζει δράσεις ενθάρρυνσης, χωρίς να εναρμονίζει τις νομοθετικές κανονιστικές διατάξεις των Κρατών μελών. Το Συμβούλιο

Η αναθεώρηση του προηγούμενου Δημοτικού Κοινοτικού Κώδικα (ΔΚΚ) (Π.Δ. 410/95) με το σημερινό Νόμο ήταν πια επιβεβλημένη, καθώς ο θεσμός της Τοπικής Αυτοδιοίκησης επηρεάστηκε από θεσμούς που εισήγαγε η Ευρωπαϊκή Ένωση κι έτσι οι νέες επιταγές αλλά και οι ανάγκες δεν εναρμονίζονταν αλλά και δεν μπορούσαν να αντιμετωπιστούν με το ΠΔ 410/95.

Στην ελληνική κοινωνία, οι συνθήκες για συνεργασίες εντός αυτού του πλαισίου, είναι πλέον ώριμες, εξ' ου και νομοθετικά προβλέπονται στα άρθρ. 219 (παρ. 1, 2) και 220 του Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων, όπου θεσμοθετούνται Διεθνείς συνεργασίες και αδελφοποιήσεις Δήμων και Κοινοτήτων¹⁸. Από τις διατάξεις αυτές προκύπτει ότι υπάρχει και η πρόβλεψη και η βούληση, ενώ αρχίζουν να δημιουργούνται πλέον δίκτυα πόλεων και ενώσεων, διασφαλίζοντας την συνεργασία των ΟΤΑ σε διαπεριφερειακό και διεθνές επίπεδο. Βέβαια όλο αυτό το πλαίσιο, για την πλειονότητα των δήμων είναι ακόμη «terra incognita» («άγνωστη γη»), ωστόσο η ύπαρξη νομοθετικής πρόβλεψης για τις περιπτώσεις αυτές, φανερώνει την αναγνώριση της ανάγκης συνεργασιών και ανταλλαγών σε κρατικό και ευρωπαϊκό επίπεδο. Η νομοθετική πρόβλεψη για τέτοιου τύπου δράσεις, μόνο θετική συμβολή μπορεί να συνιστά.

αποφασίζει με ομοφωνία καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας του άρθρου 251, - αποφασίζοντας ομόφωνα προτάσεις της επιτροπής διατυπώνει συστάσεις». (<http://eur-ex.europa.eu/el/treaties/dat/11997E/htm/11997E.html#01730010078>)

¹⁸ Συγκεκριμένα στις παραγράφους 1 και 2 του άρθρου 219 προβλέπονται μεταξύ άλλων τα εξής: παρ. 1 «Οι Δήμοι και Κοινότητες συνεργάζονται με πρωτοβάθμιους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης της αλλοδαπής, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων τους και υπό την επιφύλαξη των διεθνών υποχρεώσεων της Χώρας α. σε διεθνές επίπεδο, για την προαγωγή της διαπεριφερειακής και συνοριακής συνεργασίας και τη συμμετοχή τους σε δίκτυα πόλεων και ενώσεων. β. σε ευρωπαϊκό επίπεδο, για τη συμμετοχή τους σε δίκτυα και προγράμματα και πρωτοβουλίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Συμβουλίου της Ευρώπης». Στην παράγραφο 2 αναφέρεται ότι «οι Δήμοι και οι Κοινότητες, στο πλαίσιο των ρυθμίσεων της προηγούμενης παραγράφου, μπορούν να πραγματοποιούν πολιτιστικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις και ανταλλαγές αποστολών για την αντιμετώπιση θεμάτων κοινού ενδιαφέροντος, καθώς και να συνάπτουν συμφωνίες». Το άρθρο 220 παρ. 1 του Κώδικα αναφέρει για τις αδελφοποιήσεις ότι «οι Δήμοι και οι Κοινότητες, στο πλαίσιο της ευρύτερης συνεργασίας τους με αντίστοιχους οργανισμούς ξένων χωρών, μπορούν να αναπτύσσουν τις κατά νόμο πρωτοβουλίες τους για θέματα που εμπίπτουν στις αρμοδιότητές τους και να προβαίνουν σε πράξεις αδελφοποίησης των πόλεων τους, με στόχο τη μεταξύ τους προαγωγή των οικονομικών, πολιτιστικών, μορφωτικών και κοινωνικών σχέσεων.»

3.5 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Τα φεστιβάλ και οι διάφορες γιορτές (κρασιού, σταφίδας κλπ) ανά την Ελλάδα με όποιο τρόπο κι αν οργανώνονται όσο πρόχειρα ή αυτοσχέδια, με πενιχρά ή πλούσια (σπάνια) μέσα, με προγράμματα που είναι πιστά αντίγραφα όλων των υπολοίπων ανά την Ελλάδα φεστιβάλ, πρέπει να παραδεχτούμε το γεγονός ότι συμβάλλουν θετικά από πολλές απόψεις στην ανάδειξη της περιοχής όπου διοργανώνονται. Ο ρόλος τους είναι πολυσήμαντος: οικονομικός, τουριστικός, εκπαιδευτικός, πολιτισμικός, ψυχαγωγικός, αναπτυξιακός, κοινωνικός και πολιτικός. Στην ανάπτυξη τους οι ρόλοι αυτοί αλληλοδιαπλέκονται σε μεγάλο βαθμό. Αναλυτικότερα:

Οικονομικός-τουριστικός

Με τη διοργάνωση ενός φεστιβάλ σε μια πόλη, σε μια περιοχή γενικότερα, παρατηρείται οικονομική ανάπτυξη λόγω της αυξημένης προσέλευσης επισκεπτών-θεατών του φεστιβάλ, αλλά και λόγω του ειδικού κοινού-επισκεπτών (δημιουργοί και επαγγελματίες του χώρου). Κάποια φεστιβάλ, με την πάροδο του χρόνου έχουν αναδειχθεί και καθιερωθεί, αναπτύσσοντας έτσι το δικό τους ειδικό κοινό (πχ. Φεστιβάλ Επιδαύρου στο Αρχαίο Θέατρο και μικρό θέατρο της Επιδαύρου, Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, Φεστιβάλ Ταινιών Μικρού μήκους στη Δράμα, Φεστιβάλ Χορού στην Καλαμάτα). Όσο πιο ονομαστό είναι ένα φεστιβάλ τόσο προσελκύει ολοένα μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών. Η επισκεψιμότητα αυξάνεται επίσης όταν ο τόπος διοργάνωσης ευνοείται τουριστικά, δηλαδή όταν είναι ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, όταν έχει πλησίον του αξιόλογα μνημεία κ.λ.π. Παρ' όλ' αυτά, ένα φεστιβάλ μπορεί να γίνει ανταγωνιστικό και χωρίς τους παραπάνω παράγοντες. Η διαχρονική επιτυχία μιας διοργάνωσης συντελεί στη βελτίωση των υποδομών φιλοξενίας των επισκεπτών (ξενοδοχεία, πανσιόν, ενοικιαζόμενα δωμάτια) και συμβάλλει τόσο στην ανάπτυξη της περιοχής για την κάλυψη αναγκών (τουριστικά καταστήματα, ταβέρνες-εστιατόρια-ουζερί-μεζεδοπολεία, κέντρα διασκέδασης-bars, καφετέριες, ζαχαροπλαστεία κ.λ.) όσο και στη μείωση της τοπικής ανεργίας, μέσω δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας ανάλογα με τις οργανωτικές ανάγκες του φεστιβάλ, και την πλήρωση των θέσεων εργασίας στις ιδιωτικές επιχειρήσεις που δημιουργούνται ή επεκτείνονται εξαιτίας του φεστιβάλ.

Ο τουρισμός (εγχώριος και ξένος), σε συνδυασμό με επισκέπτες που επιστρέφουν στον τόπο καταγωγής τους για διακοπές, αποτελούν

σημαντική πηγή εσόδων για την περιοχή αλλά και το ίδιο το φεστιβάλ, (μέσω της πώλησης των εισιτηρίων). Τούτο, βέβαια, δεν εξασφαλίζεται πάντοτε καθώς πολλές φορές δεν αποτελεί επιλογή των διοργανωτών ή λόγω της χαμηλής ποιότητας οργάνωσης στην πλειονότητα των φεστιβάλ. Σε κάθε περίπτωση όμως, όταν μια διοργάνωση καταφέρει να διατηρήσει ίδια ταυτότητα και ποιότητα σε χρονικό βάθος, τότε ενδέχεται να επιτύχει θετικό οικονομικό απολογισμό. Επιπλέον, όταν ένα φεστιβάλ διακρίνεται για τη συνέπεια διοργάνωσής του σε τακτά χρονικά διαστήματα, γίνεται επιτακτικό το αίτημα τόσο των επισκεπτών, όσο και των πολιτών της περιοχής, να βελτιώνονται οι υποδομές και οι εγκαταστάσεις, που το φιλοξενούν. Από τα ερωτηματολόγια που διενεργήθηκαν με θέμα το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, προέκυψε σαφώς η πρωταρχική ανάγκη και η ζήτηση βελτίωσης της οργάνωσης και των εγκαταστάσεων, σε ποσοστό 31% (μέσα από διαφορετικά διατυπωμένες απαντήσεις).

Πολιτιστικός-εκπαιδευτικός ρόλος

Ο ρόλος των τοπικών φεστιβάλ είναι πρωτίστως πολιτιστικός και εκπαιδευτικός καθώς στο πλαίσιο της διοργάνωσης αναδεικνύονται νέοι τοπικοί καλλιτέχνες, παραδοσιακά θεατρικά, μουσικά και χορευτικά σχήματα και εν γένει αναδεικνύονται οι παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα της περιοχής.

Επιπλέον, η διοργάνωση ενός φεστιβάλ έχει ρόλο ψυχαγωγικό αλλά και εκπαιδευτικό-πολιτιστικό για τους νέους και τα παιδιά: έρχονται σε επαφή με τις τέχνες, το θέατρο, τη μουσική, με σπουδαία κείμενα της λογοτεχνίας και της ποίησης, που σε άλλη περίπτωση πιθανόν να μην γνώριζαν ποτέ. Έχουν την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με σπουδαίους μουσικούς και ερμηνευτές και μαθαίνουν να μετέχουν στα κοινά της πόλης και της περιοχής τους. Πράγματι η αναγνώριση «ότι κάτι συμβαίνει στο μέρος τους», ότι, δηλαδή, υπάρχει μία πολιτιστική δραστηριότητα δε μπορεί παρά να αποτελεί πηγή δημιουργίας, αφορμή μελλοντικής ενασχόλησης με τις τέχνες, σημαντικότατο παράγοντα ανάπτυξης της αγάπης για τον πολιτισμό.

Με τη διοργάνωση αξιολογών φεστιβάλ, εκπαιδεύονται και καλλιεργούνται πνευματικά και οι κάτοικοι της περιοχής που το φιλοξενεί και το διοργανώνει. Χαρακτηριστικό παράδειγμα το Ληγουριό στην Επίδαυρο, όπου για πολλά χρόνια κάθε γενική πρόβα των παραστάσεων αρχαίου δράματος στο Θέατρο της Επιδαύρου παρακολουθούσε όλο το χωριό. Άνθρωποι που πιθανότατα ποτέ πριν δεν είχαν δει αρχαίο θέατρο, δεν είχαν επισκεφθεί το Ηρώδειο ή ακόμα δεν

είχαν δει ποτέ πριν θεατρική παράσταση, είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν στο χώρο που γέννησε την αρχαία ελληνική δραματική τέχνη, τα ιερά τέρατα του σύγχρονου ελληνικού θεάτρου: Κ. Παξινού, Α. Βεάκη, Χρ. Νέζεο, Μαρία Κάλλας κ.ά.

Με τη δημιουργία και συνέχιση ενός φεστιβάλ, αναπτύσσεται η ιστορικότητα του ίδιου του θεσμού και ενισχύεται η πόλη υποδοχής του.

Αναπτυξιακός ρόλος

Με τη διοργάνωση ενός τοπικού φεστιβάλ, αναδεικνύεται το τοπικό «χρώμα» της περιοχής και δημιουργούνται οι κατάλληλες θετικές συνθήκες τόσο για την ανάπτυξη της συγκεκριμένης πόλης ή χωριού, όσο και για την αναβάθμιση και την πρόοδο της ευρύτερης περιφέρειας.

Κοινωνικός ρόλος

Το φεστιβάλ από τη φύση του αποτελεί μια συνολική κοινωνική εμπειρία, είναι μια ευκαιρία να εκφραστεί η συλλογική συνείδηση των συμμετεχόντων πολιτών και να βιώσουν οι νέοι το αίσθημα και την ουσία του να μετέχουν των κοινών.

Πολιτικός ρόλος

Αναντίρρητα όταν μια δημοτική αρχή διοργανώνει επί σειρά ετών επιτυχημένα ένα φεστιβάλ, ενισχύει το γόητρό της απέναντι σε επίσημους φορείς, εγχώριους και ξένους, απέναντι στον τύπο και τα μέσα ενημέρωσης, απέναντι στον ίδιο τον κρατικό μηχανισμό. Ενισχύεται, ταυτοχρόνως η δύναμη και η επιρροή της στους δικούς της ψηφοφόρους αλλά και γενικά στους δημότες της περιοχής. Αυτό έχει σαν άμεσο επακόλουθο από τη μία να ισχυροποιείται η εκάστοτε διοργανώτρια δημοτική αρχή και από την άλλη η αρχή αυτή να επιθυμεί να ενισχύσει τη συγκεκριμένη διοργάνωση ώστε να αποκομίσει μεγαλύτερα οφέλη από αυτήν.

Επιπλέον η επιτυχία ενός φεστιβάλ κατ' αρχήν αναγνωρίζεται από τους ίδιους τους κατοίκους μιας περιοχής, οι οποίοι το «χαιρετίζουν» ως δικό τους προϊόν που αισθάνονται την υποχρέωση να το στηρίξουν, γι' αυτό και σπεύδουν να συμμετάσχουν και να γίνουν κοινωνοί του γεγονότος. Έτσι, αναπτύσσεται το αίσθημα της λαϊκής συμμετοχής, ενώ η αίσθηση του χρέους στήριξης του φεστιβάλ τους, συμβάλλει στην καλλιέργεια της Πόλης και του ανήκειν .

Συμπεραίνοντας, τα τοπικά φεστιβάλ ανάλογα με το μέγεθος και το κύρος τους αποτελούν σημαντικό παράγοντα όσον αφορά την πολιτιστική αποκέντρωση, την ανανέωση της επαρχίας και την οικονομική της τροφοδότηση, την πολιτιστική εκπαίδευση και ψυχαγωγία των κατοίκων της και την εν γένει ανάπτυξη της ευρύτερης περιφέρειας.

4. ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΩΝ ΟΤΑ

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί θα προσεγγίσουμε τον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας των τοπικών φεστιβάλ. Για τη σφαιρική αντιμετώπιση του ζητήματος, κρίνεται απαραίτητη η εξέταση παραμέτρων όπως ο χρόνος που διεξάγονται τα φεστιβάλ των ΟΤΑ, οι υποδομές και ο εξοπλισμός που διαθέτουν, η θεματολογία που επιλέγεται να παρουσιάσουν, η δυνατότητα εξασφάλισης οικονομικών πόρων για τη χρηματοδότησή τους, ο βαθμός εξειδίκευσης των εργαζομένων που το στελεχώνουν αλλά και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν.

4.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ/ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Η οργάνωση και το μάνατζμεντ του φεστιβάλ και των γεγονότων (events), βασίζεται στους κανόνες και τις μεθόδους του μοντέλου performance management (Yoeman et al.:2004:14) αλλά και γενικότερα στους κανόνες και τις μεθόδους των επιχειρηματικών πρακτικών οι οποίες αναλύονται στα εξής στάδια: α)απόφαση β)σχεδιασμός γ)εφαρμογή δ)έλεγχος. Το πρώτο στάδιο της απόφασης, περιλαμβάνει την απαρχή του όλου εγχειρήματος, την σύλληψη της ιδέας, που θα εμπνεύσει και άλλους να εργαστούν για την υλοποίησή της. Ακολουθεί το στάδιο του σχεδιασμού, όπου καθορίζονται στρατηγικές επιλογές. Οι αποφάσεις που θα ληφθούν σε αυτή τη φάση, αφορούν ζητήματα πρακτικά και ζωτικής σημασίας για τη διοργάνωση, όπως ο χώρος, ο χρόνος διεξαγωγής του φεστιβάλ, ο καθορισμός του ίδιου του προϊόντος, το εργατικό δυναμικό, η δυνατότητα εξασφάλισης οικονομικών πόρων. Ακολουθεί το στάδιο της υλοποίησης, με γνώμονα τις προειλημμένες αποφάσεις και κατευθυντήριες γραμμές. Στη φάση αυτή περιλαμβάνεται ουσιαστικά η παρουσίαση του ίδιου του γεγονότος και η παρακολούθηση της εξέλιξής του. Το τελικό στάδιο αφορά στην αξιολόγηση του συνόλου της διοργάνωσης και ερευνάται αν εκπληρώθηκαν οι στόχοι που είχαν τεθεί αρχικά. Στο πλαίσιο αυτό, γίνεται προσπάθεια εντοπισμού και ανάλυσης των αδυναμιών που παρουσιάστηκαν κατά τη διοργάνωση και διερευνάται ο βαθμός ανταπόκρισης του στοχευόμενου κοινού (Paraskevopoulou J.:2006:12).

Βασική επίσης εφαρμογή του Επιχειρηματικού μάνατζμεντ (Business management) που υιοθετείται κατά τον σχεδιασμό των φεστιβάλ, είναι ο στρατηγικός σχεδιασμός. Βασικοί άξονες του τελευταίου είναι η εξεύρεση του οράματος, που θα υπηρετήσει το συγκεκριμένο φεστιβάλ στην κοινωνία και στον πολιτισμό, αλλά και ο καθορισμός της

αποστολής, που αυτό θα επιτελέσει με τη διοργάνωσή του. Ξέχωρα από τον καθορισμό των μακροπρόθεσμων στόχων και αξιών, καθοριστικής σημασίας στο πλαίσιο των προαναφερθέντων, είναι και ο σαφής προσανατολισμός του όλου εγχειρήματος και η επιτακτική ανάγκη ορισμού ξεκάθαρα μηνύματος, με σκοπό την αποφυγή παρανοήσεων και αποπροσανατολισμού του ενδιαφερόμενου κοινού (Hansen K., Klaić D., Bollo A., Di Stefano E., Bacchella U.: 2003:6,7).

Επιπλέον ιδιαίτερη σημασία έχει η χρήση βασικών μεθοδολογικών εργαλείων του μάρκετινγκ όπως οι PEST και SWOT αναλύσεις, (που κατά τον Bowdin αποτυπώνουν το περιβάλλον), καθώς και το Μείγμα Μάρκετινγκ (Marketing Mix-4Ps), προκειμένου να διαμορφωθεί μια σαφής, κατά το δυνατόν εικόνα για το φεστιβάλ, για το στίγμα του, τους σκοπούς και τους στόχους του. Με τα εργαλεία αυτά γίνεται εφικτή η μέτρηση των προαναφερθέντων καθώς και ο έλεγχος του βαθμού επίτευξής τους.

4.1.1. PEST ANALYSIS

Λέγοντας PEST ανάλυση εννοούμε την ανάλυση των εξωτερικών Πολιτικών, Οικονομικών, Κοινωνικών και Τεχνολογικών περιβαλλόντων και εξελίξεων εντός των οποίων ένα φεστιβάλ δρα. Η πραγματική ανάλυση των ανωτέρω διαγράφει τα πλαίσια επιρροών της διοργάνωσης από τους εξωτερικούς παράγοντες.

Αναλυτικότερα το πολιτικό/νομικό περιβάλλον περιλαμβάνει τις ιδιαίτερες νομοθεσίες και νομοθετικές ρυθμίσεις, που αφορούν στη γενική πολιτισμική πολιτική της χώρας, οι οποίες ανάλογα περιορίζουν ή διευρύνουν τη δράση των διοργανωτών, με αποτέλεσμα την υποβοήθηση ή συρρίκνωση των δυνατοτήτων των φεστιβάλ. Στο πεδίο αυτό εμπεριέχονται επίσης πολιτικές και νομοθετικές προβλέψεις, που κατά καιρούς ωφέλησαν την πολιτιστική ανάπτυξη των Δήμων, όπως η δυνατότητα, που τους αναγνώρισε ο αναπτυξιακός Ν. 1262/1982, να συστήσουν Δημοτικές Αναπτυξιακές Επιχειρήσεις, ώστε να αναπτύξουν δράσεις και να λαμβάνουν επιχορηγήσεις από το Κράτος (αρθ. 26). Αποτέλεσμα της πολιτικής αυτής επιλογής, ήταν η ραγδαία άνθιση των εν λόγω επιχειρήσεων κατά τα μέσα της δεκαετίας του '80, που όμως δεν διήρκεσε. Επίσης, στο πλαίσιο αυτό υπάγονται και οι ευρύτερες πολιτικές και ευρωπαϊκές κοινοτικές οδηγίες¹⁹, η εφαρμογή πολιτιστικών

¹⁹ Για παράδειγμα η οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης σύμφωνα με την οποία απαγορεύεται η διαφήμιση προϊόντων καπνού στα ΜΜΕ και στο Διαδίκτυο, οπότε τα φεστιβάλ γίνονται μια καλή ευκαιρία για πεδίο προώθησης και διαφήμισης των προϊόντων των καπνοβιομηχανιών μέσω χορηγιών πολιτισμικών δραστηριοτήτων με

προγραμμάτων, όπως το πρόγραμμα «Πολιτισμός 2000-2006», καθώς και η εφαρμογή του Εθνικού Πολιτιστικού Δικτύου Πόλεων. Το Δίκτυο αυτό ενεργοποιήθηκε στις αρχές της δεκαετίας '90,²⁰ ενώ λίγο αργότερα²¹ (1997) εντάχθηκε στο Πρόγραμμα «Επικράτεια Πολιτισμού». Τέλος, το γενικότερο νομικό περιβάλλον της ελεύθερης διακίνησης και έκφρασης ιδεών και της ελεύθερης καλλιτεχνικής έκφρασης, βοηθά στην ανάπτυξη πολιτισμικών δράσεων (άρθ. 6 παρ. 1 Συν/τος).

Το οικονομικό περιβάλλον αφορά στα ποσοστά ανεργίας και πληθωρισμού, στη γενικότερη οικονομική ύφεση, στους πενιχρούς μισθούς αλλά και στις νέες δυνατότητες που παρουσιάζονται μέσα από συλλογικές δράσεις πολλών πολιτιστικών φορέων, αλλά και μέσα από ευρωπαϊκά προγράμματα που προωθούν την πολυμορφία με γνώμονα το σεβασμό απέναντι στην ιδιαιτερότητα του κάθε πολιτισμού (π.χ. πρόγραμμα «Πολιτισμός»).

Το Κοινωνικό/πολιτιστικό περιβάλλον περιλαμβάνει δημογραφικές πληροφορίες και αναλύσεις, το βαθμό εκπαίδευσης του κοινού, τους διευρυσμένους ή μη πολιτιστικούς ορίζοντες των εμπλεκόμενων ομάδων.

Το τεχνολογικό περιβάλλον σχετίζεται με την τεχνολογική εξέλιξη, που έχει άμεσο αντίκτυπο στη μουσική βιομηχανία και στην βιομηχανία του θεάματος. Επίσης η εμφάνιση νέων μορφών τεχνολογίας στον πολιτισμό (ψηφιακές βιβλιοθήκες, πινακοθήκες, κλπ.) αλλά και γενικότερα τα επιτεύγματα της μουσικής τεχνολογίας διαμορφώνουν μια νέα κατάσταση στο πεδίο των «ζωντανών» (live) εμφανίσεων των καλλιτεχνών.

4.1.2. SWOT ANALYSE

Η SWOT Ανάλυση στοχεύει στο εσωτερικό (μίκρο) περιβάλλον που αφορά στο φεστιβάλ και επικεντρώνεται στην καταγραφή και μεγιστοποίηση των δυνατών σημείων της διοργάνωσης (strengths), στον εντοπισμό και την ελαχιστοποίηση των αδυναμιών της (weaknesses), στην αντιμετώπιση και διαχείριση των απειλών (threats), που αφορούν σε παράγοντες που αποδυναμώνουν το φεστιβάλ και στον εντοπισμό και την αξιοποίηση των ευκαιριών (opportunities), που εμφανίζονται για τη βελτίωση της υφιστάμενης κατάστασης.

αποτέλεσμα την ενίσχυση των διοργανώσεων αυτών
(http://en.wikipedia.org/wiki/Tobacco_advertising#European_Union)

²⁰ από το Θάνο Μικρούτσικο

²¹ επί υπουργίας Πολιτισμού του Ευ. Βενιζέλου

4.1.3. ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (Marketing Mix)

Το μείγμα μάρκετινγκ αφορά τα λεγόμενα 4Ps (product, price, place, promotion), στα οποία εντοπίζουμε τα δεδομένα που σκιαγραφούν ένα συγκεκριμένο φεστιβάλ. Πρόκειται για το *Προϊόν*, που αναφέρεται στο ίδιο το φεστιβάλ και τα στοιχεία που το αποτελούν. Η *τιμή*, αναφέρεται στο αντίτιμο που ορίζεται προκειμένου ο θεατής να εισέλθει και να παρακολουθήσει μία παράσταση του φεστιβάλ αλλά αφορά και στις στρατηγικές που οι διοργανωτές επιλέγουν, προκειμένου να κάνουν το φεστιβάλ τους ανοικτό στο πλατύ κοινό, (δέχονται ή μη ατέλειες, φοιτητικό και παιδικό εισιτήριο, δεν επιβάλλουν εισιτήριο, εφαρμόζουν την πολιτική μειωμένων εισιτηρίων κατά την προπώληση). Ο *χώρος* αναφέρεται, κυρίως, στην ίδια την τοποθεσία που διοργανώνεται το φεστιβάλ, αλλά και τα σημεία πώλησης των εισιτηρίων. Τέλος, η *προώθηση* περιλαμβάνει τους τρόπους, με τους οποίους το συγκεκριμένο προϊόν επικοινωνείται και γνωστοποιείται στο κοινό μέσω των δημοσιεύσεων, των καταχωρήσεων, των διαφημίσεων, των δελτίων τύπου και των ειδικών περιπτέρων – info kiosks, που μπορεί να τοποθετεί ο διοργανωτής σε διάφορα σημεία της περιοχής.

4.1.4. ΧΡΟΝΟΣ

Τα φεστιβάλ της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Ελλάδα διοργανώνονται κατά κύριο λόγο καλοκαίρι, άνοιξη και αρχές φθινοπώρου. Υπάρχουν βεβαίως, φεστιβάλ, που διοργανώνονται τις υπόλοιπες εποχές του χρόνου, αλλά δεν αποτελούν φεστιβάλ των ΟΤΑ, όπως για παράδειγμα το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Θεσσαλονίκης, το Ψηφιακό φεστιβάλ Ευρωπαϊκού ντοκυμαντέρ κ.α. (βλ. παράρτημα φεστιβάλ). Οι Δήμοι και τα Πνευματικά τους κέντρα δεν περιορίζουν την πολιτιστική τους δράση μόνο στους καλοκαιρινούς μήνες, αλλά επεκτείνονται και σε χειμερινές εκδηλώσεις, είτε μεμονωμένες, είτε στο πλαίσιο θεματικών εορτών και στην αναβίωση εθίμων (Καρναβάλι Πάτρας, Ξάνθης, Τζαμαλάρια στην Έδεσσα, Ποζαροκούλουμα στην Αριδαία κ.α) που δεν αποτελούν φεστιβάλ.

Η διαπίστωση αυτή μπορεί να έχει πολλές εξηγήσεις με βασικότερη τη μεγάλη διάρκεια του καλοκαιριού στην Ελλάδα. Ακολούθως ο παράγων αυτός σε συνδυασμό με την ιδιαίτερη ιδιοσυγκρασία των Ελλήνων εξηγεί το χαλαρό τρόπο ζωής και την αυξημένη ανάγκη για διασκέδαση και ψυχαγωγία, ακόμα και κατά τις εργάσιμες ημέρες, τις περιόδους αυτές. Η καλοκαιρία επίσης, επιτρέπει τη διοργάνωση εκδηλώσεων και σε δήμους, που στερούνται υποδομών, αφού αυτές

λαμβάνουν χώρα στους περισσότερους ευρισκόμενους ανοιχτούς χώρους π.χ. πλατείες, μικρά συνοικιακά θεατράκια, στάδια, γήπεδα, άλση, αυλές σχολείων κ.λ.

4.1.5. ΧΩΡΟΣ-ΥΠΟΔΟΜΗ

Πράγματι τα τοπικά φεστιβάλ διοργανώνονται, όπως προαναφέρθηκε, κυρίως σε χώρους ανοιχτούς, συχνότατα χωρίς υποδομή, δίχως τον απαιτούμενο εξοπλισμό, με υποτυπώδη ηχητική κάλυψη και φωτιστικό εξοπλισμό, απαράδεκτης ποιότητας καθίσματα θεατών, έλλειψη χώρων (καμαρινιών) για τους καλλιτέχνες που εμφανίζονται, ανύπαρκτες ή αφρόντιστες τουαλέτες κ.ά. Αποτέλεσμα των παραπάνω συνθηκών είναι να σχηματίζεται μία πολύ κακή εικόνα για τα φεστιβάλ (βλ. παράρτημα συνεντ. Μουχταρίδη Π.)²² αλλά και για το ίδιο το αποτέλεσμα του προϊόντος, που αγοράζουν οι θεατές.

4.1.6. ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ

Οι εργαζόμενοι στα τοπικά φεστιβάλ είναι δημοτικοί υπάλληλοι, συνήθως χωρίς ειδικευση, χωρίς ειδικές σπουδές τόσο στο αντικείμενο της διοργάνωσης όσο και του Πολιτισμού γενικότερα.^{23,24} Μάλιστα σε αρκετές περιπτώσεις προσλαμβάνονται έκτακτοι υπάλληλοι για να καλυφθούν τεχνικές ανάγκες της διοργάνωσης, όπως φύλαξη, καθαριότητα κλπ, και απασχολούνται όσο διαρκεί το φεστιβάλ. Σε κάποιες περιπτώσεις ζητείται και η βοήθεια εθελοντών, ειδικά σε τοπικές παραδοσιακές γιορτές, που οι ντόπιοι συνήθως συμμετέχουν χωρίς αμοιβή, προκειμένου να ενισχυθεί ο Δήμος και κυρίως η Κοινότητα.

4.1.7. ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Τα Ελληνικά φεστιβάλ εν γένει διοργανώνονται στην πλειοψηφία τους (πάνω από 60%) από τις Δημοτικές Αρχές του κάθε τόπου στον οποίο λαμβάνουν χώρα. Ακολουθούν σε ποσοστό πολύ μικρότερο, (περί το 28-

²² «Το γέλιο το μεγάλο είναι στην υποδομή για παραστάσεις και συναυλίες δηλαδή δεν έχουν υπολογίσει (ενν. οι δήμοι) να έχουν ούτε καν καλώδιο και παροχή από το ρεύμα που δίνουν και απαιτείται, ούτε καρέκλες...».

²³ βλ. συν. Παράρτημα Τ. Σαρρίδου: «...Είναι ανειδίκευτοι. Υπάρχει εμπειρία λόγω της πολύχρονης ενασχόλησής τους».

²⁴ βλ. παράρτημα συν. Μουχταρίδη: «...Κάθε τρελός και παλαβός αναλαμβάνει την ανάδειξη του φεστιβάλ, έχω ζήσει τραγελαφικές καταστάσεις σ' αυτή την ιστορία. Ακόμα και στα φεστιβάλ της Αττικής θα πετύχεις ελάχιστους ανθρώπους, που ξέρουν τη δουλειά και είναι επαγγελματίες, ας πούμε η Τασία Σαρρίδου (στο Βύρωνα), έχεις πετύχει έναν άνθρωπο που ξέρει τη δουλειά...»

30%) οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί. Σε ένα ποσοστό πολύ μικρότερο, (της τάξης του 5%), διοργανώτριες των φεστιβάλ είναι ιδιωτικές εταιρείες (Paraskevopoulou J.: 2006:35).

4.1.8. ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

Ο αριθμός των εξακοσίων (600) φεστιβάλ που διοργανώνονται στην Ελλάδα είναι πράγματι δυσανάλογα μεγάλος σε σχέση με τον πληθυσμό της, αλλά και υπερβολικός αν αναλογιστεί κανείς τις οικονομικές δυνατότητες των διοργανωτών. Στις περισσότερες, μάλιστα, περιπτώσεις, η αρωγή των χορηγίων είναι σχεδόν μηδενική. Τριακόσια (300) από τα φεστιβάλ παραθέτουμε στο αντίστοιχο παράρτημα της παρούσης μελέτης (πηγή www.goculture.gr).

Ως προς τον παράγοντα είδος, στην πλειοψηφία τους τα φεστιβάλ των δήμων αλλά και γενικότερα τα τοπικά φεστιβάλ παρουσιάζουν μεικτή θεματολογία. Επιλέγονται, κυρίως, μουσικές και θεατρικές παραστάσεις και σε ελάχιστες περιπτώσεις χορευτικές. Υπάρχουν σαφώς και ειδικά φεστιβάλ, όπως το φεστιβάλ Χορού της Καλαμάτας, Φεστιβάλ Μουσικού Θεάτρου του Βόλου, το Διεθνές φεστιβάλ Κουκλοθέατρου και Παντομίμας στο Κιλκίς, τα διάφορα φεστιβάλ κινηματογράφου ανά την Ελλάδα, το Φεστιβάλ Κλασσικής Μουσικής «Γ. Α. Παπαϊωάννου» στην Καβάλα κ.ά.. Ωστόσο η ύπαρξη αυτών, επιβεβαιώνει το γενικό κανόνα των μεικτών φεστιβάλ. Από τα φεστιβάλ που παρουσιάζουν ένα συγκεκριμένο είδος, αναμφισβήτητα τα περισσότερα είναι μουσικά όπως π.χ. το φεστιβάλ στον Άρδα, το River Party του Δήμου Νεστορίου κ.ά., ενώ έπονται τα αμιγώς θεατρικά. (βλ. παράρτημα φεστιβάλ).

Θα πρέπει να αναγνωριστεί ότι οι πολιτιστικές διοργανώσεις των ΟΤΑ επιτελούν ένα πολύ σημαντικό έργο. Φέρνουν σε επαφή τον κόσμο της επαρχίας με την πολιτιστική κίνηση της πρωτεύουσας. Σπουδαίοι καλλιτέχνες περιοδεύουν ανά την Ελλάδα, σε απομακρυσμένα μέρη που διοργανώνονται γιορτές και δίνουν παραστάσεις. Έτσι και οι απομονωμένοι κάτοικοι των «δύσκολων περιοχών» έχουν την ευκαιρία να ακούσουν και να δουν αξιόλογες παραστάσεις.²⁵

²⁵ Παράρτημα συνεντ. Π. Μουχταρίδη: «...Η επαρχία δεν έχει καθημερινή σχέση με την μουσική παραγωγή, περιμένει όλο το χειμώνα για να δει κάτι το καλοκαίρι...Στην επαρχία είναι λογικό να πάνε από εδώ τα μεγάλα ονόματα και τα σχήματα να τα δουν...».

Τα τοπικά φεστιβάλ της Αττικής, έχουν επίσης απήχηση στο κοινό, διότι αφενός μεν η αίσθηση γιορτής και ο καλός καιρός αποτελούν βασικό κίνητρο για τους επισκέπτες τους, αφετέρου τα φεστιβάλ αποτελούν μια ποιοτική και σχετικά χαμηλού οικονομικού κόστους επιλογή.

4.2. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Τα τοπικά φεστιβάλ χρηματοδοτούνται κατά το μεγαλύτερο μέρος από τους ίδιους τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και από επιχορηγήσεις του Υπουργείου Πολιτισμού. Μικρός αριθμός φεστιβάλ ενισχύεται οικονομικά και από τα έσοδα των εκδηλώσεών τους. Ενώ τα τελευταία χρόνια ενισχύονται αυτά και από χορηγούς, σε αρκετά περιορισμένη κλίμακα, ακολουθώντας όμως αυτοσχέδιες πρακτικές και όχι τους κανόνες και τις πειθαρχίες, που ορίζει μια συνεπής χορηγική πολιτική.

Ως προς τις επιχορηγήσεις του Υπουργείου Πολιτισμού, θα πρέπει να αναφερθεί ότι παρόλο που μεγάλα ποσά εγκρίνονται και εκταμιεύονται προς την περιφέρεια, λόγω όμως του μη σαφούς καθορισμού των κριτηρίων επιλογής των εκάστοτε υποψήφιων, προς επιχορήγηση, διοργανώσεων και δήμων, ο οικονομικός αυτός παράγοντας καθίσταται εξαιρετικά επισφαλής για τη βιωσιμότητα ενός τοπικού φεστιβάλ.^{26,27} Επιπλέον, η συγκεκριμένη ενισχυτική πολιτική αφορά πολύ περιορισμένο αριθμό διοργανώσεων, σε σύγκριση με αυτές που κάθε χρόνο πραγματοποιούνται στην Ελλάδα, γεγονός που δεν επιτρέπει να θεωρήσουμε τις επιχορηγήσεις τον βασικό οικονομικό πόρο όλων των τοπικών διοργανώσεων. Σπανιότερα τα φεστιβάλ χρηματοδοτούνται μέσω κονδυλίων Υπουργείων με τοπικές αρμοδιότητες (π.χ. Μακεδονίας-Θράκης, Αιγαίου, Τουρισμού). Τα κονδύλια αυτά εντάσσονται σε μια ευρύτερη πολιτική τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής όπου διοργανώνεται το εκάστοτε φεστιβάλ, σε συνδυασμό και με τη δύναμη επιρροής της εκάστοτε δημοτικής αρχής.²⁸

²⁶ Γκέκα Ράλλη, σ. 179 «...η πολιτική επηρεάζει την οικονομική συμπεριφορά των ΟΤΑ και πως τελικά λειτουργεί σαν 'κρυφό' κριτήριο κατανομής των κρατικών επιχορηγήσεων».

²⁷ βλ. παράρτημα συνεντεύξεων Π. Μουχαρίδη «...Το θέμα βέβαια είναι με τις επιχορηγήσεις κατά πόσο υπάρχουν, στο βαθμό που υπήρχαν παλιότερα αλλά και το πώς αυτές αξιοποιούνται. Το πρόβλημα είναι, ότι ακόμα και όταν υπάρχουν επιχορηγήσεις δεν ξέρουμε να τις χρησιμοποιούμε. Κοινώς χάνονται τα χρήματα, είτε γιατί κάποιοι τα ιδιοποιούνται είτε γιατί δεν ξέρουν πώς να τα μοιράσουν».

²⁸ Όπως αναφέρει η Μπεσίλα-Βήκα, μεταξύ άλλων, «είτε λόγω ελλιπούς πληροφόρησης είτε λόγω αδυναμίας άσκησης επιρροής στα κέντρα λήψης αποφάσεων, αρκετοί ΟΤΑ στερούνται τη δυνατότητα να χρηματοδοτήσουν δράσεις και έργα τους από ανάλογες πρωτοβουλίες φορέων της κεντρικής διοίκησης». (Μπεσίλα-Βήκα Ευρ. :2007: 368, 369).

Ακριβώς λόγω της παραπάνω αβεβαιότητας όσον αφορά την κρατική πολιτική οικονομικής ενίσχυσης των τοπικών φεστιβάλ, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια στροφή στην αναζήτηση αρωγής από χορηγούς. Τα τοπικά φεστιβάλ που διοργανώνονται σε βάθος χρόνου, προσπαθούν, αποσπασματικά²⁹, να εξασφαλίσουν την οικονομική υποστήριξη κυρίως τοπικών επιχειρήσεων και μέσων ενημέρωσης (ραδιοφωνα , εφημερίδες), προκειμένου τα ίδια να ενισχυθούν και να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητά τους. Αν και η χρηματοδότηση των τοπικών οικονομικών παραγόντων δεν είναι εκτεταμένη και μεγάλης κλίμακας, ωστόσο η συμμετοχή τους κρίνεται αναγκαία και λυτρωτική. Δημιουργείται έτσι μια αλληλένδετη σχέση των τοπικών δυνάμεων, όπου οι τοπικοί επιχειρηματίες ενισχύουν οικονομικά την πολιτιστική δράση του τόπου τους³⁰ και οι ίδιοι ακολουθώντας ωφελούνται από την προβολή που λαμβάνουν. Οι τοπικοί χορηγοί, σε αρκετές περιπτώσεις, ενισχύονται και από την ίδια τη διοργάνωση, καθώς οι εγκαταστάσεις τους χρησιμοποιούνται για τη φιλοξενία και τη σίτιση των φιλοξενούμενων καλλιτεχνών και των συνεργείων τους (όταν πρόκειται για ξενοδοχεία, εστιατόρια κλπ). Ωστόσο η βαθμιαία στροφή των διοργανωτών τοπικών φεστιβάλ, προς τους χορηγούς έχει περισσότερο περιστασιακό χαρακτήρα χωρίς να συνδέεται με σχεδιασμό και εφαρμογή μιας στέρεης χορηγικής πολιτικής. Ως εκ τούτου μπορεί η χορηγική αναζήτηση να αποδίδει κάποια αποτελέσματα στην εκάστοτε διοργάνωση αλλά όχι στο βαθμό που θα απέδιδε μια αντίστοιχη πολιτική, ακολουθούμενη από τους επιβαλλόμενους κανόνες και τις πρακτικές του επιχειρηματικού μοντέλου, που εφαρμόζονται αναλόγως και στην χορηγία³¹.

²⁹ Μετά από επικοινωνία μας με την Αντιδήμαρχο και υπεύθυνη (κα Σιώμου) για το φεστιβάλ Κοζάνης, τα λεγόμενα «Λασσάνεια», διαπιστώσαμε ότι η αρωγή των χορηγών είναι πολύ περιορισμένη στη συγκεκριμένη διοργάνωση, ήτοι συνεργασία για χορηγίες επικοινωνίας με τοπικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς, ενώ οι οικονομικοί πόροι για τη διοργάνωση του φεστιβάλ προέρχονται αποκλειστικά από την τακτική επιχορήγηση του Δήμου προς την διοργανώτρια δημοτική επιχείρηση (ΔΕΠΑΚ).

³⁰ Μετά από επικοινωνία μας με τον κ. Τακαντζόγλου, διευθυντή του καλοκαιρινού φεστιβάλ της Έδεσσας «Πολιτιστικό καλοκαίρι», που διοργανώνεται από τη δημοτική επιχείρηση του Δήμου, διαπιστώσαμε ότι το συγκεκριμένο φεστιβάλ δεν εισπράττει κρατικές επιχορηγήσεις αλλά χρηματοδοτείται από το δήμο, από κέρδη της δημοτικής επιχείρησης και από χορηγούς. Οι χορηγοί είναι πολυεθνικές εταιρείες αλλά κυρίως τοπικές. Οι τελευταίες μάλιστα εκταμιεύουν χρήματα για το φεστιβάλ ή διαφημίζονται μέσω της ιστοσελίδας της δημοτικής επιχείρησης, συγχρόνως όμως τους ανατίθεται η φιλοξενία των καλλιτεχνών-προσκεκλημένων του φεστιβάλ.

³¹ Στην περίπτωση του φεστιβάλ Ηλιούπολης Αττικής (μετά από τηλεφωνική μας επικοινωνία), που διοργανώνεται από το Πνευματικό Κέντρο του Δήμου διαπιστώσαμε, ότι η παρουσία των χορηγών είναι περιορισμένη και αποσπασματική. Ενώ η ενίσχυσή τους περιορίζεται στη χρηματοδότηση του έντυπου υλικού του φεστιβάλ. Χορηγοί του

4.3. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΠΙΚΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

4.3.1. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΞΑΡΤΗΣΗ-ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ

Η οικονομική εξάρτηση του Δήμου από το Κράτος είναι εμφανέστατη από το αρθ. 102 παρ. 5 του Συντάγματος (όπως αναλύσαμε και στο οικείο κεφάλαιο),³² από το οποίο συνάγεται ότι κατ' αρχήν το κράτος επιφυλάσσει για τον εαυτό του την επιβολή και είσπραξη φόρων αλλά και τον τρόπο απόδοσης αυτών στους διάφορους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Οι φόροι αυτοί προορίζονται για την ενίσχυση της οικονομικής αυτοτέλειας των ΟΤΑ. Επίσης, αν και γίνεται νομοθετική πρόβλεψη να μεταφέρονται κρατικές αρμοδιότητες στους ΟΤΑ, ωστόσο αυτές δεν συνοδεύονται από τα απαιτούμενα κονδύλια.³³ Αυτό σημαίνει πρακτικά την απόλυτη εξάρτηση του εκάστοτε ΟΤΑ, λόγω της γενικότερης γραφειοκρατίας της Κεντρικής Διοίκησης αλλά και της αδυναμίας άσκησης επιρροής της δημοτικής αρχής στην όποια κυβέρνηση ή/και σε μεμονωμένους υπουργούς, (που διενεργούν προβλέψεις για κονδύλια ή υπόσχονται/απορρίπτουν επιχορηγήσεις για τους ΟΤΑ).³⁴

Έτσι δημιουργείται μια αλυσίδα καταστάσεων που καθιστά το Δήμο (ως μόρφωμα και ως θεσμό) και την εκάστοτε Δημοτική Αρχή, ανίκανους να προβούν στην υλοποίηση των οικονομικών συμφωνιών και συμβάσεων που έχουν υπογράψει με τρίτους-εξωτερικούς συνεργάτες, (ως επί το πλείστον με γραφεία manager-καλλιτεχνών) ή και με τους ίδιους τους καλλιτέχνες. Είναι πολλές οι περιπτώσεις των Δήμων που καθυστερούν να καταβάλουν την αμοιβή των συντελεστών των εκδηλώσεων³⁵ που διοργανώνουν και είναι ακόμα πιο πολλές οι

2006 ήταν η Αττικό Μετρό και το τοπικό κατάστημα Ηλεκτρικών ειδών Κολομβούνη, ενώ το 2007 η Αττική Οδός.

³² Βλ. παράρ. συν. Ν. Χαρδαλιά «Το Κράτος λαμβάνει τα μέτρα που απαιτούνται για την εξασφάλιση της οικονομικής αυτοτέλειας και των πόρων που είναι αναγκαίοι για την εκπλήρωση της αποστολής και την άσκηση των αρμοδιοτήτων των ΟΤΑ. Νόμος ορίζει την κατανομή και απόδοση των φόρων και τελών που εισπράττονται από το κράτος».

³³ «...ό,τι αρμοδιότητα μας στέλνει, ό,τι απόφαση παίρνει το κράτος, θα πρέπει να συνοδεύεται με το αντίστοιχο οικονομικό τίμημα (ενν. κονδύλι) ».

³⁴ Γκέκας Ράλλης, σ. 179 «...Οι πολιτικές συμμαχίες (του Δημάρχου) και εντάξεις μπορούν να αποφέρουν μεγαλύτερα ή μικρότερα έσοδα κυρίως μέσω των κρατικών επιχορηγήσεων».

³⁵ Βλ. παράρτημα συν. Π. Μουχταρίδη: «...Δεν πληρώνουν όλοι (ενν. οι δήμοι), δηλαδή υπάρχει ένα ποσοστό, που δεν μας πληρώνει (10-15%)».

περιπτώσεις των υπερχρεωμένων και οικονομικά αφερέγγυων Δήμων (βλ. παραρ. Συν. Μουχταρίδη).³⁶

Η κατάσταση που μόλις περιγράψαμε αποτελεί συχνό φαινόμενο και έχει σαν συνέπεια να μένουν απλήρωτοι οι δημοτικοί υπάλληλοι ή οι έκτακτοι συμβασιούχοι ή συνεργάτες που προσλαμβάνονται εποχιακά για να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες μιας δημοτικής διοργάνωσης, να μην καταβάλλονται οι αμοιβές των καλλιτεχνών, που φιλοξενήθηκαν αλλά το χειρότερο, να καθίσταται ο Δήμος αφερέγγυος και ανίκανος να υποστηρίξει εμπράκτως (δηλ. οικονομικά), μια αξιοπρεπή διοργάνωση με αξιολογες συμμετοχές.

Η δε προβληματική περίπτωση των επιχορηγήσεων³⁷, όπου λόγω της έλλειψης επίσημης πολιτικής, με μη σαφώς καθορισμένα και αντικειμενικά κριτήρια επιλογής των υποψηφίων επιχορήγησης οργανισμών και φορέων, χωρίς σφαιρική αντιμετώπιση των αιτήσεων προς επιχορήγηση, καθιστά το όλο εγχείρημα προβληματικό, μη αποδοτικό και πεδίο κομματικής εκμετάλλευσης, προσωπικής κερδοσκοπίας και μόνιμα ευεργετικό για ορισμένους μόνο διοργανωτές (Κόνσολα Ντ.:1990:92 και Paraskevoudou J.:2006:45).

Σύμφωνα δε με το «Γενικό Κανονισμό Χρηματοδοτήσεων» που υπεγράφη από τον τότε υπουργό Πολιτισμού Ευ. Βενιζέλο στους «Κανόνες υποβολής και αξιολόγησης των προτάσεων χρηματοδότησης» αναφέρεται, ότι (παρ. 2) «οι προτάσεις για θερινές πολιτιστικές εκδηλώσεις, φεστιβάλ, υποβάλλονται στη μορφή του «Πολιτιστικού δελτίου» μέσω των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων» και (παραγ. 5) «όλες οι προτάσεις κατά τομείς και περιοχές καταγράφονται αξιολογούνται με ειδική αιτιολογία από τις αρμόδιες κατά περίπτωση υπηρεσιακές μονάδες». Ωστόσο δεν διευκρινίζονται οι όροι αξιολόγησης των

³⁶ «...Νομίζω το πρόβλημα στα τοπικά φεστιβάλ και στο θέατρο Βράχων ήταν τα τεράστια οικονομικά χρέη, που άφησαν οι προηγούμενες δημοτικές αρχές. Το μεγάλο τους πρόβλημα είναι τα ελλείμματα που έχουν...».

³⁷ «Αν κοιτάξει κάποιος διαχρονικά τις χρηματοδοτήσεις του υπουργείου Πολιτισμού, δεν θα καταλάβει τίποτε για την πολιτιστική πολιτική που ακολουθεί η χώρα. Θα αντιληφθεί, όμως, από πού κατάγεται ή πού εκλέγεται ο εκάστοτε ισχυρός άνδρας του υπουργείου. Οι χορηγίες του υπουργείου Πολιτισμού δεν έχουν σταθερό θεματικό άξονα: χρηματοδοτούν τα πάντα, από εκκλησίες μέχρι πολιτιστικούς συλλόγους, αρκεί να είναι από συγκεκριμένες κάθε φορά γεωγραφικές περιοχές».

http://news.kathimerini.gr/4dcgi/ w_articles_columns_524996_08/01/2008_254675

προτάσεων αυτών. Ενώ οι επιλογή των φορέων που θα χρηματοδοτηθούν γίνεται ύστερα από εισηγήσεις συνήθως, κεντρικών υπηρεσιών ή επιτροπών των οποίων τα μέλη είναι διορισμένα από τον Υπουργό (Κόνσολα Ντ. :1990:92).

4.3.2. ΑΛΛΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

Η διοργάνωση των τοπικών φεστιβάλ καθίσταται δυσχερής, διότι η γραφειοκρατική δομή των τοπικών οργανισμών καθιστά μη ευέλικτη τη λειτουργία τους και αναποτελεσματική τη δράση τους.

Επιπλέον, η έλλειψη υποδομής στους περισσότερους Δήμους, με κατάλληλα διαμορφωμένους χώρους και εγκαταστάσεις που να ακολουθούν τις απαιτούμενες προϋποθέσεις για τη διεξαγωγή εκδηλώσεων και ο ανύπαρκτος ή μη επαγγελματικός εξοπλισμός, εμποδίζει την επαρκή και ασφαλή διεξαγωγή των εκδηλώσεων και παρουσιάζει μια εικόνα περιστασιακού και μη αξιόπιστου γεγονότος. Νομοί που στερούνται βασικών εγκαταστάσεων είναι οι Ευρυτανίας, Θεσπρωτίας, Ξάνθης, Ροδόπης, Γρεβενών, Φλώρινας, Κιλκίς. Αντίθετα οι Νομοί Ηρακλείου, Λάρισας, Αχαΐας, Κέρκυρας, Ιωαννίνων παρουσιάζουν καλύτερη εικόνα στον τομέα της υποδομής και των εγκαταστάσεων. (Κόνσολα Ντ. :1990: 96).

Αν και οι ΟΤΑ επιθυμούν και επιδιώκουν να αναπτύσσουν πολιτιστικές δράσεις, είναι στελεχωμένοι με ανειδίκευτο προσωπικό. Το προσωπικό αυτό, ως επί το πλείστον, ουδεμία κατάρτιση και επαφή έχει με τα θέματα διοργάνωσης, διαχείρισης πολιτισμού, μάνατζμεντ. Οι γνώσεις και πρακτικές του είναι απόρροια της πολύχρονης τριβής του και ενασχόλησής του με τη διοργάνωση του τοπικού γεγονότος, εφόσον αυτό επαναλαμβάνεται διαχρονικά. Η έλλειψη επαγγελματισμού των τοπικών φορέων-διοργανωτών ενός τέτοιου φεστιβάλ καθιστά πολύ δύσκολη, αναποτελεσματική³⁸ και περιστασιακή³⁹ την προσέγγιση, την επικοινωνία και τη συνεργασία με επίδοξους χορηγούς.

Εξετάζοντας τα τοπικά φεστιβάλ και τα ζητήματα που αυτά αντιμετωπίζουν στο πλαίσιο της διοργάνωσής τους, αναδύεται ως ιδιαίτερα σοβαρό πρόβλημα η εξασφάλιση οικονομικών πόρων και η απόλυτη εξάρτηση των διοργανωτών τους από την έγκριση των κρατικών επιχορηγήσεων, προκειμένου να πραγματοποιηθεί το εκάστοτε τοπικό

³⁸ βλ. παράρτημα συν. Γρατσώνης Γ. σχετικά με τη συνεργασία με δήμους: «...αυτό που πολλές φορές σε ταλαιπωρεί τόσο, που λες, ότι δεν το ξανακάνω γιατί με πρήξανε και δεν είχα καμία βοήθεια».

³⁹ Π.χ. Φεστιβάλ Κοζάνης

φεστιβάλ. Η εξεύρεση χορηγών και η συμμετοχή τους στη διοργάνωση των τοπικών φεστιβάλ κρίνεται κάτι παραπάνω από αναγκαία για τη βιωσιμότητά τους. Για τους λόγους αυτούς, κρίνουμε σκόπιμη την εξέταση του θεσμού της χορηγίας, του ρόλου που αυτή διαδραματίζει, του τρόπου που οργανώνεται και υλοποιείται στην εξεταζόμενη περίπτωση.

5. ΧΟΡΗΓΙΑ

5.1 ΙΣΤΟΡΙΚΑ

Η χορηγία είναι ένα σημαντικός κοινωνικός και πολιτιστικός θεσμός, που γεννήθηκε και άνθισε στην Αρχαία Ελλάδα (Κουτούπης Θ., 2005: 14). Θεσμοθετήθηκε για πρώτη φορά στην Αθηναϊκή Δημοκρατία του Κλεισθένη στα τέλη του 6^{ου} π.Χ. αιώνα, ανθίζει τον 5^ο αιώνα, το χρυσό αιώνα του Περικλή και αρχίζει να εκφυλίζεται κατά τον 4^ο π.Χ. αιώνα για να ατονήσει στα Ελληνιστικά χρόνια.

Στα νεότερα χρόνια η χορηγία επανέρχεται εδώ και μισό περίπου αιώνα, ενώ στη χώρα μας εμφανίζεται, ως εισαγόμενο πλέον προϊόν από το δυτικό κόσμο, πριν από περίπου 15 χρόνια.

Στη δυτική Ευρώπη και τις ΗΠΑ η χορηγία αλλάζει περιεχόμενο: ενώ στην αρχαία χορηγία διατηρήθηκε το καθήκον του χορηγού ενώ στο δυτικό κόσμο αναπτύχθηκε το ανταποδοτικό sponsoring (παροχή χρημάτων με αντάλλαγμα την αυτοπροβολή του χρηματοδότη). Υπάρχει βέβαια και η πολιτιστική-κοινωνική χορηγία, όπου σκοπός του χορηγού είναι μόνο η κοινωνική ευποιία. Συνηθέστερο όμως είναι το ανταποδοτικό sponsoring, το οποίο εμφανίζεται κατά τη δεκαετία του '60 με την ανάπτυξη των ραδιοτηλεοπτικών μέσων σε ΗΠΑ, Αγγλία, Γαλλία και Γερμανία.

Στη Γερμανία το Sponsoring εμφανίζεται κυρίως στον τομέα του θεάματος, της επιστήμης και του πολιτισμού, αρχή γενομένης με τα ραδιοτηλεοπτικά προγράμματα και τις αθλητικές εκδηλώσεις.

Στις ΗΠΑ η χορηγία παίρνει τη μορφή του λεγόμενου fundraising, δηλαδή της αναζήτησης και εξεύρεσης οικονομικών πόρων, στο πλαίσιο του οποίου όμως είναι δυσδιάκριτα τα όρια ανάμεσα στον δωρεοδοτικό και ανταποδοτικό χαρακτήρα της όποιας τέτοιας σύμβασης. (Σινανιώτη Αρ., 2002:23).

5.2 ΟΡΙΣΜΟΙ

Πολιτιστική Χορηγία⁴⁰, κατά το νέο νόμο (αρθ. 1 Ν. 3525/2007), νοείται η χρηματοδότηση ή άλλης μορφής οικονομική παροχή σε είδος, σε άυλα αγαθά ή υπηρεσίες από φυσικά ή νομικά πρόσωπα, ημεδαπά ή αλλοδαπά, για την ενίσχυση συγκεκριμένων πολιτιστικών δραστηριοτήτων ή σκοπών του αποδέκτη της χορηγίας με αντιστάθμισμα την προβολή του κοινωνικού προσώπου και της ευποιίας του χορηγού.

Χορηγός θεωρείται (αρθ.1 παρ.2) τόσο το νομικό (του ιδιωτικού δικαίου) όσο και το φυσικό πρόσωπο. Ως προς τους αποδέκτες της χορηγίας, σύμφωνα με την 3 παράγραφο του πρώτου άρθρου, ορίζεται ότι είναι τόσο το Δημόσιο όσο και οι ΟΤΑ ά και β' βαθμού, αλλά και νομικά πρόσωπα του ιδιωτικού δικαίου μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα.

Ο όρος της πολιτιστικής χορηγίας, επειδή περιέχει τόσο εκταμίευση χρημάτων όσο και συνεπακόλουθη προβολή του χορηγού, μπορεί να προκαλέσει σύγχυση και να συνδεθεί με παρεμφερείς όρους όπως η δωρεά, η επιχορήγηση, η διαφήμιση και η προώθηση πωλήσεων. Σε όλες όμως τις παραπάνω έννοιες, αν και πραγματοποιείται εκταμίευση χρημάτων, συναντώνται διαφοροποιήσεις ως προς τις προθέσεις και τους σκοπούς των χρηματοδοτών. Πιο συγκεκριμένα, στις παρεμφερείς αυτές έννοιες απουσιάζει ο στόχος της κοινωνικής ευποιίας από το χρηματοδότη, δεν υπάρχει εκταμίευση από τον ιδιωτικό στο δημόσιο τομέα ή στην περίπτωση της δωρεάς δεν ακολουθείται από οποιοδήποτε αντιστάθμισμα η προηγούμενη εκταμίευση χρημάτων⁴¹.

⁴⁰ Κατά τον Κουτούπη «χορηγία (πολιτιστική –κοινωνική) είναι η χρηματοδότηση και στήριξη κρατικών και μη κερδοσκοπικών οργανισμών ή/και δραστηριοτήτων κοινωνικού περιεχομένου, από ιδιωτικές επιχειρήσεις, εφ' όσον εμπεριέχει μεταφορά πόρων από τον ιδιωτικό στον δημόσιο-κοινωνικό τομέα και με αποκλειστικό αντιστάθμισμα των χορηγών, την πίστωσή τους από την κοινωνία με την ευποιία τους» ενώ συνεχίζει και για την πολιτισμική χορηγία ότι «ο ορισμός της πολιτισμικής χορηγίας, είναι ταυτόσημος με τον παραπάνω αλλά αναφέρεται αποκλειστικά σε πολιτισμικά δρώμενα και παραγωγούς πολιτισμικών αγαθών, φυσικά ή νομικά πρόσωπα».

⁴¹ Το άρθρο 2 του Ν. 3525/2007 μας δίνει τους ορισμούς από συγγενείς έννοιες και τις διακρίνει από την Πολιτιστική χορηγία δηλ. της δωρεάς, της επιχορήγησης, της διαφήμισης και της προώθησης πωλήσεων. Συγκεκριμένα «η Δωρεά αποτελεί παροχή στον δωρεοδόχο ενός περιουσιακού αντικειμένου, χωρίς οποιοδήποτε αντάλλαγμα ή αντιστάθμισμα», ενώ «η επιχορήγηση αποτελεί καταβολή από το Δημόσιο χρηματικής ενίσχυσης σε νομικά πρόσωπα δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου, αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρείες κ.λπ. για την πραγματοποίηση συγκεκριμένου έργου ή προγράμματος». Αντίθετα «η διαφήμιση αποτελεί παρουσίαση στο κοινό προϊόντων ή υπηρεσιών και προβολή των πλεονεκτημάτων τους, με σκοπό την παρακίνηση του κοινού να αποκτήσει τα διαφημιζόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες» ενώ «η προώθηση πωλήσεων αποτελεί κάθε δραστηριότητα, στο πλαίσιο της εμπορικής επικοινωνίας, με στόχο την

5.3 ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΧΟΡΗΓΙΑΣ: ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ

Η εμπορική χορηγία (sponsoring) αφορά σε χρηματοδότηση με αντιπαροχή προβολής-διαφήμισης (Κουτούπης Θ.: 2005:28) και εδώ απουσιάζει ο απώτερος σκοπός αναγνώρισης-εκτίμησης του χορηγού από την κοινωνία και τους πολίτες (κοινωνική ευποιΐα). Κατά την Σινανιώτη επίσης ορίζεται ότι «το Sponsoring δεν αποτελεί απλώς χορηγία, όπως είναι η δωρεοδοτική (χαριστική). Είναι μορφή οικονομικής συναλλαγής (οικονομικό σύμφωνο), από την οποία προκύπτουν οφέλη και για τις δυο αντισυμβαλλόμενες πλευρές. Από τη μια μεριά ο χορηγούμενος, με την οικονομική χρηματοδότηση, επιτυγχάνει πιο εύκολα τους στόχους του, από την άλλη ο χορηγός, μέσα από τη διαχείριση των προσφερόμενων οικονομικών πόρων, εξασφαλίζει την προβολή του» (Σινανιώτη Αρ.: 2002:18). Ενώ ο Χελιδόνης αναφέρει ότι η «ανταποδοτική χορηγία στα ελληνικά συνιστά την περιφραση του sponsoring». (Χελιδόνης: 1997:568) Ο όρος sponsoring προέρχεται από το spondere, που πιθανόν αντιστοιχεί στο ελληνικό σπένδειν. Η έκφραση «τελώ σπονδάς μετά τίνος», σημαίνει έρχομαι σε συμφωνία με...(Πάπυρος -Λαρούς: 1964:1062).

Ωστόσο, θα παρατηρήσουμε ότι ακόμα και στις εμπορικές χορηγίες ενυπάρχει από πλευράς χορηγών και ο σκοπός της συμμετοχής και ενίσχυσης του πολιτισμού και των λοιπών εκφάνσεων της κοινωνίας και ότι σαφώς απασχολεί και ενδιαφέρει τις εμπλεκόμενες εταιρείες η ενίσχυση της εικόνας τους με τη συμμετοχή τους σε δράσεις αξιόλογες.

5.3.1 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ νομικό καθεστώς (Ν. 3525/2007)

Με το νέο νόμο⁴² για την πολιτιστική χορηγία, ορίζεται το πλαίσιο και η διαδικασία για τον καθορισμό του τι είναι κατά την Πολιτεία πολιτιστική χορηγία, ποιος θεωρείται χορηγός και αποδέκτης χορηγίας, (όπως αναφέρθηκε παραπάνω αρθ. 1 παρ. 1,2,3), πως υλοποιείται η χορηγία, τι απαλλαγές έχει και τι διαδικασίες απαιτεί κατά το νόμο.

αύξηση της πώλησης προϊόντων ή υπηρεσιών, με τρόπους άλλους πλην της διαφήμισης, οι οποίοι κατά κανόνα βασίζονται στην προσωπική επαφή με τον καταναλωτή, όπως προσφορές διαγωνισμοί, εκδηλώσεις».

⁴² Ο Θεσμός της χορηγίας έχει υποστεί, ως προς τη νομοθετική πρόβλεψη, συνεχείς αλλαγές. Συνοπτικά αναφέρουμε ότι με το Ν. 2238/94 (αρθ. 8 περ. στ') προβλέφθηκε έκπτωση των δαπανών κατά 15% του συνολικού φορολογούμενου εισοδήματος του χορηγού, με το Ν. 2459/1997 (αρθ.12 παρ. 5) ο συντελεστής αυξήθηκε σε 20%, ενώ με το Ν. 2873/2000 ο ανωτέρω συντελεστής μειώθηκε σε 10%.

Σύμφωνα με το αρθ. 1 παρ. 1 η πολιτιστική χορηγία γίνεται για την «ενίσχυση συγκεκριμένων πολιτιστικών δραστηριοτήτων ή σκοπών του αποδέκτη της χορηγίας...». Ο όρος πολιτιστική δραστηριότητα επίσης επιχειρείται να οριστεί από το νόμο και σύμφωνα με την παράγραφο 4 του πρώτου άρθρου ορίζεται ως εξής: «Ως «πολιτιστική δραστηριότητα νοείται η δραστηριότητα που αποσκοπεί στην προστασία, αξιοποίηση και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, όπως η τελευταία ορίζεται στο ν. 3028/2002, καθώς και στην ενίσχυση και προβολή του νεότερου και σύγχρονου πολιτισμού, ο οποίος περιλαμβάνει κάθε δράση που αποσκοπεί ιδίως στην παραγωγή, καλλιέργεια, προαγωγή και διάδοση των γραμμάτων, της μουσικής, του χορού, του θεάτρου, του κιν/φου, της αρχιτεκτονικής, της ζωγραφικής, της γλυπτικής, των εικαστικών τεχνών».

Διαδικασία

Προκειμένου μία χορηγία να χαρακτηριστεί ως πολιτιστική, έτσι ώστε ο χορηγός να τύχει της εφαρμογής της ευεργετικής διάταξης (αρθ. 12) του νέου νόμου για την έκπτωση κατά ποσοστό 30% του φορολογητέου εισοδήματός του ή των καθαρών του κερδών, ακολουθείται μία επίπονη διαδικασία εγκρίσεων, γνωμοδοτήσεων και ελέγχου, από αρμόδια όργανα του Υπουργείου Πολιτισμού, με εξέχουσας σημασίας αυτό, του Γραφείου Χορηγιών. Συγκεκριμένα:

Συνιστάται, με το νέο Νόμο, Γραφείο Χορηγιών (άρθρ. 3 παρ. 1), που ανάμεσα στις αρμοδιότητές του είναι (αρθ. 3 παρ. 2) να συγκεντρώνει τα στοιχεία από τις υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού, σχετικά με πολιτιστικές δραστηριότητες, που μπορούν να τύχουν χορηγίας.

Οι δραστηριότητες αυτές περιλαμβάνονται σε έναν ενδεικτικό κατάλογο που προετοιμάζει και δημοσιεύει το προαναφερθέν γραφείο, το οποίο στη συνέχεια παραλαμβάνει τις υποβαλλόμενες προτάσεις χορηγίας, που έχουν ως αποδέκτη το Υπουργείο Πολιτισμού, περικειμένου να εκδοθεί σχετική γνωμοδότηση για την αποδοχή ή μη της πρότασης από τα αρμόδια όργανα. Το ίδιο Γραφείο παραλαμβάνει επίσης και τις υποβαλλόμενες σε αυτό συμβάσεις, που έχουν συναφθεί μεταξύ χορηγού και αποδέκτη χορηγίας, όταν αποδέκτης της χορηγίας δεν είναι το Υπουργείο Πολιτισμού και εισηγείται για την έκδοση πράξης χαρακτηρισμού της σύμβασης, ως σύμβασης πολιτιστικής χορηγίας, προκειμένου να τύχει (ο χορηγός) της εφαρμογής του άρθρου 12, περί έκπτωσης φορολογητέου εισοδήματος. Τέλος, παρακολουθεί την υλοποίηση της εκτέλεσης της σύμβασης χορηγίας, η οποία έχει ήδη υπαχθεί στο συγκεκριμένο νόμο και εισηγείται στο Συμβούλιο Χορηγιών για την πλήρη εκτέλεσή της.

Κατόπιν αυτού το συμβούλιο χορηγιών, ως γνωμοδοτικό όργανο, γνωμοδοτεί προς τον Υπουργό Πολιτισμού για το αποτέλεσμα της εκτέλεσης της κρινόμενης σύμβασης⁴³ (αρθρ. 4 παρ. 2).

Ως προς την εκταμίευση των χορηγιών, η διαδικασία είναι μάλλον απλούστερη και λιγότερο αποτρεπτική, σε σχέση με την κύρια διαδικασία υπαγωγής των χορηγιών στον συγκεκριμένο νόμο. Σύμφωνα άρθρ. 13 παρ. 1, όπου αποδέκτης των ποσών των χορηγιών είναι το Δημόσιο, αυτά εισπράττονται μέσω ειδικού κωδικού εσόδου του Κρατικού Προϋπολογισμού, ενώ στις υπόλοιπες περιπτώσεις αποδεκτών χορηγίας, τα ποσά κατατίθενται σε ειδικό λογαριασμό στο Παρακαταθηκών και Δανείων ή σε άλλο τραπεζικό ίδρυμα.

5.3.2 ΠΟΛΛΑΠΛΗ ΧΟΡΗΓΙΑ-ΣΥΓΧΟΡΗΓΙΑ

Στην περίπτωση της πολλαπλής χορηγίας έχουμε την συγχρηματοδότηση ενός παραγωγού πολιτιστικού Προϊόντος ή διοργανωτή ή φορέα, από πολλούς χορηγούς. Η περίπτωση αυτή βρίσκει την εφαρμογή της και στο φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, όπως θα διαπιστώσουμε στο οικείο κεφάλαιο.

Η τακτική της πολλαπλής χορηγία είναι η πιο συνήθης πρακτική, καθώς είναι εξαιρετικά δύσκολο να βρεθεί αποκλειστικός χορηγός που θα μπορούσε να υπερκαλύψει τα έξοδα που απαιτούνται προκειμένου να υλοποιηθεί μια άρτια διοργάνωση.

Επιλέγοντας τη συγχορηγία, δεν καταστρατηγείται κάποιος κανόνας δεοντολογίας, αρκεί οι υπόλοιποι χορηγοί να μην προέρχονται από τον ίδιο κύκλο εργασιών και δραστηριοτήτων, με τους ήδη συμφωνήσαντες και συμμετέχοντες χορηγούς⁴⁴. Άλλωστε και η ρήτρα αποκλειστικότητας αυτό τον περιορισμό θέτει.

⁴³ Σύμφωνα με το αρθρ. 5 κρίνεται ότι η σύμβαση χορηγίας είναι έγγραφη, το δε αρθρ. 6 ορίζει το ελάχιστο περιεχόμενο της ανωτέρω συμβάσεως.

⁴⁴ βλ. συν. Παράρτημα Γ. Γρατσώνη (sony Hellas) «...Αν έχεις μία εταιρία στον ένα χώρο δεν είναι σωστό να έχεις άλλον χορηγό στον ίδιο χώρο...» και συνέντευξη Τζ. Πεντεδέκα (Ford Κοντέλλης) «(ερώτηση) Στο δήμο θέσατε περιορισμούς, να μην μπουν κι άλλοι χορηγοί πχ. που να εμπορεύονται αυτοκίνητα; (απάντηση) Αυτό είναι αυτονόητο νομίζω, κι όταν υπάρχει συνεργασία με το Δήμο Βύρωνα και με το φεστιβάλ. Αλλά και οι ίδιοι από μόνοι τους δεν θα επιλέξουν να βάλουνε κάποιον άλλον του ανταγωνισμού».

Το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, το οποίο εξετάζουμε παρακάτω, από τη στιγμή που προσανατολίστηκε στην επιδίωξη χορηγικών συνεργασιών, ακολούθησε τη λύση της πολλαπλής χορηγίας⁴⁵.

Η εύρεση ενός και μοναδικού χορηγού, που να δύναται να καλύψει το κόστος και τις απαιτήσεις του εγχειρήματος ενός φεστιβάλ είναι εξαιρετικά δύσκολη κατά την κρίση μας. Αυτό θα απαιτούσε ένα πολύ υψηλότερο επίπεδο οικονομικής συμμετοχής του, χωρίς να είναι βέβαιο, ότι τα αντισταθμίσματα που θα είχε θα ήταν του αντίστοιχου υψηλού επιπέδου, λόγω του τοπικού χαρακτήρα του φεστιβάλ και της περιορισμένης τοπικής εμβέλειας. Έτσι, για τοπικά φεστιβάλ ακόμα και της ποιότητας του φεστιβάλ Βύρωνα, επιλέγεται και από τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις η λύση της συγχορηγίας καθώς έχουν τα επιδιωκόμενα για αυτές αποτελέσματα, με εκταμίευση πολύ λιγότερων χρημάτων, από αυτά που θα απαιτούνταν εάν επέλεγαν την αποκλειστική αποκλειστική χορηγία.

5.4 ΟΡΓΑΝΩΣΗ- ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ-ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΥΡΕΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΛΗΨΗΣ ΧΟΡΗΓΙΩΝ

Υπάρχει μια σειρά λόγων που συντρέχουν ώστε μια εταιρεία να επιθυμεί να χορηγήσει μια διοργάνωση. Κατ' αρχήν είναι πολύ βασική η ορθή και ολοκληρωμένη αρχική προσέγγιση του ενδιαφερόμενου προς τον χορηγό. Αυτό προϋποθέτει ορθολογικό σχεδιασμό χορηγικού πλάνου και όχι τυχαία προσπάθεια προσέγγισης. Ο σχεδιασμός αυτός προϋποθέτει με τη σειρά του σαφές όραμα-ιδέα με καθορισμό των αξιών, εντοπισμό του στόχου και της αποστολής και παρουσίαση σταθερής πολιτιστικής πολιτικής, που να εμφανίζεται θελκτική προκειμένου να τύχει της προσοχής σοβαρών χορηγικών εταιρειών.

Το στάδιο της προσέγγισης χορηγού είναι, ίσως, από τα πιο δύσκολα σημεία της διαδικασίας, καθώς είναι αναγκαία η δημιουργία της πεποίθησης στον υποψήφιο χορηγό ότι κάνει μια σοβαρή, και δυνάμενη να εξελιχθεί, συνεργασία με τον αποδέκτη της χορηγίας. Το τελευταίο προϋποθέτει τη δυνατότητα εφαρμογής, από πλευράς επιχορηγούμενου, επιχειρηματικών πρακτικών που να μπορούν να καταστήσουν δυνατή μια

⁴⁵ βλ. παράρτημα συν. Ν. Χαρδαλιά: «...οι χορηγοί μας δεν είναι μικρές περιφερειακές εταιρείες αλλά μεγάλοι κολοσσοί ...».

τέτοια συνεργασία. Ωστόσο οι προσωπικές επαφές⁴⁶ και γνωριμίες που μπορεί κάποιος να έχει, δύνανται να βοηθήσουν ώστε η ανεύρεση χορηγού να καταστεί μια πιο εύκολα προσπελάσιμη διαδικασία.

Ισχυρό κίνητρο και επιχείρημα για την εξεύρεση χορηγών αποτελούν η δύναμη, η αξιοπιστία και το γόητρο του φορέα που αναζητά χορηγό⁴⁷, αλλά και η δυναμική, η έγκυρη διοργάνωση και η σημαντική παρουσία του προτεινόμενου για επιχορήγηση γεγονότος.

Σημαντικό παράγοντα αποτελεί η επίτευξη ανοιχτής εσωτερικής επικοινωνίας και η ευέλικτη συνεργασία των χορηγών με τους αποδέκτες της χορηγίας, η ύπαρξη έμπειρου προσωπικού και η δυνατότητα αποδοτικής διαχείρισης του χορηγικού πακέτου από τους τελευταίους, με στόχο την επίτευξη μακροπρόθεσμων και εκτεταμένων συνεργασιών⁴⁸.

Η δυσκολία στην επικοινωνία και τη συνεργασία, δεν καθορίζουν την πιθανότητα έναρξης μιας χορηγικής συνεργασίας, αποτελούν όμως καθοριστικότερα παράγοντα για την εδραίωση και επέκταση της χορηγικής χρηματοδότη και χρηματοδοτούμενου⁴⁹. Έτσι, η συνεργασία, του ενδιαφερόμενου να χορηγηθεί, με μια αξιόλογη, ισχυρή και με κύρος διαφημιστική εταιρεία, μπορεί να αποδώσει πολύ θετικά αποτελέσματα, ως προς την εύρεση σπουδαίων και οικονομικά ισχυρών χορηγών. Παρέχεται δηλ. η δυνατότητα στον αναζητητή χορηγίων, της επαφής με υποψήφιες χορηγούς εταιρείες, που σε διαφορετική περίπτωση θα ήταν αδύνατη ή εξαιρετικά δύσκολη⁵⁰.

⁴⁶ βλ. παραρ. συντ. Γ. Γρατσώνη: «...Η προσωπική σχέση με το Νίκο (Χαρδαλιά) αναπτύχθηκε μετά τις επαφές που είχαμε. Ήρθε κάποιος κοινός γνωστός μεταξύ του Χαρδαλιά και εμένα, που ήταν σε εμπορική εταιρία και μας έφερε σε επαφή».

⁴⁷ βλ. παραρ. συντ. Γ. Γρατσώνη: «...οπότε στην προκειμένη περίπτωση το συγκεκριμένο φεστιβάλ είναι πολύ καλό. Μπορεί να μην έχει διαφημιστεί σαν ένα φεστιβάλ Αθήνας, ώστε να έχει πάρει μια ευλογία πάρα πολύ μεγάλη, αλλά το συγκεκριμένο, στην περιοχή που είναι, είναι πάρα πολύ γνωστό και νομίζω ότι πρέπει να έχει επισκέπτες όχι μόνο τοπικούς αλλά και από όλη την Αθήνα...» και συν. Τζ. Πεντεδέκα «...Το φεστιβάλ φιλοξενεί πάρα πολύ μεγάλα ονόματα και θεωρούμε ότι είναι μια ευκαιρία...».

⁴⁸ βλ. παράρτ. συν. Γ. Γρατσώνη: «...Έδειχνε ότι μπορούμε να συνεργαστούμε (με το Βύρωνα) και έδειχνε κάτι το οποίο θα μπορούσε να είναι και μακροχρόνιο. Είναι βασικό σε αυτά, να μην πεις ξεκινώ κάτι άπαξ και τελειώσε σαν φωτοβολίδα, θέλεις κάτι που να χτίσεις καιρό».

⁴⁹ Βλ. παράρτ. συν. Τζ. Πεντεδέκα: «...Εξάλλου εμείς με το Δήμο Βύρωνα έχουμε και άλλη συνεργασία δηλ. έχουμε και τα Παμβυρώνεια, που είμαστε χορηγοί, έχουμε και το φεστιβάλ των αγγέλων κάποιες χριστουγεννιάτικες γιορτές, που γίνονται στο δήμο του Βύρωνα, οπότε έχουμε γενική συνεργασία...».

⁵⁰ βλ. παραρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...συνεργαζόμαστε με μια-δυο διαφημιστικές εταιρείες, οι οποίες μας βοηθούν περισσότερο στην επαφή με τους υποψήφιους χορηγούς».

5.4.1 ΤΡΟΠΟΣ

Πέραν των συμβάσεων και των συμφωνιών που προηγούνται αυτών, το βασικό συστατικό για την επιτυχημένη συνεργασία χορηγού και αποδέκτη χορηγίας, είναι ο αμοιβαίος σεβασμός για την πορεία του καθενός και για ό,τι αντιπροσωπεύει ο καθένας στο χώρο που δρα. Ενώ στη διάρκεια της συνεργασίας απαιτούνται, η συχνή ανταλλαγή απόψεων, η καλλιέργεια σχέσης εμπιστοσύνης μεταξύ των προσώπων που συμμετέχουν, η στενή συνεργασία, η επικοινωνία και η ενημέρωση των χρηματοδοτών που, πολλές φορές, επιθυμούν να παρακολουθούν την καλή διαχείριση των κονδυλίων που εκταμιεύουν. Ωστόσο αυτό δεν αποτελεί κανόνα για όλες τις συνεργασίες αυτού του είδους, όπως για παράδειγμα στην περίπτωση του φεστιβάλ Βύρωνα, που θα εξετάσουμε παρακάτω.^{51, 52}

Πρέπει όμως να γίνει κατανοητό, ότι υπάρχει ένα σαφές όριο, που δεν πρέπει να ξεπερνιέται από τις εμπλεκόμενες πλευρές, κυρίως από αυτή των χρηματοδοτών. Η ιδιαίτερως παρεμβατική στάση των τελευταίων, πολλές φορές καθιστά προβληματική τη συνεργασία, δικαιώνοντας όσους είναι πολέμιοι των χορηγών, με το επιχείρημα της εμπορευματοποίησης της τέχνης (και των φεστιβάλ, που εδώ εξετάζουμε), φέροντας συνήθως ως παράδειγμα τις ΗΠΑ, που έχουν μακρά παράδοση στον τομέα της χρηματοδότησης/sponsoring, ο οποίος έχει κυριαρχήσει στον πολιτιστικό τομέα, σε καθοριστικό βαθμό (Schiller: 1990:730 επ.). Ωστόσο, η παρεμβατική στάση των χορηγών, βρίσκει πεδίο εφαρμογής όταν ο αποδέκτης χορηγίας δεν έχει από μόνος του δική του πολιτική και κανόνες, οπότε και γίνεται ευάλωτος απέναντι στις ισχυρές χορηγικές εταιρίες, η οικονομική υποστήριξη των οποίων του είναι απαραίτητη για την υλοποίηση των δράσεών του. Επιπλέον, η αντιμετώπιση των χορηγών ως αντικαταστατών της απύσας κρατικής οικονομικής ενίσχυσης και όχι ως μία νέα δυνατότητα αποδοτικής συνεργασίας και στήριξης

⁵¹ βλ. παράρτημα συν. Γρατσώνη: «(ερώτηση) Τα χρήματα που δόθηκαν από την εταιρία είχατε παρακολουθήσει για την επιλογή, για το πού θα πάνε: π.χ. στα προγράμματα κτλ; (απάντηση) Όχι. Θεωρείς ότι τα χρήματα που δίνεις, πάνε για το φεστιβάλ. Τώρα από εκεί και πέρα, υποθέτω ότι ο δήμος από μόνος του έχει ελεγκτικούς μηχανισμούς και τσεκάρει αν αυτά τα χρήματα καταλήγουν εκεί που πρέπει». Επίσης: «...αν ήμασταν μόνο εμείς οι χορηγοί, η σχέση θα ήταν τελείως διαφορετική. Αλλά, επειδή εμπλέκονται και άλλοι χορηγοί στη μέση, εσύ τα αφήνεις αυτά, γιατί δε μπορούν τέσσερις εταιρίες να συνεννοηθούν μεταξύ τους...».

⁵² βλ. παραρτ. συν. Τζ. Πεντεδέκα: «...Εμείς διαθέσαμε τα χρήματα, διαφημιστήκαμε, πήραμε τα οφέλη που θέλαμε από το συγκεκριμένο κομμάτι, από εκεί και πέρα που πήγαν τα χρήματα δεν μας αφορά».

πολιτιστικών δράσεων, (που θα μπορούσε κάλλιστα να λειτουργήσει εν παραλλήλω με μία πιθανή κρατική πολιτική επιχορήγησης), οδηγεί στο ίδιο πιθανό αποτέλεσμα εγκλωβισμού των αποδεκτών χορηγίας.

5.4.2 ΧΟΡΗΓΙΚΗ ΣΥΜΒΑΣΗ

«Η χορηγία (sponsoring) είναι σύμβαση⁵³, με την οποία μια επιχείρηση (χορηγός) παρέχει αντάλλαγμα σε οργανωτή καλλιτεχνικού ή αθλητικού έργου ή στους ίδιους τους συμμετέχοντες και αυτοί αναλαμβάνουν την υποχρέωση να χρησιμοποιούν το σήμα, την επωνυμία, το διακριτικό τίτλο του χορηγού στη συγκεκριμένη εκδήλωση» (Λιακόπουλος: 1998:200).

Η χορηγική σύμβαση αλλά και η σύμβαση sponsoring αναφέρει ρητά και λεπτομερώς τις παροχές του χορηγού ή του χρηματοδότη. Ρητά επίσης αναφέρονται και τα αντισταθμίσματα από τις παροχές αυτές, αλλά και οι όποιες ενέργειες υπόσχεται και δεσμεύεται ο αποδέκτης της χορηγίας να πραγματοποιήσει προς όφελος του χρηματοδότη.

Η ελάχιστη υποχρέωση αντιπαροχής των αποδεκτών χορηγίας, προς τους χορηγούς, συνίσταται πρωτίστως⁵⁴ στην αναγραφή των τελευταίων στα προγράμματα, τις αφίσες, τα διαφημιστικά φυλλάδια, στα περίπτερα πώλησης εισιτηρίων της χρηματοδοτούμενης διοργάνωσης. Ιδιαίτερη φροντίδα απαιτεί η εντός προδιαγραφών, απεικόνιση του σήματος⁵⁵, της κάθε χορηγού εταιρείας και η αναφορά της σε όλες τις διαφημιστικές και προωθητικές ενέργειες, στις οποίες προβαίνουν οι διοργανωτές του φεστιβάλ.

Εκτός από τα παραπάνω, συχνά οι αποδέκτες χορηγίας, εξασφαλίζουν και επιπλέον προωθητικές ενέργειες για τους χορηγούς, οι οποίες δεν συμπεριλαμβάνονται στις συμβάσεις. Ωστόσο είναι αυτές, που

⁵³ Ένας ακόμα ορισμός που μας δίνεται είναι ότι σύμβαση χορηγίας αποτελεί η ανάληψη υποχρέωσης προς παροχή από το χορηγό «συγκεκριμένης υποστήριξης για την παραγωγή προϊόντων θεάματος, με αντάλλαγμα την αυτοπροβολή του μέσω των χρηματοδοτούμενων δραστηριοτήτων του δέκτη της χορηγίας (Χελιδόνης: 1997:567).

⁵⁴ Βλ. παράρτ. συν. Οδυσ. Ιωάννου,(ως προς τα ανταλλάγματα του ρ/σ Μελωδία στο φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα): «...τα πανό μας, τα σήματά μας στις αφίσες κι όλα αυτά...».

⁵⁵ Καμιά φορά επιθυμούν να τυπώνεται και σε συγκεκριμένο χαρτί, χρώμα κλπ. ώστε να μην αλλοιώνεται αυτό. Βλ. συν. Γ. Γρατσώνη: «...Συγκεκριμένες γραμμές χρήσεις λογοτύπων οι οποίες, όταν τα λογότυπα αυτά εκτυπώνονται σε χαρτιά του φεστιβάλ ή ο,τιδήποτε άλλο, να είναι προσεκτικά και να ακολουθούνται τα βασικά. Η εταιρική ταυτότητα πρέπει να είναι με συγκεκριμένο τρόπο».

δημιουργούν εμπιστοσύνη⁵⁶ στο χορηγό και προσδίδουν αξιοπιστία στον αποδέκτη.

Οι βασικές ρήτρες, που συναντώνται στις χορηγικές συμβάσεις είναι η ρήτρα αποκλειστικότητας και η ρήτρα «ευπρεπούς συμπεριφοράς» (Σινανιώτη Αρ.:2002:55,56).

Στη ρήτρα της αποκλειστικότητας, υπάρχει δέσμευση του αποδέκτη της χορηγίας, να μην δεχτεί χορηγία από άλλη εταιρεία, προερχόμενη από τον ίδιο επιχειρηματικό τομέα (βλ. ανωτέρω συγχορηγία)⁵⁷. Η ρήτρα «ευπρεπούς συμπεριφοράς», ερείζεται στο άρθρο 288 του Αστικού Κώδικα, σύμφωνα με το οποίο αναγνωρίζεται η υποχρέωση του αποδέκτη της χορηγίας για την εκπλήρωση των υποχρεώσεων του σύμφωνα με την καλή πίστη και τα συναλλακτικά ήθη (πχ. υποχρέωση αποδέκτη χορηγίας μη κοινοποίησης μυστικών του χορηγού).

Επίσης, αν και οι χορηγοί συνήθως επιθυμούν να παρακολουθούν το που διοχετεύονται και πως χρησιμοποιούνται τα χρήματά τους, ωστόσο δεν πρέπει να αποκτούν δικαίωμα ώστε να παρεμβαίνουν «στη μορφή ή το περιεχόμενο που θα λάβει η χρηματοδοτούμενη δραστηριότητα» (Σινανιώτη Αρ.:2002:66), διότι κατ' αυτό τον τρόπο καταστρατηγούνται βασικές διατάξεις του Αστικού Κώδικα περί της κατάχρησης δικαιώματος (ΑΚ 281), ενώ πρακτικές και παρεμβάσεις αυτού του είδους είναι άκυρες ως καταχρηστικές βάσει του άρθρου 178 του Αστικού Κώδικα. Εξάλλου και το ίδιο το ελληνικό Σύνταγμα προστατεύει την ελευθερία της τέχνης στο αρθρ. 16⁵⁸.

5.4.3 ΧΡΟΝΟΣ

Για το σχεδιασμό μιας χορηγίας (συμφωνία, προγραμματισμός και στάδια υλοποίησης) απαιτούνται 6-12 μήνες. Ο σκόπελος του προγραμματισμού της αν και μπορεί να ξεπεραστεί, δεν παύει να

⁵⁶ Βλ. παραρτ. συν. Γ. Γρατσώνη: «...Έχεις τη λίστα με τις παροχές και βλέπεις από την αρχή είναι δεδομένο, ότι οι παροχές δίνονται ως minimum, είναι δεδομένο ότι όσα συμφωνούμε τηρούνται, πολλές φορές παίρνουμε collateral και άλλα πράγματα, αλλά τόσο η επικοινωνία μέσα στο δήμο, όσο η επικοινωνία στα outdoor, που έχουμε συμφωνήσει, όσο και η ίδια η επικοινωνία του φεστιβάλ από το Δήμο, όλα αυτά γίνονται έτσι όπως πρέπει».

⁵⁷ Ως προς αυτή την έκταση, μια τέτοια συμβατική πρόβλεψη-όρος, δεν αντιβαίνει στις γενικές διατάξεις του Αστικού Κώδικα 178 και 179, που αφορούν σε δικαιιοπραξία που αντιβαίνει στα χρηστά ήθη και δεσμεύει υπερβολικά την ελευθερία του προσώπου.

⁵⁸ Ένα ακραίο αλλά διαφωτιστικό παράδειγμα είναι αυτό που αναφέρεται στους Bruhn/Mehlinger (τόμος II, 1999:74 επ.) όπου παράλογα και σαφώς καταχρηστικά μπορεί να απαιτήσει ο χορηγός να τραγουδά ο Placido Domingo φορώντας μπλουζάκι της Adidas.

αποτελεί θεμελιώδες πρόβλημα της ελληνικής πραγματικότητας.⁵⁹ Επιπλέον, προβλήματα χρονικού προγραμματισμού τίθενται όταν οι χορηγοί επιθυμούν να χρηματοδοτήσουν συγκεκριμένες εκδηλώσεις (οι οποίες να μην έχουν ακόμα οριστικοποιηθεί) και όχι το σύνολο των εκδηλώσεων.

5.4.4 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

Μετά την υλοποίηση της χορηγούμενης διοργάνωσης ακολουθεί ο έλεγχος, ώστε να διαπιστωθεί: αν επετεύχθησαν οι αντικειμενικοί στόχοι της εταιρείας, αν η συνεργασία απέδωσε και σε ποιο βαθμό, αν υπήρχε επικοινωνία και συνδυαστική δράση, αν υλοποιήθηκαν εκατέρωθεν οι υποσχέσεις και οι υποχρεώσεις που αναλήφθηκαν, αν ο τύπος κάλυψε ικανοποιητικά το γεγονός (τη διοργάνωση) αλλά και τη χορηγία, πόσο συμμετείχε το κοινό, τι ανταπόκριση είχε η χορηγία στο κοινό, τι αντίκτυπο είχε η συμμετοχή της εταιρείας στο πλαίσιο του εγχειρήματος αλλά και στους εργαζομένους και στα στελέχη του χορηγού.

Η αποτίμηση γίνεται πολλαπλώς αλλά πρωτίστως με το πολύ ισχυρό εργαλείο της έρευνας κοινής γνώμης, ωστόσο δεν ακολουθείται πάντα ο τρόπος αυτός.⁶⁰ Γίνεται επίσης και με τον έλεγχο των πωλήσεων ή με τον έλεγχο της κάλυψης της χορηγίας από τα ΜΜΕ⁶¹.

⁵⁹ Βλ. παραρτ. συν. Τ. Σαρρίδου, η συνέντευξη μας δόθηκε τον Φεβρουάριο και ως προς το σχεδιασμό αναφέρει: «...Ο σχεδιασμός μας είναι κοντοπρόθεσμος, κοντόφθαλμος, μέσα στο πλαίσιο του τι προτείνει η ελληνική αγορά. Δηλαδή, για να σου δώσω να καταλάβεις, Αύγουστο/Σεπτέμβριο έχουμε το φεστιβάλ και το πρόγραμμα ακόμα δεν είναι ολοκληρωμένο αυτή τη στιγμή. Δεν ξέρουμε καν τι σχήματα θα κυκλοφορήσουν το καλοκαίρι».

⁶⁰ Βλ. παραρτ. συν. Τ. Πεντεδέκα: «(ερώτηση) Πριν κάνετε τη χορηγία προβαίνετε σε μέτρηση της κοινής γνώμης και μετά το πέρας της εκδηλώσεως προβαίνετε σε νέα μέτρηση για να δείτε τα αποτελέσματα; (απάντηση) Όχι. (ερώτηση) Απλώς βλέπετε την αύξηση των πωλήσεων; (απάντηση) Ναι και αυτό, αλλά από εκεί και πέρα το πόσο συζητείται, ξέρετε σε παρέες, δηλαδή δεν είναι μόνο το κομμάτι των πωλήσεων και από καταχωρίσεις, από το πόσες χιλιάδες αφίσες έχουν μπει σε όλη την Αττική και πόσα μάτια μπορεί να έχουν δει το λογότυπό σου και σε πόσα περιοδικά και ειδικού τύπου δηλ. που έχουν να κάνουν με τα πολιτιστικά και μη ειδικού τύπου, εβδομαδιαία, 15ήμερα περιοδικά και στον ημερήσιο τύπο, δηλαδή το λογότυπό σου είναι on the spot που λένε».

⁶¹ βλ. παραρτ. συν. Γ. Γρατσώνη: «(ερώτηση) Πιστεύεις ότι πέτυχε το στόχο της η χορηγία που δόθηκε στο φεστιβάλ, δηλαδή γίνεται αυτό που θέλετε; (απάντηση) Αυτό γίνεται! Παίρνουμε αυτό που θέλουμε! (ερώτηση) Πώς το βλέπετε αυτό, κάνετε έρευνα για τη γνώμη του κοινού; (απάντηση) ...την πρώτη χρονιά το είχαμε ψάξει έτσι. Μετά από τη δεύτερη χρονιά και μετά... (ερώτηση) Από δημοσιεύσεις; (απάντηση) Οι δημοσιεύσεις είναι ένα μικρό κομμάτι. ...βλέπεις την ανταπόκριση, που υπάρχει στο περίπτερο που έχουμε εκεί, γιατί κατά καιρούς συμπληρώνουμε ερωτηματολόγια, παίρνουμε δηλαδή κάποια ενημέρωση και μετά έχουμε το call center εδώ, που βλέπουμε πόσα τηλέφωνα

Κύριο μέλημα των εταιρειών είναι να καθιερωθούν στη συνείδηση του κοινού και να περάσουν την αίσθηση ότι είναι παρούσες στα μεγάλα γεγονότα, όχι μόνο ζητώντας αλλά κυρίως προσφέροντας κοινωνικό έργο⁶². Τούτο υφίσταται σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, είτε πρόκειται για πολιτιστικές-κοινωνικές είτε για εμπορικές⁶³ χορηγίες. Πέραν αυτού, οι χορηγοί (επί ανταλλαγμάτων) στοχεύουν επίσης και στα εξής: να αποκτήσουν πρόσβαση σε μερίδα κοινού⁶⁴ και καταναλωτών στα οποία στοχεύουν, να συνδεθεί το brand name τους με κάποιες αξίες, αρχές κ.λπ., να αυξηθούν οι πωλήσεις, να κάνουν ευρύτερα γνωστό ένα συγκεκριμένο προϊόν, να ενισχύσουν συγκεκριμένη πλευρά του προσώπου της εταιρείας, που είτε πλήττεται είτε χρήζει ενίσχυσης και να ενδυναμώσουν εν γένει την πολιτική τους στην πλευρά αυτή, να ενισχύσουν το κύρος και την αξιοπιστία τους κ.ά.

Πρέπει να καταστεί σαφές ότι η χορηγία έχει μακροπρόθεσμα οφέλη και η αποτίμηση, που είθισται να ακολουθεί, δεν είναι μια απλή διαδικασία αλλά πολύ λεπτή και ταυτοχρόνως ουσιώδης. (Κουτούπης Θ.: 2005:59). Είναι ζωτικής σημασίας επίσης, οι κρίσεις να είναι ορθές και βάσιμες, διότι με γνώμονα τα αποτελέσματα αυτών και την εν

έχουμε πάρει εξ' αφορμής προϊόντων, που είδαν εκεί. Οπότε κάπως έτσι το βλέπουμε».

⁶² Οι μεγάλες επιχειρήσεις και ιδιαίτερα οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών (π.χ. τραπεζικά ιδρύματα, αλλά και εταιρείες προϊόντων), αφομοίωσαν την ανάγκη κοινωνικών ανταποδοτικών οφελών, προβάλλοντας πρόσωπο εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Ως εκ τούτου, βασικό αντιστάθμισμα της πολιτιστικής-κοινωνικής χορηγίας είναι η κοινωνική προσφορά, η οποία πιστώνεται στην κοινωνική εικόνα του χορηγού (Κουτούπης Θ.:2005:26). Σπουδαίο παράδειγμα προς μίμηση, είναι το πολιτιστικό και πολιτικό εγχείρημα της έκθεσης «Ελληνικό θαύμα», στην Αθήνα και την Αμερική, με χορηγό την καπνοβιομηχανία Philip Morris. Το παράδειγμα αυτό στάθηκε αφορμή να εισρεύσουν χιλιάδες κόσμου στην Εθνική πινακοθήκη, η οποία εδραίωσε ένα «πρόσωπο» φιλικότερο και πιο προσβάσιμο ακόμα και για το μη εκπαιδευμένο στις εικαστικές τέχνες ελληνικό κοινό.

⁶³ Βλ. παράρτ. συν. Τ.Πεντεδέκα: «(ερώτηση) Επομένως ο σκοπός ήταν περισσότερο να προωθήσετε τα προϊόντα σας όχι να ενισχύσετε το κοινωνικό προφίλ της εταιρείας σας; (απάντηση) Και αυτό, σαφέστατα και αυτό».

⁶⁴ Βλ. Παράρτ. συν. Τ. Πεντεδέκα: «Ο Βύρωνας είναι μια περιοχή που είναι προς τα νότια και καλύπτει τα δικά μας μαγαζιά. Δηλαδή αν ήταν ένα φεστιβάλ στην Κηφισιά θα έλεγα όχι, διότι δεν έχουμε εξαπλωθεί μέχρι εκεί. Το δικό μας το κομμάτι (τα μαγαζιά μας) είναι από κέντρο και προς νότια, οπότε ο Βύρωνας, Κατεχάκη κ.λ. μπορεί να έχει να κάνει με την επισκεψιμότητα στο συγκεκριμένο χώρο ανθρώπων οι οποίοι προέρχονται από τις δικές μας περιοχές, οπότε έχουμε αναγνωριστικότητα, διότι στην Κηφισιά το όνομα ΚΟΝΤΕΛΛΗΣ δεν σου λέει κάτι». Επίσης από την ίδια συν.: «...στις πωλήσεις το ζητούμενο είναι να υπάρχει μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα σε μεγάλα event που βάζεις το όνομά σου εκεί».

κατακλείδει αργαστή συνεργασία, τίθενται τα θεμέλια για τη συνέχιση της όποιας μελλοντικής συνεργασίας των δύο μερών.

5.4.5. ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

Η διαδικασία τόσο της εξεύρεσης χορηγών όσο και της εδραίωσης μιας αποδοτικής και μακροχρόνιας σχέσης μεταξύ χορηγού και αποδέκτη χορηγίας είναι ιδιαίτερα δύσκολη και επίπονη, όπως διαπιστώνεται από την ανωτέρω ανάλυση. Απαιτείται σχεδιασμός χορηγικής πολιτικής, σαφής καθορισμός οράματος και προβαλλόμενων αξιών, σοβαρότητα, επαγγελματισμός, ευελιξία, ομαδική εργασία, ανάπτυξη σχέσης εμπιστοσύνης και θετικά αποτελέσματα για τις εμπλεκόμενες πλευρές. Η ύπαρξη του θεσμού της χορηγίας και η ολοένα αυξανόμενη παρουσία του στην ελληνική πραγματικότητα, διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην πολιτιστική ανάπτυξη του τόπου αλλά και στην εξέλιξη των τοπικών φεστιβάλ γενικότερα.

Με την ανάπτυξη της χορηγίας και της χρηματοδότησης από ιδιωτικούς φορείς των διαφόρων πολιτιστικών δράσεων ανά την ελληνική επικράτεια, δημιουργείται η αίσθηση της δυνατότητας δημιουργίας συνθηκών για μια ευρύτερη άνθιση του πολιτισμού και προωθείται σημαντικά η ιδέα της καλλιτεχνικής δημιουργίας και της πολιτιστικής διοργάνωσης.

Ειδικότερα η οικονομική υποστήριξη των τοπικών φεστιβάλ από τους χορηγούς συντηρεί τη βιωσιμότητά τους και τη δυνατότητα της έντονης και δημιουργικής παρουσίας τους στο χώρο των πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Κατ' επέκταση, η ενίσχυση των τοπικών φεστιβάλ αποβαίνει ευεργετική για την αναζωογόνηση της ελληνικής περιφέρειας.

Στην περίπτωση μάλιστα που οι χρηματοδότες είναι και τοπικοί οικονομικοί παράγοντες⁶⁵, ως είθισται στα περισσότερα τοπικά φεστιβάλ αλλά και σε αρκετά της Αττικής⁶⁶, αναπτύσσεται μία ιδιαίτερη και αμφίδρομη σχέση μεταξύ πολίτη (τοπικού επιχειρηματία) και τοπικής πολιτιστικής δράσης. Αφενός ο πολίτης συμμετέχει προσωπικά, ως κοινό και ενισχύει το φεστιβάλ του τόπου του, αφετέρου γίνεται και «αιμοδότης» του, χρηματοδοτώντας αυτό. Το τοπικό φεστιβάλ, με τη σειρά

⁶⁵ Βλ. τοπικούς χορηγούς στα φεστιβάλ Κοζάνης, Έδεσσας κ.ά.

⁶⁶ Χορηγός του Φεστιβάλ Ηλιούπολης π.χ. για το 2006, ήταν το τοπικό Κατάστημα Ηλεκτρονικών Ειδών Αφοί Κολομβούνη (ενημέρωση από το Δήμο Ηλιούπολης μετά από επικοινωνία μας).

του, παρέχει ψυχαγωγία και πολιτιστικό εμπλουτισμό στον τοπικό χορηγό, κοινοποιώντας παράλληλα και την οικονομική του συμμετοχή στη διοργάνωση και ενισχύοντας την αξιοπιστία του και το επιχειρηματικό του κύρος στην περιοχή ενδιαφέροντός του.

Η εκταμίευση σημαντικών χρηματικών ποσών για την ενίσχυση ενός φεστιβάλ συντελεί επίσης στην περαιτέρω ανάπτυξη του θεσμού, στην αναβάθμιση των καλλιτεχνικών του προτάσεων και στην ενίσχυση της επικοινωνιακής του στρατηγικής.

Αλλά και οι ίδιοι οι ΟΤΑ ωφελούνται εσωτερικά, όταν μπαίνουν στον αγώνα σχεδιασμού και ανάπτυξης σοβαρής χορηγικής πολιτικής, ξέχωρα από τη δυνατότητα που τους δίδεται να παρουσιάσουν εκτεταμένη πολιτιστική δραστηριότητα. Το γεγονός ότι η υλοποίηση και ο σχεδιασμός ενός χορηγικού πλάνου απαιτεί από τη μεριά του αναζητητή χορηγών τον προηγούμενο καθορισμό οράματος και αξιών, τη θέση σαφών στόχων, την παρουσίαση σοβαρής πολιτισμικής δράσης, ακολουθώντας συγκεκριμένες δομές οργάνωσης και λειτουργίας, αναγκάζει τους ΟΤΑ να αναθεωρήσουν τους κανόνες δράσης τους και τις πολιτικές τους, σε δομές πιο ευέλικτες και αποτελεσματικές.

6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Κλείνοντας το Α' μέρος της παρούσας μελέτης σχηματίσαμε μια εικόνα για το ευρύτερο περιβάλλον (νομικό-οικονομικό-κοινωνικό-πολιτιστικό) τόσο των ΟΤΑ και των νομικών προσώπων που εμπλέκονται στη διοργάνωση των τοπικών φεστιβάλ όσο και για τις προϋποθέσεις διοργάνωσης αλλά και το ρόλο των ίδιων των τοπικών φεστιβάλ. Εντός του ίδιου πλαισίου εξετάσθηκε και ο ρόλος της χορηγίας στην ενίσχυση παραγωγής πολιτιστικών αγαθών.

Εξετάζοντας τους ΟΤΑ και τα Νομικά τους Πρόσωπα (δημοτικές αναπτυξιακές επιχειρήσεις και Πνευματικά Κέντρα) διαπιστώσαμε τον βαρύνοντα ρόλο τους στις τοπικές κοινωνίες αλλά και στην ανάπτυξη της πολιτιστικής πολιτικής εν γένει στην περιφέρεια. Η εξάρτησή τους όμως από τις κρατικές χρηματοδοτήσεις και η μη εφαρμογή μιας συντονισμένης γενικής κρατικής πολιτικής στήριξής τους, κυρίως σε σχέση με τις πολιτιστικές δράσεις, αναχαιτίζει την ομαλή παραγωγή πολιτιστικού έργου.

Μέρος του πολιτιστικού αυτού έργου αποτελεί και η διοργάνωση των τοπικών φεστιβάλ, των οποίων η ενεργή παρουσία και η εξέλιξη κρίνεται αναγκαία, για μια πλειάδα λόγων. Πιο σημαντικούς θεωρούμε την εδραίωση της πολιτιστικής αποκέντρωσης με την ενίσχυση της περιφερειακής πολιτιστικής ανάπτυξης και την ευαισθητοποίηση των κατοίκων της περιφέρειας.

Αρωγός στις προσπάθειες παρουσίασης και παραγωγής πολιτιστικού έργου είναι ο κάθε επίδοξος χορηγός, τοπικός και μη. Στον οποίο χορηγό συνήθως καταφεύγουν οι διοργανωτές πολιτισμικών γεγονότων ΟΤΑ, αντιμετωπίζοντάς τον, αρχικά τουλάχιστον, σαν υποκατάστατο της απουσίας κρατικής οικονομικής στήριξης ή της

ελλιπούς κρατικής ενίσχυσης και όχι σαν μία νέα ξέχωρη δυνατότητα ενίσχυσης των δράσεών τους. Γεγονός που σε μεγάλο βαθμό ακυρώνει την υποψία παρουσίας, έστω και αποσπασματικής, χορηγικής πολιτικής.

Στην πορεία της ανάλυσης, που προηγήθηκε, αναδείχθηκαν πολλές αδυναμίες σε όλα τα εξεταζόμενα πεδία. Οι πιο σημαντικές συνοψίζονται στα εξής:

- η οικονομική εξάρτηση των ΟΤΑ από το κράτος
- η γραφειοκρατική δομή των τοπικών φορέων,
- η απουσία σε κεντρικό και τοπικό επίπεδο εφαρμογής μακροπρόθεσμης τοπικής πολιτιστικής πολιτικής
- η απουσία ευρωπαϊκού προσανατολισμού
- η ανάθεση της διαχείρισης των πολιτιστικών δραστηριοτήτων σε μη ειδικευμένο προσωπικό
- η έλλειψη υποδομών και εγκαταστάσεων για τη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων
- η αποσπασματική και μη συντονισμένη προσπάθεια εύρεσης χορηγών από την πλευρά των διοργανωτών των τοπικών φεστιβάλ
- η αντιμετώπιση των χορηγών, όχι σαν μία αυτόνομη περίπτωση οικονομικής συνεργασίας από τους ΟΤΑ, με στόχο την ανάπτυξη πολιτιστικής πολιτικής, αλλά σαν μία νέα χρηματοδοτική λύση, ελλείπει κρατικής οικονομικής στήριξης.
- Η μη χάραξη χορηγικού σχεδιασμού
- η μεγάλη εμπλοκή του υπουργείου πολιτισμού στην έγκριση και το χαρακτηρισμό των χορηγιών ως πολιτιστικών

Μετά τη σκιαγράφηση του γενικού περιβάλλοντος δράσης και ανάπτυξης των τοπικών φεστιβάλ, ως έκφανση της πολιτιστικής δράσης των ΟΤΑ μέσα από συγκεκριμένες δομές και πλαίσια, καθώς και της απαραίτητης παρουσίας και συνδρομής των χορηγών στις πολιτιστικές διοργανώσεις, θα αποπειραθούμε να εξετάσουμε το τοπικό φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα Αττικής με βάση τις αναλύσεις και τα συμπεράσματα του πρώτου μέρους.

Β' ΜΕΡΟΣ

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ «ΣΤΗ ΣΚΙΑ ΤΩΝ ΒΡΑΧΩΝ»

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Μέσα από την ανάλυση του α' μέρους της παρούσας μελέτης, καταδείχθηκαν μία σειρά από νομοθετικές και μη δυνατότητες αλλά και αρκετές αδυναμίες και μειονεκτήματα της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Η αρμοδιότητα διαχείρισης των τοπικών υποθέσεων των ΟΤΑ και ο ιδιαίτερος ρόλος που διαδραματίζουν ή μπορούν να διαδραματίσουν στην άσκηση πολιτιστικής πολιτικής και στην πολιτιστική ανάπτυξη της περιφέρειας, αναδεικνύει το βαθμό σπουδαιότητάς τους.

Μία από τις σημαντικότερες πολιτιστικές δράσεις των προαναφερθέντων οργανισμών αποτελεί και η διοργάνωση τοπικών φεστιβάλ, η παρουσία των οποίων κρίνεται απαραίτητη, με πολυεπίπεδη συνεισφορά στην τοπική κοινωνία. Ο τρόπος που οργανώνονται τα φεστιβάλ αυτά και οι πρακτικές που ακολουθούνται από τους εκάστοτε διοργανωτές, τόσο όσον αφορά στα θέματα παρουσίασης και προβολής της διοργάνωσης όσο και αναζήτησης χρηματοδοτών, έχουν μεγάλες ομοιότητες.

Η όψιμη αλλά μη οργανωμένη, με κανόνες και στρατηγική, στροφή των διοργανωτών των τοπικών φεστιβάλ στην αρωγή των χορηγών,

αποδίδει το ελάχιστο από το αναμενόμενο των δυνατοτήτων μιας τέτοιας συνεργασίας, ενώ η αυτοσχέδια πολιτική αναζήτησης χρηματοδοτών ελαχιστοποιεί την πιθανότητα δημιουργίας ισχυρών και διαρκών συνεργασιών.

Βασιζόμενοι στην σχηματισθείσα εικόνα των τριών αναλυθέντων πυλώνων, θα προσπαθήσουμε να εντοπίσουμε την ταυτότητα του φεστιβάλ του δήμου Βύρωνα, σε συνάρτηση με τις πρακτικές και τους κανόνες που ακολουθεί σε θέματα διοργάνωσης, προώθησης και χορηγικής πολιτικής. Θα διερευνήσουμε το περιβάλλον οργάνωσης και δράσης των διοργανωτών του, καθώς και τους στόχους που έχει θέσει προς επίτευξη.

Επιλέξαμε το Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα για να διερευνήσουμε τα προαναφερθέντα, διότι θεωρούμε ότι αποτελεί ένα από τα ισχυρότερα τοπικά φεστιβάλ Τοπικής Αυτοδιοίκησης, με πολύχρονη και διαρκή παρουσία, μετά το Φεστιβάλ Αθηνών, ενώ η συνεργασία του τα τελευταία χρόνια με ισχυρούς χορηγούς, μας επιτρέπει να εξετάσουμε διεξοδικότερα, το ρόλο των τελευταίων στην ανάπτυξη τοπικής πολιτιστικής πολιτικής και τη συμβολή τους ανάλογα με την εφαρμογή οργανωμένης στρατηγικής.

1. Ο ΔΗΜΟΣ ΒΥΡΩΝΑ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο Δήμος του Βύρωνα, είναι ένας από τους δήμους της Ανατολικής Αττικής και έχει περίπου 150.000 κατοίκους. Από το 2003 δήμαρχος του Δήμου Βύρωνα εκλέγεται ο Νικόλαος Χαρδαλιάς. Το δε Δημοτικό Συμβούλιο αποτελείται από 33 μέλη. Ιδιαίτερο ρόλο, για το φεστιβάλ, διαδραμάτισε ο πρώτος δήμαρχος, Δημήτριος Νικολαΐδης (1979-1994), που επί θητείας του διοργανώθηκε για πρώτη φορά η συγκεκριμένη διοργάνωση. Μάλιστα προέβη σε κατάληψη του χώρου των νταμαριών της Εργάνης (σημερινό θέατρο Βράχων), απαιτώντας την απόδοση και πολιτιστική αξιοποίησή τους από το Δήμο⁶⁷.

⁶⁷ Βλ. παράρτημ. συν. Τ. Σαρρίδου: «...Έκτοτε έχουμε μια διεκδίκηση των ΟΤΑ για το χώρο των Λατομείων, που όπως σας είπα ήταν ιδιωτικός, έτσι και στο Βύρωνα έγινε κατάληψη του χώρου από τους τότε δύο δημάρχους τον Αντώνη Λεντάκη και το Δημήτρη Νικολαΐδη, απαιτήθηκε η αξιοποίηση των νταμαριών...».

1.2 ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ

Υπεύθυνο για τη διοργάνωση του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα είναι το Πνευματικό Κέντρο του Δήμου. Είναι Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου, συστήθηκε το 1979 και στεγάζεται στο κτίριο που βρίσκεται επί των οδών Κύπρου & Ευαγγελικής Σχολής, όπου παλαιότερα λειτουργούσε το Δημαρχείο.

Το Διοικητικό του Συμβούλιο αποτελείται από 13 μέλη, τον Πρόεδρο τον αντιπρόεδρο και τα μέλη, εκ των οποίων οι 4 είναι και δημοτικοί σύμβουλοι, μεταξύ των οποίων και ο Δήμαρχος του Βύρωνα, ενώ τα υπόλοιπα είναι λαϊκά μέλη, που έχουν προταθεί από τις κομματικές παρατάξεις⁶⁸. Όλα τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου του Πνευματικού Κέντρου ορίζονται από το Δημοτικό Συμβούλιο του Δήμου και έχουν 4ετή θητεία.

ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ

Οι αρμοδιότητες και πρωτοβουλίες που αναπτύσσει το Πνευματικό Κέντρο είναι οι παρακάτω:

- Αναλαμβάνει τη διοργάνωση επετειακών και άλλων εκδηλώσεων.
- Συντονίζει και καθοδηγεί τη λειτουργία των Τμημάτων των Επιμορφωτικών Εργαστηρίων ενηλίκων και παιδιών, που βρίσκονται κάτω από την αρμοδιότητά του.
- Διοργανώνει κάθε χρόνο δύο κύρια Φεστιβάλ, το Παιδικό και το Φεστιβάλ Βράχων.
- Επιμελείται την επιλογή των εκδηλώσεων που παρουσιάζονται κατά τη διάρκεια του Κύκλου «ΜΙΚΡΗ ΣΚΗΝΗ».
- Ενθαρρύνει και προάγει όλες τις πολιτιστικές πρωτοβουλίες, προτάσεις και ιδέες των πολιτών.
- Συνεργάζεται με τους πολιτιστικούς φορείς του Βύρωνα, αλλά και άλλων περιοχών, για την προώθηση πολιτιστικών αιτημάτων στην Πολιτεία αλλά και στη διεθνή κοινότητα.

(<http://www.dimosbyrona.gr/article.php?cat=2>)

⁶⁸ σύμφωνα με δηλώσεις της κυρίας Τασίας Σαρρίδου, υπεύθυνης του Πνευματικού Κέντρου του Δήμου Βύρωνα, για το σχεδιασμό και την οργάνωση των πολιτιστικών του εκδηλώσεων.

2. ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ

2.1. ΙΣΤΟΡΙΚΟ

«Τώρα είμαι ο άνθρωπος των βράχων για χρόνια ήμουν ένας μάλλον κοσμικός σκηνοθέτης εσύχναζα στο Λονδίνο και δούλευα με τους αστέρες του Χόλυγουντ και τους πρωταγωνιστές εκεί.

Όλα αυτά ήταν μάσκες...όλα αυτά είναι εφεδρικά....και δεν μένουν πολύ στη ζωή μας. Το θέατρο είναι φοβερή τέχνη και το πρόβλημα του ηθοποιού και του θεατρίνου είναι να μη γίνει ρόλος, να μην δεχτείς να σου πω, ότι είσαι ο άνθρωπος των βράχων ή διεθνής σκηνοθέτης, να κάνεις αυτό που πιστεύεις ότι είναι γόνιμο και ότι ίσως είναι και λίγο αλλιώς από αυτό που έκανες άλλοτε.

Πάνω απ' όλα με κατείχε η αίσθηση του πόσες χιλιάδες Έλληνες ήταν στερημένοι από το υψηλό θέαμα...και σκέφτηκα ότι είναι υγιέστερο για το θέατρο τη μουσική και το χορό να απλώσουμε ρίζες σε μια πιο μεγάλη γλάστρα από το Κολωνάκι, που τουλάχιστον να είναι όση το Λεκανοπέδιο, μήπως και το δενδράκι που φυτρώνει είναι πιο ψηλό και μας βγάλει καλύτερα φρούτα. Αυτή είναι η ιδέα των Βράχων.» Μίνως Βολανάκης (<http://www.festivalbyrona.gr>).

Ο Μίνως Βολανάκης αναζητώντας κατάλληλο χώρο, για να παρουσιάσει τη «Μήδεια» και πιστός στο όραμα της πολιτιστικής αποκέντρωσης, που είχε υπηρετήσει και ως καλλιτεχνικός διευθυντής του ΚΘΒΕ χρόνια πριν (Ιωαννίδης Γρ. στο www.festivalbyrona.gr), αντιλαμβανόμενος την καλλιτεχνική αξία των ορυχείων της Αττικής, το 1981 έδωσε ζωή στα νταμάρια της Εργάνης, διοργανώνοντας τις γιορτές των Βράχων στο σημερινό Θέατρο Βράχων. Το θέατρο αυτό το ονόμασε τότε συμβολικά, Μεταμόρφωση, «διότι ένα λατομείο - χωματερή που προορίζονταν από την πολιτεία να γίνει νεκροτομείο, μεταμορφώθηκε σε θέατρο. Σήμερα έχει μετονομαστεί σε θέατρο Μελίνα Μερκούρη. Ακολούθησε ο Κοκκινόβραχος στη Νίκαια - σημερινό Κατράκειο - και τον επόμενο χρόνο το θέατρο Πέτρα στην Πετρούπολη». (Βόγλης Γιάννης στο www.festivalbyrona.gr). Η έναρξη των Γιορτών των Βράχων έγινε μέσα στην Αυγουστιάτικη Πανσέληνο με τον Μάνο Χατζηδάκι, παρουσία πέντε χιλιάδων θεατών.

Οι τότε δημοτικές αρχές είχαν υποδεχτεί με χαρά αυτή την πρωτοβουλία που ξεκινούσε και μετά από μερικά χρόνια το θέατρο παραδόθηκε στη διαχείρισή τους. Η υποδομή του θεάτρου ήταν

ανύπαρκτη,⁶⁹ οπότε «η Μελίνα Μερκούρη, αμέσως μετά τη λήξη της α' τότε πολιτιστικής πρωτεύουσας της Αθήνας, δώρισε στα δύο τότε νταμάρια, της Πέτρας (Πετρούπολη) και στο Βύρωνα, τον εξοπλισμό, τις κερκίδες ώστε να λειτουργήσουν τα δύο θέατρα» (βλ. παράρ. Συν.-Σαρρίδου Τ.).

2.2. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ (ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ)

Το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, φέτος συμπλήρωσε 20 χρόνια παρουσίας στο χώρο του Πολιτισμού. Τη διοργάνωση και το σχεδιασμό του φεστιβάλ έχει αναλάβει αποκλειστικά το Πνευματικό Κέντρο του Δήμου και οι υπάλληλοι αυτού. Υπεύθυνη για το σχεδιασμό και την οργάνωση των εκδηλώσεων είναι η κα Τασία Σαρρίδου, της οποίας η πολύχρονη ενασχόλησή με τις πολιτιστικές δραστηριότητες, της έχει προσδώσει μεγάλη εμπειρία στο χώρο των πολιτιστικών διοργανώσεων κατά κοινή ομολογία⁷⁰. Στη γενική θεώρησή του, το ίδιο το φεστιβάλ, με γνώμονα την ποιότητα και με το βάρος του πρώτου διδάξαντος και πνευματικού του πατέρα Μ. Βολανάκη, συνεχίζει να πορεύεται πιστά στο δρόμο των ποιοτικών επιλογών.

Οι επιλογές των εκδηλώσεων που κάθε χρόνο φιλοξενεί η συγκεκριμένη διοργάνωση, μαρτυρούν την αγωνία των διοργανωτών αλλά και όλου του προσωπικού, που εργάζεται για το στήσιμο του φεστιβάλ, για την αξιόλογη παρουσία του στο χώρο των φεστιβαλικών διοργανώσεων.

Το φεστιβάλ που εξετάζουμε ανήκει, όπως και η πλειοψηφία των τοπικών ελληνικών φεστιβάλ, στα μεικτά φεστιβάλ, που εμπεριέχουν στο πρόγραμμά τους τόσο μουσικές όσο και θεατρικές παραστάσεις αλλά (στη συγκεκριμένη διοργάνωση) και παραστάσεις χορού. Το μεγαλύτερο μέρος του προγράμματος κατέχουν οι μουσικές εκδηλώσεις, ακολουθούν οι θεατρικές και υπάρχει μία μικρή παρουσία των εκδηλώσεων χορού.

Πιο συγκεκριμένα στο φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα 2005 από τις 35 εκδηλώσεις που παρουσιάστηκαν, οι 21 ήταν μουσικές, οι 10 θεατρικές και οι 3 χορευτικές. Ενώ στο φεστιβάλ του 2006, από τις 28 παραστάσεις, οι 17

⁶⁹ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «...και απ' ότι θυμάμαι δεν υπήρχε κανένας εξοπλισμός, μαξιλαράκια και καρέκλες, κάτω ο κόσμος και οι ηθοποιοί επί σκηνής».

⁷⁰ Βλ. παραρ. συν. Π. Μουχταρίδη: «...ας πούμε η Τασία Σαρρίδου (στο Βύρωνα), έχεις πετύχει έναν άνθρωπο που ξέρει τη δουλειά».

ήταν μουσικές, οι 7 θεατρικές και μόνο μία αφορούσε το χορό (βλ. παράρτ. προγραμμάτων).

Η μικρή αλλά απαραίτητη παρουσία εκδηλώσεων χορού στη συγκεκριμένη διοργάνωση, αποτελεί συνειδητή και αναγκαία επιλογή των διοργανωτών. Βασικός στόχος των τελευταίων είναι να υπηρετούνται κατά το δυνατόν οι πιο πολλές μορφές τέχνης στην εν λόγω διοργάνωση, γι' αυτό, παρόλο που ο χορός δεν αποτελεί το δυνατό σημείο εισπρακτικά⁷¹ κάποιας τόσο πολύπλευρης διοργάνωσης, παραμένει ως μια απαραίτητη καλλιτεχνική επιλογή.

Στην πλειοψηφία τους οι καλλιτεχνικές συμμετοχές είναι ελληνικές, τα τελευταία χρόνια όμως είναι έκδηλη η τάση και η επιθυμία των διοργανωτών, να γίνει το φεστιβάλ τους πιο πλουραλιστικό, χωρίς να λοξοδρομεί από τον μονόδρομο⁷² της ποιότητας, που έχουν επιλέξει (βλ. παράρ. Προγραμμάτων Φεστιβάλ).

Στο φεστιβάλ του Βύρωνα εμφανίζονται κατά καιρούς από την Ελευθερία Αρβανιτάκη έως το Θανάση Πακωνσταντίνου, από το Δημήτρη Σγούρο έως τον Νίκο Γκαραβέλα με country μουσικές, από τον Iggy Pop έως τους Red Poppy Chinese Ladies Percussions, από την Άννα Βαγενά με το σύγχρονο θεατρικό «Αγγέλα Παπάζογλου» έως αρχαία κλασσικά κείμενα, από τις Ροδες και τους Ενδελέχεια έως αφιέρωμα στο ελληνικό παραδοσιακό τραγούδι με το Λάμπρο Λιάβα (βλ. παράρ. Προγραμμάτων). Η πολυμορφία και η πολυχρωμία είναι βασικό συστατικό μιας τέτοιας διοργάνωσης, χωρίς όμως ευτυχώς να παρεκκλίνει, συχνά, από εισπρακτικά κίνητρα σε καθαρά μαζικές επιλογές.

Ο χρόνος πραγματοποίησης του φεστιβάλ εντοπίζεται τους καλοκαιρινούς μήνες είτε Ιούνιο – Ιούλιο είτε Αύγουστο-Σεπτέμβριο, εναλλάξ κάθε έτος, (για λόγους που θα εξηγήσουμε παρακάτω), ενώ η διάρκειά του αγγίζει τους δύο μήνες. Για παράδειγμα το φεστιβάλ του 2006 διεξήχθη από την 6/6 έως την 27/7, το φεστιβάλ του 2004 από την 7/7 έως την 21/7, το φεστιβάλ του 2003 από την 26/8 έως την 27/9 (βλ. παράρτ. Προγραμμάτων).

⁷¹ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «...για παράδειγμα ο χορός ποτέ δεν είναι κερδοφόρος, αλλά ένα φεστιβάλ, που σέβεται τον εαυτό του πρέπει να έχει και 2-3 εκδηλώσεις χορού».

⁷² Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...προσπαθούμε γενικότερα να συνδυάσουμε και ηλικιακά και μουσικά ακούσματα, πάντα βέβαια μη θυσιάζοντας το ζήτημα της ποιότητας». Επίσης του ίδιου: «...είναι μονόδρομος (η επιλογή της ποιότητας), εμείς δεν κάνουμε μόδα με το φεστιβάλ».

Λόγω των γενικού και ποικίλου περιεχομένου εκδηλώσεων που φιλοξενούνται στο φεστιβάλ, αυτό απευθύνεται και στοχεύει όχι απαραίτητα και αποκλειστικά σε ειδικά κοινά, συγκεκριμένων ηλικιών και ειδικών καλλιτεχνικών προτιμήσεων, αλλά στο ευρύτερο κοινό της Αττικής, ανάλογα δε με τις εκδηλώσεις που φιλοξενεί και στο ευρύτερο ελληνικό κοινό⁷³, και σε σπάνιες περιπτώσεις στους τουρίστες⁷⁴. Η δε συνολική προσέλευση του κοινού στο τελευταίο φεστιβάλ εκτιμάται περί τις 80.000, ακολουθώντας σταθερά ανοδική πορεία όλα τα χρόνια της διοργάνωσης⁷⁵.

2.3 Ο ΧΩΡΟΣ

«Χωροταξία είναι σκηνοθεσία σε πολύ μεγάλη κλίμακα». (Βολανάκης Μ. www.festivalbyrona.gr).

Ο χώρος, όπου διεξάγεται το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, είναι ένα λατομείο, τα νταμάρια της Εργάνης. Αποτελείται από δύο θέατρα. Αρχικά υπήρχε ένα θέατρο, μια μεταλλική κατασκευή με ξύλινες κερκίδες για τους καθημένους, που ονομάζεται Μελίνα Μερκούρη, που είναι και ο κύριος χώρος των παραστάσεων, κυρίως μουσικών αλλά και αρκετών άλλων. Αργότερα κατασκευάστηκε ένα μικρότερο, που ονομάστηκε Άννα Συνοδινού, που φιλοξενεί κάποιες θεατρικές παραστάσεις. Η υποδομή των θεάτρων αυτών (στο εξής θέατρο) δεν είναι αυτό για το οποίο μπορεί να καυχώνται οι διοργανωτές, αναγνωρίζεται δε από όλους η ανάγκη αναβάθμισης της υποδομής των συναυλιακών αυτών χώρων⁷⁶.

Ωστόσο η υποβλητικότητα, η καλή ακουστική και η ιδιαίτερη ενέργεια του χώρου, προσέρχονται από τους καταπληκτικούς πανύψηλους

⁷³ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «Όχι, δεν είναι ειδικό το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Απευθύνεται σ' όλο το λεκανοπέδιο της Αττικής και πολλές φορές σε εκδηλώσεις που είναι ειδικές, όπως ήταν οι Deep Purple, έχουμε κόσμο και εκτός Αττικής». Επίσης στη συν. Ν. Χαρδαλιά: «(ερώτηση) Το τοπικό φεστιβάλ απευθύνεται βασικά στους δημότες και κατοίκους του Βύρωνα; (απάντηση) Όχι. Είναι ένα φεστιβάλ για την Αθήνα... Είναι ένα φεστιβάλ για την Ελλάδα και υπάρχουν παραστάσεις που μας παίρνουν από όλα τα μέρη της Ελλάδας για να έρθουν».

⁷⁴ Βλ. Παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «(ερώτηση) Εκτός Ελλάδος κοινό υπάρχει; (απάντηση) Όχι, ευκαιριακά μόνο. (ερώτηση) Τουρίστες δηλαδή; (απάντηση) Ναι, ναι».

⁷⁵ Σύμφωνα με απάντηση της υπεύθυνης σχεδιασμού και οργάνωσης του Φεστιβάλ, κας Τ. Σαρρίδου, έπειτα από τηλεφωνική μας επικοινωνία.

⁷⁶ Βλ. παράρτ. συν. Π. Μουχταρίδη: «...Η αισθητική του θεάτρου Βράχων είναι ενδιαφέρουσα, αλλά πρέπει να φτιάξει το θέατρο». Επίσης, από τα ερωτηματολόγια στην ερώτησή μας «Τι νομίζετε ότι λείπει από το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα;», το μεγαλύτερο ποσοστό αφορούσε στη βελτίωση της υποδομής σε ποσοστό 14% των ερωτηθέντων, καλύτερες εγκαταστάσεις σε ποσοστό 7,8 και καλύτερη αξιοποίηση περιβάλλοντος χώρου σε ποσοστό 1,5% (χωρίς καθορισμένες επιλογές απαντήσεων).

βράχους⁷⁷, που ορθώνονται αρκετά μέτρα μπροστά από τις κερκίδες των θεάτρων. Ο περιβάλλων χώρος είναι ανοιχτός και έχει θέα σε όλο το Λεκανοπέδιο, που τα βράδια είναι μαγευτική⁷⁸. Περιλαμβάνει επίσης μια πολύ μεγάλη έκταση η οποία, κατά τις εκδηλώσεις, χρησιμοποιείται ως χώρος στάθμευσης.

Το πρόβλημα : Το θέατρο Βράχων αποτελεί ιδιοκτησία κατά το ήμισυ δύο όμορων Δήμων της Αττικής, του Δήμου Βύρωνα και του Δήμου Ύμηττου. Τα όρια των δύο Δήμων συναντώνται ακριβώς στη μέση του θεάτρου. Μάλιστα τόσο ο Δήμος Βύρωνα όσο και Ύμηττου διοργανώνουν και οι δύο το καλοκαίρι τις εκδηλώσεις τους, οπότε το Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα (και του Ύμηττου αντίστοιχα) διοργανώνεται μία χρονιά Ιούνιο – Ιούλιο και μία Αύγουστο–Σεπτέμβριο εναλλάξ. (βλ. παράρτημα-φυλλαδίων και προγραμμαμάτων).

Το δεύτερο πρόβλημα είναι ότι το θέατρο δεν έχει άδεια ούτε εγκατάστασης ούτε λειτουργίας, διότι βρίσκεται στη Β ζώνη Ύμηττου. Αν και γίνονται διαβήματα για να επιλυθεί το ζήτημα, ωστόσο οι γραφειοκρατικές διαδικασίες στις υπηρεσίες (ΥΠΕΧΩΔΕ κ.λπ.) έχουν οδηγήσει σε αδιέξοδο. Αποτέλεσμα όλης αυτής της κατάστασης είναι να μην τολμά κανείς να προβεί σε καλύτερη αξιοποίηση και εκμετάλλευση του χώρου καθώς και σε βελτίωση των εγκαταστάσεων, που απαιτούν την δαπάνη αρκετών χρημάτων, υπό το αβέβαιο αυτό καθεστώς, που υφίσταται 20 χρόνια και πλέον!⁷⁹

⁷⁷ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «...είναι επιβλητικός χώρος, το ότι υπάρχουν αυτοί οι κάθετοι βράχοι δημιουργεί μια πολύ καλή ακουστική με αποτέλεσμα κάποιοι, που ξέρουν το χώρο και γνωρίζοντας τους υπόλοιπους χώρους της Αττικής, να τον προτιμούν και λόγω τοποθεσίας το χώρο».

⁷⁸ Στην έρευνα που διεξήγαμε, στην ερώτηση –Τι αγαπάτε πιο πολύ στο φεστιβάλ του Βύρωνα, η πιο δημοφιλής απάντηση των ερωτηθέντων κατά ποσοστό 15,8% ήταν ο χώρος και το τοπίο.

⁷⁹ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «Υπάρχει ένα ζήτημα με το θέμα των εγκαταστάσεων. Εμείς ως καινούρια δημοτική αρχή δώσαμε πάρα πολλά λεφτά για να φτιάξουμε τους χώρους τους περιβάλλοντες και νομίζω είναι ένας πανέμορφος χώρος που έχει διαμορφωθεί. Πριν ήταν ένα παλιό ξερό με χώμα. Το θέμα όμως είναι το εξής: ότι την ίδια στιγμή το κράτος θα αποφασίσει επιτέλους να νομιμοποιήσει τις εγκαταστάσεις...» και επίσης ο ίδιος: «...τις έχουν επισκεφθεί όλοι οι πρωθυπουργοί της χώρας λοιπόν και αρνείται το κράτος να νομιμοποιήσει αυτές τις εγκαταστάσεις, διότι βρίσκονται στη Β ζώνη Ύμηττου. (ερώτηση) Δηλαδή; (απάντηση) Δεν μας δίνει άδεια. (ερώτηση) Το θέατρο είναι παράνομο; (απάντηση) Βεβαίως. Δεν έχει άδεια ούτε εγκατάστασης ούτε λειτουργίας». Ο ίδιος για το συγκεκριμένο θέμα: «...και όσες φορές προσπαθούμε να εξηγήσουμε πέντε πράγματα μπλέκουμε στα γραφειοκρατικά γρανάζια, διότι δεν έχει κανείς την πολιτική βούληση να βάλει προτεραιότητα τη νομιμοποίηση αυτών των χώρων. Διότι αν ήταν νόμιμοι οι χώροι αυτοί θα μπορούσαμε να τους αξιοποιήσουμε σε ακόμα καλύτερη κατεύθυνση».

2.4 ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

Αν και όπως αναφέραμε ανωτέρω, τον ίδιο χώρο διαχειρίζονται δύο ΟΤΑ, οπότε και πραγματοποιούνται δύο φεστιβάλ, τα περισσότερα χρόνια, κάθε καλοκαίρι, εμείς επικεντρωνόμαστε στο φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα. Κατά γενική εκτίμηση^{80,81}, η παρουσία του εξεταζόμενου φεστιβάλ, όλα τα χρόνια της διοργάνωσής του, είναι ιδιαίτερος έντονη και καταλυτική, σε βαθμό ώστε και στη συνείδηση του κόσμου να έχει καταγραφεί, ότι στα Θέατρα Βράχων διεξάγεται το φεστιβάλ Βύρωνα και όχι και το φεστιβάλ Υμηττού.

Το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, είναι σαφώς ένα τοπικό φεστιβάλ και διοργανώνεται από το Πνευματικό Κέντρο του Δήμου Βύρωνα Αττικής, όπου μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του Πνευματικού Κέντρου είναι ο ίδιος ο Δήμαρχος κ. Νίκος Χαρδαλιάς.

Το προσωπικό, που ασχολείται και είναι επιφορτισμένο με την οργάνωση, το στήσιμο και την επικοινωνία του φεστιβάλ, είναι δημοτικοί υπάλληλοι και αμείβονται από την τακτική επιχορήγηση του Δήμου προς το Πνευματικό Κέντρο. Επίσης είναι ανειδίκευτοι⁸², όπως συμβαίνει σε όλα σχεδόν τα τοπικά φεστιβάλ της Αττικής και της Περιφέρειας. Οι εν

⁸⁰ Βλ. παράρτ. συν. Ο. Ιωάννου: «...τόσα χρόνια δεν κάνουν τίποτα (ενν. ο δήμος Υμηττού), δεν υπήρχε φεστιβάλ, ήταν σκόρπιες εκδηλώσεις...».

⁸¹ Χαρακτηριστική είναι η ερώτηση, που τέθηκε στο νυν Δήμαρχο Υμηττού κ. Ζούπα από τον Δημοτικό Αντίλογο: «Ο πρώην δήμαρχος Υμηττού Δημήτρης Αργιανάς εξέφρασε το παράπονο στο Δημοτικό Συμβούλιο ότι το Φεστιβάλ Θεάτρου Βράχων, είναι πιο γνωστό ως «Φεστιβάλ Βύρωνα» και όχι ως «Υμηττού». Συμμερίζεστε τη συγκεκριμένη άποψη;» αλλά και η απάντηση αυτού, μέρος της οποίας παρέθετουμε: «Αν ισχύει η συγκεκριμένη δήλωση ίσως ο κ. Αργιανάς αναφέρεται στα χρόνια που ο ίδιος ασκούσε τη διοίκηση του Δήμου. Ως νέα δημοτική αρχή είχαμε ως στόχο να αναβαθμίσουμε το Φεστιβάλ Υμηττού που τόσο χρόνια ήταν στην αφάνεια...». <http://www.dimotikosantilogos.gr/article.php?id=914&article=926>)

⁸² Βλ. υποσημείωση 23. αλλά βλ. και παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «(ερώτηση) Όσοι ασχολούνται με το φεστιβάλ είναι υπάλληλοι, δεν είναι εξειδικευμένοι; (απάντηση) Ναι δεν είναι. Έχω άποψη όμως γι αυτό το θέμα. Προτιμώ τους μη εξειδικευμένους από τους εξειδικευμένους. Οι εξειδικευμένοι και ασχολούμενοι και δημιουργικά με την τέχνη, έχουν στεγανά πολλές φορές και οι ορίζοντές τους έχουν και στοιχεία υποκειμενικά. Οι μη εξειδικευμένοι αποκτούν μία σχέση αντικειμενική με το πραγματικό ουσιαστικό αντικείμενο. Ο μη εξειδικευμένος, που έχει την θέληση και την εμπειρία να οργανώσει κάτι, αντιμετωπίζει όλους τους καλλιτέχνες εξίσου με τις ιδιοτροπίες τους, με τις νοοτροπίες τους, με ότι σημαίνει αυτό, σε αντίθεση με άλλους εξειδικευμένους και εμπλεκόμενους στην τέχνη δημιουργικά. Προτιμώ την προσέγγιση αυτή την μη εξειδικευμένη αρκεί να βασίζεται, να είναι μέρος ενός θεσμικού πλαισίου».

λόγω υπάλληλοι δεν έχουν προσληφθεί, συγκεκριμένα, για το σκοπό της διοργάνωσης του φεστιβάλ ή γιατί έχουν ειδικές σπουδές πάνω στο συγκεκριμένο αντικείμενο. Δύναμή τους είναι η καλή συνεργασία μεταξύ τους και πάνω από όλα η εμπειρία που έχουν αποκτήσει, από την εικοσαετή παρουσία του φεστιβάλ στις πολιτιστικές διοργανώσεις⁸³. Η εμπειρία τους αυτή ομολογείται και από πολύ έμπειρους ανθρώπους του χώρου και του αντικειμένου, που έρχονται σε επαφή μαζί τους και συνεργάζονται στον τομέα της διοργάνωσης και παρουσίασης εκδηλώσεων.⁸³

2.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ

Η ταυτότητα και το στίγμα του φεστιβάλ ορίζεται και οριοθετείται από τη Δημοτική Αρχή⁸⁴, η ευθύνη όμως για την κατάρτιση του προγράμματος και την λήψη αποφάσεων για τις συμμετοχές των καλλιτεχνών ανήκει στο Διοικητικό Συμβούλιο του Πνευματικού Κέντρου, του οποίου μέλος του είναι και ο Δήμαρχος⁸⁵. Συγκεκριμένα ακολουθείται η εξής διαδικασία:

Καταρχήν έχει συγκροτηθεί από το Διοικητικό Συμβούλιο μία επιτροπή⁸⁶, που ασχολείται με τα θέματα που άπτονται του φεστιβάλ και της διοργάνωσής του. Αφού η ανωτέρω επιτροπή συγκεντρώσει τις υποψήφιες καλλιτεχνικές προτάσεις συμμετοχών⁸⁷, τις επεξεργάζεται και ακολούθως εισηγείται τις προτάσεις της στο Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο και αποφασίζει.

⁸³ βλ. υποσημ. 70 και 107

⁸⁴ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...σαφέστατα το προφίλ και το στίγμα (ενν. του φεστιβάλ) είναι κάτι το οποίο το συνεννοούμε σε επίπεδο Διοίκησης και σε επίπεδο Δημοτικής Αρχής, πάνω σ' αυτό χτίζουμε και αξιοποιούμε την τεχνογνωσία και την εμπειρία των στελεχών του φεστιβάλ για να μπορέσουμε αυτό να το βγάλουμε προς τα έξω...».

⁸⁵ Βλ. προηγ. κεφ. Δημοτικά Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου (2.2.7. σ. 29)

⁸⁶ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά «(ερώτηση) Όταν έρχεται ένα σχήμα το οποίο απαιτεί πολλά, όλα αυτό το αποφασίζει ποιος; (απάντηση) Υπάρχει μια επιτροπή του διοικητικού συμβουλίου, που είναι η πρόεδρος, ο αντιπρόεδρος, συμμετέχω και εγώ ως μέλος του ΔΣ, οι 3 βασικοί συντελεστές, η καλλιτεχνική διεύθυνση, δηλ. η Τασία Σαρρίδου (Υπεύθυνη του Πνευματικού Κέντρου του Δήμου Βύρωνα για τον Σχεδιασμό και την Οργάνωση εκδηλώσεων), η Νέλια Ξανθάκη (Δημόσιες Σχέσεις και Γραφείο Τύπου) και η Βούλα Μαρουλιανάκη (στις Δημόσιες Σχέσεις και στις Χορηγίες) ως υπεύθυνες του φεστιβάλ, αυτή είναι η 7άδα των ανθρώπων που θα εισηγηθούμε στο ΔΣ τι πρέπει να κάνουμε».

⁸⁷ Βλ. παράρτ., συν. Τ. Σαρρίδου: «Οι συμμετοχές γίνονται ή από προτάσεις που έρχονται ή από δικές μας σκέψεις, κάνουμε την επαφή και μετά βλέπουμε τι όντως υπάρχει και ακολούθως στήνουμε το πρόγραμμα».

Η επεξεργασία των προτάσεων αυτών συνίσταται στη προηγούμενη διερεύνηση των αναγκών του φεστιβάλ, στην αναζήτηση και εξασφάλιση εγκαίρως, της συμμετοχής των ισχυρών καλλιτεχνικών σχημάτων⁸⁸ της εποχής με οικονομικά⁸⁹ ανεκτές για την δυνατότητα της διοργάνωσης συμφωνίες, στη διασφάλιση παρουσίας μιας ανανεωμένης⁹⁰ εικόνας της διοργάνωσης, με γενικό προσανατολισμό την παραγωγή ενός ποιοτικού πολιτιστικού προϊόντος.

Αφού τύχουν της εγκρίσεως οι ανωτέρω προτάσεις από το ΔΣ του Πνευματικού Κέντρου, γίνονται οι επαφές και διευθετηθούν οι συμφωνίες με τους συμμετέχοντες καλλιτέχνες ή τα γραφεία καλλιτεχνών με τα οποία συνεργάζονται οι τελευταίοι, σχεδιάζεται το πρόγραμμα των εκδηλώσεων⁹¹, ετοιμάζονται τα έντυπα του προγράμματος και ακολούθως καταρτίζονται και υπογράφονται τα συμβόλαια⁹² με όλους τους συμμετέχοντες.

Για την προώθηση και δημοσιοποίηση της διοργάνωσης και των εκδηλώσεων που φιλοξενούνται αλλά και για τις δημόσιες σχέσεις του φεστιβάλ, το Πνευματικό Κέντρο και ο Δήμος συνεργάζονται με γραφείο τύπου, με την ιδιότητα του εξωτερικού συνεργάτη⁹³. Στη συνέχεια ή και

⁸⁸ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου «...Δεν ξέρουμε καν τι σχήματα θα κυκλοφορήσουν το καλοκαίρι».

⁸⁹ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «Έχει χρειαστεί να πάρουμε και δύσκολες αποφάσεις, υπήρχαν καλλιτέχνες αγαπητοί και φίλοι καλοί, οι οποίοι είχαν μια συνέχεια στο φεστιβάλ, αλλά όταν ξαφνικά συνειδητοποιήσαμε, ότι όλο το φεστιβάλ λειτουργούσε για να εξασφαλίσει ένα καλό εισόδημα για εκείνους, όσο κι αν μας πείραξε, αναγκαστήκαμε να πάρουμε δύσκολες αποφάσεις. Είναι χαρακτηριστικό, ότι φέτος στο πρόγραμμά μας παραδοσιακοί φίλοι μας, που συμμετείχαν όλα αυτά τα χρόνια, επειδή πιστεύουμε ότι υπερέβησαν τα εσκαμμένα, ίσως όχι οι ίδιοι, οι εκπρόσωποί τους ίσως, αποφασίσαμε να μη συμμετέχουν. Εμείς είμαστε ένα φεστιβάλ που πολύ δύσκολα θα εκβιαστούμε από καταστάσεις, από περιστάσεις ή θα πιεστούμε από οποιονδήποτε άλλον. Το έχουμε ξεκαθαρίσει αυτό μεταξύ μας ...».

⁹⁰ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...Κάθε χρόνο προσπαθούμε να δώσουμε καινούριο νόημα να κάνουμε το κάτι παραπάνω το κάτι διαφορετικό, αυτό είναι το στοίχημα, αυτή είναι η ηδονή που νιώθουμε όλοι, όσοι ασχολούμαστε με τα ζητήματα του πολιτισμού».

⁹¹ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «Φτιάχνουμε το πρόγραμμα, τη σειρά των εκδηλώσεων, ετοιμάζουμε τα έντυπα του προγράμματος...κάνουμε την επαφή (ενν. με τους καλλιτέχνες ή τα γραφεία τους) και μετά βλέπουμε τι όντως υπάρχει και ακολούθως στήνουμε το πρόγραμμα».

⁹² Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «Αφού στήσεις το πρόγραμμα πας στη συμβολαιοποίηση προγράμματος μία μία εκδήλωση».

⁹³ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «Έχουμε γραφείο τύπου που συνεργαζόμαστε, εξωτερικό συνεργάτη όχι από εδώ, που στέλνει δελτία τύπου, που έχει επαφές με τα κανάλια, και τις εφημερίδες. Κάθε μέρα έχω ενημέρωση από τις κοπέλες που δουλεύουν από το

παράλληλα με τα προαναφερθέντα, γίνεται μια σειρά απαραίτητων ενεργειών στον ίδιο το χώρο των εκδηλώσεων,⁹⁴ προκειμένου να ευπρεπιστεί, να τοποθετηθούν εξοπλισμοί και να αρχίσει η φύλαξή του κατά την περίοδο διενέργειας του φεστιβάλ. Κατά τη διάρκεια των παρουσίασης των εκδηλώσεων τοποθετούνται άτομα στο χώρο του θεάτρου Βράχων, που βοηθούν στην εξυπηρέτηση και το συντονισμό της διαδικασίας.

2.6 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα χρηματοδοτείται από τον ίδιο το Δήμο και τα τελευταία 4 χρόνια και από χορηγούς. Πρόκειται μάλιστα όχι για τοπικές επιχειρήσεις αλλά για μεγάλες και οικονομικά ισχυρές εταιρείες, η οικονομική συμμετοχή των οποίων ανέρχεται σε ποσοστό 60% του κόστους διοργάνωσης του φεστιβάλ⁹⁵.

Αν και όψιμη η πρακτική της χορηγίας, εξελίχθηκε σε σωτήρια λύση για την βιωσιμότητα του φεστιβάλ, αφού αυτό συνεχίζει να υφίσταται τόσα χρόνια, παρόλο που η νέα δημοτική αρχή παρέλαβε υπερχρεωμένο⁹⁶ το Δήμο, από τις προηγούμενες δράσεις του.

Οι κρατικές επιχορηγήσεις μπορεί στο παρελθόν να ήταν μια βασική πηγή χρηματοδότησης του φεστιβάλ, διότι δεν μπορεί να εξηγηθεί διαφορετικά η πολύχρονη παρουσία του, ενώ οι χορηγικές συνεργασίες είναι πρόσφατες πρακτικές για το Δήμο του Βύρωνα. Σήμερα ωστόσο η απουσία της κρατικής οικονομικής στήριξης των πολιτιστικών δράσεων

γραφείο τύπου. (ερώτηση) Δηλαδή με ιδιωτικό φορέα; (απάντηση) Ναι. (ερώτηση) Ο δήμος δηλαδή συνεργάζεται με ιδιωτικό φορέα; (απάντηση) Ναι, δημόσιες σχέσεις κάνει το γραφείο τύπου».

⁹⁴ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «Ακολουθως, το στήσιμο του θεάτρου απαιτεί υποδομή, να στήσουν τα φώτα, που δεν υπάρχουν το χειμώνα, να πάνε τα συνεργεία καθαριότητας, να καθαρίσουν το χώρο, τις τουαλέτες, να φτιάξουν τον περιβάλλοντα χώρο, μετά ξεκινάς τη φύλαξη, γιατί έχεις μέσα εξοπλισμό, καθαριότητα μόνιμη, καμαρίνια, τουαλέτες, περιβάλλον χώρος, parking την ώρα των εκδηλώσεων, 10 παρκαδόρους, έλεγχο εισόδων, εισιτήρια, ταξιθεσία μέσα στο χώρο, μια κοπελίτσα που 'χω στα καμαρίνια, μια για τα τηλέφωνα».

⁹⁵ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...Προσπαθούμε σε επίπεδο χορηγών και υποστηρικτών να κρατήσουμε το φεστιβάλ και είναι πολύ σημαντικό, ότι το φεστιβάλ τα τελευταία χρόνια καλύπτει όλες του τις ανάγκες». Του ιδίου: «...Τα τελευταία χρόνια τα λειτουργικά μας έξοδα και μέρος των χρημάτων, που καταθέτουμε στα σχήματα τα καλύπτουμε αποκλειστικά και μόνο από χορηγούς. Θα έλεγα ότι ένα ποσοστό της τάξεως του 60% των χρημάτων που χρειαζόμαστε είναι καθαρά από τους χορηγούς».

⁹⁶ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «... και δυστυχώς αυτή τη μαύρη τρύπα, που παραλάβαμε αρκετών χιλιάδων ευρώ, προσπαθούμε σιγά σιγά να τη μικραίνουμε».

του Δήμου Βύρωνα είναι γεγονός.⁹⁷ Μάλιστα το 2006 το Υπουργείο Πολιτισμού, παρά τη δέσμευσή του να επιχορηγήσει το εξεταζόμενο φεστιβάλ, ουδέποτε απέδωσε τα υπεσχημένα κονδύλια, παρόλο που ο Δήμος, βασιζόμενος στην ανωτέρω δέσμευση, ανέγραψε στο Πρόγραμμα εκδηλώσεών του, την οικονομική συμμετοχή του εν λόγω Υπουργείου⁹⁸ (βλ. παραρτ. Φυλλαδίων).

2.7 ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ

Το πρόγραμμα του Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα περιλαμβάνει κατά το μεγαλύτερο ποσοστό συναυλίες αλλά και αρκετές θεατρικές παραστάσεις, ενώ η παρουσία ομάδων χορού στα προγράμματα του φεστιβάλ είναι ελάχιστη αλλά κρίνεται απαραίτητη, από τους διοργανωτές (όπως αναλύσαμε παραπάνω).

Οι επιλογές των συμμετοχών αποφασίζονται με γνώμονα την ποιότητα⁹⁹ αλλά και την πιθανότητα ενίσχυσης του γοήτρου του φεστιβάλ. Τα σχήματα και οι καλλιτέχνες που συμμετέχουν είναι από τα πιο ισχυρά και γνωστά του ευρύτερου ποιοτικού χώρου. Ωστόσο, λαμβάνεται μέριμνα και για την παρουσία καλλιτεχνικών σχημάτων, που απευθύνονται σε πιο ειδικές ομάδες κοινού.

Ως προς τα είδη της μουσικής δεν υπάρχει περιορισμός του τύπου έντεχνο, λαϊκό, μοντέρνο, σύγχρονη ή παραδοσιακή μουσική, κλασσικό ροκ κ.λ.¹⁰⁰

Ως προς τις θεατρικές παραστάσεις φιλοξενούνται κυρίως παραστάσεις που ανεβαίνουν με κείμενα μεγάλων αρχαίων ποιητών αλλά και κλασσικών ξένων θεατρικών συγγραφέων. Σημαντική αλλά μικρότερη είναι η παρουσία των έργων του σύγχρονου ελληνικού θεάτρου.¹⁰¹ (βλ. παραρτ. Φυλλαδίων).

⁹⁷ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...το δικό μας το φεστιβάλ, άμεσα τα χρόνια που είμαι εγώ δήμαρχος από το υπουργείο Πολιτισμού δεν έχει επιχορηγηθεί ποτέ».

⁹⁸ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...το υπουργείο πολιτισμού είχε δεσμευτεί να μας επιχορηγήσει με κάποια χρήματα, τα οποία δεν μας τα επιχορήγησε ποτέ».

⁹⁹ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «...το κριτήριο είναι το εάν αυτός που θα έρθει στο θέατρο Βράχων, θα βάλει ένα λιθαράκι στην Πολιτιστική Ανάπτυξη» .

¹⁰⁰ Για παράδειγμα ελληνικές μουσικές συμμετοχές στο φεστιβάλ του 2006 ήταν οι Γ. Νταλάρας, Σωκράτης Μάλαμας, Ε. Αρβανιτάκη, Γ. Μαρκόπουλος, Μανώλης Ρασούλης, Πάνος Κατσιμίχας κ.ά. (βλ. παράρτ. Προγραμμάτων).

¹⁰¹ Για παράδειγμα θεατρικά έργα που παρουσιάστηκαν στο φεστιβάλ του 2006 ήταν: Πέρσες (Αισχύλου), Όρνιθες (Αριστοφάνη), Θεσμοφορίζουσες (Αριστοφάνη) αλλά και Μαρία Πενταγιώτισσα (Μποστ), Λυσισιστρώ όνειρα γλυκά (Γ. Μεσολογγίτη) κ.ά.

Ένας μακροπρόθεσμος στόχος των διοργανωτών του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα είναι η αναβάθμισή του από τοπικό ελληνικό φεστιβάλ σε ευρωπαϊκό¹⁰², γι' αυτό και τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ένα άνοιγμα του φεστιβάλ στις ξένες συμμετοχές μεγάλων και γνωστών καλλιτεχνών και σχημάτων. Στο πρόγραμμα του 2006, από τις 28 εκδηλώσεις οι 7 αφορούσαν ξένες συμμετοχές. Ενώ στο πρόγραμμα του 2005 από τις 35 εκδηλώσεις οι 8 ήταν με ξένους καλλιτέχνες ή με συμμετοχές και ξένων καλλιτεχνών.¹⁰³

2.8 ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ MANAGEMENT - ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ MARKETING

Σε ότι αφορά τη διαχείριση, ο διοργανωτής Δήμος, ορίζοντας την ταυτότητα και τους στόχους του, πρέπει να εντοπίσει τα ισχυρά σημεία του φεστιβάλ του, να τα ισχυροποιήσει και να τα εκμεταλλευτεί, να εντοπίσει και να αποτρέψει τις αρνητικές επιπτώσεις. Αφού αυτά αποτυπωθούν με τρόπο σαφή, ως κομμάτι ενός σχεδιασμού προώθησης και πραγματοποίησης της συγκεκριμένης διοργάνωσης, πρέπει να αποφασιστούν οι τρόποι και να βρεθούν οι λύσεις, ώστε το όλο εγχείρημα να επικοινωνηθεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να μη δημιουργήσει σύγχυση τόσο στο στοχευόμενο κοινό αλλά και σε άλλα πιθανά και μελλοντικά εμπλεκόμενα μέρη, όπως οι χορηγοί. Παράλληλα, εντός του πλαισίου στρατηγικού σχεδιασμού θα πρέπει να εκπονηθεί και ένα χορηγικό πλάνο, σύμφωνα με το οποίο θα πρέπει να αναζητηθούν και οι υποψήφιοι ενδιαφερόμενοι χορηγοί.

Ως προς το θέμα του καθορισμού της ιδέας και του εντοπισμού της ταυτότητας στο Φεστιβάλ του Βύρωνα, αυτό έχει προηγηθεί αρκετά χρόνια, από την αρχική ιδέα του Μίνου Βολανάκη. Το ζήτημα που γεννάται όμως σήμερα ως προς το όραμα, είναι το νέο περιεχόμενο αυτού. Όπως διαφαίνεται, η ανανέωση-εμπλουτισμός του περιεχομένου του οράματος, η διεθνοποίηση του φεστιβάλ και η διατήρηση των

¹⁰² Βλ.παράρτ. συν Ν. Χαρδαλιά: «...Καταφέραμε το διεθνοποιήσαμε, το εντάξαμε στις εκδηλώσεις τις Πολιτιστικής Ολυμπιάδας με τα δύο project του Χατζιδάκη και για μας το στοίχημα είναι καθημερινό με το φεστιβάλ.» και του ιδίου «...έχουμε όλα τα δεδομένα για να εξελιχθεί... (ενν. το φεστιβάλ σε ευρωπαϊκό).

¹⁰³ Για παράδειγμα κάποιες από τις ξένες μουσικές συμμετοχές στο φεστιβάλ του 2006 ήταν οι Antony and the Johnsons, Joan as police woman, Iggy Pop and the Stooges, Purescence, Gocoo Magic drummers of Japan κ.ά.

ποιοτικών επιλογών, εντάσσονται στους βασικούς στόχους της διοργανώτριας Δημοτικής Αρχής.¹⁰⁴

2.8.1 PEST ΑΝΑΛΥΣΗ

Το Πολιτικό/νομικό περιβάλλον : νέα νομοθεσία για την πολιτιστική χορηγία (30% φοροαπαλλαγή), ελεύθερη διακίνηση ιδεών, συνταγματική κατοχύρωση ελευθερίας της τέχνης και της καλλιτεχνικής έκφρασης (άρθρο 6 παρ. 1 Συν/τος), ευρύτερες πολιτικές και ευρωπαϊκές κοινοτικές οδηγίες. Αναζήτηση καλλιτεχνικών εταίρων μέσω της συμμετοχής του φεστιβάλ στο πολιτιστικό δίκτυο «la rencontre», προκειμένου να εκμεταλλευτούν ευρωπαϊκές πολιτικές και προγράμματα χρηματοδοτήσεων, που απαιτούν την διαπολιτισμική συνεργασία¹⁰⁵.

Το οικονομικό περιβάλλον: υψηλός δείκτης ανεργίας, άνοδος πετρελαίου και τιμών αγαθών, στη γενικότερη οικονομική ύφεση, στους πενιχρούς μισθούς. Νέες δυνατότητες διαφαίνονται μέσα από την ενίσχυση του θεσμού των δικτύων πόλεων, θεσμός που αν και ξεκίνησε δυναμικά ατόνησε στην πορεία στη χώρα μας, με το πρόγραμμα «Περιφέρεια Πολιτισμού» το 1997.

Το Κοινωνικό/πολιτιστικό περιβάλλον: κοινό που ενδιαφέρεται για την τέχνη και τον πολιτισμό, διευρυμένοι πολιτιστικοί ορίζοντες κοινού, θετική στάση σε ξένα και ιδιαίτερα θεάματα¹⁰⁶ και τάσεις του εξωτερικού.

Το τεχνολογικό περιβάλλον: τεχνολογική εξέλιξη στη μουσική βιομηχανία και στην βιομηχανία του θεάματος, συγκεκριασμός τεχνολογίας και τέχνης της μουσικής τεχνολογίας αναβαθμίζει το επίπεδο των συναυλιών.

2.8.2 SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ

Δυνατά Σημεία (Strengths)

¹⁰⁴ Βλ. παράπ. Υποσημ. 90

¹⁰⁵ Βλ υποσημ. 16 αλλά και παράρτ., συν. Ν. Χαρδαλιά: «...Όχι η λογική που ενταχθήκαμε στο δίκτυο la rencontre, ήταν για να μπορέσουμε (ενν. να χρηματοδοτηθούμε), γιατί ξέρετε τα κονδύλια για τον πολιτισμό είναι διαπολιτισμικά, προϋποθέτουν μια σειρά επαφών ή δραστηριοτήτων σε συνεργασία με άλλους φορείς».

¹⁰⁶ Στην έρευνα που πραγματοποιήσαμε στην ερώτηση «τι νομίζετε ότι λείπει από το φεστιβάλ του Βύρωνα;» ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό, της τάξεως του 6,2% απάντησε, άνοιγμα σε ξένα σχήματα. Είναι αρκετά υψηλό ποσοστό συγκρίνοντας το με το υψηλότερο 19% και το αμέσως επόμενο 14% σε άλλες δημοφιλέστερες απαντήσεις, που μας δόθηκαν, για την ίδια ερώτηση.

- 20 χρόνια παρουσία/ιστορία
- Ισχυρό αναγνωρίσιμο όνομα (Brand name)
- Νέος (σε ηλικία Δήμαρχος) με διάθεση για έργο
- Ποιότητα
- Ακουστική χώρου
- Δυναμική και ομορφιά χώρου
- Χώρος στάθμευσης
- Εύκολη πρόσβαση /Αττική οδός

Αδυναμίες (Weaknesses)

- Εγκαταστάσεις
- Αναψυκτήριο «φτωχό»
- Manager καλλιτεχνών μεσολάβηση
- Ίδιες συμμετοχές με άλλα φεστιβάλ της Αττικής
- Ακριβό εισιτήριο
- Δεν έχει μειωμένα εισιτήρια
- Μικρό θέατρο
- Δεν έχει ακριβές παραγωγές
- Λίγα ξένα σχήματα

Ευκαιρίες (Opportunities)

- Δεν λειτουργούν το Μέγαρο και η Λυρική
- Καλός καιρός-καλοκαιρινή διάθεση
- Συνεργασία Φεστιβάλ Βύρωνα με Φεστιβάλ Αθηνών
- Σύμπραξη με Δήμο Υμηττού
- Αδυναμία Φεστιβάλ Υμηττού να ανταγωνιστεί
- Δυνατότητα σύνδεσης ιστοσελίδας του Φεστιβάλ με ιστοσελίδα ΕΟΤ

Απειλές (Threats)

- Μπουρίνι-κακός καιρός
- Φωτιές
- Μатаιώσεις εκδηλώσεων
- Περίοδος Διακοπών
- Τοπικά φεστιβάλ που διεξάγονται το ίδιο διάστημα
- Τοπικά φεστιβάλ με παρεμφερές πρόγραμμα
- Άλλες δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου

Δυνατά Σημεία (Strengths): Το φεστιβάλ του Βύρωνα έχει να επιδείξει μια συνεχή ποιοτική παρουσία στον Πολιτισμό εδώ και πλέον είκοσι (20) χρόνια, με πιστό κοινό στις επιλογές του. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα η συγκεκριμένη διοργάνωση να αποκτήσει φήμη και κύρος,

λόγω της συνέπειάς της και του επαγγελματισμού των ανθρώπων που εργάζονται γι' αυτό το εγχείρημα και μάλιστα από έγκυρους διοργανωτές, όπως του Φεστιβάλ Αθηνών αλλά και την αναγνώριση στελεχών του Ηρωδείου, που έχουν εμπειρία σε πολύ απαιτητικές διοργανώσεις και γεγονότα¹⁰⁷. Γι' αυτό άλλωστε συζητείται ανάμεσα στους Διοργανωτές του Φεστιβάλ Αθηνών και του Δήμου Βύρωνα η μελλοντική σύμπραξη των δύο¹⁰⁸. Ο χώρος δε διεξαγωγής του φεστιβάλ, αν και δεν αποτελεί κάποιο ιστορικό μνημείο ή τουριστικό αξιοθέατο, ωστόσο έχει μία άγρια ομορφιά με εικαστικό ενδιαφέρον λόγω της πανοραμικής θέας του και κυρίως λόγω των τεράστιων βράχων που ορθώνονται εκεί, η παρουσία των οποίων συντελεί στην καλή ακουστική του θεάτρου. Μεγάλο πλεονέκτημα για την προσέλευση του κοινού είναι ο ευρύχωρος χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων που διαθέτει το θέατρο Βράχων αλλά και η εύκολη πρόσβασή του λόγω της διάνοιξης της Αττικής Οδού¹⁰⁹.

Αδυναμίες (Weaknesses): Αν και η τοποθεσία αποτελεί πλεονέκτημα για το Φεστιβάλ του Βύρωνα, οι εγκαταστάσεις όμως του θεάτρου είναι ένα από τα μεγάλα του μειονεκτήματα¹¹⁰. Πρόκειται για μια κατασκευή που δεν παρουσιάζει κανένα εικαστικό ενδιαφέρον. Η χωρητικότητα του θεάτρου είναι μικρή και οι κερκίδες του είναι άβολες, για να καθίσει κάποιος και να παρακολουθήσει ευχάριστα ένα θέαμα δύο (2) ωρών. Η δε πολιτική της γενικής εισόδου που ακολουθείται, δεν βοηθά στην αύξηση των οικονομικά ασθενέστερων ομάδων του κοινού και από τα ερωτηματολόγια που διενεργήθηκαν, προέκυψε ότι υπάρχει δυσανεμία του κοινού για το ακριβό εισιτήριο του φεστιβάλ¹¹¹. Ως προς το πρόγραμμά του, το φεστιβάλ στερείται ακριβών παραγωγών, παρουσιάζει σημαντικές ομοιότητες με προγράμματα άλλων τοπικών φεστιβάλ της Αττικής, που διεξάγονται κατά το ίδιο χρονικό διάστημα με

¹⁰⁷ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...κάθε χρόνο γίνεται και καλύτερο, δεν το λέμε εμείς, το λένε στελέχη του Φεστιβάλ Αθηνών, το λένε στελέχη έμπειρα του Ηρωδείου ...».

¹⁰⁸ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «(ερώτηση) Έχετε συνεργασία με το Φεστιβάλ Αθηνών; (απάντηση) Ασφαλώς και μάλιστα μπορώ να σας πω ότι συζητάμε και την περίπτωση να έχουμε συμπαραγωγή, αλλά είναι πολύ πρώιμο ακόμα αυτό». Επίσης βλ. συν. Τ. Σαρρίδου: «...με το Φεστιβάλ Αθηνών (ενν. υπάρχει συνεργασία) πρώτα απ' όλα, πολλές παραγωγές τους μεταφέρονται».

¹⁰⁹ Βλ. παράρτ. συν. Γ. Γρατσώνη: «...επιπλέον ο δήμος Βύρωνα τα τελευταία 2-3 από την Αττική οδό και μετά είναι αρκετά κομβικό σημείο και έχει καλή πρόσβαση...».

¹¹⁰ Βλ. υποσημ. ανωτ. 76

¹¹¹ Σύμφωνα με απάντηση του κοινού σε ερώτησή μας, το 72% των ερωτηθέντων θεωρούν το εισιτήριο στο Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα ακριβό. Ενώ σε ερώτησή μας, «τι λείπει από το φεστιβάλ του Βύρωνα;», 11,7% θεωρεί ότι λείπει το φθηνό εισιτήριο για φοιτητές και για χαμηλές οικονομικά τάξεις, ενώ 0,8% θεωρούν ότι πρέπει να υπάρχουν περισσότερες προσκλήσεις.

αυτό. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τη μεγάλη διαρροή κοινού αλλά και την έλλειψη πρωτοτυπίας σ' αυτό που παρουσιάζει. Οι ξένες συμμετοχές, επιλογές των τελευταίων ετών, δεν μπορούν να καλύψουν ακόμα τις ποικίλες ανάγκες ενός πιο απαιτητικού και επιλεκτικού κοινού. Τέλος, η εμπλοκή των μάνατζερ των καλλιτεχνών, ανεβάζει το κόστος των παραστάσεων, με αποτέλεσμα πολλοί καλλιτέχνες να μην φιλοξενούνται λόγω υψηλού κόστους¹¹² ή να ορίζεται ένα αρκετά ακριβό εισιτήριο για τις περιπτώσεις αυτές.

Ευκαιρίες (Opportunities): Καθώς ο χρόνος διεξαγωγής του φεστιβάλ είναι τους καλοκαιρινούς μήνες, ο καλός καιρός και η ψυχολογία των Ελλήνων να βγαίνουν πολύ συχνά τα καλοκαιρινά βράδια ακόμα και τις εργάσιμες μέρες, σαφώς αποτελούν θετικότατους παράγοντες για το φεστιβάλ. Επίσης, αν και στον ίδιο χώρο και σε κοντινό χρονικό διάστημα οργανώνεται και το φεστιβάλ του Δήμου Υμηττού, ωστόσο, λόγω των δικών του ζητημάτων, (που δεν θα εξετάσουμε στην παρούσα μελέτη), το φεστιβάλ που διεξάγεται στο Θέατρο Βράχων παραμένει γνωστό περισσότερο ως Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα¹¹³. Το γεγονός της συνεπούς παρουσίας της διοργάνωσης για πολλά χρόνια και το κύρος που έχει αποκτήσει, επιτρέπουν στη διοργανώτρια Δημοτική Αρχή να συζητά το ενδεχόμενο συνεργασίας με το Φεστιβάλ Αθηνών, οπότε και διαφαίνονται εξαιρετικά μεγάλες πιθανότητες για ενίσχυση της επισημότητας και της εγκυρότητάς του από τη συνεργασία με έναν τέτοιο θεσμό, όπως το Φεστιβάλ Αθηνών.

Απειλές (Threats): Επειδή οι κλιματολογικές συνθήκες τα τελευταία χρόνια έχουν κατά πολύ διαφοροποιηθεί, ακόμα και τους καλοκαιρινούς μήνες στην Ελλάδα, δεν είναι εξασφαλισμένο ότι δεν θα υπάρξει κάποια απρόοπτη μεταβολή¹¹⁴ των καλών καιρικών φαινομένων, π.χ. ξαφνικές βροχές, μπουρίνι. Ένα τέτοιο ενδεχόμενο θα οδηγούσε σε ματαίωση των εκδηλώσεων¹¹⁵ και τροποποίηση του προγράμματος του φεστιβάλ, με όλη τη συνεπακόλουθη αναστάτωση. Το φαινόμενο δε των πολυάριθμων πυρκαγιών κατά τους καλοκαιρινούς μήνες στη χώρα μας, επίσης καθιστά προβληματική και αβέβαιη, αν όχι τη διεξαγωγή του φεστιβάλ, σίγουρα πάντως την προσέλευση του κοινού στις εκδηλώσεις. Πρόσφατο και από παράδειγμα οι φετινές πυρκαγιές, που οδήγησαν στη ματαίωση αμέτρητων συναυλιών σε διάφορες διοργανώσεις. Απειλή επίσης

¹¹² Βλ. ανωτ. υποσημ. 89

¹¹³ Βλ. ανωτ. υποσημ. 81 <http://www.dimotikosantilogos.gr/article.php?id=914&article=926>

¹¹⁴ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «...τώρα με τις αλλαγές τις κλιματολογικές δεν ξέρεις τίποτα, πρόπερσι από τις 15 Σεπτεμβρίου και μετά φτύσαμε αίμα (από τις αναβολές, ματαιώσεις κλπ.), ούτε ξέρεις ότι τον Ιούνιο θα σου κάνει ζέστη ώστε να βγει ο κόσμος».

¹¹⁵ Βλ. παράρτ. προγραμμάτων (πρόγραμμα εκδηλώσεων 2007)

αποτελούν οι παράλληλες πραγματοποιούμενες εκδηλώσεις στην Αττική κατά το ίδιο χρονικό διάστημα με το φεστιβάλ και οι εναλλακτικές επιλογές ψυχαγωγίας, που μπορούν να επιλέξουν οι υποψήφιοι επισκέπτες του φεστιβάλ αντί γι' αυτό. Καθώς το φεστιβάλ πραγματοποιείται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, που είναι περίοδος διακοπών αλλά και ο καιρός ευνοεί τις αποδράσεις του Σαββατοκύριακου σε κοντινούς παραθαλάσσιους προορισμούς, υπάρχει πάντα ο κίνδυνος απώλειας μεγάλου μέρους των αναμενόμενων επισκεπτών του φεστιβάλ.

Ανάλυση Κοινών (target group)

Το φεστιβάλ στοχεύει σε:

- όλες τις ηλικίες από 15-85 ετών
- άντρες-γυναίκες
- όλων των μορφωτικών επιπέδων
- σε κατοίκους της Ανατολικής Αθήνας
- κατοίκους της Αττικής γενικότερα
- και για κάποιες εκδηλώσεις με ξένες συμμετοχές και σε επισκέπτες από όλα τα μέρη της Ελλάδας (πχ Iggy Pop, Deep Purple)
- σε τουρίστες πολύ λιγότερο (μέσω ΕΟΤ)

2.8.3 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ-ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Στην παρούσα φάση απαιτείται να εντοπίσουμε και να αναλύσουμε το ανταγωνιστικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δρα και οργανώνεται το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα (οπότε αναλόγως οι πληροφορίες αυτές να εφαρμοστούν και στην ανάπτυξη χορηγικής πολιτικής). Αφού εντοπιστούν οι υπάρχουσες κυρίαρχες τάσεις, σε συνδυασμό με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της συγκεκριμένης διοργάνωσης, θα καταλήξουμε, ανάμεσα από επιλογές στρατηγικών, στην πιο κατάλληλη και εφικτή να εφαρμοστεί στο εξεταζόμενο μοντέλο.

Ως προς το θέμα του ανταγωνισμού, θα παρατηρήσουμε ότι το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα έχει να αντιμετωπίσει κατά την ίδια χρονική περίοδο που διοργανώνεται, τόσο άλλα τοπικά φεστιβάλ της Αττικής (πχ Πετρούπολη, Γαλασίου) με παρεμφερές πρόγραμμα εκδηλώσεων, σε κοντινές ή και ίδιες ημερομηνίες όσο και το φεστιβάλ Αθηνών, που παρουσιάζει πολύ πιο ακριβές παραστάσεις και σε ένα χώρο, πολύ πιο επιβλητικό και ιστορικό (σε ότι αφορά τουλάχιστον το Ηρώδειο). Ανταγωνιστικές επίσης διαφαίνονται και οι διάσπαρτες πολιτιστικές εκδηλώσεις, που πραγματοποιούνται στην Αττική χωρίς να εντάσσονται σε μία ευρύτερη διοργάνωση. Αρκετά συχνά επίσης, το ενδιαφέρον του

κόσμου εστιάζεται σε άλλου είδους δραστηριότητες με σκοπό τη χαλάρωση και τη διασκέδαση (ουζερί, μπαράκια, ταβέρνες, βραδινές βόλτες σε κοντινές παραλίες και περιοχές γραφικές Πλάκα, Μοναστηράκι, Θησείο, Καστέλα κ.α.).

Ως προς την επιλογή στρατηγικής οι πιθανές περιπτώσεις (Allen J., O'Toole W., McDonnell I., Harris R. : 2005: 131-132) συνοψίζονται στις εξής 4 κατηγορίες : 1.Στρατηγική επέκτασης-ανάπτυξης (growth strategy) 2.στρατηγική εδραίωσης ή σταθερότητας (consolidation or stability strategy) 3. στρατηγική περικοπής δαπανών (retrenchment strategy) και 4.συνδυαστική στρατηγική (combination strategy).

Η μεν στρατηγική ανάπτυξης επικεντρώνεται ακριβώς στην ενδυνάμωση και ανάπτυξη της διοργάνωσης σε σχέση με τη μέχρι τώρα παρουσία της. Η ανάπτυξη δεν μεταφράζεται απαραίτητα σε μεγέθυνση του φεστιβάλ. Μπορεί να γίνει αντιληπτή και ως βελτίωση της ποιότητας του προγράμματος και γενικά των υπηρεσιών που παρέχει η διοργάνωση, ή ακόμα και ως προσπάθεια εξασφάλισης περισσότερων πόρων αλλά και εσόδων.

Η στρατηγική εδραίωσης αφορά κυρίως στη διατήρηση του επιπέδου που ένα φεστιβάλ έχει κατακτήσει μέσα από την παρουσία του στο χώρο της διοργάνωσης και του πολιτισμού. Είναι ένας τρόπος ενίσχυσης της ποιότητας του γεγονότος.

Η στρατηγική περικοπής δαπανών είναι η στρατηγική της λογικής αυτοσυντήρησης του θεσμού. Στις περιπτώσεις που η βιωσιμότητα της διοργάνωσης κινδυνεύει, προτιμάται η μείωση της διάρκειάς της, προκειμένου να εξασφαλιστεί η διαρκής δυνατότητα διενέργειας της διοργάνωσης μέσα στα χρόνια.

Τέλος η συνδυαστική στρατηγική δανείζεται στοιχεία από όλες τις προαναφερόμενες, προκειμένου να ακολουθηθεί ένα μοντέλο στρατηγικής που καλύπτει και εξυπηρετεί τις ανάγκες της συγκεκριμένης διοργάνωσης, με τρόπο κατά πολύ επωφελέστερο από την αναγκαστική εφαρμογή συγκεκριμένων κανόνων, που τυχόν θέτουν οι ανωτέρω στρατηγικές.

Στην περίπτωση του Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα – Στη σκιά των βράχων, πιστεύουμε ότι ακολουθείται η συνδυαστική στρατηγική. Αυτό προκύπτει από την προσπάθεια ανάπτυξης και ενίσχυσης που καταβάλλει το φεστιβάλ, στοχεύοντας στην μελλοντική απόκτηση ευρωπαϊκής ταυτότητας. Η προσπάθεια αυτή διαφαίνεται από την ένταξη

στο πρόγραμμά του τα τελευταία χρόνια συμμετοχών ξένων μουσικών και θεατρικών παραστάσεων, ενώ είχε ήδη προηγηθεί η ένταξη του φεστιβάλ Βύρωνα στο πλαίσιο των εκδηλώσεων της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας του 2004. Ταυτόχρονα δε φλερτάρει με την προοπτική της συμπαράγωγής με το Φεστιβάλ Αθηνών, που ακόμα βρίσκεται στο στάδιο των διαβουλεύσεων. Επιπλέον, η βούληση και η επιθυμία του Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα να επιβιώσει αλλά και να ενισχυθεί, αποδεικνύεται και από την πολύ αποτελεσματική χορηγική του πολιτική. Η δε επικέντρωση της προσπάθειάς του στην εδραίωση και τη σταθεροποίησή του, διαφαίνεται από τις σίγουρες καλλιτεχνικά επιλογές του και την περιορισμένη παρουσία αδύναμων επιλογών, που ενέχουν ρίσκο.

2.8.4 ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (Marketing Mix) (4Ps)

Προϊόν: Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα στα Θέατρα Βράχων Μελίνα Μερκούρη και Άννα Συνοδινού

Τιμή: Το φεστιβάλ έχει είσοδο και επιβάλλει μία γενική τιμή εισιτηρίου η οποία κυμαίνεται στα 20-25 €, ένα περιορισμένο αριθμό νεανικού εισιτηρίου περί τα 20 € και δεν αποδέχεται ατέλειες.

Χώρος/Διανομή: Το φεστιβάλ παρουσιάζεται στα Θέατρα Βράχων Μελίνα Μερκούρη και Άννα Συνοδινού. Η διανομή των εισιτηρίων γίνεται από το Δημαρχείο του Βύρωνα, από το Πνευματικό Κέντρο του Δήμου Βύρωνα, από τα ταμεία Θεάτρων Βράχων, από τα δισκοπωλεία Metropolis, Saliva (Παγκράτι), από το Περίπτερο του Φεστιβάλ Βύρωνα στην Πλατεία Συντάγματος.

Προώθηση: Το φεστιβάλ γνωστοποιείται και προωθείται από καταχωρίσεις σε εφημερίδες, μουσικά περιοδικά και περιοδικά-οδηγούς εκδηλώσεων. Από ραδιοφωνικούς σταθμούς, με ραδιοφωνικά spot και με αναφορές στις ραδιοφωνικές εκπομπές όλων των παραγωγών του κάθε ραδιοφωνικού σταθμού, που είναι χορηγός επικοινωνίας. Με τη συνδρομή των τηλεοπτικών διαφημίσεων-spot από το εκάστοτε τηλεοπτικό κανάλι, που είναι χορηγός επικοινωνίας. Από την ενημερωμένη ιστοσελίδα του φεστιβάλ αλλά και στην ιστοσελίδα του ΕΟΤ. Ενώ μεγάλη έκταση στην προωθητική του πολιτική κατέχει η διαφήμιση εξωτερικών χώρων-outdoor¹¹⁶, στις μεγάλες λεωφόρους, στους συνοικιακούς δρόμους, στα σημεία πώλησης των εισιτηρίων, στη διανομή προγράμματος εκδηλώσεων σε επιλεγμένα σημεία π.χ. Metropolis.

¹¹⁶ Στην έρευνα που πραγματοποιήσαμε στην ερώτηση «πως ενημερώνεστε για τις εκδηλώσεις του φεστιβάλ;» το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησαν από τις αφίσες (28,5%).

2.8.5 ΣΤΟΧΟΙ

Βασικός στόχος των διοργανωτών του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα είναι η επιθυμία της επίτευξης επιτυχημένων και όχι ζημιογόνων διοργανώσεων. Το τελευταίο συνδέεται άμεσα με τη βιωσιμότητα του φεστιβάλ και όχι με την ουσία του, που πιθανότατα όμως επηρεάζει και σε κάποιο βαθμό το περιεχόμενό του.

Το φεστιβάλ Βύρωνα ξεκίνησε από την ιδέα ένας χώρος νεκρός να γίνει χώρος πολιτιστικής έκφρασης. Αυτή η έκφραση βέβαια δεν μπορεί παρά να υπηρετεί μόνο την ποιότητα. Ο πρώτος στόχος λοιπόν για το Φεστιβάλ είναι η δράση του να συμπορεύεται με την ποιότητα¹¹⁷.

Επίσης, μακροπρόθεσμος στόχος των διοργανωτών του Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα είναι η εξέλιξή του σε ευρωπαϊκό φεστιβάλ και η απόκτηση ευρωπαϊκής ταυτότητας. Με αυτό τον προσανατολισμό συμμετέχουν στο ευρωπαϊκό πολιτιστικό δίκτυο «la rencontre», ως μοναδικοί ΟΤΑ, μαζί και με τον Δήμο της Πάτρας, από την Ελλάδα. Αν και όψιμη, αυτή η επαφή των τελευταίων δύο χρόνων¹¹⁸ ενισχύει τους διοργανωτές σε επίπεδο ανταλλαγής ιδεών, τεχνογνωσίας, διεύρυνσης των οριζόντων, καλλιέργειας μελλοντικών διευρωπαϊκών συνεργασιών και εκπαίδευσης.

Ο πιο σημαντικός όμως, πιστεύουμε, στόχος του διοργανωτή Δήμου είναι η προσπάθεια που καταβάλλει, ώστε να δοθεί καινούριο νόημα στην ιδέα του Φεστιβάλ που κάθε χρόνο διοργανώνει¹¹⁹.

2.9 ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΥΡΩΝΑ-ΔΙΕΘΝΕΣ ΦΕΣΤΙΒΑΛ (προσπάθειες)

Η επιθυμία του διοργανωτή Δήμου να αποκτήσει το φεστιβάλ του ευρωπαϊκό προσανατολισμό και ταυτότητα, διαφαίνεται από μια σειρά ενεργειών του ως κατωτέρω:

¹¹⁷ Βλ. ανωτ. υποσημ. 72

¹¹⁸ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «Είναι ένα δίκτυο πολιτιστικό, το οποίο κάνει συναντήσεις 1-2 φορές το χρόνο. Τον περασμένο χρόνο, το Σεπτέμβριο, ο δήμαρχος (κ. Χαρδαλιάς) ήταν στο Δουβλίνο, που ήταν μια συνάντηση και τούτη την εβδομάδα πάμε Σεβίλλη. Είναι πολιτιστικοί εκπρόσωποι τοπικής αυτοδιοίκησης και μη από όλες τις χώρες της Ευρώπης». Επίσης βλ. και συν. Ν. Χαρδαλιά: «...Και σε επίπεδο τεχνογνωσίας και σε επίπεδο ανάλυσης υπάρχουν θεματικές βάσει των οποίων γίνονται ημερίδες και τα συνέδρια».

¹¹⁹ Βλ ανωτ. υποσημ. 90

- Το 2004 συνέπραξε με το πρόγραμμα της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας σε δύο παραστάσεις με τίτλο «Ο κόσμος και ο Μάνος Χατζιδάκις»¹²⁰
- Συζητήσεις για συνεργασία με το Φεστιβάλ Αθηνών
- Ξένες συμμετοχές στο πρόγραμμα του φεστιβάλ τα τελευταία χρόνια
- Συμμετοχή του Δήμου στο Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Δίκτυο «La recontre», με σκοπό την αναζήτηση ευρωπαϊκών πολιτιστικών εταίρων και την επίτευξη ευρωπαϊκής χρηματοδότησης
- Η σταθερή συνεργασία με ισχυρούς οικονομικά χορηγούς και η δημιουργία προοπτικής πολυετούς σύμπραξης με αυτούς, καθιστά το φεστιβάλ ισχυρό και οικονομικά υγιές, αλλά και κάνει εφικτή την διεκδίκηση από το φεστιβάλ, ακριβότερων και ισχυρότερων καλλιτεχνικών επιλογών (ελληνικών και ξένων).

2.10 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΥΡΩΝΑ

Από την όλη παρουσίαση και ανάλυσή μας καταδείχθηκαν τα προβλήματα, που αποτελούν εμπόδια για την εξέλιξη του Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, τα οποία είναι τα παρακάτω:

Το πρωταρχικό πρόβλημα θα λέγαμε, όχι μόνο του Δήμου Βύρωνα αλλά συνολικά της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, είναι η οικονομική της εξάρτηση από το Κράτος και η ταυτόχρονη ανάγκη κρατικής επιχορήγησης, προκειμένου να επιβιώσουν και να συντηρηθούν τα τοπικά φεστιβάλ που διοργανώνουν οι οργανισμοί της. Η έλλειψη επίσημης κρατικής πολιτιστικής πολιτικής, η έγκριση των επιχορηγήσεων μόνο σε ένα πολύ μικρό ποσοστό και στα ίδια κάθε φορά φεστιβάλ, η χρησιμοποίηση αυτών για ψηφοθηρικούς σκοπούς και σε ιδεολογικά προσκείμενους δήμους, μόνο καλό δεν κάνουν στην εδραίωση και βελτίωση των φεστιβάλ.

Ο χώρος διεξαγωγής του Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, αν και εικαστικά παρουσιάζει ενδιαφέρον, υστερεί πολύ σε θέματα υποδομής, σημείο στο οποίο μειονεκτεί το φεστιβάλ. Κατά κοινή δε ομολογία

¹²⁰ Βλ. παράρτ. προγραμμάτων (πρόγραμμα 2004, εκδήλωση στις 23 και 24/7 «Ο κόσμος και ο Μάνος Χατζιδάκις: αφιέρωμα στο μεγάλο δημιουργό», παραγωγή: Πολιτιστική Ολυμπιάδα).

δημοτικών αρχών, δημοτών και εμπλεκομένων φορέων πρέπει να τύχει της αρωγής των αρχών και να βελτιωθεί, από τη στιγμή μάλιστα που το ίδιο το φεστιβάλ, φιλοδοξεί να αναπτυχθεί και να αποκοθήσει και ευρωπαϊκή ταυτότητα. Το δε μάλλον πολιτικό θέμα¹²¹ της άδειας λειτουργίας του θεάτρου καθιστά αδύνατη και προβληματική την πιθανότητα επένδυσης της υποδομής και του εξοπλισμού του, αν και λειτουργεί είκοσι και πλέον χρόνια, με το καθεστώς αβεβαιότητας, που δημιουργεί. Μόνη η διαμόρφωση του περιβάλλοντος¹²² χώρου στην οποία προέβη ο Δήμος Βύρωνα στα θέατρα Βράχων δεν μπορεί να αναβαθμίσει την ίδια τη λειτουργικότητα των θεάτρων, όπου και παρουσιάζονται οι εκδηλώσεις του Φεστιβάλ.

Το γεγονός της συνεκμετάλλευσης των Θεάτρων Βράχων από δύο δήμους (Βύρωνα,Υμηττού), κάθε άλλο παρά βοηθά στην επένδυση των ίδιων των Θεάτρων ως χώρων εκδηλώσεων, αλλά και εν γένει στην ελευθερία διαχείρισης των εν λόγω εγκαταστάσεων.

Το σε μεγάλο βαθμό επαναλαμβανόμενο πρόγραμμα του Φεστιβάλ και οι ομοιότητες με άλλα αντίστοιχα θερινά τοπικά φεστιβάλ της Αττικής, δημιουργούν την εντύπωση του μη εξαιρετικού και επαναλαμβανόμενου¹²³, παρόλο που ως ένα βαθμό δικαιολογείται λόγω της ιδιότητάς του ως τοπικού φεστιβάλ. Σε κάθε περίπτωση, κρίνεται απαραίτητη μία πρόταση περισσότερο εμπλουτισμένη καλλιτεχνικά.

¹²¹ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «Το θέμα όμως είναι το εξής ότι την ίδια στιγμή το κράτος θα αποφασίσει επιτέλους να νομιμοποιήσει τις εγκαταστάσεις, είναι εγκαταστάσεις, που τις έχει αφήσει η Μελίνα Μερκούρη, ο Μ. Βολανάκης τις έχει στήσει μαζί με το Βόγλη και μια σειρά άλλων κορυφαίων, τις έχουν επισκεφθεί όλοι οι πρωθυπουργοί της χώρας λοιπόν και αρνείται το κράτος να νομιμοποιήσει αυτές τις εγκαταστάσεις, διότι βρίσκονται στη Β ζώνη Υμηττού».

¹²² Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «Εμείς ως καινούρια δημοτική αρχή δώσαμε πάρα πολλά λεφτά για να φτιάξουμε τους χώρους τους περιβάλλοντες και νομίζω είναι ένας πανέμορφος χώρος που έχει διαμορφωθεί. Πριν ήταν ένα παλιό ξερό με χώμα».

¹²³ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Σαρρίδου: «(ερώτηση) Γηράσκει δηλαδή το φεστιβάλ; (απάντηση)Επαναλαμβάνεται. Όλα τα δημοτικά φεστιβάλ επαναλαμβάνονται».

3. ΧΟΡΗΓΙΑ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από τα είκοσι (20) χρόνια διοργάνωσης του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, τα τελευταία τέσσερα (4) χρόνια¹²⁴ οι διοργανωτές κατέφυγαν στην αναζήτηση χορηγών, προκειμένου να ενισχυθούν οικονομικά και να αντεπεξέλθουν στις απαιτήσεις της διοργάνωσης.

Τα σοβαρά οικονομικά ζητήματα¹²⁵ που αντιμετώπιζε ο διοργανωτής δήμος του Φεστιβάλ Βύρωνα και η ταυτόχρονη απουσία κρατικών επιχορηγήσεων τα τελευταία χρόνια¹²⁶, σε συνδυασμό με τη σταδιακή ανάπτυξη των χορηγικών δράσεων στην ελληνική κοινωνία, οδήγησαν το Δήμο Βύρωνα στην αναζήτηση νέων τρόπων στήριξης της διοργάνωσής του και στη σύναψη νέων συνεργασιών. Οι συνεργασίες και οι νέοι αυτοί τρόποι, ανέδειξαν τη δυνατότητα νέων προοπτικών¹²⁷ και υπέδειξαν στο Δήμο την εφαρμογή ευέλικτων πρακτικών και επιχειρηματικών μοντέλων, στο βαθμό που οι ενέργειες αυτές μπορούσαν να συνδυαστούν-εναρμονιστούν με τη δομή και τις δεσμεύσεις ενός ΝΠΔΔ.

3.2 ΧΟΡΗΓΟΙ

Μέσα στα τελευταία χρόνια της σταδιακής ανάπτυξης της πολιτικής ανεύρεσης χορηγών από την πλευρά του δήμου Βύρωνα, με σκοπό τη στήριξη και την υλοποίηση του φεστιβάλ, αρκετές είναι οι

¹²⁴ Βλ. παράρτ. συν Ν. Χαρδαλιά: «Τα 4 τελευταία χρόνια, πριν δεν είχαμε χορηγούς»

¹²⁵ Βλ. υποσημ. ανωτ. 36 αλλά και συν. Χαρδαλιά: «...τη μαύρη τρύπα, που παραλάβαμε αρκετών χιλιάδων ευρώ, προσπαθούμε σιγά σιγά να τη μικραίνουμε».

¹²⁶ Βλ παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...το δικό μας το φεστιβάλ, άμεσα τα χρόνια που είμαι εγώ δήμαρχος από το υπουργείο Πολιτισμού δεν έχει επιχορηγηθεί ποτέ».

¹²⁷ Βλ. παράρ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...όσοι χορηγοί έχουν αγκαλιάσει το φεστιβάλ θέλουν να παραμείνουν στο φεστιβάλ, αυτό σημαίνει ότι υπάρχει μια αμφίδρομη σχέση».

εταιρείες και μάλιστα εγνωσμένου κύρους στην αγορά, που έχουν χρηματοδοτήσει το φεστιβάλ. Ενδεικτικά αναφέρουμε:

19ο φεστιβάλ (2006)

χορηγοί

(Μέγας χορηγός) Εμπορική Τράπεζα,
(χορηγοί) Vodafone, Sony, ΟΠΑΠ

Χορηγοί Επικοινωνίας

Alpha TV,

(ραδιόφωνα), Kosmos 93,6, Μελωδία 99,2

(τύπος-περιοδικά) Έθνος της Κυριακής, Έθνος, Εικόνες, Ημερησία,
City Press, Δίφωνο, ως3,

Metropolis (καταστήματα δίσκων και σημεία προώλησης εισιτηρίων του φεστιβάλ), www.cultureguide.gr (Οργανισμός Προβολής Ελληνικού Πολιτισμού Α.Ε.), Odeon

18ο φεστιβάλ (2005)

χορηγοί

(Μέγας χορηγός) Εμπορική Τράπεζα
(χορηγοί) Sony, Elbisco

Χορηγοί Επικοινωνίας

EPT,

(ραδιόφωνα), Kosmos 93,6, Μελωδία 99,2

(τύπος-περιοδικά) Έθνος της Κυριακής, Εικόνες, Ημερησία,
ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΜΕΤΡΟ, EXODOS, ως3,

Metropolis (καταστήματα δίσκων και σημεία προώλησης εισιτηρίων του φεστιβάλ), www.cultureguide.gr (Οργανισμός Προβολής Ελληνικού Πολιτισμού Α.Ε.), Odeon

17ο φεστιβάλ (2004)

χορηγοί

Sony, ΟΠΑΠ, Algida

Χορηγοί Επικοινωνίας

Κεντρικός χορηγός επικοινωνίας

Όμιλος ANTENNA

(ραδιόφωνα), Μελωδία 99,2

(τύπος-περιοδικά) Έθνος της Κυριακής, Εικόνες, Ημερησία,
EXODOS,

Metropolis (καταστήματα δίσκων και σημεία προώλησης εισιτηρίων του φεστιβάλ).

(βλ. παράρ. Χορηγών, προγραμμάτων)

3.3 ΣΧΕΣΗ ΧΟΡΗΓΩΝ-ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΥΡΩΝΑ

Το φεστιβάλ Βύρωνα είναι ίσως το μοναδικό τοπικό φεστιβάλ που έχει αναπτύξει εκτεταμένες συνεργασίες με χορηγούς, (εκτός από το Φεστιβάλ Αθηνών), και χρηματοδοτείται κατά το μεγαλύτερο ποσοστό του (60%) από τους χορηγούς. Η επαφή του φεστιβάλ με τους χορηγούς και κατ' επέκταση της χρηματοδότησης μέσω χορηγιών, έχει ξεκινήσει τα τελευταία 4 χρόνια¹²⁸.

Η προσπάθεια αυτή του διοργανωτή Δήμου ξεκίνησε είτε από προσωπικές σχέσεις είτε από προσωπική γνωριμία με ενδιαμέσους πρόσωπα, που έφεραν σε επαφή τους ενδιαφερόμενους, είτε αργότερα με την ανάθεση σε ιδιωτικούς φορείς (διαφημιστικές εταιρείες) εξεύρεσης χορηγών για λογαριασμό του Δήμου Βύρωνα¹²⁹. Οι πιο σημαντικές από τις συνεργασίες αυτές, που έχουν διαρκή παρουσία στη διοργάνωση, μετεξελίχθηκαν, όσες δεν ήταν εξ αρχής, σε προσωπικές σχέσεις. Σε αυτό συνετέλεσε η αξιοπιστία και ευελιξία του Δήμου ως διοργανωτή και αντισυμβαλλόμενου, οι θετικές αποδόσεις της χορηγίας για τους χορηγούς αλλά και η εν γένει επιτυχής επίτευξη συνεργασίας μεταξύ των εμπλεκομένων.

Μπορεί εκ πρώτης όψεως το ίδιο το στοιχείο της προσωπικής σχέσης, ως μέσου αναζήτησης χορηγών, να αποτελεί ένδειξη έλλειψης επαγγελματισμού, ωστόσο πρέπει να παραδεχθούμε, ότι αν δεν βοηθάει πιο πολύ ¹³⁰ στην ανεύρεση χορηγών, συντελεί όμως σε μέγιστο βαθμό στην διατήρηση και επέκταση των συνεργασιών με αυτούς. Η σχέση δε εμπιστοσύνης που έχει αναπτυχθεί μεταξύ των εμπλεκομένων πλευρών είναι αξιοσημείωτη, ειδικά σε ότι αφορά τον έλεγχο που ασκούν οι συμβαλλόμενες εταιρείες - χορηγοί ως προς την υλοποίηση των υποσχεθέντων ανταποδοτικών ενεργειών από το διοργανωτή του φεστιβάλ¹³⁰.

¹²⁸ οπότε και συμπίπτει προφανώς με τη νέα δημοτική αρχή, που έχει αναλάβει από το 2003

¹²⁹ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «Ναι, συνεργαζόμαστε με μια συγκεκριμένη διαφημιστική εταιρεία, ο υπεύθυνος εκεί έχει πλούσια καλλιτεχνική συναίσθηση, (upset), ο οποίος με βοηθάει με τη Vodafone με την Εμπορική και αμείβονται με το ποσοστό τους».

¹³⁰ Εξάλλου η προσωπική επαφή είναι σαφώς πιο αποτελεσματική από την επίσημη μεν απρόσωπη δε αποστολή φακέλου για πρόταση χορηγίας (Κουτούπης Θ, 2005:49).

3.4 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΥΡΕΣΗΣ ΚΑΙ ΛΗΨΗΣ ΧΟΡΗΓΙΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

Στα είκοσι και πλέον χρόνια που διοργανώνεται το φεστιβάλ, αδιαμφισβήτητα απέκτησε κύρος και αξιοπιστία, χαρακτηριστικά που βοηθούν αποτελεσματικά στην εύρεση χορηγών.

Άλλοι ενισχυτικοί παράγοντες για την απόκτηση χορηγού είναι η γεωγραφική τοποθεσία εντός Αττικής που συνορεύει με αρκετούς δήμους, των οποίων οι δημότες επισκέπτονται το φεστιβάλ, η εύκολη πρόσβαση, ιδιαίτερα μετά τη διάνοιξη της Αττικής οδού, η καλή συνεργασία υπαλλήλων και Δημάρχου με παράγοντες των χορηγικών εταιρειών και η ανάπτυξη προσωπικών σχέσεων και η απόκτηση τεχνογνωσίας του ανειδίκευτου προσωπικού μετά από την πολυετή ενασχόλησή του με θέματα οργάνωσης και πολιτισμού.

Αν και τοπικό το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, απευθύνεται αν όχι σε ολόκληρη την Αττική, (καθώς διοργανώνονται και άλλου τοπικά φεστιβάλ, π.χ. Πέτρας κ.ά., με παρεμφερείς εκδηλώσεις), οπωσδήποτε όμως καλύπτει και εξυπηρετεί τους κατοίκους της ανατολικής Αττικής. Επιπλέον, κάποιες εκδηλώσεις του στοχεύουν στην προσέλευση θεατών από όλη την Ελλάδα, λόγω της ιδιαιτερότητας τους (κυρίως όταν φιλοξενεί ξένους καλ/νες όπως πχ. τον Iggy Pop)¹³¹.

Η παρουσίαση εκδηλώσεων με καλλιτέχνες ευρείας αποδοχής, εξασφαλίζει τη σίγουρη προσέλευση μεγάλης μερίδας κοινού, γεγονός που επίσης εξασφαλίζει την εκδήλωση ενδιαφέροντος από περισσότερους υποψήφιους χρηματοδότες¹³².

Η περιοχή διοργάνωσης του φεστιβάλ διαδραματίζει για ορισμένους (υποψήφιους) χορηγούς ένα επιπλέον ρόλο, όπως στην περίπτωση της χορηγού εταιρείας Ford Κοντέλλης, όπου η εταιρεία ενδιαφέρεται να δραστηριοποιηθεί χορηγικά μόνο σε περιοχές που υπάρχουν υποκαταστήματά της και που καλύπτονται οι συγκεκριμένες περιοχές από αυτά¹³³.

¹³¹ βλ. υποσημ. ανωτ. 103 και 73.

¹³² βλ. παράρ. συν. Ν. Χαρδαλιά «είναι ένα φεστιβάλ για την Ελλάδα και υπάρχουν παραστάσεις που μας παίρνουν από όλα τα μέρη της Ελλάδας για να έρθουν».

¹³³ βλ. ανωτ. υποσημ. 64.

Τέλος, καθοριστικής σημασίας για τους χορηγούς είναι η καταλληλότητα του χώρου διεξαγωγής των εκδηλώσεων του φεστιβάλ, για την επίτευξη οργανωμένης στρατηγικής προώθησης των προϊόντων τους και ουσιαστικής επαφής με μεγάλη μερίδα μελλοντικών καταναλωτών¹³⁴.

3.5 ΚΙΝΗΤΡΑ ΧΟΡΗΓΩΝ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

Βασικά κίνητρα των εμπορικών χορηγών του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, όπως η Ford Κοντέλλης και η Sony Hellas ήταν η προώθηση των προϊόντων τους, η προβολή νέων καταναλωτικών αγαθών τους, η διεύρυνση του αγοραστικού τους κοινού¹³⁵, η επίτευξη πρόσβασης σε ευρύτερες ομάδες καταναλωτών, η αναγνωρισιμότητα.¹³⁶ Δευτερευόντως επιδιώχθηκε η χρηματοδότηση της εξεταζόμενης πολιτιστικής διοργάνωσης από τις εταιρείες αυτές, προκειμένου να ανταποκριθούν και στις κοινωνικές¹³⁷ προκλήσεις του σήμερα και να αποδείξουν ότι οι

¹³⁴ βλ. παραπ. υποσημ. 48 αλλά και παράρ. συν Γ. Γρατσώνη «...οι εκδηλώσεις , που κάνουν , το 90% αυτών έλκουν πολύ κόσμο. Δεν είναι ένα φεστιβάλ , που απευθύνεται σ' ένα κοινό που αγαπάει το βιολί μόνο, έχει τα πάντα μέσα . Απευθύνεται σε πολλά κοινά σε όλες τις ηλικίες».

¹³⁵ Βλ. παράρτ. συν. Γ. Γρατσώνη: «...ψάχνουμε στο εμπορικό κομμάτι ποια θα είναι τα πιθανά οφέλη, όχι στο να πουλήσω μέσα στην διαδικασία, αλλά να βρούμε τα touch points, πού μπορείς να πιάσεις τον καταναλωτή και με ποιόν τρόπο. Το που δεν είναι απαραίτητο. Τον καταναλωτή δεν τον πιάνω μόνο στο περίπτερο - τον πιάνω και εκεί, γιατί θα περάσει μπροστά από το περίπτερο - αλλά σημαντικό είναι, τι θα κάνω εκεί, πώς θα το κάνω, αν ο χώρος που έχω και το μέρος και η ώρα και αν είναι η τοποθεσία που βολεύει. Γιατί μπορούν να σου πουν ένα σημείο, πχ. να γινόταν στο Σύνταγμα ένα τέτοιο φεστιβάλ. Στο Σύνταγμα το 80% τις καθημερινές βιάζονται να πάνε κάπου και δεν έχουν χρόνο ούτε ελάχιστα δευτερόλεπτα να τους πεις οτιδήποτε. Οπότε αν μπορούσαν να περάσουν από το Σύνταγμα 100.000 άτομα αλλά δε μπορείς να τους απασχολήσεις ούτε δευτερόλεπτο, δεν έχει κανένα νόημα. Οπότε είναι πολύ σχετικό το πως γίνεται, το πως πιάνεται το άτομο, αν εκεί που το πιάνεις είναι σε φάση που σε ενδιαφέρει και ενδιαφέρεται και εκείνος να σε ακούσει».

¹³⁶ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Πεντεδέκα: «...Το κριτήριό μας είναι περισσότερο εμπορικό, όχι μόνο αλλά βασικά και κυρίως προσανατολισμένο στο καλό εμπορικό αποτέλεσμα και στην αναγνωρισιμότητα μας από τον κόσμο που είναι και οι μελλοντικοί αγοραστές μας δηλ. τι προϊόντα έχω, που έχω μαγαζιά, ποιες είναι οι περιοχές μου, σε ποιους απευθύνονται τα προϊόντα μου κλπ είναι εντελώς hard selling διαφήμιση».

¹³⁷ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Πεντεδέκα «... (ερώτηση) Επομένως ο σκοπός ήταν περισσότερο να προωθήσετε τα προϊόντα σας όχι να ενισχύσετε το κοινωνικό προφίλ της εταιρείας σας; (απάντηση) Και αυτό, σαφέστατα και αυτό» αλλά και της ίδιας «...Η κοινωνική προσφορά για μας είναι κάτι το οποίο έχει να κάνει με φιλανθρωπικό σκοπό, είναι άλλο κομμάτι. Εμάς μας αφορά η αναγνωρισιμότητα στο όνομά μας. Με το όνομα ΚΟΝΤΕΛΛΗΣ υπάρχει μεγάλο γκρουπ εταιρειών από κάτω, οπότε όσο περισσότερο το τονίζουμε αυτό τόσο καλύτερο είναι».

επιχειρήσεις αυτές «αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνίας» στην οποία δρουν (Δαλίπης Α.: Ημερησία Ετήσια Ειδική Έκδοση:2007:4).

Το θέμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ενδιαφέρει τις ανωτέρω εταιρείες, αλλά το ενδιαφέρον διοχετεύεται και σε άλλες¹³⁸ δραστηριότητες, κάποιες από τις οποίες αφορούν και το Δήμο του Βύρωνα, όπως για παράδειγμα η συμμετοχή της Ford Κοντέλλης στη ετήσια εκδήλωση των Πανβυρωνείων, που αφορά εκδηλώσεις με συμμετοχές από όλα τα σχολεία του Δήμου αυτού.

Ωστόσο, εκτιμούμε ότι τόσο η συμμετοχή της Εμπορικής τράπεζας επί δύο έτη ως μεγάλου χορηγού¹³⁹, όσο και η συμμετοχή της Vodafone στο φεστιβάλ του Βύρωνα στο θέατρο Βράχων, έχουν σαν στόχο την ανάδειξή τους σε ισχυρούς κοινωνικούς εταίρους καθότι πρόκειται για εταιρείες υπηρεσιών και όχι κυρίως προϊόντικές εταιρείες¹⁴⁰.

Σε κάθε περίπτωση, οι εταιρείες τηλεπικοινωνιών και τα τραπεζικά ιδρύματα βρίσκονται στη λίστα των παραδοσιακών χορηγών σε θέματα πολιτισμού, φτάνει κανείς να τους εντοπίσει στα πολυδάπανα προγράμματα του Μεγάρου Μουσικής Αθηνών.

Γενικά πάντως σε ότι αφορά τους χορηγούς του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα οι εταιρείες χορηγοί επιχειρούν η χορηγική τους δράση να αποτελέσει γέφυρα μεταξύ αυτών και της κοινωνίας που δρουν, ακολουθώντας όμως πρακτικές που συνδέονται με την επιχειρηματική τους πολιτική.

¹³⁸ Η δε Sony Hellas οργανώνει αιμοδοσίες και προσανατολίζεται στην παραγωγή προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον, «εντασόμενη η συγκεκριμένη πρωτοβουλία στο ευρύτερο πλαίσιο του προγράμματος Sony Green Management 2010» (βλ. παράρτημα συν. αλλά και Ημερησία Ετήσια Ειδική Έκδοση:2007:21).

¹³⁹ «Η Emporiki Bank, πιστή στις αρχές της για ουσιαστική και αδιάλειπτη στήριξη του πολιτισμού και των τεχνών, επέλεξε το 2006 τη διαφημιστική της προβολή μέσω του 19ου Φεστιβάλ Δήμου Βύρωνα «Στη Σκιά των Βράχων 2006». http://www.combank.gr/cbg/gr/press/press_specials_story.jsp?docid=0B3C9262731327A58CA505D47F5B51&cabinet=Press_Specials&lang=gr)

¹⁴⁰ Βλ. παράρτ. συν. Γ. Γρατσώνη: «...δεν είναι όπως η Vodafone, που είναι υπηρεσία ή η Εμπορική, που είναι μεγάλοι χορηγοί αυτοί. Εμείς δεν είμαστε υπηρεσίες, εμείς έχουμε προϊόντα κυρίως...».

3.6 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ-ΠΡΟΩΘΗΣΗ- ΠΡΟΒΟΛΗ ΧΟΡΗΓΩΝ

Οι χορηγοί εκταμιεύουν μεν χρήματα για τη στήριξη του φεστιβάλ του Βύρωνα αλλά δεν προβαίνουν συνήθως σε περαιτέρω προωθητικές ενέργειες για την προβολή του φεστιβάλ, μέσα από την επιρροή και τον κύκλο επαφών που διαθέτουν, υπάρχουν ωστόσο και εξαιρέσεις ¹⁴¹. Αυτό βέβαια δεν αφορά τους χορηγούς επικοινωνίας, που η συνεισφορά τους έγκειται ακριβώς σ' αυτό, δηλαδή στην προώθηση και προβολή του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα.

Στο πλαίσιο της χορηγικής πολιτικής του Δήμου, ένα ποσοστό 21% από τα εκταμιευόμενα κονδύλια διατίθεται, χωρίς να αποτελεί η πρωτοβουλία αυτή συμβατική δέσμευση¹⁴¹, για την προβολή αποκλειστικά των χορηγών, ανεξάρτητα από την προβολή που έχουν οι τελευταίοι μέσα από το έντυπο υλικό του φεστιβάλ. Ως εκ τούτου, ο Δήμος προβαίνει σε ενέργειες ενισχυτικές¹⁴² της παρουσίας και συμμετοχής των χορηγών στο φεστιβάλ, στήνοντας περίπτερα, τοποθετώντας αφίσες των χορηγών σε μέσα μαζικής μεταφοράς¹⁴³ κ.α.. Η τακτική αυτή σαν στόχο έχει να βγαίνουν πάντα οι χορηγοί ενισχυμένοι από την συμμετοχή τους στο φεστιβάλ. Επερχόμενο δε αποτέλεσμα της πολιτικής αυτής είναι οι μακροπρόθεσμες συνεργασίες.

¹⁴¹ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...υπάρχουν χορηγοί, που εκτός από τα χρήματα που δίνουν στο φεστιβάλ, στηρίζουν την καμπάνια τη διαφημιστική του φεστιβάλ σε επίπεδο outdoor. Εμπορικοί χορηγοί, όχι οι χορηγοί επικοινωνίας, οι οποίοι μας δίνουν ένα ποσό καθαρά για τα λειτουργικά μας έξοδα και διαθέτουν κι ένα ποσό για την προβολή μέσω outdoor, όπως έγινε με τη Vodafone και με την Εμπορική Τράπεζα».

¹⁴² Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...Δεν το βάζουν όρο οι χορηγοί, εμείς θεωρούμε ότι πρέπει να είμαστε σοβαροί σε αυτό, που κάνουμε. Ο χορηγός πρέπει να έχει παραστάσεις της προσπάθειας που κάνουμε, το να έχει απλά και να δει το φεστιβάλ ντυμένο με το χορηγό, δε λέει τίποτα αυτό...».

¹⁴³ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι για κάθε 100 €, που θα πάρουμε από τους χορηγούς, τα 21 με 22 πρέπει να τα δαπανήσουμε για να τους τα επιστρέψουμε, σε διαφήμιση, σε υλικά. (ερώτηση) Πρόγραμμα και έντυπο υλικό; (απάντηση) Ναι, δηλαδή το να έρθει ένας χορηγός να μας δώσει 100 € δεν σημαίνει ότι 100€ τα παίρνουμε και τα ρίχνουμε στα σχήματα, 22 € περίπου δαπανούμε για να μπορέσουμε να διαφημίσουμε τους χορηγούς αυτούς μέσα από τα προγράμματά μας, μέσα από τα outdoor, μέσα από τα metropolis, που τα ντύνουμε και αυτό είναι που μας καθιστά αξιόπιστους...». Επίσης του ίδιου: «...το ότι τα metropolis ντύνονται καθ' όλη τη διάρκεια και δαπανάμε χρήματα γι' αυτό, το ότι τρώει ντύνονται με τους χορηγούς, ότι στήνονται σε σημεία, που μαζεύεται νεολαία 100 κιόσκια μικρά, όπου διαφημίζονται οι χορηγοί εκτός από το φεστιβάλ, οι αφίσες που μπαίνουν παντού, αυτά συνθέτουν μια συνολική εικόνα, που ο κάθε υπεύθυνος marketing βλέπει στο τέλος της προσπάθειας αυτής, ότι το cost efficiency το δικό του είναι θετικό. Γι' αυτό συνεχίζει».

Πράγματι το γεγονός ότι χορηγοί, όπως η Ford Κοντέλλης και η Sony Hellas, παραμένουν χορηγοί για τρία και πλέον χρόνια στο φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, απεικονίζει την καλή συνεργασία Δήμου και επιχειρήσεων της ελεύθερης αγοράς. Παράλληλα μέσα από επιτυχημένες συνεργασίες αναπτύσσονται σχέσεις εμπιστοσύνης, που ακολούθως δημιουργούν αποδοτικές, ισχυρές και πολύχρονες συνεργασίες, που δεν αντιμετωπίζουν την τροχοπέδη των γραφειοκρατικών δομών, που κουράζουν και αναχαιτίζουν την όποια σοβαρή χορηγική προσπάθεια.

Αν και όπως αναλύσαμε παραπάνω η προβολή και η δημοσιότητα που αποκτούν οι χορηγοί μέσω της συμμετοχής τους στο φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα είναι μεγάλη, από τη μικρή έρευνα που πραγματοποιήσαμε διαπιστώθηκε σε μεγάλο ποσοστό άγνοια του κοινού για την συμβολή των χορηγών στο συγκεκριμένο φεστιβάλ.

Συγκεκριμένα, σε σχετική ερώτησή μας, ποσοστό 63% απάντησε ότι δεν γνωρίζει αν το φεστιβάλ του Βύρωνα έχει χορηγούς. Ενώ σε επόμενη ερώτησή μας, αν το φεστιβάλ χρηματοδοτείται από το Κράτος, τους χορηγούς, το δήμο ή όλους μαζί, ποσοστό 36% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι το φεστιβάλ χρηματοδοτείται από τους χορηγούς, 30% από το Δήμο, 3% από το κράτος και 31% από όλους τους προαναφερθέντες μαζί.

Εξετάζοντας τις απαντήσεις των δύο ερωτήσεων καταλήγουμε στο συμπέρασμα, ότι υπάρχει σύγχυση σε ότι αφορά τη χρηματοδότηση του φεστιβάλ, ενώ είναι προφανές ότι το τόσο χαμηλό ποσοστό που αποδίδουν στην κρατική ενίσχυση, δείχνει την πεποίθησή τους για το βαθμό κρατικής στήριξης στις πολιτιστικές δραστηριότητες του Δήμου.

3.7 ΘΕΤΙΚΕΣ ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΙΩΝ-ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΜΑΤΑ ΧΟΡΗΓΩΝ

Το φεστιβάλ μέσα από την συνεργασία του με τους χορηγούς, υπερνικώντας κατά το δυνατόν γραφειοκρατικές δυσκολίες, εξασφαλίζει τη βιωσιμότητα και τη δυνατότητα εξέλιξής του και ενισχύει το ισχυρό του όνομα (brand name). Ταυτόχρονα απεγκλωβίζεται από την ανάγκη κρατικής αρωγής προκειμένου να συντηρηθεί και αναγκαζόμενο να αναζητήσει νέους τρόπους οικονομικής ενίσχυσης, εντάσσει στις πρακτικές του κανόνες του επιχειρηματικού μοντέλου, προς επίτευξη χορηγικών συνεργασιών. Επιπλέον, η ενίσχυση του φεστιβάλ κατά ποσοστό 60% από χορηγούς, του επιτρέπει να διατηρεί το κύρος του, χωρίς να ξεπέφτει συχνά σε λύσεις, όχι ποιοτικές αλλά μόνο οικονομικά προσοδοφόρες. Ταυτόχρονα κάνει εφικτή την αναβάθμιση των

συμμετοχών του και με συμμετοχές ξένων καλλιτεχνών. Επίσης αυξάνει και το γόητρο της εκάστοτε δημοτικής αρχής, τόσο απέναντι στους δημότες του Βύρωνα αλλά και της Αττικής γενικότερα, μιας και η συνεχής, συνεπής, επιτυχημένη και όχι λογιστικά και ποιοτικά χρεοκοπημένη παρουσία του φεστιβάλ προσμετράται θετικά στους εκάστοτε διοργανωτές.

Οι χορηγοί του φεστιβάλ ωφελούνται επίσης πολλαπλώς από τη συμβολή τους στην υλοποίηση της πολιτιστικής αυτής δραστηριότητας. Η μεγάλη δημοσιότητα και προβολή του ονόματός τους, η κάλυψη ειδικά και παράπλευρα της χορηγίας από τα ΜΜΕ και η καταγραφή στη συνείδηση του κόσμου ότι μετέχουν των κοινών, αποτελούν πολύ σημαντικά αντισταθμίσματα για τους χορηγούς. Επιπλέον, οι χορηγικές εταιρείες μέσα από την συμμετοχή τους στο φεστιβάλ, βρίσκουν ακόμα μεγαλύτερο έρεισμα στο ευρύ κοινό για να συστήσουν νέα προϊόντα ή να υπενθυμίσουν κάποια ήδη γνωστά ή να συνδέσουν¹⁴⁴ το όνομα της εταιρείας με κάποια προϊόντα ή να ενισχύσουν την αναγνωρισιμότητα της εταιρείας τους.

Επίσης οι χορηγοί αποκτούν πρόσβαση σε ομάδες κοινού νεαρής ηλικίας, δηλαδή στο μελλοντικό τους αγοραστικό κοινό. Ταυτοχρόνως δε παίρνουν την ικανοποίηση αλλά και τα εύσημα, ότι συντελούν στην πολιτιστική ανάπτυξη ενός Τοπικού Φεστιβάλ. Επιπλέον, συμμετέχουν σε μια άρτια διοργάνωση που λειτουργεί είκοσι και πλέον έτη χωρίς να χρειάζεται να εκταμιεύσουν πολύ υψηλά ποσά, όπως θα απαιτούσε ενδεχομένως μια χορηγική συμμετοχή τους σε άλλες διοργανώσεις (π.χ. Φεστιβάλ Αθηνών, Μέγαρο Μουσικής).

3.8 ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ

Η μεγάλη ανάμειξη των χρηματοδοτών εταιρειών στη διοργάνωση ενός φεστιβάλ ή μιας πολιτιστικής διοργάνωσης γεννά φόβους για τον κίνδυνο εμπορευματοποίησης, τόσο αντικειμενικούς όσο και υποθετικούς-συνειρμικούς στη συνείδηση του απλού καταναλωτή τέχνης και θεαμάτων. Γι' αυτό θα πρέπει να διαφυλάσσεται η χρυσή ισορροπία ώστε

¹⁴⁴ Βλ. παράρτ. συν. Τ. Πεντεδέκα: «...Για το συγκεκριμένο που έχουμε επιλέξει εμείς να προωθήσουμε, στη συγκεκριμένη περίπτωση προωθήσαμε το κομμάτι της FORD. (ερώτηση) Γιατί υπάρχουν και άλλες εταιρείες υπό το όνομα ΚΟΝΤΕΛΛΗΣ; (απάντηση) Ναι, οι FIAT, ALFA ROMEO, VOLVO κι άλλες εταιρείες». Επίσης της ίδιας: «...(ερώτηση) Γιατί επιλέξατε ειδικά τη FORD και όχι τη FIAT για να προωθήσετε; (απάντηση) Πέρυσι κάναμε τη FIAT φέτος κάναμε τη FORD, δεν έχουμε βάλει πιο premium μάρκα δηλαδή LANCIA, VOLVO, ALFA ROMEO θεωρούμε ότι το κοινό που θα επισκεφθεί το συγκεκριμένο γεγονός απευθύνεται σ' αυτά τα προϊόντα».

με πρακτικές, ενέργειες και συμφωνίες να «μην θίγεται καίρια η ακεραιότητα του ίδιου του πολιτιστικού εγχειρήματος» (Λαμπράκης Χρ. στον Κουτούπη Θ.: 2005:11) αλλά και του διοργανωτή αυτού.

Οι ανησυχίες αυτές βέβαια δεν θα πρέπει να οδηγούν τους διοργανωτές δήμους στην αποχή από την προσπάθεια ανεύρεσης¹⁴⁵ υποστηρικτών στο εγχείρημά τους να διοργανώσουν ένα φεστιβάλ.

Μια πιθανή εξήγηση ωστόσο της μη επιδίωξης συνεργασίας με χορηγούς, δεν είναι τόσο ο φόβος της χειραγώγησης των δήμων από τους χορηγούς, όσο η σύνδεση από τη διοργανώτρια αρχή της δυνατότητας διοργάνωσης ενός πολιτισμικού γεγονότος από την έγκριση κρατικής επιχορήγησης. Η συγκεκριμένη νοοτροπία οδήγησε τους δήμους διοργανωτές σε χρεοκοπία ή στην σταδιακή μείωση της πολιτιστικής τους δράσης, χωρίς την παράλληλη και οργανωμένη ανάπτυξη χορηγικής πολιτικής. Η όψιμη και εξ ανάγκης συνειδητοποίηση της χρησιμότητας των χορηγών από τον εκάστοτε διοργανωτή τοπικών φεστιβάλ, χωρίς την προαπαιτούμενη εσωτερική προεργασία και σχεδιασμό, καθιστά ευάλωτο το διοργανωτή Δήμο απέναντι στους ισχυρούς και με ευέλικτες δομές οργάνωσης χορηγούς.

Αυτό που προέχει για να διαφυλάξει ένα φεστιβάλ (καθώς και το εξεταζόμενο) την αξιοπιστία του αλλά και να μη χειραγωγείται από τους χορηγούς, είναι η όποια επαφή και συμφωνία με αυτούς να περιορίζεται στα συμφωνηθέντα ανταλλάγματα-αντισταθμίσματα, χωρίς να τους καθιστά συνδιοργανωτές¹⁴⁶ του εγχειρήματος, να μη θέτει υπό την έγκρισή τους τόσο το πρόγραμμα¹⁴⁷ και τις συμμετοχές του, όσο και το μήνυμα ή το όραμα, που αυτό υπηρετεί. Οι όποιες επιλογές μιας διοργάνωσης πρέπει πρωτίστως να επεκτείνουν την αρχική ιδέα του πολιτιστικού αυτού εγχειρήματος, χωρίς όμως να προδίδουν και να εγκαταλείπουν το όραμα, που απετέλεσε την αρχή του.

¹⁴⁵ Μάλιστα κατά τις δηλώσεις του κ. Χαρδαλιά υπήρχε αυτός ο φόβος και από προηγούμενες ηγεσίες της δημοτικής αρχής, γι' αυτό και δεν υιοθετούνταν η πρακτική της χορηγίας.

¹⁴⁶ Βλ. παράρτ. συν. Ν.Χαρδαλιά: «...Όμως δεν είναι συμμετέτοχί μας οι χορηγοί, δεν έχουμε από κοινού το management...».

¹⁴⁷ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...Ο ρόλος των χορηγών επικοινωνίας είναι κι αυτός σημαντικός, διότι και αυτοί συμμετέχουν στην προσπάθεια αυτή με προτάσεις συγκεκριμένες, με απόψεις, για μας η σχέση μας με τους χορηγούς μας, π.χ. με τον Μελωδία και τον Οδυσσέα Ιωάννου, δεν είναι μια σχέση που βασίζεται στα πόσα σποτ θα παίξει ο Μελωδία, συζητάμε το πρόγραμμα, ακούμε τις προτάσεις τους...».

Είναι αυτονόητο και ως ένα βαθμό κατανοητό να επιθυμεί και να επιδιώκει ο χορηγός, (είτε πρόκειται για πολιτιστική/κοινωνική χορηγία είτε για εμπορική χορηγία), τη συμβολή του σε μεγάλα γεγονότα που έχουν απήχηση στην πλατιά βάση της κοινωνίας και αυτό δεν είναι απαραίτητα απαγορευτικό για μία διοργάνωση με ποιοτικές προτάσεις. Απαγορευτική γίνεται η συνεργασία από τη στιγμή που η μαζικότητα είναι βασική προϋπόθεση¹⁴⁸ για τον χορηγό και αναγκαστική επιλογή για τον αποδέκτη της χορηγίας και διοργανωτή. Η προσχώρηση σε μια τέτοια συμφωνία μόνο σε υποβάθμιση της διοργάνωσης ως θεσμού μπορεί να καταλήξει.

Είναι όμως ανεδάφικό στις μέρες μας και αυτοκαταστροφικό για ένα φεστιβάλ, τοπικό ή μη, να μην επιδιώκει την αρωγή των χορηγών. Είναι ξεκάθαρο πια ότι δεν είναι δυνατή μια άρτια, αξιοπρεπής και πολύ περισσότερο αξιόσων διοργάνωση, χωρίς τη στήριξη ισχυρών κοινωνικών εταίρων, αρκεί να γίνεται μέσα στα πλαίσια αλληλοσεβασμού της μίας πλευράς για την άλλη.

3.9 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ Ρ/Σ ΜΕΛΩΔΙΑ ΩΣ ΧΟΡΗΓΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

3.9.1 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η σχέση του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα και του ραδιοφωνικού σταθμού Μελωδία ως χορηγού επικοινωνίας χρονολογείται επισήμως από το 1993¹⁴⁹, αλλά ήδη ενωρίτερα, από το 1989¹⁵⁰ οι παραγωγοί του ραδιοφωνικού σταθμού 902 αριστερά στα FM και μετέπειτα παραγωγοί του Μελωδία συνεργάζονταν με το φεστιβάλ.

¹⁴⁸ Βλ. παράρτ. συν. Γ. Γρατσώνη: «... (ερώτηση) δεν έχει πρόβλημα η εταιρία να δίνει χρήματα ως χορηγός για να κάνει ο Δήμος μια δική του παραγωγή, δηλαδή να ανεβάσει εμένα που είμαι άγνωστη και τραγουδάω; (απάντηση) Στα πλαίσια του φεστιβάλ, δεν έχουμε, όχι. Γιατί θεωρούμε ότι ο δήμος στα πλαίσια του φεστιβάλ και για να προστατεύσει το θεσμό, δε θα κάνει κάτι το οποίο να δουλέψει αρνητικά στο θεσμό και να θίγει και εμάς».

¹⁴⁹ Βλ.παράρτ. συν. Οδ. Ιωάννου: «...νομίζω ότι συνεργαζόμαστε 13 χρόνια. Ο Μελωδία ξεκίνησε το 1991, λογικά από το 1993».

¹⁵⁰ Βλ.παράρτ. συν. Οδ. Ιωάννου: «...Με το φεστιβάλ Βύρωνα χορηγός ήταν ο 902 αριστερά στα FM (Ρ/Σ). Ο Μελωδία φτιάχτηκε από παραγωγούς του 902 και του ΣΚΑΪ, οπότε η σχέση μας με το φεστιβάλ ήταν πολύ πολύ παλαιότερη. Με το φεστιβάλ εγώ και πολλοί παραγωγοί συνεργαζόμαστε ως παραγωγοί από τον 902 από το 1989. Όταν δημιουργήθηκε ο Μελωδία συνεχίστηκε αυτή η συνεργασία μεταξύ μας και με τους τότε δημάρχους και με τον υπεύθυνο του φεστιβάλ του δήμου κ. Μουμουλίδη, που ήταν σκηνοθέτης, που ήταν υπεύθυνος για χρόνια ως καλλιτεχνικός διευθυντής του φεστιβάλ η Τασία Σαρρίδου βεβαίως ως βοηθός του».

Ο σταθμός είναι χορηγός επικοινωνίας και διαθέτει ραδιοφωνικό χρόνο για την προβολή ραδιοφωνικών spots που διαφημίζουν τις εκδηλώσεις του φεστιβάλ. Το πιο βασικό όμως είναι ότι ακολουθείται και μια ευρύτερη πολιτική συνεργασίας με σκοπό τη στήριξη του φεστιβάλ και των εκδηλώσεών του μέσα από τις εκπομπές του Μελωδία, σε συνεργασία και με την υπεύθυνη¹⁵¹ σχεδιασμού του φεστιβάλ.

Για την παραχώρηση ραδιοφωνικού χρόνου (air play), στο φεστιβάλ του Βύρωνα, ο Μελωδία δεν τυγχάνει φοροαπαλλαγής και δεν στοχεύει στη χρήση ευεργετικών φορολογικών διατάξεων για τη συνεργασία αυτή¹⁵². Υπάρχει όμως έντονο το στοιχείο της κοινωνικής προσφοράς και κυρίως της προσφοράς στην ενίσχυση της μουσικής, που ο σταθμός προβάλλει και που το φεστιβάλ κυρίως φιλοξενεί¹⁵³.

Υπό το πρίσμα αυτό μπορεί να θεωρηθεί, ότι υπάρχει επί αντιπαροχή προβολή, που είναι ένα χαρακτηριστικό κυρίως του sponsoring και όχι της πολιτισμικής χορηγίας, ωστόσο υπάρχει και εντονότατο το κοινωνικό στοιχείο¹⁵⁴. Το στοιχείο αυτό συνίσταται κυρίως στην ευρύτερη φιλοσοφία και ιδεολογική τοποθέτηση του Μελωδία ως προς το ρόλο του ως μέσου. Συγκεκριμένα, η τοποθέτηση αυτή έγκειται στην άποψη ότι ο Μελωδία ως ραδιόφωνο, αλλά και κάθε ραδιοφωνικός σταθμός, έχει χρέος να συμμετέχει στις διαδικασίες της πόλης και «να δημιουργεί γεγονότα»¹⁵⁵. Ταυτόχρονα με την παρουσία του σταθμού στο φεστιβάλ, του δίνεται η ευκαιρία να ορίσει σαν τόπο συνάντησης των

¹⁵¹ την κα Τασία Σαρρίδου, που είναι υπεύθυνη για το σχεδιασμό και την οργάνωση των εκδηλώσεων

¹⁵² Βλ. παράρτ. συν. Οδ. Ιωάννου: «Δεν υπάρχει κάτι τέτοιο σ'εμάς, δεν κάνουμε εκταμίευση χρημάτων. Δεν έχουμε κανένα δηλαδή οικονομικό όφελος, ούτε έμμεσο ούτε τίποτα. Αντιθέτως επιβαρύνουμε το πρόγραμμά μας με διαφήμιση τζάμπα, τη στιγμή που θα μπορούσε αυτός που την έχει πληρωμένη».

¹⁵³ Βλ. παράρτ. συν. Οδ. Ιωάννου: «...Στο φεστιβάλ εμείς ως ραδιόφωνο δεν θεωρούμε ότι κάνουμε απλώς μια απλή χορηγία επικοινωνίας, αλλά το θεωρούμε προέκταση του προγράμματός μας. Δηλαδή υποστηρίζει αυτό που υποστηρίζουμε κι εμείς, έχουμε έναν κοινό πολιτισμό, στον οποίο ο ένας στηρίζει τις επιλογές του άλλου».

¹⁵⁴ Βλ. παράρτ. συν. Οδ. Ιωάννου: «...παρ' όλα αυτά ο ένας βοηθάει τον άλλο και πλάθει ένα κοινό και πλάθει μια συνείδηση ενός κόσμου για τον τρόπο που θα διασκεδάσει το καλοκαίρι του, για το που θα πάει, ποιους καλλιτέχνες θα στηρίξει».

¹⁵⁵ Βλ. παράρτ. συν. Οδ. Ιωάννου: «...εμείς θεωρούμε ότι το ραδιόφωνο, δεν πρέπει να κλείνεται μέσα στους τέσσερις τοίχους ενός στούντιο, αλλά ένα ραδιόφωνο το οποίο είναι μάχιμο γύρω από το ελληνικό τραγούδι οφείλει να βγαίνει έξω από το στούντιο, οφείλει να δημιουργεί εξωραδιοφωνικές δραστηριότητες. Ο Μελωδία είναι ένας σταθμός ο οποίος είναι πάρα πολύ ενεργός όλα αυτά τα χρόνια σε εξωραδιοφωνικές δραστηριότητες, το θεωρούμε υποχρέωσή μας. Ένα ραδιόφωνο δεν πρέπει να κλείνεται μέσα σ' ένα στούντιο, πρέπει να δημιουργεί γεγονότα, να παίρνει τον κόσμο κοντά, να δημιουργεί φωλιές, εστίες ενός συγκεκριμένου πολιτιστικού στίγματος...».

θεατών του το συγκεκριμένο γεγονός και να έρθει σε επαφή με το δικό του κοινό, σε καθορισμένο τόπο και χρόνο¹⁵⁶.

Βέβαια επειδή ο στόχος προώθηση-πώληση ενός χορηγού πραγματώνεται και με τη χρηματοδότηση δραστηριοτήτων, εκδηλώσεων, events κλπ., αυτό δεν αναιρεί την πιθανότητα να μπορεί στη συγκεκριμένη συνεργασία να ενυπάρχει και κάποιο στοιχείο κοινωνικότητας ή ανάγκης πολιτισμικής σύμπραξης στο πλαίσιο αυτής της προσπάθειας.

Ως εκ τούτου, η συγκεκριμένη δράση του Μελωδία μπορεί να είναι συνδυαστική και να έχει ως στόχο την ενίσχυση πολιτιστικών διοργανώσεων, που στηρίζουν το ρεπερτόριο και το γενικότερο profile του ραδιοφωνικού σταθμού, ώστε να εξασφαλίζεται και η δική του βιωσιμότητα ¹⁵⁷. Αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα την αυτοτελή επιδίωξη αύξησης του ποσοστού των ακροατών του σταθμού αλλά περισσότερο την ανάγκη να υπάρχει και να καλλιεργείται αυτό το συγκεκριμένο κοινό, που έχει σημεία αναφοράς κάποια φεστιβάλ, συγκεκριμένες μουσικές επιλογές και δημιουργούς και κάποιους ραδιοφωνικούς σταθμούς αντίστοιχης φιλοσοφίας και μουσικών επιλογών.

Προτιμούμε όμως να διαλέγουμε την ιδεολογία πίσω από τις ενέργειες που επιλέγει, μιας και σταθερά για χρόνια επιλέγει ένα φεστιβάλ και ταυτίζεται σχεδόν μαζί του.

3.9.2 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΧΟΡΗΓΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ-ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗ ΔΗΜΟΥ

Μια γενική αρχή στο πλαίσιο μιας χορηγικής συνεργασίας είναι ότι «οι χορηγοί δεν πρέπει ποτέ να αισθάνονται ότι μπορούν να επηρεάζουν το καλλιτεχνικό περιεχόμενο ενός πολιτισμικού αγαθού» διότι «τέτοια συμπεριφορά θα έπληττε την επιτυχία μιας προσπάθειας και γενικότερα τη φήμη της χορηγίας» (Κουτούπης Θ.: 2005:σ.55). Σε αυτή την αρχή βασιζόμενος ο Δήμος Βύρωνα και η δημοτική αρχή διατείνονται, όπως προαναφέραμε, ότι οι χορηγοί δεν είναι συνδιοργανωτές του εγχειρήματος τους αλλά αρωγοί αυτού. ¹⁵⁸

¹⁵⁶ Βλ. παράρτ. συν. Οδ. Ιωάννου: «...Έχουμε πλάσει ένα κοινό όλα αυτά τα χρόνια, δηλαδή έχουμε δημιουργήσει μία σχέση με κάποιους ανθρώπους, ότι εκεί παιδιά, κάθε καλοκαίρι είναι το ραντεβού μας, εκεί κάθε καλοκαίρι είναι η φωλιά μας».

¹⁵⁷ Βλ. παράρτ. συν. Οδ. Ιωάννου: «(ερώτηση) Στην ουσία δηλαδή ενισχύετε κάποιους φορείς, με τους οποίους το κοινό σας επικοινωνεί εκεί; (απάντηση) Ακριβώς. (ερώτηση) Για να μπορέσετε κι εσείς να συνεχίσετε; Δηλαδή είναι συγκοινωνούντα δοχεία; (απάντηση) Ακριβώς».

¹⁵⁸ Βλ. ανωτ. υποσημ. 146

Υπάρχει βέβαια και αντίλογος στην ανωτέρω αρχή, που δικαιολογεί την ανάμειξη των χορηγών, ως ένα βαθμό, στη διοργάνωση ενός πολιτιστικού γεγονότος, βασιζόμενη στη σκέψη ότι ο χορηγός έχει το πλεονέκτημα της αμεροληψίας.

Ωστόσο κανένα από τα δύο επιχειρήματα δεν βρίσκουν έρεισμα στη σχέση του Δήμου Βύρωνα με τον χορηγό επικοινωνίας Μελωδία. Αυτό συνάγεται από το γεγονός ότι τόσο οι παραγωγοί του σταθμού εμπλέκονται εξίσου με τους καλλιτέχνες όσο και ο Δήμος, από άλλη βέβαια σκοπιά και σε άλλη διαδικασία της μουσικής βιομηχανίας. Επιπλέον, παρατηρούμε πως υπάρχει μια ιδιαίτερη σχέση και μία ιδιάζουσα επικοινωνία του Μελωδία με το Δήμο του Βύρωνα και με το φεστιβάλ του.

Η συνεργασία των ανωτέρω εμπλεκόμενων φορέων είναι συνδυαστική και πολύπλευρη. Ειδικότερα:

Στη διαδικασία σχεδιασμού του προγράμματος του φεστιβάλ και συζήτησης των προτάσεων συμμετοχών των καλλιτεχνών παρευρίσκεται και ο Μελωδία, ο οποίος μέσω των εκπροσώπων του, κάνει προτάσεις και διατυπώνει γνώμες¹⁵⁹, αρνητικές ή θετικές. Τούτο συμβαίνει όχι γιατί ο συγκεκριμένος σταθμός, έχει πιθανότατα επιβάλλει την παρουσία του αλλά και γιατί προφανώς η συμμετοχή του κρίνεται απαραίτητη από τον διοργανωτή του φεστιβάλ¹⁶⁰. Με τη συμμετοχή του αυτή και με τη γενικότερη συνεργασία του, ο χορηγός επικοινωνίας μεταφέρει τεχνογνωσία και εμπειρία στα στελέχη του φεστιβάλ, οπωσδήποτε όμως το τελικό πρόγραμμα της διοργάνωσης, ενέχει και τη σφραγίδα του χορηγού επικοινωνίας.

Αυτό είναι ίσως το πιο βασικό αντιστάθμισμα της χορηγικής συμμετοχής του Μελωδία. Εννοείται βεβαίως ότι ο Δήμος φροντίζει να

¹⁵⁹ Βλ. παράρτ. συν. Οδ. Ιωάννου: «...Δεν μας ενδιαφέρει απλώς να βάλουμε το σήμα μας κάπου και να δοθούν κάποιες προσκλήσεις, είναι μέρος του προγράμματός μας και πολλές φορές συζητάμε πριν από το κάθε φεστιβάλ και βάζουμε και εμείς ιδέες για το ποιες παραγωγές θα γίνουνε, ποιους θα φέρουμε, αν θα υπάρχουν παραγωγές καινούριες επί τούτου, που θα γίνουνε μια φορά για το φεστιβάλ. Το θεωρούμε ένα κομμάτι του Μελωδία».

¹⁶⁰ Βλ. παράρτ. συν. Ν. Χαρδαλιά: «...Ο ρόλος των χορηγών επικοινωνίας είναι κι αυτός σημαντικός, διότι και αυτοί συμμετέχουν στην προσπάθεια αυτή με προτάσεις συγκεκριμένες, με απόψεις. Για μας η σχέση μας με τους χορηγούς μας, πχ με το Μελωδία και τον Οδυσσέα Ιωάννου, δεν είναι μια σχέση που βασίζεται στα πόσα σποτ θα παίξει ο Μελωδία, συζητάμε το πρόγραμμα, ακούμε τις προτάσεις τους, προσπαθούμε να κεφαλαιοποιήσουμε την εμπειρία όλων αυτών των χρόνων, να γίνουμε καλύτεροι, να διορθώσουμε λάθη, να συμπληρώσουμε παραλείψεις...».

αναγράφεται ο Μελωδία ως χορηγός επικοινωνίας σε όλο το έντυπο και προωθητικό υλικό του φεστιβάλ.

Ο Μελωδία ως χορηγός επικοινωνίας του φεστιβάλ, δεν προβαίνει σε εκταμίευση χρημάτων, οι παροχές του γίνονται σε είδος. Διαθέτει για το φεστιβάλ ραδιοφωνικό χρόνο, παίζοντας ραδιοφωνικά spots δικής του παραγωγής, τα οποία προωθούν την κάθε εκδήλωση που φιλοξενεί το φεστιβάλ. Ενώ ακολουθείται μία συντονισμένη πολιτική προώθησης του φεστιβάλ συνολικά, η οποία αποφασίζεται από το χορηγό¹⁶¹ σε συνεργασία¹⁶² με την υπεύθυνη του φεστιβάλ. Η πολιτική αυτή συνίσταται στη γενική προώθηση και προβολή των εκδηλώσεων του φεστιβάλ μέσα από όλες τις εκπομπές του σταθμού.

Ο βασικότερος κίνδυνος στη συνεργασία με ένα χορηγό επικοινωνίας είναι να μην διασφαλίζεται το κύρος της διοργάνωσης και να εμφανίζεται σε τέτοιο βαθμό η εμπλοκή του, ώστε να θεωρείται ότι ο διοργανωτής χειραγωγείται από αυτόν ακολουθώντας τις δικές του επιλογές. Αυτό έχει σαν επακόλουθο να αποβαίνει η επικοινωνία αναποτελεσματική, να μην είναι ξεκάθαρο το μήνυμα του φεστιβάλ και ο στόχος και το όραμά του να μπερδεύονται με αυτούς του χορηγού επικοινωνίας.

Επειδή όμως αυτή η σχέση παραγωγών Μελωδία και διοργανωτών Φεστιβάλ Βύρωνα βασίζεται σε επαφή και συνεργασία χρόνων¹⁶³ δηλαδή από τα σπάργανα του φεστιβάλ, πολύ πριν τη γέννηση αλλά και μετά από την έναρξη λειτουργίας του ίδιου του Μελωδία, υπάρχει η αίσθηση της συμπόρευσης και από της δύο πλευρές. Ο Μελωδία και οι παραγωγοί του νιώθουν συνδιαμορφωτές του φεστιβάλ, κατά το μέτρο που τους επιτρέπει η θέση και ο ρόλος που έχουν αναλάβει στην υπόθεση αυτή. Το επιτελείο του Δήμου από την άλλη, έχει τη σιγουριά της ενισχυμένης προβολής της διοργάνωσής του ως θεσμού, αλλά και της αρμόζουσας

¹⁶¹ Βλ. παράρτ. συν. Οδ. Ιωάννου: «... (ερώτηση) Η στρατηγική για το πώς, τι, σε ποια εκπομπή; (απάντηση) Αυτά τα κανονίζει η ροή προγράμματος, δηλαδή η διευθύντρια προγράμματος με την υπεύθυνη ροής, όπου μοιράζουν τις προσκλήσεις, κανονίζουν πχ. Εσύ θα κάνεις αναφορά σ' αυτή τη συναυλία, εσύ θα κάνεις αναφορά σ' αυτό το βιβλίο, να μοιραστούν κάπως οι αναφορές. Κάπως έτσι γίνεται».

¹⁶² Βλ. παράρτ. συν. Οδ. Ιωάννου: «...Υπάρχει συνεργασία με το δήμο. Τη στρατηγική μας τη χαράσσουμε μόνοι μας, τα spots είναι ίδια, δεν βάζουμε κάτι παραπάνω για κάποιον και λιγότερο για κάποιον άλλο. Είμαστε σε συνεργασία όμως με την Τασία, αν πριν τη συναυλία 2 μέρες κάτι δεν πάει από προπώληση, βοηθάμε περισσότερο, το πουλάμε περισσότερο, ή επίσης όταν υπάρχει ένα θέατρο και είναι sold out από προπώληση 5 μέρες πριν, κάποιες φορές πρέπει να σταματήσουμε το spot για να βοηθήσουμε το αμέσως επόμενο για να πάει κι αυτό καλά. Συνεργασία υπάρχει».

¹⁶³ και μάλιστα για το διευθυντή του σταθμού από το 1985 (βλ. συνέντευξη Ιωάννου Ο.)

προώθησης των εκδηλώσεων που παρουσιάζει. Ταυτόχρονα δε απευθύνεται μέσω του ραδιοφωνικού σταθμού σε ακροατές, που είναι επί της ουσίας μέρος¹⁶⁴ του κοινού του ή που μπορεί να γίνουν θετικοί αποδέκτες του μηνύματος που θέλει να επικοινωνήσει το φεστιβάλ για τον εαυτό του.

3.9.3 ΚΙΝΔΥΝΟΙ -ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ- ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Λόγω αυτής της μακροχρόνιας σχέσης των δύο εμπλεκομένων μερών, αντιλαμβανόμαστε ότι δεν πρόκειται για περιστασιακή χορηγική συνεργασία, οπότε απουσιάζει η επιδίωξη από μέρους του Μελωδία μιας πιθανής ανάγκης κάλυψης δημοσίων σχέσεων για το ραδιοφωνικό σταθμό. Αντίθετα το όνομα του χορηγού επικοινωνίας έχει συνδεθεί με αυτό του συγκεκριμένου εξεταζόμενου πολιτιστικού θεσμού. Πρόκειται για μακροπρόθεσμη χορηγία, με ό,τι αυτό συνεπάγεται στις μακροχρόνιες σχέσεις.

Το θετικό σκέλος των μακροχρόνιων συνεργασιών μεταξύ διοργανωτή και χορηγού είναι ότι αναπτύσσεται σχέση εμπιστοσύνης, οπότε οι έγγραφες συμφωνίες υπερκαλύπτονται και από τις δύο πλευρές με ανταποδοτικές ενέργειες. Η ολική ενίσχυση του θεσμού μέσα από το πρόγραμμα του Μελωδία είναι δεδομένη και υπάρχει ανοιχτός διάυλος επικοινωνίας. Η πολύχρονη συνεργασία του φεστιβάλ με το σταθμό δεν οδηγεί σε λάθη και παρανοήσεις από τον χορηγό επικοινωνίας, ως προς το profile του φεστιβάλ και το όποιο όραμα υπηρετεί αυτό. Παράλληλα, η εξασφαλισμένη προβολή του φεστιβάλ από το χορηγό επικοινωνίας αποτελεί ένα δελεαστικό κίνητρο για την προσέλκυση υποψήφιων χορηγών.

Ωστόσο η πολυετής αυτή συνεργασία καλλιεργεί ένα δικαίωμα στον χορηγό επικοινωνίας να έχει μεγαλύτερη εμπλοκή από όση ο ρόλος του επιτρέπει, ως προς το σχεδιασμό του προγράμματος του φεστιβάλ και ως προς τι αυτό θέλει να υπηρετήσει. Επιπλέον η τόσο στενή συνεργασία

¹⁶⁴ Σύμφωνα με την έρευνα μας, στην ερώτηση «ποιους ραδιοφωνικούς σταθμούς ακούτε;» η δημοφιλέστερη απάντηση ήταν ο ρ/σ Μελωδία αλλά με αρκετά χαμηλό ποσοστό (15,3%). Οι προτιμήσεις του κοινού ποικίλουν ως προς την επιλογή του αγαπημένου τους ραδιοφώνου και μάλιστα οι επιλογές τους δεν συμβαδίζουν με το ύψος των προγραμμάτων που παρουσιάζει το Φεστιβάλ του Δήμου του Βύρωνα. Συγκεκριμένα, αμέσως επόμενος από το Μελωδία στην σειρά των προτιμήσεων έρχεται ο ρ/σ Λάμψη (13%), ακολουθεί ο Ρυθμός (8,4%) και ο Red (6,9%).

με ένα συγκεκριμένο χορηγό επικοινωνίας, θα μπορούσε να αποτρέψει τη συνεργασία άλλων χορηγών του ίδιου χώρου¹⁶⁵.

Τέλος, πρέπει να παρατηρήσουμε ότι η μακρόχρονη συμμετοχή του Μελωδία σε μια τέτοια διοργάνωση, πέρα από τα τυπικά αντισταθμίσιμα της εμφάνισης του λογοτύπου του σε κάθε έντυπο, ενημερωτικό δελτίο, φυλλάδιο, αφίσα, πρόγραμμα του φεστιβάλ, έχει ένα πιο σπουδαίο και ουσιαστικό αντίκρισμα, την απτή επαφή ενός ραδιόφωνου με το κοινό, την εκπαίδευση και τη δημιουργία της αίσθησης του κοινού αυτού, ότι ένα ραδιόφωνο που είναι «ζωντανό» και με αναζητήσεις συμμετέχει στις δράσεις της κοινωνίας και του πολιτισμού και δεν μεταδίδει μόνο πληροφορίες και τραγούδια αλλά είναι ενεργό και παρόν. Δρα επίσης θετικά και εκπαιδευτικά και στους ίδιους τους παραγωγούς του ραδιόφωνου, οι οποίοι αντιλαμβάνονται ότι πρέπει να επιτελέσουν κι ένα άλλο ρόλο από το πόστο που κατέχουν στο συγκεκριμένο μέσο ενημέρωσης.

3.10 ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΩΝ (ΚΑΙ ΧΟΡΗΓΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ)

Στο οικείο κεφάλαιο του α' μέρους της παρούσας μελέτης αναλύθηκε ο ρόλος των χορηγών σε ευρύτερο τοπικό επίπεδο και σε ό,τι αφορά τα τοπικά φεστιβάλ εν γένει. Στην παρούσα φάση θα αναλύσουμε τη συμβολή των χορηγών στη διοργάνωση του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα και το ρόλο που διαδραματίζουν στην αναβάθμιση των πολιτιστικών δράσεων του ίδιου του Δήμου Βύρωνα, βασιζόμενοι στις παραδοχές του προαναφερθέντος σχετικού κεφαλαίου του α' μέρους και εφαρμόζοντας αυτές αναλόγως.

Η συνειδητοποίηση από το διοργανωτή Δήμο της ανάγκης αναζήτησης άλλων οικονομικών πηγών, πέραν της κρατικής ενίσχυσης, προκειμένου να καταστεί εφικτή η συνέχιση της διοργάνωσης του φεστιβάλ του, τον οδήγησε στην δραστηριοποίησή του και στη σύναψη συνεργασιών με ιδιωτικούς φορείς. Η κατεύθυνση αυτή δραστηριοποίησης συνεπάγεται μια σειρά θετικών αποτελεσμάτων, όπου και καταδεικνύεται ο σημαντικός ρόλος που διαδραματίζουν οι χορηγοί με

¹⁶⁵ Βέβαια στην περίπτωση μας υπάρχει και άλλος ραδιοφωνικός σταθμός ως χορηγός επικοινωνίας, ο ρ/σ Kosmos, που έχει διαφορετικό κοινό και ρεπερτόριο από αυτόν του Μελωδία, χωρίς να έχουμε κάποια αρνητική εμπλοκή. Οπότε μάλλον θετικά αποτελέσματα έχουμε στην περίπτωση που εξετάζουμε.

την ανάμειξή τους στην πολιτιστική πολιτική του δήμου και στη διοργάνωση του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα. Συγκεκριμένα:

Αν και η αναζήτηση χορηγών από το Δήμο είχε ως εφιαλτήριο την απουσία κρατικής οικονομικής ενίσχυσης τα τελευταία χρόνια και τη διόγκωση των χρεών του, ωστόσο στην πορεία μετεξελίχθηκε, σε μεγάλο βαθμό, στην εφαρμογή μίας νέας πολιτικής χρηματοδότησης της διοργάνωσής του, ανεξάρτητης από την έγκριση ή μη επιχορηγήσεων. Αποτέλεσμα της υιοθέτησης της συγκεκριμένης επιλογής χρηματοδότησης ήταν η δημιουργία προϋποθέσεων από τον ίδιο το Δήμο για τον απογαλακτισμό του, κατά το δυνατόν, από την κρατική ενίσχυση, προκειμένου να ασκήσει τοπική πολιτιστική πολιτική.

Η επαφή και η συνεργασία όμως του Δήμου με ιδιωτικές εταιρείες-χορηγούς επέβαλε, τόσο στον ίδιο το τοπικό οργανισμό όσο και στους υπαλλήλους του, τη σταδιακή αλλαγή της νοοτροπίας τους, στον τρόπο λειτουργίας και δράσης τους, τουλάχιστον σε ό,τι αφορά τις χορηγικές συνεργασίες.

Παράλληλα, ο επιβεβλημένος καθορισμός συγκεκριμένης πολιτικής από την πλευρά του διοργανωτή Δήμου, σε σχέση με τη συγκεκριμένη πολιτιστική του δράση, οδήγησε στην απάντηση ασυνείδητων ερωτημάτων, ενόψει της συνεργασίας του με χορηγούς, προκειμένου να διαφυλάξει την αξιοπιστία του, τη σοβαρότητά του αλλά και την ποιότητα της ίδιας της φεστιβαλικής του διοργάνωσης.

Η αυτοσχέδια αναζήτηση όμως χορηγών από το Δήμο και τη Δημοτική Αρχή μετεξελίχθηκε σε μία αρκετά πιο συντονισμένη πολιτική, με την αρωγή επαγγελματιών του ιδιωτικού τομέα (διαφημιστικές εταιρείες). Προαπαιτούμενο για τέτοιου είδους συνεργασίες είναι η ευελιξία και η δυνατότητα εφαρμογής επιχειρηματικών πρακτικών, που εκ των πραγμάτων υιοθετήθηκαν σε κάποιο βαθμό από το Δήμο Βύρωνα, προκειμένου να διευθετήσουν επιτυχώς το ζωτικό ζήτημα της ανεύρεσης χρηματοδοτών.

Αλλά και το ίδιο το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, λόγω της οικονομικής στήριξης των χορηγών, εξασφάλισε τη βιωσιμότητά του και τη δυνατότητα εξέλιξής του. Επίσης, η σύμπραξη των χορηγών και των χορηγών επικοινωνίας ισχυροποιεί την παρουσία του φεστιβάλ μέσα από την εφαρμογή πολιτικών προώθησης και προβολής του. Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι η ενίσχυση του θεσμού και η εν γένει δημιουργία προϋποθέσεων για αναβάθμισή του. Επιπλέον το ενδεχόμενο απόκτησης από τη διοργάνωση ευρωπαϊκής ταυτότητας, σε μελλοντικό χρόνο,

φαντάζει υλοποιήσιμο, με την επίτευξη μακροχρόνιων χορηγικών συνεργασιών.

4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

4.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ

Μέσα από όλη την παραπάνω ανάλυση σχηματίστηκε το γενικό πλαίσιο, εντός του οποίου ο Δήμος του Βύρωνα μέσα από το Πνευματικό του Κέντρο, προβαίνει στη διοργάνωση ενός από τα πιο σημαντικά τοπικά φεστιβάλ της Αττικής και της Ελλάδας, το φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, που διοργανώνεται στο θέατρο Βράχων. Διερευνήθηκε ο τρόπος διοργάνωσής του, η διαμόρφωση της ταυτότητάς του μέσα από την 20ετή παρουσία του καθώς και ο προσανατολισμός του στην επίτευξη χορηγικών συνεργασιών με σκοπό τη στήριξη και ανανέωση του φεστιβάλ.

Βαρύνουσα θέση κατέχει στην διοργάνωση του φεστιβάλ το Πνευματικό Κέντρο του Δήμου Βύρωνα, που χρηματοδοτούμενο τόσο από το Δήμο όσο και από χορηγούς, κάνει εφικτή την υλοποίηση του εν λόγω γεγονότος. Οι υπάλληλοι του Πνευματικού Κέντρου εργάζονται για την πραγματοποίηση του φεστιβάλ, χωρίς εξειδίκευση στα θέματα διοργάνωσης, πολιτισμού και πολιτιστικής διαχείρισης, αλλά επικουρούμενοι από την συσσωρευμένη εμπειρία των τόσων χρόνων διοργάνωσης και την αγάπη για το ίδιο το πολιτιστικό γεγονός, αποδίδουν σε σημαντικό βαθμό. Θετικό στοιχείο είναι η παρουσία ορισμένων πολύ έμπειρων στελεχών σε οργανωτικές και βαρύνουσας σημασίας θέσεις.

Το συγκεκριμένο φεστιβάλ συγκαταλέγεται στα πιο σημαντικά της Αττικής, κουβαλώντας μία πολύχρονη ιστορία και έχοντας ως εμπνευστές του πρόσωπα εγνωσμένου κύρους και καλλιτεχνικής αξίας, όπως ο σκηνοθέτης Μίνως Βολανάκης. Το φεστιβάλ εντάσσεται στην κατηγορία των τοπικών φεστιβάλ, διοργανωνόμενο από ένα Οργανισμό Τοπικής Αυτοδιοίκησης και ως προς το είδος ανήκει στα μεικτά φεστιβάλ. Το περιεχόμενο των εκδηλώσεών του είναι τόσο μουσικό όσο και θεατρικό, αλλά περιλαμβάνει και παραστάσεις χορού, περισσότερο για λόγους γοήτρου και εγκυρότητας.

Το βασικό του κριτήριο για την ένταξη μιας παράστασης στο πρόγραμμα του είναι η ποιότητα. Αν και αρκετά τοπικά φεστιβάλ στην Ελλάδα έκαναν υποχωρήσεις ως προς το θέμα της ποιότητας μπροστά στο ενδεχόμενο πιο κερδοφόρων εμπορικών επιλογών, το εξεταζόμενο

φεστιβάλ κατέφυγε επίσης σε κάποιες πιο ευρείας αποδοχής επιλογές, χωρίς όμως να διακυβεύεται η ταυτότητά του ως ποιοτικού φεστιβάλ. Απαραίτητος ωστόσο κρίνεται και από τους ίδιους τους διοργανωτές αλλά και τους υπόλοιπους εμπλεκόμενους φορείς, συμπεριλαμβανομένου και του κοινού, ο εμπλουτισμός του με πιο ανανεωτικές προτάσεις, οι οποίες όμως εγκυμονούν τον κίνδυνο ζημιογόνου διοργάνωσης, γεγονός που κάνει διστακτικούς τους διοργανωτές.

Λόγω της γεωγραφικής θέσης των θεάτρων Βράχων, στα οποία διοργανώνεται το φεστιβάλ του Βύρωνα, το κοινό του αποτελείται κυρίως από τους κατοίκους της Ανατολικής Αττικής. Ωστόσο κάποιες παραστάσεις του, κυρίως με ξένους καλλιτέχνες, απευθύνονται στο φιλοθεάμον κοινό όλης της Ελλάδας, λόγω της μοναδικότητάς τους, ενώ ως προς το κριτήριο της ηλικίας, οι καλλιτεχνικές συμμετοχές του απευθύνονται και αφορούν όλες τις ηλικίες.

Στόχος του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα είναι η εδραίωσή του και η ταύτισή του στη συνείδηση του κόσμου ως ενός από τα καλύτερα φεστιβάλ της Ελλάδας, ενώ μακροπρόθεσμη επιδίωξή του είναι η απόκτηση ευρωπαϊκής ταυτότητας. Προς επίτευξη της ανωτέρω επιδίωξης ο Δήμος Βύρωνα είναι μέλος του ευρωπαϊκού πολιτιστικού δικτύου «la rencontre», με σκοπό την εύρεση πολιτιστικών εταίρων και την επίτευξη έγκρισης ευρωπαϊκής χρηματοδότησης. Επιπλέον, βρίσκεται σε διαπραγματεύσεις για το ενδεχόμενο συνεργασίας του με το Φεστιβάλ Αθηνών, ενώ το 2004 εντάχθηκε στο πρόγραμμα εκδηλώσεων της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας με δύο εκδηλώσεις του, μαρτυρώντας τις προθέσεις του για σταδιακό άνοιγμα στο εξωτερικό.

Η απουσία της κρατικής οικονομικής ενίσχυσης οδήγησε το διοργανωτή του φεστιβάλ στην αναζήτηση νέων τρόπων χρηματοδότησης της διοργάνωσής του. Τα αποτελέσματα από την αναζήτηση χορηγικών συνεργασιών, στην οποία προέβη ο Δήμος του Βύρωνα, ήταν αρκούντως αποδοτικά, ώστε να τον οδηγήσουν στη σταδιακή και αυτοσχέδια ανάπτυξη χορηγικής πολιτικής. Ακολουθώντας, ζητήθηκε και η αρωγή ιδιωτικού φορέα προκειμένου να εξασφαλιστεί η μεγαλύτερη συμμετοχή αξιόπιστων και οικονομικά ισχυρών χορηγών στο φεστιβάλ. Μέσα από αυτή τη διαδοχική διαδικασία ο Δήμος Βύρωνα αναγκάστηκε να εφαρμόσει πρακτικές του επιχειρηματικού μοντέλου, προκειμένου να επιτύχει τον επιδιωκόμενο στόχο. Παράλληλα, η συνεργασία του με τις χορηγούς εταιρείες απέδωσε θετικά, τόσο στην ίδια τη διοργάνωση όσο και στον ίδιο τον διοργανωτή, σε θέματα τεχνογνωσίας, απάλειψης γραφειοκρατικών στοιχείων στην επικοινωνία και τη συνεργασία μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών.

Από όλη την προηγηθείσα ανάλυση λείπει και αποδεικνύεται απαραίτητη η σκιαγράφηση των προθέσεων, των επιθυμιών και των αξιολογικών κρίσεων, του πιο καθοριστικού ίσως για την επιτυχία του φεστιβάλ εμπλεκόμενου μέρους, του ίδιου του κοινού. Ως εκ τούτου θα προσπαθήσουμε να εντοπίσουμε την τοποθέτηση του κοινού απέναντι στο φεστιβάλ, αναλύοντας τα αποτελέσματα από την έρευνα που διεξήχθη με την βοήθεια ημιδομημένων ερωτηματολογίων στο επόμενο κεφάλαιο.

4.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ¹⁶⁶

Θέλοντας να διαπιστώσουμε τις τάσεις και τις απόψεις ενός από τους πιο σημαντικούς συμμετέχοντες και εμπλεκόμενους στο Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, προβήκαμε σε μία μικρή έρευνα της γνώμης του κοινού.

Το δείγμα μας είναι 103 άτομα με τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

1. **φύλο:** γυναίκες 70% άνδρες 30%
2. **επίπεδο εκπαίδευσης:** ανώτατη 61% ανώτερη 9% και μέση 30%
3. **ηλικίες:** 15-25 (39%), 26-35 (22%), 36-45 (24%), 45 και άνω (15%)

Από το δείγμα αυτό, το 92% έχει παρακολουθήσει το Φεστιβάλ Βύρωνα και η γνώμη του συνοψίζεται στα ακόλουθα:

Ως προς το Φεστιβάλ και την ποιότητα των εκδηλώσεων που παρουσιάζει, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων βρίσκουν τις παραστάσεις καλές (ΚΑΚΗ - ΜΕΤΡΙΑ (13%) - ΚΑΛΗ (69%) – ΑΡΙΣΤΗ(12%) - ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ (6%), κάτι με το οποίο συμφωνούν εξίσου άνδρες και γυναίκες όλων των ηλικιών και όλων των μορφωτικών επιπέδων.

Ωστόσο στην ερώτησή μας για το τί νομίζουν ότι λείπει από το Φεστιβάλ και τι χρειάζεται να βελτιωθεί, επειδή η απάντηση ήταν ελεύθερη (δεν υπήρχε επιλογή μεταξύ προτεινόμενων απαντήσεων), οι απαντήσεις ήταν πολλές και ποικίλες αλλά συνοψίζοντας καταλήξαμε, ότι ανεξαρτήτου ηλικίας μορφώσεως και φύλου, αυτό που θεωρούν ως προβληματικό είναι μακράν η υποδομή και η οργάνωση.¹⁶⁷ Η επόμενη

¹⁶⁶. Δείγμα του ερωτηματολογίου βρίσκεται στο παράρτημα ερωτηματολογίου σελ. 153

¹⁶⁷ Είτε αυτό αφορά στον ίδιο το χώρο, είτε στην μη τήρηση της ώρας έναρξης των παραστάσεων, στην μη ύπαρξη κάδων σκουπιδιών, στο πρόβλημα θέσεων στάθμευσης, στην ανάγκη καλύτερης αξιοποίησης του χώρου, στην έλλειψη προσωπικού ή στα άβολα καθίσματα.

δημοφιλέστερη απάντηση στο ανωτέρω ερώτημα είναι το πρόβλημα με τα ακριβά εισιτήρια, για τα οποία όμως έχουμε θέσει και ξεχωριστό ερώτημα, οπότε και θα αναφερθούμε παρακάτω. Αυτό που μπορούμε να σημειώσουμε ήδη είναι η επιθυμία του κοινού για αύξηση των προσκλήσεων και των εισιτηρίων με μειωμένη τιμή.

Στην ερώτησή μας αν παρακολουθούν μουσικές ή θεατρικές παραστάσεις ή και τις δυο, υπερισχύουν σαφώς οι μουσικές επιλογές των θεατρικών σε όλες της ηλικίες (ΜΟΥΣΙΚΕΣ (64%) ΘΕΑΤΡΙΚΕΣ (19%) ΟΛΕΣ (17%)). Αυτό που προκαλεί έκπληξη είναι ότι με βάση το κριτήριο της εκπαίδευσης όσοι έχουν λάβει ανώτερη εκπαίδευση επιλέγουν τις θεατρικές παραστάσεις κατά ποσοστό 67%, (μουσικές 11% και επιλέγουν και τα δύο σε ποσοστό 22%) σε σχέση με αυτούς που έχουν λάβει ανώτατη εκπαίδευση, που επιλέγουν τις θεατρικές παραστάσεις κατά 23% (μουσικές κατά 62% και όλες μαζί κατά 15%) και σε σχέση με αυτούς που οι σπουδές τους ανήκουν στη μέση εκπαίδευση, που επιλέγουν βασικά τις μουσικές παραστάσεις κατά 62%, τις θεατρικές κατά 10% και όλες μαζί κατά 28%.

Ως προς το θέμα του εισιτηρίου των εκδηλώσεων του Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, εκφράζεται μέσα από το ερωτηματολόγιο η γενική κρίση ότι είναι ακριβό και μάλιστα σε πολύ μεγάλα ποσοστά ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου και μόρφωσης (ΑΚΡΙΒΟ (72%) ΦΘΗΝΟ (19%) ΜΕΤΡΙΟ (6%) ΔΞ/ΔΑ (3%)). Ενδεικτικά με κριτήριο την ηλικία αναφέρουμε τα ποσοστά που μας έδωσαν όλες οι ομάδες με την επιλογή του ακριβού εισιτηρίου, ήτοι από 15-25 (74%), από 26-35 (56%), από 36-45 (72%) και από ηλικία 46 και άνω (ποσοστό 87%) (βλ. παράρτημα σχεδιαγραμμάτων).

Στον τομέα του τρόπου ενημέρωσης του κοινού για τις εκδηλώσεις του Φεστιβάλ, ο δημοφιλέστερος τρόπος για όλους ανεξαρτήτως ηλικίας είναι οι αφίσες με ποσοστό 28,5 %. Η δεύτερη δημοφιλέστερη απάντηση είναι ο Δήμος (του Βύρωνα) σε ποσοστό 15,2%. Ακολουθούν το internet, το πρόγραμμα του φεστιβάλ που διανέμεται από το Δήμο, οι φίλοι/παρέες, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και πολλά άλλα σε μικρότερο ποσοστό. Από τις απαντήσεις συμπεραίνουμε πως ο ρόλος του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης στην ενημέρωση για το φεστιβάλ περιορίζεται στο ελάχιστο.

Στο θέμα της χρηματοδότησης του φεστιβάλ από τους χορηγούς, το Κράτος, το Δήμο ή όλους μαζί θα λέγαμε ότι στη συνείδηση του κόσμου το Κράτος είναι απόν. Η αντίληψη του κοινού για την

χρηματοδότηση συνοψίζεται στα εξής ποσοστά: ΚΡΑΤΟΣ (3%) ΧΟΡΗΓΟΙ (36%) ΔΗΜΟΣ (30%) ΟΛΑ ΜΑΖΙ (31%).

Ένα παράδοξο που προκύπτει από τις απαντήσεις του κοινού έχει να κάνει με την απάντηση του στην ερώτηση για τους χορηγούς, όπου η πλειοψηφία των ερωτηθέντων θεωρούν ότι δεν έχει χορηγούς το Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα, ενώ όπως είδαμε και παραπάνω στην ερώτηση του τρόπου χρηματοδότησης του Φεστιβάλ οι χορηγοί ως μοναδικοί χρηματοδότες αλλά και ως συνχρηματοδότες με το κράτος και το Δήμο παίρνουν πολύ μεγάλο ποσοστό.

Στις ακόλουθες γενικότερης φύσεως ερωτήσεις όπως αυτή για το ποιους ραδιοφωνικούς σταθμούς επιλέγουν να ακούν, μας δίνονται σαν απαντήσεις και επιλογές όλο σχεδόν το φάσμα των ραδιοφωνικών σταθμών.

Ο Μελωδία εμφανίζει σαφώς μεγαλύτερη δύναμη από τα υπόλοιπα ραδιόφωνα αλλά όχι την αναμενόμενη κατά την κρίση μας, αν αναλογιστούμε την πολύχρονη παρουσία του στο Φεστιβάλ και το ρόλο του ως χορηγού επικοινωνίας. Συγκεκριμένα: Μελωδία 15,3%, Λάμψη 13%, Ρυθμός 8,4%, Red 6,9%, Kiss 5,7%, Village 4,9 και ακολουθούν οι υπόλοιποι με μικρότερα ποσοστά. Με βάση τα παραπάνω συμπεραίνουμε, ότι οι ακροατές του Μελωδία είναι κοινό του φεστιβάλ, το κοινό όμως του Φεστιβάλ δεν είναι απαραίτητα και ακροατές του Μελωδία. Το Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα έχει ευρύτερο και διαφορετικό πολλές φορές κοινό. Η διασπορά αυτή των ραδιοφωνικών επιλογών εξηγεί γιατί το κοινό του Φεστιβάλ ενημερώνεται κυρίως από τις αφίσες και τα φυλλάδια και τα προγράμματα και λιγότερο από το ραδιόφωνο (πάρα πολλοί από αυτούς δεν είναι ακροατές των χορηγών επικοινωνίας του Φεστιβάλ).

Το πιο παράδοξο όμως είναι το αποτέλεσμα που εξήγαμε από την ερώτηση: Τι **πρέπει** ένα φεστιβάλ τοπικό (όπως του Βύρωνα) να υπηρετεί; Τον Πολιτισμό; Τις Δημόσιες σχέσεις της Δημοτικής Αρχής ; και τα δύο μαζί;

Αν και θα περιμέναμε οι απαντήσεις στο σύνολό τους να είναι υπέρ του Πολιτισμού, οι ερωτηθέντες έκριναν ότι ένα φεστιβάλ τοπικό πρέπει να υπηρετεί **και** τον πολιτισμό **αλλά και** τις Δημόσιες σχέσεις της Δημοτικής Αρχής. Τα δε ποσοστά ήταν τα εξής: ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ (44%) - ΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΑΡΧΗΣ (0%) - ΚΑΙ ΤΑ ΔΥΟ ΜΑΖΙ (56%).

Σύμφωνα με αυτά τα αποτελέσματα το μόνο που μπορούμε να διαπιστώσουμε είναι είτε ότι ο κόσμος είναι εξοικειωμένος με την ανάγκη της εκάστοτε δημοτικής αρχής να υπηρετήσει και το στόχο της ενίσχυσης του γοήτρου της είτε ότι το έχει αποδεχτεί αυτό σαν αναγκαστικό ενδεχόμενο. Από την άλλη, ένα δυσάρεστο ενδεχόμενο μπορεί να είναι μια σοβαρή παρανόηση της σημαντικότητας και της βασικής λειτουργίας που επιτελεί ο Πολιτισμός σε μια κοινωνία και που οφείλουν οι πολιτιστικές δραστηριότητες να υπηρετούν. Πάντως με βάση την παρούσα απάντηση και τοποθέτηση του κοινού, μπορούμε να κατανοήσουμε την πίεση που υφίσταται μία δημοτική αρχή, που διοργανώνει ένα γεγονός, όταν οι πολίτες από μόνοι τους της αναγνωρίζουν την ανάγκη να κάνει και επιλογές που θα την ενισχύσουν ως προς το γόητρο και τη δύναμή της, αλλά δε θα αναβαθμίσουν οπωσδήποτε και πολιτισμικά το όλο εγχείρημά της.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα φεστιβάλ των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης αναντίρρητα επιτελούν σημαντικό ρόλο, τόσο προς όφελος του ίδιου του διοργανωτή όσο και της κοινωνίας στην οποία πραγματοποιούνται.

Η διοργάνωση των φεστιβάλ αποτελεί μια σημαντική έκφανση της ευρύτερης πολιτιστικής πολιτικής που σχεδιάζει και υλοποιεί ο κάθε Οργανισμός Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Αναγνωρίσαμε ότι τόσο η σημαντικότητα του θεσμού των φεστιβάλ για τις τοπικές αρχές, όσο και οι κρατικές επιχορηγήσεις για την οικονομική στήριξή τους, αποτελούν τους δύο βασικούς συντελεστές που έφεραν την ραγδαία αύξησή των φεστιβάλ, την τελευταία εικοσαετία, σε όλη την Ελληνική επικράτεια.

Διακρίναμε, ωστόσο, ότι συγκεκριμένοι αρνητικοί παράγοντες εμπόδισαν την περαιτέρω ενδυνάμωση των τοπικών φεστιβάλ, έτσι ώστε να μπορούν αυτά να συμβάλλουν ουσιαστικά στην πολιτιστική αποκέντρωση και την περιφερειακή πολιτιστική ανάπτυξη.

Τέτοιοι παράγοντες είναι:

α) οι ελλείψεις στην χάραξη, στην εφαρμογή και στους συντονιστικούς μηχανισμούς μιας συμπαγούς κεντρικής πολιτιστικής πολιτικής του Υπουργείου Πολιτισμού,

β) η απουσία καταγεγραμμένων και διαφανών κριτηρίων κατά τη διαδικασία εγκρίσεων των κρατικών επιχορηγήσεων,

γ) η σταδιακή μείωση των επιχορηγήσεων, σε συνδυασμό με την περιορισμένη οικονομική δυνατότητα των Ο.Τ.Α. και την ευρύτερη οικονομική εξάρτησή τους από την κεντρική διοίκηση.

Πέραν της κεντρικής διοίκησης, σημαντικό μερίδιο της ευθύνης για την αναχαίτιση της ουσιαστικής άνθισης των τοπικών φεστιβάλ θα πρέπει να αποδοθεί στην νοοτροπία των ίδιων των διοργανωτών (Ο.Τ.Α.), που στη συντριπτική τους πλειονότητα εξαρτούν την βιωσιμότητα των πολιτιστικών διοργανώσεων από την, συνήθως, πενιχρή αυτοχρηματοδότηση και, κυρίως, από την ύπαρξη της κρατικής επιχορήγησης, θέτοντας σε κίνδυνο την ίδια τη δυνατότητα υλοποίησης της πολιτιστικής διοργάνωσης.

Η ανάγκη παρουσίασης κάποιας πολιτισμικής δράσης ήταν ο παράγοντας που, κατά κύριο λόγο, «ανάγκασε» τους τοπικούς φορείς να στραφούν, αρκετά καθυστερημένα, στην εξεύρεση χορηγών, προκειμένου να εξασφαλιστεί η συνέχιση των διοργανώσεων. Ως ευτυχής συγκυρία καταγράφεται η γρήγορη ανάπτυξη του χορηγικού θεσμού στη χώρα μας κατά την τελευταία δεκαπενταετία, αν μάλιστα εξέλειπε αυτή η αβεβαιότητα στις νομοθετικές προβλέψεις που κατά καιρούς εφαρμόστηκαν, τα αποτελέσματα θα ήταν πιθανόν πιο θεαματικά. Η δραστηριοποίηση των Ο.Τ.Α. προς εξεύρεση χορηγών χαρακτηρίζεται από αποσπασματικότητα, έλλειψη σχεδιασμού και χρήση αυτοσχέδιων πρακτικών. Έτσι, τα αποτελέσματα των χορηγικών συνεργασιών είναι, μάλλον, περιορισμένα και δεν έχουν, ως επί το πλείστον, διάρκεια. Η έλλειψη οργανωμένων τμημάτων χορηγιών των Δήμων, επανδρωμένων από εξειδικευμένο προσωπικό, έχει ως αποτέλεσμα τη δυσκολία εξεύρεσης χορηγών, τη δυστοκία σε θέματα επικοινωνίας, την ελλιπή διαχείριση των ζητημάτων της χορηγίας και τη μειωμένη δυνατότητα αξιοποίησης χορηγικών ευκαιριών. Ωστόσο, παρά την επιθυμία των Δήμων για ανάπτυξη τέτοιων σχέσεων, η επικρατούσα νοοτροπία του «ευκαιριακού», από την πλευρά των Ο.Τ.Α., αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για την εύρεση οικονομικά εύρωστων χορηγών και την επίτευξη, σημαντικών και με χρονική διάρκεια, χορηγικών συνεργασιών.

Η αδυναμία των ΟΤΑ στον καθορισμό των σκοπών και της αποστολής τους και στην οριοθέτηση της χορηγικής συνεργασίας καθιστούν πιθανό τον κίνδυνο χειραγώγησης του αποδέκτη της χορηγίας από τον ισχυρό και με ευέλικτες δομές χορηγό, ιδιαίτερα όταν η βιωσιμότητα της τοπικής πολιτιστικής διοργάνωσης εξαρτάται από την αρωγή του.

Ως προς την ταυτότητα και την παρουσία των φεστιβάλ των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης, αναγνωρίζουμε τη μεγίστη συμβολή τους στην μεταφορά των πολιτιστικών καλλιτεχνικών γεγονότων από την πρωτεύουσα στην επαρχία, έτσι ώστε ο κόσμος της Περιφέρειας να έρθει σε επαφή με σπουδαίους καλλιτέχνες, ηθοποιούς και δημιουργούς αλλά και με υψηλού επιπέδου – και βεβαίως κόστους – παραγωγές. Ο ρόλος τους, όμως, δε θα πρέπει να περιορίζεται μόνο σε αυτά, αλλά να καλύπτει την ανάγκη και τη δίψα της Περιφέρειας για πραγματική Τέχνη και για ουσιαστική παραγωγή Πολιτισμού.

Η επίτευξη του θεμελιώδους αυτού στόχου θα είναι εφικτή μόνον όταν ελαχιστοποιηθούν οι αρνητικοί, για την ανάπτυξη του θεσμού, παράγοντες. Έτσι θα πρέπει:

α) να βελτιωθούν οι προβληματικές υποδομές και ελλείψεις υλικοτεχνικού δυναμικού,

β) να δημιουργηθούν θέσεις ειδικευμένων δημοτικών υπαλλήλων στην οργάνωση και υλοποίηση πολιτιστικών δραστηριοτήτων,

γ) να θεσμοθετηθούν θέσεις καλλιτεχνικών διευθυντών με γνώσεις και κύρος που να επιλαμβάνονται των πολιτιστικών επιλογών των διοργανώσεων,

δ) να λείψουν τα κενά και οι αδυναμίες του νομοθετικού πλαισίου που αφορούν τον πολιτισμό και τις κρατικές επιχορηγήσεις,

ε) να υποστηριχθούν οι διαδημοτικές συνεργασίες και να ενθαρρυνθεί η επικοινωνία μεταξύ των διοργανωτών των δημοτικών φεστιβάλ. Ειδικά τώρα που στο πλαίσιο ευρωπαϊκών πολιτιστικών προγραμμάτων, απαιτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση η σύμπραξη φορέων πολιτισμού, για την υλοποίηση και χρηματοδότηση διαπολιτιστικών - διευρωπαϊκών εγχειρημάτων.

Πέραν των οικονομικών και των αρμοδιοτήτων εν γένει, μιλώντας για την τοπική αυτοδιοίκηση, θα πρέπει να έχουμε ως στόχο το νέο ρόλο του θεσμού στην σημερινή εποχή και το σημερινό του πρόσωπο, λαμβάνοντας υπ' όψιν παραμέτρους όπως τον πολιτισμό, το περιβάλλον, το σεβασμό στον πολίτη αλλά και το τοπικό καλό και το δημόσιο συμφέρον. Αυτή είναι η γραμμή που θα πρέπει να ακολουθηθεί για τον επαναπροσδιορισμό του θεσμού αυτού, ώστε πραγματικά να παραχθεί έργο και πολιτισμός στις τοπικές κοινωνίες.

Φεστιβάλ Δήμου Βύρωνα

Συντασσόμαστε με την καλή προσπάθεια του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα – όπως και με κάθε καλλιτεχνική διοργάνωση που στηρίζει τον

Πολιτισμό και την δημιουργική πολιτιστική έκφραση – και αναγνωρίζουμε τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει ένας Τοπικός Οργανισμός Αυτοδιοίκησης που μπαίνει στον αγώνα και τον κόπο να στηρίξει, να ενθαρρύνει, να προάγει και να παράξει Πολιτισμό.

Η γέννηση του φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα οφείλεται σ' έναν προικισμένο καλλιτέχνη, τον Μίνωα Βολανάκη, θερμό υποστηρικτή της αποκέντρωσης της Τέχνης, που ήθελε να φέρει τον Πολιτισμό στην καρδιά των συνοικιών της Αττικής, κοντά στον λιγότερο προνομιούχο πολίτη. Το εγχείρημα έτυχε μεγάλης ανταπόκρισης τόσο από τους δημότες του Βύρωνα, όσο και από τους κατοίκους των όμορων Δήμων (αλλά και αλλού). Αναμφισβήτητα, στην εικοσιπενταετή του πορεία – είκοσι εκ των οποίων διοργανώτρια αρχή είναι ο Δήμος Βύρωνα – το φεστιβάλ παρουσίασε σημαντική πολιτιστική δράση και μεταμόρφωσε υποβαθμισμένους και σε αχρηστία χώρους σε «μαγικούς» τόπους καλλιτεχνικής πράξης. Σήμερα, εξακολουθεί να χαίρει της αγάπης των δημοτών και της αποδοχής του ευρύτερου κοινού. Οι δημοτικοί υπάλληλοι έχουν, κατά κοινή ομολογία, αποκτήσει εμπειρία πάνω στο αντικείμενο και φέρουν εις πέρας αξιοπρεπώς το έργο της διοργάνωσης. Με φιλότιμες προσπάθειες επιτυγχάνονται συνεργασίες με οικονομικούς χορηγούς και χορηγούς επικοινωνίας. Όλες οι διαδοχικές δημοτικές αρχές το υιοθέτησαν, το υποστήριξαν και το παρέδωσαν η μία στην άλλη με λιγότερα ή περισσότερα χρέη. Όμως, όπως κάθε τι που δεν ανανεώνεται, γηράσκει, έτσι και το φεστιβάλ του Βύρωνα παρουσιάζει σημάδια κόπωσης, παρότι το γεγονός ότι κάθε χρόνο δίνει το παρόν με καλλιτεχνικές δραστηριότητες.

Η διαπίστωση αυτή πρέπει να αποτελέσει για το φεστιβάλ Βύρωνα εφαλτήριο και αιτία επαναπροσδιορισμού της ταυτότητάς του. Είναι ο πρωταρχικός του στόχος μόνον η ψυχαγωγία των δημοτών του Βύρωνα και των κατοίκων της Ανατολικής Αττικής; Μια τέτοια παραδοχή δε θα ήταν καθόλου μειωτική, αλλά θα μας υπαγόρευε να υιοθετήσουμε άλλα κριτήρια αξιολόγησης, να έχουμε άλλες απαιτήσεις και ίσως, να χρησιμοποιούμε άλλον, πιο δόκιμο, όρο που να περιγράφει μια διοργάνωση με το συγκεκριμένο περιεχόμενο και επιλογές.

Η έρευνά μας έδειξε ότι η βούληση και ο στόχος του διοργανωτή Δήμου είναι η ενίσχυση της πολιτιστικής αποκέντρωσης, η καλλιτεχνική εκπαίδευση του κοινού, η διεθνοποίηση του συγκεκριμένου Φεστιβάλ και εν τέλει, η παραγωγή πολιτισμού. Κάτω από αυτό το πρίσμα, οι προσδοκίες και τα κριτήρια θα πρέπει να είναι, σαφώς, πιο αυστηρά και απαιτητικά.

Σύμφωνα με τον Falassi «η πιο βασική και γενική λειτουργία ενός φεστιβάλ είναι να αναγεννά και να ανακοινώνει, να κάνει γνωστό τον πολιτισμό, να ανανεώνει περιοδικά το ρεύμα της κοινωνίας, δημιουργώντας νέα ενέργεια και να καθιστά έγκυρους τους θεσμούς της...». Η διοργάνωση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων για να εμπίπτει στοιχειωδώς στα όρια του όρου «φεστιβάλ», πρέπει να παρουσιάζει, να ανακοινώνει και να ανανεώνει το ήδη υφιστάμενο, το καθεστώς στην Τέχνη, το αναγνωρισμένο από όλους, αλλά και να λειτουργεί ως τόπος συνάντησης δημιουργών και καλλιτεχνών, να αποτελεί βήμα για το καινούριο, για το πρωτοεμφανιζόμενο, για αυτό που σήμερα είναι πρωτοπορία, αλλά που ίσως αύριο αποτελέσει ρεύμα της εποχής, να προάγει τη δημιουργική έκφραση που είναι προνόμιο των λίγων και των μοναχικών απέναντι στην Τέχνη. Αυτή είναι μια υποχρέωση που, ίσως, δε θα αποφέρει στο φεστιβάλ εισπρακτικά οφέλη, αλλά που διαχρονικά θα το καταστήσει πραγματικό τόπο πολιτιστικής έκφρασης και θα του προσδώσει το κύρος και την ταυτότητα που επιβάλλεται να έχει μία διοργάνωση υψηλού επιπέδου. Εξάλλου, όταν παράγουμε Πολιτισμό δεν αποκλείουμε πρωτίστως τους νέους ανθρώπους και τους άγνωστους δημιουργούς και καλλιτέχνες από το βήμα που δημιουργούμε.

Εκτιμούμε ότι το ενδεχόμενο της σύμπραξης του με το φεστιβάλ Αθηνών, θα του προσέδιδε, μεν, εγκυρότητα και δυνατότητα να φιλοξενήσει κάποιες από τις ακριβές παραγωγές που περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα του δεύτερου, αλλά η πραγματική ανανέωση που τόσο έχει ανάγκη θα επιτυγχάνετο μόνο εάν αυτή η σύμπραξη του έδιδε την ευκαιρία να απελευθερωθεί και να γίνει το εναλλακτικό βήμα, το πρωτοποριακό παρακλάδι του Φεστιβάλ Αθηνών.

Πάντως, σε ό,τι αφορά την αυτόνομη πορεία του Φεστιβάλ Βύρωνα στα Θέατρα Βράχων, είναι απαραίτητο να δοθεί καινούριο νόημα και περιεχόμενο στο όραμα του Μ. Βολανάκη, που να αντανakλά τις σημερινές κοινωνικές ανάγκες και να προωθεί τη σύγχρονη καλλιτεχνική έκφραση, χωρίς να αγνοήσει την απαραίτητη προβολή του ήδη υπάρχοντος πολιτιστικού ρεύματος μέσα από δημιουργικές και πραγματικά ελεύθερες σκέψεις. Έτσι, θα πρέπει να παρθούν κάποιες γενναίες αποφάσεις, γνωρίζοντας ότι αυτό πρέπει να το κάνει μια ομάδα ατόμων που να είναι αιρετή, με ό,τι αυτό συνεπάγεται. Η επίτευξη όμως ενός τόσο πολύπλοκου στόχου θα καθιστούσε τους νυν διοργανωτές πραγματικά και συνδημιουργούς ενός γνήσιου πολιτιστικού εγχειρήματος.

Η συντονισμένη προσπάθεια του Δήμου Βύρωνα για αναζήτηση χορηγών και η επιδίωξη πολυετών συνεργασιών προκειμένου να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα του Φεστιβάλ του, αντανακλά τον σκοπό του διοργανωτή Δήμου και την ανάγκη του να απεγκλωβιστεί από την αμφίβολη έγκριση κρατικών επιχορηγήσεων. Ο Δήμος Βύρωνα, αναγνωρίζοντας τον βαρύνοντα ρόλο της χορηγίας στη στήριξη των πολιτιστικών του δραστηριοτήτων, υιοθετεί σταδιακά κανόνες του μάνατζμεντ και της ελεύθερης αγοράς, στο βαθμό που του επιτρέπει η νομική του φύση ως ΝΠΔΔ αλλά και η κατάρτιση των υπαλλήλων που τον στελεχώνουν, ώστε να επιτύχει ισχυρές χορηγικές συνεργασίες.

Θα πρέπει ωστόσο να διασφαλιστεί η οριοθέτηση του ρόλου των χορηγών και των χορηγών επικοινωνίας στην διαμόρφωση του προγράμματος του Φεστιβάλ και της ταυτότητάς του ως θεσμού και να ελεγχθεί η εμπλοκή τους στις καλλιτεχνικές επιλογές της διοργάνωσης, καθώς ελλοχεύει ο κίνδυνος της χειραγώγησής του στο βωμό της αθρόας προσέλευσης του κοινού και σε πιο μαζικές επιλογές .

Τέλος, η έστω καθυστερημένη, συμμετοχή του φεστιβάλ Βύρωνα στο ευρωπαϊκό πολιτιστικό δίκτυο *La Recontre*, κατά τα τελευταία δύο χρόνια, αποτελεί, αναμφισβήτητα, ένα θετικό βήμα. Για την πραγματική, όμως, ανανέωση του θεσμού υπολείπεται, ακόμα, σημαντικό έργο, όσον αφορά την αναβάθμιση των χώρων πραγματοποίησης των εκδηλώσεων, τον εκσυγχρονισμό της υλικοτεχνικής υποδομής και, κυρίως, την ευαισθητοποίηση και την εκπαίδευση του προσωπικού και των εξειδικευμένων συνεργατών του διοργανωτή Δήμου, που είναι υπεύθυνοι για τις πολιτιστικές επιλογές και τη διαχείρισή τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αγγελόπουλος Γ., *Σύστημα Διοικητικού Δικαίου*, ΙΙ, 1886-1888

Βρεττός Λάμπρος, *Λεξικό τελετών, εορτών και αγώνων των Αρχαίων Ελλήνων*, Αθήνα, Εκδ. Κονιδάρη, Β' έκδοση 2002

Γεροντας Απ., Λύτρας Σ., Παυλόπουλος Πρ., Σιούτη Γλ., Φλογαΐτης Σ., *Διοικητικό Δίκαιο*, Αθήνα-Κομοτηνή, Εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα, 2004

Γκέκα Ράλλη, *Κρατικές Επιχορηγήσεις προς την Τοπική Αυτοδιοίκηση, Διδακτορική διατριβή*, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Αστικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Αθήνα, 1996

Δαγτόγλου Π., *Γενικό Διοικητικό Δίκαιο*, έκδοση Β', 1985 (εκδ. Γ', 1992)

Εκδοτική Αθηνών ΑΕ, «Κλασσικός Ελληνισμός», Τόμος Γ2, 1972

ΚΕΠΕ, *Εκθέσεις για το Πρόγραμμα 1988-1992, Πολιτιστική Ανάπτυξη*, Αθήνα, 1992

ΚΕΠΕ, *Ο Πολιτισμός ως Κλάδος Οικονομικής Δραστηριότητας*, Αθήνα, 2000

Κονσολα Ντ., *Πολιτιστική δραστηριότητα και κρατική πολιτική στην Ελλάδα. Η περιφερειακή διάσταση*, Αθήνα, εκδ. Παπαζήση, 1990

Κονσολα Ντ. , *Θέματα Πολιτιστικής Πολιτικής*, πανεπιστημιακές παραδόσεις, 2003

Κουτούπης Θαλής , *Πρακτικός οδηγός χορηγίας, για χορηγούς και αποδέκτες χορηγιών*, Αθήνα –Θες/νικη, Εκδ. Σάκκουλα , 2005

Λιακόπουλος Θ., *Γενικό Εμπορικό Δίκαιο*, 3^η έκδοση, 1998

Μπεσίλα- Βήκα Ευριδίκη, *Τοπική Αυτοδιοίκηση*, τόμος Ι, Αθήνα-Θες/νικη, Β' Έκδοση, Εκδ. Σάκκουλα, 2007

Μπιτσάκη Ευγενία, *Πολιτισμός και τοπική Κοινωνία*, Διδακτορική Διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο, 2002

Πάπυρος- Λαρούς , Αθήνα, 1964

Πάρκινσον Μάικλ, *Πολιτιστική Πολιτική και αναζωογόνηση των πόλεων*, ΕΕΤΑΑ

Σολδάτος Δημ., *Δημοτικός και Κοινοτικός Κώδικας Ν. 3463/2006 Νομοθεσία-Ερμηνεία-Νομολογία*, Θες/νικη, Εκδ. Μ. Δημοπούλου, 2006

Σινανιώτη Μαρούδη Αριστέα, *Σύμβαση χορηγίας (sponsoring)*, Αθήνα-Θες/νικη, Β' έκδοση, εκδ. Σάκκουλα, 2002

Σπηλιωτόπουλος Επαμεινώνδας, *Εγχειρίδιο Διοικητικού Δικαίου Ι*, Αθήνα-Κομοτηνή, ένατη έκδοση, Εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα, 1999

Στασινόπουλος Μιχ., *Μαθήματα Διοικητικού Δικαίου*

Στασινοπούλου Όλγα, *Κοινωνική Πολιτική και Τοπική Αυτοδιοίκηση*, Σημειώσεις Παραδόσεων, Πάντειο Πανεπιστήμιο, 2006

Συναδινός Πέτρος , *Πολιτισμός και Τοπική Δημοκρατία*, ΕΕΤΑΑ, 1994

Τάχος Α., *Ο Ευρωπαϊκός Χάρτης της Τοπικής Αυτονομίας*, Ερμηνευτική προσπάθεια σε «Ελληνική Επιθεώρησης Ευρωπαϊκού Δικαίου, 1991

Τεγόπουλος –Φυτράκης , *Ελληνικό Λεξικό* , εκδ. Αρμονία ΑΕ, Δέκατη έκτη έκδοση, Αθήνα

Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας , *Πενταετές Πρόγραμμα Οικονομικής και Κοινωνικής Αναπτύξεως* , 1979-1982, Προκαταρκτικά, 1979, Αθήνα

Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας , *Πενταετές Πρόγραμμα Οικονομικής και Κοινωνικής Αναπτύξεως* , 1983-1987, Αθήνα, 1984

Υπουργείο Πολιτισμού, Επικράτεια Πολιτισμού, *Η «Συνάντηση της Θεσσαλονίκης»*, 18-19 Ιανουαρίου 1997 Σε συνεργασία με την ΤΕΔΚΝ Θεσσαλονίκης, πρακτικά Αθήνα, 1997

Υπουργείο Πολιτισμού –Ειδική Γραμματεία , *Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης 2000-2006 Επιχειρησιακό Πρόγραμμα ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ*

Φιλάρετου Γ., *Πολιτεία και Κοινότητες*, 1902

Χελιδόνης , *Ένα νέο χρηματοδοτικό μόρφωμα : Η σύμβαση «Ανταποδοτικής Χορηγίας» (Sponsoring)*, ΕπισκΕΔ 1997

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Allen J., O 'Toole W., McDonnell I., Harris R., *Festival and special event management*, John Wiley & Sons Australia Ltd, third edition, 2005

Berridge Graham, *Events Design and Experience*, Elsevier, 2007

Bowdin Glenn, Allen Johnny, O' Toole William, Harris Rob, McDonnell Ian, *Events Management*, 2nd edition, Elsevier, 2006

Bruhn, Mehlinger, *Rechtliche Gestaltung des Sponsoring Sport-, Kultur-, Sozial-, Umwelt- und Programmsponsoring*, Band II Spezieller Teil, Munchen , 1999

Ca'Zorzi A., *Administration et Financement public de la culture dans la Communaute Europeenne*, Bruxelles, 1987

D' Astous A., Golbert F., D' Astous E., *The personality of cultural festivals: scale development and applications*, *International Journal of Arts Management*, Vol. 8, No 2, Winter, 2006

Ekman A., *The Revival of Cultural Celebrations in Regional Sweden. Aspects of Tradition-Sociologia Ruralis* vol. 39, No3

Falassi Alessandro, *Time out of time Essays on the Festival*, University of New Mexico Press, Albuquerque, 1987

Feagin J., Orum A., Sjoberg G., *A case for case study*. Chapel Hill, NC: University of North Karolina Press, 1991 (όπως παρατίθεται στο <http://www.nova.edu/ssss/qr/qr3-3/tellis2.html>)

Frey B., *The Rise and Fall of Festivals, Reflections on the Salzburg Festival*, Working Paper No. 48, Institute of Empirical Research in Economics, University of Zurich, Working Papers Series, 2000

Hansen K., Klaic D., Bollo A., Di Stefano E., Bacchella U., *Festival: Challenges of Growth, Distinction, Support Base and Internationalization*, 2003, (www.tartu.ee/festivalbook)

HOLND FSTVL, *"Future of Festival Formulae"*, Amsterdam: Holland festival, 2002

(The) *International Dictionary of Event Management*, John Wiley & Sons , 2001

Jamieson K., "Edinburgh: *"the festival geze and its boundaries"* space and culture 7 (1), 2004

Julia Stavroula Paraskevopoulou, *Modern Cultural Festivals in Greece and Barriers to their Development*, Queen Margaret University Coplege, Edinburgh, August, 2006

Quinn B., «*Arts Festivals and the City*» *Urban Studies* Vol.42, No 5/6, pp 929

Rolfe H., *"Arts Festivals in the UK"*, Policy Studies Institute, London, 1992

Schiller, *Kultursponsorin in den USA*, σε *Media Perspektiven*, artik. 11, 1990

UNESCO, *Cultural Policy, a preliminary study*, Paris, 1969

Waterman S., *Carnival for elites? The cultural Politics of the arts festivals*, Progress in Human Geography 22, 1998

Yeoman I., Robertson M., Ali-Knight J., Drummond S., McMahon-Beattie U., *Festival and Events Management: An International Arts and Culture Perspective*, ElsevierButterworth-Heinemann, 2004

Yin Robert K., *case study research, design and methods*, London, 1994

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

1. <http://www.wikipedia.com>
2. www.danaus.net/ierifloga/065-068arxaiaOlympia.pdf
3. www.goculture.gr
4. <http://www.paron.gr/v3/new.php?id=9126&colid=26&dt=2006-07-23&page=2&mode=1&page=3&mode=1&page=2&mode=1&page=1&mode=1&page=2&mode=1&page=3&mode=1&page=1&mode=1&page=2&mode=1&page=3&mode=1&page=1&mode=1>
5. www.festivalvyrona.gr
6. <http://www.globalmanager.gr/203/article/greek/203/66/index.htm>
7. http://www.combank.gr/cbg/gr/press/press_specials_story.jsp?docid=0B3C9262731327A58CA505D47F5B51&cabinet=Press_Specials&lang=gr
8. <http://www.dimosbyrona.gr/article.php?cat=2>
9. <http://www.yppo.gr>
10. http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_columns_524996_08/01/2008_254675
11. <http://www.dimotikosantilogos.gr/article.php?id=914&article=926>

12. <http://eur-lex.europa.eu/el/treaties/dat/11997E/htm/11997E.html#01730010078>
13. [http:// cmc.panteion.gr/cmc/staff/dallas/eprints](http://cmc.panteion.gr/cmc/staff/dallas/eprints) (Κωστής Δάλλας , Πολιτισμικές πολιτικές και πολιτιστικές σχέσεις στη διευρυμένη Ευρώπη)
14. <http://www.efestivals.co.uk/festivals/womad>
15. <http://new.efa-aef.eu/FestivalsDeclaratio/the-dedaration.lasso>

ΕΝΤΥΠΙΑ

Βαροπούλου Ελένη, «Τάσεις, τα φεστιβάλ στην Ευρώπη έγιναν μόδα», *Το Βήμα*, 27/08/2006, σελ.:C09 Κωδικός άρθρου: B14849C091 ID: 279854

Γούλη Ε., *Φεστιβάλ Επιδαύρου*, Επτά Ημέρες, Καθημερινή, 13/7/2003

Δαλίπης Αντώνης, *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*, Ημερησία Ετήσια Ειδική Έκδοση, Ιούνιος 2007

Ημερησία Ετήσια Ειδική Έκδοση, Ιούνιος 2007

Γεωργίου Γ., *Η Ευρώπη της Αυτοδιοίκησης*, περιοδικό Τοπική Αυτοδιοίκηση-Αποκέντρωση, τεύχος 5, 1999

Gillies Malcolm, *Festivals: now and then*, the journal of the Australian Music Centre, Sound Australian No 63, 2004

Παραρτήματα

Παράρτημα 1

Προγράμματα και Φυλλάδια Φεστιβάλ Δήμου Βύρωνα

ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΥΡΩΝΑ 26/8-27/9/2003

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Αρχίζει το 16^ο Φεστιβάλ Βύρωνα

Όλα είναι έτοιμα για την έναρξη του 16^{ου} Φεστιβάλ Βύρωνα. Η αυλαία ανοίγει τη Δευτέρα 25 Αυγούστου με τη Συναυλία των Δημήτρη Μητροπάνου και Δημήτρη Μπάση με Γενική Είσοδο : 20€
Αναλυτικά το πρόγραμμα έχει ως εξής:

ΤΡΙΤΗ 26 ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ:

"ΘΕΣΜΟΦΟΡΙΑΖΟΥΣΕΣ" του Αριστοφάνη ΘΕΑΤΡΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ
Πέτρος Φιλιππίδης-Γιάννης Βούρος, Τιμή Εισιτηρίου : 20€ - Νεανικό: 15€

ΤΕΤΑΡΤΗ 27 ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ: ΓΙΑΝΝΗΣ ΚΟΤΣΙΡΑΣ Τιμή Εισιτηρίου : 20€
- Νεανικό: 15€

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 29 ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ: ΜΙΧΑΛΗΣ ΧΑΤΖΗΓΙΑΝΝΗΣ Γενική Είσοδος : 15€

ΚΥΡΙΑΚΗ 31 ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ: "ΜΗΔΕΙΑ" ΤΟΥ ΜΠΟΣΤ ΘΕΑΤΡΟ ΤΟΑ ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. ΡΟΥΜΕΛΗΣ Λήδα Πρωτοψάλτη, Τιμή Εισιτηρίου : 20€ - Νεανικό: 15€

ΔΕΥΤΕΡΑ 1 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ: ΜΑΡΙΟΣ ΦΡΑΓΚΟΥΛΗΣ ΣΥΜΦΩΝΙΚΗ ΟΡΧΗΣΤΡΑ ΝΥΚΤΩΝ ΕΓΧΟΡΔΩΝ ΠΑΤΡΑΣ, Γενική Είσοδος : 20€

ΤΡΙΤΗ 2 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ : ΣΩΚΡΑΤΗΣ ΜΑΛΑΜΑΣ , Τιμή Εισιτηρίου : 20€
- Νεανικό: 15€

ΤΕΤΑΡΤΗ 3 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ: ΜΑΝΩΛΗΣ ΛΙΔΑΚΗΣ- ΕΛΕΝΗ ΤΣΑΛΙΓΟΠΟΥΛΟΥ Τιμή Εισιτηρίου : 20€ - Νεανικό: 15€

ΠΕΜΠΤΗ 4 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ: ΠΥΞ-ΛΑΞ - ΘΕΟΔΟΣΙΑ ΤΣΑΤΣΟΥ , Τιμή Εισιτηρίου : 20€ - Νεανικό: 15€

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 5 & ΣΑΒΒΑΤΟ 6 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ: "ΗΛΕΚΤΡΑ" του Ευριπίδη ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. ΠΑΤΡΑΣ Καριοφυλλιά Καραμπέτη, Τιμή Εισιτηρίου : 20€ - Νεανικό: 15€

ΚΥΡΙΑΚΗ 7 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ: ΛΟΥΔΟΒΙΚΟΣ ΤΩΝ ΑΝΩΓΕΙΩΝ μαζί του η ΛΙΖΕΤΑ ΚΑΛΗΜΕΡΗ, Γενική Είσοδος : 20€

ΔΕΥΤΕΡΑ 8 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ: ΔΗΜΗΤΡΑ ΓΑΛΑΝΗ - ΜΕΛΙΝΑ ΑΣΛΑΝΙΔΟΥ , Τιμή Εισιτηρίου : 20€ - Νεανικό: 15€

ΤΕΤΑΡΤΗ 10 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ: "ΙΩΝ" του Ευριπίδη ΕΘΝΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ Λύδια Κονιόρδου - Χρήστος Λούλης, Τιμή Εισιτηρίου : 20€ - Νεανικό: 15€

ΠΕΜΠΤΗ 11 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ: ΒΑΣΙΛΗΣ ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ

ΣΑΒΒΑΤΟ 13 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ:"ΡΕΕΙ ΤΟ ΓΑΛΑ, ΡΕΕΙ ΤΟ ΜΕΛΙ, ΡΕΙ ΚΡΑΣΙ"
ΧΟΡΟΘΕΑΤΡΟ ΡΟΕΣ, Γενική Είσοδος : 15€

ΚΥΡΙΑΚΗ 14 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ:"ΟΙΔΙΠΟΥΣ ΕΠΙ ΚΟΛΩΝΩ" του Σοφοκλή
ΘΕΑΤΡΟ ΤΕΧΝΗΣ Γιάννης Βόγλης - Γιάννης Φέρτης - Δήμητρα
Χατούπη,Τιμή Εισιτηρίου : 20€ - Νεανικό: 15€

ΔΕΥΤΕΡΑ 15 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ:ΝΙΚΟΣ ΠΑΠΑΖΟΓΛΟΥ ,Γενική Είσοδος : 20€

ΤΡΙΤΗ 16 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ:"ΑΦΙΕΡΩΜΑ ΣΤΟΝ ΗΛΙΑ ΚΑΤΣΟΥΛΗ" Π.
ΘΑΛΑΣΣΙΝΟΣ - ΓΛΥΚΕΡΙΑ, Γ. ΑΝΔΡΕΑΤΟΣ, Γ. ΑΝΔΡΟΥΛΑΚΗΣ, ΑΝ.
ΜΟΥΤΣΑΤΣΟΥ, Σ. ΠΑΠΑΖΟΓΛΟΥ, ΑΡΓ. ΚΑΠΑΡΟΥ - Κ. ΒΕΤΤΑ, Ν.
ΜΑΥΡΟΥΛΗΣ, Τιμή Εισιτηρίου : 20€ - Νεανικό: 15€

ΠΕΜΠΤΗ 18 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ:"Ο ΚΑΤΑ ΦΑΝΤΑΣΙΑΝ ΑΣΘΕΝΗΣ"
ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. ΚΡΗΤΗΣ Γιώργος Παρτσαλάκης - Πένυ Παπουτσή, Τιμή
Εισιτηρίου : 20€ - Νεανικό: 15€

ΣΑΒΒΑΤΟ 20 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ:"Η ΜΑΡΙΧΟΥΑΝΑ ΤΗΣ ΜΑΜΑΣ ΕΙΝΑΙ Η
ΠΙΟ ΓΛΥΚΙΑ" του Ντάριο Φο ΘΕΑΤΡΙΚΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ
ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΕΙΣΟΔΟΣ

ΚΥΡΙΑΚΗ 21 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ:"Ο ΚΟΥΡΕΑΣ ΤΗΣ ΣΕΒΙΛΛΗΣ" ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ.
ΑΓΡΙΝΙΟΥ Δήμητρα Ματσούκα - Άρης Λεμπεσόπουλος,Τιμή Εισιτηρίου :
20€ - Νεανικό: 15€

ΔΕΥΤΕΡΑ 22 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ:"12 ΧΡΟΝΙΑ ΜΕΛΩΔΙΑ" Χ. ΘΗΒΑΙΟΣ - Π.
ΚΑΤΣΙΜΙΧΑΣ, Μ. ΠΑΣΧΑΛΙΔΗΣ - Α. ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ Φ. ΔΕΛΗΒΟΡΙΑΣ - Σ.
ΜΑΛΑΜΑΣ,Ο. ΠΕΡΙΔΗΣ - Μ. ΦΑΜΕΛΟΣ,Γενική Είσοδος : 15€

ΤΡΙΤΗ 23 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ:"Ο ΚΑΛΟΣ ΣΤΡΑΤΙΩΤΗΣ ΣΒΕΪΚ" Ο.Ε.Θ.
"Αριστοφάνης"Θύμιος Καρακατσάνης - Όλγα Πολίτου - Γιώργος
Παπαζήσης,Τιμή Εισιτηρίου : 20€ - Νεανικό: 15€

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 26 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ:ΜΙΛΤΟΣ ΠΑΣΧΑΛΙΔΗΣ ,Γενική Είσοδος
: 15€

ΣΑΒΒΑΤΟ 27 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ:ΓΙΩΡΓΟΣ ΝΤΑΛΑΡΑΣ - ΜΑΡΙΝΕΛΛΑ
Γενική Είσοδος : 25€

<http://dimotikosantilogos.gr/artide.php?id=6&artide=161>

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΥΡΩΝΑ 2004

17ο Φεστιβάλ Βύρωνα 2004 / "Στη σκιά των βράχων" Φεστιβάλ - Τέχνες, Πολιτισμός



Πότε: Από **7/6/2004** Έως **21/7/2004**

Ωρα **9:30**

Πού: [Θέατρο Βράχων "Μελίνα Μερκούρη"](#)



ΑΘΗΝΑ, Βύρωνας
210-7662066, 7655748

Πόσο:

Πληροφορίες

Το φετινό φεστιβάλ Βύρωνα φιλοξενεί 19 συναυλίες, 5 θεατρικές παραστάσεις και 1 παράσταση χορού.

Πρόγραμμα εκδηλώσεων:

ΙΟΥΝΙΟΣ

Δευτέρα 7

Συναυλία της Μαρινέλλας

Πέμπτη 10

Συναυλία του Σωκράτη Μάλαμα

Παρασκευή 11

Tango Flamenco

Σάββατο 12

Μικρή Αρκτος

Τρίτη 15

Συναυλία του Λουδοβίκου των Ανωγείων. Συμμετέχει η Λιζέτα Καλημέρη

Πέμπτη 17

Συναυλία του Φοίβου Δεληβοριά

Τετάρτη 23 & Πέμπτη 24

Ο κόσμος και ο Μάνος Χατζιδάκις: Αφιέρωμα στο μεγάλο δημιουργό

Παραγωγή: Πολιτιστική Ολυμπιάδα

Δευτέρα 28

Συναυλία του Θανάση Παπακωνσταντίνου και του Γιάννη Αγγελάκα.

Συμμετέχει η Μάρθα Φριτζήλα.

Τρίτη 29

Συναυλία του Νίκου Πορτοκάλογλου

ΙΟΥΛΙΟΣ

Πέμπτη 1

Συναυλία David Byrne

Παρασκευή 2 & Σάββατο 3

"Ιφιγένεια εν Αυλίδι" του Ευριπίδη, με την Καρυοφυλλιά Καραμπέτη και το Στέλιο Μάινα.

Παραγωγή: ΔΗΠΕΘΕ Πάτρας

Δευτέρα 5

Συναυλία Χάρις Αλεξίου και Μανώλη Φάμελλου

Τετάρτη 7

Συναυλία Βασίλη Παπακωνσταντίνου, Πάνου Κατσιμίχα και Διονύση Τσακνή

Πέμπτη 8

Συναυλία Αλκίνοου Ιωαννίδη

Σάββατο 10

2nd Country Music Festival: Συναυλία του Nikos Caravelas

Κυριακή 11

"Τρωάδες" του Ευριπίδη.

Παραγωγή: Θεατρική Διαδρομή

Τρίτη 13 & Τετάρτη 14

Συναυλία του Μιχάλη Χατζηγιάννη

Πέμπτη 15

Omara Portuondo

Παρασκευή 16

"Μισός αιώνας Αριστοφάνης"

Παραγωγή: Πολιτιστική Ολυμπιάδα, Θέατρο Τέχνης Κάρολος Κουν

Δευτέρα 19

Συναυλία του Γιώργου Νταλάρα και της Γλυκερίας. Συμμετέχουν ο Παναγιώτης Λαλέζας και η Ορχήστρα Εστουδιαντίνας.

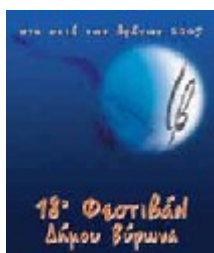
Τρίτη 20

Συναυλία της Deborah Myers

Τετάρτη 21

"Φόνος; Θ" αστειεύεστε!" του Πατ Κουκ από το Θεατρικό Εργαστήρι Δήμου Βύρωνα (Είσοδος ελεύθερη)

18 φεστιβάλ δήμου Βύρωνα 2005 (4/9/2005)



Το πρόγραμμα του φετινού φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα που έχει αρχίσει από 3 Αυγούστου και θα ολοκληρωθεί το Σάββατο 1 Οκτωβρίου, περιλαμβάνει συναυλίες, θεατρικές και χορευτικές παραστάσεις αλλά και ένα τριήμερο με ελληνικά rock σχήματα.

Αναλυτικό πρόγραμμα εκδηλώσεων Αυγούστου:

Τετάρτη 3 Αυγούστου

Eric Burdon - The Animals

εισιτήρια: 25, 20 € (νεανικό)

Δευτέρα 22 Αυγούστου

Θάνος Μικρούτσικος: "Ταξιδεύοντας..."

τραγουδούν: Γ. Κότσιρας, Λ. Μαχαιρίτσας, Χ. Θηβαίος, Γ. Κούτρας

εισιτήριο: 20 €

Τετάρτη 24 Αυγούστου

Μουσική παράσταση με κρουστά

Ηχώδραση - Νίκος Τουλιάτος και Red Poppy - Chinese Ladies Percussions

εισιτήριο: 20 €

Πέμπτη 25 Αυγούστου

Θέατρο Προσκήνιο: Αρχοντοχωριάτης του Μολιέρου εισιτήρια: 20, 15 € (νεανικό)

Παρασκευή 26 Αυγούστου

Μουσική συνάντηση Mare nostrum με τους: Mode Plagal, Κώστα Παυλίδη, Unaniin

εισιτήρια: 20, 15 € (νεανικό)

Σάββατο 27 Αυγούστου

Μουσική συνάντηση Mare nostrum με τους: Human Touch, Μάκη

Αμπλιανίτη, Γιάννη Φλώρο-Δημήτρη Βασιλάκη Quartet εισιτήρια: 20, 15 € (νεανικό)

Κυριακή 28 Αυγούστου

Χοροθέατρο griffon, Lapland

εισιτήρια: 20, 40 €

Δευτέρα 29 Αυγούστου

Θέατρο Διαδρομή: Ορέστης του Ευριπίδη
εισιτήρια: 20, 15 € (νεανικό)

Τρίτη 30 Αυγούστου

Συναυλία με τους: Γιάννη Κότσιρα, Μανώλη Φάμελλο, Ραλλία Χρηστίδου
εισιτήρια: 20, 15 € (νεανικό)

Τετάρτη 31 Αυγούστου

Συναυλία με τους: Δημήτρη Μητροπάνο, Μελίνα Κανά εισιτήρια: 20, 15 €
(νεανικό)

Πέμπτη 1 Σεπτεμβρίου

Αφιέρωμα: 10 χρόνια Μίλτος Πασχαλίδης
Τραγουδούν: Δημήτρης Μητροπάνος, Ελένη Τσαλιγοπούλου, Βασίλης
Παπακωνσταντίνου, Χρήστος Θηβαίος κ.ά.
εισιτήρια: 25, 20 € (νεανικό)

Παρασκευή 2 Σεπτεμβρίου

Συναυλία του Σωκράτη Μάλαμα
μαζί του η Μαρία Λούκα
εισιτήρια: 25, 20 € (νεανικό)

Σάββατο 3 Σεπτεμβρίου

Συναυλία με τους: Φίλιππο Πλιάτσικα, Διονύση Τσακνή, Λαυρέντη
Μαχαιρίτσα
εισιτήρια: 25, 20 € (νεανικό)

Κυριακή 4 Σεπτεμβρίου

ΔΗ.Θ.Ε. Αμφισσας-Μαγικό Σανίδι: Αντιγόνη του Σοφοκλή
εισιτήριο: 15 €

Δευτέρα 5 Σεπτεμβρίου

Εθνικό Θέατρο: Αχαρνείς του Αριστοφάνη
εισιτήρια: 20, 15 € (νεανικό)

Τρίτη 6 Σεπτεμβρίου

Βασίλης Παπακωνσταντίνου: "Νύχτες για ένα γάτο και... πέντε σειρήνες"
εισιτήρια: 20, 15 € (νεανικό)

Πέμπτη 8 και Παρασκευή 9 Σεπτεμβρίου

Σύγχρονο Θέατρο Αθήνας: Οιδίπους Τύραννος, Σοφοκλή
εισιτήρια: 20, 15 € (νεανικό)

Σάββατο 10 Σεπτεμβρίου

3ο Country Music Festival

εισιτήριο: 25 €

Κυριακή 11 Σεπτεμβρίου

Θέατρο Μεταξουργείο: Αγγέλα Παπάζογλου

εισιτήρια: 20, 15 € (νεανικό)

Τρίτη 13 Σεπτεμβρίου

Συναυλία της Ελευθερίας Αρβανιτάκη

εισιτήριο: 20 €

Τετάρτη 14 Σεπτεμβρίου

Χορευτική παράσταση: "Το Βλέμμα της Γης"

από το Χοροθέατρο Νατάσσα Ζούκα+Atopos

εισιτήρια: 20, 40 €

Πέμπτη 15 Σεπτεμβρίου

Εθνικό Θεάτρο: Βάκχες του Ευριπίδη

εισιτήρια: 20, 15 € (νεανικό)

Παρασκευή 16 Σεπτεμβρίου

Χορευτική παράσταση: "Μυστικός Δείπνος" από την ομάδα Sinequanon

εισιτήρια: 20, 40 €

Σάββατο 17 Σεπτεμβρίου

Εθνικό Μαύρο Θεάτρο Πράγας: Δον Κιχώτης

εισιτήριο: 15 €

Κυριακή 18 Σεπτεμβρίου

Εθνικό Μαύρο Θεάτρο Πράγας: Fantasy Travellers

εισιτήριο: 25 €

Δευτέρα 19 Σεπτεμβρίου

Συναυλία του Θανάση Παπακωνσταντίνου,

συμμετέχει η Μάρθα Φριτζήλα

εισιτήρια: 20, 15 € (νεανικό)

Τρίτη 20 Σεπτεμβρίου

Μουσικο-χορευτική παράσταση tango με το σχήμα Mala Junta

εισιτήριο: 20 €

Τέταρτη 21 Σεπτεμβρίου

Ρεσιτάλ Πιάνου με τον Δημήτρη Σγούρο

εισιτήριο: 20 €

Πέμπτη 22 Σεπτεμβρίου

ΑΝΑΒΑΛΛΕΤΑΙ - Συναυλία του Μανώλη Φάμελλου

Σάββατο 24 Σεπτεμβρίου

Αφιέρωμα στον Στράτο Διονυσίου

Τραγουδούν: Αγγελος και Στέλιος Διονυσίου κ.ά.

εισιτήρια: 20, 15 € (νεανικό)

Κυριακή 25 Σεπτεμβρίου

Θεατρικό Εργαστήρι Δήμου Βύρωνα: Λυσιστρώ Ονειρα Γλυκά

είσοδος ελεύθερη

Δευτέρα 26 Σεπτεμβρίου

METPO και Δημήτρης Παπαδημητρίου: "Τέσσερις κύκλοι τραγουδιών"

Συμμετέχουν: Γεράσιμος Ανδρεάτος, Ελευθερία Αρβανιτάκη, Φωτεινή

Δάρρα, Παντελής Θαλασσινός, Κωνσταντίνος Μαρκουλάκης εισιτήρια: 20,

15 € (νεανικό)

Πέμπτη 29 Σεπτεμβρίου

Κίτρινα Ποδήλατα, Υπόγεια Ρεύματα, Δέσποινα Ολυμπίου

Παρασκευή 30 Σεπτεμβρίου

Ρόδες, Ενδελέχεια, Παύλος Παυλίδης

Σάββατο 1 Οκτωβρίου

Raining Pleasure, Mikro

εισιτήρια: 15 €, 30 €, (για το τριήμερο 29/09/2005, 30/09/2005, 01/10/2005)

Προπώληση εισιτηρίων:

1. Δισκοπωλεία «METROPOLIS»

2. Περίπτερο Φεστιβάλ Βύρωνα – Πλατεία Συντάγματος (Μητροπόλεως)

8.30 π.μ. – 8.30 μ.μ. Δευτέρα έως Παρασκευή

9.00 π.μ. – 5.00 μ.μ. Σάββατο

<http://www.texnologia.gr/index.asp?mod=articles&id=642>

Στη Σκιά των βράχων 2006
27/07/2006, 08:24



Πρόγραμμα 19ου ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΔΗΜΟΥ ΒΥΡΩΝΑ

ΙΟΥΝΙΟΣ

Τρίτη 6/6: Γιώργος Νταλάρας – Dulce Pontes. Σολίστ: Στέφανος Κορκολής
Τιμή Εισιτηρίου: 30 € - Νεανικό 25€

Πέμπτη 8/6: Σωκράτης Μάλαμας
Τιμή Εισιτηρίου: 20 €

Πέμπτη 15/6: Ελευθερία Αρβανιτάκη μαζί της ο Μάνος Πυροβολάκης
Τιμή Εισιτηρίου: 25 € - Νεανικό 15€

Παρασκευή 16/6: 2η Μουσική Συνάντηση MARE NOSTRUM
Μάκης Αμπλιανίτης, Fuat Saka (Τουρκία), Abdelli (Αλγερία)
Τιμή Εισιτηρίου: 20 €

Σάββατο 17/6: 2η Μουσική Συνάντηση MARE NOSTRUM
Miquel Gil (Ισπανία), Σαβίνα Γιαννάτου
Τιμή Εισιτηρίου: 20 €

Δευτέρα 19/6: Αφιέρωμα στο ΜΑΝΟ ΧΑΤΖΙΔΑΚΙ

Τραγουδούν: Αλκίνοος Ιωαννίδης - Μανώλης Λιδάκης

Τιμή Εισιτηρίου: 25€ - Νεανικό 15€

Τρίτη 20/6: «Εν τω μηνί Αθύρ»

Χοροθέατρο «ΡΟΕΣ». Χορογραφία-σκηνοθεσία: Σοφία Σπυράτου,

Μουσική: Αλκίνοος Ιωαννίδης

Τιμή Εισιτηρίου: 20 €

Τετάρτη 21/6: Μιχάλης Χατζηγιάννης

Τιμή Εισιτηρίου: 20 €

Πέμπτη 22/6: Συναυλία του ΓΙΑΝΝΗ ΜΑΡΚΟΠΟΥΛΟ

Δημήτρης Μητροπάνος - Μάριος Φραγκούλης - Χαράλαμπος

Γαργανουράκης, Βασιλική Λαβίνα – Φωτεινή Δάρρα – Λάκης Λαζόπουλος.

Διευθύνει ο Συνθέτης Γιάννης Μαρκόπουλος

Τιμή Εισιτηρίου: 20 €

Κυριακή 25/6: «ΛΥΣΙΣΤΡΩ» Διασκευή

Θεατρικό Εργαστήρι Δήμου Βύρωνα

Ελεύθερη είσοδος

Δευτέρα 26/6: «ΜΙΑ ΝΥΧΤΑ ΜΕ ΤΟΝ ΣΑΙΞΠΗΡ»

Θέατρο Προσκήνιο. Σκηνοθεσία: Αντώνης Καλογρίδης. Πρωταγωνιστούν:

Καρυοφιλιά Καραμπέτη, Πέμη Ζούνη,

Μίρκα Παπακωνσταντίνου, Χρύσα Ρώπα

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό 15€

Τετάρτη 28/6: «ΜΑΡΙΑ ΠΕΝΤΑΓΙΩΤΙΣΣΑ» του Μπόστ

Θεατρική Διαδρομή. Σκηνοθεσία: Κώστας Τσιάνος. Πρωταγωνιστούν:

Πέτρος Φιλιππίδης

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό 15€

Πέμπτη 29/6: Πάνος Κατσιμίχας - Μανώλης Ρασούλης

Συμμετοχή: Μάνος Ξυδούς

Τιμή Εισιτηρίου: 20 €

Παρασκευή 30/6: «ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΝΕΡΟ ΔΑΣΚΑΛΑ» του Γιάννη Ξανθούλη

Θεατρικό Εργαστήρι Δήμου Βύρωνα

Ελεύθερη είσοδος

ΙΟΥΛΙΟΣ

Κυριακή 2/7: *Antony and the Johnson, Joan as police woman*

Τιμή Εισιτηρίου: 40 €

Δευτέρα 3/7: *Βασίλης Παπακωνσταντίνου*

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό 15€

Πέμπτη 6/7: *Άλκηστις Πρωτοψάλτη*

Τιμή Εισιτηρίου: 25€ - Νεανικό 15€

Παρασκευή 7/7: *4o Country Music Festival*

Τιμή Εισιτηρίου: 25 €

ΑΜΕΑ και παιδιά έως 14 ετών Ελεύθερη είσοδος

Δευτέρα 10/7: «ΤΟ ΑΛΑΤΙ ΤΗΣ ΓΗΣ»

Διήμερο Αφιέρωμα στην ελληνική μουσική παράδοση. ΕΝ...ΦΩΝΑΙΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΟΙΣ

Δόμνα Σαμίου – Χρόνης Αηδονίδης, Σαβίνα Γιαννάτου, Πετρολούκας Χαλκιάς, Μάνος Αχαλινωτόπουλος κ.α.

Επιστημονική – καλλιτεχνική επιμέλεια: Λάμπρος Λιάβας

Τιμή Εισιτηρίου: 25 €

Τρίτη 11/7: «ΤΟ ΑΛΑΤΙ ΤΗΣ ΓΗΣ»

Διήμερο Αφιέρωμα στην ελληνική μουσική παράδοση. Τ'ΑΗΔΟΝΙΑ ΤΗΣ ΑΝΑΤΟΛΗΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΟΥΛΙΑ ΤΗΣ ΔΥΣΗΣ

Χαρούλα Αλεξίου στα «Τραγούδια της Γης», Arakne Mediterranea, κ.α.

Επιστημονική – καλλιτεχνική επιμέλεια: Λάμπρος Λιάβας

Τιμή Εισιτηρίου: 25 €

Τιμή Δημέρου: 40€

Τετάρτη 12/7: *Iggy Pop & The Stooges, Puressence*

Τιμή Εισιτηρίου: 45 €

Πέμπτη 13/7: *Magenta - Αναστασία Μουτσάτσου*

Συμμετοχή: Μίλτος Πασχαλίδης

Τιμή Εισιτηρίου: 20 €

Κυριακή 16/7: *GOCOO Magic drummers of Japan*

Τιμή Εισιτηρίου: 20 €

Τρίτη 18/7: «ΠΕΡΣΕΣ» του Αισχύλου

Εθνικό Θέατρο. Σκηνοθεσία: Λυδία Κονιόρδου. Πρωταγωνιστούν: Λυδία Κονιόρδου, Χρήστος Λούλης

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό 15€

Πέμπτη 20/7 & Παρασκευή 21/7: «ΟΡΝΙΘΕΣ» του Αριστοφάνη

ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ ΠΑΤΡΑΣ. Σκηνοθεσία: Θέμης Μουμουλίδης. Πρωταγωνιστούν:

Γιάννης Μπέζος, Φώτης Σπύρος

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό 15€

Δευτέρα 24/7: Deep Purple

Τιμή Εισιτηρίου: 50 €

Τετάρτη 26/7: «ΘΕΣΜΟΦΟΡΙΑΖΟΥΣΕΣ» του Αριστοφάνη

Εθνικό Θέατρο. Σκηνοθεσία: Σωτήρης Χατζάκης. Πρωταγωνιστούν:

Γιώργος Αρμένης, Βασίλης Χαραλαμπόπουλος

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό 15€

Πέμπτη 27/7: Isaac Hayes

Τιμή Εισιτηρίου: 45 €

Info Data:

Πότε: 6 Ιουνίου - 27 Ιουλίου

Πού: Θέατρο Βράχων Μελίνα Μερκούρη

Ωρα: 21.30

Εισιτήρια: Ανάλογα με την εκδήλωση - Προπώληση εισιτηρίων στο Περίπτερο Φεστιβάλ Βύρωνα -Πλατεία Συντάγματος, στο Δημαρχείο Βύρωνα - Καραολή & Δημητρίου 32-36, στο Πνευματικό Κέντρο Δήμου Βύρωνα, (Παλαιό Δημαρχείο) Κύπρου & Ευαγγελικής Σχολής, στα ταμεί Θεάτρων Βράχων, στα δισκοπωλεία "METROPOLIS" και στο δισκοπωλείο "SALINA", Υμηττού 125, , Παγκράτι.

Πηγή: Δήμος Βύρωνα

Το πρόγραμμα του φεστιβάλ Βύρωνα το καλοκαίρι 2007 είχε ως εξής:

22/8 : «Υπέροχα Μονάχοι» με το Σταυρό του Νότου

23/8 : «Μήδεια» Μποστ

27/8 : «Ανδρομάχη» Ρακίνα

28/8 : Χειμερινοί Κολυμβητές

29/8 : Δημήτρης Ζερβουδάκης

30/8 : «Ιφιγένεια εν Αυλίδι» Ευριπίδη

3/9 : Χαίνηδες

4/9 : «Το φως των Βράχων» ΜΙΝΩΣ ΒΟΛΑΝΑΚΗΣ

5/9 : «Ηλέκτρα» Σοφοκλή
 6/9 : Αφιέρωμα στο ΜΑΝΟ ΛΟΪΖΟ «Όλα σε θυμίζουν» - Χάρις Αλεξίου
 7/9 : «Βαβυλωνία» Δημητρίου Βυζάντιου
 8/9 : 5ο Country Music Festival - Νίκος Γκαραβέλας
 10/9 : Αλκίνοος Ιωαννίδης – Σωκράτης Μάλαμας
 12/9 : «Ιππείς» Αριστοφάνη
 17/9 : Αφιέρωμα στον ΛΕΥΤΕΡΗ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟ
 19/9 : Γιάννης Αγγελάκας και οι Επισκέπτες
 20/9 : Θανάσης Πολυκανδριώτης & οι Επόμενοι - «...40 μπουζούκια επί σκηνής...»
 21/9 : «Άσμα Γενεών» από τον Απόστολο στον Κώστα Καλδάρα
 22/9 : Παράσταση χορού του «Κέντρου Ισιδώρας & Ραϊμόνδου Ντάνκαν» σε συνεργασία με το Βρετανικό Συμβούλιο
 24/9 : Δήμητρα Γαλάνη
 26/9 : ΜΑΝΟΣ ΧΑΤΖΙΔΑΚΗΣ: Ρωμαϊκή Αγορά
 28/9 : Μια γιορτή για τη Νεολαία
 29 - 30/9 : «Ποιος σκότωσε τον... William»

Αλλαγές στο φεστιβάλ Βύρωνα

30 Αύγουστος 2007

Λόγω των πυρκαγιών και του πένθους που κυρήχθηκε σε όλη τη χώρα, τροποποιήθηκε το πρόγραμμα του Φεστιβάλ του Δήμου Βύρωνα. Ιδού πως:

- Η προγραμματισμένη για την Δευτέρα 27/8 παράσταση «ΑΝΔΡΟΜΑΧΗ» του Ρακίνα θα πραγματοποιηθεί την Τετάρτη 19 Σεπτεμβρίου
- Η συναυλία των ΧΕΙΜΕΡΙΝΩΝ ΚΟΛΥΜΒΗΤΩΝ που ήταν προγραμματισμένη για την Τρίτη 28/8 θα πραγματοποιηθεί την Κυριακή 23 Σεπτεμβρίου
- Η συναυλία του ΔΗΜΗΤΡΗ ΖΕΡΒΟΥΔΑΚΗ που ήταν προγραμματισμένη για την Τετάρτη 29/8 ματαιώνεται λόγω αδυναμίας εύρεσης νέας ημερομηνίας Τα εισιτήρια ισχύουν και για τις νέες ημερομηνίες.

Για περισσότερες πληροφορίες οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να επικοινωνούν με το Πνευματικό Κέντρο του Δήμου Βύρωνα στο τηλέφωνο: 2107655748 , 2107609340, [www. festivalbyrona.gr](http://www.festivalbyrona.gr)

Το πρόγραμμα του φεστιβάλ διαμορφώθηκε, ως εξής:

ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ

Πέμπτη 30/8

«Ιφιγένεια εν Αυλίδι» Ευριπίδη

ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. ΛΑΡΙΣΑΣ «ΘΕΣΣΑΛΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ»

Σκηνοθεσία: Σωτήρης Χατζάκης

Πρωταγωνιστούν: Φιλαρέτη Κομνηνού, Αλέξανδρος Μυλωνάς,

Ταμίλα Κουλίεβα

Θεατρική Παράσταση

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό: 15 €

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ

Δευτέρα 3/9

Χαίνηδες

Συμμετέχουν: Κωστής Αβυσσινός, Παντελής Θαλασσινός, Παναγιώτης

Λάλεζας, Μίλτος Πασχαλίδης, Μάρθα Φριντζήλα, Γιάννης Χαρούλης,

Ψαραντώνης

Συναυλία

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό: 15 €

Τρίτη 4/9

«Το φως των Βράχων» ΜΙΝΩΣ ΒΟΛΑΝΑΚΗΣ

Εγκαίνια Έκθεσης με θέμα τις σκηνοθεσίες του, στα Ανοικτά Θέατρα

(Φωτογραφικό υλικό, μουσικά και βιντεοσκοπημένα αποσπάσματα από τις διδασκαλίες του σκηνοθέτη που έλαβαν χώρα σε ανοιχτά Θέατρα)

Τετάρτη 5/9

«Ηλέκτρα» Σοφοκλή

ΕΘΝΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ

Σκηνοθεσία: Πέτερ Στάιν

Πρωταγωνιστούν: Καριοφυλλιά Καραμπέτη, Γιάννης Φέρτης,

Αποστόλης Τότσικας, Στεφανία Γουλιώτη, Κόρα Καρβούνη,

Λάζαρος Γεωργακόπουλος, Μίλτος Σωτηριάδης

Θεατρική Παράσταση

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό: 15 €

Πέμπτη 6/9

Αφιέρωμα στο ΜΑΝΟ ΛΟΪΖΟ «Όλα σε θυμίζουν»

Χάρις Αλεξίου

Συμμετέχει το συγκρότημα «Τρίφωνο»

Συναυλία

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό: 15 €

Παρασκευή 7/9

«Βαβυλωνία» Δημητρίου Βυζάντιου

ΘΕΑΤΡΟ ΜΕΛΙ

Σκηνοθεσία: Γιάννης Μόρτζος

Πρωταγωνιστούν: Γιάννης Μόρτζος, Νόννη Ιωαννίδου,

Γιώργος Χριστοδούλου κ.α.

Θεατρική Παράσταση

Τιμή Εισιτηρίου: 15 €

Σάββατο 8/9

50 Country Music Festival

Νίκος Γκαραβέλας

Συναυλία

Τιμή Εισιτηρίου: 28 €

ΑΜΕΑ και παιδιά έως 12 ετών Είσοδος Ελεύθερη

Δευτέρα 10/9

Αλκίνοος Ιωαννίδης – Σωκράτης Μάλαμας

Συναυλία

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό: 15 €

Τετάρτη 12/9

«Ιππείς» Αριστοφάνη

ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. ΡΟΥΜΕΛΗΣ

Σκηνοθεσία: Γιώργος Αρμένης

Πρωταγωνιστούν: Γιώργος Αρμένης, Πάνος Σκουρολιάκος,

Κώστας Φλωκατούλας, Παντελής Παπαδόπουλος,

Περικλής Καρακωσταντόγλου

Θεατρική Παράσταση

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό: 15 €

Τετάρτη 19/9

«Ανδρομάχη» Ρακίνα

ΕΘΝΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ

Σκηνοθεσία: Δημήτρης Μαυρίκιος

Πρωταγωνιστούν: Λυδία Φωτοπούλου, Νίκος Καραθάνος,

Χρήστος Λούλης, Μαρία Κεχαγιόγλου

Θεατρική Παράσταση

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό: 15 €

Πέμπτη 20/9

Θανάσης Πολυκανδριώτης & οι Επόμενοι

«...40 μπουζούκια επί σκηνής...»

Συναυλία

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό: 15 €

Παρασκευή 21/9

Μουσική παράσταση του ΚΩΣΤΑ ΚΑΛΛΑΡΑ

«Σε μια νύχτα τον κόσμο γύρισα»

Συναυλία

Τιμή Εισιτηρίου: 20 €

Σάββατο 22/9

Παράσταση χορού του «Κέντρου Ισιδώρας & Ραϊμόνδου Ντάνκαν»

σε συνεργασία με το Βρετανικό Συμβούλιο

Χορευτική Παράσταση

Είσοδος Ελεύθερη

Κυριακή 23/09

Χειμερινοί Κολυμβητές

Συναυλία

Τιμή Εισιτηρίου: 20 € - Νεανικό: 15 €

Δευτέρα 24/9

Δήμητρα Γαλάνη

μαζί της ο Γιώργος Καραδήμος

Καλεσμένη της η Ελένη Τσαλιγοπούλου

Συναυλία

Τιμή Εισιτηρίου: 20 €

Τετάρτη 26/9

ΜΑΝΟΣ ΧΑΤΖΙΔΑΚΗΣ: Ρωμαϊκή Αγορά

Το Μουσικό Σύνολο Μάνος Χατζιδάκις διευθύνει: Λουκάς Καρυτινός

Τραγουδούν: Μάριος Φραγκούλης, Έλλη Πασπαλά

Συναυλία

Τιμή Εισιτηρίου: 25 €

Παρασκευή 28/9

Μια γιορτή για τη Νεολαία Ώρα έναρξης: 7.30 μ.μ.

Συμμετέχουν νέα συγκροτήματα

και ο Νίκος Πορτοκάλογλου

μαζί του Οδυσσέας Τσάκαλος – Βασιλική Καρακώστα

Νίκος Ζιώγαλας, Μανώλης Φάμελλος, Στάθης Δρογώσης, Ζακ Στεφάνου

Συναυλία

Τιμή Εισιτηρίου: 15 €

Σάββατο 29/9

Γιάννης Αγγελάκας και οι Επισκέπτες

Συναυλία

Τιμή Εισιτηρίου: 20 €

Κυριακή 30/9

«Ποιος σκότωσε τον... William»

Κείμενο-Σκηνοθεσία: Λίλιαν Δημητρακοπούλου

Θεατρικό Εργαστήρι Δήμου Βύρωνα

Θεατρική Παράσταση

Είσοδος Ελεύθερη

Δευτέρα 01/10

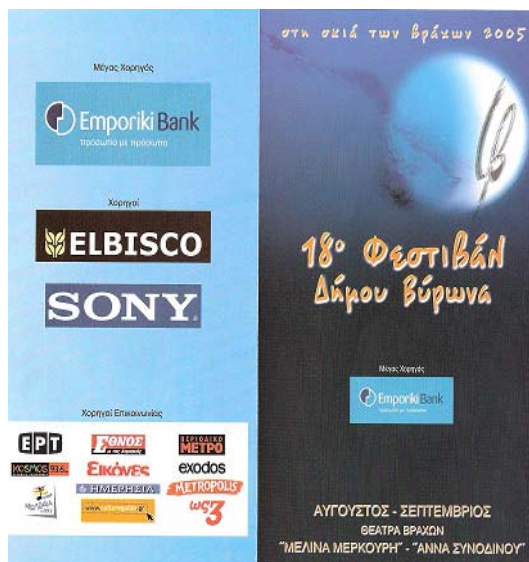
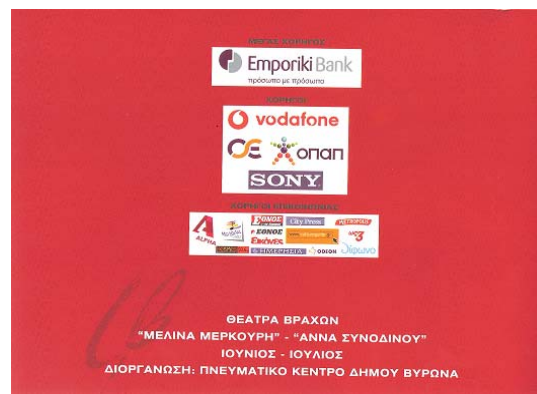
Αφιέρωμα στον ΛΕΥΤΕΡΗ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟ

Τραγουδούν: Γιώργος Νταλάρας, Κώστας Μακεδόνας, Γλυκερία,

Όναρ, Μελίνα Ασλανίδου

Συναυλία

Τιμή Εισιτηρίου: 30 € - Νεανικό: 20



Παράρτημα 2

Ερωτηματολόγιο και σχεδιαγράμματα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΥΡΩΝΑ (ΘΕΑΤΡΟ ΒΡΑΧΩΝ)

(Παρακαλώ υπογραμμίστε ή συμπληρώστε την απάντησή σας)

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΘΕΤΟ

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ: ΑΓΑΜΟΣ ΠΑΝΤΡΕΜΕΝΟΣ ΔΙΑΖΕΥΤΜΕΝ

ΗΛΙΚΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

ΜΟΡΦΩΣΗ/ΣΠΟΥΔΕΣ

1. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΕΙΤΕ ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΥΡΩΝΑ ; *ΝΑΙ ΟΧΙ*

2. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΕΙΤΕ ΚΥΡΙΩΣ ΜΟΥΣΙΚΕΣ Η ΘΕΑΤΡΙΚΕΣ
ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ; *ΜΟΥΣΙΚΕΣ ΘΕΑΤΡΙΚΕΣ*

3. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΕΙΤΕ ΤΙΣ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ ΜΑΖΙ ΜΕ:
ΟΛΗ ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ, - ΤΗΝ ΠΑΡΕΑ ΣΑΣ - ΚΑΙ ΤΑ ΔΥΟ;

4. ΣΕ ΠΟΣΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΠΗΓΑΙΝΕΤΕ ΚΑΘΕ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ ΤΟΥ
ΦΕΣΤΙΒΑΛ ;
ΚΑΜΙΑ 1 2 ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ

5. ΠΩΣ ΒΡΙΣΚΕΤΕ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ;
ΚΑΚΗ - ΜΕΤΡΙΑ - ΚΑΛΗ - ΑΡΙΣΤΗ - ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ

6. ΤΙ ΝΟΜΙΖΕΤΕ ΛΕΙΠΕΙ ΑΠΟ ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΒΥΡΩΝΑ ;
.....

7. ΤΙ ΑΓΑΠΑΤΕ ΠΙΟ ΠΟΛΥ ΣΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΒΥΡΩΝΑ;
.....

8. ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΑΝ ΕΧΕΙ ΧΟΡΗΓΟΥΣ ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ (ΑΝ ΔΗΛ. ΚΑΠΟΙΕΣ
ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΝ ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ);
ΓΝΩΡΙΖΩ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ

9. ΠΩΣ ΕΝΗΜΕΡΩΝΕΣΤΕ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ;
.....

10. ΠΡΕΠΕΙ ΟΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΝΑ ΕΧΟΥΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ;
ΝΑΙ ΟΧΙ ΣΕ ΚΑΠΟΙΕΣ

11. ΤΟ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ ΤΟ ΒΡΙΣΚΕΤΕ: *ΑΚΡΙΒΟ ΦΘΗΝΟ*

12.ΕΧΕΤΕ ΔΕΙ ΜΟΝΟ ΕΛΛΗΝΕΣ Η ΚΑΙ ΞΕΝΟΥΣ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΕΣ;

13.ΕΧΕΤΕ ΤΑΞΙΔΕΥΣΕΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ; ΝΑΙ ΟΧΙ

14. ΕΧΕΤΕ ΔΕΙ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ;
ΝΑΙ ΟΧΙ

15. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΕΙΤΕ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΕΚΤΟΣ ΤΟΥ ΒΥΡΩΝΑ ; ΚΑΙ ΠΟΙΑ; (Π.Χ. ΑΘΗΝΩΝ, ΕΠΙΔΑΥΡΟΥ, ΠΕΤΡΟΥΠΟΛΗΣ)......

16. ΠΗΓΑΙΝΕΤΕ ΣΙΝΕΜΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

17.ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ; ΤΟ ΜΗΝΑ-ΤΟΤΡΙΜΗΝΟ - ΤΟ ΧΡΟΝΟ

18.ΠΗΓΑΙΝΕΤΕ ΘΕΑΤΡΟ; ΝΑΙ ΟΧΙ

19.ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ; ΤΟ ΧΡΟΝΟ

20.ΑΓΟΡΑΖΕΤΕ CDs; ΝΑΙ ΟΧΙ

21.ΑΓΟΡΑΖΕΤΕ ΒΙΒΛΙΑ; ΝΑΙ ΟΧΙ

22. ΠΟΙΟΥΣ ΣΤΑΘΜΟΥΣ ΑΚΟΥΤΕ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ;
(ΠΧ ΜΕΛΩΔΙΑ ΣΤΑΘΜΟΣ ΕΡΑ 2 ΛΑΜΨΗ ΝΤΕΡΤΙ RED SPORTFM)......

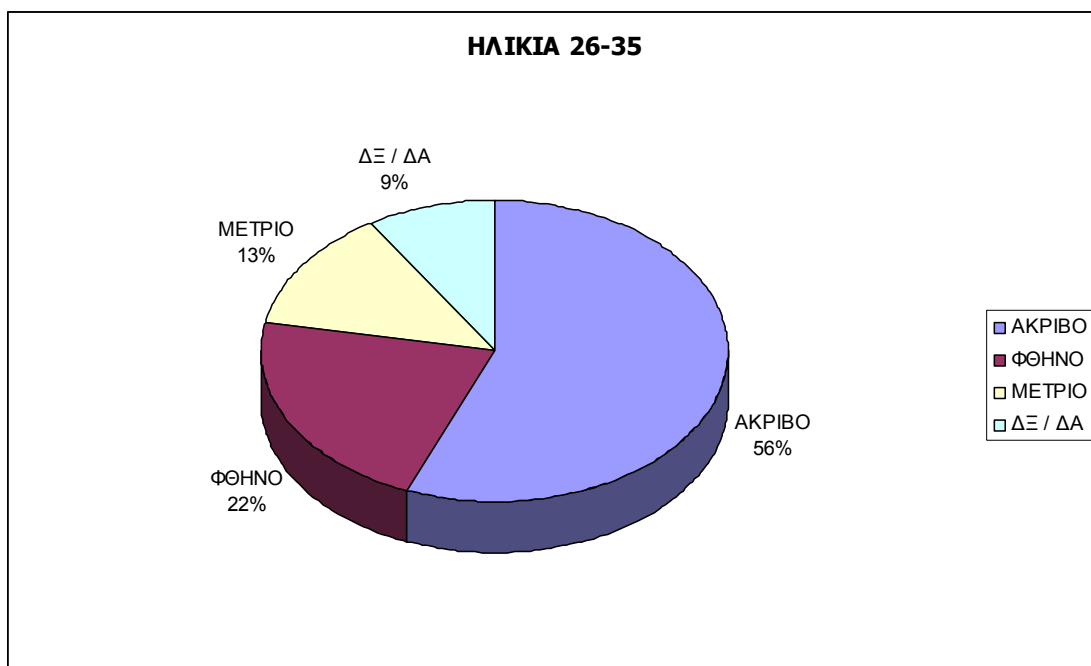
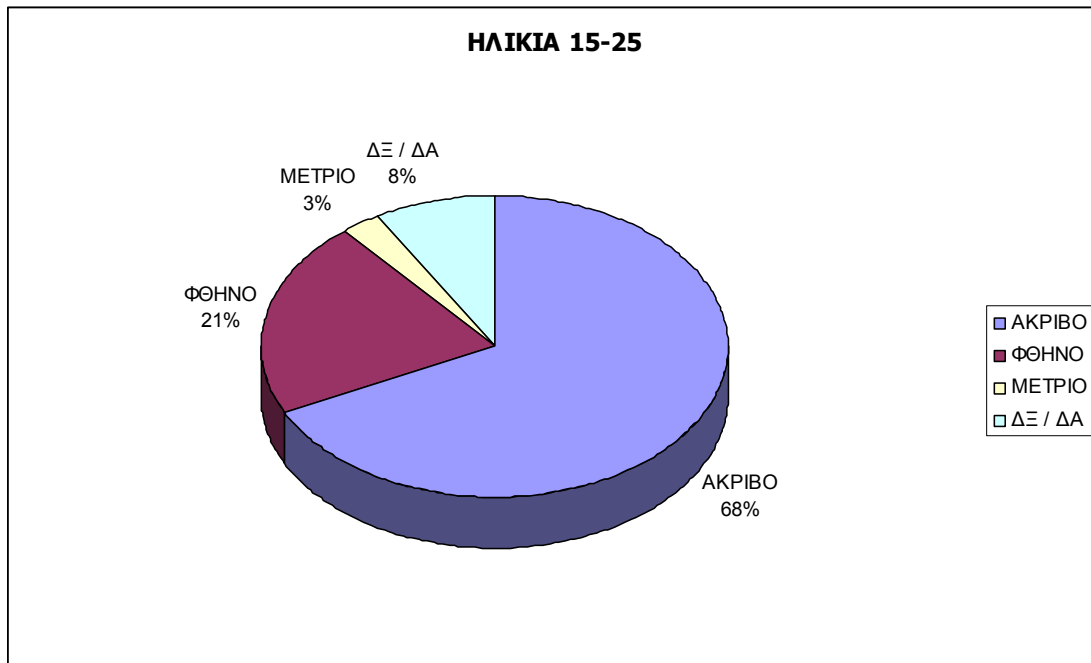
23.ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΠΩΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΕΙΤΑΙ ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΒΥΡΩΝΑ;
1.ΚΡΑΤΟΣ 2.ΧΟΡΗΓΟΥΣ 3. ΔΗΜΟΣ 4.ΟΛΑ ΜΑΖΙ

24 .ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΟΤΙ ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΥΡΩΝΑ ΥΠΗΡΕΤΕΙ:
1.ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ -2.ΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΑΡΧΗΣ - 3.ΚΑΙ ΤΑ ΔΥΟ ΜΑΖΙ

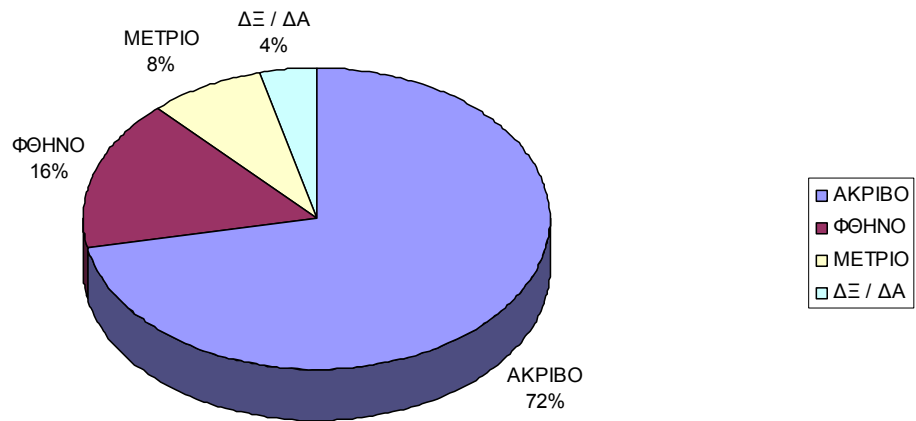
25.ΠΡΕΠΕΙ ΕΝΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΠΙΚΟ (ΟΠΩΣ ΤΟΥ ΒΥΡΩΝΑ) ΝΑ ΥΠΗΡΕΤΕΙ:
1.ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ - 2.ΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΑΡΧΗΣ 3.ΚΑΙ ΤΑ ΔΥΟ ΜΑΖΙ

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ

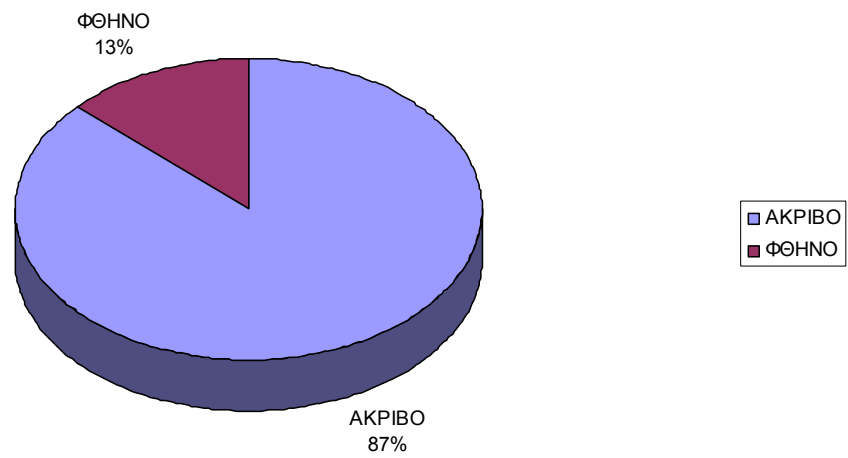
11. ΠΩΣ ΒΡΙΣΚΕΤΕ ΤΟ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ;



ΗΛΙΚΙΑ 36-45



ΗΛΙΚΙΑ 46 ΚΑΙ ΑΝΩ



Παράρτημα 3

Συνεντεύξεων

Τι θέλετε να παρουσιάσετε με το φεστιβάλ;

Το φεστιβάλ είναι κάτι, που δεν προέκυψε με παρθενογένεση είναι το απαύγασμα μιας προσπάθειας εδώ και πολλών χρόνων όλων των δημοτικών αρχών εμάς η ευθύνη μας ήταν το 2003, που αναλάβαμε να κάνουμε κι ένα βήμα παραπάνω. Καταφέραμε το διεθνοποιήσαμε, το εντάξαμε στις εκδηλώσεις τις πολιτιστικής ολυμπιάδας με τα δύο project του Χατζιδάκη και για μας το στοίχημα είναι καθημερινό με το φεστιβάλ. Ο κόσμος βλέπει το αποτέλεσμα μιας δουλειάς που γίνεται 12 μήνες, αυτές τις 40μέρες, που παρουσιάζουμε . Για μας το θέμα είναι να συνδυάζουμε πάντα την ποιότητα με την τέρψη τη μουσική τη θεατρική ή τη χορευτική, κάθε χρόνο που περνάει το φεστιβάλ να ακούγεται περισσότερο και να είναι ο καλύτερος πρεσβευτής της πόλης μας.

Άρα σας ενδιαφέρει να έχει ευρωπαϊκές διαστάσεις;

Μα νομίζω ότι και οι επιλογές πλέον των συγκροτημάτων ξεπερνάει τα όρια της Ευρώπης όταν κάναμε πέρυσι Iggy Pop, Deep Purple, προσπαθούμε γενικότερα να συνδυάσουμε και ηλικιακά και μουσικά ακούσματα , πάντα βέβαια μη θυσιάζοντας το ζήτημα της ποιότητας.

Αυτό θέλετε να το διατηρήσετε; Δεν σας ενδιαφέρει το μαζικό πρωτίστως;
Όχι, όχι, είναι μονόδρομος, εμείς δεν κάνουμε μόδα με το φεστιβάλ.

Ναι γιατί έχει και μία ιστορία...

Ακριβώς

Θεωρείτε ότι έχει κάποια ψήγματα ευρωπαϊκού φεστιβάλ;

Κοιτάξτε, έχουμε όλα τα δεδομένα για να εξελιχθεί, αλλά πρέπει να ξεκαθαρίσουμε κάτι , δυστυχώς στην Ελλάδα υπάρχει ένα πλαίσιο, το οποίο δεν βοηθάει να κάνουμε το κάτι παραπάνω δηλαδή δουλεύουμε για τα σχήματα για την ΑΕΠΙ , να σας πω χαρακτηριστικά, ότι πουθενά στον κόσμο τα δημοτικά φεστιβάλ, δεν πληρώνουν πνευματικά δικαιώματα, τα οποία δεν έχουν ως σκοπό τους το κέρδος αλλά την παραγωγή καθαρά πολιτισμού. Είμαστε υποχρεωμένοι να καταβάλλουμε χρήματα στην ΑΕΠΙ, στα σχήματα και υπάρχει ένα πλαίσιο το οποίο κινούμαστε, που δεν δείχνει να θέλει να δημιουργήσει κίνητρα στα δημοτικά φεστιβάλ για να κάνουν το βήμα παραπάνω . Παρά τούτα παλεύουμε και νομίζω ότι η οριστικοποίηση του φεστιβάλ στα κορυφαία της Ελλάδας για μας είναι

αυτό πάρα πολύ σημαντικό. Ας μη ξεχνάμε δε ότι είμαστε στο δίκτυο το ευρωπαϊκό το la rencontre ως μοναδικός φορέας τοπικής αυτοδιοίκησης μαζί με την Πάτρα, εκπροσωπώντας και τη χώρα μας σε ευρωπαϊκά forum που αφορούν τον πολιτισμό.

Τι είναι ακριβώς αυτό;

Είναι ένα δίκτυο που εμπλέκονται μόνο πολιτιστικοί φορείς, είτε αυτοί είναι οργανισμοί, είτε ΝΠΔΔ, είτε μη κυβερνητικές οργανώσεις, είτε στελέχη που ασχολούνται με τα θέματα του πολιτισμού σ' όλη την Ευρώπη και όχι μόνο.

Και διοργανώνετε μαζί πράγματα ή απλώς ο ένας βοηθάει τον άλλο στην τεχνογνωσία;

Και σε επίπεδο τεχνογνωσίας και σε επίπεδο ανάλυσης υπάρχουν θεματικές βάσει των οποίων γίνονται ημερίδες και τα συνέδρια, εμείς συμμετέχουμε, συμμετείχαμε στο Μπέλφαστ, στη Σεβίλλη, εγώ ήμουν και ομιλητής και συντονιστής στη Σεβίλλη του τραπεζιού, που αφορούσε το ρόλο των χορηγιών στα ζητήματα αυτά. Νομίζω έχουμε κάνει σημαντικά πράγματα τα τελευταία χρόνια, το αναγνωρίζουν οι ευρωπαίοι εταίροι μας.

Από πότε συμμετέχετε;

Τα δύο τελευταία χρόνια.

Ποια η σχέση των οικονομικών του δήμου με το κράτος; Πόσο εξαρτάται ο Δήμος; Πόσο είναι εγκλωβισμένος;

Είναι απόλυτα εγκλωβισμένος ο Δήμος. Πρέπει να καταλάβετε ότι άλλοι είναι οι νόμοι της ελεύθερης αγοράς και άλλοι οι νόμοι ενός οργανισμού ΝΠΔΔ, με προληπτικούς ελέγχους από τους Παρέδρους του Ελεγκτικού (Συνεδρίου), σε καθεστώς πλήρους διαφάνειας βέβαια. Πρέπει όμως να γίνει αντιληπτό ότι, και ο τρόπος που λειτουργούν και τα γραφεία των manager και πολλές φορές και οι ίδιοι καλλιτέχνες δεν βοηθάει στο να αναπτυχθούν σχέσεις με μια λογική επενδυτική, ώστε βάση και πρωταρχικό ενδιαφέρον να είναι η τέχνη και ο πολιτισμός.

Δεν υπάρχει κατανόηση ότι ο Δήμος εξαρτάται από το Κράτος και άρα περιμένει εκτός από τα έσοδα που έχει και από τις επιχορηγήσεις ώστε να κάνει κάποια πράγματα;

Να σας πω κάτι πάρα πολύ απλό, το δικό μας το φεστιβάλ, άμεσα τα χρόνια που είμαι εγώ δήμαρχος από το υπουργείο Πολιτισμού δεν έχει επιχορηγηθεί ποτέ. Εμμέσως επιχορηγηθήκαμε από τη γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς μέσα από ένα project που είχαμε πέρυσι, με θέματα τα ίσα δικαιώματα με μια αντιρατσιστική καμπάνια που κάναμε.

Προσπαθούμε σε επίπεδο χορηγών και υποστηρικτών να κρατήσουμε το φεστιβάλ και είναι πολύ σημαντικό, ότι το φεστιβάλ τα τελευταία χρόνια καλύπτει όλες του τις ανάγκες και δυστυχώς αυτή τη μαύρη τρύπα , που παραλάβαμε αρκετών χιλιάδων ευρώ, προσπαθούμε σιγά σιγά να τη μικραίνουμε.

Ο δήμος εξαρτάται απολύτως οικονομικά, από το κράτος ;
Αυτό είναι η πεμπτουσία, βεβαίως

Άρα και οποιεσδήποτε εκδηλώσεις έχει να κάνει ο δήμος ως ΝΠΔΔ, έχει μεγάλη εξάρτηση από το αν θα χρηματοδοτηθούν με κάποιο τρόπο από το κράτος;

Θα σας πω μόνο ότι τα μισθολόγια των εργαζομένων στο πνευματικό κέντρο πληρώνονται από το δήμο και είναι χαρακτηριστικό ότι και εκεί το κράτος δεν έχει αναλάβει τις ευθύνες του. Τι εννοώ; Με το Π. Διάταγμα Παυλόπουλου κάποιοι συμβασιούχοι που ήταν με αναθέσεις έργου, με παροχής υπηρεσιών δηλαδή, γίνανε μόνιμοι, το κόστος, που ήταν στο νομικό πρόσωπο σε εμάς, ήταν της τάξεως των 750 € με βάσει το επίπεδο της ανάθεσης, όταν μονιμοποιήθηκαν διπλασιάστηκε το κόστος, το κράτος ναι μεν προχώρησε στις διαδικασίες αλλά ποτέ δεν μας έδωσε τα υπόλοιπα χρήματα.

Τα οποία σας τα οφείλει;

Όχι μόνο μας τα οφείλει , αλλά γίνονται και θα δείτε ότι θα γίνουν και κινητοποιήσεις, στην κατεύθυνση, επιτέλους, ότι αρμοδιότητα μας στέλνει, ότι απόφαση παίρνει το κράτος , θα πρέπει να συνοδεύεται με το αντίστοιχο οικονομικό τίμημα (ενν. κονδύλι) .

Άρα στην ουσία το ότι εσείς αναλαμβάνετε την πρωτοβουλία, να κρατήσετε το φεστιβάλ και να το φτάσετε εκεί που το φτάσατε είναι καθαρά από δική σας προσπάθεια και όχι γιατί το κράτος σας δίνει χρήματα, παρ' ότι οφείλει να σας δώσει;
Ακριβώς .

Και άρα εσείς στρέφεστε στους χορηγούς;
Ακριβώς

Πείτε μου γι ' αυτή τη σχέση δηλ. τι συμβολή έχουν οι χορηγοί σε εσάς ;
Τα τελευταία χρόνια τα λειτουργικά μας έξοδα και μέρος των χρημάτων, που καταθέτουμε στα σχήματα τα καλύπτουμε αποκλειστικά και μόνο από χορηγούς. Θα έλεγα ότι ένα ποσοστό της τάξεως του 60% των χρημάτων που χρειαζόμαστε είναι καθαρά από τους χορηγούς. Αντιλαμβάνεστε, ότι για μας είναι μια σχέση απόλυτη, με την έννοια, ότι

όσοι χορηγοί έχουν αγκαλιάσει το φεστιβάλ θέλουν να παραμείνουν στο φεστιβάλ, αυτό σημαίνει ότι υπάρχει μια αμφίδρομη σχέση, και οι χορηγοί μας δεν είναι μικρές περιφερειακές εταιρείες αλλά μεγάλοι κολοσσοί, οι οποίοι βλέπουν την προσπάθεια που κάνουμε και θέλουν να βοηθήσουν σ' αυτό και ταυτόχρονα τα ζητήματα κοινωνικής ευθύνης τα δικά τους ή εταιρικής ευθύνης να μπορέσουμε να τα συνδυάσουμε με την προσπάθεια που κάνουμε την πολιτιστική.

Οι χορηγοί όταν σας δίνουν χρήματα, σας λένε που να διοχετευθούν αυτά; Παρακολουθούν που πηγαίνουν τα χρήματα;

Παρακολουθούν στα ανταποδοτικά, αν υπάρχει ένας αριθμός προσκλήσεων, υπάρχουν χορηγοί, που εκτός από τα χρήματα που δίνουν στο φεστιβάλ, στηρίζουν την καμπάνια τη διαφημιστική του φεστιβάλ σε επίπεδο outdoor. Εμπορικοί χορηγοί, όχι οι χορηγοί επικοινωνίας, οι οποίοι μας δίνουν ένα ποσό καθαρά για τα λειτουργικά μας έξοδα και διαθέτουν κι ένα ποσό για την προβολή μέσω outdoor, όπως έγινε με τη Vodafone και με την Εμπορική Τράπεζα. Όμως δεν είναι συμμέτοχοί μας οι χορηγοί, δεν έχουμε από κοινού το management, μας εμπιστεύονται, απολογιστικά έχουμε τα στοιχεία εκείνα που ξέρουν πολύ καλά, ότι πορευόμαστε με πλήρη διαφάνεια και γι' αυτό επενδύουν στο φεστιβάλ.

Δίνουν οι χορηγοί χρήματα για να κάνει ο δήμος μια δική του παραγωγή, που θα παρουσιάζει πχ ένα νέο καλλιτέχνη;

Βεβαίως. Εμείς βγάζουμε ένα συνολικό πακέτο διαφημιστικό, συνεργαζόμαστε με μια- δυο διαφημιστικές εταιρείες, οι οποίες μας βοηθούν περισσότερο στην επαφή με τους υποψήφιους χορηγούς. Εμείς δεν μπαίνουμε στη λογική να εξειδικεύσουμε κάποιες παραστάσεις, ως πακέτο το φεστιβάλ έχει μια σειρά εκδηλώσεων, είναι αυτονόητο, ότι υπάρχουν οι εμπορικές εκδηλώσεις και αυτές που αφορούν την ερασιτεχνική δημιουργία ή πρωτοεμφανιζόμενους καλλιτέχνες ή σχήματα τα οποία μπορεί να μην είναι εμπορικά αλλά πιστεύουμε (τα χορευτικά) ότι πρέπει να υπάρχει κύκλος συγκεκριμένος μέσα στο φεστιβάλ. Δεν εμπλέκονται οι χορηγοί στις επιλογές που κάνουμε μας εμπιστεύονται συνολικά, ως πακέτο το πρόγραμμα και από εκεί και πέρα εμείς προσπαθούμε να διοχετεύσουμε τα χρήματα με βάση τις ανάγκες μας και τις προτεραιότητες, που έχουμε θέσει.

Το φεστιβάλ ασχολείται με νέους δημιουργούς ή επειδή είναι ένα φεστιβάλ έχει τα οικονομικά του κλπ θέλει να έχει μια επιτυχία, ο Δήμαρχος θέλει να προτείνει κάποια πράγματα.;

Ασχολείται. Πάντα όμως ως μέρος ενός budget το οποίο κινείται στην κατεύθυνση του ότι εμείς δεν θέλουμε ζημιόγωνα φεστιβάλ. Σαφέστατα έχουμε πάρει πρωτοβουλίες, κάθε χρόνο συνειδητά κάνουμε κάποιες

παραγωγές δικές μας, που ξέουμε ότι μπορεί να μη μας αποδώσουν οικονομικά αλλά είναι ο μονόδρομός μας.

Όχι μόνο αυτό, εννοώ να είναι πόρτα και για νέους ανθρώπους;

Ναι το κάνουμε, με νεανικά σχήματα, πέρυσι είχαμε αφιέρωμα στην ελληνική ροκ μουσική. Για μας το φεστιβάλ είναι μεν ο πυλώνας που κινούμαστε σε επίπεδο πολιτισμού αλλά δεν είναι ο μόνος. Υπάρχει μια σειρά εκδηλώσεων, τις ποιητικές Δευτέρες, που εκεί έχουμε μη εμπορικούς τραγουδιστές, θέλουμε να δώσουμε κι εκεί βήμα, σε κάποια παιδιά να δείξουν το ταλέντο τους.

Ποιος είναι ο ρόλος της επικοινωνίας, ποιος προωθεί το φεστιβάλ; Ποιος στήνει το προφίλ του φεστιβάλ, έχετε κάποιο συγκεκριμένο άτομο, είναι μέσα στο δήμο, το δίνετε έξω σε γραφείο;

Όχι όχι, γενικά σε σχέση με άλλα φεστιβάλ ίσως να είμαστε από τους ελάχιστους, που ότι κάνουμε το κάνουμε παρέα, εμείς. Είναι πολύ σημαντικό ότι τα στελέχη του φεστιβάλ, που είναι υπάλληλοι του δήμου έχουν αποκτήσει μια τεχνογνωσία, η οποία είναι εξαιρετική, σαφέστατα το προφίλ και το στίγμα είναι κάτι το οποίο το συνεννοούμαστε σε επίπεδο Διοίκησης και σε επίπεδο Δημοτικής Αρχής, πάνω σ' αυτό χτίζουμε και αξιοποιούμε την τεχνογνωσία και την εμπειρία των στελεχών του φεστιβάλ για να μπορέσουμε αυτό να το βγάλουμε προς τα έξω. Ο ρόλος των χορηγών επικοινωνίας είναι κι αυτός σημαντικός, διότι και αυτοί συμμετέχουν στην προσπάθεια αυτή με προτάσεις συγκεκριμένες, με απόψεις, για μας η σχέση μας με τους χορηγούς μας, πχ με το μελωδία και τον Οδυσσέα Ιωάννου, δεν είναι μια σχέση που βασίζεται στα πόσα σποτ θα παίξει ο Μελωδία, συζητάμε το πρόγραμμα, ακούμε τις προτάσεις τους, προσπαθούμε να κεφαλαιοποιήσουμε την εμπειρία όλων αυτών των χρόνων να γίνουμε καλύτεροι, να διορθώσουμε λάθη, να συμπληρώσουμε παραλείψεις, είναι ένα διαρκές στοίχημα, είναι ένα δυναμικό κομμάτι το φεστιβάλ, δεν είναι κάτι στατικό, το οποίο απλά επαναλαμβάνεται. Κάθε χρόνο προσπαθούμε να δώσουμε καινούριο νόημα να κάνουμε το κάτι παραπάνω το κάτι διαφορετικό, αυτό είναι το στοίχημα, αυτή είναι η ηδονή που νιώθουμε όλοι, όσοι ασχολούμαστε με τα ζητήματα του πολιτισμού.

Το φεστιβάλ έχει ένα manager; Έχετε έναν άνθρωπο εξωτερικό, δεν μπορεί να τα κάνει όλα η Τασία (κα Σαρρίδου) και τα 5 κορίτσια του πνευματικού κέντρου;

Κι όμως όλα τα κάνουν η Τασία και τα κορίτσια που είναι εκεί. Να ξέρετε ότι ελάχιστα χρήματα σπαταλούμε σε εξωτερικούς συνεργάτες.

Άρα και όλη την επικοινωνία, δημόσιες σχέσεις τα κάνετε εσείς;

Ναι, τα πάντα το φεστιβάλ.

Υπάρχουν κάποιοι αναπτυξιακοί νόμοι για τους δήμους, για δημοτικές επιχειρήσεις, αυτά δεν σας αφορούν είστε ΝΠΔΔ, δεν έχετε επαφή καμία;

Όχι και έχουμε και συγκεκριμένη άποψη, ότι τα ζητήματα που αφορούν τον πολιτισμό δεν μπορεί να τα διαχειρίζονται επιχειρηματικού τύπου προσεγγίσεις, δηλαδή δημοτικές επιχειρήσεις ή οτιδήποτε άλλο.

Όταν έρχεται ένα σχήμα το οποίο απαιτεί πολλά, όλα αυτό το αποφασίζει ποιος;

Υπάρχει μια επιτροπή του διοικητικού συμβουλίου, που είναι η πρόεδρος, ο αντιπρόεδρος συμμετέχω και εγώ ως μέλος του ΔΣ, οι 3 βασικοί συντελεστές, η καλλιτεχνική διεύθυνση, δηλ. η Τασία Σαρρίδου, η Νέλια Ξανθάκη και η Βούλα Μαρουλιανάκη ως υπεύθυνες του φεστιβάλ, αυτή είναι η 7άδα των ανθρώπων που θα εισηγηθούμε στο ΔΣ τι πρέπει να κάνουμε. Έχει χρειαστεί να πάρουμε και δύσκολες αποφάσεις, υπήρχαν καλλιτέχνες αγαπητοί και φίλοι καλοί, οι οποίοι είχαν μια συνέχεια στο φεστιβάλ, αλλά όταν ξαφνικά συνειδητοποιήσαμε, ότι όλο το φεστιβάλ λειτουργούσε για να εξασφαλίσει ένα καλό εισόδημα για εκείνους, όσο κι αν μας πείραξε, αναγκαστήκαμε να πάρουμε δύσκολες αποφάσεις. Είναι χαρακτηριστικό, ότι φέτος στο πρόγραμμά μας παραδοσιακοί φίλοι μας, που συμμετείχαν όλα αυτά τα χρόνια, επειδή πιστεύουμε ότι υπερέβησαν τα εσκαμμένα, ίσως όχι οι ίδιοι, οι εκπρόσωποί τους ίσως, αποφασίσαμε να μη συμμετέχουν. Εμείς είμαστε ένα φεστιβάλ που πολύ δύσκολα θα εκβιαστούμε από καταστάσεις, από περιστάσεις ή θα πιεστούμε από οποιονδήποτε άλλον. Το έχουμε ξεκαθαρίσει αυτό μεταξύ μας ..

Για να κρατήσετε κι ένα επίπεδο;

Ακριβώς και νομίζω ότι αυτός είναι και ο λόγος που μας θεωρούν αξιόπιστο φεστιβάλ και όλοι προσδοκούν να συνεργαστούν μαζί μας. Είναι μια σχέση όμως που τη χτίσαμε χρόνο χρόνο.

Προφανώς και ο σχεδιασμός του προγράμματος και η επιλογή γίνεται όπως μου είπατε παραπάνω;

Ακριβώς

Έχετε αξιοποιήσει ευρωπαϊκές χρηματοδοτήσεις για το φεστιβάλ;

Όχι η λογική που ενταχθήκαμε στο δίκτυο la rencontre, ήταν για να μπορέσουμε, γιατί ξέρετε τα κονδύλια για τον πολιτισμό είναι διαπολιτισμικά, προϋποθέτουν μια σειρά επαφών ή δραστηριοτήτων σε συνεργασία με άλλους φορείς. Η ευρωπαϊκή ένωση και στο πρόγραμμα

Πολιτισμός και στο *culture* του 2006 δεν δίνει χρήματα απευθείας σε μονομερείς προσπάθειες, οι προσπάθειες του πολιτισμού πρέπει να έχουν διαπολιτισμικό χαρακτήρα, δηλαδή να φέρνουν πολιτιστικά στοιχεία διαφορετικών χωρών κοντά. Αυτή είναι και η λογική που συμμετείχαμε στο *la rencontre*. Να μπορέσουμε βήμα βήμα να αποκτήσουμε τους «εταίρους» μας τους πολιτιστικούς για να μπορέσουμε να φτιάξουμε ένα δίκτυο, που θα μπορέσει να επιχορηγηθεί. Αυτό είναι κάτι το οποίο δεν μπορεί μονομερώς να λειτουργήσει, δεν υπάρχει κανένα φεστιβάλ στην Ελλάδα, που να μπορεί να συμμετέχει σε μέτρο που να μπορεί να επιχορηγηθεί από την ευρωπαϊκή ένωση. Πάρα μόνο αν είναι μέλος ενός κονσόρτσιουμ ευρωπαϊκών φεστιβάλ ή ευρωπαϊκών πρωτοβουλιών σε συνεργασία με άλλες χώρες, πρέπει να είναι τουλάχιστον 3 αυτοί που διεκδικούν χρήματα από προγράμματα ευρωπαϊκά.

Δηλαδή πρακτικά αυτό σημαίνει ότι είναι το φεστιβάλ Βύρωνα, της Αβινιόν και της Γρανάδα...

Ή μπορεί να μην είναι όλα φεστιβάλ, μπορεί να είναι το φεστιβάλ Βύρωνα σε συνεργασία με μη κυβερνητική οργάνωση πχ για την ανάδειξη των Φλαμανδών ερασιτεχνών συν από τη Νορβηγία μια παραδοσιακή μουσική σχολή,...δεν επικεντρώνεται μόνο στα φεστιβάλ, αρκεί να είναι πολιτιστικοί φορείς. Πρέπει να υπάρχουν 3 τουλάχιστον πολιτιστικοί φορείς και τώρα υπάρχουν και κάποια μέτρα που επιβάλλουν και ένα τέταρτο από τις νέες χώρες, αυτούς που λέμε εταίροι β βαθμού ..

Δηλαδή;

Είναι κάποιοι που δεν είναι μέλη της ευρωπαϊκής ένωσης αλλά θεωρούνται ως χώρες ...

Α ναι σα νεοεισερχόμενα μέλη;

Έτσι.

Πως θέλετε να εξελιχθεί το φεστιβάλ μέσα στα χρόνια;

Εμάς η χαρά μας είναι ότι το φεστιβάλ κάθε χρόνο γίνεται και καλύτερο, δεν το λέμε εμείς, το λένε στελέχη του Φεστιβάλ Αθηνών, το λένε στελέχη έμπειρα του Ηρωδείου ...

Έχετε συνεργασία με το Φεστιβάλ Αθηνών ;

Ασφαλώς και μάλιστα μπορώ να σας πω ότι συζητάμε και την περίπτωση να έχουμε συμπαραγωγή, αλλά είναι πολύ πρώιμο ακόμα αυτό.

Έχετε και πάγιους χορηγούς είδα δηλαδή Μελωδία, ford; Ποιος τους βρίσκει ; Πως γίνεται αυτό;

Απίστευτες εργατοώρες δουλειάς στην προετοιμασία των προτάσεων υπάρχουν χορηγοί, που μιλάμε απευθείας με τις εταιρείες και υπάρχουν χορηγοί, που μιλάμε μέσω διαφημιστικών. Ναι συνεργαζόμαστε με μια συγκεκριμένη διαφημιστική εταιρεία, ο υπεύθυνος εκεί έχει πλούσια καλλιτεχνική συναίσθηση, (upset), ο οποίος με βοηθάει με τη Vodafone με την Εμπορική και αμείβονται με το ποσοστό τους. Δεν τους πληρώνουμε εμείς, είναι με ποσοστό, εμείς λέμε ότι φέτος θέλουμε από χορηγίες πχ 200.000 €, φροντίζουν να μας βρουν το ποσό αυτό, από εκεί και πέρα υπάρχει κάποιο ποσό που αμείβονται και είναι κατευθείαν από τις εταιρείες. Απλά όλες αυτές οι εταιρείες θέλουν να ξέρουν ότι έχουν αξιόπιστο συνομιλητή και πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι για κάθε 100 €, που θα πάρουμε από τους χορηγούς, τα 21 με 22 πρέπει να τα δαπανήσουμε για να τους τα επιστρέψουμε, σε διαφήμιση, σε υλικά .

Πρόγραμμα και έντυπο υλικό;

Ναι , δηλαδή το να έρθει ένας χορηγός να μας δώσει 100 € δεν σημαίνει ότι 100€ τα παίρνουμε και τα ρίχνουμε στα σχήματα, 22 € περίπου δαπανούμε για να μπορέσουμε να διαφημίσουμε τους χορηγούς αυτούς μέσα από τα προγράμματά μας, μέσα από τα outdoor, μέσα από τα metropolis, που τα ντύνουμε και αυτό είναι που μας καθιστά αξιόπιστους. Δεν το βάζουν όρο οι χορηγοί, εμείς θεωρούμε ότι πρέπει να είμαστε σοβαροί σε αυτό, που κάνουμε. Ο χορηγός πρέπει να έχει παραστάσεις της προσπάθειας που κάνουμε, το να έχει απλά και να δει το φεστιβάλ ντυμένο με το χορηγό, δε λέει τίποτα αυτό, το ότι τα metropolis ντύνονται καθόλη τη διάρκεια και δαπανάμε χρήματα γι' αυτό, το ότι τρώει ντύνονται με τους χορηγούς, ότι στήνονται σε σημεία, που μαζεύεται νεολαία 100 κιόσκια μικρά , όπου διαφημίζονται οι χορηγοί εκτός από το φεστιβάλ, οι αφίσες που μπαίνουν παντού Αυτά συνθέτουν μια συνολική εικόνα, που ο κάθε υπεύθυνος marketing βλέπει στο τέλος της προσπάθειας αυτής, ότι το cost efficiency το δικό του είναι θετικό. Γι' αυτό συνεχίζει.

Γι' αυτό έχετε 2-3 χρονιές τους ίδιους χορηγούς;

Ακριβώς

Αυτό εδώ και πόσα χρόνια έχει ξεκινήσει;

Τα 4 τελευταία χρόνια, πριν δεν είχαμε χορηγούς. Πριν υπήρχε μια αντίληψη δογματική, ότι οι χορηγοί εμπορευματοποιούν το φεστιβάλ, το φεστιβάλ εμπορευματοποιείται μόνο υπό άλλους όρους. Οι χορηγοί μπορούν να βοηθήσουν, δεν τους έχουμε συμμέτοχους και δεν τους έχουμε να έχουν αναλάβει το management, τους θεωρούμε συνεργάτες μας.

Το θέατρο είναι ιδιοκτησία του Δήμου Βύρωνα , Υμηττού και των δύο;
Ιδιοκτησία του Δήμου Βύρωνα και Δήμου Υμηττού.

Μαζί;

Δεν είμαστε πολύ χαρούμενοι γι' αυτό που γίνεται ούτε εμείς αλλά ούτε και ο δήμος Υμηττού νομίζω είναι. Δεν ξέρω πόσο έτοιμοι είμαστε να κάνουμε ένα κοινό φεστιβάλ, αλλά είναι ένα θέμα που το ρίξαμε στην ατζέντα της συζήτησης φέτος. Πάντως σε επίπεδο δημάρχων έχουμε συμφωνήσει, πρέπει όμως να αξιολογήσουμε τον τρόπο που οι υπόλοιποι θα συνεργαστούν μαζί μας

Όταν στο πρόγραμμά σας του 2006 λέει υπό την ΑΙΓΙΑ ΤΟΥ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ τι ακριβώς έχει γίνει, πως συμμετέχει το υπουργείο; Σας δίνει απλώς τη σφραγίδα του κύρους του;

Όχι. Στη συγκεκριμένη περίπτωση το υπουργείο πολιτισμού είχε δεσμευτεί να μας επιχορηγήσει με κάποια χρήματα , τα οποία δεν μας τα επιχορήγησε ποτέ.

Τι σημαίνει στο πρόγραμμα όταν αναφέρει παραγωγή τάδε ή δείνα σε κάποιες εκδηλώσεις;

Την ευθύνη κάποιων εκδηλώσεων την έχουν συγκεκριμένοι άνθρωποι ή συγκεκριμένα γραφεία.

Είναι αυτό που λέμε ότι τους δίνουμε το θέατρο σα να το νοικιάζουν;

Όχι εμείς συμμετέχουμε κανονικά, δηλ. εμείς μαζί με το γραφείο παραγωγής συμπαρασιάζουμε και μπορεί να είναι 80-20, 50-50, 60-40, τα εισιτήρια αλλά και οι δαπάνες είναι ανάλογες. Εμείς σπανίως θα πούμε μπείτε μέσα δώστε μας ένα ενοίκιο και εντάξει .

Αυτό γίνεται σε κάποιες μεγάλες εκδηλώσεις , με ονόματα από το εξωτερικό, που έχει ρίσκο τεράστιο αυτό κλπ.;

Εμείς σπανίως το κάνουμε αυτό

Γιατί δεν έχει κέρδος κάτι τέτοιο;

Δεν είναι θέμα κέρδους , δεν θέλουμε όμως να είμαστε αποξενωμένοι με αυτό που συμβαίνει .Θέλουμε να έχουμε άποψη. Αλλιώς δεν κάνουμε φεστιβάλ έχουμε ένα χώρο που τον νοικιάζουμε.

Σ' όλες τις άλλες εκδηλώσεις που δεν αναφέρει κάτι τέτοιο (δηλ. παραγωγή τάδε) σημαίνει ότι εσείς κάνετε την παραγωγή;

Κοιτάτε όταν ήρθε ο Iggy Pop εμείς συμμετείχαμε στην παραγωγή, με ποια έννοια δεν αναλάβαμε την ευθύνη του σχήματος, που θα μείνει αυτός και το σχήμα , την περιοδεία του κλπ. εμείς αναλάβαμε την

προώθηση και επικοινωνία της παράστασης να βγάλουμε εισιτήρια, αφίσες, να διαμορφώσουμε τους χώρους, να διαθέσουμε ηλεκτρολόγους, αναλάβουμε ένα πολύ συγκεκριμένο πακέτο και κάναμε μια συμφωνία με βάσει και τα οικονομοτεχνικά στοιχεία τα δικά μας, που έλεγε ότι από τα εισιτήρια το 80% θα πάρει το σχήμα και το 20% ο Δήμος πχ, εμείς έστω και με μικρό ποσοστό θέλουμε να συμμετέχουμε παντού.

Και στα έσοδα και στα έξοδα;
Βεβαίως, αλλιώς δεν είναι συμπαραγωγή.

Είναι απλώς φιλοξενία;
Ακριβώς.

Λαμβάνετε μέριμνα τις μέρες του φεστιβάλ με τοπικά λεωφορεία, ώστε να υπάρχει πρόσβαση στο φεστιβάλ;
Ναι

Όσοι, ασχολούνται με το φεστιβάλ είναι υπάλληλοι, δεν είναι εξειδικευμένοι;

Ναι δεν είναι. Έχω άποψη όμως γι αυτό το θέμα. Προτιμώ τους μη εξειδικευμένους από τους εξειδικευμένους. Οι εξειδικευμένοι και ασχολούμεναι και δημιουργικά με την τέχνη, έχουν στεγανά πολλές φορές και οι ορίζοντές τους έχουν και στοιχεία υποκειμενικά. Οι μη εξειδικευμένοι αποκτούν μία σχέση αντικειμενική με τον πραγματικό ουσιαστικό αντικείμενο. Ο μη εξειδικευμένος, που έχει την θέληση και την εμπειρία να οργανώσει κάτι, αντιμετωπίζει όλους τους καλλιτέχνες εξίσου με τις ιδιοτροπίες τους, με τις νοοτροπίες τους, με ότι σημαίνει αυτό, σε αντίθεση με άλλους εξειδικευμένους και εμπλεκόμενους στην τέχνη δημιουργικά. Προτιμώ την προσέγγιση αυτή την μη εξειδικευμένη αρκεί να βασίζεται, να είναι μέρος ενός θεσμικού πλαισίου.

Με ξένα φεστιβάλ έχετε επαφή;
Τώρα τις χτίζουμε τις επαφές μας. Μέσα από το δίκτυο (la rencontre) περισσότερο.

Πόσο μακροπρόθεσμος είναι ο σχεδιασμός για το φεστιβάλ;
Πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι δεν λειτουργούμε μόνοι μας, αλλά σ' ένα πλαίσιο πολύ συγκεκριμένο, όσο όραμα και σχέδιο να' χουμε, εμείς θέλουμε να γίνουμε ένα από τα κορυφαία στην Ευρώπη, το ζητούμενο είναι αν υπάρχουν αυτή τη στιγμή τα πλαίσια που να μπορούμε να κινηθούμε. Υπάρχει ένα ζήτημα με το θέμα των εγκαταστάσεων. Εμείς

ως καινούρια δημοτική αρχή δώσαμε πάρα πολλά λεφτά για να φτιάξουμε τους χώρους τους περιβάλλοντες και νομίζω είναι ένας πανέμορφος χώρος που έχει διαμορφωθεί πριν ήταν ένα παλιό ξερό με χώμα. Το θέμα όμως είναι το εξής ότι την ίδια στιγμή το κράτος θα αποφασίσει επιτέλους να νομιμοποιήσει τις εγκαταστάσεις, είναι εγκαταστάσεις, που τις έχει αφήσει η Μελίνα Μερκούρη, ο Μ. Βολανάκης τις έχει στήσει μαζί με το Βόγλη και μια σειρά άλλων κορυφαίων, τις έχουν επισκεφθεί όλοι οι πρωθυπουργοί της χώρας λοιπόν και αρνείται το κράτος να νομιμοποιήσει αυτές τις εγκαταστάσεις, διότι βρίσκονται στη Β ζώνη Υμηττού.

Δηλαδή;

Δεν μας δίνει άδεια

Το θέατρο είναι παράνομο;

Βεβαίως. Δεν έχει άδεια ούτε εγκατάστασης ούτε λειτουργίας. Όταν ξεκινάει το φεστιβάλ εγώ τρώω μια μήνυση διότι έχω εγκαταστήσει και λειτουργώ παράνομα θέατρο. Εγώ και όλοι οι προηγούμενοι δήμαρχοι. Και όσες φορές προσπαθούμε να εξηγήσουμε πέντε πράγματα μπλέκουμε στα γραφειοκρατικά γρανάζια διότι δεν έχει κανείς την πολιτική βούληση να βάλει προτεραιότητα την νομιμοποίηση αυτών των χώρων. Διότι αν ήταν νόμιμοι οι χώροι αυτοί θα μπορούσαμε να τους αξιοποιήσουμε σε ακόμα καλύτερη κατεύθυνση.

Και εσείς κάνετε τις ενέργειες να την πάρετε και δεν σας τη δίνουνε;

Κολλάμε σε γραφειοκρατικά ζητήματα, ότι είναι Β ζώνη Υμηττού κλπ. Το φεστιβάλ όμως λειτουργεί εδώ και 25 χρόνια. Επιτέλους όταν παίρνουμε αποφάσεις που είναι στα όρια της νομιμότητας για μια σειρά άλλων θεμάτων είναι πολύ απλό και αυτονόητο ότι πρέπει να λυθεί και το θέμα αυτό. Το θέμα εμείς θα το ξαναβάλουμε στον καινούριο υπουργό, στον κύριο Λιαπη και πιστεύω ότι έχει την ευαισθησία, το έχει αποδείξει και στο παρελθόν, να το προχωρήσει το θέμα αυτό. Δεν ξεκινάει από τον κύριο Λιάπη είναι διαδικασία που υπάγεται στο ΥΠΕΧΩΔΕ, όπου πάλι με τους γνωστούς γραφειοκρατικούς παράγοντες θα φτάσουμε στο σημείο να συζητάμε ότι είναι Β ζώνη Υμηττού.

Δηλαδή Β ζώνη εννοούμε ότι είναι δασικό;

Ναι

Το τοπικό φεστιβάλ απευθύνεται βασικά στους δημότες και κατοίκους του Βύρωνα;

Όχι

Είναι ένα φεστιβάλ για την Αθήνα...

Είναι ένα φεστιβάλ για την Ελλάδα και υπάρχουν παραστάσεις που μας παίρνουν από όλα τα μέρη της Ελλάδας για να έρθουν

Εσείς παρακολουθείτε το φεστιβάλ;

Ανελλιπώς

Έχετε απολαύσει παραστάσεις που κάνετε εκεί;

Είναι το απόγειο της προσπάθειας που κάνουμε όλοι , είναι η όμορφη παρένθεση στο καθημερινό μας πρόγραμμα.

Σας ευχαριστώ πάρα πολύ

ΤΑΣΙΑ ΣΑΡΡΙΔΟΥ : ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ & ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ , ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΠΙΝΕΥΜΑΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ
ΒΥΡΩΝΑ

Πώς ξεκίνησε το φεστιβάλ , ποια ιδέα είχε, ποιους στόχους και πως
εξελίχθηκε μέχρι σήμερα ;

Από πότε ξεκίνησε κατ'αρχήν;

Ξεκίνησε το '89. Η περιοχή που γίνεται το φεστιβάλ ήταν παλιά λατομεία της Εργάνης και ο πρώτος που αξιοποίησε τα νταμάρια κάνοντας μια σειρά από παραστάσεις είναι ο Μίνως Βολανάκης . Η πρώτη παράσταση που ανέβηκε σε αδιαμόρφωτο χώρο ήταν το «περιμένοντας τον Γκοντό» του Μπέκετ, και απ' ότι θυμάμαι δεν υπήρχε κανένας εξοπλισμός , μαξιλαράκια και καρέκλες, κάτω ο κόσμος και οι ηθοποιοί επί σκηνής. Έκτοτε έχουμε μια διεκδίκηση των ΟΤΑ για το χώρο των Λατομείων, που όπως σας είπα ήταν ιδιωτικός , έτσι και στο Βύρωνα έγινε κατάληψη του χώρου από τους τότε δύο δημάρχους τον Αντώνη Λεντάκη και το Δημήτρη Νικολαΐδη , απαιτήθηκε η αξιοποίηση των νταμαριών και η Μελίνα Μερκούρη αμέσως μετά τη λήξη της της α' τότε πολιτιστικής πρωτεύουσας της Αθήνας δώρισε στα δύο τότε νταμάρια , της Πέτρας (Πετρούπολη) και εδώ, τον εξοπλισμό, τις κερκίδες ώστε να λειτουργήσουν τα δύο θέατρα.

Ποιος ήταν ο στόχος; Γιατί ξεκίνησε αυτό; Ποιος το οραματίστηκε, υπήρξε κάποια ιδέα;

Οι δύο δήμαρχοι με τους συμβούλους τους, υπήρχε ένα πολύ καλό team πολιτιστικό και εξελίχθηκε από ένα ερασιτεχνικό φεστιβάλ σε ένα φεστιβάλ από τα σημαντικότερα , νομίζω, της Ελλάδας.

Ξεκίνησε ως θεατρικό φεστιβάλ;

Όχι όχι. Πολλαπλών δραστηριοτήτων και εκδηλώσεων. Συναυλίες, χορό, θέατρο τα πάντα.

Ξεκίνησε από κάποιο φορέα/Δήμαρχο όχι από καλλιτέχνες;

Σας είπα ξεκίνησε από το Βολανάκη, από εκεί και πέρα αξιοποιήθηκε από τους δύο δημάρχους.

Ποια είναι η ταυτότητά του, απευθύνεται σε κάποιο ειδικό κοινό;

Όχι, δεν είναι ειδικό το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Απευθύνεται σ' όλο το λεκανοπέδιο της Αττικής και πολλές φορές σε εκδηλώσεις που είναι ειδικές, όπως ήταν οι Deep Purple, έχουμε κόσμο και εκτός Αττικής.

Εκτός Ελλάδος κοινό υπάρχει;
Όχι ευκαιριακά μόνο

Τουρίστες δηλαδή;
Ναι, ναι

Στοχεύει το φεστιβάλ να έχει και τουρίστες;
Βεβαίως

Με τι τρόπο;
Ενημερώνοντας κάποια ταξιδιωτικά πρακτορεία, κάποιους φορείς, όπως είναι ο ΕΟΤ, αν και δεν είναι το κοινό μας, δεν είναι Ηρώδειο, δεν είναι αρχαιολογικός χώρος, ώστε να προσελκύσει και για άλλους λόγους το θεατή (ενν. τον ξένο βασικά)

Τι ρόλο έπαιξε η τοποθεσία; Ο βράχος;
Καταλυτικό, δεν είναι μια αλάνα, που ο άλλος μπαίνει βγαίνει χωρίς να το λέει, είναι επιβλητικός χώρος, το ότι υπάρχουν αυτοί οι κάθετοι βράχοι δημιουργούν μια πολύ καλή ακουστική με αποτέλεσμα κάποιοι, που ξέρουν το χώρο και γνωρίζοντας τους υπόλοιπους χώρους της Αττικής, να τον προτιμούν και λόγω τοποθεσίας τον χώρο.

Στοχεύετε να γίνει ένα φεστιβάλ διεθνές;
Βεβαίως, αλλά δεν υπάρχουν οικονομικές δυνατότητες, σε ένα δήμο, διότι τα σχήματα του εξωτερικού κάνουν συμβόλαια πολύ νωρίς, ζητούν τα βασικά χρήματα, προκαταβολικά και πριν την εμφάνισή τους και με την εμφάνισή τους εξόφληση. Δεν έχουμε αυτή τη δυνατότητα, τη νομική δυνατότητα να δίνουμε χρήματα από πριν στο εξωτερικό, να δεσμεύουμε το σχήμα, έτσι αναγκαζόμαστε πολλές φορές να πέσουμε στην ανάγκη των ατζέντηδων, που έχουν την οικονομική δυνατότητα να χρηματοδοτούν αυτοί τα σχήματα και εμείς απλά να τους φιλοξενούμε.

Η γλώσσα η δική μας είναι φραγμός, ώστε να αποτρέψει ένα φεστιβάλ από το να γίνει το φεστιβάλ (ή ένα ελληνικό φεστιβάλ) διεθνές;
Όχι νομίζω, ότι στην τέχνη δεν υπάρχει γλώσσα.

Οι δήμοι με τα οικονομικά τους είναι εγκλωβισμένοι σε σχέση με την εκάστοτε κυβέρνηση, εξαρτώνται οικονομικά;
Φυσικά και είναι, απόλυτα.

Τι κριτήρια έχετε για να καλέσετε κάποιον; Καλείτε μόνο τους γνωστούς;

Όχι, το κριτήριο είναι το εάν αυτός που θα έρθει στο θέατρο Βράχων, θα βάλει ένα λιθαράκι στην Πολιτιστική Ανάπτυξη.

Δηλαδή μπορεί να...

Μπορεί να είναι και ένα σχήμα, που θα κάνει 100 εισιτήρια.

Μπορεί να έρθει ένας άγνωστος καλλιτέχνης-δημιουργός και να θεωρηθεί ότι κάτι έχει να προτείνει;

Βεβαίως, για παράδειγμα ο χορός ποτέ δεν είναι κερδοφόρος, αλλά ένα φεστιβάλ, που σέβεται τον εαυτό του πρέπει να έχει και 2-3 εκδηλώσεις χορού

Είναι το φεστιβάλ μέλος σε μεγάλους οργανισμούς στην Ευρώπη;

Ναι, είναι στο la rencontre.

Τι ακριβώς είναι αυτό;

Είναι ένα δίκτυο πολιτιστικό, το οποίο κάνει συναντήσεις 1-2 φορές το χρόνο. Τον περασμένο χρόνο, το Σεπτέμβριο, ο δήμαρχος (κ. Χαρδαλιάς) ήταν στο Δουβλίνο, που ήταν μια συνάντηση και τούτη την εβδομάδα πάμε Σεβίλλη. Είναι πολιτιστικοί εκπρόσωποι τοπικής αυτοδιοίκησης και μη από όλες τις χώρες της Ευρώπης.

Στο IFEA δεν ήσαστε;

Όχι, γιατί θεώρησα, ότι έτσι όπως γίνεται στην Ελλάδα και με τις συμμετοχές, που δεν είχε να μας δώσει τίποτα. Ήταν κάτω του μετρίου οι συμμετοχές σ' αυτό.

Οι ξένες;

Και οι ελληνικές. Ήταν πρόχειρο

Οι εργαζόμενοι εδώ πηγαίνουν σε συνέδρια, ευρωπαϊκά, εκτός από το δίκτυο αυτό, για ενημέρωση για το Know how;

Όχι τώρα ξεκινάμε.

Αυτοί που ασχολούνται;

Είναι ανειδίκευτοι. Υπάρχει εμπειρία λόγω της πολύχρονης ενασχόλησής τους.

Πως προβάλετε το φεστιβάλ; Δηλαδή τη διαφήμιση και προωθητικές ενέργειες κάνετε; Σκέψη marketing υπάρχει; Σκέφτεστε μόνο για την επόμενη χρονιά ή κάνετε ένα πλάνο μακροπρόθεσμο;

Μακροπρόθεσμο πλάνο δυστυχώς δεν μπορούμε να κάνουμε, αν και ένα σοβαρό φεστιβάλ, που σέβεται τον εαυτό του, έπρεπε να έχει πλάνο

τουλάχιστον 2-3 χρόνων για το φεστιβάλ, όπως στα φεστιβάλ της Κων/πολης ή της Αβινιόν κα, που ούτε στο νυχάκι τους (ενν. δε φτάνουμε) εμείς γενικά στην Ελλάδα.... γιατί δεν υπάρχει η οικονομική δυνατότητα. Δεν μπορείς να δεσμεύσεις σχήματα, όπου μακροπρόθεσμα σε 2 για παράδειγμα χρόνια σου λένε, ότι έρχονται στην Ελλάδα, με περιοδεία, με το τάδε σχήμα.... Δεν έχεις αυτή τη δυνατότητα. Ο σχεδιασμός μας είναι κοντοπρόθεσμος, κοντόφθαλμος, μέσα στο πλαίσιο του τι προτείνει η ελληνική αγορά δηλ. για να σου δώσω να καταλάβεις Αύγουστο/Σεπτέμβριο έχουμε το φεστιβάλ και το πρόγραμμα ακόμα δεν είναι ολοκληρωμένο αυτή τη στιγμή. Δεν ξέρουμε καν τι σχήματα θα κυκλοφορήσουν το καλοκαίρι.

Αυτός είναι και ο βραχνάς με την εξάρτηση με το οικονομικό; (με την κυβέρνηση)

Ακριβώς, να πεις δεν με ενδιαφέρει τι θα βγει στην ελληνική αγορά, τι σχήματα, αλλά θα διαθέσω 100.000 € και θα κάνω μια παραγωγή δικιά μου.

Έχει στόχο το φεστιβάλ να προτείνει πιο ειδικά πράγματα;

Ναι, κάνουμε παραγωγές αλλά και αυτό εξαρτάται από τα οικονομικά σου.

Υπάρχει κάποια παραγωγή, που κάνατε εσείς τον τελευταίο καιρό;

Ετοιμάζουμε 2 παραγωγές για φέτος με μια θεματική που έχουμε στο μυαλό μας. Θα κάνουμε δυο μεγάλες παραγωγές, τις οποίες δηλ. πληρώνει ο δήμος.

Υπάρχει επικοινωνία και συνεργασία με άλλα φεστιβάλ ελληνικά και ξένα;

Ναι, με το φεστιβάλ Αθηνών, πρωτ' απ' όλα πολλές παραγωγές τους μεταφέρονται.

Όχι μόνο αυτό αλλά και για το know how, σε γνώσεις, σε επικοινωνία;

Είναι πιο πολύ προσωπικές επαφές δεν καθοδηγούνται

Με τα υπόλοιπα τοπικά φεστιβάλ έχετε επαφές, τα ξέρετε;

Ξέρω ποια είναι, δεν έχουμε επαφές. Εκτός του φεστιβάλ Υμηττού, που διαχειριζόμαστε τον ίδιο χώρο.

Ο καθένας δηλ. μόνος του; (το διαχειρίζεται)

Ναι

Και με το εξωτερικό; (έχετε επαφή με τα ξένα φεστιβάλ)

Όχι

Οι δημότες του Βύρωνα συμμετέχουν υποστηρίζουν το φεστιβάλ τους;

Ναι

Δηλ. είναι αυτό που λέμε η Πόλη ζει το φεστιβάλ;

Το φεστιβάλ δεν το ζει η πόλη

Ναι δεν έχει αλλάξει την πόλη δηλ. το ζει η πόλη η ευρύτερη, η Αθήνα;

Ναι

Δεν έχει συνδεθεί με εθελοντισμό ή με κάτι τέτοιο;

Όχι τα θεωρώ καμένα χαρτιά αυτά . Δεν δουλεύουνε πια. Το χειμώνα που κάνουμε κάποιες εκδηλώσεις και στηρίζονται στο δημότη του Βύρωνα, ανταποκρίνονται αυτοί γιατί είναι χωρίς είσοδο.

Γιατί επιλέγετε με είσοδο παραστάσεις;

Δεν μπορώ να βάζω παράσταση χωρίς εισιτήριο, πως θα βγει το κόστος;

Κι όμως υπάρχουν φεστιβάλ χωρίς εισιτήριο...

Δεν τα θεωρώ σοβαρά και να σου πω γιατί, οι τζαπατζήδες είναι το χειρότερο κοινό, δεν σέβονται, τους άλλους που έχουν πληρώσει, δεν ξέρουν τι έχουν έρθει να δουν, μπαίνουν βγαίνουν ότι ώρα θέλουν, δεν σέβονται την παράσταση. Καμία παράσταση δεν πρέπει να είναι χωρίς εισιτήριο έστω και ένα ευρώ πρέπει να το δίνει ο άλλος.

Έχει επηρεαστεί η δομή του φεστιβάλ, ο προσανατολισμός του μέσα στα χρόνια;

Βέβαια έχει. Κάποτε ίσως να μη διανοούμαστε να φέρουμε μοντέρνο χορό, που να 'χει γυμνό πχ επί σκηνής, σήμερα δεν λέει τίποτα αυτό.

Δηλ. παρ' ότι είναι ένα τοπικό φεστιβάλ δεν έχει κάποιο θέμα τέτοιο, μπορεί να παρουσιάσει ότι θέλει;

Ναι

Πιστεύετε ότι υπάρχει φεστιβαλισμός του πολιτισμού; Τα φεστιβάλ δηλ. έχουν γίνει σχήματα που προωθούν τα προϊόντα τους κλπ, έχουν ξεφύγει από την ιδέα και έχουν γίνει πιο πολύ επιχειρήσεις;

Για το φεστιβάλ των Αθηνών φέτος το είδα καθαρά στο πρόγραμμά του.

Για τα υπόλοιπα φεστιβάλ;

Νομίζω ότι τα υπόλοιπα φεστιβάλ δεν έχουν δυνατότητα να προωθήσουν ή να αποδείξουν πράγματα όπως έχει το φεστιβάλ Αθηνών και να κατευθύνουν κάποιο κόσμο κάπου.

Τα υπόλοιπα είναι σε σχέση με τις αρχές και ...
Τις δυνατότητές τους τις οικονομικές πάνω απ' όλα.

Και να δείξουν ότι υπάρχει και μια δραστηριότητα...
Ακριβώς και υπάρχουν και κάποιοι άνθρωποι που' χουν το όραμα και το παλεύουνε.

Παίζει ο καιρός ρόλο μεγάλο;
Βέβαια, δηλ. τώρα με τις αλλαγές τις κλιματολογικές δεν ξέρεις τίποτα, πρόπερσι από τις 15 Σεπτεμβρίου και μετά φτύσαμε αίμα (από τις αναβολές, ματαιώσεις κλπ.) ούτε ξέρεις ότι τον Ιούνιο θα σου κάνει ζέστη ώστε να βγει ο κόσμος .

Τι γίνεται στις περιπτώσεις που έχουμε προβλήματα με τον καιρό;
Ασφαλίζουμε τις παραστάσεις μας.

Όλες;
Όσες πληρώνουμε . Γιατί κάποιες είναι με παραχώρηση. Αυτό που είπαμε πριν δηλ. ο ξένος ατζέντης φέρνει το τάδε σχήμα οπότε πληρώνει εκείνος.

Πως γίνεται;
Ότι ισχύει παντού. Μετά τη μισή ώρα δεν επιστρέφεις εισιτήρια . Πριν τη μισή επιστρέφεις, πας τα χαρτιά που σου ζητάει η ασφαλιστική και αποζημιώνεσαι.

Το κάνει ο δήμος ;
Ναι , δε συμφέρει αλλιώς .

Υπάρχουν χορηγοί στις εκδηλώσεις, το κυνηγάτε αυτό;
Ναι, πολύ και έχουμε και πολύ καλά αποτελέσματα

Έχετε δίκτυο επικοινωνίας με την τηλεόραση κλπ. ;
Έχουμε χορηγούς επικοινωνίας τον ΜΕΛΩΔΙΑ και το KOSMOS από ραδιόφωνα , τηλεοράσεις παίζουν πέρυσι ο alpha προπέρυσι τα κρατικά κανάλια, προσωπική μου άποψη τα κρατικά κανάλια είναι οι καλύτεροι χορηγοί επικοινωνίας από οποιοδήποτε άλλο τηλεοπτικό σταθμό, αλλά είχαμε πέρυσι την ατυχία να πέσουμε σε κάτι αθλητικές διοργανώσεις και το κρατικό κανάλι, που έκανε μεταδόσεις ήταν φουλ και οι ζώνες που

μας έδιναν δεν μας ενδιέφεραν (μετά τις 12:00 μ.μ. να έχει spot το βράδυ δεν μας ενδιαφέρει) και αναγκαστήκαμε να πάμε στον alpha , αν και πιστεύω ότι το κοινό των φεστιβάλ δεν είναι το κοινό των μη κρατικών καναλιών και από θέμα prestige προτιμώ πάλι τα κρατικά κανάλια.

Δεν είναι σημαντικό όμως να μπει στο mega channel στο Διαβάζω;
Το διαβάζω κλπ. δεν είναι χορηγικά είναι παραγωγές δικές τους, που παίρνουν δικαιώματα μαγνητοσκόπησης. Εμείς τέτοια δικαιώματα δεν έχουμε γιατί θα πρέπει να πληρώσουμε άλλη μια φορά τη συναυλία για να έχουμε δικαίωμα μαγνητοσκόπησης στον παραγωγό και δεν το κάνουμε.

Οι επαφές αυτές είναι προσωπικές;
Κυρίως, και του Δημάρχου και δικές μου αλλά και όσων από εμάς ασχολούνται επί χρόνια στο Δήμο με τα πολιτιστικά, όπου έχουμε εμπειρία χρόνων.

Δεν είναι εταιρεία;
Όχι είναι ΝΠΔΔ (νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου)

Πως βλέπετε το μέλλον της διοργάνωσης του φεστιβάλ Βύρωνα και γενικότερα του φεστιβάλ;
Κοινό υπάρχει πάντα στην Αθήνα, έχουν λόγο να γίνονται αυτές οι εκδηλώσεις, μια οικογένεια για να δει μια παράσταση στην Επίδαυρο απαιτούνται γύρω στα 500 € το Σαββατοκύριακο. Δεν είναι εύκολο. Έτσι φέρνεις σε επαφή κάποιο κόσμο και του δίνεις τη δυνατότητα να δει καλές παραστάσεις, που θέλει να φέρει και το παιδί του ή να 'ρθει και ο ίδιος με πολύ πιο φτηνό εισιτήριο από την Επίδαυρο. Στην Επίδαυρο τα εισιτήρια είναι διπλάσια απ' ότι είναι εδώ, εδώ μπορεί κανείς να φέρει σε επαφή με την τέχνη το παιδί του με πολύ πιο λίγα χρήματα. Έχει λόγο ύπαρξης. Δεν ξέρω αν έχει ανάπτυξη.

Γηράσκει δηλαδή το φεστιβάλ;
Επαναλαμβάνεται. Όλα τα δημοτικά φεστιβάλ επαναλαμβάνονται.

Επειδή δεν κάνετε παραγωγές οι ίδιοι. Αυτό είναι σημαντικό;
Ακριβώς, αν δεν έχεις τα χρήματα να κάνεις 2-3 παραγωγές...

Εξ' ου και είναι οι χορηγοί που με κάποιον τρόπο βοηθούν;
Οι χορηγοί καλύπτουν λειτουργικά έξοδα.

Τα υπόλοιπα , τα δημιουργικά που είναι πολλά τα πληρώνετε εσείς;

Από το χορηγό που σου δίνει 100.000 €, μακάρι να είχες τη δυνατότητα να πάρεις τα χρήματα αυτά και να κάνεις μια παραγωγή δική σου. Αλλά δεν γίνεται ακριβώς έτσι...

Ο χορηγός τα δίνει όλα (τα χρήματα) σε τι;
Θα βγει το διαφημιστικό, το έντυπο το καλό, η αφίσα, θα πληρώσει τον extra κόσμο που δουλεύει το καλοκαίρι επάνω (ενν. στο θέατρο) .
Δυστυχώς (τα χρήματα από τις χορηγίες) δεν πέφτουν σε παραγωγές.

Πως είναι οι σχέσεις προσωπικές με τους manager, με τους καλλιτέχνες;
Και με τους μεν και με τους δε. Στον καλλιτέχνη δεν μπορείς πάντα να πας απευθείας, υπάρχει ο manager.

Σχετικά με τις χορηγίες και τη φορολογία στις χορηγικές εταιρίες;
Έπαψαν να είναι ένα διάστημα επί ΠΑΣΟΚ μέχρι τώρα που πέρασε ο Βουλγαράκης το τελευταίο νομοσχέδιο να είναι μη φορολογητέες οι χορηγίες και γι' αυτό δεν γινόντουσαν οι χορηγίες από τη μια μεριά και από την άλλη τις είχαν πάρει συγκεκριμένα άτομα όλες και άντε μετά εσύ να βρεις χορηγό.

Παιδικό φεστιβάλ;
Γίνετε κάθε χρόνο με γυμνάσιο πιο πολύ και λιγότερο με λύκεια , γιατί είναι εντατικοποιημένες οι σπουδές. Στο τέλος του χρόνου σε διάστημα 15 ημερών παρουσιάζουν τη δουλειά τους. Είτε θεατρικά είτε χορευτικά και κάθε χρόνο έχουν μια θεματική φέτος οικολογία «SOSτε τον Πλανήτη» σύνθημά μας και έχουμε κάνει ένα mini διαγωνισμό ζωγραφικής, φωτογραφίες και video έχουμε απευθυνθεί σε όλα τα παιδιά θα μαζέψουμε τις συμμετοχές τους, θα κάνουμε μία έκθεση θα παίξουμε θεατρικά σ' αυτό το 15νθήμερο θα έχουμε μια τελετή έναρξης και λήξης στο φεστιβάλ με συγκεκριμένο πρόγραμμα της λειτουργίας και είναι μια δουλειά που πάει πολύ καλά και ενδιαφέρει όλα τα παιδιά. Στα πλαίσια της λειτουργίας του πνευματικού κέντρου και του φεστιβάλ. Δεν έχει να κάνει με το Φεστιβάλ, το Φεστιβάλ είναι μια εκδήλωση μόνο για το καλοκαίρι.

Πως οργανώνεται ένα φεστιβάλ ποια είναι τα πρακτικά βήματα;
Φτιάχνουμε το πρόγραμμα, τη σειρά των εκδηλώσεων, ετοιμάζουμε τα έντυπα του προγράμματος. Οι συμμετοχές γίνονται ή από προτάσεις που έρχονται ή από δικές μας σκέψεις, κάνουμε την επαφή και μετά βλέπουμε τι όντως υπάρχει και ακολουθώντας την έχουμε το πρόγραμμα.

Οι μέρες και το πώς, πότε μπορεί ο καθένας από τους συμμετέχοντες έχει να κάνει;

Ε βέβαια έχει.

Καλύτερα θέλουν Σάββατο ας πούμε;

Καλοκαίρι δεν θέλουμε κανένα (ενν. Σάββατο), γιατί φεύγουν όλοι για μπάνιο. Καλοκαίρι θέλουμε καθημερινές που η Αθήνα έχει κόσμο, καλές μέρες είναι από Δευτέρα έως Πέμπτη, εκτός από το Σεπτέμβρη, από τις 10 Σεπτεμβρίου και μετά , που ο κόσμος έχει αρχίσει και γυρίζει. Οπότε διακινδυνεύεις Σάββατο και Κυριακή αν είναι δυνατό το σχήμα, αλλιώς δεν το διακινδυνεύεις προτιμάς την καθημερινή. Αφού στήσεις το πρόγραμμα πας στη συμβολαιοποίηση προγράμματος μία μία εκδήλωση.

Οι άλλοι δήμοι κάνουν συμβόλαια;

Δεν ξέρω. Νομίζω ότι δεν κάνουν. Ακολούθως , το στήσιμο του θεάτρου απαιτεί υποδομή, να στήσουν τα φώτα, που δεν υπάρχουν το χειμώνα , να πάνε τα συνεργεία καθαριότητας, να καθαρίσουν το χώρο, τις τουαλέτες, να φτιάξουν τον περιβάλλοντα χώρο, μετά ξεκινάς τη φύλαξη, γιατί έχεις μέσα εξοπλισμό, καθαριότητα μόνιμη, καμαρίνια, τουαλέτες, περιβάλλον χώρος, parking την ώρα των εκδηλώσεων 10 παρκadόρους, έλεγχο εισόδων, εισιτήρια, ταξιθεσία, μεσ' στο χώρο, μια κοπελίτσα που 'χω στα καμαρίνια, μια για τα τηλέφωνα

Πριν για να μπορέσει αυτό να γίνει γνωστό;

Α ναι, έχουμε γραφείο τύπου που συνεργαζόμαστε, εξωτερικό συνεργάτη όχι από εδώ, που στέλνει δελτία τύπου, που έχει επαφές με τα κανάλια, και τις εφημερίδες. Κάθε μέρα έχω ενημέρωση από τις κοπέλες που δουλεύουν από το γραφείο τύπου.

Δηλαδή με ιδιωτικό φορέα;

Ναι

Ο δήμος δηλαδή συνεργάζεται με ιδιωτικό φορέα;

Ναι, δημόσιες σχέσεις κάνει το γραφείο τύπου.

Το ίδιο;

Ναι γιατί θέλω ανθρώπους που να τους ξέρω και να τους ελέγχω ανά πάσα στιγμή ή να είναι τόσο καλή η συνεργασία, που να πω παιδιά πρέπει να γίνει αυτό ή να βοηθηθεί το τάδε.

Ο δήμος δηλαδή επί της ουσίας έχει manager, όπως για παράδειγμα και οι καλλιτέχνες;

Επί της ουσίας ναι, και από τον καλλιτεχνικό του διευθυντή, που ο διευθυντής δεν κάνει όλα αυτά, εγώ λόγω σχέσης εργασίας δυστυχώς πρέπει να τα κάνω. Βοηθητικά με κάποιους ανθρώπους μπορώ να τα κάνω όλα αυτά, αλλά το γραφείο τύπου δεν θα μπορούσα να το κάνω.

Αυτοί είναι αποκλειστικά για την προώθηση του φεστιβάλ;
Ναι αποκλειστικά για το φεστιβάλ.

Οι συμφωνίες και το πώς θα είναι το profile γίνονται εδώ μέσα (ενν. στο Πνευματικό κέντρο);

Ναι, έχεις βέβαια πάντα από πάνω και το δήμαρχο, που πάντα ζητάει να δει τι γίνεται. Έχει γνώση του τι γίνεται και πάντα θέλει να ξέρει. Έτσι είμαι και εγώ κατοχυρωμένη μην πουν, τι κάνει αυτή και τι βάζει στην τσέπη της. Στις συμφωνίες να είμαστε ξεκάθαροι, να' ναι κι άλλοι 10 μπροστά. Λέμε ότι ο τάδε για να προχωρήσει θέλει τόσα , τι λέτε; Τι κάνουμε;

Σας ευχαριστώ πολύ

**ΟΔΥΣΣΕΑΣ ΙΩΑΝΝΟΥ : ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΤΟΥ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΥ
ΣΤΑΘΜΟΥ «ΜΕΛΩΔΙΑ 99.2» (ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΕΘΝΑΡΧΟΥ ΜΑΚΑΡΙΟΥ
ΚΑΙ ΦΑΛΗΡΕΩΣ ΝΕΟ ΦΑΛΗΡΟ ΑΤΤΙΚΗΣ)**

Από πότε ξεκίνησε η συνεργασία στο Δήμο Βύρωνα;
Τη χρονιά δεν τη θυμάμαι, νομίζω ότι συνεργαζόμαστε 13 χρόνια. Ο
Μελωδία ξεκίνησε το 1991, λογικά από το 1993.

Πως ξεκινήσατε τότε ποια ήταν η μορφής συνεργασίας ήταν ;
Με το φεστιβάλ Βύρωνα χορηγός ήταν ο 902 αριστερά στα FM (Ρ/Σ). Ο
Μελωδία φτιάχτηκε από παραγωγούς του 902 και του ΣΚΑΪ, οπότε η
σχέση μας με το φεστιβάλ ήταν πολύ πολύ παλαιότερη. Με το φεστιβάλ
εγώ και πολλοί παραγωγοί συνεργαζόμαστε ως παραγωγοί από τον 902
από το 1989. Όταν δημιουργήθηκε ο Μελωδία συνεχίστηκε αυτή η
συνεργασία μεταξύ μας και με τους τότε δημάρχους και με τον υπεύθυνο
του φεστιβάλ του δήμου κ. Μουμουλίδη , που ήταν σκηνοθέτης, που ήταν
υπεύθυνος για χρόνια ως καλλιτεχνικός διευθυντής του φεστιβάλ η
Τασία Σαρρίδου βεβαίως ως βοηθός του. Το θεωρούσαμε αυτονόητο να
το κάνουμε αυτό γιατί είναι ένα φεστιβάλ, που θεωρούμε από τα πιο
δημιουργικά και πιο αξιόλογα στο Λεκανοπέδιο (της Αττικής) , νομίζω ότι
είναι το πιο αξιόλογο αν εξαιρέσουμε λόγω των χρημάτων , που δίνονται
στο φεστιβάλ Αθηνών και επειδή είναι διεθνές. Νομίζω ως δημοτικό
φεστιβάλ το φεστιβάλ του Βύρωνα όλα αυτά τα χρόνια έχει αποδείξει ότι
μάλλον είναι το σημαντικότερο φεστιβάλ στο Λεκανοπέδιο.

Γιατί το λες αυτό;

Γιατί έχει χαρακτήρα. Γιατί έχει συνέπεια. Κι αυτό είναι που βοηθάμε κι
εμείς. Στο φεστιβάλ εμείς ως ραδιόφωνο δεν θεωρούμε ότι κάνουμε
απλώς μια απλή χορηγία επικοινωνίας αλλά το θεωρούμε προέκταση
του προγράμματός μας . Δηλαδή υποστηρίζει αυτό που υποστηρίζουμε κι
εμείς έχουμε έναν κοινό πολιτισμό, στον οποίο ο ένας στηρίζει τις
επιλογές του άλλου. Δεν μας ενδιαφέρει απλώς να βάλουμε το σήμα μας
κάπου και να δοθούν κάποιες προσκλήσεις , είναι μέρος του
προγράμματός μας και πολλές φορές συζητάμε πριν από το κάθε
φεστιβάλ και βάζουμε και εμείς ιδέες για το ποιες παραγωγές θα
γίνουνε , ποιους θα φέρουμε, αν θα υπάρχουν παραγωγές καινούριες, επί
τούτου που θα γίνουνε μια φορά για το φεστιβάλ. Το θεωρούμε ένα
κομμάτι του Μελωδία. Δεν είναι μια απλή επικοινωνία χορηγίας όπως
κάνουμε με κάποιες άλλες συναυλίες ή με κάποια άλλα φεστιβάλ. Είναι
ένα φεστιβάλ που τόσα χρόνια έχει αποδείξει μια συνέπεια στον βασικό

πολιτιστικό του άξονα. Αυτό είναι πάρα πολύ σημαντικό για εμάς, σε εποχές, που η αλήθεια είναι ότι οι σειρήνες, είναι πάρα πολλές και πάρα πολλοί δήμοι και για λόγους οικονομικούς κάποιες φορές αναγκάστηκαν να βάλουν νερό στο κρασί τους και να περνούν κάποια πιο το «εμπορικά» σχήματα.

Και το φεστιβάλ Βύρωνα το έκανε αυτό νομίζω.

Με ποια σχήματα;

Με το Χατζηγιάννη κλπ.

Ναι ναι σαφώς νομίζω ότι είναι το όριο, όσον αφορά το πόσο ανοιχτό είναι το φεστιβάλ. Μη βγαίνοντας από το όριο.

Και για να τους ξελασπώσει λιγάκι; Βέβαια σχετικό είναι αυτό;

Αυτό ήθελα να πω. Γί' αυτό σου είπα ότι είναι σχετικό, δεν τους ξελασπώνουν. Δηλαδή τα εισιτήρια που κάνει κάθε χρόνο στο φεστιβάλ ο Μάλαμας και Ο Θανάσης Παπακωνσταντίνου δεν τα έκοβε κανένας άλλος από οποιαδήποτε πίστα αν τον φέρνανε. Δηλαδή το καλοκαίρι έχει άλλους νόμους κι άλλους κανόνες το καλοκαίρι άλλοι είναι οι εμπορικοί. Όταν σε κάθε συναυλία ο Μάλαμας έχει 8000 κόσμο, 8000 κόσμο δεν θα έφερνε κανένας από τους λαϊκούς της πίστας ή από τους ποπάδες, αν εξαιρέσεις το Χατζηγιάννη, που είναι μια ειδική περίπτωση μόνος του. Άρα λοιπόν αυτά που κάνει δεν είναι αντιεμπορικά είναι πολύ εμπορικά για το κοινό, που απευθύνονται και νομίζω ότι είναι ένα που η πληρότητά του αγγίζει δεν ξέρω πόσο ποσοστό αλλά ποσοστό πολύ σημαντικότερο από την πληρότητα άλλων φεστιβάλ.

Γιατί ειδικά το φεστιβάλ Βύρωνα θεωρείς ότι είναι αυτό που είναι πιστό στις αρχές του κλπ και όχι της Πετρούπολης και άλλων;

Του Βύρωνα έχω την εντύπωση ότι επειδή δουλεύουν τόσα χρόνια οι ίδιοι άνθρωποι, δηλ. μπορεί να αλλάξει ο δήμαρχος εγώ από τότε που ξεκίνησα να συνεργάζομαι μαζί τους έχουν αλλάξει 3 δήμαρχοι, παρ' όλο που έχουν αλλάξει 3 δήμαρχοι, λοιπόν υπάρχει ένας βασικός άξονας, όπως είναι η Τασία Σαρρίδου και κάποιοι άλλοι άνθρωποι κι εμείς από το Μελωδία, είμαστε ακριβώς οι ίδιοι τόσα χρόνια, οπότε αυτό βοηθάει σ' ένα φεστιβάλ να έχει ένα χαρακτήρα. Τα υπόλοιπα φεστιβάλ είναι πολύ λογικό όταν γίνονται οι αλλαγές της δημοτικής αρχής κι αλλάζει κι ο κόσμος στον πολιτισμό αλλάζουν τα τμήματα του υπεύθυνου πολιτισμού κλπ και με όλα αυτά είναι λογικό κάπου να χάνεται το νήμα. Χάνεται η επαφή.

Στην ουσία δηλ. οι επαφές είναι προσωπικές;

Νομίζω τα πράγματα τα κάνουν οι παρτές, ναι

Δηλαδή αν φύγει η Τασία (Σαρρίδου) εκεί για να ξαναστήσεις ένα νήμα επικοινωνίας;

Είναι λίγο δύσκολο παρά το γεγονός ότι έχουμε πολύ καλή σχέση με το Δήμαρχο Νίκο Χαρδαλιά και συνεργασία . Θα φαινόταν λίγο παράδοξο πριν συμβεί αυτό, να έχουμε ακριβώς την ίδια συνεργασία και ακριβώς τις ίδιες απόψεις με 2 δημάρχους , που προηγήθηκαν που ήταν ΚΚΕ με ένα δήμαρχο της Νέας Δημοκρατίας, αυτό όμως δεν επηρέασε καθόλου δηλ. ο Νίκος (Χαρδαλιάς) είναι ένας άνθρωπος , που είναι πάρα πολύ συζητήσιμος . Η συνεργασία μας είναι καλύτερη από κάθε άλλου δημάρχου και αυτό είναι εντυπωσιακό πραγματικά.

Και έχει ενημέρωση εμπεριστατωμένη του τι γίνεται;

Βεβαίως, είναι πιτσιρικάς, είναι μεσ' στα πράγματα, δεν είναι κομματικός με την έννοια δηλ. να κάνει αυτό γιατί θέλει μια άλλη θέση , πονάει το δήμο θέλει να κάνει πράγματα για το δήμο έχουμε μια συνεργασία πάρα πολύ καλή , που δεν την περιμένα τόσο καλή.

Η συνεργασία με το Μελωδία και το φεστιβάλ από την αρχή ξεκίνησε να είναι αμιγώς χορηγική;

Καταρχήν ο Μελωδία δεν βάζει χρήματα, βάζει μόνο τα spots και φυσικά τη στήριξη του προγράμματος μέσα από τον «αέρα» μας και στον σχεδιασμό του φεστιβάλ κάθε χρονιάς , στο ραντεβού είμαστε και εμείς με την Τασία κουβεντιάζουμε τις προτάσεις.

Άρα γίνεται συν-σχεδιασμός ;

Ε παίζουν και τη γνώμη μας

Δηλαδή προτείνετε νέα πρόσωπα;

Βεβαίως προτείνουμε και κάνουμε και παραγωγές δικές μας δηλ. πέρις που έτυχε το φεστιβάλ να γίνει Ιούνιο- Ιούλιο και εμάς τα γενέθλιά μας είναι πάντα Σεπτέμβρη ως σταθμός και δεν τα κάναμε στο Βύρωνα , τα κάναμε (γενέθλια) στο Λυκαβηττό , τις μεγάλες συναυλίες μας εμείς τις δικές μας παραγωγές, τις έχουμε κάνει όλες στο Βύρωνα . Η μία μάλιστα από τις δύο, που κάναμε είναι το ρεκόρ προσέλευσης στο Βύρωνα , η βραδιά που ήταν αφιερωμένη στο Μάνο Λοΐζο για τα 19 χρόνια από το θάνατό του και για τα 10 χρόνια του Μελωδία είχαμε μέσα γύρω στους 5000 κόσμο.

Ο χώρος παίζει για σας καθόλου ρόλο;

Για μένα παίζει, κατ' αρχήν, δεν είναι αντικειμενική η άποψή μου , γιατί εγώ αυτό τον χώρο τον έχω σαν το σπίτι μου , τον λατρεύω, παρόλο που αναγνωρίζω , ότι θα έπρεπε να έχει ένα πιο στέρεο και πιο μεγάλο

θέατρο, το έχουν λίγο παραμελήσει αν και έχουν κάνει αναστηλώσεις κι όλα αυτά. Σαφώς όταν το βλέπεις το θέατρο αυτό και μετά πηγαίνεις και βλέπεις το θέατρο της Πέτρας (στην Πετρούπολη) ή το Κατράκειο (στη Νίκαια) καμία σχέση πραγματικά, αλλά θεωρώ ότι είναι πολύ πιο επιβλητικός ο χώρος του Βύρωνα, απ' ότι είναι της Πέτρας, το Κατράκειο δεν το συζητώ, γιατί δεν είναι καλός ο χώρος είναι καλό το θέατρο. Σαν να έχουν μια ενέργεια τα νταμάρια αυτά εγώ που το έχω ζήσει αυτό το φεστιβάλ και συμμετέχω από το 1989, είναι πάρα πολλά χρόνια και επειδή μένω και δίπλα είναι η περιοχή μου δηλαδή. Αυτός ο χώρος έχει μια ενέργεια κι αυτή την ενέργεια την εισπράττουν πάρα πολλοί καλλιτέχνες θα ήταν καλύτερος βέβαια ένας μεγαλύτερος χώρος, αλλά αυτά είναι προβλήματα, που υπάρχουν επειδή οι δύο δήμοι (Υμηττού και Βύρωνα) χωρίζονται στη μέση του θεάτρου, τα σύνορα των δύο δήμων είναι στη μέση ακριβώς του θεάτρου. Και νομίζω ότι κάποια στιγμή θα έπρεπε αυτός ο χώρος να γίνει ένα πραγματικά στέρεο και σύγχρονο θέατρο.

Επί της ουσίας το θέατρο το διαχειρίζονται και οι δύο (δήμοι);

Ναι βέβαια ο Βύρωνας κάνει το φεστιβάλ Ιουνίου-Ιουλίου τη μια χρονιά και Αύγουστο-Σεπτέμβριο την άλλη αντίστοιχα (και ο Υμηττός) και μοιράζονται το ίδιο θέατρο, περίπου ο Βύρωνας ήταν Αύγουστο-Σεπτέμβριο.

Αλλά αυτό που λέμε στη σκιά των Βράχων είναι ;
Του Βύρωνα.

Εγώ τους έχω αγνοήσει.

Ναι, γιατί τόσα χρόνια δεν κάνουν τίποτα, δεν υπήρχε φεστιβάλ, ήταν σκόρπιες εκδηλώσεις δηλαδή έρχεται κάποιος, δώστε μας το θέατρο να κάνουμε μια εκδήλωση, μάλιστα πάρτο, πόσα θέλετε; μ' αυτή την έννοια δεν υπήρχε στα πλαίσια ενός συγκεκριμένου σκεπτικού ενός συγκεκριμένου φεστιβάλ, φέτος άρχισε να κάνει κάτι δεν ξέρω αν θα το συνεχίσει.

Πως βλέπεις τα φεστιβάλ των ΟΤΑ;

Κοίτα εγώ νομίζω, ότι είναι ένας από τους ελάχιστους πνεύμονες που μπορεί να αναπνεύσει το ελληνικό τραγούδι.

Αυστηρά το ελληνικό;

Ναι, περισσότερο αυτό μ' ενδιαφέρει και περισσότερο γιατί το ξένο τραγούδι έχει άλλους χώρους, άλλους κώδικες επικοινωνίας με την πιτσιρικαρία. Το ελληνικό τραγούδι έχει μια παράδοση στους ανοιχτούς χώρους δηλαδή από τη μεταπολίτευση, που γίναν οι πολύ μεγάλες,

«Ξεμπουκώματος» λέω εγώ, μετά από 7 χρόνια σιωπής συναυλίες στα πολύ μεγάλα γήπεδα του Καραϊσκάκη στη Νέα Σμύρνη κτλ. Οι ανοιχτοί χώροι λειτουργούν πραγματικά ως μια φωλιά για το κοινό μας αίσθημα. Έχω ένα πρόβλημα διότι θεωρώ ότι το εισιτήριο δεν είναι προσιτό θεωρώ, ότι θα έπρεπε να 'ναι πιο χαμηλό. Γιατί εμένα μ' ενοχλεί ελληνική συναυλία 25.00 €.

Ως προς την οργάνωση των φεστιβάλ και τι παρουσιάζουν αυτά; Δεν είναι καλά οργανωμένα όλα τα φεστιβάλ και πολλές φορές έχει κατακριθεί και ο Βύρωνας για λόγους καθαρά οργανωτικούς να έχουν όλα ένα σκεπτικό. Πολλές φορές παίρνεις 25 προτάσεις βλέπεις αν αυτές σε συμφέρουν οικονομικά ή όχι υπάρχουν οι πουλημένες συναυλίες και οι μη πουλημένες και αυτό παίζει σημαντικό ρόλο αν θα πάρεις μια συναυλία. Σου λέει εγώ θέλω τόσα, ότι και να βγάλεις, αν βγάλεις λιγότερα μπαίνεις μέσα αν βγάλεις περισσότερα δικά σου ή ο άλλος σου λέει σου δίνω από 20 έως 25% και τα άλλα δικά μου. Υπάρχουν 2 τρόποι δηλαδή να πουλήσεις μια συναυλία. Δεν θέλω να πω ότι τα πράγματα είναι τόσο πολύ ρομαντικά και τόσο πολύ υπέρ ενός καλλιτεχνικού αποτελέσματος, πολλές φορές κάνεις πράγματα για να τα κάνεις, γιατί αυτοί βγαίνουν στην πιάτσα, αυτούς θα πάρεις, πρέπει κάτι να κάνεις για τους δημότες σου, δεν είναι τόσο ρομαντικά, θα έπρεπε να είναι έτσι. Πολλές φορές όμως όταν αισθάνεσαι, ότι είναι έτσι λειτουργείς λίγο μ' ένα ρομαντισμό και λειτουργείς με άξονα πραγματικά το καλό του ελληνικού τραγουδιού, το να μπορέσεις να μαζέψεις σ' ένα χώρο ανθρώπους, που έχουν κοινό αίσθημα και κοινές μνήμες, τότε είναι το ιδανικό, δε συμβαίνει πάντα, ας μη γελιόμαστε, πολλές φορές κάνεις πράγματα γιατί πρέπει να τα κάνεις, ένας δήμος πρέπει να κάνει εκδηλώσεις για τους δημότες του. Θα φέρει λοιπόν και τον Νταλάρα ανεξάρτητα αν τον έχει φέρει και πέρις και ανεξάρτητα αν δεν έχει κάποιο καινούριο πρόγραμμα, θα τον πληρώσει πάρα πολύ ακριβά, θα φέρει όμως κι ένα πολύ μικρό συγκροτημάκι καινούριο σ' ένα μικρότερο χώρο με πολύ φθηνότερο εισιτήριο πιο προσιτό για τη νεολαία. Το ιδανικό θα ήταν να δουλεύαμε μ' ένα τρόπο, που να μη είχαμε καμία ανάγκη ούτε τον ισολογισμό, οι δήμοι δηλ. γιατί εμείς δεν τον έχουμε έτσι κι αλλιώς, δεν συμβαίνει πάντα αυτό. Απλώς τα τόσα χρόνια που δουλεύω στο Βύρωνα υπάρχουν κάποιες στιγμές που συνέβη κι ήταν μαγικό.

Όταν στήνετε ένα πρόγραμμα από τη στιγμή που είστε χορηγοί, εσείς καταστρώνετε τη στρατηγική επικοινωνίας και προώθησης; (Δηλαδή πόσα spot θα παίξεις και για ποιόν;)

Υπάρχει συνεργασία με το δήμο. Τη στρατηγική μας τη χαράσσουμε μόνοι μας, τα spots είναι ίδια, δεν βάζουμε κάτι παραπάνω για κάποιον και

λιγότερο για κάποιον άλλο. Είμαστε σε συνεργασία όμως με την Τασία αν πριν τη συναυλία 2 μέρες κάτι δεν πάει από προπώληση βοηθάμε περισσότερο , το πουλάμε περισσότερο ή επίσης όταν υπάρχει ένα θέατρο και είναι sold out από προπώληση 5 μέρες πριν το θέατρο κάποιες φορές πρέπει να σταματήσουμε το spot για να βοηθήσουμε το αμέσως επόμενο για να πάει κι αυτό καλά. Συνεργασία υπάρχει.

Ο σταθμός είναι χορηγός επικοινωνίας στο φεστιβάλ Βύρωνα για να έχει ποιο αντιστάθμισμα;

Το αντιστάθμισμα είναι ότι εμείς θεωρούμε ότι το ραδιόφωνο, δεν πρέπει να κλείνεται μέσα στους τέσσερις τοίχους , ενός στούντιο, αλλά ένα ραδιόφωνο, το οποίο είναι μάχιμο γύρω από το ελληνικό τραγούδι οφείλει να βγαίνει έξω από το στούντιο, οφείλει να δημιουργεί εξωραδιοφωνικές δραστηριότητες . Ο Μελωδία είναι ένας σταθμός ο οποίος είναι πάρα πολύ ενεργός όλα αυτά τα χρόνια σε εξωραδιοφωνικές δραστηριότητες , το θεωρούμε υποχρέωσή μας . Ένα ραδιόφωνο δεν πρέπει να κλείνεται μέσα σ' ένα στούντιο , πρέπει να δημιουργεί γεγονότα , να παίρνει τον κόσμο κοντά να δημιουργεί φωλιές, εστίες ενός συγκεκριμένου πολιτιστικού στίγματος, κι αυτό είναι το αντιστάθμισμά μας . Εντάξει βεβαίως τα πανό μας, τα σήματά μας στις αφίσες κι όλα αυτά , το οποίο δεν είναι το σημαντικό.

Το κοινό του φεστιβάλ του Βύρωνα είναι το κοινό του Μελωδία ;

Ακριβώς και κάνει καλό σε όλους μας αυτό, το τραγούδι να πηγαίνει καλά και κάνει καλό σε όλους μας αυτές οι συναυλίες να πηγαίνουν καλά και να έχουμε κόσμο.

Στην ουσία δηλαδή ενισχύετε κάποιους φορείς , οι οποίοι το κοινό σας επικοινωνεί εκεί;

Ακριβώς

Για να μπορέσετε κι εσείς να συνεχίσετε; Δηλαδή είναι συγκοινωνούνται δοχεία.;

Ακριβώς

Κρατάει ο σταθμός κάποιο ποσοστό εισιτηρίων για να διοχετεύσει σε κάποια σημαίνοντα πρόσωπα , σε opinion leaders;

Όχι, όχι, δεν το έχουμε κάνει μέχρι τώρα ποτέ. Σε κάποια συναυλία έχουμε ορισμένες δωρεάν προσκλήσεις για τους παραγωγούς μας και σε κάποιες ίσως και για τους ακροατές. Δηλαδή για Μάνο Λοϊζο , που είχαν έρθει πολιτικά πρόσωπα . Νομίζω ήρθαν μόνοι τους , δεν τους καλέσαμε , αλλά αν κάποιος μας ζητήσει και πάρει τηλέφωνο τότε θα του δώσουμε (πρόσκληση).

Έχεις καθόλου γνώση του καθεστώτος της χορηγίας; Για απαλλαγή στο 30% των εσόδων κλπ.;

Δεν υπάρχει κάτι τέτοιο σ' εμάς, δεν κάνουμε εκταμίευση χρημάτων. Δεν έχουμε κανένα δηλαδή οικονομικό όφελος ούτε έμμεσο ούτε τίποτα. Αντιθέτως επιβαρύνουμε το πρόγραμμά μας με διαφήμιση τζάμπα, τη στιγμή που θα μπορούσε αυτός που την έχει πληρωμένη.

Εκτός από τις συναυλίες που κάνει ο Μελωδία πχ στο Λυκαβηττό δίνετε χρήματα στο Δήμο ή κάπου αλλού για να στήσει μια παραγωγή δική του;

Ναι δεν είναι εύκολο. Για τη συναυλία πχ που κάναμε εμείς ως σταθμός στο Λυκαβηττό που έγινε και 3 βράδια στη Θεσ/νικη, επειδή δεν μπορώ να ασχοληθώ εγώ με ένα σωρό θέματα πρακτικά που απαιτούνται, αναγκαστικά προσλάβαμε ένα υπεύθυνο παραγωγής, που θα έκλεινε τα μηχανήματα, που θα πλήρωνε τους μουσικούς, που θα έκλεινε τις πρόβες, θα έκλεινε την εξέδρα, όλα αυτά τα έκανε το γραφείο παραγωγής της Χαρούλας (Αλεξίου). Απλώς εμείς σ' αυτές τις συναυλίες βάζουμε χρήματα τίποτα άλλο, δηλαδή στην πρώτη συναυλία του Λοϊζου, που βγάλαμε χρήματα, τα οποία τα δώσαμε όλα «στη φλόγα» (στο σύλλογο γονέων παιδιών με νεοπλασματική ασθένεια) και στις συναυλίες τις περυσινές πληρώθηκαν οι καλλιτέχνες δηλαδή ότι βγήκε δια του 3.

Δηλαδή στην ουσία ό,τι διοργανώνει ο Μελωδία δεν έχει σκοπό να έχει κάποια χρηματική απολαβή;

Όχι, όχι

Το κάνει για το κοινωνικό ή πολιτισμικό του profile;

Ακριβώς μέχρι τώρα από τις συναυλίες δεν έχουμε όφελος χρηματικό ακόμα και στις δικές μας τις γενέθλιες συναυλίες μας αλλά και από το δίσκο, που βγήκε τώρα από τις συναυλίες στο Λυκαβηττό, δεν έχουμε κανένα έσοδο μηδέν.

Δεν έχει διευκρινισθεί αυτό...

Δεν έχουμε λόγο να το πούμε. Τι να πεις, ότι είσαι καθαρός; Εγώ πάντως αν ήταν στο χέρι μου να έβαζα το εισιτήριο 10 € θα το έκανα αλλά δεν ήταν στο χέρι μου, για άλλους λόγους. Κάποιοι καλλιτέχνες δεν θεωρούν ότι δεν κάνει καλό να κάνουν συναυλίες για 10€ γιατί μετά θα έχουν πρόβλημα να πάνε να πουλήσουν μόνοι τους τον εαυτό τους για 20€. Μπορεί να σου πουν «θα 'ρθω τζάμπα, αλλά με 20 € το εισιτήριο και εγώ

δεν θα πάρω μία», προκειμένου να είναι 10€ το εισιτήριο και να πάρω τα μισά.

Πιστεύεις ότι τα φεστιβάλ γενικότερα των ΟΤΑ , στήνουν παραγωγές δικές τους;

Όχι νομίζω έχουν πέσει στην ευκολία όλα, να έχουν κάθε Γενάρη ένα πλάνο με 45 προτάσεις και να επιλέγουν πόσες προτάσεις χωράνε σε ένα φεστιβάλ. Δεν υπάρχουνε τμήματα και ομάδες ανθρώπων , που να σκεφτούν παραγωγές άπαξ, για μία φορά , είναι ελάχιστα και συνήθως το μόνο , που βλέπουμε είναι κάποιες «αρπαχτές» καλλιτεχνών όπου είναι σ' ένα μαγαζί το χειμώνα , έχουν ένα πρόγραμμα 3 ½ ωρών , κόβουνε τη 1 ½ ώρα κρατάνε τις 2 ώρες και κάνουν συναυλία το καλοκαίρι, με το ίδιο πρόγραμμα , που είχαν στο μαγαζί μείον 1 ½ ώρα.

Επίσης όλες αυτές οι εκδηλώσεις περιοδεύουν δηλαδή όλα τα φεστιβάλ έχουν το ίδιο πρόγραμμα τελικά;

Ακριβώς, καλά αυτό είναι και θέμα οικονομικό , δηλαδή να στήσεις μία παραγωγή και να πληρώσεις μουσικούς, πρόβες για να κάνουν μόνο μια βραδιά μια παράσταση, τα λεφτά είναι πολλά, όταν δηλαδή πχ ο Νταλάρας παίρνει την ορχήστρα του με 10 άτομα και τους λέει φέτος θα κάνουμε 40 συναυλίες είναι λογικό ακόμα και οι 15 πρόβες , που θα κάνει πριν, να είναι τζάμπα, να μην πληρωθούν οι μουσικοί . Όταν όμως είναι για μία μόνο συναυλία , μια φορά , τότε το κόστος της παραγωγής ανεβαίνει πάρα πολύ κι αν πληρωθούν και οι καλλιτέχνες .

Παρατηρείται το φαινόμενο και στην επαρχία, που ίσως δικαιολογείται αλλά και στην Αθήνα να έχουν όλα τα φεστιβάλ, το ίδιο ρεπερτόριο, σα να κοπιάρει το ένα το άλλο;

Συμφωνώ από την άλλη όμως το ελληνικό τραγούδι είναι μια πολύ μαζική τέχνη. Μη φτάσουμε δηλαδή στο άλλο άκρο δηλαδή τα φεστιβάλ να κάνουμε παραγωγές μόνο «δύσκολων» πραγμάτων, τα οποία να αφορούν 1000-1500 άτομα, μόνο για να είναι δικιά τους. Το ελληνικό τραγούδι είναι μαζική τέχνη , η πιο μαζική τέχνη στην Ελλάδα, πιο μαζική και από το σινεμά τα τελευταία χρόνια και οφείλει να παραμείνει μαζική, οφείλει δηλ. να είναι κάτι και ειδικά το καλοκαίρι , που να μην είναι δήθεν , ούτε δύσκολο, άλλο είναι το δύσκολο βέβαια κι άλλο να παρουσιάσεις κάτι που να φανεί, ότι έχει μια δουλειά από πίσω , μια ιδιαιτερότητα και ότι ξέρεις αν ήρθες να το δεις στο Βύρωνα, θα το δεις μόνο εκεί, δεν είναι μια αρπαχτή απ' το κουτσουρεμένο χειμερινό πρόγραμμα . Σ' αυτό έχεις απόλυτο δίκιο, όχι όμως να πέσουμε στην άλλη άκρη για να κάνουμε το τραγούδι , ειδικά το καλοκαίρι στους συναυλιακούς χώρους , δύσκολο. Πρέπει να παραμείνει λαϊκή και πολύ

μαζική τέχνη και θα ήταν και ευχής έργο να ήταν και φθηνή έτσι; Δηλαδή δε λέω να γίνει σαν το σινεμά και να έχει 8 € αλλά νομίζω ότι μπορεί να έχει και 15 € το εισιτήριο.

Πως βρίσκεις την ποιότητα των δικών μας (ελληνικών) παραγωγών σε σχέση και με τις ξένες, που μας επισκέπτονται;

Πολλές τις βλέπω αρπαχτές, παρόλο, που εγώ δεν είμαι άνθρωπος, που θα έδινα χρήματα παραπάνω για τα φώτα ή να βγαίνουν καπνοί σε μια καλοκαιρινή συναυλία υπάρχουν κάποιοι που έχουνε τεράστιες σκηνές, πολύ ακριβό φωτισμό, δεν είμαι άνθρωπος, που θα γοητευθώ από κάτι τέτοιο, ειδικά στην καλοκαιρινή συναυλία. Το καλοκαίρι λειτουργεί διαφορετικά, όπως είναι το θερινό σινεμά είναι και η καλοκαιρινή συναυλία. Λειτουργεί για να συντηρήσει ένα κοινό αίσθημα, το αίσθημά μας. Δεν είναι για να πας να δεις κάτι, που να είναι η πανάκριβη παραγωγή. Παρ' όλα αυτά έχουν μπει όλα τα φεστιβάλ σε μία ευκολία γιατί δεν έχουν μια ομάδα ανθρώπων, ομάδα παραγωγής, που να κατεβάζει ιδέες και να στήνει παραγωγές ειδικά για το φεστιβάλ. Επίσης δεν το κάνουν εύκολα οι άλλοι δηλαδή όταν έχουν πέσει τόσο πολύ οι πωλήσεις των δίσκων, το 90% των εσόδων των Καλλιτεχνών είναι τα live, όχι οι πωλήσεις των δίσκων, οι δίσκοι δεν πουλάνε καθόλου, άρα λοιπόν, ότι έσοδα βγάζουν το χρόνο το 90% είναι από τα μαγαζιά και από τις συναυλίες. Δυστυχώς στις συναυλίες φέρονται σαν να είναι μαγαζιά δηλαδή να πας σ' ένα μαγαζί να ανοίγεις το μπουκάλι σου κλπ και να πληρώσεις 40 € και να μου ζητάς 20€ και 25 € καλοκαιρινή ανεξάρτητα αν ξέρω ότι έχει κάποια έξοδα, γιατί είναι άπαξ στήσιμο-ξεστήσιμο –μεταφορικά-νταλίκες –διαμονή κι όλα αυτά, παρ' όλα αυτά θεωρώ ότι από ένα σημείο και μετά οποιοσδήποτε Έλληνας καλλιτέχνης με μια απλή ορχήστρα παρουσιάζει ένα πρόγραμμα και πουλάει 25 € αγγίζει τα όρια της αισχροκέρδειας. Ανεξάρτητα αν είναι πολύ σημαντικό όνομα. Το πολύ σημαντικό όνομα την αξία του δεν του τη δίνουν τα 25 € αλλά άλλο πράγμα.

Γενικά ο Μελωδία έχει παράδοση στη χορηγία;

Έχει μια παράδοση στις εξωραδιοφωνικές δραστηριότητες δηλαδή κάνουμε πάρα πολλά πράγματα εκτός ραδιοφώνου είτε λέγεται χορηγία, μουσική, θέατρο, μουσική. Υποχρέωσή μας είναι να παίξουμε με όλα αυτά δεν το κάνουμε μόνο και μόνο για να διαφημιστούμε στην πόλη, μα το κάνουμε, διότι το θεωρούμε μέρος του προγράμματός μας, είναι ένα extension του προγράμματός μας. Ένα ραδιόφωνο που είναι ζωντανό σημερινό να βγαίνει στην πόλη, να στήνει χώρους, να στήνει γεγονότα στην πόλη, να στηρίζει, ότι θεωρεί καλό στην πόλη. Είναι μέσα στα

πλαίσια των υποχρεώσεων ενός ραδιοφώνου όχι απλά να παίζει τραγούδια.

Και οικονομικά;

Οικονομικά ποτέ δεν το έχουμε κάνει. Δεν εκταμιεύουμε χρήματα .

Πως το βλέπεις εσύ αυτό το θέμα της χορηγίας; Γιατί δηλαδή ο σταθμός βάζει μόνο spots, ενώ θα μπορούσε να συνεισφέρει και οικονομικά ;

Για ποιο λόγο να το κάνει αυτό, από τη στιγμή , που υποτίθεται, ότι όταν κάνεις κάτι , που υποτίθεται ότι είναι μαζικό και θα πάει καλά από τα εισιτήρια , θα πληρώσει τα έξοδά του , να πληρώσεις τι ακριβώς;

Δεν θέλετε να έχετε φοροαπαλλαγή;

Όχι μωρέ έτσι κι αλλιώς οι διαφημίσεις ενός σταθμού σαν το Μελωδία, όταν παίρνει τέτοια ποσά από επιχειρήσεις, όπως είναι αυτοκινητοβιομηχανίες, κινητή τηλεφωνία κ.α. τώρα τα λεφτά που θα πάρεις από μια συναυλία δεν είναι τίποτα μπροστά σ' αυτά , ποια φοροαπαλλαγή τώρα σιγά, δεν παίζει αυτό.

Επειδή υπάγεστε στον όμιλο (με καθημερινή, περιοδικό Κ κλπ);

Τα ποσά αυτά για να στήσεις μια συναυλία και να αφαιρέσεις τα έσοδα είναι τόσο μικρά, που δεν έχει νόημα. Δεν βοηθάνε πουθενά.

Ως προς την πολιτική του ραδιοφωνικού σταθμού;

Ναι

Μπορεί η εφημερίδα (Καθημερινή) ή τα άλλα έντυπα να έχουν άλλη πολιτική;

Μπορεί, αλλά ούτε και η Καθημερινή , με την οποία είμαστε ίδια επιχείρηση κι έχουμε σχέση , ούτε κι αυτή κάνουν εκταμίευση χρημάτων.

Ποιος αποφασίζει για τις χορηγίες ;

Εγώ, όσον αφορά το θέμα του ελληνικού τραγουδιού ή θέατρο ή σινεμά , ποιόν θα υποστηρίζουμε , είναι καθαρά δικιά μου δουλειά και των παιδιών , που δουλεύουν εδώ πέρα βέβαια, αλλά όχι πιο πάνω.

Είναι δηλαδή δική σου επιλογή;

Ναι γιατί έχει κάποιο νόημα δηλαδή ο ιδιοκτήτης του σταθμού δεν είναι υποχρεωμένος να ξέρει το ελληνικό τραγούδι. Επειδή έκανε σταθμό ελληνικού τραγουδιού δεν μπορεί να ξέρει ο Αλαφούζος ας πούμε αν ο δίσκος τάδε του Μάλαμα είναι προτιμότερο να τον πάρουμε αποκλειστικότερα από τον τάδε δίσκο του Αλκίνοου (Ιωαννίδη) για παραδειγμα λέω , δεν οφείλει να τα ξέρει αυτά.

Για να ληφθεί μια απόφαση για μια χορηγία, είναι μια δική σου ιδέα που...

Είναι μια δική μου ιδέα την κουβεντιάζω με την υπεύθυνη προγράμματος, που είναι η Σία Αλοκρίου και το κάνουμε. Το λέμε στα παιδιά, πως σας φαίνεται αυτή η ιδέα; Να το κάνουμε αυτό;

Η στρατηγική για το πώς, τι, σε ποια εκπομπή;

Αυτά τα κανονίζει η ροή προγράμματος δηλαδή η διευθύντρια προγράμματος με την υπεύθυνη ροής, όπου μοιράζουν τις προσκλήσεις κανονίζουν πχ. Εσύ θα κάνεις αναφορά σ' αυτή τη συναυλία, εσύ θα κάνεις αναφορά σ' αυτό το βιβλίο, να μοιραστούν κάπως οι αναφορές. Κάπως έτσι γίνεται.

Εσύ έχεις κατά νου το στόχο, το αποτέλεσμα που θέλεις; Το πώς θα γίνει μετά αυτό θα διαμοιραστεί στους υπολοίπους;

Ακριβώς.

Τι πιστεύεις ότι συνεισέφερε ο Μελωδία στο φεστιβάλ Βύρωνα μ' αυτή την προσφορά, όχι μόνο με τα srotaκια αλλά ως συμμετοχή στο εγχείρημα αυτό;

Ως συμμετοχή νομίζω, ότι έχουμε πλάσει ένα κοινό μαζί όλα αυτά τα χρόνια. δηλαδή το γεγονός, ότι κάποιος ακούει φεστιβάλ Βύρωνα και το μυαλό του πηγαίνει αυτονόητα στο Μελωδία, ακόμα πιο πολύ και από το να πηγαίνει στο ίδιο το φεστιβάλ. Έχουμε πλάσει ένα κοινό όλα αυτά τα χρόνια, δηλαδή έχουμε δημιουργήσει μία σχέση με κάποιους ανθρώπους, ότι εκεί παιδιά κάθε καλοκαίρι είναι το ραντεβού μας, εκεί κάθε καλοκαίρι είναι η φωλιά μας. Αυτό είναι πολύ σημαντικό, τόσα χρόνια, όταν έχεις και μια συνέπεια στις επιλογές, ανεξάρτητα με τις φοβερές αδυναμίες, που σου είπα και πριν, ότι δεν κάνουμε τις παραγωγές, που θα έπρεπε ή θα μπορούσαμε να κάνουμε, παρ' όλα αυτά ο ένας βοηθάει τον άλλο και πλάθει ένα κοινό και πλάθει μια συνείδηση ενός κόσμου για τον τρόπο, που θα διασκεδάσει το καλοκαίρι του για το που θα πάει, ποιους καλλιτέχνες θα στηρίξει. Είναι πολύ σημαντικό και γενικά επειδή το ελληνικό τραγούδι είναι μια πολύ ακριβή ιστορία στην Ελλάδα και οι καλοκαιρινές συναυλίες επίσης από μόνες τους μια πολύ ακριβή ιστορία, θεωρώ ότι οφείλουμε να το συντηρήσουμε, ανεξάρτητα αν αναγνωρίζουμε τα λάθη μας, τα οποία λάθη στην πορεία μακάρι να τα διορθώσουμε. Συντηρούμε κάτι, το οποίο έχει τα καλά του στοιχεία έχει τις μαγικές του στιγμές, έχει τις εύκολες στιγμές του, έχει τις «αρπαχτές» του, τα 'χει όλα, όπως και η Ελλάδα, γενικώς τα πάντα.

Σ' ευχαριστώ πολύ

ΑΘΗΝΑ , 21-12-2007

ΓΙΑΝΝΗΣ ΓΡΑΤΣΩΝΗΣ- Senior General Manager

(Γενικός Διευθυντής marketing)

Marketing Division στην εταιρεία SONY HELLAS S.A.

Βας. Σοφίας 1 Μαρούσι τκ15124 ΑΤΤΙΚΗ

Γιατί επιλέξατε το φεστιβάλ του Βύρωνα για να κάνετε χορηγία, μιλήστε μου γενικά για τη σχέση και την συνεργασία σας;

Καταρχάς έχει να κάνει σε ποιο κοινό θες να μιλήσεις, οπότε είναι αρκετά ευρύ το κοινό που απευθύνεται το συγκεκριμένο φεστιβάλ. Ναι μεν λες τοπικό αλλά δεν περιορίζεται μόνο στην περιοχή, γιατί η επικοινωνία είναι ευρύτερη, όμοροι δήμοι πάρα πολλοί, πολύς κόσμος, επιπλέον ο δήμος Βύρωνα τα τελευταία 2-3 από την Αττική οδό και μετά είναι αρκετά κομβικό σημείο και έχει καλή πρόσβαση, έχει αρχίσει από ότι καταλαβαίνω, να μαζεύει ξανά κόσμο, που είχε φύγει και τώρα επιστρέφει. Εσωτερικά σαν δήμος υποστηρίζει το φεστιβάλ του δεν το κάνει για τα μάτια του κόσμου, το τρέχουν πολύ, τους αρέσει αυτό που κάνουν, υποστηρίζει ο δήμος το θεσμό, γι' αυτό και έχουμε μακροχρόνια συνεργασία 3-4 χρόνια. Μετά συμφωνείς κάποιες παροχές, από την πλευρά του φεστιβάλ, μετά δεν τρέχεις να προλάβεις να δεις αν αυτές τηρήθηκαν ή όχι. Έχεις τη λίστα με τις παροχές και βλέπεις από την αρχή είναι δεδομένο, ότι οι παροχές δίνονται ως minimum, είναι δεδομένο ότι όσα συμφωνούμε τηρούνται, πολλές φορές παίρνουμε collateral και άλλα πράγματα, αλλά τόσο η επικοινωνία μέσα στο δήμο, όσο η επικοινωνία στα outdoor, που έχουμε συμφωνήσει, όσο και η ίδια η επικοινωνία του φεστιβάλ από το Δήμο, όλα αυτά γίνονται έτσι όπως πρέπει. Οι βοήθειες, που έχεις να στήσεις το χώρο για την προβολή των προϊόντων σου, ένα κομμάτι είναι πόσο πολύ διαφημιζεσαι μαζί με το φεστιβάλ, το άλλο είναι στον κόσμο που θα πάει εκεί, προβάλλεις εσύ αυτό που κατά καιρούς θες να προβάλεις, οπότε τόσο το θέμα να στήσουμε εμείς περίπτερο, που για μας είναι προϊόντικό το θέμα, δεν είναι όπως η Vodafone, που είναι υπηρεσία ή η Εμπορική, που είναι μεγάλοι χορηγοί αυτοί. Εμείς δεν είμαστε υπηρεσίες εμείς έχουμε προϊόντα κυρίως, οπότε πρέπει να έχουμε ένα χώρο, που να μπορούμε στήσουμε ένα περίπτερο να το πω έτσι να βάλουμε τα προϊόντα, τα προϊόντα να παίζουνε, να μπορεί να τα δει ο κόσμος όπως περνάει, να υπάρχει φύλαξη, γιατί είναι ακριβά προϊόντα, να υπάρχει πρόσβαση σε ρεύμα για να δουλεύουν, φύλαξη από τον καιρό, γιατί ναι μεν καλοκαίρι αλλά κατά τα 3 τελευταία χρόνια, τουλάχιστον μία φορά κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ ένα μπουρίνι το έχουμε. Οπότε σε βοηθούν όχι μόνο στο θέμα της προβολής

του φεστιβάλ και της προβολής των προϊόντων και του brand mane, αλλά σε βοηθάνε και στο καθημερινό, αυτό που πολλές φορές σε ταλαιπωρεί τόσο, που λες, ότι δεν το ξανακάνω γιατί με πρήξανε και δεν είχα καμία βοήθεια. Αυτά είναι τα βασικά. Μετά πας στο επόμενο, πόσος κόσμος πάει , πόσος κόσμος το βλέπει. Μόνο τα outdoor που παίρνουμε και χρησιμοποιούμε στην Κατεχάκη και στα πέριξ του Δήμου , η κυκλοφορία των αυτοκινήτων και ο κόσμος, που περνάει από εκεί γύρω –χιλιάδες.

Outdoor εννοούμε τις αφίσες ;

Ναι ναι τις αφίσες. Όχι μόνο αυτές τα 50X70 που βγάζει ο ίδιος δήμος, μιλάω και για τις αφίσες τις μεγάλες, τα μεγάλα τα trivision, τα Outdoor, που είναι επί της Κατεχάκη και στον Καρέα , συν τις περίπου 200.000 , που κάθε χρόνο περνάνε από το φεστιβάλ, ναι μεν δεν είναι διαφορετικοί είναι επαναλαμβανόμενοι (οι επισκέπτες), αλλά δεν παύει να είναι ευκαιρία να επικοινωνήσεις με 200.000 ανθρώπους το μήνυμα , που θες εσύ σαν εταιρία εκείνη την εποχή να περάσεις , με τον τρόπο που θες εσύ να το περάσεις.

Αυτά είναι τα οφέλη;

Ναι αυτά είναι τα οφέλη που παίρνεις από τη συμμετοχή χορηγία.

Επομένως η χορηγία από την πλευρά σας είναι περισσότερο εμπορική;

Ναι από τη δική μας την πλευρά είναι καθαρά εμπορική

Δεν θέλετε να προβάλλετε κάποιο κοινωνικό πρόσωπο της εταιρίας;

Όχι η προτεραιότητά μας είναι κυρίως το εμπορικό. Για το θέμα του καλού κοινωνικού εταίρου εμείς σα sony δουλεύουμε σε έμμεσο επίπεδο δηλ. κάνουμε πολλά πράγματα σε εθελοντικές αιμοδοσίες, σε άτομα με ειδικές ανάγκες, τα προϊόντα μας τα ίδια από θέμα ανακύκλωσης είναι πολύ φιλικά στο θέμα της ανακύκλωσης και της κατανάλωσης , αλλά ακόμα είμαστε σε μία φάση, που δεν έχουμε καταλήξει αν πρέπει να βγούμε και να τα δημοσιοποιούμε έτσι πολύ έντονα, δηλ. να βγάλουμε μια ντουντούκα και να τα πούμε ή να το κάνουμε πρώτα να δημιουργήσουμε σιγά σιγά μια συνείδηση , που σιγά σιγά δουλεύει και μετά κάποια στιγμή, αν γίνει πολύ της μόδας να το φωνάζουν οι εταιρείες, να βγούμε και να πούμε, ότι πολύ απλά εμείς το κάναμε αλλά δεν το φωνάζουμε γιατί δεν έχει και νόημα. Το κάνεις και δεν το φωνάζεις . Με τις εταιρείες υπάρχει πάντα ο φόβος να πει ο κόσμος , κοίτα ρε η sony σιγά , εννοείται ότι έπρεπε να το κάνει και να μη το φωνάζει, οπότε το κάνουμε χωρίς να το πολυδιαφημίζουμε. Τώρα σε επίπεδο τοπικό, ο Δήμος Αμαρουσίου (που είναι η έδρα της εταιρείας) με τόσες εταιρίες που έχει εδώ, είναι πολύ πλούσιος Δήμος, με τόσες εταιρείες , που έχει και

τόσα έσοδα, δεν έχει κανένα νόημα να κάνουμε κάτι εμείς εδώ για να βοηθήσουμε σε τοπικό επίπεδο.

Γενικά πάντως ο χώρος του πολιτισμού έχει ένα κομμάτι, ας το πούμε το κυριλέ, όπου είναι ο χώρος του Μεγάρου, που εκεί και τα κονδύλια είναι μεγάλα και το κοινό πολύ συγκεκριμένο και κυρίως τράπεζες τον παίρνουν (ως χορηγοί), όπου το κόστος είναι τρομακτικά μεγάλο και δεν μπορεί να το πάρει μια εταιρεία και η πρόσβαση στον κόσμο εκεί, όσο και να λένε, είναι αρκετά ακριβό και εκλεκτικό. Σ' ένα φεστιβάλ ανοικτό σε κοινό, καλοκαίρι στην Αθήνα, όπου η Αθήνα τα τελευταία 6 χρόνια τα πολιτιστικά της δρώμενα το καλοκαίρι είναι πάρα πολλά και ο κόσμος έχει συνηθίσει ότι αν θέλει να κάνει κάτι βράδυ καλοκαίρι στην Αθήνα θα βρει κάτι καλό, εύκολα προσβάσιμο και όχι εξωφρενικά ακριβό, οπότε στην προκειμένη περίπτωση το συγκεκριμένο φεστιβάλ είναι πολύ καλό. Μπορεί να μην έχει διαφημιστεί σαν ένα φεστιβάλ Αθήνας, ώστε να έχει πάρει μια ευλογία πάρα πολύ μεγάλη, αλλά το συγκεκριμένο, στην περιοχή που είναι, είναι πάρα πολύ γνωστό και νομίζω ότι πρέπει να έχει επισκέπτες όχι μόνο τοπικούς αλλά και από όλη την Αθήνα, διότι έχει πανεύκολη πρόσβαση και δεύτερον οι εκδηλώσεις, που κάνουν, το 90% αυτών έλκουν πολύ κόσμο. Δεν είναι ένα φεστιβάλ, που απευθύνεται σ' ένα κοινό που αγαπάει το βιολί μόνο, έχει τα πάντα μέσα. Απευθύνεται σε πολλά κοινά σε όλες τις ηλικίες.

Αναλάβετε συγκεκριμένη δράση πέρα από το να δώσετε τα χρήματα ή όχι;

Τι εννοείται συγκεκριμένη;

Εννοώ με την επικοινωνία/προώθηση κρατήσατε ένα συγκεκριμένο τομέα εσείς να βοηθήσετε;

Όχι εμείς αυτό που κάνουμε σε πλαίσια πλέον των δικών μας επικοινωνιών χρησιμοποιήσαμε τα εισιτήρια -προσκλήσεις που έχουμε, είτε σαν δώρα σε διαγωνισμούς εσωτερικούς μέσα στην εταιρία είτε σε επικοινωνία προς το καταναλωτικό κοινό κυρίως μέσω ραδιοφώνου, δίνουμε δώρα σε διαγωνισμούς εισιτήρια για το φεστιβάλ.

Α μάλιστα! Τα αντισταθμίσματα είναι αυτά που μου είπατε πριν: όπως τα κιόσκια, outdoor διαφήμιση κτλ;

Ευγενή παρουσία, παρουσία του χορηγού σε όλες τις επικοινωνίες του φεστιβάλ, συν τη διαφήμιση του φεστιβάλ και εντάξει και στο φεστιβάλ στο Δήμο.

Λοιπόν οι περιορισμοί που τέθηκαν στο Δήμο προκειμένου να είναι η Sony χορηγός είχε να κάνει με το ότι δεν πρέπει να είναι άλλη εταιρία χορηγός που να έχει αντίστοιχα προϊόντα ;

Είναι οι κλασικοί περιορισμοί, που υπάρχουν. Αν έχεις μία εταιρία στον ένα χώρο δεν είναι σωστό να έχεις άλλον χορηγό στον ίδιο χώρο, από εκεί και πέρα οι μόνοι άλλοι περιορισμοί, που μπαίνουν, είναι στον τρόπο που χρησιμοποιούνται τα λογότυπα της εταιρίας μας.

Δηλαδή;

Συγκεκριμένες γραμμές χρήσεις λογοτύπων οι οποίες όταν τα λογότυπα αυτά εκτυπώνονται σε χαρτιά του φεστιβάλ ή ο,τιδήποτε άλλο , να είναι προσεκτικά και να ακολουθούνται τα βασικά. Η εταιρική ταυτότητα πρέπει να είναι με συγκεκριμένο τρόπο.

Ποιο είναι το προφίλ που σας ενδιαφέρει να έχετε για να γίνετε χορηγοί σε τοπικό φεστιβάλ;

Είπαμε και παραπάνω. Είναι βασικό ότι δεν το πολυβλέπουμε σαν τοπικό φεστιβάλ.

Τα χρήματα που δόθηκαν από την εταιρία είχατε παρακολουθήσει για την επιλογή, για το πού θα πάνε: π.χ. στα προγράμματα κτλ;

Όχι . θεωρείς ότι τα χρήματα που δίνεις (τα οποία λέω από πριν δεν σχολιάζουμε πόσα είναι), πάνε για το φεστιβάλ. Τώρα από εκεί και πέρα, υποθέτω ότι ο δήμος από μόνος του έχει ελεγκτικούς μηχανισμούς και τσεκάρει αν αυτά τα χρήματα καταλήγουν εκεί που πρέπει.

Συνήθως στις χορηγίες, η εταιρία που είναι χορηγός έχει άτομο ή στήνει μια ομάδα που παρακολουθεί, δηλαδή έχει την επιθυμία να ξέρει πού πάνε τα συγκεκριμένα χρήματα, εσείς στη συγκεκριμένη περίπτωση;

Αν ήταν ένα πολύ πιο μαζεμένο φεστιβάλ και είχε ένα χορηγό, ένα καλλιτέχνη, σε ένα σημείο, τη συγκεκριμένη εποχή μπορεί και να το κάνεις, αλλά όταν μιλάς για δύο μήνες με τόσους πολλούς καλλιτέχνες δε μπορείς να κάτσεις τώρα να πεις, αν με τα δικά μου λεφτά πληρώσαμε τον Γκαραβέλα, ή πληρώσαμε τη θεατρική ομάδα, ή καλύψαμε τα έξοδα φωτισμού και καθαριότητας. Δε μπορείς να το ψάξεις.

-Υπάρχει λοιπόν η τάση να σου λέει ο χορηγός, ότι εμένα με ενδιαφέρει, τέλος πάντων να πληρώσεις εσύ τους καλλιτέχνες, και εμένα με ενδιαφέρει να σε βοηθήσω να έχεις τα πάγια έξοδα δηλαδή να τυπώσεις ένα καταπληκτικό πρόγραμμα με ακριβά φύλλα;

-Όχι, εκεί μπορείς να εμπλακείς μόνο αν είσαι ο μοναδικός χορηγός.

Δηλαδή σε τέτοιες φάσεις αν ήμασταν μόνο εμείς οι χορηγοί, η σχέση θα ήταν τελείως διαφορετική. Αλλά, επειδή εμπλέκονται και άλλοι χορηγοί στη μέση, εσύ τα αφήνεις αυτά, γιατί δε μπορούν τέσσερις εταιρίες να συνεννοηθούν μεταξύ τους. Θα τελειώσει και το φεστιβάλ του 2010, μέχρι που εμείς οι τέσσερις εταιρίες θα συμφωνήσουμε τι ακριβώς θέλουμε: για το πως θα φαίνεται το δικό μου λογότυπο και πως το δικό σου. Για παράδειγμα οι δικές μου αρχές λένε, ότι πρέπει να είναι το χαρτί A4 με βάρος 170γρ. illustration, όχι θα λέει άλλη (εταιρία) εγώ το θέλω B5 μέγεθος, με άλλο βάρος.

-Αυτές είναι οι αρχές δηλαδή;

-Υπάρχουν αυτά, αλλά όταν εμπλέκεσαι και με άλλους χορηγούς, εμείς τουλάχιστον δεν ακολουθούμε τη γραμμή να χάνουμε αυτό το χρόνο, τι έχει αποφασίσει ο Δήμος λέμε, συμφωνούμε σε γενικές γραμμές και προχωράμε. Αν κάναμε μόνο εμείς με το Δήμο τότε σίγουρα θα καθόμασταν και θα λέγαμε τι θέλουμε να έχουμε, πως θα θέλαμε να είναι η καθαριότητα στο χώρο και τι θα έβλεπε ο καταναλωτής ή ο πελάτης του φεστιβάλ από την ώρα που θα μπει στην πόρτα μέχρι να φτάσει στις κερκίδες. Όλα αυτά θα τα παρακολουθούσαμε, αν ήμασταν μόνοι μας,

Κατάλαβα! Οπότε δεν έχει πρόβλημα η εταιρία να δίνει χρήματα ως χορηγός για να κάνει ο Δήμος μια δική του παραγωγή, δηλαδή να ανεβάσει εμένα που είμαι άγνωστη και τραγουδάω;

Στα πλαίσια του φεστιβάλ, δεν έχουμε, όχι. Γιατί θεωρούμε, ότι ο δήμος στα πλαίσια του φεστιβάλ και για να προστατεύσει το θεσμό, δε θα κάνει κάτι το οποίο να δουλέψει αρνητικά στο θεσμό και να θίγει και εμάς.

Υπάρχει στην εταιρία κάποια πρόβλεψη για ένα πρόγραμμα fresh για νέους καλλιτέχνες, για νέους δημιουργούς;

Έτσι ad hoc, όχι. Αλλά επειδή είμαστε - τώρα μιλάς ειδικά με SONY όπου υπάρχει η αδελφή εταιρία η SONY MUSIC - οπότε εκεί κατά καιρούς έχουμε βοηθήσει καλλιτέχνες της SONY MUSIC σε πλαίσια αδελφικής συνεργασίας. Δηλαδή δεν υπάρχει κάποιο ειδικό πρόγραμμα που να λέει ότι η SONY ELECTRONICS βρίσκει το Γρατσώνη, που είναι ο νέος κιθαρίστας και θέλει να ανεβεί. Όχι, δεν το έχουμε αυτό.

Η εταιρία κυρίως προσανατολίζεται σε κοινωνικές / πολιτισμικές χορηγίες, εμπορικές χορηγίες, αθλητικές ή έχει όλα τα κομμάτια;

Όχι, όλοι έχουμε πολιτιστική χορηγία. Αθλητική χορηγία έχουμε καθώς έχουμε μια επαφή με τον Παναθηναϊκό και τον Αθηναϊκό ακόμα, την ομάδα μπάσκετ. Δεν ξέρω αν θα το ονομάσεις εμπορική χορηγία, έχουμε και μια χορηγική σχέση με τα VILLAGE. Μπορείς να τη βάλεις στην

πολιτιστική επειδή είναι κινηματογράφος.

Όταν λέω πολιτισμικές ή κοινωνικές (χορηγίες) εννοώ ότι αυτό που σας ενδιαφέρει πρώτο είναι το προφίλ του καλού κοινωνικού εταίρου. Ενώ η εμπορική είναι αυτή που σου δίνω κάτι και εσύ μου δίνεις κάτι άλλο;
Όχι, εκεί, είναι εμπορικά όλα.

Λοιπόν, πιστεύεις ότι πέτυχε το στόχο της η χορηγία που δόθηκε στο φεστιβάλ, δηλαδή γίνεται αυτό που θέλετε;
Αυτό γίνεται! Παίρνουμε αυτό που θέλουμε!

Πώς το βλέπετε αυτό, κάνετε έρευνα για τη γνώμη του κοινού;
Κοίταξε, ένα-ένα κομμάτι όχι τόσο, δηλαδή την πρώτη χρονιά το είχαμε ψάξει έτσι. Μετά από τη δεύτερη χρονιά και μετά...

Από δημοσιεύσεις;
Οι δημοσιεύσεις είναι ένα μικρό κομμάτι. ...βλέπεις την ανταπόκριση που υπάρχει στο περίπτερο που έχουμε εκεί, γιατί κατά καιρούς συμπληρώνουμε ερωτηματολόγια, παίρνουμε δηλαδή κάποια ενημέρωση και μετά έχουμε το call center εδώ, που βλέπουμε πόσα τηλέφωνα έχουμε πάρει εξ' αφορμής προϊόντων, που είδαν εκεί. Οπότε κάπως έτσι το βλέπουμε.

Ξέρεις το νέο νόμο για τις χορηγίες; Αυτός που βγήκε τώρα. Πώς σου φαίνεται αυτός;
Δε θα σχολιάσω.

Ποιο είναι το πρόβλημα σας;
Κοίταξε, εμάς το πρόβλημα με τις χορηγίες είναι μην τύχει και ποτέ βγει κάτι, το οποίο θα αποτρέπει τα χορηγικά έξοδα να εμπίπτουν από τα έξοδα της διαφημιστικής εταιρίας.

Το αποτρέπει αυτό; Αυτή λέει ότι εκπίπτει 30%. Αναφέρεται βέβαια στην πολιτισμική / κοινωνική χορηγία, όχι στην εμπορική. Τώρα εσείς που υπάγεστε ως εταιρία στις διάφορες δραστηριότητές σας;
Εγώ θα το πάω όπου με συμφέρει! Είναι λογικό αυτό! Απλώς όταν αρχίζουν οι νόμοι να πέφτουν και να διευκρινίζουν και να ξαναδιευκρινίζουν, μέχρι στιγμής η εμπειρία μου, μου έχει δείξει, ότι θα περάσει σε κάποια άσχετη νομοθεσία, σε κάποιο θερινό τμήμα, νομοσχέδιο που θα αναφέρεται στην προστασία του δάσους της Κάτω Ραχούλας και μια ρυθμιστική παράγραφος, ότι στη συγκεκριμένη παράγραφος του νόμου τάδε εκεί, δεν ισχύει αυτό, ισχύει κάτι άλλο. Εκεί είναι που αρχίζω και φοβάμαι το ελληνικό νομοθετικό σύστημα.

Δηλαδή πόσο ενοχλεί αυτό αυτή τη στιγμή;
Αυτήν τη στιγμή δε με ενοχλεί ο νόμος. Μιλάμε για το νόμο που βγήκε το 2007; Πρώτη φορά τον διάβασα μέσα του 2006 ή αρχή του 2007. Δεν είχα κάποιο πρόβλημα, απλώς όταν έχουμε πάρα πολλά διευκρινιστικά και δεν υπάρχει ένα πολύ γενικό πλαίσιο, το οποίο λέει τι σημαίνει χορηγία...Τι σημαίνει περαιτέρω διαδικασία;

-Νομίζω δίνει φορολογική απαλλαγή 30% . Μέσω υπουργείου όμως, οπότε καταρτίζεται ενδεικτικός κατάλογος και κρίνεται ποιες χορηγίες είναι πολιτιστικές. Γι' αυτό, θα υπάρχει και μια επιτροπή.

-Μόλις αρχίσουν αυτά, εγώ εκεί αρχίζω και φοβάμαι. Αλλά σε αυτήν τη φάση είμαι μια χαρά, δεν έχω κανένα πρόβλημα. Απλώς φοβάμαι πάρα πολύ τις επιτροπές, γιατί πάρα πολλές φορές οι επιτροπές πρέπει να κάνουν κάτι για να δικαιολογούν την ύπαρξή τους, απ' ότι δε θυμάμαι υπάρχει και κάποια αμοιβή για τη συμμετοχή σε αυτές. Κατά καιρούς, λόγω της δουλειάς και της θέσης έχω μιλήσει σε συμμετέχοντες σε διάφορες επιτροπές, που δεν έχουν προφανώς να κάνουν μόνο με διαφήμιση και έχουν να κάνουν με εμπορικά θέματα και τα σχετικά. Χωρίς να είναι γενικό αυτό. Είναι 50-50 οι πιθανότητες να πετύχεις κάποιον που να ξέρει πραγματικά, για ποιο λόγο είναι στην επιτροπή και να είναι στην επιτροπή για να κάνει κάτι χρήσιμο για το αντικείμενο της επιτροπής. Τις μισές φορές είναι έτσι, τις άλλες μισές είναι επειδή είπαν του "Γρατσώνη" "έλα πήγαινε σε αυτήν την επιτροπή να την κάνουμε πενταμελή ή επταμελή γιατί πρέπει να υπάρχει άλλος ένας. Θα πας και είναι 150 ευρώ για κάθε συνεδρία της επιτροπής". Σε αυτή τη φάση είμαστε καλά πάντως, δεν έχουμε πρόβλημα. Θέλω να πιστεύω ακράδαντα ότι όλα γίνονται για το καλό.

Λοιπόν, επικοινωνιακά πιστεύεις ότι βοήθησε η δική σας χορηγία και παρουσία κάπου το φεστιβάλ;

Θα το πει ο Χαρδαλιάς αυτό. Δεν ξέρω. Πιστεύω πως ναι. Οι χορηγοί μαζέψαμε αρκετά χρήματα, όμως πιστεύω δίνεται και επιδότηση από το Υπουργείο Πολιτισμού. Θεωρώ ότι η βοήθεια από την πλευρά της εταιρίας είναι καλή.

Χορηγία έχετε κάνει και σε άλλα τοπικά φεστιβάλ;

Όχι.

Είναι καθαρά σχέση εμπιστοσύνης όλο αυτό που έχει γίνει;

Είναι και το μέρος! Μια φορά είχαμε κάνει (χορηγία) στο φεστιβάλ κινηματογράφου της Ξάνθης αλλά πολύ πιο παλιά. Και έχουμε κάνει μια μικρή υποχορηγία στο φεστιβάλ κινηματογράφου της Θεσ/νίκης. Αλλά μέχρι εκεί, δεν είναι όμως κάτι επαναλαμβανόμενο. Ίσως οι εμπειρίες που

αποκτήσαμε δεν ήταν οι καλύτερες και δε συνέχισε.

Δηλαδή για την επαφή ποιος ήρθε; Ήρθε ο δήμος και βρήκε εσένα, βρήκε την εταιρία, ήταν λόγω σχέσης προσωπικής; πώς έγινε αυτό;

Η προσωπική σχέση με το Νίκο (Χαρδαλιά) αναπτύχθηκε μετά τις επαφές που είχαμε. Ήρθε κάποιος κοινός γνωστός μεταξύ του Χαρδαλιά και εμένα, που ήταν σε εμπορική εταιρία και μας έφερε σε επαφή. Μιλήσαμε με το Νίκο (Χαρδαλιά) και του είπα πως το βλέπει, τι θα κάνει και τα σχετικά. Ήρθαν από το δήμο.

Διαφημιστική εταιρία;

Κοινός γνωστός σε άσχετη εταιρία, που προφανώς θα του έλεγε ο Νίκος (Χαρδαλιάς) ότι ψάχνω να βρω χορηγούς, μπορείς να με φέρεις σε επαφή με διάφορες εταιρίες; Ο συγκεκριμένος ήξερε κάποιες εταιρίες και ήξερε και εμένα. Και ήρθαμε κάποια στιγμή σε επαφή, μιλήσαμε με το Νίκο και μου είπε πώς το σκεφτόταν, πώς το έβλεπε, τι έβλεπε. Προφανώς αυτές οι αποφάσεις, επειδή είναι πολλά τα λεφτά, δεν παίρνονται την ώρα του καφέ και λες <<Α!το κάνω σήμερα>>. Γίνεται μία πρόταση, γίνονται αρκετές συζητήσεις -και εσωτερικά στην εταιρία προφανέστατα -οι διαδικασίες οι οποίες ακολουθούν αυτές τις συζητήσεις. Μετά από λίγο καιρό καταλήξαμε. Έδειχνε ότι μπορούμε να συνεργαστούμε και έδειχνε κάτι το οποίο θα μπορούσε να είναι και μακροχρόνιο. Είναι βασικό σε αυτά, να μην πεις ξεκινώ κάτι άπαξ και τελειώσε σαν φωτοβολίδα, θέλεις κάτι που να χτίσεις καιρό.

Όταν ξεκινάτε πριν να κάνετε χορηγία κτλ ακολουθείτε κάποια συγκεκριμένη διαδικασία όπως, PEST αναλύσεις ή SWOT αναλύσεις κτλ. Τα κάνετε όλα, τι κάνετε;

Εξαρτάται. SWOT δεν κάνουμε για τη χορηγία, αυτό που κάνουμε είναι περισσότερο μια πιο εμπορική ανάλυση για να δούμε τελικά αν υπάρχει κάτι αρνητικό, που μπορεί να βγει από τη διαδικασία αυτή. Αυτό ψάχνουμε να δούμε, και αν υπάρχει κάτι αρνητικό στο μυαλό του καταναλωτή. Από εκεί και πέρα ψάχνουμε στο εμπορικό κομμάτι ποια θα είναι τα πιθανά οφέλη, όχι στο να πουλήσω μέσα στην διαδικασία, αλλά να βρούμε τα touch points, πού μπορείς να πιάσεις τον καταναλωτή και με ποιόν τρόπο. Το που δεν είναι απαραίτητο. Τον καταναλωτή δεν τον πιάνω μόνο στο περίπτερο - τον πιάνω και εκεί, γιατί θα περάσει μπροστά από το περίπτερο - αλλά σημαντικό είναι ,τι θα κάνω εκεί, πώς θα το κάνω, αν ο χώρος που έχω και το μέρος και η ώρα και αν είναι η τοποθεσία που βολεύει. Γιατί μπορούν να σου πουν ένα σημείο, πχ. να γινόταν στο Σύνταγμα ένα τέτοιο φεστιβάλ. Στο Σύνταγμα το 80% τις καθημερινές βιάζονται να πάνε κάπου και δεν έχουν χρόνο ούτε ελάχιστα δευτερόλεπτα να τους πεις οτιδήποτε. Οπότε αν μπορούσαν να περάσουν

από το Σύνταγμα 100.000 άτομα αλλά δε μπορείς να τους απασχολήσεις ούτε δευτερόλεπτο, δεν έχει κανένα νόημα. Οπότε είναι πολύ σχετικό το πως γίνεται, το πώς πιάνεται το άτομο, αν εκεί που το πιάνεις είναι σε φάση που σε ενδιαφέρει και ενδιαφέρεται και εκείνος να σε ακούσει .

Ευχαριστώ πολύ

Αθήνα, 17-12-2007

Συνέντευξη κυρίας Τζένης Πεντεδέκα δ/ντρια manager της FORD
ΚΟΝΤΕΛΛΗΣ (Πειραιώς 165 και Πέτρου Ράλλη Αττική)

Πείτε μου παρακαλώ τη θέση έχετε στην εταιρεία;
Το δικό μου το κομμάτι έχει να κάνει με το επικοινωνιακό κομμάτι και το
διαφημιστικό κομμάτι, που έχει να κάνει με τον όμιλο ΚΟΝΤΕΛΛΗ.

Είσαστε δηλαδή η υπεύθυνη;
Ναι εγώ τρέχω για το διαφημιστικό κομμάτι.

Γιατί επιλέξατε το φεστιβάλ του Βύρωνα για να είσαστε χορηγοί;
Είναι μια πολύ μεγάλη δραστηριότητα η οποία γίνεται 4 χρονιά νομίζω ,
τελοσπάντων τα τελευταία τρία χρόνια είμαστε χορηγοί στο φεστιβάλ. Το
φεστιβάλ φιλιξενεί πάρα πολύ μεγάλα ονόματα και θεωρούμε ότι είναι
μια ευκαιρία για το συγκεκριμένο προϊόν που προωθούμε εμείς, που είναι
αυτοκίνητα, που απευθύνονται στη συγκεκριμένη τάξη και στο
συγκεκριμένο περιεχόμενο που έχει ως στόχο το φεστιβάλ, να
διαφημιστούμε στο κομμάτι αυτό. Δηλαδή μας δίνει υπέρ σ' όλα αυτά ,
διαφημίζεται πολύ καλά , προωθείται πάρα πολύ καλά το όνομά μας

Και γιατί επιλέξατε ειδικά το φεστιβάλ Βύρωνα και όχι κάποιο άλλο
φεστιβάλ της Αττικής;
Ο Βύρωνας είναι μια περιοχή που είναι προς τα νότια και καλύπτει τα
δικά μας μαγαζιά. Δηλαδή αν ήταν ένα φεστιβάλ στην Κηφισιά θα έλεγα
όχι , διότι δεν έχουμε εξαπλωθεί μέχρι εκεί. Το δικό μας το κομμάτι (τα
μαγαζιά μας) είναι από κέντρο και προς νότια οπότε ο Βύρωνας Κατεχάκη
κλ μπορεί να έχει να κάνει με την επισκεψιμότητα στο συγκεκριμένο
χώρο ανθρώπων οι οποίοι προέρχονται από τις δικές μας περιοχές, οπότε
έχουμε αναγνωρισιμότητα, διότι στην Κηφισιά το όνομα ΚΟΝΤΕΛΛΗΣ
δεν σου λέει κάτι. Σαφέστατα υπάρχουν και άνθρωποι που έρχονται από
τόσο μακριά για να δούνε το φεστιβάλ του Βύρωνα αλλά είναι ένα
κομμάτι . Εξάλλου εμείς με το Δήμο Βύρωνα έχουμε και άλλη συνεργασία
δηλ. έχουμε και τα Παμβυρώνεια, που είμαστε χορηγοί, έχουμε και το
φεστιβάλ των αγγέλων κάποιες χριστουγεννιάτικες γιορτές, που γίνονται
στο δήμο του Βύρωνα , οπότε έχουμε γενική συνεργασία.

Επομένως ο σκοπός ήταν περισσότερο να προωθήσετε τα προϊόντα σας
όχι να ενισχύσετε το κοινωνικό προφίλ της εταιρείας σας;
Και αυτό, σαφέστατα και αυτό

Δηλ. εσείς θεωρείτε ότι είναι μια εμπορική χορηγία ή μία καθαρόαιμη χορηγία δηλ. ο βασικός σας στόχος είναι να ενισχύσετε το κοινωνικό σας προφίλ, να φανείτε καλοί κοινωνικοί εταίροι ;

Στις πωλήσεις δεν είναι το ζητούμενο αυτό, στις πωλήσεις το ζητούμενο είναι να υπάρχει μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα σε μεγάλα event που βάζεις το όνομά σου εκεί . Οι κοινωνικές προσφορές στο κομμάτι αυτό για μας είναι νούμερα, είναι καθαρά νούμερα. Οι κοινωνική προσφορά για μας είναι κάτι το οποίο έχει να κάνει με φιλανθρωπικό σκοπό, είναι άλλο κομμάτι. Εμάς μας αφορά η αναγνωρισιμότητα στο όνομά μας . Με το όνομα ΚΟΝΤΕΛΛΗΣ υπάρχει μεγάλο γκρουπ εταιρειών από κάτω, οπότε όσο περισσότερο το τονίζουμε αυτό τόσο καλύτερο είναι.

Είναι πρωτίστως δηλ. εμπορική χορηγία...

Ναι , ναι

Και άρα τα αντισταθμίσματα, που θέλετε να έχετε από το φεστιβάλ είναι αυτά, να φαίνεσθε σε αφίσες , προγράμματα κλπ, να προσελκύστε, γιατί εκεί είναι το κοινό σας;

Ναι. Για το συγκεκριμένο που έχουμε επιλέξει εμείς να προωθήσουμε, στη συγκεκριμένη περίπτωση προωθήσαμε το κομμάτι της FORD.

Α γιατί υπάρχουν και άλλες εταιρείες υπό το όνομα ΚΟΝΤΕΛΛΗΣ;

Ναι, οι FIAT, ALFA ROMEO, VOLVO κι άλλες εταιρείες.

Στο δήμο θέσατε περιορισμούς του τύπου, να μην μουν κι άλλοι χορηγοί πχ. που να εμπορεύονται αυτ/τα;

Αυτό είναι αυτονόητο νομίζω, κι όταν υπάρχει συνεργασία με το Δήμο Βύρωνα και με το φεστιβάλ. Αλλά και οι ίδιοι από μόνοι τους δεν θα επιλέξουν να βάλουνε κάποιον άλλον του ανταγωνισμού.

Το λέω αυτό γιατί στους χορηγούς επικοινωνίας υπάρχουν δύο πχ ραδιόφωνα ;

Όχι στο δικό μας το κομμάτι. Είναι ξεκάθαρο αυτό.

Θέσατε κάποιο όρο να ελέγχετε και να παρακολουθείτε ή και να συναποφασίζετε (εν μέρει) μαζί με το Δήμο για την τύχη των χρημάτων που εκταμιεύσατε ;

Όχι. Εμείς διαθέσαμε τα χρήματα, διαφημιστήκαμε πήραμε τα οφέλη που θέλαμε από το συγκεκριμένο κομμάτι, από εκεί και πέρα που πήγαν τα χρήματα δεν μας αφορά. Εμείς αυτά που ζητήσαμε από το φεστιβάλ και ο δήμος δεσμεύτηκε να υλοποιήσει, έγιναν. Στο πλαίσιο ας πούμε των Παμβυρωνείων επειδή είναι μια πολύ μεγάλη δραστηριότητα για πάνω από 2.500 παιδιά, ξεκινά από τον Οκτώβρη και τελειώνει τον επόμενο

Μάιο , που τελειώνουν και τα σχολεία με όλα αυτά που κάνουν στις εκδηλώσεις,και με ομάδες παιδιών που συμμετάσχουν σε ομαδικά και ατομικά αθλήματα, εμείς έχουμε αναλάβει το κομμάτι της ένδυσης δηλ. μπλουζάκια και ρούχα, διατηρώντας τα λογότυπα των πανβυρωνείων και τα δικά μας λογότυπα. Εκεί ταιριάζει, αυτό που είπαμε πριν ότι δηλ. κάναμε κάτι στοχευμένα, αλλά δεν έχει να κάνει με το φεστιβάλ. Απλά το αναφέρω.

Αποδίδει αυτή η προσπάθεια σας να ενισχύσετε ένα τοπικό φεστιβάλ, ο στόχος που θέσατε;

Ναι για μας υπάρχει πολύ μεγάλη αναγνωρισιμότητα στο κομμάτι αυτό. Το αν πιάνουμε τους στόχους στο 100% καμία χορηγία δεν μπορεί να πιάσει το στόχο της εννοείται. Τα ότι έχουμε όμως δει τα 3 τελευταία χρόνια μια διαφορά, ναι αυτό ισχύει, ποσοστιαία είναι στο 70% .Για εμάς είναι ικανοποιητικό.

Πριν κάνετε τη χορηγία προβαίνετε σε μέτρηση της κοινής γνώμης και μετά το πέρας της εκδηλώσεως προβαίνετε σε νέα μέτρηση για να δείτε τα αποτελέσματα ;

Όχι

Απλώς βλέπετε την αύξηση των πωλήσεων;

Ναι και αυτό, αλλά από εκεί και πέρα το πόσο συζητείται, ξέρετε σε παρέες , δηλ. δεν είναι μόνο το κομμάτι των πωλήσεων και από καταχωρίσεις , από το πόσες χιλιάδες αφίσες έχουν μπει σε όλη την Αττική και πόσα μάτια μπορεί να έχουν δει το λογότυπό σου και σε πόσα περιοδικά και ειδικού τύπου δηλ. που έχουν να κάνουν με τα πολιτιστικά και μη ειδικού τύπου , εβδομαδιαία, 15ήμερα περιοδικά και στον ημερήσιο τύπο, δηλαδή το λογότυπό σου είναι on the spot που λένε.

Γιατί επιλέξατε ειδικά τη FORD και όχι τη FIAT για να προωθήσετε;

Πέρυσι κάναμε τη FIAT φέτος κάναμε τη FORD, δεν έχουμε βάλει πιο premium μάρκα δηλαδή LANCIA, VOLVO, ALFA ROMEO θεωρούμε ότι το κοινό που θα επισκεφθεί το συγκεκριμένο γεγονός απευθύνεται σ' αυτά τα προϊόντα.

Έχει αντίρρηση η εταιρεία να δίνει χρήματα στο Δήμο για να κάνει και δικές του παραγωγές με άγνωστους καλλιτέχνες με πιο δύσκολου περιεχομένου πράγματα για το φεστιβάλ;

Δεν είναι κάτι που το έχουμε σκεφτεί. Δεν μας έχουν κάνει την πρόταση βέβαια, μπορεί να είμαστε ανοιχτοί στο μέλλον αν μας κάνουν μια τέτοια πρόταση δεν μας έχουν κάνει για την ώρα. Πάντως δεν είμαστε αρνητικοί για κάτι τέτοιο.

Υπάρχει πρόβλεψη στην εταιρεία για ενίσχυση νέων δημιουργών-καλλιτεχνών κλπ.;

Συγκεκριμένα το μόνο καλλιτεχνικό γεγονός που στηρίζουμε είναι το φεστιβάλ του Βύρωνα . Εμείς στοχεύουμε περισσότερο σε αθλητικά δηλ. έχουμε να κάνουμε με την ομάδα του μπάσκετ των γυναικών του Βύρωνα που και εκεί είμαστε χορηγοί και σε πάρα πολλές ομάδες σε τοπικό επίπεδο, όπου κινούνται τα καταστήματά μας, για μας έχει πολύ μεγάλη σημασία η προβολή του λογοτύπου μας σε όλες τις ηλικίες δηλ. μπορεί να δώσουμε μια χορηγία σε μία ομάδα παιδιών ποδοσφαίρου 8 χρονών ξέροντας ότι η φανέλα που γράφει πάνω τα λογότυπα ΚΟΝΤΕΛΛΗ θα μπει μέσα σε όλα τα σπίτια , όπως και το σακίδιο με το λογότυπό μας. Κατάλαβες το λογότυπο για μας είναι πολύ σημαντικό να το βλέπουν συνέχεια και συνέχεια χιλιάδες μάτια και κάνουν κατευθείαν το συνειρμό ότι δηλ. θέλω αυτοκίνητο; Πάω στον ΚΟΝΤΕΛΛΗ που έχει όχι μόνο μία μάρκα. Αυτό για εμάς είναι πολύ σημαντικό.

Άρα η ενασχόλησή σας με τη χορηγία είναι μόνο στο φεστιβάλ Βύρωνα;

Ναι. Βέβαια στο τομέα χορηγία εκτός από τον πολιτισμικό χώρο και τον αθλητικό έχουμε μια μεγάλη δραστηριότητα στον τομέα της μαγειρικής , που είμαστε χορηγοί στα βιβλία και στους διαγωνισμούς που εκδίδει η Βέφα Αλεξιάδη , δηλ. κληρώνουμε και δίνουμε ένα αυτοκίνητο μία φορά το χρόνο, βέβαια αυτό δεν μπορούμε να το εντάξουμε στον τομέα του πολιτισμού αλλά είναι κι αυτό μία από τις χορηγικές μας δραστηριότητες, και μάλιστα έχει πολύ μεγάλη προβολή .

Υπάρχει συγκεκριμένη στρατηγική για το ποιο πρόσωπο θέλει να προβάλλει η εταιρεία οπότε ανάλογα με το πρόσωπο που επιλέγει αναλόγως επιλέγει και τις δραστηριότητες που χορηγεί, ώστε αυτές να αντανακλούν τις αρχές και της δικής σας εταιρείας;

Όχι δεν προσαρμόζεται ακριβώς αυτό στη δική μας λογική. Το κριτήριό μας είναι περισσότερο εμπορικό, όχι μόνο αλλά βασικά και κυρίως προσανατολισμένο στο καλό εμπορικό αποτέλεσμα και στην αναγνωρισιμότητά μας από τον κόσμο που είναι και οι μελλοντικοί αγοραστές μας δηλ. τι προϊόντα έχω , που έχω μαγαζιά, ποιες είναι οι περιοχές μου, σε ποιους απευθύνονται τα προϊόντα μου κλπ είναι εντελώς hard selling διαφήμιση.

Για τα χρήματα που εκταμιεύετε συνήθως έχετε απαλλαγή;

Ναι, δεν το παρακολουθώ εγώ αυτό βέβαια, αλλά νομίζω ναι, πρέπει να είναι γύρω στο 15-20% απαλλαγή. Δεν ξέρω τώρα με τον καινούριο νόμο τι ισχύει.

Γνωρίζετε τον ΟΜΕΠΟ;
Όχι δεν τον γνωρίζω

Επικοινωνιακά που πιστεύετε ότι βοήθησε το φεστιβάλ την εταιρεία τη FORD ;

Μη το θέτουμε σα FORD εμείς ουσιαστικά αυτό που προωθήσαμε ήταν το λογότυπό μας ΚΟΝΤΕΛΛΗΣ στο φεστιβάλ και από κάτω το λογότυπο της FORD, όπως την προηγούμενη φορά υπήρχε το λογότυπο της ΚΟΝΤΕΛΛΗΣ και από κάτω το λογότυπο της FIAT εμάς μας ενδιαφέρει να προβάλλεται το λογότυπο- το όνομα ΚΟΝΤΕΛΛΗΣ και ο στόχος μας είναι κάνουμε γνωστό ότι ο όμιλος ΚΟΝΤΕΛΛΗ , που δραστηριοποιείται από 1919 δεν πουλάει μόνο FORD αλλά έχει και άλλα προϊόντα .

Ευχαριστώ πολύ

ΠΑΣΧΑΛΗΣ ΜΟΥΧΤΑΡΙΔΗΣ -ΓΡΑΦΕΙΟ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ , ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΩΝ, ΣΥΝΑΥΛΙΩΝ ΟΝ STAGE-(ΝΥΜΦΑΙΟΥ 3 ΙΛΙΣΣΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ ΤΚ 11528)- (το γραφείο έχει καλλιτέχνες όπως ο Μιχάλης Χατζηγιάννης, ο Αλκίνοος Ιωαννίδης, η Ελευθερία Αρβανιτάκη, ο Κώστας Μακεδόνας, η Μελίνα Ασλανίδου, ο Μάνος Πυροβολάκης κα. Αντιπροσωπεύει το υλικό του Μάνου Χατζιδάκι στις ζωντανές του παραστάσεις –Μουσικό Σύνολο Μάνου Χατζιδάκι) (Το συγκεκριμένο γραφείο έχει διοργανώσει διάφορα φεστιβάλ όπως το Womad του Peter Gabriel στην Ελλάδα, το Ethnik και Jazz και συμμετείχε στην Τελετή Έναρξης και Λήξης της Ολυμπιάδας ως διοργανωτής).

Πόσα χρόνια κάνεις αυτή τη δουλειά; Και ποια είναι αυτή ;
Θεωρώ τη δουλειά μου , τη μουσική βιομηχανία (όσο βιομηχανία είναι αυτό σ' αυτή τη χώρα). Είτε από την πλευρά των ΜΜΕ, είτε από την πλευρά του παραγωγού σε παραστάσεις, συναυλίες είτε από την πλευρά του συνόλου του marketing και της προώθησης ενός υλικού, είμαι σ' αυτό το χώρο. Έχω δουλέψει με αρκετά , τηλεόραση, ραδιόφωνο, περιοδικά, δισκογραφική εταιρία όπως και με το δικό μου γραφείο. Μικρός ήμουν συλλέκτης μουσικής και ποτέ ούτε καν στην αρχή δεν προσπάθησα να μάθω ή να παίξω κάποιο όργανο. Η διάθεσή μου ήταν το παιχνίδι γύρω από τη μουσική και αυτό μου άρεσε. Είναι αυτό που ήθελα να κάνω ακόμα κι όταν μπήκα στη Γεωπονική Αθηνών και την τελείωσα. Είμαι κοντά 30 χρόνια σ' αυτή τη δουλειά.

Έχεις άμεση συνεργασία με τα τοπικά φεστιβάλ; Ποια είναι η εμπειρία σου γύρω από αυτό; Πως βλέπεις τα φεστιβάλ;
Με τον τρόπο που υπάρχουν τα φεστιβάλ σήμερα, ειδικά στην Αττική είναι μέτρια . Δεν νομίζω ότι αυτά είναι πραγματικά φεστιβάλ, είναι περισσότερο προσπάθειες, οι οποίες συνήθως δεν αποδίδουν πραγματικούς καρπούς. Ειδικά σε μια τέτοια χώρα πλούσια σε μουσική όπως και σταυροδρόμι ήχων και πολιτισμών, που είναι η πατρίδα μας. Δεν μπορώ να πω το ίδιο για την περιφέρεια γιατί εκεί υπάρχουν άλλες ανάγκες. Πάντως για την Αττική θεωρώ , ότι τα περισσότερα φεστιβάλ , που υπάρχουν, είναι μεν φεστιβάλ, τα οποία πρέπει να υπάρχουν, τα χρησιμοποιούμε, αλλά τα θεωρώ ελλιπή και μέτρια ως καλλιτεχνική πρόταση . Θεωρώ, ότι σε κανένα άλλο μέρος του κόσμου και με πολύ λιγότερες παραδόσεις γίνονται τέτοια φεστιβάλ, δηλαδή τα φεστιβάλ στο εξωτερικό είναι πολύ πιο πλούσια , όπου κι αν πας. Αν πας σε φεστιβάλ ενός χώρου απ' όλους, που έχει το Λονδίνο, θα εκπλαγείς , γιατί έχει απ' την Πορτογαλία ως τη Ρωσία και τη Ρωσία ως την Ελλάδα

, από την Ελλάδα ως τους Κέλτες και από τους Κέλτες , παραστάσεις και από τραγουδιστές σε παντομίμες , δηλαδή ο πλούτος των παραδόσεων είναι πολύ μεγαλύτερος και με πολύ πιο μεγάλο εύρος.

Άρα αυτό σημαίνει ότι δίνουν περισσότερα χρήματα τα φεστιβάλ αυτά; Όχι νομίζω ότι στην Ελλάδα επειδή είμαστε μια μικρή χώρα με πολύ μεγάλη παράδοση , έχουμε επικεντρωθεί στα δικά μας και κυρίως στα μεγάλα ονόματα , αυτά που κάνουν εισιτήρια , έτσι βλέπετε όλοι οι δήμοι στο λεκανοπέδιο (Αττικής) κάνουν πάντα τα ίδια πράγματα. Όχι μόνο για μια χρονιά αλλά και για πολλές χρονιές . Αυτό δεν είναι κακό πάντα. Νομίζω ότι τα φεστιβάλ είναι απαραίτητα, αλλά πρέπει να έχουν και κάποιες προτάσεις. Μετά από τόσα χρόνια (εμπειρίας στο χώρο) ως προς τη γενική θεώρησή τους. Τώρα απ' την άλλη μεριά υπάρχουν φεστιβάλ , που στο σύνολό τους λειτουργούν και συνεργάζονται μαζί μας άψογα . Δεν υπάρχουν δηλαδή πολλές δυσλειτουργίες στην ύπαρξη των περισσότερων φεστιβάλ και εννοώ και του φεστιβάλ του Βύρωνα στα Θέατρα Βράχων και της Πέτρας και άλλων.

Σε σχέση με την επαρχία γιατί θεωρείς , ότι στην επαρχία καλύπτονται άλλες ανάγκες και πρέπει να περιοδεύσουν τα χειμερινά σχήματα; Η επαρχία δεν έχει καθημερινή σχέση με την μουσική παραγωγή, περιμένει όλο το χειμώνα για να δει κάτι το καλοκαίρι. Άρα λοιπόν εκεί να το καταλάβω, να θες να δεις κάποια πράγματα , που εμφανίζονται συνεχώς στην Αθήνα. Στην Αθήνα όμως σαν κέντρο γενικότερα πολιτισμικό της χώρας, θα πρέπει και να αρχίσουν να υπάρχουν διαφορετικά πράγματα και να παίρνει (η Αθήνα) και κάτι από την επαρχία. Στην επαρχία είναι λογικό να πάνε από εδώ τα μεγάλα ονόματα και τα σχήματα , να τα δουν , αλλά εδώ παίζουν το χειμώνα , το καλοκαίρι , το φθινόπωρο. Θα μπορούσε να παίζουν και το καλοκαίρι, δε λέω, αλλά ας έχουμε και κάτι ακόμα.

Θεωρείς ότι είναι κάπως εγκλωβισμένα τα φεστιβάλ των ΟΤΑ λόγω του ότι εξαρτώνται οικονομικά από το κράτος; Ε βέβαια είναι εγκλωβισμένα . Το θέμα βέβαια είναι με τις επιχορηγήσεις κατά πόσο υπάρχουν , στο βαθμό που υπήρχαν παλιότερα αλλά και το πώς αυτές αξιοποιούνται. Το πρόβλημα είναι, ότι ακόμα και όταν υπάρχουν επιχορηγήσεις δεν ξέρουμε να τις χρησιμοποιούμε . Κοινώς χάνονται τα χρήματα είτε γιατί κάποιои τα ιδιοποιούνται είτε γιατί δεν ξέρουν , πώς να τα μοιράσουν. Διότι τα μεγάλα καράβια θέλουν και καλούς καπετάνιους, δεν είναι μόνο να 'χεις λεφτά. Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα από τα κοινοτικά κονδύλια , που φεύγουν και δεν ξέρουμε που πάνε. Που πάνε; Θα σου πω το εξής , όταν

έχεις επιχορηγήσεις, δεν κάνεις όλες τις συναυλίες με τις επιχορηγήσεις , διαλέγεις ως δήμος 5-6 ονόματα , τα οποία είναι προτάσεις , και επιμένεις σ' αυτές . Ορίζεις ένα καλλιτεχνικό διευθυντή και πέρα από τα μεγάλα ονόματα, που θα σου φέρουν τα εισιτήρια , και θα βγεις (οικονομικά) , λες έχω πόσα λεφτά; 50.000; Θα τα διαθέσω εκεί διότι δεν μπορούν να βγουν αυτές οι συναυλίες. Δεν υπάρχει όμως αυτό το πράγμα, γιατί μόλις δουν 50.000 € οι Έλληνες , λένε ποιος θα πρωτοπάρει και όχι ποιος θα πρωτοδώσει.

Πολλές φορές τα προγράμματα των φεστιβάλ δεν μπορούν να κάνουν μακροπρόθεσμο σχεδιασμό γιατί δεν μπορούν να κλείσουν τα σχήματα, παρά μόνο ως και την τελευταία στιγμή; Τι λέτε γι' αυτό;

Αυτό μπορεί να είναι ένα τυπικό πρόβλημα . Αλλά νομίζω το πρόβλημα στα τοπικά φεστιβάλ και στο θέατρο Βράχων ήταν τα τεράστια οικονομικά χρέη, που άφησαν οι προηγούμενες δημοτικές αρχές. Το μεγάλο τους πρόβλημα είναι τα ελλείμματα , που έχουν και η αγάπη τους να μπορέσουν να ξαναβγάλουν μεγάλα ονόματα, για να μπορέσουν να καλύψουν τα χρήματα και να έχουν τα συν που θέλουν, για να αποδείξουν και αυτοί, σαν υγιής οργανισμός... βέβαια εδώ τίθεται το μεγάλο ερώτημα , ότι ο πολιτισμός είναι μόνο ιδιωτικός ή μπορεί να είναι και λίγο βοηθητικός. Εγώ επειδή το έχω ζήσει και επειδή το ξέρω από τη δουλειά μου, επειδή δεν πουλάω μόνο σε κάποια φεστιβάλ αλλά κάνω και ο ίδιος , ξέρω ότι μερικά πράγματα, αν δεν βοηθηθούν, από ένα θεσμικό πλαίσιο και πάνω, δεν μπορούν να υπάρξουν.

Άρα ψάχνετε κι εσείς για σπόνσορες;

Ε βέβαια πάντα. Νομίζω ότι εκεί θα ' ναι ένα μεγάλο μέρος της ιστορίας. Είναι πάρα πολύ δύσκολη η δουλειά μας και χρειάζεται βοήθειες.

Το οποίο θεωρείς όμως, ότι το ψάχνουν τα φεστιβάλ;

Βεβαίως το κυνηγάνε.

Εδώ και πόσα χρόνια έχει ξεκινήσει να φαίνεται ότι υπάρχει αυτή η τάση;

Από τη στιγμή, που καταλάβανε ,ότι χρειάζονται χρήματα , κυρίως εδώ και 5 χρόνια.

Υπογράφετε συμβόλαια με τους δήμους;

Βεβαίως. Κατατίθενται και στη ΔΟΥ. Πρέπει να το έχεις το συμβόλαιο τη μέρα της συναυλίας εκεί, αν έρθει η εφορία τι θα πεις ; Τι είναι αυτό; Πώς είναι συμφωνημένα να δει: Καμία συναυλία δεν γίνεται χωρίς συμβόλαιο, ούτε στο πιο μικρό χωριό, δεν μπορείς να πας έτσι, δεν σε συμφέρει να καταστραφείς. Αν έρθει ένας έλεγχος για πλάκα, θα σου πει

, ποιος πληρώνεται; Τι; Πως ξέρουμε; Που είναι το συμβόλαιο; Που είναι οι φόροι; Ένα μεγάλο μέρος της δουλειάς του γραφείου είναι να κάνει συμβόλαια και να παρακολουθεί.

Νόμιζα ότι αυτό το έκαναν μόνο τα μεγάλα ονόματα και τα υπόλοιπα είναι πιο χαλαρά;

Δεν γνωρίζω. Το δικό μας γραφείο και στα μικρά ονόματα ακόμα έχει συμβόλαια, τώρα που να ξέρω για άλλους.

Θεωρείς ότι υπάρχουν καταρτισμένοι άνθρωποι, που ασχολούνται με τα φεστιβάλ, όπως έχεις διαπιστώσει από την εμπειρία σου ανά την Ελλάδα; Όχι. Κάθε τρελός και παλαβός αναλαμβάνει την ανάδειξη του φεστιβάλ, έχω ζήσει τραγελαφικές καταστάσεις σ' αυτή την ιστορία. Ακόμα και στα φεστιβάλ της Αττικής θα πετύχεις ελάχιστους ανθρώπους, που ξέρουν τη δουλειά και είναι επαγγελματίες, ας πούμε η Τασία Σαρρίδου (στο Βύρωνα), έχεις πετύχει έναν άνθρωπο που ξέρει τη δουλειά. Το γέλιο το μεγάλο είναι στην υποδομή για παραστάσεις και συναυλίες δηλαδή δεν έχουν υπολογίσει να έχουν ούτε καν καλώδιο και παροχή από το ρεύμα που δίνουν και απαιτείται, ούτε καρέκλες. Η ασφάλεια, ξέρεις ότι αν εμείς δεν πηγαίναμε σε όλες τις συναυλίες, φοβόμαστε και δεν ξέρουμε τι μπορεί να συμβεί. Εμείς βοηθάμε την κατάσταση πολλές φορές. Επειδή δε, δεν ξέρουμε τι θα συναντήσουμε, τα γράφουμε όλα στην πρότασή μας μέχρι και τα νερά, κι αυτά τα ζητάς και δεν σου τα φέρνουνε. Σπατάλη χρόνου και ώρας. Αντίθετα στην Κύπρο, που πηγαίνω με τον Μιχάλη Χατζηγιάννη, είναι λιγότεροι αλλά καλύτεροι επαγγελματίες.

Έχουν ταυτότητα τα φεστιβάλ στην Ελλάδα ή αντιγράφουν το ένα το άλλο;

Όχι δεν έχουν ταυτότητα.

Θεωρείς ότι κάποιο έχει ένα concept, εκτός του φεστιβάλ Αθηνών, πάει κάτι να προτείνει;

Ναι υπάρχουν μερικά πχ Φεστιβάλ Ναυπλίου, το sani festival στη Χαλκιδική. Κάθε μέρος έχει ειδικά φεστιβάλ, υπάρχουν ειδικά φεστιβάλ δεν μπορεί να μην υπάρχουν, τα οποία κάνουν κάποια πράγματα.

Στη Χαλκιδική δηλ. τι ταυτότητα έχει;

Έχει ένα είδος σύγχρονης ανοιχτής δημιουργικής μουσικής. Το 95% των φεστιβάλ είναι χωρίς ταυτότητα, δεν υπάρχουν άνθρωποι να έχουν αίσθηση του τι κάνουν, δεν το αγαπούν αυτό το πράγμα, που κάνουν, δεν αγαπούν τη μουσική. Τελείωσε! Μην ασχολούμαστε άλλο μ' αυτό το θέμα, δεν βρίσκω ανθρώπους πια, δεν υπάρχει αυτή η ωραία τρέλα με τη μουσική. Όταν εγώ ήμουν 20 χρόνων έπαιρνα το magic bus και πήγαινα

στο Λονδίνο να πάρω δίσκους , εγώ με άλλους 15 τρελούς , τώρα θα πάνε για spa όχι για δίσκους. Δεν υπάρχει τρέλα με την μουσική , σε γενικό επίπεδο, η μουσική τώρα είναι σε κινητά, σε ειδικό επίπεδο υπάρχουν. Αλλά μην περιμένουν ότι υπάρχουν άνθρωποι στα φεστιβάλ , οι περισσότεροι ήταν αριστεροί, οι οποίοι βρέθηκαν στα φεστιβάλ και κάνουν συγκεκριμένα πράγματα τα ίδια και τα ίδια. Δημιουργήθηκε όλο αυτό το κλίμα των φεστιβάλ, το οποίο για κάποιους λόγους ανέδειξε ένα είδος τραγουδιού . καλώς το ανέδειξε, αλλά δεν υπάρχει ταυτότητα όλοι κάνουν το ίδιο.

Ξέρεις το νόμο για τις χορηγίες;

Τον ξέρω αλλά εγώ δεν βλέπω να αυξάνονται οι χορηγίες επειδή τους μειώνουν τα φορολογικά . Θα πάνε σε συγκεκριμένα πράγματα. Αν έρθει η Shakira θα τρέξουν όλοι.

Έχεις μια ευκολία εσύ που έχεις μεγάλα ονόματα να βρεις χορηγούς;
Το μεγάλο όνομα θα βρει χορηγό.

Για άλλα ονόματα πιο μικρά;

Όχι εκεί υπάρχει παιδεμα , κάνεις ολόκληρες διαδικασίες να σε μάθουν , να σε γνωρίσουν, να σε ξεκινήσουν, να παρουσιάσεις πακέτα , δεν είδα καμιά ευκολία εγώ. Το μεγάλο όνομα το κυνηγάνε όλοι..

Τους ενδιαφέρει τους χορηγούς να ασχοληθούν με μουσικά γεγονότα ή έχουν στραφεί σε αθλητικά και κοινωνικά;
Όχι τους ενδιαφέρει.

Υπάρχει πιστεύεις διασύνδεση των ελληνικών φεστιβάλ με του εξωτερικού; Μεταξύ τους τα ελληνικά φεστιβάλ;

Καμία. Η περίπτωση του εξωτερικού στην Ελλάδα είναι λίγο πρωτόγονη , δεν ενδιαφέρεται κανείς , παρά μόνο κάποιοι ιδιώτες , οι οποίοι προσπαθούν να βγάλουν τα ονόματα που έχουν έξω. Τίποτα άλλο. Έχω πάει στο womex πριν 12-13 χρόνια και η μόνη χώρα που δεν είχε stand στο φεστιβάλ ήταν η Ελλάδα. δεν υπάρχει κανένα ενδιαφέρον εδώ, εδώ είχε συλλογή η Αυστρία, που δεν μουσική παραγωγή και ιστορία, με τους νέους καλλιτέχνες της και δεν είχε η Ελλάδα.

Τι χρειάζεται ένα φεστιβάλ για να είναι διεθνές;

Τρεις είναι οι παράγοντες 1) Γνώση και χρόνο 2) οικονομικά 3) να ενδιαφερθεί ο κόσμος. Ο τρίτος παράγων είναι πολύ ενδιαφέρων και σημαντικός είναι η αδιαφορία του κόσμου και η συνολική αποβλάκωση που έχει πάθει καλλιτεχνικά. Θα τον δεις να τρέξει σε κάτι καλό μόνο , αν τρέχουν κι οι άλλοι , δηλαδή θα δεις ξαφνικά ένα ρεύμα να πάει

κάπου, να μαζεύεται κόσμος κι αυτό ήταν . Δεν υπάρχει ενδιαφέρον γι' αυτή τη δουλειά . Νομίζω ότι έχει αρχίσει κι αδιαφορεί και θέλει τα ίδια και τα ίδια . Είναι λίγες οι περιπτώσεις νέων ανθρώπων που πετυχαίνουν. Πολύ λίγες, 5 στην 5ετία μέσα. Αυτή τη στιγμή λέμε υπάρχει κρίση στο τραγούδι , όμως δεν έχει βγει κάτι καινούριο, παιδεύονται τα ονόματα δεν ενδιαφέρεται ο κόσμος για κάτι άλλο. Επομένως πρέπει να πάει ο κόσμος (στο φεστιβάλ). Γι' αυτό χρειάζεται χρόνος, διότι ο κόσμος δεν ενδιαφέρεται , άρα πρέπει να επιμένεις , να τους δείξεις, ότι είναι κάτι πραγματικά ενδιαφέρον και να αρχίσει να 'ρχεται σιγά σιγά. Να το κάνεις δηλ. 3-4 φορές χωρίς να βγάλεις δραχμή, ίσως μερικές φορές να βάλεις κι από την τσέπη σου , ώστε την 5^η φορά να 'ρθει ο κόσμος και να πει, ά το ξέρω , είναι το φεστιβάλ , που άκουσα και πέρυσι και πρόπερσι, κάτι θα' είναι αυτό.

Με τι κριτήρια κλείνουν τα φεστιβάλ ένα καλλιτέχνη ;

Τρία κριτήρια 1.φιλικά-γνωριμίες, 2.οικονομικά, εκεί που ξέρεις ότι θα βγάλεις λεφτά 3.μεγάλα ονόματα

Τα μεγάλα ονόματα δεν συμπεριλαμβάνονται στα οικονομικά (κριτήριο); Όχι δεν ξέρεις . Ένα μεγάλο όνομα μπορεί να μη σε βγάλει , αν σου ζητήσει πολλά λεφτά μπορεί να μη βγεις, θα το κάνεις για την αίγλη. Δεν βγάζουν όλα τα μεγάλα ονόματα λεφτά στα φεστιβάλ ή τα βγάζουν αλλά δεν τα βγάζουν παντού.

Τα κριτήρια που είπες πριν , κανένα δεν είναι , που να τους αφορά να προτείνουν κάτι ιδιαίτερο;

Το είπαμε και πριν, οι περισσότεροι δεν γνωρίζουν από το αντικείμενο . δεν έπρεπε φεστιβάλ σαν το Βύρωνα ας πούμε να έχουν κάποιες βραδιές με παραδοσιακή μουσική ; Κάποιους νέους με πιο πολύ διαφήμιση από τους άλλους;

Ασφαλίζονται οι συναυλίες;

Ναι όλες .

Από τι ;

Από βροχή.

Γενικώς όλο τον κίνδυνο;

Την αστική ευθύνη την έχει από τη μια μεριά ο χώρος και από την άλλη ο διοργανωτής συναυλίας. Δεν νομίζω, ότι όλοι ασφαλίζουν, συνολικά τη συναυλία συνήθως μόνο από βροχή. Όταν λες φεστιβάλ των βράχων διοργανωτής είναι το Θέατρο Βράχων. Το πρώτο πράγμα σε μια συναυλία είναι η ασφάλεια του κόσμου και αυτό είναι θέμα του διοργανωτή. Αν

δεν γίνει η συναυλία επειδή δεν εμφανίζεται ο καλλιτέχνης αυτό είναι θέμα του management.

Για τις συναυλίες τα ίδια τα φεστιβάλ κάνουν προώθηση των γεγονότων τους ή συνεργάζεστε κι εσείς πάνω σ' αυτό;

Συνεργαζόμαστε κι εμείς , κανονικά πρέπει να το κάνουν οι ίδιοι, από τη στιγμή που το αγοράζουν το γεγονός και είναι δικό τους. Δίνουμε αρκετά πράγματα έτοιμα δηλ. την αφίσα (και τη συμπληρώνουν από κάτω), τα ραδιοφωνικά spots μόνο με το κενό της ημερομηνίας, το τηλεοπτικό spot επίσης, τα δελτία τύπου επίσης. Υπάρχει μια τέτοια βοήθεια , που είναι ενιαία και πηγαίνει σ' όλους.

Τα φεστιβάλ είναι κυρίως μουσικά ή ένα μείγμα;

Τα φεστιβάλ είναι ανάμικτα είτε μουσικά είτε θεατρικά είτε και τα δυο μαζί.

Στα ελληνικά φεστιβάλ οι επαφές είναι πιο προσωπικές στα ξένα φεστιβάλ είναι έτσι ;

Πράγματι στα ελληνικά φεστιβάλ οι επαφές είναι προσωπικές . Είμαστε σα μια μεγάλη οικογένεια όλοι. Στο εξωτερικό είναι λίγο διαφορετικά , είναι πιο απρόσωπα και άρα πιο επαγγελματικά . Μπορούν να γίνουν πιο φιλικά λόγω των οργανωμένων συνεδρίων, που υπάρχουν. Το womex είναι ένα συνέδριο για τη world music εκεί βρισκόμαστε διοργανωτές απ' όλο τον κόσμο. Υπάρχουν δηλ. συνέδρια για τα φεστιβάλ τα μεγάλα, τα rock festivals, τα world festivals γενικότερα και βρίσκεις τον τρόπο και την δίοδο. Αυτή είναι μια μεγάλη κουβέντα αλλά σε γενικές γραμμές πρέπει να βρεις το στόχο σου και μετά να βρεις τον κατάλληλο κύκλο ανάλογα με το τι και ποιόν προτείνεις.

Πληρώνουν όλοι οι δήμοι; Πως εξασφαλίζεσαι ότι θα πάρει τα λεφτά σου ;

Δεν πληρώνουν όλοι, δηλαδή υπάρχει ένα ποσοστό, που δεν μας πληρώνει (10-15%). Όταν είναι επικίνδυνα στα θέματα αμοιβής προσπαθούμε να βάζουμε όρους, διαφορετικά περιμένουμε και 1 μήνα γιατί ξέρουμε , ότι οι δήμοι πολλές φορές δεν έχουν τα χρήματα να τα δώσουν.

Εν τω μεταξύ το γραφείο πληρώνει τους συντελεστές;

Ε βέβαια δεν μπορείς να τους παιδεύεις. Ζουν από αυτό.

Πρέπει δηλαδή να έχεις δηλαδή απόθεμα;

Εξαρτάται από τη δύναμη του γραφείου εκεί.

Πόσο πολιτικές (κομματικές) είναι οι συμμετοχές στα φεστιβάλ;
Όχι όχι δεν λειτουργεί αυτό. Το να έχει κάποιος μια γνωριμία και να τον βοηθήσει, αυτό είναι άλλο θέμα, δεν σημαίνει όμως ότι τα φεστιβάλ κινούνται με βάση αυτό. Όχι. Εξάλλου όπως βλέπεις τα φεστιβάλ ένα ενιαίο πράγμα παίζουν. Φέτος του μεν του χρόνου τους δεν.

Όταν κάνεις συναυλίες θες συγκεκριμένες μέρες; Θες Σάββατα στην Αθήνα πχ;

Εξαρτάται από την περίοδο. Όταν πχ είναι καλοκαίρι δεν θες Σάββατα γιατί ο κόσμος φεύγει διήμερα. Πρέπει να κοιτάς διάφορα πράγματα πχ αν έχει τίποτα γεγονότα και διοργανώσεις αθλητικές (champions league) που μπορεί να μειώσουν την αναμενόμενη προσέλευση θεατών.

Στην επαρχία είναι αλλιώς;

Το χειμώνα Παρασκευή Σάββατο οι καλύτερες μέρες, αλλά το καλοκαίρι και στην επαρχία φεύγουν και πάνε στις παραλίες τα διήμερα, αλλά βέβαια εξαρτάται από το όνομα, το δυνατό όνομα, δεν καταλαβαίνει από μέρος. Αν είναι να'χεις κόσμο θα 'χεις.

Υπάρχουν πολλά γραφεία;

Πάρα πολλά, χαμός γίνεται, κάθε καλλιτέχνης έχει και το γραφείο του δεν μπορούν να κάτσουν πολλοί Έλληνες καλλιτέχνες στο ίδιο γραφείο.

Γιατί τα ελληνικά φεστιβάλ δεν φιλοξενούν ξένα σχήματα;

Δεν γνωρίζουν ποια να φέρουν, οικονομικά, είναι πιο ακριβά γι' αυτούς και άρα ασύμφορα.

Πόσο ρόλο παίζει για σένα ο χώρος για σένα;

Παίζει και πολύ μάλιστα. μακάρι να'ταν ωραίοι οι χώροι. Η αισθητική του θεάτρου Βράχων είναι ενδιαφέρουσα, αλλά πρέπει να φτιάξει το θέατρο.

Μπορεί ένα φεστιβάλ να υπάρξει χωρίς εισιτήρια;

Όχι δεν μπορεί. Μπορεί να γίνει μια φορά το χρόνο ή κάτι τέτοιο. Ο κόσμος πρέπει να μάθει να πληρώνει. Είναι καλό όταν παίζεις κάτι να δίνεις κάτι. Όταν πας κάπου θες και πας, δεν βασανίζεσαι κάτι σου προσφέρει, γι' αυτό πας. Αυτός λοιπόν που προσφέρει έχει εργαστεί και το προϊόν της εργασίας ενός ατόμου ή μιας ομάδας είναι αυτό που βλέπεις, άρα είναι χρήσιμο να πληρώνεις.

Μπορείς να περάσεις ένα μικρό όνομα στα φεστιβάλ;
Βρίσκεις τρόπους. Στους δήμους όμως το καλοκαίρι πολύ δύσκολα. Θέλει
πολύ πίεση για τα μικρά ονόματα.

Σε ευχαριστώ πολύ.

Παράρτημα 4

Βάση Δεδομένων Ελληνικών

Φεστιβάλ

(ΠΗΓΗ :www.goculture.gr)

Αθήνα-Πειραιάς-Αττική						
Φεστιβάλ	Περιοχή	Περιεχόμενο	Χώρος	Έναρξη	Λήξη	Διοργανωτής
Electrograph 06-Athens Sound Media Festival	Αθήνα	Μουσική	Poils Park	Ιανουάριος	Ιανουάριος	Electrograph
Πλατόφωρμα Σύγχρονου Ελληνικού Χορού	Αθήνα	Χορός	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών	Φεβρουάριος	Φεβρουάριος	Σωματείο Ελλήνων Χορογράφων
Φεστιβάλ "Δια-Ροές"	Αθήνα	Μουσική, ζωγραφική	Χοροθέατρο "Ροές"	Φεβρουάριος	Φεβρουάριος	Χοροθέατρο "Ροές"
Φεστιβάλ Ντοκιμαντέρ Κινηματογράφος και Πραγματικότητα	Αθήνα	Σινεμά	Γαλλικό Ινστιτούτο	Φεβρουάριος	Φεβρουάριος	Γαλλικό Ινστιτούτο Αθηνών
Greek Electro Festival	Αθήνα	Μουσική	Club 22	Φεβρουάριος	Φεβρουάριος	ΑΝΩΣΗ Α.Ε.
Φεστιβάλ Cult Ελληνικού Κινηματογράφου	Αθήνα	Σινεμά	Gagarin 205 Live Music Space	Φεβρουάριος	Φεβρουάριος	Astra
Φεστιβάλ Βίντεο "Πνευματικοί Δρόμοι"	Αθήνα	Σινεμά	Πολυχώρος Αθηνάς	Φεβρουάριος	Φεβρουάριος	Πολυχώρος Αθηνάς
Ψηφιακό Φεστιβάλ Ευρωπαϊκού Ντοκιμαντέρ	Αθήνα	Σινεμά	Ινστιτούτο Goethe Αθήνας	Φεβρουάριος	Φεβρουάριος	Ινστιτούτο Goethe Αθήνας
Φιλοτέλεια	Αθήνα	Εικαστικά	Πνευματικό Κέντρο Δήμου Αθη	Φεβρουάριος	Φεβρουάριος	Ελληνική Φιλοτελική Εταιρία
Πανόραμα Οικολογικών Ταινιών	Αθήνα	Σινεμά	Ελληνική Εταιρεία για την Προσ	Φεβρουάριος	Μάρτιος	Ελληνική Εταιρεία για την Προστασία του Περιβάλλοντος και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς
Αθηναϊκή Αποκριά	Αθήνα	Μουσική-Χορός-Παρ	διάφορα σημεία της Αθήνας	Φεβρουάριος	Μάρτιος	Πολιτισμικός Οργανισμός Δήμου Αθηναίων
Τέχνη στην Πρώτη Σελίδα	Αθήνα	Εικαστικά	Μουσείο Μπενάκη-Νέο Κτίριο	Φεβρουάριος	Μάρτιος	Athens Voice
Θεατρική Δράση	Αθήνα	Θέατρο	Θέατρο της Ανοίξης	Φεβρουάριος	Απρίλιος	Θέατρο της Ανοίξης
Διεθνές Grand Prix Μαρία Κάλλας	Αθήνα	Μουσική	Διεθνές Καλλιτεχνικό Κέντρο	Μάρτιος	Μάρτιος	Διεθνές Καλλιτεχνικό Κέντρο Athenaeum
Διεθνές Φεστιβάλ Ρεαλιστικών Κόμικς	Αθήνα	Εικαστικά	Κέντρο Τεχνών Πάρκου Ελευ	Μάρτιος	Μάρτιος	Περιοδικό Γαλέρα
Φεστιβάλ Μουσικής Δωματίου	Αθήνα	Μουσική	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών	Μάρτιος	Μάρτιος	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
Έκθεση Έργων και Αντικειμένων Τέχνης	Αθήνα	Εικαστικά	Ζάππειο Μέγαρο	Μάρτιος	Μάρτιος	Σωματείο Αρχαιοπωλών και Εμπόρων Τέχνης
Βραβεία Αρχιτεκτονικής	Αθήνα	Αρχιτεκτονική	Μουσείο Μπενάκη-Νέο Κτίριο	Μάρτιος	Μάρτιος	Ελληνικό Ινστιτούτο Αρχιτεκτονικής
Εκδηλώσεις για την Παγκόσμια Ημέρα Ποίησης	Αθήνα	Λογοτεχνία	διάφορα σημεία της Αθήνας	Μάρτιος	Μάρτιος	Εθνικό Κέντρο Βιβλίου
Φεστιβάλ Γαλλόφωνου Κινηματογράφου	Αθήνα	Σινεμά	Απόλλων Renault Filmcenter	Μάρτιος	Απρίλιος	Γαλλικό Ινστιτούτο Αθηνών
Ανοιχτάκιος Κύκλος Συνυαλίων Εκκλησιαστικού Οργάνου	Αθήνα	Μουσική	Αγγλικανική Εκκλησία Αγίου	Απρίλιος	Απρίλιος	sprcs 'n' arts
Φεστιβάλ Νέων Θεατρίνων	Αθήνα	Θέατρο	Θέατρο Τόπος Αλλού	Απρίλιος	Απρίλιος	Θέατρο Τόπος Αλλού
Athens VideoArt Festiva	Αθήνα	Σινεμά	Αγγέλων Βήμα	Απρίλιος	Απρίλιος	MultiTrab Productions
animfest	Αθήνα	Σινεμά	Απόλλων Filmcenter Cinema	Απρίλιος	Απρίλιος	Ευρωπαϊκό Κέντρο Κινοούμενων Σχεδίων
Εκδηλώσεις για την Παγκόσμια Ημέρα Βιβλίου	Αθήνα	Λογοτεχνία	διάφοροι χώροι	Απρίλιος	Απρίλιος	Εθνικό Κέντρο Βιβλίου
Ευρωπαϊκή Γιορτή της Μουσικής	Αθήνα	Μουσική	διάφοροι χώροι	Απρίλιος	Απρίλιος	ΜΕΣΟ
Πανόραμα Σύγχρονου Ελληνικού Χορού	Αθήνα	Χορός	Κέντρο Τεχνών Χαλανδρίου	Απρίλιος	Απρίλιος	Κέντρο Τεχνών Χαλανδρίου
m.a. d. Festival	Αθήνα	Χορός	Ελληνικός Κόσμος	Απρίλιος	Μάιος	Χορευτές
Φεστιβάλ Εναλλακτικής Σκηνής	Αθήνα	Θέατρο	Θέατρο Εντροπία	Μάιος	Μάιος	Θέατρο Εντροπία
Elfentanz Festival	Αθήνα	Μουσική	Gagarin 205 Live Music Space	Μάιος	Μάιος	Astra
Rocket Theater Festival	Αθήνα	Θέατρο	Φούρνος, Κέντρο για τον Ψηλ	Μάιος	Μάιος	Φούρνος-Μικρό Πολυτεχνείο
Art Athina	Αθήνα	Εικαστικά	Εκθεσιακό Κέντρο Helexpro	Μάιος	Μάιος	Πανελλήνιος Συνδεσμός Αιθουσών Τέχνης
Πανελλήνια Έκθεση Παλαιών Καρτ-ποστάλ	Αθήνα	Εικαστικά	Πνευματικό Κέντρο του Δήμου	Μάιος	Μάιος	Πολιτισμικός Οργανισμός Δήμου Αθηναίων
Modern Rock & Emo Festival	Αθήνα	Μουσική	House Of Art	Μάιος	Μάιος	HOUSE OF ART
Διεθνές Φεστιβάλ Επιστημονικών Ταινιών	Αθήνα	Σινεμά	Ελληνοαμερικανική Ένωση	Μάιος	Μάιος	CAID
Δοκιμές	Αθήνα	Θέατρο	Θέατρο Αμόρε	Μάιος	Μάιος	Θέατρο του Νότου
Γιορτή Βιβλίου	Αθήνα	Βιβλίο	Πεζόδρομος Διονυσίου Αρεότα	Μάιος	Μάιος	Σύλλογος Εκδότων Βιβλίου Αθηνών (ΣΕΒΑ)
Φεστιβάλ Φοιτητικού Θεάτρου	Αθήνα	Θέατρο	Πολυχώρος Νέου Κόσμου	Μάιος	Μάιος	Πολιτισμικός Οργανισμός Δήμου Αθηναίων-Πανελλήνια Ένωση Φοιτητικών Θεατρικών Ομάδων
Θέατρο πέρα από τα όρια	Αθήνα	Θέατρο	Θέατρο Ιλίσια-Ντενίσση	Μάιος	Ιούνιος	Αττική Πολιτιστική Εταιρεία
Διαγωνισμός Ψηφιακής Ταινίας Μικρού Μήκους	Αθήνα	Σινεμά	Βρετανικό Συμβούλιο, Αθήνα	Μάιος	Ιούνιος	Βρετανικό Συμβούλιο
Φεστιβάλ Χορού Σωματείου Ελλήνων Χορογράφων	Αθήνα	Χορός	Altera Pars, Αργώ, Δανδουλά	Μάιος	Ιούνιος	Σωματείο Ελλήνων Χορογράφων
Eco Festival	Αθήνα	Εικαστικά-Μουσική	διάφοροι χώροι	Μάιος	Ιούνιος	Ελλάδα Καθαρή
Διεθνές Φεστιβάλ Καλλιτεχνικής Φωτογραφίας	Αθήνα	Φωτογραφία	Εκθεσιακός χώρος Ε.Φ.Ε	Μάιος	Ιούνιος	Ελληνική Φωτογραφική Εταιρεία
Electron Nights	Αθήνα	Μουσική	Στάδιο Καραϊσκάκη	Μάιος	Ιούλιος	Άνωση
Καλοκαίρι στο Λυκαβηττό	Αθήνα	Μουσική-Θέατρο-Χ	Θέατρο Λυκαβηττού	Μάιος	Σεπτέμβριο	Ελληνικό Φεστιβάλ ΑΕ
Schoolwave Festival	Αθήνα	Μουσική	Τεχνόπολις	Ιούνιος	Ιούνιος	Περιοδικό Schooligans
Ευρωπαϊκό Φεστιβάλ Τζαζ στην Τεχνόπολη	Αθήνα	Μουσική	Τεχνόπολις	Ιούνιος	Ιούνιος	Πολιτισμικός Οργανισμός Δήμου Αθηναίων
Φεστιβάλ Εικαστικής Έκφρασης των παιδιών της Αθήνας	Αθήνα	Εικαστικά	πεζόδρομος Διονυσίου Αρεότα	Ιούνιος	Ιούνιος	Οργανισμός Νεολαίας και Άθλησης του Δήμου της Αθήνας
Διεθνής Καλοκαιρινός Μήνας Φωτογραφίας	Αθήνα	Φωτογραφία	διάφορα σημεία της Αθήνας	Ιούνιος	Ιούλιος	Foto Art Magazine
Φεστιβάλ Αθηνών	Αθήνα	Μουσική-Θέατρο-Χ	Ωδείο Ηρώδου Αττικού	Ιούνιος	Ιούλιος	Ελληνικό Φεστιβάλ ΑΕ
Κύκλος Θεαμάτων	Αθήνα	Μουσική-Θέατρο-Χο	διάφορα σημεία της Αθήνας	Ιούνιος	Σεπτέμβριο	Πολιτισμικός Οργανισμός Δήμου Αθηναίων
Φεστιβάλ Ομάδων Δράσης	Αθήνα	Θέατρο	Θέατρο των Αλλαγών	Ιούλιος	Ιούλιος	Θέατρο των Αλλαγών
Αντιρατσιστικό Φεστιβάλ	Αθήνα	Πλατεία Πρωτομαγιάς Πεδίου	Ιούλιος	Ιούλιος	Ιούλιος	PRO4
Διεθνές Φεστιβάλ Χορού Αθήνας	Αθήνα	Χορός	διάφορα σημεία της Αθήνας	Ιούλιος	Ιούλιος	PRO4
Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας-Νύχτες Πρεμιέρας	Αθήνα	Σινεμά	Απόλλων, Αττικόν, Δαναός 1 &	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Κινηματογραφική Εταιρία Αθηνών
Διεθνές Φεστιβάλ Κόμικς	Αθήνα	Εικαστικά	Τεχνόπολις	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Περιοδικό Βαβέλ
Rock Away Festival	Αθήνα	Μουσική	Ανοίξη, 20 λεπτά από Κηφισιά	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος
Θέατρο πέρα από τα όρια	Αθήνα	Θέατρο	Θέατρο Ιλίσια-Ντενίσση	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Αττική Πολιτιστική Εταιρεία
Φεστιβάλ Βιβλίου	Αθήνα	Λογοτεχνία	Πεζόδρομος Διονυσίου Αρεότα	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Σύνδεσμος Εκδότων Βιβλίου
Πανόραμα Ευρωπαϊκού Κινηματογράφου	Αθήνα	Σινεμά	Απόλλων Renault, Αστυ	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Εφημερίδα Ελευθεροτυπία
Διεθνής Μήνας Φωτογραφίας	Αθήνα	Φωτογραφία	διάφορα σημεία της Αθήνας	Σεπτέμβριος	Νοέμβριος	Ελληνικό Κέντρο Φωτογραφίας
Φεστιβάλ Τέχνης και Τεχνολογίας Medi@terra	Αθήνα	Νέες τεχνολογίες	Φούρνος, Κέντρο για τον Ψηφια	Οκτώβριος	Οκτώβριος	Φούρνος, Κέντρο για τον Ψηφιακό Πολιτισμό
Πλατόφωρμα Βίντεο	Αθήνα	Σινεμά	Πολυχώρος 417	Οκτώβριος	Οκτώβριος	Πλατόφωρμα, Εταιρεία Αστικού Πολιτισμού
Φεστιβάλ Τέχνης για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα	Αθήνα	Σινεμά-Βιβλίο-Εκδλ	Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών	Νοέμβριος	Νοέμβριος	Ανοιχτοί Ορίζοντες
Διεθνές Χωροδιακό Φεστιβάλ	Αθήνα	Μουσική	Αθήνα-Χαλκίδα	Νοέμβριος	Νοέμβριος	Τροβαδούροι Κηφισιάς / Αθηναϊκή Πολιφωνία
Φεστιβάλ 2:13	Αθήνα	Μουσική	Μικρό Μουσικό Θέατρο	Δεκέμβριος	Δεκέμβριος	Μικρό Μουσικό Θέατρο
Πανελλήνιο Φεστιβάλ Μουσικής Δωματίου	Αθήνα	Μουσική	Expo Athens	Δεκέμβριος	Δεκέμβριος	Ένωση Φίλων της Ελληνικής Λόγιας Μουσικής
Φεστιβάλ Παιδικού Κινηματογράφου	Αθήνα	Σινεμά	Πολυχώρος Αθηνάς	Δεκέμβριος	Δεκέμβριος	Janssen-Cilag
Cheap Art	Αθήνα	Εικαστικά	Γκαλερί a.artnopoιουλου art	Δεκέμβριος	Δεκέμβριος	Cheapart
Διεθνές Φεστιβάλ Πολυφωνικού Τραγουδιού	Πετρούπολη	Μουσική	Θέατρο Πέτρας	Ιούλιος	Ιούλιος	Διεθνές Φεστιβάλ Πέτρας
Διεθνές Φεστιβάλ Πέτρας	Πετρούπολη	Μουσική-Θέατρο-Χ	Θέατρο Πέτρας	Ιούνιος	Σεπτέμβριο	Διεθνές Φεστιβάλ Πέτρας
Διεθνές Φεστιβάλ Κρουστών Croissis	Πετρούπολη	Μουσική	Θέατρο Πέτρας	Ιούλιος	Ιούλιος	Διεθνές Φεστιβάλ Πέτρας
Πολιτιστική Διαδρομή	Αιγάλεω	Μουσική	Δημοτικό Θέατρο Αλέξης Μινωτ	Αύγουστος	Οκτώβριος	Δήμος Αιγάλεω
Έκθεση Βιβλίου "Διπλά της Αθήνας"	Αιγάλεω	Λογοτεχνία	Άλσος Αιγάλεω	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Δημοτική Βιβλιοθήκη Αιγάλεω
Τριήμερο Φεστιβάλ Μουσικής	Χολαργός	Μουσική	Πνευματικό Κέντρο Δήμου Χολ	Απρίλιος	Απρίλιος	Δήμος Χολαργού
Εαρινό Φεστιβάλ Θεάτρου	Σπάτα	Θέατρο	Πνευματικό Κέντρο Δήμου Σπά	Απρίλιος	Απρίλιος	Δήμος Σπάτων
Synch Festival	Λαύριο	Μουσική	Τεχνολογικό Πολιτιστικό Πάρ	Ιούλιος	Ιούλιος	Steff Events

Rockwave Festival 2005	Μαλακάσας Μουσική	Terra Vibe	Ιούλιος	Ιούλιος	Didi Music SA / Big Star Promotion
Φεστιβάλ Υμηττού	Υμηττός	Μουσική-Θέατρο-Χο	Θέατρο Βράχων - Μελίνα Μερκι	Ιούλιος	Δήμος Υμηττού
Πολυεθνικό Πολιτιστικό Φεστιβάλ	Πειραιάς	Μουσική	Πασαλιμάνι	Ιούνιος	Όμιλος UNESCO Νομού Πειραιά και Νήσων
Φεστιβάλ Πειραιά	Πειραιάς	Μουσική-Θέατρο-Χ	Βεάκειο Αμφιθέατρο	Ιούνιος	Σεπτέμβριο Δημοτική Επιχείρηση Πολιτιστικής Ανάπτυξης Πειραιά
Ejekt Festival	Ελληνικό	Μουσική	Ολυμπιακές εγκαταστάσεις Β	Ιούνιος	Ιούνιος Detox promotions
Πολιτιστικό Καλοκαίρι	Νίκαια	Μουσική-Θέατρο-Χ	Δημοτικό Κηποθέατρο	Ιούλιος	Σεπτέμβριο Δήμος Νίκαιας
Ημέρες Πολιτισμού στον Αργοσαρωνικό	Αργοσαρω	Μουσική-Θέατρο-Χο	διάφορα σημεία του Αργοσαρω	Ιούλιος	Σεπτέμβριος Νομαρχία Πειραιά
Φεστιβάλ Σαλαμίνας	Σαλαμίνα	Μουσική-Θέατρο-Χο	Ευρωπαϊκό Θέατρο / Μουσείο Λι	Ιούλιος	Σεπτέμβριος Δήμος Σαλαμίνας
Biennale Νέων Εικαστικών Δημοιουργών				Αύγουστος	Σεπτέμβριος Υπουργείο Πολιτισμού, Ανάπτυξη Σχολή Καλών Τεχνών και Επιμελητηρία Εικαστικών Ελλάδος
Φεστιβάλ Αμαρουσίου	Μαρούσι	Μουσική-Θέατρο-Χο	διάφορα σημεία του Αμαρουσίου	Ιούλιος	Οκτώβριος Πνευματικό Κέντρο Δήμου Αμαρουσίου
Λαμπιτέια	Βίλια	Μουσική-Θέατρο-Χο	Κεντρική πλατεία Βιλίων Αττικής	Αύγουστος	Δήμος Βιλίων Αττικής
Φεστιβάλ Γαλατσίου	Γαλάτσι	Μουσική-Θέατρο-Χ	Ανοιχτό Θέατρο Άλσος Βέικο	Αύγουστος	Σεπτέμβριο Δήμος Γαλατσίου
Φεστιβάλ Χαλανδρίου	Χαλάνδρι	Μουσική-Θέατρο-Χο	Ευρωπαϊκό Θέατρο Ρεματιάς	Αύγουστος	Σεπτέμβριος Αετοπούλαιο Πολιτιστικό Κέντρο Δήμου Χαλανδρίου
Φεστιβάλ Βριλησίων	Βριλήσσια	Μουσική-Θέατρο	Θέατρο Νταμίρι	Αύγουστος	Σεπτέμβριος Δήμος Βριλησίων
Φεστιβάλ στη Σιά των Βράχων	Βύρωνα	Μουσική-Θέατρο-Χο	Θέατρο Βράχων	Αύγουστος	Οκτώβριος Δήμος Βύρωνα
Φεστιβάλ Παπάγου	Παπάγου	Μουσική-Θέατρο-Χο	Δημοτικό Θέατρο Παπάγου	Αύγουστος	Οκτώβριος Δήμος Παπάγου
Φεστιβάλ Ιλίου	Ίλιον	Μουσική-Θέατρο-Χο	Περιβαλλοντικό Πάρκο "Αντώνη	Αύγουστος	Οκτώβριος Πολιτιστικό Κέντρο Δήμου Ίλιου "Μελίνα Μερκούρη"
Φεστιβάλ Φανταστικού Κινηματογράφου	Ηλιούπολη	Σινεμά	Οργανισμός Προώθησης Εξαγν	Απρίλιος	Απρίλιος Ίδρυμα «Βαγγέλης Κοτρώνης» - Σχολή Κινηματογράφου και Τηλεόρασης του ΙΕΚ ΔΟΜΗ - Κινηματογραφική Λέσχη Ηλιούπολης
Φεστιβάλ Ηλιούπολης	Ηλιούπολη	Μουσική-Θέατρο-Χ	Δημοτικό Θέατρο Άλσους "Δι	Αύγουστος	Οκτώβριος Δήμος Ηλιούπολης
Διεθνές Πανόραμα Ανεξαρτήτων Δημοιουργών Φιλμ και Βίντεο	Άγιος Ιωάν	Σινεμά	Σινέ Ονειρο, Άγιος Ιωάννης Ρέν	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος Διεθνές Πανόραμα Ανεξαρτήτων Δημοιουργών
Earthdance Hellas	Ίλιον	Χορός-Μουσική-Εικε	Πάρκο Περιβαλλοντικής Ευαίσθ	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος Δίκτυο Πολιτιστικών Πάρκων
Διεθνές Φεστιβάλ Τέχνης και Πολιτισμού Δήμου Πεύκης	Πεύκη	Μουσική-Θέατρο-Χο	Άλσος Μορέλλα	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος Δήμος Πεύκης
Φεστιβάλ Δήμου Βάρης "Με τους ήχους της θάλασσας"	Βάρη	Μουσική-Θέατρο-Χο	Παραλία Βάρκιζας	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος Δήμος Βάρης
Φεστιβάλ Δήμου Παλλήνης	Παλλήνη	Μουσική-Θέατρο-Χο	Διάφοροι χώροι στην Παλλήνη	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος Δήμος Παλλήνης
Φεστιβάλ Πεντέλης	Πεντέλη	Μουσική-Θέατρο-Χο	Εγκαταστάσεις Κοινοτικής Επιχ	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος Πνευματικό Κέντρο Κοινότητας Πεντέλης
Ιωνικές Γιορτές	Νέα Σμύρνη	Μουσική-Θέατρο-Λα	Άλσος Νέας Σμύρνης	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος Δήμος Νέας Σμύρνης
Φεστιβάλ Γετονιάς	Νέα Χαλκη	Μουσική	Πολυχώρος οδού Δροσινή	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος Δήμος Νέας Χαλκηδόνας
Αισχύλεια	Ελευσίνα	Μουσική-Θέατρο-Χο	Παλαιό Εργοστάσιο "Κρόνος"	Ε Σεπτέμβριος	Οκτώβριος Πολιτιστικός Οργανισμός Δήμου Ελευσίνας
Φεστιβάλ Μεσογειακού Ντοκιμαντέρ	Λαύριο	Σινεμά	Τεχνολογικό και Πολιτιστικό Πά	Ιούλιος	Ιούλιος Σωματείο Ελλήνων Σκηνοθετών-Παραγωγών Κινηματογράφου, τη Νομαρχία Ανατολικής Αττικής και την Εταιρία Αξιοποίησης & Διαχείρισης Περιουσίας του Εθνικού Μετσόβειου Πολυτεχνείου

Νησιά Αιγαίου					
Φεστιβάλ	Περιοχή	Περιεχόμενο	Χώρος	Έναρξη	Λήξη
Συνάντηση Ερασιτεχνικών Θιάσων Αιγαίου	Αιγαίο	Θέατρο	νησιά Αιγαίου	Οκτώβριος	Οκτώβριος Υπουργείο Αιγαίου
Ανθεστήρια	Ρόδος	Φύση	Ρόδος	Μάιος	Μάιος
Διεθνές Φεστιβάλ Ecofilms	Ρόδος	Σινεμά	Δημοτικό Θέατρο Ρόδου, Εθνικ	Ιούνιος	Ιούνιος Εικόνα και Περιβάλλον - Αστική μη κερδοσκοπική Εταιρεία
Διεθνές Φεστιβάλ Όπερας	Ρόδος	Μουσική-Θέατρο	Μεσαιωνικό Θέατρο Τάφρου "Μ	Ιούλιος	Ιούλιος Πολιτιστικός Οργανισμός Δήμου Ρόδου
Πολιτιστικό Καλοκαίρι στη Ρόδο	Ρόδος	Μουσική-Θέατρο-Χο	Μεσαιωνικό Θέατρο Τάφρου "Μ	Ιούλιος	Σεπτέμβριος Πολιτιστικός Οργανισμός Δήμου Ρόδου
Θερινή Ακαδημία Πιάνου στη Ρόδο	Ρόδος	Μουσική	Εσπερίδες Beach / Esperos Pali	Αύγουστος	Σεπτέμβριος Οργανισμός Πολιτιστικής Ανάπτυξης Νομαρχίας Δωδεκανήσου
Ημέρες Μουσικής στη Ρόδο	Ρόδος	Μουσική	Παλάτι Μεγάλου Μαγίστρου	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος Φόρμινς - Εταιρεία Συναιστών
Φεστιβάλ Χάλικης-Κάσο Κάρπαθο	Χάλικη	Μουσική	Διάφοροι χώροι στη Χάλικη	Ιούλιος	Αύγουστος Δήμος Χάλκης
Φεστιβάλ Σύμης	Σύμη	Μουσική-Θέατρο-Χο	Διάφοροι χώροι στη Σύμη	1 Ιούλιος	5 Σεπτέμβριος Δήμος Σύμης
Φεστιβάλ Αστυπάλαιας	Αστυπάλαια	Μουσική	Διάφορα σημεία στην Αστυπάλ	21-Ιουν	τέλος Σεπτέ Πολιτιστικός-Αθλητικός Οργανισμός Δήμου Αστυπάλαιας
Φεστιβάλ Ορθοκευτικής Μουσικής Πάτμου	Πάτμος	Μουσική	Υπαίθριος χώρος του Ιερού Σπ	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος Πνευματικό Κέντρο Δήμου Πάτμου
Μουσικό Φεστιβάλ Νέων	Ικαρία	Μουσική		Αύγουστος	Αύγουστος Σύλλογος Νέων Αγίου Κηρύκου
Διεθνές Φεστιβάλ Μανώλη Καλομοίρη	Σάμος	Μουσική	Διάφοροι χώροι στη Σάμο	Ιούλιος	Σεπτέμβριος Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Σάμου
Θεοωράκεια	Χίος	Μουσική	Διάφοροι χώροι στην Χίο	τέλος Ιούνιος	αρχές Σεπτέ Δήμος Χίου
Χειμώνες Πολιτισμού	Χίος	Διαλέξεις, πεζογραφία	Κέντρο Χιακών Μελετών "Πελιν	Οκτώβριος	Οκτώβριος Κέντρο Χιακών Μελετών "Πελινναιο"
Λεσβιακό καλοκαίρι	Λέσβος	Μουσική	Διάφοροι χώροι στη Λέσβο	Αύγουστος	Αύγουστος Δήμος Μυτιλήνης
Samothraki Gathering	Σαμοθράκη	Μουσική	Δημοτικό Κάμπινγκ Σαμοθράκη	Αύγουστος	Αύγουστος
Φεστιβάλ "Όνειρο στο Κύμα"	Σκιάθος	Μουσική-Θέατρο-Χο	Ανοιχτό Δημοτικό Θέατρο Μπ	Ιούλιος	Αύγουστος Δήμος Σκιάθου
Φεστιβάλ Σκοπέλου	Σκόπελος	Μουσική-Θέατρο-Χο	Διάφοροι χώροι στην Σκόπελο	Ιούλιος	Αύγουστος Δήμος Σκοπέλου
Γιορτές Φολέγανδρου	Φολέγανδρος	Μουσική-Θέατρο-Χο	Διάφοροι χώροι στη Φολέγανδρ	Ιούλιος	Αύγουστος Media dell' Arte
Φεστιβάλ Φωτογραφίας Ανδρού	Άνδρος	Φωτογραφία	Όρμος Κορβίου	Αύγουστος	Αύγουστος Foto Art Magazine
Μουσικό Φεστιβάλ Τήνου	Τήνος	Μουσική	Εκκλησιαστικό Λύκειο Τήνου	Ιούλιος	Ιούλιος Σωματείο "Οι Φίλοι της Τήνου"
Φεστιβάλ Εξωμβούργου	Τήνος	Μουσική-Θέατρο-Χο	Διάφοροι χώροι της Τήνου	Ιούλιος	Σεπτέμβριος Δήμος Εξωμβούργου
Φεστιβάλ Επιστημονικής Φαντασίας	Σύρος	Σινεμά-Εικαστικά-Φν	Διάφοροι χώροι στην Ερμούπο	Απρίλιος	Απρίλιος Πνευματικό Κέντρο Δήμου Ερμούπολης
Ερμούπολεια	Σύρος	Μουσική-Θέατρο-Χο	Διάφοροι χώροι στην Σύρο	Ιούνιος	Σεπτέμβριος Πνευματικό Κέντρο Δήμου Ερμούπολης
Φεστιβάλ Κιθάρας Ερμούπολης	Σύρος	Μουσική	Θέατρο Απόλλων / Πνευματικό	Ιούλιος	Ιούλιος Πνευματικό Κέντρο Δήμου Ερμούπολης
Διεθνές Μουσικό Φεστιβάλ Κυκλάδων	Σύρος	Μουσική	Θέατρο Απόλλων, Ερμούπολη	Αύγουστος	Σεπτέμβριος Classical Music Network (CMN)
Φεστιβάλ Κλασικής Μουσικής	Πάρος	Μουσική	Αρχιλόχος: Πολιτιστικό Κέντρο Ι	Ιούνιος	Σεπτέμβριος Αρχιλόχος: Πολιτιστικό Κέντρο Πάρου
Φεστιβάλ Πάρου	Πάρος	Μουσική-Θέατρο-Χο	Διάφοροι χώροι στην Πάρο	Ιούνιος	Οκτώβριος Δήμος Πάρου
Φεστιβάλ Νάξου	Νάξος	Μουσική-Εκθέσεις-Ε	Πύργος Μπαζαίου	Ιούλιος	Σεπτέμβριος Πολιτιστικός Οργανισμός Αιών
Citrus Mundi	Κέα	Θέατρο-Εικαστικά	Κέντρο Σύγχρονης Τέχνης Κέας	Ιούλιος	Σεπτέμβριος Κέντρο Σύγχρονης Τέχνης Κέας
Γιορτή Παραμυθιών	Κέα	Αφήγηση, εικαστικά, υπαίθριο	χώροι	Ιούλιος	Ιούλιος Κέντρο Μελέτης και Διάδοσης Μύθων και Παραμυθιών, με στήριξη Δήμου Κέας, Δημοτικής Επιχείρησης Ανάπτυξης Κέας και τη συνεργασία του Πολιτιστικού Συλλόγου «Σιμωνίδης ο Κείος»
Διεθνές Μουσικό Φεστιβάλ Σαντορίνης	Σαντορίνη	Μουσική	Συνεδριακό Κέντρο Π. Νομικού	Αύγουστος	Σεπτέμβριος Συνεδριακό Κέντρο Πέτρου Νομικού

Κρήτη					
Φεστιβάλ	Περιοχή	Περιεχόμενο	Χώρος	Έναρξη	Λήξη
ΦotoTherapy	Ρεθύμνο	Φωτογραφία	Ξενία	Φεβρουάριος	Φεβρουάριο Ομάδα Cosup
Υακίνθια Ρεθύμνου	Ρεθύμνο	Μουσική	Εκκλησία Αγίου Υακίνθου, Φο	Ιούλιος	Ιούλιος Άγιος Υακίνθος - αστική μη κερδοσκοπική εταιρία
Αγαπεννησιακό Φεστιβάλ Ρεθύμνου	Ρεθύμνο	Μουσική-Θέατρο-Χο	Θέατρο Ερμούφλη / Ωδείο Ρεθύμ	Ιούλιος	Σεπτέμβριος Δημοτική Αναπτυξιακή Επιχείρηση Ρεθύμνου
Πολιτιστικοί Αγώνες: Παγκρήτια Συνάντηση Νέων Δημοιουργών	Ηράκλειο	Θέατρο, Χορός, Μουσική, Φωτογραφία, Λογοτεχνία		Φεβρουάριος	Μάρτιος Δήμος Ηρακλείου
Μουσικό Εργαστήρι Λαβύρινθος	Ηράκλειο	Μουσική	Μουσικό Εργαστήρι Λαβύρινθο	Ιούνιος	Αύγουστος Μουσικό Εργαστήρι Λαβύρινθος, Χουδέτσι Πειδιάδος, 70100 Ηράκλειο
RadioActive Festival	Ηράκλειο	Μουσική	comics, απ'προαίλιο του ΤΕΙ Ηρακλείου	Ιούνιος	Ιούνιος Ραδιοφωνική Ομάδα του Ραδιοφωνικού Σταθμού Σπουδαστών (Studio FM1 105,4)
Διεθνής Διαγωνισμός Κιθάρας και Μουσικό Φεστιβάλ Καλοκαίρι στο Ηράκλειο	Ηράκλειο	Μουσική	Δημοτικό Σχολείο Αρχαγών	Ιούλιος	Ιούλιος Δήμος Αρχαγών
Πανόραμα Ελληνικού Κινηματογράφου	Χανιά	Σινεμά	Ξενοδοχείο "ΣΑΜΑΡΙΑ"	Μάρτιος	Απρίλιος ΕΡΑ Χανίων-Δίκτυο Κρήτης / Δήμος Χανίων
Διεθνές Φεστιβάλ Τέχνης OMMA	Χανιά	Εικαστικά	Νεώρια - Εννετικός λιμένας Χαν	Ιούνιος	Ιούνιος Κέντρο Σύγχρονης Τέχνης OMMA
Πολιτιστικό Καλοκαίρι στα Χανιά	Χανιά	Μουσική-Θέατρο-Χο	Θέατρο Ανατολικής Τάφρου, Χ	Ιούλιος	Οκτώβριος Δημοτική Πολιτιστική Επιχείρηση Χανίων

Κρήτη - Γη και Πολιτισμός	Χανιά	Μουσική-Παραδοσια Μέσογειοκό Ανάπτυξιακό Κέντρ Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος Αναπτυξιακή Χανίων Α.Ε.
Κύρβεια Ιεράπετρας	Λασηθί	Μουσική-Θέατρο-Χο Διάφοροι χώροι στην Ιεράπετρα Ιούλιος	Αύγουστος Δημοτική Επιχείρηση Ανάπτυξης και Πολιτισμού Ιεράπετρας

Νησιά Ιονίου						
Φεστιβάλ	Περιοχή	Περιεχόμενο	Χώρος	Έναρξη	Λήξη	Διοργανωτής
Γιορτές Λόγου και Τέχνης	Λευκάδα	Μουσική-Χορός-Παρ	Διάφοροι χώροι στην Λευκάδα	Ιούνιος	Αύγουστος	Πνευματικό Κέντρο Δήμου Λευκάδας
Διεθνές Φεστιβάλ Φολκλόρ	Λευκάδα	Μουσική-Χορός-Παρ	Ανοιχτό Θέατρο / Κηποθέατρο	Αύγουστος	Αύγουστος	Πνευματικό Κέντρο Δήμου Λευκάδας
Graffiti festival	Κέρκυρα	χωρό Πέλεκας		Ιούνιος	Ιούλιος	ΡΑΦ-Καλλιτεχνικά Φεστιβάλ Πέλεκα
Θερινή Μουσική Ακαδημία Κέρκυρας	Κέρκυρα	Μουσική	Ιόνιο Πανεπιστήμιο	Ιούλιος	Ιούλιος	Melos Brass
Corfu Festival - Ionian Concerts	Κέρκυρα	Μουσική	Αχιλλέιον / Ιόνιος Ακαδημία / Ντ	Ιούλιος	Ιούλιος	Melos Brass
Earthdance	Κέρκυρα	Χορός-Μουσική-Εικς	Παραλία Περίσας	15 Σεπτέμβριος	17 Σεπτέμβρ	Δίκτυο Πολιτιστικών Πάρκων
Φεστιβάλ Παζών	Παζοί	Μουσική	Παζοί	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	PAXOS FESTIVAL TRUST
Φεστιβάλ Ζακύνθου	Ζάκυνθος	Μουσική-Χορός-Παρ	Διάφοροι Χώροι στη Ζάκυνθο	Ιούλιος	Αύγουστος	Δημοτική Επιχείρηση Πολιτιστικής Ανάπτυξης Ζακύνθου

Θεσσαλονίκη						
Φεστιβάλ	Περιοχή	Περιεχόμενο	Χώρος	Έναρξη	Λήξη	Διοργανωτής
Photostykyria	Θεσσαλονί	Φωτογραφία	Διάφοροι χώροι στη Θεσσαλονί	Φεβρουάριος	Απρίλιος	Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης
Forum Ευρωπαϊκών Πολιτιστικών Ανταλλαγών	Θεσσαλονί	Εικαστικά	Μακεδονικό Μουσείο Σύγχρονη	Φεβρουάριος	Μάιος	Arpollonia / artBox
Φεστιβάλ Ντοκιμαντέρ Θεσσαλονίκης	Θεσσαλονί	Σινεμά	Θεσσαλονίκη	Μάρτιος	Μάρτιος	Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης
Φεστιβάλ Χορού Βίλκα	Θεσσαλονί	Χορός	Θεσσαλονί Βίλκα	Μάρτιος	Απρίλιος	Θέατρο Βίλκα
Μέρες Εκφρασης και Δημιουργίας	Θεσσαλονί	Μουσική-Εικαστικά-Χ	Διάφοροι χώροι στη Θεσσαλονί	Μάρτιος	Νοέμβριος	Φίλοι του Ιδρύματος Μελίνα Μερκούρη
Crashfest - Φεστιβάλ Νεανικών Ταινιών	Θεσσαλονί	Σινεμά	Μουσείο Κινηματογράφου Θεσ	Απρίλιος	Απρίλιος	Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης
Φεστιβάλ Κινηματογράφου και Βίντεο Πνευματικής Αναζήτησης	Θεσσαλονί	Σινεμά	Πολυχώρος Αυλαία του Μεγάρ	Απρίλιος	Απρίλιος	Περιοδικό Άβαντον
Θεατρική Ανοίξη	Θεσσαλονί	Θέατρο	Θέατρο Αμαλία, Θεσσαλονίκη	Απρίλιος	Μάιος	Πειραματική Σκηνή της Τέχνης
PixelDance Video Art Festiva	Θεσσαλονί	Εικαστικά	Πρώην Στρατόπεδο Μακεδονί	Μάιος	Μάιος	In Flux Art
Έκθεση μαθητικής φωτογραφίας	Θεσσαλονί	Φωτογραφία	Εκθεσιακός Χώρος του Δήμου	Μάιος	Μάιος	Φωτογραφικό Κέντρο Θεσσαλονίκης
Πανόραμα Ομοφυλοφιλικών Ταινιών	Θεσσαλονί	Σινεμά	Παύλος Ζάννας (πρώην Ολύ	Μάιος	Μάιος	Σύμπραξη Κατά της Ομοφυλοφοβίας
Διεθνής Έκθεση Βιβλίου Θεσσαλονίκης	Θεσσαλονί	Λογοτεχνία	Ηελεχρο Διεθνές Εκθεσιακό Κ	Μάιος	Μάιος	EKEBI, HELEXPO, ΠΟΕΒ, Δήμος Θεσσαλονίκης, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμι
Intro out	Θεσσαλονί	Νέες τεχνολογίες	Μύλος - Ξυλουργείο	Ιούνιος	Ιούνιος	KazandB Productions
Ακτής Ονείρου	Θεσσαλονί	Θέατρο	Θέατρο Αυλαία	Ιούνιος	Ιούνιος	Πρότυπα Εκπαιδευτήρια Θεσσαλονίκης
Cheap Art	Θεσσαλονί	Εικαστικά	Μύλος	Ιούνιος	Ιούλιος	Cheapart
Καλοκαίρι στο Θέατρο Δάσους	Θεσσαλονί	Μουσική-Θέατρο-Χο	Θέατρο Δάσους	Ιούνιος	Ιούνιος	Σεπτέμβριος Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος
Καλοκαίρι στο Θέατρο Γης	Θεσσαλονί	Μουσική-Θέατρο	Θέατρο Γης	Ιούνιος	Ιούνιος	Σεπτέμβριος Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος
Γιορτές Ανοιχτού Θεάτρου	Θεσσαλονί	Θέατρο	Θέατρο Κήπου	Ιούνιος	Ιούνιος	Σεπτέμβριος Δήμος Θεσσαλονίκης
Φεστιβάλ Μουσών	Θεσσαλονί	Μουσική	Μύλος - Βαβυλωνία, Θεσσαλον	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Human Power
Videodance	Θεσσαλονί	Σινεμά-Χορός	Ολύμπιον / Μύλος / Διεθνής Εκ	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης
Διεθνής Μήνας Χορού	Θεσσαλονί	Χορός	Θέατρο Εταιρείας Μακεδονικών	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Διεύθυνση Πολιτισμού Δήμου Θεσσαλονίκης
Δημήτρια	Θεσσαλονί	Μουσική-Χορός-Παρ	Διάφοροι χώροι στη Θεσσαλονί	Σεπτέμβριος	Φεβρουάριος	Διεύθυνση Πολιτισμού Δήμου Θεσσαλονίκης
Φεστιβάλ Κινηματογράφου του Αγγελιοφόρου	Θεσσαλονί	Σινεμά	Κινηματογράφος Εσπερος	Οκτώβριος	Οκτώβριος	Εφημερίδα Αγγελιοφόρος
Reworks Festival	Θεσσαλονί	Μουσική	Μύλος	Οκτώβριος	Οκτώβριος	Non booking & management
Φεστιβάλ Τραγουδιού Θεσσαλονίκης	Θεσσαλονί	Μουσική	Στάδιο ΠΑΟΚ, Πυλαία	Οκτώβριος	Οκτώβριος	EPT AE
EthnoJazz Festival	Θεσσαλονί	Μουσική	Θέατρο Εταιρείας Μακεδονικών	Οκτώβριος	Οκτώβριος	Δημήτρια - Διεύθυνση Πολιτισμού Δήμου Θεσσαλονίκης
Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης	Θεσσαλονί	Σινεμά	Διάφοροι χώροι στη Θεσσαλονί	Νοέμβριος	Νοέμβριος	Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης
Αγών: Διεθνής Συνάντηση Αρχαιολογικής Ταινίας Μέσογειοκαί Χώρ	Θεσσαλονί	Σινεμά	Θεσσαλονίκη	Νοέμβριος	Δεκέμβριος	Εταιρεία ΑΓ'ΟΝ - Περιοδικό ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΕΣ
Φεστιβάλ Μονής Λαζαριστών	Σταυρούπκ	Μουσική	Μονή Λαζαριστών	Ιούλιος	Ιούλιος	Φεστιβάλ Μονής Λαζαριστών
Καλοκαίρι στη Σταυρούπολη	Σταυρούπκ	Μουσική-Θέατρο	Διάφοροι χώροι στη Σταυρούπκ	Ιούλιος	Σεπτέμβριος	Δήμος Σταυρούπολης - Γραφείο Πολιτισμού
Συνάντηση Μαθητικών Θιάσων	Θέρμη	Θέατρο	Θέατρο Πολιτιστικού Κέντρου Θ	Μάιος	Μάιος	Πολιτιστικό Κέντρο Δήμου Θέρμης
Θέρμης Δρώμενα	Θέρμη	Μουσική-Θέατρο-Χο	Διάφοροι χώροι στη Θέρμη	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Πολιτιστικό Κέντρο Δήμου Θέρμης
Θεατρικό Αφιέρωμα	Θέρμη	Θέατρο	Δημοτικό Θέατρο Άνετον	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Πολιτιστικό Κέντρο Δήμου Θέρμης
Συνθέρμεια	Θέρμη	Μουσική	Δημοτικό Ωδείο Θέρμης	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Δημοτικό Ωδείο Θέρμης
Πεδίο Δράσης Κόδρα	Καλαμαριά	Εικαστικά	Πρώην Στρατόπεδο Μακεδονοί	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	artBox arts management
Παρά θιν' αλός	Καλαμαριά	Μουσική-Θέατρο	Διαφορετικοί χώροι στην Καλαμ	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Πολιτιστικός Οργανισμός Δήμου Καλαμαριάς
Μερκούρεια στις Συκιές	Συκιές	Θέατρο	Ανοιχτό Θέατρο Συκεών "Μάνο	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Δήμος Συκεών
Εχέδωρος του Πολιτισμού	Εχέδωρος	Μουσική-Θέατρο-Χο	Σίνδος, Διαβατά, Ν. Μαγνησία,	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Πολιτιστικός Οργανισμός Δήμου Εχέδωρου
Διεθνές Φεστιβάλ Νεανικών Ορχηστρών	Εχέδωρος	Μουσική	Σίνδος, Διαβατά, Ν. Μαγνησία,	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Πολιτιστικός Οργανισμός Δήμου Εχέδωρου
Φεστιβάλ Πολιτισμού Ωραιοκάστρου	Ωραιοκάστ	Μουσική-Χορός-Παρ	Διάφοροι χώροι του Δήμου Ωρ	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Δήμος Ωραιοκάστρου

Μακεδονία						
Φεστιβάλ	Περιοχή	Περιεχόμενο	Χώρος	Έναρξη	Λήξη	Διοργανωτής
Εαρινό Φεστιβάλ	Πέλλα	Μουσική	Πολιτιστικό Κέντρο Έδεσσας	Απρίλιος	Μάιος	Δημοτική Επιχείρηση "Καταρράκτες Έδεσσας" - Φιλοπρόσδος Σύλλογος Μ.Αλέξανδρος
Φεστιβάλ Λουδιά	Πέλλα	Μουσική-Θέατρο	Λουδιás ποταμός, Γιαννιτάς	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Δήμος Γιαννιτών
Χορωδιακή Συνάντηση Γιαννιτών	Πέλλα	Μουσική	Πνευματικό Κέντρο Γιαννιτών	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Αλεξάνδρειο Δημοτικό Ωδείο της Δημοτικής Επιχείρησης Πολύπλευρης Ανάπτυξης Γιαννιτών
Ελευθέρια	Κιλκίς	Μουσική-Θέατρο-Χο	Διάφοροι χώροι στο Κιλκίς	Μάιος	Ιούλιος	Δήμος Κιλκίς
Φεστιβάλ "Στο Φως του Φεγγαριού"	Κιλκίς	Μουσική-Θέατρο	Ανοιχτό Θέατρο Λόφου Κιλκίς	Ιούνιος	Σεπτέμβριος	Δήμος Κιλκίς
Διεθνές Φεστιβάλ Κουκλοθεάτρου και Πανομιμίας	Κιλκίς	Θέατρο	Συνεδριακό Κέντρο Δήμου Κιλκί	Οκτώβριος	Οκτώβριος	Δήμος Κιλκίς
Διεθνές Φεστιβάλ Ταινιών Φίλμ και Βίντεο Μικρού Μήκους Νάουσας	Ημαθία	Σινεμά	Δημοτικό Θέατρο Νάουσας	Μάιος	Μάιος	Artion αστική εταιρία τέχνης και πολιτισμού
Πανελλήνια Συνάντηση των ΔΗΠΕΘΕ	Ημαθία	Θέατρο	Δημοτικό Θέατρο Άλσους "Μελί	Αύγουστος	Αύγουστος	ΔΗΠΕΘΕ Βέροιας
Λαοσάνια	Κοζάνη	Μουσική	Δημοτικό Αθλητικό Κέντρο Κοζ	Ιούνιος	Ιούλιος	Δημοτική Επιχείρηση Πολιτισμού & Αθλητισμού Κοζάνης (ΔΕΠΑΚ)
Γιορτές της Γης	Κοζάνη	Μουσική-Εκδηλώσει	Κονιάτη Βλάστης	Ιούλιος	Ιούλιος	Οικοσποτία, Εταιρεία Περιβαλλοντικής Έρευνας & Εννημέρωσης
Γιορτές των Νερών	Κοζάνη	Μουσική	Πλατανόσαςος Ρυμιού	Ιούλιος	Ιούλιος	Δήμος Αιανής
Η Αφύτος της Αθύτου	Χαλκιδική	Μουσική-Χορός-Παρ	Διάφοροι χώροι στην Αφύτο	Ιούλιος	Αύγουστος	Σύνδεσμος Φίλων Λαογραφίας και Παράδοσης Αφύτου
Φεστιβάλ της Θάλασσας	Χαλκιδική	Μουσική-Χορός-Παρ	Αμφιθέατρο Νέων Μουδανιών	Ιούλιος	Αύγουστος	Πολιτιστικός Οργανισμός Δήμου Μουδανιών
Φεστιβάλ Κασσάνδρας	Χαλκιδική	Μουσική-Χορός-Παρ	Αμφιθέατρο Σίβηρης	Ιούλιος	Αύγουστος	Φεστιβάλ Κασσάνδρας
Sani Festival	Χαλκιδική	Μουσική-Χορός-Εικς	Sani Resort	Ιούλιος	Σεπτέμβριος	ΣΑΝΗ Α.Ε.
Διεθνές Φεστιβάλ Κιθάρας για τον Roland Dyens	Χαλκιδική	Μουσική	Porto Carras Meliton Hotel	Ιούλιος	Ιούλιος	Ωδείο Τούμας Κ. Ματαίγκος
Διεθνές Λαογραφικό Φεστιβάλ Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης	Ήλιος και Π	Αϊκός Πολιτισμός	υπαίθριο θέατρο Ακοντισματος	Ιούλιος	Ιούλιος	Στέγη Πολιτισμού Νέας Καρβάλης
Φεστιβάλ Φιλιππων	Καβάλα	Θέατρο	Αρχαίο Θέατρο Φιλιππων	Ιούλιος	Αύγουστος	ΔΗΠΕΘΕ Καβάλας
Διεθνές Φεστιβάλ Cosmopolis	Καβάλα	Μουσική-Χορός-Εικς	Χερσόνησος Παναγιάς-Παλιά Π	Ιούλιος	Ιούλιος	Δημοτική Αναπτυξιακή Επιχείρηση Καβάλας
Ethnic Φεστιβάλ - Χύμα στο Κύμα	Καβάλα	Μουσική	Παραλία Κεραμωτής	Ιούλιος	Ιούλιος	Δήμος Κεραμωτής

Φεστιβάλ Κλασικής Μουσικής "Γ. Α. Παπαϊωάννου"	Καβάλα	Μουσική	Μεγάλη Λέσχη	Ιούλιος	Αύγουστος	Δήμος Καβάλας
Φεστιβάλ Περιόδων Μουσών	Περία	Λαϊκός Πολιτισμός	Δήμοι και Κοινότητες Νομού Πι	Ιούλιος	Ιούλιος	Εστία Περιόδων Μουσών
Φεστιβάλ Ολύμπου	Περία	Μουσική-Θέατρο	Αρχαίο Θέατρο Δίου	Ιούλιος	Αύγουστος	Οργανισμός Φεστιβάλ Ολύμπου
Φεστιβάλ Αμφίπολης	Σέρρες	Μουσική-Θέατρο	Αρχαιολογικό Πάρκο Αμφίπολη	Ιούλιος	Αύγουστος	Δήμος Αμφίπολης
Πρέσπεια	Φλώρινα	Μουσική	Πρέσπες- Άγιος Αχιλλείος	Αύγουστος	Αύγουστος	Πολιτιστικός Οργανισμός Πρεσπείων
River Party	Καστοριά	Μουσική	Οχθες του ποταμού Αλιάκμονα	Αύγουστος	Αύγουστος	Δήμος Νεστορίου-Επιχείρηση Τουρισμού, Πολιτισμού, Κοινωνικής Ανάπτυξης & Πρόνοιας
Φεστιβάλ Ταινιών Μικρού Μήκους Δράμας	Δράμα	Σινεμά	Κινηματογράφος Αστέρια / Κινη	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Φεστιβάλ Ταινιών Μικρού Μήκους Δράμας

Θράκη						
Φεστιβάλ	Περιοχή	Περιεχόμενο	Χώρος	Εναρξη	Λήξη	Διοργανωτής
Κύματα Πολιτισμού	Έβρος	Μουσική-Θέατρο-Χο	Διάφοροι χώροι στην Αλεξανδρ	Ιούνιος	Αύγουστος	Δήμος Αλεξανδρούπολης
Περιφερειακό Φεστιβάλ Βιβλίου	Έβρος	Λογοτεχνία	Φάρος, Παραλία Αλεξανδρούπο	Ιούλιος	Ιούλιος	Σύνδεσμος Εκδοτών Βορείου Ελλάδας
Φεστιβάλ Αρδα-Συνάντηση Νέων	Έβρος	Μουσική	Κοινότητα Καστανέων	Ιούλιος	Ιούλιος	Δήμος Βύσσας
Εθνικ Φεστιβάλ Θράκης (πρώην Samothraki World Music Art-Ecolat	Έβρος	Μουσική	Λουτρά Τραινουπόλης	Ιούλιος	Ιούλιος	WE Productions
Φεστιβάλ Νεολαίας Τυχερού	Έβρος	Μουσική	Οικοτουριστικό Κέντρο Τυχερού	Αύγουστος	Αύγουστος	Πολιτιστική Επιχείρηση ΠΟΛΥΚΕΝΤΡΟ Δήμου Τυχερού
Πανελλήνιο Φεστιβάλ Ερασιτεχνικού Θεάτρου	Έβρος	Θέατρο	Νέα Ορεστιάδα Έβρου	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Θρακικό Κέντρο Πολιτισμού - ΔΙΟΝΥΣΟΣ
Γιορτές Παλιάς Πόλης	Ξάνθη	Μουσική-Χορός-Παρ	Διάφοροι χώροι στην Ξάνθη	Σεπτέμβριος	Σεπτέμβριος	Δημοτική Επιχείρηση Ανάπτυξης Ξάνθης
Φεστιβάλ "Μάνος Χατζιδάκις"	Ξάνθη	Μουσική	Διάφοροι χώροι στην Ξάνθη	Νοέμβριος	Δεκέμβριος	Media dell' Arte

Θεσσαλία						
Φεστιβάλ	Περιοχή	Περιεχόμενο	Χώρος	Εναρξη	Λήξη	Διοργανωτής
Εκθεση Φωτογραφικής Λέσχης Λάρισας	Λάρισα	Φωτογραφία	Χατζηγιάννειο Δημοτικό Πνευμ	Μάρτιος	Απρίλιος	Φωτογραφική Λέσχη Λάρισας
Φεστιβάλ Αφιήγησης Κάτω Ολύμπου	Λάρισα	Εκδηλώσεις λόγου	Διεθνές Κατασκευητικό Κέντρο	Ιούνιος	Ιούνιος	Μορφωτικός Εκπολιτιστικός Σύλλογος Απανταχού Καλλιπευκιωτών "Η Πατωμένη"
Φεστιβάλ On the Rocks	Λάρισα	Μουσική	Κηποθέατρο "Αλκαζάρ"	Ιούνιος	Ιούνιος	Iris Art Productions
Φεστιβάλ Πηνειού	Λάρισα		όχθες Πηνειού στη Λάρισα	Ιούνιος	Ιούνιος	Πολιτιστικός Οργανισμός Δήμου Λαρισαίων
Στάσεις Πολιτισμού	Λάρισα	Μουσική	Κηποθέατρο "Αλκαζάρ"	Ιούνιος	Ιούνιος	ΣεπτέμβριοςΔήμος Λάρισας - Αντιδημαρχία Πολιτισμού και Νεολαίας
Μεσογειακή Πλατφόρμα Σύγχρονου Χορού	Μαγνησία	Χορός	Δημοτικό Θέατρο Βόλου	Απρίλιος	Απρίλιος	spects' n' arts
Πολιτιστικό Καλοκαίρι Ζαγοράς	Μαγνησία	Μουσική-Χορός-Παρ	Ζαγορά	Ιούλιος	Αύγουστος	Πολιτιστικός και Αθλητικός Οργανισμός Δήμου Ζαγοράς
Φεστιβάλ Φλόουτου	Μαγνησία	Μουσική	Κοινότητα Μακρινίτσας	Ιούλιος	Αύγουστος	Κοινότητα Μακρινίτσας
MUSIC VILLAGE 2006	Μαγνησία	Μουσική	Άγιος Λαυρέντιος, Πήλιο	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	arTree
Φεστιβάλ Μουσικού Θεάτρου	Μαγνησία	Μουσική-Θέατρο	Θέατρο Παλιάς Ηλεκτρικής Επ	Δεκεμβρίου	Ιανουάριος	Κέντρο Μουσικού Θεάτρου Βόλου
Φεστιβάλ Κωμωδίας	Τρίκαλα	Θέατρο	Μύλος Ματσόπουλου	Μάιος	Ιούνιος	Δήμος Τρικκίων
Φεστιβάλ Νεβρόπολης	Καρδίτσα	Μουσική	Πλαζ Πεζούλας - Καλυβίων	Αύγουστος	Αύγουστος	Δήμος Νεβρόπολης - Αγρφών

Ηπειρος						
Φεστιβάλ	Περιοχή	Περιεχόμενο	Χώρος	Εναρξη	Λήξη	Διοργανωτής
Συνάντηση Μαθητικών Θιάσων	Ιωάννινα	Θέατρο	Καμπέρειο Θέατρο	Ιούνιος	Ιούνιος	ΔΗΠΕΘΕ Ιωαννίνων
Καλοκαίρι Πολιτισμού	Ιωάννινα	Μουσική-Χορός-Παρ	Υπαίθριο Θέατρο Εταιρείας Ηπ	Ιούνιος	Σεπτέμβριος	Δήμος Ιωαννινών
Ηπειρώτικα	Ιωάννινα	Μουσική-Χορός-Παρ	Υπαίθριο Θέατρο Εταιρείας Ηπ	Ιούλιος	Σεπτέμβριος	Δήμος Ιωαννινών
Νικοπόλεια	Πρέβεζα	Μουσική-Χορός-Παρ	Διάφοροι χώροι στην Πρέβεζα	Ιούνιος	Σεπτέμβριος	Πνευματικό Κέντρο Δήμου Πρέβεζας
Φεστιβάλ Βόρμα	Πρέβεζα	Μουσική	Λίμνη Ζιρού	Αύγουστος	Αύγουστος	Conspiracy? Ltd

Στερεά Ελλάδα						
Φεστιβάλ	Περιοχή	Περιεχόμενο	Χώρος	Εναρξη	Λήξη	Διοργανωτής
Belle Arte Lamia	Φθιώτιδα	Εικαστικά	Λαμία	Απρίλιος	Απρίλιος	ΙΣΟΝ - Διαπολιτιστικό Ρεύμα Ισότητας και Συνεργασίας
Φεστιβάλ για Σολιστές και Πρωταγωνιστές	Φθιώτιδα	Θέατρο	Δημοτικό Θέατρο Λαμίας	Μάιος	Μάιος	ΔΗΠΕΘΕ Ρούμελης
Φεστιβάλ "Μενδενίτσα, Κάστρο Πολιτισμού"	Φθιώτιδα	Μουσική	Κάστρο Μενδενίτσας	Ιούλιος	Αύγουστος	Εκπολιτιστικός Μορφωτικός Σύλλογος Μενδενίτσας Φθιώτιδας
Γέφυρες Πολιτισμού	Αιτωλοακα	Μουσική-Χορός-Παρ	Διάφοροι χώροι στο Αντίρριο	Ιούλιος	Αύγουστος	Πνευματικό Κέντρο Δήμου Αντίρριου
Χορωδιακό Φεστιβάλ Ναυπάκτου	Αιτωλοακα	Μουσική	Κλειστό Γυμναστήριο Ναυπάκτ	Οκτώβριος	Οκτώβριος	Δήμος Ναυπάκτου
Διεθνής Συνάντηση "Απόλλων"	Φωκίδα	Θέατρο	Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο	Ιούλιος	Ιούλιος	Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών
Ήχοι του Δάσους	Φωκίδα	Μουσική	Δασικό Χωριό της Καψίτσας	Ιούλιος	Ιούλιος	Σύλλογος Αναπτυξιακού Προβληματισμού "Ελιά"
Εκθεση Γελοιογραφίας Λαφυστί	Βοιωτία	Εικαστικά	Πνευματικό Κέντρο Δήμου Λεβ	Μάιος	Μάιος	Μορφωτικός Σύλλογος Λαφυστίου / Δήμος Λεβαδέων
Φεστιβάλ του Ελκίωνα	Βοιωτία	δράσεις για το περιβ	Αρβανίτσα Βοιωτίας	Ιούλιος	Αύγουστος	Κέντρο Ελκίονας
Κορίνεια	Βοιωτία	Μουσική-Θέατρο-Χο	Κεντρική Πλατεία της Εκκλησίας	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Δήμος Σχηματρίου

Πελοπόννησος						
Φεστιβάλ	Περιοχή	Περιεχόμενο	Χώρος	Εναρξη	Λήξη	Διοργανωτής
Διεθνές Φεστιβάλ Πάτρας	Αχαΐα	Μουσική-Θέατρο	Αρχαίο Ωδείο / Παλαιό Δημοτικ	Ιούνιος	Αύγουστος	Δημοτική Επιχείρηση Πολιτιστικής Ανάπτυξης Πάτρας
Φεστιβάλ Πάτρας-Θεαμός Αρχαίου Δράματος	Αχαΐα	Θέατρο	Αρχαίο Ωδείο Πάτρας	Ιούνιος	Σεπτέμβριος	Οργανισμός Καλλιτεχνικών Πολιτιστικών Εκδηλώσεων
Διεθνές Σεμινάριο Πνευματιών Οργάνων	Αχαΐα	Μουσική	Μουσικό Κέντρο Καλαβρύτων	Αύγουστος	Αύγουστος	Μουσικό Κέντρο Καλαβρύτων
Πολιτιστικό Καλοκαίρι στη Σπάρτη	Λακωνία	Μουσική-Θέατρο	Σαϊνοπούλειο Αμφιθέατρο	Ιούνιος	Σεπτέμβριος	Σαϊνοπούλειο Ίδρυμα
Γιορτές του Πάρνωνα	Λακωνία	Μουσική-παιδικές	ος Διάφορες περιοχές στον Πάρν	Ιούλιος	Ιούλιος	Δημοτική Επιχείρηση Ανάπτυξης Βόρειας Κυνουρίας
Μουσικό Φεστιβάλ Ναυπλίου	Αργολίδα	Μουσική	Διάφοροι χώροι στο Ναύπλιο	Ιούνιος	Ιούλιος	Φόρμιγς - Εταιρεία Συναισίων
Επιδαύρια	Αργολίδα	Θέατρο	Αρχαίο Θέατρο Επιδαύρου	Ιούνιος	Αύγουστος	Ελληνικό Φεστιβάλ ΑΕ
Μουσικός Ιούλιος	Αργολίδα	Μουσική	Μικρό Θέατρο Αρχαίας Επιδαύ	Ιούλιος	Ιούλιος	Ελληνικό Φεστιβάλ ΑΕ
Διεθνές Φεστιβάλ Κιθάρας	Αργολίδα	Μουσική	Κτήμα Μάνεση, Πόρτο Χέλι	Ιούλιος	Ιούλιος	Ωδείο Φουντούλη
Διεθνές Φεστιβάλ Χορού Καλαμάτας	Μεσσηνία	Χορός	Αμφιθέατρο Κάστρο / Γυμναστ	Ιούλιος	Ιούλιος	Διεθνές Κέντρο Χορού Καλαμάτας
festival μηδέν	Μεσσηνία	Σινεμά	πλατεία Αμφείας	Ιούλιος	Ιούλιος	festival μηδέν
Φεστιβάλ Αρχαίας Ολυμπίας	Ηλεία	Μουσική-Θέατρο	Θέατρο Ολυμπία "Δ.Δ. Φλόκα"	Ιούλιος	Αύγουστος	Δήμος Αρχαίας Ολυμπίας
Φεστιβάλ Αρχαίας Ηλίδας	Ηλεία	Θέατρο	Αύλειος Χώρος Νέου Μουσείου	Ιούλιος	Αύγουστος	Δήμος Αμαλιάδας
Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Ολυμπίας για Παιδιά και για Νέο	Ηλεία	Σινεμά	Θέατρο Απόλλων, Πύργος / Λα	Δεκέμβριος	Δεκέμβριος	Νεανικό Πλάνο
Φεστιβάλ Όπτερας	Κορινθία	Μουσική-Θέατρο	Ναός Οκταβίας, Αρχαία Κορινθ	Ιούλιος	Ιούλιος	Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Κορινθίας
Φεστιβάλ Τρίπολης	Αρκαδία	Θέατρο	Θέατρο Αλαούς Αγίου Γεωργίου	Ιούλιος	Σεπτέμβριος	Κέντρο Καλλιτεχνικής Πράξης
Φεστιβάλ Μαίναλου	Αρκαδία	Μουσική	Όρος Μαίναλο 20 χλμ. από την	Αύγουστος	Αύγουστος	Δήμος Βυτινάς