

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου  
Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών



Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών  
*Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη*

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Κυπριακή Κρατική Πολιτική στον Πολιτισμό:  
Η διοργάνωση και διαχείριση πολιτιστικών φεστιβάλ στην  
Κύπρο.

Πάυλος Παλαιχωρίτης

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια  
Δρ. Έφη Κυπριανίδου

Δεκέμβριος

2016

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου  
Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών  
*Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη*

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Κυπριακή Κρατική Πολιτική στον Πολιτισμό:  
Η διοργάνωση και διαχείριση πολιτιστικών φεστιβάλ στην  
Κύπρο.

Πάυλος Παλαιχωρίτης

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια  
Δρ. Έφη Κυπριανίδου

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη από τη Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Δεκέμβριος

2016



## **ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ**

Η παρούσα ερευνητική εργασία είναι προϊόν προσωπικής μελέτης από τον συγγραφέα και οι αναφορές που χρησιμοποιήθηκαν βρίσκονται στη βιβλιογραφία.

All rights reserved @Παύλος Παλαιχωρίτης

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την δρα Έφη Κυπριανίδου, επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, για την πολύτιμη βοήθειά της, στην οργάνωση, εκπόνηση και καταγραφή αυτής της εργασίας. Χωρίς την συνεχή και λεπτομερή καθοδήγηση και ενθάρρυνσή της δεν θα μπορούσα να ολοκληρώσω αυτό το έργο και είναι μεγάλη μου χαρά και τιμή που δούλεψα μαζί της.

Επιθυμώ να ευχαριστήσω όλο το διδακτικό προσωπικό του Ανοικτού Πανεπιστημίου, που με εισήγαγαν στον τομέα της Πολιτιστικής Πολιτικής και Ανάπτυξης.

Τέλος, θα ήθελα να εκφράσω ευχαριστίες και ευγνωμοσύνη στην οικογένειά μου για την αγάπη και συμπαράστασή τους. Ευχαριστώ, λοιπόν, τους γονείς μου για κάθε υλική και πνευματική υποστήριξη, ειδικά στα τελικά στάδια της διεκπεραίωσης αυτού του έργου, το σύζυγο και συνοδοιπόρο μου για την ενθάρρυνσή του και φυσικά τον γιο μου για τα ευχάριστα διαλείμματα.

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

### **ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ**

Τα φεστιβάλ και οι δημόσιες γιορτές αποτελούν ένα κοινωνικό φαινόμενο που απαντάται σε όλη την ιστορική εξέλιξη των κοινωνιών. Στη σημερινή εποχή, μαζί με την ποικιλία άλλων πολιτιστικών εκδηλώσεων και θεαμάτων, θεωρούνται όλο και περισσότερο ως μοναδικά τουριστικά αξιοθέατα και ως διαμορφωτές της εικόνας ενός προορισμού (Getz 1991). Ο σκοπός είναι η εκπόνηση μιας κατατοπιστικής μελέτης ως προς την επιλογή, την διοργάνωση διαχείριση των πολιτιστικών φεστιβάλ. Ειδικότερα, επιχειρείται η χαρτογράφηση του τοπίου των πολιτιστικών φεστιβάλ στην Κύπρο, η εξέταση του περιεχομένου τους και της σχέσης τους με τις ευρύτερες αντιλήψεις για την κουλτούρα, ενώ γίνεται προσπάθεια ανάπτυξης μιας χάρτας σχεδιασμού και διαχείρισης πολιτιστικών φεστιβάλ. Επίσης, επιχειρείται να παρουσιαστούν βασικές έννοιες και μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν μέσα από την παρουσίαση παραδειγμάτων και μελέτης περιπτώσεων, όπως επίσης και μια σύγκριση με τη στρατηγική διαχείρισης πολιτιστικών φεστιβάλ άλλων κρατών, με σκοπό την αξιολόγηση και άντληση καλών πρακτικών. Η έρευνα έχει ως στόχο να προσδιορίσει πρακτικές μεθόδους σχεδιασμού και τεχνικές μάρκετινγκ για χρήση από διοργανωτές, ή διαχειριστές εκδηλώσεων και τουριστικούς οργανισμούς. Επίσης, στόχος είναι να παρουσιαστούν τα πιθανά οφέλη και κόστη του φεστιβαλικού τουρισμού, καθώς και να συζητηθούν τρόποι για μεγιστοποίηση των ωφελειών από αυτόν. Η ανάλυση για τα πολιτιστικά φεστιβάλ κυρίως θα επιχειρηθεί μέσα από τη σκοπιά των φορέων που εμπλέκονται στην πολιτιστική ζωή της Κύπρου, όπου υπάρχει γενικά κάποια σύγχυση σχετικά με τους στόχους των πολιτιστικών εκδηλώσεων και το πολιτιστικό περιεχόμενο που υποστηρίζεται. Η έρευνα θεωρείται σημαντική, εφόσον τα πολιτιστικά φεστιβάλ θεωρούνται σημαντικά στοιχεία ενίσχυσης της κυπριακής ταυτότητας και κουλτούρας, καθώς επίσης και βασικός μοχλός ενίσχυσης της κοινωνικής συνοχής και της ισότιμης πρόσβασης στον πολιτισμό.

## **Βασικά ερευνητικά ερωτήματα:**

Τα βασικά ερωτήματα που αναπτύσσονται μέσα από την έρευνα καλύπτουν τον ορισμό των πολιτιστικών φεστιβάλ, την κατηγοριοποίηση και την προσφορά τους στον πολιτισμό, στην κοινωνία και στον τουρισμό. Επίσης, η έρευνα επιχειρεί να καλύψει τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να δημιουργηθεί ένα δίκτυο ανάπτυξης επιτυχημένων πολιτιστικών φεστιβάλ, ώστε να συνεισφέρουν στην τοπική ανάπτυξη, τόσο σε οικονομικό και τουριστικό επίπεδο όσο και σε κοινωνικό/πολιτισμικό. Περαιτέρω, επιχειρείται ο προσδιορισμός ενός σαφούς πλαισίου σχεδιασμού πολιτιστικών φεστιβάλ, ενώ τέλος συζητείται ο ρόλος που πρέπει να έχει ο κεντρικός εταίρος / φορέας οργάνωσης και συντονισμού του δικτύου των πολιτιστικών φεστιβάλ.

# Περιεχόμενα

ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ .....	2
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ .....	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	3
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....</b>	<b>8</b>
<b>1 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>: Κουλτούρα, Πολιτική και Δημιουργικές Βιομηχανίες .....</b>	<b>13</b>
1.1 Η σχέση πολιτισμού-πολιτικής και οι πολιτιστικές προτεραιότητες των ευρωπαϊκών χωρών.....	13
1.2 Οι δημιουργικές βιομηχανίες σαν πολιτιστική πολιτική .....	17
1.3 Δημιουργική Πόλη και Δημιουργική Τάξη .....	20
<b>2 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>: Φεστιβάλ και Αστική Αναβίωση.....</b>	<b>23</b>
2.1 Η έννοια των φεστιβάλ .....	23
2.2 Η έννοια και η εξέλιξη της αστικής αναβίωσης και ο ρόλος του σχεδιασμού .....	25
2.3 Πολιτιστικές περιοχές στην αστική αναγέννηση .....	36
2.4 Ρόλος των φεστιβάλ στην αστική αναβίωση .....	36
2.5 Branding του τόπου (Place Branding) .....	38
<b>3 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>: Μάνατζμεντ Φεστιβάλ .....</b>	<b>43</b>
3.1 Χαρακτηριστικά του τομέα των Φεστιβάλ .....	43
3.2 Οργάνωση και Διαχείριση Φεστιβάλ .....	44
3.3 Εμφάνιση, Διαχείριση και Ταυτότητα προορισμού .....	48
3.4 Πολιτική και σχεδιασμός .....	51
3.5 Διαχείριση της επισκεψιμότητας .....	53
3.6 Φεστιβαλικός τουρισμός .....	54
3.7 Σχέσεις φιλοξενίας της κοινότητας .....	56
3.8 Υποδομές και υπηρεσίες φεστιβάλ .....	57
3.9 Κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις των φεστιβάλ στους προορισμούς .....	58
<b>4 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>: Μελέτες Περίπτωσης .....</b>	<b>60</b>
4.1 Ulverston - Η πόλη-αγορά του 21ου αιώνα μέσα από τα φεστιβάλ ..60	
4.2 Η πιο φημισμένη εμπειρία στη Φινλανδία - Το Pori Jazz Festival .....	64
4.3 Glastonbury: Η pop-up πόλη.....	68

<b>5</b>	<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>: Πολιτιστική πολιτική Κύπρου - Το τοπίο των φεστιβάλ στην Κύπρο</b> .....	<b>73</b>
5.1	Πολιτιστική πολιτική Κύπρου .....	73
5.2	Το τοπίο των φεστιβάλ στην Κύπρο .....	78
5.3	Αποτίμηση του τοπίου των φεστιβάλ στην Κύπρο .....	85
<b>6</b>	<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup>: Προτάσεις προς μια αναδιάρθρωση του τοπίου.</b>	<b>92</b>
	<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	<b>98</b>
	<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ</b> .....	<b>106</b>
	<b>Παράρτημα Α: Φεστιβάλ που διοργανώνονται στην Κύπρο</b> .....	<b>106</b>

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο όρος *φεστιβάλ* χρησιμοποιείται εδώ και πάρα πολλά χρόνια για να καλύψει ένα μεγάλο εύρος γεγονότων. Τα φεστιβάλ αποτελούν αποτέλεσμα της ανάγκης του ανθρώπου, σε όλες τις κουλτούρες και εποχές, για συλλογική δημιουργία και εορτασμό. Τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις, κατά τον R. Janiskee (1980: 97 στο Quinn 2009:5), θεωρούνται ως «οι επίσημες περίοδοι ή προγράμματα ευχάριστων δραστηριοτήτων, ψυχαγωγίας, ή εκδηλώσεων που έχουν εορταστικό χαρακτήρα και γιορτάζουν δημοσίως μια συγκεκριμένη ιδέα, περιστατικό ή γεγονός». Το σημαντικό που προκύπτει από τον ορισμό αυτό είναι τα ο δημόσιος χαρακτήρας των εορταστικών χαρακτηριστικών, εφόσον τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις αποτελούν εδώ και αιώνες σημαντικές πολιτιστικές μορφές και τελετουργίες.

Ο J. Pieper (1965) πίστευε ότι μόνο οι θρησκευτικές τελετές και γιορτές θα μπορούσαν να ονομαστούν φεστιβάλ ωστόσο μέσα από μια κλασσική πολιτιστική-ανθρωπολογική προοπτική τα φεστιβάλ έχουν οριστεί από τον Falassi (1987:2), ως «ιερός ή βέβηλος χρόνος εορτασμών, που χαρακτηρίζεται από ειδικές τελετές». Τα φεστιβάλ γιορτάζουν τις αξίες της κοινότητας, τις ιδεολογίες, την ταυτότητα και την συνέχεια. Ίσως η πιο ανακλαστική σύγχρονη προσέγγιση για την ονοματοδοσία των εκδηλώσεων σαν φεστιβάλ ορίζεται από τον Getz (2005:21), ως “θεματικές και δημόσιες γιορτές”. Ο Douglas et al. (2001 στο Yeoman et al. 2004:54) αναφέρεται σε φεστιβάλ και εκδηλώσεις ώστε οι άνθρωποι να συναντηθούν για να γιορτάσουν, να αποδείξουν, να προσκυνήσουν, να τιμήσουν, να θυμηθούν, να κοινωνικοποιηθούν ... ». Για τον McDonnell et al. (1999 στο Yeoman et al. 2004:54) είναι «συγκεκριμένες τελετουργίες ... ή εορταστικές εκδηλώσεις που έχουν προγραμματιστεί συνειδητά και δημιουργήθηκαν για τον εορτασμό ειδικών περιπτώσεων», ενώ ότι είναι «αδύνατο να προβλεφθεί ο ορισμός που περιλαμβάνει όλες τις ποικιλίες [των γεγονότων]». Για τον Goldblatt (1997 στο Yeoman et al. 2004:54) το γεγονός ενός φεστιβάλ αποτελεί «μια μοναδική στιγμή στο χρόνο που γιορτάζεται με τελετή και τελετουργικό τρόπο για να ικανοποιηθούν συγκεκριμένες ανάγκες. Μια προσέγγιση που βασίζεται στην

έννοια της κοινότητας περιγράφεται από τον Van Der Wagen (2001 στο Yeoman et al. 2004:54), που αναγνωρίζει ότι «οι πιο κοινές εκδηλώσεις που γίνονται έχουν σχέση με την κοινότητα» και αυτή η έννοια υποστηρίζεται και από τους Douglas et al. (2001 στο Yeoman et al. 2004:54), οι οποίοι προσδιορίζουν ότι «τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις που βασίζονται στην κοινότητα προέρχονται από την ανάγκη ή την επιθυμία να γιορτάσει τα χαρακτηριστικά του τρόπου ζωής ή την ιστορία της». Τέλος, ένας ορισμός από λεξικό (Brown, 1993 στο Yeoman et al. 2004:54) περιγράφει το φεστιβάλ ως «μια χαρούμενη ή εορταστική τιμητική διάκριση». Όπως φαίνεται, πολλές μορφές και θέματα των φεστιβάλ έχουν οριστεί, αλλά το κοινό σημείο για τους περισσότερους από αυτούς τους ορισμούς είναι ότι τα γεγονότα ήταν αρχικά ένας εορτασμός τελετής και τελετουργίας και ήταν μια αντανάκλαση της κουλτούρας μιας κοινότητας. Οι περισσότερες εκδηλώσεις προέρχονται από μια καλή ιδέα που συνδέεται με την κουλτούρα της κοινότητας και συνοδεύεται από μια αντανάκλαση του τόπου και μια αντανάκλαση αυτής της κουλτούρας. Ο όρος φεστιβάλ έχει συχνά εσφαλμένη εφαρμογή και εμπορευματοποιείται, όμως καμία ευρέως αποδεκτή τυπολογία δεν έχει προκύψει (Getz 2010).

Επιχειρώντας μια σύντομη αναδρομή στην ιστορία του θεσμού, εντοπίζουμε την απαρχή των φεστιβάλ στην αρχαία Ελλάδα με τα Ολύμπια (776 π.χ.- τέλη 4ου αιώνα), όπου συνδύαζαν αρμονικά τον αθλητισμό με τις θρησκευτικές εορτές, αναγόμενοι εύλογα σε προγόνους των φεστιβάλ μεγάλου θεματικού εύρους και διεθνούς εμβέλειας, Τα μεγάλα ή εν άσσει Διονύσια (534 π.Χ) προς τιμή του Θεού Διόνυσου, Τα Ίσθμια, που περιλάμβαναν μουσικούς αγώνες κιθαρῶδων, αοιδῶν και ποιητῶν, Τα Παναθήναια που ήταν μουσικοί και αθλητικοί αγώνες, όπως και πολλά άλλα.

Επίσης οι δημόσιες εκδηλώσεις και οι αστικές τελετουργίες είχαν σημαντική παρουσία στα χρόνια της Αναγέννησης, ενώ οι αυτοκρατορικές και διεθνείς εκθέσεις έγιναν σιγά – σιγά μέρος της ζωής των Ευρωπαίων από τα μέσα του 19ου αιώνα και μετά. Οι ερευνητές τονίζουν συνεχώς ότι σχετικά με τις πρόσφατες περιόδους τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις «εμπεριέχουν την ταυτότητα ενός κράτους – έθνους, του τόπου καθώς και της προσωπικής και ετερογενούς ταυτότητας ενός λαού» (Matheson, 2005: 224).

Τα αστικά φεστιβάλ, με τη μορφή που τα γνωρίζουμε σήμερα, είναι μάλλον προϊόντα των φεστιβάλ που άρχισαν να πραγματοποιούνται στη δυτική Ευρώπη και ιδιαίτερα στη Γερμανία και στις Αγγλοσαξονικές χώρες κατά το 19ο αιώνα όπως για παράδειγμα το φεστιβάλ της Βιέννης, 1811 και το φεστιβάλ της Βόννης, 1845 (Quinn 2005).

Τα πολιτιστικά φεστιβάλ γνώρισαν μεγάλη ανάπτυξη κατά τον 20ο αιώνα, και συγκεκριμένα μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, και είχαν κύριο στόχο την ανασυγκρότηση των κοινωνιών και την αναπτέρωση του ηθικού των πολιτών ώστε να αναπτυχθούν εκ νέου οι πόλεις με κίνητρο να παράγουν καλλιτεχνικά προϊόντα (Rolfe H. 1992, 7). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το φεστιβάλ του Εδιμβούργου στη Σκωτία (1947), το οποίο είναι ένα πολύ πετυχημένο φεστιβάλ σε πολλούς τομείς. Επίσης, σημαντικό 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.

Η πρόσφατη εξάπλωσή τους είναι στενά συνδεδεμένη πλέον με την τουριστική συνεισφορά τους. Από την πλευρά της προσφοράς, η σύγχρονη έκρηξη των φεστιβάλ και εκδηλώσεων θα μπορούσε να εξηγηθεί ως μέρος της διαδικασίας της αστικής αναδιάρθρωσης και ανάπτυξης. Μια βασική κινητήρια δύναμη για την αύξηση και τον επαναπροσδιορισμό των εκδηλώσεων διεθνώς είναι η δυνατότητα τους να προσφέρουν μια σειρά αποτελεσμάτων ανάπτυξης με όρους οικονομικής αναδιάρθρωσης και αναβίωσης, επανατοποθέτηση της πόλης – χώρας όπου φιλοξενούνται ως τουριστικός προορισμός, εσωτερικές επενδύσεις και δημιουργία τουριστικών εσόδων, στοιχεία σημαντικά για την αξιολόγηση της επιτυχίας των φεστιβάλ και των επιμέρους εκδηλώσεων.

Μέσα απο την ιστορική έρευνα διαφαίνεται ότι τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις έχουν μακροχρόνια ιστορία, λειτουργώντας ως τουριστικά αξιοθέατα και επηρεάζοντας τον αναπροσδιορισμό ενός μέρους ως τουριστικό προορισμό. Όπως και στο παρελθόν, τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις συνεπάγονται δημόσια προβολή και την προώθηση εορταστικής ατμόσφαιρας, δημιουργώντας έτσι το ενδιαφέρον και προσελκύοντας την προσοχή των τουριστών με άμεσο αποτέλεσμα την ενδυνάμωση και αναζωογόνηση της διοργανώτριας πόλης (Quinn 2006). Έτσι, τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις έχουν μια μακρά ιστορία, ενσωματώνοντας και μεταφέροντας στις νέες γενιές τις παραδόσεις του παρελθόντος.

Η παρούσα εργασία έχει σκοπό να παρουσιάσει στοιχεία για την Κυπριακή Κρατική Πολιτική στον Πολιτισμό, ειδικά σε ό,τι αφορά την διοργάνωση και διαχείριση πολιτιστικών φεστιβάλ στην Κύπρο. Το τοπίο των φεστιβάλ είναι σχετικά ανεξερεύνητο τόσο απο έρευνες όσο και απο στοιχεία αφού δεν υπάρχει κανένας οργανισμός που συλλέγει τέτοιου είδους πληροφορίες. Η αδιαφορία του κράτους προς τον πολιτισμό και κυρίως στα θέματα διοργάνωσης φεστιβάλ κυρίως της δύσκολης οικονομικής κρίσης που περνά ο τόπος γενικότερα.

Συγκεκριμένα εξετάζονται 6 θεματικές ενότητες. Στο 1ο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη σχέση κουλτούρας-πολιτικής και των πολιτιστικών προτεραιοτήτων, με αναφορά στα μοντέλα πολιτιστικής πολιτικής και τις σχετικές τους έννοιες. Επίσης μελετώνται οι δημιουργικές βιομηχανίες ως φορέας πολιτιστικής και οικονομικής πολιτικής και η σύνδεση με την αστική αναβίωση. Γίνεται ανάλυση των όρων Δημιουργική Πόλη και Δημιουργική Τάξη και προσδιορίζεται η έννοια της δημιουργικής πόλης και οι ιδέες των Δημιουργικών πόλεων.

Στο 2<sup>ο</sup> κεφάλαιο γίνεται αναφορά στα Φεστιβάλ και την Αστική Αναβίωση, επεξηγώντας την έννοια των φεστιβάλ και παρόμοιες χρήσεις του όρου. Παρουσιάζεται η έννοια της αστικής αναβίωσης μέσα απο τους τρόπους μέσω των οποίων η πολιτιστική δραστηριότητα ενσωματώνεται στη διαδικασία της αστικής αναβίωσης. Γίνεται αναφορά στις Πολιτικές και την εξέλιξη των

παρεμβάσεων της αστικής αναγέννησης που περιλαμβάνει οικονομικές και χρηματοδοτικές παρεμβάσεις, παρεμβάσεις στην αστική σύνθεση, στο περιβάλλον, στις κοινωνικές και «κοινοτικές» διαστάσεις, στην στέγαση, απασχόληση, εκπαίδευση και κατάρτιση και στον μετασχηματισμό της πολεοδομικής πολιτικής. Αναφορά γίνεται και στον ρόλο των φεστιβάλ στην αστική αναβίωση.

Το 3ο κεφάλαιο ασχολείται με τη διαχείριση των φεστιβάλ, την οργάνωση, την εμφάνιση, διαχείριση και ταυτότητα προορισμού, την Πολιτική και τον σχεδιασμό, την διαχείριση της επισκεψιμότητας, τον φεστιβαλικό τουρισμό, τις σχέσεις φιλοξενίας της κοινότητας, τις Υποδομές και υπηρεσίες των φεστιβάλ και τέλος τις Κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις των φεστιβάλ στους προορισμούς.

Στο 4ο κεφάλαιο μελετώνται 3 περιπτώσεις επιτυχημένων φεστιβάλ στο εξωτερικό για τον εμπλουτισμό και την επεξεργασία των δεδομένων τους ώστε να χρησιμοποιηθούν ως πηγή καλών πρακτικών.

Στο κεφάλαιο 5 αναλύεται η Πολιτιστική πολιτική της Κύπρου, ενώ σκιαγραφείται το τοπίο των φεστιβάλ στην Κύπρο. Ακολουθεί μία αποτίμηση του τοπίου των φεστιβάλ, με ανάλυση των στοιχείων που συλλέχθηκαν.

Τέλος στο κεφάλαιο 6 καταθέτονται προτάσεις για μια αναδιάρθρωση του τοπίου των φεστιβάλ στην Κύπρο.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>: Κουλτούρα-Πολιτική και Δημιουργικές βιομηχανίες

## 1. Η σχέση πολιτισμού-πολιτικής και οι πολιτιστικές προτεραιότητες των ευρωπαϊκών χωρών.

Όπως ο Dubois (2014:2) υποστηρίζει «Ο τρόπος οργάνωσης της πολιτιστικής πολιτικής αντανακλάται μέσα από την ιστορία του έθνους και την οικοδόμηση του κράτους, τις θεσμικές ρυθμίσεις και τις λειτουργίες της κυβέρνησης κάθε χώρας». Η σχέση μεταξύ πολιτισμού και πολιτικής, όπως επίσης η σχέση του κράτους με τις τέχνες, φαίνεται μέσα από τις πολιτικές των πολιτιστικών προγραμμάτων των περισσότερων ευρωπαϊκών χωρών κατά το δεύτερο μισό του 20ου αιώνα, όπου συνδέονται με τη γενική αναδιαμόρφωση της κρατικής παρέμβασης και τη δημιουργία κρατών δημοκρατικής κοινωνικής πρόνοιας μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Όλες οι εξελίξεις των πολιτιστικών πολιτικών προκύπτουν από την αλληλεπίδραση μεταξύ πολιτικού και πολιτιστικού επιπέδου. Μια εθνική πολιτιστική πολιτική συμπυκνώνει τα βασικά χαρακτηριστικά των εθνικών πολιτικών και της πολιτιστικής ιστορίας. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο η πολιτιστική πολιτική είναι ένα συναρπαστικό θέμα για διεθνή σύγκριση, αφού συγκεντρώνει πολιτικές, πολιτιστικές και κοινωνικές πτυχές (Dubois 2014:2). Υπάρχουν πολλά ερωτήματα για τις αρχές της πολιτιστικής πολιτικής στα διάφορα καθεστώτα, αναφέρει ο Dubois, όπως ερωτήματα για την κουλτούρα της επιδιωκόμενης πολιτικής, τα αποτελέσματά της που επιδιώκονται είτε είναι προκαθορισμένα ή όχι, η σχέση με τα κοινωνικά και πολιτιστικά κινήματα και τα κριτήρια αξιολόγησής τους, ο ρόλος του κράτους και του ιδιωτικού τομέα και πως επηρεάζουν την πολιτιστική πολιτική» (Dubois 2014:2).

Μέσα από την πολιτιστική πολιτική των ευρωπαϊκών χωρών διακρίνουμε τέσσερα μοντέλα με τα οποία λειτουργεί η πολιτιστική πολιτική, όπως επίσης και κάποια χαρακτηριστικά και ιδιαιτερότητες. Στο πρώτο μοντέλο το κράτος

λειτουργεί ως Πάτρωνας<sup>1</sup>, μέσω arm's length φορέων. Το κράτος δίνει χρήματα από τον ετήσιο προϋπολογισμό στο Συμβούλιο Τεχνών, το οποίο αποφασίζει για την κατανομή τους, στη βάση του κριτηρίου της καλλιτεχνικής αριστείας. Στο δεύτερο μοντέλο, το κράτος λειτουργεί ως Διευκολυντής<sup>2</sup>, όπου οι πηγές χρηματοδότησης αντλούνται από διάφορους τομείς και δεν υπάρχουν arm's length φορείς. Στο τρίτο μοντέλο, το κράτος λειτουργεί ως Αρχιτέκτονας<sup>3</sup>. Σε αυτή την περίπτωση, η χρηματοδότηση παρέχεται κατευθείαν από την κυβέρνηση ή από μια κυβερνητική υπηρεσία. Τέλος, στο τέταρτο μοντέλο πολιτιστικής πολιτικής, το κράτος να λειτουργεί ως Μηχανικός<sup>4</sup> - πρόκειται δηλαδή για ένα καθαρά πολιτικοποιημένο μοντέλο, το οποίο συναντούμε στα κομμουνιστικά ή απολυταρχικά καθεστώτα.

Μέσα από τις πολιτιστικές προτεραιότητες των 27 χωρών<sup>5</sup>, μπορούμε να διακρίνουμε κάποια χαρακτηριστικά τα οποία μπορεί να είναι κοινά όπως και κάποιες ιδιαιτερότητες. Εκτός από τους στόχους της Ευρωπαϊκής

---

1 Λειτουργεί μέσω arm's length<sup>1</sup> φορέων. Επομένως, τα κράτη που ακολουθούν αυτό το μοντέλο ενδιαφέρονται για την υψηλή ποιότητα και προσπαθούν να ακολουθούν τα διεθνή πρότυπα. Το κράτος δεν έχει έλεγχο του

<sup>2</sup> Σε αυτό το μοντέλο άσκησης πολιτιστικής πολιτικής οι αποφάσεις για χρηματοδότηση ανήκουν στις εταιρίες, στα ιδρύματα και στους ιδιώτες δωρητές, σύμφωνα με το γούστο και τις επιθυμίες τους, και όχι σύμφωνα με κάποια έννοια εθνικής πολιτικής ή κάποιου κανόνα καλλιτεχνικής αριστείας. Ο ρόλος του κράτους έρχεται με το να δώσει φορολογικές ελαφρύνσεις για τη χρηματοδότηση δράσεων πολιτιστικού χαρακτήρα. Είναι θεσμός πατρωνίας και εταιρικής επιχορήγησης σε αίθουσες συναυλιών, πινακοθήκες, θέατρα κλπ. Ανάμεσα στις χώρες που ακολουθούν αυτό το μοντέλο είναι η Η.Π.Α (Hillman, H. C. and McCaughey, C., 1989),

<sup>3</sup> Σε αυτή την περίπτωση, η χρηματοδότηση παρέχεται κατευθείαν από την κυβέρνηση ή από μια κυβερνητική υπηρεσία. Στόχος η ανάπτυξη εκείνων των δράσεων που υπηρετούν κοινωνικούς στόχους (ισότιμη πρόσβαση, πολυπολιτισμικότητα), επομένως, αυτό το οποίο συνήθως αποτελεί το κριτήριο είναι να ανταποκρίνονται οι πολιτιστικές δράσεις στις απαιτήσεις του κοινωνικού συνόλου ή με κάποιο τρόπο να εξυπηρετούν το κοινωνικό σύνολο. Εδώ δύσκολα γίνεται συζήτηση για καλλιτεχνική αριστεία. Οι αποφάσεις λαμβάνονται μέσα σε μια γραφειοκρατική δομή από τους αρμόδιους του υπουργείου, ή από δημόσιους υπαλλήλους των σχετικών κυβερνητικών τμημάτων. Ανάμεσα στις χώρες που ακολουθούν αυτό το μοντέλο είναι η Γαλλία, Ιρλανδία, Κύπρος και Λουξεμβούργο (Hillman, H. C. and McCaughey, C., 1989),

<sup>4</sup> Αυτό είναι το καθαρά πολιτικοποιημένο μοντέλο, το οποίο συναντούμε στα κομμουνιστικά καθεστώτα. Ο στόχος της πολιτιστικής πολιτικής του κράτους είναι να επιμορφώσει πολιτικά τους πολίτες του, και επομένως οι μόνες πολιτιστικές δράσεις που επιδοτούνται είναι εκείνες που απηχούν την κυρίαρχη πολιτική ιδεολογία και πληρούν τα πολιτικά πρότυπα που έχει θέσει η κυβέρνηση. Επιπλέον, η κυβέρνηση έχει στην κατοχή της όλα τα παραγόμενα πολιτιστικά προϊόντα. Ανάμεσα στις χώρες που ακολουθούν αυτό το μοντέλο είναι η Κίνα (Hillman, H. C. and McCaughey, C., 1989),

<sup>5</sup> European Parliament, 2006, FINANCING THE ARTS AND CULTURE IN THE EUROPEAN UNION, Policy Department Structural and Cohesion Policies, [online] Available at: [http://www.culturalpolicies.net/web/files/134/en/Financing\\_the\\_Arts\\_and\\_Culture\\_in\\_the\\_EU.pdf](http://www.culturalpolicies.net/web/files/134/en/Financing_the_Arts_and_Culture_in_the_EU.pdf) [Accessed 28 October 2016]

Κοινότητας<sup>6</sup>, κάποιοι άλλοι στόχοι εντοπίζονται μόνο σε λίγες χώρες. Υποστήριξη σε καλλιτέχνες είναι ο κύριος στόχος της πολιτιστικής πολιτικής στις σκανδιναβικές χώρες, την Αυστρία, την Ολλανδία και το Λουξεμβούργο. Η σημασία της τέχνης, η εκπαίδευση και η κοινωνική συνοχή έχει ιδιαίτερη προτεραιότητα στη Σουηδία, τη Δανία, τη Φινλανδία, και κάποιες χώρες της Βαλτικής, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία και την Ολλανδία. Η προστασία και η ανάπτυξη της πολιτιστικής κληρονομιάς παραμένει εξαιρετικά σημαντική για την Ιταλία, την Ελλάδα, την Κύπρο και την Μάλτα. Μέσα από έρευνα για τους πολιτιστικούς διοικητικούς οργανισμούς των 27 χωρών αποκαλύπτεται η παρουσία ή η απουσία θεσμών τύπου “arm’s length” (Klamer, Petrova, Mignosa, Stichting Economie and Cultuur, 2005, 7).<sup>7</sup>

Το πρώτο μοντέλο περιλαμβάνει χώρες όπως η Ιταλία και η Γαλλία, όπου, σε ένα top-down κράτος με γνώμονα το σύστημα, οι γραφειοκράτες και οι πολιτικοί αποφασίζουν πώς θα κατανεύουν τα δημόσια ταμεία. Υπάρχουν όμως μειονεκτήματα: Το σύστημα δεν είναι πολύ διαφανές και υπάρχει περιθώριο για άσκηση πιέσεων από εξωγενείς παράγοντες και διαπλεκόμενες σχέσεις, ενώ προτιμώνται συνήθως έργα «κύρους». Μπορούμε να συναντήσουμε φαινόμενα φιλοκυβερνητικής τέχνης ή ακόμα και στρατευμένης τέχνης. Στη Γαλλία ο ρόλος του κράτους ως Αρχιτέκτονα συμπληρώνεται από πρακτικές φορολογικών ελαφρύνσεων προς υποστήριξη δωρεών στον πολιτισμό.

Στο δεύτερο μοντέλο ανήκει η Μεγάλη Βρετανία, Η κυβέρνηση χρηματοδοτεί τον πολιτισμό και την κληρονομιά, αλλά σε «μήκος σε εμπορική βάση», δηλαδή, με την παρέμβαση των διαφόρων θεσμικών οργάνων και οργανισμών που δρουν για να φιλτράρεται η κυβερνητική επιρροή. Η

---

<sup>6</sup> Σύμφωνα με τους στόχους της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, η υποστήριξη για τη δημιουργικότητα, η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς και η προώθηση, και εστίαση στις δημιουργικές βιομηχανίες είναι σχεδόν καθολική, ακολουθούμενη από την αναγνώριση και την προώθηση της εθνικής ταυτότητας, τον πολιτιστικό πλουραλισμό, τη διεθνοποίηση και την αποκέντρωση των αρμοδιοτήτων. Δίνετε μεγάλη έμφαση στο ζήτημα της ταυτότητας και της πολυφωνίας, λόγω της συνεχώς αυξανόμενης μετανάστευσης και της παγκοσμιοποίησης. Αυτό απαιτεί τη διατήρηση της εθνικής ταυτότητας, ενώ ταυτόχρονα αναγνωρίζει την πολιτιστική πολυμορφία των νεοεισερχομένων. European Parliament, 2006.

<sup>7</sup> European Parliament, 2006, FINANCING THE ARTS AND CULTURE IN THE EUROPEAN UNION, Policy Department Structural and Cohesion Policies, [online] Available at: [http://www.culturalpolicies.net/web/files/134/en/Financing\\_the\\_Arts\\_and\\_Culture\\_in\\_the\\_EU.pdf](http://www.culturalpolicies.net/web/files/134/en/Financing_the_Arts_and_Culture_in_the_EU.pdf) [Accessed 28 October 2016]

κυβέρνηση αποδίδει έναν προϋπολογισμό στο Συμβούλιο Τεχνών (Arts Council), το οποίο έχει την ευθύνη για να παραχωρεί τις χορηγίες. Το Συμβούλιο Τεχνών είναι ένας ανεξάρτητος θεσμός, οπότε είναι δύσκολο για την κυβέρνηση να θέσει προτεραιότητες και να διαμορφώσει κριτήρια για τις επιχορηγήσεις. Ένα τέτοιο σύστημα έχει πλεονεκτήματα: μικρότερο περιθώριο για άσκηση πιέσεων, μειωμένος κίνδυνος για την κρατική επιρροή στον πολιτιστικό τομέα. Το μειονέκτημα είναι ότι, ακόμη κι αν είναι ο υπουργός ο οποίος καθορίζει τους στρατηγικούς στόχους των πολιτιστικών πολιτικών, το κράτος δεν μπορεί να επηρεάσει την κατεύθυνση της πολιτιστικής πολιτικής.<sup>8</sup> Στη Μεγάλη Βρετανία υπάρχουν κι άλλοι θεσμοί, όπως το Office of Arts and Libraries, το Arts and Humanities Research Council που επίσης συμπληρώνουν το Συμβούλιο Τεχνών δίνοντας απευθείας χορηγίες σε καλλιτέχνες και οργανισμούς.

Η Ολλανδία υιοθέτησε το τρίτο μοντέλο, όπου ένα ανεξάρτητο Συμβούλιο Τεχνών δίνει συμβουλές εμπειρογνομόνων σχετικά με την καλλιτεχνική ποιότητα και με ποιο τρόπο πρέπει να διανεμηθούν τα κονδύλια. Έχει μόνο συμβουλευτικό χαρακτήρα και η κυβέρνηση, δηλαδή, ο Υπουργός Πολιτισμού, παίρνει την τελική απόφαση για τις χορηγίες. Υπάρχει ο βραχίονας του Συμβουλίου και άρα η κυβέρνηση δεν προβαίνει σε αισθητικές/καλλιτεχνικές κρίσεις, όμως διατηρεί την ευχέρεια για πολιτικούς και διαχειριστικούς λόγους να αποκλίνει από τις γνωμοδοτήσεις του Συμβουλίου Τεχνών. Η κυβέρνηση δημοσιεύει από την αρχή τους στόχους, τις προτεραιότητες και το ύψος του προϋπολογισμού με βάση τα οποία το Συμβούλιο οφείλει να κινηθεί για να δώσει τις χορηγίες. Το πλεονέκτημα είναι ότι η κυβέρνηση μπορεί να διαμορφώσει την πολιτιστική πολιτική, χωρίς να προβαίνει σε κρίσεις για την καλλιτεχνική ποιότητα. Για άλλη μια φορά, όμως, υπάρχει περιθώριο για άσκηση πιέσεων με τον κίνδυνο τα κεφάλαια πηγαίνουν πάντα στα ίδια πολιτιστικά ιδρύματα, αφήνοντας λίγο χώρο για τους νεοεισερχόμενους. Οι εμπειρογνώμονες, οι οποίοι κρίνουν την τέχνη είναι συχνά μέρος του εαυτού του κόσμου της τέχνης, και η επιβίωσή τους είναι συνδεδεμένη με την

---

<sup>8</sup> European Parliament, 2006, FINANCING THE ARTS AND CULTURE IN THE EUROPEAN UNION, Policy Department Structural and Cohesion Policies, [online] Available at: [http://www.culturalpolicies.net/web/files/134/en/Financing\\_the\\_Arts\\_and\\_Culture\\_in\\_the\\_EU.pdf](http://www.culturalpolicies.net/web/files/134/en/Financing_the_Arts_and_Culture_in_the_EU.pdf) [Accessed 28 October 2016]

επιβίωση του εν λόγω τομέα. Τόσο στο δεύτερο όσο και το τρίτο μοντέλο, είναι ζωτικής σημασίας για την κυβέρνηση να θέσει σαφείς στρατηγικές σε πολιτιστικές πολιτικές και σαφείς κανόνες για την κατανομή των κονδυλίων για την αποφυγή του κινδύνου άσκησης πιέσεων.<sup>9</sup>

Μιλώντας για μη ευρωπαϊκές χώρες η ΗΠΑ ακολουθούν ένα ενδιάμεσο σύστημα, όπως και τα περισσότερα κράτη που συνδυάζουν στοιχεία από περισσότερα του ενός μοντέλου. Στην περίπτωση των ΗΠΑ, έχουν το National Endowment for the Arts, που παίρνει χρήματα από τις φορολογικές εισφορές και επιχορηγεί πολιτιστικούς οργανισμούς ή δίνει χορηγίες σε καλλιτέχνες που στο τέλος μπορούμε να πούμε ότι διαδραματίζει ένα ρόλο στη λογική της πατρωνίας.

Σήμερα, ένα μεγάλο μέρος της πολιτιστικής ελίτ της Ευρώπης υποστηρίζει ότι οι επιδοτήσεις για την υψηλή κουλτούρα είναι απαραίτητες. Ωστόσο, ακόμη και αν οι εθνικές, περιφερειακές και τοπικές κυβερνήσεις της Ευρώπης μοιράζουν σημαντικές πολιτιστικές επιδοτήσεις, η πίστη στην αντίφαση μεταξύ της αγοράς και της ποιότητας φαίνεται να έχει μειωθεί.

## **1.2 Δημιουργική Οικονομία και Πολιτιστική Πολιτική**

Οι Πολιτιστικοί οργανισμοί θεωρούνταν παραδοσιακά ως μια μικρής οικονομικής δυνατότητας οργανισμοί όμως όντας ο πολιτισμός πηγή της μάθησης και της γνώσης, οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες γίνονται πλέον όλο και περισσότερο αναγνωρίσιμες ως οικονομικός τομέας. Κάποιος μπορεί να δει επομένως, ότι υπάρχει μια νέα αναδυόμενη σχέση μεταξύ του πολιτισμού και της οικονομίας. Ο πολιτισμός είναι κεντρικής σημασίας στην προώθηση της διαρκούς αναγέννησης της πόλης και έχει ένα ρόλο να διαδραματίσει στη δημιουργία μιας πιο βιώσιμης και χωρίς αποκλεισμούς κοινότητα. Όπως αναφέρουν οι Yeoman et al, (2004:6), ο

---

<sup>9</sup> European Parliament, 2006, FINANCING THE ARTS AND CULTURE IN THE EUROPEAN UNION, Policy Department Structural and Cohesion Policies, [online] Available at:[http://www.culturalpolicies.net/web/files/134/en/Financing\\_the\\_Arts\\_and\\_Culture\\_in\\_the\\_EU.pdf](http://www.culturalpolicies.net/web/files/134/en/Financing_the_Arts_and_Culture_in_the_EU.pdf) [Accessed 28 October 2016]

πολιτισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας, προσελκύει επενδύσεις και εμπλουτίζει τις ζωές των ανθρώπων που ζουν και εργάζονται και επισκέπτονται την πόλη. Ο πολιτισμός διαφοροποιεί την εικόνα και το προφίλ της πόλης, εμπλουτίζει την εμπειρία του κέντρου της πόλης και κάνει κάθε κοινότητα μοναδικό στην ιστορία της ή της αίσθησης του τόπου. Ο πολιτισμός είναι μια ουσιαστική δημιουργική δύναμη στη νέα οικονομία της γνώσης και βοηθά στην οικοδόμηση δεξιοτήτων και την εμπιστοσύνη στους ανθρώπους (Yeoman et al. 2004:6).

Σύμφωνα με τον Garnham, «το πέρασμα από τις πολιτιστικές στις δημιουργικές βιομηχανίες σηματοδοτεί την επιστροφή σε μια επικεντρωμένη στον καλλιτέχνη, σε μια supply-side πολιτιστική πολιτική, και απομάκρυνση από εκείνη την πολιτική κατεύθυνση που χρησιμοποιούσε τον όρο 'πολιτιστικές βιομηχανίες' για να επικεντρωθεί στη διασπορά και την κατανάλωση. Γι' αυτό επικροτείται από το λόμπι των τεχνών» (Garnham 2005, 27). Βασικός μετασχηματισμός στην πολιτιστική πολιτική από τη δεκαετία του 1980 και μετά ήταν η χρήση της πολιτιστικής πολιτικής ως μέρους της οικονομίας. Η στροφή αυτή μονοπωλεί σχεδόν τις συζητήσεις στην πολιτιστική πολιτική τις τελευταίες δεκαετίες. Κεντρικός σε αυτές τις συζητήσεις είναι ο όρος «δημιουργική βιομηχανία» ο οποίος αντικατέστησε τον προηγούμενο διχασμό της πολιτιστικής πολιτικής ανάμεσα σε μαζικές πολιτιστικές δράσεις και την προώθηση της υψηλής κουλτούρας, ενώ παράλληλα εισήγαγε στην πολιτιστική πολιτική την οικονομική διάσταση. Υπάρχουν δυο βασικοί τρόποι με τους οποίους η πολιτιστική πολιτική συνδέεται με την αστική αναβίωση (Vickery 2007):

- Διοργανώσεις μεγάλων γεγονότων (π.χ. Ολυμπιακοί αγώνες)
- Μια εμβληματική κατασκευή (π.χ. Μουσείο Guggenheim στο Bilbao, Μαρίνα Λεμεσού)

Στην ίδια συχνότητα βρίσκεται και ο O' Brien, που αναφέρει ότι η πολιτιστική πολιτική ως οικονομική πολιτική περιλαμβάνει την κατασκευή εμβληματικών κτιρίων, τον πολιτιστικό τουρισμό, τις δημιουργικές ζώνες μέσα σε πόλεις, την ανάπτυξη και ανά-νοηματοδότηση αστικών χώρων, καθώς και την καθιέρωση μεγάλων γεγονότων. Ο σχεδιασμός και η στήριξη όλων αυτών των δράσεων

εναπόκειται στις δημιουργικές βιομηχανίες οι οποίες βασίζονται στις νέες τεχνολογίες και την κοινωνία της πληροφορίας. Συνεχίζοντας ο O' Brien αναφέρει ότι «είναι σχετικά σπάνιο πλέον να συναντήσουμε μεγάλα έργα υποδομής ή ένα οικιστικό πρόγραμμα που να μην περιλαμβάνει ένα «στοιχείο πολιτισμού», έτσι ώστε να ακολουθεί την αφήγηση περί αισθητικής που διερευνάται από την έρευνα της πολιτιστικής οικονομίας» (O' Brien 2014, 92).

Ο Biancini (Biancini F., and Parkinson, M., 1993:1) αναφέρει ότι «κατά τη διάρκεια των τελευταίων είκοσι ετών η πολιτιστική πολιτική έχει γίνει ένα όλο και πιο σημαντικό στοιχείο στο σχεδιασμό των στρατηγικών οικονομικής και φυσικής αναγέννησης σε πολλές δυτικοευρωπαϊκές πόλεις. Πολλοί παράγοντες έχουν τοποθετήσει τον πολιτισμό πιο ψηλά στην ημερήσια διάταξη της αστικής ανάπτυξης στη Δυτική Ευρώπη. Μία από τις βασικές τάσεις, κοινή για τις πιο προηγμένες βιομηχανικές οικονομίες, είναι η μείωση του χρόνου εργασίας και η αύξηση του ποσοστού του διαθέσιμου εισοδήματος που δαπανάται για δραστηριότητες αναψυχής. Αυτό οδηγεί τις κυβερνήσεις των πόλεων να αυξήσουν τις δαπάνες τους για τον πολιτισμό και να δημιουργήσουν εξειδικευμένους γραφειοκρατικούς τομείς και φορείς χάραξης πολιτικής, για την ενίσχυση της παροχής των πολιτιστικών υπηρεσιών για μια πιο εξελιγμένη και διαφοροποιημένη ζήτηση».

Από την άλλη, ποιες είναι πραγματικά οι συνέπειες της αστικής αναβίωσης και της σύνδεσης της πολιτιστικής πολιτικής με την αστική ανάπτυξη; Ο εξευγενισμός (gentrification), η μετακίνηση και ο εκτοπισμός πληθυσμών, μέσα σ' αυτούς και καλλιτέχνες, από οικονομικότερα ισχυρότερους τους, η εκτίναξη των οικιστικών αξιών είναι κάποιες από τις συνέπειες όπως αναφέρει η Zukin (1998).

### **1.3 Δημιουργική Πόλη και Δημιουργική Τάξη**

Η έννοια της δημιουργικής πόλης, κατά τον Thorsby (Thorsby στο Freestone et al., 2006:149), περιγράφει ένα αστικό σύμπλεγμα όπου οι πολιτισμικές δραστηριότητες των διαφόρων ειδών αποτελούν αναπόσπαστο στοιχείο της

οικονομικής και κοινωνικής λειτουργικότητας της πόλης. Οι πόλεις αυτές τείνουν να είναι χτισμένες σε μια ισχυρή κοινωνική και πολιτιστική υποδομή, να έχουν σχετικά υψηλές συγκεντρώσεις της δημιουργικής απασχόλησης, και να είναι ελκυστικές για εσωτερικές επενδύσεις, λόγω των καθιερωμένων εγκαταστάσεων στις τέχνες και πολιτισμό (Hartley et al. 2013). Κάτω από το ισορροπημένο όραμα της δημιουργικής πόλης του Throsby βρίσκεται μια δυναμική συζήτηση σε σχέση με την θέση του Florida (2002: 283), που επέμεινε ότι η στρατηγική για την ανάπτυξη της πόλης μπορεί να βασίζεται στην «οικοδόμηση μιας κοινότητας που είναι ελκυστική για τους δημιουργικούς ανθρώπους» (την οποία θα δούμε στο επόμενο κεφάλαιο).

Οι ιδέες των Δημιουργικών πόλεων όπως αναφέρουν οι Hartley et al. (2013:47), έχουν δώσει αφορμή για την ευρέως διαδεδομένη αντίληψη ότι η πρωτότυπη δημιουργική πόλη αντιπροσωπεύεται από εσωτερική αστική δυναμική, το μποέμ, καινοτόμο και υπερσύγχρονο περιβάλλον, ενώ αυτό που υπάρχει έξω, ιδιαίτερα τα εξωτερικά προάστια των μεγάλων πόλεων και οι μικρότερες πόλεις/κοινότητες σε κατ'εξοχήν αγροτικά τοπία, είναι θαμπά, στατικά, και πολιτισμικά προς τα πίσω. Ένα παράδειγμα είναι η περίπτωση της Νέα Ζηλανδίας, Χαρακτηριστικά της είναι οι επιτυχίες του σκηνοθέτη Peter Jackson, η καλύτερη υποδομή που έχει κατασκευαστεί στο Wellington για την κινηματογράφηση( από την εταιρεία WETA του Jackson), ο καινοτόμος σχεδιασμός στην μεταποίηση και τον τουρισμό και οι πρωτοπόρες στρατηγικές για τον πολιτιστικό και τον οικολογικό τουρισμό. Όλα αυτά τα χαρακτηριστικά είναι παραδείγματα δημιουργικότητας παγκόσμιας κλάσης σε ένα πολύ μικρό εθνικό επίπεδο με βάση πληθυσμού τα 4,3 εκατομμύρια και μόνο τρεις πόλεις σημαντικού μεγέθους. Σε πλήρη αντίθεση με το όραμα του Florida, που αναφέρθηκε πιο πάνω, η Νέα Ζηλανδία βιώνεται ως «γιγαντιαίο δημιουργικό χωριό, όπου η κοινωνική συνεκτικότητα, η εμπιστοσύνη και το αίσθημα του ανήκειν αποτελούν ένα ιδανικό πλαίσιο για τη δημιουργικότητα να ανθίσει» (Hartley et al. 2013).

Το σημαντικό στοιχείο που προκύπτει από την ιδέα της Δημιουργικής πόλης για το θέμα των φεστιβάλ, σχολιάζουν οι Hartley et al. (2013:91). Συγκεκριμένα, αναφέρουν ότι τα φεστιβάλ συγγραφέων έχουν γίνει ένα

σημαντικό μέρος της σύγχρονης δημόσιας κουλτούρας και εικόνας των πόλεων, και η εμπειρία από την αγορά του βιβλίου φαίνεται να ενισχύεται σημαντικά από την ευκαιρία να ακούσει κάποιος τον ίδιο τον συγγραφέα να συζητά το έργο του. Επίσης τα Μουσικά φεστιβάλ έχουν παρομοίως διογκωθεί στα μέσα της δεκαετίας του 2000, όπως σημειώνεται από τον Charles Leadbeater που υπογραμμίζει ότι ένα από τα πιο σημαντικά πολιτιστικά γεγονότα στο Ηνωμένο Βασίλειο είναι το μουσικό φεστιβάλ Glastonbury, δείχνοντας πως «η επιχειρηματικότητα και η αγορά μπορεί να διαδραματίσει ζωτικό ρόλο στη δημιουργία μιας μάζας, συμμετοχική και αυτο-οργανωμένη πολιτιστική εμπειρία» (Hartley et al. 2013).

Η θεωρία του Florida (2002), για τη δημιουργική τάξη βασίζεται στην ιδέα ότι εάν η δημιουργική τάξη προσελκύεται από ένα μέρος, τότε η «έμφυτη επιχειρηματική και πολιτιστική τους ενέργεια θα ενεργοποιείται αυτόματα στην κατασκευή μιας ζωντανής τοπικής οικονομίας». Με άλλα λόγια, οι πολιτιστικές βιομηχανίες για να καταστούν οικονομικά βιώσιμες πρέπει να βρίσκονται κυρίως στις πόλεις, όπου μιά σημαντική μάζα τόσο των παραγωγών όσο και των καταναλωτών είναι διαθέσιμη. Αυτές οι πόλεις προσελκύουν τον πολιτισμό καθώς η τοπική κοινωνία τονώνει την καινοτομία και τις δημιουργικές ιδέες (Go et al. 2015:35-36).

Όσο αφορά την Δημιουργική Τάξη ο Florida (2002) προσδιορίζει τον όρο Δημιουργική Τάξη ως την οικονομική ανάγκη για την δημιουργικότητα και καθορίζει τον πυρήνα της τάξης ως αυτούς που η οικονομική τους λειτουργία είναι να παράγουν νέες ιδέες, νέα τεχνολογία και νέο δημιουργικό πλαίσιο. Η διαφορά της Δημιουργικής τάξης με άλλες τάξεις όπως είναι η Εργατική Τάξη και της Τάξης των Υπηρεσιών είναι στο ότι τα μέλη της Δημιουργικής τάξης πληρώνονται για να δουλεύουν το μυαλό, τις γνωστικές και κοινωνικές δεξιότητες τους ενώ τα μέλη της Εργατικής Τάξης και της Τάξης των Υπηρεσιών, πληρώνονται για να κάνουν δουλειά ρουτίνας και ως επί το πλείστον σωματική εργασία. Στην Δημιουργική Τάξη συμπεριλαμβάνονται άνθρωποι από ειδικότητες όπως της επιστήμης, της μηχανικής, της αρχιτεκτονικής, του σχεδιασμού, της εκπαίδευσης, της τέχνης, της μουσικής και της ψυχαγωγίας, καθώς και μια ευρύτερη ομάδα των δημιουργικών

επαγγελματιών απο τους τομείς των επιχειρήσεων και της χρηματοδότησης, της νομοθεσία, της υγειονομικής περίθαλψης και άλλους συναφείς τομείς, οι οποίοι όλοι αυτοί οι άνθρωποι ασχολούνται με την επίλυση πολύπλοκων προβλημάτων που περιλαμβάνει μια μεγάλη ανεξάρτητη κρίση και απαιτεί υψηλά επίπεδα εκπαίδευσης ή ανθρώπινου κεφαλαίου και μοιράζονται ένα κοινό ήθος που εκτιμά τη δημιουργικότητα, την ατομικότητα, τη διαφορά, και την αξία. Επίσης, αυτά τα δύο συστατικά της Δημιουργικής τάξης μαζί αποτελούν το 1/3 της εργατικής τάξης της Αμερικής και παράγουν το μισό εθνικό πλούτο της, (παράδειγμα τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, τα προσόντα που κατέχονται από το εργατικό δυναμικό μιας πόλης, και οι ιδιότητες της ποικιλομορφίας του πληθυσμού μιας πόλης). Ο Florida (Hartley et al. 2013: 48), βρήκε ότι οι υψηλότερες συγκεντρώσεις της δημιουργικής τάξης συσχετίζονται με τρεις κρίσιμους παράγοντες: την τεχνολογία, το ταλέντο και την ανοχή - τα «τρία Ts» και πολύ απλά αντέστρεψε τις συνήθεις στρατηγικές οικονομικής αρωγής που οι κυβερνήσεις και τα συμβούλια χρησιμοποιούσαν. Προώθησε την ιδέα ότι η στρατηγική ανάπτυξης της πόλης μπορεί να βασίζεται στην «οικοδόμηση μιας κοινότητας που είναι ελκυστική για τους δημιουργικούς ανθρώπους» (Florida 2002: 283), αντί για την κατασκευή υποδομών παραγωγής βιομηχανικής κλίμακας με εσωτερικές επενδύσεις, όπου με τον τρόπο ζωής της «Δημιουργικής Τάξης», οδηγούν στην ανανέωση της πόλης και την ανάπτυξη. Το επιχείρημα είναι ότι «οι περιοχές με ακμάζουσα καλλιτεχνικό και πολιτιστικό περιβάλλον είναι αυτές που παράγουν οικονομικά αποτελέσματα και τη συνολική οικονομική ανάπτυξη» (Florida 2002: 261) όχι εξαιτίας της οικονομικής δύναμης των πολιτιστικών / δημιουργικών βιομηχανιών, αλλά λόγω της ελκτικής δύναμης της υψηλής τεχνολογίας εργαζομένων τους». Ο εργαζόμενος δεν ακολουθεί τη βιομηχανία; Η βιομηχανία ακολουθεί τον εργαζόμενο (Hartley et al. 2013: 48-49). Αυτό το επιχείρημα είναι πολύ σημαντικό για τον τομέα των φεστιβάλ όπου με βάση τα όσα ο Florida μας αναφέρει, δίνει την δυνατότητα στα φεστιβάλ να διαδραματίσουν ηγετικό ρόλο στο ακμάζων καλλιτεχνικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Για παράδειγμα στην κοιλάδα του Τίβερη στην Τοσκάνη, η πόλη του Pieve S. Stefano γιορτάζει το ετήσιο φεστιβάλ ημερολογίου με βραβεία για τα καλύτερα ημερολόγια, διευκολύνοντας έτσι τη δημοσίευσή τους. Η πόλη έχει καθιερώσει ένα εθνικό αρχείο ημερολογίου και

η ίδια η πόλη διαφημίζεται ως η Πόλη του Ημερολογίου (Landry, C. and Biancini, F. 1995:45)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>: Φεστιβάλ και Αστική Αναβίωση

### 2.1 Η έννοια των φεστιβάλ

Τα φεστιβάλ με την έννοια των εκδηλώσεων, ήταν και είναι μια σημαντική έκφραση της ανθρώπινης δραστηριότητας. Προκειται για ένα κοινωνικό φαινόμενο του κάθε λαού όπου υπάρχει σε όλη την ιστορική εξέλιξη του ανθρώπινου είδους, συνεισφέροντας περισσότερο στην κοινωνική και πολιτιστική ζωή του ατόμου. Ξεκινώντας από τους προϊστορικούς πολιτισμούς, στους ιθαγενείς μέχρι και σήμερα, γίνονταν και γίνονται εκδηλώσεις με το νόημα να βρίσκεται πίσω από τις αισθητικές πτυχές και τις ρίζες του κάθε λαού. Όπως ο Falassi (1987:1) αναφέρει, *“ο κάθε τόπος έχει διαγράψει μια ιστορία πάνω στην οποία σήμερα χτίζονται στρατηγικές για την προσέλκυση επισκεπτών. Τα φεστιβάλ σαν μέρος αυτών των στρατηγικών όπου συγκεντρώνει μια σειρά δραστηριοτήτων γύρω από ένα συγκεκριμένο θέμα μέσα σε ένα πεπερασμένο χρονικό διάστημα, δημιουργούν μια σημαντική ποσότητα εμπειριών που με την σειρά τους μπορούν να προσελκύσουν σημαντικό αριθμό επισκεπτών”*. Η σημερινή έννοια του φεστιβάλ μπορεί να οριστεί σαν μια εκδήλωση που οργανώνεται από δήμους, κοινότητες, υπηρεσίες του κράτους και από ανεξάρτητες ομάδες που έχουν σκοπό να προβάλουν την ιδιαιτερότητα τους δίνοντας κυρίως έμφαση στην παράδοση και στην κουλτούρα. Ο όρος "φεστιβάλ" όπως αναφέρει ο Falassi (1987:1), στις κοινωνικές επιστήμες έχει διάφορες σημασίες και περιγράφει τον όρο ως: *“Ο αστερισμός των πολύ διαφορετικών γεγονότων, ιερών και βέβηλων, ιδιωτικών και δημόσιων, που επικυρώνουν την παράδοση και εισαγάγουν την καινοτομία, προτείνοντας νοσταλγικές αναβιώσεις, παρέχοντας τα μέσα για την επιβίωση των πιο αραιών λαϊκών έθιμων, και γιορτάζοντας τις άκρως κερδοσκοπικές και πειραματικές πρωτοπορίες της ελίτ των καλών τεχνών”*. Η Ετυμολογία του όρου φεστιβάλ προέρχεται από τη λατινική *festum*, όμως στην

πραγματικότητα, στα Λατινικά υπήρχαν δύο όροι για τις εορταστικές εκδηλώσεις:

- *festum*, “για τη χαρά του λαού, ευθυμία και του γλέντιού”
- *feria*, που σημαίνει “Αποχή από την εργασία προς τιμήν των θεών”

Και οι δύο όροι χρησιμοποιούνταν στον πληθυντικό *festae* και *feriae*, γεγονός που δείχνει ότι εκείνη την εποχή τα φεστιβάλ διαρκούσαν πολλές ημέρες και περιλάμβαναν πολλές εκδηλώσεις. Στα κλασικά λατινικά, οι δύο όροι τείνουν να γίνουν συνώνυμα, καθώς οι δύο τύποι γεγονότων έτειναν να συγχωνευθούν (A.Falassi, 1987:2). Άλλες δευτερεύουσες σημασίες για αυτές τις δύο βασικές έννοιες δείχνουν σε διαφορετικές γλώσσες, μορφές εορταστικής συμπεριφοράς ή κατηγορίες του φεστιβάλ, όπως *feast* και *festive* “για ένα άφθονο επίσημο γεύμα”, η ισπανική *fiesta* “για την μάχη σε δημόσιο χώρο των ιπποτών για να δείξουν την ικανότητα και την ανδρεία τους”, η Λατινική *festae* “για ιερές προσφορές”, η ρουμανική *festae* για “φάρσα” και η ιταλική *fiesta* και το γαλλικό *fete* για “γιορτή γενεθλίων ή απλά ζεστό καλωσόρισμα” (A.Falassi, 1987:2). Στη σύγχρονη αγγλική γλώσσα, το φεστιβάλ σημαίνει: μια ιερή ή βέβηλη στιγμή της γιορτής, που χαρακτηρίζεται από ειδικές τελετές, την ετήσια γιορτή ενός αξιοσημείωτου προσώπου ή γεγονότος, ή τη συγκομιδή ενός σημαντικού προϊόντος, ένα πολιτιστικό γεγονός που αποτελείται από μια σειρά από παραστάσεις έργων των εικαστικών τεχνών, που συχνά αφιερώνεται σε ένα μόνο καλλιτέχνη ή είδος, μια έκθεση και γενική ευθυμία, γλέντι, κέφι.

Παρόμοιες χρήσεις της κοινής γλώσσας έχουν να βρεθεί σε όλες τις λατινογενείς γλώσσες κατά τον Falassi, (1987:2) και όσο αφορά την ετυμολογία των ακαδημαϊκών που έχουν ασχοληθεί με τα φεστιβάλ, ενώ μελετούσαν τα κοινωνικά και τελετουργικά γεγονότα από την οπτική γωνία των διαφόρων επιστημονικών κλάδων, όπως η θρησκεία, η ανθρωπολογία, κοινωνική ψυχολογία, η λαογραφία και η κοινωνιολογία, δείχνει ότι το φεστιβάλ συνήθως σημαίνει: “μια περιοδική επαναλαμβανόμενη, κοινωνική περίσταση στην οποία, μέσω της ή με την πολλαπλότητα των μορφών της σε μια σειρά συντονισμένων εκδηλώσεων, συμμετέχουν άμεσα ή έμμεσα και σε διάφορους βαθμούς σε όλα τα μέλη μιας ολόκληρης κοινότητας, ενωμένοι από

την εθνική, γλωσσική, θρησκευτική, ιστορική ομολογία και μοιράζονται μια κοσμοθεωρία” (Falassi, 1987).

Τόσο η κοινωνική λειτουργία όσο και η συμβολική σημασία του φεστιβάλ είναι στενά συνδεδεμένες με μια σειρά από εμφανείς αξίες που η κοινότητα αναγνωρίζει ως απαραίτητες και αναγκαίες για την ιδεολογία και την κοσμοθεωρία της, την κοινωνική της ταυτότητα, την ιστορική της συνέχειά και στη φυσική επιβίωσή της, η οποία είναι εν τέλει το τι γιορτάζουμε στα φεστιβάλ (A.Falassi, 1987:2).

## 2.2 Η έννοια της αστικής αναβίωσης

Ένας γενικός ορισμός της έννοιας της αναβίωσης / αναγέννησης είναι ο μετασχηματισμός ενός τόπου που έχει επιδείξει τα συμπτώματα της περιβαλλοντικής, κοινωνικής ή και οικονομικής πτώσης (Evans and Shaw 2004: 4). Οι Evans and Shaw (2004) έχουν προσδιορίσει τρία πρότυπα μέσω των οποίων η πολιτιστική δραστηριότητα ενσωματώνεται στη διαδικασία της αναγέννησης:

A) Η αναγέννηση που οδηγείται από τον πολιτισμό (*Culture-led regeneration*) όπου σε αυτό το πρότυπο η πολιτιστική δραστηριότητα λειτουργεί ως ο καταλυτής της διαδικασίας της αναγέννησης. Τα συγκεκριμένα προγράμματα αναγέννησης έχουν σε μεγάλο βαθμό δημόσιο χαρακτήρα και μπορεί να περιλαμβάνουν:

- δράσεις ανοικοδόμησης ή επαναχρησιμοποίησης κτιρίων ή συνόλων για δημόσια χρήση ή για επιχειρήσεις όπως για παράδειγμα έγινε με το κτήριο της παλιάς ηλεκτρικής στην Πάφο, πολιτιστική πρωτεύουσα της Ευρώπη.
- αποκαταστάσεις – αναπλάσεις ανοιχτών χώρων (σαν παράδειγμα εδώ μπορεί να αναφερθεί η μαρίνα Λεμεσού) ή
- την εισαγωγή ενός πολιτιστικού γεγονότος που χρησιμοποιείται επίσης για την επανατοποθέτηση και επαναπροώθηση (rebrand) μιας

περιοχής, όπως για παράδειγμα πάλι την Πάφο σαν πολιτιστική πρωτεύουσα της Ευρώπης.

Φυσικά, αυτό το πρόγραμμα αναζωογόνησης υποβαθμισμένων περιοχών που οδηγείται από τον πολιτισμό, έχει δεχτεί σημαντική κριτική ως προς τις αρνητικές επιπτώσεις που έχει σε ομάδες του πληθυσμού μέσω της διαδικασίας του εξευγενισμού (Shaw 2005; Καλαντίδης 2007, στο Καραχάλης 2010). Με με λίγα λόγια με την αναβάθμιση μαζί με τις αρνητικές εικόνες που αντικαθιστώνται μαζί τους εκτοπίζονται ή αποκλείονται οικονομικά και πληθυσμιακές ομάδες.

Β) Η πολιτιστική αναγέννηση (*Cultural regeneration*), όπου σε αυτό το πρότυπο, η πολιτιστική δραστηριότητα είναι πλήρως ενσωματωμένη σε μια ολοκληρωμένη στρατηγική για την αναγέννηση της περιοχής παράλληλα με άλλες δραστηριότητες σε επίπεδο περιβαλλοντικό, οικονομικό και κοινωνικό (Birmingham's Renaissance, Βαρκελώνη κ.α.). Αυτό το πρότυπο συνδέεται πολύ με την προσέγγιση «cultural planning» στην πολιτιστική πολιτική και την διαδικασία της αστικής αναγέννησης.

Γ) Πολιτισμός και αναγέννηση (*Culture and regeneration*), όπου σε αυτό το πρότυπο, η πολιτιστική δραστηριότητα δεν είναι πλήρως ενσωματωμένη στη στρατηγική ανάπτυξης ή στον προγραμματισμό και οι επεμβάσεις είναι συχνά μικρής κλίμακας.

Ο πολιτισμός και τα δημιουργικά γεγονότα όπως είναι τα φεστιβάλ, παρέχουν μια σειρά από πλεονεκτήματα για την επωνυμία της πόλης όπως είναι η ευελιξία στη στόχευση των αγορών, η ελκυστικότητα των δημιουργικών τρόπων ζωής και οι συνδέσεις μεταξύ της δημιουργικότητας και των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Αλλά προκειμένου να αποφευχθεί η εμπορευματοποίηση και η απώλεια της αυθεντικότητας της αστικής ατμόσφαιρας και των εμπειριών των καταναλωτών και να αποφευχθούν φαινόμενα «Dubaisation» (Al Rabadya, 2012 στο Go et al. 2015) και «festivalization» (Quinn, 2006 στο Go et al.2015), οι εξωτερικές και οι τοπικές προτεραιότητες πρέπει να συνάδουν. Αυτό σημαίνει να στηρίζεται ο πολιτισμός μέσα από την αστική αναγέννηση και να καθιερώνεται η επωνυμία

της πόλης σε ένα ισορροπημένο μείγμα αστικής δημιουργικότητας, γνώσης και καινοτομίας. Απαιτείται ένας προσεκτικός συνδυασμός συνθηκών για την επίτευξη αυτής της οικονομικής, πολιτιστικής και πολιτικής ισορροπίας (Go et al. 2015:126-127).

Το νέο πλαίσιο το οποίο συχνά αναφέρεται ως «αστική αναγέννηση» (Lichfield, 1992, Robert and Sykes, 2000 στο Οικονόμου, 2004:5), περιλαμβάνει οικονομικές και χρηματοδοτικές παρεμβάσεις, παρεμβάσεις στην αστική σύνθεση, στο περιβάλλον, στις κοινωνικές και «κοινοτικές» διαστάσεις, στην στέγαση, απασχόληση, εκπαίδευση και κατάρτιση. Περιλαμβάνει επίσης οριζόντιους άξονες: Νομικές και θεσμικές διαστάσεις της γης και της ανάπτυξης γης, παρακολούθηση και αξιολόγηση των προγραμμάτων αναγέννησης, θέματα οργάνωσης και διαχείρισης / λειτουργίας. Η πολιτιστική πολιτική μέσα από τη διαδικασία της αστικής αναγέννησης, έχει θεωρηθεί ως ένα μέσο για τη διαφοροποίηση της τοπικής οικονομίας με την προώθηση του τριτογενούς τομέα, την προσέλκυση επενδύσεων και την αναζωογόνηση της τοπικής ιδιομορφίας.

Ανάμεσα στις δράσεις και στα μέτρα αστικής αναγέννησης αποτελούν η διοργάνωση πολιτιστικών γεγονότων εθνικής και διεθνούς εμβέλειας, η χρηματοδότηση αρχιτεκτονικών projects και η δημιουργία νέων πολιτιστικών χώρων μέσα από τη χρήση των νέων τάσεων της αρχιτεκτονικής στην αστική ανάπτυξη. Η γήρανση του ιστού και των δομημένων περιοχών μιας πόλης όσο και η μεταβολή των οικονομικών τους λειτουργιών και των κοινωνικών χαρακτηριστικών του πληθυσμού της είναι μερικά προβλήματα που οι πόλεις αντιμετωπίζουν όπως αναφέρει το Γλωσσάριο Χωροταξίας των Υπουργών Χωροταξίας του Συμβουλίου της Ευρώπης, και προκείμενου να διατηρηθεί ένα περιβάλλον αρμονικής διαβίωσης, μια βιώσιμη οικονομία και ισορροπημένες κοινωνικές δομές, είναι απαραίτητο ένα σύνολο δημοσίων δραστηριοτήτων οι οποίες διακρίνονται στην:

- Αστική ανανέωση η οποία στοχεύει στην αντικατάσταση των γειτονιών χαμηλού εισοδήματος και των εγκαταλελειμμένων περιοχών της πόλης μέσω ευρείας κλίμακας έργων με παρεμβάσεις που αφορούν τη στέγαση, τις υπηρεσίες, τα συστήματα μεταφοράς, τους χώρους

αναψυχής κ.ά. Μερικές φορές, το κόστος της ανανέωσης είναι αρκετά υψηλό και οι δραστηριότητες αυτής της μορφής είναι λιγότερο συχνές σήμερα σε σχέση με τις προηγούμενες δεκαετίες.

- Αστική αναγέννηση και αναζωογόνηση η οποία στοχεύει στη μετατροπή της απαρχαιωμένης κοινωνικοοικονομικής βάσης συγκεκριμένων αστικών περιοχών προς την κατεύθυνση της βιώσιμης ανάπτυξης μέσω της προσέλκυσης νέων δραστηριοτήτων και επιχειρήσεων, του εκσυγχρονισμού του αστικού ιστού, της βελτίωσης του αστικού περιβάλλοντος και της διαφοροποίησης των κοινωνικών δομών,
- Αποκατάσταση αστικών περιοχών η οποία στοχεύει κυρίως στην αναγέννηση και στη διατήρηση της κληρονομιάς των κατασκευασμένων δομών ή του αστικού περιβάλλοντος, συμπεριλαμβανομένων των οικοσυστημάτων. Εκτός από την αποκατάσταση ιστορικών κτηρίων και αστικών τοπίων, οι δραστηριότητες αυτής της μορφής περιλαμβάνουν επίσης τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση των τεχνικών εγκαταστάσεων και τη συμμόρφωση με τους περιβαλλοντικούς κανονισμούς και τα πρότυπα<sup>10</sup>.

Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η πόλη του Λίντς στο Σχέδιο Πολιτιστικής της Ανάπτυξης «η σύγχρονη αστική ζωή σημαίνει μια πολιτική που συγκεντρώνει τα πάντα. Επομένως ο σχεδιασμός της πόλης, η ανάπτυξη της πόλης και ο πολιτισμός της πόλης πρέπει να εκλαμβάνονται ως ένα σύνολο...» (Αρβανιτάκη, 2007, σελ. 7).

Όσο αφορά την εξέλιξη των παρεμβάσεων στην αστική αναγέννηση ο Οικονόμου αναφέρει (Οικονόμου, 2004), στην πρώτη μεταπολεμική περίοδο υπήρχαν 2 βασικές προτεραιότητες στον υφιστάμενο αστικό χώρο:

1. Η αντιμετώπιση των καταστροφών από τον πόλεμο και η

---

<sup>10</sup> Γλωσσάριο Χωροταξίας Σύνοδος των Υπουργών Χωροταξίας του Συμβουλίου της Ευρώπης (CEMAT) 2007

ανασυγκρότηση (reconstruction) του οικιστικού ιστού, ιδίως στις κεντρικές περιοχές,

2. Οι μαζικές επεκτάσεις των πόλεων για να υποδεχθούν το πρώτο κύμα της μεταπολεμικής αστικοποίησης.

Μέσα από ταχύρυθμες και συγκεντρωτικές διαδικασίες οι κεντρικές κυβερνήσεις καθοδηγούσαν μέσα από αυτές τις δύο παρεμβάσεις, με ένα ενιαίο και απλό σχεδιασμό και χωρίς πολλές φορές χωρίς αισθητική. Ένα χαρακτηριστικό το οποίο το βρίσκουμε και στην Κύπρο είναι ότι οι πολλές ανοικοδομήσεις προσφυγικών κέντρων – συνοικισμών μετά την τουρκική εισβολή του 1974, χαρακτηρίζονται από καταθλιπτική ομοιομορφία και μορφολογική φτώχεια. Όπως ο Οικονόμου (2004) αναφέρει, τα πολεοδομικά προβλήματα μέσα από τις αυτές τις πολεοδομικές επιλογές που έγιναν άρχισαν να φαίνονται κατά το μέσο της δεκαετίας του '60. Οι παρεμβάσεις νέου τύπου γνωστές ως *renewal* που έδιναν έμφαση στη βελτίωση και στην ανανέωση των πόλεων, ήταν μια από τις συνέπειες της «επανανακάλυψης» της κεντρικής πόλης και των προαστίων αυτής και ο πολλαπλασιασμός τους, ιδίως κατά τη δεκαετία του '70. Η ανάπτυξη εμπορικών κέντρων εκτός του αστικού κέντρου, η απομάκρυνση των βιομηχανιών με αποτέλεσμα την μείωση των θέσεων απασχόλησης, η μετακόμιση κατοίκων προς τα προάστια, η αλλαγή των εργασιακών συνθηκών είναι κάποιοι από τους πολλούς λόγους υποβάθμισης των αστικών κέντρων που είχαν σαν αποτέλεσμα τα αστικά κέντρα να ερημωθούν, να υποβαθμισθούν και έτσι να μην είναι ελκυστικά για μόνιμη κατοικία. Η τάση για την σταδιακή υποχώρηση του κράτους είχε φανερές συνέπειες στο χαρακτήρα των αναπλάσεων και η προσπάθεια που γίνεται να συνεργαστεί με την τοπική αυτοδιοίκηση ή με τον ιδιωτικό τομέα ξεκίνησε κατά την δεκαετία του '80, προκειμένου να αντισταθμιστεί αυτή η κοινωνικοοικονομική και περιβαλλοντική παρακμή. Μια άλλη τάση ήταν η στροφή προς τις πολιτικές αστικής αναβίωσης των οικονομικά φθινουσών περιοχών, χρησιμοποιώντας ως εργαλείο τον πολιτισμό, κυρίως σε περιπτώσεις που αφορούν πρώην βιομηχανικές περιοχές και πόλεις. Αυτή η χρήση της πολιτιστικής πολιτικής στην αστική ανάπλαση εμφανίστηκε στις πόλεις των ΗΠΑ στη δεκαετία του '70 και τις

αρχές του '80 και στη συνέχεια εξελίχθηκε, με ακόμα ευρύτερη συμμετοχή του πολιτισμού, στις Ευρωπαϊκές πόλεις (Garcia, 2004), με την Γλασκόβη και την Βαρκελώνη να έχουν τον πρωταρχικό λόγο. Μια τελευταία τάση στην εξέλιξη των παρεμβάσεων αστικής αναγέννησης ήταν η ιδιαίτερη σημασία που απέκτησαν οι μορφολογικές αναζητήσεις μέσω ορισμένων αναπλάσεων μεγάλης κλίμακας *flagship projects*, όπου οι παράγοντες της ιδιαίτερης ταυτότητας τους και η μορφολογική τους πρωτοτυπία βοήθησαν στο να επιτύχουν. Κατά την δεκαετία του '90, ο Garcia (2004), αναφέρει ότι ο πολιτισμός αναγνωρίζεται ως σημαντικό πλεονέκτημα κάθε πόλης και θεωρείται πλέον οικονομικό στοιχείο, «ένα εμπόρευμα με αξία στην αγορά και, συνεπώς, ένας πολύτιμος παραγωγός εμπορεύσιμων αστικών χώρων» (Garcia, 2004: 314). Οι νεότερες εξελίξεις οδήγησαν σε ένα γενικότερο μετασχηματισμό της πολεοδομικής πολιτικής με τις ακόλουθες τάσεις να επικρατούν:

- Επανεκτίμηση του ρόλου των μητροπόλεων ως τόπων χωροθέτησης οικονομικών δραστηριοτήτων αιχμής και ως προϋποθέσεων της διεθνούς ανταγωνιστικότητας (στο πλαίσιο της νέας φάσης της παγκόσμιας ανάπτυξης, με τις νέες τεχνολογίες, την τριτογεννοποίηση και την παγκοσμιοποίηση) (Οικονόμου, 2001 στο Οικονόμου, 2004).
- Αυξανόμενη σημασία στην εταιρική σχέση δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, στο πεδίο της χρηματοδότησης των παρεμβάσεων αλλά και γενικότερα, στο πλαίσιο της έννοιας της διακυβέρνησης (Γετίμης 1999 στο Οικονόμου, 2004).
- Είσοδο στο προσκήνιο των περιβαλλοντικών ζητημάτων και της έννοιας της αειφορίας (Camagni, 1997 στο Οικονόμου, 2004).
- Στροφή από την εκτατική ανάπτυξη των πόλεων στην επανάχρηση των υφιστάμενων αστικών χώρων και κτιριακών κελυφών («συμπαγής πόλη») (Αραβαντινός, 2002 στο Οικονόμου, 2004).
- Αύξηση του ελεύθερου χρόνου και συνακόλουθα των δραστηριοτήτων αναψυχής και πολιτισμού (Δέφνερ, 1999, Hall and Pfeiffer, 2000 στο Οικονόμου, 2004).

- Αυξανόμενη σημασία στα κοινωνικά θέματα όπως ο κοινωνικός διαχωρισμός στην πόλη και ο κοινωνικός αποκλεισμός (Maloutas 2002 στο Οικονόμου, 2004).
- Στο πλαίσιο του μεταμοντερνισμού, ανάδυση νέων αισθητικών προτύπων αλλά και, γενικότερα, μεγαλύτερη έμφαση στα ζητήματα εικόνας, συμβολισμού και αισθητικής

Όλοι οι παράγοντες και αιτήματα που προαναφέρθηκαν συνυπάρχουν στη πολυσύνθετη σύγχρονη πολιτική για τις πόλεις όπου έκτος από την συνθετότητα των οικονομικών, κοινωνικών, φυσικών και περιβαλλοντικών παρεμβάσεων αλληλεπιδρούν και αντιφάσκουν μεταξύ τους. Έτσι η πολυπλοκότητα του συνόλου έφεραν στο προσκήνιο ένα νέο και μη εφαρμοσμένο σχεδιασμό, τον «στρατηγικό σχεδιασμό», που ήταν κάτι πολύ διαφορετικό από το παλαιότερο καθολικό πρότυπο ως προς δυο σημεία (Οικονόμου, 2000):

Δίνει έμφαση στον εντοπισμό των στοιχείων του αστικού χώρου και των μηχανισμών παραγωγής του, που έχουν ιδιαίτερη (στρατηγική) σημασία, και στη διαχείριση των αλληλεπιδράσεών τους, αντί της εξαντλητικής περιγραφικότητας.

Η διαχείριση αυτή γίνεται όχι μόνο μέσω των κλασικών κρατικών λειτουργιών αλλά με κινητοποίηση και των δυνατοτήτων της αγοράς από όπου προέρχεται και η χρήση οικονομικών μηχανισμών καθώς και με τους μηχανισμούς της διακυβέρνησης, δηλ. της εταιρικής σχέσης με τον ιδιωτικό τομέα και τον λεγόμενο τρίτο ή κοινωνικό τομέα.

Οι παρεμβάσεις στον υφιστάμενο χώρο έχουν κεντρικό ρόλο στην αστική αναγέννηση γιατί συνδέονται με δυο προσδιοριστικούς παράγοντες την Αειφορία και την «Συμπαγή πόλη» (Οικονόμου, 2004:5). Αναλυτικότερα, όπως ο Οικονόμου (2004) αναφέρει, τα βασικά χαρακτηριστικά της σύγχρονης αστικής πολιτικής «Αναγέννησης» συνοψίζονται στα εξής σημεία:

Αειφορία και «Συμπαγής πόλη», Ανανέωση του ενδιαφέροντος για θέματα εικόνας και μορφής, Ελεύθερος χρόνος και αναψυχή, Οικονομικός ρόλος της

πόλης, Ρόλος της πόλης ως μηχανισμού υπεροπτικής/διεθνούς ανταγωνιστικότητας, Κοινωνικός διαχωρισμός, Διακυβέρνηση και εταιρική σχέση με τον ιδιωτικό τομέα, Οι αναπλάσεις ως μηχανισμός δημιουργίας γαιοπροσόδων.

Η συσχέτιση αυτών των χαρακτηριστικών της σύγχρονης αστικής πολιτικής «αναγέννησης» σχετίζεται με τα χαρακτηριστικά των σύγχρονων αναπλάσεων μέσω: Της έμφασης στον υφιστάμενο αστικό χώρο και τη βελτίωση του, της δυνατότητας βελτίωσης των ελεύθερων χώρων της πόλης όσο πιο περιβαλλοντικά γίνεται, των αισθητικών παρεμβάσεων, της ορατότητας και αισθητικής της πόλης στο διεθνή χώρο μέσω εμβληματικών στοιχείων για την προσέλκυση διεθνών επιχειρήσεων, της αύξησης της σημασίας του ελεύθερου και κοινόχρηστου χώρου στην πόλη, της ποιότητας του φυσικού χώρου της πόλης ως τουριστικού πόρου, του ρόλου της ποιότητας του αστικού χώρου ως παράγοντα προσέλκυσης εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού που κινείται στον διεθνή χώρο, του αμφίσημου ρόλου των αναπλάσεων με την βελτίωση υποβαθμισμένων περιοχών να είναι πίεση απομάκρυνσης του παλαιού πληθυσμού και δραστηριότητα από αναβαθμισμένες περιοχές, της δυνατότητας προσέλκυσης ιδιωτικών πόρων

Οι γενικότερες επιδιώξεις της αστικής αναγέννησης όπως αναφέρει ο Οικονόμου (2004) εμπίπτουν: Στην Άρση περιορισμών και μειονεκτημάτων, Στην πυροδότηση ευρύτερων αλλαγών, Στην αξιοποίηση ευκαιριών και δυνατοτήτων, Στην αύξηση της προσφοράς (supply side), Και στην προώθηση ολοκληρωμένης κοινωνικό-οικονομικής και φυσικής αναμόρφωσης

Από την άλλη έχουμε και τις δυνητικές επιπτώσεις των αναπλάσεων οι οποίες συνοψίζονται πιο κάτω: «Ανάκτηση» εγκαταλειμμένων ή υποβαθμισμένων περιοχών, Ακαμψίες του ιδιοκτησιακού καθεστώτος, Δυσκολίες εσωτερικής κυκλοφορίας/σταθμευσης ή υπεροπτικής πρόσβασης, Πιλοτική ή εμβληματική λειτουργία, που υπογραμμίζει την εφικτότητα της αλλαγής και προκαλεί αρκετά σημαντικής κλίμακας πρωτογενείς αλλαγές, ώστε να προσελκύσει δευτερογενώς νέες πρωτοβουλίες και επενδύσεις (flagship projects), Κινητοποίηση αλυσιδωτών επιπτώσεων όπως πχ. η βελτίωση των φυσικών συνθηκών και της όψης των κτηρίων κινητοποιεί τους κατοίκους και ιδιοκτήτες

να προχωρήσουν σε επόμενα βήματα, Αξιοποίηση της ποιότητας του υπάρχοντος κτιριακού αποθέματος και μέσα από εκσυγχρονισμό να γίνει επανάχρηση του, Αξιοποίηση άλλων πολεοδομικών στοιχείων όπως αρχαιολογικοί χώροι και παραλίες, Φάσμα από την κατασκευή της βασικής πολεοδομικής, περιβαλλοντικής και μεταφορικής υποδομής μέχρι την δημιουργία των κτιριακών υποδομών, Διοχέτευση κυρίως δημόσιων πόρων για την ταυτόχρονη αντιμετώπιση χωρικά εντοπισμένων φυσικών, οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων (URBAN or Strategic Development sites)

Όπως ο Γοσποδίνη και Μπεριάτος (2005) μας αναφέρουν το νέο «διεθνοτοπικό-ποιημένο» (glocalised) αστικό τοπίο του 21ου αιώνα χαρακτηρίζεται από δυο αντιθετικούς πόλους:

A) Την αρχιτεκτονική κληρονομία με τοπικές πολιτιστικές μορφολογικές και συμβολικές αναφορές όπου μέσα από αυτή την ιδιότητα καθιστάτε σημαντικός πόρος αστικού τουρισμού και ταυτόχρονα «προικίζει» την πόλη με πολυνοηματικό και ποιοτικό χώρο. Ο προσανατολισμός στην παράδοση και κληρονομιά της κάθε περιοχής ή τόπου γίνεται σήμερα η σανίδα σωτήριας των εθνικών κοινοτήτων για την μη εξασθένηση τους B) Τον καινοτόμο σχεδιασμό και την μνημειακή αρχιτεκτονική με παγκόσμιες αναφορές και flagship projects:

- Τα οποία φιλοδοξούν να αποτελέσουν κεντρικά σημεία της πόλης
- Μέσα από τη νέα εικόνας μιας πόλης που μετασχηματιστική και επανατοποθετήθηκε είτε αποτελούν εμβλήματα, είτε εδραιώνουν την θέση και το όνομα τους σε διεθνές επίπεδο
- Είναι έργα διάσημων αρχιτεκτόνων

- ο Είναι έργα με μεγάλο προϋπολογισμό και η βιωσιμότητα τους αμφιβάλλεται

Η ανάγκη στην υποστήριξη των ευρύτερων στόχων της αστικής αναγέννησης μέσα από τον σχεδιασμό των αναπλάσεων και η ένταξη τους στον ευρύτερο πολεοδομικό σχεδιασμό δεν είναι πάντα εύκολο να επιτευχθεί αλλά μπορεί εύκολα να διαπιστωθεί και εξαρτάται από τις έξης παραμέτρους:

Ο στρατηγικός πολεοδομικός σχεδιασμός πρέπει να έχει ήδη διαμορφώσει με σαφείς στόχους μια ευρύτερη στρατηγική «αναγέννησης» για κάθε πόλη ή περιοχή, να έχει λάβει υπόψη τις δυνατότητες που παρέχουν οι αναπλάσεις για την υλοποίηση τους και να δίνει κατευθυντήριες γραμμές στις επιλογές των χαρακτηριστικών των αναπλάσεων.

Ο ευρύτερος σχεδιασμός οφείλει να λειτουργεί και συντονιστικά, παράλληλα με τις κατευθυντήριες γραμμές που δίνει. Σε πολλές περιπτώσεις είναι ανάγκη ο ευρύτερος σχεδιασμός να προωθήσει άλλες παρεμβάσεις αναγκαίες για την επιτυχή ενσωμάτωση των αισθητικών παρεμβάσεων στην συνολική στοχοθεσία (Οικονόμου, 1999 στο Οικονόμου, 2004).

Το πλαίσιο αυτής της πολιτικής θα πρέπει να παρέχει τα θεσμικά και χρηματοδοτικά εργαλεία που απαιτούνται για την υλοποίηση των αναπλάσεων που αυτά μπορεί να είναι οι μηχανισμοί χρηματοδότησης, οι μηχανισμοί εφαρμογής, οι μηχανισμοί παρακολούθησης, προδιαγραφές και διαδικασίες ανάπλασης που είναι αποτελεσματικές και λειτουργικές κλπ (Οικονόμου, 2001 στο Οικονόμου, 2004).

Τέλος, από την μια μεριά η επιτυχία των αναπλάσεων βασίζεται σε μεγάλο βαθμό από τις πρωτοβουλίες και τις επιλογές που βρίσκονται έξω από αυτές και από την άλλη μεριά είναι ο εσωτερικός σχεδιασμός των αναπλάσεων που πρέπει να ενσωματώνει με συγκεκριμένο τρόπο τις κατευθύνσεις του ευρύτερου σχεδιασμού της αστικής αναγέννησης και να λαμβάνει υπόψη τις παράλληλες παρεμβάσεις που επηρεάζουν στην ανάπτυξη. Παρόλα αυτά όπως μας αναφέρει ο Οικονόμου (2004), καθοριστικής σημασίας πτυχές για την επιτυχία των αναπλάσεων είναι δύο που χωρίς αυτές το αποτέλεσμα

μπορεί να είναι όχι απλώς ανεπιτυχές αλλά και χειρότερο από την προηγούμενη κατάσταση.

Η πρώτη είναι η ποιότητα της αστικής σύνθεσης. Η παραμέληση αυτής της πτυχής καταδίκασε ολόκληρες γενιές αναπλάσεων σε αποτυχία, είτε με την εκδοχή της μονοτονίας, που σημάδεψε ολόκληρες δεκαετίες τέτοιων παρεμβάσεων, είτε με την εκδοχή του κιτς, που αποτελεί στη σημερινή περίοδο μόνιμη απειλή (Οικονόμου, 2004).

Η δεύτερη προϋπόθεση είναι η αποτελεσματική διαχείριση του δημόσιου χώρου. Η σημασία της είναι ιδιαίτερα προφανής στις συνθήκες που έχουμε στην Κύπρο, με τα γνωστά προβλήματα μορφής και λειτουργίας να υποβαθμίζουν έντονα το δημόσιο χώρο της πόλης με τα πιο εμφανές την παράνομη στάθμευση, κυκλοφορία, ηχορύπανση, οπτική ρύπανση, κλπ, που όπως φαίνεται η αποφυγή της παραβατικότητας και των αντικοινωνικών συμπεριφορών δεν είναι δεδομένη (Οικονόμου, 2004).

### **2.3 Πολιτιστικές περιοχές στην αστική αναγέννηση**

Το φαινόμενο της δημιουργίας «cultural quarters», «cultural clusters» ή «cultural districts» «πολιτιστικές περιοχές» ή «επίκεντρα πολιτισμού» (Mommass, 2004, Γοσπονίδη, 2009), είναι ένα φαινόμενο επανασχεδιασμού και αναζωογόνησης υποβαθμισμένων περιοχών, ένα σχετικά νέο στις μεταμοντέρνες πόλεις. Σε αυτά τα πολιτιστικά clusters-quarters, αναπτύσσονται οι πολιτιστικές βιομηχανίες που με τη χρήση του πολιτισμού ως κινητήριου μοχλού της αστικής οικονομίας, περνούν από τις απλές πολιτικές οργάνωσης πολιτιστικών θεαμάτων σε πιο ολοκληρωμένες στρατηγικές πολιτιστικής παραγωγής και δημιουργικότητας. Όσον αφορά τον πυρήνα της πολιτιστικής τους δραστηριότητα μπορεί να εκτείνεται από τις τέχνες, τη λογοτεχνία, τη διαφήμιση μέχρι τα μουσεία, τα θέατρα, χώρους συναυλιών, εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης, κλπ. (Mommass, 2004, στο Καραχάλης, 2010). Οπότε, όπως θα είναι λογικό γύρω από αυτές τις πολιτιστικές δραστηριότητες, αναπτύσσονται ποικίλες σχετικές δραστηριότητες, παράλληλες ή υποστηρικτικές. Μια βασική διαφοροποίηση είναι ανάμεσα στις περιοχές που αναπτύχθηκαν με παρέμβαση σχεδιασμού

(institutionally developed) και στις περιπτώσεις που αναπτύσσονται αυθόρμητα από τους ίδιους τους χρήστες (organically developed) (Kloosterman, 2009 στο Καραχάλης, 2010). Εξετάζοντας την λειτουργία των περιοχών αυτών μπορούμε να δούμε και κάποιες προκλήσεις οι οποίες θα μπορούσαν να προκαλέσουν περισσότερα προβλήματα. Παρουσιάζονται προκλήσεις όσο αφορά το φαινόμενο του εξευγενισμού, του προγραμματισμού, της μέριμνας και της επίλυσης των συγκρούσεων των ειδικών ομάδων του πληθυσμού όπως πχ είναι οι μετανάστες.

## **2.4 Ρόλος των φεστιβάλ στην αστική αναβίωση**

Τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις μέσω του πολιτισμού και των δημιουργικών βιομηχανιών, αποτελούν ουσιαστικό μέρος της αστικής ζωής του 20ου αιώνα και συνδέονται με τις προσπάθειες αστικής αναζωογόνησης και τον εμπλουτισμό της πολιτιστικής ζωής, οι οποίες μπορεί να αφορούν το σύνολο της πόλης ή της περιφέρειας ή συγκεκριμένες υποβαθμισμένες περιοχές (Evans, 2003, 2009). Η πολιτιστική παραγωγή και κατανάλωση στον αστικό χώρο περιλαμβάνει μια ποικιλία δραστηριοτήτων έχοντας πολύ διαφοροποιημένα θέματα, από θεματικά, πολιτικά, πολιτιστικά, αθλητικά, θρησκευτικά, κλπ, και μπορεί να πραγματοποιηθούν σε διεθνές επίπεδο όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το Παγκόσμιο Κύπελλο, World Expo, καθώς και σε εθνικό επίπεδο όπως το Oktoberfest στο Μόναχο, το Brighton Festival στο Εδιμβούργο και άλλα.

Ο ρόλος των φεστιβάλ/εκδηλώσεων, όπως προκύπτει γίνεται όλο και πιο σημαντικός τόσο για την αστική ανάπτυξη (που έχει μια μεγάλη επίδραση στην εικόνα της πόλης υποδοχής), καθώς και για τους κατοίκους της (Popescu, Corbos 2012:19). Σίγουρα όλα αυτά τα φεστιβάλ δεν αφήνουν οφέλη μόνο στην οικονομία της πόλης με την ανάπτυξη των τοπικών επιχειρήσεων, θέσεις εργασίας κλπ, αλλά και σε κοινωνικό και πολιτισμικό επίπεδο με την βελτίωση και ανανέωση των αστικών προορισμών που τα χρησιμοποιούν, τις τέχνες και γενικά τον πολιτισμό. Με αυτό τον τρόπο, τα φεστιβάλ γίνονται ένα πολύ σημαντικό εργαλείο για την εξυπηρέτηση του στρατηγικού σχεδιασμού και αποτελούν μια αρένα στην οποία οι συζητήσεις των πολλαπλών πολιτιστικών, κοινωνικών και πολιτικών θεμάτων μπορούν

να ξεδιπλωθούν (Crespi-Vallbona και Richards, 2007 στο Luonila and Johansson 2015: 212), καθώς δίνει τη δυνατότητα στους δημόσιους και ιδιωτικούς περιφερειακούς φορείς και τους φορείς χάραξης πολιτικής να αναγεννήσουν και να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα και την ευημερία. Ένα παράδειγμα είναι η αναφορά των Robertson και MacMillan Wardrop (2004), στο πώς η πόλη του Εδιμβούργου αύξησε σημαντικά τη φήμη και το προφίλ της ως οικοδεσπότης μιας σειράς από γεγονότα μεγάλης κλίμακας μετά από την συμμετοχή της σε πρόγραμμα στρατηγικής ανάπτυξης για εκδηλώσεις (Luonila and Johansson 2015: 212). Οι αλληλένδετοι παράγοντες της χρήσης του πολιτισμού ως μέσου για την αναδιάρθρωση του πλούτου και τις ευκαιρίες απασχόλησης, των ανησυχητικών επιπτώσεων της παγκοσμιοποίησης όπως και της αλλαγής προσέγγισης στη διαχείριση του αστικού χώρου, τις διαρθρωτικές αλλαγές στην οικονομική παραγωγή είναι οι λόγοι πίσω από τον αυξανόμενο αριθμό των φεστιβάλ και των πολιτιστικών εκδηλώσεων (Paiola, 2008; Quinn, 2005 στο Luonila and Johansson 2015: 212). Όπως αναφέρει ο Evans “Η καθιέρωση της πολιτιστικής πόλης και η χρήση των τεχνών και της ψυχαγωγίας ως εργαλεία στην αστική αναγέννηση αποτελεί πλέον ένα παγκόσμιο φαινόμενο το οποίο έχει επιταχυνθεί στην εποχή της “πόλης της ανανέωσης». Ο σκληρός ανταγωνισμός για καθιέρωση της επωνυμίας μιας πόλης μέσα από τα φεστιβάλ και τα πολιτιστικά γεγονότα σαν ναυαρχίδες έχει δημιουργήσει μια μορφή Karaoke αρχιτεκτονικής όπου δεν είναι σημαντικό το πόσο καλά μπορείς να τραγουδήσεις, αλλά πως μπορείς να το κάνεις με ζωντάνια και κέφι” (Evans, 2003: 217).

## **2.5 Branding του τόπου (Place Branding)**

Τα τελευταία χρόνια η προβολή των πόλεων πραγματοποιείται στο πλαίσιο οργανωμένων στρατηγικών, καθιστώντας δημοφιλή την πρακτική του μάρκετινγκ/branding πόλεων, με σκοπό την προσέλκυση επενδύσεων, κατοίκων και επισκεπτών, μέσω του πολιτισμού που είναι το επίκεντρο των περισσότερων προσπαθειών προβολής μιας πόλης. Ένας αντιπροσωπευτικός ορισμός για το μάρκετινγκ τόπου είναι ο εξής: *«Είναι μια μακροπρόθεσμη διαδικασία ή στρατηγική αλληλένδετων ενεργειών και μέτρων*

με σκοπό τη διατήρησή ή αύξηση της ελκυστικότητας ενός τόπου για συγκεκριμένες ομάδες του πληθυσμού» (Hospers, Verheul & Boekema, 2011 στο Καραχάλης 2015:2). Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια ο όρος «μάρκετινγκ του τόπου» τείνει να ταυτιστεί με έναν νέο όρο, το «branding του τόπου» (place branding), προκαλώντας συχνά παρερμηνείες. Με τον όρο «branding του τόπου» εννοείται η απόδοση συγκεκριμένης χωρικής ταυτότητας σε μια περιοχή ή πόλη, ώστε να διαμορφωθεί μια κεντρική ιδέα για τα χαρακτηριστικά και την αστική προσωπικότητά της. Παρατηρείται μέσα απο την βιβλιογραφία place branding, όταν μιλάμε για «πολιτισμό», η κατανόηση μας επικεντρώνεται στην τέχνη, την αρχιτεκτονική, το σχεδιασμό, την ιστορία (Kunzmann, 2004), την κληρονομιά (Anholt, 2007), σχετικά γεγονότα όπως τα φεστιβάλ και πολιτιστικές εγκαταστάσεις, όπως μουσεία, γκαλερί, θέατρα ή κέντρα τέχνης. (Go et al. 2015:32-33)

Στην σχετική βιβλιογραφία με το place branding, μπορούν να διακριθούν ορισμοί, όπως το Journal of Place Branding and Public Diplomacy, που προτείνει τον ακόλουθο ορισμό: « Το Place Branding μπορεί να περιγραφεί ως η διαδικασία ανακάλυψης, δημιουργίας, ανάπτυξης και συνειδητοποίησης ιδεών και εννοιών για την ανακατασκευή της ταυτότητας και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του τόπου και στη συνέχεια την οικοδόμηση της αίσθηση του τόπου, από τις προσπάθειες και τις επενδύσεις σε εξοπλισμό (π.χ. υποδομή, κτίρια), λογισμικά (π.χ. εκδηλώσεις, ιστορίες), orgware (π.χ. συνεταιριστικές οργανωτικές διαρθρώσεις) και media ware (π.χ. σύμβολα και συμβολικές ενέργειες, ιστοσελίδες) <sup>11</sup>». Σύμφωνα με ένα άλλο ορισμό, το place branding είναι πράγματι μια πρακτική, (Pryor και Grossbart, 2007: 294 στο Go et al. 2015), αλλά και η διαδικασία να αναγράφονται σύμβολα και εικόνες σε ένα μέρος που αντιπροσωπεύει το σύνολο αυτών των κεντρικών και ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τα οποία έχουν αποδοθεί στον τόπο, δημιουργώντας έτσι μια εστίαση της ταυτότητας». Στην πρώτη περίπτωση, το place branding είναι κάτι περισσότερο από τη δημιουργία και προώθηση των εικόνων του τόπου σαν μέρος της διαχείρισης (Kavaratzis και Ashworth, 2008 στο Go et al. 2015), που ασχολείται με την προϋπάρχουσα φήμη (Parkerson, 2007). Ακαδημαϊκοί και επαγγελματίες συμφωνούν ότι το place branding είναι

---

<sup>11</sup> <http://placebrandobserver.com/place-branding-principles/> (Govers et al.)

ένας διεπιστημονικός τομέας της έρευνας και της δραστηριότητας - όπως η εταιρική επωνυμία (Ashworth και Kavaratzis, 2009 στο Go et al. 2015), καθώς αντιμετωπίζει πολλές ομάδες ενδιαφερομένων, έχει ένα υψηλό επίπεδο ασάφειας και πολυπλοκότητας, πρέπει να λαμβάνει υπόψη την κοινωνική ευθύνη, ασχολείται με πολλαπλές ταυτότητες, και απαιτεί μακροπρόθεσμη ανάπτυξη. Το Place Branding μπορεί να θεωρηθεί μια προσπάθεια να χρησιμοποιηθούν στρατηγικές που αναπτύχθηκαν για τη διαχείριση, στον εμπορικό τομέα. (Go et al. 2015:33). Για παράδειγμα μέρος του place branding του Εδιμβούργου εδώ και μερικά χρόνια έχει επικεντρωθεί στη μετατόπιση των αντιλήψεων καταναλωτών του προορισμού, και ο πολιτισμός έχει χρησιμοποιηθεί αποτελεσματικά ως μέρος της αφηγηματικής προώθησης. Ο Anholt (2007: 101 στο Go et al. 2015) υποστηρίζει ότι ο «Πολιτισμός μπορεί συχνά να διαδραματίσει κρίσιμο ρόλο στη μετακίνηση της τρέχουσας εικόνας της χώρας προς μια πιο χρήσιμη. Ο πολιτισμός είναι το στοιχείο που είναι απολύτως αναγκαίο, για μια ικανοποιητική εικόνα του κάθε τόπου, ειδικά στην περίπτωση των χωρών που υποφέρουν από μια εικόνα που βασίζεται αποκλειστικά ή σε μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό». Τα φεστιβάλ του Εδιμβούργου βοηθούν να επαναπροσδιορίζεται συνεχώς το εμπορικό τους σήμα και δημιουργούν μια ισχυρή αίσθηση του τόπου, βοηθώντας την πόλη μέσω της ανταλλαγής των μηνυμάτων που παρουσιάζει στο στρατηγικό στόχο της τοποθέτησης του προορισμού ως μια σύγχρονη πολιτιστική πρωτεύουσα του 21ου αιώνα (Go et al. 2015:145).

Ο πολιτισμός είναι η πανοπλία των πόρων που δείχνουν ότι ένα μέρος είναι μοναδικό και ξεχωριστό (Landry, 2000: 7 στο Go et al. 2015:34). Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις όπως φεστιβάλ και ιστορικά θεάματα συχνά επιλέγονται να αποτελέσουν μέρος των εκστρατειών place branding, λόγω της προβολής τους, της πολιτική της ουδετερότητας και της αποδοχής, προσθέτοντας αξία στον τόπο και συμβάλλοντας στην παγκόσμια αναγνώριση της. Παραδείγματα είναι το Φεστιβάλ του Εδιμβούργου, το Φεστιβάλ Θεάτρου της Αβινιόν και εκδηλώσεις όπως η «Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης». (Go et al. 2015: 35).

Οι μάρκες (brands) επιτρέπουν στο να «διαβάσει» πιο εύκολα ο ένας τον άλλον, το περιβάλλον του και τα προϊόντα και από αυτή την άποψη το branding δεν είναι απλά μια οικονομική δραστηριότητα, εμπνευσμένη από τις σκέψεις της αγοράς. Σε μια βαθύτερη, πολιτιστική και κοινωνιολογική έννοια, είναι πάνω απ' όλα ένας τρόπος εισαγωγής της τάξης και της ασφάλειας σε ό, τι είναι κατ' αρχήν μια χαοτική πραγματικότητα» (Mommas 2002: 34 στο Kavaratzis, 2005). Για αυτό ακριβώς το λόγο είναι απαραίτητο να συμμετέχουν στη διαδικασία branding της πόλης ο τοπικός πληθυσμός και να γίνει μια προσπάθεια να στηρίξει πραγματικά την τοπική δημιουργικότητα και όχι μόνο να επιβάλει στην πόλη και τους κατοίκους της, τον πολιτισμό που εισάγεται από έξω. Η Zukin (2002 στο Kavaratzis, 2005), αναφέρει ότι το Branding είναι μια στρατηγική απάντηση στο πρόβλημα του καθορισμού της ιδιαιτερότητας σε έναν αυξανόμενο τυποποιημένο και ακόμη και τετριμμένο κόσμο. Ο Kunzmann (2004 στο Kavaratzis, 2005), καταλήγει στο συμπέρασμα, ότι σίγουρα το περιφερειακό και δημοτικό μάρκετινγκ και branding πρέπει να προωθή την πολιτιστική ανάπτυξη και ταυτόχρονα, η πολιτιστική ανάπτυξη και η διαχείριση του ελεύθερου χρόνου και της ψυχαγωγίας που προσφέρεται από τις πόλεις πρέπει να ενισχύει το εμπορικό σήμα της πόλης με ένα συντονισμένο και εναρμονισμένο τρόπο (Kavaratzis, 2005:6).

Η πρακτική του city branding και του μάρκετινγκ του τόπου κυρίως απευθύνεται σε 5 ομάδες (Hospers, 2011α στο Καραχάλης 2015): Στους κατοίκους, στις επιχειρήσεις, στους επισκέπτες, στους εργαζομένους - Αιρετά στελέχη των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης και στους επιστήμονες – Άτομα με ταλέντο.

Πιο κάτω παρουσιάζονται τα βήματα που είναι τα βασικά στοιχεία για ένα σχέδιο μάρκετινγκ πόλη, παρόλο που στη διεθνή βιβλιογραφία δεν έχει επικρατήσει ένα μεθοδολογικό πρότυπο (Anholt, 2010· Govers & Go, 2009 στο Καραχάλης 2015).

Το πρώτο βήμα είναι η Ανάλυση η οποία περιλαμβάνει την συγκέντρωση υλικού προβολής, μελετών, βασικών στοιχείων για την πόλη και την τοπική

κοινωνία, πληροφοριών για τις στρατηγικές πόλεων με παρόμοια χαρακτηριστικά κλπ, οδηγεί στην αποτίμηση της υπάρχουσας κατάστασης. Η κατανόηση και η μελέτη των ιδιαζόντων χαρακτηριστικών και των αξιών της πόλης αποτελούν προαπαιτούμενα της διαδικασίας.

Το δεύτερο βήμα είναι η Έρευνα πεδίου η οποία περιλαμβάνει έρευνα με ερωτηματολόγια προς τους κατοίκους, τους επισκέπτες και τις επιχειρήσεις και επίσης είναι ένα απαραίτητο στάδιο για την αξιολόγηση της τρέχουσας και επιθυμητής εικόνας και της ταυτότητας της πόλης.

Το τρίτο βήμα είναι η Διαμόρφωση προτεινομένου μοντέλου μάρκετινγκ όπου με βάση τα δύο πρώτα βήματα αποφασίζεται ο τρόπος με τον οποίο θα αναπτυχθεί και θα υλοποιηθεί η πρόταση μάρκετινγκ, δηλαδή η μέθοδος και τα κύρια χαρακτηριστικά της στρατηγικής.

Τέταρτο βήμα είναι η Στρατηγική Μάρκετινγκ και Ομάδες-Στόχοι, όπου γίνεται μια περιγραφή της στρατηγικής, του οράματος και της στοχοθεσίας μάρκετινγκ της πόλης (συνήθως σε βάθος πενταετίας) και η περιγραφή των κύριων ομάδων-στόχων αποτελούν το σημαντικότερο βήμα. Εδώ περιγράφεται και η επικοινωνιακή πολιτική (λογότυπο, σλόγκαν, μείγμα μάρκετινγκ, «τοποθέτηση»), καθώς και ο ρόλος των εμπλεκόμενων φορέων.

Το πέμπτο βήμα βασίζεται στη Δημιουργία και Περιγραφή Εξειδικευμένων Πακέτων ανά αγορά-στόχο, όπου για επιλεγμένους τομείς θα χρειαστεί να εξειδικευτεί η πρόταση σε θεματικά «πακέτα», τα οποία θα περιλαμβάνουν μια πλήρη περιγραφή των δράσεων και των χρονοδιαγραμμάτων.

Ακολουθεί η Διαβούλευση – Οριστικοποίηση πρότασης το οποίο είναι το έκτο βήμα. Η κοινοποίηση της στρατηγικής και η διαβούλευση με τους εμπλεκόμενους φορείς/εταίρους και την τοπική κοινωνία είναι απαραίτητα βήματα, προκειμένου να υπάρξει συμφωνία, να οριστικοποιηθεί και να εξειδικευτεί η πρόταση.

Το βήμα επτά περιγράφεται η Οργανωτική Δομή και ο Ρόλος των Εταίρων. Περιγράφεται με λεπτομέρεια ως προς το οργανόγραμμα και τις αρμοδιότητες πιάς οργανισμός, η εταιρεία ειδικού σκοπού ή το γραφείο, θα έχει την ευθύνη

συντονισμού.

Και τέλος το βήμα οχτώ είναι η Αξιολόγηση που γίνεται μετά την εφαρμογή της στρατηγικής και αξιολογούνται η αναγνωρισιμότητα και η λειτουργικότητα του σχεδίου city branding. Συνήθως η αξιολόγηση πραγματοποιείται σε ετήσια βάση και καταλήγει σε προτάσεις βελτίωσης ή επαναδιατύπωσης στόχων.

Σε σχέση με το τελευταίο βήμα, ξεχωριστό πεδίο αποτελεί ο τρόπος μέτρησης και αποτίμησης των επιπτώσεων ενός σχεδίου μάρκετινγκ και, γενικότερα, της πετυχημένης ή μη εφαρμογής του. Κεντρική θέση στη σχετική συζήτηση κατέχουν η έννοια του «brand equity» – της αξίας ενός brand – σε σχέση με την πόλη και ο τρόπος με τον οποίο μπορεί να μετρηθεί (Kavaratzis & Florek, 2014 στο Καραχάλης 2015).

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>: Μάνατζμεντ Φεστιβάλ**

### **3.1 Χαρακτηριστικά του τομέα των Φεστιβάλ**

Σε παγκόσμιο επίπεδο υπάρχει ένα πρωτοφανές ενδιαφέρον για εκδηλώσεις και φεστιβάλ, όπου ο καθένας θέλει να γιορτάσει συγκεκριμένη μορφή του πολιτισμού του, την παράδοση, τη διαφορά ή ομοιότητα με τους άλλους, τόσο σε διεθνές όσο και σε εθνικό επίπεδο, σε πόλεις και κωμοπόλεις, χωριά και οικισμούς, όσο και στις αγροτικές και παράκτιες περιοχές. Αυτή η ραγδαία ανάπτυξη του τομέα αυτού, χρειάζεται μια αποτελεσματική και αποδοτική διαχείριση έτσι ώστε να εξασφαλιστεί μια βιώσιμη ανάπτυξη όσο και η ανάπτυξη της στο μέλλον. Πολλά από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρονται στα φεστιβάλ, εισέρχονται άλλα στο ώριμο στάδιο του κύκλου ζωής τους, ενώ άλλα βρίσκονται σε αρχικό στάδιο (παράρτημα 2). Έτσι η ανάγκη για εκπαίδευση γίνεται πιο επιτακτική, καθώς οι άνθρωποι κάνουν τη δια βίου επαγγελματική σταδιοδρομία τους στον τομέα αυτό έτσι ώστε να γίνεται πιο σωστή, αποτελεσματική και αποδοτική διαχείριση. Τα φεστιβάλ μπορούν να συμβάλουν θετικά στην προώθηση του προορισμού που φιλοξενούνται και να προσελκύσουν τουρίστες, που μπορεί να θεωρηθεί ως μια νέα μορφή τουρισμού στην οποία να εδραιωθεί η οικονομική ευημερία και

ανάπτυξη (Yeoman et al. 2004).

Από την άλλη, εκεί όπου διοργανώνονται φεστιβάλ και πολιτιστικά γεγονότα εμπειρικλείουν ένα μεγάλο δίκτυο με διάφορους φορείς-πρωταγωνιστές, οι οποίοι ανήκουν όλοι θεωρητικά σε μια αγορά του ίδιου πολιτικού συστήματος όπου ο καθένας από τους φορείς εκφράζει τις δικές του πεποιθήσεις για να εξυπηρετήσει τα συμφέροντα του και έτσι η εικόνα του προορισμού, προϊόντος η υπηρεσίας μπορεί να ενισχυθεί ή να καταστραφεί μέσα από την επιτυχία ή την αποτυχία του φεστιβάλ. Μέσα από αυτό το πλέγμα των διαφορετικών συμφερόντων οι φορείς μπορούν να έχουν πολλούς ρόλους, άλλοτε ως ρυθμιστές, διαμεσολαβητές, παραγωγοί, συνεργάτες προμηθευτές και άλλοτε ως ακροατές (M. Luonila, T. Johansson, 2015:13). Όλα τα φεστιβάλ είναι μοναδικά στο είδος τους και φυσικά δεν υπάρχει κάποιο κοινό μοντέλο διαχείρισης τους, όμως ένα κοινό χαρακτηριστικό τους είναι ότι η παραγωγή λαμβάνει χώρα την ίδια στιγμή με την κατανάλωση. Κάποια άλλα χαρακτηριστικά των φεστιβάλ είναι:

- Έχουν διαφορετικά κόστη
- Κερδοσκοπικά η μη κερδοσκοπικά
- Έχουν διαφορετικό σκοπό (Κάποια έχουν διδακτικό και ψυχαγωγικό σκοπό και κάποια επιχειρησιακό σκοπό)
- Σχεδόν τα πλείστα χρειάζονται κάποιο είδος χορηγού
- Μπορεί να είναι μεγάλης ή μικρής κλίμακας φεστιβάλ
- Πραγματοποιούνται σε διεθνές ή τοπικό επίπεδο
- Διακρίνονται σε καλλιτεχνικά Φεστιβάλ, Γαστρονομικά Φεστιβάλ, Φεστιβάλ οινοποσίας, Φεστιβάλ ιστορίας και πολιτισμού, Θρησκευτικά Φεστιβάλ, Εκπαιδευτικά - λογοτεχνικά Φεστιβάλ, Αθλητικά Φεστιβάλ, κοινωνικοπολιτικά Φεστιβάλ, Επιστημονικά Φεστιβάλ, Ψυχαγωγικά Φεστιβάλ, Εποχικά φεστιβάλ και Διάφορα Φεστιβάλ

Από την άλλη όμως είναι και το ευρύ φάσμα του κοινού με τις διαφορετικές

προσδοκίες του, και αυτό έχει επιπτώσεις στις διαδικασίες διαχείρισης. Έτσι το μοντέλο διαχείρισης πρέπει να ταιριάζει στις απαιτήσεις όλων όσοι εμπλέκονται σε κάθε στάδιο ενός φεστιβάλ. Παρά το γεγονός ότι τα φεστιβάλ ποικίλλουν σε μεγάλο βαθμό, τα θέματα διαχείρισης είναι συχνά παρόμοια και περιλαμβάνουν τη συνεργασία φορέων μέσα σε ένα όλο και πιο ανταγωνιστικό περιβάλλον, με μειωμένους πόρους και με όλο και πιο απαιτητικούς και περίπλοκους καταναλωτές (Yeoman et al. 2004).

### **3.2 Οργάνωση και Διαχείριση Φεστιβάλ**

Η πρωτοβουλία για την οργάνωση ενός φεστιβάλ μπορεί να προέρχεται από τον δημόσιο τομέα, όπου οι αρχές επενδύουν σε εορτασμούς εθνικών επετείων, ή άλλων γεγονότων του παρόντος ή παρελθόντος. Η διαχείριση μπορεί να είναι συγκεντρωτική με τις επενδύσεις που προέρχονται από το δημόσιο ταμείο, ή αποκεντρωμένη με τις τοπικές επιτροπές να ανταποκρίνονται με διακριτικές τοπικές δράσεις. Σε γενικές γραμμές μια μελέτη σκοπιμότητας θα καθορίσει το τι καλύτερο "ταιριάζει" μεταξύ του γεγονότος και του τόπου, του προορισμού υποδοχής και τις οργανωτικές επιδόσεις. Επίσης τα φεστιβάλ με μεγάλο ή μικρό αντίκτυπο μπορούν να προέρχονται και από τον ιδιωτικό ή επιχειρηματικό τομέα με επιχειρηματίες, εταιρείες και ομάδες ειδικών συμφερόντων να μπορούν να προσφέρουν στις τέχνες, τον αθλητισμό ή την συγκέντρωση χρημάτων με προωθητικές ενέργειες. Οι αποφάσεις σχετικά με τη διοργάνωση ενός φεστιβάλ προέρχονται κυρίως από μια ειδική ομάδα ενδιαφέροντος που είναι πρόθυμοι να εκπαιδεύσουν ένα ευρύτερο ακροατήριο, επιδεικνύοντας την πολιτιστική τους πρακτική που ίσως διατηρήσει και ενισχύσει την αποδοχή τους. Μια γιορτή του τρόπου ζωής και της ταυτότητας μιας κοινότητας μπορεί να ξεκινήσει από πολλούς οργανισμούς, τις επιχειρήσεις, την κυβέρνηση, από ιδιώτες και από ομάδες της κοινότητας, με την τοπική αυτοδιοίκηση να ασχολείται με τις εκδηλώσεις της κοινότητας και οι οργανώσεις μη κερδοσκοπικού τομέα και τα φιλανθρωπικά ιδρύματα να διοικούνται συνήθως από εθελοντές.

Όσο αφορά την οργανωτική δομή είτε είναι απλή δομή, λειτουργική, με δίκτυο, με ομάδες καθηκόντων ή επιτροπές, μπορεί να διαφέρει ανάμεσα στα

φεστιβάλ, (McDonnell, 1999 στο Yeoman et al. 2004:35), και ο κάθε οργανισμός υποδοχής έχει την ευθύνη για την κοινότητα υποδοχής και τους άλλους ενδιαφερόμενους, για μια αποτελεσματική διαχείριση είτε πρόκειται για κυβερνητικές υπηρεσίες, τους συμμετέχοντες και θεατές, χορηγούς, την ευρύτερη επιχειρηματική κοινότητα, τους εργαζόμενους και τους εθελοντές, τους προμηθευτές ή τα μέσα ενημέρωσης. Όποια και αν είναι η δομή που χρησιμοποιείται, ο οργανισμός υποδοχής πρέπει να αντιμετωπίσει επαγγελματικά την πολυπλοκότητα των κινδύνων (ασφάλεια, κακές καιρικές συνθήκες κλπ), την οικονομική διαχείριση, την ικανότητα της δημόσιας λογοδοσίας, διαχείριση των ανθρώπινων πόρων και το μάρκετινγκ. Πέραν τούτου ο McDonnell et al. στο Yeoman et al. 2004:359), πιστεύει ότι είναι καθήκον του διαχειριστή ο εντοπισμός, η πρόβλεψη και η διαχείριση του φάσματος των επιπτώσεων, «έτσι ώστε στην ισορροπία ο συνολικός αντίκτυπος της εκδήλωσης να είναι θετικός».

Κάνοντας μια επισκόπηση των πρακτικών διαχείρισης που εφαρμόζονται σε φεστιβάλ και πολιτιστικές εκδηλώσεις οι Yeoman et al. (2004:14), δανείζονται ένα μοντέλο διαχείρισης των επιδόσεων ως πλαίσιο για τη συστηματική αναγνώριση και την αποδόμηση τεσσάρων κύριων στάδιων ανάπτυξης μιας εκδήλωσης ή ενός φεστιβάλ, που είναι: η απόφαση, ο λεπτομερής σχεδιασμός, η εκτέλεση και η αξιολόγηση. Η σχετική σημασία σε κάθε στάδιο της πρακτικής κάθε μεμονωμένου συμβάντος μπορεί να είναι πολύ διαφορετική, και η ισορροπία και η τάξη των δραστηριοτήτων αλλάζουν ανάλογα με τη φύση και το σκοπό της εκδήλωσης, π.χ. για επαναλαμβανόμενα φεστιβάλ με μια μόνιμη οργάνωση της ομάδας, ή μεμονωμένα φεστιβάλ.

Το πρώτο στάδιο κινεί τη διαδικασία και καθορίζει τελικά αν η εκδήλωση/φεστιβάλ θα προχωρήσει ή όχι. Μπορεί να είναι σχετικά απλή διαδικασία για ένα μικρό επαναλαμβανόμενο γεγονός, μπορεί ωστόσο, να είναι σύνθετη, πολύπλευρη και επαναληπτική. Σε πιο σύνθετες μορφές η λήψη αποφάσεων περιλαμβάνει πέντε ξεχωριστές δραστηριότητες: Τον καταλύτη (Το άτομο/α που παρέχουν την αρχική ιδέα), τον προσδιορισμό των στόχων της εκδήλωσης/φεστιβάλ, τη θέσπιση του διοικητικού συμβουλίου, την

περιγραφή μιας μελέτης σκοπιμότητας (συμπεριλαμβανομένης της έρευνας αγοράς και μια αρχική οικονομική μελέτη) και τη λήψη της απόφασης. (Το Διοικητικό Συμβούλιο θα πρέπει να έχει συλλέξει αρκετές πληροφορίες για να αποφασίσει κατά πόσον η εκδήλωση θα πρέπει να προχωρήσει με το στάδιο λεπτομερούς σχεδιασμού).

Εφόσον η φάση της απόφασης έχει ένα θετικό αποτέλεσμα η εκδήλωση κινείται στο επόμενο στάδιο του λεπτομερούς σχεδιασμού, που είναι η ουσία της διαχείρισης της εκδήλωσης, όπου περιλαμβάνει τον ορισμό του προϊόντος της εκδήλωσης/φεστιβάλ, (μια μίξη δραστηριοτήτων, οι οποίες είναι τα εργαλεία για την επίτευξη των συνολικών στόχων εκδήλωσης και την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών). Περιλαμβάνει επίσης το θέμα της εκδήλωσης/φεστιβάλ (που πρέπει να είναι συμπληρωματικό και συνεργικό στους στόχους της εκδήλωσης), την τοποθεσία και τον τόπο που για τον Allen (2000:37) «Η τοποθεσία είναι τα πάντα». Ένας κατάλληλος χώρος είναι πρωταρχικής σημασίας για τη συνολική επιτυχία ή την αποτυχία της εκδήλωσης/φεστιβάλ και θα πρέπει να συμπληρώνουν το θέμα (Yeoman et al. 2004:14). Επίσης περιλαμβάνει το χρονοδιάγραμμα της εκδήλωσης / φεστιβάλ (που είναι κρίσιμο για την επιτυχία και χρειάζεται πολύ προσεκτική εξέταση), την τιμή των εισιτηρίων (η τιμολόγηση των εισιτηρίων έχει σημαντικές επιπτώσεις στη λήψη αποφάσεων των πελατών και την συμμετοχή τους και μπορεί να καλύπτει την είσοδο μόνο του ή μπορεί να περιλαμβάνουν υπηρεσίες στάθμευσης ή μεταφοράς), την ανάπτυξη μιας λεπτομερούς οικονομικής μελέτης που εστιάζεται σε τρία σημεία: στα αναμενόμενα έσοδα και δαπάνες, προϋπολογισμού και ταμειακής ροής. Σημαντικό μέρος του σχεδιασμού είναι το μάρκετινγκ το οποίο προσδιορίζεται με τους τρεις κύριους στόχους: καταγραφή των αναγκών και των κινήτρων των πελατών, την ανάπτυξη προϊόντων που ικανοποιούν αυτές τις ανάγκες, και οικοδόμηση ενός προγράμματος επικοινωνίας που εκφράζει το σκοπό και τους στόχους της εκδήλωσης/φεστιβάλ. Στην συνέχεια περιλαμβάνεται η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, η διαχείριση του τόπου διεξαγωγής και εργασιών της εκδήλωσης/φεστιβάλ και τέλος ο προγραμματισμός της εκδήλωσης/φεστιβάλ.

Το επόμενο στάδιο είναι η υλοποίηση της εκδήλωσης/φεστιβάλ το οποίο περιλαμβάνει την παρακολούθηση της προόδου, αντιμετώπιση έκτακτων καταστάσεων και τον τερματισμό των δραστηριοτήτων της εκδήλωσης/φεστιβάλ.

Το τελευταίο στάδιο είναι η αξιολόγηση της εκδήλωσης/φεστιβάλ που έχει ως σκοπό το τι θα μπορούσε να είχε γίνει καλύτερα στις έξι διαφορετικές προοπτικές της οργάνωσης της εκδήλωσης, τους εθελοντές και το λοιπό προσωπικό, τους χορηγούς, τους πελάτες, την κοινότητα υποδοχής και περιβαλλοντικά ζητήματα.

Αυτό το μοντέλο αναπτύχθηκε ως μέρος ενός ευρύτερου ερευνητικού προγράμματος για να διευκολυνθούν οι συζητήσεις με τους διαχειριστές εκδηλώσεων και φεστιβάλ, όπως αναφέρουν οι Yeoman et al. (2004:30) και αυτό που είναι σαφές από τις αρχικές συζητήσεις με τους διευθυντές είναι ότι το μοντέλο αντικατοπτρίζει την πρακτική, αλλά ότι δεν είναι πολλοί διευθυντές χρησιμοποιούν ένα σαφές μοντέλο για να καθοδηγήσουν τις δράσεις τους.

Ωστόσο, οι χορηγοί, η κυβέρνηση και άλλοι φορείς χρηματοδότησης ορίζουν όλο και περισσότερο επιτυχημένο ένα φεστιβάλ μόνο όσον αφορά την ολοένα αυξανόμενη προσέλευση και όσον αφορά την ικανότητά της εκδήλωσης για να αποφέρει κέρδος και είναι αυτοί οι «δείκτες απόδοσης» που στο τέλος πιέζουν πολλούς διαχειριστές μιας εκδήλωσης/φεστιβάλ για να εγκαταλείψουν το ουσιαστικό ή αυθεντικό τελετουργικό, υπέρ της «επιτυχίας», και κατά συνέπεια, ο οικονομικός αντίκτυπος της εκδήλωσης να γίνει πιο σημαντικός παράγοντας για τους διαχειριστές από το ίδιο το τελετουργικό. Οι Dimmock και Tiyce (2001 στο Yeoman et al. 2004:55) αναφέρουν ότι «τα δυνητικά οικονομικά οφέλη από τα φεστιβάλ και εκδηλώσεις, συχνά τονίζονται έναντι των άλλων επιπτώσεων, ιδιαίτερα όσον αφορά τις τοπικές αρχές και τους επενδυτές. Πράγματι, η επιτυχία ενός φεστιβάλ ή εκδήλωσης μετριέται συνήθως με όρους οικονομικής συμβολής της στα ενδιαφερόμενα μέρη του φεστιβάλ ή της εκδήλωσης, την κοινότητα και την ευρύτερη περιοχή. «Η εμπορευματοποίηση συμβαίνει όταν οι δραστηριότητες της κοινότητας μεταβάλλονται για να καλύψουν τις ανάγκες και τις προσδοκίες των τουριστών, διαβρώνοντας έτσι την ακεραιότητα, την αυθεντικότητα και

παραδοσιακή αξία του πολιτισμού» όπως και «η πολιτιστική ακεραιότητα πρέπει να έχει προτεραιότητα έναντι του οικονομικού κέρδους ή την ικανοποίηση των τουριστικών ανάγκων» (Dimmock και Tiyce, 2001 στο Yeoman et al. 2004:55).

### **3.3 Εμφάνιση, Διαχείριση και Ταυτότητα προορισμού**

Ένα μέρος για να μπορεί να επιτύχει σαν μέρος αναφοράς και ως μέρος για να επισκεφθεί ένας επισκέπτης χρειάζεται να είναι δημιουργικό και να αποκτήσει χαρακτήρα και προσωπικότητα. Το γεγονός ότι δημοφιλή φεστιβάλ βρίσκονται σε τόπους αναγνωρίσιμους και εντυπωσιακούς υποδηλώνει ότι τα φεστιβάλ συμβάλλουν στην (επανα)νοηματοδότηση του τόπου. Αυτό μπορεί να γίνει μέσα από την ονομασία του φεστιβάλ, την οπτική επαφή με το τοπίο που κάνει το μέρος να είναι αναγνωρίσιμο για τους ντόπιους και τους επισκέπτες, είτε ως αντανάκλαση της τοπικής συνείδησης όπου η διάθεση ενός τόπου έχει ενσωματωθεί με το περιεχόμενο του προγράμματος. Η διαμόρφωση της εικόνας μιας πόλης σύμφωνα με τους Kotler, Haider και Rein (1993) στο Καραχάλης (2015), είναι ένα σύνολο από πεπτοιθήσεις, ιδέες και εντυπώσεις που έχουν ή διαμορφώνουν οι άνθρωποι για την πόλη ή έναν συγκεκριμένο προορισμό και αυτό τροφοδοτεί την εικόνα και την ταυτότητα του τόπου. Με αυτό τον τρόπο διαμορφώνεται η εικόνα της πόλης που αντιπροσωπεύει μια απλουστευμένη μορφή όλων των υποθέσεων και πληροφοριών που συνδέονται με τα προαναφερθέντα. Η εικόνα αυτή μπορεί να δημιουργηθεί από τους ανθρώπους που έχουν παρευρεθεί και είχαν καλές στιγμές σε ένα φεστιβάλ, βάσει διηγήσεων, από τις ειδήσεις στην τηλεόραση, από το διαδίκτυο, από την επικοινωνιακή πολιτική μάρκετινγκ της πόλης κ.λπ. Αυτό μπορεί να τοποθετήσει έναν προορισμό στην αγορά και να προσελκύσει και άλλους να επισκεφθούν το φεστιβάλ στο μέλλον, να μείνουν περισσότερο χρόνο στην πόλη, και να εξερευνήσουν τα τουριστικά αξιοθέατα.

Μέσα από την εξέταση του τρόπου με τον οποίο η εικόνα και η ταυτότητα αποτελούν θεμελιώδη συστατικά των εμπορικών σημάτων ο Gran (2010 στο Go et al. 2015:35), δηλώνει ότι τα εμπορικά σήματα (brands) «πρέπει να αφορούν ορισμένα κρίσιμα περιστατικά ή πραγματικά αποτελέσματα». Συνεχίζοντας αναφέρει ότι «είναι πολύ δύσκολο να τεθεί μια εικόνα μέσης

ηλικίας σε μια σύγχρονη πόλη που κυριαρχείται από το στυλ της διεθνούς αρχιτεκτονικής. Αυτό σημαίνει ότι ένα εμπορικό σήμα (brand) ενός τόπου πρέπει να λαμβάνει υπόψη το είδος των πόρων και των χαρακτηριστικών που ο τόπος έχει πραγματικά». Επίσης αναφέρει ότι «τα προϊόντα και ο τόπος χρειάζονται τόσο την εικόνα και την ταυτότητα, προκειμένου να σχηματίσουν την μάρκα τους και να προσθέσουν αξία. Προστιθέμενη αξία είναι ότι αξίζει η μάρκα πέραν, και μαζί με τον τομέα της χρήσης της και την τεχνική ποιότητα» (Go et al. 2015).

Ένα γεγονός όσον αφορά την διαχείριση του προορισμού είναι ότι ασκείται αρκετή πίεση στο φυσικό περιβάλλον από τα φεστιβάλ και έτσι είναι σημαντικό οι διοργανωτές να ενθαρρύνουν μια υπεύθυνη προσέγγιση στη σχέση του κάθε ατόμου με το χώρο στον οποίο λαμβάνει χώρα η εκδήλωση, όπως επίσης να παρέχουν επαρκείς πόρους για τη διαχείριση των αποβλήτων, των πληροφοριών, την ερμηνεία και την σήμανση και να ελαχιστοποιήσουν τη ζημιά που μπορεί να γίνει στο νερό, τη πανίδα και την βλάστηση σε συγκεκριμένες περιοχές. Από την άλλη, οι αρχές του κράτους πρέπει να αντιμετωπίζουν τα προβλήματα που παρουσιάζονται και τα ζητήματα της διατήρησης της ποιότητας του τόπου που είναι αρμόδιες για τον δημόσιο περιβάλλοντα χώρο, όπως είναι οι πλατείες, πάρκα, ζωολογικούς κήπους, παράκτιες ζώνες, για την καλύτερη εξυπηρέτηση των επαγγελματιών και των επισκεπτών και την αποτροπή ενεργειών που θα μπορούσαν να ενθαρρύνουν βανδαλισμούς, σκουπίδια και θόρυβο, Πολλά παραδείγματα μεγάλων αστικών περιοχών αναψυχής έχουν ανακατασκευαστεί από φτωχογειτονιές και υποβαθμισμένες περιοχές που τώρα παρέχουν αναζωογονημένη πρόσβαση, βελτίωση στις ανέσεις, ενδιαφέρουσα σχεδίαση, καθίσματα, φωτισμό και στοιχεία δημόσιας τέχνης για το κοινό.

Μια ολοκληρωμένη στρατηγική με ένα συστηματικό μοντέλο θα μπορεί να δώσει τα καλύτερα αποτελέσματα σε όλους τους ενδιαφερόμενους όσο αφορά την χρησιμοποίηση των φεστιβάλ αποτελεσματικά από τους προορισμούς υποδοχής. Είναι σημαντική η σημασία της διενέργειας διαβουλεύσεων μεταξύ της κοινότητας με όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς, ιδιαίτερα αν η

κυβέρνηση είναι ο οργανισμός που απαιτεί τη διαχείριση της περιοχής για το κοινό καλό. Ένας έλεγχος των υφιστάμενων εκδηλώσεων, οι πόροι, οι χωρικές και χρονικές ανάγκες θα επιτρέψουν έτσι ώστε να εμφανιστούν και να εξεταστούν τα κενά και οι επιλογές που έγιναν, όσον αφορά το πότε και πού να γίνουν συγκεκριμένα γεγονότα. Κάποιες επιλογές στο στήσιμο ενός φεστιβάλ συνδέονται με την εποχικότητα στην επισκεψιμότητα και προσδιορίζοντας την αγορά-στόχο του φεστιβάλ οι διαχειριστές, επιδιώκουν να ελαχιστοποιήσουν τις δυσμενείς επιπτώσεις και να ενισχύσουν τα οφέλη, διασφαλίζοντας ότι η βιωσιμότητα είναι ενσωματωμένη στο σχεδιασμό και στην διαχείριση του φεστιβάλ με τα οφέλη να τα επωφελείται η κοινότητα υποδοχής (Yeoman et al. 2004).

Τέλος αυτή η στρατηγική προσέγγιση θα προσδιορίσει το χαρτοφυλάκιο των γεγονότων, με διαφορετική κλίμακα, το μέγεθος, τα θέματα, τις δραστηριότητες, τις ανάγκες, τις οργανωτικές δομές και το κοινό που πρέπει να καλυφθεί. Τα Φεστιβάλ μπορεί να σχεδιαστούν για να συμβάλουν στην ελκυστικότητα ενός προορισμού, να δημιουργήσουν μια δυναμική ατμόσφαιρα, υπηρεσίες και ψυχαγωγία. Σαν παράδειγμα αυτής της στρατηγικής είναι το σύμπλεγμα Φεστιβάλ στο ετήσιο Διεθνές Φεστιβάλ του Εδιμβούργου, όπου κάθε Αύγουστο, η πόλη φιλοξενεί ένα Φεστιβάλ Fringe, ένα Φεστιβάλ Τζαζ, το Military Tattoo, ένα Φεστιβάλ Κινηματογράφου και το αναπληρωματικό Φεστιβάλ συγγραφέων. Μ' αυτό τον τρόπο διευρύνεται το χαρτοφυλάκιο των δραστηριοτήτων για τους ντόπιους και τους επισκέπτες καθώς μπορεί να ενθαρρύνει την αύξηση των δαπανών τους και διαμονές μεγαλύτερης διάρκειας.

### **3.4 Πολιτική και σχεδιασμός**

Η διαχείριση Φεστιβάλ/Εκδηλώσεων αποτελεί ουσιαστικά, το σχεδιασμό και τη διαχείριση ενός γεγονότος που όμως όπως αναφέρουν οι Yeoman et al. (2004:54) η δομή του τυπικού φορέα διαχείρισης καθώς και η περιγραφή των καθηκόντων για τον τυπικό διαχειριστή, δυστυχώς δεν περιλαμβάνουν το στοιχείο του «σχεδιασμού» και αποκλείεται ακόμα και από τον περιγραφικό τίτλο «event manager». Ωστόσο οι McDonnell et al. (1999 στο Yeoman et al. 2004:54) αναφέρονται σε μια έρευνα για τη βιομηχανία, όπου πάνω από

εκατό ερωτηθέντες δήλωσαν ότι το «όραμα» ήταν το βασικό χαρακτηριστικό για ένα επιτυχημένο event manager όπως και το πάθος για τη βοήθεια των ανθρώπων να γιορτάσουν ήταν η απάντηση κάποιων σοβαρότερων διαχειριστών. Ορισμένοι θεωρούν ακόμη το έργο τους ως τμήμα κάποιου υπουργείου και όχι μόνο ως εμπορικό επάγγελμα». Πέραν αυτού ο Goldblatt (2002) αναγνωρίζει ότι «ένας διαχειριστής εκδήλωσης (event manager) είναι ένα πρόσωπο που είναι υπεύθυνο για την έρευνα, το σχεδιασμό, τον προγραμματισμό, το συντονισμό και την αξιολόγηση των γεγονότων» (Yeoman et al. 2004:55).

Όλες οι επιλογές που γίνονται μέσα από ενδεδειγμένη στρατηγική σχεδιασμό μπορούν να ζωντανέψουν και να κάνουν τον προορισμό πιο ενδιαφέρον και ευχάριστο για να ζει, να δουλέψει και να επισκεφθεί κανείς. Η χάραξη μιας πολιτιστικής πολιτικής από την τοπική αυτοδιοίκηση ενός προορισμού για παράδειγμα, μπορεί να αναδείξει την νόμιμη και διακριτική συμμετοχή της πάνω σ' αυτά που ενώνουν μια κοινότητα ως' ότου να δημιουργηθεί αμοιβαία εμπιστοσύνη και σεβασμός, μεταξύ των συνεργασιών, με θετικές νοοτροπίες για την απομυθοποίηση των διαδικασιών και των πρακτικών που ακολουθούνταν μέχρι τώρα. Όπως για παράδειγμα γίνεται στο φεστιβάλ Εδιμβούργου μέσω του κοινού προγράμματος χρηματοδότησης στρατηγικής μάρκετινγκ και σχεδιασμού για την καινοτόμο και συνολική προώθηση των φεστιβάλ σε νέες, αναξιοποίητες αγορές σε περιφερειακό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο, το «Made in Scotland» (Go et al. 2015:149), μία σύμπραξη μεταξύ των οργανισμών Creative Scotland και του Edinburgh Fringe το οποίο υποστηρίζεται από την κυβέρνηση της Σκωτίας, το Δημοτικό Συμβούλιο του Εδιμβούργου και από τους μη κυβερνητικούς οργανισμούς, VisitScotland, το EventScotland και Scottish Enterprise, Αυτή η κοινή προσπάθεια που γίνεται στην Σκωτία έχει πολλά θετικά και ενθαρρύνει τη σύγκλιση των στρατηγικών στόχων μεταξύ των 12 μεγάλων φεστιβάλ. Επίσης, το μάρκετινγκ της πόλης επικεντρώθηκε στο τομέα των φεστιβάλ μέσα από μια μεγαλύτερη αμοιβαία κατανόηση των βασικών αγορών-στόχους και την ικανότητα των φεστιβάλ για να προσελκύσουν αυτές τις αγορές. Έτσι, η διερεύνηση, εξερεύνηση και επέκταση της παράδοσης, οι αξίες, ο χαρακτήρας και το πλαίσιο του προορισμού για να μπορεί να προσφέρει απτά

υλικά και άυλα οφέλη για μια μακροπρόθεσμη ανάπτυξη της πόλης, του χωριού ή της περιοχής θα πρέπει η επεξεργασία της πολιτικής αυτής να γίνεται από όλα τα επίπεδα της κυβέρνησης. Οι σχέσεις μεταξύ της κυβέρνησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης, τοπικής κοινότητας και ιον ιδιωτικού τομέα πρέπει να ενθαρρύνονται και να υποστηρίζονται από τις αρχές έτσι ώστε οι διάφοροι φορείς να ενισχύσουν το φεστιβάλ, για παράδειγμα με την παροχή επαγγελματικής διαχείρισης στην περίπτωση των κοινοτικών οργανώσεων μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα ή εθελοντικής εργασίας, που είναι απαραίτητη γιατί ενισχύει σημαντικά τους στόχους του φεστιβάλ.

Ως μελέτη περίπτωσης, η «εμπειρία του Εδιμβούργου» τονίζει τον ρόλο και την επιρροή του πολιτισμού στη διαμόρφωση της πόλης μάρκετινγκ και τον προορισμό μάρκες. Ο «Πολιτιστικός δυναμισμός» του Εδιμβούργου επέτρεψε τη διαφοροποίηση, δημιουργεί μια ξεχωριστή ταυτότητα και καθορίζει τη μάρκα προορισμό να αυξήσει το παγκόσμιο προφίλ σε ποικίλες και μαγευτική τρόπους. Η μακροβιότητα και η φήμη του φεστιβάλ του Εδιμβούργου ως «καλύτερο στην κατηγορία», με βάση συνεπή επένδυση στην πολιτιστική υποδομή, σε συνδυασμό με την «πολιτιστική πρωτεύουσα» των ατόμων που εργάζονται στις πολιτιστικές βιομηχανίες στην πόλη και πολιτιστική συμμετοχή των πολιτών, διασφαλίζει ότι ο πολιτισμός είναι τόσο ο οδηγός της οικονομίας του Εδιμβούργου και ότι καθορίζει την ποιότητα της ζωής, και ταυτόχρονα διαμορφώνει θετικά τις αντιλήψεις και την ευαισθητοποίηση του τόπου.

Ένας κρίσιμος παράγοντας είναι η ευαισθητοποίηση των ενδιαφερόμενων μερών προορισμού (συμπεριλαμβανομένων των πολιτικών) για την ανάγκη να προφυλαχθεί από εφησυχασμού, που ενδεχομένως προέρχεται από το να είναι μια ώριμη εμπορικό σήμα και ηγέτη της αγοράς, καθώς και την ανάγκη να υποστηρίξει τη συνεχή καινοτομία για να διατηρήσει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η «εμπειρία του Εδιμβούργου» αποδεικνύει την «πρόσθετη αξία» και την καινοτομία που μπορεί να αποκτηθεί από τη συλλογική εργασία σε όλους τους τομείς του πολιτισμού και του τουρισμού. Το πνεύμα της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας στην πόλη επεξηγείται μέσα από το έργο

των 12 μεγάλων Φεστιβάλ του Εδιμβούργου καθώς και απο τον τομέα του τουρισμού, ο οποίος βοηθά στη μεγιστοποίηση των πολιτιστικών ευκαιριών του τουρισμού μέσα απο τα οποία τα ενδιαφερόμενα μέρη της πόλης καταλαβαίνουν ότι μια υγιής πολιτιστική ζωή της πόλης είναι εξίσου σημαντική για την προσέλκυση επισκεπτών, όπως είναι για τη διατήρηση και προσέλκυση ταλέντων, καθώς και για την προσέλκυση επενδύσεων από το εξωτερικό, ενώ η δύναμη της «πολιτιστικής διπλωματίας» με βάση την μοναδική τηλεφωνική κάρτα που παρέχεται από το φεστιβάλ χρησιμοποιείται για να προσελκύσει όσους επιθυμούν να επενδύσουν, ζουν, εργάζονται, και να μελετήσουν και να επισκεφθείτε εκεί. (Go et al. 2015:156-157).

### **3.5 Διαχείριση της επισκεψιμότητας**

Τα φεστιβάλ προσφέρουν κάτι μοναδικό το καθένα τους ξεχωριστά και γίνονται ένας φάρος προσέλκυσης κατοίκων και επισκεπτών. Μέσα από αυτή την μοναδικότητα ο επισκέπτης πολλές φορές γίνεται ένα με τον προορισμό υποδοχής θαυμάζοντας τα αξιοθέατα, την ομορφιά και το πνεύμα του τόπου. Κάποιες φορές η περιέργεια αυτών που συμμετέχουν στα φεστιβάλ, να θέλουν να κάνουν ότι κάνουν και οι κάτοικοι, τους δίνει την δυνατότητα να μπορούν να βελτιώσουν την γνώση και την εμπειρία που είναι νέα σε αυτούς, εκφράζοντας την προσωπικότητά τους μέσα από την τοπική κατανάλωση. Η κατανάλωση αυτή που γίνεται μια εμπειρία κατανάλωσης μεταφέρεται από στόμα σε στόμα η οποία είναι ένα πολύ σημαντικό εργαλείο προώθησης του προορισμού. Όμως, η αύξηση της προσέλευσης τουριστών σε ένα φεστιβάλ κάποιας κοινότητας, αλλάζει σημαντικά κάποιες φορές τη δυναμική της κοινότητας και κατ επέκταση του φεστιβάλ σε σημείο όπου οι 'ξένοι' υπερτερούν αριθμητικά των κατοίκων. Με αυτό τον τρόπο, κινδυνεύει να αλλάξει εντυπωσιακά ο ιστορικός χαρακτήρας και η λειτουργία των μικρών πόλεων από την κυριαρχία των αλλαγών που επιφέρουν οι 'ξένοι' και κατ' επέκταση ο τουρισμός. Η ανάγκη του προσδιορισμού των αναγκών και της διασφάλισης της ασφάλειας από δυσάρεστες καταστάσεις είναι η βάση για την ανάπτυξη ενός επιτυχημένου φεστιβάλ. Ένας βασικός δείκτης που χρησιμοποιείται για να κρίνει την επιτυχία ή την αποτυχία ενός φεστιβάλ είναι ο συνολικός αριθμός τουριστών που προσελκύνονται σε ένα φεστιβάλ, αλλά

από την άλλη ένα κρίσιμο ερώτημα είναι το τι είναι αυτό που προσελκύει τους τουρίστες σε κάθε φεστιβάλ. Μια απάντηση μα την δίνει ο Richards, (2000), ο οποίος αναφέρει “ότι υπάρχει μια τάση για τους τοπικούς φορείς χάραξης πολιτικής να θεωρούν ότι δεδομένου ότι κάθε πόλη έχει τη δική της μοναδική κουλτούρα, αυτή πρέπει να είναι ελκυστική για τους τουρίστες”. Το κλίμα της συλλογικότητας (family togetherness) και της φιλικότητας που δημιουργείται λόγω της συμμετοχής των κατοίκων στη διοργάνωση φεστιβάλ, παίζει ιδιαίτερο ρόλο, αναφέρουν οι Huang, Li and Cai (2010), ειδικά στους επαναλαμβανόμενους επισκέπτες. Γιαυτό οι διοργανωτές των φεστιβάλ θα πρέπει να ενθαρρύνουν τη συμμετοχή των κατοίκων ώστε να προβάλλεται μια εικόνα φιλικής κοινότητας.

### **3.6 Φεστιβαλικός τουρισμός**

Ο όρος *φεστιβαλοποίηση* είναι ένα φαινόμενο της ραγδαίας ανάπτυξης του τομέα του θεάματος μέσα στο τουρισμό και εμφανίζεται στις αρχές της δεκαετίας του '80, με σκοπό να προσελκύσει κόσμο μέσα από την μετατροπή πόλεων σε χώρους κατανάλωσης εμπειριών. Η δημιουργία της ταυτότητας της πόλης και τη προώθησή της μέσω του πολιτιστικού φεστιβάλ, τα οποία έχουν γίνει «must-have» πολιτική για Δημιουργική Πόλη αποσκοπούν στην αναβάθμιση του ρόλου τους ως προς τη φιλοξενία και την προώθηση πολιτιστικών γεγονότων (cultural events) όλων των τύπων, και οι οποίες συνδυάζονται με υψηλά επίπεδα επενδύσεων σε υποδομές, ανθρώπους, δεξιότητες και προγράμματα (Hooves, 2006:16). Το φαινόμενο αυτό, αδιαμφισβήτητα, δεν πρέπει να αξιολογείται μόνο στη βάση της αύξησης του αριθμού των πραγματοποιούμενων φεστιβάλ, αλλά και βάσει του βαθμού με τον οποίο οι πόλεις ανταγωνίζονται σήμερα η μια την άλλη για να προσελκύσουν, να διατηρήσουν και να αναβαθμίσουν το ρόλο τους ως προς τη διοργάνωση και προώθηση πολιτιστικών γεγονότων όλων των τύπων, με υψηλά επίπεδα επενδύσεων τόσο σε υποδομές όσο και σε ανθρώπους, ταλέντα και προγράμματα. Κυριότερες αιτίες αυτού του φαινομένου θεωρούνται (Quinn, 2005:927) οι εξής.

- Προκείμενου να διαφοροποιηθούν από τον ανταγωνισμό οι σύγχρονες πόλεις διοργανώνουν φεστιβάλ βάσει των κυρίαρχων τάσεων στο

μάνατζμεντ των πόλεων (urban management), για να προσελκύσουν επενδύσεις και τουρισμό.

- Η θεώρηση του πολιτισμού ως μέσου ανακατανομής του πλούτου και δημιουργίας θέσεων εργασίας, καθώς τουλάχιστον κατά την τελευταία δεκαετία, η πολιτιστική απασχόληση, η οποία μάλιστα χαρακτηρίζεται ως υψηλής εξειδίκευσης και ανωτερου τεχνογνωσιακού – επιστημονικού επιπέδου, αυξάνεται με ποσοστά σαφώς υψηλότερα από την αύξηση της συνολικής απασχόλησης
- Οι επιπτώσεις της παγκοσμιοποίησης στον πολιτιστικό τομέα, με κυριότερη ανάμεσα στις οποίες τη μετάβαση από την παγκόσμια κουλτούρα σε πολλές μικρο – κουλτούρες, (*Streeten, 2000*) που φέρνει στο προσκήνιο του παγκόσμιου ενδιαφέροντος πολιτιστικά πρότυπα μέχρι πρότινος περιορισμένα στα γεωγραφικά όρια μιας χώρας. ).

Τέλος η φεστιβαλοποίηση συνδέθηκε στενά με την οικονομική αναδιάρθρωση των πόλεων, τον μεταξύ τους ανταγωνισμό και τις οργανωμένες προσπάθειες για την ανάπτυξη της πόλης ως πλατφόρμας μεγάλης κλίμακας στην οποία παράγεται και καταναλώνεται πολιτιστική εμπειρία.

### **3.7 Σχέσεις φιλοξενίας της κοινότητας**

Τα φεστιβάλ προσφέρουν μια ευκαιρία για την πολιτιστική ανάπτυξη μιας κοινότητας, η οποία είναι σχεδόν αόρατο φαινόμενο. Μια αίσθηση της κοινότητας όπου οι επισκέπτες μπορούν να αισθάνονται ένα άυλο αμάλγαμα των υπηρεσιών και εμπειριών όταν συμμετέχουν σε ένα φεστιβάλ. Ενώ τέτοια φεστιβάλ επιτρέπουν στους ντόπιους να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του ελεύθερου τους χρόνου, οι κάτοικοι είναι σε θέση να εργαστούν ως εθελοντές σε μεγάλες και μικρές εκδηλώσεις. Αυτός είναι ένας άλλος τρόπος για τους επισκέπτες να αισθανθούν τις τοπικές αξίες και ενδιαφέροντα, όπως για παράδειγμα με τους χιλιάδες εθελοντές στους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας το 2004, που με αγάπη και ενθουσιασμό υποδέχθηκαν τον μεγάλο αριθμό επισκεπτών, αφήνοντας τις καλύτερες εντυπώσεις. Πέραν αυτού τα φεστιβάλ προσφέρουν μια ολοκληρωμένη προσέγγιση για τη δημιουργία

ζωντανών κοινοτήτων τις οποίες φιλοδοξούν οι άνθρωποι (Getz, 1997; Hall, 1992; Dunstan, 1994 στο Yeoman, Robertson, Ali-Knight, Drummond, McMahon, 2004). Τα Φεστιβάλ εξυπηρετούν τις ανάγκες των κατοίκων και μπορούν να προστατεύσουν το φυσικό περιβάλλον, την αύξηση της κοινωνικής δικαιοσύνης και να παρέχουν ένα όραμα για τους συμμετέχοντες.

Ο Gibson (στο Go et al. 2015) αναφέρει ότι «καθώς αναπτύσσουμε τα προγράμματα που επιδιώκουν να προσελκύσουν νέους ανθρώπους στις πόλεις μας πρέπει να παραμείνουμε επικεντρωμένοι στο γεγονός ότι αυτό που κάνει την πόλη μας ενδιαφέρον πρώτα είναι οι άνθρωποι που ήδη κατοικούν μέσα και ο πολιτισμός ο οποίος παράγουν» Αυτό το γεγονός θα πρέπει να αντανakλάται μέσα από την στενή σχέση ανάμεσα σε ένα τόπο και τους ντόπιους του. Επιπλέον, είναι σημαντικό ότι οι τοπικοί καλλιτέχνες έχουν την ευκαιρία να αναπτύξουν και να μην αναγκαστούν να φύγουν από την πόλη στην αναζήτηση για αναγνώριση, καθώς οι διαχειριστές της πόλης είναι απασχολημένοι προσπαθώντας να προσελκύσουν τα «μεγάλα ονόματα» (Montgomery, 1990 στο Go et al. 2015:36).

### **3.8 Υποδομές και υπηρεσίες φεστιβάλ**

Για ένα αποτελεσματικό στήσιμο ενός φεστιβάλ οι διοργανωτές θα πρέπει να δώσουν ιδιαίτερη προσοχή στην επαρκή παροχή όλων των αγαθών και των υπηρεσιών που απαιτούνται, που περιλαμβάνει την πρόσβαση στην ενέργεια, την ασφάλεια, το νερό, τη διαχείριση των αποβλήτων, την καλή επικοινωνία, την επαφή με τα μέσα ενημέρωσης, state-of-the-art τεχνολογία, τη διανομή εισιτηρίων, θέματα μάρκετινγκ και διαδικασίες έκτακτης ανάγκης (McDonnell et al., 1999 στο Yeoman, Robertson, Ali-Knight, Drummond, McMahon, 2004). Οι διοργανωτές πρέπει να παρέχουν ανέσεις στους συμμετέχοντες στο φεστιβάλ όπως οι μεταφορές, διαμονή, φιλοξενία και υλικά για την τέχνη που εκπροσωπούν. Μερικά από αυτά θα πρέπει να παρέχονται από τους διοργανωτές της εκδήλωσης και κάποια θα πρέπει να ανατεθούν σε εξωτερικούς συνεργάτες σε τοπικό επίπεδο, μερικοί οι οποίοι μπορεί να είναι μέρος ενός πακέτου υποστήριξης του φεστιβάλ.

Ένας προορισμός θα πάρει μεγαλύτερη αξία από ένα ουσιαστικό φεστιβάλ το οποίο παρέχει εύκολη πρόσβαση στους χώρους, αποδοτικές μεταφορές, ευκολοδιάβαστες κατευθύνσεις, τουαλέτες, χάρτες και ενημερώσεις των πληροφοριών θα πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμες, ασφαλή χώρους στάθμευσης, πρόσβαση σε παροχές όπως αυτόματες μηχανές αναλήψεων, τηλέφωνα, πρώτες βοήθειες και υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης, νερό, φαγητό και ποτό, σκιασμένους χώρους, χώρους ξεκούρασης και δρόμοι. Όλα αυτά πρέπει να γίνονται γνωστά σε όλους μέσα από την ιστοσελίδα του φεστιβάλ, καθώς και από όλους τους οργανισμούς που συνδέονται με τις υπηρεσίες ασφαλείας και έκτακτης ανάγκης του φεστιβάλ. Τα εισιτήρια μπορούν να αγοράζονται online, με εκπτώσεις αγοράζοντας νωρίς, με κίνητρα ομάδων, μέρος των πακέτων διαμονής, μεταφοράς και άλλων υπηρεσιών τουρισμού, όπως πολλοί προορισμοί έχουν επενδύσει πολλά προσφέροντας εξαιρετικές ανέσεις και υπηρεσίες για τους συμμετέχοντες και το κοινό.

### **3.9 Κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις των φεστιβάλ στους προορισμούς**

Η αξιολόγηση του κοινωνικού αντικτύπου είναι μια προνοητική έρευνα που συγκεντρώνει στοιχεία σχετικά με τις πιθανές επιπτώσεις από μια σειρά εναλλακτικών επιλογών ανάπτυξης και χρησιμοποιεί τα αποτελέσματα για να αποφασίσει σχετικά με την καλύτερη εναλλακτική λύση για την εφαρμογή (Finsterbusch, Llewellyn, & Wolf, 1983 στο Small, Edwards και Sheridan 2005:68). Εστιάζεται κυρίως η προληπτική αξιολόγηση, προκειμένου να καθοριστεί η πιθανότητα ενός προβλεπόμενου σύνολου των επιπτώσεων που προκύπτουν από μια σειρά εναλλακτικών προτάσεων προκειμένου οι διοργανωτές να επιλέξουν το πιο κατάλληλο.

Στην περίπτωση όμως των μικρών κοινοτήτων οι πόροι, το ανθρώπινο δυναμικό και ο χρόνος είναι περιορισμένοι για τη διεξαγωγή μελετών σκοπιμότητας για έναν αριθμό διαφορετικών προτάσεων εκδήλωσης. Η κοινότητα στις περισσότερες περιπτώσεις μέσω ομάδας ατόμων είναι αυτή που εντοπίζει την ιδέα για το φεστιβάλ που ταιριάζει και είναι κατάλληλο για την κοινότητα. Η αξιολόγηση των κοινωνικών επιπτώσεων σε τέτοιες

περιπτώσεις είναι χρονοβόρα και ακατάλληλη. Επίσης, μια εναλλακτική προσέγγιση είναι να «μαθαίνω από τα λάθη" όπου η τεκμηρίωση των κοινωνικό-πολιτιστικών επιπτώσεων γίνεται κατά τη διάρκεια και μετά το φεστιβάλ. Αυτό που πραγματικά χρειάζεται είναι ένα ευέλικτο, αλλά λογικό πλαίσιο που ενσωματώνει τα πρακτικά εργαλεία για την αξιολόγηση των κοινωνικό-πολιτιστικών επιπτώσεων του φεστιβάλ, έτσι ώστε οι πολύτιμες πληροφορίες να μπορούν να εισαχθούν στην οργάνωση των μελλοντικών φεστιβάλ. Για την αξιολόγηση των κοινωνικο-πολιτιστικών επιπτώσεων ενός φεστιβάλ ένα πλαίσιο προσαρμόστηκε από τα παραδοσιακά μοντέλα εκτίμησης των κοινωνικών επιπτώσεων από τους (Finsterbusch et al (1983), Wildman και Baker (1985), Thomas (1998), Burdge (1999), Barrow (2000), και Thomas (2001) στο Small, Edwards και Sheridan 2005), όπου προκύπτουν έξι στάδια τα οποία επιλέχθηκαν σύμφωνα με την καταλληλότητά τους για την αξιολόγηση των κοινωνικο-πολιτιστικών επιπτώσεων ενός φεστιβάλ μιας μικρής κοινότητας (Small, Edwards και Sheridan 2005:68-69).

**Περιγραφή:** Στο πρώτο στάδιο γίνεται μια περιγραφή του τύπου και των χαρακτηριστικών του φεστιβάλ του φεστιβάλ, των δραστηριοτήτων που προσφέρονται, τον τόπο και την χρονική στιγμή που γίνεται, η φυσική διάταξη, το γεωγραφικό περιβάλλον και τα στοιχεία οργάνωσης και δομές χρηματοδότησης του φεστιβάλ.

**Προφίλ:** Το δεύτερο στάδιο είναι να παραχθεί ένα προφίλ προορισμού για το φεστιβάλ της κοινότητας υποδοχής. Αυτό θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα προφίλ του ίδιου του προορισμού, καθώς και τα χαρακτηριστικά των υποομάδων των κατοίκων της περιοχής που είναι πιθανό να επηρεαστούν από το φεστιβάλ.

**Εκτίμηση:** Το τρίτο στάδιο είναι να προσδιοριστεί το εύρος των πιθανών κοινωνικό-πολιτιστικών επιπτώσεων που ενδέχεται να προκύψουν ως αποτέλεσμα του φεστιβάλ, χρησιμοποιώντας οποιονδήποτε συνδυασμό των μεθόδων, συμπεριλαμβανομένων ιδεών από μια επιτροπή εμπειρογνομόνων, συνεντεύξεις με εκπροσώπους της βιομηχανίας και της κοινότητας.

**Σχέδιο:** Το τέταρτο στάδιο είναι να προβάλει τις κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις που είναι πιθανόν να προκύψουν από τη φιλοξενία του φεστιβάλ. Ακριβώς όπως στη διαδικασία εκτίμησης των κοινωνικο-πολιτιστικών επιπτώσεων, οι προβλέψεις που έγιναν πριν πραγματοποιηθεί το φεστιβάλ,

και αντιπροσωπεύουν τις αντιλήψεις των μελών της κοινότητας ή των εξωτερικών συνεργατών.

**Αξιολόγηση:** Στο πέμπτο στάδιο γίνεται μια αξιολόγηση των κοινωνικο-πολιτιστικών επιπτώσεων του φεστιβάλ που πραγματοποιήθηκε και ο στόχος είναι να καθορίσει τις συνολικές "επιπτώσεις" και την αποδοχής, του φεστιβάλ στα μάτια της κοινότητας. Αυτή η αξιολόγηση απαιτεί διεξοδική συλλογή και ανάλυση δεδομένων, προκειμένου να εξαγάγουν συμπεράσματα σχετικά με τις αντιληπτές θετικές και αρνητικές κοινωνικο-πολιτιστικές επιπτώσεις του φεστιβάλ.

**Ανατροφοδότηση:** Τέλος τα ευρήματα που πιο πολύ ενδιαφέρει τους διοργανωτές και τα ενδιαφερόμενα μέρη, όπου μέσα από αυτά δίνετε η ευκαιρία να αξιοποιήσουν τις θετικές επιπτώσεις, και τη βελτίωση των αρνητικών επιπτώσεων, όσο και για την ανάπτυξη μελλοντικών στρατηγικών.

Όπως παρουσιάζονται αυτά τα στάδια είναι παρόμοια με τα τέσσερα κύρια στάδια ανάπτυξης μιας εκδήλωσης ή ενός φεστιβάλ των Yeoman et al. (2004:14) που είναι: η απόφαση, ο λεπτομερής σχεδιασμός, η εκτέλεση και η αξιολόγηση, κάτι που φαίνεται ότι εφαρμόζοντας ένα από τα πιο πάνω μοντέλα δίνεται να έχεις και άλλες χρήσιμες πληροφορίες και κατ' επέκταση το ένα Μοντέλο βοηθά το άλλο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>: Μελέτες Περίπτωσης

### 4.1 Ulverston - Η πόλη-αγορά του 21ου αιώνα μέσα από τα φεστιβάλ.

Το Ulverston είναι μια μικρή εμπορική πόλη, με πληθυσμό 11.500 κατοίκους, στη περιοχή Cumbria της Αγγλίας και βρίσκεται ανάμεσα στους πρόποδες της αγγλικής Lake District, μόλις λίγα μίλια από τις ακτές του Windermere. Γενέτειρα του Stan Laurel, και το σπίτι μιας ακμάζουσας καλλιτεχνικής κοινότητας. Η πόλη είναι υπερήφανη για την ποικιλία και την ποιότητα των φεστιβάλ που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια του έτους. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1980 και στις αρχές της δεκαετίας του 1990 η αξία της πόλης είχε μειωθεί λόγω παραγόντων που επηρέασαν επίσης την μοίρα παρόμοιων εμπορικών πόλεων σε όλη τη χώρα. Η αποκέντρωση της εμπορικής δραστηριότητας μαζί με τις αλλαγές στον τρόπο ζωής, τις συνήθειες και κοινωνικές στάσεις σήμαινε ότι πολλοί μικροί καταστηματάρχες δούλευαν κάτω από δύσκολες συνθήκες. Έκτός αυτού οι απολύσεις από σημαντικούς τοπικούς εργοδότες στη Νότια Cumbria, και το δύσκολο οικονομικό κλίμα εκείνης της εποχής, προστέθηκαν όλα μέσα στα προβλήματα που αντιμετώπιζε η πόλη του Ulverston. Μια επιδημία αφθώδους πυρετού το 2001/2002 έφερε επίσης την περαιτέρω οικονομική πίεση στην περιοχή.

Το 1997, τα συμβούλια των ενοριών, οι τοπικές επιχειρήσεις και άλλοι που ήταν πρόθυμοι να βελτιώσουν την συνολική εμφάνιση και την αίσθηση της πόλης, ίδρυσαν την κοινοπραξία Ulverston 2000+, σε μια προσπάθεια να αντιμετωπίσουν κάποια από αυτά τα προβλήματα και να αυξήσουν τον αριθμό των επισκεπτών. Μέσω της βοήθειας ενός πολύ γνωστού οργανισμού του Ηνωμένου Βασιλείου ειδικού σε θέματα εορτασμών, επ' ονόματι Welfare State International, που θεώρησε ότι το ισχυρό νήμα της πολιτιστικής κληρονομιάς ήταν μια εξαιρετικά πολύτιμη πηγή που θα μπορούσε να συμβάλει σημαντικά στην προώθηση της εικόνας της πόλης. Η κύρια αλλαγή του στίγματος ήταν η ανάπτυξη και η προώθηση των πολύ ισχυρών πολιτιστικών και καλλιτεχνικών θεμάτων που υπάρχουν μέσα στην περιοχή,

οι οποίες συνοψίζονται κάτω από τη σημαία, "Ulverston Festival Town". Με λίγα λόγια ο κύριος στόχος ήταν να αλλάξει το στίγμα της πόλης και να αυξήσει τον αριθμό των επισκεπτών.

Το Ulverston υποστήριζε ήδη μια σειρά από φεστιβάλ, συμπεριλαμβανομένων το Lantern Procession και το Annual Carnival, που πρόσφατα γιόρτασε την εκατονταετηρίδα του. Το Lantern Procession πραγματοποιείται κάθε φθινόπωρο και οι νέοι της πόλης καλούνται να λάβουν μέρος σε εργαστήρια φτιάχνοντας φανάρια γύρω από ένα συγκεκριμένο θέμα. Εκατοντάδες από τα φανάρια στη συνέχεια χρησιμοποιούνται σε μια πομπή που δημιουργεί μια μαγική εμφάνιση του φωτός σε όλα στα στενά δρομάκια της πόλης. Το 2002, 12.000 άνθρωποι παρακολούθησαν αυτό το καταπληκτικό φαινόμενο. Το 2002, θεσμοθετήθηκε αυτή η δραστηριότητα, και 13 νέα φεστιβάλ και εκδηλώσεις έλαβαν χώρα όπου κάθε ένα από αυτά τα φεστιβάλ απευθυνόταν σε ένα διαφορετικό τμήμα της αγοράς είτε με ένα πολιτιστικό ή εμπορικό ήθος. Μερικά από αυτά είναι το νεοσύστατο Dickensian Christmas Festival, το Furness Festival of Tradition, το Word Market, το οποίο προωθεί την τοπική γραφή και τη λογοτεχνία με το φεστιβάλ λογοτεχνικών εκδηλώσεων να διαρκεί για μια εβδομάδα.

Η κοινοπραξία υποστήριξε επίσης, στο πλαίσιο της επιθυμίας για την προώθηση μιας επιχειρηματικής κουλτούρας μέσα στις τοπικές τέχνες και τους τεχνίτες της περιοχής την παροχή επιδοτούμενων στούντιο για την εργασία τους. Αυτό συνδέθηκε με την ανάπτυξη υψηλής ποιότητας γκαλερί σκαφών, τα οποία προσθέτουν αξία στο τι είχε το κέντρο της πόλης να προσφέρει.

Κάποιες άλλες πρωτοβουλίες, ήταν η ευφάνταστη επίπλωση του δρόμου για δημόσια χρήση, όπως οδική σήμανση και παγκάκια σε διάφορα πρότυπα και χρωματισμούς. Επίσης η επιτυχία της ανάθεσης στον τοπικό καλλιτέχνη Chris Bramhall να παρέχει γλυπτό έργο του για την διαμόρφωση χώρου έξω από την πόλη βοήθησε στο να προταθεί η εισαγωγή μορφών τέχνης στο δημόσιο χώρο και την διαμόρφωση του περιβάλλοντα χώρου μέσα και γύρω από περιοχές στο Ulverston. Έτσι η ανάθεση εκ νέου σε καλλιτέχνη με το όνομα Graham Ibbeson, ήταν το γλυπτό των γνωστών κωμικών ηρώων της τηλεόρασης Laurel and Hardy που ονομάστηκε Eric Morecambe, το οποίο

τοποθετήθηκε στο κέντρο της πόλης και προσελκύει πάνω από 100,000 επιπλέον επισκέπτες για το Morecambe κάθε χρόνο.

Αυτή η επανατοποθέτηση (re-branding) της πόλης, η αναγέννηση όλων αυτών των νέων τεχνών μέσω των φεστιβάλ δημιούργησε στους κατοίκους μια αίσθηση συλλογικότητας, καλής θέλησης, καλοπέρασης και προθυμίας να δεχτούν τις αλλαγές και να προχωρήσουν μπροστά. Αυτό τονίζουν και οι Huang et al. (2010), που έδειξαν ότι το κλίμα της συλλογικότητας και της φιλικότητας που δημιουργείται λόγω της συμμετοχής των κατοίκων στη διοργάνωση φεστιβάλ παίζει ιδιαίτερο ρόλο, ειδικά στους επαναλαμβανόμενους επισκέπτες. Οι διοργανωτές, λοιπόν, των φεστιβάλ θα πρέπει να ενθαρρύνουν τη συμμετοχή των κατοίκων ώστε να προβάλλεται μία εικόνα φιλικής κοινότητας, κάτι που φαίνεται ότι το έχει πετύχει η πόλη του Ulverston, που έχει οδηγήσει σε αύξηση του αριθμού των επισκεπτών που με την σειρά τους προωθούν την οικονομική ανάπτυξη, μέσω της επανατοποθέτησης της πόλης. Το 2002, περίπου 75000 άνθρωποι παρακολούθησαν ή συμμετείχαν στα φεστιβάλ που γίνονται στο Ulverston, κάτι που είναι πολύ εντυπωσιακό για μια πόλη των 11500 κατοίκων να μπορεί να προσελκύει 7 φορές τον πληθυσμό της, μέσα από ένα στρατηγικό σχεδιασμό (σχέδιο δράσης) μέσω των φεστιβάλ και την ανάπτυξη των τεχνών. Αυτό έγινε στην βάση συνεργασίας των αρχών της πόλης, των κοινοτήτων, των επιχειρήσεων, των κατοίκων και των επαγγελματιών του κλάδου, που σήμερα όλοι επωφελούνται κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά, από αυτή την επιτυχία που έχει η πόλη.

Ο Καραχάλης (2015, κεφ.7: 2) μας αναφέρει μέσα από την σκοπιά του μάρκετινγκ ότι η στρατηγική μάρκετινγκ του τόπου δεν είναι απλά ένα επικοινωνιακό εργαλείο ούτε το μόνο ζητούμενο είναι να βρεθεί ένα σλόγκαν ή ένα λογότυπο: πρόκειται για μια μακροχρόνια διαδικασία, η οποία προϋποθέτει ένα υπόβαθρο κατανόησης της γειτονίας, της πόλης, της περιφέρειας ή του νησιού, όπου η συμμετοχή των τοπικών φορέων και των κατοίκων κρίνεται απαραίτητη (Εργαστήριο Τουριστικού Σχεδιασμού, Έρευνας και Πολιτικής (ΕΤΟΥ- ΣΕΠ) & Δήμος Κοζάνης, 2015, στο Καραχάλης, 2015)

Αναλυτικότερα συνοψίζοντας τις επιπτώσεις των φεστιβάλ στην πόλη Ulverston είναι:

- Κοινωνικός αντίκτυπος: Κοινωνικές αντιλήψεις των κατοίκων. Εξωτερική εικόνα της πόλης Ulverston ως μια δημιουργική πόλη. Συνεργατικά έργα (κυρίως το Lantern Procession, συμμετοχή των παιδιών στη σχεδιασμό σημαίας και πανό για το Δεκαπενθήμερο Flag Fortnight) - πολλές ευκαιρίες για τη συμμετοχή της οικογένειας.
- Οικονομικός αντίκτυπος: Άδεια καταστήματα ενοικιάζονται εκ νέου, Αύξηση αριθμού επισκεπτών
- Περιβαλλοντικός αντίκτυπος: Έργα που αλλάζουν προσωρινά την εμφάνιση της πόλης (Ulverston Flag Fortnight). Animation της πόλης. Εγκαίνια του Lanternhouse. τέχνη στους δημόσιους χώρους

Πηγή: *Releasing potential: creativity and change. Arts and regeneration in England's North West*, Gerry Moriarty and Kevin McManus. Arts Council England, April 2003.

Όπως ο Besculides (2002) αναφέρει οι κάτοικοι μιας κοινότητας μπορούν να επιτύχουν πολιτιστικά οφέλη μέσα από τον τουρισμό που προκύπτει από τα φεστιβάλ μέσω δυο τρόπων:

1. Μέσω του τουρισμού η διοργανώτρια πόλη εκτίθεται σε άλλες κουλτούρες κι αυτό μπορεί να την ωφελήσει σε θέματα ανοχής και κατανόησης προς άλλες κουλτούρες.
2. Μέσω της παρουσίασης και προβολής της κουλτούρας της σε τρίτους ενισχύει την ιδέα του τι σημαίνει να ζεις σε μια κοινότητα, αυξάνοντας έτσι την ταυτότητα, την υπερηφάνεια, τη συνοχή και την υποστήριξη.

Αυτό ενισχύεται και απο τους Stein και Anderson (1999), όπου μελετώντας τα οφέλη των φεστιβάλ προς τις κοινότητες, κατέληξαν ότι αυτά αυξάνουν την υπερηφάνεια και ενίσχυνουν την ταυτότητα των κατοίκων, τη συνοχή, την ανταλλαγή ιδεών, και αυξάνουν την γνώση σχετικά με την κουλτούρα της περιοχής. Τέλος, με τους κατάλληλους σχεδιασμούς για την κάθε περίπτωση και με την κατάλληλη υποστήριξη και συνεργασία απο όλους τους εμπλεκόμενους τα φεστιβάλ μπορούν να γίνουν το όχημα για την επιτυχία μιας πόλης ή περιοχής.

Συνοψίζοντας, η επιτυχία του Ulverston Festival οφείλεται στους έξης παράγοντες: (i) Στην ίδρυση της κοινοπραξίας Ulverston 2000+, η οποία αποτελείται από τα συμβούλια των ενοριών, τις τοπικές επιχειρήσεις και

ιδιώτες όπως επίσης και στην διαχείριση του φεστιβάλ. (ii) Στην προθυμία για να βελτιώσουν την συνολική εμφάνιση και την αίσθηση της πόλης, μέσω των φεστιβάλ και την αναγέννησης της πόλης. Στην προώθηση μιας επιχειρηματικής κουλτούρας μέσα στις τοπικές τέχνες και τους τεχνίτες της περιοχής, για την συμμετοχή τους στα φεστιβάλ. Στην ενθάρρυνση της συμμετοχής των κατοίκων στα φεστιβάλ γιατί έτσι προβλήθηκε το κλίμα της συλλογικότητας και της φιλικότητας και στην αύξηση του αριθμού των επισκεπτών και στους επαναλαμβανόμενους επισκέπτες στο φεστιβάλ.

## **4.2 Η πιο φημισμένη εμπειρία στη Φινλανδία - Το Pori Jazz Festival**

Το Pori βρίσκεται στη δυτική ακτή της Φινλανδίας με 85000 κατοίκους στην περιοχή Satakunta, όπου φιλοξενεί ένα από τα σημαντικότερα φεστιβάλ τζαζ στην Ευρώπη, καθώς και μία από τις μεγαλύτερες πολιτιστικές εκδηλώσεις στη Φινλανδία, το Pori Jazz Festival<sup>12</sup>. Ένα πρωτοποριακό μουσικό φεστιβάλ με το πρώτο, να γίνεται πολύ παλιά, το 1966 σαν 2-ήμερο Φεστιβάλ, προσελκύοντας την εποχή αυτή 1500 επισκέπτες. Οι απαρχές του φεστιβάλ ήταν μετρημένες, αλλά το φεστιβάλ σύντομα άρχισε να μεγαλώνει, χρόνο με το χρόνο, όταν την περίοδο 1975 – 1984 έγινε 4-ήμερο φεστιβάλ και απο το 1985 κατέληξε στην σημερινή του μορφή που διαρκεί 9 ημέρες, με το κοινό που συμμετείχε σε αυτό να αυξάνεται στους 50000 – 60000 και την δεκαετία του 1990 να φτάνει τους 100000 επισκέπτες. Σήμερα, το Pori Jazz Festival είναι ένα από τα πιο φημισμένα και αγαπημένα καλοκαιρινά φεστιβάλ στη Φινλανδία και συγκεντρώνει 120.000 έως 160.000 επισκέπτες κάθε χρόνο, όπου για την πλειοψηφία των επισκεπτών, το φεστιβάλ έχει γίνει μια εμπειρία που ανυπομονούν να την επαναλάβουν κάθε καλοκαίρι. Το καλοκαίρι του 2016, 56500 άτομα παρακολούθησαν τις κυριότερες συναυλίες, όπου οι συναυλίες με εισιτήριο εισόδου προσέλκυσαν συνολικά 57500 άτομα και κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ 323000 άτομα παρακολούθησαν το Jazz Street Festival, το οποίο προσφέρει δωρεάν είσοδο στις συναυλίες καθημερινά με πάνω από 100 συναυλίες σε 11 διαφορετικούς χώρους κατά τη διάρκεια των 9 ημερών του φεστιβάλ. Επίσης ένα ειδικό Pori Jazz Kids Festival

---

<sup>12</sup> <http://porijazz.fi/en/info-en>

διοργανώνεται για τα παιδιά. Όπως αναφέρουν οι Luonila and Johansson, (2015) στον στρατηγικό σχεδιασμό της επαρχίας Satakunta, μεγάλη σημασία δίνεται στη σύνδεση μεταξύ της τεχνογνωσίας στην διαχείριση εκδηλώσεων και της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Οι πτυχές αυτές θεωρούνται ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη μιας “skilled Satakunta province” όπως περιγράφεται στο πρόγραμμα της επαρχίας (Programme of the Province of Satakunta 2011–2014)<sup>13</sup>. Η σημασία που αποδίδεται στα φεστιβάλ διακρίνεται σαφώς στην περιφερειακή οικονομική αναπτυξιακή στρατηγική της πόλης του Pori όπου στις εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας αποδίδεται θεμελιώδης σημασία για τηνμελλοντική περιφερειακή ανάπτυξη και μαζί με τις τοπικές εκδηλώσεις θεωρούνται ότι αυξάνουν την ποιότητα ζωής στην περιοχή και συμβάλουν στη συνολική ευημερία. Ο ρόλος του φεστιβάλ εστιάζεται πάνω σε 4 θέματα:

1. Οικονομική ανάπτυξη
2. Την εκπαίδευση
3. Την ελκυστικότητα και την προβολή της εικόνας
4. Την άνεση και την ευεξία.

Η επίδραση των φεστιβάλ στην εικόνα και στο χτίσιμό του branding της περιοχής αναγνωρίζεται ευρέως σε όλα τα στρατηγικά επίπεδα όπου:

Οι εκδηλώσεις και φεστιβάλ αναγνωρίζονται ως ουσιώδεις παράγοντες σε αυτή τη διαδικασία ενίσχυσης. Αυτό αντικατοπτρίζεται άμεσα στην ακόλουθη παραπομπή από το κείμενο της περιφερειακής στρατηγικής: «The city beats to the rhythm of jazz, and revels in excellent theatres, nightlife and art” (Pori Regional Economic Development Strategy 2015 στο Luonila and Johansson 2015). Οι εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ θεωρούνται ως ευκαιρίες διαφοροποίησης της δομής της οικονομικής ζωής και της απασχόλησης, καθώς και για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Είναι μια ευκαιρία για να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο, λόγω του παράγοντα της εμπειρίας που απέκτησε το φεστιβάλ μέσα στη δημιουργική οικονομία και τη γνώση του πολιτιστικού περιεχομένου και της πολιτιστικής ζωής. Τα φεστιβάλ θεωρούνται ως ένας κρίσιμος και υποστηρικτικός παράγοντας για την ανάπτυξη της δημιουργικής οικονομίας. Οι εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ συνδέονται επίσης με τη διαδικασία του

---

<sup>13</sup> <https://frame-finland.fi/kategoria/arts-councils/?lang=en>

κτισίματος Branding της πόλης, όπως για παράδειγμα, η δυνατότητα αφήγησης του Pori Jazz Festival, αποτελεί μια σημαντική δύναμη για την περαιτέρω ανάπτυξη της μάρκας πόλης.

Σ' αυτό το συμπέρασμα καταλήγει και ο Pratt (2008:35 στο Luonila and Johansson 2015), αναφερόμενος στο ότι μια δημιουργική πόλη δεν μπορεί να βρεθεί, σαν ένας καθεδρικός ναός στην έρημο: πρέπει να συνδέεται και να είναι μέρος ενός υπάρχοντος πολιτιστικού περιβάλλοντος. Πρέπει να εκτιμήσουμε τις σύνθετες αλληλεξαρτήσεις, και όχι απλά να χρησιμοποιήσουμε μία για να εκμεταλλευτούμε τις άλλες. Οι διευθυντές φεστιβάλ θεωρούν ότι τα φεστιβάλ παίζουν σημαντικό ρόλο στην προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης, της εκπαίδευσης και της έρευνας, της ελκυστικότητας και της εικόνας, καθώς και στη διασφάλιση της ευημερίας στην περιοχή, τονίζοντας το ρόλο τους στη συνολική ανάπτυξη της. Όσο αφορά τις απόψεις των διευθυντών φεστιβάλ για το ρόλο των φεστιβάλ στο πλαίσιο της περιφερειακής ανάπτυξης, οι διαχειριστές-διευθυντές επισημαίνουν: τη σημασία του φεστιβάλ στην τοπική κοινότητα, υποστηρίζοντας έτσι την ιδέα ότι "οι παραγωγές φεστιβάλ λειτουργούν ως ένα οικοσύστημα" (Διευθυντής Φεστιβάλ, Seinäjoki). Σε ορισμένες περιπτώσεις, το κοινό-στόχος είναι τοπικό και ο τοπικός πολιτισμός, η ταυτότητα και άλλα χαρακτηριστικά αναγνωρίζονται και τονίζονται στο μάρκετινγκ: Η πόλη του Pori, ιδιαίτερα σε σχέση με την ατμόσφαιρα και τις στάσεις των πολιτών της, είναι μοναδική στη Φινλανδία. Αυτή είναι η βασική ιδέα στο branding μας και θέλουμε να το χρησιμοποιήσουμε σαν πρώτη ύλη, στην αγορά «Poriness» καθώς και στην προώθηση του φεστιβάλ μας». ( Διευθυντής Φεστιβάλ, Pori). Κάποιος άλλος διαχειριστής φεστιβάλ αναφέρει «Το Pori Jazz Festival είναι εξαιρετικά σημαντικό για την πόλη του Pori από την προοπτική του κτισίματος της εικόνας της πόλης. Ξέρω πολλούς ανθρώπους που δεν θα γνωρίζουν για την πόλη καθόλου χωρίς το φεστιβάλ». "Οι πόλεις χρησιμοποιούν επίσης τα τοπικά πανηγύρια τους για την προώθηση της περιοχής στα ενδιαφερόμενα μέρη τους.

Όπως υποστηρίζουν οι Getz και Andersson (2010 στο Luonila and Johansson 2015), η πόλη είναι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες του τομέα της

διαχείρισης ενός φεστιβάλ κάτι το οποίο διαφαίνεται απο την άποψη του διευθυντή του Pori Jazz Festival λέγοντας ότι «Δεν μπορούμε να λειτουργήσουμε εδώ αν η πόλη δεν είναι υποστηρίζει το φεστιβάλ μας. Το πιο σημαντικό πράγμα είναι ότι η πόλη λειτουργεί ως καταλύτης». Σύμφωνα με στους διαχειριστές του φεστιβάλ ο οικονομικός αντίκτυπος των φεστιβάλ στο τοπικό περιβάλλον υλοποιείται με πολλούς τρόπους: στη δημιουργία νέων επιχειρηματικών ευκαιριών, τη διαφοροποίηση των υφιστάμενων τοπικών επιχειρηματικών δομών, καθώς και την αύξηση του κύκλου εργασιών μεταξύ των τοπικών επιχειρήσεων. Για παράδειγμα, το μάρκετινγκ και προώθησης της συνεργασίας με τις τοπικές επιχειρήσεις υπήρξε επιτυχής στο ότι οι τοπικές επιχειρήσεις αποκτήσαν πρόσβαση σε ένα συγκεκριμένο τμήμα του πελάτη και το φεστιβάλ λαμβάνει την απαραίτητη οικονομική υποστήριξη από αυτούς. Επίσης έχουν επίγνωση των επιπτώσεων των φεστιβάλ τους στην τοπική απασχόληση, όπου αρκετοί άνθρωποι απασχολούνται από την οργάνωση του φεστιβάλ. Συνάμα, η αύξηση των πωλήσεων σε εστιατόρια, ξενοδοχεία και άλλα τουριστικά αξιοθέατα έχει ακόμη μεγαλύτερο αντίκτυπο στον τομέα αυτό. Εν κατακλείδι, οι εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ φαίνεται να έχουν σημαντικό ρόλο στην στρατηγική ανάπτυξη της πόλης του Pori, όπως αντικατοπτρίζονται στους στόχους, τα επιχειρησιακά σχέδια, καθώς και απο τη συνολική τους αξία.

Συνοψίζοντας η επιτυχία του Pori Jazz Festival οφείλεται στους έξι παράγοντες: Στην αναγνώριση των φεστιβάλ ως ουσιώδως παραγόντων στη διαδικασία ενίσχυσης και ως αιχμή του δόρατος της μελλοντικής περιφερειακής ανάπτυξης από την άποψη της ζωτικότητας και της εμπορικότητας. Μαζί με τις τοπικές εκδηλώσεις θεωρούνται ότι αυξάνουν την ποιότητα ζωής στην περιοχή και συμβάλουν στη συνολική ευημερία. Στη σύνδεση μεταξύ της τεχνογνωσίας στην διαχείριση εκδηλώσεων και της ανώτερης εκπαίδευσης, στο branding της εικόνας «Poriness», μέσω των φεστιβάλ και στην πόλη που λειτουργεί υποστηρικτικά προς το φεστιβάλ ως καταλύτης ιδιαίτερα σε σχέση με την ατμόσφαιρα και τις στάσεις των πολιτών της.

### 4.3 Glastonbury: Η pop-up πόλη

Το Glastonbury είναι μια μικρή πόλη στην περιοχή Mendip της Αγγλίας με πληθυσμό με 8.700 κατοίκους. Το όνομα Glastonbury είναι ευρέως διαδεδομένο κυρίως λόγω του φεστιβάλ Glastonbury που πραγματοποιείται σχεδόν ανελλιπώς από το 1970 και αποτελεί το μεγαλύτερο φεστιβάλ στο είδος του σε όλο το Ηνωμένο Βασίλειο. Η συνεχόμενη αυξητική τάση της προσέλευσης στο φεστιβάλ από το 1970 ενθάρρυνε τους διοργανωτές να συνεχίσουν και κάθε χρόνο παρουσίαζαν καλύτερη εικόνα, με τους υπεύθυνους να φροντίζουν για την ομαλή διεξαγωγή και την όσο το δυνατόν καλύτερη προστασία των παρευρισκομένων αλλά και του περιβάλλοντος στο οποίο πραγματοποιούνταν οι συναυλίες. Πρόκειται για ένα φεστιβάλ μουσικής που προσελκύει ολοένα και περισσότερους θεατές κάθε χρόνο και έχει συμβάλει κατά πολύ στην ευρύτερη κοινωνία. Μεγάλα ονόματα της διεθνούς μουσικής σκηνής έχουν λάβει μέρος στο φεστιβάλ προσελκύνοντας ακόμη περισσότερους θεατές. Ανάμεσα στους καλλιτέχνες και τα συγκροτήματα που έδωσαν το παρών τους στο φεστιβάλ είναι: David Bowie, Manu Chao, REM, Prodigy, Radiohead, Sting, Robbie Williams και Bob Dylan. Η αρχική τιμή εισόδου την περίοδο του 1970 ήταν 1 αγγλική λίρα και σήμερα αγγίζει τις 185 λίρες περίπου. Αυτή όλη η φήμη του φεστιβάλ Glastonbury έχει ένα πολυδιάστατο αντίκτυπο στην τοπική κοινωνία της πόλης αλλά και της γειτνιαζουσας περιοχής. Πέρα του ότι κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ χιλιάδες τουρίστες επισκέπτονται και γνωρίζουν την περιοχή ως τουριστικό προορισμό, τα χρήματα που δαπανώνται στη διάρκειά τους για διαμονή, φαγητό, ποτά και άλλες ανάγκες και επιθυμίες των επισκεπτών είναι πολλά και τονώνουν σε μεγάλο βαθμό την τοπική οικονομία. Κάποια χαρακτηριστικά του φεστιβάλ επισημαίνονται και παρουσιάζονται μέσα από την επίσημη του ιστοσελίδα<sup>14</sup>, τα οποία κάνουν το φεστιβάλ τόσο φημισμένο:

Από το 2000, και κάθε χρόνο, το Φεστιβάλ πληρώνει πάνω από £ 1 εκατομ. λίρες σε φιλανθρωπικά ιδρύματα και για τοπικούς κοινωφελείς σκοπούς. Επιπρόσθετα, οι υπεύθυνοι του φεστιβάλ φροντίζουν να δίνουν κάθε χρόνο σημαντικά ποσά σε διεθνή κοινωφελή ιδρύματα και οργανώσεις όπως η

---

<sup>14</sup> <http://www.glastonburyfestivals.co.uk/worthy-causes/local-benefits/>

Greenpeace και η Oxfam, αναδεικνύοντας με τον τρόπο αυτό την ευαισθησία τους σε κοινωνικά θέματα. Το 2005 για παράδειγμα το φεστιβάλ δώρισε στην Oxfam £200.000 λίρες για τους 1400 εθελοντές steward, που είχε προσλάβει, εκπαιδεύσει και διαχειριζόταν ο ίδιος ο οργανισμός και που ήταν υπεύθυνοι για να εποπτεύουν την κυκλοφορία και τους ανθρώπους στις πολλές εισόδους του φεστιβάλ, για τον έλεγχο των εισιτηρίων, την παρακολούθηση του κάμπινγκ την ασφάλεια στις αρένες και γενικά την εξασφάλιση της ευημερίας (Ali-Knight, Robertson, Fyall and Ladkin, 2009: 218).

Οι διοργανωτές δίνουν ιδιαίτερη προσοχή επίσης στη ασφάλεια και στο χώρο όπου πραγματοποιείται το φεστιβάλ όπου για πολλά χρόνια το φεστιβάλ υπέφερε από την μαζική εισβολή ανθρώπων που δεν είχαν εισιτήριο, όπως για παράδειγμα το 2000, περίπου 30,000 – 100,000 άνθρωποι εξασφάλισαν παράνομη είσοδο στο φεστιβάλ, μέσα από την αναρρίχηση του φράχτη με την χρήση σκάλας και των τούνελ, που αυτό υπερφόρτωνε τις εγκαταστάσεις, έκανε το έλεγχο του πλήθους πολύ πιο δύσκολο και έκανε την ατμόσφαιρα αποπνικτική. Επίσης οι διοργανωτές έπαιρναν άδεια με όρο σχετικά με τον μέγιστο δυνατό αριθμό ατόμων προσέλευσης. Αυτός ο όρος αθετούνταν συχνά και οι αρχές επέμεναν ότι το φεστιβάλ έπρεπε να ανταποκριθεί με τα κατάλληλα μέτρα. Έτσι το 2001 το Φεστιβάλ δεν διοργανώθηκε και ένας ψηλός φράκτης 3,5 μέτρων στήθηκε γύρω από την περιοχή με κόστος £1 εκατομ. λιρών. Σήμερα με αυτόν το υπέρ-φράκτη αντιμετωπίζεται πολύ αποτελεσματικά το πρόβλημα της ασφάλειας και δίνει την δυνατότητα στο Φεστιβάλ να συνεχίσει να αποκτά την άδεια εκμετάλλευσης (Ali-Knight, Robertson, Fyall and Ladkin, 2009: 218). Για την εξασφάλιση της άδειας από τις αρχές χρειάζεται να αντιμετωπίζονται οι περιπτώσεις της πρόληψης του εγκλήματος και της αταξίας, της δημόσιας ασφάλειας, η πρόληψη της δημόσιας παρενόχλησης και η προστασία των παιδιών από το κακό.

Το Festival έχει χρησιμοποιήσει και χρησιμοποιεί τοπικούς προμηθευτές και παρόχους υπηρεσιών όποτε είναι δυνατόν. Για παράδειγμα το 2007 ξόδεψε πάνω από £6 εκατομ. λίρες σε τοπικές εταιρείες που εδρεύουν εντός 25 μιλίων.

Υπάρχουν πολλές εμπορικές ευκαιρίες για τους κατοίκους της περιοχής από το Φεστιβάλ, με την παροχή της δημιουργίας καταλυμάτων να παράγει σημαντικά έσοδα για την κοινότητα. Τα τοπικά καταστήματα, εστιατόρια, παμπ και τα συνεργεία απολαμβάνουν μια σημαντική αύξηση των συναλλαγών τους μέσα από το Φεστιβάλ.

Υποστήριξη μέσω του εισοδήματος του φεστιβάλ στις υποδομές της περιοχής όπου εδρεύει. Για παράδειγμα την ολοκλήρωση ενός έργου για την παροχή στέγασης με προσιτό ενοίκιο για τους απογόνους των χωρικών που δεν μπορούν να αντέξουν οικονομικά τις τιμές της περιοχής, ανακαίνιση σε εκκλησίες, γήπεδα, παιδότοπους, βιβλιοθήκες, επιδιορθώσεις σε κτήρια της περιοχής.

Η διατήρηση της καθαριότητας (σκουπίδια, περιβάλλον) και η τακτοποίηση της περιοχής γίνεται κατά την διάρκεια όλου του χρόνου και αυτό επηρεάζει την δημόσια υγεία να είναι σε υψηλά επίπεδα κατά την περίοδο του φεστιβάλ, που είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για τους διοργανωτές.

Το υψηλό διεθνές προφίλ του Φεστιβάλ έχει ως αποτέλεσμα περίπου 700 από τα καλύτερα μέσα ενημέρωσης του κόσμου να έρχονται στο Φεστιβάλ για την παροχή κάλυψης στις διάφορες χώρες. Είναι ένα τεράστιο όφελος για το Βρετανικό Συμβούλιο να έχει το διεθνώς γνωστό και σεβαστό Φεστιβάλ Glastonbury ως μέρος του χαρτοφυλακίου των αξιοθέατων του καλεί τους υποστηρικτές του φεστιβάλ από όλο τον κόσμο, μέσω των βρετανικών πρεσβειών στο εξωτερικό. Πολλοί τουρίστες γνωρίζουν μόνο για την περιοχή, λόγω του προφίλ του Φεστιβάλ.

Περίπου 3.000 άνθρωποι πληρώνουν για διαμονή σε τοπικό επίπεδο κατά την περίοδο του φεστιβάλ. Οι άνθρωποι τείνουν να μένουν μεταξύ δύο νύχτες και πέντε νύχτες, μερικές φορές και περισσότερο και οι δαπάνες τους κυμαίνονται από £50 μέχρι και £3.000 ανά άτομο. Υπάρχουν περίπου 250 ξενοδοχεία, bed and breakfast και κάποια νοικοκυριά τα οποία μπορούν να νοικιαστούν στην περιοχή.

Περίπου πάνω από 40.000 οχήματα επισκέπτονται το Glastonbury Festival, όπου πολλοί χρησιμοποιούν τα τοπικά πρατήρια για τα καύσιμα τους με την

συνολική δαπάνη σε καύσιμα να είναι πάνω από μισό εκατομμύριο λίρες. Επίσης τα τοπικά συνεργεία αυξάνουν τα έσοδά τους από τη ρυμούλκηση αυτοκινήτων και την εκτέλεση των επισκευών, Κάτι το οποίο αποφέρει δουλειά και έσοδα στην τοπική επιχειρηματικότητα.

Το Glastonbury Festival δίνει την ευκαιρία σε τοπικές οργανώσεις και συλλόγους να αντλήσουν κεφάλαια από την εκτέλεση των καθηκόντων τους, όπως συνοδοί περιφρούρησης, υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης, επικοινωνίας και πολλά άλλα εξειδικευμένα καθήκοντα για το φεστιβάλ. Οι σύλλογοι κανονίζουν για τα μέλη τους να παρευρεθούν σε κολέγιο για την απόκτηση της απαραίτητης πιστοποίησης σε αυτές τις δεξιότητες, και να μπορούν με αυτές τις δεξιότητες να βοηθήσουν σε άλλα γεγονότα στην περιοχή. Η δυνατότητα αυτή δίνεται από το Glastonbury Festival Ltd στις Οργανώσεις του Καρναβαλιού που σήμερα αντιπροσωπεύουν πάνω από £140.000 ετησίως. Αυτό είναι ένα μεγάλο ποσοστό του συνολικού ποσού και η ενιαία μεγαλύτερη συνεισφορά στο Καρναβάλι<sup>15</sup>. Η κοινωνική δράση του φεστιβάλ φαίνεται πως είναι διαχρονική και πολύ επωφελής για όλη την κοινότητα. Τα τοπικά καταστήματα, τα εστιατόρια και παμπ απολαμβάνουν μια σημαντική αύξηση στις εμπορικές τους δραστηριότητες κατά την περίοδο του Φεστιβάλ, όπου εκτός από τους θεατές που βρίσκονται στην περιοχή, βρίσκεται και το προσωπικό του Φεστιβάλ, το προσωπικό ασφαλείας και το πλήρωμα περιφρούρησης που αυτοί ξεκινούν τη δημιουργία του χώρου πάνω από ένα μήνα πριν από το φεστιβάλ, και παραμένουν για ένα παρόμοιο χρόνο αργότερα. Χρησιμοποιούν με συνέπεια τις ανέσεις στο χώρο και τις γύρω πόλεις.

Τα στοιχεία που παρέχονται από την Έρευνα Οικονομικών επιπτώσεων που χρηματοδοτείται από το Περιφερειακό Συμβούλιο Mendip και το φεστιβάλ Glastonbury, διεξάγεται κάτω από ανεξάρτητη εταιρεία συμβούλων, όπου από κοινού δείχνουν ότι η καθαρή αξία του Φεστιβάλ 2007 στην οικονομία Mendip

---

<sup>15</sup> Το November illuminated Carnivals, όπως ονομάζεται προσφέρει ψυχαγωγία για πάνω από 500.000 ανθρώπους κάθε χρόνο, και πάνω από £30 εκατομμύρια στον Τουρισμό. Οι οργανώσεις και τα σωματεία που κατασκευάζουν για να τρέξουν τα Καρναβάλια είναι εθελοντικές και δεν λαμβάνουν καμία άμεση χρηματοδότηση από την κυβέρνηση ή το Συμβούλιο. Το κόστος κατασκευής οποιουδήποτε από τα μεγαλύτερα άρματα κυμαίνεται από £20.000 έως £35.000, το οποίο πρέπει να αυξηθεί από τα μέλη κάθε χρόνο. Με πάνω από πενήντα τέτοιες λέσχες σε αυτό το πρωτάθλημα το έργο είναι τεράστιο και το κόστος συνεχίζει να πολλαπλασιάζεται σε ετήσια βάση. Είναι η μεγαλύτερη κοινότητα με πάνω από 2.500 άνθρωπους που επιστρέφει πάνω από £100.000 άμεσα στις τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις σε ετήσια βάση

ήταν πάνω από £35 εκατόμ. (Ali-Knight, Robertson, Fyall and Ladkin, 2009: 218)

Συνοψίζοντας η επιτυχία του Glastonbury Festival οφείλεται στους έξι παράγοντες: Στους διοργανωτές που ενέργησαν και ενεργούν πολύ αποτελεσματικά σχετικά με την ασφάλεια του φεστιβάλ και εξασφάλισαν την συνέχιση του, ειδικά στην σημερινή εποχή με την αύξηση της παγκόσμιας τρομοκρατικής δραστηριότητας, το να νιώθεις ασφαλής σε ένα φεστιβάλ όπου κινούνται χιλιάδες ξένοι είναι ένας μεγάλος παράγοντας της επιτυχίας του φεστιβάλ. Ακόμα η επένδυση σε υψηλής τεχνολογίας εξοπλισμό όπως κλειστό κύκλωμα παρακολούθησης με εναέρια κάλυψη και άλλα βοηθούν αυτό το σκοπό. Στην προσπάθεια που γίνεται όλοχρονα από τους διαχειριστές για τακτοποιημένους και καθαρούς χώρους, με πρώτιστο στόχο τα θέματα υγιεινής για τους συμμετέχοντες στο φεστιβάλ. Στους εθελοντές που μέσα από αυτούς που είναι υπεύθυνοι για την ευημερία στο φεστιβάλ. Στην άψογη συνεργασία των διοργανωτών με την κοινότητα και τις αρχές της περιοχής. Στη δημιουργία πολλών εμπορικών ευκαιριών για τους κατοίκους της περιοχής μέσα από το Φεστιβάλ και η χρησιμοποίηση των τοπικών προμηθευτών και παροχών υπηρεσιών, που αυτό σημαίνει ότι κερδίζει η τοπική οικονομία. Στο υψηλό διεθνές προφίλ που έχει το Φεστιβάλ με αποτέλεσμα τα καλύτερα μέσα ενημέρωσης του κόσμου να το διαφημίζουν, που είναι ένας άλλος μεγάλος παράγοντας της επιτυχίας του φεστιβάλ.

Συμπερασματικά, παρατηρούμε ότι μια μικρή τοποθεσία κατόρθωσε να γίνει διεθνής τουριστικός προορισμός μέσα από τη διοργάνωση ενός μουσικού φεστιβάλ, να προσελκύσει πλήθος ανθρώπων στην περιοχή, να τονώσει την τοπική οικονομία και να στηρίξει κοινωνικές και περιβαλλοντολογικές οργανώσεις. Το γεγονός αυτό καταδεικνύει για άλλη μια φορά τη σημαντικότητα του ρόλου των φεστιβάλ, και γενικότερα των οργανωμένων εκδηλώσεων, για μια πόλη με τόνωση στον τουρισμό και τη γενικότερη ωφέλεια στην τοπική κοινωνία.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>: Πολιτιστική πολιτική Κύπρου - Το τοπίο των φεστιβάλ στην Κύπρο

### 5.1 Πολιτιστική πολιτική Κύπρου

Η πολιτιστική πολιτική της Κύπρου σε θέματα πολιτιστικών φεστιβάλ χρειάζεται την ύπαρξη θεωρητικών και εμπειρικών αναλύσεων, αφού είναι ανύπαρκτη με τα σημερινά δεδομένα σε θέματα αναλύσεων των πολιτιστικών φεστιβάλ, προκειμένου να εξετάσει τον τρόπο με τον οποίο οργανώνονται και τι αποτελέσματα παράγουν. . Εξάλλου, πολλές θεωρητικές και εμπειρικές αναλύσεις (π.χ. Getz, 2009:71) έχει καταδείξει ότι οι ειδικές εκδηλώσεις όπως τα πολιτιστικά φεστιβάλ έχουν οικονομικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό αντίκτυπο στις τοπικές κοινωνίες. Ο εισηγητής της προσέγγισης, J. Elkington (1997, στο Getz, 2009:71) την περιέγραψε ως ένα πλαίσιο για τη μέτρηση και την καταγραφή της απόδοσης σε σχέση με τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές παραμέτρους, ή ως φιλοσοφία στην οποία οι εταιρείες, οι κυβερνήσεις και οι δημόσιες ή εθελοντικές οργανώσεις (συμπεριλαμβανομένων των εκδηλώσεων) πρέπει συνολικά να αξιολογούν τις επιπτώσεις της και ευθύνονται για τις πράξεις τους. Τα φεστιβάλ σαν βιομηχανία είναι μία από τις μεγαλύτερες παγκόσμιες βιομηχανίες σήμερα και προσφέρει χαρά σε ανθρώπους κάθε ηλικίας, πολιτισμού και θρησκείας. Είναι μία από τις κυριότερες "δημιουργικές" βιομηχανίες που βοηθά την ανάπτυξη των μοντέρνων οικονομιών και πρωτοπορεί στην ανάπτυξη και χρήση των νέων τεχνολογιών και του ηλεκτρονικού εμπορίου.<sup>16</sup> Η βιομηχανία των φεστιβάλ - αν μπορούμε να την ονομάσουμε έτσι - στην Κύπρο πρακτικά δεν υπάρχει για το λόγο ότι είναι πολύ περιορισμένες οι δυνατότητες μιας τέτοιας βιομηχανίας στην Κύπρο. Μπορούμε όμως μέσα από τις διάφορες μελέτες που ακολουθούν να πάρουμε στοιχεία που να βοηθήσουν στο πώς να αποτιμούμε την συνολική οικονομική επίπτωση ενός φεστιβάλ.

Στην Κύπρο γίνονται πολλά φεστιβάλ από διάφορους φορείς οι οποίοι όπως φαίνεται από την έρευνα<sup>17</sup>, οι περισσότεροι φορείς προέρχονται από τον

---

<sup>16</sup> [http://www.ifpi.gr/sitemap/Themusic\\_industry.html](http://www.ifpi.gr/sitemap/Themusic_industry.html)

<sup>17</sup> Παράρτημα Α

ιδιωτικό τομέα, με κύριο άξονα τα φεστιβάλ που έχουν σχέση με την μουσική, όπως επίσης και οι φορείς που προέρχονται από τα κοινοτικά συμβούλια και δημαρχεία με κύριο άξονα και πάλι τα μουσικά φεστιβάλ αλλά περισσότερο με σύνδεση στην παράδοση και τον πολιτισμό. Οι φορείς που προέρχονται από το κράτος είναι κατά κύριο λόγο οι πολιτιστικές υπηρεσίες του κράτους και το αρμόδιο υπουργείο παιδείας που ασχολείται περισσότερο για την καλλιέργεια του πολιτισμού. Για παράδειγμα από το 1993 και κάθε χρόνο γίνεται το Διεθνές Φεστιβάλ «ΚΥΠΡΙΑ<sup>18</sup>», προβάλλοντας υψηλής ποιότητας παραγωγές από διάφορους χώρους των παραστατικών τεχνών. Το Διεθνές Φεστιβάλ «ΚΥΠΡΙΑ» είχε ως στόχο του να παρουσιάσει, τόσο σε Κύπριους όσο και σε επισκέπτες, ένα φάσμα από πολιτιστικές εκδηλώσεις του υψηλότερου δυνατού επιπέδου. Ξεκινώντας σε μια περίοδο που χαρακτηριζόταν από μια σχεδόν πλήρη έλλειψη σημαντικών πολιτιστικών γεγονότων, λειτούργησε ως ο καταλύτης για τη δημιουργία μίας άνευ προηγουμένου πολιτιστικής κίνησης που προσφέρει στο κοινό μια πληθώρα επιλογών. Τα εισιτήρια για τις διάφορες παραστάσεις ήταν και συνεχίζουν να είναι και σήμερα στα 10 και 5 ευρώ. Από αυτό το στοιχείο και μόνο μπορούμε να υποθέσουμε ότι η σημασία που δίνεται από το κράτος για αυτό το φεστιβάλ δεν είναι οικονομική, αλλά μάλλον στοχεύει στην πολιτιστική καλλιέργεια.

Η ίδια περίπτωση προσέγγιση του κράτους είναι και για τα άλλα μεγάλα φεστιβάλ που δρουν στην Κύπρο όπως είναι το Pafos Afrodite Festival, το Διεθνές Φεστιβάλ του Δήμου Αγίας Νάπας, ο Πολιτιστικός Χειμώνας που διοργανώνεται από τον Δήμο Αγίας Νάπας και άλλα. Το Pafos Afrodite Festival, που και αυτό με την σειρά του έχει βασική επιδίωξη την ανάδειξη της Πάφου σε διεθνές κέντρο πολιτιστικών εκδηλώσεων υψηλού επιπέδου, συμβάλλει στη διεθνή προβολή και εξύψωση της Κύπρου στον πολιτιστικό και τον τουριστικό τομέα. Είναι μη κερδοσκοπικός οργανισμός και οι βασικοί καταστατικοί της σκοποί προνοούν την οργάνωση, διαχείριση μιας διεθνούς εμβέλειας καλλιτεχνικής εκδήλωσης πάνω σε ετήσια βάση και άλλων πολιτιστικών εκδηλώσεων στην Επαρχία Πάφου. Θεσμικός χορηγός του Φεστιβάλ είναι η Κυπριακή Δημοκρατία μέσω του Υπουργείου Παιδείας και

---

<sup>18</sup> Διεθνές Φεστιβάλ 'Κύπρια': Παράρτημα Α

Πολιτισμού και του Υπουργείου Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού. Τα εισιτήρια για αυτό το φεστιβάλ είναι €25, €40, €50 και €70 ([www.pafc.com.cy](http://www.pafc.com.cy)). Για τα προαναφερθέντα φεστιβάλ δεν υπάρχει κανένα στοιχείο διαθέσιμο, έστω και για πόσα εισιτήρια έχουν διατεθεί έτσι ώστε να πάρουμε μια πραγματική οικονομικής φύσης εικόνα για τον αντίκτυπο που έχει ο τομέας αυτός των φεστιβάλ για την οικονομία της χώρας. Αξίζει να αναφερθεί και το Διεθνές Φεστιβάλ του Δήμου Αγίας Νάπας γιατί είναι από τα μακροβιότερα φεστιβάλ, αφήνοντας τους χιλιάδες επισκέπτες που το παρακολούθησαν τις καλύτερες εντυπώσεις για την άρτια διοργάνωση και για την ποιότητα των επιλογών του καλλιτεχνικού μέρους που συμπεριλάμβανε μουσικοχορευτικές παραστάσεις και αφιερώματα. Το φεστιβάλ έχει πλέον αποκτήσει τη φήμη ως "must see" στον τομέα του τουρισμού αφού εκτός από τη φήμη που έχει η Αγία Νάπα ως τουριστικός προορισμός το φεστιβάλ γίνεται για 31η φορά, αρκετές για να γίνει γνωστό. Στο προαύλιο και στους εσωτερικούς διαδρόμους του Μεσαιωνικού Μοναστηριού λειτουργούν αξιόλογες εκθέσεις από όλο το φάσμα της εικαστικής δημιουργίας, όπως επίσης έκθεση γεωργικών προϊόντων από το τμήμα Γεωργίας και το τμήμα Κυπριακής Χειροτεχνίας.<sup>19</sup>

Ένα άλλο αξιόλογο παράδειγμα είναι ο θεσμός του Πολιτιστικού Χειμώνα, Διοργανώνεται από τον Δήμο Αγίας Νάπας, σε συνεργασία με τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού, διαρκεί 6 μήνες περίπου συμπεριλαμβάνοντας και τις χριστουγεννιάτικες εκδηλώσεις. Στόχος, όπως αναφέρεται στην εφημερίδα Χαραυγή<sup>20</sup> είναι «η ευρύτερη παρουσίαση της κουλτούρας της Κύπρου και η αναβάθμιση του χειμερινού τουριστικού προϊόντος της περιοχής με προβολή των ηθών και εθίμων και της πολιτιστικής καλλιέργειας του λαού της Κύπρου». Οι εκδηλώσεις είναι αφιερωμένες στο όμορφο φυσικό περιβάλλον της Αγίας Νάπας και ιδιαίτερα στις χρυσές παραλίες και στην περιοχή Κάβο Γκρέκο, που αποτελούν σημείο αναφοράς του Δήμου Αγίας Νάπας. Επίσης συμμετέχουν πολλά σχήματα, μουσικά και χορευτικά τα οποία προέρχονται κυρίως από τον κυπριακό πολιτιστικό χώρο. Το Πολιτιστικό Τμήμα του Δήμου Αγίας Νάπας πιστεύει ότι ο πολιτισμός και ο τουρισμός συμβαδίζουν και ως εκ τούτου αλληλο-συμπληρώνονται.

---

<sup>19</sup> <http://www.ayianapa.org.cy/articles.php?id=274>

<sup>20</sup> Παράρτημα Α.

- Η φιλοσοφία του "Πολιτιστικού Χειμώνα" εστιάζεται στο γεγονός ότι ο επισκέπτης δεν αρκείται μόνο με τον ήλιο και τις όμορφες παραλίες επισκέπτοντας την Αγία Νάπα.
- Θέλει να γνωρίσει τι βρίσκεται κάτω από την επιφάνεια, τι κάνει αυτόν τον μικρό τόπο τόσο ξεχωριστό και μοναδικό.
- Με την τέχνη, τη μουσική, το θέατρο και το χορό, το πρόγραμμα Πολιτιστικού Χειμώνα ικανοποιεί απόλυτα αυτό το στόχο

Μέσα από το παράδειγμα του Πολιτιστικού Χειμώνα γίνεται αντιληπτό ότι ο πολιτισμός είναι το κυρίαρχο επικοινωνιακό εργαλείο που ενισχύει την τουριστική εμπειρία των τουριστών που θα επισκεφθούν την Αγία Νάπα με ποιότητα και αυθεντικότητα. Επίσης προκύπτει ότι ο τουρισμός και η αναψυχή υπάρχουν στον σχεδιασμό του θεσμού του Πολιτιστικού Χειμώνα όπου οι εκδηλώσεις είναι αφιερωμένες στις χρυσές παραλίες και στην περιοχή Κάβο Γκρέκο. Ο τουρισμός περιλαμβάνει την κατανάλωση των εμπειριών και προϊόντων. Για να διευκολύνεται αυτή η κατανάλωση από τους τουρίστες και τους επισκέπτες στον φυσικό και πολιτιστικής κληρονομιάς χώρο πρέπει να διευκολύνεται η ανάπτυξη των τουριστικών προϊόντων, όπως οι μεταφορές, οι πάροχοι ταξιδιών και τα προγράμματα ερμηνείας. Ο τουρισμός με βάση τις αξίες της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής ή του προορισμού είναι εκ φύσεως δημιουργημένο και πηγάζει από το μοναδικό χαρακτήρα του τόπου. Είναι η ταυτότητα της κληρονομιάς ή η έλξη του τόπου που διατίθεται στην αγορά, που ακολουθείται από τα τουριστικά προϊόντα που επιτρέπουν στους τουρίστες να γνωρίσουν και να εκτιμήσουν πραγματικά τον τόπο (UNWTO, 2011). Οι τόποι πολιτιστικής κληρονομιάς που έχουν τη δυνατότητα να διευκολύνουν την ανάπτυξη των τουριστικών προϊόντων μοιράζονται ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά<sup>21</sup>:

- Αποτελούν κάτι το ενδιαφέρον και μοναδικό και μπορούν να πουν μια ιστορία.
- Είναι γνωστά πέρα από την τοπική κληρονομιά της κοινότητας.
- Προσφέρονται για προώθηση και παρουσίαση στον κόσμο.

<sup>21</sup> World Tourism Organization (UNWTO), 2011, Communicating Heritage, A Handbook for the Tourism Sector.

- Έχουν αποκτήσει την φήμη του "must see" στον τομέα του τουρισμού.
- Είναι προσβάσιμα από όλους και καταφέρνουν να απορροφήσουν επισκέπτες χωρίς δυσμενείς επιδράσεις.
- Οι τουρίστες μπορούν να εξερευνήσουν εύκολα τον τόπο και να έρχονται σε επαφή με αυτόν σε προσωπικό επίπεδο.
- Παρέχουν μια δελεαστική τουριστική εμπειρία με ποιότητα και αυθεντικότητα.

Πρόσφατα μέσα από μια έκδοση της στατιστικής υπηρεσίας με τίτλο «Η Κύπρος σε αριθμούς 2014 και 2015», μπορούμε να πάρουμε μια μικρή γεύση από στατιστικά στοιχεία που είναι όμως γενικότερα για τις τέχνες, διασκέδαση και ψυχαγωγία, στον οποίο συμπεριλαμβάνονται και τα φεστιβάλ. Ο δείκτης αυτός είναι με κατανομή του Α.Ε.Π. κατά δραστηριότητα με τον τομέα των τεχνών, διασκέδασης και ψυχαγωγίας να παίρνει το 1,4% του Α.Ε.Π. το 2013, ενώ ο τομέας αυτός το 2005 σε τρέχουσες τιμές της αγοράς ήταν 162,300,000 εκατομμύρια, αυξήθηκε το 2010 σε 239,000,000 καταγράφοντας αύξηση 76,700.000 εκατομμυρίων. Το 2012 αυξήθηκε στα 277,700,000 εκατομμύρια καταγράφοντας αύξηση 38,700,000 εκατομμύρια και τέλος το 2013 μειώθηκε στα 241,900,000 εκατομμύρια καταγράφοντας μείωση 35,900,000 εκατομμυρίων. Από αυτά τα στοιχεία μπορούμε να καταγράψουμε ότι ο κλάδος γενικότερα των τεχνών, διασκέδασης και ψυχαγωγίας καταγράφει μια σημαντική μείωση επιστρέφοντας στα επίπεδα του 2010 που αυτό μπορεί να το επηρεάζει η κρίση στην οικονομία γενικότερα. Σίγουρα ο κόσμος είναι πολύ προσεκτικός στο πού θα δαπανήσει τα χρήματά του και ο τομέας των τεχνών, διασκέδασης και ψυχαγωγίας συρρικνώνεται περισσότερο εν καιρώ κρίσης. Τα οικονομικά στοιχεία για τα φεστιβάλ συγκεκριμένα δεν είναι ξεκάθαρα αφού η στατιστική υπηρεσία αλλά και άλλοι οργανισμοί δεν καταγράφουν στοιχεία γενικότερα για τα φεστιβάλ που γίνονται στην Κύπρο και από την άλλη εάν καταγράφουν κάποια τα δημοσιεύουν και έτσι δεν μπορούμε να έχουμε μια πλήρη εικόνα για τον τομέα αυτό στην Κύπρο.

Σύμφωνα με το εγχειρίδιο Νο.3 της UNESCO, υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να εξεταστεί το οικονομικό όφελος που παράγεται από ένα φεστιβάλ. Ένας τρόπος είναι η «Αξιολόγηση» που αξιολογεί κατά πόσον τα χρήματα που προβλέπονται για την περίπτωση χρησιμοποιούνται αποτελεσματικά. Δεύτερος τρόπος είναι οι «Επιπτώσεις αξιολόγησης» που θεωρούν κατά πόσο ένα φεστιβάλ είχε συνολικά θετική ή αρνητική επίδραση (συνήθως οικονομική, αλλά μπορεί να περιλαμβάνει περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις) σε μια καθορισμένη γεωγραφική περιοχή. Ο τρίτος τρόπος είναι «Η ανάλυση κόστους-οφέλους» που εξετάζει το βαθμό στον οποίο τα έσοδα/έξοδα καλύπτουν ή υπερβαίνουν το ποσό των εξόδων/εσοδων του φεστιβάλ, και μπορεί να περιλαμβάνουν περιβαλλοντικά και κοινωνικά «έξοδα» (UNESCO, 2009: p.20). Με απλά λόγια, το οικονομικό όφελος ενός φεστιβάλ μπορεί να εξεταστεί με μια αξιολόγηση στο τέλος του φεστιβάλ εάν ήταν πετυχημένο προς τον κόσμο που το παρακολούθησε και αν ήταν μέσα στα προκαθορισμένα έσοδα-έξοδά του.

## **5.2 Το τοπίο των φεστιβάλ στην Κύπρο**

Τα ποικίλα φεστιβάλ στην Κύπρο τα τελευταία χρόνια γίνονται ολοένα και πιο δημοφιλή για διάφορους λόγους. Κάποιοι από τους λόγους είναι το ότι τα φεστιβάλ μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην προώθηση της ανάπτυξης και της εικόνας του χώρου που το υποδέχεται, την ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας του όπως επίσης την αύξηση των εσόδων της περιοχής (Crompton & MacKay, 1997; Getz, 1991, 2007; Thrane, 2002; Gursoy et. al, 2004). Σήμερα στην Κύπρο γίνονται πάρα πολλά φεστιβάλ με πτυχές από την κουλτούρα του τόπου, το θέατρο, την μουσική, τον κινηματογράφο, του χορού, κίνησης και παραστατικών τεχνών, του λαϊκού πολιτισμού, των νέων και παιδιών, του βιβλίου, τη φιλανθρωπίας και τέλος από διάφορες ομάδες. Πρόκειται για μια μεγάλη γκάμα φεστιβάλ μέσα από τα οποία τα θέματα αγγίζουν γενικότερα τον πολιτισμό. Αναλυτικότερα τα φεστιβάλ και τα θέματα μπορούν να χωριστούν σε κάποιες κατηγορίες:

- Φεστιβάλ με βάση την πόλη ή κοινότητα που τα φιλοξενεί.
- Φεστιβάλ με βάση το καθεστώς ιδιοκτησίας και έλεγχου (κρατικό-

ιδιωτικό ή σύμπραξη των δύο).

- Φεστιβάλ με βάση τον χρόνο και το μέγεθος (διεθνή-τοπικά).
- Φεστιβάλ με βάση το πρόγραμμα (καλλιτεχνικά, γαστρονομικά, ιστορίας και πολιτισμού, θρησκευτικά, κοινωνικοπολιτικά, ψυχαγωγικά, εκπαιδευτικά, οινοποσίας ή εποχικά).

### **Φεστιβάλ με βάση το καθεστώς ιδιοκτησίας και έλεγχου (κρατικό-ιδιωτικό ή σύμπραξη των δύο).**

Μιλώντας για το καθεστώς ιδιοκτησίας και ελέγχου των φεστιβάλ στην Κύπρο, διαχωρίζεται σε 3 κατηγορίες

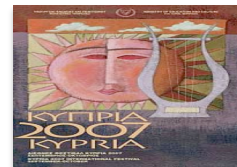
- 1) Κρατικά φεστιβάλ: Είναι θεσμοθετημένα δημόσια φεστιβάλ, με την οργάνωση και την πλήρη διαχείριση τους να την έχει είτε η κυβέρνηση, το κράτος ή η κοινότητα. Ως μια ειδική μορφή του δημοσίου και με τις πολλές ιδιότητες τους, θεωρούνται ως ένα μοναδικό τουριστικό αξιοθέατο και ως φορέας χάραξης της εικόνας του προορισμού (Getz, 1991). Ο Haussermann (1993) αναφέρει ότι για κυβερνήσεις οι που βασίζονται από μεταβαλλόμενες οικονομικές δομές, η τροποποίηση της πολιτισμικής πόλης με πολιτισμικά φεστιβάλ μπορεί να είναι μια νέα λύση ανάπτυξης και μπορούν να διευκολύνουν την ανάπτυξη της δομής της πόλης και να συμβάλλουν στη φήμη της. Να σημειωθεί ότι τα πολλά φεστιβάλ που γίνονται στις μικρότερες κοινότητες και χωριά σαν μέρη τα οποία ελέγχονται από το κράτος και την κυβέρνηση, εμπίπτουν στην κατηγορία των κρατικών φεστιβάλ. Ο κύριος σκοπός είναι η ευαισθητοποίηση του κοινού για τον πολιτισμό. Μερικά από αυτά είναι το Διεθνές Φεστιβάλ Αρχαίου Δράματος και τα “Κύπρια”.
- 2) Ιδιωτικά φεστιβάλ: Μείζονος σημασίας είναι η οικονομική πτυχή, έτσι ώστε οι νέες ευκαιρίες ανάπτυξης, με τη δημιουργία της ευαισθητοποίησης των επενδυτών, τις κυβερνητικές επιχορηγήσεις και την προσέλκυση τουριστών στην περιοχή, την ενίσχυση των αγορών και τη δημιουργία θέσεων εργασίας (Haussermann, 1993). Τα φεστιβάλ που διοργανώνονται από τις μη κυβερνητικές οργανώσεις,

προσφέρουν κυρίως ένα σημείο συνάντησης για τους ντόπιους, όμως υπάρχουν σχετικά και κάποιες εξαιρέσεις, όπως το Pafos Aphrodite Festival, The Afro Banana Republic Festival, τα οποία προσελκύουν κοινό από το εξωτερικό.

- 3) Σύμπραξη Δημόσιου και ιδιωτικού: Πρόκειται για συνεργασίες της κυβέρνησης, του κράτους, του Δήμου ή της κοινότητας με τον ιδιωτικό τομέα και τις μη κυβερνητικές οργανώσεις. Οι περισσότερες από αυτές τις συνεργασίες γίνονται με σπόνσορα το κράτος ή κάποιες κυβερνητικές οργανώσεις. Μερικά από αυτά είναι το Φεστιβάλ "Μεσαιωνική Λευκωσία" και το φεστιβάλ Short matters.

Ένα παράδειγμα φεστιβάλ στην κατηγορία με βάση το καθεστώς ιδιοκτησίας και ελέγχου μπορούμε να αναφέρουμε το ετήσιο διεθνές φεστιβάλ καλών τεχνών "Κύπρια" που είναι ένα από τα πιο σημαντικά πολιτιστικά γεγονότα στην Κύπρο. Καθιερώθηκε το 1991 σαν κρατικό καλλιτεχνικό φεστιβάλ και ελέγχεται από το Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού και έκτοτε στα πλαίσιά του έχουν φιλοξενηθεί σημαντικά μουσικά συγκροτήματα και ομάδες κλασικού χορού, καλλιτέχνες, σκηνοθέτες και ηθοποιοί από την Κύπρο και από πολλές χώρες του κόσμου. Μερικές από τις μέχρι τώρα συμμετοχές είναι η Συμφωνική Ορχήστρα της Οξφόρδης, η Ομάδα Χορού Ράμπερτ, που είναι η παλαιότερη ομάδα μπαλέτου της Αγγλίας, η Συμφωνική Ορχήστρα της Εθνικής Ραδιοφωνίας της Ρουμανίας, η ορχήστρα της Ανώτερης Μουσικής Σχολής της Βόννης, η Εθνική Λυρική Σκηνή της Ελλάδας, η Ομάδα Φλαμένκο της Ανδαλουσίας, το Κρατικό Μουσικό Θέατρο της Μόσχας κ.ά. Στόχοι του θεσμού "Κύπρια" είναι να μετατρέψουν την Κύπρο σε πολιτιστικό κέντρο της Ανατολικής Μεσογείου, να παρουσιάζουν στους Κύπριους υψηλού επιπέδου διεθνείς παραστάσεις από διεθνούς φήμης καλλιτεχνικές ομάδες και να προσελκύουν ξένους επισκέπτες που τους ενδιαφέρουν τα καλλιτεχνικά γεγονότα. Οι εκδηλώσεις του φεστιβάλ "Κύπρια" διοργανώνονται για 2 μήνες τον Σεπτέμβριο και Οκτώβριο, σ' όλες τις μεγάλες πόλεις της Κύπρου.

Παράρτημα 1: <http://kypria.org.cy/home>



Κάποια άλλα φεστιβάλ στην κατηγορία αυτή είναι το Διεθνές Φεστιβάλ Αγίας Νάπας, Διεθνές Φεστιβάλ Ντοκιμαντέρ Λεμεσού, Short Matters 2016, Buffer Fringe Φεστιβάλ, Διεθνές Φεστιβάλ Ταινιών Μικρού Μήκους Κύπρου,

Paradise Jazz Festival, καθώς και πολλά άλλα τα οποία παρουσιάζονται στο παράρτημα Α.

### **Φεστιβάλ με βάση την πόλη ή κοινότητα που τα φιλοξενεί**

Πολλές φορές οι πόλεις για να μπορέσουν να διαφοροποιηθούν αναμεταξύ τους και να προσελκύσουν κοινό παρουσιάζουν μια σειρά από διαφορετικές επιλογές προβολής του πολιτισμού και της πολιτιστικής τους κληρονομιάς μέσω των φεστιβάλ για να μπορούν να διασφαλίσουν μια νέα θετική εικόνα για τον προορισμό τους. Τα οφέλη των φεστιβάλ ενισχύουν την εικόνα, δημιουργούν οικονομικές επιπτώσεις, προσθέτουν στην ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας και της οικονομίας και την ενισχύουν τον οικονομικό τομέα. Για παράδειγμα το καρναβάλι Λεμεσού και το Μεσαιωνικό Φεστιβάλ Αγίας Νάπας<sup>22</sup>, το οποίο παρουσιάζεται πιο κάτω. Από την άλλη, όπως αναφέρουν οι Litvin και Fetter (2006), τα φεστιβάλ και οι ειδικές εκδηλώσεις που διοργανώνονται σε διάφορες κοινότητες γίνονται όλο και περισσότερο περιζήτητα από τους επισκέπτες ως μοναδικές εμπειρίες, καθώς παρέχουν τη δυνατότητα σε αυτούς να συμμετάσχουν σε μία συλλογική εμπειρία η οποία διαφέρει από την καθημερινή τους ζωή (Getz και Frisby, 1988).

---

<sup>22</sup> <http://www.ayianapa.org.cy/events.php>

Όσο αφορά ένα παράδειγμα φεστιβάλ με βάση την πόλη ή κοινότητα που φιλοξενεί ένα φεστιβάλ εδώ μπορούμε να αναφέρουμε το Μεσαιωνικό Φεστιβάλ Αγίας Νάπας, το οποίο είναι ένα διεθνές κοινοτικό φεστιβάλ που διοργανώνεται και διαχειρίζεται ο Δήμος Αγίας Νάπας για 8 ημέρες, από τις 8 μέχρι τις 15 Οκτωβρίου και το πρόγραμμα του έχει βάση την ιστορία και τον πολιτισμό. Το φεστιβάλ έχει γίνει θεσμός και διοργανώνεται για 9<sup>η</sup> φορά το 2016 και έχει πλέον πάρει ένα διεθνές εκτόπισμα με καλλιτέχνες από χώρες όπως η Γερμανία, η Ολλανδία, η Ουκρανία, η Ιταλία, η Ρωσία, η Λευκορωσία, η Ισπανία, η Ελλάδα και η Κύπρος δημιουργείται μια φαντασμαγορική που εντυπωσιάζει τις χιλιάδες των επισκεπτών του με στόχο την παροχή στο κοινό υψηλής ποιότητας και αισθητικής εκδηλώσεις και την προβολή καλλιτεχνικών δημιουργιών της Μεσαιωνικής εποχής. Το Φεστιβάλ γίνεται στο χώρο του Μεσαιωνικού Μοναστηριού και όπως δήλωσε ο Δήμαρχος της Αγίας Νάπας «πρόκειται για μια εβδομάδα καλλιτεχνικής πανδαισίας γεμάτη από μουσικές, θεατρικές παραστάσεις, χορούς, θεάματα, εκθέσεις και συμπόσια όλα επιλεγμένα και προσαρμοσμένα στην καλλιτεχνική έκφραση και δημιουργία της Μεσαιωνικής περιόδου».



Κάποια άλλα φεστιβάλ που διοργανώνονται και ανήκουν σ' αυτή την κατηγορία είναι το Καρναβάλι Λεμεσού 2016, Φεστιβάλ Βιβλίου Λευκωσίας, ΑγλανJazz 2016, Φεστιβάλ "Μεσαιωνική Λευκωσία", The Afro Banana Republic Festival, Φεστιβάλ Φέγγαρος 2016, Paphos Aphrodite Festival και πολλά άλλα τα οποία αναφέρονται στο παράρτημα Α.

### **Φεστιβάλ με βάση τον χρόνο και το μέγεθος (διεθνή-τοπικά).**

Τα Φεστιβάλ έχουν όλο και σημαντικότερο ρόλο σε εθνικό και τοπικό επίπεδο, με τις διεθνείς και εθνικές εκδηλώσεις που προσελκύουν ένα πολύ υψηλό αριθμό επισκεπτών και από την άλλη τα τοπικά και περιφερειακά φεστιβάλ με λιγότερους επισκέπτες (Erdős, 2004: 33). Η μεγαλύτερη δύναμη του φεστιβάλ εκτιμάται από την εικόνα του φεστιβάλ στους επισκέπτες αλλά και από την απόσταση την οποία διανύουν οι επισκέπτες για να φτάσουν στο φεστιβάλ. Τα φεστιβάλ με τα κατάλληλα ερμηνευτικά εργαλεία και υπηρεσίες που γίνονται για την ανάγκη των επισκεπτών μπορεί να αποτελέσουν διεθνή πόλο

έλξης χάρη στο συστηματικό σχεδιασμό και την ανάπτυξη. Όσο αφορά τον χρόνο που διαρκεί ένα φεστιβάλ, σύμφωνα με τον (Erdős, 2004), το κύριο θέμα (όπως αναφέρεται πιο κάτω σε καλλιτεχνικά, γαστρονομικά, ιστορίας και πολιτισμού, κλπ), καθορίζει το μήκος του φεστιβάλ το οποίο μπορεί να είναι μία ή δύο ημέρες μιά εβδομάδα ή ακόμα και περισσότερο.

Σ' αυτή την κατηγορία μπορούμε να αναφέρουμε το μεγαλύτερο φεστιβάλ σε διάρκεια που γίνεται στην Κύπρο και είναι το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογραφικές Μέρες - Κύπρος που πραγματοποιείται από τις 15 μέχρι και τις 24 Απριλίου, στο Θέατρο Ριάλτο, στη Λεμεσό και στον Κινηματογράφο Ζήνα Πάλας, στη Λευκωσία. Καθιερώθηκε το 2002 και πρόκειται για ένα κρατικό φεστιβάλ με βάση το πρόγραμμα στην κατηγορία του κινηματογράφου του οποίου τον έλεγχο έχει Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού, όπως και το Θέατρο ΡΙΑΛΤΟ και στόχος του είναι να αναδείξει και να φέρει κοντά στο κινηματογράφο κοινό νέες ιστορίες και νέες εικόνες που έχουν τη δυνατότητα να καθορίσουν την εξέλιξη αυτού που ονομάζουμε κινηματογραφική τέχνη με βάση ένα ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα. Η απόφαση για την ένταξη διεθνούς διαγωνιστικού τμήματος το 2011 έχει ενισχύσει σημαντικά αυτό το στόχο καθώς οι θεατές έχουν την ευκαιρία να ανακαλύψουν το αξιόλογο έργο νεότερων σκηνοθετών, οι οποίοι καταθέτουν νέες προοπτικές που συχνά εξερευνούν τα όρια της κινηματογραφικής αισθητικής. Η υψηλή ποιότητα του διεθνούς διαγωνιστικού τμήματος σε συνδυασμό με την πρόσφατη απονομή του τιμητικού τίτλου EFFE και απόφαση των διοργανωτών για ανανέωση έχουν ήδη θέσει τις βάσεις για περαιτέρω περιφερειακή και διεθνή αναγνώριση του θεσμού. Επιπρόσθετα, το φεστιβάλ στοχεύει στην ενίσχυση της εγχώριας κινηματογραφικής παραγωγής με την προβολή του έργου Κυπρίων δημιουργών και τη διοργάνωση εργαστηρίων υψηλής ποιότητας που απευθύνονται σε επαγγελματίες του χώρου. Αποτελείται από δύο βασικά προγράμματα: το διεθνές διαγωνιστικό τμήμα, Glocal Images, και το μη διαγωνιστικό τμήμα Viewfinder, το οποίο περιλαμβάνει ταινίες που έχουν προβληθεί και διακριθεί σε σημαντικά διεθνή φεστιβάλ κατά τη χρονιά που πέρασε. Ειδικά αφιερώματα, παράλληλες προβολές, εξειδικευμένα σεμινάρια, εργαστήρια και μουσικές εκδηλώσεις συνθέτουν το πρόγραμμα του επίσημου Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Κύπρου. Μία τριμελής Καλλιτεχνική Επιτροπή είναι υπεύθυνη για την επιλογή των ταινιών του προγράμματος, ενώ για τη βράβευση των ταινιών, την ευθύνη έχει πενταμελής Κριτική Επιτροπή, αποτελούμενη από διεθνώς αναγνωρισμένους επαγγελματίες του χώρου. Τα βραβεία του Φεστιβάλ είναι τα εξής: Βραβείο Καλύτερης Ταινίας, Ειδικό Βραβείο Κριτικής Επιτροπής και Βραβείο Καλύτερης Σκηνοθεσίας. Το κοινό θα έχει επίσης την ευκαιρία να ψηφίσει την αγαπημένη του ταινία, στην οποία απονέμεται το Βραβείο Κοινού. Όλες οι ταινίες προβάλλονται στην πρωτότυπη γλώσσα τους με ελληνικούς και αγγλικούς υπότιτλους.



<http://cyprusfilmdays.com/index.php/about>

23

<sup>23</sup> Το Πρόγραμμα EFFE – Europe for Festivals, Festivals for Europe, μια πρωτοβουλία του European Festivals Association (EFA) αποτελεί μια πολιτιστική πύλη που προσφέρει τον χώρο σε πολίτες και επαγγελματίες, για να ανακαλύψουν τα Ευρωπαϊκά φεστιβάλ και να εμπλακούν σε αυτή την Ευρωπαϊκή πλατφόρμα. Είναι μια νέα διεθνής πλατφόρμα η οποία συνδέει μεταξύ τους τα φεστιβάλ με ουσιαστική δέσμευση στις τέχνες, τις κοινότητές τους και τα Ευρωπαϊκά ιδεώδη. Πρωτίστως το EFFE αναγνωρίζει το αριστεύειν στο καθημερινό έργο αυτών των φεστιβάλ σε τοπικό επίπεδο σε όλη την Ευρώπη. <http://www.effe.eu>.

Μερικά άλλα φεστιβάλ τα οποία ανήκουν σ' αυτή τη κατηγορία είναι το φεστιβάλ "Κύπρια", το Διεθνές Φεστιβάλ Αρχαίου Ελληνικού Δράματος, 4ο Cyprus International Performance Art Festival (CIPAF), Διεθνές Φεστιβάλ Ντοκιμαντέρ Λεμεσού, Ευρωμεσογειακό Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών, Διεθνές Φεστιβάλ Open House, Διεθνές Φεστιβάλ Ταινιών Μικρού Μήκους Κύπρου, Cyprus Jazz & World Music Showcase και άλλα τα οποία φαίνονται στο παράρτημα 1.

**Φεστιβάλ με βάση το πρόγραμμα (καλλιτεχνικά, γαστρονομικά, ιστορίας και πολιτισμού, θρησκευτικά, κοινωνικοπολιτικά, ψυχαγωγικά, εκπαιδευτικά, οινοποσίας ή εποχικά).**

Στην κατηγορία αυτή τα φεστιβάλ κατατάσσονται με βάση το πρόγραμμα που παρουσιάζουν που μπορεί να είναι καλλιτεχνικά, γαστρονομικά, ιστορίας και πολιτισμού, θρησκευτικά, κοινωνικοπολιτικά, ψυχαγωγικά, εκπαιδευτικά, οινοποσίας ή εποχικά. Η έλξη του φεστιβάλ εδράζεται στο θέμα του προγράμματος, σύμφωνα με Erdős (2004), που μπορεί να ποικίλει μέσα από λαϊκά έθιμα, θρησκευτικές γιορτές, ιστορικά γεγονότα, γεγονότα που συνδέονται με μορφές τέχνης, και της μουσικής. Τα θέματα του προγράμματος μπορούν να παρακινήσουν την επισκεψιμότητα των ίδιων των προορισμών (Kundi, V. 2013: 33). Επίσης, μερικά από τα φεστιβάλ μπορεί να ελκύουν από μόνα τους επισκέπτες και αλλά να είναι μέρος ενός σύνθετου τουριστικού προϊόντος, όπως για παράδειγμα το Wine Festival στην πόλη της Λεμεσού.

Όσο αφορά τα φεστιβάλ με βάση το πρόγραμμα μπορούμε να αναφέρουμε ένα πολύ γνωστό στην διεθνή σκηνή, το Διεθνές Φεστιβάλ Αρχαίου Ελληνικού Δράματος, το οποίο είναι ένα διεθνές κρατικό φεστιβάλ που συνδιοργανώνουν οι Πολιτιστικές Υπηρεσίες του Υπουργείου Παιδείας και Πολιτισμού, το Κυπριακό Κέντρο του Διεθνούς Ινστιτούτου Θεάτρου (ΚΚΔΙΘ) και ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού (ΚΟΤ) και διαρκεί ένα μήνα περίπου τον Ιούλιο και Αύγουστο και το πρόγραμμα του έχει βάση την καλλιτεχνική δημιουργία. Στόχος του φεστιβάλ είναι να δώσει στο αρχαίο ελληνικό δράμα μια ευρύτερη παρουσία στο θεατρικό γίγνεσθαι του τόπου και με αυτόν τον τρόπο να συμβάλει στη θεατρική ευαισθητοποίηση του κοινού, προσφέροντάς του ψυχαγωγία υψηλού αισθητικού επιπέδου. Κάθε χρόνο τα αρχαία θέατρα της Κύπρου φιλοξενούν ένα από τα σημαντικότερα φεστιβάλ αρχαίου ελληνικού δράματος. Οι συγκρούσεις και προδοσίες των μεγάλων οίκων της ελληνικής μυθολογίας και οι περιπέτειες των μυθικών ηρώων, αλλά και η σατιρική παρουσίαση θεμάτων από την πολιτική ζωή της αρχαίας Αθήνας, τα θέματα δηλαδή των μεγάλων αρχαίων τραγωδών και κωμωδών, του Αισχύλου, του Σοφοκλή, του Ευριπίδη και του Αριστοφάνη, αναπαράγονται στα πλαίσια του Φεστιβάλ Αρχαίου Δράματος στην Κύπρο. Το Φεστιβάλ φιλοξενεί πολλούς διεθνείς θεατρικούς οργανισμούς, καθένας από τους οποίους δίνει μια παράσταση. Οι παραστάσεις δίνονται είτε στην αρχαία ελληνική, τη γλώσσα δηλαδή που γράφτηκαν τα έργα από τους μεγάλους αρχαίους δραματογράφους, είτε στη νέα ελληνική γλώσσα. Πάντοτε όμως συνοδεύονται από μια περίληψη της υπόθεσης στην αγγλική γλώσσα. Το Φεστιβάλ προσελκύει κάθε χρόνο χιλιάδες Κυπρίων και ξένων θεατών. Παραστάσεις δίνονται στο αρχαίο θέατρο του Κουρίου στη Λεμεσό, στο αρχαίο Ωδείο της Πάφου και στο Αμφιθέατρο Αρχιεπισκόπου Μακαρίου Γ΄ στη Λευκωσία. Το «Διεθνές Φεστιβάλ Αρχαίου Ελληνικού Δράματος» έχει διακριθεί με το EFFE Label 2015/2016, ως ένα από τα καλύτερα φεστιβάλ της Ευρώπης. <https://www.greekdramafest.com/to-φεστιβάλ/?lang=el>

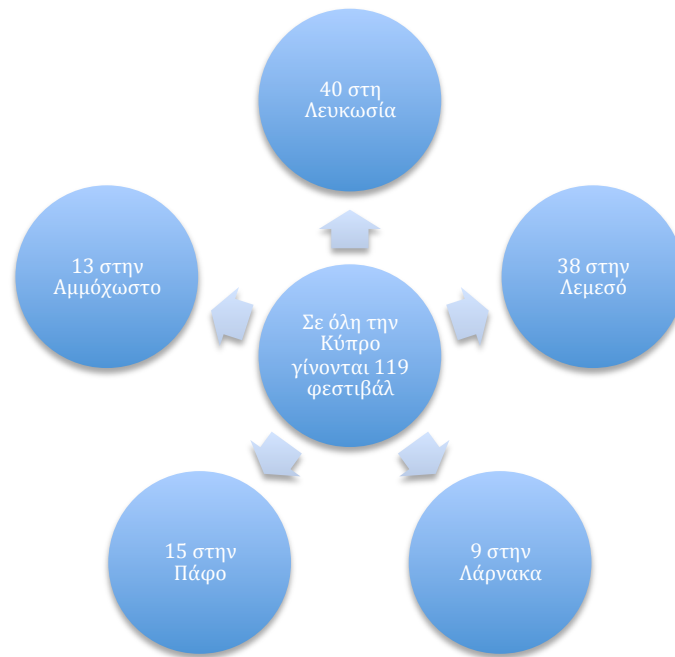


Κάποια άλλα φεστιβάλ στην κατηγορία αυτή είναι το Φεστιβάλ Κουμανδαρίας, Διεθνές Φεστιβάλ Φαγητού, Φεστιβάλ Τραγουδιού Κυπρίων Συνθετών, Πέρα στην Πλατεία, Mediterranean Science Festival, Φεστιβάλ Παραδοσιακής Κουλτούρας, Daxifest Charity Music Festival και πολλά άλλα τα οποία αναφέρονται στο παράρτημα 1.

### **5.3 Αποτίμηση του τοπίου των φεστιβάλ στην Κύπρο**

Μέσα από συλλογή των στοιχείων που παρουσιάζονται στο παράρτημα Β, προκύπτουν τα έξης χαρακτηριστικά:

Τα Φεστιβάλ με βάση την πόλη ή κοινότητα που τα φιλοξενεί όπου τα οποία πραγματοποιούνται ως επί το πλείστον τους θερινούς μήνες.



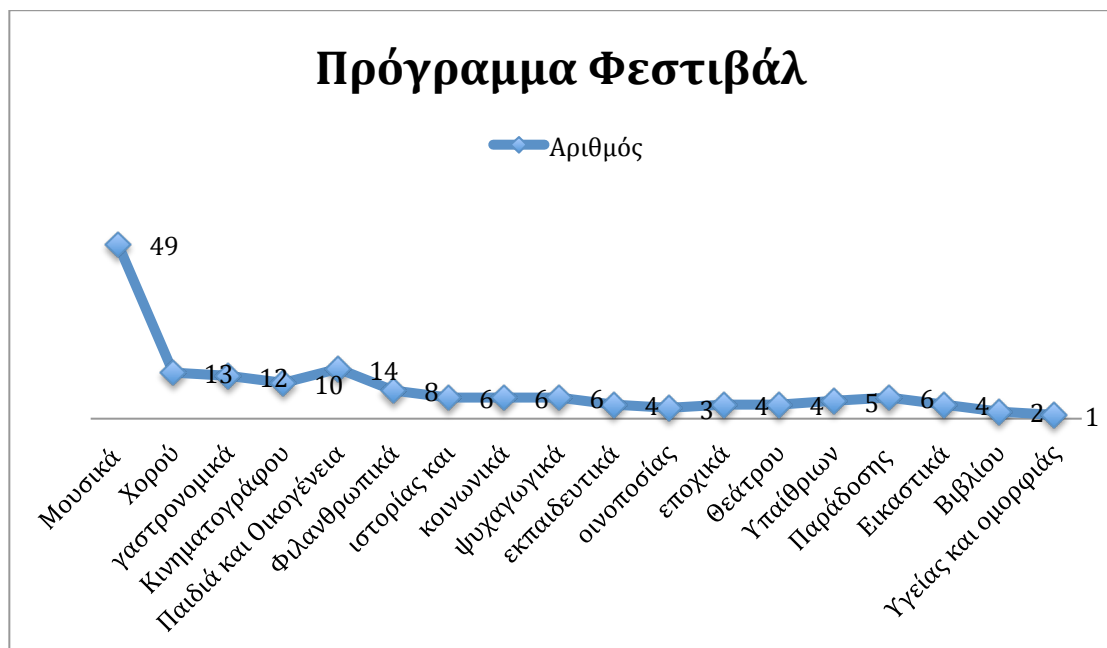
Τα Φεστιβάλ με βάση το καθεστώς ιδιοκτησίας και έλεγχου (κρατικό-ιδιωτικό-κοινοτικό ή σύμπραξη μεταξύ αυτών).



Τα Φεστιβάλ με βάση το μέγεθος τους (διεθνή-τοπικά) όπου γίνονται συνολικά:



Τα Φεστιβάλ με βάση το πρόγραμμα όπου συνολικά γίνονται φεστιβάλ:



Πέραν αυτών των στοιχείων τα 54 φεστιβάλ είχαν δωρεάν εισοδο και τα 65

είχαν εισιτήριο. Ορισμένα από τα φεστιβάλ, όπως οι Κινηματογραφικές Μέρες - Κύπρος), το International Performance Art Festival (CIPAF) κ.α. έχουν ξεφύγει πλέον από τα τοπικά πλαίσια και η ακτινοβολία τους έχει επεκταθεί σε εθνικό επίπεδο και το πρόγραμμα των φεστιβάλ που διοργανώνεται από τις τοπικές αρχές έχει βάση τις ποικίλες μορφές της τέχνης, τα λαϊκά έθιμα, θρησκευτικές γιορτές, ιστορικά γεγονότα, γεγονότα που συνδέονται με μορφές τέχνης, και της μουσικής.

Για να γίνει μια γενικότερη αποτίμηση του τοπίου των φεστιβάλ στην Κύπρο καταγράφονται τα θετικά και αρνητικά σημεία όπως επίσης και κάποιοι κίνδυνοι και ευκαιρίες. Αναλυτικότερα:

Τα θετικά σημεία όπως προκύπτουν από τα στοιχεία είναι πολύ λίγα σε σχέση με τα φεστιβάλ. Πέραν του ότι τα φεστιβάλ βοηθούν στην ανάπτυξη και διαμόρφωση των πόλεων, οι τοπικές αρχές (πόλης ή κοινότητας) επιτελούν σημαντικό ρόλο, προς όφελος τόσο του ίδιου του διοργανωτή όσο και της κοινωνίας στην οποία πραγματοποιούνται, και έχουν εμπλακεί δημιουργικά στον τομέα της διοργάνωσης και διαχείρισης φεστιβάλ. Άλλο θετικό σημείο είναι ότι πολλά από τα φεστιβάλ που διοργανώνονται από τον δημόσιο ή τον ιδιωτικό τομέα αναγνωρίζονται σαν διεθνή φεστιβάλ προσελκύοντας έτσι μεγάλα ονόματα, όσο αφορά την μουσική, το χορό και τις τέχνες γενικότερα, όπου αυτά με την σειρά τους προσελκύουν περισσότερο κοινό και κάνοντας το φεστιβάλ γνωστότερο. Σαν παράδειγμα εδώ μπορεί να αναφερθεί το Pafos Aphrodite Festival, όπου μεγάλες και διάσημες ορχήστρες έχουν κατά καιρούς συμμετάσχει, προσδίδοντας στο φεστιβάλ περισσότερο κύρος στον διεθνή χορό και περισσότερους θεατές. Θετικό σημείο επίσης είναι η ελευθερία που υπάρχει σε σχέση με την διοργάνωση φεστιβάλ και το ότι δίνεται η ευκαιρία να διοργανωθούν και να εκφραστούν μέσα από αυτά, όλων των τύπων φεστιβάλ<sup>24</sup> από όλες τις κοινωνικές ομάδες του πληθυσμού στην Κύπρο. Η διοργάνωση των φεστιβάλ που αποτελεί μια σημαντική έκφραση της ευρύτερης πολιτιστικής πολιτικής που σχεδιάζει και υλοποιεί ο κάθε οργανισμός σε συνδυασμό με τις κρατικές επιχορηγήσεις για την οικονομική

---

<sup>24</sup> Παραδειγματικά, μπορούν να αναφερθούν τα φεστιβάλ μπίρας, ζιβανίας, ακόμα και του επίσημου φαγητού της Κύπρου, τη σουβλα ένα νέο φεστιβάλ το οποίο προγραμματίζεται να γίνει το καλοκαίρι του 2017, για το οποίο δεν υπάρχουν ακόμα στοιχεία.

στήριξή τους, αποτέλεσαν τους δύο βασικούς συντελεστές που έφεραν την ραγδαία αύξηση των φεστιβάλ στην Κύπρο.

Τα αρνητικά σημεία που προκύπτουν είναι οι ελλειπείς πρακτικές μανάτζμεντ και η ανεπάρκεια πολιτιστικής πολιτικής στην Κύπρο σε σχέση με την προώθηση και χρηματοδότηση των φεστιβάλ, την εξεύρεση πόρων, τις υποδομές, το εξειδικευμένο προσωπικό, τη γραφειοκρατία, το μάρκετινγκ, φαίνεται να είναι τα μεγαλύτερα προβλήματα για τα Κυπριακά Φεστιβάλ, που κάνουν το έργο των φεστιβάλ ακόμα πιο δύσκολο. Αρνητικό στοιχείο είναι η διοργάνωση φεστιβάλ από το δημόσιο που είναι σχεδόν ανύπαρκτη, με δεκαπλάσια τη συμβολή από τον ιδιωτικό τομέα. Εξάλλου, όπως φαίνεται από την έρευνα και οι συμπράξεις δημοσίου με κοινοτικού-ιδιωτικού είναι επίσης ελάχιστες. Ένα άλλο αρνητικό είναι το ότι δεν υπάρχει κανένας στρατηγικός σχεδιασμός για την διοργάνωση φεστιβάλ και αυτό που καθαρά βλέπουμε είναι την απουσία του κράτους από την διοργάνωση φεστιβάλ, έστω και από συμπράξεις. Όπως έχει αναφερθεί στο 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο για την πολιτική και τον σχεδιασμό, αυτή η απουσία του κράτους δίνει το δικαίωμα στην κοινότητα και την τοπική αυτοδιοίκηση να πάρουν την ευθύνη του σχεδιασμού και της ολοκλήρωσης του. Όμως στο τέλος λόγω της οικονομικής κρίσης που περνά η χώρα, πάλι το κράτος είναι απών στο να βοηθήσει και να στηρίξει οικονομικά αλλά και πολιτιστικά. Τέλος ένας πολύ αρνητικός παράγοντας είναι η έλλειψη ερευνών και στοιχείων το οποίο καταλήγει στο συμπέρασμα ότι ο τομέας των φεστιβάλ στην Κύπρο δεν τυγχάνει κάποιας ιδιαίτερης εκτίμησης.

Οι κίνδυνοι που προκύπτουν από τα στοιχεία είναι πρώτο ότι δεν γίνεται καμιά μελέτη για το τι είναι μεταξύ του φεστιβάλ και του τρόπου διεξαγωγής του και δεν υπάρχει καμιά προνοητική έρευνα όσο αφορά τις κοινωνικό-πολιτιστικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις που επιφέρει κάποιο φεστιβάλ. Φαίνεται ότι αποφεύγεται η δημοσιοποίηση, στοιχείων από ένα φεστιβάλ στην Κύπρο. Αυτό υποδηλώνει ότι λείπει η εμπιστοσύνη και ο σεβασμός μεταξύ των συνεργατών, με κίνδυνο να αποτυγχάνουν τα φεστιβάλ λόγω ελλιπούς πληροφόρησης και να χάνονται χρόνος και επενδύσεις. Εδώ θα πρέπει οι κοινότητες που υπόκεινται σε έλεγχο από το κράτος, να επιβάλλεται να ακολουθούν το πλαίσιο με βάση τα έξι στάδια τα οποία

επιλέχθηκαν σύμφωνα με την καταλληλότητά τους για την αξιολόγηση των κοινωνικό-πολιτιστικών επιπτώσεων ενός φεστιβάλ, έτσι ώστε οι πολύτιμες πληροφορίες να μπορούν να εισαχθούν στην οργάνωση των μελλοντικών φεστιβάλ. Ένας άλλος κίνδυνος έγκειται στον μονοδιάστατο ρόλο των περισσότερων φεστιβάλ που φαίνεται να αρκούνται στον τομέα της μουσικής, με συμμετοχή συγκροτημάτων ή μεμονωμένων καλλιτεχνών από το εσωτερικό ή από το εξωτερικό. Έτσι προσφέρουν κυρίως ψυχαγωγία κάποιου επιπέδου, αλλά δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι παράλληλα συντελούν όλα στην καλλιέργεια της παραδοσιακής μουσικής έκφρασης κάθε περιοχής, ούτε και στην προβολή της σύγχρονης τοπικής μουσικής δημιουργίας ή εκτέλεσης (Κόνσολα, 1990: 47-48).

Οι ευκαιρίες που προκύπτουν από τα στοιχεία είναι ότι υπάρχει μεγάλη ανάγκη από το κράτος να αναγνωρίσει ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο να εμφανίζονται τα φεστιβάλ έτσι ώστε οι διοργανωτές να είναι προσεκτικοί όσον αφορά το πολιτικό, περιβαλλοντικό, τεχνολογικό, οικονομικό και στο κοινοτικό περιβάλλον, που πάλι φαίνεται μέσα από τα αποτελέσματα ότι σήμερα δεν υπάρχει ξεκάθαρο πλαίσιο. Η ευκαιρία μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής με ένα συστηματικό μοντέλο θα μπορεί να δώσει τα καλύτερα αποτελέσματα σε όλους τους ενδιαφερόμενους όσο αφορά την χρησιμοποίηση των φεστιβάλ αποτελεσματικά από τους προορισμούς υποδοχής. Ο ιδιωτικός τομέας, ως ο κατ' εξοχήν κυρίαρχος τομέας σε σχέση με την διοργάνωση φεστιβάλ που ακολουθείται από τις κοινοτικές διοργανώσεις φεστιβάλ στην Κύπρο, όπως φαίνεται από τα στοιχεία, θα πρέπει να φανεί σαν μια ευκαιρία του κράτους για νέες συνεργασίες και ενδυνάμωση των υφισταμένων. Δίνεται η ευκαιρία στο κράτος να υποστηρίξει τις σχέσεις του με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, και να ενισχύει την ανάπτυξη της πόλης, του χωριού ή της περιοχής, έτσι ώστε να δημιουργηθεί αμοιβαία εμπιστοσύνη και σεβασμός, μεταξύ των συνεργασιών, με θετικές νοοτροπίες για την απομυθοποίηση των διαδικασιών και των πρακτικών που ακολουθούνταν μέχρι τώρα. Θα πρέπει να γίνεται μια μελέτη σκοπιμότητας που θα δίνει την ευκαιρία να καθορίζεται το τι καλύτερο "ταιριάζει" μεταξύ του γεγονότος και του τόπου, του προορισμού υποδοχής και τις οργανωτικές επιδόσεις. Απαραίτητη είναι η περαιτέρω έρευνα του τομέα των φεστιβάλ και είναι μια ευκαιρία για την καλύτερη ανάπτυξη και

επιβίωση των φεστιβάλ, όπως επίσης και για τις επιδράσεις των φεστιβάλ στον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό τομέα, όπως επίσης να διαδραματίζουν ένα πολυδιάστατο ρόλο.

Η περαιτέρω ενδυνάμωση των φεστιβάλ, ώστε να μπορούν αυτά να συμβάλλουν ουσιαστικά στην πολιτιστική αποκέντρωση και την περιφερειακή πολιτιστική ανάπτυξη εμποδίζεται από συγκεκριμένους αρνητικούς παράγοντες: οι ελλείψεις στην χάραξη συμπαγούς κεντρικής πολιτιστικής πολιτικής του κράτους, η απουσία σε κεντρικό και τοπικό επίπεδο εφαρμογής μακροπρόθεσμης τοπικής πολιτιστικής πολιτικής, η έλλειψη υποδομών και εγκαταστάσεων για τη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων, η γραφειοκρατική δομή των τοπικών φορέων και η ανάθεση της διαχείρισης των πολιτιστικών δραστηριοτήτων σε μη ειδικευμένο προσωπικό, η μη χάραξη σχεδιασμού χορηγιών και η μη συντονισμένη προσπάθεια εύρεσης χορηγιών από την πλευρά των διοργανωτών των τοπικών φεστιβάλ, η απουσία καταγεγραμμένων και διαφανών κριτηρίων η σταδιακή μείωση των επιχορηγήσεων, σε συνδυασμό με την περιορισμένη οικονομική δυνατότητα, η απουσία στοιχείων νεωτερικότητας και πρωτοτυπίας και η έλλειψη καινοτόμων εκδηλώσεων, η απουσία ευρωπαϊκού προσανατολισμού.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup>: Προτάσεις προς μια αναδιάρθρωση του τοπίου**

Η ραγδαία ανάπτυξη των φεστιβάλ τις τελευταίες δεκαετίες είχαν ως το αποτέλεσμα την εμφάνιση της βιομηχανίας των φεστιβάλ και εκδηλώσεων που, αποτελούν ουσιαστικό μέρος της αστικής ζωής του 20ου αιώνα και συνδέονται με τις προσπάθειες αστικής αναζωογόνησης και τον εμπλουτισμό της πολιτιστικής ζωής είτε ολόκληρης της πόλης ή της περιφέρειας ή συγκεκριμένων υποβαθμισμένων περιοχών. Ο ρόλος των φεστιβάλ είναι πολύ σημαντικός για την αστική ανάπτυξη όπως και για τους κατοίκους και γίνονται επίσης ένα σημαντικό εργαλείο για να ζωντανέψει και να κάνει τον προορισμό πιο ενδιαφέρον και ευχάριστο για να ζει, να δουλέψει και να επισκεφθεί κάποιος.

Για να πετύχουν όλα αυτά χρειάζεται μια αποτελεσματική και αποδοτική στρατηγική διαχείριση των φεστιβάλ έτσι ώστε να εξασφαλιστεί μια βιώσιμη ανάπτυξη όσο και η ανάπτυξη της στο μέλλον και για αυτό τον λόγο οι διοργανωτές πρέπει να είναι προσεκτικοί όσον αφορά το πολιτικό, περιβαλλοντικό, τεχνολογικό, οικονομικό και στο κοινοτικό περιβάλλον. Αυτή η στρατηγική προσέγγιση θα προσδιορίσει το χαρτοφυλάκιο των γεγονότων, με διαφορετική κλίμακα, το μέγεθος, τα θέματα, τις δραστηριότητες, τις ανάγκες, τις οργανωτικές δομές και το κοινό που πρέπει να καλυφθεί.

Όπως έχει προαναφερθεί ο πολιτισμός είναι η πανοπλία των πόρων που δείχνουν ότι ένα μέρος είναι μοναδικό και ξεχωριστό (Landry, 2000: 7 στο Go et al. 2015:34), και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις όπως τα φεστιβάλ επιλέγονται πολύ συχνά να αποτελέσουν μέρος των εκστρατειών place branding, λόγω της προβολής τους, της πολιτικής της ουδετερότητας και της αποδοχής, προσθέτοντας αξία στον τόπο και συμβάλλοντας στην παγκόσμια αναγνώριση της. Σε επίπεδο σύνδεσης με το place branding προτείνεται να γίνει ο πολιτισμός η πανοπλία των πόρων που δείχνουν ότι ένα μέρος είναι μοναδικό και ξεχωριστό (Landry, 2000: 7 στο Go, F.M, Lemmetyinen, G, Hakala, U. 2015:34). που αυτό μπορεί να γίνει μέσω των πολιτιστικών εκδηλώσεων όπως τα φεστιβάλ. Αυτά πρέπει να αποτελέσουν μέρος των εκστρατειών place branding, λόγω της προβολής τους, της πολιτικής της ουδετερότητας και της αποδοχής, προσθέτοντας αξία στον τόπο και συμβάλλοντας στην παγκόσμια αναγνώριση της, όπως για παράδειγμα είναι η «Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης» και το Φεστιβάλ του Εδιμβούργου (Go, F.M, Lemmetyinen, G, Hakala, U. 2015: 35).

Σε επίπεδο σύνδεσης με την κατανάλωση πολιτισμού προτείνεται μια στρατηγική βασισμένη στην κατανάλωση που συχνά υποστηρίζεται από κάποιες επενδύσεις στην παραγωγή. Με αυτές τις πολιτικές, οι τοπικές αρχές μπορούν να προσδώσουν στην πόλη τους ή στη συγκεκριμένη περιοχή την εικόνα μιας καλής «ποιότητας ζωής», ανταγωνιστικής και στο επίπεδο του τουρισμού. Οι πολιτικές αυτές μπορούν να εξυπηρετηθούν μέσω της ανάπτυξης ή φιλοξενίας σημαντικών πολιτιστικών γεγονότων όπως είναι τα φεστιβάλ.

Σύμφωνα με τον Erdős (2004) αυτό που αποτελεί πόλο έλξης σε ένα φεστιβάλ ποικίλει: μέσα απο λαϊκά έθιμα, θρησκευτικές γιορτές, ιστορικά γεγονότα, φεστιβάλ που συνδέονται με μορφές τέχνης, της μουσικής και τα ποπ μουσικά φεστιβάλ. Αυτά απο μόνα τους μπορούν να παρακινήσουν την επίσκεψη του προορισμού. Επίσης, το κύριο θέμα, μέσα απο αυτά που προαναφέρθηκαν, καθορίζει και το μήκος του φεστιβάλ το οποίο μπορεί να είναι μία ή δύο ημέρες ή ακόμα και περισσότερες.

Σε επίπεδο τα πολιτιστικά προγράμματα που έχουν επίκεντρο τον πολιτισμό και τον άνθρωπο προτείνεται με βάση την επιχειρηματολογία του Landry (1996), υπέρ των πολιτιστικών προγραμμάτων γιατί όπως αναφέρει είναι πολύ αποτελεσματικά και σχετικά φθηνά, υλοποιούνται γρήγορα σύμφωνα με τις ανάγκες και τις ιδέες της τοπικής κοινωνίας, είναι ευέλικτα και μπορούν να προσαρμόζονται εύκολα. Η έμφαση που δίνεται είναι στο ανθρώπινο δυναμικό της κοινωνίας ως τα βασικό στοιχείο για την επίτευξη της αναβίωσης με τα οφέλη για τους συμμετέχοντες σε μια τέτοια στρατηγική να είναι πολλαπλά: αύξηση της κοινωνικής συνοχής, βελτίωση της τοπικής εικόνας, ενδιαφέρον για το τοπικό περιβάλλον, συνεργασίες δημόσιου/ιδιωτικού τομέα, διερεύνηση οραμάτων για το μέλλον. Η βιώσιμη αστική αναβίωση απαιτεί διαβούλευση και συμμετοχή των πολιτών, την αποδοχή των πολιτιστικών υποδομών, γεγονότων, ή προγραμμάτων.

Για να μπορεί ο τομέας των φεστιβάλ στην Κύπρο να αναγεννηθεί και να μπορεί να προσφέρει τα πραγματικά του οφέλη τα οποία έχουν διαφανεί μέσα απο την εργασία, πρέπει να αναδιαρθρωθεί το τοπίο του και να βασιστεί σε κάποια μοντέλα ανάπτυξης, αξιολόγησης των επιπτώσεων και διαχείρισης των φεστιβάλ, όπως γίνεται απο τα Φεστιβάλ του Εδιμβούργου τα οποία κάθε χρόνο αναλαμβάνουν ένα πρόγραμμα αξιολόγησης του αντίκτυπου που καλύπτει πτυχές όπως οικονομικές, περιβαλλοντικές κοινωνικές, πολιτιστικές και τεχνολογικές επιπτώσεις όπου αυτό έχει μια ισχυρή πτυχή του έργου της εταιρικής σχέσης (Go et al. 2015:151). Για την καλύτερη κατανόηση και διαχείριση των φεστιβάλ στην Κύπρο χρειάζεται η ανάπτυξη ενός πλαισίου αξιολόγησης των κοινωνικών επιπτώσεων των φεστιβάλ που ενσωματώνει έξι

στάδια: την περιγραφή, το προφίλ, τον εντοπισμό, το σχέδιο, την αξιολόγηση και την ανατροφοδότηση. Τα στάδια ένα έως τρία από το πλαίσιο συμβάλλουν στην οικοδόμηση μιας ολιστικής «εικόνας» του φεστιβάλ ενώ τα στάδια τέσσερα και πέντε μετρούν συγκεκριμένα τις επιπτώσεις που μπορεί να προκύψουν από την διοργάνωση του φεστιβάλ (Small et al. 2005: 70)

Πίνακας 1:

**Περιγραφή:** Περιγράφει τα χαρακτηριστικά του φεστιβάλ ή τα γεγονότα συμπεριλαμβανομένου του τύπου, δραστηριότητες που προσφέρονται, τόπο και χρόνο, φυσική διάταξη, γεωγραφικό περιβάλλον, και τα στοιχεία του φεστιβάλ, οργάνωση και δομές χρηματοδότησης.

**Προφίλ:** Το δεύτερο στάδιο είναι να παραχθεί ένα προφίλ προορισμού για το φεστιβάλ της κοινότητας υποδοχής. Αυτό θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα προφίλ του ίδιου του προορισμού, καθώς και τα χαρακτηριστικά των υποομάδων των κατοίκων της περιοχής που πιο πιθανό να επηρεαστούν από το φεστιβάλ.

**Προσδιορισμός:** Προσδιορισμός του εύρους των πιθανών κοινωνικό-πολιτιστικών επιπτώσεων που ενδέχεται να προκύψουν ως αποτέλεσμα του φεστιβάλ, χρησιμοποιώντας οποιονδήποτε συνδυασμό των μεθόδων, συμπεριλαμβανομένων ιδεών από μια επιτροπή εμπειρογνομόνων, συνεντεύξεις με εκπροσώπους της βιομηχανίας και της κοινότητας και τυχών έρευνες

**Έργο:** Το τέταρτο στάδιο είναι να προβληθούν οι κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις που είναι πιθανόν να προκύψουν από τη φιλοξενία του φεστιβάλ. Ακριβώς όπως στη διαδικασία εκτίμησης των κοινωνικών επιπτώσεων, οι προβλέψεις που έγιναν πριν πραγματοποιηθεί το φεστιβάλ, και αντιπροσωπεύουν τις αντιλήψεις προ-φεστιβάλ των μελών της κοινότητας.

**Αξιολόγηση:** Αξιολόγηση των αντιληπτών κοινωνικό-πολιτιστικών επιπτώσεων του φεστιβάλ μετά το τέλος του φεστιβάλ. Έχει ως στόχο να καθορίσει τις συνολικές "επιπτώσεις", ή αποδοχές, του φεστιβάλ στα μάτια της κοινότητας υποδοχής. Η Αξιολόγηση απαιτεί διεξοδική συλλογή και ανάλυση δεδομένων, προκειμένου να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με τις αντιληπτές θετικές και αρνητικές κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις του φεστιβάλ.

**Ανατροφοδότηση:** Τα ευρήματα που ανακοινώνονται στους διοργανωτές εκδηλώσεων και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Αυτή είναι μια ευκαιρία για την ανάπτυξη μελλοντικών στρατηγικών που μπορούν να αξιοποιήσουν θετικές επιπτώσεις, και τη βελτίωση των αρνητικών επιπτώσεων.

Πίνακας 1

Με βάση μιας άλλης ματιάς οι Ensor, J. Robertson, M. Ali-Knight, J. (2010), διεξήγαγαν μια διερευνητική έρευνα μέσω συνεντεύξεων με βασικούς διευθυντές από φεστιβάλ στο Ηνωμένο Βασίλειο έτσι ώστε να και να προσδιοριστούν οι βασικοί παράγοντες που οι ίδιοι διευθυντές του φεστιβάλ αντιλαμβάνονται ως χαρακτηριστικά των δημιουργικών και καινοτόμων φεστιβάλ. Αυτή η έρευνα κρίνεται πολύ σημαντική για τον λόγο ότι έγινε από τους διευθυντές των καλύτερων και πιο επιτυχημένων φεστιβάλ στο Ηνωμένο Βασίλειο και αυτά τα στοιχεία μπορούν να προσαρμοστούν και στην Κύπρο. Βάσει αυτού έχουν προσδιοριστεί έξι βασικοί παράγοντες που είναι:

- Η ηγεσία. Τρεις είναι οι βασικές πτυχές της ηγεσίας που εντοπίζονται: η ανεξαρτησία της ηγεσίας, η ελευθερία από την εξωτερική πίεση και ένας «μη-επιχειρησιακός» προσανατολισμός για τον πολιτισμό.
- Η κατεύθυνση που θα έχει το φεστιβάλ. Εντοπίζονται δύο χωριστές κατευθύνσεις που επιδιώκουν την επιτυχία του φεστιβάλ. Αυτή που οδηγείται από το κοινό και αυτή που οδηγείται από τις τέχνες.
- Οι σχέσεις με την κοινότητα. Δύο πτυχές προκύπτουν για τις σχέσεις με την κοινότητα. Η αμοιβαία εκτίμηση και η έλλειψη σημαντικών διαιρέσεων εντός της τοπικής κοινότητας, (εάν το φεστιβάλ βασίζεται σε μεγάλο βαθμό σε τοπικό ή πολυπολιτισμικό περιβάλλον).
- Η λήψη αποφάσεων που παρουσιάζεται από δύο πτυχές. Το στυλ λήψης αποφάσεων (Ιεραρχική ή μη, απλή ή περίπλοκη διαδικασία λήψης αποφάσεων) και τις επιρροές στη λήψη αποφάσεων (αποφάσεις που επηρεάζονται από άλλα φεστιβάλ, από τους πελάτες ή με βάση τη ζήτηση).
- Η χρηματοδότηση. Μέσα από την έρευνα προκύπτει ότι τα φεστιβάλ είναι πιο πιθανό να είναι επιτυχής εάν υποστηρίζονται με δημόσιο χρήμα.
- Ιστορία του φεστιβάλ. Επιτυχημένα φεστιβάλ είναι αυτά που έχουν κληρονομιά και παράδοσή όπως επίσης επιτυχημένα είναι αυτά που η προεπιλογή τους ήταν η μακροζωία.

Σε μια εποχή που, όπως επισημαίνει η έκθεση, ο ανταγωνισμός μεταξύ των πόλεων ως οικοδεσπότες για το καινοτόμο και ταυτόχρονα ελκυστικό φεστιβάλ αυξάνεται σημαντικά, αυτό είναι δυνητικά ένα πολύτιμο εργαλείο. Η έρευνα δείχνει ότι οι ίδιοι οι διευθυντές θεωρούν πως η οργάνωση και η ηγεσία είναι τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά που επηρεάζουν τη δημιουργικότητα και την καινοτομία του φεστιβάλ.

Τέλος, μέσα από την έρευνα επιχειρήθηκε να καλυφθούν τρόποι με τους οποίους μπορεί να δημιουργηθεί ένα δίκτυο ανάπτυξης επιτυχημένων πολιτιστικών φεστιβάλ, ώστε να συνεισφέρουν στην τοπική ανάπτυξη, τόσο σε οικονομικό και τουριστικό επίπεδο όσο και σε κοινωνικό/πολιτισμικό όπως επίσης επιχειρήθηκε ο προσδιορισμός ενός σαφούς πλαισίου σχεδιασμού πολιτιστικών φεστιβάλ.

## **Βιβλιογραφία**

Ali-Knight, J. Robertson, M. Fyall, A. Ladkin A. (2009) *International Perspective of Festivals and Events: Paradigm of Analysis*. Rutledge, USA.

Baker Associates 2007 economic impact survey: Glastonbury Festival of Contemporary Performing [WWW]. Available from:  
<http://www.glastonburyfestivals.co.uk/Information/educational-resources/economic-impact-survey-2007> [Accessed 22/11/2016].

BESCULIDES, A., LEE, M.E., and McCORMICK, P.J. (2002) Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29 (2), pp. 303–319.

Biancini F., and Parkinson, M., (1993) *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*, Remaking European cities: the role of cultural policies, Manchester University Press, UK, διαθέσιμο στο: [https://books.google.com.cy/books?hl=el&lr=&id=N327AAAAIAAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Biancini+F.+Remaking+European+cities:+the+role+of+cultural+policies&ots=HEhusIij6&sig=mAlvvheYR6Hk3nA0SeFQIIDUoJM&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.cy/books?hl=el&lr=&id=N327AAAAIAAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Biancini+F.+Remaking+European+cities:+the+role+of+cultural+policies&ots=HEhusIij6&sig=mAlvvheYR6Hk3nA0SeFQIIDUoJM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false) [Accessed 22/11/2016].

DuBois, V. 2014, *Cultural Policy Regimes in Western Europe*, *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, Elsevier, forthcoming, [online] διαθέσιμο στο: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00836422/document> [Accessed 28 October 2016].

David Hesmondhalgh, (2006) *Media and cultural policy as public policy*  
Derrett, R. "Regional festivals: Nourishing community resilience: the nature and role of cultural festivals in Northern Rivers NSW communities", PhD thesis, Southern Cross University, Lismore, NSW, 2008.

Eleonora Belfiore (2010) *Art as a means of alleviating social exclusion: Does it really work? A critique of instrumental cultural policies and social impact studies in the UK*

Edinburgh Festivals, [Edinburgh Festivals Impact Study \(Jul-2011\)](#) (τελευταία πρόσβαση: 8/3/16).

Ετήσια Έκθεση 2001, Πολιτιστικές Υπηρεσίες, Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού. διαθέσιμο στο: [http://www.moec.gov.cy/politistikes\\_ypiresies/anakoinoseis/2012/etisia\\_ekthesi\\_2011.pdf](http://www.moec.gov.cy/politistikes_ypiresies/anakoinoseis/2012/etisia_ekthesi_2011.pdf). (τελευταία πρόσβαση: 8/3/16).

Ensor, J. Robertson, M. Ali-Knight, J. (2010) Managing Leisure: The dynamics of successful events – the experts' perspective, Article, p.233-234, διαθέσιμο στο: <http://dx.doi.org/10.1080/13606710701406550>.

Evans, G., Shaw, P. (2004) The contribution of culture to regeneration in the UK: A review of evidence. A report to the department for culture media nad Sport, London Metropolitan University, London

ESSnet-Culture, European Statistical System Network on Culture (2012), Final Report, Luxembourg, May (2012).

European Parliament, 2006, FINANCING THE ARTS AND CULTURE IN THE EUROPEAN UNION, Policy Department Structural and Cohesion Policies, [online] διαθέσιμο στο: [http://www.culturalpolicies.net/web/files/134/en/Financing\\_the\\_Arts\\_and\\_Culture\\_in\\_the\\_EU.pdf](http://www.culturalpolicies.net/web/files/134/en/Financing_the_Arts_and_Culture_in_the_EU.pdf) [Accessed 28 October 2016].

European Festival Research Project (EFRP), διαθέσιμο στο: <http://www.efa-aef.org/efahome/efrp.cfm>. (τελευταία πρόσβαση: 2/3/16).

Freestone, R., Randolf, B., Butler-Bowdon, C., (2006) Talking about Sydney: Population, Community and Culture in Contemporary Sydney, University of New South Wales Press LTD, Sydney, διαθέσιμο στο: [https://books.google.com.cy/books?hl=el&lr=&id=XPf8j3JO1EC&oi=fnd&pg=PA149&dq=Throsby+creative+city&ots=4NDG1HiQkg&sig=BjllTn1DvUv0oyRq5wEYtbnwJnY&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Throsby%20creative%20city&f=false](https://books.google.com.cy/books?hl=el&lr=&id=XPf8j3JO1EC&oi=fnd&pg=PA149&dq=Throsby+creative+city&ots=4NDG1HiQkg&sig=BjllTn1DvUv0oyRq5wEYtbnwJnY&redir_esc=y#v=onepage&q=Throsby%20creative%20city&f=false) (τελευταία πρόσβαση: 8/12/16).

Falassi, A., (1987) Festival Definition and Morphology, διαθέσιμο στο: [https://brown.edu/Departments/Joukowsky\\_Institute/courses/cityandfestival09/files/9722047.PDF](https://brown.edu/Departments/Joukowsky_Institute/courses/cityandfestival09/files/9722047.PDF) (τελευταία πρόσβαση: 8/12/16).

Festival statistics: Key concepts and current practices, UNESCO FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS HANDBOOK NO. 3, 2009, διαθέσιμο στο: <http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/fcs-handbook-3-festival-statistics.pdf> (τελευταία πρόσβαση: 8/3/16).

Garnham, N., (2005) From cultural to creative industries, An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom, *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11, No. 1, 2005, διαθέσιμο στο: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10286630500067606?needAccess=true> (τελευταία πρόσβαση: 2/11/16).

Getz, D. (1997) *Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.

Getz, D. (1991) Festivals, special events, and tourism. pp.374pp. ref., New York, USA

GETZ, D. and FRISBY, W . (1988) Evaluating management effectiveness in community-run festivals. *Journal of Travel Research* 27 (1), pp. 22–27.

Go, F.M, Lemmetyinen, G, Hakala, U. 2015 (eds.)-Harnessing Place Branding through Cultural Entrepreneurship-Palgrave Macmillan UK (2015).pdf

Ζορμπά, Μ. 2014. Πολιτική του Πολιτισμού. Ευρώπη και Ελλάδα στο Δεύτερο Μισό του 20ου αι. Εκδόσεις Πατάκη, 21-48.

HUANG, JZ. LI, M. and CAI, LA. (2010) A model of community-based festival image. *International Journal of Hospitality Management* 29, pp. 254–260.

HARTLEY, J. POTTS, J. CUNNINGHAM, S. FLEW, T. KEANE, M. & BANKS, J. (2013), *Key Concepts in Creative Industries*, SAGE Publications Ltd, London, διαθέσιμο στο : [https://books.google.com.cy/books?hl=el&lr=&id=sMnj88kYVmcC&oi=fnd&pg=PT1&dq=HARTLEY,+J.+POTTS,+J.+CUNNINGHAM,+S.+FLEW,+T.+KEANE,+M.+%26+BANKS,+J.+\(2013\),+Key+Concepts+in+Creative+Industries,+&ots=kqywf6iqT&sig=1s1C644WkUuKg9NuYGcK05BKr4o&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.cy/books?hl=el&lr=&id=sMnj88kYVmcC&oi=fnd&pg=PT1&dq=HARTLEY,+J.+POTTS,+J.+CUNNINGHAM,+S.+FLEW,+T.+KEANE,+M.+%26+BANKS,+J.+(2013),+Key+Concepts+in+Creative+Industries,+&ots=kqywf6iqT&sig=1s1C644WkUuKg9NuYGcK05BKr4o&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false) [Accessed 28 October 2016].

Hillman, H. C. and McCaughey, C. (1989), *Who's to Pay? for the Arts: The International Search for Models of Support*, THE ARM'S LENGTH PRINCIPLE AND THE ARTS: AN INTERNATIONAL PERSPECTIVE - PAST, PRESENT AND FUTURE, M.C. Cummings Jr & J. Mark Davidson Schuster (eds.), American Council for the Arts, N.Y.C, διαθέσιμο στο: <http://www.compilerpress.ca/Cultural%20Economics/Works/Arm%201%201989.htm#The%20Patron> [Accessed 28 October 2016].

Holloway, J.C. and Robinson, C. (1995), Τουριστικό μάρκετινγκ Τρίτη Αγγλική Έκδοση Εκδόσεις λειδάρημος.

Kevin, V. Mulcahy, 2006, Cultural Policy: Definitions and Theoretical Approaches, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 35:4, 319-330, [online] Available at: [Accessed 28 October 2016].

Κόνσολα Ντ., Καραχάλης Ν. (2010) Πολιτιστική Δράση και Τοπική Ανάπτυξη: Τα φεστιβάλ στις ελληνικές πόλεις της περιφέρειας, Αθήνα.

Κυριακάκης, Ι. (2013). Οικονομία του πολιτισμού και διαχείριση πολιτιστικών οργανισμών. Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου. United Nations Development Program, Creative Economy Report 2013, Κεφάλαια 1, 2, 3.

Kundi, V. (2013) INTERNATIONAL AND NATIONAL MODELS USED FOR MEASURING FESTIVALS' ECONOMIC IMPACTS, *Ege Strategic Research Journal*, pp31-46.

Καραχάλης, Ν. (2015). Κεφαλαίο 7 - Στρατηγικές διαχείρισης της εικόνας και της προβολής των πόλεων (city branding) και πολιτιστική αναζωογόνηση. Σύγγραμμα. διαθέσιμο στο: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/2391> . Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο -Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Κατερίνα Καλού, 09 Σεπ. 2014, “Αντρίου Σίνιορ: Μοχλός ανάπτυξης για την Ελλάδα η δημιουργική οικονομία”, διαθέσιμο στο: <http://news.in.gr/culture/article/?aid=1231345883>. (τελευταία πρόσβαση: 2/3/16).

LITVIN, S. W. and FETTER, E. (2006) Can a festival be too successful? A review of Spoleto, USA, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(1), pp. 41- 49.

Λαζαρέτου Σ. 2014, Η ΕΞΥΠΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ: «ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ» ΚΑΙ «ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ» ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ. Μπορούν να αποτελέσουν προοπτική εξόδου από την κρίση; Τράπεζα της Ελλάδος, Αθήνα.

Λεάνδρος Ν., Καραχάλης Γ., Κυριακάκης, Ι. (2014). Οικονομία του πολιτισμού και διαχείριση πολιτιστικών οργανισμών. Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου. Throsby D. (2001) *Economics and Culture*, Cambridge, Cambridge University Press (σελ. 110-136)

LITVIN, S. W. and FETTER, E. (2006) Can a festival be too successful? A review of Spoleto, USA, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(1), pp. 41- 49

Landry, C. and Biancini, F. 1995, *The creative City*, Demos, London.

Luonila, M. Johansson, T. (2015) *Event Management: THE ROLE OF FESTIVALS AND EVENTS IN THE REGIONAL DEVELOPMENT OF CITIES: CASES OF TWO FINNISH CITIES*, Vol.19, pp.211-226, Sibelius Academy, University of the Arts Helsinki, Helsinki, Finland.

Moeran, B. and Strandgaard Pedersen, J. 2011, *Negotiating values in the Creative industries: Fairs, Festivals and Competitive events*, Cambridge University Press, Cambridge.

Matias et al\_Quantitative Methods in Tourism Economics.pdf

Μουσική: μία παγκόσμια βιομηχανία δημιουργίας, διαθέσιμο στο: [http://www.ifpi.gr/sitemap/Themusic\\_industry.html](http://www.ifpi.gr/sitemap/Themusic_industry.html). (τελευταία πρόσβαση: 2/3/16).

Mulcahy\_Cultural Policy- Definitions and Theoretical Approaches.pdf

Νικολακακη, Α. (2014) *Η Σημασία των Φεστιβάλ ως πολιτιστικές εκδηλώσεις στην προώθηση του Ελληνικού Τουρισμού*. Πτυχιακή Εργασία, Ηράκλειο.

Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Κώστας Κραβαρίτης, Περικλής Λύτρας, Εισαγωγή στον Τουρισμό (1999,1998) INTERBOOKS

Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, *Τουριστική πολιτική* (1999,1997,1990) Δεύτερη Έκδοση, INTERBOOKS, Δημήτρης αλούμης, *Hotel Management Διοίκηση ενοδοχείων (Αθήνα 2002) Εκδόσεις Σταμούλης Αθ.*

Ο' Brien, D. 2013. "Cultural Policy. Management, value and modernity in the creative industries", στο Κυριακάκης, Ι. 2014 *Πολιτιστική Πολιτική και Διαχείριση* Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου. Οδηγός Μελέτης

Πολιτιστικές Υπηρεσίες, Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού, διαθέσιμο στο <http://www.moec.gov.cy> (τελευταία πρόσβαση: 8/3/16).

Pafos Afrodite Festival Cyprus, Webpage, διαθέσιμο στο: [www.pafc.com.cy](http://www.pafc.com.cy). (τελευταία πρόσβαση: 2/3/16).

Quinn, B (2009) *Festivals, events and tourism*, Dublin Institute of Technology, διαθέσιμο στο: <http://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=tfschhmtbook&sei>

-

[redir=1&referer=https%3A%2F%2Fscholar.google.com%2Fscholar%3Fhl%3Del%26q%3DJaniskee%2B%25281980%253A%2B97%2529%26btnG%3D#search=%22Janiskee%20%281980%3A%2097%29%22](https://scholar.google.com/scholar?hl%3Del%26q%3DJaniskee%2B%25281980%253A%2B97%2529%26btnG%3D#search=%22Janiskee%20%281980%3A%2097%29%22) (τελευταία πρόσβαση: 10/12/16)

R. POPESCU, R. CORBOȘ (2012) The Role of Festivals and Cultural Events in the Strategic Development of Cities. Recommendations for Urban Areas in Romania, Administration and Public Management Faculty, Academy of Economic Studies, Bucharest, Management Faculty, Academy of Economic Studies, Bucharest, Romania.

RICHARDS, G. (2000) The European Cultural Capital event: strategic weapon in the cultural arms race? *International Journal of Cultural Policy*, 6(2), pp. 159–181.

Rolfe, H. (1992), *Arts festivals in the UK*, Policy Studies Institute, London.

SUSSEX ARTS MARKETING (2004): *The Economic and Cultural Impact of Brighton Festival upon Brighton and Hove*. UK.

Stephen J. Page, ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ Το τουριστικό μάντζιμεντ στον 21ο αιώνα, Αθήνα, 2006, Εκδόσεις Απαζήση.

Σπανουδάκη Μάγια Ε. 2013, Πολιτιστική Δημιουργική Βιομηχανία & Περιφερειακή Ανάπτυξη, Βιβλιογραφική έρευνα με θέμα την ανάπτυξη που δημιουργούν οι δράσεις και επιχειρήσεις της Πολιτιστικής Δημιουργικής Βιομηχανίας, Για το Πολυτεχνείο Κρήτης, Ιούλιος 2013.

SAASE Convention, *Using Research to Improve Festivals and Events: Economics, Marketing and More*, 2011. Available from: [http://www.tpcs.gov.sk.ca/SAASE- Presentation](http://www.tpcs.gov.sk.ca/SAASE-Presentation)

Small, K. Edwards, D. Sheridan, L. (2005) A FLEXIBLE FRAMEWORK FOR EVALUATING THE SOCIO-CULTURAL IMPACTS OF A (SMALL) FESTIVAL, *INTERNATIONAL JOURNAL OF EVENT MANAGEMENT RESEARCH* Volume 1, Number 1, University of Western Sydney, Australia

STEIN, T., and D. ANDERSON (1999) *Community Benefits Summary: Ithasca and Tettegouche State Parks*. Final Report. St. Paul MN: Department of Forest Resources, University of Minnesota.

SQW Limited, TNS Travel and Tourism, διαθέσιμο στο: [Edinburgh Festivals Economic Impact Study 2004-2005](#), Edinburgh: The City of Edinburgh Council, 2005,

[http://www.capitalreview.co.uk/pdf/Econ\\_impact\\_Ed\\_fests\\_SQW.pdf](http://www.capitalreview.co.uk/pdf/Econ_impact_Ed_fests_SQW.pdf),  
(τελευταία πρόσβαση: 8/9/16).

THE ARM'S LENGTH PRINCIPLE AND THE ARTS: AN INTERNATIONAL PERSPECTIVE - PAST, PRESENT AND FUTURE διαθέσιμο στο: <http://www.compilerpress.ca/Cultural%20Economics/Works/Arm%201%201989.htm#The%20Patron> [Accessed 01 October 2016]

The Economic and Cultural impact of Brighton Festival, διαθέσιμο στο: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Dpn4sVUz\\_2EJ:www.brightonbusiness.co.uk/secure/assets/ni20041126.874821\\_41a75315141ba.doc+&cd=6&hl=en&ct=clnk&gl=cy](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Dpn4sVUz_2EJ:www.brightonbusiness.co.uk/secure/assets/ni20041126.874821_41a75315141ba.doc+&cd=6&hl=en&ct=clnk&gl=cy). (τελευταία πρόσβαση: 2/3/16).

UNCTAD's work on the Creative Economy, διαθέσιμο στο: <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy.aspx>.  
(τελευταία πρόσβαση: 2/3/16).

United Nations Conference on Trade and Development, Creative Economy Report 2010, Creative Economy: A Feasible Development Option, διαθέσιμο στο: [http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf). (τελευταία πρόσβαση: 2/3/16).

Vrettos, A. The Economic Value of Arts & Culture Festivals. A comparison of four European Economic Impact Studies. Master Thesis, University of Maastricht, 2006 (Feb-2007), διαθέσιμο στο: <http://www.efaaef.eu/newpublic/upload/efadoc/11/Comperative%20Analysis%20A.%20Vrettos.pdf>. (τελευταία πρόσβαση: 2/9/16).

Χατζηδημητρόγλου Χρ. Δημιουργική Οικονομία: Οι Δημιουργικοί Κλάδοι στην Ελλάδα, Αθήνα, Ιούλιος 2013, διαθέσιμο στο: [https://dspace.lib.ntua.gr/dspace2/bitstream/handle/123456789/8768/hatzidimitroglou\\_creativeeconomy.pdf?sequence=1](https://dspace.lib.ntua.gr/dspace2/bitstream/handle/123456789/8768/hatzidimitroglou_creativeeconomy.pdf?sequence=1). (τελευταία πρόσβαση: 2/9/16).

Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού, 2008. “ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ.”

Y. Liu, C. Chen, "The effects of festivals and special events on city image design", in *Frontiers of Architecture and Civil Engineering in China*, Volume 1, Issue 2, pp. 255-259, 2007.

Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., McMahon-Beattie, U., (2004) *Festival and Events Management: An international arts and culture perspective*, Elsevier Limited, UK, διαθέσιμο στο: <https://books.google.com.cy/books?hl=el&lr=&id=ervKyBbQoOYC&oi=fnd&pg>

=PR1&dq=Yeoman+et+al.+2004&ots=ZTQcfcW59s&sig=z0VYiZnPGZNcCd5FQ0Y3xdZaO80&redir\_esc=y#v=onepage&q&f=false (τελευταία πρόσβαση: 2/12/16).

## Ιστοσελίδες

- <https://festivalmania.wordpress.com/έρευνες/>
- <http://kypria.org.cy/home>
- <http://www.pafc.com.cy/easyconsole.cfm/id/305/lang/el>
- [https://www.academia.edu/2039582/Κόνσολα\\_Ντ.\\_Καραχάλης\\_Ν.\\_2010\\_Πολιτιστική\\_Δράση\\_και\\_Τοπική\\_Ανάπτυξη\\_Τα\\_φεστιβάλ\\_στις\\_ελληνικές\\_πόλεις\\_της\\_περιφέρειας](https://www.academia.edu/2039582/Κόνσολα_Ντ._Καραχάλης_Ν._2010_Πολιτιστική_Δράση_και_Τοπική_Ανάπτυξη_Τα_φεστιβάλ_στις_ελληνικές_πόλεις_της_περιφέρειας)
- <http://placebrandobserver.com/place-branding-principles/> Place Branding Principles (Robert Govers, Erik van 't Klooster and Gerard Van Keken) (τελευταία πρόσβαση: 2/12/16).
- <http://www.dancepress.gr/?i=news.el.news.1619>
- <http://ikee.lib.auth.gr/record/134684/files/GRI-2014-12696.pdf?version=1>
- <http://www.uniarts.fi/tutkimus/tutkimushankkeet/liveology>
- <http://www.ingentaconnect.com/content/mcb/joe/2014/00000003/00000002/art00009>
- Pori Jazz Festival <http://porijazz.fi/en/>
- Ulverston Festival <http://visitulverston.com/events/festivals/>
- Glastonbury Festival <http://www.glastonburyfestivals.co.uk/worthy-causes/local-benefits/>
- <https://frame-finland.fi/kategoria/arts-councils/?lang=en>
- <http://www.effe.eu>

## Παράρτημα Α: Φεστιβάλ που διοργανώνονται στην Κύπρο

### Παγκύπρια Φεστιβάλ (Σύνολο 3)

Διεθνές φεστιβάλ “Κύπρια”

Πότε: Σεπτέμβριο-Οκτώβριο

Πού: Παγκύπριο

Κατηγορίες: Φεστιβάλ | Μουσική | Χορός | Θέατρο

Καθεστώς: Δημόσιο

Μέγεθος: Διεθνές

Ο θεσμός του Φεστιβάλ ‘Κύπρια’ θα αναβαθμιστεί με την υιοθέτηση σύγχρονων τρόπων ανάπτυξής του, έτσι ώστε ο θεσμός να αποκτήσει τη δική του ταυτότητα, συμβάλλοντας με τη δράση του στην προβολή και προώθηση της σύγχρονης κυπριακής δημιουργίας καθώς επίσης και στην προβολή της Κύπρου στο εξωτερικό. Στο πλαίσιο αυτό θα διερευνηθούν οι δυνατότητες πιο σύγχρονης διαχείρισης του θεσμού, με την ανάληψη της διοικητικής του ευθύνης από το Φορέα Πολιτιστικής Ανάπτυξης, και την καθιέρωση του θεσμού του καλλιτεχνικού διευθυντή και τη δικτύωση με άλλα Φεστιβάλ στο εξωτερικό, με κυριότερο στόχο την καλύτερη διαφήμιση και προβολή του Φεστιβάλ και την έγκαιρη προβολή του Φεστιβάλ στο εξωτερικό μέσω του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού. Στο νέο μοντέλο πολιτιστικής διαχείρισης του θεσμού θα επιδιωχθεί η αποτελεσματικότερη παρακολούθηση της πολιτιστικής ‘αγοράς’ και η διεύρυνση του κοινού και του ακροατηρίου (audience development). Στο πλαίσιο αυτό θα διερευνηθούν όλες οι δυνατότητες για ενίσχυση των σχέσεων του θεσμού και με άλλους σημαντικούς τομείς, όπως είναι η οικονομία και ο τουρισμός. Είναι δεδομένο ότι στην εποχή που ζούμε η διοργάνωση πολιτιστικών/καλλιτεχνικών εκδηλώσεων συμβάλλει στη δημιουργία θετικής εικόνας της χώρας προς τα έξω. Ταυτόχρονα και κατ’ επέκταση αποτελεί άμεσο ή έμμεσο τρόπο για την προσέλκυση τουριστικού προϊόντος, προσφέροντας έτσι τη δυνατότητα ανάπτυξης των σχέσεων με τους ξένους επισκέπτες, με τις χώρες προέλευσής τους, καθώς και με άλλους γειτονικούς λαούς.  
<http://kypria.org.cy/home>.

Φεστιβάλ Αρχαίου Δράματος

Πότε: Ιούλιο-Αύγουστο

Πού: Παγκύπριο

Κατηγορίες: Φεστιβάλ | Μουσική | Χορός | Θέατρο

Καθεστώς: Δημόσιο

Μέγεθος: Διεθνές

## Παγκύπριο Φεστιβάλ Φράουλας στη Δερύνεια

*Πότε:* 27 Μαΐου

*Πού:* Δημαρχείο Αγίας Νάπας, Αμμόχωστος

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Υπαίθριες Δραστηριότητες | Γαστρονομίας | Ψυχαγωγικό

*Καθεστώς:* Κοινοτικό

*Μέγεθος:* Διεθνές

## **Φεστιβάλ Λευκωσίας** **(σύνολο 40)**

### PianoFest at the EUC

*Πότε:* 11 Δεκεμβρίου

*Πού:* European University, Λευκωσία

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### Ανοιξιάτικη Συνάντηση Ρέγκε 2016

*Πότε:* 14 Μαΐου

*Πού:* Κήπος Ειρήνης, Λευκωσία

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### Φεστιβάλ της Ρουμάνικης "ιε"

*Πότε:* 28 Μαΐου

*Πού:* Αίθουσα Καστελλιώτισσα, Λευκωσία

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Κοινωνικά

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### Πορεία Υπερηφάνειας Κύπρου 2016

*Πότε:* 29 Μαΐου

*Πού:* Κήπος Ειρήνης, Λευκωσία

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Κοινωνικά

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### Φεστιβάλ Imagine the Roads 2016

*Πότε:* 5 Ιουνίου

*Πού:* Λεωφόρος Κερύνειας, Λευκωσία

*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Εικαστικά

*Καθεστώς:* Σύμπραξη Ιδιωτικού-κοινοτικού

*Μέγεθος:* Τοπικό

### 1ο Φεστιβάλ Βιβλίου Λευκωσίας

*Πότε:* 12 Ιουνίου  
*Πού:* Πάρκο Ακρόπολης, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Βιβλίο  
*Καθεστώς:* Σύμπραξη ιδιωτικού και δημοσίου  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Vibes of Life

*Πότε:* 7 Ιουλίου  
*Πού:* Πλατεία Φανερωμένης, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Χορός | Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### Φάρμα Projekt

*Πότε:* 16 Ιουλίου  
*Πού:* Angel's Hills Resort, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Γιορτή του Φουντουκιού στην Πλατανιστάσα

*Πότε:* 31 Ιουλίου  
*Πού:* Πλατανιστάσα, Λευκωσία  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Εποχικό | Γαστρονομίας  
*Καθεστώς:* Σύμπραξη Δημόσιου-κοινοτικού  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Άσιλα Music Festival

*Πότε:* 5 Αυγούστου  
*Πού:* Λατομεία Λατούρος, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Cyprus Hip-Hop Festival

*Πότε:* 28 Αυγούστου  
*Πού:* Μουσική Σκηνή RED, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Φεστιβάλ Αρτοποιημάτων Γαλάτας

*Πότε:* 4 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Πλατεία Γαλάτας, Λευκωσία  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Παράδοση  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 24ο Φεστιβάλ Γάλακτος)

*Πότε:* 9 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Γήπεδο Χαλκάνωρα Δημήτρης Χάματσος, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 3ο Penguin Festival

*Πότε:* 11 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Πάρκο Ακρόπολης, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φιλανθρωπικά | Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Φεστιβάλ Νέων 2016

*Πότε:* 17 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Δημοτικός Κήπος Λευκωσίας, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική | Κοινωνικά  
*Καθεστώς:* Δημόσιο  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Τζιαι εννά αναγύρω το χωρκόν

*Πότε:* 25 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Πέρα Ορεινής, Λευκωσία  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Μουσική | Εκπαιδευτικό | Ψυχαγωγικό  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 1ο Φεστιβάλ Τραγουδιού Κυπρίων Συνθετών

*Πότε:* 26 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Σκαλί Αγλαντζιάς, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Πέρα στην Πλατεία

*Πότε:* 1 Οκτωβρίου  
*Πού:* Πέρα Ορεινής, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Oktoberfest Light

*Πότε:* 9 Οκτωβρίου  
*Πού:* Goethe Institut, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Γαστρονομίας  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 3ο Φεστιβάλ Σοκολάτας Λευκωσίας

*Πότε:* 19 Δεκεμβρίου έως 20 Δεκεμβρίου  
*Πού:* Πύλη Αμμοχώστου, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Γαστρονομίας  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Λευκωσία Loop Festival 2016

*Πότε:* 5 Ιανουαρίου έως 6 Ιανουαρίου  
*Πού:* Εγκώμιο Πολιτιστικό Κέντρο, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 3ο Φεστιβάλ Γέλιου

*Πότε:* 27 Φεβρουαρίου έως 28 Φεβρουαρίου  
*Πού:* Κέντρο Στήριξης ΜΚΟ, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Κοινωνικά | Ψυχαγωγικό  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Κινηματογραφικές Μέρες - Κύπρος 2016 (Λευκωσία)

*Πότε:* 15 Απριλίου έως 24 Απριλίου  
*Πού:* Κινηματογράφος Ζήνα Πάλας, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Κινηματογράφος | Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Δήμοσιο  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### Γιορτή του Κερασιού στον Κάμπο της Τσακίστρας

*Πότε:* 29 Μαΐου  
*Πού:* Κάμπο της Τσακίστρας, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Γαστρονομία  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Loud Music Festival 2016

*Πότε:* 10 Ιουνίου έως 12 Ιουνίου  
*Πού:* Δημοτικός Κήπος Λευκωσίας, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 4ο Cyprus International Performance Art Festival (CIPAF)

*Πότε:* 11 Ιουνίου έως 12 Ιουνίου  
*Πού:* Μιτσερό, Λευκωσία  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### ΑγλανJazz 2016

*Πότε:* 4 Ιουλίου έως 5 Ιουλίου  
*Πού:* Πλατεία της Παλιάς Αγγλαντζιάς, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Power of the Night Festival XI

*Πότε:* 21 Ιουλίου έως 23 Ιουλίου  
*Πού:* Κτήμα Camelot, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Windcraft Music Fest 3

*Πότε:* 12 Αυγούστου έως 13 Αυγούστου  
*Πού:* Το Χάνι του Σταυρινού, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Σύμπραξη ιδιωτικού και κοινοτικού  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 12ο Φεστιβάλ Θεάτρου 2016

*Πότε:* 28 Αυγούστου έως 6 Σεπτεμβρίου\*  
*Πού:* Κοινοτικό Πάρκο Λυμπιών, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Θέατρο  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Septemberfest - Nicosia Beer Fun Festival 2016

*Πότε:* 29 Αυγούστου έως 5 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Εθνικό Δασικό Πάρκο Ακαδημίας, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Γαστρονομία | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Nicosia Beer Fest 2016

*Πότε:* 2 Σεπτεμβρίου έως 7 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Τάφος Κωνσταντζα, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Γαστρονομία | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Cyprus Comic Con 2016

*Πότε:* 3 Σεπτεμβρίου έως 4 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Συνεδριακό Κέντρο Φιλοξενία, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Κοινωνικά  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Flying Away Art & Music Festival 2016 - The Return

*Πότε:* 9 Σεπτεμβρίου έως 11 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Γήπεδο Ορφέα Λευκωσίας, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Εικαστικά | Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Short Matters 2016

*Πότε:* 13 Σεπτεμβρίου έως 15 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Πολιτιστικό και Ερευνητικό ίδρυμα ARTos, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Κινηματογράφος | Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Σύμπραξη ιδιωτικού και δημοσίου  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### 1ο Φεστιβάλ "Μεσαιωνική Λευκωσία"

*Πότε:* 7 Οκτωβρίου έως 9 Οκτωβρίου  
*Πού:* Πολλαπλοί Χώροι, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Ιστορία και πολιτισμός | Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Σύμπραξη ιδιωτικού και δημοσίου  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### Διεθνές Φεστιβάλ Φαγητού

*Πότε:* 5 Νοεμβρίου έως 6 Νοεμβρίου  
*Πού:* Εμπορική Στοά Λευκωσίας, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φιλανθρωπικά | Φεστιβάλ | Γαστρονομία  
*Καθεστώς:* Σύμπραξη ιδιωτικού και δημοσίου  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### 3ο Buffer Fringe Φεστιβάλ

*Πότε:* 10 Νοεμβρίου έως 12 Νοεμβρίου  
*Πού:* Πολλαπλοί Χώροι, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Χορός | Φεστιβάλ | Μουσική | Θέατρο  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 8ο No\_body Φεστιβάλ Χορού, Κίνησης & Παραστατικών Τεχνών

*Πότε:* 19 Νοεμβρίου έως 20 Νοεμβρίου  
*Πού:* Dancehouse Lefkosia, Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Χορός | Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Φεστιβάλ Βιβλίου Λευκωσίας (Nicosia Book Fest)

*Πότε:* --  
*Πού:* Λευκωσία  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Βιβλίο  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

## **Φεστιβάλ Λεμεσού (σύνολο 38)**

### **Street Life Festival 2016**

*Πότε:* 7 Μαΐου

*Πού:* Σαριπόλου και Αθηνών, Λεμεσός

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Υπαίθριες Δραστηριότητες

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### **Μάθε την Ευρώπη - Ζήσε την Ευρώπη!**

*Πότε:* 7 Μαΐου

*Πού:* Μόλος (Περιοχή της Επίχωσης), Λεμεσός

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια | Μουσική

*Καθεστώς:* Συμπραξη δημοσίου και κοινοτικού

*Μέγεθος:* Τοπικό

### **Ανθεστήρια**

*Πότε:* Μαΐο

*Πού:* Μόλος (Περιοχή της Επίχωσης), Λεμεσός

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια | Μουσική

*Καθεστώς:* Συμπραξη δημοσίου και κοινοτικού

*Μέγεθος:* Τοπικό

### **MAYditerranean Ροκ Φεστιβάλ**

*Πότε:* 21 Μαΐου

*Πού:* Ποταμός Γερμασόγειας, Λεμεσός

*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### **2ο Φεστιβάλ "Ανα-Βιώματα"**

*Πότε:* 29 Μαΐου

*Πού:* Δωρά, Λεμεσός

*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Παράδοση

*Καθεστώς:* Κοινοτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### **Φεστιβάλ Λεβάντας στις Πλάτρες**

*Πότε:* 1 Ιουνίου

*Πού:* Πλάτρες, Λεμεσός

*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Εποχικό

*Καθεστώς:* Κοινοτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### **Μέρα Παιδικής Δημιουργικότητας 2016**

*Πότε:* 25 Ιουνίου

*Πού:* Ποταμός Γερμασόγειας, Λεμεσός

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια  
*Καθεστώς:* Σύμπραξη κοινοτικού και ιδιωτικού  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 3ο Limassol Acoustic Festival

*Πότε:* 6 Αυγούστου  
*Πού:* Παντοπωλείο, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### LimasSoul Festival

*Πότε:* 11 Αυγούστου  
*Πού:* Ποταμός Γερμασόγειας, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 6ο Ροκ Φεστιβάλ

*Πότε:* 10 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Πλατεία Ηρώων, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Γιορτή Ππαλουζέ 2016 στη Λόφου

*Πότε:* 18 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Δημοτικό Σχολείο Λόφου, Λεμεσός  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Παράδοση  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Χριστουγεννιάτικη Φωταγώγηση στον Χαρουπόμυλο Λανίτη

*Πότε:* 27 Νοεμβρίου  
*Πού:* Χαρουπόμυλοι Λανίτη, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 1ο Mediterranean Science Festival

*Πότε:* 3 Δεκεμβρίου έως 6 Δεκεμβρίου  
*Πού:* Χαρουπόμυλοι Λανίτη, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Εκπαιδευτικά | Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Καρναβάλι Λεμεσού 2016

*Πότε:* 3 Μαρτίου έως 13 Μαρτίου

*Πού:* Πολλαπλοί Χώροι, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια | Ψυχαγωγία  
*Καθεστώς:* Κοινωνικό  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### The Mind, Body & Spirit Festival, Λεμεσός 2016

*Πότε:* 2 Απριλίου έως 3 Απριλίου  
*Πού:* St Raphael Hotel, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Υγεία και Ομορφιά  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Φεστιβάλ Κοινωνικής Αλληλεγγύης

*Πότε:* 8 Απριλίου έως 10 Απριλίου  
*Πού:* Corazon (Kingston Town), Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Φιλανθρωπικά | Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Κινηματογραφικές Μέρες - Κύπρος 2016 (Λεμεσός)

*Πότε:* 15 Απριλίου έως 24 Απριλίου  
*Πού:* Ριάλτο, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Κινηματογράφος | Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Δήμοσιο  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### Παγκόσμια Ημέρα Τέχνης στην Λεμεσό

*Πότε:* 15 Απριλίου έως 17 Απριλίου  
*Πού:* Πολλαπλοί Χώροι, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Εικαστικά | Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 5ο Μουσικό Φεστιβάλ Anaton

*Πότε:* 13 Μαΐου έως 15 Μαΐου  
*Πού:* Παλιό Ξυδάδικο, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 11ο Κυπρο-Ρωσικό Φεστιβάλ

*Πότε:* 4 Ιουνίου έως 5 Ιουνίου  
*Πού:* Δημοτικός Κήπος Λεμεσού, Λεμεσός  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Ιστορία και πολιτισμός  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### Η Γιορτή του Γλυτζηστού στο Κοιλάνι

*Πότε:* 12 Ιουνίου  
*Πού:* Κοιλάνι, Λεμεσός  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Γαστρονομίας  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

#### 4ο Φεστιβάλ Ξαρκής

*Πότε:* 4 Ιουλίου έως 10 Ιουλίου  
*Πού:* Λόφου, Λεμεσός  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Ιστορία και πολιτισμός | Εκπαιδευτικό  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

#### Lemosos Rock City Festival 2016

*Πότε:* 8 Ιουλίου έως 10 Ιουλίου  
*Πού:* Ποταμός Γερμασόγειας, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

#### 11ο Διεθνές Φεστιβάλ Ντοκιμαντέρ Λεμεσού

*Πότε:* 1 Αυγούστου έως 8 Αυγούστου  
*Πού:* Κέντρο Ευαγόρα Λανίτη, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Κινηματογράφος | Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Σύμπραξη δημοσίου και κοινοτικού  
*Μέγεθος:* Διεθνές

#### 10ο Ευρωμεσογειακό Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών

*Πότε:* 1 Αυγούστου έως 5 Αυγούστου\*  
*Πού:* Πολλαπλοί Χώροι, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Χορός | Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Κοινοτικού  
*Μέγεθος:* Διεθνές

#### 7ο CubaMiSalsa Φεστιβάλ Κύπρου

*Πότε:* 6 Αυγούστου έως 8 Αυγούστου  
*Πού:* Mediterranean Beach Hotel, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Χορός | Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

#### Γιορτή του Κρασιού 2016

*Πότε:* 25 Αυγούστου έως 4 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Δημοτικός Κήπος Λεμεσού, Λεμεσός  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Οινοποσίας | Ιστορία και πολιτισμός  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Διεθνές

#### Φεστιβάλ Κουμανδαρίας

*Πότε:* 9 Σεπτεμβρίου έως 17 Σεπτεμβρίου

*Πού:* Καπηλειό, Λεμεσός

*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Οινοποσία

*Καθεστώς:* Κοινοτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### 5ο Παιδικό Φεστιβάλ Πολιτισμού

*Πότε:* 30 Σεπτεμβρίου έως 2 Οκτωβρίου

*Πού:* Πολιτιστικό Κέντρο Τρακασόλ, Λεμεσός

*Κατηγορίες:* Φιλανθρωπικά | Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### Short Matters 2016

*Πότε:* 6 Οκτωβρίου έως 7 Οκτωβρίου

*Πού:* Αμφιθέατρο Πεύκιος Γεωργιάδης, Λεμεσός

*Κατηγορίες:* Κινηματογράφος | Φεστιβάλ

*Καθεστώς:* Σύμπραξη ιδιωτικού και δημοσίου

*Μέγεθος:* Διεθνές

### 7ο Διεθνές Φεστιβάλ Open House

*Πότε:* 7 Οκτωβρίου έως 9 Οκτωβρίου

*Πού:* Πολλαπλοί Χώροι, Λεμεσός

*Κατηγορίες:* Χορός | Φεστιβάλ

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Διεθνές

### 14ο Φεστιβάλ Μήλου

*Πότε:* 8 Οκτωβρίου έως 9 Οκτωβρίου

*Πού:* Πλατεία Κυπερούντας, Λεμεσός

*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Γαστρονομία

*Καθεστώς:* Κοινοτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### 6ο Διεθνές Φεστιβάλ Ταινιών Μικρού Μήκους Κύπρου

*Πότε:* 15 Οκτωβρίου έως 21 Οκτωβρίου

*Πού:* Ριάλτο, Λεμεσός

*Κατηγορίες:* Κινηματογράφος | Φεστιβάλ

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Διεθνές

### The October Fair - Η Μαγεία του Halloween

*Πότε:* 27 Οκτωβρίου έως 30 Οκτωβρίου

*Πού:* Πολιτιστικό Κέντρο Τρακασόλ, Λεμεσός

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### Πλατφόρμα Σύγχρονου Χορού Κύπρου

*Πότε:* 29 Οκτωβρίου  
*Πού:* Ριάλτο, Λεμεσός  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Χορός  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 3ο Cyprus Jazz & World Music Showcase

*Πότε:* 18 Νοεμβρίου έως 19 Νοεμβρίου  
*Πού:* Ριάλτο, Λεμεσός  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Σύμπραξη ιδιωτικού και δημοσίου  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### Φεστιβάλ Βοτάνων

*Πότε:* --  
*Πού:* Πλάτρες, Λεμεσός  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Εποχικό  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### GRAPE FEAST

*Πότε:* --  
*Πού:* Λόφου, Βάσα Κοιλανίου και Άρσος, Λεμεσός  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Οινοποσίας  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

## Φεστιβάλ Λάρνακας (σύνολο 9)

### 2ο Μαγιατικο πανηγύρι

*Πότε:* 8 Μαΐου  
*Πού:* Δάσος Πυργών, Λάρνακα  
*Κατηγορίες:* Φιλανθρωπικά | Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Κύπρος μου, κόρη του γιαλού

*Πότε:* 22 Ιουλίου  
*Πού:* Κοινοτικό Συμβούλιο Ψευδά, Λάρνακα  
*Κατηγορίες:* Χορός | Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 6ο Φεστιβάλ Αγγειοπλαστικής Κόρνου

*Πότε:* 16 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Κόρνος, Λάρνακα  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Παράδοση | Εκπαιδευτικό

Καθεστώς: Κοινοτικό  
Μέγεθος: Τοπικό

### 13ο Φεστιβάλ Παραδοσιακής Κουλτούρας

Πότε: 1 Οκτωβρίου  
Πού: Ορά, Λάρνακα  
Κατηγορία: Φεστιβάλ | Παράδοση  
Καθεστώς: Κοινοτικό  
Μέγεθος: Τοπικό

### Φεστιβάλ Εκκλησιαστικού Οργάνου Terra Sancta

Πότε: 8 Οκτωβρίου  
Πού: Καθολική Εκκλησία Παναγία των Χαρίτων, Λάρνακα  
Κατηγορίες: Φεστιβάλ | Μουσική  
Καθεστώς: Ιδιωτικό  
Μέγεθος: Διεθνές

### Ανοιξιάτικο παζαράκι

Πότε: 7 Μαΐου έως 8 Μαΐου  
Πού: Αποθήκη 79, Λάρνακα  
Κατηγορίες: Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια  
Καθεστώς: Ιδιωτικό  
Μέγεθος: Τοπικό

### Κατακλυσμός Λάρνακας 2016

Πότε: 17 Ιουνίου έως 22 Ιουνίου  
Πού: Φοινικούδες, Λάρνακα  
Κατηγορίες: Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια | Μουσική  
Καθεστώς: Κοινοτικό  
Μέγεθος: Διεθνές

### Φεστιβάλ Φέγγαρος 2016

Πότε: 29 Ιουλίου έως 31 Ιουλίου  
Πού: Κάτω Δρυς, Λάρνακα  
Κατηγορίες: Φεστιβάλ | Μουσική  
Καθεστώς: Ιδιωτικό  
Μέγεθος: Τοπικό

### The Afro Banana Republic Festival

Πότε: 19 Αυγούστου έως 20 Αυγούστου  
Πού: Afro Banana Republic Festival, Λάρνακα  
Κατηγορίες: Φεστιβάλ | Μουσική  
Καθεστώς: Ιδιωτικό  
Μέγεθος: Τοπικό

## Φεστιβάλ Πάφου (σύνολο 16)

## 5ο Διεθνές Παιδικό Φεστιβάλ Πάφου

*Πότε:* 15 Μαΐου

*Πού:* The International School of Paphos, Πάφος

*Κατηγορίες:* Φιλανθρωπικά | Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Διεθνές

## Vibes of Life

*Πότε:* 6 Ιουλίου

*Πού:* Δημοτικά Μπάνια, Πάφος

*Κατηγορίες:* Χορός | Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

## Μουσικό φεστιβάλ "Χρίστος Μαραγκός"

*Πότε:* 21 Αυγούστου

*Πού:* Summer Club, Πάφος

*Κατηγορίες:* Φιλανθρωπικά | Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

## 7ο Αγροτικό Φεστιβάλ Στατός - Άγιος Φώτιος

*Πότε:* 18 Σεπτεμβρίου

*Πού:* Πλατεία Στατού - Αγίου Φωτίου, Πάφος

*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Παράδοση

*Καθεστώς:* Κοινοτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

## 1ο Φεστιβάλ Κιθάρας

*Πότε:* 19 Μαΐου έως 21 Μαΐου

*Πού:* Μεσαιωνικό Κάστρο Πάφου, Πάφος

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

## 16ο Διεθνές Φεστιβάλ Μουσικής Δωματίου Φάρος

*Πότε:* 27 Μαΐου έως 2 Ιουνίου

*Πού:* Βασιλική Έπαυλη, Πάφος

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Διεθνές

## Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Πάφου 2016

*Πότε:* 24 Ιουνίου έως 26 Ιουνίου

*Πού:* Τεχνόπολις 20, Πάφος

*Κατηγορίες:* Κινηματογράφος | Φεστιβάλ

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Διεθνές

## 15ο Διεθνές Φεστιβάλ του Σινεμά Animation στην Ύπαιθρο

*Πότε:* 21 Ιουλίου έως 23 Ιουλίου

*Πού:* Αρχαιολογικός Χώρος Παλαιπάφου, Πάφος

*Κατηγορίες:* Κινηματογράφος | Φεστιβάλ

*Καθεστώς:* Σύμπραξη Ιδιωτικού και δημοσίου

*Μέγεθος:* Διεθνές

## 6ο Φεστιβάλ Μπύρας Πάφου

*Πότε:* 4 Αυγούστου έως 6 Αυγούστου

*Πού:* Μεσαιωνικό Κάστρο Πάφου, Πάφος

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Ψυχαγωγία

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

## Paphos Aphrodite Festival

*Πότε:* Ιούλιο

*Πού:* Λιμανάκι, Πάφος

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Διεθνές

## 17ο Paradise Jazz Festival

*Πότε:* 5 Αυγούστου έως 6 Αυγούστου

*Πού:* Paradise Place - Πομός, Πάφος

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Διεθνές

## Reggae Sunjam

*Πότε:* 13 Αυγούστου έως 14 Αυγούστου

*Πού:* Paradise Place - Πομός, Πάφος

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

## Λαογραφικό Διήμερο Πάφος2017

*Πότε:* 26 Αυγούστου έως 27 Αυγούστου

*Πού:* Οικία Επάρχου, Πάφος

*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Ιστορία και πολιτισμός

*Καθεστώς:* Σύμπραξη δημοσίου και κοινοτικού

*Μέγεθος:* Τοπικό

## Γαλλική Χορωδία Mikrokosmos

*Πότε:* 10 Σεπτεμβρίου έως 11 Σεπτεμβρίου

*Πού:* Άρμου, Πάφος

*Κατηγορίες:* Εικαστικά | Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Σύμπραξη Ιδιωτικού και κοινοτικού

*Μέγεθος:* Τοπικό

## 11ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Κύπρου (CYIFF)

*Πότε:* 14 Σεπτεμβρίου έως 25 Σεπτεμβρίου

*Πού:* Πολλαπλοί Χώροι, Πάφος

*Κατηγορίες:* Κινηματογράφος | Φεστιβάλ

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Διεθνές

## 3ο Διεθνές Φεστιβάλ Τέχνης Apollon

*Πότε:* 26 Οκτωβρίου έως 29 Οκτωβρίου

*Πού:* The Annabelle Hotel, Πάφος

*Κατηγορίες:* Φιλανθρωπικά | Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

## Φεστιβάλ Αμμοχώστου (σύνολο 13)

### 10ο Παγκύπριο Πολιτιστικό Φεστιβάλ Καρπουζιού

*Πότε:* 8 Ιουλίου

*Πού:* Κοινοτικό Στάδιο Φρενάρου, Αμμόχωστος

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Παιδιά και Οικογένεια

*Καθεστώς:* Κοινοτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### Summer Hop (Hip Hop Festival)

*Πότε:* 30 Ιουλίου

*Πού:* Λιμανάκι Αγίας Νάπας, Αμμόχωστος

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### Protaras Beach Fest

*Πότε:* 12 Αυγούστου

*Πού:* Fig Tree Bay, Αμμόχωστος

*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### Daxifest Charity Music Festival

*Πότε:* 2 Οκτωβρίου

*Πού:* Δημοτικό Στάδιο Αγίας Νάπας, Αμμόχωστος

*Κατηγορίες:* Φιλανθρωπικά | Φεστιβάλ | Μουσική

*Καθεστώς:* Ιδιωτικό

*Μέγεθος:* Τοπικό

### 2ο Διεθνές Φεστιβάλ Street Art Αγίας Νάπας

*Πότε:* 1 Μαρτίου έως 10 Μαρτίου

*Πού:* Δημαρχείο Αγίας Νάπας, Αμμόχωστος  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Υπαίθριες Δραστηριότητες  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### Κατακλυσμός Αγίας Νάπας 2016

*Πότε:* 17 Ιουνίου έως 20 Ιουνίου  
*Πού:* Λιμανάκι Αγίας Νάπας, Αμμόχωστος  
*Κατηγορίες:* Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### 5ο Παραδοσιακό Φεστιβάλ Δήμου Σωτήρας

*Πότε:* 4 Ιουλίου έως 6 Ιουλίου  
*Πού:* Δημαρχείο Σωτήρας, Αμμόχωστος  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Παράδοση  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 4ο Φεστιβάλ Θερινού Κινηματογράφου στον Πρωταρά

*Πότε:* 27 Ιουλίου έως 7 Αυγούστου  
*Πού:* Δημοτική Πλατεία Εκδηλώσεων Πρωταρά, Αμμόχωστος  
*Κατηγορίες:* Κινηματογράφος | Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### 32ο Διεθνές Φεστιβάλ Αγίας Νάπας

*Πότε:* 22 Σεπτεμβρίου έως 25 Σεπτεμβρίου  
*Πού:* Κεντρική Πλατεία Αγίας Νάπας, Αμμόχωστος  
*Κατηγορίες:* Χορός | Φεστιβάλ | Μουσική  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### 11ο Μεσαιωνικό Φεστιβάλ Αγίας Νάπας

*Πότε:* 8 Οκτωβρίου έως 15 Οκτωβρίου  
*Πού:* Μεσαιωνικό Μοναστήρι Αγίας Νάπας, Αμμόχωστος  
*Κατηγορία:* Φεστιβάλ | Ιστορία και πολιτισμός  
*Καθεστώς:* Κοινοτικό  
*Μέγεθος:* Διεθνές

### 3rd Cyprus Tango Meeting

*Πότε:* 28 Οκτωβρίου έως 31 Οκτωβρίου  
*Πού:* Grecian Park, Αμμόχωστος  
*Κατηγορίες:* Χορός | Φεστιβάλ  
*Καθεστώς:* Ιδιωτικό  
*Μέγεθος:* Τοπικό

### Φεστιβάλ Ροδιού Ορμήδειας

*Πότε: --*

*Πού: Ορμήδια, Αμμόχωστος*

*Κατηγορία: Φεστιβάλ | Γαστρονομία*

*Καθεστώς: Κοινοτικό*

*Μέγεθος: Τοπικό*

## Φεστιβάλ Λεβάντας στο Αυγόρου

*Πότε: --*

*Πού: Αυγόρου, Αμμόχωστος*

*Κατηγορία: Φεστιβάλ | Υπαίθριες Δραστηριότητες*

*Καθεστώς: Ιδιωτικό*

*Μέγεθος: Τοπικό*