



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΜΕΣΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ «ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ  
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ»

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ:  
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ – ΜΕΛΕΤΗ  
ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ

ΕΛΕΝΗ ΚΩΣΤΟΥΛΑ

ΑΘΗΝΑ, ΙΟΥΝΙΟΣ 2014

Επιβλέπων: Καθηγητής Ν. ΛΕΑΝΔΡΟΣ

ΜΕΛΗ

Καθηγητής Ν. ΛΕΑΝΔΡΟΣ

Επικ. Καθηγητής Γ.Μ. ΚΛΗΜΗΣ

Επικ. Καθηγήτρια Μ. ΠΑΡΑΔΕΙΣΗ

<b>A. Εισαγωγή</b> .....	<b>6</b>
<b>B. Θεωρητικό Πλαίσιο</b> .....	<b>10</b>
<b>B.1. Από την «Πολιτιστική Βιομηχανία» στις «Δημιουργικές Βιομηχανίες»</b> .....	<b>10</b>
B.1.1. Πολιτιστική βιομηχανία.....	10
B.1.2. Πολιτιστικές βιομηχανίες.....	10
B.1.3. Δημιουργικές βιομηχανίες.....	12
B.1.4. Πολιτική για τις Δημιουργικές Βιομηχανίες – ο ρόλος του κράτους.....	16
<b>B.2. Η Δημιουργική Βιομηχανία του Κινηματογράφου</b> .....	<b>22</b>
B.2.1. Παραγωγική διαδικασία.....	22
B.2.2. Παράγοντες ανάπτυξης της κινηματογραφικής βιομηχανίας...	25
B.2.3. Επιδράσεις της κινηματογραφικής βιομηχανίας.....	28
B.2.4. Μια πολιτική για τον κινηματογράφο – ο ρόλος των Film Commissions.....	32
<b>Γ. Μελέτες Περίπτωσης</b> .....	<b>38</b>
<b>Γ.1. Λουιζιάνα</b> .....	<b>38</b>
Γ.1.1. Πολιτική για τις Δημιουργικές Βιομηχανίες: Louisiana Economic Development.....	40
Γ.1.2. Πολιτική για τη βιομηχανία του Κινηματογράφου.....	41
Γ.1.2.1 Φορολογικά Κίνητρα.....	41
Γ.1.2.2 Λοιπές διευκολύνσεις σε κεντρικό επίπεδο.....	43
Γ.1.2.3 Τα περιφερειακά film commissions.....	44
Γ.1.3. Το επιχειρηματικό περιβάλλον.....	45
Γ.1.4. Αποτελέσματα της πολιτικής για την κινηματογραφική βιομηχανία.....	47
<b>Γ.2. Νέα Ζηλανδία</b> .....	<b>52</b>
Γ.2.1. Πολιτιστική Πολιτική.....	52
Γ.2.2. Πολιτική για τη βιομηχανία του Κινηματογράφου.....	55
Γ.2.2.1 New Zealand Film Commission.....	56
Γ.2.2.2. Επιδοτήσεις και λοιπές χρηματοδοτήσεις.....	57
Γ.2.2.3. Απασχόληση.....	60
Γ.2.2.4. Διανομή και Μάρκετινγκ.....	61
Γ.2.2.5. Διεθνείς παραγωγές.....	61
Γ.2.2.6. Film New Zealand.....	62
Γ.2.2.7. Άδειες Κινηματογράφησης.....	63
Γ.2.3. Το επιχειρηματικό περιβάλλον.....	64
Γ.2.4. Αποτελέσματα της πολιτικής για την κινηματογραφική βιομηχανία.....	65
<b>Γ.3. Ελλάδα</b> .....	<b>69</b>
Γ.3.1. Πολιτιστική πολιτική στην Ελλάδα.....	69
Γ.3.2. Πολιτική για τη βιομηχανία του Κινηματογράφου.....	71
Γ.3.2.1. Υπουργείο Πολιτισμού.....	74

Γ.3.2.2. Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου.....	75
Γ.3.2.3. Χρηματοδοτικά Εργαλεία.....	78
Γ.3.3. Το επιχειρηματικό περιβάλλον.....	83
Γ.3.4. Αποτελέσματα της πολιτικής για την κινηματογραφική βιομηχανία.....	83
<b>Δ. Συμπεράσματα και Προτάσεις.....</b>	<b>88</b>
<b>Ε. Βιβλιογραφία.....</b>	<b>95</b>

## Ευρετήριο Πινάκων

<b>Πίνακας 1:</b> Αριθμός Ψηφιακών Κινηματογράφων 2007-2011.....	<b>26</b>
<b>Πίνακας 2:</b> Αριθμός εισιτηρίων (σε εκατ.) την περίοδο 2005-2009.....	<b>27</b>
<b>Πίνακας 3:</b> Παγκόσμια παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών 2005-2011.....	<b>28</b>
<b>Πίνακας 4:</b> 10 Κορυφαίες χώρες παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών στον κόσμο.....	<b>29</b>
<b>Πίνακας 5:</b> Χάρτης παγκόσμιας κινηματογραφικής παραγωγής.....	<b>29</b>
<b>Πίνακας 6:</b> Οι πρώτες 15 χώρες με την υψηλότερη παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών ως προς το μερίδιο αγοράς (εισιτήρια) και την δημόσια υποστήριξη της εγχώριας κινηματογραφικής παραγωγής...	<b>30</b>
<b>Πίνακας 7:</b> Έκπτωση Φόρου για κιν/κες παραγωγές στη Λουιζιάνα 2010-2012.....	<b>47</b>
<b>Πίνακας 8:</b> Δαπάνες Κιν/κών Παραγωγών στη Λουιζιάνα 2010-2012.....	<b>48</b>
<b>Πίνακας 9:</b> Συνεισφορά φορολογικών απαλλαγών στη Λουιζιάνα σε πωλήσεις επιχειρήσεων, κέρδη νοικοκυριών και απασχόληση (2012).....	<b>49</b>
<b>Πίνακας 10:</b> Ετήσιες δαπάνες NZFC 2007-2013.....	<b>66</b>
<b>Πίνακας 11:</b> Ετήσιες δαπάνες FNZ 2004-2011.....	<b>66</b>
<b>Πίνακας 12:</b> Ταινίες που πραγματοποιήθηκαν με χρηματοδότηση από τη NZFC 2005-2013.....	<b>67</b>
<b>Πίνακας 13:</b> Ακαθάριστα έσοδα βιομηχανίας κινηματογράφου NZ (2005-2012).....	<b>67</b>
<b>Πίνακας 14:</b> Αριθμός επιχειρήσεων στην κινηματογραφική βιομηχανία NZ (2005-2012).....	<b>68</b>
<b>Πίνακας 15:</b> Θέσεις εργασίας στην κινηματογραφική βιομηχανία NZ (2005-2012).....	<b>68</b>
<b>Πίνακας 16:</b> Διεθνή παρουσία ελληνικών ταινιών 2008-2012.....	<b>85</b>
<b>Πίνακας 17:</b> Έσοδα από πωλήσεις ταινιών, κρατική επιχορήγηση και αριθμός εισιτηρίων στην Ελλάδα (2008-2012).....	<b>86</b>

## A. Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια οι δημιουργικές βιομηχανίες αποτελούν επίκαιρο θέμα μελέτης και βασικό εργαλείο κατά τη χάραξη αναπτυξιακής στρατηγικής, τόσο σε πόλεις και περιφέρειες, όσο και σε ανεπτυγμένες ή/και αναδυόμενες οικονομίες. Σε μεγάλο βαθμό, το αυξανόμενο ενδιαφέρον για αυτές οφείλεται στις ραγδαίες τεχνολογικές αλλαγές (ψηφιοποίηση, διαδίκτυο), οι οποίες έχουν μεταβάλλει ριζικά τους τρόπους παραγωγής και διανομής των δημιουργικών αγαθών, ενώ έχουν αναδιαμορφώσει τη ζήτηση τους. Στην Ευρώπη, ο τομέας των δημιουργικών βιομηχανιών αποτελεί έναν από τους πιο δυναμικούς τομείς της οικονομίας, αφού συνεισφέρει το 3% του ΑΕΠ της ΕΕ-27 και απασχολεί περισσότερους από 7 εκατ. ανθρώπους. Μάλιστα, οι ευρωπαϊκές δημιουργικές βιομηχανίες κατέχουν το 70% της παγκόσμιας αγοράς<sup>1</sup>, με τις εξαγωγές δημιουργικών προϊόντων από την Ευρώπη προς τον υπόλοιπο κόσμο να αυξάνονται με μέσο ετήσιο ρυθμό 6,3% την περίοδο 2002-2011. Ένας ακόμη λόγος για τον οποίο παρουσιάζουν αξιοσημείωτο ενδιαφέρον, είναι ότι αποδείχθηκαν ιδιαίτερα ανθεκτικές στην παρούσα οικονομική ύφεση όσον αφορά στις προοπτικές ανάπτυξης και ενίσχυσης της απασχόλησης<sup>2</sup>.

Στην Ελλάδα, η αξιολόγηση της συνεισφοράς των δημιουργικών βιομηχανιών αποτελεί ένα δύσκολο εγχείρημα, καθώς δεν υπάρχει πλούσια σχετική βιβλιογραφία, ούτε πρόσφατα στατιστικά στοιχεία. Ο Αυδίκος επιχειρεί μια καταγραφή της πορείας των ΔΒ τη περίοδο 2000-2006 για την οποία υπάρχουν επίσημα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. και καταλήγει, μετά από συγκριτική μελέτη 13 ΔΒ, ότι συνεισέφεραν το 3% του ΑΕΠ το 2006<sup>3</sup>, όταν το 2000 η συνεισφορά τους υπολογιζόταν στο 2%. Όσον αφορά στην απασχόληση, η Λαζαρέτου αναφέρει ότι η Ελλάδα κατέχει τη 18<sup>η</sup> θέση (4,1%) σε σύνολο 30 χωρών, σύμφωνα με μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Λαζαρέτου 2014, 8.

<sup>2</sup> Ό.π.

<sup>3</sup> Περισσότερα για την οικονομική συνεισφορά των διάφορων ΔΒ στην Ελλάδα την περίοδο 2000-2006, βλ. Αυδίκος 2014, 67-98.

<sup>4</sup> Λαζαρέτου 2014, 9.

Ως αποτέλεσμα της σημασίας των ΔΒ, η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στη δημιουργική βιομηχανία του κινηματογράφου και εξετάζει τη συνεισφορά του σε ευρύτερα ζητήματα οικονομικής ανάπτυξης. Σε αυτό το πλαίσιο, ένα ιδιαίτερο ζήτημα που θα μελετηθεί είναι η προσέλκυση ξένων κινηματογραφικών παραγωγών. Πιο συγκεκριμένα, θα διερευνηθεί η πολιτική προσέλκυσης που ακολουθείται από τους εθνικούς φορείς που είναι αρμόδιοι για τον κινηματογράφο, καθώς και τα αποτελέσματα στην οικονομία μιας χώρας.

Πρόκειται για ένα θέμα που έχει συζητηθεί αρκετά στην Ελλάδα, αλλά στο πεδίο αυτό η κινηματογραφική πολιτική εμφανίζει σημαντική υστέρηση. Όμως και σε διεθνές επίπεδο, οι περισσότερες σχετικές μελέτες επικεντρώνονται αφενός σε ζητήματα εθνικής ταυτότητας, δηλαδή στον τρόπο με τον οποίο οι ξένες ταινίες αντιλαμβάνονται και προβάλλουν τη ταυτότητα μιας χώρας, και αφετέρου σε ζητήματα σύνδεσης της κινηματογραφικής προβολής με την αύξηση του τουριστικού ρεύματος. Το ζήτημα της εθνικής ταυτότητας δεν θα μελετηθεί στο παρόν κείμενο. Η σύνδεση του κινηματογράφου με τον τουρισμό, όμως, είναι ένα ζήτημα που θα απασχολήσει, καθώς ο τουρισμός συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη των ΔΒ, όπως θα περιγραφεί στη συνέχεια.

Αναλυτικότερα, η δομή της εργασίας περιλαμβάνει δύο μέρη: το θεωρητικό πλαίσιο και το ερευνητικό μέρος με τις τρεις μελέτες περίπτωσης. Στο πρώτο και θεωρητικό μέρος περιγράφεται η μετάβαση από την πολιτιστική βιομηχανία στις δημιουργικές βιομηχανίες. Οι τελευταίες αποτελούν το βασικό ενδιαφέρον της εργασίας και για το λόγο αυτό θα αναλυθούν οι παράγοντες που οδήγησαν στην ανάπτυξή τους, η συνεισφορά τους στην οικονομία, τον πολιτισμό και την κοινωνία και ο ρόλος του κράτους στο σχεδιασμό μιας αποτελεσματικής πολιτιστικής πολιτικής. Στη συνέχεια, όλοι οι παραπάνω άξονες θα εξειδικευτούν για τον κλάδο της κινηματογραφικής βιομηχανίας.

Το δεύτερο μέρος συνθέτουν τρεις μελέτες περίπτωσης, οι οποίες επιλέχθηκαν για διαφορετικούς λόγους. Η πρώτη μελέτη αφορά στη Λουιζιάνα, η οποία μέσα σε λίγα μόλις χρόνια κατόρθωσε να καταστεί ηγέτης στην κινηματογραφική παραγωγή, χωρίς προηγουμένως να έχει μια ιδιαίτερη κινηματογραφική

παράδοση. Για την επόμενη μελέτη επιλέχθηκε η Νέα Ζηλανδία, καθώς αποτελεί μάλλον το πιο διάσημο παράδειγμα σύνδεσης των ξένων κινηματογραφικών παραγωγών με την προώθηση του τουρισμού. Για το τρίτο και τελευταίο παράδειγμα θα επιστρέψουμε στην Ελλάδα, όπου θα γίνει μια καταγραφή της νέας πολιτικής για τον κινηματογράφο. Η εργασία δεν θα εξετάσει ενδελεχώς παλιότερες εγχώριες πολιτικές, καθώς εξαιτίας της απουσίας σχετικών στοιχείων είναι δύσκολο να αποτιμηθεί η αποτελεσματικότητά τους.

Λόγω έλλειψης σχετικής βιβλιογραφίας, η έρευνα έγινε κατά κύριο λόγο με βάση τις ιστοσελίδες των αρμόδιων κινηματογραφικών οργάνων, τους ετήσιους απολογισμούς τους και την αρθρογραφία που αντλήθηκε από το διαδίκτυο. Για την κάθε περιοχή, γίνεται μια σύντομη αναφορά στην ευρύτερη πολιτιστική πολιτική της και στη συνέχεια αναλύονται οι φορείς και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται προκειμένου να αναπτύξουν την εγχώρια κινηματογραφική πολιτική και να προσελκύσουν ξένες παραγωγές. Εκτός από την κρατική πολιτική, αναλύονται και οι λοιποί παράγοντες του ευρύτερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος που ευνοούν ή δυσχεραίνουν την ανάπτυξη της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Στη τελευταία ενότητα, με τη βοήθεια ορισμένων οικονομικών δεικτών θα γίνει μια προσπάθεια αξιολόγησης της συνεισφοράς του κινηματογράφου στην εγχώρια οικονομία.

Κεντρικός προβληματισμός της εργασίας αποτέλεσε η ανεύρεση μιας αποτελεσματικής πολιτικής για την προσέλκυση ξένων κινηματογραφικών παραγωγών. Πιο αναλυτικά, τέθηκαν τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

- Ποια είναι η πολιτική της κάθε χώρας για τον πολιτισμό και τις δημιουργικές βιομηχανίες γενικότερα, και την κινηματογραφική βιομηχανία ειδικότερα;
- Ποια είναι τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται προκειμένου να προσελκύσουν ξένες παραγωγές;
- Ποιοι άλλοι παράγοντες συνεισφέρουν στην ανάπτυξη του κινηματογραφικού κλάδου;



- Οι διάφορες κρατικές επιδοτήσεις ή φοροαπαλλαγές προς τον κινηματογράφο είναι αποτελεσματικές ως προς την αύξηση της απασχόλησης και τη γενικότερη οικονομική ανάπτυξη της χώρας;
- Ποια είναι τα κοινά χαρακτηριστικά και ποιες οι διαφορές των τριών παραδειγμάτων;
- Μπορεί να προταθεί ένα μοντέλο καλής πρακτικής για την προσέλκυση ξένων παραγωγών;
- Ποια είναι η σχέση ανάμεσα στην εγχώρια κινηματογραφική βιομηχανία και την προσέλκυση ξένων παραγωγών;

## **B. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ**

### **B.1. Από την «Πολιτιστική Βιομηχανία» στις «Δημιουργικές Βιομηχανίες»**

#### **B.1.1. Πολιτιστική βιομηχανία**

Ο όρος «πολιτιστική βιομηχανία» (culture industry) εισάγεται για πρώτη φορά στα κείμενα των εκπροσώπων της **σχολής της Φρανκφούρτης**<sup>5</sup>. Συνδυάζοντας δύο έννοιες γι' αυτούς αντίθετες - τον «πολιτισμό» και τη «βιομηχανία» - επισήμαναν τους κινδύνους μιας μαζικής κουλτούρας που προωθεί και επιβάλλει το ίδιο βασικό μοτίβο παραγωγής πολιτιστικών προϊόντων<sup>6</sup>. Υπό αυτή την έννοια, ο όρος «πολιτιστική βιομηχανία» αναφέρεται στις μεγάλες εταιρείες που είχαν υπό τον έλεγχό τους τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και ψυχαγωγίας· αυτές οι επιχειρήσεις δεν ενθαρρύνουν την κριτική σκέψη, ούτε προάγουν την ανθρώπινη ελευθερία<sup>7</sup>, αλλά **παράγουν ομοιόμορφα προϊόντα με μοναδικό σκοπό τη μεγιστοποίηση των κερδών τους**. Αποτέλεσμα αυτού ήταν η ενσωμάτωση των προκατασκευασμένων προτύπων της πολιτιστικής βιομηχανίας στα ίδια τα άτομα-καταναλωτές, αλλά και η απώλεια της ατομικότητας στην καλλιτεχνική δημιουργία<sup>8</sup>.

#### **B.1.2. Πολιτιστικές βιομηχανίες**

Από τη δεκαετία του 1970 και έπειτα η πολιτιστική βιομηχανία χάνει το αρνητικό της πρόσημο, κυρίως λόγω των Γάλλων κοινωνιολόγων<sup>9</sup> οι οποίοι, χρησιμοποιώντας τον όρο στον πληθυντικό αριθμό, μίλησαν για τις «πολιτιστικές βιομηχανίες» ως φορείς που εμπλέκονται άμεσα στην παραγωγή κοινωνικού νοήματος<sup>10</sup>. Σήμερα και παρά το γεγονός ότι για ορισμένους η έννοια των «πολιτιστικών βιομηχανιών» ίσως να υπονοεί μια διάκριση ανάμεσα

---

<sup>5</sup> Οι συζητήσεις για τις πολιτιστικές βιομηχανίες ξεκινούν στο έργο των Adorno & Horkheimer, *Η Διαλεκτική του Διαφωτισμού*. Πιο συγκεκριμένα, οι συγγραφείς κάνουν λόγο για τη βιομηχανία της κουλτούρας ή την πολιτιστική βιομηχανία στο κεφάλαιο «Η βιομηχανία της κουλτούρας: ο διαφωτισμός ως εξαπάτηση των μαζών».

<sup>6</sup> Χορκχάμερ & Αντόρνο [1947] 1984, 70.

<sup>7</sup> Ό.π. 74-78.

<sup>8</sup> Χορκχάμερ [1941] 1984, 49.

<sup>9</sup> Ανάμεσά τους οι Morin 1962, Huet et al. 1978, Miège 1979.

<sup>10</sup> Hesmondhalgh 2002, 11.

στην υψηλή τέχνη της ελίτ και τη μαζική λαϊκή κουλτούρα, έχει επικρατήσει η άποψη ότι πολιτιστικές βιομηχανίες είναι εκείνες που **παράγουν πολιτιστικά αγαθά και υπηρεσίες**, δηλαδή αγαθά και υπηρεσίες που έχουν οικονομική και συμβολική αξία.

Η **αλλαγή του περιεχομένου** της έννοιας των ΠΒ οφείλεται και στους **μετασχηματισμούς** που αυτές έχουν υποστεί από τη δεκαετία του 1980 και έπειτα<sup>11</sup>. Για παράδειγμα, οι ΠΒ δεν θεωρούνται δευτερεύουσες οικονομικές δραστηριότητες, αλλά βρίσκονται στο **κέντρο της οικονομικής δράσης**. Επιπλέον, έχουν αλλάξει ριζικά οι **μορφές ιδιοκτησίας** και οργάνωσης των πολιτιστικών βιομηχανιών: με τη δραστηριοποίηση όλο και περισσότερων μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων στο χώρο, δεν μπορεί να μιλάει κανείς μόνο για ισχυρές μεγάλες εταιρείες που κινούν τα νήματα σε μια ομοιόμορφη πολιτιστική βιομηχανία. Ιδιαίτερα αυξημένα είναι και η **κινητικότητα** των πολιτιστικών προϊόντων πέρα από τα εθνικά σύνορα μιας χώρας χάρη στις νέες τεχνολογίες, γεγονός που εξηγεί και την διεθνοποίηση της πολιτιστικής πολιτικής και νομοθεσίας. Μετασχηματισμοί παρατηρούνται και στις προτιμήσεις των διάφορων ομάδων κοινού, κάτι που αρκετές πολιτιστικές βιομηχανίες προσπαθούν να ερευνήσουν με τη βοήθεια πιο σύνθετων μεθόδων έρευνας κοινού.

Σύμφωνα με την UNESCO<sup>12</sup>, πολιτιστικές βιομηχανίες θεωρούνται εκείνες που «συνδυάζουν τη δημιουργία, την παραγωγή και την εμπορία περιεχομένων άυλης και πολιτιστικής φύσεως. Αυτά τα περιεχόμενα συνήθως προστατεύονται από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και μπορούν να πάρουν τη μορφή αγαθών ή υπηρεσιών».

---

<sup>11</sup> Hesmondhalgh 2002, 1-2.

<sup>12</sup> UNCTAD, Creative Economy Report 2010, 5.

### **B.1.3. Δημιουργικές βιομηχανίες**

Οι «δημιουργικές βιομηχανίες» (ΔΒ) είναι μια πρόσφατη έννοια, η οποία ανάγεται στην ανάγκη περιγραφής της εννοιολογικής και πρακτικής σύγκλισης των δημιουργικών τεχνών (ατομικό ταλέντο) με τις πολιτιστικές βιομηχανίες (μαζική κλίμακα), στο πλαίσιο των Τεχνολογιών Νέων μέσω σε μια Νέα Οικονομία Γνώσης, προς χρήση των προσφάτως Διαδραστικών Πολιτών – Καταναλωτών.<sup>13</sup> Οι ΔΒ καλύπτουν ένα **ευρύτερο πεδίο** από ό,τι οι ΠΒ και περιλαμβάνουν συνήθως «όλες τις επιχειρήσεις που έχουν ως πυρήνα της δραστηριότητάς τους την “ικανότητα για δημιουργία”, με την έννοια της διανοητικής και κοινωνικής διεργασίας για την παραγωγή νέων ιδεών, εννοιών, σχεδίων, συνδέσμων, διαδικασιών και clusters. Η νέα ιδέα πρέπει να είναι πρωτότυπη, προσωπική, με περιεχόμενο, και να είναι χρήσιμη και ικανή να οδηγήσει σε ένα συγκριτικό οικονομικό πλεονέκτημα»<sup>14</sup>. Στις ΔΒ, η έμφαση δίνεται στη γνώση και στο ταλέντο ως βασική εισροή παραγωγής και λιγότερο στο τελικό προϊόν αυτό καθαυτό, το οποίο ενδιαφέρει πρωτίστως την ΠΒ<sup>15</sup>.

Η χρήση του όρου «δημιουργικές βιομηχανίες» **ποικίλλει μεταξύ των χωρών** και διάφορων διεθνών οργανισμών, ενώ έχουν προταθεί διάφορα μοντέλα για συστηματική κατανόηση των χαρακτηριστικών τους. Δεν υπάρχει κάποιο «σωστό» ή «λάθος» μοντέλο κατανόησης, απλά διαφορετικοί τρόποι ερμηνείας των δομικών χαρακτηριστικών της δημιουργικής παραγωγής.

Στη παρούσα μελέτη θα υιοθετηθεί η προσέγγιση του UNCTAD<sup>16</sup> για τις δημιουργικές βιομηχανίες, η οποία έχει τη βάση της σε μια διευρυμένη έννοια της «δημιουργικότητας» και περιλαμβάνει περισσότερους κλάδους από άλλους ορισμούς. Σύμφωνα με την UNCTAD, οι δημιουργικές βιομηχανίες έχουν τα ακόλουθα **χαρακτηριστικά**<sup>17</sup>:

---

<sup>13</sup> Hartley 2005, 5.

<sup>14</sup> Λαζαρέτου 2014, 16.

<sup>15</sup> Ο.π.

<sup>16</sup> United Nations Conference on Trade and Development, βλ. Ιστοσελίδα οργανισμού <http://unctad.org/>

<sup>17</sup> UNCTAD, Creative Economy Report 2010, 8.

- Είναι οι κύκλοι της δημιουργίας, της παραγωγής και της διανομής των αγαθών και υπηρεσιών που χρησιμοποιούν τη δημιουργικότητα και το πνευματικό κεφάλαιο ως πρωταρχικές εισροές.
- Αποτελούν ένα σύνολο δραστηριοτήτων που βασίζονται στη γνώση, οι οποίες επικεντρώνονται - χωρίς να περιορίζονται - στις τέχνες, με πιθανό αποτέλεσμα τη δημιουργία εσόδων από το εμπόριο και τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας.
- Περιλαμβάνουν υλικά προϊόντα και άυλες διανοητικές ή καλλιτεχνικές υπηρεσίες με δημιουργικό περιεχόμενο, οικονομική αξία και αγοραστικούς στόχους.
- Βρίσκονται ανάμεσα στον καλλιτεχνικό, το βιομηχανικό και τον τομέα των υπηρεσιών.
- Αποτελούν έναν νέο δυναμικό τομέα του παγκόσμιου εμπορίου.

Σε συνέχεια του παραπάνω ορισμού, η UNCTAD κατατάσσει τις δημιουργικές βιομηχανίες σε **τέσσερις βασικές ομάδες**<sup>18</sup>:

α) *Πολιτιστική κληρονομιά*, η οποία περιλαμβάνει τις παραδοσιακές πολιτιστικές εκφράσεις και τους πολιτιστικούς χώρους (π.χ. αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία κλπ.)

β) *Τέχνες οπτικές* (ζωγραφική, γλυπτική, φωτογραφία) και παραστατικές (μουσική, θέατρο, χορός, όπερα)

γ) *Μέσα επικοινωνίας*, τα οποία παράγουν ένα δημιουργικό περιεχόμενο με στόχο να τον επικοινωνήσουν στο ευρύ κοινό.

- Εκδόσεις και έντυπα μέσα: βιβλία, τύπος κλπ
- Οπτικοακουστικά μέσα: κινηματογράφος, τηλεόραση, ραδιόφωνο κλπ.

δ) *Λειτουργικές δημιουργίες*, δηλαδή βιομηχανίες δημιουργίας αγαθών που καθοδηγούνται από τη ζήτηση και είναι προσανατολισμένες στην παροχή υπηρεσιών και βιομηχανίες με λειτουργικούς σκοπούς, όπως το Design, η αρχιτεκτονική και τα ψηφιακά νέα μέσα.

---

<sup>18</sup> Ο.π. 8-9.

Οι τρεις βασικές **κινητήριες δυνάμεις** που βρίσκονται πίσω από την ανάπτυξη των ΔΒ είναι η τεχνολογία, η ζήτηση για δημιουργικά προϊόντα και ο τουρισμός<sup>19</sup>. Πιο συγκεκριμένα, οι **τεχνολογικές μεταβολές στην επικοινωνία** και ιδιαίτερα η σύγκλιση των πολυμέσων με τις τηλεπικοινωνιακές τεχνολογίες έχουν οδηγήσει στην ενσωμάτωση των μέσων με τα οποία παράγεται, διανέμεται και καταναλώνεται το δημιουργικό περιεχόμενο, ενθαρρύνοντας μ' αυτό τον τρόπο νέες μορφές καλλιτεχνικής και δημιουργικής έκφρασης. Για παράδειγμα, η ψηφιακή τεχνολογία έχει επιφέρει τεράστια ανάπτυξη των μέσων με τα οποία μεταφέρεται το περιεχόμενο ενός προϊόντος στον καταναλωτή<sup>20</sup>. Παράλληλα, η απελευθέρωση ΜΜΕ και τηλεπικοινωνιών σε συνδυασμό με την ιδιωτικοποίηση των αντίστοιχων κρατικών επιχειρήσεων δημιουργούν νέες ευκαιρίες για ιδιωτικές επενδύσεις, με συνακόλουθες επιπτώσεις στην παραγωγή και την απασχόληση. Οι καταναλωτές ανταποκρινόμενοι θετικά στις αλλαγές, αυξάνουν τη **ζήτηση** για δημιουργικά προϊόντα<sup>21</sup>. Πρόκειται, όμως, για ένα νέο είδος καταναλωτή που επιδιώκει να είναι ενεργός συνδιαμορφωτής του περιεχομένου των προϊόντων που καταναλώνει. Ο τρίτος παράγοντας αύξησης των ΔΒ αφορά τον **πολιτιστικό τουρισμό**, καθώς οι τουρίστες αποτελούν σημαντικούς καταναλωτές των ψυχαγωγικών και πολιτιστικών υπηρεσιών μιας χώρας.

Οι **συνέπειες** της ανάπτυξης των ΔΒ γίνονται εμφανείς σε διάφορους τομείς. Μία από αυτές είναι η συμμετοχή των ΔΒ στην **παραγωγή και την κυκλοφορία συμβολικών περιεχομένων** (πληροφοριακών, ψυχαγωγικών ή άλλων) τα οποία επηρεάζουν αφενός την κατανόησή μας για τον κόσμο και αφετέρου τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνουμε την ιδιωτική μας ζωή. Αντίστοιχα σημαντική είναι και η ποσότητα χρόνου που αφιερώνεται στην απορρόφηση του περιεχομένου των ΔΒ<sup>22</sup>.

---

<sup>19</sup> Ό.π. 19-22.

<sup>20</sup> Όπως για παράδειγμα το video-on-demand, η παροχή τηλεοπτικών υπηρεσιών καλωδιακά, δορυφορικά, διαδικτυακά, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια κλπ.

<sup>21</sup> Ιδιαίτερα η νέα γενιά εξοικειώνεται ταχύτατα με τη νέα τεχνολογία της επικοινωνίας και πληροφορίας και αναδεικνύεται σε δυναμική αγορά που όχι μόνο καταναλώνει, αλλά με τη διαδραστική συμμετοχή της καθίσταται επίσης συμπαραγωγός και συνδιαμορφωτής του τελικού προϊόντος.

<sup>22</sup> Hesmondhalgh 2002, 3-7.

Σε εθνικό επίπεδο, οι ΔΒ δίνουν τη δυνατότητα στις χώρες να προβάλλουν τη μοναδική **πολιτιστική ταυτότητα** τους, ενώ αποτελούν και παράγοντες **οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής αλλαγής**. Έτσι, μπορούν να αποτελέσουν **πηγή οικονομικής ανάπτυξης** σε μια χώρα μέσα από τη δημιουργία εισοδήματος και θέσεων απασχόλησης και την αύξηση της συμμετοχής τους στο παγκόσμιο εμπόριο. Μπορούν, επίσης, να δημιουργήσουν ευκαιρίες αναβίωσης παρηκμασμένων αστικών περιοχών, ανάπτυξης απομακρυσμένων αγροτικών περιοχών, καθώς και να προωθήσουν τη διατήρηση της περιβαλλοντικής και πολιτιστικής κληρονομιάς μιας χώρας.

Ένας σημαντικός κοινωνικός αντίκτυπος των ΔΒ είναι η συμβολή τους στην **απασχόληση**. Οι ΔΒ είναι τομείς έντασης εργασίας και η απασχόληση σε αυτές απαιτεί εργατικό δυναμικό με ειδικές δεξιότητες και προσόντα υψηλού επιπέδου. Παράλληλα, η δημιουργική οικονομία προωθεί την κοινωνική ένταξη, την πολιτιστική πολυμορφία και την ανθρώπινη ανάπτυξη. Η δημιουργική οικονομία συνεισφέρει και στην **κοινωνική συνοχή** με πολιτιστικές δραστηριότητες σημαντικές για τη σύνδεση διαφόρων κοινωνικών ομάδων σε ομάδες. Επιπλέον, η δημιουργική δραστηριότητα μπορεί να αποδειχθεί σημαντική για την ατομική υγεία και την ψυχική ευεξία. Τέλος, και δεδομένου ότι πολλές γυναίκες εργάζονται στην παραγωγή των έργων τέχνης, στη μόδα ή τη διοργάνωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων, η δημιουργική οικονομία μπορεί να διαδραματίσει καταλυτικό ρόλο στην προώθηση της ισόρροπης εκπροσώπησης των φύλων στο δημιουργικό εργατικό δυναμικό.

Σε καθαρά **οικονομικό** επίπεδο, ο υπολογισμός της αξίας των ΔΒ και η συνεισφορά τους στις εθνικές οικονομίες μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσα από τη μελέτη στοιχείων των Εθνικών Λογαριασμών, όπως η αξίας των αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται από τις ΔΒ, η κατανάλωση των νοικοκυριών για πολιτιστικά αγαθά και τα εισοδήματα που δημιουργούνται στις εν λόγω βιομηχανίες.

#### **B.1.4. Πολιτική για τις Δημιουργικές Βιομηχανίες – ο ρόλος του κράτους**

Όπως προκύπτει από τις προηγούμενες ενότητες, οι δημιουργικές βιομηχανίες μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην οικονομική, πολιτιστική και κοινωνική ανάπτυξη μιας χώρας. Όμως, προαπαιτούμενα για την ανάπτυξη των ίδιων των ΔΒ είναι τα ακόλουθα<sup>23</sup>:

- α) Τεχνολογία: εφαρμοσμένη ανθρώπινη γνώση.
- β) Ταλέντο: ανθρώπινο κεφάλαιο<sup>24</sup>.
- γ) Ανεκτικότητα: άρση κάθε εμποδίου που περιορίζει την πρόσβαση και τη συμμετοχή του πολίτη στην κοινωνία της γνώσης, της πληροφορίας και της καινοτομίας.
- δ) Επιλογή χώρου εγκατάστασης.
- ε) Πειραματισμός: εμπειρία από τη διαρκή εισαγωγή νέων ιδεών, προϊόντων και διαδικασιών παραγωγής.
- στ) Δημόσια πολιτική διαχείρισης του πολιτιστικού κεφαλαίου.

Επομένως, η διαμόρφωση μιας συγκεκριμένης **πολιτιστικής πολιτικής** με τις κατάλληλες κυβερνητικές δράσεις σε εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο και τη διεθνή συνεργασία είναι **αναγκαία** για την ενίσχυση των δημιουργικών βιομηχανιών. Ωστόσο, δεν πρέπει να αμεληθεί ένα μεγάλο κομμάτι της επιστημονικής συζήτησης, το οποίο αφορά στη **νομιμοποίηση του κράτους να παρεμβαίνει** στη δημιουργική οικονομία και μάλιστα δεδομένης της στενότητας των δημοσίων πόρων<sup>25</sup>. Δεν είναι αντικείμενο της παρούσας μελέτης να συζητηθεί κατά πόσο είναι εύλογη μια κρατική παρέμβαση στον πολιτισμό και την οικονομία γενικότερα. Σε γενικές γραμμές, **η κρατική παρέμβαση** μέσα από μια πολιτιστική πολιτική **δικαιολογείται** λόγω της φύσης των πολιτιστικών αγαθών: έχουν σε μεγάλο βαθμό τον χαρακτήρα «**δημόσιου αγαθού**» και παρουσιάζουν πολλές **εξωτερικές οικονομίες**, όπως

---

<sup>23</sup> Λαζαρέτου 2014, 20.

<sup>24</sup> Ένα άλλο σημαντικό προαπαιτούμενο είναι οι «δημιουργικοί εργαζόμενοι», που χαρακτηρίζονται από α) διαφοροποίηση, εξειδίκευση, ανεξάρτητη σκέψη, ποιοτική εκπαίδευση και διά βίου κατάρτιση, β) υψηλή κινητικότητα μεταξύ επαγγελματών και γεωγραφικών περιοχών, γ) πολλαπλή απασχόληση και ταύτιση ρόλων εργαζομένου-δημιουργού-παραγωγού-επιχειρηματία, δ) αποδυνάμωση των συλλογικών-συντεχνιακών σχηματισμών και ενώσεων στην αγορά εργασίας και ε) μείωση της εξάρτησης από παραδοσιακά χαρακτηριστικά όπως η κοινωνική τάξη και η καταγωγή, βλ. Λαζαρέτου 2014, 20.

<sup>25</sup> Παχάκη et al. 2000, 34-38.



η τοπική ανάπτυξη<sup>26</sup>, η βελτίωση της ποιότητας ζωής και της απόδοσης σε άλλους τομείς δραστηριότητας και η δημιουργία του άυλου κοινωνικού κεφαλαίου της παράδοσης.

Πολλά κράτη και διεθνείς οργανισμοί έχουν αναπτύξει σχετικές πολιτικές για τη στήριξη των ΔΒ. Αν και **το πεδίο εφαρμογής της πολιτιστικής πολιτικής διαφέρει** σε κάθε χώρα, από μια πολιτική για τις τέχνες ή/και την πολιτιστική κληρονομιά, πλέον ο όρος έχει διευρυνθεί τόσο ώστε να περιλαμβάνει όλες τις διαφορετικές διαστάσεις της δημιουργικής οικονομίας. Η κάθε χώρα έχει τις δικές της ανάγκες και το δικό της πολιτιστικό και δημιουργικό κεφάλαιο το οποίο επιθυμεί να αναπτύξει και να προστατέψει, επομένως **δεν υπάρχει μια ενιαία πολιτιστική πολιτική** που να ταιριάζει σε κάθε περίπτωση. Ωστόσο, οι κυβερνήσεις μπορούν να παρέμβουν στις ΔΒ με 3 τρόπους<sup>27</sup>:

- Νομοθετώντας για θέματα όπως ο ανταγωνισμός, οι συμβάσεις, και δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας,
- Δημιουργώντας συγκεκριμένους οργανισμούς, οι οποίοι έχουν υπό την εποπτεία και τον έλεγχό τους ένα συγκεκριμένο βιομηχανικό τομέα
- Παρέχοντας άμεσες και έμμεσες επιδοτήσεις.

Σύμφωνα με **μελέτη της UNESCO**, η κρατική πολιτική πρέπει να επικεντρωθεί στους ακόλουθους τομείς, προκειμένου να ενισχυθούν οι δημιουργικές οικονομίες μιας χώρας. Αυτοί οι τομείς περιλαμβάνουν την πρόβλεψη για παροχή υποδομής<sup>28</sup>, παροχή χρηματοδότησης και επενδύσεων<sup>29</sup>, δημιουργία

---

<sup>26</sup> Δημιουργεί γόητρο για τον τόπο και τη συνακόλουθη έλξη και άλλων δραστηριοτήτων (τοπική ανάπτυξη).

<sup>27</sup> Hesmondalgh 2002, 108.

<sup>28</sup> Οι δημιουργικές βιομηχανίες χρειάζονται οικονομικά προσιτή πρόσβαση σε έναν κατάλληλο για εγκατάσταση χώρο, καλές υποδομές μεταφορών και πρόσβαση στην τεχνολογία της πληροφορίας και της επικοινωνίας (ΤΠΕ).

<sup>29</sup> Η δημόσια χρηματοδότηση και οι επενδύσεις στη δημιουργική οικονομία επεκτείνονται πέρα από τα υπουργεία πολιτισμού και προϋποθέτουν τη συμμετοχή και άλλων υπουργείων, όπως εκείνα που είναι υπεύθυνα για τη βιομηχανική ανάπτυξη, τη τεχνολογία και τη χρηματοδότηση. Σε αντίθεση με τον πολιτιστικό τομέα, ο οποίος βασίζεται κυρίως στη δημόσια χρηματοδότηση, οι δημιουργικές βιομηχανίες είναι περισσότερο καθοδηγούμενες από την αγορά. Ως εκ τούτου, οι επιχειρηματίες των δημιουργικών βιομηχανιών πρέπει να είναι πιο δραστήριοι όσον αφορά στην αντιμετώπιση των εμπορικών τραπεζών και των ιδιωτών επενδυτών, παρά να βασίζονται στις κρατικές επιδοτήσεις.

θεσμικών μηχανισμών<sup>30</sup> και ενός κατάλληλου κανονιστικού πλαισίου<sup>31</sup>, την ανάπτυξη των εξαγωγικών αγορών<sup>32</sup>, τη δημιουργία clusters<sup>33</sup> και ενός μηχανισμού για την αποτελεσματική συλλογή δεδομένων και ανάλυσης.

Μια άλλη ολοκληρωμένη στρατηγική σχεδιασμού πολιτικών, όπως αυτή που προτείνεται από ομάδα εμπειρογνομόνων της Ε.Ε.<sup>34</sup>, ορίζει τα ακόλουθα απαραίτητα βήματα για μια όσο το δυνατόν αποτελεσματικότερη πολιτική ανάπτυξης των ΔΒ:

α) *Δημιουργία κατάλληλων συνθηκών για ένα λειτουργικό περιβάλλον για τις ΔΒ* με τη βοήθεια των ακόλουθων δράσεων:

- Χαρτογράφηση των οικονομικών και επιχειρηματικών χαρακτηριστικών των ΔΒ σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο<sup>35</sup>.
- Χτίσιμο θεσμικών πλαισίων και στρατηγικών συνεργασιών, οι οποίες βοηθούν στη δικτύωση των ενδιαφερομένων επιχειρήσεων και στην προώθηση των συμφερόντων τους κατά το σχεδιασμό των σχετικών πολιτικών.
- Ευαισθητοποίηση του κοινού για τη σημασία των ΔΒ.

---

<sup>30</sup> Υπάρχει η ανάγκη για ένα λειτουργικό και ευέλικτο θεσμικό μηχανισμό που θα διευκολύνει την εκπόνηση και εφαρμογή ενός μακροπρόθεσμου σχεδίου δράσης για την ενίσχυση της δημιουργικής οικονομίας.

<sup>31</sup> Απαραίτητη είναι και η δημιουργία ή μεταρρύθμιση των ρυθμιστικών και θεσμικών πλαισίων, ώστε αυτά να είναι ευνοϊκά για την υποστήριξη της ανάπτυξης των δημιουργικών βιομηχανιών. Η νομοθεσία οφείλει να ρυθμίζει ένα ευρύ φάσμα πολύπλοκων θεμάτων, όπως η πνευματική ιδιοκτησία, το φορολογικό καθεστώς, η νομισματική και συναλλαγματική πολιτική, η ανταγωνιστικότητα και η κοινωνική ασφάλιση των εργαζομένων.

<sup>32</sup> Σχεδιασμός εξειδικευμένων εξαγωγικών στρατηγικών για τους πιο ανταγωνιστικούς τομείς των εγχώριων δημιουργικών βιομηχανιών.

<sup>33</sup> Κάθε δημιουργική βιομηχανία έχει τις ιδιαίτερες ανάγκες της, τη δική της ταυτότητα και τους τρόπους οργάνωσης της. Έτσι, η συμβολή των εργαζομένων στην ανάπτυξη των δημιουργικών βιομηχανιών μπορεί να βελτιστοποιηθεί μέσω μιας εθνικής και περιφερειακής συνεργασίας στο πλαίσιο της στρατηγικής των clusters, δηλαδή ενός συστήματος δικτύωσης των ανεξάρτητων μονάδων, το οποίο βελτιστοποιεί τη λειτουργία της κάθε μονάδας και των δυνατοτήτων της, αντί να τις εκμεταλλεύεται. Ένα cluster συγκεντρώνει άτομα και ομάδες που κατασκευάζουν μεν ανταγωνιζόμενα προϊόντα, αλλά πρέπει επίσης να συνεργαστούν στο ευρύτερο πλαίσιο των δημιουργικών βιομηχανιών.

<sup>34</sup> Αυδίκος 2014, 165-172.

<sup>35</sup> Αριθμός επιχειρήσεων, μέγεθος απασχόλησης, εξαγωγές και εισαγωγές πολιτιστικών αγαθών. Συνήθως οι χαρτογραφήσεις περιλαμβάνουν αναλύσεις SWOT, δηλαδή τα δυνατά σημεία, τα αδύνατα, τις ευκαιρίες και τις απειλές για το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον ενός κλάδου, προκειμένου να εξαχθεί μια συνολική εικόνα του κάθε κλάδου για την οικονομία του και τη χωρική του διάρθρωση.

- Χάραξη ξεχωριστών πολιτικών για κάθε κλάδο των ΔΒ ή ενσωμάτωση τους σε ευρύτερες στρατηγικές τοπικής ή εθνικής ανάπτυξης.

β) *Ενδυνάμωση και ανάπτυξη των ΔΒ, αύξηση της ανταγωνιστικότητας και ενίσχυση της εξαγωγικής δυναμικής των επιχειρήσεων.*

- Ενίσχυση των ικανοτήτων των δημιουργικών εργαζομένων πάνω στη διαχείριση των πληροφοριακών συστημάτων και του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και στην προώθηση των προϊόντων που παράγουν.
- Ενίσχυση των υποδομών των δημιουργικών επιχειρήσεων – μεταξύ άλλων μέσω της δημιουργίας «θερμοκοιτίδων» δημιουργικών επιχειρήσεων ή δημιουργικών συσπειρώσεων (creative clusters)
- Δικτύωση των επιχειρήσεων ώστε να μπορούν να συνεργάζονται στη διαδικασία παραγωγής ενός πολιτιστικού αγαθού και να μοιράζονται εμπειρίες και νέα γνώση, όσον αφορά στις συνθήκες και τάσεις των δημιουργικών αγορών.
- Ευκολότερη πρόσβαση στο δανεισμό, λόγω του μεγάλου επιχειρηματικού ρίσκου που αναλαμβάνουν<sup>36</sup>. Επομένως ο ρόλος του δημοσίου είναι σημαντικός για την ανάπτυξη είτε μέσω εγγυοδοτικών μηχανισμών είτε μέσα από συμπράξεις με ιδιωτικούς φορείς.

γ) *Διάχυση της δυναμικής τους στην υπόλοιπη οικονομία και κοινωνία:*

- Αύξηση της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων μέσα από τη διάχυση των καινοτόμων πρακτικών.
- Τόνωση της τοπικής οικονομίας μέσω του πολιτιστικού τουρισμού και της ελκυστικότητας μιας πόλης μέσω της ανάπτυξης των ΔΒ (city branding).
- Ποιότητα ζωής στις πόλεις.
- Προστασία του περιβάλλοντος.

---

<sup>36</sup> Ο κίνδυνος προέρχεται από το γεγονός ότι το κοινό χρησιμοποιεί τα δημιουργικά προϊόντα με εξαιρετικά ασταθείς και απρόβλεπτους τρόπους, όπως για να εκφράσει τη διαφοροποίησή τους από τους άλλους ανθρώπους. Οι κίνδυνοι που πηγάζουν από την κατανάλωση, επιδεινώνονται από 2 επιπλέον παράγοντες, οι οποίοι συνδέονται με την παραγωγή: α) οι εταιρείες προσφέρουν στους συμβολικούς δημιουργούς μια ορισμένη αυτονομία, προκειμένου οι δεύτεροι να δημιουργήσουν κάτι τόσο πρωτότυπο και ξεχωριστό που θα έχει επιτυχία. Όμως αυτό σημαίνει ότι οι πολιτιστικές εταιρείες εμπλέκονται σε έναν διαρκή αγώνα ώστε να ελέγχουν ποια θα είναι η τελική ιδέα των συμβολικών δημιουργών. β) Κάθε εταιρεία εξαρτάται από άλλες, προκειμένου να γίνει γνωστό στο κοινό η ύπαρξη των νέων προϊόντων. Hesmondalgh 2002, 18.

Άλλα **συμπληρωματικά μέτρα** για την τόνωση της δημιουργικής οικονομίας και την ενίσχυση της σύνδεσης μεταξύ των κοινωνικών, πολιτιστικών και οικονομικών πτυχών της λειτουργίας τους μπορεί να περιλαμβάνουν τις φορολογικές ελαφρύνσεις ή επενδυτικές επιδοτήσεις σε καλλιτέχνες και ΔΒ με εξαγωγική δύναμη και μέτρα που αφορούν το εξωτερικό εμπόριο (ποσοστώσεις εισαγωγής, κλπ.), τη διεθνή συνεργασία (πολιτιστικές ανταλλαγές, πολιτιστική διπλωματία) και την κοινωνική πρόνοια για την προστασία της πολιτιστικής πολυμορφίας.

Η **αποτελεσματικότητά** μιας πολιτικής εξαρτάται από διάφορους παράγοντες και οφείλει να περιορίζεται από ορισμένες κατευθυντήριες οδηγίες<sup>37</sup>. Για παράδειγμα, η κρατική παρέμβαση δεν πρέπει να έχει χαρακτήρα υπαγόρευσης ή απαγόρευσης αισθητικών προτιμήσεων. Εφόσον κάθε κυβέρνηση **καθορίσει τους στόχους** της πολιτιστικής πολιτικής που θέλει να επιτύχει, μπορεί να προχωρήσει στην **επιλογή των κατάλληλων μέτρων** και έπειτα σειρά έχει ο **έλεγχος των αποτελεσμάτων** και η **αξιολόγηση** τους.

Εξίσου σημαντική παράμετρος είναι ο σαφής ορισμός του ρόλου και των ευθυνών όλων των επιμέρους δρώντων, με την **κυβέρνηση** να λειτουργεί ως **διαμεσολαβητής και συντονιστής**. Στο πλαίσιο του ρόλου της κυβέρνησης εντάσσεται και η ανάγκη για μια συντονισμένη διυπουργική πολιτική λόγω της πολυδιάστατης και διατομεακής φύσης της δημιουργικής οικονομίας, η οποία εκτείνεται σε ένα ευρύ φάσμα τομέων πολιτικής ευθύνης και κρατικής διοίκησης, όπως η οικονομική ανάπτυξη, το εμπόριο, η τοπική ανάπτυξη, η απασχόληση, οι εσωτερικές και εξωτερικές επενδύσεις, η τεχνολογία και η επικοινωνία<sup>38</sup>, ο πολιτισμός, ο τουρισμός<sup>39</sup>, η εκπαίδευση, η κοινωνική πρόνοια. Επομένως, μια αποτελεσματική πολιτική για τις δημιουργικές βιομηχανίες

---

<sup>37</sup> Παχάκη et al. 2000, 38-41

<sup>38</sup> Δεδομένης της σημασίας των νέων τεχνολογιών της επικοινωνίας στην ανάπτυξη του δημιουργικού τομέα, η κανονιστική ρύθμιση (ή απορύθμιση) των τηλεφωνικών υπηρεσιών, του Διαδικτύου, τη ευρυζωνικότητας, των δορυφορικών επικοινωνιών κλπ., έχει σημαντικές επιπτώσεις για τις δημιουργικές βιομηχανίες.

<sup>39</sup> Σε αρκετές χώρες, παρατηρείται μια στενή διασύνδεση μεταξύ των δημιουργικών βιομηχανιών - ιδίως όσον αφορά στις παραστατικές και εικαστικές τέχνες και την πολιτιστική κληρονομιά - και της συμβολής του τουρισμού στην οικονομική βιωσιμότητα των πόλεων και των περιφερειών.

προϋποθέτει τη συνεργασία με τα αντίστοιχα υπουργεία (π.χ. οικονομικών, ανάπτυξης, παιδείας, πολιτισμού κλπ), προκειμένου να αποφευχθεί ο κίνδυνος των αντιφατικών επιπτώσεων των αποσπασματικών μέτρων. Εκτός από τους δημόσιους φορείς, στην ανάπτυξη των δημιουργικών βιομηχανιών εμπλέκονται και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, οι απόψεις των οποίων θα πρέπει να συνυπολογίζονται. Τέτοια είναι ο ευρύτερος δημόσιος τομέας<sup>40</sup>, ο ιδιωτικός τομέας που περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα εμπορικών δραστηριοτήτων σε όλους τους τομείς του πολιτισμού και της δημιουργικής παραγωγής και διανομής, μη κερδοσκοπικοί φορείς<sup>41</sup> και η κοινωνία πολιτών<sup>42</sup>.

Τέτοιες πολιτικές **στοχεύουν** στη μεγέθυνση της οικονομικής συνεισφοράς στις εθνικές και περιφερειακές οικονομίες, την αύξηση των εξαγωγών των δημιουργικών αγαθών, τη διάχυση καινοτόμων πρακτικών στην υπόλοιπη οικονομία, τη διακρατική κινητικότητα του δημιουργικού εργατικού δυναμικού, τη διευκόλυνση της πρόσβασης του κοινού και την κοινωνική ενσωμάτωση ασθενέστερων κοινωνικών ομάδων μέσω της συμμετοχής τους στη δημιουργική παραγωγή.<sup>43</sup>

---

<sup>40</sup> Δημόσια πολιτιστικά ιδρύματα, όπως τα μουσεία και οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί κ.ά.

<sup>41</sup> Θεατρικές και ομάδες χορού, φεστιβάλ, ορχήστρες και λοιπά μουσικά σύνολα, ορισμένα από τα οποία μπορεί να λαμβάνουν κρατικές οικονομικές επιχορηγήσεις.

<sup>42</sup> Μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ), ιδρύματα, πανεπιστήμια, καλλιτεχνικές και επαγγελματικές ενώσεις δημιουργών, κλαδικές οργανώσεις κλπ.

<sup>43</sup> Αυδίκος 2014, 163.

## **B.2. Η Δημιουργική Βιομηχανία του Κινηματογράφου**

Η βιομηχανία του κινηματογράφου αποτελεί έναν σημαντικό κλάδο των ΔΒ και συνήθως εντάσσεται στην ευρύτερη κατηγορία των μέσων επικοινωνίας (**οπτικοακουστικά μέσα**). Ο κινηματογράφος αναδύθηκε από μια νέα τεχνολογική εφεύρεση (1895) και αναπτύχθηκε «από τη γέννηση του και καθ' όλη την μετέπειτα πορεία του, –όχι πάντα ισόρροπα, οπωσδήποτε όμως ταυτόχρονα- ως ένα **νέο ΜΜΕ** και ως **νέα τέχνη**<sup>44</sup>». Ως μορφή τέχνης, η διαδικασία παραγωγής του ακολουθεί τους κανόνες της καλλιτεχνικής διαδικασίας, ενώ παράλληλα υπόκειται και στις αρχές της κρατούσας κλασικής πολιτικής οικονομίας και της κριτικής πολιτικής οικονομίας<sup>45</sup>.

Από τα πρώτα κίβλα βήματά του<sup>46</sup>, ο κινηματογράφος εξελίχθηκε σε μέσο μαζικής επικοινωνίας λόγω της **βιομηχανικής του οργάνωσης**. Η υψηλή εκβιομηχάνιση της κινηματογραφικής διαδικασίας ήταν απαραίτητη προκειμένου να κατασταθεί δυνατή η μαζική παραγωγή ταινιών και η εμπορευματοποίησή τους σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, εφόσον το μεγάλο κόστος παραγωγής μιας ταινίας σε αντιδιαστολή με το μικρό αντάλλαγμα μίσθωσής της στον θεατή δεν θα επέτρεπε διαφορετικά τη μαζική παραγωγή ταινιών και το άνοιγμα σε μεγάλες αγορές<sup>47</sup>.

### **B.2.1. Παραγωγική διαδικασία**

Σε κάθε είδος βιομηχανικής παραγωγής, συναντάμε τρεις κλάδους: την παραγωγή, τη διανομή και την κατανάλωση. Η οικονομική εκμετάλλευση του κινηματογράφου άρχισε περίπου στο 1895-9 με τα ίδια άτομα να είναι υπεύθυνα για την παραγωγή και εκμετάλλευση των ταινιών τους. Ο κλάδος της διανομής αναπτύσσεται λίγο αργότερα, το 1902-7 και συνέβαλε στην ταχύτερη ανάπτυξη της κινηματογραφικής βιοτεχνίας σε βιομηχανία. Ιδιαίτερο

---

<sup>44</sup> Κολοβός 1999, 14.

<sup>45</sup> Ό.π. 97: Οι αρχές της κλασικής ή κρατούσας πολιτικής οικονομίας αφορούν στη συσσώρευση κεφαλαίου, το εμπόρευμα και την αξία του (χρήσης και ανταλλαγής). Οι αρχές της κριτικής πολιτικής οικονομίας αναφέρονται στις σχέσεις εξουσίας τις οποίες συνιστούν η παραγωγή, η διανομή και η κατανάλωση των πόρων.

<sup>46</sup> Η ιστορία του κινηματογράφου ως εμπορικής επιχείρησης ξεκίνησε στις 28 Δεκεμβρίου του 1895 στο Γκραν-Καφέ στο Παρίσι, όπου οι αδελφοί Λυμιέρ από τη Λυόν οργάνωσαν την πρώτη δημόσια κινηματογραφική προβολή για το κοινό με εισιτήριο ένα φράγκο, βλ. Ρήντερ, 1985, 7.

<sup>47</sup> Κολοβός 1999, 35-36.

ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι οι τρεις κλάδοι συνεργάζονται για τη δημιουργία μιας ταινίας, «συναγωνίζονται» όμως στη διανομή των εσόδων. Συνεπώς, δημιουργείται μια «**αλυσιδωτή συνεργασία**» κατά την οποία ο παραγωγός ολοκληρώνει την υλική κατασκευή του προϊόντος, το οποίο ο διανομέας θα διαθέσει στον εκμεταλλευτή, δηλαδή τον μισθωτή της ταινίας. Ο τελευταίος είναι εκείνος που θα «πουλήσει» την προβολή της ταινίας στον θεατή με αντίτιμο το εισιτήριο.

Ο κλάδος της **παραγωγής** περιλαμβάνει τα στάδια της προ-παραγωγής, της παραγωγής και του postproduction<sup>48</sup>, στα οποία μετέχει μια πολυάριθμη ομάδα ανθρώπων<sup>49</sup>. Κατά την παραγωγή<sup>50</sup> ενός κινηματογραφικού έργου, οι καλλιτέχνες επηρεάζουν την ποιότητά του ως έργο τέχνης με ορισμένη αξία χρήσης, ενώ οι υπόλοιποι φροντίζουν για την άρτια κατασκευή του έργου ως εμπόρευμα με συγκεκριμένη ανταλλακτική αξία<sup>51</sup>. Προκειμένου να πραγματοποιηθεί η πρόταση για την παραγωγή μιας ταινίας, ελέγχεται και εκτιμάται η δυναμική της αγοράς, η διαθεσιμότητα των συνεργατών-συντελεστών και η ύπαρξη ενός «λογικού» προϋπολογισμού. Στη συνέχεια αναζητούνται οι **τρόποι χρηματοδότησης**:

- Ιδιωτική χρηματοδότηση
- Δανεισμός από τράπεζες ή άλλους οργανισμούς
- Κυβερνητική χρηματοδότηση ή/και επιχορήγηση (εγχώρια ή αλλοδαπή)
- Συμπαράγωγή με εγχώριες ή αλλοδαπές εταιρείες
- Χρηματοδότηση από διανομέα ή εκμεταλλευτή της ταινίας.

---

<sup>48</sup> Το στάδιο της προ-παραγωγής περιλαμβάνει τη γραφή σεναρίου, το ντεκουπάζ, την ανίχνευση των χώρων των γυρισμάτων, τη σύναψη συμβολαίων χρηματοδότησης και παροχής εργασίας ή αγοράς υλικών κλπ. Η κυρίως παραγωγή περιλαμβάνει τα γυρίσματα, τη διδασκαλία των ηθοποιών, την καταγραφή ήχων, ενώ το τελευταίο στάδιο του postproduction την εμφάνιση αρνητικού φιλμ, την επεξεργασία του μοντάζ, την εγγραφή ήχων και την έκδοση αντιτύπων.

<sup>49</sup> Η ομάδα της παραγωγής συγκροτείται από τον σκηνοθέτη και τους βοηθούς του, τον εξουσιοδοτημένο παραγωγό, τον εκτελεστή παραγωγό, τον συμπαραγωγό, τον βοηθό παραγωγό και τους συνεργάτες τους, τον σεναριογράφο, τον διευθυντή φωτογραφίας, τον εικονολήπτη, τους ηλεκτρολόγους και τους βοηθούς τους, τον μακιγιέρ, τους ηθοποιούς, τον ηχολήπτη, τους μουσικούς, τον σκηνογράφο, τον φωτογράφο, τον εμφανιστή, τον υπεύθυνο για το μοντάζ, τον επεξεργαστή και αναμείκτη του ήχου κ.ά. Περιλαμβάνει καλλιτέχνες, τεχνικούς, οικονομικούς συμβούλους, λογιστές, απλούς χειρώνακτες κ.ά.

<sup>50</sup> Έχουν επικρατήσει δύο μοντέλα παραγωγής, το αμερικανικό και το ευρωπαϊκό. Στο πρώτο η παραγωγή στηρίζεται στο δίπολο μεγάλων ενοποιημένων εταιρειών - μικρών και ανεξάρτητων εταιρειών ή ατόμων. Στο ευρωπαϊκό μοντέλο κυριαρχούν κατά κύριο λόγο οι ανεξάρτητες παραγωγές, οι οποίες όμως στηρίζονται από τα εθνικά τηλεοπτικά δίκτυα και τις εθνικές ή ευρωπαϊκές χρηματοδοτήσεις, βλ. Κολοβός 1999, 181-196.

<sup>51</sup> Ό.π. 179.

Όπως ήδη αναφέρθηκε, στα πρώτα στάδια της κινηματογραφικής βιομηχανίας, ο παραγωγός πωλούσε τις ταινίες απευθείας στον εκμεταλλευτή. Το ενδιάμεσο στάδιο της **διανομής**<sup>52</sup> δημιουργήθηκε αργότερα και οφείλεται στην γρήγορη διάδοση του κινηματογράφου ως θεάματος, την αύξηση του κόστους παραγωγής, την εμφάνιση πολλών μονάδων παραγωγής, τη διαφοροποίηση του προϊόντος-ταινία και την πλατιά ανάπτυξη της παγκόσμιας κινηματογραφικής αγοράς. Οι αρμοδιότητες του κλάδου της διανομής περιλαμβάνουν την προώθηση στις επιχειρήσεις εκμετάλλευσης, τη συγκέντρωση των εισπράξεων και την απόδοσή τους στον εκμεταλλευτή και στον παραγωγό μετά την αφαίρεση του δικού του μεριδίου, ενώ μπορεί να συμμετάσχει και στην χρηματοδότηση της παραγωγής.

Ο τρίτος κλάδος της **εκμετάλλευσης**<sup>53</sup> είναι υπεύθυνος για τη διάθεση του χώρου προβολής της ταινίας, πραγματοποιεί μια περιορισμένη διαφημιστική εκστρατεία για την προώθησή της και βρίσκεται σε άμεση σχέση με τους θεατές. Μετά τον Β' Π.Π. εμφανίζεται και ο κλάδος του **μάρκετινγκ**<sup>54</sup>, ο οποίος συνδέεται με τους υπόλοιπους και περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες που παρεμβάλλονται μεταξύ παραγωγής ή/και διανομής και εκμετάλλευσης μιας ταινίας και του θεατή-καταναλωτή. Περιλαμβάνει τη διαφήμιση, την έρευνα αγοράς, τις δημόσιες σχέσεις, τους υλικούς τρόπους διανομής, τις συμφωνίες ή διαπραγματεύσεις μίσθωσης ή πώλησης και άλλες πράξεις διευκόλυνσης της κυκλοφορίας του προϊόντος-ταινία. Σκοπός του είναι η ενημέρωση του μελλοντικού κοινού της ταινίας και η παρακίνηση του να την παρακολουθήσει.

Τα **έσοδα** της κινηματογραφικής βιομηχανίας προέρχονται από τις πωλήσεις εισιτηρίων στους κινηματογράφους της εγχώριας αγοράς και του εξωτερικού, από τα δικαιώματα χρήσης της μουσικής, της χρήσης στην τηλεόραση, τη δορυφορική μετάδοση, το βίντεο και το Διαδίκτυο, από την πώληση σχετικών με την ταινία εμπορευμάτων, τις ενοικιάσεις CD και DVD, καθώς και από τα πνευματικά δικαιώματα για την αναπαραγωγή.

---

<sup>52</sup> Ό.π. 205-217.

<sup>53</sup> Ό.π. 217-233.

<sup>54</sup> Ό.π. 233-238.



### **B.2.2. Παράγοντες ανάπτυξης της κινηματογραφικής βιομηχανίας**

Στο προηγούμενο κεφάλαιο έγινε αναφορά στους τρεις παράγοντες που δίνουν ώθηση στην ανάπτυξη των ΔΒ: τη τεχνολογία, τη ζήτηση και τον τουρισμό. Στη παρούσα ενότητα θα εξεταστεί η σχέση της κινηματογραφικής βιομηχανίας με κάθε ένα από τους προαναφερθέντες παράγοντες ξεχωριστά.

Ξεκινώντας από την **τεχνολογική διάσταση** της ανάπτυξης του κινηματογράφου, διαπιστώνεται ότι αυτή παρουσιάζει ιδιαίτερη σημασία για την εξελικτική του πορεία, αφού η είσοδος στην ψηφιοποιημένη εποχή έχει διαφοροποιήσει την κινηματογραφική παραγωγή: από την εποχή της τεχνικής αναπαραγωγιμότητας έχει περάσει σε αυτήν της ηλεκτρονικής<sup>55</sup>. Οι πρωτοποριακές δυνατότητες που προσφέρουν οι ψηφιακές τεχνολογίες αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιούνται οι ταινίες σε όλα τα στάδια της παραγωγής τους και επηρεάζουν τόσο την αισθητική, όσο και την οικονομία του κινηματογράφου<sup>56</sup>. Επιπλέον, η σύγκλιση του κινηματογράφου με τη τηλεόραση και το διαδίκτυο επιδρά και στους υπόλοιπους κλάδους της παραγωγής ταινιών, δηλαδή τη διανομή, την προβολή και το μάρκετινγκ των ταινιών<sup>57</sup>. Για παράδειγμα, η αύξηση της παραγωγής ψηφιακών φιλμ επιτρέπει την επίτευξη οικονομιών κλίμακας, εφόσον μειώνει το κόστος των αντιγράφων και διευκολύνει τη διανομή ταινιών σε παγκόσμιο επίπεδο. Παράλληλα, δίνεται η ευκαιρία στους παραγωγούς ταινιών στις αναπτυσσόμενες χώρες να αυξήσουν το μερίδιό τους στην αγορά, ενισχύοντας έτσι και τη πολιτιστική πολυμορφία. Επιπλέον, η ψηφιοποίηση της παραγωγής ταινιών και η προβολή τους σε ψηφιακούς κινηματογράφους υπήρξε ένας από τους κύριους λόγους που ο κινηματογράφος συνέχισε να προσελκύει το κοινό. Από το 2010 (έτος κατά το οποίο κυκλοφόρησε η ταινία *Avatar*), ο αριθμός των ψηφιακών κινηματογράφων αυξήθηκε κατακόρυφα, ιδιαίτερα στις ανεπτυγμένες χώρες. Στον Πίνακα 1 φαίνεται η απότομη αύξηση του αριθμού των ψηφιακών κινηματογράφων από 6.707 το 2005, σε 55.442 το 2011, δηλαδή μια αύξηση της τάξης του 726%.

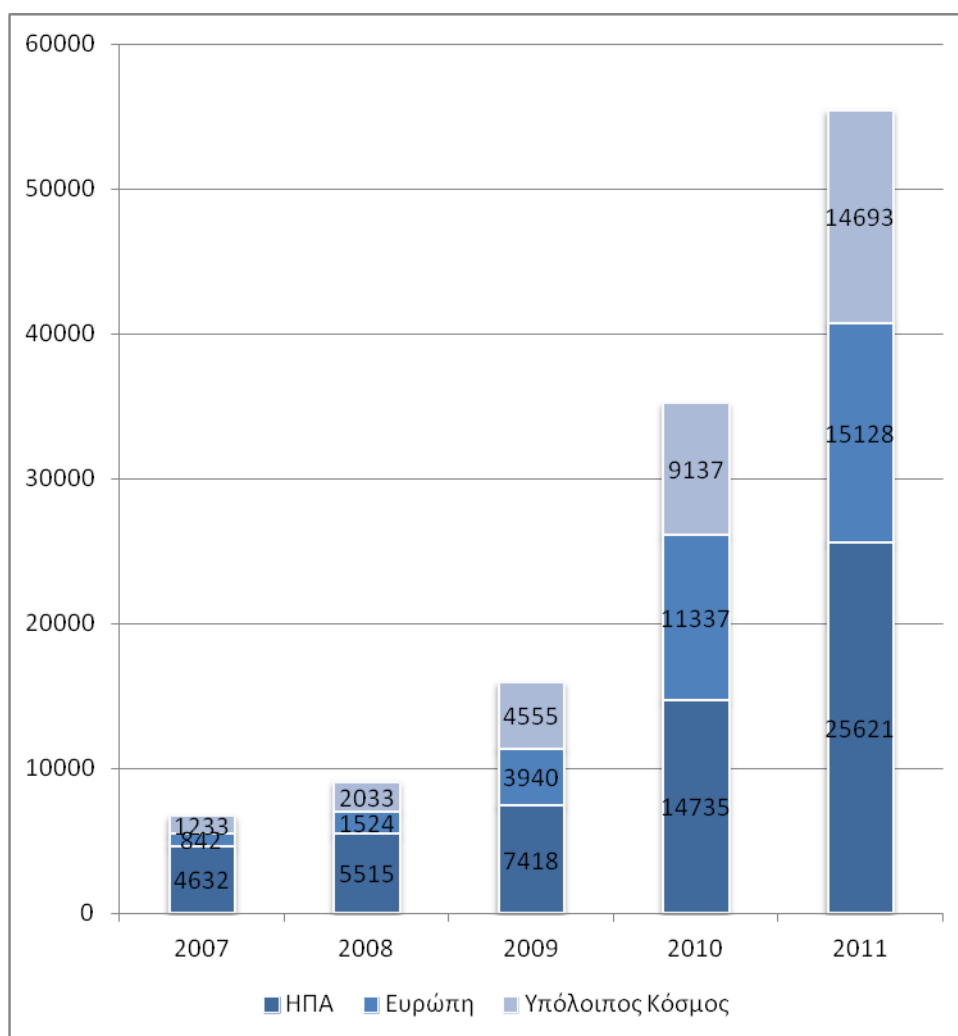
---

<sup>55</sup> Για το ρόλο της τεχνολογίας στον κινηματογράφο βλ. Κολοβό 1999, 39-42.

<sup>56</sup> Γιώτη 2002, 3.

<sup>57</sup> Κατσουνάκη 2006.

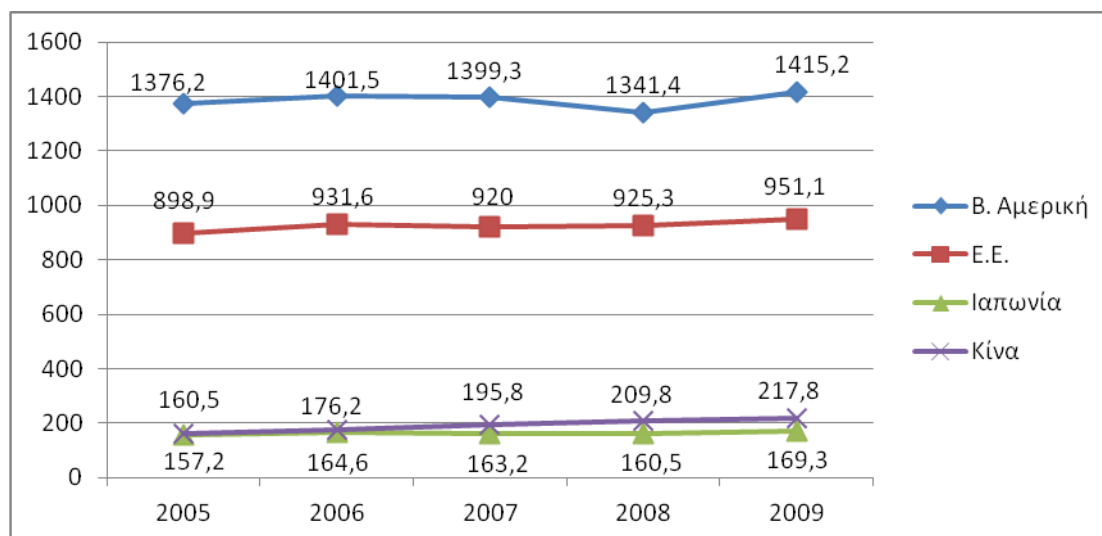
**Πίνακας 1:** Αριθμός Ψηφιακών Κινηματογράφων 2007-2011



Πηγή: UNESCO Institute for Statistics, Ιούλιος 2013.

Σχετικά σταθερή παρουσιάζεται η **ζήτηση** για κινηματογραφικά προϊόντα, τουλάχιστον όπως αυτή εκφράζεται από τον αριθμό των εισιτηρίων κατά τα έτη 2005-2009(Πίνακας 2). Η παρατηρούμενη μείωση οφείλεται ως ένα βαθμό στην διαφοροποίηση του τρόπου κατανάλωσης των κινηματογραφικών και των οπτικοακουστικών προϊόντων, καθώς το κοινό χρησιμοποιεί ένα ευρύ φάσμα μέσων μαζικής επικοινωνίας (διαδίκτυο, smartphone, tablet, video-on-demand) προκειμένου να παρακολουθήσει ταινίες. Όμως, η αύξηση των πωλήσεων DVD και το αυξανόμενο ενδιαφέρον για την παρακολούθηση ταινιών κατά παραγγελία στην τηλεόραση και το Διαδίκτυο υποδηλώνει ότι παρακολουθούνται-καταναλώνονται περισσότερες ταινίες.

**Πίνακας 2:** Αριθμός εισιτηρίων (σε εκατ.) την περίοδο 2005-2009.



Πηγή: European Audiovisual Observatory, Focus 2010

Μια αξιοσημείωτη διάσταση της παραγωγής μεγάλων κινηματογραφικών παραγωγών με διεθνή διανομή, η οποία μάλιστα έχει ιδιαίτερη σημασία για την Ελλάδα, είναι η δημιουργία τουριστικού ρεύματος προς τις χώρες και τις τοπικές κοινότητες, όπου πραγματοποιούνται τα γυρίσματα των ταινιών. Η παραγωγή ταινιών σε μια χώρα προσφέρει δωρεάν **τουριστική προβολή** προς ένα μαζικό κοινό, προωθώντας τον πολιτισμό, την ιστορία και τη φυσική ομορφιά της, ενώ σε τοπικό επίπεδο μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση των θέσεων εργασίας και του τουριστικά απασχολούμενου δυναμικού κατά τα τρία στάδια της παραγωγής, δημιουργώντας παράλληλα και νέα είδη εργασιών και υπηρεσιών. Η αύξηση των τουριστών μπορεί να οδηγήσει στην οικονομική ευημερία της τοπικής κοινότητας, μέσα από την αύξηση του εισοδήματος των απασχολούμενων στον τουρισμό και των πωλήσεων των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, να βελτιώσει τις τουριστικές υποδομές και να δημιουργήσει ένα «brand name» για τις τοποθεσίες που πραγματοποιούνται τα γυρίσματα. Τέλος, οι πραγματοποίηση αλλοδαπών κινηματογραφικών παραγωγών σε μια χώρα μπορεί να συντελέσει στη μεταφορά τεχνογνωσίας και εμπειρίας χρήσιμη για τους εγχώριους κινηματογραφιστές. Ωστόσο, οι κινηματογραφικές ταινίες ενδέχεται να αυξήσουν υπέρ του δέοντος τις τουριστικές ροές δημιουργώντας κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα, όπως κυκλοφοριακή συμφόρηση και η αύξηση των τιμών (ιδίως των εκτάσεων γης).

### **B.2.3. Επιδράσεις της κινηματογραφικής βιομηχανίας**

Η κινηματογραφική βιομηχανία είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο οι πολιτιστικές βιομηχανίες μπορούν να δώσουν έρεισμα στο **διάλογο** και την **κατανόηση** μεταξύ των ανθρώπων, αλλά και στην οικονομική ανάπτυξη και μεγέθυνση, εφόσον μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στην εθνική ευημερία μιας χώρας και να δημιουργήσουν τεράστιες ευκαιρίες για την **απασχόληση**. Ωστόσο, λόγω της έλλειψης σχετικών δεικτών ανά τον κόσμο, είναι δύσκολο να σχηματιστεί η πλήρης εικόνα των οικονομικών επιπτώσεων της κινηματογραφικής βιομηχανίας παγκοσμίως.

Η **παγκόσμια παραγωγή ταινιών** συνέχισε να αυξάνεται την περίοδο 2005-2011, σημειώνοντας άνοδο της τάξης του 39%. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, περίπου 100 χώρες παρήγαγαν ταινίες μεγάλου μήκους για κινηματογραφική προβολή. Από το 2008 και έπειτα παρουσιάζεται στασιμότητα στην παγκόσμια κινηματογραφική παραγωγή, με τη συνολική παραγωγή ταινιών να παραμένει στις 6.500 ταινίες περίπου ανά χρόνο.

**Πίνακας 3:** Παγκόσμια παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών 2005-2011

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Ταινίες</b>	4.818	5.284	5.760	6.454	6.475	6.548	6.573
<b>Χώρες</b>	81	79	85	89	83	82	76

Πηγή: UNESCO Institute for Statistics, Ιούλιος 2013.

Η αύξηση στην παγκόσμια παραγωγή ταινιών εξαρτάται από τους **10 κορυφαίους παραγωγούς**, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν περίπου το 65% της παγκόσμιας παραγωγής, όπως φαίνεται στον Πίνακα 4. Οι χώρες με τη μεγαλύτερη αύξηση στην παραγωγή μεταξύ 2005 και 2011 ήταν: η Κίνα (260 - 584, 124,6%), το Ηνωμένο Βασίλειο (106 - 299, 182,1%) και η Δημοκρατία της Κορέας (87 - 206, 148,3%). Εκτός από τις κορυφαίες 10 χώρες, πολλές χώρες παρουσίασαν σημαντική αύξηση, αν και με μικρότερο επίπεδο παραγωγής, όπως η Βραζιλία (42-100 ταινίες, 136%), το Ιράν (26-76 ταινίες, 192%), η Τουρκία (28 έως 70 ταινίες, 150%), το Βιετνάμ (12-75 ταινίες, 525% το 2010), και το Μεξικό (71 έως 111 ταινίες, 56,3%). Το επίπεδο της παραγωγής για τον υπόλοιπο κόσμο αυξήθηκε με μικρότερο ρυθμό μεταξύ του 2008 και του 2011, ιδιαίτερα

για τις χώρες με τη μεγαλύτερη παραγωγή, όπως η Ινδία (21%), οι ΗΠΑ (17%), η Ιαπωνία (24%) και η Γαλλία (13%).

**Πίνακας 4:** 10 Κορυφαίες χώρες παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών στον κόσμο

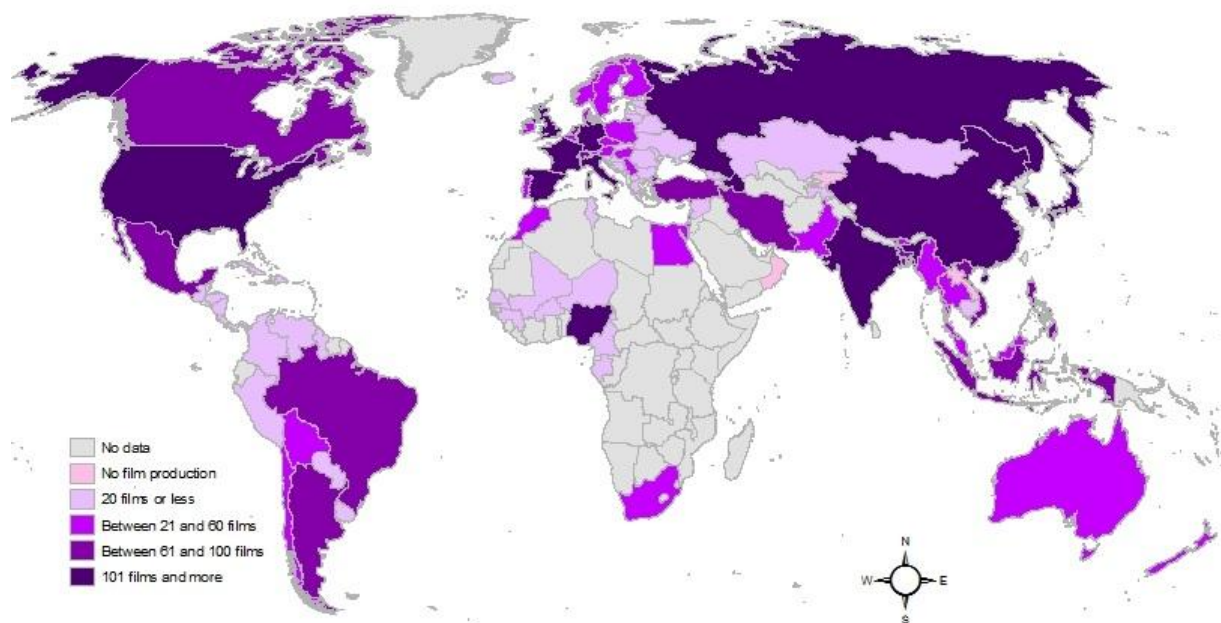
	Χώρα	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Μ.ό. αύξησης
1	Ινδία	1,041	1,091	1,146	1,325	1,288	1,274	1,255	21%
2	ΗΠΑ	699	673	789	773	751	792	819	17%
3	Κίνα	260	330	411	422	475	542	584	125%
4	Ιαπωνία	356	417	407	418	448	408	441	24%
5	Η.Β.	106	107	124	279	313	346	299	182%
6	Γαλλία	240	203	228	240	230	261	272	13%
7	Δημ. Κορέα	87	110	124	113	158	152	216	148%
8	Γερμανία	146	174	174	185	216	189	212	45%
9	Ισπανία	142	150	172	173	186	200	199	40%
10	Ιταλία	98	116	121	154	131	142	155	58%
	Παγκόσμιο μερίδιο	65.9%	63.8%	64.2%	63.2%	64.8%	65.8%	67.7%	

Πηγή: UNESCO Institute for Statistics, Απρίλιος 2013.

Η συγκέντρωση της παγκόσμιας κινηματογραφικής παραγωγής φαίνεται καλύτερα και στον Πίνακα 5, στον οποίο απεικονίζονται κατά επίπεδο παραγωγής οι 90 χώρες που παρήγαγαν κινηματογραφικές ταινίες την περίοδο 2005-2011.

**Πίνακας 5:** Χάρτης παγκόσμιας κινηματογραφικής παραγωγής

### Number of feature films in 2011



Η δημιουργία, η διανομή και η προβολή ταινιών εξακολουθεί να κυριαρχείται από ένα μικρό αριθμό κάθετα ολοκληρωμένων ομίλων, γεγονός που εμποδίζει την επέκταση της κινηματογραφικής βιομηχανίας στις αναπτυσσόμενες χώρες και περιορίζει το ρόλο τους στην παγκόσμια αγορά. Την ίδια στιγμή, ο τομέας του κινηματογράφου είχε να αντιμετωπίσει και τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης του 2008, η οποία επιβράδυνε την ανάπτυξη σε πολλούς τομείς της οικονομίας.

Μερικά κράτη προσπαθούν να ενεργοποιήσουν τη νομοθεσία και παρέχουν κίνητρα για την τόνωση της εθνικής παραγωγής, με αποτέλεσμα την αύξηση της κινηματογραφικής παραγωγής σε χώρες όπως η Ινδία, η Νιγηρία και η Κίνα. Σε αυτό το πλαίσιο, ένα μεγάλο μέρος της εθνικής κινηματογραφικής βιομηχανίας λαμβάνει άμεσες ή έμμεσες δημόσιες επιδοτήσεις<sup>58</sup>. Ο Πίνακας 6 δείχνει ότι 12 από τις 15 χώρες με την υψηλότερη παραγωγή έχουν θεσπίσει πολιτικές και μηχανισμούς δημόσιων επιδοτήσεων. Παρ' όλα αυτά, στην κύρια παραγωγό του κόσμου, την Ινδία, και την τέταρτη παραγωγό, την Ιαπωνία, ο κινηματογραφικός τομέας δεν επωφελείται από κρατική υποστήριξη. Στην περίπτωση των ΗΠΑ, ο τομέας του κινηματογράφου υποστηρίζεται κυρίως με τη μέθοδο των φορολογικών απαλλαγών

**Πίνακας 6:** Οι πρώτες 15 χώρες με την υψηλότερη παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών ως προς το μερίδιο αγοράς (εισιτήρια) και την δημόσια υποστήριξη της εγχώριας κινηματογραφικής παραγωγής.

	Χώρα	Μέση Παραγωγή	Επίπεδο παραγωγής*	Επιδότηση εθνικών ταινιών
1	Ινδία	1.203	Πολύ υψηλό	Όχι
2	ΗΠΑ	757	Πολύ υψηλό	Έμμεση
3	Κίνα	432	Πολύ υψηλό	Ναι
4	Ιαπωνία	414	Πολύ υψηλό	Όχι

<sup>58</sup> Οι άμεσες επιδοτήσεις μπορεί να ληφθούν από τις εθνικές υπηρεσίες που είναι υπεύθυνες για τον κινηματογράφο, τις εθνικές film commissions που είναι υπεύθυνες για τη χρηματοδότηση των εθνικών ταινιών, ή τα ειδικά κεφάλαια που προορίζονται για την εθνική κινηματογραφική παραγωγή. Οι έμμεσες επιδοτήσεις λαμβάνουν συνήθως τη μορφή ποσοστώσεων επί των προβολών ή αποτελούν φορολογικά κίνητρα.

5	Ρωσία	292	Πολύ υψηλό	Ναι
6	Γαλλία	239	Πολύ υψηλό	Ναι
7	H.B.	225	Πολύ υψηλό	Ναι
8	Γερμανία	185	Υψηλό	Ναι
9	Ισπανία	175	Υψηλό	Ναι
10	Δημ. Της Κορέας	137	Υψηλό	Ναι
11	Ιταλία	131	Υψηλό	Ναι
12	Αργεντινή	108	Υψηλό	Ναι
13	Μεξικό	94	Υψηλό	Ναι
14	Βραζιλία	89	Υψηλό	Ναι
15	Μπαγκλαντές	88	Υψηλό	Ναι

\*Σημείωση: «Πολύ υψηλή»: 200 ταινίες τον χρόνο, «Υψηλή»: 80-199 ταινίες τον χρόνο

Πηγή: UNESCO Institute for Statistics, Ιούλιος 2013

Παράλληλα, υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας θέσεων εργασίας σε κάθε στάδιο της κινηματογραφικής παραγωγής, από τα διάφορα είδη των απαιτούμενων τεχνικών, στο δημιουργικό και καλλιτεχνικό προσωπικό, τους εργαζομένους στην προώθηση και τη διανομή της ταινίας, καθώς και τις τοπικές θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στις περιοχές που γυρίζεται μια ταινία.

Η αξία της παγκόσμιας βιομηχανίας του κινηματογράφου και του θεάματος αναμένεται να ανέλθει στο ποσό των **139 δις. \$** το **2017** με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 4,2% τα επόμενα τρία χρόνια. Βασικές αιτίες της εν λόγω ανοδικής πορείας είναι η επιτάχυνση της διανομής κινηματογραφικών ταινιών μέσω διαδικτύου και κινητών τηλεφώνων, οι χαμηλότερες τιμές εισιτηρίων και οι κυβερνητικές πρωτοβουλίες στις αναπτυσσόμενες χώρες<sup>59</sup>.

---

<sup>59</sup> Wood 2012.

#### **B.2.4. Μια πολιτική για τον κινηματογράφο - ο ρόλος των Film Commissions**

Σε μια εποχή όπου η παγκοσμιοποίηση και η συνεπακόλουθη ομογενοποίηση απειλούν την πολυμορφία, ενώ οι ψηφιακές τεχνολογίες επαναπροσδιορίζουν τη φύση της κινηματογραφικής παραγωγής και διανομής και δημιουργούν νέα πρότυπα κατανάλωσης, οι κυβερνήσεις και η κινηματογραφική κοινότητα οφείλουν να συζητήσουν τις βασικές αρχές καθώς και την αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα των μεθόδων της δημόσιας στήριξης του κινηματογράφου. Οι παράμετροι της πολιτιστικής πολιτικής που τέθηκαν στο παρόν κεφάλαιο, εάν ληφθούν υπόψη, μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στον σχεδιασμό μιας αποτελεσματικής πολιτικής και για τον κινηματογράφο. Σε αυτό το πλαίσιο υπάρχουν διάφορα νομικά κείμενα που καθοδηγούν τον σχεδιασμό μιας εθνικής πολιτικής για τον κινηματογράφο, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο μιας μελλοντικής έρευνας.

Στην πράξη, αρμόδιες για την εφαρμογή της εκάστοτε πολιτικής για τον κινηματογράφο είναι οι εγχώριες ή τοπικές film commissions. Η πρώτη film commission ιδρύθηκε το 1949 στην Αμερική και πλέον παρόμοιες υπηρεσίες λειτουργούν σε όλο τον κόσμο<sup>60</sup>. Πρόκειται για εξειδικευμένες δημόσιες, συνήθως, υπηρεσίες<sup>61</sup>, οι οποίες έχουν ποικίλους και διαφορετικούς σκοπούς μεταξύ τους: λειτουργούν ως σύνδεσμος ανάμεσα στις κυβερνήσεις ή τις τοπικές/περιφερειακές αρχές και τις εταιρείες παραγωγής, θεσπίζουν επαγγελματικά πρότυπα και χρησιμεύουν ως κέντρα πληροφόρησης.

Στις περιπτώσεις που οι εθνικές πολιτικές για τον κινηματογράφο περιλαμβάνουν φορολογικές απαλλαγές και λοιπές χρηματοδοτικές ενισχύσεις, οι film commissions λαμβάνουν τον συμπληρωματικό ρόλο παρακολούθησης

---

<sup>60</sup> Η πρώτη film commission ιδρύθηκε στα τέλη του 1940 στις Ηνωμένες Πολιτείες ως απάντηση στην ανάγκη των κινηματογραφικών εταιρειών για έναν κεντρικό σύνδεσμο, ο οποίος θα συντόνιζε τις αρμόδιες αστυνομικές αρχές, τις πυροσβεστικές υπηρεσίες και τις λοιπές δημοτικές και κρατικές υπηρεσίες προκειμένου να πραγματοποιηθούν γυρίσματα σε μια τοποθεσία.

<sup>61</sup> Οι film commissions υπάγονται σε δήμους, περιφέρειες ή στον ευρύτερο κρατικό μηχανισμό, ενώ λειτουργούν και χρηματοδοτούνται από διάφορους φορείς του Δημοσίου, όπως π.χ. το γραφείο του κυβερνήτη (στις Η.Π.Α) ή το γραφείο του δημάρχου, εμπορικά επιμελητήρια, ταξιδιωτικά γραφεία και συμβούλια, επιχειρηματικούς και οικονομικούς οργανισμούς, ΜΚΟ.



της διαδικασίας, ελέγχου και συγκέντρωσης των απαραίτητων δικαιολογητικών και πολλές φορές είναι ακόμη και αρμόδιες για τη λήψη αποφάσεων. Μάλιστα, ορισμένες προβλέπουν ισχυρά **οικονομικά κίνητρα**, όπως οι φορολογικές ελαφρύνσεις και οι εκπτώσεις σε ξενοδοχεία και λοιπές τοπικές επιχειρήσεις, προκειμένου να αναπτυχθούν και άλλες πτυχές της οικονομίας της χώρας.

Άλλη τυπική αρμοδιότητά τους είναι η **προώθηση μιας περιοχής** μέσα από την παραγωγή ταινιών, βίντεο και λοιπών πολυμέσων. Ακόμη, αναλαμβάνουν την προώθηση της χώρας/περιοχής ως προορισμού κατάλληλου για την κινηματογραφική παραγωγή (film making destination), με στόχο να προσελκύσουν τις εταιρείες παραγωγής, προκειμένου οι δεύτερες να προσλάβουν το τοπικό δημιουργικό και εργατικό προσωπικό και να κάνουν χρήση / ενοικίαση του τοπικού εξοπλισμού, ξενοδοχείων, ενοικιαζόμενων αυτοκινήτων, υπηρεσιών τροφοδοσίας, ή οποιουδήποτε είδους αγαθών και υπηρεσιών που παρέχονται στην περιοχή. Συμβάλλουν έτσι στην κατ' αναλογία αύξηση των οικονομικών επιπτώσεων της βιομηχανίας σε ολόκληρη την περιοχή και στην αύξηση των επενδύσεων στην κινηματογραφική υποδομή της. Εκτός από την προσέλκυση επιχειρήσεων στην περιοχή τους, προσελκύουν τους επισκέπτες-τουρίστες, με τα συνακόλουθα οφέλη τα οποία αναλύθηκαν σε προηγούμενη ενότητα.

Η λειτουργία των film commissions μπορεί να αποτυπωθεί με τη βοήθεια του ακόλουθου μοντέλου:

Ευκαιρίες	<p>Οι μεγάλες κινηματογραφικές παραγωγές μπορούν να συνεισφέρουν σημαντικές ξένες επενδύσεις σε μια χώρα τονώνοντας την απασχόληση και την ανάπτυξη δεξιοτήτων.</p> <p>Η κάθε χώρα εξετάζει και προβάλλει τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα (τεχνικές δεξιότητες, υποδομές, σκηνικά) για τη στήριξη μεγάλων παραγωγών.</p> <p>Η κυβέρνηση αναγνωρίζει την κινηματογραφική βιομηχανία ως τομέα οικονομικής και πολιτιστικής προτεραιότητας.</p>
-----------	--

	<p>Οι δαπάνες των μεγάλων κινηματογραφικών παραγωγών σε μια χώρα δημιουργούν οφέλη για τις εγχώριες επιχειρήσεις.</p>
Απειλές	<p>Επιθετικός ανταγωνισμός των χωρών για την προσέλκυση κιν/κων παραγωγών με τη χρήση οικονομικών κινήτρων, μάρκετινγκ κλπ.</p> <p>Η διεθνής κιν/κή βιομηχανία να μην έχει γνώση των δυνατοτήτων και εξελίξεων της εκάστοτε εγχώριας κιν/κής βιομηχανίας.</p> <p>Η διεθνής κιν/κή βιομηχανία μπορεί να αντιμετωπίζει εμπόδια για την πραγματοποίηση παραγωγών σε μια χώρα (π.χ. απόσταση, ανεπαρκής υποδομή, γραφειοκρατικές διαδικασίες).</p> <p>Η εγχώρια κινηματογραφική παραγωγή δεν διαθέτει την κλίμακα ή τους πόρους ώστε να εκπροσωπήσει τη χώρα στη διεθνή αγορά.</p>
Στόχοι	<p>Ενημέρωση της διεθνούς βιομηχανίας για τα πλεονεκτήματα της χώρας ως κινηματογραφικός προορισμός με τη βοήθεια του μάρκετινγκ και της προώθησης.</p> <p>Ενθάρρυνση των ξένων κιν/κών παραγωγών μέσω:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Της παροχής πληροφόρησης</li> <li>- Διευκόλυνσης των παραγωγών προκειμένου να πραγματοποιήσουν τα γυρίσματά τους στη χώρα.</li> <li>- Μείωσης του κόστους στις λοιπές συναλλαγές.</li> </ul> <p>Συντονισμός της εγχώριας βιομηχανίας ώστε να παρουσιάζει μια συνεκτική εικόνα στο εξωτερικό.</p> <p>Υποστήριξη της εγχώριας βιομηχανίας.</p>
Άμεσα αποτελέσματα	<p>Οι ξένες παραγωγές θεωρούν τη χώρα κινηματογραφικό προορισμό.</p> <p>Οι ξένες παραγωγές συνεργάζονται με την εγχώρια βιομηχανία.</p>

	<p>Οι ξένες παραγωγές επιστρέφουν στη χώρα και επαναλαμβάνουν τη συνεργασία.</p> <p>Βελτιστοποίηση των εγχώριων δυνατοτήτων για φιλοξενία των ξένων παραγωγών.</p> <p>Μείωση της γραφειοκρατίας.</p> <p>Ευκαιρίες για την ανάπτυξη της εγχώριας βιομηχανίας.</p>
Έμμεσα αποτελέσματα	<p>Οικονομική ανάπτυξη της βιομηχανίας.</p> <p>Προώθηση των δημιουργικών επιχειρήσεων και της καινοτομίας.</p> <p>Βελτίωση των δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού και των δυνατοτήτων εκπαίδευσης και εξέλιξης στη βιομηχανία.</p>

Με βάση έρευνα που έγινε στη λειτουργία film commissions ανά τον κόσμο, οι δράσεις τους περιλαμβάνουν τη **διευκόλυνση των γυρισμάτων**, εφόσον λειτουργούν ως κεντρικό σημείο επαφής με τις επιχειρήσεις παραγωγής. Σ' αυτές προσφέρουν ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών, όπως **άδειες** για γυρίσματα σε δημόσιους και αρχαιολογικούς χώρους και **επαφές με εγχώριες εταιρίες** παραγωγής ή εταιρείες που παρέχουν εξοπλισμό και λοιπές υπηρεσίες κινηματογραφικής φύσεως.

Γενικότερα, οι προσφερόμενες υπηρεσίες τους έχουν επεκταθεί κατ' αναλογία με την αύξηση των επιτόπιων γυρισμάτων για κινηματογραφικές ταινίες, σειρές στην τηλεόραση και διαφημίσεις, με αποτέλεσμα σήμερα να παρέχουν μια ποικιλία από δωρεάν υπηρεσίες. Προκειμένου να λειτουργήσουν αποτελεσματικά ως κεντρικό σημείο αναφοράς με τις εταιρείες παραγωγής, οι film commissions συνεργάζονται με άλλες **περιφερειακές ή τοπικές commissions** και με λοιπές κυβερνητικές υπηρεσίες και οργανισμούς, βοηθώντας στη **μείωση των γραφειοκρατικών διαδικασιών**.

Μια άλλη σημαντική διάστασή τους είναι ότι χρησιμεύουν ως γενική **πηγή πληροφόρησης** για την περιοχή παρέχοντας υπηρεσίες, όπως:

- Πληροφορίες για εγκαταστάσεις, συνεργεία, ημερομίσθια, εξοπλισμό και υπηρεσίες υποστήριξης.
- Αναλυτική πληροφόρηση σχετικά με την εγχώρια νομοθεσία για τις ξένες παραγωγές, πρόσληψη προσωπικού και φορολογική πολιτική, τέλη μεταφοράς και εισαγωγής εξοπλισμού.
- Βάση δεδομένων με ταινίες που έχουν γυριστεί στην περιοχή και έκδοση κινηματογραφικών χαρτών στους οποίους αναφέρονται όλες οι τοποθεσίες που χρησιμοποιήθηκαν για τα γυρίσματα ταινιών
- Βάση δεδομένων με προτεινόμενες τοποθεσίες γυρισμάτων (αρχαιολογικοί χώροι, ιδιωτικές κατοικίες, δημόσια κτίρια, καταστήματα), στην οποία υπάρχουν όλες οι απαραίτητες πληροφορίες και σχετικές φωτογραφίες, αλλά και μηχανή αναζήτησης προκειμένου ο ίδιος ο παραγωγός να μπορεί να κάνει online αναζήτηση των τοποθεσιών που ταιριάζουν στο σενάριο της ταινίας

Αντίστοιχα, έχουν αυξηθεί και οι διάφορες ενέργειες **marketing** και **δημοσίων σχέσεων** για την προώθηση της χώρας ως κατάλληλης film location:

- Λειτουργούν ως διαπραγματευτές ανάμεσα στις κινηματογραφικές εταιρίες και τις αρχές, προκειμένου να συνεισφέρουν στη βελτίωση των συνθηκών παραγωγής.
- Χτίζουν σχέσεις με τους διανομείς των ταινιών και προσπαθούν να πείσουν για τα αμοιβαία οφέλη της συνεργασίας.
- Τοποθετούν καταχωρήσεις σε MME σχετικά με τον κινηματογράφο (π.χ. περιοδικά).
- Προσπαθούν να συνδέσουν στη συνείδηση του θεατή μια συγκεκριμένη ταινία με τη χώρα. Τα εργαλεία που χρησιμοποιούν για τον εν λόγω σκοπό είναι:
  - Εξασφάλιση της στήριξης των συντελεστών στην προώθηση της εικόνας προς τα έξω: η προώθηση ενός προορισμού από τους αγαπημένους stars μπορεί να είναι πιο αποτελεσματική από την καλύτερη πληρωμένη διαφήμιση (personalities endorsement).
  - Οικονομική ενίσχυση των εμπορικών εκδηλώσεων/εκθέσεων που αφορούν στην ταινία.

- Δημιουργία περιφερειακών γραφείων σε άλλες χώρες για την προώθηση των πληροφοριών, αποσπασμάτων και διαφημιστικού υλικού.
- Ταξίδια εξοικείωσης.
- Ενίσχυση της απευθείας αεροπορικής διασύνδεσης με προορισμούς που παράγουν κινηματογραφικές ταινίες, αλλά έχουν και ικανό κινηματογραφικό κοινό.
- Προώθηση της εγχώριας οπτικοακουστικής βιομηχανίας.

## Γ. ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

### Γ.1. Λουιζιάνα

Η Λουιζιάνα βρίσκεται στις νότιες Η.Π.Α. και χαρακτηρίζεται από μια **πλούσια πολιτισμική κληρονομιά**: προτού γίνει αμερικανική πολιτεία στις αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα, είχε αποτελέσει ισπανική και γαλλική αποικία, ενώ οι ευρωπαίοι άποικοι σε συνδυασμό με τους αυτόχθονες Ινδιάνους και τους Αφρικανούς σκλάβους, συνέθεσαν ένα πολύπλοκο φυλετικό, γλωσσικό και κοινωνικό μίγμα που έθεσε τα θεμέλια της σύγχρονης πολυδιάστατης κουλτούρας της περιοχής<sup>62</sup>. Για πολλά χρόνια η μεγαλύτερη της πόλη, η Νέα Ορλεάνη, αποτέλεσε καταφύγιο καλλιτεχνών, αλλά και πόλη που μαστιζόταν από τεράστιες ταξικές και φυλετικές διαιρέσεις, διαφθορά και τις χαμηλότερες μέσες αποδοχές στη χώρα. Όταν το 2005 ο τυφώνας Κατρίνα<sup>63</sup> έπληξε την περιοχή, έδωσε το έναυσμα για αλλαγή στην επικρατούσα πολιτική και επιχειρηματική κουλτούρα που αντιμετώπιζε τις τέχνες ως κατάλληλες μόνο για τουριστική εκμετάλλευση. Έτσι, στο πλαίσιο του προγράμματος για την ανασυγκρότηση της πολιτείας, οι δημόσιες αρχές της Λουιζιάνα αναγνώρισαν την αξία και τις δυνατότητες του πολιτιστικού κεφαλαίου ως βασικό άξονα οικονομικής ανάπτυξης<sup>64</sup> και κατόρθωσαν να μετατρέψουν τη δημιουργική ενέργεια της περιοχής σε κινητήρια δύναμη της οικονομίας.

Προς αυτή την κατεύθυνση κινείται και ο επίσημος **ορισμός της πολιτιστικής οικονομίας της Λουιζιάνα**, ο οποίος αντανακλά τη μοναδική κουλτούρα της πολιτείας, την ποικιλομορφία των κατοίκων της, την πλούσια ιστορία της, και το ευρύ φάσμα των πολιτιστικών προϊόντων και περικλείει «τους ανθρώπους, τις επιχειρήσεις, και τις κοινότητες που μετατρέπουν τις πολιτιστικές δεξιότητες, τις γνώσεις και τις ιδέες σε οικονομικά παραγωγικά αγαθά και υπηρεσίες.

---

<sup>62</sup> [http://louisiana.gov/Explore/About\\_Louisiana/](http://louisiana.gov/Explore/About_Louisiana/)

<sup>63</sup> Ο τυφώνας Κατρίνα ήταν ο πιο πολύνεκρος και καταστρεπτικός τυφώνας του Ατλαντικού το 2005. Προκάλεσε τις μεγαλύτερες καταστροφές από οποιαδήποτε φυσική καταστροφή στις ΗΠΑ και ήταν ο πέμπτος πιο θανατηφόρος τυφώνας που έχει πλήξει ποτέ τις ΗΠΑ. Στις 29 Αυγούστου, έφτασε στη Λουιζιάνα και προκάλεσε καταστροφές και πλημμύρες από την Φλόριντα μέχρι το Τέξας. Η μεγαλύτερη καταστροφή συνέβη στην πόλη της Νέας Ορλεάνης, το 80% της οποίας πλημμύρισε όταν το σύστημα αναχωμάτων που προστάτευε την πόλη καταστράφηκε.

<sup>64</sup> Βλέπε LED

Περιλαμβάνει τις μαγειρικές τέχνες, τον σχεδιασμό, την ψυχαγωγία, τη λογοτεχνία και τις ανθρωπιστικές επιστήμες, τη συντήρηση, τις εικαστικές τέχνες και τις χειροτεχνίες».

Η πολιτεία παρουσιάζει μια μακρά παράδοση και στο τομέα της **κινηματογραφικής βιομηχανίας**, εφόσον πολλές κλασικές ταινίες έχουν χρησιμοποιήσει τον αμερικανικό νότο σαν σκηνικό. Ωστόσο, εκτιμάται ότι έως το 2002 προσέλκυε μόνο δύο ή τρεις παραγωγές το χρόνο<sup>65</sup>, ποσοστό που αλλάζει ραγδαία τα τελευταία χρόνια: από το 2006, έχει φιλοξενήσει πάνω από 300 κινηματογραφικές και τηλεοπτικές παραγωγές - μεγάλες και ανεξάρτητες παραγωγές, τηλεοπτικές σειρές, ντοκιμαντέρ κ.ά. - και ανταγωνίζεται πλέον την Καλιφόρνια και τη Νέα Υόρκη, πολιτείες που παραδοσιακά κυριαρχούν στην κινηματογραφική βιομηχανία.

Πίσω από το «Νότιο Χόλυγουντ», όπως αποκαλείται, βρίσκεται ένα από τα πιο «επιθετικά» πρόγραμμα φορολογικών κινήτρων για κινηματογραφικές παραγωγές στη χώρα<sup>66</sup>. Χάρη σ' αυτό κατόρθωσε να διεκδικήσει την παραγωγή νέων κινηματογραφικών παραγωγών στην πολιτεία και να οδηγήσει σε σταθερά αυξανόμενη άνοδο της κινηματογραφικής βιομηχανίας, δημιουργώντας ένα ισχυρό οικονομικό αντίκτυπο τόσο σε τοπικό, όσο και σε εθνικό επίπεδο. Εκτός από τα φορολογικά κίνητρα, η Λουιζιάνα ήταν σε θέση να προσελκύσει, αλλά και να διατηρήσει, μια σταθερή κινηματογραφική παραγωγή μέσα από την ανάπτυξη εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού και νέων υποδομών. Η αναπτυσσόμενη κινηματογραφική βιομηχανία της Λουιζιάνα έχει συμβάλει στην συνέχιση της επιτυχίας της νέας κινηματογραφικής παραγωγής στις Ηνωμένες Πολιτείες, με τη μόχλευση των περιουσιακών στοιχείων που είναι οικονομικά και πολιτιστικά επωφελής για τη βιομηχανία, ειδικά σε περιόδους οικονομικής αβεβαιότητας<sup>67</sup>.

---

<sup>65</sup> Lehman 2012.

<sup>66</sup> Σύγκριση με άλλα προγράμματα στις ΗΠΑ.

<sup>67</sup> Lopez 2012.

### **Γ.1.1. Πολιτική για τις Δημιουργικές Βιομηχανίες: Louisiana Economic Development**

Η στρατηγική για την ανάπτυξη της κινηματογραφικής βιομηχανίας στη Λουιζιάνα αποτελεί τμήμα του ευρύτερου προγράμματος για την οικονομική της ανάπτυξη. Το δημόσιο πρόγραμμα «Louisiana Economic Development» υπάγεται στον Κυβερνήτη της πολιτείας και είναι αρμόδιο για τη συνολική βελτίωση της οικονομίας της Λουιζιάνα. Με κεντρική αποστολή την ενίσχυση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και τη δημιουργία μιας δυναμικής οικονομίας, επιδιώκει τη βιομηχανική και εμπορική ανάπτυξη, παρέχει εποπτεία για τις φορολογικές απαλλαγές, χρηματοδοτεί την έρευνα για την υποστήριξη της οικονομικής ανάπτυξης, παρέχει διαφοροποιημένες υπηρεσίες ανάπτυξης για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, ενισχύει την επαγγελματική κατάρτιση και βοηθά στην ανάπτυξη των εξαγωγικών αγορών για τα προϊόντα Λουιζιάνα.

Το ανωτέρω πρόγραμμα επικεντρώνεται στην ανάπτυξη των ακόλουθων εννιά κλάδων:

- Αεροναυπηγική
- Αγροτική βιομηχανία
- Αυτοκινητοβιομηχανία
- Ενέργεια
- **Ψυχαγωγία**
- Κατασκευαστική βιομηχανία
- Μεταποιητική βιομηχανία
- Ανάπτυξη λογισμικού
- Διαχείριση υδάτων.

#### **Ψυχαγωγία**

Το κομμάτι του LED που θα απασχολήσει στην παρούσα εργασία είναι ο κλάδος της Ψυχαγωγίας και πιο συγκεκριμένα το τμήμα που αφορά στην κινηματογραφική και τηλεοπτική παραγωγή. Η ενότητα της «Ψυχαγωγίας» περιλαμβάνει τη δημόσια στρατηγική της Λουιζιάνα για την ανάπτυξη των δημιουργικών βιομηχανιών της πολιτείας και εξειδικεύεται στην ανάπτυξη των ακόλουθων υπο-κλάδων:

- Κινηματογράφος και Τηλεόραση
- Ψηφιακά μέσα
- Παραστατικές τέχνες (Θεατρικές παραστάσεις και συναυλίες)
- Μουσική και Ηχογραφήσεις.



## **Γ.1.2. Πολιτική για τη βιομηχανία του Κινηματογράφου**

Η πολιτική για την κινηματογραφική βιομηχανία αποτελεί, συνεπώς, επιμέρους τμήμα της στρατηγικής της πολιτείας για τις δημιουργικές βιομηχανίες της, η οποία με τη σειρά της εντάσσεται στην ευρύτερη στρατηγική για την οικονομική ανάπτυξη της. Στον πυρήνα της εν λόγω πολιτικής βρίσκονται το πρόγραμμα φορολογικών κινήτρων, αρμόδιο για την εφαρμογή του οποίου είναι το τμήμα Ψυχαγωγίας της πολιτείας, και μια σειρά περιφερειακών film commissions, υπεύθυνες για τη διευκόλυνση των διάφορων κινηματογραφικών παραγωγών στην περιοχή τους.

### **Γ.1.2.1 Φορολογικά Κίνητρα**

Ο πρωταρχικός στόχος της θέσπισης των φορολογικών κινήτρων είναι να ενθαρρύνει την ανάπτυξη μιας ισχυρής βάσης κεφαλαίων και υποδομών για την παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, προκειμένου να επιτευχθεί μια ανεξάρτητη, αυτο-υποστηριζόμενη βιομηχανία. Ο στόχος χωρίζεται στους ακόλουθους άμεσους και μακροπρόθεσμους στόχους:

#### **α) Βραχυπρόθεσμοι στόχοι:**

- Η προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων για την παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στη Λουιζιάνα.
- Η ανάπτυξη φορολογικής και κεφαλαιακής υποδομής που θα ενθαρρύνει τις ιδιωτικές επενδύσεις. Η υποδομή προϋποθέτει τη συμμετοχή του κράτους υπό τη μορφή φορολογικών πιστώσεων, προκειμένου να ενθαρρύνει τις επενδύσεις σε κρατικά πιστοποιημένες παραγωγές<sup>68</sup>.
- Η ανάπτυξη μιας φορολογικής υποδομής με τη χρήση των φορολογικών πιστώσεων, η οποία να ενθαρρύνει τις επενδύσεις σε πολλαπλές κρατικά πιστοποιημένες παραγωγές.

---

<sup>68</sup> Κρατικά πιστοποιημένη παραγωγή είναι η παραγωγή που εγκρίνεται από το Γραφείο του Κυβερνήτη της Λουιζιάνα και τη Γραμματεία του Τμήματος Οικονομικής Ανάπτυξης. Πρέπει να πραγματοποιείται από εταιρεία κινηματογραφικών και τηλεοπτικών παραγωγών με έδρα τη Λουιζιάνα, ενώ η τελευταία θα πρέπει να διαθέτει ένα βιώσιμο εμπορικό πλάνο διανομής σε πολλές αγορές.

## β) Μακροπρόθεσμοι στόχοι:

- Η ενθάρρυνση αυξημένων ευκαιριών απασχόλησης και αυξημένης παγκόσμιας ανταγωνιστικότητας με άλλα κράτη, αξιοποιώντας πλήρως τις δυνατότητες οικονομικής ανάπτυξης στο πλαίσιο της κινηματογραφικής βιομηχανίας.
- Η ενθάρρυνση νέων εκπαιδευτικών προγραμμάτων προκειμένου να παράσχουν ένα εργατικό δυναμικό καταρτισμένο σε όλες τις πτυχές της κινηματογραφικής και της ψηφιακής παραγωγής.

Το πρόγραμμα των φορολογικών κινήτρων **απευθύνεται** σε όλες τις εταιρείες κινηματογραφικών και τηλεοπτικών παραγωγών<sup>69</sup> που εδρεύουν και δραστηριοποιούνται στη Λουιζιάνα και που προτίθενται να παράγουν κινηματογραφικές ή τηλεοπτικές παραγωγές<sup>70</sup>, οι οποίες θα διανεμηθούν σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο. Το κόστος της παραγωγής θα πρέπει να ξεπερνάει τις 300.000 δολάρια και να αφορά πληρωμές για εργασίες που πραγματοποιούνται στη Λουιζιάνα (από μόνιμους κατοίκους ή μη) και / ή την αγορά υλικών αγαθών που αποκτήθηκαν από πηγή<sup>71</sup> εντός της πολιτείας. Εφόσον ισχύουν τα ανωτέρω, οι παραγωγές δικαιούνται 30% έκπτωση φόρου έκπτωση στις δαπάνες παραγωγής<sup>72</sup> και επιπλέον 5% έκπτωση φόρου στη μισθοδοσία<sup>73</sup>

---

<sup>69</sup> Ως εταιρεία κινηματογραφικών και τηλεοπτικών παραγωγών νοείται κάθε εταιρεία που δραστηριοποιείται στην παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, όπως αυτές ορίζονται παρακάτω, οι οποίες διανέμονται σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

<sup>70</sup> Ο όρος περιλαμβάνει ταινίες μεγάλου μήκους, βίντεο, τηλεοπτικές σειρές, τηλεοπτικές ταινίες, κινούμενα σχέδια ή διαφημίσεις που διανέμονται σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο και πραγματοποιούνται στη Λουιζιάνα συνολικά ή επί μέρους. Δεν περιλαμβάνονται η τηλεοπτική κάλυψη ειδήσεων και τα αθλητικά γεγονότα.

<sup>71</sup> Κάθε φυσική εγκατάσταση στη Λουιζιάνα, που λειτουργεί σε συγκεκριμένες εργάσιμες ώρες και απασχολεί τουλάχιστον έναν πλήρως απασχολούμενο εργαζόμενο.

<sup>72</sup> Κάθε δαπάνη που περιλαμβάνει τα ακόλουθα: κατασκευή και λειτουργία σκηνικών· ένδυση, μακιγιάζ, αξεσουάρ και σχετικές υπηρεσίες· κάθε κόστος που συνδέεται με τη φωτογραφία και το συγχρονισμό του ήχου, το φωτισμό και τις συναφείς υπηρεσίες και υλικά· το μοντάζ και τις συναφείς υπηρεσίες· μίσθωση εγκαταστάσεων και εξοπλισμού· leasing οχημάτων· δαπάνες διατροφής και διαμονής· ψηφιακό μοντάζ, επεξεργασία φιλμ, μεταφορά της ταινίας σε κασέτα ή σε ψηφιακή μορφή, μίξης ήχου, ειδικά και οπτικά εφέ· μισθοδοσία. Δεν περιλαμβάνει δαπάνες προώθησης και διανομής, ποσά που επιστρέφονται από το κράτος ή άλλο κυβερνητικό φορέα, δαπάνες που σχετίζονται με τη μεταφορά πιστώσεων φόρου, ποσά που καταβάλλονται σε φυσικά ή νομικά πρόσωπα ως αποτέλεσμα της συμμετοχής τους στα κέρδη από την εκμετάλλευση της παραγωγής, τα τέλη αίτησης και οι κρατικοί ή τοπικοί φόροι.

<sup>73</sup> Κάθε μισθός, ημερομίσθια και λοιπές αποζημιώσεις, συμπεριλαμβανομένων των επιδομάτων που καταβάλλονται σε έναν εργαζόμενο για τις υπηρεσίες που σχετίζονται με κάθε κρατικά πιστοποιημένη παραγωγή και τα οποία φορολογούνται στο κράτος αυτό. Ωστόσο, για τους σκοπούς της πρόσθετης έκπτωσης φόρου από τη μισθοδοσία των κατοίκων της Λουιζιάνα (5%), αποκλείεται τυχόν τμήμα της μισθοδοσίας ατόμου που υπερβαίνει το ένα εκατομμύριο δολάρια.

μόνιμων κατοίκων<sup>74</sup> της Λουιζιάνα. Η έκπτωση φόρου υπολογίζεται ως ποσοστό επί της συνολικής επενδυτικής βάσης<sup>75</sup> ανά έργο.

Προκειμένου μια εταιρεία παραγωγής να εγκριθεί ως **κρατικά πιστοποιημένη παραγωγή** ώστε να δικαιούται τη φορολογική έκπτωση, θα πρέπει να καταθέσει την αίτηση της στο Τμήμα ψυχαγωγίας της Λουιζιάνα<sup>76</sup>. Όταν το έργο λάβει την αρχική έγκριση από το τμήμα Ψυχαγωγίας, ο αιτών οφείλει να καταθέσει αναφορά ελέγχου των οικονομικών στοιχείων από ανεξάρτητο λογιστή και εφόσον πληροί όλα τα κριτήρια, λαμβάνει την τελική έγκριση, προκειμένου να ενταχθεί στο πρόγραμμα των φορολογικών απαλλαγών. Κατά τη διάρκεια της έγκρισης, λαμβάνονται υπόψη οι ακόλουθοι παράγοντες:

- Ο αντίκτυπος της παραγωγής στους άμεσους και μακροπρόθεσμους στόχους, όπως αυτοί αναφέρθηκαν πιο πάνω.
- Ο αντίκτυπος της παραγωγής στην απασχόληση των κατοίκων της Λουιζιάνα.
- Ο αντίκτυπος της παραγωγής στο σύνολο της οικονομίας του κράτους.

Ως προϋπόθεση για τη λήψη πιστοποίησης, οι παραγωγές μπορεί να απαιτείται να χρησιμοποιούν στις παρουσιάσεις τους το λογότυπο της Λουιζιάνα.

### **Γ.1.2.2 Λοιπές διευκολύνσεις σε κεντρικό επίπεδο**

Πέρα από τα φορολογικά κίνητρα, το τμήμα Ψυχαγωγίας προσφέρει επιπλέον διευκολύνσεις στις κινηματογραφικές παραγωγές που πραγματοποιούνται στην πολιτεία.

- Δεν υπάρχουν κρατικά τέλη ή απαιτούμενες άδειες για την κινηματογράφηση στην ευρύτερη περιοχή. Τα τέλη για τη χρήση της

---

<sup>74</sup> Κάθε φυσικό πρόσωπο που κατοικεί μόνιμα στη πολιτεία, δηλαδή κάθε άτομο που διατηρεί μόνιμη κατοικία εντός της πολιτείας και διαμένει περισσότερο από έξι μήνες το χρόνο εντός της.

<sup>75</sup> Μετρητά ή επενδύσεις που πραγματοποιούνται και χρησιμοποιούνται για τις δαπάνες παραγωγής εντός της πολιτείας από κάθε κρατικά πιστοποιημένη παραγωγή.

<sup>76</sup> Η αίτηση πρέπει να περιλαμβάνει τα ακόλουθα: λεπτομερή προκαταρκτικό προϋπολογισμό, ο οποίος θα πρέπει να περιλαμβάνει το εκτιμώμενο κόστος μισθοδοσίας και επενδυτικής βάσης, το σχέδιο εμπορικής διανομής, σενάριο και σύνοψη, λίστα των βασικών δημιουργικών στοιχείων, όπως η διανομή, ο παραγωγός και ο σκηνοθέτης, δήλωση ότι το έργο ανταποκρίνεται στον ορισμό της κρατικά πιστοποιημένης παραγωγής, εκτιμώμενες ημερομηνίες έναρξης και λήξης της παραγωγής και τέλος αίτησης. Το τέλος αίτησης υπολογίζεται ως τα 2/10 του 1% των υπολογιζόμενων φορολογικών εκπτώσεων. Το ελάχιστο τέλος αίτησης είναι τα 200 \$, ενώ δεν μπορεί να ξεπεράσει τα 5.000\$.

κρατικής περιουσίας αξιολογούνται κατά περίπτωση και συχνά παραχωρούνται δωρεάν.

- Παρέχει στοιχεία επικοινωνίας με τα περιφερειακά film commission
- Διαθέτει κατάλογο με όλους τους σχετικούς επαγγελματίες της περιοχής και δίνει τη δυνατότητα στους επαγγελματίες να προβληθούν στην ιστοσελίδα του.
- Περιλαμβάνει λεπτομερή λίστα των τοποθεσιών στις οποίες μπορούν να πραγματοποιηθούν γυρίσματα
- Δίνει τη δυνατότητα στους πολίτες να βρουν απασχόληση στο χώρο μέσα από τη δημοσίευση αγγελιών εργασίας για όλες τις παραγωγές που πραγματοποιούνται στην περιοχή. Επιπλέον, οι ιδιώτες μπορούν να καταχωρήσουν τις κατοικίες τους στον κατάλογο προτεινόμενων τοποθεσιών και να θέσουν ένα χρηματικό αντίτιμο σε περίπτωση επιλογής και χρήσης τους από μια παραγωγή.
- Δίνει πληροφορίες για το κλίμα
- Παρέχει χάρτες της Λουιζιάνα.

### **Γ.1.2.3 Τα περιφερειακά film commissions**

Στη Λουιζιάνα λειτουργούν 14 περιφερειακά film commissions, τα οποία είναι αρμόδια για την εφαρμογή της κεντρικής πολιτικής για τον κινηματογράφο στην περιφέρεια της αρμοδιότητάς τους και λειτουργούν ως σύνδεσμοι με τις κινηματογραφικές ή τηλεοπτικές παραγωγές που πραγματοποιούνται στην περιοχή τους, είτε αυτές επωφελούνται από το φορολογικό πρόγραμμα της Λουιζιάνα, είτε όχι.

Το κάθε ένα λειτουργεί αυτόνομα και είναι υπεύθυνο για τη δωρεάν έκδοση γενικής άδειας κινηματογράφησης, η οποία είναι απαραίτητη και για την έκδοση των τυχών αδειών κινηματογράφησης από λοιπούς φορείς<sup>77</sup>. Οι περιφερειακές film commissions λειτουργούν ως σύνδεσμοι με την κάθε παραγωγή και παρέχουν εξατομικευμένες συμβουλές πάνω στις απαιτούμενες άδειες ή ενέργειες που θα πρέπει να πραγματοποιήσει η κάθε παραγωγή. Μάλιστα, για

---

<sup>77</sup> Άδειες πυροτεχνουργών, ρύθμιση της κυκλοφορίας, χρήση χώρων στάθμευσης, κινηματογράφηση σε ιστορικές περιοχές.

τις μεγάλες παραγωγές, πραγματοποιείται οργανωμένη συνάντηση με τους αρμόδιους φορείς του δήμου, της αστυνομίας, της τροχαίας κλπ, προκειμένου να επιλυθούν τυχόν προβλήματα οργάνωσης της παραγωγής πριν τα γυρίσματα.

Κάθε μια commission θέτει τα δικά της χρονικά περιθώρια<sup>78</sup> και απαιτούμενα δικαιολογητικά, προκειμένου οι υποψήφιοι παραγωγές να λάβουν το πράσινο φως για να ξεκινήσουν την κινηματογράφιση. Τα απαιτούμενα δικαιολογητικά περιλαμβάνουν συνήθως το ακριβές πρόγραμμα πραγματοποίησης γυρισμάτων, στο οποίο πρέπει να αναφέρονται με ακρίβεια οι χρόνοι, οι τοποθεσίες και το είδος των απαιτήσεων του συνεργείου (π.χ. ρύθμιση κυκλοφορίας κλπ), καθώς και κάποιο πιστοποιητικό ασφάλειας και υπεύθυνης δήλωσης ότι θα τηρηθούν οι νόμιμοι περιορισμοί.

### **Γ.1.3. Το επιχειρηματικό περιβάλλον**

Τα **προγράμματα φορολογικών εκπτώσεων και οι επενδύσεις** στην κινηματογραφική βιομηχανία είναι μια συνήθης πρακτική των χωρών στην προσπάθεια τους να δελεάσουν τους παραγωγούς ώστε να απομακρυνθούν από το Χόλυγουντ και τη Νέας Υόρκη και να καθιερωθούν οι ίδιες ως κινηματογραφικά κέντρα. Μολονότι τα προαναφερθέντα κίνητρα μπορούν να προσελκύσουν την παραγωγή μιας ταινίας στην περιοχή, **δεν επαρκούν** ώστε οι εργαζόμενοι στην κινηματογραφική βιομηχανία (σεναριογράφοι, ηθοποιοί, τεχνικοί κλπ) να εγκατασταθούν μόνιμα εκεί. Ωστόσο, η Λουιζιάνα διαθέτει ένα ιδιαίτερο κεφάλαιο το οποίο την καθιστά μια σοβαρή υποψηφιότητα συγκριτικά με άλλες πολιτείες ή χώρες.

Καταρχάς διαθέτει ένα πλούσιο **φυσικό και αστικό τοπίο** (φυτείες, έλη, μεγάλα αστικά κέντρα), το οποίο σε συνδυασμό με τα εξαιρετικά ενδιαφέροντα από ιστορικής και αρχιτεκτονικής άποψης κτίρια προσφέρει πολλές δυνατότητες για μια ποικιλία εξωτερικών σκηνικών. Έπειτα, το ήπιο κλίμα της περιοχής καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου δεν δημιουργεί προκλήσεις ή δυσκολίες στα εξωτερικά γυρίσματα. Οι δε κάτοικοι χαρακτηρίζονται για την εξωστρέφεια και τη φιλοξενία τους, γεγονός που κάνει την περιοχή ακόμη πιο ελκυστική.

---

<sup>78</sup> Τα χρονικά περιθώρια είναι αρκετά ελαστικά και κυμαίνονται στις 3 εργάσιμες ημέρες.

Επιπλέον, η πολιτιστική πολυμορφία της Λουιζιάνα **δεν συνοδεύεται από το υψηλό κόστος ζωής** που συναντάει κανείς σε περιοχές όπως η Νέα Υόρκη. Σε σύγκριση με τα μεγάλα αστικά κέντρα στις Η.Π.Α., η πολιτεία προσφέρει μια ιδιαίτερη κουζίνα διατηρώντας παράλληλα χαμηλές τιμές στα εστιατόρια, μια πλούσια μουσική παράδοση και πολύ χαμηλά έξοδα στέγασης τα οποία είναι προσαρμοσμένα στα εισοδήματα της περιοχής.

Από την άλλη πλευρά, περιοχές που αποτελούν εξίσου οικονομικά αποδοτικά μέρη για την πραγματοποίηση μιας ταινίας ή τηλεοπτικής σειράς, όπως το Ντιτρόιτ, η Ατλάντα και το Ντάλας, μειονεκτούν σε επίπεδα τρόπου ζωής και πολιτιστικού υπόβαθρου, συνθήκες απαραίτητες ώστε να προσελκύσουν τους εργαζόμενους στη δημιουργική οικονομία να εγκατασταθούν μόνιμα εκεί. Μάλιστα, αυτός ο **συνδυασμός οικονομικής προσιτότητας και πολιτισμού** είναι που προσελκύει τόσο τους νέους, δηλαδή την πρώτη ύλη της δημιουργικής οικονομίας, όσο και τους βετεράνους της βιομηχανίας.

Προκειμένου η πολιτεία να διαθέτει τα κατάλληλα εχέγγυα ώστε να προσελκύσει στη δημιουργική της βιομηχανία ικανούς εργαζόμενους με προσόντα, θα πρέπει να είναι σε θέση να τους παράσχει και δυνατότητες **εκπαίδευσης**. Το γεγονός ότι το Tulane University, το κορυφαίο ίδρυμα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης της πολιτείας, έλαβε 44.000 αιτήσεις το 2010, περισσότερο από κάθε άλλο ιδιωτικό πανεπιστήμιο στη χώρα, είναι ενδεικτικό στοιχείο της ποιότητας των σπουδών που παρέχονται, καθώς και του αυξανόμενου γοήτρου της περιοχής. Σε μια έρευνα για τις τάσεις μετακίνησης των ατόμων πανεπιστημιακής εκπαίδευσης, η οποία πραγματοποιήθηκε το 2011, διαπιστώθηκε ότι η Νέα Ορλεάνη ήταν ο μεγαλύτερος πόλος έλξης τους στη χώρα. Μάλιστα, το κατά κεφαλή μορφωτικό επίπεδο στη Νέα Ορλεάνη μεγάλωνε με πολύ ταχύτερο ρυθμό από ό, τι σε πόλεις όπως η Νέα Υόρκη και το Σαν Φρανσίσκο. Ακόμη, πολλά σχολεία της επικράτειας έχουν προσθέσει την υποκριτική και την παραγωγή ταινιών σε προγράμματα σπουδών τους, προκειμένου να ανταποκριθούν στις νέες ευκαιρίες απασχόλησης που δημιουργεί η ακμάζουσα κινηματογραφική βιομηχανία.

Κατά συνέπεια, η άνοδος της τοπικής κινηματογραφικής βιομηχανίας επέτρεψε την **επιστροφή πρώην κατοίκων** οι οποίοι έως τότε ήταν αναγκασμένοι να αναζητήσουν εργασία που να ανταποκρίνεται στις δεξιότητές του σε άλλες περιοχές και σταδιακά, η πολιτεία άρχισε να συγκρίνεται με το Χόλυγουντ της δεκαετίας του '20, το Greenwich Village της δεκαετίας του '50, και το "grunge" Seattle στα μέσα της δεκαετίας του '80, περιοχές αντίστοιχα λιγότερο ακριβές, λιγότερο προβλέψιμες και πιο ανοικτές σε άτομα εκτός του πολιτιστικού κατεστημένου.

Η δημιουργική κοινότητα χρειάζεται και ισχυρές εκδηλώσεις που να διευκολύνουν τη **δικτύωση** με άλλους επαγγελματίες του κινηματογράφου. Το ετήσιο Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Νέας Ορλεάνης συμπληρώνει τα 24 χρόνια φέτος τον Οκτώβριο. Παρόλο που είναι συγκριτικά μικρό σε σχέση με τα πιο διάσημα φεστιβάλ κινηματογράφου, έχει υπερδιπλασιάσει τη συμμετοχή του σε 17.000 κατά τα τελευταία τρία χρόνια.

#### **Γ.1.4. Αποτελέσματα της πολιτικής για την κινηματογραφική βιομηχανία**

Όπως συμβαίνει με κάθε επένδυση, χρειάζεται ένα σημαντικό χρονικό διάστημα για να φανούν στην οικονομία του κράτους τα οφέλη από τα φορολογικά κίνητρα. Δεδομένου ότι το πρόγραμμα τέθηκε πλήρως σε εφαρμογή τα τελευταία οχτώ χρόνια (2006), αποδείχτηκε πως η δημιουργία μιας νέας κινηματογραφικής βιομηχανίας υπήρξε εν τέλει μια επιτυχής πρωτοβουλία οικονομικής ανάπτυξης για την πολιτεία.

Αρχικά πρέπει να σημειωθεί ότι στο πλαίσιο του φορολογικού προγράμματος, τα ποσά που διατέθηκαν από το 2010 έως το 2012 σχεδόν διπλασιάστηκαν. Ο Πίνακας 7 δείχνει το ποσό της έκπτωσης φόρου που έχει διατεθεί για την κινηματογραφική παραγωγή και υποδομή την περίοδο 2010-2012.

**Πίνακας 7:** Έκπτωση Φόρου για κιν/κες παραγωγές στη Λουιζιάνα 2010-2012

	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Κιν/κή Παραγωγή	110,1*	183,9	218,4
Κιν/κή Υποδομή	17,3	8,9	7,2

\*Τα ποσά αντιστοιχούν σε εκατ. δολάρια.

Πηγή: Louisiana Department of Economic Development, Office of Entertainment Industry Development.

Ως αποτέλεσμα των φορολογικών κινήτρων, αλλά και λόγω της ανταπόκρισης στην υψηλή ζήτηση από κινηματογραφικές και τηλεοπτικές παραγωγές, σημειώθηκε ταχεία ανάπτυξη στις **υποδομές** της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Σε διάφορες πόλεις σε ολόκληρη την πολιτεία έχουν δημιουργηθεί κινηματογραφικά στούντιο, στούντιο ήχου και ψηφιακών μέσων, καθώς και εγκαταστάσεις postproduction, οι οποίες υποστηρίζουν τις τοπικές επιχειρήσεις και συμβάλλουν στη δημιουργία μιας βιώσιμης οικονομίας που εξαρτάται συνεχώς λιγότερο από την κρατική χρηματοδότηση. Στην αποκέντρωση της παραγωγής έχουν συμβάλει και οι τεχνολογικές αλλαγές, οι οποίες δίνουν τη δυνατότητα στις παραγωγές να γυρίζουν και να επεξεργάζονται τις ταινίες στο ίδιο μέρος. Έτσι, η Λουιζιάνα διαθέτει πλέον μεγάλες και σύγχρονες εγκαταστάσεις, όπως το Celtic Media Centre στο Μπάτον Ρουζ που είναι το μεγαλύτερο στούντιο στις ΗΠΑ και τα Second Line Studios που είναι το πρώτο ανεξάρτητο και οικολογικό κινηματογραφικό στούντιο στις ΗΠΑ.

Όπως ήδη αναφέρθηκε, **επιδοτούνται και οι παραγωγές** που πραγματοποιούν τα γυρίσματά τους στην περιοχή, είτε χρησιμοποιούν το επιτόπιο εργατικό δυναμικό και τις υποδομές, είτε όχι. Και σε αυτό το σημείο οι κρατικές επιδοτήσεις παρουσίασαν αποτελέσματα, εφόσον τα ποσά που δαπάνησαν οι επιδοτούμενες κινηματογραφικές παραγωγές εντός της πολιτείας διπλασιάστηκαν αντίστοιχα. Στον Πίνακα 8 παρουσιάζονται τα ποσά (σε δολάρια) που δαπανήθηκαν στη Λουιζιάνα από τις επιδοτούμενες κινηματογραφικές παραγωγές, όπως αυτά επαληθεύτηκαν από ανεξάρτητες και πιστοποιημένες ελεγκτικές αρχές.

**Πίνακας 8:** Δαπάνες Κιν/κών Παραγωγών στη Λουιζιάνα 2010-2012

	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Κινηματογραφική Παραγωγή	387.069.483	676.998.925	717.175.057
Κινηματογραφική Υποδομή	43.222.239	22.272.760	17.958.038

Πηγή: Louisiana Department of Economic Development, Office of Entertainment Industry Development.



Αυτές οι παραγωγές - είτε είναι μεγάλης κλίμακας, είτε πραγματοποιούνται από μικρότερες ανεξάρτητες εταιρείες - συμβάλλουν στην άνθηση της τοπικής οικονομίας και μ' αυτό τον τρόπο οι οικονομικές επιπτώσεις από το φορολογικό πρόγραμμα εκτείνονται και στις **επιχειρήσεις** που δημιουργήθηκαν ή αναπτύχθηκαν χάρη στην παρουσία της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Τέτοιες επιχειρήσεις είναι οι υπηρεσίες τροφοδοσίας, οι μεταφορές, οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, κατασκευαστικές κλπ, οι οποίες επίσης δημιουργούν χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας και νέα φορολογικά έσοδα για το κράτος.

Με τις διάφορες ντόπιες επιχειρήσεις και βιομηχανίες να καρπώνονται τα οφέλη και πολλούς κατοίκους να απασχολούνται επαγγελματικά ή ερασιτεχνικά με τον κινηματογράφο, η κινηματογραφική βιομηχανία έχει ενισχύσει την οικονομία με τη δημιουργία χιλιάδων νέων θέσεων εργασίας, νέων επιχειρήσεων, και την ανάπτυξη νέων βιομηχανιών που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον κινηματογράφο. Ο Πίνακας 9 απεικονίζει τον αντίκτυπο του φορολογικού προγράμματος στις πωλήσεις των επιχειρήσεων, τα κέρδη των νοικοκυριών και την απασχόληση για το 2012. Αν και δεν φαίνεται στον πίνακα, εκτιμήθηκε ότι το ίδιο έτος, τα έσοδα που δημιουργήθηκαν ως αποτέλεσμα των εν λόγω δαπανών, ανήλθαν στα 53,9 εκατ. \$ για τα δημόσια ταμεία και στα 34,7 εκατ. \$ για την τοπική αυτοδιοίκηση.

**Πίνακας 9:** Συνεισφορά φορολογικών απαλλαγών σε πωλήσεις επιχειρήσεων, κέρδη νοικοκυριών και απασχόληση (2012)

<b>Κατηγορία</b>	<b>Πωλήσεις Επιχειρήσεων</b>	<b>Κέρδη Νοικοκυριών</b>	<b>Θέσεις Εργασίας</b>
Κινηματογραφική Παραγωγή	1.034,1*	717,9	14.011
Κινηματογραφική Υποδομή	37,4	11,8	294

\*Τα ποσά είναι σε εκατ. δολάρια.

Πηγή: Louisiana Department of Economic Development, Office of Entertainment Industry Development.

Ιδιαίτερα όσον αφορά στην **απασχόληση**, πρέπει να σημειωθεί ότι το εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό της Λουιζιάνα έχει αυξηθεί περισσότερο από 400% μετά την έναρξη του προγράμματος παροχής φορολογικών κινήτρων. Από

το σύνολο των θέσεων εργασίας, οι άμεσες ανήλθαν στις 5.976, ενώ οι υπόλοιπες 8,329 ήταν έμμεσες θέσεις εργασίας. Διαιρώντας το συνολικό αριθμό θέσεων εργασίας (14.305) με τις άμεσες θέσεις εργασίας (5.976) προκύπτει ο συνολικός πολλαπλασιαστική απασχόλησης (2,4) για τον κλάδο του κινηματογράφου. Δηλαδή, για κάθε θέση εργασίας που υποστηρίζεται στον τομέα του κινηματογράφου, υποστηρίζονται έμμεσα 1,4 θέσεις εργασίας σε άλλους τομείς στην πολιτεία, μέσω του πολλαπλασιαστικού αποτελέσματος. Μάλιστα, πολλές από τις θέσεις εργασίες δημιουργήθηκαν σε κλάδους που δεν υπήρχαν προηγουμένως. Θετικά είναι τα νέα και για τον σταθερά αυξανόμενο αριθμό των μελών των επαγγελματικών συνδικάτων της περιοχής, αφού πολλοί ηθοποιοί έχουν μετεγκατασταθεί, εγκαταλείποντας το Λος Άντζελες και τη Νέα Υόρκη.

Μια ισχυρή βιομηχανία του κινηματογράφου της Νέας Ορλεάνης σημαίνει και υψηλή ζήτηση για βραχυπρόθεσμη **ενοικίαση ακινήτων** στην περιοχή, οπότε δημιουργούνται νέες ευκαιρίες στην αγορά για τους μεσίτες και τους ιδιοκτήτες ακινήτων. Τα διάφορα τοπικά film commissions συνήθως δέχονται αιτήσεις και φωτογραφίες από τους ιδιοκτήτες ακινήτων για προβολή της ιδιοκτησίας τους στους καταλόγους με τα διαθέσιμα ακίνητα στις επίσημες ιστοσελίδες. Τα εν λόγω ακίνητα μπορούν να χρησιμοποιηθούν τόσο για τη στέγαση των εργαζομένων, όσο και ως χώροι πραγματοποίησης γυρισμάτων.

Τέλος, εκτιμάται ότι όσο περισσότερες ταινίες γυρίζονται στην περιοχή, τόσο θα αυξάνεται και η **τουριστική βιομηχανία**. Για τη διευθύντρια της film commission της Νέας Ορλεάνης, οι ταινίες ενθαρρύνουν και υπενθυμίζουν στο κοινό τους ότι πρόκειται για έναν ελκυστικό προορισμό, εφόσον «όταν βλέπεις εικονικά πλάνα της Νέας Ορλεάνης στη μεγάλη οθόνη, ενισχύει την ιδέα στους ανθρώπους ότι πρόκειται για ένα μέρος διασκεδαστικό, ένα μέρος φιλικό προς την οικογένεια, ένα μέρος με πλούσια αρχιτεκτονική<sup>79</sup>». Η Λουιζιάνα αναπτύσσεται, λοιπόν, ως **ένα νέο πολιτιστικό κέντρο**, το οποίο διαφέρει από τα υπόλοιπα χάρη στην ιδιαίτερη κουλτούρα της περιοχής: για τις νέες επιχειρήσεις στον κινηματογραφικό κλάδο, ο ιδιαίτερος συνδυασμός του

---

<sup>79</sup> Cutler 2011.

επιχειρηματικού κλίματος με τη πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής αποτελούν βασικό κεφάλαιο ανάπτυξης και θεμέλιο για την οικοδόμηση μιας μακροπρόθεσμα ανταγωνιστικής αγοράς.

Όσον αφορά στις εκτιμήσεις για την πορεία της κινηματογραφικής βιομηχανίας στο άμεσο μέλλον, το 2014 δύσκολα θα ξεπεράσει σε επιδόσεις το 2013, όπου οι δαπάνες των εταιρειών παραγωγής ανήλθαν στα 810 εκατ. δολάρια. Σίγουρα η ανάπτυξη της βιομηχανίας έχει σαφώς επιβραδυνθεί κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, αλλά αυτό μπορεί να αποτελεί ένδειξη σταθεροποίησης και ωρίμανσης της βιομηχανίας του κινηματογράφου<sup>80</sup>.

Κλείνοντας, οι συνεχείς βραβεύσεις των ταινιών που πραγματοποιούνται στη Λουιζιάνα, είναι ενδεικτική της ποιότητας των παραγόμενων ταινιών, αλλά και μια αναγνώριση της δουλειάς των εργαζόμενων στην τοπική δημιουργική οικονομία. Το 2013, η ταινία «Τα μυθικά πλάσματα του Νότου» που εκτυλίσσεται στους βάλτους της Νέας Ορλεάνης κατέκτησε το μεγάλο βραβείο στο Σάντανς, τη Χρυσή Κάμερα στις Κάνες και τέσσερις οσκαρικές υποψηφιότητες. Την ίδια χρονιά, η ταινία του Ταραντίνο «Django: ο Τιμωρός» διαδραματίζεται επίσης στο Νότο δύο χρόνια πριν την έναρξη του Αμερικανικού Εμφυλίου Πολέμου και κέρδισε τα βραβεία Όσκαρ, Bafta και Χρυσή Σφαίρα για το σενάριο και τον β' ανδρικό ρόλο. Φέτος, το «12 χρόνια σκλάβος» και το «**Dallas Buyers Club**», ταινίες που επίσης πραγματοποιήθηκαν στην περιοχή της Νέας Ορλεάνης, συνέχισαν την επιτυχή πορεία του Νότιου Χόλυγουντ στα κινηματογραφικά φεστιβάλ, με το «12 χρόνια σκλάβος» να βραβεύεται στα Όσκαρ ως καλύτερη ταινία. Τέτοιες παραγωγές δείχνουν ότι η κινηματογραφική βιομηχανία στη Λουιζιάνα δεν επικεντρώνεται μόνο στην εμπορική επιτυχία των ταινιών, αλλά προωθεί και την καλλιτεχνική δημιουργία των απασχολούμενων στο δημιουργικό τομέα<sup>81</sup>.

---

<sup>80</sup> Scott 2014.

<sup>81</sup> Ό.π.

## **Γ.2. Νέα Ζηλανδία**

Η Νέα Ζηλανδία αποτελεί ένα μικρό σε πληθυσμό, αλλά οικονομικά αναπτυγμένο μετά-αποικιακό κράτος (4,4 εκατ. κάτοικοι), το οποίο αποτελείται στην πλειοψηφία του από πολίτες ευρωπαϊκής καταγωγής (67%), τον αυτόχθονα πληθυσμό των Μαορί (16%), Ασιάτες (9%), κάτοικους με καταγωγή από το τον Ειρηνικό Ωκεανό (6%) και έναν αυξανόμενο αριθμό μεταναστών από όλο τον κόσμο. Παρά το γεγονός ότι η γεωργία, η μεταποίηση και ο τουρισμός αποτελούν τους κυρίαρχους τομείς της οικονομίας της, ο πολιτιστικός τομέας αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία: απασχολεί περίπου 6% του εργατικού δυναμικού, περιλαμβάνει το 5% του συνόλου των επιχειρήσεων και ο ετήσιος ρυθμός αύξησης της απασχόλησης στον τομέα υπερβαίνει εκείνον της οικονομίας συνολικά.

### **Γ.2.1. Πολιτιστική Πολιτική**

Η κυβερνητική ανάμιξη της ΝΖ στον πολιτισμό έχει τις ρίζες της στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα με την ίδρυση των πρώτων ιδρυμάτων εθνικής πολιτιστικής κληρονομιάς<sup>82</sup>. Ωστόσο, η οργανωμένη κυβερνητική υποστήριξη στις τέχνες ξεκίνησε τη δεκαετία του 1940 και συνεχίστηκε μετέπειτα με διάφορες πρωτοβουλίες<sup>83</sup>. Το μοντέλο πολιτιστικής πολιτικής που ακολουθείται στη χώρα επιτρέπει στον κλάδο να αναπτυχθεί χωρίς την αδικαιολόγητη κυβερνητική παρέμβαση και προστατεύει την ελευθερία της έκφρασης. Έτσι, η κυβέρνηση κατέχει και χρηματοδοτεί<sup>84</sup> τους πολιτιστικούς φορείς και διορίζει τα διοικητικά συμβούλια τους, αλλά κάθε οργανισμός λειτουργεί αυτόνομα ως προς τον καθορισμό και την εφαρμογή πολιτικής του.

---

<sup>82</sup> Οι προκάτοχοι του σημερινού Μουσείου της Νέας Ζηλανδίας Te Papa Tongarewa, η Εθνική Βιβλιοθήκη και τα Αρχεία της Νέας Ζηλανδίας.

<sup>83</sup> Τη δεκαετία του 1940 ιδρύθηκαν η εθνική συμφωνική ορχήστρα και το Λογοτεχνικό Ταμείο της Νέας Ζηλανδίας. Ακολούθησαν στη συνέχεια το Ταμείο Ιστορικών Τόπων (1954) - πλέον γνωστό ως Πολιτιστική Κληρονομιά της Νέας Ζηλανδίας - το Συμβούλιο Τεχνών Βασίλισσα Ελισάβετ II (1963) που αργότερα αναδιαρθρώθηκε σε Συμβούλιο Τεχνών της Νέας Ζηλανδίας Toi Aotearoa (1994), η Επιτροπή Κινηματογράφου της Νέας Ζηλανδίας (1978) και η Επιτροπή Οπτικοακουστικής Αναμετάδοσης (NZ On Air) το 1989.

<sup>84</sup> Η κυβέρνηση χρηματοδοτεί επίσης πολιτιστικούς φορείς που δεν κατέχει, όπως το Βασιλικό Μπαλέτο και το Αρχείο Κινηματογράφου της Νέας Ζηλανδίας.

Τη δεκαετία του **1970** πραγματοποιείται μια στροφή στην πολιτιστική πολιτική της ΝΖ: από την επικέντρωση στις «υψηλές τέχνες» κατευθύνεται στην υιοθέτηση πολιτικών για την **υποστήριξη ενός ευρύτερου φάσματος πολιτιστικών δραστηριοτήτων**, κατά το πρότυπο της πολιτιστικής ανάπτυξης που προωθεί διεθνώς η UNESCO<sup>85</sup>. Την επόμενη δεκαετία (**1980**), οι οικονομικές μεταρρυθμίσεις μείωσαν τον χρηματοδοτικό ρόλο της κυβέρνησης και η κυβερνητική στήριξη στον πολιτιστικό τομέα συνέχισε με έμφαση στην εξασφάλιση της **δημοσιονομικής ευθύνης των αποδεκτών της δημόσιας χρηματοδότησης**. Αυτή την περίοδο, η δημόσια χρηματοδότηση ορισμένων πολιτιστικών φορέων άρχισε να πραγματοποιείται με τα έσοδα των εθνικών λαχειοφόρων αγορών. Κατά τη διάρκεια αυτού του διαστήματος, η παγκοσμιοποίηση της μαζικής κουλτούρας προκάλεσε μια δημόσια συζήτηση για τη φύση της πολιτιστικής ταυτότητας της Νέας Ζηλανδίας. Το **2000** η κυβέρνηση εισήγαγε το Πακέτο Πολιτιστικής Αποκατάστασης με έμφαση στα οφέλη αυτής της επένδυσης για τη δημιουργία θέσεων εργασίας, την προσέλκυση τουρισμού και την ενίσχυση της εθνικής ταυτότητας της ΝΖ.

Αρμόδιο για την εφαρμογή της πολιτιστικής πολιτικής είναι το **Υπουργείο Πολιτισμού και Πολιτιστικής Κληρονομιάς**, το οποίο στοχεύει στην «πιο αποτελεσματική χρήση των δημόσιων πόρων ώστε να μεγιστοποιήσει την κατανόηση και την εκτίμηση, την πρόσβαση και τη συμμετοχή στον πολιτισμό της Νέας Ζηλανδίας, και να προωθήσει την ανάδειξη της πολιτιστικής ταυτότητας της Νέας Ζηλανδίας». Το Υπουργείο παρέχει συμβουλές στην κυβέρνηση της Νέας Ζηλανδίας πάνω σε ζητήματα πολιτισμού και πολιτιστικής κληρονομιάς, βοηθάει την κυβέρνηση στη διαχείριση των πολιτιστικών πόρων και πραγματοποιεί μια σειρά από δραστηριότητες που υποστηρίζουν και προωθούν την ιστορία και την κληρονομιά της χώρας. Παράλληλα, διαχειρίζεται την χρηματοδότηση προς ορισμένους κρατικούς πολιτιστικούς φορείς<sup>86</sup>.

---

<sup>85</sup> Ένας ακόμη παράγοντας που επηρέασε την πολιτιστική πολιτική ήταν το ανανεωμένο νομικό καθεστώς της συνθήκης του Waitangi το 1975. Κατά συνέπεια, οι κρατικοί οργανισμοί που ιδρύθηκαν ή αναδιαρθρώθηκαν τα επόμενα χρόνια ήταν περισσότερο δι-πολιτισμικοί, δηλαδή αντιπροσωπεύουν δίκαια τα συμφέροντα των Māori και μη-Māori κατά τη λειτουργία τους και την κατανομή των πόρων.

<sup>86</sup> Πρόκειται για τους φορείς Creative New Zealand, New Zealand Film Commission, Heritage New Zealand, τη Συμφωνική Ορχήστρα της ΝΖ και το Μουσείο της ΝΖ Te Papa Tongarewa.

Άλλα υπουργεία και κρατικές υπηρεσίες με πολιτιστικές αρμοδιότητες είναι το Υπουργείο Εσωτερικών<sup>87</sup>, το Τμήμα Συντήρησης που είναι υπεύθυνο για τη διαχείριση και προστασία των χερσαίων προστατευόμενων πολιτιστικών χώρων, το «Te Puni Kokiri» που συμβουλεύει την κυβέρνηση σε όλες τις πτυχές της πολιτικής που επηρεάζουν τους Μαορί, το Υπουργείο Επιχειρήσεων, Καινοτομίας και Απασχόλησης και το Υπουργείο Παιδείας.

Η πολιτιστική πολιτική της ΝΖ επικεντρώνεται στις ακόλουθες τομεακές πολιτικές:

- Πολιτιστική κληρονομιά
- Πολιτιστική εκπαίδευση και κατάρτιση
- Τέχνες του θεάματος
- Οπτικές και εφαρμοσμένες τέχνες
- Λογοτεχνία
- Μουσική και Όπερα.

Όσον αφορά στις δημιουργικές βιομηχανίες για τις οποίες έχει αναπτύξει συγκεκριμένη πολιτική, αυτές περιλαμβάνουν τις εξής:

- Εκδόσεις
- Τύπος
- Οπτικοακουστικά μέσα
- Ηχοληψία και δισκογραφική βιομηχανία
- **Κινηματογραφική βιομηχανία.**

Τέλος, να σημειωθεί ότι στο πλαίσιο του διεθνούς προγράμματος πολιτιστικής διπλωματίας της ΝΖ, προσπαθεί να καθιερώσει ή/και να διατηρήσει την πολιτιστική της παρουσία στο εξωτερικό προκειμένου να ενισχύσει τα οικονομικά, εμπορικά, τουριστικά, διπλωματικά και πολιτιστικά της συμφέροντα.

---

<sup>87</sup> Το Υπ. Εσωτερικών είναι αρμόδιο για τα αρχεία της Νέας Ζηλανδίας και την Εθνική Βιβλιοθήκη.

## Γ.2.2. Πολιτική για τη βιομηχανία του Κινηματογράφου

Η Νέα Ζηλανδία αποτελεί πεδίο εξελίξεων και συζητήσεων ενδεικτικών του συσχετισμού των δυνάμεων στον παγκόσμιο χάρτη της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Έτσι, η εγχώρια κινηματογραφική βιομηχανία χαρακτηρίζεται από τις προσπάθειες των τοπικών εθνικών και πολιτιστικών μειονοτήτων για αναγνώριση και τις προσπάθειες των τοπικών παραγωγών να ανταγωνιστούν τις διεθνείς υπερπαραγωγές. Μέσα από την δημόσια πολιτική για τη ρύθμιση του κινηματογραφικού κλάδου, το κράτος διαδραματίζει έναν κρίσιμο ρόλο στη διαμεσολάβηση αυτών των αγώνων.

Η πρώτη φάση του κινηματογραφικού κλάδου στη χώρα ξεκίνησε το 1913<sup>88</sup> με τρεις ταινίες που βασίζονται σε ιστορίες Μαορί. Η δεύτερη φάση ξεκίνησε το 1941 με την ίδρυση του φορέα National Film Unit, ο οποίος εξειδικευόταν στην παραγωγή ντοκιμαντέρ για τη NZ και αποτέλεσε κέντρο τεχνικής εκπαίδευσης των μελλοντικών κινηματογραφιστών. Μέχρι τη δεκαετία του 1970, βασική αντίληψη της πολιτικής για τον κινηματογράφο ήταν ότι αποτελούσε μέσο για την εκπαίδευση των πολιτών και την προώθηση της NZ ως τουριστικού προορισμού. Οι ανεξάρτητοι παραγωγοί ταινιών αντιμετώπιζαν δυσκολίες στην ανεύρεση ιδιωτικής χρηματοδότησης με αποτέλεσμα η κινηματογραφική παραγωγή να παραμένει χαμηλή. Η αναζωογόνηση της τοπικής βιομηχανίας κινηματογράφου ξεκίνησε στα τέλη της δεκαετίας του 1970, με το *Sleeping Dogs* του Roger Donaldson (1977), ενώ τη δεκαετία του 1990 η ταινία *The Piano* της Jane Campion ήταν η πρώτη ταινία της χώρας που κέρδισε τόσα βραβεία: Χρυσό Φοίνικα στις Κάννες και 3 βραβεία Όσκαρ. Πλέον η χώρα συνεχίζει να παράγει διεθνούς φήμης και αναγνώρισης σκηνοθέτες, με πιο δημοφιλή τον Sir Peter Jackson και την τριλογία του «Άρχοντα των Δαχτυλιδιών» (2001-2003).

Δύο είναι τα βασικά αρμόδια όργανα για την δημόσια κινηματογραφική πολιτική στη χώρα: η **New Zealand Film Commission** που ενθαρρύνει τις

---

<sup>88</sup> Οι πρώτες ταινίες προβλήθηκαν το 1896, αλλά το 1913 γυρίστηκαν οι πρώτες ταινίες στη Νέα Ζηλανδία. Πρόκειται για τρεις ταινίες που βασίστηκαν σε ιστορίες των Μαορί σε σκηνοθεσία του Gaston Melies, τις *Loved by a Maori Chieftainess*, *Hinemoa* και *How Chief Te Ponga Won His Bride*. Στα επόμενα 30 χρόνια γυρίστηκαν περίπου 28 ακόμη ταινίες, συμπεριλαμβανομένων των *The Birth of New Zealand* (1922), *Rewi's Last Stand* (1925) και *Down on the Farm* (1935).

εγχώριες παραγωγές, επενδύοντας στους εγχώριους κινηματογραφιστές και η **Film New Zealand** που προωθεί τη χώρα ως κινηματογραφικό προορισμό και διευκολύνει την πραγματοποίηση διεθνών και εγχώριων κινηματογραφικών παραγωγών.

### **Γ.2.2.1 New Zealand Film Commission**

Η Film Commission της χώρας (NZFC) ιδρύθηκε το 1978 προκειμένου να ενισχύσει την εγχώρια κινηματογραφική παραγωγή. Πρόκειται ουσιαστικά για έναν φορέα χρηματοδότησης, τον οποίο διευθύνει ένα ανεξάρτητο συμβούλιο<sup>89</sup> διορισμένο από το Υπουργείο Πολιτισμού και Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Η NZFC έχει χρηματοδοτήσει την πλειονότητα των μικρού και μεγάλου μήκους ταινιών που πραγματοποιήθηκαν στη Νέα Ζηλανδία τις τρεις τελευταίες δεκαετίες<sup>90</sup>.

**Κύριος ρόλος** της είναι να «ενθαρρύνει, να συμμετέχει και να βοηθάει στην παραγωγή, τη διανομή και την προώθηση των ταινιών που παράγονται στη Νέα Ζηλανδία από Νεοζηλανδούς πάνω σε θέματα που αφορούν τη χώρα». Τα **εργαλεία** που διαθέτει για αυτό τον σκοπό είναι η παροχή δανείων και η χρηματοδότηση κεφαλαίων, η δραστηριοποίηση στις πωλήσεις και το μάρκετινγκ των ταινιών της Νέας Ζηλανδίας, η εκπαίδευση και η επαγγελματική ανάπτυξη στη βιομηχανία. **Στόχος** της είναι η ανάπτυξη της κινηματογραφικής βιομηχανίας της Νέας Ζηλανδίας: εντοπίζει τα ανερχόμενα ταλέντα, τους βοηθάει να γυρίσουν την πρώτη τους ταινία και τους υποστηρίζει στα επόμενά τους βήματα ώστε να αναδειχθούν και να αξιολογηθούν από το τοπικό και διεθνές κοινό.

Παράλληλα, συνεργάζεται με το δημόσιο φορέα Creative New Zealand για την από κοινού επιδότηση πειραματικών και καινοτόμων ταινιών, με άλλες χώρες

---

<sup>89</sup> Το Διοικητικό Συμβούλιο της NZFC είναι αρμόδιο για τη διοίκηση, την καθοδήγηση της πολιτικής της NZFC και τις αποφάσεις χρηματοδότησης. Αποτελείται από επτά μέλη, τα οποία εκπροσωπούν τη βιομηχανία του κινηματογράφου και την ευρύτερη επιχειρηματική και καλλιτεχνική κοινότητα.

<sup>90</sup> Στα 33 χρόνια λειτουργίας της, έχουν πραγματοποιηθεί περισσότερες από 300 ταινίες μεγάλου μήκους χάρη στην χρηματοδότηση ή τις επιδοτήσεις που διαχειρίζεται η NZFC. Αντιθέτως, τα 30 χρόνια πριν τη λειτουργία της, είχαν πραγματοποιηθεί λιγότερες από 20 μεγάλου μήκους ταινίες συνολικά στη Νέα Ζηλανδία.



για τη συμπαραγωγή ταινιών<sup>91</sup>, καθώς και με ορισμένα υπουργεία, όπως το Υπουργείο Επιχειρήσεων, Καινοτομίας και Απασχόλησης (τμήματα Τουρισμού και Εμπορίου) για την υποστήριξη της προώθησης του brand name της χώρας ως τουριστικός προορισμός και το Υπουργείο Εξωτερικών για τις διαπραγματεύσεις των συνθηκών συν-παραγωγής.

Ο ετήσιος προϋπολογισμός της δεν είναι σταθερός, αλλά εξαρτάται από τους διαθέσιμους δημόσιους πόρους και τις αποδόσεις των επενδύσεων στις ταινίες. Το 2011-12 ανήλθε στα 18.369 εκατ. \$NZ, ενώ το 2012-3 στα 19.536 εκατ. \$NZ. Οι πόροι της προέρχονται κυρίως από έσοδα από τυχερά παιχνίδια (70% περίπου), από την Κυβέρνηση και σε μικρότερο βαθμό από τις αποδόσεις των επενδύσεων σε ταινίες.

Στις επόμενες ενότητες θα αναλύσουμε τις δραστηριότητες της NZFC.

#### **Γ.2.2.2. Επιδοτήσεις και λοιπά χρηματοδοτήσεις παραγωγών**

Όπως ήδη αναφέρθηκε, η FCNZ είναι κατά βάση ένα χρηματοδοτικός φορέας, παρέχει δηλαδή δάνεια και χρηματοδότηση κεφαλαίων σε εγχώριους κινηματογραφιστές, προκειμένου να βοηθήσει στην ανάπτυξη και παραγωγή ταινιών μεγάλου και μικρού μήκους, ταινιών χαμηλού προϋπολογισμού και ντοκιμαντέρ με περιεχόμενο συναφές με τη χώρα ή/ και τους Μαορί<sup>92</sup>.

Εκτός από τη χρηματοδότηση των πρωτοβουλιών που θα αναλυθούν στη συνέχεια, προσφέρει χρηματοδοτική στήριξη στη Film New Zealand, τις ενώσεις

---

<sup>91</sup> Οι συμφωνίες συμπαραγωγής ταινιών επιτρέπουν στα εγκεκριμένα έργα να αποκτήσουν το καθεστώς επίσημης συμπαραγωγής, γεγονός που επιτρέπει να επωφελούνται των προνομίων που παρέχονται σε καθεμία από τις χώρες συμπαραγωγής. Τέτοια οφέλη περιλαμβάνουν την πρόσβαση στην χρηματοδότηση, κίνητρα στο πλαίσιο της υφιστάμενης νομοθεσίας της κάθε χώρας, και διευκολύνσεις σε διάφορα θέματα, όπως η προσωρινή μετανάστευση των υπηκόων της άλλης χώρας και προσωρινή είσοδος του εξοπλισμού.

Ως το 2011, η Νέα Ζηλανδία έχει πραγματοποιήσει 13 διμερείς συμφωνίες συμπαραγωγής ταινιών με: Αυστραλία (1986, αναθεωρήθηκε το 1994), Καναδά (1987), Γαλλία (1987), Ηνωμένο Βασίλειο (1993), Ιταλία (1997, αναθεωρήθηκε το 2004), Σιγκαπούρη (2004), Γερμανία (2005), η Ιρλανδία (2007), Ισπανία (2008), Κορέα (2008) (για μεγάλου μήκους ταινίες μόνο), Κίνα (2010) (για μεγάλου μήκους ταινίες μόνο), Ινδία (2011) και Νότιο Αφρική (2011). Η Νέα Ζηλανδία έχει υπογράψει επίσης δύο μη δεσμευτικές συμφωνίες συνεργασίας για την οπτικοακουστική βιομηχανία με τη Δημοκρατία της Κορέας (2005) και το Χονγκ Κονγκ (2010).

<sup>92</sup> Ταινίες που προορίζονται μόνο για την τηλεόραση ή το διαδίκτυο χρηματοδοτούνται από τον φορέα NZ On Air. Εάν πρόκειται για μια multi-media/video εγκατάσταση που απευθύνεται σε γκαλερί ή μουσεία, υπεύθυνη για χρηματοδότηση είναι η υπηρεσία Creative NZ.

τεχνικών, ηθοποιών, σκηνοθετών, σεναριογράφων, παραγωγών, την οργάνωση «γυναίκες στον κινηματογράφο και την τηλεόραση» και σε πολλά φεστιβάλ.

Όσον αφορά στις **μεγάλες μήκους ταινίες** προβλέπονται οι εξής παροχές/διευκολύνσεις:

α) Στο στάδιο αρχικού σχεδιασμού της παραγωγής (προ-παραγωγή) για την ενίσχυση των σεναρίων και σεναριογράφων της χώρας και την υποστήριξη καινοτόμων ιδεών που θα κατορθώσουν να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του τοπικού και διεθνούς κοινού, προβλέπονται οι ακόλουθες επιχορηγήσεις:

- Seed grant: Για την ανάπτυξη αρχικών σεναρίων που βασίζονται σε πρωτότυπες ιδέες (10 επιχορηγήσεις X 10.000 \$ NZ).
- Early Development Fund: Δανειοδοτικό ταμείο για την ανάπτυξη αρχικών σεναρίων.

β) Στο στάδιο του προχωρημένου σχεδιασμού της παραγωγής (προ-παραγωγή), η χρηματοδότηση συχνά είναι αναγκαία προκειμένου οι παραγωγοί να μεγιστοποιήσουν τις πιθανότητες εξασφάλισης χρηματοδότησης της παραγωγής, τόσο στη Νέα Ζηλανδία όσο και στο εξωτερικό. Τα εργαλεία χρηματοδότησης σε αυτό το στάδιο είναι:

- Advanced Development Fund: Το ταμείο έχει σχεδιαστεί για να υποστηρίξει ταινίες που βρίσκονται σε προχωρημένο στάδιο και είναι έτοιμες να βγουν στην αγορά.
- Board development: Επιπλέον δάνειο για τις παραγωγές που έχουν ήδη λάβει δανειοδότηση και βρίσκονται σε εξαιρετικά προχωρημένο στάδιο ως προς την έναρξη της παραγωγής τους.
- Producer International Travel Assistance: Χρηματοδότηση των μετακινήσεων των παραγωγών στο εξωτερικό, προκειμένου να αναζητήσουν πηγές χρηματοδότησης για τα σχέδιά τους.

γ) Στο στάδιο παραγωγής, επενδύει άμεσα στην παραγωγή μεγάλου μήκους ταινιών ανεξάρτητα από τον προϋπολογισμό ή το είδος τους με τους ακόλουθους τρόπους:

- Χρηματοδότηση της παραγωγής στις κινηματογραφικές ταινίες μέσω επένδυσης μετοχών (equity investment) (μέγιστη επένδυση 2 εκατ. NZ\$), εφόσον αυτές πληρούν ορισμένα κριτήρια<sup>93</sup>.
- New Zealand Screen Production Grant: Πρόκειται για επιχορήγηση, η οποία ενθαρρύνει εγχώριες και διεθνείς παραγωγές μεσαίου & μεγάλου προϋπολογισμού να κινηματογραφήσουν στη χώρα<sup>94</sup>. Για τις διεθνείς παραγωγές, η επιχορήγηση μπορεί να φτάσει το 20% των πιστοποιημένων δαπανών της παραγωγής στη NZ (QNZPE<sup>95</sup> min 15 εκατ. \$ NZ) και για τις εγχώριες το 40%.

δ) Στο στάδιο της μετά-παραγωγής, λειτουργεί υποβοηθητικά για την ολοκλήρωση της παραγωγής, αφορά παραγωγές αξίας έως 25.000 \$ NZ και έχει σχεδιαστεί για να βοηθήσει τους ανεξάρτητους δημιουργούς στο τελευταίο εμπόδιο του postproduction.

Άλλα χρηματοδοτικά εργαλεία περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

ε) Πρόγραμμα He Ara: στόχος του είναι η παροχή βοήθειας σε συγγραφείς, παραγωγούς και σκηνοθέτες των Μαορί, ώστε να ενισχυθεί η πολιτιστική πολυμορφία της χώρας, να διατηρηθεί και να μεταδοθεί η γνώση, οι ιστορίες και οι μύθοι των Μαορί στις επόμενες γενιές και να ενισχυθούν οι επαγγελματικές τους διασυνδέσεις με τον υπόλοιπο κόσμο.

στ) Προγράμματα χρηματοδότησης για ταινίες μικρού μήκους: Η NZFC αναγνωρίζει ότι οι ταινίες μικρού μήκους διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην προβολή νέων δημιουργών, αντανακλούν τον πολιτισμό της χώρας και βοηθούν τους κινηματογραφιστές να αναπτύξουν δεξιότητες και σχέσεις με τους

<sup>93</sup> Τα κριτήρια που έχουν τεθεί είναι το πολιτιστικό (αν θα αντανακλά η ταινία τη NZ και τους Νεοζηλανδούς), η σύνδεση (αν θα συνδέεται με το κοινό στο οποίο στοχεύει), το δημιουργικό (αν θα επιτύχει την αντίστοιχη καλλιτεχνική αναγνώριση και βραβεύσεις), η σταδιοδρομία (αν θα αναπτύξει την επαγγελματική σταδιοδρομία των δημιουργών που συμμετέχουν σ' αυτή) και το κριτήριο του Value for Money.

<sup>94</sup> Προκειμένου μια παραγωγή να δικαιούται την επιχορήγηση πρέπει να έχει περιεχόμενο συναφές με τη NZ ή να αποτελεί επίσημη συμπαραγωγή.

<sup>95</sup> QNZPE - Qualified New Zealand Production Expenditure: πιστοποιημένες δαπάνες της παραγωγής σε αγαθά και υπηρεσίες της NZ, τη χρήση γης στη NZ και τη χρήση αγαθών της NZ κατά το χρόνο που το εν λόγω αγαθό χρησιμοποιείται στην παραγωγή της ταινίας. Περιλαμβάνει επίσης τους μισθούς και τις δαπάνες για τους μη ΝεοΖηλανδούς που εργάζονται σε μια παραγωγή στη NZ εφόσον η εργασία τους διαρκεί περισσότερο από 14 μέρες.

ηθοποιούς και τους υπόλοιπους εργαζόμενους στον κλάδο του κινηματογράφου τόσο τοπικά όσο και διεθνώς. Προκειμένου να ενισχυθεί ο τομέας των μικρού μήκους ταινιών έχουν θεσπιστεί οι εξής δομές χρηματοδότησης:

- **Fresh Shorts:** Αποσκοπεί στο να προσδιορίσει την επόμενη γενιά κινηματογραφιστών, ενισχύοντας και εμπνέοντας τα ανερχόμενα ταλέντα (max. 8 ταινίες X 10.000\$ και max. 8 ταινίες X 30.000\$).
- **Premiere Shorts:** Αφορά την επιδότηση ταινιών μικρού μήκους που έχουν ως στόχο να προωθήσουν τα εγχώρια ταλέντα στη διεθνή σκηνή (max. 6 ταινίες X 90.000\$).
- **Post Production Fund:** επιχορηγεί ταινίες μικρού μήκους που έχουν επιλεχθεί να συμμετάσχουν σε διεθνή φεστιβάλ.

ζ) Σχέδιο ανάπτυξης επιχειρήσεων, το οποίο στοχεύει να ενισχύσει την κινηματογραφική βιομηχανία, προωθώντας παράλληλα την ανάπτυξη νέων και ήδη υπάρχουσών επιχειρήσεων ώστε να προσελκύουν περισσότερες ιδιωτικές και επενδύσεις από το εξωτερικό. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην ενθάρρυνση στρατηγικών ανάπτυξης, παραγωγής και μάρκετινγκ που ανταποκρίνονται στις νέες ευκαιρίες που προσφέρουν τα ψηφιακά και διαδικτυακά μέσα.

### **Γ.2.2.3. Απασχόληση**

Εκτός από τη χρηματοδότηση της παραγωγής κινηματογραφικών βιομηχανιών, η NZFC στρέφεται και προς την ανάπτυξη του εργατικού δυναμικού της βιομηχανίας του κινηματογράφου. Προς αυτή την κατεύθυνση έχουν θεσπιστεί υποτροφίες για την επαγγελματική εξέλιξη των κινηματογραφιστών. Οι υποτροφίες περιλαμβάνουν τα δίδακτρα για τη συμμετοχή σε εργαστήρια και σεμινάρια εξειδίκευσης, δαπάνες μετακίνησης και διαμονής και έξοδα συμμετοχής σε διεθνή φεστιβάλ. Τα εργαλεία για την προώθηση του δημιουργικού δυναμικού της χώρας καλύπτουν τους ακόλουθους άξονες:

- Υποτροφίες επαγγελματικής ανάπτυξης, οι οποίες καλύπτουν το κόστος συμμετοχής σε σημαντικές επαγγελματικές ευκαιρίες ανάπτυξης στον τομέα ειδικότητάς των επαγγελματιών του κινηματογράφου.
- Υποτροφίες για νέους σκηνοθέτες και παραγωγούς.
- Οργάνωση του δημιουργικού δυναμικού ανά κατηγορία.

- Υποστήριξη συμμετοχής των κινηματογραφιστών σε διεθνή εργαστήρια και λοιπές εκπαιδευτικές δραστηριότητες.
- Διαδικτυακός οδηγός για νέους κινηματογραφιστές, με συμβουλές σχετικές με τη συγγραφή, την παραγωγή, τη διανομή και το μάρκετινγκ.

#### **Γ.2.2.4. Διανομή και Μάρκετινγκ**

Σε αυτό το κομμάτι, παρέχονται διάφορες μορφές υποστήριξης της διανομής συμπεριλαμβανομένης της διευκόλυνσης των επαφών με τοπικούς διανομείς και μη συμβατικές ή εναλλακτικές στρατηγικές διανομής και προώθησης. Η NZFC προσφέρει αρχείο με τις εταιρείες διανομής που ενδιαφέρονται για την προώθηση ανεξάρτητων εγχώριων παραγωγών και οικονομική ενίσχυση σε τοπικούς διανομείς ανεξάρτητων εγχώριων παραγωγών. Επιπλέον, συμμετέχει σε διεθνή φεστιβάλ για την προώθηση των εγχώριων ταινιών και κινηματογραφιστών στη διεθνή κινηματογραφική αγορά και διευκολύνει τις διεθνείς συνεργασίες και συμπαραγωγές. Τέλος, σε συνεργασία με τους φορείς NZ on Screen και DigitalNZ έχουν δημιουργήσει ένα iPhone App για τους φίλους των ταινιών, της τηλεόρασης και των μουσικών βίντεο της Νέας Ζηλανδίας, το οποίο περιλαμβάνει διαφημιστικά τρέιλερ των υποστηριζόμενων ταινιών και σκηνές από τα παρασκήνια.

#### **Γ.2.2.5. Διεθνείς παραγωγές**

Η NZFC διαθέτει αρμοδιότητες και για την προσέλκυση διεθνών παραγωγών στη χώρα, όπως το New Zealand Screen Production Grant, που ισχύει και για τις διεθνείς παραγωγές και η σύναψη συμφωνιών για διεθνείς συμπαραγωγές. Οι διεθνείς παραγωγές που πραγματοποιούνται στη χώρα οφείλουν να λάβουν επίσημη πιστοποίηση, προκειμένου να επωφεληθούν από τα ανωτέρω προνόμια.

### **Γ.2.2.6. Film New Zealand**

Μέλος του Συνδέσμου Διεθνών Film Commissions (AFC), είναι αρμόδια για τη διευκόλυνση των κινηματογραφήσεων διεθνών και εγχώριων συνεργείων και για την προώθηση της χώρας ως προορισμού κινηματογραφικών παραγωγών. Πρόκειται για έναν ανεξάρτητο φορέα που λειτουργεί υπό την καθοδήγηση του διοικητικού του συμβουλίου, το οποίο εκπροσωπεί την κυβέρνηση και την εγχώρια βιομηχανία του κινηματογράφου. Κύρια ευθύνη της είναι να προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες σε όσους επιθυμούν να κινηματογραφήσουν στη χώρα και να παρέχει γρήγορα και αποτελεσματικά όλες τις απαραίτητες πληροφορίες, με τη βοήθεια των ολοκληρωμένων βάσεων δεδομένων που διαθέτει πάνω στα ακόλουθα σημεία:

- **Γενικές ταξιδιωτικές πληροφορίες** για τη χώρα: διαμονή, κλίμα, τελωνεία, ιατρική περίθαλψη, τράπεζες, τηλεπικοινωνίες και ηλεκτροδότηση, μέσα μεταφοράς.
- Ζητήματα που αφορούν στα **ζώα** και ειδικότερα το καθεστώς εισαγωγής ζώων από άλλες χώρες, την εκπαίδευση και την αδειοδότηση για τη χρήση ζώων.
- **Δημιουργικό προσωπικό**: η ενότητα περιλαμβάνει πληροφορίες για το δημιουργικό προσωπικό της κινηματογραφίας, παραγωγούς, σκηνοθέτες, σεναριογράφους και ηθοποιούς, εταιρείες ειδικών και ψηφιακών εφέ και κασκαντέρ.
- **Απασχόληση**: επαφές για όλες τις εταιρείες παραγωγής, πληροφορίες για τα προσόντα και τα επίπεδα μισθών, το ισχύον σύστημα συλλογικών συμβάσεων και νόμιμων συνθηκών απασχόλησης ηθοποιών και τεχνικών. Για την απασχόληση αλλοδαπού προσωπικού, παρέχει πληροφορίες για την απόκτηση βίζας και την φορολόγηση τους.
- Απαραίτητο καθεστώς **ασφάλισης** των εργαζομένων.
- Πληροφορίες για **τεχνικό εξοπλισμό** και ενοικίαση του.
- **Μετανάστευση**: διαδικασία και απαραίτητα δικαιολογητικά για την έγκριση βίζας ή προσωρινής άδειας παραμονής και εργασίας (14 ημέρες).
- Βάση δεδομένων με φωτογραφίες για τις ενδεικτικές **τοποθεσίες**. Η αναζήτηση μπορεί να γίνει και ανά περιοχή, εποχή, είδος κτιρίου,

αρχιτεκτονική κλπ. Δίνεται και η δυνατότητα σύνταξης εξειδικευμένων προτάσεων ανάλογα με τις ανάγκες κάθε παραγωγής.

- Βάση δεδομένων με τους εθνικούς **διανομείς** ταινιών.
- Διασύνδεση με το δίκτυο των **τοπικών film commissions**, οι οποίες προσφέρουν υποστήριξη και βοήθεια στις εταιρείες παραγωγής ώστε να κατανοήσουν και να αποκτήσουν πρόσβαση στις διάφορες τοποθεσίες. Είναι ιδιαίτερα χρήσιμα για τις διεθνείς εταιρείες που δεν είναι εξοικειωμένες με τη χώρα και το κανονιστικό της πλαίσιο.
- Πρωτοβουλία **greening the screen**<sup>96</sup> σε συνεργασία με το Υπουργείο Περιβάλλοντος: περιλαμβάνει μια σειρά από ιδέες και παραδείγματα με σκοπό να ενθαρρύνουν τη δημιουργικότητά στην αναζήτηση λύσεων, οι οποίες προσφέρουν οικονομικά αποτελέσματα και εξασφαλίζουν την προστασία της φυσικής, ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς της Νέας Ζηλανδίας.

#### **Γ.2.2.7. Άδειες Κινηματογράφησης**

Το τοπίο της Νέας Ζηλανδίας είναι κομμάτι της εθνικής πολιτιστικής ταυτότητας της χώρας και για το λόγο αυτό προστατεύεται από διάφορα πρωτόκολλα και κατευθυντήριες γραμμές. Προκειμένου οι κινηματογραφικές παραγωγές να μπορούν να διαθέτουν πρόσβαση τηρώντας τις υποχρεώσεις και τα καθήκοντα τους απέναντι στη νομοθεσία, έχει σχεδιαστεί ένα σύστημα αδειοδότησης, το οποίο είναι πρακτικό και δεν απαιτεί συγκεκριμένες νομικές γνώσεις για τις διάφορες χρήσεις γης στη χώρα. Σε κάθε περίπτωση, η FNZ συστήνει την πρόσληψη τοπικού location manager, ο οποίος διαθέτει τις κατάλληλες γνώσεις, εμπειρία και εξοικείωση για την έκδοση των απαραίτητων αδειών. Οι βασικές αρχές που διέπουν την αδειοδότηση είναι οι ακόλουθες:

- Η κινηματογράφιση σε κάθε τοποθεσία απαιτεί τη σχετική άδεια του ιδιοκτήτη, ο οποίος πρέπει να ελέγξει το Σχέδιο Ασφάλειας και Υγιεινής

---

<sup>96</sup> Ο σκοπός της πρωτοβουλίας “Greening the screen” είναι να ενθαρρύνει την κινηματογραφική βιομηχανία ώστε να λειτουργεί σεβόμενη την αρχή της βιωσιμότητας, να προστατεύσει τη φυσική, ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά της Νέας Ζηλανδίας, να συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξη του κινηματογραφικού κλάδου παραγωγής, να ενισχύσει τη φήμη και την ανταγωνιστικότητα του κλάδου και να υποστηρίξει την υιοθέτηση περιβαλλοντικά υπεύθυνων πρακτικών. Για περισσότερες πληροφορίες βλ <http://www.greeningthescreen.co.nz/>

και την ασφάλιση αστικής ευθύνης της κάθε παραγωγής, προτού να δώσει τη συγκατάθεσή του.

- Για τα γυρίσματα σε δρόμους απαιτείται άδεια από τις τοπικές αρχές και την αστυνομία.
- Πολλές τοποθεσίες σε όλη τη Νέα Ζηλανδία - κυρίως αγροτικές και παράκτιες περιοχές - μπορεί να ανήκουν στους Μαορί ή να έχουν σημαντική πολιτιστική αξία για αυτούς. Η χρήση αυτής της γης απαιτεί την προηγούμενη σχετική διαβούλευση μαζί τους, προκειμένου να διασφαλιστεί η πολιτιστικά ορθή αναπαράσταση των χώρων και των παραδόσεών τους.
- Ειδικές άδειες απαιτούνται και για τα 13 εθνικά πάρκα της χώρας. Αρμόδιο είναι το Department of Conservation.
- Σχεδόν σε κάθε περίπτωση, βασικό αρμόδιο όργανο για την έκδοση άδειας είναι τα τοπικά συμβούλια, ενώ όταν εμπλέκεται η χρήση ιδιωτικής ιδιοκτησίας πάντα απαιτείται και η σύμφωνη γνώμη του ιδιοκτήτη.

### **Γ.2.3. Το επιχειρηματικό περιβάλλον**

Με αφετηρία την επιτυχία της τριλογίας ταινιών Lord of the Rings, η κινηματογραφική βιομηχανία της NZ συνέχισε να αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια και να αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της πολιτιστικής οικονομίας της χώρας. Αυτό επετεύχθη μέσα από την προσέλκυση διεθνών κινηματογραφικών παραγωγών και τη διαρκή υποστήριξη του τοπικού περιεχομένου, με αποτέλεσμα ο αριθμός των αναγνωρισμένων κινηματογραφιστών της NZ να είναι πολύ μεγαλύτερος συγκριτικά με τον μικρό πληθυσμό της χώρας και την απόσταση από τα μεγάλα μητροπολιτικά πολιτιστικά κέντρα.

Η εγχώρια κινηματογραφική παραγωγή κατάφερε να συστήσει στους διεθνείς κινηματογραφιστές<sup>97</sup> το **τοπίο** και τη φύση της Νέας Ζηλανδίας. Η ποικιλία του τοπίου στη NZ είναι μοναδική – παραλίες, ηφαίστεια, δάση, σπάνια φυτά και ζώα. Επίσης, το **μικρό μέγεθος** της NZ και η καλή **μεταφορική σύνδεση** συμβάλλουν ώστε ακόμη και όταν τα γυρίσματα γίνονται σε φυσικές

---

<sup>97</sup> Ανάμεσά τους ο Ron Howard για την ταινία Willow (1988) και ο Ed Zwick για το The Last Samurai (2004).



τοποθεσίες, οι κινηματογραφιστές να παραμένουν σε κοντινή απόσταση από τις κινηματογραφικές υπηρεσίες και υποδομές.

Οι σύγχρονες **υποδομές** της χώρας περιλαμβάνουν ολοκληρωμένες εγκαταστάσεις post-production, ήχου και ψηφιακών μέσων και την τελευταία δεκαετία, η NZ γνωρίζει άνοδο των εταιρειών ψηφιακών μέσων. Παραγωγές όπως η τριλογία ταινιών Lord of the Rings και η ταινία Avatar του James Cameron, που πραγματοποιήθηκαν σε εγκαταστάσεις στη χώρα με τα **τελευταίας τεχνολογίας ψηφιακά εφέ**, αποτέλεσαν απόδειξη της τεχνικής και της παραγωγικής ικανότητας της χώρας στην παραγωγή ταινιών. Μάλιστα, η εταιρεία Weta Digital, στην οποία δημιουργήθηκε το Avatar, χρησιμοποιεί ένα νέο σύστημα εικονοληψίας σε εικονικό σκηνικό, ενώ έχει αναπτύξει νέα τεχνολογία για την παραγωγή **τρισδιάστατων ταινιών**.

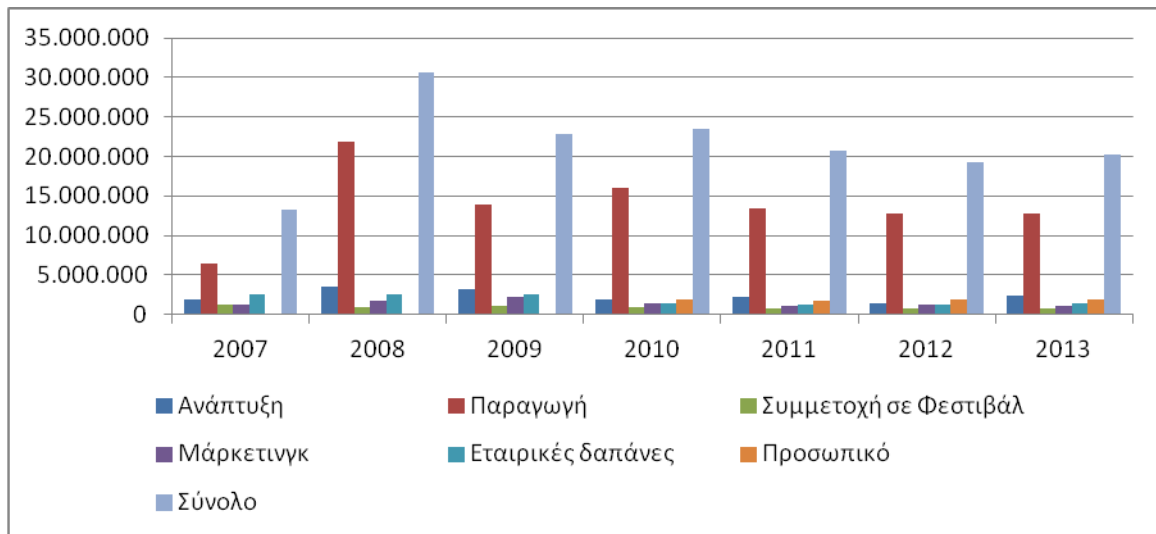
Σε αυτό έχουν συμβάλει και μια σειρά από **ερευνητικά εργαστήρια** για τα νέα μέσα στα οποία απασχολούνται απόφοιτοι από σχολές 3D animation, ανάπτυξης παιχνιδιών, οπτικών εφέ και ψηφιακών μέσων. Αυτές οι σχολές προσελκύουν φοιτητές από περισσότερες από 35 χώρες χάρη στη φήμη της χώρας στα τελευταίας τεχνολογίας γραφικά υπολογιστή και τη τεχνολογική της καινοτομία.

#### **Γ.2.4. Αποτελέσματα της πολιτικής για την κινηματογραφική βιομηχανία**

Η δημιουργική βιομηχανία του κινηματογράφου παίζει ζωτικό ρόλο στην εθνική οικονομία της Νέας Ζηλανδίας και προσδιορίζεται ως βασικός τομέας που μπορεί να συμβάλει στην ενίσχυση και τη ανάπτυξη της. Για το λόγο αυτό, οι εθνικές κυβερνήσεις εξακολουθούν να την αντιμετωπίζουν ως αγαθό που αποφέρει οφέλη για την οικονομία και την εθνική ταυτότητα της NZ. Υπό αυτή την έννοια, η θέση της NZFC κρίνεται ιδιαίτερα δυσχερής, εφόσον καλείται να διαπραγματευτεί τις ενίοτε αντικρουόμενες προτεραιότητες των κυβερνήσεων, της βιομηχανίας και της κινηματογραφικής κοινότητας.

Κάτω υπό αυτές τις συνθήκες, οι δαπάνες της NZFC ανά κατηγορία για τα έτη 2007-2013 διαμορφώθηκαν όπως φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα. Με εξαίρεση την απότομη αύξηση το 2008, οι συνολικές δαπάνες παραμένουν σταθερές, ενώ το μεγαλύτερο μέρος αφορά επιδοτήσεις προς την παραγωγή νέων ταινιών.

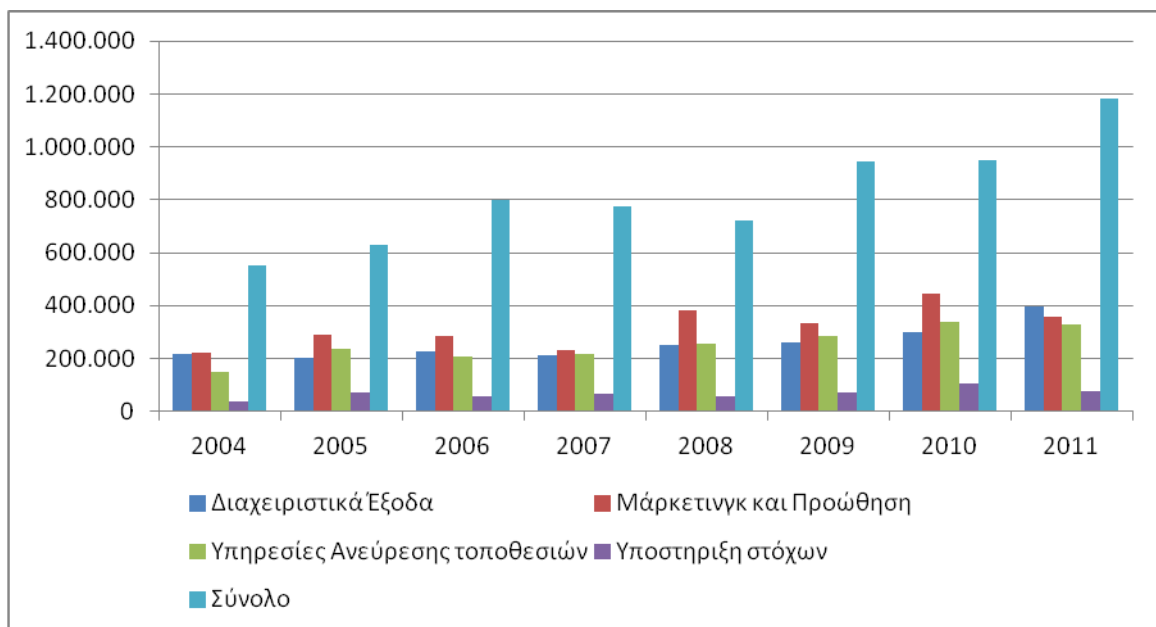
**Πίνακας 10:** Ετήσιες δαπάνες NZFC 2007-2013



Πηγή: New Zealand Film Commission, Annual Reports.

Όσον αφορά στις δαπάνες της FNZ, εκεί μπορούμε να διακρίνουμε μια ανοδική τάση, η οποία οφείλεται στην αύξηση των διαχειριστικών δαπανών του φορέα και πιο έντονες διακυμάνσεις στις δαπάνες για την προώθηση και το μάρκετινγκ των ταινιών.

**Πίνακας 11:** Ετήσιες δαπάνες FNZ 2004-2011



Πηγή: Film New Zealand Review, Μάιος 2012

Αποτέλεσμα των οικονομικών ενισχύσεων ήταν να αυξηθεί σημαντικά ο παραγόμενος αριθμός εγχώριων ταινιών, όπως αποδεικνύει και ο Πίνακας 3.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει, όμως, η ανταπόκριση του κοινού στις εγχώριες κινηματογραφικές παραγωγές. Για παράδειγμα, τα έτη 2009 και 2010, ενώ βγήκε στους κινηματογράφους ο ίδιος αριθμός ταινιών (8), το 2010 τόσο τα έσοδα, όσο και η προσέλευση στους κινηματογράφους ήταν σχεδόν τετραπλάσια. Αντίστοιχα, συγκρίνοντας τα έτη 2006 και 2012, διαπιστώνει κανείς ότι ο τριπλάσιος αριθμός ταινιών (4 το '10 και 12 το '12) απέφερε τις μισές αποδόσεις στο box office.

**Πίνακας 12:** Ταινίες που πραγματοποιήθηκαν με χρηματοδότηση από τη NZFC 2005-2013

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Αρ.Ταινιών</b>	3	4	6	7	8	8	14	12	11
<b>Box Office*</b>	7,106	7,000	2,907	2,638	3,583	11,051	3,7	3,625	4,6
<b>Εισιτήρια</b>	747.987	732.962	294.223	259.905	322.885	957.774	323.727	305.887	388.000

\*Box Office σε εκατ. \$ NZ

Πηγή: NZFC

Τα ακαθάριστα έσοδα της βιομηχανίας του κινηματογράφου συνεχίζουν να έχουν μια σταθερά αυξητική πορεία στο σύνολό τους. Μεγαλύτερη σχετική αύξηση παρουσιάζουν τα έσοδα που προέρχονται από την παραγωγή ταινιών, ενώ το 2012 διαπιστώνεται μείωση των εσόδων από τη διανομή.

**Πίνακας 13:** Ακαθάριστα έσοδα βιομηχανίας κινηματογράφου NZ (σε εκατ. \$ NZ) (2005-2012)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Παραγωγή</b>	1.311	1.305	1.076	1.258	1.347	1.366	1.403	1.654
<b>Broadcasting</b>	1.005	1.072	1.081	1.155	1.144	1.168	1.248	1.317
<b>Διανομή</b>	179	168	194	176	163	186	176	157
<b>Προβολή</b>	144	129	129	145	153	153	162	162
<b>Σύνολο</b>	<b>2.639</b>	<b>2.674</b>	<b>2.480</b>	<b>2.735</b>	<b>2.806</b>	<b>2.873</b>	<b>2.989</b>	<b>3.290</b>

Πηγή: Statistics New Zealand <http://www.stats.govt.nz/>

Η βιομηχανία αποτελείται από μόλις πάνω από περίπου 2.800 επιχειρήσεις που καλύπτουν την παραγωγή, μετά-παραγωγή, τη διανομή, την προβολή και την παραγωγή τηλεοπτικών εκπομπών. Αυτές οι επιχειρήσεις ασχολούνται κυρίως με τον τομέα της παραγωγής και μετά-παραγωγής. Τέλος, όσον αφορά στις θέσεις εργασίας, παρατηρείται μια μείωση το 2010 και σταθεροποίηση τα τελευταία χρόνια. Η μείωση των θέσεων εργασίας οφείλεται κυρίως στον περιορισμό σύναψης συμβάσεων έργου<sup>98</sup>.

**Πίνακας 14:** Αριθμός επιχειρήσεων στην κινηματογραφική βιομηχανία NZ (2005-2012)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Παραγωγή<sup>99</sup></b>	1.941	1.962	2.028	2.106	2.544	2.949	2.616	2.667
<b>Broadcasting</b>	36	39	45	42	39	57	54	48
<b>Διανομή</b>	57	66	63	72	72	102	81	75
<b>Προβολή</b>	69	66	72	78	75	81	87	87
<b>Σύνολο</b>	2.061	2.052	2.157	2.223	2.673	3.078	2.739	2.805

Πηγή: Statistics New Zealand <http://www.stats.govt.nz/>

**Πίνακας 15:** Θέσεις εργασίας στην κινηματογραφική βιομηχανία NZ (2005-2012)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Παραγωγή</b>	16.700	16.900	16.700	17.200	16.200	15.100	13.300	14.400
<b>Συμβόλαια</b>	3.700	4.400	4.300	4.300	5.800	5.600	6.800	5.900
<b>Broadcasting</b>	3.400	4.500	4.900	4.800	4.700	4.600	5.000	5.000
<b>Διανομή</b>	280	280	320	340	320	290	310	340
<b>Προβολή</b>	3.700	3.400	3.200	3.800	3.600	3.200	3.300	3.200
<b>Σύνολο</b>	27.700	29.500	29.400	30.500	30.600	28.800	28.600	28.900

Πηγή: Statistics New Zealand <http://www.stats.govt.nz/>

<sup>98</sup> Σύμφωνα με σχετικό νόμο που ρυθμίζει τις εργασιακές σχέσεις, οι εργαζόμενοι που ασχολούνται με την παραγωγή ταινιών θα είναι ανεξάρτητοι ανάδοχοι και όχι οι εργαζόμενοι, εκτός εάν έχουν συνάψει σύμβαση εργασίας η οποία αναφέρει ότι είναι υπάλληλοι.

## Γ.3. Ελλάδα

### Γ.3.1. Πολιτιστική πολιτική

Συχνά ο ελληνικός πολιτισμός αποκαλείται η «**βαριά βιομηχανία**» της χώρας κυρίως λόγω της σύνδεσης των αρχαιολογικών μνημείων με τις διεθνείς και εγχώριες τουριστικές ροές. Όμως, τόσο η κεντρική διοίκηση, όσο και οι διάφορες τοπικές και περιφερειακές αυτοδιοικήσεις **δεν έχουν διαμορφώσει μια ενιαία και ολοκληρωμένη πολιτική** για τη στήριξη και την ανάπτυξη των κλάδων πολιτισμού και δημιουργικότητας. Συνεπώς, μέχρι σήμερα, δεν έχουν υπάρξει συνεκτικές πολιτικές που να αναλύουν και να λαμβάνουν υπόψη τη συμβολική και την οικονομική αξία των πολιτιστικών αγαθών, τις συνθήκες που διαμορφώνουν τις τιμές, την αγορά εργασίας, το ισοζύγιο εισαγωγών – εξαγωγών κλπ. Σε κεντρικό επίπεδο, οι διάφορες δημόσιες πολιτιστικές πολιτικές διακρίνονται από αποσπασματικότητα, καθώς ουσιαστικά διαμορφώνονται ανάλογα με τους αντίστοιχους στόχους και κριτήρια των εκάστοτε πολιτιστικών πολιτικών της ΕΕ και των Κοινοτικών Πλαισίων Στήριξης, από τα οποία αντλούν χρηματοδότηση. Σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, οι ενισχυμένοι μετά το πρόγραμμα «Καλλικράτης» ΟΤΑ διαθέτουν τη θεσμική αρμοδιότητα για ισχυρή πολιτιστική παρέμβαση, αλλά όχι και τους απαιτούμενους πόρους για να την εφαρμόσουν.

Βασικό πρόβλημα της ισχύουσας αντίληψης στην Ελλάδα για τα πολιτιστικά αγαθά είναι ότι αναγνωρίζεται η πολιτιστική τους αξία, αλλά η οικονομική τους πλευρά ταυτίζεται με την εμπορευματοποίηση. Συνεπώς, και υπό το σύνθημα «**ο πολιτισμός δε είναι εμπόρευμα**», η ελληνική πολιτιστική πολιτική συνοψίζεται σχεδόν αποκλειστικά στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς και περιλαμβάνει σε μικρότερο βαθμό ορισμένες επιδοτήσεις της σύγχρονης εγχώριας πολιτιστικής παραγωγής. Απόδειξη αποτελεί ότι τα ευρωπαϊκά κονδύλια (μέσω των ΚΠΣ) που κατευθύνθηκαν στον πολιτισμό χρηματοδότησαν κατά περίπου 75% τα έργα πολιτιστικής κληρονομιάς και 25% τον σύγχρονο πολιτισμό<sup>100</sup>.

---

<sup>100</sup> Για μια αναλυτικότερη παρουσίαση της απορρόφησης όλων των ΚΠΣ σε δραστηριότητες για τον πολιτισμό, βλ. Αудικός 2014, 179-181.

Το Υπουργείο Πολιτισμού, εκτός από την προστασία και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, έχει διαμορφώσει **ξεχωριστές πολιτικές** για το βιβλίο, τη μουσική, το θέατρο, το χορό, τον κινηματογράφο και τις εικαστικές τέχνες. Ουσιαστικά, πρόκειται για μια περιορισμένη κρατική παρέμβαση που περιλαμβάνει μέτρα όπως επιχορηγήσεις, χαμηλότερο ποσοστό φορολόγησης και ορισμένα βραβεία. Παρόλα αυτά, οι πολιτικές δεν έχουν ξεκάθαρους και μετρήσιμους στόχους, ούτε ένα σύστημα αξιολόγησης των αποτελεσμάτων τους.

Αναγνωρίζοντας την απουσία κεντρικού σχεδιασμού, το 2011 συστάθηκε στο ΥΠΠΟ ομάδα εργασίας με αποστολή τη σύνταξη μιας «**λευκής βίβλου**» για τη δημόσια πολιτική στο πεδίο του σύγχρονου πολιτισμού. Η πρωτοβουλία αυτή προέκυψε από τη διαπίστωση ότι «ο τομέας αυτός δεν έχει αποτελέσει μέχρι σήμερα αντικείμενο συγκροτημένης και συνολικής αντιμετώπισης από την Πολιτεία, με αποτέλεσμα την αδυναμία του Υπουργείου να λειτουργεί με γνώση, στόχευση και αποτελεσματικότητα». Η ομάδα κατέληξε σε μια «**Πρόταση για μια νέα πολιτιστική πολιτική**», η οποία βασίστηκε σε τέσσερις θεματικούς άξονες<sup>101</sup>, αλλά δεν εφαρμόστηκε μέχρι σήμερα<sup>102</sup>.

Σήμερα, η χώρα θα μπορούσε να επωφεληθεί από το πρόγραμμα της ΕΕ «**Δημιουργική Ευρώπη 2014-2020**», το οποίο αναμένεται να βοηθήσει στη χρηματοδότηση δραστηριοτήτων και επαγγελματιών του κλάδου των ΔΒ. Πιο συγκεκριμένα, το πρόγραμμα στοχεύει στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων μέσω της κατάρτισης των καλλιτεχνών, τη δημιουργία ενός χρηματοδοτικού μηχανισμού που θα διευκολύνει την πρόσβαση των δημιουργικών οργανισμών στη χρηματοδότηση, τη σύνδεση των ΔΒ με τη τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη και την κινητικότητα των δημιουργών και των πολιτιστικών έργων<sup>103</sup>. Όσον αφορά στην κινηματογραφική βιομηχανία, έχει τεθεί ως στόχος η υποστήριξη της διανομής περισσότερων από 800 ευρωπαϊκών ταινιών και η επιδότηση 2.000 ευρωπαϊκών κινηματογράφων.

---

<sup>101</sup> Οι 4 άξονες της νέας πολιτιστικής πολιτικής ήταν οι εξής: α) Δημιουργία δομών σχεδιασμού και υλοποίησης μιας συνολικής και συνεκτικής πολιτιστικής πολιτικής, β) Ενίσχυση δημόσιων καλλιτεχνικών οργανισμών, γ) Περιφερειακή Πολιτιστική Πολιτική και δ) Προβολή και προώθηση της ελληνικής πολιτιστικής δημιουργίας στο εξωτερικό

<sup>102</sup> Κυρίως λόγω της αλλαγής ηγεσίας στο Υπουργείο μετά τις βουλευτικές εκλογές του 2012

<sup>103</sup> [http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/index_en.htm)

### Γ.3.2. Πολιτική για τη βιομηχανία του Κινηματογράφου

Η πρώτη δημόσια κινηματογραφική προβολή στην Αθήνα πραγματοποιήθηκε το 1898 και σύντομα ο κινηματογράφος ενσωματώθηκε στον ελληνικό τρόπο ζωής<sup>104</sup>. Αντίστοιχα, οι πρώτες κινηματογραφικές λήψεις στην Ελλάδα<sup>105</sup> έγιναν το 1906 κατά τη διάρκεια των ενδιάμεσων Ολυμπιακών Αγώνων<sup>106</sup>. Καθώς ο ελληνικός κινηματογράφος άρχισε να απασχολεί την επιστημονική έρευνα πολύ πρόσφατα και εξαιτίας της απουσίας σχετικών στατιστικών δεδομένων, ο διαχωρισμός της ιστορίας του σε περιόδους δεν είναι εύκολος. Χονδρικά, και με κριτήριο συνθήκες παραγωγής, διακρίνονται τέσσερις περίοδοι<sup>107</sup>:

α) Η πρώτη περίοδος (**1906 - 1955**), όπου ο ελληνικός κινηματογράφος προσπαθεί να αποκτήσει υπόσταση, χαρακτηρίζεται από την απουσία αξιόλογης παραγωγής, λόγω και της γενικότερης πολιτικής και οικονομικής αστάθειας στη χώρα.

β) Τη δεύτερη περίοδο (**1955 - 1970**) ο ελληνικός κινηματογράφος αποκτά χαρακτηριστικά μαζικής παραγωγής, ως αποτέλεσμα της τεράστιας ζήτησης εκ μέρους του αγροτικού πληθυσμού που είχε μετακινηθεί στις πόλεις. Οι ευκαιρίες για εύκολο κέρδος είχαν σαν αποτέλεσμα να εμφανιστεί ένας εξαιρετικά μεγάλος αριθμός εταιρειών με κερδοσκοπικά κίνητρα<sup>108</sup> και να δημιουργούνται εμπορικές ταινίες που δεν συντελούσαν στην προώθηση νέων ιδεών. Όμως, μια σειρά από σκηνοθέτες, όπως ο Μιχάλης Κακογιάννης και ο Νίκος Κούνδουρος, επηρεασμένοι από τη νεορεαλιστική θεματολογία και αισθητική του ιταλικού κινηματογράφου, δημιουργούν αξιόλογες ταινίες<sup>109</sup> και διαφοροποιούνται από την υπόλοιπη μαζική παραγωγή.

---

<sup>104</sup> Σολδάτος 1995, 8-9.

<sup>105</sup> Στην πραγματικότητα, έχει διαπιστωθεί ότι η πρώτη κινηματογραφική λήψη στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκε το 1897 από τον άγγλο πολεμικό ανταποκριτή Frederic Villiers, ο οποίος κινηματογράφησε σκηνές μαχών του Ελληνοτουρκικού πολέμου στον κάμπο της Θεσσαλίας (Απρίλιος-Μάιος του 1897). Οι λήψεις καταστράφηκαν από τον ίδιο και δεν έχουν διασωθεί.

<sup>106</sup> Θεοδοσίου 2007, 60.

<sup>107</sup> Παραδείση 2001, 39.

<sup>108</sup> Σωτηροπούλου 1989, 84.

<sup>109</sup> Η *Στέλλα* (1955) και το *Κορίτσι με τα μαύρα* (1956) του Κακογιάννη και ο *Δράκος* του Κούνδουρου (1956) υπήρξαν «ανεξάρτητες» παραγωγές που διακρίνονται για τη θεματική και αισθητική τους τόλμη. Επίσης, ο Μιχάλης Κακογιάννης ασχολήθηκε με τη μεταφορά της αρχαίας τραγωδίας στη μεγάλη οθόνη, με σημαντικότερο ίσως επίτευγμα την *Ηλέκτρα* (1961).

γ) Η τρίτη περίοδος (**1970 - 1981**) χαρακτηρίζεται από την εμφάνιση της ανεξάρτητης παραγωγής και τη σταδιακή παρακμή της μαζικής παραγωγής, καθώς η εμφάνιση της τηλεόρασης απορρόφησε το κοινό της μαζικής θέασης. Είναι η περίοδος που το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου (Ε.Κ.Κ.) αρχίζει να συμβάλλει στη χρηματοδότηση και τη διανομή της εγχώριας παραγωγής.

δ) Τη τέταρτη και τελευταία περίοδο (**1981 - σήμερα**) το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου αναδεικνύεται πλέον σε κύριο χρηματοδότη του ελληνικού κινηματογράφου. Στην τελευταία περίοδο θα μπορούσαμε να διακρίνουμε δύο φάσεις:

- από το 1981 έως το 1994 και
- από το 1995 έως σήμερα, με κύριο χαρακτηριστικό τη διάσπαση του κρατικού μονοπωλίου στη χρηματοδότηση ταινιών με τη συμμετοχή και των διανομέων στην παραγωγή. Είναι η περίοδος που η εγχώρια κινηματογραφία κάνει τα πρώτα συστηματικά ανοίγματά της στην ευρωπαϊκή και διεθνή συμπαραγωγή, ενώ ο θεσμός του ιδιώτη παραγωγού εμφανίζεται ολοένα και ισχυρότερος<sup>110</sup>.

Στο πρώτο στάδιο της διαμόρφωσης μιας εθνικής πολιτικής για τον κινηματογράφο, αρμόδιο για την προστασία και την ενίσχυση του ήταν το **Υπουργείο Βιομηχανίας**. Τότε (1961) καθιερώνονται με ειδικό νόμο κάποια κίνητρα για την ανάπτυξη της υποδομής του. Είκοσι χρόνια μετά, αλλάζει η αντιμετώπιση του κινηματογραφικού προϊόντος - από τον κινηματογράφο ως «**βιομηχανικό προϊόν**» περνάμε στην πρόκριση της **πολιτιστικής του διάστασης** έναντι της οικονομικής σημασίας - και οι αρμοδιότητες για τον κινηματογράφο μεταβιβάζονται στο **Υπουργείο Πολιτισμού**. Το 1981 αναλαμβάνει το Υπουργείο Πολιτισμού η Μελίνα Μερκούρη και θέτει ως προτεραιότητα της πολιτικής την στήριξη του ελληνικού σινεμά με το

---

<sup>110</sup> Από τις αρχές του 1990, δημιουργούνται οι δημοτικοί κινηματογράφοι που ξεπερνούν τους 80 σε όλη τη χώρα και κινηματογραφικά δίκτυα, εγχώρια και διεθνή, κάνουν την εμφάνισή τους, με σκοπό την στήριξη της ελληνικής και της ευρωπαϊκής παραγωγής. Οι κινηματογραφικές αίθουσες της Αθήνας ανακαινίζονται και εξοπλίζονται με τα πλέον εξελιγμένα συστήματα ήχου και εικόνας, ενώ συγχρόνως νέες αίθουσες κατασκευάζονται στο κέντρο και την περιφέρεια. Το ευρωπαϊκό και αμερικάνικο φαινόμενο των πολυκινηματογράφων κάνει την εμφάνισή του και στην Ελλάδα



νομοσχέδιο «για την προστασία και την ανάπτυξη της κινηματογραφικής τέχνης της ελληνικής κινηματογραφίας», το οποίο τίθεται σε ισχύ το 1986. Με τον νόμο αυτόν (Ν.1597/86) ρυθμίζονται η δομή, οι αρμοδιότητες και η λειτουργία του ΕΚΚ, το οποίο πλέον διατηρεί τη μορφή της ανώνυμης εταιρείας αλλά περιέρχεται εξ ολοκλήρου στο κράτος και γίνεται ο κυριότερος μοχλός άσκησης της κινηματογραφικής πολιτικής.

Πλέον και σύμφωνα με τον πιο πρόσφατο **ν. 3905/2010**, η προστασία και ανάπτυξη της κινηματογραφικής τέχνης αποτελεί υποχρέωση του Κράτους. Το Κράτος οφείλει να λαμβάνει τα αναγκαία μέτρα για την ηθική και υλική ενίσχυση της παραγωγής και της προώθησης των κινηματογραφικών έργων και για τη βελτίωση της κινηματογραφικής παιδείας του λαού (Αρ. 1 παρ. 1). Ο Υπουργός Πολιτισμού έχει τη γενική αρμοδιότητα και εποπτεία για όσα θέματα σχετικά με την κινηματογραφική τέχνη ρυθμίζονται από τον παρόντα νόμο (παρ. 2). Ο νόμος αυτός, καθορίζει τις αρχές της εθνικής πολιτικής στον τομέα του κινηματογράφου και θέτει ένα νέο θεσμικό πλαίσιο, με στόχο την αύξηση των διαθέσιμων πόρων για την χρηματοδότηση της παραγωγής μέσα από την ορθή αξιοποίηση των πόρων, την ανακατανομή κονδυλίων, τη διαφάνεια και λογοδοσία των οργανισμών, τη συμμετοχή παρόχων υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων και τηλεπικοινωνιών, την προσέλκυση ξένων παραγωγών, καθώς και την πάταξη της γραφειοκρατίας.

Σήμερα, αρμόδιοι φορείς για την κινηματογραφική πολιτική στη χώρα είναι το **Υπουργείο Πολιτισμού** και το **Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου**. Η πολιτική τους κινείται γύρω από ένα **τρίπτυχο χρηματοδοτικών εργαλείων** – οικονομική ενίσχυση παραγωγών ταινιών μεγάλου μήκους μετά την προβολή τους, προγράμματα χρηματοδότησης του ΕΚΚ και φορολογικά κίνητρα για την προσέλκυση ιδιωτικής χρηματοδότησης.

### **Γ.3.2.1. Υπουργείο Πολιτισμού**

Εδώ αρμόδια είναι η **Διεύθυνση Κινηματογράφου και Οπτικοακουστικών Μέσων**, η οποία υπάγεται στη γενική Διεύθυνση Σύγχρονου Πολιτισμού. Η Δ/ση Κινηματογράφου αποτελείται από τα τμήματα α)Κινηματογραφικής Εκπαίδευσης<sup>111</sup>, β)Οπτικοακουστικών μέσων και Κινηματογραφικής Τέχνης<sup>112</sup> και γ)Προβολής Κινηματογραφικών ταινιών, εποπτείας και ενίσχυσης κινηματογραφικών αιθουσών<sup>113</sup>. Οι βασικές δραστηριότητες τους αφορούν στην απόδοση των ενισχύσεων προς ελληνικές κινηματογραφικές παραγωγές και αίθουσες προβολής όπως αυτές θα αναλυθούν στη συνέχεια του κεφαλαίου, η χορήγηση άδειας άσκησης κινηματογραφικών επαγγελματιών, η χορήγηση ελληνικής ιθαγένειας σε κινηματογραφικές ταινίες και η εποπτεία διάφορων οργανισμών, όπως το ΕΚΚ που θα μελετήσουμε στη συνέχεια.

---

<sup>111</sup> Στην αρμοδιότητα του Τμήματος υπάγονται η μελέτη και μέριμνα για την εκπαίδευση στον τομέα του κινηματογράφου, για την επιμόρφωση και μετεκπαίδευση των σπουδαστών ή διακρινομένων ατόμων στον τομέα αυτό, η εποπτεία, παρακολούθηση, επιθεώρηση και η μέριμνα για την ενίσχυση των δημοτικών ή ιδιωτικών εκπαιδευτηρίων και η χορήγηση άδειας ίδρυσης και λειτουργίας τους. Πηγή: [www.yppo.gr](http://www.yppo.gr)

<sup>112</sup> Είναι υπεύθυνο για την παρακολούθηση, μελέτη και λήψη μέτρων για την προώθηση και ανάπτυξη του ελληνικού κινηματογράφου, την εκπόνηση στατιστικών και άλλου είδους μελετών για την κινηματογραφία, την εποπτεία και τη μέριμνα για την ενίσχυση του Ελληνικού Κέντρου Κιν/φου και του Εθνικού Κινηματογραφικού Αρχείου, των Κινηματογραφικών Λεσχών, της Ταινιοθήκης της Ελλάδας και των ανά τη χώρα ταινιοθηκών καθώς και τη μέριμνα για τη φύλαξη και ανάπτυξη της Ταινιοθήκης του ΥΠΠΟ, την εποπτεία, τον έλεγχο και τη μέριμνα για την ενίσχυση του Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, την απονομή κρατικών βραβείων ποιότητας και διακρίσεων ποιότητας σε ελληνικές κινηματογραφικές ταινίες, τη χορήγηση βεβαιώσεων επαγγελματικής ιδιότητας, καθώς και τη χορήγηση βεβαίωσης για ατελή εισαγωγή κινηματογραφικών ειδών. Πηγή: [www.yppo.gr](http://www.yppo.gr)

<sup>113</sup> Φροντίζει για την κατάταξη των κινηματογραφικών ταινιών σε κατηγορίες, τον κανονισμό λειτουργίας των αιθουσών κιν/φου και την αναγνώριση των αιθουσών τέχνης, τον χαρακτηρισμό κιν/κών ταινιών ως ελληνικών, το κινηματογραφικό ενέχυρο, την εφαρμογή των διατάξεων του άρθρου 7 του Ν.1866/99, την οργάνωση, λειτουργία και ενίσχυση του Δικτύου Δημοτικών Κιν/φων, την ανάθεση παραγωγής, την ενίσχυση και η διακίνηση κιν/κών ταινιών πολιτιστικού περιεχομένου, τη μέριμνα για την επιστροφή του φόρου στους παραγωγούς, αιθουσάρχες και στα γραφεία διανομής κιν/κών ταινιών, σύμφωνα με τις εκάστοτε ισχύουσες διατάξεις, τη μέριμνα για την ενίσχυση Οργανισμών, Σωματείων, Συλλόγων, Αστικών Εταιρειών και λοιπών νομικών προσώπων που αποσκοπούν στην ανάπτυξη της κινηματογραφικής τέχνης. Πηγή: [www.yppo.gr](http://www.yppo.gr)

### **Γ.3.2.2 Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου**

Το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου ιδρύθηκε το 1970<sup>114</sup> και είναι νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου που εποπτεύεται από το Υπουργείο Πολιτισμού, επιχορηγείται από το κράτος και διοικείται από το Διοικητικό Συμβούλιο και τον Γενικό Διευθυντή<sup>115</sup>. Η δομή, οι αρμοδιότητες και η λειτουργία του ρυθμίζονται κυρίως από το **Νόμο 3905/23-12-2010 «για την ενίσχυση και ανάπτυξη της κινηματογραφικής τέχνης»**.

**Σκοποί** του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου είναι:

- α) η προστασία, ενίσχυση και ανάπτυξη της κινηματογραφικής παραγωγής στην Ελλάδα,
- β) η προβολή, διάδοση και προώθηση της ελληνικής κινηματογραφικής τέχνης στην Ελλάδα και το εξωτερικό,
- γ) η προβολή της Ελλάδας στο εξωτερικό ως τόπου κατάλληλου για την πραγματοποίηση κινηματογραφικών και οπτικοακουστικών παραγωγών και η προσέλκυση στη χώρα αλλοδαπών κινηματογραφικών και οπτικοακουστικών παραγωγών εν γένει,
- δ) η έκδοση Πιστοποιητικού Ελληνικής Ιθαγένειας για τα κινηματογραφικά έργα που πληρούν ορισμένες προϋποθέσεις.

---

<sup>114</sup> Το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου είχε αρχικά άλλη επωνυμία. Με το όνομα «Γενική Κινηματογραφικών Επιχειρήσεων», ιδρύθηκε ως θυγατρική εταιρεία παραγωγής ταινιών μιας κρατικής τράπεζας - της Ελληνικής Τράπεζας Βιομηχανικής Αναπτύξεως (ΕΤΒΑ) - στο πλαίσιο της τότε κρατούσας αντίληψης για τη βιομηχανική «διάσταση» του κινηματογράφου και κατά την περίοδο της δικτατορίας παρουσίασε περιορισμένο κύκλο δραστηριοτήτων. Μετά τη μεταπολίτευση, πραγματοποίησε ανοίγματα σε νεώτερους δημιουργούς και προχώρησε στην παραγωγή μιας σειράς ταινιών με αποκλειστική χρηματοδότηση του Οργανισμού, ο οποίος μετονομάστηκε σε Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου.

<sup>115</sup> Το Διοικητικό Συμβούλιο το οποίο ορίζεται με απόφαση του Υπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού, έχει τριετή θητεία και συνιστάται από επτά μέλη. Τουλάχιστον τέσσερα από τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου είναι πρόσωπα αναγνωρισμένου κύρους από το χώρο του ελληνικού ή παγκόσμιου κινηματογράφου, ενώ τα υπόλοιπα μπορούν να προέρχονται από τον ευρύτερο χώρο των Τεχνών, των Γραμμάτων και των Επιστημών ή να διαθέτουν αξιόλογη πείρα στη διοίκηση οργανισμών ή επιχειρήσεων. Ο Γενικός Διευθυντής ορίζεται με απόφαση του Υπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού, ύστερα από πρόταση του Διοικητικού Συμβουλίου του Ε.Κ.Κ. και πρέπει να είναι πρόσωπο αναγνωρισμένου κύρους από το χώρο του ελληνικού ή παγκόσμιου κινηματογράφου.

Οι **πόροι** του προέρχονται κατά κύριο λόγο από την ετήσια τακτική επιχορήγηση του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού και το ποσοστό του ειδικού φόρου που θα αναλυθεί παρακάτω.

Όπως ήδη αναφέρθηκε, η κρίση του ελληνικού κινηματογράφου από τα μέσα της δεκαετίας του 1970 μετέτρεψε το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου σε μοναδικό χρηματοδότη της εγχώριας παραγωγής. Από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, με τη σταδιακή βελτίωση των συνθηκών της αγοράς και την είσοδο της ιδιωτικής χρηματοδότησης, το ΕΚΚ προσανατολίζεται σε μια νέα στρατηγική, διευρύνει τους στόχους της πολιτικής του και καθιερώνει νέο σύστημα χρηματοδοτήσεων.

Το ΕΚΚ έχει τρεις βασικές **λειτουργίες**:

- Την ενίσχυση και χρηματοδότηση κινηματογραφικών έργων σε κάθε στάδιο της παραγωγής τους, λαμβάνοντας ιδιαίτερη μέριμνα για την ανεύρεση και ανάδειξη νέων κινηματογραφιστών (Διεύθυνση Ανάπτυξης και Παραγωγής).
- Την προώθηση της ελληνικής κινηματογραφικής παραγωγής στο εξωτερικό (Διεύθυνση Προώθησης – Hellas Film).
- Την προβολή της χώρας στο εξωτερικό ως τόπο κατάλληλο για την πραγματοποίηση πάσης φύσεως οπτικοακουστικών παραγωγών (Διεύθυνση Διεθνών Οπτικοακουστικών Παραγωγών – Hellenic Film Commission).

#### Διεύθυνση Ανάπτυξης και Παραγωγής

Η Δ/νση καταρτίζει τα προγράμματα επιδοτήσεων και χρηματοδοτήσεων που εποπτεύει και υλοποιεί η Διεύθυνση (βλ. συνέχεια κεφαλαίου), συμμετέχει σε διεθνή όργανα για την ενίσχυση του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, όπως το Eurimages και το δίκτυο συνεργασίας των Κέντρων Κινηματογράφου των χωρών της Νοτιοανατολικής Ευρώπης, επιδιώκοντας την ένταξη των ελληνικών ταινιών σε αυτά και υποστηρίζει τη τεχνική υποδομή των κινηματογραφικών εργαστηρίων. Παράλληλα, προκηρύσσει και απονέμει υποτροφίες σε νέους κινηματογραφιστές, διοργανώνει επιμορφωτικά σεμινάρια και επιμελείται

έντυπα και εκδόσεις<sup>116</sup>. Τέλος, με τη βοήθεια χρηματοδότησης από το Γ' Κοινοτικό πλαίσιο στήριξης, ανέλαβε επιχειρησιακό πρόγραμμα για την ψηφιοποίηση οπτικοακουστικού υλικού της ελληνικής κινηματογραφικής κληρονομιάς. Η μέση ετήσια παραγωγή του ΕΚΚ είναι 15 ταινίες μεγάλου μήκους, 15 ταινίες μικρού μήκους και 3-4 ντοκιμαντέρ, με το μεγαλύτερο μέρος του προϋπολογισμού του να διατίθεται στην παραγωγή ταινιών (περίπου το 60% του συνόλου).

#### Διεύθυνση Προώθησης – Hellas Film

Το ΕΚΚ έχει αναλάβει μια σειρά από συμπληρωματικές δραστηριότητες για την εμπορική και καλλιτεχνική προώθηση της ελληνικής ταινίας στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Αυτές περιλαμβάνουν την προώθηση και ενίσχυση της διανομής των ελληνικών ταινιών στην εγχώρια και διεθνή αγορά<sup>117</sup>, τη συμμετοχή σε κινηματογραφικά φεστιβάλ και τη διοργάνωση σημαντικών αναδρομικών εκδηλώσεων για τον ελληνικό κινηματογράφο στο εξωτερικό, σε συνεργασία με αντίστοιχους κινηματογραφικούς οργανισμούς, με στόχο την εξασφάλιση της διεθνούς αναγνώρισης της ελληνικής ταινίας και την εισαγωγή της στην ξένη αγορά. Επίσης, από το 2000 έχει ιδρύσει το Filmcenter, ένα εναλλακτικό δίκτυο αιθουσών που έχει ως σκοπό την προβολή και την προστασία του ελληνικού κινηματογράφου.

#### Διεύθυνση Διεθνών Οπτικοακουστικών Παραγωγών – Hellenic Film Commission

Η Η.Φ.Κ. ιδρύθηκε το 2007 με πρωτοβουλία του ΕΚΚ κατόπιν πρότασης του ΕΟΤ, με σκοπό την παροχή αξιόπιστων πληροφοριών, την εξάλειψη της γραφειοκρατίας, τη συλλογή και διαχείριση χορηγιών ή επιδοτήσεων σε κάθε αλλοδαπό παραγωγό που αναλαμβάνει να γυρίσει στην Ελλάδα ολόκληρη ταινία ή μέρος αυτής. Μέχρι το 2010 και την ψήφιση του σχετικού νόμου, η Η.Φ.Κ. λειτουργούσε εκτός θεσμικού πλαισίου. Πλέον αποτελεί την αρμόδια διεύθυνση του ΕΚΚ για την προβολή της χώρας στο εξωτερικό ως τόπο κατάλληλο για την πραγματοποίηση ταινιών και για την ενίσχυση των ξένων παραγωγών με τα

---

<sup>116</sup> Π.χ. ετήσιες εκδόσεις παραγωγής, συγκεντρωτικούς καταλόγους ταινιών και το *Μοτέρ*, ένα διμηνιαίο περιοδικό για τον ελληνικό κινηματογράφο, φιλομογραφίες σκηνοθετών.

<sup>117</sup> Προωθεί τις ελληνικές ταινίες σε αίθουσες του εξωτερικού και πακέτα ταινιών για διανομή DVD προβολή σε ξένα τηλεοπτικά κανάλια

προγράμματα επιδοτήσεων και χρηματοδοτήσεων της Διεύθυνσης. Η Η.Φ.Σ. συνεργάζεται με τον Ε.Ο.Τ. και σε επίπεδο τουριστικής πληροφόρησης και – ιδιαίτερα – σε θέματα τουριστικής προβολής της χώρας μέσω κινηματογραφικών παραγωγών.

Βασικό επιχείρημα της, προκειμένου να προσελκύσει ξένες κινηματογραφικές παραγωγές είναι η ποικιλία των film locations που προσφέρει η χώρα και το γεγονός ότι πρόκειται για έναν ασφαλή προορισμό. Παρόλα αυτά, σε επίπεδα ιστοσελίδας τουλάχιστον, το υλικό δεν είναι ενημερωμένο, δεν προσφέρονται οι κατάλληλες πληροφορίες για τις διάφορες τοποθεσίες που προτείνονται, ούτε είναι επικαιροποιημένο. Παρέχονται μόνο κάποιες γενικές πληροφορίες για τις άδειες που απαιτούνται προκειμένου να πραγματοποιηθεί μια κινηματογράφιση στην Ελλάδα, ταξιδιωτικές πληροφορίες, περιορισμένο φωτογραφικό υλικό από ενδεικτικές τοποθεσίες και κατάλογος με τις ελληνικές εταιρείες παραγωγής, τα καλλιτεχνικά σωματεία, τηλεοπτικά στούντιο και οπτικοακουστικά ιδρύματα. Γενικότερα, η αναποτελεσματικότητα των προσπαθειών της οφείλεται στην έντονη γραφειοκρατία που διέπει τη διαδικασία συνδρομής των δημόσιων υπηρεσιών για τη στήριξη των κινηματογραφικών ταινιών και την έκδοση αδειών γυρισμάτων σε αρχαιολογικούς και άλλους ειδικούς χώρους.

### **Γ.3.2.3. Χρηματοδοτικά εργαλεία**

#### **Ενίσχυση παραγωγών ελληνικών κινηματογραφικών έργων & επιχειρήσεων αιθουσών κινηματογράφου**

Το Ελληνικό Δημόσιο εισπράττει ειδικό φόρο<sup>118</sup> τον οποίο διαθέτει για την ανάπτυξη της κινηματογραφικής τέχνης και βιομηχανίας και πιο συγκεκριμένα για την οικονομική ενίσχυση παραγωγών ελληνικών κινηματογραφικών έργων μεγάλου μήκους και επιχειρήσεων αιθουσών οι οποίες προβάλλουν ελληνικά κινηματογραφικά έργα μεγάλου μήκους. Το ποσό ενίσχυσης που δικαιούται ο

---

<sup>118</sup> Ο ειδικός φόρος προβλέπεται στο άρθρο 60 του ν. 1731/1987, σύμφωνα με το οποίο στην τιμή των εισιτηρίων των κινηματογράφων που λειτουργούν σε πόλεις με πληθυσμό άνω των δέκα χιλιάδων κατοίκων, επιβάλλεται ειδικός φόρος που διατίθεται για την ανάπτυξη της κινηματογραφικής τέχνης.

παραγωγός<sup>119</sup>, ισούται με το ποσό που προκύπτει από τον πολλαπλασιασμό του συνολικού ποσού του ειδικού φόρου που εισπράχθηκε από τα εισιτήρια προβολής του συγκεκριμένου έργου με τον συντελεστή ενίσχυσης<sup>120</sup> του κινηματογραφικού έργου. Επίσης ενισχύονται οι αίθουσες κινηματογράφου που προβάλλουν για τουλάχιστον τέσσερις εβδομάδες προβολής ανά οθόνη 3 κινηματογραφικά έργα μεγάλου μήκους πρώτης προβολής, τρεις φορές ανά ημέρα, και τα έργα αυτά να μισθώνονται από 2 ή περισσότερες εταιρείες διανομής.

### Προγράμματα χρηματοδότησης

Πρόκειται για τα προγράμματα χρηματοδότησης του ΕΚΚ, τα οποία διαμορφώνονται με τρόπο ώστε να ενισχύονται τα διαφορετικά στάδια της παραγωγής και οι διαφορετικές ομάδες δημιουργών.

α) Κατά την **προπαραγωγή**, στόχος είναι η **ενίσχυση του σεναρίου** και στα 3 στάδια δημιουργίας του<sup>121</sup>. Σ' αυτή την κατεύθυνση κινείται το **Πρόγραμμα «Συγγραφή Σεναρίου - Development»**, το οποίο αφορά κινηματογραφικά έργα μυθοπλασίας, μεγάλου μήκους και περιλαμβάνει τα εξής στάδια:

- Συγγραφής treatment, όπου χρηματοδοτείται η βασική δραματουργική ιδέα<sup>122</sup> (έως 4.000€ ανά σχέδιο).
- Συγγραφής σεναρίου με βάση το treatment<sup>123</sup> (έως 9.000€ ανά σχέδιο).
- Συγγραφής σεναρίου<sup>124</sup> (έως 12.000€ ανά σχέδιο).

---

<sup>119</sup> Ο παραγωγός ελληνικού κινηματογραφικού έργου μεγάλου μήκους που πληροί τις προϋποθέσεις του άρθρου 5 του ν. 3905/2010. Για την ενίσχυση από τα έσοδα του ειδικού φόρου ο παραγωγός έργου το οποίο προβλήθηκε στις αίθουσες το προηγούμενο οικονομικό έτος, υποβάλλει αίτηση στο ΥΠΠΟ μέσα στο πρώτο δίμηνο κάθε επόμενου έτους, συνοδευόμενη από τα απαραίτητα δικαιολογητικά. Μετά την υποβολή της αίτησης και των σχετικών δικαιολογητικών, με απόφαση του ΥΠΠΟ καθορίζεται το ποσό της ενίσχυσης που καταβάλλεται στον παραγωγό.

<sup>120</sup> Όπως αυτός προκύπτει από τη βεβαίωση του ΕΚΚ σύμφωνα με το άρθρο 6 του ν. 395/2010

<sup>121</sup> Τα τρία στάδια της συγγραφής είναι η αρχική ιδέα, η συγγραφή σεναρίου α' γραφής και η τελική γραφή - ανάπτυξη παραγωγικού σχεδίου.

<sup>122</sup> Περιγραφή της δράσης χωρίς διαλόγους.

<sup>123</sup> Για δαπάνες που αφορούν την αμοιβή του σεναριογράφου, του συν-σεναριογράφου ή τεχνικού επιμελητή σεναρίου, μεταφράσεις, τα απαραίτητα ταξίδια για τη συγγραφή σεναρίου, την αμοιβή επιστημονικού συμβούλου.

<sup>124</sup> Ως επιλέξιμες δαπάνες θεωρούνται κυρίως οι ακόλουθες: αμοιβές διοίκησης, σεναριογράφου-σκηνοθέτη, ελεγχόμενες δαπάνες συμμετοχής σε εργαστήριο σεναρίου, μεταφράσεις, ταξίδια απαραίτητα για την εξασφάλιση χρηματοδοτών/ συμπαραγωγών, Φωτογραφίες, λήψεις βίντεο για τις ανάγκες του σχεδίου, νομική κάλυψη για σύνταξη συμβολαίων με χρηματοδότες/ συμπαραγωγούς, έξοδα γραφείου σχετικά με το συγκεκριμένο έργο, έξοδα σύνταξης φακέλου

β) Στο στάδιο της **παραγωγής** έχουν διαμορφωθεί 2 προγράμματα ανάλογα με το οικονομικό μέγεθος της επιδοτούμενης παραγωγής.

- Για τη στήριξη της **παραγωγής έργων υψηλών οικονομικών απαιτήσεων** έχει θεσπιστεί το **Βασικό Πρόγραμμα παραγωγής Κινηματογραφικών Έργων**, στο οποίο εντάσσονται σχέδια μυθοπλασίας, μεγάλου μήκους, διεθνούς συμπαραγωγής ελληνικής πρωτοβουλίας, καθώς και σχέδια υψηλών οικονομικών απαιτήσεων, τα οποία σκοπεύουν να ενεργοποιήσουν αποκλειστικά και μόνο ελληνικές πηγές χρηματοδότησης, δημόσιες ή/ και ιδιωτικές. Το ποσό χρηματοδότησης ανά σχέδιο ορίζεται μέχρι 250.000 € (ανώτατο ποσοστό συμμετοχής ΕΚΚ 33% επί συνολικού προϋπολογισμού).
- Για την παροχή ίσων ευκαιριών σε έργα τα οποία έχουν **χαμηλό** μεν **προϋπολογισμό** και παράλληλα εκφράζουν καινοτόμες καλλιτεχνικές τάσεις<sup>125</sup> ισχύει το **Πρόγραμμα παραγωγής κινηματογραφικών έργων χαμηλού προϋπολογισμού**: στο πρόγραμμα εντάσσονται σχέδια μυθοπλασίας μεγάλου μήκους, το σενάριο των οποίων προϋποθέτει πολύ περιορισμένες ανάγκες παραγωγής σε εξοπλισμό, εβδομάδες γυρισμάτων και τεχνική επεξεργασία, ενώ η χρηματοδότησή τους ορίζεται μέχρι 75.000€ (ανώτατο ποσοστό συμμετοχής ΕΚΚ 50% επί συνολικού προϋπολογισμού).

γ) Στο τελικό στάδιο του **postproduction**, το **Πρόγραμμα Ενίσχυσης Ολοκληρωμένου Κινηματογραφικού Έργου** χρηματοδοτεί σχέδια μυθοπλασίας, κινουμένου σχεδίου, ντοκιμαντέρ (25.000€), ταινίες μικρού (10.000€) και μεγάλου μήκους (80.000€), τα οποία ολοκληρώθηκαν ή έχουν ολοκληρώσει το στάδιο επεξεργασίας της εικόνας και του ήχου.

---

για τη διακίνηση του σχεδίου, ποσό διασφάλισης πνευματικών δικαιωμάτων, αμοιβή επιστημονικού συμβούλου και έξοδα casting.

<sup>125</sup> Σχέδια με τις ως άνω προδιαγραφές δύνανται να καινοτομούν στην αφηγηματική δομή, το ύφος, το θέμα, τη σκηνοθεσία, στο πλαίσιο της ανανέωσης και εξέλιξης τόσο των ίδιων των Ελλήνων δημιουργών όσο και της κινηματογραφικής τέχνης.



δ) Όσον αφορά ειδικότερα στην **προσέλκυση ξένων κινηματογραφικών παραγωγών** με μειοψηφική συμμετοχή Έλληνα συμπαραγωγού, το **Πρόγραμμα Κινήτρων** διαμορφώνεται ως εξής:

- Για τα έργα διεθνούς συμπαραγωγής, προερχόμενα από α) χώρες-μέλη του ΣτΕ που έχουν κυρώσει την Ευρωπαϊκή Σύμβαση για τις Κινηματογραφικές Συμπαραγωγές και β) τον Καναδά με τον οποίο η Ελλάδα έχει υπογράψει διακρατική σύμβαση<sup>126</sup>, το ποσό χρηματοδότησης ανά σχέδιο ορίζεται μέχρι 50.000€. Αυτά τα έργα δικαιούνται και την ελληνική ιθαγένεια<sup>127</sup>.
- Για τα υπόλοιπα έργα διεθνούς συμπαραγωγής, το ποσό χρηματοδότησης ανά σχέδιο ορίζεται μέχρι 80.000€, εφόσον ο Έλληνας συμπαραγωγός συμμετέχει με ελάχιστο ποσοστό 5% και σημαντικό μέρος των γυρισμάτων πραγματοποιείται στην Ελλάδα ή υπάρχει συμμετοχή Ελλήνων τεχνικών και καλλιτεχνικών συντελεστών ή θα χρησιμοποιηθούν και ελληνικά εργαστήρια.

ε) Τέλος, για την ενίσχυση των κινηματογραφιστών που ασχολούνται σε διαφορετικούς κλάδους του κινηματογράφου και την προώθηση της ποικιλίας της έκφρασης, έχουν θεσπιστεί τα ακόλουθα:

- **Πρόγραμμα Παραγωγής Κινηματογραφικών έργων για παιδιά και εφήβους:** στόχος είναι η δημιουργία ενός νέου κινηματογραφικού κοινού, η ενασχόληση των παιδιών και εφήβων με τον ελληνικό κινηματογράφο, καθώς και η σύνδεση του κινηματογράφου με την εκπαιδευτική κοινότητα.

---

<sup>126</sup> Σε περίπτωση που η Ελλάδα υπογράψει και με άλλη χώρα σχετική διακρατική σύμβαση, το πρόγραμμα θα ισχύει και για αυτή.

<sup>127</sup> Το πιστοποιητικό Ελληνικής Ιθαγένειας εκδίδεται από το ΕΚΚ, ενώ σε εξαιρετικές περιπτώσεις μπορεί να χαρακτηριστεί ελληνικό, με ειδικά αιτιολογημένη απόφαση του ΕΚΚ, κινηματογραφικό έργο που δεν πληροί τα ανωτέρω κριτήρια, αλλά συνδέεται με την Ελλάδα λόγω του δημιουργού και του περιεχομένου του.

Ως «Ελληνικό Κινηματογραφικό Έργο» νοείται το κινηματογραφικό έργο που πληροί 2 από τα 3 ακόλουθα κριτήρια:

- Η πρωτότυπη εκδοχή του να είναι κατά ποσοστό 51% τουλάχιστον στην ελληνική γλώσσα
- 51% τουλάχιστον των γυρισμάτων να έχουν διεξαχθεί στην ελληνική επικράτεια
- 51% τουλάχιστον του προϋπολογιστικού κόστους να έχει αποδεδειγμένα δαπανηθεί στην ελληνική επικράτεια.

- **Πρόγραμμα για Νέους Σκηνοθέτες** για την ανάδειξη νέων κινηματογραφιστών, στο πλαίσιο της ανανέωσης και του εμπλουτισμού των κινηματογραφικών πρακτικών (έως 220.000€ ανά έργο < 60% του προϋπολογισμού παραγωγής).
- **Πρόγραμμα Παραγωγής Έργων Μικρού Μήκους** για τη δημιουργία έργων μικρού μήκους, μυθοπλασίας και κινούμενου σχεδίου: Το ποσό χρηματοδότησης ανά σχέδιο ορίζεται μέχρι 25.000 €
- **Πρόγραμμα παραγωγής κινηματογραφικών έργων ντοκιμαντέρ.**

#### Φορολογικά Κίνητρα

Αναγνωρίζοντας την αναπτυξιακή διάσταση του κινηματογράφου, θέσπισε το 2010 το **ν.3842/2010** για την **ενίσχυση της κινηματογραφικής παραγωγής**. Ο νόμος αυτός προβλέπει φορολογικά κίνητρα για την επένδυση στον κινηματογράφο<sup>128</sup>. Έτσι, κάθε **φυσικό ή νομικό πρόσωπο** που υπάγεται σε φορολογική υποχρέωση στην Ελλάδα και **επενδύει στην παραγωγή κινηματογραφικής ταινίας μεγάλου μήκους** με προορισμό την προβολή σε κινηματογραφική αίθουσα **απαλλάσσεται** από το φόρο που του αναλογεί για ποσό ίσο με το **40%** τού ποσού που επένδυσε, εφόσον το φυσικό ή νομικό πρόσωπο **δεν δραστηριοποιείται** επαγγελματικά στον οπτικοακουστικό τομέα<sup>129</sup> ή το **20%** εφόσον **δραστηριοποιείται** επαγγελματικά στον οπτικοακουστικό τομέα.

<sup>128</sup> Ο νόμος εισάγει ως εγγυητή το ΕΚΚ, δηλαδή προβλέπει, η διαδικασία της επένδυσης να πραγματοποιείται μέσω του ΕΚΚ, ώστε να εξασφαλίζεται ο έλεγχος των δαπανών. Το ΕΚΚ δεν μπορεί να παρεμβαίνει στη διάθεση των χρημάτων, ούτε να αναστέλλει την απορρόφησή τους. Τα χρήματα προς επένδυση, ουσιαστικά «σταθμεύουν» στο ΕΚΚ μέχρι να απορροφηθούν στην παραγωγή της ταινίας για την οποία έχουν συγκεντρωθεί.

<sup>129</sup> Για παράδειγμα, αν κάποιος (φυσικό ή νομικό πρόσωπο) που δεν έχει σχέση με την οπτικοακουστική βιομηχανία, επενδύσει 1000 ευρώ θα πληρώσει φόρο εισοδήματος μειωμένο κατά 400 ευρώ.

### Γ.3.3. Το επιχειρηματικό περιβάλλον

Τα μεγαλύτερα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας είναι ίσως οι εναλλαγές φυσικών τοπίων, οι μικρές αποστάσεις, η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και το ήπιο κλίμα που επιτρέπει την πραγματοποίηση γυρισμάτων καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Η Ελλάδα θεωρείται μια από τις πλέον ασφαλείς χώρες, ενώ οι κάτοικοι είναι διάσημοι για την ελληνική φιλοξενία.

Αυτό που απουσιάζει είναι μια Σχολή Κινηματογράφου και η δημιουργία μεγάλων στούντιο.

### Γ.3.4. Αποτελέσματα της πολιτικής για την κινηματογραφική βιομηχανία

Στην πορεία του χρόνου έχουν παρατηρηθεί σημαντικά **προβλήματα** όσον αφορά στην απόδοση των προβλεπόμενων από τον νόμο **χρηματοδοτήσεων** και στη **συγκέντρωση των φόρων** που προβλέπονται για την ενίσχυση της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Αρχικά, μέχρι πρόσφατα το ΥΠΠΟ δεν απέδιδε το ποσό που αναλογούσε στους παραγωγούς με βάση τα εισιτήρια της ταινίας τους. Σύμφωνα με υπάλληλο του ΥΠΠΟ, αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι παραγωγοί δεν κατέθεταν όλα τα απαραίτητα δικαιολογητικά. Με τον νέο νόμο, η διαδικασία έχει εξομαλυνθεί και πλέον ο φόρος αποδίδεται. Ένα ακόμη πρόβλημα είναι η **μη απόδοση του 1,5%** των τηλεοπτικών σταθμών. Αν και ο φόρος προβλέπεται με νόμο από το 1988, οι μόνοι που τον αποδίδουν είναι η NOVA και η πρώην EPT. Ειδικά όσον αφορά τη τελευταία, η EPT κατηγορείται ότι δεν απέδιδε ολόκληρο το ποσό που αντιστοιχούσε στον κύκλο εργασιών της, αλλά μόνο ένα ποσοστό αυτού, ενώ μετά τη παύση λειτουργίας της και τη μετατροπή της σε **NEPIT έχει σταματήσει τις χρηματοδοτήσεις** που είχε υπογράψει με διάφορους Έλληνες παραγωγούς. Το αποτέλεσμα ήταν οι παραγωγοί να αδυνατούν να προχωρήσουν τα έργα που είχαν αναλάβει, έργα στα οποία μετέχουν ως συν-χρηματοδοτούμενοι φορείς και άλλες εταιρείες ή προγράμματα της ΕΕ, καθιστώντας τους Έλληνες παραγωγούς αφερέγγυους απέναντι στους ξένους συναδέλφους τους, τις συμπαραγωγές εταιρίες, και τα ευρωπαϊκά τηλεοπτικά κανάλια που συν-χρηματοδοτούν τις ταινίες<sup>130</sup>.

---

<sup>130</sup> Βούλγαρη 2014.

Ακόμη, **το ΕΚΚ άρχισε να συσσωρεύει σημαντικό χρέος** που όμως αρχίζει να εξαλείφεται σύμφωνα με τον Γεν. Δ/ντή του, κ. Καραντινάκη, ο οποίος δήλωσε ότι «λένε πολλά για το Κέντρο, αλλά παρ' όλη την αδυναμία του, την περασμένη χρονιά στήριξε την παραγωγή εννέα ταινιών, τη στιγμή που στις “καλές εποχές” στήριζε περίπου 14-15 ετησίως. Και φυσικά, συνεχίζουμε να στηρίζουμε και άλλες παραγωγές ενισχύοντάς τις με διάφορους τρόπους, όπως την παροχή βοήθειας στα στάδια του μιξάζ και του post production. Είμαι αισιόδοξος ότι το κέντρο θα ανταπεξέλθει»<sup>131</sup>. Όμως το ΕΚΚ τονίζει ότι προκειμένου να εφαρμοστεί το νέο πρόγραμμα χρηματοδοτήσεων, πρέπει να αποδοθεί στο ΕΚΚ το χρέος από την επιστροφή του ΦΠΑ από το 2006 έως σήμερα (4,5 εκατ. €) και από τη μηδενική επιστροφή του ειδικού φόρου εισιτηρίων<sup>132</sup>.

Οι πρόσφατες **επιδόσεις του ΕΚΚ** για την ενίσχυση της κινηματογραφικής παραγωγής, είναι οι ακόλουθες: από το 2011 ως και το πρώτο 5μηνο του 2013 δόθηκαν εγκρίσεις συνολικά 2.343.000 ευρώ και υπογράφηκαν συμβόλαια 1.506.726 ευρώ που αφορούν στην ενίσχυση 19 ταινιών μεγάλου μήκους, 14 ταινιών μικρού μήκους, 2 διεθνών συμπαραγωγών, 3 ντοκυμαντέρ και 12 σχεδίων ανάπτυξης σεναρίων. Επίσης, ενισχύθηκαν 10 ταινίες μεγάλου μήκους, 4 ντοκιμαντέρ και 2 μικρού μήκους για την αποπληρωμή των οφειλών τους. Για την προώθηση των ταινιών το έτος 2012 και 2013 δόθηκαν 256.248 ευρώ σε 43 ταινίες, ενώ κατά την περίοδο 2011 – 2013 η χώρα συμμετείχε σε 374 διεθνή φεστιβάλ και 170 πολιτιστικές εκδηλώσεις σε συνεργασία με πρεσβείες, μουσεία, ιδρύματα και συλλόγους ομογενών.

Ειδικά όσον αφορά στη **διεθνή παρουσία** των ελληνικών ταινιών, ο Πίνακας 16 δείχνει ότι την περίοδο 2008-2012 ο ελληνικός κινηματογράφος γνωρίζει ανοδική πορεία εκτός συνόρων, με τον αριθμό ελληνικών ταινιών μεγάλου μήκους που προβλήθηκαν σε διεθνή φεστιβάλ του εξωτερικού να αυξάνεται κατά 2,5 φορές. Ακόμη, όλο και συχνότερα, οι Έλληνες σκηνοθέτες συμμετέχουν σε διαγωνιστικά προγράμματα διεθνών διοργανώσεων, αποσπώντας βραβεία και διακρίσεις τόσο σε μεγάλες διοργανώσεις, όπως οι Κάννες, η Βενετία και το

---

<sup>131</sup> Κόκουβας 2013.

<sup>132</sup> Ρούσσοσ 2013.

Βερολίνο, όσο και σε μικρότερα φεστιβάλ. Όλα τα παραπάνω δημιουργούν μια ευνοϊκή συγκυρία, αλλά όπως αναφέρει η Μυλωνάκη «δεν έχει ακόμη μετατραπεί σε ευκαιρία για την ουσιαστική ανάπτυξη του ελληνικού κινηματογράφου»<sup>133</sup>, αφού οι ελληνικές ταινίες δεν έχουν μεγάλη ανταπόκριση στο ελληνικό κοινό.

**Πίνακας 16:** Διεθνής παρουσία ελληνικών ταινιών 2008-2012

	2008	2009	2010	2011	2012
Προβολές* σε διεθνή φεστιβάλ εξωτερικού	85	194	207	232	218
Προβολές* σε διεθνείς κιν/κές εκδηλώσεις εξωτερικού	179	175	184	93	90
Διεθνής Παρουσία**	113	172	183	190	165
Βραβεία	8	19	21	19	12

\*Αριθμός προβολής ταινιών μεγάλου μήκους.

\*\*Αριθμός συμμετοχών σε διεθνή φεστιβάλ και διεθνείς κινηματογραφικές εκδηλώσεις.

Πηγή: Λαζαρέτου 2014, 51.

Έτσι, η εγχώρια κινηματογραφική βιομηχανία επενδύει περισσότερο στην προβολή ταινιών, πωλήσεων DVD και στα δικαιώματα από διεθνή στούντιο παραγωγής ταινιών. Ωστόσο, ο Πίνακας 17 παρέχει μια πρώτη εικόνα, αν και ατελή λόγω έλλειψης επαρκών στοιχείων, της πορείας ανάκαμψης της παραγωγής ελληνικών έργων. Τα έσοδα από πωλήσεις ταινιών ήταν 1,6 φορές υψηλότερα το 2012 σε σχέση με το 2008 και οι έλληνες παραγωγοί αρχίζουν ν' αναζητούν νέες μορφές χρηματοδότησης, ξεπερνώντας την αντίληψη της πλήρους εξάρτησης από την κρατική επιχορήγηση.

<sup>133</sup> Μυλωνάκη 2012.

**Πίνακας 17:** Έσοδα από πωλήσεις ταινιών, κρατική επιχορήγηση και αριθμός εισιτηρίων (2008-2012)

	2008	2009	2010	2011	2012
Έσοδα από πωλήσεις*	373,4	515,6	301	193,1	610,3
Κρατική Επιχορήγηση**	10,6	7,6	5,2	3,5	4,3
Εισιτήρια***	9,9	10,9	11,7	12,5	9,7

\*Σε χιλιάδες €. Περιλαμβάνει έσοδα από διανομή ταινιών σε εγχώριες αίθουσες, ανεξάρτητες πωλήσεις παραγωγών στο εξωτερικό και πωλήσεις ταινιών σε φεστιβάλ εσωτερικού και εξωτερικού.

\*\*Σε εκατ. €. \*\*\*Σε εκατ.

Πηγή: Λαζαρέτου 2014, 48 & 51.

Οι **πωλήσεις εισιτηρίων**, παρά την ανοδική τους πορεία την περίοδο 2008-2011, παρουσιάζουν σημαντική μείωση το 2012. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η ελληνική αγορά είναι μικρότερη έναντι άλλων ευρωπαϊκών χωρών - στην Ελλάδα αντιστοιχεί ένα εισιτήριο ανά κάτοικο ετησίως, ενώ στην Ε.Ε. αντιστοιχούν 2,5. Επιπλέον, τα εισιτήρια παραμένουν ακριβά (για φέτος η μέση τιμή ήταν στα 8,36€).

Η μετατροπή μιας κινηματογραφικής αίθουσας σε **ψηφιακή** μπορεί να αποτελέσει μια λύση για την εξοικονόμηση κόστους και την αντιμετώπιση των χαμηλών εισιτηρίων, καθώς μ' αυτό τον τρόπο θα μπορεί να εξασφαλίζει κόπιες πρώτης προβολής μεγάλων ταινιών και να αυξήσει τα έσοδά της. Όμως, οι επενδύσεις για τον εκσυγχρονισμό μιας αίθουσας απαιτούν πολλά κεφάλαια, ενώ ο εξοπλισμός για τη μετατροπή των μηχανών Digital σε 3D είναι πολύ ακριβός.

Βέβαια, ο ελληνικός κινηματογράφος παρουσιάζει σημαντικά θετικά στοιχεία, όπως η «ενασχόληση νέων σε ηλικία δημιουργών που χαρακτηρίζονται από δυναμισμό, εξωστρέφεια και μεγάλη κινητικότητα και πραγματεύονται θέματα της σύγχρονης ευρωπαϊκής κοινωνίας υιοθετώντας μοντέρνα γραφή»<sup>134</sup>. Ακόμη, συμβάλλει θετικά η είσοδος των γραφείων διανομής στην παραγωγή, η

<sup>134</sup> Ό.π.

συμμετοχή των τηλεοπτικών καναλιών στην παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών και η βελτίωση στην τεχνική ποιότητα των ταινιών και τον τεχνικό εξοπλισμό των αιθουσών.

Κλείνοντας με τον τομέα των **ξένων παραγωγών**, η έλλειψη σαφούς πολιτικής και στρατηγικής, η απουσία κινήτρων για τους παραγωγούς και τα γραφειοκρατικά εμπόδια περιορίζουν τις ευκαιρίες της χώρας ώστε να αναδειχθεί σε κινηματογραφικό προορισμό. Το μεγαλύτερο ίσως πρόβλημα αφορά στην **αδειοδότηση** για κινηματογραφικές λήψεις σε **αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία**, δηλαδή έναν από τους σημαντικότερους πόλους έλξης των ξένων παραγωγών. Αν και ο νέος κινηματογραφικός νόμος κατάργησε τη γενική άδεια για γυρίσματα στην Ελλάδα, οι ξένοι παραγωγοί πρέπει να αντιμετωπίσουν τη γραφειοκρατία και την αρνητικότητα που επιδεικνύει το Κεντρικό Αρχαιολογικό Συμβούλιο απέναντι σε κάθε είδους γυρίσματα σε αρχαιολογικούς χώρους, κάστρα κ.λπ. Χρησιμοποιώντας τη συνήθη διατύπωση πως «το είδος της εκπομπής δεν συνάδει με τον αρχαιολογικό χώρο», οι αρχαιολόγοι διαχειρίζονται την «ηθική» προστασία των μνημείων, το οποίο είναι λογικό στην περίπτωση ενός ντοκιμαντέρ, αλλά στις περιπτώσεις των ταινιών μυθοπλασίας «πρέπει να έχουν λόγο και άνθρωποι του κινηματογράφου, του θεάτρου ή των εικαστικών, καθώς ένα σενάριο δεν είναι πάντα ευανάγνωστο σε κάποιον που αγνοεί την τεχνική και την αισθητική του κινηματογράφου»<sup>135</sup>.

---

<sup>135</sup> Δήλωση κ. Μάρκου Χολέβα, πρώην Γενικού Δ/ντη της Hellenic Film Commission, στο Βενάρδου 2011.

## **Δ. Συμπεράσματα και Προτάσεις**

Ανακεφαλαιώνοντας, στο **θεωρητικό μέρος** της εργασίας έγινε αρχικά μια σύντομη αναφορά στον όρο της πολιτιστικής βιομηχανίας κατά τη Σχολή της Φρανκφούρτης, στους μετασχηματισμούς που αυτός υπέστη και στα χαρακτηριστικά των σύγχρονων πολιτιστικών βιομηχανιών, για να καταλήξουμε στις **δημιουργικές βιομηχανίες** που αποτέλεσαν το βασικό ενδιαφέρον της εργασίας. Όσον αφορά στις τελευταίες, έγινε μια περιγραφή των χαρακτηριστικών και των διαφόρων επιμέρους κατηγοριών τους, των τριών παραγόντων που οδήγησαν στην αξιοσημείωτη ανάπτυξή τους (τεχνολογία - ζήτηση - τουρισμός), των ευρύτερων οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων τους και της ανάγκης για σχεδιασμό μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής πολιτιστικής πολιτικής που θα φροντίζει για την ενίσχυση και την απρόσκοπτη λειτουργία τους.

Στη συνέχεια, η θεωρητική ενότητα εξειδικεύτηκε στη **δημιουργική βιομηχανία του κινηματογράφου** και στα τέσσερα στάδια της παραγωγικής της δραστηριότητας. Έπειτα, οι επιμέρους άξονες της τεχνολογίας, της ζήτησης και του τουρισμού αναλύθηκαν ειδικώς για την κινηματογραφική βιομηχανία, το ίδιο και οι διάφορες επιπτώσεις της στην οικονομία και την κοινωνία. Η πρώτη ενότητα έκλεισε με την πολιτική για τον κινηματογράφο και τις film commissions, δηλαδή τους υπεύθυνους φορείς για την ενίσχυση της εγχώριας κινηματογραφίας και την προσέλκυση ξένων παραγωγών.

Στις **τρεις μελέτες περίπτωσης** που επιλέχθηκαν, περιγράφηκε η πολιτιστική τους πολιτική, η πολιτική για την κινηματογραφική βιομηχανία, οι αρμόδιοι φορείς και τα εργαλεία για την ενίσχυση του κινηματογράφου με ιδιαίτερη αναφορά στην προσέλκυση ξένων παραγωγών, ενώ στο τέλος επιχειρήθηκε να γίνει μια σύντομη αποτίμηση των επιπτώσεων του κινηματογράφου στην οικονομία της κάθε περιοχής. Αυτές οι μελέτες περίπτωσης αποτελούν ένα μικρό δείγμα που δεν επιτρέπει την εξαγωγή γενικευμένων συμπερασμάτων. Ωστόσο, είναι αρκετά βοηθητικές προκειμένου να κάνουμε ορισμένες παρατηρήσεις για τα ερωτήματα που τέθηκαν στην αρχή της εργασίας.



Πιο συγκεκριμένα, η **Λουιζιάνα** εμφανίζεται ως το πιο πετυχημένο παράδειγμα από τα τρία. Έχοντας αναπτύξει μια συγκεκριμένη πολιτική, η οποία εξειδικεύεται σε στοχευμένες δημιουργικές βιομηχανίες, κατόρθωσε να προσελκύσει το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας κινηματογραφικής παραγωγής και να μετατραπεί στο Νότιο Χόλυγουντ. Συγκριτικά με τα άλλα δύο παραδείγματα, η Λουιζιάνα έχει το πλεονέκτημα ότι απευθύνεται στην προσέλκυση παραγωγών εντός της χώρας. Επομένως, εμφανίζει εξαρχής ένα συγκριτικό πλεονέκτημα, αφού τα συνεργεία δεν μετακινούνται στο εξωτερικό και αποφεύγονται όλα τα εμπόδια που αυτό συνεπάγεται (γλώσσα, βίζα, τελωνεία κλπ). Παρόλα αυτά, η πολιτεία της Λουιζιάνα, με τη βοήθεια του προγράμματος φορολογικών κινήτρων και το δίκτυο των περιφερειακών film commissions, κατόρθωσε να δημιουργήσει μια κινηματογραφική βιομηχανία με τις κατάλληλες υποδομές, με ευκαιρίες και πλεονεκτήματα για τις ξένες παραγωγές, τις επιχειρήσεις της πολιτείας και τους πολίτες της, η οποία ανθίζει τόσο σε οικονομικό επίπεδο, όσο και σε πολιτιστικό, όπως μαρτυρούν οι βραβεύσεις πολλών ταινιών που έχουν γυριστεί εκεί.

Αφήνουμε τον Ατλαντικό για να μεταφερθούμε στον Ειρηνικό Ωκεανό και την κινηματογραφική βιομηχανία της **Νέας Ζηλανδίας** που αποτελεί τη δεύτερη μελέτη περίπτωσης της εργασίας. Εδώ υπάρχουν δύο φορείς αρμόδιοι για τον κινηματογράφο: Η New Zealand Film Commission που είναι υπεύθυνη για την χρηματοδότηση της εγχώριας κινηματογραφικής παραγωγής και η Film New Zealand που έχει στόχο την προσέλκυση ξένων παραγωγών και την εξυπηρέτησή τους, ώστε να μπορέσουν να φιλοξενηθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Το ενδιαφέρον στο δεύτερο παράδειγμα είναι ότι, σε αντίθεση με τη Λουιζιάνα που χρηματοδοτεί ουσιαστικά μόνο την παραγωγή, τα χρηματοδοτικά προγράμματα που προβλέπονται στη Νέα Ζηλανδία απευθύνονται σε όλα τα στάδια της παραγωγής, ενώ ενισχύει και τα υπόλοιπα παραγωγικά στάδια, δηλαδή τη διανομή και το μάρκετινγκ των κινηματογραφικών προϊόντων. Ειδικά όσον αφορά στο μάρκετινγκ, η χώρα επικεντρώνεται σημαντικά στην προώθηση όχι μόνο των εγχώριων, αλλά και των ξένων παραγωγών, καθώς τις θεωρεί σημαντικό όχημα προβολής και προσέλκυσης τουρισμού. Κατά συνέπεια, μια ξένη παραγωγή που

πραγματοποιείται στη Νέα Ζηλανδία μπορεί να επωφεληθεί από τα οικονομικά κίνητρα που προβλέπονται, από τις υπηρεσίες της Film New Zealand, αλλά και από έναν συνδυασμό διάφορων προωθητικών ενεργειών σε διάφορες ξένες αγορές. Για παράδειγμα, στην περίπτωση της τριλογίας του Lord of the Rings, το κράτος έδωσε ιδιαίτερη βάση στην προώθηση της ταινίας και στη σύνδεση της με τη χώρα, με πάρα πολλές ενέργειες μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων, προκειμένου να καταστήσει τους θεατές από όλο τον κόσμο μελλοντικούς επισκέπτες της χώρας. Εν ολίγοις, η Νέα Ζηλανδία ακολουθεί μια αρκετά επεκτατική πολιτική στον τομέα του κινηματογράφου, γεγονός που έχει προκαλέσει σημαντική κριτική όπως φαίνεται και στη σχετική βιβλιογραφία, είτε λόγω των σημαντικών οικονομικών πόρων που απορροφά η ενίσχυση της εγχώριας παραγωγής, είτε γιατί αμφισβητείται το τόσο μεγάλο βάρος που έχει αποδοθεί στη σύνδεση των ξένων παραγωγών με την προσέλκυση τουρισμού.

Η **Ελλάδα**, το τρίτο και τελευταίο παράδειγμα, διαθέτει τη μικρότερη εμπειρία στην προσέλκυση ξένων παραγωγών, αλλά και τη λιγότερο αναπτυγμένη και συνεκτική κινηματογραφική πολιτική. Πρωταγωνιστής εδώ είναι το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, το οποίο τα προηγούμενα χρόνια συσώρευσε χρέη απέναντι στους Έλληνες παραγωγούς και κινδύνευσε να κλείσει σχεδόν ένα χρόνο πριν. Πλέον ακολουθεί μια νέα στρατηγική στα χρηματοδοτικά του προγράμματα, η οποία παρουσιάζει αρκετές ομοιότητες με εκείνη της Νέας Ζηλανδίας, αφού και εδώ επιδοτούνται όλα τα στάδια της παραγωγής. Η Hellenic Film Commission που είναι υπεύθυνη για την προσέλκυση ξένων παραγωγών, παρά τις προσπάθειες να εξυπηρετήσει τις παραγωγές που επιθυμούν να επισκεφτούν τη χώρα, δεν έχει υιοθετήσει μια πιο εξωστρεφή πολιτική προβολής της Ελλάδας ως χώρας κατάλληλης για κινηματογραφήσεις, με αποτέλεσμα να μένει πίσω στον ανταγωνισμό με άλλες γειτονικές χώρες όπως η Μάλτα ή οι βαλκανικές χώρες, στις οποίες οι τεχνικοί και οι βοηθητικοί ηθοποιοί έχουν πολύ χαμηλά ημερομίσθια.

Το σημαντικότερο πρόβλημα της χώρας έγκειται στις **άδειες κινηματογράφησης** που απαιτούνται σε αρχαιολογικούς και λοιπούς χώρους. Η διαδικασία αδειοδότησης είναι ιδιαίτερα γραφειοκρατική και χρονοβόρα, καθώς το αρμόδιο Κεντρικό Αρχαιολογικό Συμβούλιο συνεδριάζει μόνο μια φορά την εβδομάδα, ενώ οι σχετικές αιτήσεις πρέπει να στέλνονται τουλάχιστον δύο μήνες πριν σε όλες τις αρμόδιες εφορείες αρχαιοτήτων για γνωμοδότηση. Μάλιστα, ένα συνεργείο θα πρέπει να περιμένει μέχρι και έξι μήνες για να λάβει την γραπτή άδεια στην οποία ορίζονται τα τέλη που πρέπει να πληρώσει για τον κάθε χώρο, λόγω φόρτου εργασίας του ΚΑΣ - κάθε εβδομάδα λαμβάνει κατά μέσο όρο διακόσιες αποφάσεις. Δυστυχώς, αν και ο νέος νόμος για τις κινηματογραφήσεις σε αρχαιολογικούς χώρους προβλέπει την πραγματοποίηση ταινιών, οι χώροι αυτοί σπάνια παραχωρούνται από το ΚΑΣ και αυτό μετά από διάφορες πολιτικές πιέσεις. Για παράδειγμα, ο τότε Γενικός Γραμματέας του ΥΠΠΟ κ. Ζαχόπουλος διέθεσε στη Nia Vardalos όλα τα αρχαιολογικά μνημεία συμπεριλαμβανομένης και της Ακρόπολης για τη ταινία *My Life in Ruins*, όταν στην πλειοψηφία τους οι κινηματογραφικές παραγωγές λαμβάνουν απορριπτική απάντηση από το ΚΑΣ, γεγονός που δημιουργεί αρνητικές εντυπώσεις και ερωτηματικά για τα αντικειμενικά κριτήρια των αρχαιολόγων. Στα απορριπτικά παραδείγματα, ενδεικτικά αναφέρουμε την απαγόρευση στον παγκοσμίου φήμης Γάλλο σκηνοθέτη Ζαν Λυκ Γκοντάρ να κινηματογραφήσει στο θέατρο της Επιδαύρου με την αιτιολογία ότι δεν κατέθεσε το σενάριο της ταινίας και η μη παραχώρηση της Ακρόπολης στην ταινία *Πρόμαχος*, καθώς η ταινία είχε ως θέμα την επιστροφή των μαρμάρων του Παρθενώνα, ένα θέμα ευαίσθητο για την ελληνική πολιτιστική πολιτική. Σε τηλεφωνική επικοινωνία με υπάλληλο του ΚΑΣ η απορριπτική απόφαση δικαιολογήθηκε στη βάση της σημασίας τη επιστροφής των μαρμάρων για τα εθνικά συμφέροντα, κάτι που η ταινία δεν θα μπορούσε επαρκώς να πραγματοποιήσει καθότι «η επιλογή της Νατάσας Θεοδωρίδου στο soundtrack δεν συνάδει με έναν τόσο σημαντικό σκοπό». Σημειωτέον το καστ της παραγωγής συνέθεταν αξιόλογοι ξένοι και Έλληνες ηθοποιοί διεθνούς φήμης, ενώ οι παραγωγοί είχαν λάβει την υποστήριξη του τότε Υφυπουργού Πολιτισμού κ. Τζαβάρα και την έγκριση του σεναρίου από το ΕΚΚ.

Επιστρέφοντας στα ερωτήματα που τέθηκαν στην εισαγωγή και στο πλαίσιο μιας προσπάθειας σύνθεσης ενός συνδυασμού «καλών πρακτικών» που θα μπορεί να προσελκύσει τις ξένες παραγωγές στην Ελλάδα, αυτό που προκύπτει από την έρευνα είναι ότι μια **υγιής και ακμάζουσα εγχώρια κινηματογραφική βιομηχανία** είναι **βασικό προαπαιτούμενο** ώστε να μπορέσει μια χώρα να στραφεί και εκτός συνόρων για την προσέλκυση παραγωγών. Ειδικότερα για τη βελτίωση της ελληνικής βιομηχανίας έχουν διατυπωθεί πολλές απόψεις, ωστόσο δεν είναι αντικείμενο της παρούσας εργασίας να αναλύσει επισταμένως τις μεθόδους ενίσχυσης της εγχώριας παραγωγής. Ενδεικτικά αναφέρονται η ανάγκη για μεγαλύτερη **συμμετοχή των ιδιωτών** σε κινηματογραφικές επενδύσεις, ώστε να μειωθεί η εξάρτηση των Ελλήνων κινηματογραφιστών από το ΕΚΚ και λοιπές χρηματοδοτήσεις της ΕΕ, καθώς και για η ανάπτυξη της ανάλογης **βιομηχανικής υποδομής**, μιας και στην Ελλάδα οι διάφορες φάσεις της παραγωγής μιας ταινίας διεκπεραιώνονται σε διάσπαρτα εργαστήρια και στούντιο, εντός ή εκτός της χώρας. Παράλληλα, εκ των ων ουκ άνευ αποτελεί και ένα **εκπαιδευτικό σύστημα** των νέων κινηματογραφιστών, αλλά και των θεατών, καθώς η **απροθυμία της εσωτερικής αγοράς** να προτιμήσει τις ελληνικές ταινίες στερεί από τις τελευταίες το πρωταρχικό κοινό τους. Οι Έλληνες δημιουργοί οφείλουν να συνομιλήσουν με το ελληνικό κοινό και το δεύτερο πρέπει να αναγνωρίσει ότι η στήριξη της εγχώριας κινηματογραφίας μπορεί αποφέρει μακροπρόθεσμα σημαντικά οφέλη για την κοινωνία και την οικονομία.

Δεν θα επεκταθούμε περαιτέρω στο ζήτημα της εγχώριας παραγωγής, αλλά θα περάσουμε στα ζητήματα που αφορούν το βασικό ερώτημα τη εργασίας: Πώς μια χώρα μπορεί να προσελκύσει ξένες κινηματογραφικές παραγωγές; Τα παραδείγματα αποδεικνύουν πως η κάθε χώρα θα πρέπει αρχικά να κάνει μια **έρευνα** προκειμένου να εντοπίσει τις αδυναμίες και τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα, αλλά και τον ανταγωνισμό από γειτονικές χώρες ή χώρες που μπορούν να προσφέρουν παρόμοιες ευκαιρίες (π.χ. διευκολύνσεις, εξειδικευμένο προσωπικό, εμπειρία, ελκυστικές φοροαπαλλαγές και παρόμοια φυσικά ή αστικά τοπία) στις μεγάλες παραγωγές του εξωτερικού.

Στη συνέχεια, ένα πολύ βασικό βήμα είναι ο σχεδιασμός μιας στρατηγικής **μάρκετινγκ** για την προώθηση της χώρας ως κινηματογραφικού προορισμού στις αγορές του εξωτερικού που έχουν ενδιαφέρον γι' αυτή. Για παράδειγμα, εκτός από την παραδοσιακή κινηματογραφική αγορά του Χόλυγουντ και των διάφορων ευρωπαϊκών χωρών, ιδιαίτερα ελκυστικές είναι και οι αγορές της Ινδίας, της Κίνας και της Ιαπωνίας, οι οποίες παράγουν πολλές ταινίες κάθε χρόνο και μάλιστα εκδηλώνουν ιδιαίτερο θαυμασμό για τον ελληνικό πολιτισμό. Κατά συνέπεια, η Ελλάδα δεν αρκεί να «κυνηγήσει» μόνο τις αμερικανικές παραγωγές στις οποίες μάλιστα στοχεύουν πολλές χώρες με πολύ ανταγωνιστικά κίνητρα, αλλά να στραφεί σε εναλλακτικές αγορές που μπορούν να επιφέρουν αντίστοιχα οικονομικά κέρδη.

Αντίστοιχα θα πρέπει **να εκμεταλλευτεί και τις ξένες παραγωγές** που όντως πραγματοποιούνται στην Ελλάδα, ώστε να κατορθώσει να συνδέσει τις ταινίες με την προβολή της χώρας και να αυξήσει τον τουρισμό της. Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να πραγματοποιηθεί κάτι τέτοιο και στο κεφάλαιο Β.2.4 για τις film commissions έγινε μια αρκετά αναλυτική περιγραφή αυτών των εργαλείων. Σε κάθε περίπτωση, η προώθηση θα πρέπει να ενταχθεί σε ένα **ευρύτερο, κεντρικά οργανωμένο, πλαίσιο τουριστικής προβολής** της χώρας με συντονισμό των αρμόδιων κρατικών φορέων και στενή συνεργασία των εμπλεκόμενων Υπηρεσιών.

Λύση θα πρέπει να βρεθεί και στο πρόβλημα της **παροχής άδειας σε αρχαιολογικούς χώρους**. Μια πρόταση προς αυτή την κατεύθυνση είναι η δημιουργία περιφερειακών συμβουλίων στα οποία θα συμμετέχουν φορείς των δήμων, των αστυνομικών αρχών για τις περιπτώσεις που απαιτείται ρύθμιση της κυκλοφορίας και των τοπικών εφορειών αρχαιοτήτων. Πάντως ο κεντρικός ρόλος του ΚΑΣ αποδεικνύεται προβληματικός, ως εκ τούτου θα πρέπει να γίνει πιο ελαστικός ως προς την παραχώρηση των χώρων. Εξάλλου, τα τέλη κινηματογράφησης μπορούν να αποφέρουν σημαντικά έσοδα και για την συντήρηση ή αποκατάσταση των ίδιων των μνημείων. Άλλη μια πρόταση θα ήταν ο εμπλουτισμός της σύνθεσης του ΚΑΣ με άτομα σχετικά με την κινηματογραφική τέχνη, ούτως ώστε οι τελικές αποφάσεις να γίνονται με βάση

την εκτιμώμενη αξία του παραγόμενου έργου και όχι με βάση τις πολιτικές γνωριμίες κάποιων παραγωγών. Χρειάζεται, λοιπόν, μια συνεργασία του Υπουργείου Πολιτισμού, της τοπικής αυτοδιοίκησης και του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου προκειμένου να απλοποιηθεί η διαδικασία αδειοδότησης.

Μολαταύτα, όλα τα προηγούμενα χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί σημαντικές ξένες ταινίες στη χώρα σε πείσμα των δυσκολιών που τυχόν αντιμετώπισαν, ενώ πολλοί διάσημοι σκηνοθέτες και ηθοποιοί έμειναν τόσο ευχαριστημένοι από την ελληνική φιλοξενία που διαφήμιζαν τη χώρα οικειοθελώς και χωρίς να κρύβεται από πίσω τους ένα οργανωμένο σχέδιο προώθησης του τύπου «celebrity endorsement». Ταινίες όπως το «Μαντολίνο του Λοχαγού Κορέλι», το «Mamma Mia» και τα πιο πρόσφατα «Πριν τα Μεσάνυχτα» και «Τα δύο πρόσωπα του Ιανουαρίου» που αναμένεται σύντομα στους κινηματογράφους, προβάλλουν το ελληνικό τοπίο κάτω από άριστες τεχνικές συνθήκες και επιπλέον έδωσαν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις των αντίστοιχων περιοχών να αποκομίσουν σημαντικά οφέλη από την παρουσία πολυπληθών συνεργείων. Παράλληλα, Έλληνες ηθοποιοί, τεχνικοί και παραγωγοί συνεργάζονται με τις ξένες παραγωγές και αποκτούν σημαντική επαγγελματική εμπειρία. Οι ξένες παραγωγές μπορούν να δώσουν πνοή ζωής στην ελληνική κινηματογραφική βιομηχανία, όμως οι εισερχόμενοι από αυτές πόροι θα πρέπει να επενδυθούν αποκλειστικά για την ανάπτυξη των υποδομών και της ευρύτερης κινηματογραφικής τέχνης. Ο ελληνικός κινηματογράφος έχει τα χρώματα και τα πινέλα για να ζωγραφίσει το δικό του κινηματογραφικό τοπίο, αρκεί η ελληνική κινηματογραφική βιομηχανία και οι υπόλοιποι πολιτιστικοί φορείς να σταματήσουν να ενδιαφέρονται μόνο για τα εσωτερικά συντεχνιακά τους συμφέροντα, να συνεργαστούν και να στρέψουν το κινηματογραφικό τους «βλέμμα» εκτός των συνόρων.

## Ε. Βιβλιογραφία

- Adorno, T. & Horkheimer, M. 1996, *Η Διαλεκτική του Διαφωτισμού*, Αθήνα, Νήσος
- African Business Magazine, 2014, «African Creative Industries: The Sleeping Giant», *African Business Magazine*, 28/01/2014, On-line στη διεύθυνση: <http://africanbusinessmagazine.com/special-reports/african-creative-industries-the-sleeping-giant/>
- Αυδίκος, Β. 2014, *Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα*, Αθήνα, Επίκεντρο
- Βερνίκος, Ν. 2004, «Το διεθνές πλαίσιο για τις πολιτιστικές στατιστικές της UNESCO και οι κατηγορίες των πολιτιστικών αγαθών» στο Βερνίκος, Ν. – Δασκαλοπούλου, Σ. – Μπαντιμαρούδης, Φ. – Μπουμπάρης Ν. και Παπαγεωργίου, Δ., *Πολιτιστικές Βιομηχανίες: Διαδικασίες, Υπηρεσίες, Αγαθά*, Αθήνα, Κριτική, 23-38
- BOP Consulting, *Mapping the creative industries: a toolkit*, London, The British Council, On-line στη διεύθυνση: [http://www.britishcouncil.org/mapping\\_the\\_creative\\_industries\\_a\\_toolkit\\_2-2.pdf](http://www.britishcouncil.org/mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf)
- Caves, R. 2000, *Creative Industries*, Massachusetts, Harvard University Press
- Crouch, D. – Jackson, R. & Thompson, F. 2005, *The Media and the Tourist Imagination: Converging cultures*, New York, Routledge
- Γιώτη, Μ. 2003, *Κινηματογράφος και Σύγκλιση. Διαδικτυακός Κινηματογράφος - Νέες μορφές κινηματογραφικής αφήγησης*, μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία, Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο, Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ, Αθήνα
- Hartley, J. 2005, «Creative Industries» στο Hartley J. (επιμ.), *Creative Industries*, Oxford, Blackwell Publishing Ltd, 1-40
- Hesmondhalgh, D. 2002, *The cultural industries*, London, Sage publications
- Huet, A. – Ion, J. – Lefebvre, A. και Miège, B. 1978, *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble, Presses Universitaires

- Kanzler, M. 2008, *The circulation of European co-productions and entirely national films in Europe 2001 to 2007*, European Audiovisual Observatory, On-line στη διεύθυνση: [http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/film/paperEAO\\_en.pdf](http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/film/paperEAO_en.pdf)
- Κατσουνάκη, Μ. 2006, «Ψηφιακό το μέλλον του κινηματογράφου», *Καθημερινή*, 26/11/2006, On-line στη διεύθυνση: <http://www.kathimerini.gr/269959/article/politismos/arxeio-politismoy/yhfiako-to-mellon-toy-kinhmatografoy>
- Κολοβός, Ν. 1999, *Κινηματογράφος: Η τέχνη της βιομηχανίας*, Αθήνα, Καστανιώτης
- Λαζαρέτου, Σ. 2014, *Η έξυπνη οικονομία: «πολιτιστικές» και «δημιουργικές» βιομηχανίες στην Ελλάδα. Μπορούν να αποτελέσουν προοπτική εξόδου από την κρίση;*, Αθήνα, Τράπεζα της Ελλάδος
- Miège, B. 1979, «The cultural commodity», *Media, Culture and Society* 1, 273-289
- Moran, A. 1996, *Film Policy: International, National and Regional Perspectives*, London, Routledge
- Morin, E. 1962, *L' esprit du temps*, Paris, Bernard Grasset
- Μπούνια, Α. 2004, «Τα μουσεία ως πολιτιστικές βιομηχανίες: Θέματα και προβληματισμοί – Μια προκαταρκτική συζήτηση» στο Βερνίκος, Ν. – Δασκαλοπούλου, Σ. – Μπαντιμαρούδης, Φ. – Μπουμπάρης Ν. και Παπαγεωργίου, Δ. 2004, *Πολιτιστικές Βιομηχανίες: Διαδικασίες, Υπηρεσίες, Αγαθά*, Αθήνα, Κριτική, 39-58
- Παχάκη, Κ. – Αγγελίδου, Φ. – Αναστασάκου, Ζ. Ν. – Δεδεγιάν, Β. – Κουνάρης, Εμμ. – Λέρτα, Σ. – Μπαλτατζάκης Π. και Χειμωνίτη-Τερροβίτη, Στ. 2000, *Ο Πολιτισμός ως κλάδος οικονομικής δραστηριότητας*, Αθήνα, Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών
- Ρήντερ, Κ. 1985, *Ιστορία του Παγκόσμιου Κινηματογράφου (1895-1975)*, Αθήνα, Αιγόκερως, 7



- Rizzo, I. 2004, "The relationship between regional and national policies in the arts" στο Ginsburgh, V.A. 2004, *Economics of Art and Culture: Invited Papers at the 12th international Conference of the Association of Cultural Economics International*, Amsterdam, Elsevier, 203-219
- Rizzo, I. & Throsby D. 2006, "Cultural Heritage: Economic Analysis and Public Policy" στο Ginsburgh, V. & Throsby, D. 2006, *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amsterdam, North-Holland, 983-1016
- Throsby, B. 2003, "Cultural capital" στο Towse, R. 2003, *A Handbook of cultural economics*, Cornwall, MPG Books Ltd, 166-169
- Towse, R. 2003 "Cultural industries" στο Towse, R. 2003, *A Handbook of cultural economics*, Cornwall, MPG Books Ltd, 170-176
- Turok, I. 2003, «Cities, Clusters, and Creative Industries: The Case of Film and Television in Scotland», *European Planning Studies*, 11, 5, 549-565, On-line στη διεύθυνση: <http://nknu.pbworks.com/f/Cities,+Clusters+and+Creative+Industries.pdf>
- UNCTAD, Creative Economy Report 2010, On-line στη διεύθυνση: [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf)
- Unesco, 2013, *Emerging Markets and the Digitalization of the Film Industry*, Quebec, UNESCO Institute for Statistics, On-line στη διεύθυνση: <http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/IP14-2013-cinema-survey-analysis-en.pdf>
- Ward, S. 2004, «National Cinema or Creative Industries? Film Policy in Transition», *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, 112, 115-130
- Wood, L. 2012, «Research and Markets: Global Movie and Entertainment Industry 2012-2017: Trends, Profits and Forecast Analysis Provides an Overview of the Global Movie and Entertainment Industry», *Reuters*, 13/07/2012, On-line στη διεύθυνση: <http://www.reuters.com/article/2012/07/13/idUS161883+13-Jul-2012+BW20120713>
- Χορκχάμερ, Μ. (1941) 1984, «Τέχνη και μαζική κουλτούρα» στο Σαρίκας Ζ. (επιμ.) *Τέχνη και μαζική κουλτούρα*, Αθήνα, Ύψιλον, 49-68

- Χορκχάμερ, Μ. και Αντόρνο, Τ. (1947) 1984, «Η βιομηχανία της κουλτούρας: Ο Διαφωτισμός ως εξαπάτηση των μαζών» στο Σαρίκας Ζ. (επιμ.), *Τέχνη και μαζική κουλτούρα*, Αθήνα, Ύψιλον, 69-122

#### Χρήσιμες Ιστοσελίδες

- UNESCO Institute for Statistics: <http://www.uis.unesco.org/>
- European Audiovisual Observatory, Focus 2010, World Film Market Trends:  
<http://www.obs.coe.int/documents/205595/424287/focus2010+optim.pdf/94edb391-5bfe-4c1d-be83-7d79a98c67c4>

## Λουιζιάνα

- Cunningham, T. 2014, «What state is the movie-making capital of the world? Hint: It's not California or New York», *The Wrap*, 06/03/2014, On-line στη διεύθυνση: <http://www.thewrap.com/louisiana-california-movie-making-capital-world-2013/>
- Cutler, A. 2011, «New Orleans film industry draws Tinseltown tourists», *WGNO News*, 07/04/2011, On-line στη διεύθυνση: <http://www.abc26.com/news/local/wgno-new-orleans-film-industry-draws-tinseltown-tourists-20110407,0,5892166.story?track=rss>
- French, A. 2012, «Entrepreneurial America: Here are seven cities that have caught up start up fever», *Details*, On-line στη διεύθυνση: <http://www.details.com/culture-trends/critical-eye/201102/the-new-entrepreneur-big-idea-entrepreneurial-america#/slide=4>
- Haley, M. 2011, «The film incentive: An interview with State representative Cameron Henry», *Scene*, 18/02/2011, On-line στη διεύθυνση: <http://www.scenelouisiana.com/?s=Cameron+Henry>
- Kotkin, J. 2012, «As filmmaking surges, New Orleans becoming serious challenger to L.A.», *Forbes*, 20/04/2012, On-line στη διεύθυνση: <http://www.forbes.com/sites/joelkotkin/2012/04/20/as-filmmaking-surges-new-orleans-becoming-serious-challenger-to-l-a/>
- Lee, S. 2012, «Top 10 cities for filmmakers in 2012 – No.1 New Orleans», *Locations Hub*, 24/04/2012, On-line στη διεύθυνση: [http://www.locationshub.com/blog/post/468/top-10-cities-for-filmmakers-in-2012-no-1-new-orleans#.UyyrFfl\\_tx0](http://www.locationshub.com/blog/post/468/top-10-cities-for-filmmakers-in-2012-no-1-new-orleans#.UyyrFfl_tx0)
- Lehman, D. 2012, «How Louisiana actors and crew benefit from boom in local productions», *Backstage*, 23/05/2012, On-line στη διεύθυνση: <http://www.backstage.com/news/how-louisiana-actors-and-crew-benefit-from-boom-in-local-productions/>
- Lopez, A. 2012, «A new economic report surfaces, but it could have a Hollywood south ending», *Forbes*, 10/08/2012, On-line στη διεύθυνση: <http://www.forbes.com/sites/adrianalopez/2012/08/10/a-new-economic-report-surfaces-but-it-could-have-a-hollywood-south-ending/>

- Martinez-Carter, K. 2013, «New Orleans' film industry bloom», *BBC, Travel*, 05/08/2013, On-line στη διεύθυνση: <http://www.bbc.com/travel/feature/20130801-new-orleans-film-industry-blooms/1>
- Peterso. J. 2011, «Film industry creates niche house demand», *New Orleans City Business*, 08/02/2011, On-line στη διεύθυνση: <http://neworleanscitybusiness.com/blog/2011/02/08/film-industry-creates-niche-housing-demand/>
- Scott, L. 2013, *The economic impact of Louisiana's entertainment tax credit programs*, Louisiana, Office of Entertainment Industry Development-Louisiana Department of Economic Development, On-line στη διεύθυνση: [http://louisianaentertainment.gov/docs/main/2013\\_OEID\\_Program\\_Impact\\_Report\\_\(FINAL\).pdf](http://louisianaentertainment.gov/docs/main/2013_OEID_Program_Impact_Report_(FINAL).pdf)
- Scott, M. 2014, «Filming in New Orleans: 2014 could be the year of Louisiana tentpole, state film honcho predicts», *The Times-Picayune*, 07/01/2014, On-line στη διεύθυνση: [http://www.nola.com/movies/index.ssf/2014/01/filming\\_in\\_new\\_orleans\\_2014\\_co.html](http://www.nola.com/movies/index.ssf/2014/01/filming_in_new_orleans_2014_co.html)

#### Χρήσιμες ιστοσελίδες

- Louisiana Economic development: <http://opportunitylouisiana.com/>
- Louisiana Entertainment: <http://www.louisianaentertainment.gov/>

## Νέα Ζηλανδία

- Blomkamp, E. 2012, «Discourses of legitimation in New Zealand's film policy», *International Journal of cultural studies*, Online στη διεύθυνση: <http://ics.sagepub.com/content/early/2012/07/17/1367877912451687>
- Croy, G. 2004, «The Lord of the Rings, New Zealand, and Tourism: Image building with film», *Monash University, Department of Management, Working Paper Series ISSN 1327-5216*
- Jones, D. & Smith, K. 2005, «Middle-earth meets New Zealand: Authenticity and location in the Making of the Lord of the Rings», *Journal of Management Studies*, 42, 923-945
- Hudson, S. & Ritchie, B. 2006, «Promoting destinations via film tourism: an empirical identification of supporting marketing initiatives», *Journal of Travel Research*, 44, 387-396, Online στη διεύθυνση: <http://jtr.sagepub.com/content/44/4/387>
- Larsen G. & George, V. 2006, «The Social Construction of Destination Image: A New Zealand Film Example» στο Kahle, L. & Kim, C.-H. (επιμ.), *Creating Images and the Psychology of marketing Communication*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates Inc., 117-140
- Meadows, M. 1996, «Speaking out: Indigenous film policy debates in Australia, New Zealand and Canada» στο Moran, A. (επιμ.), *Film Policy: International, National and Regional Perspectives*, London, Routledge
- Morgan, N. – Pritchard, A. και Piggott, R. 2003, «Destination Branding and the role of the stakeholders: The case of New Zealand», *Journal of Vacation Marketing*, 9, 3, 285-299, Online στη διεύθυνση: <http://jvm.sagepub.com/content/9/3/285>
- Sector Policy Team 2012, *Film New Zealand Review May 2012*, Ministry of Economic Development, Wellington
- Waller, G. 2006, «The New Zealand Film Commission: promoting an industry, forging a national identity», *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 16:2, 243-262, Online στη διεύθυνση: <http://dx.doi.org/10.1080/01439689600260251>

### Χρήσιμες Ιστοσελίδες:

- New Zealand Film Commission: <http://www.nzfilm.co.nz/>
- Film New Zealand: <http://www.nzfilm.co.nz/>
- Ministry of Culture & Heritage: <http://www.mch.govt.nz/>
- Statistics New Zealand: <http://www.stats.govt.nz/>

### **Ελλάδα**

- Βαζούρα, Γ. 2014, «Οι τέσσερις μεγάλες ξένες παραγωγές που γυρίστηκαν στη χώρα μας και υμνούν την Ιστορία και τις ομορφιές της», *Δημοκρατία*, 19/04/2014, Online στη διεύθυνση: <http://www.dimokratianews.gr/content/24215/οι-τέσσερις-μεγάλες-ξένες-παραγωγές-που-γυρίστηκαν-στη-χώρα-μας-και-υμνούν-την-ιστορία/>
- Βενάρδου, Ε. 2011, «Ξένες ταινίες, Ελληνικά διλήμματα», *Ελευθεροτυπία*, 10/07/2011, Online στη διεύθυνση: <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=291311>
- Benoit, M. 2009, «Ψηφιακός κινηματογράφος: ζητήματα τεχνολογίας», *Συχνότητες*, 07, 44-47
- Βούλγαρη, Κ. 2014, «“Μαύρο” και στις κινηματογραφικές παραγωγές στη NEPIT», *Hit&run*, 04/3/2014, Online στη διεύθυνση: <http://www.hitandrunk.gr/mavro-ke-stis-kinimatografikes-paragoges-sti-nerit/>
- Cabrera-Blazquez, F.-J. 2009, «Η προστασία των κινηματογραφικών έργων απέναντι στην πειρατεία», *Συχνότητες*, 07, 52-55
- Γερωνυμάκη, Στ. 2009, «Η προώθηση της ελληνικής κινηματογραφίας στο εξωτερικό», *Συχνότητες*, 07, 28-32
- Γιώτης, Ντ. 2012, «Editorial Απρίλιος 2012», *Ένωση Σεναριογράφων Ελλάδας*, Online στη διεύθυνση: <http://senariografoi.gr/gr/news/editorials/i53/>

- Γκίκια, Γ. 2010, *Το μάρκετινγκ των τουριστικών προορισμών μέσα από τις ταινίες: η περίπτωση των ξένων παραγωγών στην Ελλάδα*, Πτυχιακή εργασία για το Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, Online στη διεύθυνση:  
[http://www.prd.uth.gr/sites/GS\\_RSAI/CONFERENCE\\_MAY2011\\_SITE/PAPERS\\_MAY2011\\_PDF\\_CD/DEFFNER\\_A\\_GKIKI\\_G\\_82.pdf](http://www.prd.uth.gr/sites/GS_RSAI/CONFERENCE_MAY2011_SITE/PAPERS_MAY2011_PDF_CD/DEFFNER_A_GKIKI_G_82.pdf)
- Grivas, A. 2011, «Greek industry mostly welcomes new film law», *Screen Daily*, 12/01/2012, Online στη διεύθυνση:  
<http://www.screendaily.com/greek-industry-mostly-welcomes-new-film-law/5022218.article>
- Ζώντου, Ε. 2009, «Ένα Κέντρο για όλες τις δουλειές», *Συχνότητες*, 07, 18-21
- HealthyLiving 2011, «Κινηματογράφος και Ψηφιακή Τεχνολογία», *HealthyLiving*, 30/05/2011, Online στη διεύθυνση:  
<http://www.healthyliving.gr/2011/05/30/κινηματογράφος-και-ψηφιακή-τεχνολογ/>
- Θεοδοσίου, Ν. 2007, «Οι πρώτες κινηματογραφικές λήψεις στην Ελλάδα», *Μοτέρ*, Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, Μάιος-Ιούνιος 2007, σελ. 60
- Κακλή, Ν. 2013, «Ελλάδα: το ιδανικό κινηματογραφικό σκηνικό...», *clickatlife.gr*, 02/08/2013, Online στη διεύθυνση:  
<http://www.clickatlife.gr/cinema/story/15892>
- Κόκουβας, Γ. 2013, «Πώς βρίσκει χρήματα σήμερα ο ελληνικός κινηματογράφος;», *Reel*, 15/05/2013, Online στη διεύθυνση:  
<http://reel.gr/wppress/ellinikos-kinimatografos-xrimatodotisi/>
- Μορώνης, Ρ. 2009, «Γιατί η νέα κρίση του ελληνικού κινηματογράφου;», *Συχνότητες*, 07, 4-6
- Μυλωνάκη, Α. 2012, «Οι εποχές του ελληνικού κινηματογράφου», *Κέντρο μελετών και ερευνών για το σινεμά*, 30/04/2012, Online στη διεύθυνση:  
<http://kemes.wordpress.com/2012/04/30/οι-εποχές-του-ελληνικού-κινηματογράφ/>
- Μυρίλλα, Δ. 2013, «Ο υπουργός, ο κινηματογράφος και η... μαγική εικόνα», *Think free*, 05/06/2013, Online στη διεύθυνση:

<http://www.thinkfree.gr/thinkculture/o-υπουργός-o-κινηματογράφος-και-η-μα>

- Παναγόπουλος, Π. 2008, «Κομπάρσος των ξένων παραγωγών η Ελλάδα», *Η Καθημερινή*, 15/06/2008, Online στη διεύθυνση: <http://www.kathimerini.gr/325731/article/politismos/arxeio-politismoy/komparsos-twn-3enwn-paragwgn-h-ellada>
- Παραδείση, Μ. 2001, *Ιστορία του παγκόσμιου κινηματογράφου II: ο μεταπολεμικός κινηματογράφος (Ευρώπη, Αμερική, Ασία, Αφρική)*, Πανεπιστημιακές σημειώσεις για το μάθημα "Ιστορία του Κινηματογράφου II" του Τομέα Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης του Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού, σελ. 39
- Πρωιμάκης, Ι. 2014, «Για ποιον μετράνε τελικά τα όσκαρ της Ελλάδας;», *Propaganda*, 13/04/2014, Online στη διεύθυνση: <http://propaganda.gr/gia-pion-metrane-telika-ta-oskar-tis-elladas/>
- Ρούσσος, Γ. 2013, «Ο ελληνικός κινηματογράφος εκπέμπει σήμα κινδύνου!», *TVXS*, 01/07/2013, Online στη διεύθυνση: <http://tvxs.gr/news/o-ελληνικός-κινηματογράφος-εκπέμπει-σήμα-κινδύνου-3>
- Siegel, D. 2013, «Raising a Greek Cinema Paradiso», *The Huffington Post*, 08/09/2013, Online στη διεύθυνση: [http://www.huffingtonpost.com/dan-siegel/raising-a-greek-cinema-pa\\_b\\_3726972.html](http://www.huffingtonpost.com/dan-siegel/raising-a-greek-cinema-pa_b_3726972.html)
- Σινεμά 2014, «Γιατί η Ελλάδα δεν είναι προορισμός για τις ξένες κινηματογραφικές παραγωγές;», *Σινεμά*, 22/05/2014, Online στη διεύθυνση: <http://www.e-go.gr/cinemag/cannes2012.asp?catid=34691&subid=2&pubid=129735074>
- Σολδάτος Γ. 1995, *Συνοπτική ιστορία του ελληνικού κινηματογράφου*, Αιγόκερως, Αθήνα, σελ. 8-9
- Σωτηροπούλου, Χ. 1989, *Ελληνική Κινηματογραφία*, Θεμέλιο, Αθήνα, σελ. 84.
- Virenque, A. 2009, «Προκλήσεις & ευκαιρίες για τους διανομείς κινηματογραφικών έργων», *Συχνότητες*, 07, 48-51



- Φαρμάκη, Ε. 2013, «Μύθοι και αλήθειες για τον Ελληνικό κινηματογράφο», *ArtMag*, 01/06/2013, Online στη διεύθυνση: <http://www.artmag.gr/articles/media-keyhole/item/897-filmmakers-of-greece>
- Χολέβας, Μ. 2009, «Κινηματογραφικές παραγωγές από το εξωτερικό: film commission & Ελλάδα», *Συχνότητες*, 07, 22-27

#### Χρήσιμες Ιστοσελίδες

- Υπουργείο Πολιτισμού: <http://www.yppo.gr/>
- Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου: <http://www.gfc.gr/>
- Hellenic Film Commission: <http://www.hfco.gr/>