

ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

Σχολή Μηχανολόγων Μηχανικών

Τομέας Βιομηχανικής Διοίκησης & Επιχειρησιακής Έρευνας



ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

«Ηλεκτρονικές Πλατφόρμες Καλλιτεχνικού Τουρισμού (Residencies) στην Ελλάδα»

Επιβλέπων καθηγητής: Παναγιώτου Νικόλαος, Καθηγητής ΕΜΠ

Αθήνα 2024

Έχω διαβάσει και κατανοήσει τους κανόνες για τη λογοκλοπή και τον τρόπο σωστής αναφοράς των πηγών που περιέχονται στον οδηγό συγγραφής Διπλωματικών Εργασιών. Δηλώνω ότι, από όσα γνωρίζω, το περιεχόμενο της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας είναι προϊόν δικής μου εργασίας και υπάρχουν αναφορές σε όλες τις πηγές που χρησιμοποίησα.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτή τη Διπλωματική εργασία είναι του συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις της Σχολής Μηχανολόγων Μηχανικών ή του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

Ονοματεπώνυμο

Άννα Λιμαντζάκη

Ευχαριστίες

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια των προπτυχιακών μου σπουδών στη σχολή Μηχανολόγων Μηχανικών του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου υπό την επίβλεψη του Καθηγητή Νικόλαου Παναγιώτου στον τομέα Βιομηχανικής Διοίκησης και Επιχειρησιακής Έρευνας.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου για την καθοδήγηση που μου προσέφερε και το χρόνο που διέθεσε δίνοντας μου χρήσιμες συμβουλές και οδηγίες για την ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου και τον στενό κοινωνικό μου περίγυρο για την υλική και ηθική υποστήριξη και συμπαράσταση κατά τη διάρκεια των σπουδών μου.

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει ως αντικείμενό μελέτης τις ηλεκτρονικές πλατφόρμες που δραστηριοποιούνται στον τομέα του καλλιτεχνικού τουρισμού. Η προσέγγιση του θέματος γίνεται και σε θεωρητικό επίπεδο και σε πρακτικό. Με τη χρήση διαδεδομένων εργαλείων πρακτικών μάνατζμεντ πραγματοποιείται η ανάλυση του φαινομένου της καλλιτεχνικής φιλοξενίας παγκοσμίως και εγχώρια, δημιουργείται το επιχειρηματικό μοντέλο και δίδονται ορισμένες στρατηγικές προτάσεις για τη περαιτέρω ανάπτυξή του. Στη συνέχεια καταγράφεται η αγορά καλλιτεχνικής φιλοξενίας στην Ελλάδα και πραγματοποιείται μία αποτίμηση της επενδυτικής προοπτικής μιας εγχώριας πλατφόρμας με αντικείμενο την καλλιτεχνική φιλοξενία.

Η έννοια του καλλιτεχνικού τουρισμού μελετάται από πολλές πλευρές. Η ανάλυση παραθέτει την ιστορική εξέλιξή καταλήγοντας στην σύγχρονη μορφή του. Επιχειρείτε η μελέτη της οικονομικής λειτουργία των επιχειρήσεων, η χαρτογράφηση τους και το προφίλ των επισκεπτών που συμμετέχουν στα καλλιτεχνικά προγράμματα. Επιπλέον, γίνεται εκτενής αναφορά των προγραμμάτων που λειτουργούν στην ελληνική αγορά και διεθνώς.

Απώτερος στόχος είναι η δημιουργία ενός επιχειρηματικού μοντέλου για τις ηλεκτρονικές πλατφόρμες που δραστηριοποιούνται στον καλλιτεχνικό τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο. Γίνετε ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος με την εφαρμογή εργαλείων στρατηγικού μάνατζμεντ όπως Business Model Canvas, PESTLE, Porter Five Forces, SWOT. Με τη συμβολή των εργαλείων παρατίθενται ενδεικτικές εναλλακτικές στρατηγικές για παρεμβάσεις στο υπάρχον επιχειρηματικό μοντέλο των πλατφορμών.

Παρόμοια προσπάθεια εφαρμόζεται και για την αγορά της Ελλάδας. Η έρευνα συνίσταται σε πρωτογενή καταγραφή των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα της καλλιτεχνικής φιλοξενίας και τη κατηγοριοποίησή τους σε ομάδες δεδομένων. Γίνεται απόπειρα χαρτογράφησης και εφαρμογής εργαλείων στρατηγικού μάνατζμεντ για την ανάλυση του περιβάλλοντος. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιείτε η ανάλυση PEST και το μοντέλο SWOT μέσω των οποίων γίνετε αποτίμηση της επενδυτικής προοπτικής που συνεπάγεται η δημιουργία μια ηλεκτρονικής πλατφόρμας με θέμα τη καλλιτεχνική φιλοξενία με έδρα την Ελλάδα.

Abstract

The thesis has as its object of study the electronic platforms that operate in the field of artistic tourism. The approach to the subject is both theoretical and practical. Using widespread tools of practical management practices, the analysis of the phenomenon of artistic hospitality worldwide and internationally is carried out, the business model is created and some strategic proposals for its further development are given. Then, the market for artistic hospitality in Greece is recorded and an assessment of the investment potential of a domestic platform for artistic hospitality is carried out. The concept of artistic tourism is studied from many angles. The analysis sets out the historical development leading to its modern form. Attempt to study the economic functioning of the businesses, their mapping and the profile of visitors participating in the artistic programs. In addition, there is an extensive reference to the programs operating in the Greek market and internationally. The ultimate goal is to create a business model for online platforms active in the arts tourism industry globally. Analyze the internal and external environment by applying strategic management tools such as Business Model Canvas, PESTLE, Porter Five Forces, SWOT. With the contribution of the tools, indicative alternative strategies for interventions in the existing platform business model are provided. A similar effort is being made for the Greek market. The research consists of a primary inventory of businesses operating in the field of artistic hospitality and their categorization into data groups. An attempt is made to map and apply strategic management tools for the analysis of the environment. Specifically, the PEST analysis and the SWOT model are used to assess the investment potential of creating an online platform on artistic hospitality based in Greece.

Περιεχόμενο

Ευχαριστίες.....	4
Περίληψη.....	5
Abstract	6
1. Εισαγωγή	10
1.1. Εισαγωγικό Σημείωμα	10
1.2. Αντικείμενο και στόχοι της διπλωματικής εργασίας	11
2. Προγράμματα Art Residency	12
2.1. Η Σημασία των Προγραμμάτων Τέχνης	13
2.2. Συμβολή Καλλιτεχνών σε έναν Δημιουργικό Τουριστικό Προορισμό	17
2.3. Η Σημασία της Συμμετοχής στην Τέχνη	20
2.4. Η Σημασία της Έμπνευσης.....	21
2.5. Σημασία της Δημιουργικότητας	22
3. Κατοικίες Καλλιτεχνών (Artist Residency)	23
3.1. Η Έννοια του Artist Residency	23
3.2. Περιεχόμενο Ευρωπαϊκής Ατζέντας για το Artist Residency	24
3.3. Το Φαινόμενο Artist Residency	26
3.4. Χρονικό Πλαίσιο των Artist Residency	28
3.5. Τύποι Artist Residency.....	28
3.5.1. Το «Κλασικό» Μοντέλο Κατοικίας	29
3.5.2. Κατοικίες που Συνδέονται με Καλλιτεχνικά Ιδρύματα και Φεστιβάλ.....	29
3.5.3. Κέντρα Διαμονής υπό την Ηγεσία Καλλιτεχνών	31
3.5.4. Κατοικίες που Βασίζονται στην Έρευνα	32
3.5.5. Θεματικές Κατοικίες	33
3.5.6. Κατοικίες με Βάση την Παραγωγή	34
3.5.7. Διεπιστημονικές και Διατομεακές Κατοικίες	35
3.6. Η διεθνής Αγορά Καλλιτεχνικής Φιλοξενίας.....	37
3.6.1. Χαρτογράφηση των δομών καλλιτεχνικής φιλοξενίας	37
3.6.2 Καλλιτεχνικό Αντικείμενο Προγραμμάτων.....	38
3.6.3 Ο Χρόνος παραμονής στα προγράμματα καλλιτεχνικής φιλοξενίας	39
3.7 Συμμετοχή σε προγράμματα καλλιτεχνικής φιλοξενίας	40
3.7.1 Συμμετέχοντες	40
3.7.2 Αίτηση Συμμετοχής.....	41
3.7.3 Όροι Συμμετοχής	42

3.8 Οικονομική λειτουργία επιχειρήσεων καλλιτεχνικής φιλοξενίας	43
3.8.1 Έσοδα επιχειρήσεων καλλιτεχνικής φιλοξενίας.....	43
3.8.1.1 Εργαστήρια – Εκθέσεις – Παραστάσεις – Φεστιβάλ	44
3.8.1.2 Εγκαταστάσεις	44
3.8.1.3. Πώληση έργων τέχνης	45
3.8.2 Έξοδα καλλιτεχνικών προγραμμάτων	45
3.8.2.1 Δαπάνες Εγκαταστάσεων / Μισθοδοσίας.....	45
4. Περιπτώσεις Art Residence στην Ελλάδα	46
4.1 Snehta Residency	46
4.2 Athena Standards Residency.....	48
4.3 Villa Exarchia	49
4.4 In Da House	50
4.5 ARCAthens.....	51
4.6 Πρόγραμμα Onassis AiR (Artists-in-Residence)	52
4.7 Kappatos Athens Art Residency	53
5. Επιχειρηματικό μοντέλο και ανάλυση εσωτερικού/εξωτερικού περιβάλλοντος για τις πλατφόρμες καλλιτεχνικού τουρισμού.....	55
5.1 Μεθοδολογία κεφαλαίου	55
5.2. Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος	55
5.2.1. Η ανάλυση PESTLE σαν εργαλείο στρατηγικής	55
5.2.2. Χρήση ανάλυσης PESTLE	56
5.3. Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος στις διεθνείς πλατφόρμες.....	59
5.3.1. Το μοντέλο 5 Forces σαν εργαλείο στρατηγικής.....	59
5.3.2. Χρήση μοντέλου 5 Forces.....	60
5.4. Κατάστρωση επιχειρηματικού μοντέλου	62
5.4.1. Το BMC σαν εργαλείο στρατηγικής.....	62
5.4.2. Χρήση BMC (Business Model Canvas)	64
6. Εναλλακτικές προτάσεις στρατηγικής για τις διεθνείς πλατφόρμες.	68
6.1. Η έννοια της ανάλυσης SWOT.....	68
6.2. Χρήση ανάλυσης SWOT για τις διεθνείς πλατφόρμες Δυνάμεις.....	68
6.3. Προτάσεις εναλλακτικής στρατηγικής για τις διεθνείς πλατφόρμες	72
7. Επενδυτική Προοπτική ίδρυσης πλατφόρμας χώρων τέχνης στην Ελλάδα	75
7.1. Ανάλυση PEST για τις προοπτικές δημιουργίας.	75
7.2. Ανάλυση SWOT για τις προοπτικές δημιουργίας.	76

7.3. Συμπεράσματα-Προοπτικές δημιουργίας πλατφόρμας στην Ελλάδα.....	81
Παράρτημα Εικόνων	84
Βιβλιογραφία	85

1. Εισαγωγή

1.1. Εισαγωγικό Σημείωμα

Ο καλλιτεχνικός τουρισμός, ως κινητήριος παράγοντας για τον διεθνή τουρισμό, υπήρχε κατά την προβιομηχανική εποχή. Ωστόσο, η εμπορευματοποίηση των πολιτιστικών πόρων για μαζική κατανάλωση τουριστών (δηλαδή, ο μαζικός τουρισμός), είναι μάλλον ένα νέο φαινόμενο που έχει ενισχύσει τη ζήτηση για πολιτιστικό τουρισμό τις τελευταίες δεκαετίες. Σήμερα, υπάρχουν πολλά θεσμοθετημένα πολιτιστικά προϊόντα, είτε παρέχονται από τον δημόσιο τομέα είτε/και τον ιδιωτικό τομέα, τα οποία έχουν δημιουργηθεί για να παρέχουν στους τουρίστες αυθεντικές εμπειρίες. Χωρίς αμφιβολία, «Τα τελευταία χρόνια υπήρξαν αυξήσεις στον εσωτερικό και διεθνή τουρισμό με σκοπό την εμπειρία του πολιτισμού» (Besculides et al., 2002: 303–304).

Εξ ορισμού, ο πολιτιστικός τουρισμός καταγράφει μια σειρά από δραστηριότητες/εμπειρίες που βασίζονται κυρίως σε συνδυασμένες έννοιες πολιτισμού και κληρονομιάς. Από αυτή την άποψη, η Διεθνής Επιτροπή Μνημείων και Τοποθεσιών (ICOMOS - *International Commission on Monuments and Sites*) δήλωσε αναλυτικά ότι:

«ένας συνδυασμός φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος που περιλαμβάνει τοπία, ιστορικούς τόπους, τοποθεσίες και δομημένα περιβάλλοντα, καθώς και βιοποικιλότητα, συλλογές, παλαιότερες και συνεχιζόμενες πολιτιστικές πρακτικές, γνώση και εμπειρίες ζωής, καταγράφει και εκφράζει τις μακροχρόνιες διεργασίες της ιστορικής ανάπτυξης, αποτελώντας την ουσία διαφορετικών εθνικών, περιφερειακών, αυτόχθονων και τοπικών ταυτοτήτων» (όπως αναφέρεται στο Soper, 2007: 97)

Η κοινωνική/πολιτισμική κατασκευή της αυθεντικότητας έχει συμβάλει καθοριστικά στον τουριστικό τομέα για την αναβίωση των ταυτοτήτων της διασποράς σε όλο τον κόσμο. «Οι διοργανωτές ταξιδιού χρησιμοποιούν τον τουρισμό κληρονομιάς που προσδιορίζει τα σημαίνοντα της εθνικής συλλογικής ταυτότητας ή του Peoplehood, και κατασκευάζουν μια αυθεντική εμπειρία που υποστηρίζει μια πρόσφατα ανακατασκευασμένη αφήγηση προσωπικής και συλλογικής ταυτότητας ενώ γεφυρώνει την ταυτότητα της Διασποράς και της πατρίδας» (Lev Ari & Mittelberg, 2008: 79). Ως εκ τούτου, ο πολιτιστικός τουρισμός και ο αντίκτυπός του ξεπερνούν το απλό οικονομικό κέρδος, γίνεται επίσης ένας μηχανισμός ενάντια στις ιδιοτροπίες της παγκοσμιοποίησης της καταπάτησης των τοπίων και των κατοίκων.

1.2. Αντικείμενο και στόχοι της διπλωματικής εργασίας

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει σκοπό την καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης στις ηλεκτρονικές πλατφόρμες καλλιτεχνικού τουρισμού/ Art Residencies τόσο διεθνώς, όσο και στην Ελλάδα.

Οι επιμέρους στόχοι της διπλωματικής εργασίας είναι οι παρακάτω :

Συλλογή δεδομένων για τις ηλεκτρονικές πλατφόρμες καλλιτεχνικού τουρισμού με επίκεντρο την Ελληνική αγορά.

- Η κατάρτιση ενός επιχειρηματικού μοντέλου που θα αναλύει τις πλατφόρμες καλλιτεχνικού τουρισμού που υπάρχουν.
- Η εφαρμογή εργαλείων στρατηγικού management ώστε να κατανοηθούν πλήρως οι επιχειρησιακές διαδικασίες των πλατφορμών . Στη συνέχεια, θα γίνει σκιαγράφηση του περιβάλλοντος που λειτουργούν και του ανταγωνισμού τους.
- Κατάστρωση εναλλακτικών στρατηγικών που θα σκοπό την περαιτέρω εδραίωση των πλατφορμών αλλά και την ισχυροποίηση της θέσης τους.
- Χαρτογράφηση της ελληνικής αγοράς.

2. Προγράμματα Art Residency

Η πρακτική της φιλοξενίας για τους καλλιτέχνες είναι βαθιά ριζωμένη στη δυτική κουλτούρα και έχει εξελιχθεί στο πέρασμα των αιώνων, με στόχο να προωθήσει τη μετάβαση από την ιδέα του τεχνίτη καλλιτέχνη σε εκείνη του διανοούμενου, ικανό να συλλάβει έμπνευση και να επηρεάσει το περιβάλλον στο οποίο σχηματίζεται (Barroero et al., 2003). Αυτό το όραμα ιδρύθηκε στη Φλωρεντία του 1500, ένα αρχικό πείραμα με την πρόταση του Giorgio Vasari στον Cosimo I των Μεδίκων για τη δημιουργία μιας Ακαδημίας Τεχνών και Σχεδίου που προβλέπει διαμονή στη Ρώμη, προσφέροντας στους εκπαιδευόμενους καλλιτέχνες την ευκαιρία να γίνουν πολίτες του κόσμου. Στη Γαλλία του δεύτερου μισού του 17ου αιώνα, η ιδέα της ολοκλήρωσης της εκπαίδευσης του καλλιτέχνη επαναλήφθηκε με μια περίοδο διαμονής σε ένα σημαντικό μέρος - το Palazzo Mancini στη Ρώμη και στη συνέχεια, τη Villa Medici στη Φλωρεντία από το 1803 - με τον θεσμό του Prix de Rome. Είναι μια υποτροφία που καθιερώθηκε κατά τη βασιλεία του Λουδοβίκου XIV από την Académie des Beaux Arts για διαμονή τριών έως πέντε ετών με δαπάνες του κράτους. Το βραβείο, που αρχικά ενεργοποιήθηκε μόνο για τις εικαστικές τέχνες, επεκτάθηκε στην αρχιτεκτονική το 1720, στη μουσική το 1803 και στη χαρακτηριστική το 1804. Κατά τον περασμένο αιώνα, το μοντέλο εκπαίδευσης της Γαλλικής Ακαδημίας υιοθετήθηκε σε πολλές χώρες, με διαφορετικές παραλλαγές. Τρεις εμβληματικές αναφορές επηρεάζουν το σενάριο των σύγχρονων κατοικιών: (1) οι αποικίες καλλιτεχνών του τέλους του 19ου αιώνα (όπως αυτές της Santa Fe και του Taos), (2) τα ευρωπαϊκά πρωτοποριακά κινήματα και (3) οι Εμπειρία στο Black Mountain College.

(1) Στα τέλη του 19ου αιώνα, οι αποικίες συγκεντρώνουν καλλιτέχνες από διάφορους τομείς —εικαστικούς καλλιτέχνες, συγγραφείς και ερευνητές— από πολλές χώρες, οι οποίοι μοιράζονται ένα ανανεωμένο ενδιαφέρον για το πνεύμα των τόπων. Μια διπλή δέσμευση εμφανίζεται στην ατζέντα τους και περιέχει με λίγα λόγια πτυχές που θα απορριφθούν στις πιο πρόσφατες κατοικίες καλλιτεχνών: διερεύνηση και τεκμηρίωση του εξαφανιζόμενου τρόπου ζωής και δημιουργία νέων εμπειριών της φύσης (Lübbren, 2001).

(2) Κατά τις τρεις πρώτες δεκαετίες του εικοστού αιώνα, τα πρωτοποριακά ουτοπικά κινήματα εγκαταστάθηκαν στις ευρωπαϊκές πόλεις, δίνοντας ζωή στις κοσμοπολίτικες κοινότητες καλλιτεχνών. Τα Blaue Reiter, De Stijl, Κυβισμός, Φουτουριστικά κινήματα, Ντανταϊσμός, Σουρεαλισμός με την υποστήριξη νέων αισθητικών/πολιτικών αντιλήψεων επεδίωξαν μια ανανέωση των σχέσεων τέχνης και κοινωνίας. Η σχολή Bauhaus, με τη διεθνή κοινότητα καλλιτεχνών της, μαρτύρησε την αναδυόμενη αντεπίδραση στο μοντέλο της ακαδημαϊκής εκπαίδευσης, όπου ο καλλιτέχνης είναι απομονωμένος από την κοινωνία. Σε ένα πλαίσιο που χαρακτηρίζεται από αντισημιτισμό, εθνικισμό, περιορισμένη κινητικότητα, τα πρωτοποριακά κινήματα εξέφρασαν τη φιλοδοξία για ένα κοινό τόπο για τους διανοούμενους σε όλα τα έθνη (Elfving et al., 2019).

(3) Το Καλοκαιρινό Ινστιτούτο Τέχνης του Black Mountain College (1944–1956) αναβάθμισε την ιδέα των αποικιών καλλιτεχνών ως αγροτικά καταφύγια, μετατρέποντάς την σε συλλογικά εργαστήρια πειραματικής τέχνης. Με αρκετούς καλλιτέχνες να μετακινούνται από την Ευρώπη στη Νέα Υόρκη, στο τέλος του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου, το Κολλέγιο μαρτύρησε μια δέσμευση προς νέες μορφές εκπαιδευτικής και συνεργατικής παραγωγής. Στη δεκαετία του '50, οι εικαστικοί καλλιτέχνες, οι συνθέτες και οι συγγραφείς ταυτίστηκαν στο "The Happening", το πρότυπο για μια συλλογική καλλιτεχνική δουλειά (Elfving et al., 2019).

Με ένα νέο κύμα ευέλικτων, ημιδημόσιων, ημι-ιδιωτικών οργανισμών, τα προγράμματα artist-in-residence σήμερα ανακαινίζουν την παράδοση των αποικιών, ταιριάζουν με μεθόδους εργασίας που προσανατολίζονται στα ταξίδια, με πρακτικές που αφορούν συγκεκριμένες τοποθεσίες (Vargas de Freitas Matias, 2016).

2.1. Η Σημασία των Προγραμμάτων Τέχνης

Παρά το σημαντικό ενδιαφέρον για πολιτιστικές και καλλιτεχνικές παραγωγές ως μοχλοί κοινωνικής, οικονομικής και πολιτιστικής ανάπτυξης, έχει γίνει περιορισμένη έρευνα σχετικά με τις επιπτώσεις των προγραμμάτων καλλιτεχνικών κατοικιών στους οικισμούς και τις κοινότητες. Υποστηριζόμενη από μια περιεκτική συστηματική

βιβλιογραφική ανασκόπηση, η επιτυχία τους θα μπορούσε να αναφέρεται στον ρόλο που έχουν:

- στην επανενεργοποίηση της τοπικής δημιουργικότητας,
- στην προώθηση της κοινωνικής συνοχής,
- στην ενθάρρυνση της δέσμευσης για τη φύλαξη και την αναγέννηση της δομημένης κληρονομιάς.

Από το δεύτερο μισό του εικοστού αιώνα, οι καλλιτέχνες και οι πολιτιστικοί οργανισμοί έχουν αναγνωριστεί ως οι κατεξοχήν παράγοντες της ζωτικότητας και του χαρακτήρα των πόλεων (Landry et al., 1996). Κατά την τρίτη χιλιετία, η αυξανόμενη προσοχή προς τη δημιουργικότητα στην οικονομική ανάπτυξη συνυφαίνει την αναγνώριση του ρόλου των πολιτιστικών βιομηχανιών με την αστική και περιφερειακή ανάπτυξη (Lavanga, 2004). Στη Βόρεια Αμερική και την Ευρώπη, αρκετές καλλιτεχνικές εμπειρίες, που ενεργοποιούνται κυρίως σε υποβαθμισμένα ή εγκαταλελειμμένα αστικά περιβάλλοντα, προκαλούν σημαντικές συνέπειες στον αστικό χώρο όσον αφορά τα μοντέλα χρήσης και τις αρχιτεκτονικές ιδιότητες του κτιρίου (Kaszynska & Crossick, 2016). Οι κατοικίες καλλιτεχνών διερευνώνται σταδιακά ως ζωτικής σημασίας συστατικό για την ενθάρρυνση της ανάπτυξης ενός δημιουργικού περιβάλλοντος (Törnqvist, 2004) επειδή καθορίζουν την έντονη ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των ανθρώπων, τη συσσώρευση γνώσεων, την απόκτηση δεξιοτήτων και τεχνογνωσίας σε συγκεκριμένες δραστηριότητες και τη δημιουργική ικανότητα ατόμων και οργανισμών στη χρήση των υποδεικνυόμενων δεξιοτήτων και πόρων. Φεύγοντας από το περιορισμένο καλλιτεχνικό πλαίσιο, σταδιακά, οι κατοικίες γίνονται αποδεκτό μέρος του καλλιτεχνικού και πολιτιστικού τοπίου, διασχίζοντας τους τομείς των επιχειρήσεων, της τεχνολογίας, της επιστήμης και της εκπαίδευσης (Scott, 2010). Τα προγράμματα διαμονής είναι ειδικά για τη στάση τους να απαντούν στη ζήτηση των καταναλωτών για δημιουργικές εμπειρίες, να προωθούν τη συμμετοχή τους σε πολιτιστικές πρακτικές, ενώ οι καλλιτέχνες συμβάλλουν στην αναδυόμενη σύγκρουση μεταξύ των πόλεων, υποστηρίζοντάς τους στην πρόκληση να παρουσιαστούν ως δημιουργικοί προορισμοί (Schiama & Carlucci, 2015). Με μοντέλα και πρακτικές που αλλάζουν βαθιά, κατοικίες πολύ μικρής

κλίμακας και διαφορετικές διάρκειες, απαντούν στην ανάγκη αφύπνισης της δημιουργικότητας ατόμων και κοινοτήτων, με σκοπό την προώθηση της «συλλογικής» δημιουργικότητας, αυστηρά διασυνδεδεμένης με την ανθεκτικότητα των αστικών συστημάτων.

Το αναγεννητικό δυναμικό μιας κοινότητας βρίσκεται όλο και περισσότερο στο επίκεντρο των μελετών των ερευνητών, των δημόσιων διαχειριστών και των σχεδιαστών που εμπλέκονται στις αστικές διαδικασίες (Landry et al., 1996). Πολυάριθμες εκδηλώσεις από φεστιβάλ μέχρι κοινοτικά έργα αποδεικνύουν την ιδέα ότι οι πολιτιστικές δραστηριότητες κρατούν τους ανθρώπους ενωμένους. Ο πλούτος της δημιουργίας, η κοινωνική συνοχή και η ποιότητα ζωής θεωρούνται σιγά σιγά ότι εξαρτώνται από πολίτες με αυτοπεποίθηση και φαντασία που αισθάνονται ενδυναμωμένοι και είναι σε θέση να εκπληρώσουν τις δυνατότητές τους (Lim et al., 2019). Η ιδέα της τέχνης ως μοχλού για την ενίσχυση της αίσθησης της κοινότητας είναι ήδη παρούσα στο κανονιστικό πλαίσιο της ΕΕ, ξεκινώντας από το άρθρο 167 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ), ένα έγγραφο που υπογραμμίζει τη σημασία της προώθησης της διαφορετικότητας των πολιτισμών από τους οποίους αποτελείται. Στο πλαίσιο του προγράμματος εργασίας του Συμβουλίου Πολιτισμού 2011–2014, η νομοθεσία τονίζει πως η Ευρώπη αντιμετωπίζει μια ιστορική περίοδο κατά την οποία η ποικιλομορφία και η διαπολιτισμική κατανόηση αντιπροσωπεύουν τα σχετικά ζητήματα της οικονομικής ατζέντας. Από το 2010, οι κατοικίες καλλιτεχνών αναγνωρίζονται ως βασικό εργαλείο στην ευρωπαϊκή αστική ανάπτυξη για την κοινωνική συνοχή και την οικοδόμηση της κοινότητας. Η ιδέα υιοθετήθηκε το 2017 στο πλαίσιο της ευρωπαϊκής ατζέντας για τον πολιτισμό, υπογραμμίζοντας πως ο διάλογος μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών μπορεί να τονώσει τις σχέσεις μεταξύ διαφορετικών χωρών. Σύμφωνα με αυτόν τον στόχο, τα συμπεράσματα του Συμβουλίου σχετικά με τη συμβολή του πολιτισμού στην εφαρμογή της στρατηγικής Ευρώπης 2020 ενθαρρύνουν την κινητικότητα των καλλιτεχνών ως τον ακρογωνιαίο λίθο της ευρωπαϊκής πολιτιστικής πολιτικής. Η ικανότητα να συνεισφέρουν στη διαμόρφωση ενός κοινού πολιτιστικού χώρου είναι χαρακτηριστικό των καλλιτεχνών, οι οποίοι είναι σε θέση να καλλιεργήσουν την αίσθηση του ανήκειν και να προάγουν τη συμμετοχή και την ενσωμάτωση μεταξύ

τόπων και ανθρώπων. Με την εφαρμογή της κοινωνικής συνοχής και της δημιουργικότητας, η συμμετοχική διακυβέρνηση της πολιτιστικής κληρονομιάς με την Ανοικτή Μέθοδο Συντονισμού (OMC) υποστηρίζει τις πιο πρόσφατες εμπειρίες που αποδεικνύουν ότι οι τοπικές κοινωνίες μπορούν να είναι φορείς αλλαγής, ακόμη και με την ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων και οργανωτικής τεχνογνωσίας (OMC, 2019). Ως κόμβοι τέχνης και δημιουργίας, οι κατοικίες δεν είναι εναλλακτικές στην αναγέννηση, αλλά ζωτικής σημασίας συστατικά μιας διαδικασίας, η οποία μπορεί να μεταμορφώσει μια δεδομένη κατάσταση (Toplak, 2017).

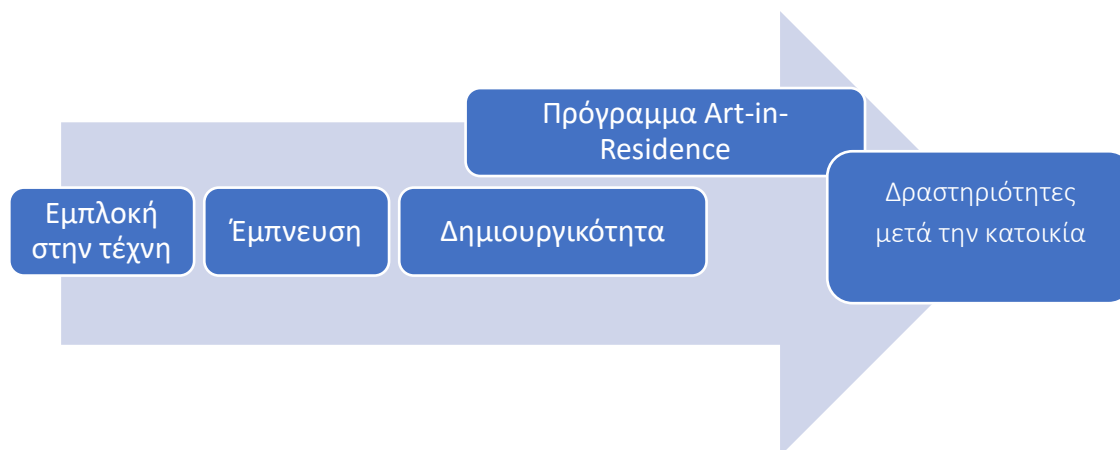
Η αναγνώριση της ηθικής αξίας της δομημένης κληρονομιάς υποδηλώνει τη διεθνή δέσμευση για τη μετάδοση της μνήμης ιζημάτων των οικιστικών συστημάτων εντός της τελευταίας δεκαετίας (ICOMOS, 2011). Ο συνδεδεμένος ιστός των τοπικών ταυτοτήτων και το δομημένο περιβάλλον, μαρτυρούν οι κατασκευαστικές, διαστατικές και μορφολογικές ιδιότητες, μια κουλτούρα διαβίωσης που αναπτύχθηκε στο πέρασμα των αιώνων, τόσο στα ιστορικά κέντρα όσο και στα μικρά χωριά, βασισμένη στη συνεχή αναζήτηση προσαρμοστικών απαντήσεων και την έναρξη νέων περιπτώσεων. Τον τελευταίο καιρό, ο διάλογος μεταξύ της έρευνας, της δημόσιας διοίκησης και της κοινωνίας των πολιτών χαρακτηρίζεται από την προοδευτική απόκτηση συνειδητοποίησης σχετικά με την ανάγκη προστασίας όχι μόνο των τεχνουργημάτων αλλά και, κυρίως, των κοινωνικών διαδικασιών και πρακτικών (γνώση, δεξιότητες, αναπαραστάσεις, εκφράσεις). Ιζήματα κατά τόπους (Assembly, 2015). Ταυτόχρονα, η ενεργός συμμετοχή των κοινοτήτων στη φύλαξη των χώρων αναδεικνύεται ως απάντηση ενόψει της αύξησης των ενοχλητικών πιέσεων που μπορούν να αλλάξουν την ταυτότητά τους, αναγνωρίζοντας στο ανεπτυγμένο περιβάλλον ένα συνδεδεμένο κεφάλαιο, ένα στοιχείο σύνδεσης μέσα στην κοινωνία, ικανό να προωθήσει το διάλογο και να πυροδοτήσει θετικές συνέργειες χωρίς αποκλεισμούς (Prior & Blessi, 2012). Η διευρυμένη κοινή χρήση ενός έργου που εξετάζει νέες περιπτώσεις και τιμές ιζημάτων, σταδιακά αναγνωρίζεται ως απαραίτητη προϋπόθεση για την εξισορρόπηση των φυσικών, κοινωνικών και οικονομικών πιέσεων που επηρεάζουν τα περιουσιακά στοιχεία και εξασφαλίζουν ένα μέλλον για αυτά. Συνδέοντας τη δέσμευση του έργου με το ανεπτυγμένο περιβάλλον, η επιμέλεια αναδεικνύεται ως θεμελιώδης διαδικασία για την

επανενεργοποίηση των συστημικών σχέσεων μεταξύ του ανεπτυγμένου και του φυσικού περιβάλλοντος, των τοπικών παραδόσεων και των νέων επαγγελμάτων (Du Plessis, 2012).

2.2. Συμβολή Καλλιτεχνών σε έναν Δημιουργικό Τουριστικό Προορισμό

Σύμφωνα με την κοινωνικοπολιτισμική θεωρία του Vygotsky (1978), το μοντέλο μετάδοσης (Thrash & Elliot, 2004) και με τη διαδικασία σχηματισμού εικόνας, προτείνεται ότι οι καλλιτέχνες αναπτύσσουν μια πορεία σταδιοδρομίας που μπορεί, σε μεταγενέστερο στάδιο, να επηρεάσει τη συν- δημιουργία εικόνας τουριστικού προορισμού. Υποτίθεται ότι για να μπορέσουν να επηρεάσουν οι καλλιτέχνες, αναπτύσσουν μια πορεία σταδιοδρομίας που ωριμάζει σε τέσσερα στάδια: εμπλοκή στην τέχνη, έμπνευση, δημιουργικότητα και δραστηριότητες που επηρεάζουν τη μεταγενέστερη κατοικία. Αν και η ιδέα του δημιουργικού τουρισμού και η εικόνα ενός δημιουργικού τόπου (δημιουργικοί τουριστικοί προορισμοί) δεν είναι νέα, η διαμόρφωση του δημιουργικού τουρισμού παραμένει ανεξερεύνητη. Επιπλέον, όπως εξηγείται από τους Tan et al. (2013: 154), οι ορισμοί του δημιουργικού τουρισμού *«καθοδηγούνται όλοι από την προσφορά, όπως από τουριστικά συμβούλια, παρόχους υπηρεσιών και διάφορους επαγγελματίες του κλάδου»*, αλλά σπάνια περιλαμβάνουν καταναλωτές έργων τέχνης, συμπεριλαμβανομένων των τουριστών που ενδιαφέρονται για το έργο τους. Επιπλέον, ο ρόλος του καλλιτέχνη ως συνδημιουργού του δημιουργικού τουρισμού δεν είναι πολύ σαφής.

Οι Thrash και Elliot (2004) ισχυρίζονται ότι οι διαδικασίες μέσω των οποίων οι δημιουργικές ιδέες μετατρέπονται σε δημιουργικά προϊόντα έχουν κερδίσει λίγη προσοχή στη θεωρία και την πράξη. Μέσα από το Σχέδιο 1 διαφαίνεται η προσπάθεια κάλυψης του κενού εφαρμόζοντας την προτεινόμενη κατασκευή στον δημιουργικό τουρισμό.



Υποτίθεται ότι η εμπειρία τέχνης-κατοικίας μπορεί να συμβάλει σημαντικά στη δημιουργία εικόνας του τόπου μέσω της εμπειρίας του καλλιτέχνη και ως εκ τούτου να συνδημιουργηθεί μια εικόνα τουριστικού προορισμού για δημιουργικό τουρισμό. Η θεωρία του Vygotsky (1978) είναι σχετική σε αυτό το σημείο, καθώς πίστευε ότι οι κοινότητες διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στη διαδικασία δημιουργίας νοημάτων. Μεμονωμένοι καλλιτέχνες που περνούν τέσσερις εβδομάδες σε μια καλλιτεχνική κατοικία στο Άμπου Ντάμπι τοποθετούνται στην κουλτούρα των Εμιράτων προκειμένου να αντλήσουν έμπνευση και δημιουργικότητα για τις μελλοντικές τους δραστηριότητες (δημιουργία τέχνης). Επιπλέον, η εμπειρία των τεσσάρων εβδομάδων μπορεί να αφήσει ισχυρό αντίκτυπο (θετικό ή αρνητικό) στους καλλιτέχνες και τη μελλοντική τους δημιουργία, κάτι που μπορεί να αντικατοπτρίζεται στις δραστηριότητές τους μετά την εμπειρία, όπως η από στόμα σε στόμα μετάδοση πληροφοριών (WOM – *Word of Mouth*) για το Άμπου Ντάμπι ως δημιουργικός τουριστικός προορισμός ή η δημιουργία έργων τέχνης εμπνευσμένα από τον πολιτισμό των Εμιράτων. Στην πραγματικότητα, το WOM αναφέρθηκε ότι είναι ιδιαίτερα σημαντικό για την προώθηση μιας εικόνας τουριστικού προορισμού (Govers et al., 2007). Επιπλέον, επιβεβαιώθηκε ότι η συσχέτιση τόπων με συγγραφείς και καλλιτέχνες μπορεί να χρησιμοποιηθεί με επιτυχία για την προώθηση ενός συγκεκριμένου είδους εικόνας (Herbert, 1996).

Ο Richards (2011a) όρισε τον δημιουργικό τουρισμό ως μια νέα μορφή πολιτιστικού τουρισμού, προσθέτοντας ότι «ο τουρισμός και ο πολιτισμός είναι άρρηκτα

συνδεδεμένοι και ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένα σημαντικό τμήμα του παγκόσμιου τουρισμού» (σελ. 11). Σε μεταγενέστερη έρευνα, ο ίδιος συγγραφέας πρόσθεσε ότι ο δημιουργικός τουρισμός φέρνει τον πολιτιστικό τουρισμό σε άλλο επίπεδο (Richards & Marques, 2012), αυτό που πιθανώς ανέφερε ως «ανώτερο» επίπεδο. Ωστόσο, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο δημιουργικός τουρισμός και η κουλτούρα ενός τουριστικού προορισμού είναι αδιαχώριστα. Έτσι, οι καλλιτέχνες που δημιουργούν εντός κατοικίας (in-residence) καλούνται συχνά να δημιουργήσουν έργα τέχνης που σχετίζονται με την κουλτούρα του τόπου, τα οποία και με αυτόν τον τρόπο μπορούν να θεωρηθούν ως ένας δημιουργικός τουριστικός προορισμός. Η προσοχή στον δημιουργικό τουρισμό αυξάνεται τόσο από πρακτική όσο και από ακαδημαϊκή άποψη, αλλά η κύρια ιδέα παραμένει ανεξερεύνητη και χρειάζεται περισσότερη έρευνα. Επιπλέον, παλαιότερη έρευνα για τον δημιουργικό τουρισμό διερευνά κυρίως την οπτική του τουρίστα (Chang et al., 2014), αλλά ο ρόλος των καλλιτεχνών παραμένει ασαφής. Μια μελέτη των Whiting και Hannam (2014) είναι μια από τις λίγες που ερεύνησαν την άποψη των εργαζόμενων καλλιτεχνών. Πήραν συνεντεύξεις από 18 ντόπιους καλλιτέχνες που εργάζονταν στην κοιλάδα Ouseburn του Newcastle. Οι ερωτήσεις στην ποιοτική έρευνά τους σχετίζονταν με τις ταξιδιωτικές συμπεριφορές, τα ταξίδια εργασίας και τη δημιουργικότητα των καλλιτεχνών. Εκτός από τη φύση της ποσοτικής έρευνας, η παρούσα έρευνα εστιάζει σε καλλιτέχνες που εργάζονται σε μια αποικία τέχνης τεσσάρων εβδομάδων, την οποία ορισμένοι συγγραφείς αποκαλούν *artists-in-residence*. Ένας αριθμός καλλιτεχνών που πέρασαν χρόνο στο Κέντρο Τέχνης του Άμπου Ντάμπι (ADAH, www.adah.ae) από το 2012 ερωτήθηκαν προκειμένου να κατανοήσουν πώς η καλλιτεχνική συμμετοχή, η έμπνευση και η δημιουργικότητά τους κατά τη διάρκεια της διαμονής τους επηρέασαν την αγάπη τους μετά την παραμονή τους για τον χώρο που τους φιλοξένησε. Η ADAH είναι η πρώτη κοινότητα τέχνης στα ΗΑΕ (*Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα*), η οποία λειτουργεί υπό την αιγίδα του ίδιου του ιδιοκτήτη της ADAH. Επιλέγουν, προσκαλούν και χορηγούν καλλιτέχνες από όλο τον κόσμο, με τη βοήθεια ξένων πρεσβειών στο Άμπου Ντάμπι. Αρκετές μελέτες έχουν επιβεβαιώσει ότι το WOM επηρεάζει σημαντικά την τουριστική προώθηση (Park & Allen, 2013) και κατατάσσεται ως η πιο σημαντική πηγή πληροφοριών για τους πελάτες (Litvin et al.,

2008). Η κατανόηση όλων των επιρροών είναι ζωτικής σημασίας κατά τη δημιουργία μιας εικόνας προορισμού, ειδικά όταν ο προορισμός είναι κάτι νέο στην πολυσύχναστη τουριστική αγορά. Το Άμπου Ντάμπι εργάστηκε πρόσφατα για να οικοδομήσει την εικόνα του ως πολιτιστικού τουριστικού προορισμού με έμφαση στο «άλλο επίπεδο», στην τέχνη (Slak Valek, 2017).

2.3. Η Σημασία της Συμμετοχής στην Τέχνη

Η έννοια της εμπλοκής έχει ερευνηθεί ευρέως σε μελέτες συμπεριφοράς καταναλωτών. Η μέτρηση της δομής εμπλοκής είχε ήδη προταθεί όταν ο Zaichkowsky (1985: 342) όρισε τη συμμετοχή ως *«την αντιληπτή συνάφεια ενός ατόμου για το αντικείμενο με βάση τις εγγενείς ανάγκες, αξίες και ενδιαφέροντα»*. Αργότερα προστέθηκε ότι η συμμετοχή μπορεί να αντικατοπτρίζεται με πολλές μορφές, γνωστικές ή συναισθηματικές, που χρησιμοποιούνται συχνά στη διαφήμιση προϊόντων. Οι μελέτες σχετικά με την καλλιτεχνική συμμετοχή είναι σπάνιες. Οι Catterall et al. (1999) μελέτησαν τη συμμετοχή στην τέχνη και τα ακαδημαϊκά και κοινωνικά αποτελέσματα παρακολουθώντας 25.000 μαθητές για 10 χρόνια. Τα ευρήματά τους υποδηλώνουν μια θετική εξέλιξη για τα παιδιά που ασχολούνται με την τέχνη σε κάθε βήμα της έρευνάς τους. Με άλλα λόγια, όπως συμπεραίνουν (σελ. 21), *«οι τέχνες φαίνεται να έχουν σημασία όταν πρόκειται για μια ποικιλία μη καλλιτεχνικών αποτελεσμάτων»*. Ο Throsby (2001) συνέκρινε την αμειβόμενη και μη αμειβόμενη ενεργή συμμετοχή σε πολιτιστικές επιδιώξεις, όπως η ζωγραφική, η υποκριτική και η βοήθεια σε μουσειακές εργασίες στην Αυστραλία. Χρησιμοποίησε αυτή τη διάκριση για να συζητήσει τον ορισμό του καλλιτεχνικού εργατικού δυναμικού. Σε μια πιο πρόσφατη μελέτη, οι Chan και Zhao (2010) μελέτησαν την επίδραση της καλλιτεχνικής συμμετοχής στη σχέση δεξιοτήτων-δημιουργικότητας απευθυνόμενοι σε μαθητές του Χονγκ Κονγκ. Διαπίστωσαν ότι η δεξιότητα και η καλλιτεχνική συμμετοχή συμβάλλουν σημαντικά στην καλλιτεχνική δημιουργικότητα. Δηλαδή, η εμπλοκή είναι προηγούμενος των επόμενων επιπέδων στην καριέρα ενός καλλιτέχνη και ως εκ τούτου πρέπει να μετρηθεί.

2.4. Η Σημασία της Έμπνευσης

Η έμπνευση είναι η έγχυση κάποιων ιδεών ή σκοπών στο μυαλό και η αφύπνιση ή η δημιουργία κάποιων συναισθημάτων παρόρμησης, είναι επίσης το κίνητρο για αναζήτηση πληροφοριών, το οποίο φαίνεται πιο έντονα στην τέχνη (Mason & Robinson, 2011). Οι πηγές έμπνευσης ερευνήθηκαν στην τέχνη. Ο Hemmig (2009) διαπίστωσε ότι οι ισχυρότερες εμπνεύσεις αντιπροσωπεύουν μορφές που εμφανίζονται στη φύση, ακολουθούμενες από προσωπικές εμπειρίες ζωής, έργα τέχνης που φαίνονται προσωπικά και ανθρωπογενή αντικείμενα εκτός από έργα τέχνης. Ένας από τους ερωτηθέντες του πρόσθεσε επίσης ότι τα πάντα στο περιβάλλον των καλλιτεχνών είναι ένας πιθανός καταλύτης για έμπνευση. Η έμπνευση έχει διερευνηθεί με ποιοτικό και όχι ποσοτικό τρόπο. Σε συνεντεύξεις τους με εργαζόμενους καλλιτέχνες, οι Whiting και Hannam (2014) διαπίστωσαν ότι το ταξίδι ή η εμπειρία σε άλλα μέρη θεωρούνταν συχνά ως ευκαιρία για δημιουργική πρακτική, λειτουργώντας ως έμπνευση. Για όλους σχεδόν τους εργαζόμενους καλλιτέχνες που πήραν συνέντευξη, ο σκοπός του ταξιδιού είναι να αντλήσουν έμπνευση από νέα και διαφορετικά μέρη. Σε άλλες έρευνες, η έμπνευση ορίζεται ως ένας από τους σκοπούς για τους οποίους οι καλλιτέχνες αναζητούν πληροφορίες. Ο Littrell (2001), ο οποίος ερεύνησε την τέχνη στον ακαδημαϊκό χώρο, διαπίστωσε ότι οι βιβλιοθήκες μπορεί να αντιπροσωπεύουν μια πηγή έμπνευσης ως περιβάλλον για την εύρεση της ατομικής φωνής. Έτσι, το περιβάλλον σε όλες τις μορφές αντιπροσωπεύει μια σημαντική ένεση δημιουργικής έμπνευσης. Τούτου λεχθέντος, ο τουρισμός μπορεί να επωφεληθεί από αυτό το γεγονός εάν οι τουριστικοί προορισμοί ξέρουν πώς να προσελκύσουν περισσότερους εργαζόμενους καλλιτέχνες. Ωστόσο, άνθρωποι ή ένα άτομο μπορεί επίσης να λειτουργήσει ως έμπνευση. Οι ζωγράφοι, οι ποιητές και οι μουσικοί εμπνέονται εδώ και καιρό από τις μούσες τους, αλλά οι γυναίκες δεν είναι οι μόνες πηγές έμπνευσης. Η ψυχανάλυση μπορεί να λειτουργήσει ως έμπνευση ή να οδηγήσει σε έμπνευση, ειδικά για προσωπική ανάπτυξη (Tutter, 2016). Οι Lo and Chu (2015) μελέτησαν πηγές έμπνευσης μεταξύ των σύγχρονων μαθητών και διαπίστωσαν ότι, εκτός από έντυπες πηγές, οι μαθητές βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στο Διαδίκτυο και στα κοινωνικά δίκτυα όταν αναζητούν έμπνευση. Ολοκλήρωσαν τη μελέτη τους λέγοντας ότι η

έμπνευση προέρχεται από ένα πολύ διαφορετικό σύνολο πηγών, συχνά μέσω τυχαίας ανακάλυψης.

2.5. Σημασία της Δημιουργικότητας

Στην ερευνητική βιβλιογραφία, η δημιουργικότητα είναι ένα από τα πιο πολυσυζητημένα στοιχεία τέχνης και μπορεί να βρεθεί ένας ικανός αριθμός ορισμών. Οι Runco και Jaeger (2012) συζητούν τον τυπικό ορισμό της δημιουργικότητας ξεκινώντας με μελέτες δημιουργικότητας που έχουν τις ρίζες τους το 1950. Ιστορικά, η δημιουργικότητα συνδέθηκε με ένα δημιουργικό άτομο, αλλά πρόσφατα οι μελέτες τείνουν να τονίζουν το δημιουργικό προϊόν (Richards, 2011a). Στα μέσα του περασμένου αιώνα, η δημιουργικότητα θεωρήθηκε ως μια συγκρίσιμη ικανότητα, αλλά πιο πρόσφατα, θεωρήθηκε ως μια κοινωνική κατασκευή. Οι Runco και Jaeger (2012) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι *«η δημιουργικότητα είναι χαρακτηριστικό των δημιουργικών ανθρώπων»* και ότι *«ένα δημιουργικό άτομο είναι αυτό που έχει νέες ιδέες»* (σελ. 94). Επομένως, είναι δύσκολο να επιλεγθεί ο πιο σωστός ορισμός της δημιουργικότητας, καθώς εξαρτάται επίσης από την οπτική γωνία του τομέα. Στην πραγματικότητα, η δημιουργικότητα δεν χρησιμοποιείται μόνο στην τέχνη αλλά μπορεί επίσης να εφαρμοστεί και σε άλλους τομείς, όπως ο τουρισμός (δημιουργικός τουρισμός), η εκπαίδευση (διδασκαλία δημιουργικότητας ή/και διδασκαλία άλλων θεμάτων αλλά με δημιουργικό τρόπο) και η διαχείριση ή ηγεσία (δημιουργική ηγεσία). Οι πόλεις προσπάθησαν επίσης να χρησιμοποιήσουν δημιουργικές ιδέες και δημιουργικούς ανθρώπους στη διαδικασία τοπικής αστικοποίησης και εξευγενισμού. Ο Richards (2011b) ήταν ο πρώτος που εξήγησε πώς ο πολιτιστικός τουρισμός μετατρέπεται σε δημιουργικό τουρισμό. Έχουν δημοσιευτεί και άλλες μελέτες για τον δημιουργικό τουρισμό αλλά το επίκεντρο ήταν πάντα ένας καταναλωτής (τουρίστας). «Κάτι νέο» αλλά και «αυθεντικό» είναι αυτό που αναζητούν πιο συχνά οι πολιτιστικοί τουρίστες (Richards, 2002) και τα δύο μπορούν να συσχετιστούν με τη δημιουργικότητα. Ωστόσο, ο ρόλος των καλλιτεχνών στον δημιουργικό τουρισμό δεν έχει ακόμη ερευνηθεί.

3. Κατοικίες Καλλιτεχνών (Artist Residency)

Οι κατοικίες των καλλιτεχνών είναι ουσιαστικές για πολλές καλλιτεχνικές σταδιοδρομίες. Διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διευκόλυνση και την ικανότητα των καλλιτεχνών να μετακινούνται σε όλο τον κόσμο. Έχουν επίσης εξελιχθεί σε σημαντικά στοιχεία στην (τοπική) σκηνή της σύγχρονης τέχνης που συνδέει τον τοπικό με τον παγκόσμιο καλλιτεχνικό κόσμο.

Οι καλλιτέχνες που συμμετέχουν σε προγράμματα διαμονής χτίζουν γέφυρες μεταξύ χωρών και πολιτισμών συμβάλλοντας στην πολιτιστική πολυμορφία. Οι κατοικίες των καλλιτεχνών επιτρέπουν στους καλλιτέχνες να αναπτύξουν μια βαθύτερη κατανόηση των κοινωνιών και των πολιτισμών τους. Ταυτόχρονα, δημιουργούν ευκαιρίες για να δοθούν γνώσεις για το πολιτιστικό υπόβαθρο του ίδιου του συμμετέχοντα καλλιτέχνη. Κατά συνέπεια, η καλλιτεχνική και πολιτιστική ανταλλαγή και συνεργασία μέσω προγραμμάτων διαμονής μπορεί να αυξήσει την κατανόηση μεταξύ των χωρών και των πολιτισμών. Όλα αυτά είναι ιδιαίτερης ζωτικής σημασίας σε περιόδους πολιτικής και οικονομικής έντασης και όταν η κοινή γνώμη και οι συμπεριφορές σε όλη την Ευρώπη παρουσιάζουν σημάδια πολιτιστικής μισαλλοδοξίας.

3.1. Η Έννοια του Artist Residency

Οι «κατοικίες καλλιτεχνών» είναι μια ανοιχτή και ρευστή έννοια. Περιλαμβάνει πλέον ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων και δέσμευσης. Οι νέες τεχνολογίες παρέχουν νέες εμπειρίες, συμπεριλαμβανομένων των κατοικιών στον ψηφιακό χώρο. Ο όμιλος OMC χρησιμοποίησε μια ρεαλιστική προσέγγιση στον ορισμό των κατοικιών που επιτρέπει αυτές τις αλλαγές, διατηρώντας παράλληλα την ουσία του φαινομένου της κατοικίας:

«Οι κατοικίες «καλλιτεχνών» παρέχουν στους καλλιτέχνες και σε άλλους δημιουργικούς επαγγελματίες χρόνο, χώρο και πόρους για να εργαστούν, ατομικά ή συλλογικά, σε τομείς της πρακτικής τους που ανταμείβουν τον αυξημένο προβληματισμό ή την εστίαση».

Οι κατοικίες καλλιτεχνών προσφέρουν συνήθως καταλύματα, καλλιτεχνική καθοδήγηση, υποστήριξη παραγωγής ή/και εγκαταστάσεις παρουσίασης. Όλο και

περισσότερο, τα residencies είναι θεματικά, με τους καλλιτέχνες στο residency να εργάζονται με άλλους καλλιτέχνες, επιστήμονες και επαγγελματίες από μια σειρά κλάδων και τομέων ή/και να εργάζονται σε καθορισμένες κοινότητες σε συγκεκριμένα θέματα. Οι κατοικίες καλλιτεχνών μπορεί να ζητούν ένα από αποτέλεσμα, όπως μια παραγωγή τέχνης, μια έκθεση, ένα έργο, ένα εργαστήριο, μια συνεργασία ή μπορεί να δηλώσουν ότι δεν υπάρχουν προδιαγεγραμμένα αποτελέσματα.

3.2. Περιεχόμενο Ευρωπαϊκής Ατζέντας για το Artist Residency

Σύμφωνα με το άρθρο 167 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ), η Ένωση λαμβάνει υπόψη τις πολιτιστικές πτυχές στη δράση της βάσει άλλων διατάξεων των Συνθηκών, ιδίως για να σέβεται και να προωθεί την πολυμορφία των πολιτισμών της. Η ευρωπαϊκή ατζέντα για τον πολιτισμό της 16ης Νοεμβρίου 2007 – μεταξύ των άλλων στόχων της – υποστηρίζει την προώθηση της πολιτιστικής πολυμορφίας και του διαπολιτισμικού διαλόγου καθώς και την προώθηση του πολιτισμού ως ζωτικού στοιχείου στις διεθνείς σχέσεις της Ένωσης. Αυτοί οι στόχοι σχετικά με τον πολιτισμό συνάδουν επίσης με τη στρατηγική Ευρώπη 2020. Ο διαπολιτισμικός διάλογος και η υποστήριξη της κινητικότητας των καλλιτεχνών αποτελούν, επομένως, ακρογωνιαίους λίθους της πολιτιστικής πολιτικής σε επίπεδο ΕΕ.

Η ενεργή προώθηση της κινητικότητας των καλλιτεχνών και των επαγγελματιών του πολιτισμού από την Ευρωπαϊκή Ένωση και τα κράτη μέλη της συμβάλλει στη διαμόρφωση ενός κοινού ευρωπαϊκού πολιτιστικού χώρου, καλλιεργεί την αίσθηση του ανήκειν, ενισχύει τη συμμετοχή στο ευρωπαϊκό εγχείρημα και συμβάλλει στην ευρωπαϊκή ολοκλήρωση. Τα προγράμματα διαμονής για καλλιτέχνες διαδραματίζουν συγκεκριμένο και κρίσιμο ρόλο σε αυτό το πλαίσιο.

Η Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον Πολιτισμό εισήγαγε την Ανοικτή Μέθοδο Συντονισμού (OMC - *Open Method of Coordination*) ως μια «ελαφριά» αλλά δομημένη μορφή συνεργασίας μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ στον τομέα του πολιτισμού. Το OMC έχει αποδειχθεί αποτελεσματικό εργαλείο για την αντιμετώπιση ορισμένων θεμάτων που σχετίζονται με την κινητικότητα των καλλιτεχνών. Σύμφωνα με το πρόγραμμα

εργασίας του Συμβουλίου για τον πολιτισμό 2008-2010, μια πρώτη ομάδα εθνικών εμπειρογνομόνων της OMC που ασχολείται με την κινητικότητα των καλλιτεχνών εξέδωσε το 2010 έκθεση σχετικά με τη «Βελτίωση των συνθηκών υποστήριξης της κινητικότητας των καλλιτεχνών και των επαγγελματιών του πολιτισμού» με συστάσεις προς την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, των κρατών μελών της ΕΕ και του πολιτιστικού τομέα.

Λαμβάνοντας υπόψη αυτές τις συστάσεις, η κινητικότητα των καλλιτεχνών συνέχισε να αποτελεί προτεραιότητα πολιτικής στο πλαίσιο του Σχεδίου Εργασίας του Συμβουλίου για τον Πολιτισμό 2011-2014. Μια σειρά δράσεων και μέσων, συμπεριλαμβανομένης της OMC, έχουν χρησιμοποιηθεί για την αντιμετώπιση ζητημάτων που σχετίζονται με την κινητικότητα.

Πιο συγκεκριμένα, μια ομάδα εργασίας της OMC από εμπειρογνώμονες των κρατών μελών της ΕΕ αξιολόγησε προγράμματα υποστήριξης της κινητικότητας, εντόπισε παραδείγματα καλών πρακτικών και εξέδωσε το 2012 μια έκθεση πολιτικής σχετικά με «Οικοδόμηση ενός ισχυρού πλαισίου για την κινητικότητα των καλλιτεχνών: πέντε βασικές αρχές». Επιπλέον, η εστίαση σε επίπεδο ΕΕ λαμβάνει χώρα για τη βελτίωση των συνθηκών για τη διευκόλυνση της ενδοευρωπαϊκής και διεθνούς κινητικότητας και τη μείωση των σχετικών εμποδίων, μεταξύ των οποίων συμπεριλαμβάνονται:

- 2011 – «Mobility Information Standards for the Mobility of Artists and Culture Professionals - Πρότυπα πληροφοριών κινητικότητας για την κινητικότητα των καλλιτεχνών και των επαγγελματιών του πολιτισμού», ένα βασικό έγγραφο από ομάδα εμπειρογνομόνων που συγκάλεσε η Επιτροπή με κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με κοινά πρότυπα περιεχομένου και ποιότητας για τη δημιουργία ή την περαιτέρω ανάπτυξη υπηρεσιών πληροφοριών και συμβουλών για καλλιτέχνες. Τα κράτη μέλη της ΕΕ έχουν ήδη αρχίσει να εφαρμόζουν αυτές τις συστάσεις (π.χ. Γερμανία, Αυστρία).
- 2013 – Θεματικό σεμινάριο που διοργάνωσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την κινητικότητα των καλλιτεχνών και τις διοικητικές πρακτικές που σχετίζονται με τις βίζες Σένγκεν. Το σεμινάριο συγκέντρωσε για πρώτη φορά υπηρεσίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, εμπειρογνώμονες

των κρατών μελών της ΕΕ από τα Υπουργεία Πολιτισμού και Εξωτερικών και εκπροσώπους του πολιτιστικού τομέα για να συζητήσουν τα εμπόδια που σχετίζονται με τις θεωρήσεις Σένγκεν για διεθνείς καλλιτέχνες και να ανταλλάξουν καλές πρακτικές.

- 2014 – Θεματικό σεμινάριο που διοργάνωσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την κινητικότητα των καλλιτεχνών και τις διοικητικές πρακτικές που σχετίζονται με την κοινωνική ασφάλιση και τη φορολογία. Αυτό το δεύτερο σεμινάριο συγκέντρωσε υπηρεσίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, εμπειρογνώμονες των κρατών μελών της ΕΕ από τα Υπουργεία Εργασίας/Απασχόλησης/Οικονομικών και Πολιτισμού, ακαδημαϊκούς, καθηγητές φορολογικού δικαίου, συνδικάτα και πολιτιστικούς οργανισμούς για να αναλύσουν και να αντιμετωπίσουν τα εμπόδια και να ανταλλάξουν βέλτιστες πρακτικές.

Το έργο της ομάδας εργασίας της OMC για τις κατοικίες καλλιτεχνών βασίστηκε στο σημαντικό έργο που έχει ήδη πραγματοποιηθεί για την κινητικότητα των καλλιτεχνών από το 2008. Η εντολή της θα πρέπει να γίνει κατανοητή σε αυτό το ευρύτερο πλαίσιο.

3.3. Το Φαινόμενο Artist Residency

Οι κατοικίες καλλιτεχνών δεν είναι νέο φαινόμενο, ωστόσο, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ραγδαία αύξηση των ευκαιριών και αυξανόμενη σημασία που αποδίδεται στον ρόλο των κατοικιών στην καριέρα των καλλιτεχνών.

Υπάρχει μεγάλη ποικιλία λόγων για τους οποίους οι καλλιτέχνες συμμετέχουν σε residencies καθώς και μια διευρυμένη ποικιλία καλλιτεχνών που πηγαίνουν σε αυτά. Πολλοί καλλιτέχνες που βγαίνουν κατευθείαν από το κολέγιο και την τριτοβάθμια εκπαίδευση βλέπουν τα residencies ως το πρώτο βήμα για να γίνουν καλλιτέχνες, άλλοι, πιο καθιερωμένοι καλλιτέχνες παίρνουν «time out» για να πάνε σε ένα residency ή βλέπουν το residency ως ένα διάλειμμα στα μέσα της καριέρας τους.

Είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι, με εξαίρεση τις άδειες σπουδών και τα σαββατικά στον ακαδημαϊκό χώρο, τα residences δεν εμφανίζονται στον ίδιο βαθμό σε άλλους τομείς όπως συμβαίνει στις τέχνες. Λαμβάνοντας υπόψη ότι η προσωπική ανάπτυξη και η δικτύωση δεν είναι προνόμιο του κόσμου των τεχνών, πρέπει να υπάρχουν άλλοι λόγοι για τους οποίους οι κατοικίες έχουν τέτοια σημασία για τους καλλιτέχνες. Μια σημαντική διαφορά μεταξύ της καριέρας ενός καλλιτέχνη και μιας άλλης είναι ότι δεν υπάρχει σαφής εξέλιξη σταδιοδρομίας για τους καλλιτέχνες. Επιπλέον, για να κερδίσουν τα προς το ζην, οι καλλιτέχνες πολύ συχνά συνδυάζουν την καλλιτεχνική τους πρακτική με εργασίες που δεν σχετίζονται με τις τέχνες. Για να επικεντρωθούν στην καλλιτεχνική τους ανάπτυξη, οι καλλιτέχνες πρέπει να είναι σε θέση να δημιουργήσουν απόσταση από τις δευτερεύουσες δραστηριότητές τους. Κάνοντας αυτό με φυσικό τρόπο (μια κατοικία) είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για να επιστρέψουν στη δημιουργία. Ορισμένες κατοικίες μπορούν επίσης να προσφέρουν μια επιδότηση πέρα από τον χώρο εργασίας και διαβίωσης που βοηθά τους καλλιτέχνες να καλύψουν τα έξοδά τους. Οι κατοικίες επιτρέπουν στους καλλιτέχνες να κάνουν επιτόπια εργασία και να εργάζονται, συχνά με τοπικούς συνεργάτες, προκειμένου να χαρτογραφήσουν, να συλλέξουν, να ερευνήσουν και να δημιουργήσουν νέες προοπτικές. Αυτό το είδος «ενσωματωμένης έρευνας» συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση του κοινού. Ενισχύει την έννοια των κατοικιών καλλιτεχνών ως κυττάρων γνώσης και εναλλακτικών ακαδημιών.

Αξίζει, ωστόσο, να σημειωθεί ότι στη σύγχρονη καλλιτεχνική πρακτική πολλά έργα τέχνης βασίζονται στην έρευνα. Οι καλλιτέχνες σήμερα σχεδιάζουν τις δικές τους διαδικασίες, κάνοντας έρευνα βάσει τοποθεσίας που μπορεί να μοιάζει με κατοικία. Για αυτού του είδους τη διαδικασία, ο καλλιτέχνης δεν βασίζεται σε υπάρχουσες δομές. Ως εκ τούτου, αυτός θα μπορούσε να είναι ένας τομέας όπου μπορεί να εμφανιστεί ένας νέος τύπος δομής υποστήριξης για τη διευκόλυνση μακροπρόθεσμων ερευνητικών έργων.

3.4. Χρονικό Πλαίσιο των Artist Residency

Το προτιμώμενο χρονοδιάγραμμα για τις κατοικίες διαφέρει μεταξύ των μορφών τέχνης και των καλλιτεχνών. Οι μεμονωμένοι καλλιτέχνες, όπως οι εικαστικοί καλλιτέχνες και οι συγγραφείς, ενδιαφέρονται συχνά για πιο μακροχρόνιες περιόδους και οι καλλιτέχνες που εργάζονται σε συλλογικές μορφές τέχνης, όπως ο χορός και το θέατρο φαίνεται να προτιμούν μικρότερες περιόδους. Γενικά, υπάρχει μια τάση να περνούν λιγότερο χρόνο σε κατοικίες. Ενώ οι κατοικίες 6-12 μηνών ήταν πιο συνηθισμένες στο παρελθόν, σήμερα οι κατοικίες καλλιτεχνών είναι πιο πιθανό να διαρκέσουν 3 μήνες, 6 εβδομάδες, μέχρι αναδυόμενες, μονοήμερες κατοικίες. Αυτό αντικατοπτρίζει την τρέχουσα οικονομική πραγματικότητα και, στην περίπτωση των διεθνών καλλιτεχνών, το γεγονός ότι οι κανόνες μετανάστευσης/βίζας επιτρέπουν όχι περισσότερο από 3 μήνες προσωρινή διαμονή σε μία χώρα της ΕΕ.

Το Arteles Creative Centre, Φινλανδία, είναι ένα από τα μεγαλύτερα και πιο διεθνή δημιουργικά κέντρα στη Σκανδιναβία. Το Κέντρο διευθύνεται από την Arteles, έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό, και υποδέχεται πάνω από 90 επιλεγμένους εικαστικούς καλλιτέχνες, επιμελητές, μουσικούς, συγγραφείς, καλλιτέχνες περφόρμανς, φωτογράφους, σχεδιαστές και αρχιτέκτονες ετησίως. Διοργανώνει επίσης πολιτιστικές συναντήσεις, συζητήσεις και εκδηλώσεις και πραγματοποιεί εκπαιδευτικές, ερευνητικές και εκδοτικές δραστηριότητες.

3.5. Τύποι Artist Residency

Οι κατοικίες των καλλιτεχνών τείνουν να επικεντρώνονται είτε στην καθαρή καλλιτεχνική ανάπτυξη είτε σε έναν προκαθορισμένο σκοπό ή πολιτική – ο τελευταίος είναι θεματικές κατοικίες. Ο αριθμός των θεματικών κατοικιών έχει παρουσιάσει σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια, με παρόχους από τον κλάδο των τεχνών καθώς και εξωτερικούς. Αυτό θα μπορούσε να είναι το αποτέλεσμα της αυξανόμενης αναγνώρισης της αξίας του καλλιτεχνικού και δημιουργικού δυναμικού στην κοινωνία. Αν και η πλειονότητα των κατοικιών εξακολουθούν να βρίσκονται στους τομείς των εικαστικών τεχνών, υπάρχει έντονη τάση προς άλλους τομείς τέχνης, διεπιστημονικές και διατομεακές κατοικίες. Αυτό διευρύνει το πεδίο εφαρμογής και τις μορφές κατοικιών.

3.5.1. Το «Κλασικό» Μοντέλο Κατοικίας

Σε όλο τον κόσμο και στην Ευρώπη, οι κυβερνήσεις και τα ταμεία επενδύουν σε ιδρύματα διαμονής. Αυτοί οι οργανισμοί έχουν συχνά εδραιωμένη και ισχυρή φήμη στον κόσμο των τεχνών. Συχνά προσφέρουν επίσης ένα δημόσιο πρόγραμμα (εκθέσεις, ανοιχτές πόρτες, συναντήσεις, καφέ) που επικεντρώνεται στην κύρια δραστηριότητά τους, τις κατοικίες καλλιτεχνών. Η εστίαση είναι πολύ στην ανάπτυξη των καλλιτεχνών ή/και στην ανάπτυξη του έργου τέχνης.

Οι κάτοικοι μπορούν επίσης να υπολογίζουν σε επισκέψεις από επιμελητές, προγραμματιστές και συλλέκτες, που προσελκύνονται από τη φήμη του ιδρύματος ή προσκαλούνται από τον οργανισμό, ιδανικά επιλεγμένοι για να ταιριάζουν με το προφίλ του καλλιτέχνη. Επομένως, αυτός ο τύπος κατοικίας είναι ένας κόμβος για καλλιτεχνική και δημιουργική συνάντηση και ανταλλαγή.

Παραδείγματα:

Iaspis, το Διεθνές Πρόγραμμα της Επιτροπής Επιχορηγήσεων Σουηδικών Τεχνών για Visual Artists, Στοκχόλμη, Σουηδία¹

- Künstlerhaus Bethanien, Βερολίνο, Γερμανία²
- Akademie Schloss Solitude, Στουτγάρδη, Γερμανία³
- Rijksakademie, Άμστερνταμ, Ολλανδία⁴
- HIAP
- Ελσίνκι, Φινλανδία⁵

3.5.2. Κατοικίες που Συνδέονται με Καλλιτεχνικά Ιδρύματα και Φεστιβάλ

Αυτές οι κατοικίες βρίσκονται σε ένα κέντρο ή ίδρυμα σύγχρονης τέχνης και επομένως επωφελούνται από την εγγύτητα ενός ενεργού καλλιτεχνικού περιβάλλοντος με την επαγγελματική του διαχείριση, την προβολή, το καθιερωμένο

¹ www.konstnarsnamnden.se

² www.bethanien.de

³ www.akademie-solitude.de

⁴ www.rijksakademie.nl

⁵ www.hiap.fi

κοινό και τους ενδιαφερόμενους επισκέπτες και συμμετέχοντες. Υπάρχει συχνά μια προσδοκία ή μια ευκαιρία για την παρουσίαση ή την εργασία σε εξέλιξη με συζητήσεις και σχόλια από άλλους επαγγελματίες ή το κοινό.

Παραδείγματα:

- Εργαστήριο A-I-R CCA Κάστρο Ujazdowski, Βαρσοβία, Πολωνία. Το εργαστήριο A-I-R διοργανώνει ένα διεθνές πρόγραμμα διαμονής στο Κέντρο Σύγχρονης Τέχνης Ujazdowski Castle στη Βαρσοβία⁶.
- Το Wiels, Βρυξέλλες, Βέλγιο στεγάζεται σε ένα πρώην ζυθοποιείο και λειτουργεί ως Κέντρο Σύγχρονης Τέχνης που προσφέρει εκθέσεις, ταινίες διαμονής και εκπαιδευτικά προγράμματα, διαλέξεις, συχνά σε συνεργασία με άλλα ινστιτούτα τέχνης στις Βρυξέλλες⁷.
- Künstlerhaus Büchsenhausen, Ίνσμπρουκ, Αυστρία. Συγκεντρώνει δύο προγράμματα κάτω από την ίδια στέγη: το International Fellowship Program for Art and Theory και στούντιο για καλλιτέχνες με έδρα το Τιρόλο που χρειάζονται χώρο για να εργαστούν σε ένα επαγγελματικά ενδιαφέρον περιβάλλον⁸.
- Η Plataforma Revólver, Λισαβόνα, Πορτογαλία είναι ένας ανεξάρτητος καλλιτεχνικός οργανισμός που περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, διεθνή εκθεσιακό χώρο και πρόγραμμα διαμονής⁹.
- Ξενοδοχείο Marco, Ισπανία. Σε αυτό το έργο, ο χώρος που συνδέεται με το Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης του Βίγκο (MARCO) αναδιαμορφώθηκε σε «Hotel MARCO». Επιμελητές, καλλιτέχνες και ερευνητές διερευνούν το συγκεκριμένο πλαίσιο ως μέρος ενός προγράμματος κατοικιών. Επιπλέον, μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως δωμάτιο ξενοδοχείου, όπου οι άνθρωποι μπορούν να κάνουν κράτηση και πληρωμή και στη συνέχεια να απολαύσουν την εμπειρία διαμονής σε έναν εκθεσιακό χώρο που έχει σχεδιαστεί ως έργο τέχνης και βρίσκεται εντός και εκτός των χώρων του Μουσείου¹⁰.

⁶ <http://www.csw.art.pl/index.php?action=air>

⁷ www.wiels.org

⁸ <http://buchsenaussen.at>

⁹ www.artecapital.net/plataforma.php

¹⁰ www.marcovigo.com

Ορισμένα θέατρα ή ορχήστρες έχουν καλλιτέχνες σε διαμονή για μεγαλύτερες περιόδους. Ο σκοπός αυτού του είδους διαμονής είναι συνήθως πιο στενά συνδεδεμένος με μια μελλοντική παραγωγή όπου ο καλλιτέχνης μπορεί είτε να χρησιμοποιήσει τις εγκαταστάσεις του οργανισμού φιλοξενίας είτε να συνεργαστεί σε καλλιτεχνικό επίπεδο.

Παραδείγματα:

- Artist-in-residence στο Toneelhuis, το αστικό θέατρο της Αμβέρσας, Βέλγιο. Το Toneelhuis φιλοξενεί πολυετείς κατοικίες θεατρικών εταιρειών ή μεμονωμένων καλλιτεχνών. Επωφελούνται από την κλίμακα του θεάτρου για την παραγωγή, τον προϋπολογισμό και τη διάδοση παραγωγών σε μια καλλιτεχνική συνεργασία με το θέατρο¹¹.
- Το Mala Performerska Scena, Zagreb, Croatia είναι ένας καλλιτεχνικός οργανισμός στον τομέα του νέου τσίρκου. Οργανώνουν κατοικίες με άλλους συνεργάτες, κυρίως για μελλοντικές παραγωγές. Επιπλέον, προσφέρουν κατοικίες για δημοσιογράφους σε νέο τσίρκο στο πλαίσιο του έργου «Unpack the Arts». Οι κατοικίες καλλιτεχνών στον τομέα του τσίρκου διοργανώνονται σε συνεργασία με άλλους καλλιτεχνικούς οργανισμούς και φεστιβάλ¹².
- Η National Dance Company, Ισπανία προσφέρει κατοικίες δημιουργίας για νέους ανερχόμενους χορευτές και παρέες. Επιλεγμένοι καλλιτέχνες καλούνται να δημιουργήσουν, να κάνουν πρόβες και να δείξουν τη δουλειά τους μέσα στην εταιρεία¹³.

3.5.3. Κέντρα Διαμονής υπό την Ηγεσία Καλλιτεχνών

Αυτές οι κατοικίες δημιουργούνται από επαγγελματίες της τέχνης και αναπτύσσουν ένα προφίλ που βασίζεται στις προτεραιότητες των ιδρυτών. Διαφέρουν από οργανώσεις μικρής κλίμακας που διευθύνονται από καλλιτέχνες έως οργανισμούς που αποτελούν ουσιαστικό σύνδεσμο στην τοπική καλλιτεχνική σκηνή. Λόγω της

¹¹ <http://toneelhuis.be>

¹² www.cirkus.hr

¹³ <http://cndanza.mcu.es/en/in-the-community/residencies>

σχέσης με την προσωπικότητα και τις προτεραιότητες των ιδρυτών και του προσωπικού, αυτές οι κατοικίες έχουν συχνά ένα σαφές προφίλ, εστιάζοντας σε έναν συγκεκριμένο τομέα τέχνης ή ένα συγκεκριμένο δίκτυο.

Παραδείγματα:

- Κέντρο Χορού Derida, Σόφια, Βουλγαρία. Ανεξάρτητη πολιτιστική μονάδα στη Σόφια. Είναι ο μόνος οργανισμός στη Βουλγαρία που παρέχει ευκαιρία και χώρο σε εκπροσώπους του ανεξάρτητου τομέα τέχνης στους τομείς του σύγχρονου χορού, του θεάτρου και των διεπιστημονικών τεχνών να βελτιώσουν την επαγγελματική τους εξέλιξη, να πραγματοποιήσουν παραγωγικές δραστηριότητες μέσω του προγράμματος residencies και να παρουσιάσουν τις παραγωγές τους¹⁴.
- BLOK – Urban Festival, Κροατία. Η επιμελητική κολεκτίβα BLOK διευθύνει το Urban Festival και σε αυτό το πλαίσιο διοργανώνει κατοικίες καλλιτεχνών. Οι καλλιτέχνες καλούνται να πραγματοποιήσουν συγκεκριμένη έρευνα σε τοπικό επίπεδο χρησιμοποιώντας συνεργατικές και διεπιστημονικές προσεγγίσεις. Τα έργα που πραγματοποιούνται τακτικά εγείρουν ζητήματα μεγάλης κοινωνικής σημασίας και δρομολογούνται στη δημόσια σφαίρα¹⁵.

3.5.4. Κατοικίες που Βασίζονται στην Έρευνα

Οι καλλιτέχνες αυτής της ομάδας χρησιμοποιούν τη διαδικασία της έρευνας για να δημιουργήσουν την εμπειρία του residency. Οι καλλιτέχνες μερικές φορές δημιουργούν επίσης λύσεις και εναλλακτικές προσεγγίσεις στα ζητήματα που προκύπτουν από αυτή την έρευνα. Οι κατοικίες που βασίζονται στην έρευνα διαφέρουν από τις θεματικές κατοικίες σε μεγάλο βαθμό στη στενή φύση της σχέσης του καλλιτέχνη με τους ανθρώπους και τους χώρους με τους οποίους εργάζονται.

¹⁴ www.derida-dance.com

¹⁵ www.blok.hr

Παραδείγματα:

- Η καλλιτέχνης Jeanne van Heeswijk (Ολλανδία) βασίζεται στην ιδέα ότι οι κοινότητες πρέπει να συμπαραγωγούν το μέλλον τους. Για το λόγο αυτό, ενσωματώνεται για χρόνια σε κοινότητες από το Ρότερνταμ μέχρι το Λίβερπουλ, δουλεύοντας με τις κοινότητες για να βελτιώσουν τις γειτονιές τους και να τις ενδυναμώσουν να σχεδιάσουν το δικό τους μέλλον. Το αποκαλεί «ριζοσπαστικοποίηση του τοπικού»¹⁶.
- Ο Benjamin Deboosere και ο Wouter De Raeye (Βέλγιο) διεξήγαγαν έρευνα το 2013 στο Tempelhofer Feld («Tempelhof Airport Berlin») ενώ διέμεναν στην Alexanderplatz του Βερολίνου¹⁷.
- DutchCulture|TransArtists AiR Συλλογή: 'Undercover'. Καλλιτέχνης μπορεί να είναι οποιοσδήποτε: ανθρωπολόγος, κατάσκοπος, ταξιτζής, χρηματιστής και πολλά άλλα. Αυτή η συλλογή εστιάζει σε ενσωματωμένους καλλιτέχνες και κατοικίες που είναι «μυστικές», δηλαδή οι συμμετέχοντες συνδυάζονται σε μια κοινότητα, ένα σύστημα ή μια εταιρεία¹⁸.

3.5.5. Θεματικές Κατοικίες

Οι θεματικές κατοικίες περιλαμβάνουν κάθε είδους προσεγγίσεις, αλλά αυτό που τις ενώνει είναι ότι ο σκοπός της κατοικίας είναι πέρα από την καλλιτεχνική ανάπτυξη και μόνο. Οι καλλιτέχνες καλούνται να συνεισφέρουν σε ένα κοινό θέμα. Παραδείγματα αποτελούν οι κατοικίες που έχουν σχεδιαστεί για να γιορτάζουν μια συγκεκριμένη κληρονομιά ή περιφερειακή ταυτότητα.

- Cape Farewell, Ηνωμένο Βασίλειο. Το Cape Farewell χρησιμοποιεί την έννοια της αποστολής –αρκτική, νησιωτική, αστική και εννοιολογική– για να διερευνήσει τις επιστημονικές, κοινωνικές και οικονομικές πραγματικότητες που οδηγούν στη διαταραχή του κλίματος και να εμπνεύσει τη δημιουργία τέχνης με επίκεντρο το κλίμα. Το Cape Farewell συγκεντρώνει καλλιτέχνες, επιστήμονες και φορείς

¹⁶ www.jeanetworks.net

¹⁷ http://www.onthf.com/On_THF/On_Tempelhofer_Feld.html

¹⁸ www.transartists.org/dutchculturetransartists-air-collection

επικοινωνίας για να τονώσει την παραγωγή τέχνης που βασίζεται στην επιστημονική έρευνα¹⁹.

- Satellietgroep, Ολλανδία. Το μακροπρόθεσμο έργο τους «Badgast» στη Χάγη/Σέβενινγκεν στοχεύει στη διερεύνηση της πίεσης στη δημόσια, κοινωνική και πολιτιστική χρήση των παραλιών. Η Satellietgroep αναπτύσσει έννοιες και στρατηγικές εστιασμένες σε μια νέα προσέγγιση στις μελλοντικές παράκτιες αστικές περιοχές²⁰.
- Το Moving Landscape #2 είναι ένα έργο PepeNero στο πλαίσιο του G.A.P. έργο (Η πόλη ως συμμετοχική γκαλερί τέχνης), ένα εδαφικό εργαστήριο πειραματισμού τέχνης και σύγχρονης γλώσσας στην περιοχή της Απουλίας, Ιταλία. Από το 2011, η PepeNero υποστηρίζει και ξεκινά πρωτοβουλίες που στοχεύουν σε συμμετοχικές διαδικασίες ενεργού πολίτη για την αναβίωση μη λειτουργικών δημόσιων χώρων και την υποστήριξη της διαφοροποίησης των τοπικών επιχειρήσεων²¹.

3.5.6. Κατοικίες με Βάση την Παραγωγή

Εδώ είναι ο κεντρικός στόχος της επεξεργασίας και της πρακτικής υλοποίησης μιας ιδέας/έργου. Ο οργανισμός προσφέρει υποδομές, υλικά ή/και τεχνογνωσία. Αυτά είναι κοντά σε προμήθειες, αλλά η διαδικασία είναι μέρος της τελικής εργασίας. Πολλές από τις ειδικές κατοικίες του κλάδου ανήκουν σε αυτήν την κατηγορία.

Παραδείγματα:

- Amsterdam Grafisch Atelier (AGA), Άμστερνταμ, Ολλανδία. Το πρόγραμμα Artist in Residence της AGA στοχεύει στο να συμβάλει στην έρευνα και ανάπτυξη νέων εργασιών στον τομέα των γραφικών (τόσο παραδοσιακές τεχνικές όσο και νέες μορφές ψηφιακής τέχνης). Το στούντιο παρέχει διάφορες εγκαταστάσεις, τεχνικές και τεχνογνωσία για καλλιτέχνες που τους επιτρέπουν να παράγουν και να αναπτύξουν τη δουλειά τους. Επιπλέον, η AGA πραγματοποιεί εκτυπώσεις υψηλής ποιότητας, από την κλασική χειροτεχνία έως τις σύγχρονες ψηφιακές

¹⁹ www.capefarewell.com

²⁰ www.satellietgroep.nl

²¹ www.neropepe.it/artists-in-residence-program/

τεχνικές, κατόπιν παραγγελίας καλλιτεχνών, σχεδιαστών, πολιτιστικών ιδρυμάτων και οργανισμών²².

- Scottish Sculpture Workshop (SSW), Aberdeenshire, UK. Εκτός από την παροχή παραδοσιακών μοντέλων κατοικιών, ευκαιριών εκπαίδευσης και έκθεσης για εικαστικούς καλλιτέχνες, η SSW προσφέρει κατοικίες παραγωγής²³.
- Baltic Centre for Writers and Translators, Visby, Sweden είναι ένα διεθνές κέντρο κατοικίας για συγγραφείς και μεταφραστές λογοτεχνίας. Το Κέντρο λειτουργεί ως χώρος εργασίας και συνάντησης επαγγελματιών της λογοτεχνίας και οργανώνει συνεχώς σεμινάρια και άλλα έργα²⁴.
- Διεθνές Κέντρο Συγγραφέων και Μεταφραστών, Ρόδος, Ελλάδα. Κύριος στόχος του είναι να παρέχει δωρεάν διαμονή σε συγγραφείς και μεταφραστές για διάστημα δύο έως έξι εβδομάδων. Επιπρόσθετα, υποστηρίζει νέους συγγραφείς ως επί το πλείστον προσφέροντας υποτροφίες, βραβεία και διακρίσεις και υποτροφίες, καθώς και με τη διοργάνωση ειδικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων, δημοσιεύσεων, συνεδρίων, σεμιναρίων και πολιτιστικών εκδηλώσεων. Αντλώντας από την ιστορία και την πολυπολιτισμική κληρονομιά του νησιού της Ρόδου, στοχεύει να προσελκύσει συγγραφείς και μεταφραστές από όλες τις γεωγραφικές περιοχές που γειτνιάζουν με το νησί και να μεσολαβήσει το έργο τους στην τοπική κοινωνία²⁵.

3.5.7. Διεπιστημονικές και Διατομεακές Κατοικίες

Οι κατοικίες καλλιτεχνών ενδέχεται να φιλοξενούν καλλιτέχνες που εργάζονται με ποικίλα μέσα, σε διαφορετικούς κλάδους και τομείς των τεχνών. Τόσο οι καλλιτέχνες όσο και οι οικοδεσπότες τείνουν να διερευνούν πιο συχνά τις δυνατότητες συνεργασίας με συνεργάτες σε άλλους τομείς εκτός του κόσμου των τεχνών.

²² <http://amsterdamsgrafischatelier.nl>

²³ www.ssw.org.uk

²⁴ www.bcwt.org

²⁵ <http://www.writerscenter.gr/en.html>

Παραδείγματα:

- Nida Art Colony (NAC), Λιθουανία. Το NAC είναι ένας τόπος συνάντησης για έμπειρους και ανερχόμενους καλλιτέχνες σε κάθε κλάδο. Η καλλιτεχνική, επιμελητική και εκπαιδευτική διαδικασία βρίσκεται στον πυρήνα των δραστηριοτήτων της, οι οποίες επικεντρώνονται κυρίως στην επαγγελματική ανάπτυξη των καλλιτεχνών και στην άτυπη καλλιτεχνική εκπαίδευση για τους νέους²⁶.
- Το πρόγραμμα κατοικίας Kulttuurikauppila στο Ii της Φινλανδίας συνδέεται με δημοτική εκπαίδευση και καλλιτεχνική εκπαίδευση, δημιουργώντας ένα διεθνές κολέγιο τέχνης. Η καλλιτεχνική εκπαίδευση είναι ενσωματωμένη σε όλους τους κλάδους και ένα μέρος της συνεργασίας είναι διεθνές, ενημερώνοντας την εκπαίδευση για τους δασκάλους στις τέχνες. Συνεργασίες γίνονται και με πολυτεχνεία και πανεπιστήμια. Το πρόγραμμα The artist in residence έχει προωθήσει το προφίλ του δήμου Ii στη Φινλανδία και έχει ήδη χαρακτηριστεί ως παράδειγμα καλλιτεχνικής εκπαίδευσης²⁷.
- Το Pollinaria στο Abruzzo της Ιταλίας είναι μια έννοια κατοικίας αναγέννησης για το αγροτικό περιβάλλον. Είναι ένα ριζοσπαστικό και πολύπλευρο πρόγραμμα που έχει σχεδιαστεί για να δημιουργήσει ένα νέο αγροτικό αρχέτυπο. Τα έργα εξελίσσονται συνεχώς σε μια γόνιμη συνεργασία μεταξύ τέχνης, επιστήμης, γεωργίας και άλλων κλάδων²⁸.
- Το Prix Ars Electronica Collide@CERN είναι το σκέλος ψηφιακών τεχνών του τριετούς προγράμματος Collide@CERN που ξεκίνησε το 2011. Ο στόχος του βραβείου Prix Ars Electronica Collide@CERN είναι να μεταφέρει την ψηφιακή δημιουργικότητα σε νέες διαστάσεις, συγκρούοντας τα μυαλά των επιστημόνων με τη φαντασία των καλλιτεχνών. Επιδιώκει να επιταχύνει την καινοτομία σε ολόκληρο τον πολιτισμό στον 21ο αιώνα, δημιουργώντας νέες διαστάσεις στις ψηφιακές τέχνες, εμπνευσμένες από τις ιδέες, τη μηχανική και την επιστήμη που δημιουργούνται στο CERN και παράγονται από τον νικητή καλλιτέχνη σε

²⁶ <http://nidacolony.lt/en>

²⁷ <http://www.kulttuurikauppila.fi/frontpage>

²⁸ <http://www.pollinaria.org>

συνεργασία με τη διεπιστημονική τεχνογνωσία της ομάδας FutureLab στην Ars Electronica²⁹.

3.6. Η διεθνής Αγορά Καλλιτεχνικής Φιλοξενίας

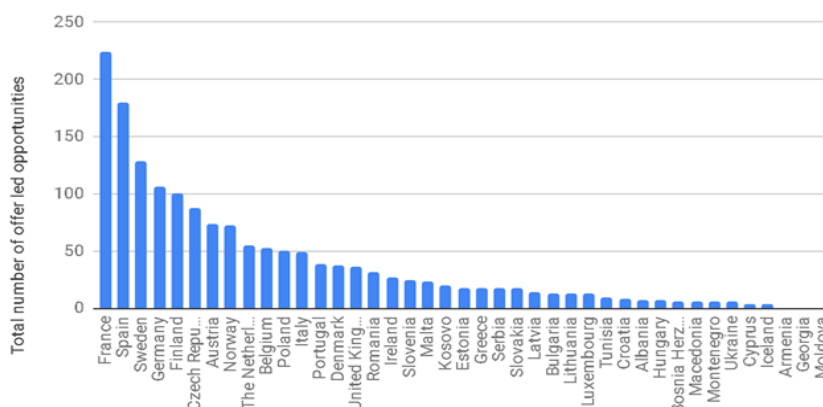
3.6.1. Χαρτογράφηση των δομών καλλιτεχνικής φιλοξενίας

Η χαρτογράφηση της εικόνας των καλλιτεχνικών δομών φιλοξενίας σε διεθνές επίπεδο είναι μια απαιτητική και στοχαστική διαδικασία. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι αποτελεί ένα πεδίο έρευνας υπό ανάπτυξη που μέχρι σήμερα δεν έχει παρουσιαστεί μεγάλο ερευνητικό ενδιαφέρον. Επίσης, είναι ένα αντικείμενο με δυναμικό χαρακτήρα, καθώς οι δομές μεταβάλλονται συνεχώς.

Με την αναζήτηση στο διαδίκτυο καθώς και σε εξειδικευμένους ιστότοπους αναφορικά με τον καλλιτεχνικό τουρισμό, όπως είναι η ResArtis και η Transartists, διαπιστώθηκε πως δεν υπάρχουν συνολικά στοιχεία για την διεθνή αγορά. Παρόλο που δεν υπάρχει πλήρης καταγραφή της αγοράς, εξακολουθούν να υπάρχουν αξιόπιστες διαθέσιμες πληροφορίες. Διάφοροι οργανισμοί και πλατφόρμες συλλέγουν επίσης δεδομένα και μελετούν πώς διαφέρει η αγορά σε διάφορα μέρη του κόσμου.

Μια ολοκληρωμένη μελέτη πραγματοποιήθηκε από το πρόγραμμα I-Portunus . Η έρευνα επικεντρώθηκε στην Ευρώπη και αναλύθηκε η κατανομή των δομών πολιτιστικής κινητικότητας ανά χώρα.

1.2 Total number of offer led opportunities per country



Πίνακας 3-1 Η προσφορά προγραμμάτων πολιτιστικής κινητικότητας ανά ευρωπαϊκή χώρα(Πηγή :On the Move)

²⁹ <http://www.aec.at/prix/en/collide/>

3.6.2 Καλλιτεχνικό Αντικείμενο Προγραμμάτων

Κάθε πρόγραμμα καλλιτεχνικής φιλοξενίας έχει το δικό του τρόπο προσέγγισης στην καλλιτεχνική δημιουργία. Μπορεί να επικεντρώνεται σε ένα καλλιτεχνικό αντικείμενο ή συνδυασμό αυτών. Επίσης, η μορφή της τέχνης από δομή σε δομή διαφέρει. Οι συμμετέχοντες μπορούν να δημιουργήσουν τέχνη, να παρακολουθήσουν workshops, σεμινάρια και εκθέσεις. Γενικότερα, μπορούν να εμπλουτίσουν τις καλλιτεχνικές τους γνώσεις με διάφορες τρόπους. Οι καλλιτέχνες κάνουν την αντίστοιχα έρευνα και επιλέγουν το πρόγραμμα που θα συμμετέχουν ανάλογα με το αντικείμενο που δραστηριοποιούνται.

Παρακάτω παραθέτοντας οι κατανομές ανά καλλιτεχνικό αντικείμενο από συμμετοχές σε προγράμματα.

Καλλιτεχνικό Αντικείμενο	Αριθμός δομών κινητικότητας
Εικαστικές Τέχνες	370
Παραστατικές Τέχνες	298
Μουσική	295
Λογοτεχνία- Δημιουργική Γραφή	295
Διαχείριση Πολιτιστικής Κληρονομιάς	277
Αρχιτεκτονική	187
Πολλών Αντικειμένων	188

Πίνακας 3-2 Το καλλιτεχνικό αντικείμενο των δομών καλλιτεχνικής φιλοξενίας που συμμετέχουν στο πρόγραμμα i-Portunus (Πηγή : Res Artis)

Αντικείμενο	Προ/τα
Εικαστικές Τέχνες	513
Γλυπτική	369
Λογοτεχνία	355
Παραστατικές Τέχνες	351
Μουσική	329

Υφαντικές Τέχνες	297
Χορός	285
Θέατρο	231
Κεραμική	226
New Media	152
Κιν/φος	135
Φωτογραφία	135
Printmaking	114
Συντηρήσεις μνημείων	112
Παιδαγωγική	100
Αρχιτεκτονική	88
Animations	83
Υαλοποιία	2

Πίνακας 3-3 Η κατανομή της προσφοράς καλλιτεχνικών αντικειμένων των δομών καλλιτεχνικής φιλοξενίας που είναι καταχωρημένες στην Res Artis(Πηγή : Res Artis)

Βάση των παραπάνω δεδομένων καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι εικαστικές τέχνες υπερτερούν σε σχέση με τα υπόλοιπα καλλιτεχνικά αντικείμενα και στις δύο έρευνες. Βάση των στοιχείων από την πλατφόρμα Res Artis η γλυπτική είναι η επόμενη πιο δημοφιλής τέχνη, ενώ στην έρευνα από το πρόγραμμα i-portunus οι παραστατικές τέχνες έρχονται δεύτερες.

3.6.3 Ο Χρόνος παραμονής στα προγράμματα καλλιτεχνικής φιλοξενίας

Ο χρόνος παραμονής στις καλλιτεχνικές κατοικίες ποικίλει ανάλογα το πρόγραμμα. Το κάθε πρόγραμμα έχει συνήθως συγκεκριμένες επιλογές για τη διάρκεια παραμονής όπου ο συμμετέχοντας καλείτε να διαλέξει. Συνήθως οι καλλιτέχνες που εργάζονται μόνοι τους όπως για παράδειγμα οι ζωγράφοι, οι συγγραφείς και οι γλύπτες ενδιαφέρονται για συνεργασίες μεγάλης διάρκειας , σε αντίθεση με καλλιτέχνες συλλογικής μορφής τέχνης όπως χορευτές και ηθοποιούς που προτιμούν μικρότερες περιόδους.

Η δικτύωση και η καλή σχέση ανάμεσα στο ίδρυμα και στον καλλιτέχνη είναι πολύ σημαντική στο πλαίσιο της φιλοξενίας και με την μακρά παραμονή αυτό πιο εύκολο να επιτευχθεί. Βέβαια, όσο περνάνε τα χρόνια ο χρόνος παραμονής στις δομές φιλοξενίας μειώνεται.

Τα οφέλη είναι αρκετά και στις δύο περιπτώσεις. Από την μια, με την μακρά παραμονή στο κέντρο φιλοξενίας γίνεται γεφύρωση των σχέσεων μεταξύ των συμμετεχόντων και της δομή και μειώνονται οι ανισοροπίες μεταξύ εισερχόμενων και εξερχόμενων καλλιτεχνών. Υπάρχει μεγαλύτερη προβολή για τους καλλιτέχνες και δίνεται μεγαλύτερος χρόνος για έμπνευση και δημιουργία. Από την άλλη, με την βραχυπρόθεσμη παραμονή λόγω πίεσης χρόνου μπορεί να γίνει πιο αποτελεσματική η έρευνα και επικοινωνία. Εξοικονομώντας έτσι χρόνο και πόρους. Από τα στοιχεία της πλατφόρμας Res Artis, επιβεβαιώνεται ότι οι καλλιτέχνες επιλέγουν πλέον προγράμματα μικρότερης διάρκειας.

Χρόνος Παραμονής	Αριθμός προ/των
1 Εβδομάδα	86
2 Εβδομάδες	123
3 Εβδομάδες	95
1 Μήνα	146
1-3 Μήνες	99
Άνω των 3 Μηνών	22

Πίνακας 3-4 Ο χρόνος παραμονής σε δείγμα 140 προγράμματα καλλιτεχνικής φιλοξενίας (Πηγή: ResArtist)

3.7 Συμμετοχή σε προγράμματα καλλιτεχνικής φιλοξενίας

3.7.1 Συμμετέχοντες

Οι επισκέπτες των προγραμμάτων είναι καλλιτέχνες και δημιουργικοί επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται σε διάφορους καλλιτεχνικούς τομείς όπου είτε σε αρχικό στάδιο της εκπαίδευσης τους είτε έχουν εμπειρία με το αντικείμενο. Το αντικείμενο που αφορά το έργο τους μπορεί να είναι συγκεκριμένο και να σχετίζεται με έναν ορισμένο τομέα όμως υπάρχουν και καλλιτέχνες που είναι ανοιχτοί όσων αφορά τον

τομέα της καλλιτεχνικής τους δραστηριότητας και εναλλάσσονται ανάλογα το θέμα της αντίστοιχης έκθεσης ή εκδήλωσης, σε περίπτωση που υπάρχει κάποιο. Είναι άτομα που θέλουν να προβληματιστούν, να ερευνήσουν περαιτέρω τον τομέα ενδιαφέροντος τους, να παράγουν έργο, να αναπτυχθούν έξω από τη ζώνη ασφαλείας τους και είναι ευέλικτοι στο να ταξιδέψουν τον κόσμο για να το πετύχουν αυτό.

3.7.2 Αίτηση Συμμετοχής

Πολύ σημαντικό είναι ο καλλιτέχνης πριν συμπληρώσει την αίτηση συμμετοχής να είναι σίγουρος ότι έχει κάνει την σωστή επιλογή. Αυτό επιτυγχάνεται με την σωστή έρευνα. Ερχόμενος σε επαφή, είτε επικοινωνώντας είτε μέσω ιστοσελίδων και βιογραφικών, με άτομα που αποτελούν πηγή έμπνευσης σε συνδυασμό με εξειδικευμένες πλατφόρμες, θα βρει αυτό που πραγματικά τον ενδιαφέρει.

Μόλις αποφασίσει σε ποιες Art-Residencies θα δηλώσει συμμετοχή, πρέπει να είναι σίγουρος ότι πληροί όλα τα κριτήρια. Σε αρκετές περιπτώσεις υπάρχουν περιορισμοί όπως είναι η ηλικία, η γλώσσα ή η καταγωγή. Δυστυχώς, δεν είναι όλες οι ευκαιρίες προσιτές. Πέρα από τους περιορισμούς μπορεί να υπάρχουν έξοδα συμμετοχής και να μη καλύπτονται τα έξοδα των καλλιτεχνών. Όλα αυτά πρέπει να ληφθούν υπόψιν. Υπάρχει βέβαια και η επιλογή για αίτηση επιχορήγησης, αλλά ο καλλιτέχνης δε μπορεί να βασιστεί σε αυτό.

Οι συμμετοχές για τις αιτήσεις ανοίγουν συνήθως έξι μήνες πριν, κάποιες φορές ίσως και χρόνια. Ως επί το πλείστον, ζητείται ένα έγγραφο που δηλώνει το ενδιαφέρον και τον λόγο επιλογής του συγκεκριμένου χώρου φιλοξενίας. Μπορεί να είναι η ιστορία του συγκεκριμένου χώρου, η τοποθεσία του, οι εγκαταστάσεις, οι καλλιτεχνικές δραστηριότητες ή οι καλλιτέχνες που θα παρευρίσκονται, και πολλά ακόμα.

Επίσης, οι υπεύθυνοι των χώρων φιλοξενίας ενδιαφέρονται για τα μελλοντικά σχέδια των καλλιτεχνών στα πλαίσια της διάρκειας της φιλοξενίας τους. Είναι ένας τρόπος να κατανοήσουν καλύτερα τον τρόπο σκέψης τους και τις βραχυπρόθεσμες βλέψεις τους. Πέρα από το θεωρητικό κομμάτι γνωρίζοντας το καλλιτεχνικό πλάνο των

συμμετεχόντων , οι υπεύθυνοι θα είναι σε θέση να σχεδιάσουν ποιες εγκαταστάσεις και τι εξοπλισμός μπορεί να χρειαστεί και αν μπορούν να καλυφθούν αυτές οι ανάγκες.

Ένα άλλο έγγραφο που ζητείται συνήθως είναι μια συστατική επιστολή. Μπορούν να προβάλουν μια εικόνα στο πως ο καλλιτέχνης μπορεί να συμπεριφερθεί σε ένα αυτοκατευθυμένο περιβάλλον αλλά και σε συνεργασία με άλλα άτομα. Είναι προτιμότερο η συστατική επιστολή να προέρχεται από άτομα που γνωρίζουν καλά τον καλλιτέχνη και το πνεύμα του και όχι από άτομα με περιστασιακές σχέσεις.

Βιογραφικό σημείωμα και υλικό από προηγούμενα έργα του καλλιτέχνη ζητούνται σχεδόν πάντα οπότε ο καλλιτέχνης πρέπει να είναι προετοιμασμένος. Καλό θα ήταν να έχει συμβουλευτεί κάποιον ειδικό για τη διαμόρφωση του βιογραφικού του .Όσον αφορά τα δείγματα της δουλείας του, ο καλλιτέχνης πρέπει να βεβαιωθεί ότι αυτά που επέλεξε των αντιπροσωπεύουν καλύτερα γιατί εν τέλει αυτό θα είναι το μέρος της αίτησης που θα εξετασθεί πιο προσεκτικά.

Πολύ σημαντικό για τους συμμετέχοντες που πρέπει πάντα να λαμβάνουν σοβαρά υπόψιν είναι να ακολουθούν τις οδηγίες της αίτησης συμμετοχής . Από τον περιορισμό των λέξεων και των σελίδων μέχρι την απαιτούμενη μορφή των καταβληθέντων αρχείων. Είναι κατανοητό πως όταν ένα residency αντλεί το ενδιαφέρον εκατοντάδων συμμετεχόντων οι λεπτομέρειες έχουν μεγάλη σημασία . Επιπλέον, η μη συμμόρφωση στους κανόνες εκπέμπει μια αρνητική εικόνα για τον ενδιαφερόμενο .

3.7.3 Όροι Συμμετοχής

Με την έναρξη της συνεργασίας του καλλιτέχνη με τον εκάστοτε χώρο φιλοξενίας καθορίζονται κάποιοι όροι. Φυσικά αυτοί οι όροι διαμορφώνονται και προσαρμόζονται ανάλογα την διάρκεια της φιλοξενίας. Συνήθως τα κέντρα φιλοξενίας ζητάνε από τους καλλιτέχνες μια έκθεση με τα δημιουργήματα τους στο ευρύ κοινό και σε κάποιες περιπτώσεις , αν το επιθυμεί και ο καλλιτέχνης, την δωρεά ενός έργου του. Τα έργα αυτά μπορεί να δημιουργηθούν από συνεργασίες πολλών καλλιτεχνών αλλά ακόμα και σε συνεργασία με το κοινό. Σε κάποιες περιπτώσεις , οι

χώροι φιλοξενίας παρέχουν χώρο και χρόνο στους καλλιτέχνες να δημιουργήσουν και να χρησιμοποιήσουν τον χώρο για τους δικούς τους σκοπούς , χωρίς να είναι υποχρεωμένοι να παρουσιάσουν τα έργα τους στο τέλος της συνεργασίας τους. Από την πλευρά των καλλιτεχνών , συνήθως τους παρέχεται δωρεάν διανυκτέρευση για τις ημέρες που ‘φιλοξενούνται’ από τους χώρους φιλοξενίας. Ορισμένες κατοικίες απαιτούν ενοίκιο αλλά συνήθως είναι πολύ χαμηλό. Επίσης, αρκετές φορές τους καλύπτεται ένα πόσο από τις μετακινήσεις τους, από τα έξοδα για την παραγωγή των έργων τους αλλά και από τα γεύματα τους. Το ποσό που καλύπτεται εξαρτάται από την διάρκεια της φιλοξενίας , οι συνθήκες και οι ανάγκες είναι διαφορετικές στην περίπτωση που διαρκέσει ένα μήνα και διαφορετικές στους έξι, αλλά και από τον χώρο φιλοξενίας. Επιπλέον , οι καλλιτέχνες σε ορισμένες περιπτώσεις πρέπει να καταβάλλουν ένα ποσό για να λάβουν συμμετοχή στο art-residence πρόγραμμα που επιθυμούν.

3.8 Οικονομική λειτουργία επιχειρήσεων καλλιτεχνικής φιλοξενίας

3.8.1 Έσοδα επιχειρήσεων καλλιτεχνικής φιλοξενίας

Οι δομές καλλιτεχνικού τουρισμού έχουν σαν κυρίαρχο έσοδο τους τα κέρδη από τις υπηρεσίες που προσφέρουν στους καλλιτέχνες. Αρκετά Art Residencies έχουν εξαρχής ένα κόστος συμμετοχής και στη συνέχεια κοστολογούνται επιμέρους τις υπηρεσίες που παρέχουν. Αυτές μπορεί να είναι η συμμετοχή σε Workshops, μαθήματα, εκθέσεις και παραστάσεις, η ενοικίαση του εξοπλισμού και των εγκαταστάσεων όπως και η στέγαση και η σίτιση. Σε δεύτερο χρόνο, έσοδα αποκομίζονται και από την πώληση των έργων τέχνης.

Μια άλλη μορφή εσόδων είναι η επιχορήγηση από κρατικούς ή ιδιωτικούς οργανισμούς ή ακόμα και φιλανθρωπικές ενισχύσεις. Βέβαια τέτοιου είδους χρηματοδοτήσεις είναι αρκετά δύσκολο να πραγματοποιηθούν με αποτέλεσμα οι ιδρυτές των δομών σε κάποια περιπτώσεις να χρησιμοποιούν προσωπικό τους κεφάλαιο.

3.8.1.1 Εργαστήρια – Εκθέσεις – Παραστάσεις – Φεστιβάλ

Οι καλλιτεχνικές κατοικίες προσφέρουν διάφορες υπηρεσίες όχι μόνο στους φιλοξενούμενους τους αλλά και στους απλούς επισκέπτες. Προσελκύονται άτομα που έχουν επαφή με κάποιο καλλιτεχνικό αντικείμενο και επιθυμούν να έρθουν σε τριβή είτε θεωρητικά είτε πρακτικά.

Τα εργαστήρια, ειδικότερα αυτά που έχουν σαν αντικείμενο τις εικαστικές τέχνες και τη δημιουργία κοσμημάτων, αποτελούν σημαντική πηγή εσόδων. Έναντι κάποιου χρηματικού ποσού οι συμμετέχοντες εκπαιδεύονται σε καλλιτεχνικές μεθόδους και τεχνικές και έχουν την ευκαιρία με την καθοδήγηση των υπευθύνων να γνωρίσουν και την πρακτική πλευρά του αντικειμένου που τους ενδιαφέρει.

Άλλο ένα βασικό πόσο προκύπτει από τα έσοδα των εισιτηρίων για εκθέσεις και παραστάσεις. Το μεγαλύτερο ποσοστό των καλλιτεχνικών κέντρων φιλοξενίας χρησιμοποιούν τις εγκαταστάσεις τους ή τις νοικιάζουν σε επαγγελματίες για να εκθέσουν τα έργα τέχνης που δημιουργήθηκαν κατά τη διάρκεια της φιλοξενίας. Το ίδιο συμβαίνει με και τις παραστατικές τέχνες. Με αυτό το τρόπο οι καλλιτέχνες και τα ιδρύματα αλληλοεπιδρούν και με την κοινότητα.

Ακόμα ένα μέσο για την προώθηση αλλά και την οικονομική ενίσχυση των χώρων φιλοξενίας είναι τα φεστιβάλ. Οι ενδιαφερόμενοι συμμετέχουν σε πλήθος εκδηλώσεων που έχει οργανωθεί στις εγκαταστάσεις της δομής. Βάση έρευνας, τα έσοδα που προσκομίζουν οι καλλιτεχνικές κατοικίες από τα φεστιβάλ είναι κατά μέσο όρο το 5% των συνολικών τους εσόδων. Σε συγκεκριμένες περιπτώσεις, που τα φεστιβάλ είναι καταξιωμένα και αρκετά δημοφιλή το ποσοστό μπορεί να φτάσει μέχρι και 20%. (Alliance of Artists Communities - 2012)

3.8.1.2 Εγκαταστάσεις

Ένα σημαντικό κομμάτι των καλλιτεχνικών προγραμμάτων είναι οι παροχή των εγκαταστάσεων και υπηρεσιών τους στους καλλιτέχνες. Οπότε ένα σημαντικό έσοδο για τις δομές φιλοξενίας είναι τα κόστη διαμονής που προσκομίζουν οι συμμετέχοντες. Το ύψος του κόστους και το τι περιλαμβάνει διαφέρει σε κάθε πρόγραμμα. Έκτος από το κατάλυμα και την χρήση των εγκαταστάσεων πολλές φορές

συμπεριλαμβάνονται και πρόσθετες υπηρεσίες. Για παράδειγμα, επισκέψεις σε εκθέσεις και εκδρομές.

Επίσης, αρκετά κέντρα φιλοξενίας νοικιάζουν τις εγκαταστάσεις σου σε καλλιτέχνες εκτός προγραμμάτων. Σε τομείς όπου απαιτούνται μεγάλες επενδύσεις και υποδομές παρατηρείται μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την ενοικίαση των εργαστηρίων. Από την έρευνα της Alliance of Artists Communities (2012) , καταγράφηκε σε κάποια κέντρα μέχρι και 15% των εσοδών τους προέρχεται από την ενοικίαση των εγκαταστάσεων τους.

3.8.1.3. Πώληση έργων τέχνης

Τα προγράμματα φιλοξενίας συνήθως ολοκληρώνονται με τη δημιουργία έργων τέχνης από τους καλλιτέχνες. Όσα έργα τέχνης φέρουν την υπογραφή από άτομα του προσωπικού , συνήθως τίθενται σε έκθεση και στη συνέχεια σε πώληση. Για τα έργα τέχνης από τους φιλοξενούμενους της κατοικίας γίνονται συμφωνίες από την αρχή του προγράμματος επί των δικαιωμάτων των έργων. Υπάρχουν περιπτώσεις που ιδρύματα προσκόμισαν υψηλά έσοδα από την πώληση έργων. Σύμφωνα με την έρευνα της Alliance of Artists Communities (2012) σε συγκεκριμένες πωλήσεις τα έσοδα έχουν φτάσει και πάνω από 200.000\$.

3.8.2 Έξοδα καλλιτεχνικών προγραμμάτων

Τα κύρια έξοδα των καλλιτεχνικών προγραμμάτων είναι οι δαπάνες των εγκαταστάσεων, μισθοδοσίας προσωπικού, συμμετοχή σε καλλιτεχνικά δρώμενα και κόστος προώθησης.

3.8.2.1 Δαπάνες Εγκαταστάσεων / Μισθοδοσίας

Στα έξοδα των εγκαταστάσεων συμπεριλαμβάνονται το ενοίκιο των εγκαταστάσεων ή η αγορά αυτού και σε μεγάλο βαθμό η συντήρηση του, ο εξοπλισμός των εγκαταστάσεων αλλά και οι πρώτες ύλες. Μέσω της έρευνας της Alliance of Artists Communities (2012) φαίνεται ότι το 82% ,από τα κέντρα φιλοξενίας που συμμετείχαν στην έρευνα , έχουν ιδιόκτητους χώρους και το 29% αυτών διαθέτουν χρέος που οφείλεται στο ακίνητο. Επιπλέον, οι δομές που δεν έχουν ιδιόκτητους χώρους επιβαρύνονται και αυτές με χρέη λόγω των ενοικίων.

Σύμφωνα με την παραπάνω έρευνα διαπιστώθηκε ότι το πιο κοστοβόρο έξοδο είναι οι δαπάνες για την μισθοδοσία των υπαλλήλων. Συγκεκριμένα, κατά μέσο όρο το 42% των εξόδων αφορά έξοδα του προσωπικού.

4. Περιπτώσεις Art Residence στην Ελλάδα

4.1 Snehta Residency

Ιστορία. Ο καλλιτέχνης που είχε ως αντικείμενό του τη γλυπτική, Αύγουστος Βεινόνγλου ξεκίνησε το 2012 τη λειτουργία του Snehta, αντιμετωπίζοντάς το ως ένα νέο εγχείρημα. Το όνομα το επέλεξε με σκοπό να υπογραμμίσει την ευκαιρία που έχουν οι φιλοξενούμενοι καλλιτέχνες να προσεγγίσουν από μία άλλη σκοπιά την Αθήνα γεγονός που προήλθε από τη θέληση των διοργανωτών να αντιμετωπιστεί διαφορετικά η Ελλάδα. Η περιοχή η οποία φιλοξένησε το Snehta αποτελούσε επίκεντρο ενδιαφέροντος και στην αρχή έμοιαζε με ένα είδος ερευνητικής ή δημιουργικής πλατφόρμας η οποία φιλοξενούσε καλλιτέχνες με έδρα τη Σκωτία οι οποίοι όμως ήθελαν να εργαστούν στην Ελλάδα. Η υποστήριξή τους ως προς την ερευνητική τους διαδικασία αποτελούσε έργο της ομάδας του Snehta. Το 2015 ακολούθησε η εξέλιξη του εγχειρήματος όταν το residency επεκτάθηκε σε νέα οδό λειτουργώντας πια ως εκθεσιακός χώρος διαχωρισμένος από τον χώρο διαμονής των καλλιτεχνών. Το 2018 εξελίχθηκε σε μη κερδοσκοπική εταιρεία που είχε σκοπό της να υποστηρίξει τους καλλιτέχνες.

Φιλοσοφία residency. Πρωταρχικός σκοπός ήταν να προσφέρει συγκεκριμένα ερεθίσματα στους καλλιτέχνες που φιλοξενούσε ώστε να αντιμετωπίσουν την Ελλάδα μέσα από μία νέα προσέγγιση η οποία θα αποτυπωνόταν τόσο σε έργα και εκθέσεις όσο και ανοιχτές δράσεις προς το ελληνικό και το διεθνές κοινό. Οι καλλιτέχνες λοιπόν είχαν τη δυνατότητα να επεξεργαστούν τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τοπίου εκφράζοντας παράλληλα τις προσωπικές τους πεποιθήσεις και ενδιαφέροντα.

Πόροι και χρηματοδότηση. Οι καλλιτέχνες ήταν αυτοί οι οποίοι παρείχαν τα βασικά έσοδα στο residency μέσα από τη χρέωση μηνιαίας διαμονής τους στην οποία συμπεριλαμβάνονταν συγκεκριμένες παροχές. Επιπλέον οργανισμός Outset

υποστήριξε επίσης το residency όπως και κάποια εργαστήρια που λάμβαναν χώρα τακτικά.

Παροχές προς τον φιλοξενούμενο καλλιτέχνη. Η φιλοξενία μπορούσε να διαρκέσει έως και δύο μήνες· στη διάρκεια αυτής παρέχονταν στον καλλιτέχνη κατάλυμα, studio και πρόσβαση τον εξοπλισμό καθώς και τεχνική υποστήριξη ή περιήγηση σε διάφορα μέρη της Ελλάδας.

Δικτύωση-Συνεργασίες. Πολλοί είναι οι επαγγελματίες πολιτισμού αλλά και σύγχρονης τέχνης που έχουν συνεργαστεί με το Snehta, ορισμένες μάλιστα ξεκίνησαν το 2016 και συνεχίζονται μέχρι και σήμερα· το ΑΣΚΤ καθώς και η συνεργασία με το Ίδρυμα Ωνάση είναι από τις σημαντικότερες.

Δραστηριότητες. Οι φιλοξενούμενοι καλλιτέχνες είχαν την ευκαιρία διάδρασης με την περιοχή στην οποία βρίσκεται το Snehta διοργανώνοντας για παράδειγμα εργαστήρια ή ομιλίες.



Εικόνα 4-1: Στιγμιότυπα από Snehta Residency

Πηγή : <https://www.snehtaresidency.org/space>

4.2 Athena Standards Residency

Ιστορία και χώρος. Ξεκίνησε το 2018 να λειτουργεί ως οργανισμός με ιδρυτές τους Βαρβάρα Λιακουνάκου, Jenny Carolin και Ρέτο Κοτσιλίνη, οι οποίοι συνεργάστηκαν θέλοντας να υποδέχονται καλλιτέχνες που ήθελαν να εργαστούν στην Ελλάδα.

Φιλοσοφία και δομή. Ο σκοπός δημιουργίας του residency ήταν η ενίσχυση της πολιτιστικής παραγωγής καθώς και της ανταλλαγής σε μία περίοδο που οι καλλιτέχνες ενδιαφέρονται κατά κόρον για την Ελλάδα. Επιδιώχθηκε η ανταλλαγή ιδεών και η διάδραση ανάμεσα στους καλλιτέχνες από όλο τον κόσμο με σκοπό να δημιουργήσουν επαγγελματικούς δεσμούς. Η λειτουργία του είναι 11μηνη, με ελάχιστο χρόνο διαμονής τον 1 μήνα.

Χρηματοδότηση και πόροι. Τα έσοδα προέρχονται από το αντίτιμο της παραμονής.

Παροχές. Οι καλλιτέχνες μπορούν να χρησιμοποιήσουν τον εξοπλισμό του χώρου για όσο καιρό μείνουν στο residency, μπορούν επίσης να συμμετέχουν σε εργαστήρια ενώ λαμβάνουν και την υποστήριξη μιας ιστορικού τέχνης, του υπεύθυνου που διαχειρίζεται το χώρο καθώς και των εξωτερικών συνεργατών.

Δικτύωση. Ανήκει στο δίκτυο Resartis και Alliance of Artists Communities (AAC) ενώ συνεργάζεται με πλήθος καλλιτεχνών της Αθήνας και της Ελλάδας γενικότερα.



Εικόνα 4-2 Στιγμιότυπα από Athena Standards Residency
Πηγή: <https://www.facebook.com/athenastandards/photos> by

4.3 Villa Exarchia

Ιστορία. Η λειτουργία ξεκίνησε το 2018 συνεργαζόμενοι παράλληλα με την μη κερδοσκοπική γκαλερί Rhoenix. Τα τελευταία χρόνια υπάρχει επέκταση ενώ μπορεί να φιλοξενήσει έως και πέντε καλλιτέχνες για τρεις έως οκτώ εβδομάδες.

Φιλοσοφία. Σκοπός αποτελεί η φιλοξενία καλλιτεχνών και φοιτητών των καλών τεχνών οι οποίοι θέλουν να εκθέσουν τη δουλειά τους που είναι επηρεασμένη από την ελληνική κουλτούρα ενώ η γενικότερη φιλοσοφία του Villa Exarchia είναι δημοκρατική και συμπεριληπτική.

Πόροι και χρηματοδότηση. Η κυρίως χρηματοδότηση προέρχεται από τους καλλιτέχνες ενώ στόχος τους αποτελεί το να καλυφθούν τα έξοδα συμμετοχής για έναν τουλάχιστον καλλιτέχνη ετησίως.

Παροχές προς τον φιλοξενούμενο καλλιτέχνη. Ο καλλιτέχνης που θα φιλοξενηθεί έχει την επιλογή να επιλέξει ανάμεσα σε δύο προγράμματα φιλοξενίας, το πλήρες και το απλό. Και από τα δύο δίνεται κατάλυμα, χώρος και εξοπλισμός για δημιουργία ενώ το απλό κοστίζει λιγότερο σχετίζεται με την έρευνα χωρίς να περιλαμβάνει έκθεση.

Δικτύωση. Οι φιλοξενούμενοι καλλιτέχνες έχουν την δυνατότητα να δημιουργήσουν ένα εργαστήριο το οποίο θα βασίζεται στην καλλιτεχνική τους πρακτική ενώ ενισχύονται να οργανώσουν μία συζήτηση ή παρουσίαση που θα βασίζεται στην έρευνά τους. Η Ελλάδα αποτελεί για αυτούς χώρος έμπνευσης και δημιουργίας.



Εικόνα 4-3: Στιγμιότυπα από Villa Exarchia (Πηγή : Google)

4.4 In Da House

Ιστορία. Πρόκειται για μία δραστηριότητα η οποία λειτουργεί παράλληλα με τον καλλιτεχνικό χώρο A-Dash ο οποίος ξεκίνησε να λειτουργεί το 2016, η διαχείριση του χώρου ανήκει σε τρεις καλλιτέχνιδες: την Ισλανδή Eva Isleifs, την Ελληνίδα Ζωή Χατζηγιαννάκη και την Ελβετή Noemi Niederhauser. Το κτίριο ανακαινίστηκε χάρη στη χρηματοδότηση μέσω πληθοπορισμού, χρησιμοποιήθηκε η πλατφόρμα Wemakeit ενώ ο πρωταρχικός σκοπός ήταν να ενθαρρύνει τους καλλιτέχνες να συμμετάσχουν στην έρευνα να πειραματιστούν και να αναζητήσουν καινοτόμες μεθόδους σχετικά με την τέχνη. Πολύ σημαντική είναι η συλλογική διαχείριση και ο μη περιορισμός σε γεωγραφικούς τόπους, πολιτισμικές ταυτότητες ή πολιτικές οικονομίες. Στις αρχές του 2017 έλαβε χώρα η πρώτη φιλοξενία καλλιτέχνη και μέχρι το Μάιο του 1990 είχαν φιλοξενηθεί συνολικά 19 καλλιτέχνες. Ιδιαίτερης σημασίας είναι η σχέση που προσδοκά να δημιουργήσει ο χώρος με την κοινότητα. Πιο ειδικά στοχεύει στην αλληλεπίδραση με την τοπική κοινότητα μέσω των εργαστηρίων ή των δράσεων που διοργανώνονται και ενισχύουν τη χειραφέτησή τους, μέσω της δημιουργίας ενός χώρου στον οποίο θα μπορούν όλοι να εκφράζονται και θα ακούγονται οι φωνές και οι σκέψεις όλων, μέσω της ίδρυσης μιας καλλιτεχνικής πλατφόρμας κατά την οποία τα κυριαρχεί η ταύτιση καλλιτέχνη και κοινού και τέλος μέσα από τη δημιουργία μέσων επικοινωνίας τόσο εντός της Ελλάδας όσο και διεθνώς.

Φιλοσοφία. Το A-dash δημιουργήθηκε κατόπιν πρωτοβουλίας τεσσάρων καλλιτεχνών εξυπηρετώντας το καλλιτεχνικό έργο των μελών που το ίδρυσαν ενώ συχνά χαρακτηρίζεται και ως αυτό κατευθυνόμενο.

Συνεργασίες. Το A-dash επιδιώκει συνεργασίες και είναι ανοιχτό σε αυτές παρέχοντας υποστήριξη σε φιλοξενούμενους καλλιτέχνες σε θέματα που αφορούν τη δικτύωση ή που αφορούν την ανέλιξη στη δουλειά ή την έρευνά τους.

4.5 ARCAthens

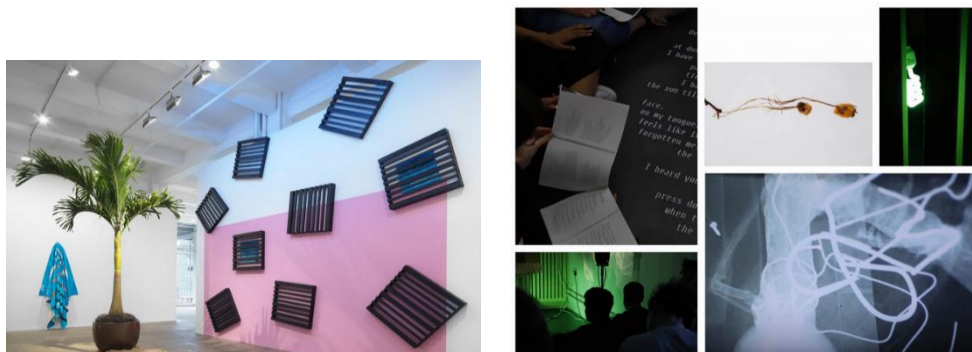
Περιγραφή και δομή. Πρόκειται για έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό ο οποίος έχει έδρα τόσο στην Αμερική όσο και στην Ελλάδα. Ο Αριστείδης Λογοθέτης είναι ο εμπνευστής και διευθυντής στην Αθήνα ξεκινώντας δραστηριότητα το 2019. Πρόκειται για ένα πρόγραμμα χωρισμένο σε τρεις κύκλους, άνοιξη, καλοκαίρι, φθινόπωρο, σε καθέναν από τους οποίους συμμετέχουν τρεις καλλιτέχνες και ένας επιμελητής.

Φιλοσοφία. Βασικός του σκοπός είναι να υποστηρίξει και να αναπτύξει την κοινότητα της εικαστικής τέχνης τόσο σε εγχώριο όσο και διεθνές επίπεδο. Για αυτό το λόγο υλοποιεί ένα περιεκτικό πρόγραμμα το οποίο σχετίζεται με καλλιτέχνες και την κοινότητα θέλοντας έτσι να λάβει μέρος στην πολιτιστική αναγέννηση που διαδραματίζεται στην Ελλάδα την δεδομένη στιγμή.

Πόροι και χρηματοδότηση. Είναι βασισμένο κυρίως σε δωρεές.

Παροχές. Στις παροχές περιλαμβάνονται τα έξοδα διαμονής, σίτισης, μετακίνησης, δουλειάς, μισθού ανά εβδομάδα καθώς και μία υποτροφία των χιλίων δολαρίων. Στη διάρκεια της διαμονής του στην Ελλάδα οι φιλοξενούμενοι καλλιτέχνες είναι σε θέση να γνωρίζουν και άλλους καλλιτέχνες της χώρας, εμπόρους τέχνης κ.α.

Δικτύωση. Έχει σχεδιαστεί ένα δυναμικό πρόγραμμα δραστηριότητας κοινωνικό, στο οποίο περιλαμβάνονται επισκέψεις σε διάφορα καλλιτεχνικά στούντιο, ξεναγήσεις σε ορισμένους οργανισμούς, συμμετοχή σε δρώμενα ή ομάδες συζήτησης κ.α.



Εικόνα 4-5: Στιγμιότυπα από ARC Athens(Πηγή : Google)

4.6 Πρόγραμμα Onassis AiR (Artists-in-Residence)

Φιλοσοφία και δομή του residency. Ο προγραμματισμός του Onassis AiR ξεκίνησε τον Σεπτέμβριο του 2019 έχοντας ως έδρα το κέντρο της Αθήνας και αποτελώντας κλασσικό μοντέλο residency με προγραμματισμό ετήσιο. Ο Ash Bulayev, σχεδίασε και έθεσε σε λειτουργία το residency ο οποίος ήταν ο διευθυντής προγράμματος ενώ η Νεφέλη Μυρωδιά είχε την αρμοδιότητα της παραγωγού. Στόχος ήταν να δοθεί περισσότερη έμφαση στην έρευνα των καλλιτεχνών και όχι τόσο στο αποτέλεσμα που θα φέρουν. Πρόκειται για ένα πρόγραμμα το οποίο προσφέρει πρώτα από όλα τον απαραίτητο χρόνο στους συμμετέχοντες καλλιτέχνες, τη δυνατότητα να στοχαστούν μεθόδους και πρακτικές στο πλαίσιο μιας κοινότητας χωρίς να αγωνιούν για το αν το αποτέλεσμα θα είναι πετυχημένο ή όχι ή για την οικονομική τους κατάσταση. Είναι χωρισμένο σε 4 υποπρογράμματα το καθένα από τα οποία φέρει διαφορετική δομή και διάρκεια ενώ η επίσημη γλώσσα του προγράμματος είναι η αγγλική. Πρόκειται για ένα πρόγραμμα το οποίο προσκαλεί ανοιχτά καλλιτέχνες ενώ απευθύνεται σε άτομα που είτε ζουν εντός Ελλάδος είτε εκτός και οι οποίοι ζουν κάποια επαγγελματική αλλαγή ή θέλουν να αλλάξουν τον τρόπο που δημιουργούν και εργάζονται.

Πόροι. Αποτελεί μια πρωτοβουλία του Ιδρύματος Ωνάση το οποίο υποστηρίζει πλήρως τους καλλιτέχνες οικονομικά.

Παροχές. Οι παροχές είναι διαφορετικές σε κάθε υποπρόγραμμα. Κατά γενική ομολογία στις παροχές περιλαμβάνεται μία υποτροφία, η μεταφορά προς τη διαμονή, τα έξοδα διαβίωσης και ένα ποσό που μπορεί να καλύψει τα υλικά η έξοδα του προγράμματος.

Δικτύωση. Υπάρχει συνεργασία με παρόμοιους θεσμούς και οργανισμούς, με την ΑΣΚΤ, με το Φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου, καθώς και με άλλα προγράμματα φιλοξενίας (Snehta/Κυψέλη, Caracete/Βραζιλία, Beirut Art residency/Λίβανος) αλλά και με την ερευνητική πλατφόρμα Reshape.

Σχέση με την περιοχή. Οι σχέσεις με την πόλη είναι στενές και όσοι καλλιτέχνες προσέλθουν θα πρέπει να ενδιαφέρονται πραγματικά να εργαστούν και να αλληλοεπιδράσουν τόσο με κοινότητες της Αθήνας όσο και της Ελλάδας.



Εικόνα 4-6: Στιγμιότυπα από Onassis AiR (Artists-in Residence)

Πηγή: <https://www.onassis.org/initiatives/onassis-air/>

4.7 Karpatos Athens Art Residency

Ιστορία και χρηματοδότηση. Το 2013 ξεκίνησε το πρόγραμμα φιλοξενίας καλλιτεχνών Karpatos Athens Art Residency ενώ η ολοκλήρωση του ήρθε το 2016. Επρόκειτο για πρωτοβουλία του Γεράσιμου Καππάτου ο οποίος είναι επιχειρηματίας και ιδιοκτήτης της γκαλερί λειτουργώντας υπό την αιγίδα του ΥΠΠΟ. Από την αρχή εντάχθηκε σε ένα Ευρωπαϊκό πρόγραμμα στήριξης του ΕΣΠΑ από το οποίο έλαβε και την πλήρη χρηματοδότηση του. Ο χώρος του διαμορφώθηκε στο Μοναστηράκι στο ίδιο μέρος που λειτουργούσε και η γκαλερί.

Φιλοσοφία. Το πρόγραμμα αυτό αποσκοπεί να υποστηρίξει την έρευνα και την παραγωγή των καλλιτεχνών, να τους ενισχύσει να ανταλλάξουν γνώσεις και εμπειρίες, να ενθαρρύνουν τις εικαστικές παρεμβάσεις τόσο στην Αθήνα όσο και στην Ελλάδα ενώ είναι θεμιτό να δημιουργηθούν σημεία επαφής της τέχνης μέσα από δημόσιες παρεμβάσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα.

Παροχές. Πρόκειται για ένα πρόγραμμα το οποίο αφορά ξένους καλλιτέχνες οι οποίοι ανέρχονται τώρα ή είναι καταξιωμένοι και θέλουν να μείνουν και να εργαστούν στην Ελλάδα για τέσσερις ή έξι εβδομάδες. Το πρόγραμμα προσφέρει την κάλυψη όλων των εξόδων μετακίνησης, διαμονής, σίτισης καθώς και των υλικών που θα

χρειαστούν για να κατασκευαστούν τα έργα ενώ επίσης και της προώθησης ή λειτουργίας της τελικής έκθεσης που θα διαρκέσει τέσσερις εβδομάδες. Επιπλέον οι καλλιτέχνες συνεργάζονται στενά με την επιμελήτρια και τη συντονίστρια του προγράμματος ενώ προβλέπεται να συνεργαστούν και με άλλους καλλιτέχνες

Δικτύωση και Συνεργασίες. στις συνεργασίες περιλαμβάνονται εκπαιδευτικά ιδρύματα ΑΣΚΤ, Βρετανικό Συμβούλιο, Πανεπιστήμιο του Πλύμουθ κ.ά.), αλλά και η συμμετοχή στο δίκτυο Resartis.

Δράσεις σε σχέση με το δημόσιο χώρο της Αθήνας. Στο πρόγραμμα ενσωματώθηκε και το πρόγραμμα PublicScapes το οποίο σχετίζεται με παρεμβάσεις δραστηριότητες εγκατάστασης και events σε δημόσιο χώρο της Αθήνας στα οποία θα συμμετέχουν και συνεργάζονται καλλιτέχνες με μόνη προϋπόθεση συμμετοχής η έρευνά τους να άπτεται του κοινωνικού, πολιτικού και ιστορικού πλαισίου της Αθήνας. Στο πρόγραμμα συμπεριλαμβάνονται διαλέξεις με σκοπό να αποκτηθεί πρόσβαση στη σύγχρονη τέχνη ενώ επιδιώκεται να συνδεθεί η τέχνη με τους πολίτες και την κοινότητα ενισχύοντας την πολιτιστική ταυτότητα της Αθήνας και της Ελλάδας συνολικά αλλάζοντας τον τρόπο που κατανοεί κανείς το περιβάλλον είτε είναι αστικό είτε φυσικό είτε δομημένο.



Εικόνα 4-7: 2 Στιγμιότυπα από Kappatos Athens Art Residency

Πηγή: <http://kappatosgallery.com/index.php/exhibitions/current-3/>

5. Επιχειρηματικό μοντέλο και ανάλυση εσωτερικού/εξωτερικού περιβάλλοντος για τις πλατφόρμες καλλιτεχνικού τουρισμού.

5.1 Μεθοδολογία κεφαλαίου

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί επιχειρείται η κωδικοποίηση και η αποτύπωση της δομής των ηλεκτρονικών πλατφορμών καλλιτεχνικής φιλοξενίας. Το πρότυπο ανάλυσης βασίζεται στους ισότοπους Transartists και Res Artis, στους οποίους συγκεντρώνονται μεγάλο ενδιαφέρον. Η κατάστρωση του γενικού επιχειρηματικού μοντέλου έχει σκοπό την συγκέντρωση πληροφοριών για τις αρχές και υπηρεσίες των πλατφορμών αλλά και της σύμμιξης των κοινών στοιχείων. Δημιουργείται η απαίτηση για την εφαρμογή εργαλείων στρατηγικής όπου αναλύονται τα προϊόντα, οι υπηρεσίες και οι ροές πληροφοριών και μελετώνται οι διαφορετικοί επιχειρηματικοί παίκτες, οι ρόλοι τους, καθώς επίσης και τα αναμενόμενα οφέλη τους.

Συγκεκριμένα, η συλλογή πληροφοριών για την συγκέντρωση των δεδομένων που απαιτούνται για την αποτύπωση του βασικού προτύπου, βασίστηκε στην ενδεδειγμένη έρευνα των ηλεκτρονικών ιστότοπων. Έπειτα αναζητήθηκαν οικονομικά στοιχεία όπως ισολογισμοί, και ετήσιες οικονομικές αναφορές, δηλώσεις αποστολής και πλαίσια συνεργασίας με άλλες επιχειρήσεις. Ακόμη, πραγματοποιήθηκε επικοινωνία με υπευθύνους και ιδρυτές καλλιτεχνικών δομών ώστε να συλλεχθούν περαιτέρω πληροφορίες και να λυθούν απορίες.

5.2. Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος

5.2.1. Η ανάλυση PESTLE σαν εργαλείο στρατηγικής

Είναι γεγονός πως οι δραστηριότητες των επιχειρήσεων επηρεάζονται σημαντικά από το εξωτερικό περιβάλλον. Το περιβάλλον αυτό συνδέεται άμεσα με οικονομικές, πολιτικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές μεταβλητές ή τροποποίηση των οποίων οδηγεί σε συνεχείς αλλαγές εντός επιχείρησης. Είναι εκείνο που δίνει στην επιχείρηση τις εκάστοτε ευκαιρίες που έχει προκειμένου να επέλθει ανάπτυξη, να βρεθούν ευκαιρίες, καθώς επίσης και τις απειλές που αφορούν τη βιωσιμότητα της στο χώρο. Εξαιτίας των παραπάνω η μελέτη της ανάλυσης του εξωτερικού

περιβάλλοντος είναι αρκετά σημαντική και αποτελεί τη βάση για τη δημιουργία στρατηγικής.

Βασικό εργαλείο μελέτης του μακροπεριβάλλοντος αποτελεί η ανάλυση PEST που πρωτοεμφανίστηκε το 1967 στις ΗΠΑ από τον Francis J. Aguilar στο έργο του Scanning the business environment. Όπως δηλώνουν και τα αρχικά της, λαμβάνει υπόψιν πολιτικούς (Political), οικονομικούς (Economic), κοινωνικούς (Social) και τεχνολογικούς (Technological) περιορισμούς κάθε ένας εκ των οποίων αποτελεί καίριο συστατικό στο επιχειρησιακό οικοδόμημα. Για λόγους πληρότητας, με την πάροδο των χρόνων η ανάλυση αυτή συμπεριέλαβε τόσο νομικούς (Legal) όσο και περιβαλλοντικούς (Environmental) περιορισμούς και θα αποτελέσει το βασικό εργαλείο μελέτης του εξωτερικού περιβάλλοντος των μελετώμενων ΔΠΑΤ3.

5.2.2. Χρήση ανάλυσης PESTLE

Παρόλο που οι πλατφορμών καλλιτεχνικής φιλοξενίας έχουν διεθνή εμβέλεια δράσης στην ανάλυση PESTLE του παραδείγματος μας θα χρησιμοποιούμε ως βάση το ευρύτερο περιβάλλον στην Ευρώπη.

Πολιτικό και Νομικό Περιβάλλον

- Οι κεντρικές πολιτικές των χωρών μελών της Ευρωπαϊκή Ένωση σε σχέση με το πολιτισμό καθοδηγούνται από τις οδηγίες της Επιτροπής Πολιτισμού και Παιδείας.
- Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συνεισφέρει στην ομαλή διακίνηση πολιτιστικών αγαθών μέσω κείμενης νομοθεσίας και προβλεπόμενων διατάξεων.
- Οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες αποτελούν μείζον θέμα πολιτικής για την Ευρωπαϊκή Ένωση.
- Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει σκοπό την ανάπτυξη και ψηφιοποίηση της οικονομίας και τη δημιουργία ενός φιλικού επιχειρηματικά περιβάλλοντος.
- Η εποπτεύουσα αρχή των ηλεκτρονικών πλατφορμών είναι η EU Observatory on the Online Platform Economy .
- Η λειτουργία των ηλεκτρονικών πλατφορμών θεσμοθετείται από το νομοσχέδιο Digital Services Act. Στόχος είναι η προστασία των δικαιώματα όλων των

καταναλωτών και η διαμόρφωση ίσων όρων ανταγωνισμού για την προώθηση της καινοτομίας και της ανάπτυξης των επιχειρήσεων.

- Οι βασικές νομικές υποχρεώσεις μέσω του DSA (Digital Services Act) είναι :
 - Να υπάρχει έδρα και νομική εκπροσώπηση.
 - Να υπάρχουν σαφείς όροι και προϋποθέσεις
 - Να υπάρχει σύστημα υποβολής παραπόνων.
 - Να υπάρχει η καταγραφή των προμηθευτών και των διαφημιστών.

Οικονομικό περιβάλλον

- Το 3,7% του συνολικού εργατικού δυναμικού της Ευρώπης απασχολείται στον πολιτιστικό τομέα (Eurostat a, 2022).
- Το μέσο ύψος επιτοκίων δανεισμού στην Ευρωζώνη ανέρχεται στο 2,88% (ECB, 2022).
- Ο πληθωρισμός στην Ευρωζώνη στο τέλος του 2022 κυμαίνεται στο 10.1% (Eurostat b, 2022).
- Η ευρωπαϊκή ένωση αποτελεί σημαντικό κόμβο διακίνησης πολιτιστικών αγαθών με ποσοστά 8.3% και 12% αντίστοιχα επί των συνολικών εισαγωγών και εξαγωγών (Eurostat c, 2022).
- Το 50% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων συμμετέχουν σε πλατφόρμες (European commission a, 2022).
- Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις συνεισφέρουν 158.1 δισ.€ στην ευρωπαϊκή οικονομία (Eurostat c, 2022).
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο απέφερε 718 δισ.€ στην οικονομία της ένωσης και σημειώνει ετήσια ανάπτυξη 13% (Ecommerce, 2022).
- Περίπου 11% του εργατικού δυναμικού της ΕΕ δηλώνει ότι έχει ήδη προσφέρει υπηρεσίες μέσω μιας διαδικτυακής πλατφόρμας.
- Στον πολιτιστικό τομέα κυριαρχούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Κοινωνικό - Περιβαλλοντικό Περιβάλλον

- Κοινωνικά προβλήματα , όπως η φτώχεια και ο ρατσισμός, αποτελούν συχνά πηγή έμπνευσης για τους καλλιτέχνες.

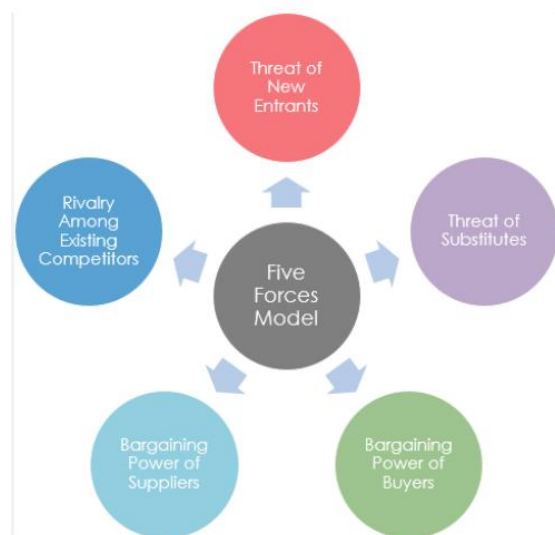
- Ζητήματα όπως η κατάργηση γεωγραφικών και χρονικών περιορισμών καθώς και η καταπολέμηση της αδιαφάνειας του κλάδου συμβάλλουν στην ανάπτυξη των πλατφορμών.
- Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες ο τουρισμός αντιμετωπίζεται εχθρικά.
- Η χρήση ανακυκλωμένων υλικών αποτελεί τάση στο σύγχρονο καλλιτεχνικό κόσμο.
- Η περιβαλλοντική βιωσιμότητα αποτελεί μείζων ζήτημα για την UNSESCO και τον Ο.Η.Ε..
- Οι επιχειρήσεις προσπαθούν να μειώσουν το ενεργειακό τους αποτύπωμα.

Τεχνολογικό περιβάλλον

- Το 67% των ευρωπαίων χρηστών διαδικτύου πραγματοποίησε τουλάχιστον μια διαδικτυακή συναλλαγή.
- Το 60% των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί κοινωνικά δίκτυα (Eurostat d, 2022).
- Το 20% των επιχειρήσεων πραγματοποίησε τουλάχιστον μία διαδικτυακή πώληση εντός 2021 (Eurostat d, 2022).
- Κατά τη περίοδο 2017-2022 η διαδικτυακή πρόσβαση των νοικοκυριών αυξήθηκε από 86% σε 93% (Eurostat d, 2022).
- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ασκούν μεγάλη επιρροή.
- Πληθώρα τεχνικών, Front-End και Back-End, ικανών να υποστηρίξουν πλατφόρμες σε όλη την Ευρώπη.
- Οι πλειοψηφία προγραμμάτων καλλιτεχνικής φιλοξενίας αλλά και μεγάλος αριθμός καλλιτεχνών διαθέτουν ιστοσελίδες.
- Η πανδημία του Covid19 ώθησε πλήθος επιχειρήσεων της αγοράς τέχνης να στραφούν προς τη χρήση ηλεκτρονικών πλατφορμών (The Art Market, 2022; Hiscox a, 2022).

5.3. Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος στις διεθνείς πλατφόρμες

5.3.1. Το μοντέλο 5 Forces σαν εργαλείο στρατηγικής



Εικόνα 5-1 : Porter's Five Forces(Πηγή : Google)

Το εσωτερικό περιβάλλον είναι το μικρό περιβάλλον μιας επιχείρησης και συνδέεται με ενδογενείς παράγοντες που επηρεάζουν τη λειτουργικότητα της. Αποτελεί ένα σύστημα κοινών πεποιθήσεων και αξιών που χαρακτηρίζουν την επιχείρηση και τα μέλη της. Η ανάλυση αυτού του περιβάλλοντος οδηγεί σε συμπεράσματα που δείχνουν κατά πόσο ελκυστικός είναι ένας κλάδος για επενδύσεις ενώ παράλληλα προκύπτουν εκτιμήσεις για το ποιες πρέπει να είναι οι δράσεις και οι αλλαγές προς όφελος της επιχείρησης.

Το 1980, ο Michael Porter δημοσίευσε το *Competitive Strategy*, ένα έργο που διαμόρφωσε τη μέθοδο σκέψης μιας ολόκληρης γενιάς ακαδημαϊκών και διευθυντών μάρκετινγκ (Magretta J., 2012). Σύμφωνα με τον ίδιο υπάρχουν «πέντε δυνάμεις» ανταγωνισμού που διέπουν ανομοιογενείς κλάδους της αγοράς και είναι πάντα οι ίδιες σε κάθε γωνία του πλανήτη, όπου ασκούνται εμπορικές δραστηριότητες. Είναι αυτές που διαμορφώνουν τη δομή όλων των βιομηχανιών και που σε μεγάλο βαθμό

καθιερώνουν τους βασικούς κανόνες ανταγωνισμού αλλά και τις βαθύτερες αιτίες κερδοφορίας σε έναν κλάδο. Η ανάλυση βασίζεται στην καταγραφή των στοιχείων που συνθέτουν την απειλή εισόδου και τα εμπόδια εισόδου των νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων, τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών, την απειλή υποκατάστατων, την παρουσίαση του υφιστάμενου ανταγωνισμού και τέλος τη διαπραγματευτική δύναμη των πελατών και των καναλιών (Porter M., 1996).

5.3.2. Χρήση μοντέλου 5 Forces

Η ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος χρήζει μια σειρά από παραδοχές. Ως νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις του κλάδου θεωρούνται οι πλατφόρμες διασύνδεσης δομών καλλιτεχνικής φιλοξενίας. Ως αγοραστές θεωρούνται οι επισκέπτες των πλατφορμών καλλιτεχνικής φιλοξενίας που κάνουν χρήση των υπηρεσιών και ως προμηθευτές οι δομές καλλιτεχνικής φιλοξενίας αλλά και κάθε άλλη επιχείρηση ή ιδιώτης που θέλει να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής πλατφόρμας για την προσφορά προϊόντων ή υπηρεσιών στους πελάτες της.

Για τον νέο-εισερχόμενο ανταγωνισμό ισχύει:

- Απαραίτητη η διαφοροποίηση σε επίπεδο παροχής υπηρεσιών λόγω του πλήθους των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται.
- Προσωποποιημένη επικοινωνία για την δημιουργία διασυνδέσεων στον χώρο της τέχνης.
- Αρκετές καλλιτεχνικές δομές δεν μπορούν να ενταχθούν σε κάποια πλατφόρμα.
- Περιορισμένα κέρδη μέσα από τις πλατφόρμες.
- Ελλιπής χρηματοδοτήσεις από κρατικούς φορείς.
- Συνεχώς μεταβαλλόμενες και διαφορετικές φορολογικές και νομοθετικές δικαιοδοσίες.
- Ενσωμάτωση της ψηφιοποίησης του πολιτιστικού κλάδου στα περιφερειακά προγράμματα της ΕΕ.
- Ειδική πρόβλεψη του προγράμματος Δημιουργική Ευρώπη για πλατφόρμες διασύνδεσης στον πολιτιστικό τομέα.

Βάση των παραπάνω η πιθανότητα εμφάνισης μιας νεοεισερχόμενη επιχείρηση στην αγορά είναι μέτρια.

Για τον ανταγωνισμό μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων ισχύει:

- Υπάρχει συνεχής αύξησης της προσφοράς προγραμμάτων καλλιτεχνικής φιλοξενίας.
- Τα ποσοστά προγραμμάτων φιλοξενίας που εκπροσωπούνται από καταχωρημένη πλατφόρμα είναι υψηλά , με ποσοστό που φτάνει άνω του 60%.
- Δεν υπάρχουν καινοτόμες πρωτοβουλίες, οι υπηρεσίες που παρέχουν τα προγράμματα έχουν αρκετά κοινά στοιχεία και δεν διαφοροποιούνται σημαντικά.
- Οι υπάρχουσες πλατφόρμες δεν εκμεταλλεύονται τις καινούργιες τεχνολογίες και ακολουθούν ένα πιο παραδοσιακό στυλ.
- Οι μεγάλες πλατφόρμες απολαύουν αναγνώρισης από τους σχετιζόμενους φορείς αλλά και από τους εντεταλμένους θεσμούς της ΕΕ συγκροτώντας ισχυρές επωνυμίες.

Βάση των παραπάνω ο υπάρχων ανταγωνισμός υπολογίζεται ως μέτριος.

Για τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών ισχύει:

- Οι ενδιαφερόμενοι έχουν την δυνατότητα μέσω πλατφόρμας να βρουν το κατάλληλο πρόγραμμα και στη συνέχεια να στείλουν προσωπικό μήνυμα στην ίδια την σελίδα του καλλιτεχνικού προγράμματος , προσπερνώντας την πλατφόρμα.
- Τα προγράμματα καλλιτεχνικής κατοικίας δεν είναι ακόμα διαδεδομένα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Προγράμματα καλλιτεχνικής φιλοξενίας σε χώρες εξωτερικού δεν εντάσσονται σε ταξιδιωτικά πακέτα από πρακτορεία.

Βάση των παραπάνω η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών εκτιμάται μέτρια.

Για τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών ισχύει:

- Υπάρχουν πάνω από 1.500 προγράμματα καλλιτεχνικής φιλοξενίας παγκοσμίως (Alliance of Artists Communities,2012).
- Πλήθος προμηθευτών σε όλες τις περιπτώσεις. Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές έχουν πολλαπλασιαστεί, κρατώντας έτσι χαμηλά την διαπραγματευτική τους δύναμη .
- Αρκετές δομές καλλιτεχνικής φιλοξενίας έχουν την δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν τις δικές τους ιστοσελίδες σαν κανάλια. Με αυτόν το τρόπο όμως δεν υπάρχει προβολή σε ένα ευρύ κοινό.
- Δεν υπάρχει θέμα διαφοροποίησης για τις εταιρίες τεχνικής υποστήριξης , καθώς η πλειοψηφία των εταιρειών μπορεί να υποστηρίξει τεχνικά μια νέα πλατφόρμα.

Βάση των παραπάνω η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών είναι χαμηλή.

Απειλή υποκατάστατων προϊόντων ή υπηρεσιών:

- Οι μελετώμενες πλατφόρμες έχουν ως απειλή υποκατάστασης τις υπόλοιπες πλατφόρμες καλλιτεχνικού τουρισμού. Τις πιο σημαντικές εξ αυτών πλατφόρμες που παρέχουν συνδυασμό διαφορών μορφών καλλιτεχνικής κινητικότητας. Πέραν τις καλλιτεχνικής φιλοξενίας στα πλαίσια τις καλλιτεχνικής κινητικότητας εντάσσονται εκπαιδεύσεις, σεμινάρια, προγράμματα εκμάθησης, εκθέσεις. Ο συνδυασμός τους θα μπορούσε να αποτελέσει ισχυρά υποκατάστατα της καλλιτεχνικής φιλοξενίας.

Βάση του παραπάνω η απειλή υποκατάστατων είναι χαμηλή.

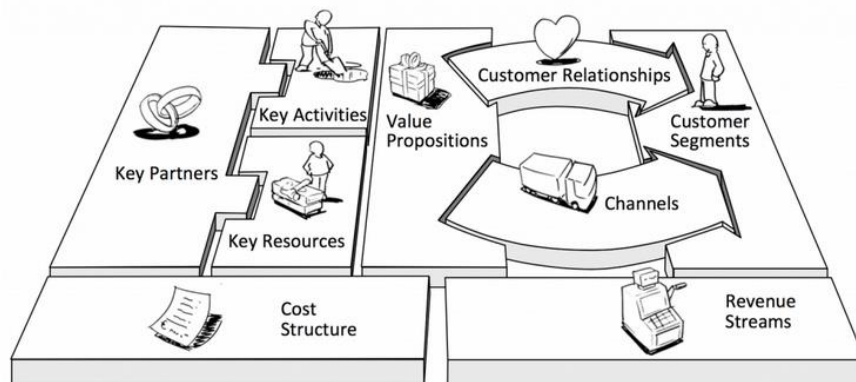
5.4. Κατάστρωση επιχειρηματικού μοντέλου

5.4.1. Το BMC σαν εργαλείο στρατηγικής

Μια από τις βασικότερες απαιτήσεις ενός στρατηγικού σχεδιασμού είναι η δημιουργία του επιχειρηματικού μοντέλου. Το επιχειρηματικό μοντέλο περιγράφεται ο τρόπος με τον οποίο η επιχείρηση δημιουργεί και προσφέρει αξίες. Αξίες όχι μόνο

οικονομικού μεγέθους αλλά κοινωνικού. Σύμφωνα με τη σχετική βιβλιογραφία, τα επιχειρηματικά μοντέλα αναφέρονται ως το προσχέδιο του τρόπου με τον οποίο μια επιχείρηση «επιχειρεί», δηλαδή περιγράφει την ολότητα του πως η επιχείρηση επιλέγει τους πελάτες της, προσδιορίζει και διαφοροποιεί τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της, προσδιορίζει τα αντικείμενα με τα οποία ασχολείται η ίδια και εκείνα που δίνει σε εξωτερικούς συνεργάτες, πως διαμορφώνει τους πόρους που έχει στη διάθεσή της καθώς και πως βγαίνει προς τα έξω στο περιβάλλον της για να γίνει χρήσιμη για τους πελάτες της και να επωφεληθεί από τα κέρδη της.

Ένα παράδειγμα επιχειρηματικού μοντέλου αποτελεί το Business Model Canvas το οποίο δημιουργήθηκε από τον Διδακτορικό φοιτητή του πανεπιστημίου της Λωζάννης Alexander Osterwalder και τον καθηγητή Yves Pigneur (Osterwalder *et al.*, 2005). Πρόκειται για μια οπτικοποιημένη παρουσίαση συνοπτικών στοιχείων και δεδομένων που περιγράφουν την αξία, την υποδομή, τους πελάτες και τα οικονομικά δεδομένα μιας επιχείρησης ή ενός προϊόντος.



Εικόνα 5-2 : Business Model Canvas (πηγή : <https://merlin-ict.eu/what-is-a-business-model-canvas/>)

5.4.2. Χρήση BMC (Business Model Canvas)

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> • Προγράμματα Καλλιτεχνικής Φιλοξενίας • Δίκτυα Προώθησης • Καλλιτέχνες • Αρμόδια Υπουργία • Εταιρίες παροχής τεχνικής υποστήριξης 	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη και συντήρηση ιστότοπου • Εξυπηρέτηση πελατών • Προώθηση της πολιτιστικής κοινότητας • Προβολή υλικού και εκδηλώσεων 	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία καλλιτεχνικής κοινότητας υψηλής προσβασιμότητας • Υποστήριξη σε καλλιτέχνες • Εύρεση προγραμμάτων • Προώθηση της πολιτιστικής κοινότητας • Διασφάλιση ποιότητας υπηρεσιών 	<ul style="list-style-type: none"> • Σχέσεις κατανόησης και εμπιστοσύνης με τους Key Partners • Αυτοματοποιημένες υπηρεσίες • Τμήμα εξυπηρέτησης πελατών • Ενότητα FAQ • Δημιουργία κοινότητας. 	<ul style="list-style-type: none"> • Επαγγελματίες Καλλιτέχνες • Φοιτητές Καλών Τεχνών • Ερασιτέχνες – Φιλότεχνοι
Key Resources			Channels	
<ul style="list-style-type: none"> • Χώρος στέγασης • IT Υποστήριξη • Καταρτισμένο προσωπικό διαχείρισης πλατφόρμας • Εδραιωμένο brand και αξιοπιστία στην αγορά της τέχνης. 			<ul style="list-style-type: none"> • Κοινωνικά δίκτυα • Ιστοσελίδες χώρων τέχνης • Εξειδικευμένες καλλιτεχνικές πλατφόρμες • ΜΚΟ που δραστηριοποιούνται στον καλλιτεχνικό χώρο 	
Cost Structure			Revenue Streams	
<ul style="list-style-type: none"> • Έξοδα τεχνικής υποστήριξης • Έξοδα Διαφημίσεων • Έξοδα Προσωπικού 			<ul style="list-style-type: none"> • Εγγραφές • Συνδρομές • Διαφημίσεις • Δανεισμός από επενδυτές και ιδρύματα • Χρηματοδότηση από κράτος ή ιδιώτες 	

Υποδομές

- Βασικοί Εταίροι (Key Partners)

Βασικοί εταίροι είναι όλο το δίκτυο συνεργατών και προμηθευτών που συμβάλουν στην ορθή λειτουργία του επιχειρηματικού μοντέλου. Για τις πλατφόρμες καλλιτεχνική φιλοξενίας είναι οι δομές καλλιτεχνικής φιλοξενίας με τους καλλιτέχνες που ενδιαφέρονται για προγράμματα πολιτιστικής φιλοξενίας. Βασικοί εταίροι είναι επίσης οι διάφορες οργανώσεις που προωθούν την τέχνη και το πολιτισμό, αρμόδιες υπηρεσίες Υπουργείων και όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για την λειτουργία τους, οι πλατφόρμες έχουν συνεργασία με εταιρείες τεχνολογιών για τη δημιουργία και την υποστήριξη των ιστοσελίδων τους.

- Βασικοί Πόροι (Key Resources)

Οι βασικοί πόροι είναι οι υποδομές που χρησιμοποιούνται για την δημιουργία αξίας στους πελάτες βάση του μοντέλου του Osterwalder. Οι πλατφόρμες για να λειτουργήσουν χρειάζονται υπολογιστές, server και άλλα ψηφιακά μέσα. Σε αυτές εργάζονται στην πλειοψηφία καταρτισμένοι developers και μηχανικοί που βοηθούν στο στήσιμο της πλατφόρμας και αναλαμβάνουν τη διεκπεραίωση των καθημερινών δραστηριοτήτων, την επικοινωνία με τους πελάτες και τους ιδιοκτήτες και συνολικά τη προώθηση των δράσεων ενίσχυσης της πολιτιστικής κινητικότητας. Οι υπάρχουσες πλατφόρμες χρησιμοποιούν την καλά εδραιωμένη επωνυμία τους στο κλάδο για τη προσέλκυση νέων καταχωρήσεων και την προώθηση των δραστηριοτήτων τους.

- Βασικές Δραστηριότητες (Key Activities)

Οι βασικές δραστηριότητες είναι το σύνολο των ενεργειών που πραγματοποιεί η επιχείρηση για την ορθή λειτουργία του επιχειρηματικού μοντέλου. Οι πλατφόρμες έχουν κεντρική δραστηριότητα την ανάπτυξη και συντήρηση της ιστοσελίδας τους σε συνδυασμό με την συνεχή βελτίωση του συστήματος εξυπηρέτησης πελατών. Παράλληλα συμπεριλαμβάνονται δραστηριότητες για την υποστήριξη του φαινομένου της καλλιτεχνικής φιλοξενίας μέσω της διοργάνωση εκδηλώσεων και εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων.

Πελάτες

- Κατηγορίες Πελατών (Customers Segment)

Οι κύριοι πελάτες των καλλιτεχνικών πλατφορμών είναι οι επαγγελματίες καλλιτέχνες και οι φοιτητές καλών τεχνών που αναζητούν απασχόληση ή ευκαιρίες καλλιτεχνικής εξέλιξης. Υπάρχουν όμως και ερασιτέχνες που συνδυάζουν ταξίδια σε ξένες χώρες με την εμπειρία μιας καλλιτεχνικής φιλοξενίας.

- Σχέσεις Πελατών (Customer Relationships)

Οι πλατφόρμες λειτουργούν με self-service μοντέλο με την εξυπηρέτηση και την επικοινωνία με τους πελάτες να αποτελούν προτεραιότητα. Σχέσεις με τους πελάτες αναπτύσσονται με τη δημιουργία κλίματος κοινότητας . Η δημιουργία κοινότητας αποτελεί βασική πρόταση αξίας των πλατφορμών και προσδίδει μακροπρόθεσμο ορίζοντα στις σχέσεις με τους πελάτες.

- Κανάλια(Channels)

Τα βασικά κανάλια προώθησης είναι τα κοινωνικά δίκτυα, ιστότοποι καλλιτεχνικού περιεχομένου και επιμέρους ιστοσελίδες χώρων τέχνης,. Η διαφήμιση είναι στοχευμένη και επιλέγεται διαφημιστικός χώρος σε ιστοσελίδες και έντυπα που έχουν απήχηση στην δημιουργική βιομηχανία. Οι περισσότερες πλατφόρμες διατηρούν λογαριασμούς σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, το Twitter, το Instagram και το LinkedIn.

Χρηματοροές

- Δομή Κόστους (cost structure)

Βάσει του μοντέλου BMC η δομή κόστους αφορά όλα τα μεταβλητά και σταθερά κόστη, τις οικονομίες κλίμακας και σκοπού που συνεπάγεται η λειτουργία ενός κλάδου ή μιας επιχείρησης.(Osterwalder et al, 2005). Στις καλλιτεχνικές πλατφόρμες οι βασικές δαπάνες διαμοιράζονται σε δαπάνες προσωπικού, τεχνικής υποστήριξης , υποδομών και διαφημίσεις. Στα έξοδα προσωπικού συμπεριλαμβάνονται τα ποσά για τη πρόσληψη μόνιμου προσωπικού και την εκπαίδευση τους. Η αγορά και η συντήρηση υπολογιστών προηγμένης τεχνολογίας, το αντίτιμο για τη χρήση

επαγγελματικών λογισμικών που χρησιμοποιούνται για την επιχειρησιακή τους δυνατότητα καθώς και τα κόστη μετεγκατάστασης σε υποδομές του cloud ανήκουν στα έξοδα τεχνικής υποστήριξης. Επιπλέον, οι πλατφόρμες είναι value driven επιχειρήσεις και δεσμεύουν δαπάνες για τη προώθηση τους μέσω διαφημιστικών εκστρατειών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά και σε άλλα μέσα.

- Ροές Εσόδων (Revenue Streams)

Ορισμένες πλατφόρμες επιλέγουν το μοντέλο συνδρομής για τις υπηρεσίες που παρέχουν και αποκομίζουν σημαντικά έσοδα. Συνδρομή μπορεί να υπάρχει και για τους καλλιτέχνες που θέλουν να δημιουργήσουν λογαριασμό στη πλατφόρμα και για τις επιχειρήσεις που θέλουν να ενταχθούν στην πλατφόρμα. Οι συνδρομές αποτελούν τη βασική πηγή εσόδων των επιχειρήσεων όσον αφορά την εκμετάλλευση των υπηρεσιών τους. Σύμφωνα με το Summary of Financial Report (Res Artis Finance, 2019) η πλατφόρμα Res Artis αποκόμισε το 77% των εσόδων της, από συνδρομές. Ένα τμήμα των εσόδων προέρχεται από διαφημίσεις αλλά και από υπηρεσίες εκπαίδευσης που προσφέρουν όπως και σεμινάρια. Η συνεισφορά αυτών ανέρχεται σε 1% και 16% αντίστοιχα. Επίσης, μπορεί να προκύψουν επιχορηγήσεις από ενωσιακά και εθνικά κονδύλια και οικονομική ενίσχυση από ιδρύματα και Μ.Κ.Ο. που προάγουν το πολιτισμό. Ιδιαίτερα σημαντική ροή εσόδων αποτελούν οι μεμονωμένες δωρεές από ιδιώτες.

- Προσφορά Αξίας (Value Proposition)

Η έννοια της πρότασης αξίας συνδέεται με τα οφέλη που ο πελάτης αποκομίζει από τις παρεχόμενες υπηρεσίες και προϊόντα (Ostewalder A., 2014). Μέσω των πλατφορμών δημιουργείται μια κοινότητα υψηλής προσβασιμότητας δίνονται ευκαιρίες σε καλλιτέχνες και καλλιτεχνικές δομές. Μειώνεται ο χρόνος τέλεσης των διαδικασιών εύρεσης και αίτησης σε προγράμματα καλλιτεχνικής φιλοξενίας και η εξυπηρέτηση των χρηστών γίνεται σε μεγάλο βαθμό εξατομικευμένα. Οι πλατφόρμες μεριμνούν για τη διασφάλιση ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών μέσω ενδεδειγμένων ελέγχων για την εξακρίβωση της ποιότητας των καταχωρήσεων.

6. Εναλλακτικές προτάσεις στρατηγικής για τις διεθνείς πλατφόρμες.

6.1. Η έννοια της ανάλυσης SWOT

Για να διαμορφωθεί η μακροπρόθεσμη στρατηγική της επιχείρησης πρέπει πρώτα να αναγνωριστούν και να αποτυπωθούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία μίας επιχείρησης σε σχέση με τον ανταγωνισμό καθώς και οι ευκαιρίες και απειλές που διαφαίνονται στο επιχειρησιακό της περιβάλλον. Η αποτύπωση αυτή είναι ευρέως γνωστή ως ανάλυση SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats Analysis). Έκανε την εμφάνιση της στη δεκαετία του 1960 με έναν από τους σημαντικότερους θεμελιωτές της να είναι ο Kenneth R. Andrews με έργο του The Concept of Corporate Strategy (1971).

Πιο συγκεκριμένα, μέσω της ανάλυσης SWOT μπορούν να εντοπιστούν τα δυνατά σημεία της επιχείρησης, να γίνουν επενδύσεις πάνω σε αυτά και να αξιοποιηθούν οι μελλοντικές ευκαιρίες που θα παρουσιαστούν. Δίνετε η δυνατότητα προσδιορισμού των απειλών και των κινδύνων που θα παρουσιαστούν. Μειώνοντας έτσι σημαντικά το ρίσκο κατά την διαδικασία λήψης αποφάσεων. Σκοπός είναι η αποτελεσματική και ταυτόχρονη ενίσχυση των στοιχείων εσωτερικού δυναμισμού του οργανισμού-επιχείρησης και των ευκαιριών που προσφέρει το εξωτερικό περιβάλλον, με προσπάθειες εξάλειψης ή ελαχιστοποίησης των εσωτερικών αδυναμιών και αντιμετώπισης των απειλών, που προέρχονται από το εξωτερικό περιβάλλον (Βαγιάννη et al., 2003).

6.2. Χρήση ανάλυσης SWOT για τις διεθνείς πλατφόρμες Δυνάμεις

- Τα προγράμματα καλλιτεχνικής φιλοξενίας προσφέρουν πληθώρα υπηρεσιών

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση των υπηρεσιών που προσφέρουν οι δομές φιλοξενίας. Διοργανώνονται workshops, εκδηλώσεις όπως φεστιβάλ και ομιλίες, εκθέσεις με τα έργα που δημιουργήθηκαν κατά τη διάρκεια της κατοικίας. Παράλληλα, μετά το πέρας της πανδημίας Covid-19 υπάρχουν και virtual residencies με τις υπηρεσίες τους να γίνονται ψηφιακά.

- **Χρήση του διαδικτύου για την εύρεση προγραμμάτων**

Οι καλλιτέχνες χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό το διαδίκτυο για την εύρεση του κατάλληλου προγράμματος καλλιτεχνικού τουρισμού. Ο αριθμός των επισκέψεων στις πλατφόρμες αυξάνεται συνεχώς, ξεπερνώντας τους ένα εκατομμύριο ετησίως. Μετά από έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 65% των ανδρών και το 57% των γυναικών επιθυμεί να ενημερώνεται για τα διαθέσιμα προγράμματα μέσω διαδικτύου. (On the move,2013)

- **Χαμηλό κόστος λειτουργίας των πλατφορμών**

Το κόστος λειτουργίας των πλατφορμών είναι αρκετά χαμηλό. Δεν παράγουν και δεν διατηρούν απόθεμα οπότε το μεγαλύτερο μέρος από τα κόστη αφορά την μισθοδοσία και την τεχνολογική υποστήριξη. Εξαιτίας της μικρής ανάπτυξης των περισσότερων πλατφορμών τα κόστη εξαγοράς παραμένουν και αυτά χαμηλά.

- **Μεγάλο γεωγραφικό πεδίο δραστηριοποίησης**

Οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες έχουν την επιλογή να δραστηριοποιηθούν σε όποια χώρα του κόσμου επιθυμούν . Υπάρχουν καταγραφές σε πάνω από 70 χώρες , σε όλους τις ηπείρους.

Οι γεωγραφικές περιοχές έντονης δραστηριοποίησης των πλατφορμών είναι η Ευρώπη και η Βόρειος Αμερική .Στις συγκεκριμένες περιοχές υπάρχει και έντονη δραστηριοποίηση προγραμμάτων όποτε επιτυγχάνεται εξισορρόπηση της προσφοράς με τη ζήτηση

Αδυναμίες

- **Υποτονική Παρουσία στα Social Media**

Οι πλατφόρμες δε χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τα Social Media για την προβολή τους. Παρόλο που οι περισσότερες πλατφόρμες διατηρούν λογαριασμούς σε σελίδες υψηλής επισκεψιμότητας , όπως Facebook, Twitter, Instagram και LinkedIn, δεν αξιοποιείται σωστά η δυναμική τους. Με την ίδρυση ειδικού τμήμα μάρκετινγκ θα γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες για την εναρμόνιση με τα σύγχρονα κανάλια προώθησης.

- **Οικονομικές δυσκολίες επισκεπτών**

Οι δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι στον δημιουργικό τομέα είναι γεγονός, με τους περισσότερους να αντιμετωπίζουν μόνιμα οικονομικά προβλήματα. Σύμφωνα με έρευνα, οι επαγγελματίες στον καλλιτεχνικό τομέα στην Ευρωπαϊκή Ένωση που αυτοαπασχολούνται είναι σε ποσοστό 32 % ενώ ο Ευρωπαϊκός μέσος όρος για όλα τα επαγγέλματα είναι 14% .

- **Αδυναμία διασφάλισης ποιότητας.**

Η δυνατότητα διασφάλισης ποιότητας των προγραμμάτων καλλιτεχνικής φιλοξενίας από τις πλατφόρμες είναι δύσκολο να επιτευχθεί πλήττοντας έτσι την αξιοπιστία τους. Οι πλατφόρμες δεν πραγματοποιούν ελέγχους για τη διαπίστωση της ακρίβειας των στοιχείων που είναι υπό προβολή στην ιστοσελίδα τους και δεν υπάρχει η δυνατότητα αξιολόγησης από τους επισκέπτες. Η πληροφόρηση που δέχονται από τους πελάτες προέρχεται μόνο από καταγγελίες για προγράμματα που δεν ανταποκρίνονταν στις καταχωρήσεις

- **Ελλιπής διασύνδεση των προγραμμάτων με άλλες μορφές κινητικότητας**

Τα προγράμματα καλλιτεχνικής τουρισμού αποτελούν τις πλέον διαδεδομένες δομές πολιτιστικής δραστηριότητας. Τα προγράμματα θεμελιώνονται στους ίδιους πυλώνες με τις υπόλοιπες δομές και οι επισκέπτες τους αναζητούν ευκαιρίες και για άλλες μορφές πολιτιστικής κινητικότητας, για παράδειγμα πολιτιστικών εκδηλώσεων, αγγελιών, υποτροφιών και εκθέσεων.

Ευκαιρίες

- **Αύξηση ενδιαφέροντος για την καλλιτεχνική φιλοξενία**

Με την εδραίωση του διαδικτύου παρατηρείται μια σταθερή και αυξανόμενη τάση στη προσφορά των προγραμμάτων καλλιτεχνικής φιλοξενίας. Έχει παρατηρηθεί αύξηση των προγραμμάτων τόσο στις ήδη εδραιωμένες αγορές όπως είναι η Γαλλία, η Γερμανία και οι Σκανδιναβικές χώρες αλλά και είσοδος προγραμμάτων από νέες αγορές όπως η Ελλάδα, η Ιταλία και χώρες της Αν. Ευρώπης.

- **Νέες λειτουργίες ηλεκτρονικών πλατφορμών.**

Οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες καλλιτεχνικού τουρισμού αναπτύσσουν συνεχώς τις λειτουργίες που παρέχουν. Αξιοποιώντας τις νέες δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία επεκτείνονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι πληρωμές μέσω διαδικτύου καθίστανται ασφαλείς και αξιόπιστες, προκαλείτε έτσι αίσθημα ασφάλειας και όλο και περισσότεροι χρήστες κάνουν διαδικτυακές συναλλαγές. Επίσης, γίνεται εμφάνιση νέων δυνατοτήτων που αφορούν Crowdfunding, συνδιαχείρισης πόρων και Crowdsourcing υπηρεσίες.

- **Εμπορευματοποίηση της δημιουργικής βιομηχανίας.**

Η UNSECO έχει αναλάβει μια σειρά δράσεων με σκοπό τη δημιουργία ενός σύγχρονου μοντέλου αγοράς στον πολιτισμό θέτοντας σε προτεραιότητα την αξιοποίηση του δημιουργικού τομέα. Βέβαια, η εμπορευματοποίηση της δημιουργικής βιομηχανίας έρχεται σε αντίθεση με τον κοινωνικό και δημιουργικό χαρακτήρα των προγραμμάτων και αντιμετωπίζεται εχθρικά από τα εμπλεκόμενά μέρη.

- **Ευαισθητοποίηση σε περιβαλλοντικά ζητήματα.**

Τα περισσότερα προγράμματα καλλιτεχνικού τουρισμού χαρακτηρίζονται από τον περιβαλλοντικό τους χαρακτήρα. Η στάση αυτή αποτελεί κίνητρο για πολλούς καλλιτέχνες για την επιλογή των προγραμμάτων. Παράλληλα, υπάρχουν ευρωπαϊκά προγράμματα που χρηματοδοτούν επιχειρήσεις χωρίς αποτύπωμα στον δημιουργικό τομέα.

Απειλές

- **Χρηματοδότηση από Ευρωπαϊκή Ένωση**

Τα χρηματοδοτικά προγράμματα που προσφέρουν ενίσχυση στην πολιτιστική κινητικότητα χαρακτηρίζονται από μια περιοδικότητα. Δεν αποτελεί παγιωμένη πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης και έτσι δημιουργείται ένα κλίμα ανασφάλειας. Με την διακοπή ή και μείωση αυτών των όρων θα δημιουργηθούν ισχυρά εμπόδια στην άνθιση, ίσως και την επιβίωση μιας πλατφόρμας.

- **Είσοδος τουριστικών επιχειρήσεων**

Τα τελευταία χρόνια έχει γίνει εισαγωγή στην αγορά τουριστικών επιχειρήσεων που απευθύνονται σε καλλιτέχνες. Συγκεκριμένα, η πλατφόρμα Airbnb παρέχει πλέον την επιλογή για ενοικίαση studio και καταλυμάτων που απευθύνονται σε καλλιτέχνες. Επίσης, έχουν αυξηθεί οι δομές φιλοξενίας στην Ευρώπη και στην Αμερική που απευθύνονται αποκλειστικά σε καλλιτέχνες.

6.3. Προτάσεις εναλλακτικής στρατηγικής για τις διεθνείς πλατφόρμες Ανάπτυξη υπηρεσιών πληθοπορισμού (Crowdsourcing).

Τα μοντέλα Crowdfunding χρησιμοποιούνται κατά κόρον στο χώρο της πολιτιστικής βιομηχανίας ως αντίμετρο στο διαχρονικό πρόβλημα της υποχρηματοδότησης που αντιμετωπίζουν καλλιτέχνες και χώροι τέχνης. Πρόκειται για μια ανοικτή πρόσκληση σε ένα άγνωστο πλήθος ατόμων που συγκεντρώνει αυτούς που είναι οι πιο ικανοί για να αναλάβουν καθήκοντα, να λύσουν προβλήματα και να συνεισφέρουν με τις πλέον σχετικές και φρέσκες ιδέες (Jeff Howe, 2006). Οι πλατφόρμες αξιοποιώντας την απήχηση που έχουν σε ανθρώπους που δραστηριοποιούνται στην καλλιτεχνική αγορά και με δεδομένη την ήδη εδραιωμένη επωνυμία τους στον τομέα, προσφέρουν μία εξαιρετική βάση για ανάπτυξη τμήματος πληθοπορισμού. Σαν αποτέλεσμα θα αυξηθεί περαιτέρω η κινητικότητα των καλλιτεχνών ενώ ταυτόχρονα θα βοηθηθούν επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν προβλήματα βιωσιμότητας.

Υπηρεσίες Συνδιαχείρισης Πόρων

Το μεγαλύτερο μέρος των εξόδων των επιχειρήσεων καλλιτεχνικού τουρισμού αφορά έξοδα εγκαταστάσεων και υλικών. Με την υιοθέτηση ενός μοντέλου Συνδιαχείρισης Πόρων τα κόστη αυτά θα μπορούσαν να μειωθούν. Το μοντέλο αυτό θα φανεί αρκετά χρήσιμο σε δομές φιλοξενίας που διαθέτουν ακριβό εξοπλισμό. Όχι μόνο θα μειωθούν τα κόστη λειτουργίας και ο χρόνος αδράνειάς του εξοπλισμού αλλά θα μπορούν να επεκταθούν και οι πηγές εσόδων μέσω προμηθειών από τις υπηρεσίες συνδιαχείρισης. Επιπροσθέτως, καρποφορεί το έδαφος για μελλοντικές

συνεργασίες καθώς έρχονται κοντά επαγγελματίες της τέχνης και επιχειρηματίες με κοινά ενδιαφέροντα.

Υπηρεσίες Αξιολόγησης

Τα καλλιτεχνικά προγράμματα τουρισμού παρέχουν τη χρήση εξοπλισμού, εγκαταστάσεων, καταλυμάτων, προγραμμάτων εκπαίδευσης και μια άλλη σειρά από παροχές και υπηρεσίες. Θα μπορούσε όταν ο επισκέπτης ολοκληρώσει το πρόγραμμα ή την υπηρεσία που παρακολούθησε να έχει την επιλογή να αξιολογήσει την εμπειρία του και να γράψει την κριτική του. Με αυτό τον τρόπο βελτιώνεται η διασφάλιση της ποιότητας και απόκτα μεγαλύτερη αξία η πλατφόρμα. Παράλληλα, προστατεύει τους καλλιτέχνες από προγράμματα μη αποδεκτά που μέχρι πρότινος δεν είχαν αξιολογηθεί σωστά.

Ενσωμάτωση λογισμικού διαχείρισης στις πλατφόρμες

Η ενσωμάτωση λογισμικών διαχείρισης στις πλατφόρμες θα επιτρέπει τον εντοπισμό και την διαχείριση δυνητικών επισκεπτών, ενώ θα ακολουθεί αυτοματοποιημένη επικοινωνία μαζί τους. Τέτοιους είδους λογισμικά, όπως το Pipedrive και το Monday, αξιοποιούν πληροφορίες από το διαδίκτυο και από βάσεις δεδομένων και οδηγούνται στην εύρεση υποψηφίων. Μειώνεται ο χρόνος εύρεσης καλλιτεχνών, γίνεται στοχευμένη διαφήμιση μέσω των social media και καταγράφονται στατιστικά στοιχεία που αφορούν την αγορά. Με αυτό τον τρόπο θα βελτιωθούν οι επιχειρησιακές διαδικασίες και γενικότερα θα παραχθεί προστιθέμενη αξία για τις πλατφόρμες.

Σχεδιασμός εφαρμογών για Smartphones

Δεδομένου της τεχνολογικής εξέλιξης και της ευρείας χρήσης των Smartphones η δημιουργία εφαρμογών για κινητά Android και iOS αποτελεί ζητούμενο. Αποτυπώνοντας τις λειτουργίες των πλατφορμών σε μια εφαρμογή θα οδηγήσει σε πιο εύκολη και άμεση χρήση τους. Πιο συγκεκριμένα, λειτουργίες όπως η υποβολή αιτήσεων, ηλεκτρονικές κρατήσεις, έλεγχος διαθεσιμότητας, επικοινωνία

επισκεπτών με διοργανωτές, αξιολογήσεις και δυναμικές στρατηγικές αναπτύξεις θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν μέσω των πλατφορμών.

Ανάπτυξη εφαρμογής e-shop

Σχεδόν όλα τα προγράμματα καλλιτεχνικής κινητικότητας χρησιμοποιούν ειδικό εξοπλισμό και χρειάζονται προμήθειες εικαστικών υλικών για την παραγωγή έργου. Αυτό αποτελεί μια χρονοβόρα διαδικασία καθώς δεν υπάρχουν ηλεκτρονικά καταστήματα ή συμβατικά που να μπορούν να καλύψουν συγκεντρωτικά τις ανάγκες των επιχειρήσεων. Με την δημιουργία ενός e-shop μέσα από την πλατφόρμα θα μπορούσε να είναι στη διάθεση των καλλιτεχνών και των επιχειρήσεων όλος ο απαραίτητος εξοπλισμός που χρειάζονται. Επιπλέον, θα μπορούσαν τα έργα που δημιουργούνται κατά τη διάρκεια του προγράμματος φιλοξενίας και θα τεθούν προς πώληση, να προωθηθούν μέσω του e-shop της πλατφόρμας.

Στρατηγικές Μάρκετινγκ και Social Media

Παρατηρείται έλλειψη τμήματος μάρκετινγκ στον υπάρχον μοντέλο. Δεν γίνεται σωστή αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων για την προώθηση της λειτουργίας τους, οι ενέργειες που γίνονται εκλείπουν στρατηγικής και δυναμικότητας. Υπάρχουν πλατφόρμες που έχουν αποκλειστικά καλλιτεχνικό περιεχόμενο και χρησιμοποιούνται ευρέως για την ενημέρωση για πολιτιστικά δρώμενα αλλά και για εύρεση επαγγελματικών ευκαιριών. Απευθύνονται σε εκατομμύρια χρήστες, και θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην διαφήμιση των προγραμμάτων μέσω φωτογραφιών, βίντεο των δράσεων που προσφέρουν καθώς και των έργω τέχνης. Κάποιο παραδείγματα εξειδικευμένων Social Media είναι τα Instagram, Pinterest, Canva, Behance και Ello.

Ψηφιακά Προγράμματα καλλιτεχνικής φιλοξενίας

Με το πέρας της πανδημίας Covid-19, τα ψηφιακά μέσα εντάχθηκαν στην καθημερινότητα των ανθρώπων και τα προγράμματα καλλιτεχνικού τουρισμού πρέπει να προσπαθήσουν αν ευθυγραμμιστούν με αυτή την πραγματικότητα. Τα προγράμματα χρησιμοποιώντας ψηφιακά μέσα για την παροχή των υπηρεσιών τους δε θα υποχρεώνουν τους καλλιτέχνες να βρίσκονται σε μια συγκεκριμένη

εγκατάσταση. Με την αξιοποίηση των τεχνολογικών λειτουργιών μπορούν να συστηθούν ομάδες μέσω Zoom για την παρακολούθηση εκθέσεων, εκπαιδύσεων, ομιλιών, εργαστηρίων αλλά και να παραχθούν έργα μέσω πλατφορμών όπως Mozilla hub , Bomomo και Krita.

7. Επενδυτική Προοπτική ίδρυσης πλατφόρμας χώρων τέχνης στην Ελλάδα

7.1. Ανάλυση PEST για τις προοπτικές δημιουργίας.

Η ανάλυση PEST αποτελεί ένα χρήσιμο στρατηγικό εργαλείο μάρκετινγκ για την περιγραφή του εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης. Παρακάτω θα γίνει ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα.

Πολιτικό Περιβάλλον:

- Σταθερότητα πολιτικού συστήματος.
- Θεσμοθετημένο οκτάωρο και πλαίσιο τηλεργασίας.
- Αστάθεια φορολογικής πολιτικής με τάση μείωσης του ισχύοντος συντελεστή.
- Έχει θεσμοθετηθεί νομοσχέδιο για την προστασία των καταναλωτών, της διαφάνειας και της φροντίδας ανταγωνισμού. Ονομάζεται Digital Services Act.
- Η EU Observatory on the Online Platform Economy είναι η εποπτεύουσα αρχή των ηλεκτρονικών πλατφορμών.
- Δεν υπάρχει περιορισμός ως προς το είδος της επιχείρησης, για παράδειγμα ΙΚΕ, ΕΠΕΠ, Μονοπρόσωπη.

Κοινωνικό Περιβάλλον:

- Οι καλλιτέχνες στην Ελλάδα αντιμετωπίζουν σημαντικά οικονομικά προβλήματα.
- Πολύ χαμηλή πολιτιστική συμμετοχή της Ελλάδας σε πολιτιστικά δρώμενα.
- Υπάρχει στήριξη από ιδιωτικά ιδρύματα , πχ Onassis Foundation, σε εγχώρια προγράμματα,
- Οι Έλληνες καταναλωτές έχουν πολυκαναλική συμπεριφορά.
- Καλλιτέχνες από τη Δυτική κι Βόρεια Ευρώπη είναι πιο ανοιχτοί στις μετακίνησης.

- Σε προγράμματα καλλιτεχνικού τουρισμού συμμετέχουν επί των πλείστων αυτοαπασχολούμενοι, άνεργοι ή φοιτητές.

Τεχνολογικό Περιβάλλον:

- Μεγάλη αύξηση της πρόσβασης σε διαδικτυακές πλατφόρμες.
- Η δημιουργία πλατφόρμας έχει χαμηλό κόστος.
- Ποικιλία σε επιλογές λογισμικών και καταρτισμένων επαγγελματιών στο χώρο της τεχνολογίας.
- Χαμηλό κόστος προμήθειας σε ηλεκτρονικές αγορές και πληρωμές.
- Αποτελεσματικό ρυθμιστικό πλαίσιο υπηρεσιών πληρωμής.
- Το ποσοστό χρηστών ψηφιακών πλατφορμών είναι χαμηλότερο σε σχέση με το μέσο ευρωπαϊκό όρο που είναι 72%.

Οικονομικό Περιβάλλον:

- Υπάρχει για τάση μείωσης του πληθωρισμού και αύξησης του κατώτατου μισθού .
- Υψηλό κόστος διαδικτύου
- Μέσω της Elevate Greece διατίθενται προγράμματα για νέες επιχειρήσεις.
- Απλοποιημένοι κανόνες του ΦΠΑ για μικρές και νέες επιχειρήσεις
- Μία στις δύο μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχει κάποιου είδους οφειλή σε εφορία, ασφαλιστικά ταμεία, προμηθευτές, τράπεζες .
- Η συνεισφορά του ευρύτερου πολιτιστικού τομέα στο ΑΕΠ υπολογίζεται στο 3% του ΑΕΠ (Μενδώνη,2020).

7.2. Ανάλυση SWOT για τις προοπτικές δημιουργίας.

Η ανάλυση SWOT είναι ένας σημαντικό εργαλείο για τη διαπίστωση της προοπτικής των δυνητικών επενδύσεων σε ένα κλάδο. Στο πλαίσιο της αγοράς της καλλιτεχνικής φιλοξενίας στην Ελλάδα, η ανάλυση SWOT προσφέρει χρήσιμες πληροφορίες για την ελκυστικότητα και τη βιωσιμότητα μιας επένδυσης σε ψηφιακά μέσα.

Στην εφαρμογή της ανάλυσης SWOT επιχειρείται να εντοπιστούν όλες οι κρίσιμες πληροφορίες για το εξωτερικό και εσωτερικό περιβάλλον μίας δυνητικής

πλατφόρμας. Η εφαρμογή της αντιμετωπίζει μεθοδολογικές δυσκολίες καθώς παρατηρείται πώς σε πραγματικές συνθήκες ο χαρακτηρισμός των ευκαιριών, δυνάμεων, αδυναμιών και απειλών ενός κλάδου, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την υπάρχουσα θέση του οργανισμού που την πραγματοποιεί.

Για την περίπτωση της αγοράς καλλιτεχνικής φιλοξενίας, λαμβάνεται ως θέση εκπόνησης της SWOT, ένας ενδεχόμενος επενδυτής που σταθμίζει τις επιλογές του για δημιουργία ψηφιακής πλατφόρμας καλλιτεχνικού τουρισμού στην Ελλάδα. Τα δεδομένα που παρατίθενται στο πλαίσιο της εφαρμογής αφορούν το περιβάλλον και το ανταγωνισμό σε υψηλό επίπεδο, καθώς μια λεπτομερής ανάλυση των επενδυτικών συνθηκών ξεπερνά την αποστολή της εργασίας και αποτελεί ρίσκο για την χάραξη ενός Business Plan. Σκοπός της εφαρμογής είναι μία πρώτη αποτίμηση της επενδυτικής ελκυστικότητας του κλάδου, η οποία μπορεί δυνητικά να επεκταθεί.

Δυνάμεις

- **Η απουσία ανταγωνιστικής πλατφόρμας που να λειτουργεί «εντός των τοίχων».**

Η Ελλάδα στερείται την ύπαρξη μιας διαδικτυακής πλατφόρμας διασύνδεσης όλων των προγραμμάτων καλλιτεχνικής φιλοξενίας. Η απουσία μιας τέτοιας πλατφόρμας στον εγχώριο ανταγωνισμό γίνεται όλο και πιο αισθητή καθώς η ανάγκη προώθησης των προγραμμάτων μεγαλώνει. Η ύπαρξη μιας συγκεντρωτικής ηλεκτρονικής πλατφόρμας όχι μόνο θα βοηθούσε στην προώθηση των προγραμμάτων στο δίκτυο των καλλιτεχνών αλλά θα παρέχεται στις επιχειρήσεις και στους καλλιτέχνες συμβουλευτικές υπηρεσίες και υποστήριξη. Επιπλέον, θα υπάρχει μια συλλογική εκπροσώπηση όταν γίνονται επαφές με θεσμικούς φορείς.

- **Μείωση κόστους δημιουργίας πλατφόρμας.**

Οι συνθήκες για επιχειρηματικές επενδύσεις είναι πλέον βελτιωμένες και υπάρχει πρόσφορο έδαφος για χρηματοδοτήσεις. Επιπλέον, λόγω της διάδοσης των ηλεκτρονικών πλατφορμών πάσης φύσεως, τα κόστη προγραμματισμού, παραγωγής και παρακολούθησης έχουν μειωθεί δραστικά, καθιστώντας την δημιουργία τέτοιων

σύνθετων ιστοσελίδων μία επιχειρηματική κίνηση που έχει πολύ μικρότερο επενδυτικό ρίσκο σε σχέση με το παρελθόν. Η δημιουργία μίας ηλεκτρονικής πλατφόρμας δεν απαιτεί υψηλό βαθμό εξειδίκευσης και πλέον συναντάται επαρκής αριθμός Ελλήνων προγραμματιστών που μπορούν να φέρουν εις πέρας μία τέτοια προσπάθεια σε σύντομο χρόνο και με εγγυημένα αποτελέσματα.

- **Εδραιωμένος πολιτιστικός τουρισμός.**

Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς για τουρίστες με πολιτιστικό ενδιαφέρον. Λόγω της πολιτιστικής της παράδοσης, οι επισκέπτες επιδιώκουν επαφή με τις πολιτιστικές δομές. Χαρακτηριστικά το 63% των τουριστών που επισκέπτεται την Ελλάδα παρακολουθεί τουλάχιστον ένα πολιτιστικό δρώμενο. Οι επισκέπτες στα μουσεία της χώρας συνεχώς και αυξάνονται. Παράλληλα τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση του ενδιαφέροντος για τη σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή με το Φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου να συγκεντρώνει πλήθος καλλιτεχνών και επαγγελματιών του δημιουργικού τομέα. Το επίκεντρο του ενδιαφέροντος των επισκεπτών για τις σύγχρονες μορφές τέχνης συγκεντρώνει η Αθήνα, η οποία από πλήθος δημοσιευμάτων στον εξειδικευμένο τύπο, χαρακτηρίζεται ως ένας παγιωμένος πολιτιστικός προορισμός.

Αδυναμίες

- **Η παρουσία των διεθνών ανταγωνιστών**

Βασική αδυναμία των πλατφορμών καλλιτεχνικής φιλοξενίας στον εγχώριο χώρο αποτελεί η σύγκριση τους με τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα. Οι δύο διεθνείς πλατφόρμες που λειτουργούν έχουν συνδέσει αναπόσπαστα τη λειτουργία τους με το φαινόμενο της καλλιτεχνικής φιλοξενίας. Άνοιξαν τον δρόμο προς την ανάπτυξη της καλλιτεχνικής κινητικότητας, με συνέδρια στα οποία συμμετείχαν όλοι οι συμβαλλόμενοι που συνθέτουν την αλυσίδα δραστηριοποίηση των προγραμμάτων και πλέον αναγνωρίζονται ως το κατεξοχήν βήμα προώθησης από τους ιδιοκτήτες, τους επισκέπτες, τους χρηματοδότες και τους ερευνητές. Βάση της έρευνας συνολικά το 95% των

προγραμμάτων στην Ελλάδα εκπροσωπούνται είτε από την πλατφόρμα ResArtis είτε από την Transartists.

- **Μικρό μέγεθος Αγοράς για δημιουργία πλατφόρμας**

Λόγω της περιορισμένης δραστηριοποίησης των καλλιτεχνικών πλατφορμών φιλοξενίας στην Ελλάδα αντιμετωπίζουν προβλήματα βιωσιμότητας. Η αγορά στην Ελλάδα μπορεί να αναπτύσσεται συνεχώς αλλά παραμένει να είναι μικρή σε μέγεθος με ρυθμούς αύξησης που παρουσιάζουν κάμψη, επιδεικνύοντας τη συστημική δυσκολία ανάπτυξης της αγοράς σε επίπεδα χωρών .Αυτό αποτελεί αδυναμία καθώς οι ψηφιακές πλατφόρμες παράγουν αξία βάσει του αριθμού των επισκεπτών και προμηθευτών που διαθέτουν.

- **Επιφυλακτικότητα απέναντι στις κερδοσκοπικές πρωτοβουλίες**

Τα προγράμματα καλλιτεχνικής φιλοξενίας δημιουργήθηκαν για την ανάπτυξη και εκκόλαψη της καλλιτεχνικής ζωής. Η ιδέα δημιουργήθηκε και εξελίχθηκε από μεγάλα ιδρύματα, ακαδημαϊκά, κοινωφελή αλλά και πατρόνες της τέχνης . Κοινός πυρήνας ήταν η ανιδιοτελής αγάπη για τη τέχνη και έτσι ο χαρακτήρας ήταν μη κερδοσκοπικός . Στη πορεία όμως, παρατηρήθηκε μια κερδοσκοπική στροφή που δημιούργησε καχυποψία σε ανθρώπους της τέχνης. Οι παραδοσιακοί υποστηρικτές των προγραμμάτων δεν επιδιώκουν τη μετατροπή των επιχειρήσεων τους σε εμπορεύσιμα αγαθά και μία εφαρμογή που θα λειτουργεί σαν πλατφόρμα κρατήσεων αποτελεί ένα ρηξοκίνδυνο εγχείρημα.

Ευκαιρίες

- **Τα προγράμματα Ευρωπαϊκού Περιφερειακού Ταμείου Ανάπτυξης**

Υπάρχουν προγράμματα του Ευρωπαϊκού Περιφερειακού Ταμείου Ανάπτυξης Υπουργείου Πολιτισμού που ενισχύουν και χρηματοδοτούν πολιτιστικές δράσεις. Πιο συγκεκριμένα, δαπανήθηκαν 516 εκατομμύρια ευρώ σε 636 έργα την περίοδο 2007-2013 , 221 εκατομμύρια ευρώ σε 182 έργα την περίοδο 2014-2020 και σύμφωνα με το Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού για το 2021 – 2027 στο στόχαστρο του αναπτυξιακού προγράμματος τοποθετείται ο Πολιτιστικός Τουρισμός.

Ο πολιτιστικός τουρισμός φέρεται να είναι αποδοτικός για την ελληνική οικονομία καθώς αποτελεί τομή δύο καίριων κλάδων. Βάσει του σχεδιασμού που υλοποιείται με την αρωγή του ΣΕΤΕ και του IOBE ο πολιτιστικός τουρισμός αναδεικνύεται ως κρίσιμης σημασίας για την ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας και εξ' αυτού προγραμματίζεται αύξηση των κονδυλίων. Συνοπτικά, η διάθεση των κονδυλίων :

- Προγράμματα Έρευνας – Καινοτομίας -40 εκ. ευρώ.
- Προγράμματα ψηφιοποίησης-80 εκ. ευρώ.
- Δράση για την κινητικότητα καλλιτεχνών - 20 εκ. ευρώ
- Ανάπτυξη του φαινομένου στην ευρύτερη περιοχή
- Ανάπτυξη της καλλιτεχνικής φιλοξενίας στη Βαλκανική

Απειλές

- **Πρωτοβουλία δημιουργίας πλατφόρμας από τις επιχειρήσεις καλλιτεχνικής φιλοξενίας**

Εξαιτίας του μικρού μεγέθους της αγοράς αλλά και της κουλτούρας συνεργασιών που επικρατεί στον καλλιτεχνικό κόσμο είναι πιθανή η προσπάθεια επικοινωνίας και συνεργασίας των προγραμμάτων καλλιτεχνικής φιλοξενίας, με σκοπό τη δημιουργία δικτύου διασύνδεσης και προώθησης του αγαθού τους. Μια τέτοια εξέλιξη είναι πιθανή και έχει παρατηρηθεί σε χώρες όπως η Ολλανδία, η Ελβετία, η Κίνα και η Σουηδία, καθώς όταν το μέγεθος της αγοράς είναι μικρό οι επαγγελματίες προτιμούν τις μικρής κλίμακας συνεργασίες που ίδιοι μπορούν να ελέγχουν. Η πρωτοβουλία δημιουργίας ενός οργάνου από τις ίδιες τις επιχειρήσεις είναι ένα φυσικό επόμενο, καθώς πλέον έχουν αποκτήσει ένα μέγεθος ως αγορά που θα τους επιβάλλει τη συνεργασία με άλλους κλάδους, όπως τον τουριστικό, θα απαιτήσουν αναγνώριση από τα κρατικά όργανα του πολιτισμού και θα αναλάβουν δράσεις για τη προώθησή τους και μία δική τους πλατφόρμα δίνει τη δυνατότητα μεγαλύτερης επιρροής στους ιδιοκτήτες.

- **Διακοπή Ευρωπαϊκών προγραμμάτων – Στροφή Ευρωπαϊκών προτεραιοτήτων**

Η Ευρωπαϊκή Ένωση ενισχύει εμπράκτως τις προσπάθειες που σχετίζονται με την καλλιτεχνική κινητικότητα με ειδική μέριμνα για πλατφόρμες διασύνδεσης και διακρατικής συνεργασίας. Συγκεκριμένα, τα προγράμματα της *Δημιουργικής Ευρώπης* από τα οποία αντλείται η βοήθεια εισήχθησαν για πρώτη φορά το 2014 με σκοπό της στρέψη πολιτιστικού περιεχομένου προς την ψηφιοποίηση και την καλλιτεχνική κινητικότητα. Τα προγράμματα αυτά και η στήριξη των πλατφορμών δεν αποτελούν παγιωμένη πολιτική στον πολιτιστικό τομέα. Η περιοδική διακοπή ή ακόμα και η μείωση της χρηματοδοτικής προσφοράς της ΕΕ προς τις πλατφόρμες, θα δημιουργήσει ισχυρά εμπόδια στην άνθιση, ίσως και την επιβίωση μιας πλατφόρμας. Συνολικά, η αβεβαιότητα που χαρακτηρίζει τη διάθεση των πακέτων καθώς και η ασταθής πολιτική της Ευρώπης στα πολιτιστικά ζητήματα, απειλεί τον μακροχρόνιο σχεδιασμό και την επίτευξη σταθερών οικονομικών συντελεστών.

7.3. Συμπεράσματα-Προοπτικές δημιουργίας πλατφόρμας στην Ελλάδα.

Το ζητούμενο της ανάλυσης που πραγματοποιήθηκε ήταν η εξαγωγή συμπερασμάτων για την ελκυστικότητα της επένδυσης στην αγορά καλλιτεχνικής φιλοξενίας στην Ελλάδα. Η μελέτη της παγκόσμιας αγοράς των πλατφορμών αλλά και της εγχώριας αγοράς δίνουν μια ολοκληρωμένη εικόνα για τις προοπτικές ίδρυσης μιας τέτοιας πλατφόρμας στην Ελλάδα.

Η δημιουργία μιας πλατφόρμας δεν είναι δύσκολο να πραγματοποιηθεί και δεν απαιτούνται πλέον μεγάλα κεφάλαια. Επενδύοντας ένα μικρό ποσό σε τεχνολογικές υπηρεσίες μπορεί αποτελεσματικά να γίνει προώθηση και διασύνδεση των προγραμμάτων καλλιτεχνικής φιλοξενίας στην Ελλάδα. Παράλληλα, λόγω της πληθώρας καταρτισμένων καλλιτεχνών με προσήλωση και αγάπη για την τέχνη, η εύρεση μόνιμου προσωπικού για την στελέχωση της πλατφόρμας δεν αποτελεί εμπόδιο. Εμπόδιο δε αποτελεί και η βιωσιμότητα των επισκεπτών σε προγράμματα καλλιτεχνικού τουρισμού καθώς ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει αυξητική τάση. Επιπλέον, υπάρχουν και προγράμματα όπως το i-Portunus που χρηματοδοτεί καλλιτέχνες για την συμμετοχή τους σε προγράμματα. Αβέβαιο όμως είναι το πεδίο σε σχέση με την ανέγερση επιχορηγήσεων για τη δημιουργία μιας πλατφόρμας στη

καλλιτεχνική βιομηχανία. Από την μια πλευρά, υπάρχει η δυνατότητα ένταξης σε προγράμματα για νέες επιχειρήσεις που δίνουν ευκαιρίες για χρηματοδοτήσεις, για παράδειγμα η Elevate Greece. Επίσης, το Υπουργείο Πολιτισμού δεσμεύεται να ψηφιοποιήσει τον δημιουργικό τομέα, να ενισχύσει τις προσπάθειες καλλιτεχνικής κινητικότητας και γενικότερα τον πολιτιστικό τουρισμό. Από την άλλη, η πρόσβαση σε δάνειο από τράπεζα είναι αρκετά δύσκολη παρά την αξία που προσφέρει η δημιουργική βιομηχανία στην οικονομία της Ελλάδας.

Η δημιουργία μιας πλατφόρμας θα αντιμετωπίσει δυσκολίες στην προσέλκυση χρηστών. Τα προγράμματα καλλιτεχνικού τουρισμού στην Ελλάδα δεν είναι πολλά σε πλήθος και εντάσσονται στις πλατφόρμες που δραστηριοποιούνται διεθνώς, Res Artis και Transartists. Οι δύο αυτοί κολοσσοί προσελκύουν το καθένα πάνω από 1.000.000 επισκέπτες ετησίως. Είναι επομένως λογικό πως μια αντίστοιχη πλατφόρμα στην Ελλάδα δε θα μπορούσε να τις ανταγωνιστεί σε επίπεδα προβολής από ενδιαφερόμενους καλλιτέχνες. Ένα ακόμα ουσιαστικό πρόβλημα είναι η εύρεση πηγών εσόδων. Τα μεγαλύτερο μέρος των εσόδων προέρχεται από τις συνδρομές των πλατφορμών και από δωρεές. Και οι δυο πηγές εσόδων συνδέονται άμεσα με την ανταπόκριση που έχουν οι πλατφόρμες στην αγορά. Δεδομένου του μικρού μεγέθους της ελληνικής αγοράς τόσο οι συνδρομές όσο και οι δωρεές αποτελούν αμφίβολα έσοδα.

Με την εφαρμογή των εναλλακτικών στρατηγικών που αναλύθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο θα μπορούσε η λειτουργία των πλατφορμών καλλιτεχνικού τουρισμού να είναι πιο αποτελεσματική. Η διαφοροποίηση από το παρεχόμενο από τη πλατφόρμα προϊόν και θα οδηγήσει σε νέες προοπτικές εσόδων μέσω συνδρομών ή προμηθειών. Η διοργάνωση καλλιτεχνικών δραστηριοτήτων σε περιοχές με τουριστικό ενδιαφέρον θα μπορούσε να προσελκύσει επισκέπτες και κατά συνέπεια διαφημιστικά έσοδα. Επιπλέον, στα πλαίσια διαφοροποίησης των πλατφορμών από τις ήδη υπάρχουσες θα μπορούσε να γίνει χρήση τους ως μέσο προβολής ενοικιάσεων ή πωλητηρίων στούντιο. Παράλληλα, θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για την διασύνδεση καλλιτεχνών προκειμένου να ανοίξουν επιχειρήσεις, να συστεγαστούν σε κάποιο εκθεσιακό χώρο ή να συν δημιουργήσουν κάποιο καλλιτεχνικό έργο.

Συμπληρωματικά, η πλατφόρμα θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως μέσο προώθησης και εκπροσώπησης προγραμμάτων, ημερίδων και συνεδρίων που αφορούν των εγχώριο καλλιτεχνικό χώρο.

Για να είναι ανταγωνιστική μια πλατφόρμα καλλιτεχνικού τουρισμού στην Ελλάδα θα πρέπει να κατασκευάσει ένα δίκτυο συνεργασιών ή ενός φορέα εκπροσώπησης των συμφερόντων της. Η προσπάθεια δημιουργίας δικτύου θα μπορούσε να ξεκινήσει από χώρες που δεν έχουν αναπτύξει την δημιουργική βιομηχανία τους με σκοπό την ανάδειξη τους όπως χώρες των βαλκάνιων . Μια τέτοια προσπάθεια θα είχε την στήριξη του προγράμματος Δημιουργικής Ευρώπης καθώς ευνοεί διακρατικές συνεργασίες σε μορφή δικτύων ή πλατφορμών. Η διασυνοριακή συνεργασία θα προσέγγισή νέου ακροατήριο και θα αυξήσει τον αριθμό των πολιτιστικών παραστάσεων στις συμμετέχουσες χώρες.

Απόρροια όλων των παραπάνω καταλήγουμε ότι, η εφαρμογή του υπάρχοντος μοντέλου πλατφορμών καλλιτεχνικού τουρισμού στην Ελλάδα θα αντιμετώπιζε μια σειρά από προβλήματα, τα περισσότερα εκ των οποίων είναι η προσέλκυση πελατών , η αποκόμιση εσόδων και η εύρεση χρηματοδότησης. Μια τέτοια προσπάθεια για να μπορέσει να επιβιώσει , θα πρέπει να στραφεί σε διακρατικές συνεργασίες τόσο για την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού πελατών όσο και για την χρήση υπαρχόντων κονδυλίων. Επιπλέον, πρέπει να εμπλουτιστούν και να υπάρξουν καινοτόμες ιδέες πάνω στο ήδη υπάρχων μοντέλο υπηρεσιών με σκοπό την εισροή μεγαλύτερων εσόδων αλλά και την περαιτέρω αξιοποίηση της αγοράς της καλλιτεχνικής φιλοξενίας. και να στραφεί σε εναλλακτικές στρατηγικές που θα επεκτείνουν το δίκτυο δραστηριοτήτων της και την αξία που αποκομίζει από αυτό.

Παράρτημα Εικόνων

ΠΙΝΑΚΑΣ 3-1 Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΝΑ ΕΥΡ. ΧΩΡΑ	37
ΠΙΝΑΚΑΣ 3-2 ΤΟ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΩΝ ΔΟΜΩΝ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΠΟΥ	38
ΠΙΝΑΚΑΣ 3-3 Η ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΩΝ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΩΝ	39
ΠΙΝΑΚΑΣ 3-4 Ο ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΣΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ.	40
ΕΙΚΟΝΑ 4-1: ΣΤΙΓΜΙΟΤΥΠΑ ΑΠΟ SNEHTA RESIDENCY	47
ΕΙΚΟΝΑ 4-2 ΣΤΙΓΜΙΟΤΥΠΑ ΑΠΟ ΑΘΗΝΑ STANDARDS RESIDENCY	48
ΕΙΚΟΝΑ 4-3: ΣΤΙΓΜΙΟΤΥΠΑ ΑΠΟ VILLA EXARCHIA	49
ΕΙΚΟΝΑ 4-6: ΣΤΙΓΜΙΟΤΥΠΑ ΑΠΟ ONASSIS AIR (ARTISTS-IN-RESIDENCE).....	53
ΕΙΚΟΝΑ 4-7: 2 ΣΤΙΓΜΙΟΤΥΠΑ ΑΠΟ ΚΑΡΡΑΤΟΣ ATHENS ART RESIDENCY	54
ΕΙΚΟΝΑ 5-1 : PORTER'S FIVE FORCES(ΠΗΓΗ : GOOGLE)	59
ΕΙΚΟΝΑ 5-2 : BUSINESS MODEL CANVAS.....	63

Βιβλιογραφία

- Assembly, U. G. (2015). *Resolution Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. A/RES/70/1 (21 October 2015), UN GAOR, 70th session, Plenary, Item 15 & 16.
- Barroero, L., Mazzocca, F. & Pinto, S., (2003). *Maestà di Roma. Da Napoleone all'Unità d'Italia*. Italy, Roma: Mondadori Electa.
- Besculides, A., Lee, M.E., & McCormick, P.J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29, 303–319.
- Business Rev Greece, Available At : <https://businessrev.gr/>
- Catterall, J., Chapleau, R., & Iwanaga, J. (1999). Involvement in the arts and human development: General involvement and intensive involvement in music and theater arts. *Champions of Change: The Impact of the Arts on Learning*, 1, 1–18.
- Chambers, E. (2009). From authenticity to significance: tourism on the frontier of culture and place. *Futures*, 41, 353–359.
- Chan, D. W., & Zhao, Y. (2010). The relationship between drawing skill and artistic creativity: Do age and artistic involvement make a difference? *Creativity Research Journal*, 22(1), 27–36.
- Chang, L. L., Backman, K. F., & Chih Huang, Y. (2014). Creative tourism: A preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 401–419.
- Davis, J. (2001). Commentary: Tourism research and social theory – expanding the focus. *Tourism Geographies*, 3, 125–134
- Debeş, T. (2011). Cultural tourism: a neglected dimension of tourism industry. *Anatolia*, 22(2), 234-251.
- Du Plessis, C. (2012). Towards a regenerative paradigm for the built environment. *Building Research & Information*, 40(1), 7-22.

Elfving, T., Kokko, I., & Gielen, P. (Eds.). (2019). *Contemporary artist residencies: Reclaiming time and space*. Valiz.

Ecommerce (2022) *European ECOMMERCE Report* Available at: https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2022/06/CMI2022_FullVersion_LIGHT_v2.pdf
(Accessed: 24 December 2022)

European commission a (2022) *Online Platforms* Available at: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/online-platforms> (Accessed: 24 December 2022)

European commission b (2022) *Autumn 2022 Economic Forecast: The EU economy at a turning point* Available at:

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_6782

European Parliament (2019) *Online intermediation services - fairness and transparency for business users*. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3A4406073&lang1=EN&from=EL&lang3=EN&lang2=EN&csrf=1e51cdc7-34fa-4112-ae70-cb28e9047278>

Eurostat a (2022) *Culture statistics - cultural employment*, Eurostat Available at: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture statistics - cultural employment](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment)

Eurostat b (2022) *Inflation*, Eurostat Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/15701156/2-16122022-AP-EN.pdf/4eaa941a-8c7d-af89-37da-f29f1167c24c>

Eurostat c (2022) *Culture statistics - international trade in cultural goods March 2022*, Eurostat Available at: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture statistics - international trade in cultural goods&oldid=428457#Trade in cultural goods by product](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_international_trade_in_cultural_goods&oldid=428457#Trade_in_cultural_goods_by_product)

Eurostat d (2022) *E-commerce statistics February 2022* Available at: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce statistics#E-sales record a slight increase over recent years](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics#E-sales_record_a_slight_increase_over_recent_years)

Eurostat e (2022) *Digital economy and society statistics - households and individuals December 2022*, Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics#E-sales_record_a_slight_increase_over_recent_years

Gérard-Varet, L.-A. (1995) *On pricing the priceless: Comments on the economics of the Visual Art Market*, *European Economic Review*, 39(3–4), pp. 509–518. doi:10.1016/0014-2921(94)00057-7.

Github (2023) *The Art Genome Project's Genes and Definitions* Available at: <https://github.com/artsy/the-art-genome-project>

Geschiere, P. (2009). *The perils of belonging: Autochthony, citizenship, and exclusion in Africa and Europe*. Chicago: Chicago University Press.

Govers, R., Go, F. M., & Kumar, K. (2007). Promoting tourism destination image. *Journal of Travel Research*, 46(1), 15–23.

Gunn, C.A., with Var, T. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (4th ed.). New York: Routledge

Hemmig, W. (2009). An empirical study of the information-seeking behavior of practicing visual artists. *Journal of Documentation*, 65(4), 682–703.

Herbert, D. T. (1996). Artistic and literary places in France as tourist attractions. *Tourism Management*, 17(2), 77–85.

ICOMOS, G. A. (2011). The Paris Declaration. On Heritage as a Driver of Development.

Kaszynska, P., & Crossick, G. (2016). Understanding the value of arts and culture.

Knox, D. (2008). Spectacular tradition: Scottish folksong and authenticity. *Annals of Tourism Research*, 35, 255–273

Landry, C., Greene, L., Matarasso, F., & Bianchini, F. (1996). The art of regeneration. *Urban renewal through cultural activity*.

- Lavanga, M. (2004). Florida R., " The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure Community and Everyday life". *Economia della Cultura*, 14(1), 177-178.
- Lev Ari, L., & Mittelberg, D. (2008). Between authenticity and ethnicity: Heritage tourism and reethnification among diaspora Jewish youth. *Journal of Heritage Tourism*, 3, 79–103.
- Lim, Y., Im, D. U., & Lee, J. (2019). Promoting the sustainability of city communities through 'Voluntary Arts Activities' at regenerated cultural arts spaces: A focus on the combination of the 'Democratization of Culture' and 'Cultural Democracy' perspectives. *Sustainability*, 11(16), 4400.
- Littrell, L. (2001). Artists: The neglected patrons? In H. A. Thompson (Ed.), *Crossing the divide: Proceedings of the tenth national conference of the association of college and research libraries* (pp. 291–294). Denver, Colorado, March 15–18 2001. Chicago, IL: ACRL.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468.
- Lo, P., & Chu, W. (2015). Information for inspiration: Understanding information-seeking behaviour and library usage of students at the Hong Kong Design Institute. *Australian Academic & Research Libraries*, 46(2), 101–120.
- Lübbren, N. (2001). *Rural artists' colonies in Europe, 1870-1910*. Manchester University Press.
- MacLeod, N. (2006). *Authenticity and commodification*. In M.K. Smith & M. Robinson (Eds.), *Cultural tourism in a changing world: Politics, participation and (re) presentation* (pp. 175–176). New York: Channel View Publications.
- Mason, H., & Robinson, L. (2011). The information-related behaviour of emerging artists and designers: Inspiration and guidance for new practitioners. *Journal of Documentation*, 67(1), 159– 180.

- OMC (Open Method of Coordination) Working Group of Member States' Experts. (2019). Fostering cooperation in the European Union on skills, training and knowledge transfer in cultural heritage professions.
- Park, S. Y., & Allen, J. P. (2013). Responding to online reviews: Problem solving and engagement in hotels. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(1), 64–73.
- Plate, L. (2006). Walking in Virginia Woolf's footsteps. *European Journal of Cultural Studies*, 9, 101–120
- Pratt, A.C. (2009). The creative and cultural economy and the recession. *Geoforum*, 40, 495–496.
- Prior, J., & Blessi, G. T. (2012). Social capital, local communities and culture-led urban regeneration processes: The Sydney Olympic Park experience. *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*, 4(3), 78-96.
- Res Artis (2019) Res Artis Annual Report. Available at:
[http://file:///C:/Users/User/Pictures/2019-Res-Artis-annual-report-1%20\(1\).pdf](http://file:///C:/Users/User/Pictures/2019-Res-Artis-annual-report-1%20(1).pdf)
- Res Artis (2020) Annual Report. Available at:
<http://file:///C:/Users/User/Pictures/2020-Res-Artis-Annual-Report-1.pdf>
- Richards, G. (2002). Tourism attraction systems: Exploring cultural behavior. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1048–1064.
- Richards, G. (2011a). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253.
- Richards, G. (2011b). Tourism development trajectories: From culture to creativity? *Tourism & Management Studies*, 6, 9–15.
- Richards, G., & Marques, L. (2012). Exploring creative tourism: Editors introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), 1–11.

- Richards, G., & Wilson, J. (2007). The creative turn in regeneration: Creative spaces, spectacles and tourism in cities. In M.K. Smith (Ed.), *Tourism, culture & regeneration* (pp. 12–25). Cambridge, USA: CABI.
- Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2012). The standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, 24 (1), 92–96.
- Schiuma, G., & Carlucci, D. (2015). Assessing the business impact of arts-based initiatives. In *Artistic Interventions in Organizations* (pp. 60-74). Routledge.
- Scott, J. (Ed.). (2010). *Artists-in-labs: Networking in the margins*. Vienna/New York: Springer.
- Sedmak, G., & Mihalic, T. (2008). Authenticity in mature seaside resorts. *Annals of Tourism Research*, 35, 1007–1031.
- Slak Valek, N. (2017). The role of expats, local residents and tourists in defining a destination: A branding case study for Abu Dhabi tourism. *International Journal of Sustainable Society*, 9(2), 76–93.
- Soper, A.K. (2007). Developing mauritianness: National identity, cultural heritage values and tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 2, 94–109
- Tan, S. K., Kung, S. F., & Luh, D. B. (2013). A model of ‘creative experience’ in creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 153–174.
- Transartists (2021). *AIR aanbieders | Transartists*. Available at: <https://www.transartists.org/en/map>
- Thrash, T. M., & Elliot, A. J. (2004). Inspiration: Core characteristics, component processes, antecedents, and function. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(6), 957–973.
- Throsby, D. (2001). Defining the artistic workforce: The Australian experience. *Poetics*, 28(4), 255–271.
- Timothy, D.J., & Nyaupane, G.P. (Eds.). (2009). *Cultural heritage and tourism in the developing world: A regional perspective*. New York: Routledge

- Toplak, K. (2017). Artists' mobility in the EU: Between opportunities and impediments. *Dve domovini*, (46).
- Törnqvist, G. (2004). Creativity in time and space. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 86(4), 227-243.
- Tutter, A. (Ed.). (2016). *The muse: Psychoanalytic explorations of creative inspiration*. London: Taylor & Francis.
- UNWTO (2020). *UNWTO Tourism Data Dashboard | UNWTO*. Available at: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>.
- Vargas de Freitas Matias, R. (2016). International artists-in-residence 1990-2010: mobility, technology, and identity in everyday art practices. *Jyväskylä studies in humanities*, (300).
- Verdin, P. and Tackx, K. (2015). *Are You Creating or Capturing Value? A dynamic framework for sustainable strategy*. Harvard Kennedy School.
- Vygotsky, L. S. (1978). Interaction between learning and development. (M. Lopez-Morillas, Trans.). In M. Cole, V. John-Steiner, S. Scribner, & E. Souberman (Eds.), *Mind in society: The development of higher psychological processes* (pp. 79–91). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Whiting, J., & Hannam, K. (2014). Journeys of inspiration: Working artists' reflections on tourism. *Annals of Tourism Research*, 49, 65–75.
- Yang, L., Wall, G., & Smith, S.T.J. (2006). Ethnic tourism development: Chinese government perspectives. *Annals of Tourism Research*, 35, 751–771.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 341–352.
- Fortnow, M., Terry, Q. and Nguyen, K. (2022) *The NFT handbook: How to create, sell and buy non-fungible tokens*. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons, Incorporated.