

Η δυναμική των φεστιβάλ και η συμβολή τους στον πολιτισμό και τον τουρισμό

Σοφοκλής Σκούλτσος*

1. Η εξέλιξη των φεστιβάλ

Είναι γεγονός ότι από την αρχαιότητα κάθε κοινωνία, ανεξάρτητα από τη γεωγραφική περιοχή αλλά και την ιστορική περίοδο, είχε ορίσει ημερομηνίες και χρονικές περιόδους που εορτάζονταν με ιδιαίτερη λαμπρότητα και βασιζόνταν στην εκάστοτε θρησκεία, τον τοπικό πολιτισμό (ήθη, έθιμα, παραδόσεις κτλ.) και στον τρόπο ζωής (αγροτικό ή αστικό). Οι εορτές αυτές αποτέλεσαν την απαρχή των φεστιβάλ τα οποία μετεξελίχθηκαν στη μορφή που σήμερα γνωρίζουμε. Άλλωστε, ετυμολογικά η λέξη φεστιβάλ (festival) έχει ως ρίζα τη λέξη “feast” ή “fiesta”, που σημαίνει γιορτή.

Στις μέρες μας η έννοια του «φεστιβάλ» έχει διευρυνθεί, γεγονός που καθιστά δύσκολο τον ορισμό της.¹ Τα φεστιβάλ σήμερα αποτελούν μια υποκατηγορία των “event” και ενδέχεται να σχετίζονται άμεσα, έμμεσα ή και καθόλου με τον τοπικό πολιτισμό, αλλά σε κάθε περίπτωση εμπεριέχουν την έννοια της εορτής. Η πολυπλοκότητα του ορισμού των φεστιβάλ δυσκολεύει και τον ορισμό της τυπολογίας τους, αν και προκύπτουν βασικές κατηγορίες φεστιβάλ βάσει θέματος όπως: φεστιβάλ με θέμα την κοινωνία,² μουσικά φεστιβάλ, φεστιβάλ κινηματογράφου, φεστιβάλ τεχνών κ.ά.

Σήμερα, τα φεστιβάλ αποτελούν έναν διαρκώς εξελισσόμενο κλάδο καθώς πολλές κοινωνίες σε παγκόσμιο επίπεδο σπεύδουν να αξιοποιήσουν τη δυναμική τους και να ωφεληθούν από τις θετικές επιπτώσεις τους. Αποτελούν, πλέον, ένα ερευνητικό πεδίο στο οποίο συνεργάζονται επιστήμονες προερχόμενοι από διάφορες επιστήμες και πεδία όπως: την οικονομία, την

κοινωνιολογία, την ψυχολογία, τον τουρισμό, την ανθρωπολογία κ.ά.

2. Η συμβολή των φεστιβάλ στον πολιτισμό

Η σχέση των φεστιβάλ με τον πολιτισμό είναι άμεση. Εξάλλου, ερευνητές συνδέουν τον ορισμό του φεστιβάλ με το στοιχείο του πολιτισμού.³ Όπως έχει υποστηριχτεί, ένα φεστιβάλ είναι «... ένα πολιτιστικό γεγονός που αποτελείται από μια σειρά καλλιτεχνικών εκδηλώσεων, που συχνά ανήκουν σε έναν καλλιτέχνη ή σε ένα είδος τέχνης».⁴ Είναι χαρακτηριστικό ότι ως βασική αιτία αύξησης του αριθμού των φεστιβάλ αναφέρονται οι κοινωνικές αλλαγές που επέβαλε η παγκοσμιοποίηση κατά τον 20ό αιώνα. Οι αλλαγές αυτές –κοινωνικές, πολιτικές, οικονομικές και δημογραφικές– δημιούργησαν την ανάγκη για επαναπροσδιορισμό της ταυτότητας των κοινωνιών στον παγκόσμιο κοινωνικό και πολιτιστικό χάρτη και τα φεστιβάλ αξιοποιήθηκαν ως μέσα προς αυτή την κατεύθυνση.⁵

Η φύση των φεστιβάλ προϋποθέτει την εμπλοκή του πολιτισμού στο πρόγραμμά τους σε μικρό ή μεγάλο βαθμό. Το εκάστοτε στοιχείο που «εορτάζεται» στο πλαίσιο ενός φεστιβάλ –ανεξάρτητα από το είδος του (μουσική, ήθη και έθιμα, παραδόσεις, κινηματογράφος, τέχνες κτλ.)– αποτελεί μέρος του πολιτισμού ενός τόπου ή μιας κοινωνίας ή ακόμη και μιας ομάδας ανθρώπων. Επομένως, οι πολιτιστικές επιπτώσεις που προκύπτουν από την υλοποίηση ενός φεστιβάλ είναι αξιοσημείωτες, καθώς όλα τα στοιχεία αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και συνθέτουν μια πολιτιστική εμπειρία.

Η υλοποίηση ενός φεστιβάλ δύναται να συμβάλλει στην αναβίωση –αρχικά– και στη διατήρηση –έπειτα– τοπικών εθίμων και παραδόσεων.⁶ Υποστηρίζεται, επίσης, ότι μέσω των φεστιβάλ ενισχύεται το ενδιαφέρον και η διάθεση για συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και του συνόλου των επισκεπτών σε πολιτιστικές εκδηλώσεις και ταυτοχρόνως ενισχύεται η τοπική πολιτιστική δραστηριότητα (π.χ. καλλιτέχνες). Επίσης, η εισαγωγή νέων ιδεών δίνει ερεθίσματα που διευρύνουν τους πολιτιστικούς ορίζοντες των επισκεπτών των φεστιβάλ.⁷ Επομένως,

* Διδάκτωρ Τουριστικής Ανάπτυξης και Οικονομίας, Επιστημονικός Συνεργάτης ΚΕΠΕ.

1. Ενδεικτικά αναφέρονται οι εξής ορισμοί: «Ένα φεστιβάλ είναι μια δημόσια εορτή με συγκεκριμένο θέμα» (Getz, 2005, σελ. 21), «Ένα φεστιβάλ αποτελεί ένα σύνολο εκδηλώσεων –με κύριες δράσεις τις παραστατικές τέχνες– που πραγματοποιείται σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο, με συγκεκριμένη συχνότητα ή άπαξ και έχει στόχο τον δημόσιο εορτασμό ενός πολιτιστικού στοιχείου που ο διοργανωτής επιθυμεί να προωθήσει.» (Σκούλτσος, 2014).

2. Αναφέρονται ως «Community Festivals».

3. Bladen κ.ά. (2012).

4. Fallasi (1987).

5. De Bres & Davis (2001), Picard & Robinson (2006).

6. Hall (1989), Mason & Beaumont-Kerridge (2004), Bowdin κ.ά. (2011).

7. Bowdin κ.ά. (2011).

τα φεστιβάλ αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο πολιτιστικής ανάπτυξης για τους τόπους υποδοχής.

3. Η συμβολή των φεστιβάλ στον τουρισμό

Είναι χαρακτηριστικό ότι από τα τέλη της δεκαετίας του '80 αναφέρεται ο όρος «event tourism»⁸ στο πλαίσιο του οποίου εντάσσεται και το «festival tourism» (φεστιβαλικός τουρισμός). Οι ερευνητές αντιλήφθηκαν την ανάγκη μελέτης του συγκεκριμένου κλάδου και προσπάθησαν να ορίσουν και να αποτυπώσουν τα χαρακτηριστικά αυτής της ειδικής μορφής τουρισμού που σχετίζεται με την επίσκεψη σε εκδηλώσεις (events) και σε φεστιβάλ.

Η σχετική βιβλιογραφία αναφέρει ότι η σημαντική συμβολή ενός φεστιβάλ στον τουρισμό του τόπου υποδοχής είναι η προσέλκυση –με τον κατάλληλο σχεδιασμό– του ενδιαφέροντος των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης πριν, κατά τη διάρκεια αλλά και μετά το τέλος των εκδηλώσεων, προβάλλοντας έτσι τον τόπο υποδοχής σε τοπικό, εθνικό ακόμη και διεθνές επίπεδο. Η δυνατότητα αυτή που προσφέρουν τα φεστιβάλ έχει αξιοποιηθεί από φορείς που ασχολούνται με την τουριστική προβολή, σε αρκετές περιοχές παγκοσμίως.⁹ Αποτέλεσμα αυτού αποτελεί το γεγονός ότι αρκετά φεστιβάλ λειτουργούν ως εργαλεία κατασκευής (ή ανακατασκευής) της τουριστικής εικόνας του προορισμού¹⁰ και τοποθέτησης (ή επανατοποθέτησης) της περιοχής υποδοχής στον εκάστοτε εθνικό αλλά και παγκόσμιο τουριστικό χάρτη.¹¹ Σε μακροπρόθεσμο επίπεδο, ένα σταθερά επαναλαμβανόμενο, και επιτυχημένο, φεστιβάλ εντάσσεται στο τοπικό (ή και εθνικό) τουριστικό προϊόν με σκοπό να προσελκύει το ενδιαφέρον των τουριστών αυξάνοντας την τουριστική κίνηση. Το εκάστοτε φεστιβάλ –με τον κατάλληλο σχεδιασμό– είναι σε θέση να εμπλουτίσει και να αναβαθμίσει το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν, αυξάνοντας κατά αυτόν τον τρόπο την ανταγωνιστικότητά του προορισμού.¹²

Επιπροσθέτως, είναι γνωστό ότι ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν αρκετοί προορισμοί, σε παγκόσμιο επίπεδο, είναι η έντονη εποχικότητα του τουριστικού φαινομένου, γεγονός που επιφέρει αξιοσημείωτες αρνητικές επιπτώσεις.¹³ Με στόχο την άμβλυση των επιπτώσεων αυτών δύναται ένα φεστιβάλ να υλοποιηθεί σε περιόδους χαμηλής τουριστικής κίνησης,¹⁴ δίνοντας παράταση στην υψηλή τουριστική περίοδο και προσφέροντας στους τουρίστες ένα σημαντικό λόγο για να παρατείνουν τη διαμονή τους σε έναν προορισμό¹⁵ ή και να τη μεταθέσουν χρονικά.¹⁶

4. Διάσταση και μεγέθη των φεστιβάλ διεθνώς

Σύμφωνα με τα προαναφερθέντα, τα φεστιβάλ έχουν αποκτήσει μεγάλη σημασία σε πολλές περιοχές και κοινωνίες διεθνώς, γεγονός που εξηγεί και το μεγάλο αριθμό των φεστιβάλ που πραγματοποιούνται: ο Διεθνής Οργανισμός για τα Φεστιβάλ και τα Event¹⁷ εκτιμά ότι πραγματοποιούνται κάθε χρόνο, πάνω από 4,5 εκατομμύρια φεστιβάλ παγκοσμίως.¹⁸

Το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελεί μια χαρακτηριστική περίπτωση χώρας που ωφελείται τα μέγιστα από την υλοποίηση φεστιβάλ. Στη Βρετανία πραγματοποιούνται περίπου 670 εκδηλώσεις,¹⁹ ενώ τα 200 κορυφαία φεστιβάλ εκτιμάται ότι αποφέρουν στην οικονομία 450 εκατ. αγγλικές λίρες από τις πωλήσεις εισιτηρίων, τις μετακινήσεις, τη σίτιση και τη διαμονή.²⁰ Ειδικότερα, ο κλάδος των μουσικών φεστιβάλ αποτελεί πλέον έναν από τους λίγους κλάδους που δεν επηρεάστηκε από τη διεθνή κρίση, καθώς η μουσική βιομηχανία και οι καλλιτέχνες αντλούν περισσότερα έσοδα από τις ζωντανές εμφανίσεις παρά από τη δισκογραφία –ιδίως μετά το 2008.²¹

Σε άλλη μελέτη που έγινε στο Ηνωμένο Βασίλειο καταγράφηκε ότι οι εισερχόμενοι τουρίστες δαπανούν

8. Raj κ.ά. (2009).

9. Ως υποκατηγορία της ευρύτερης έννοιας των «event».

10. Αναφέρεται ως «Destination Branding».

11. Jago κ.ά. (2003), Boo & Busser (2006).

12. Getz (2005), Raj κ.ά.(2009), Bowdin κ.ά. (2011).

13. Robinson (1979), Snepenger κ.ά. (1990).

14. Allen κ.ά. (2002), σελ. 36.

15. Getz (1989), Hall (1989), Bowdin κ.ά. (2011).

16. Αυτές οι περιπτώσεις επισκεπτών αναφέρονται ως “time-switchers” (Crompton κ.ά. 2001).

17. International Festival and Events Association (IFEA) (www.ifea.com).

18. IFEA (2009).

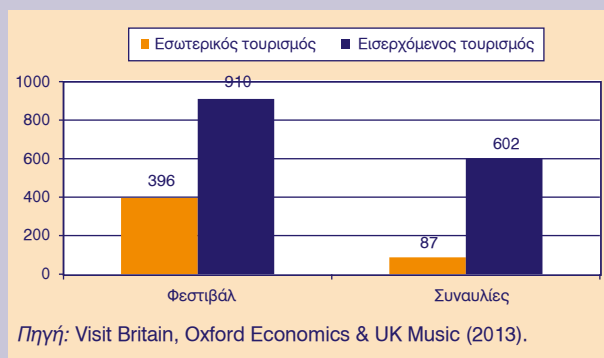
19. Αναφέρονται με την ευρύτερη έννοια των event.

20. “The Guardian” (2010).

21. “The Guardian” (2010).

σαφώς περισσότερα χρήματα σε σχέση με τους εσωτερικούς τουρίστες, είτε πρόκειται για φεστιβάλ είτε για μεμονωμένες μουσικές συναυλίες (Διάγραμμα 1).²² Πιο συγκεκριμένα, οι εισερχόμενοι τουρίστες που επισκέφθηκαν φεστιβάλ δαπάνησαν ανά ταξίδι κατά μέσο όρο 910 αγγλικές λίρες (κατά κεφαλήν) και 602 λίρες εκείνοι που επισκέφθηκαν συναυλίες και μουσικές παραστάσεις. Τα αντίστοιχα μεγέθη για τον εσωτερικό τουρισμό είναι 396 και μόλις 87 λίρες, αντιστοίχως. Όπως αναφέρεται, αυτό προκύπτει όχι μόνο από το μεγαλύτερο κόστος των μεταφορικών των εισερχόμενων τουριστών αλλά και από τη διάθεσή τους να εντάξουν την επίσκεψη σε φεστιβάλ στις διακοπές τους, διευρύνοντας έτσι τα όρια της γεωγραφικής περιοχής μέσα στην οποία δαπανούν τα χρήματά τους. Συνολικά, για την ίδια χρονιά, οι εσωτερικοί τουρίστες που επισκέφθηκαν φεστιβάλ και συναυλίες δαπάνησαν 1,02 δις λίρες, ενώ οι εισερχόμενοι τουρίστες 248 εκατ.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1
Κατά κεφαλήν δαπάνη εσωτερικών και εισερχόμενων τουριστών ανά ταξίδι στο Ηνωμένο Βασίλειο (σε αγγλικές λίρες)



Σύμφωνα με στοιχεία για την περιοχή της Αδελαΐδας της Αυστραλίας,²³ οι επισκέψεις σε φεστιβάλ για το 2012 έφτασαν τα 2,82 εκατ. με 590.000 πωληθέντα εισιτήρια. Όπως εκτιμάται, 63.950 ήταν τουρίστες στην περιοχή, οι οποίοι συνέβαλαν σε πάνω από 300.000 διανυκτερεύσεις. Οι δαπάνες των επισκεπτών των φεστιβάλ εκτιμώνται σε 58,1 εκατ. δολ. (εκτός των εισιτηρίων) και

τα νέα εισοδήματα που εισήχθησαν στην περιφέρεια εκτιμώνται σε 62,9 εκατ. δολ. Επιπλέον, η διοργάνωση των 10 μεγαλύτερων φεστιβάλ της περιοχής δημιούργησε 790 νέες θέσεις εργασίας (“full-time”).

Πολλές χώρες αναγνωρίζουν πλέον την αξία των φεστιβάλ ως εργαλείων προσέλκυσης εισερχόμενου τουρισμού και με αυτό τον στόχο τα χρηματοδοτούν μέσω των εκάστοτε Εθνικών Οργανισμών Τουρισμού.²⁴ Όπως διαπιστώθηκε σε έρευνα σε Ευρωπαίους πολίτες,²⁵ το 44% αυτών δήλωσε ότι αναζητά την επίσκεψη σε φεστιβάλ στο πλαίσιο των διακοπών. Βάσει της ίδιας έρευνας, η πλειονότητα του κοινού ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 16-30 ετών. Αναλυτικότερα, τα ποσοστά που αντιστοιχούν σε κάθε ηλικιακή ομάδα είναι 28% για ηλικίες 16-20 ετών, 27% για ηλικίες 21-24 ετών και 23% για ηλικίες 25-30 ετών. Οι ηλικιακές ομάδες 31-40 και 41-65 ετών παρουσιάζουν ποσοστά 14% και 7%, αντιστοίχως.

Επιπροσθέτως, σε μελέτη αναφορικά με τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών των φεστιβάλ που πραγματοποιήθηκε σε άτομα από όλο τον κόσμο,²⁶ αποτυπώθηκαν οι εξής τάσεις στη ζήτηση του συγκεκριμένου τομέα: τάση για πραγματοποίηση ταξιδιού σε διαφορετική χώρα με σκοπό την επίσκεψη σε φεστιβάλ, τάση για αυξημένη δαπάνη στη διαμονή και, τέλος, αυξημένη ζήτηση για τουριστικά πακέτα (που περιλαμβάνουν την επίσκεψη σε φεστιβάλ). Πιο συγκεκριμένα, το 40% των συμμετεχόντων στην έρευνα δήλωσε ότι έχει επισκεφθεί φεστιβάλ σε άλλη χώρα και από αυτούς το 39% περισσότερα από ένα φεστιβάλ. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 75% δήλωσε ότι εντάσσει την επίσκεψη σε φεστιβάλ στις διακοπές του, ενώ το 60% παρατείνει τη διαμονή του στην περιοχή με σκοπό να γνωρίσει καλύτερα τον προορισμό.²⁷ Για το 2013, η πλειονότητα των συμμετεχόντων (55%) δήλωσε ότι επέλεξε τη διαμονή σε ξενοδοχείο και το 8% τη διαμονή σε πολυτελές ξενοδοχείο, ενώ για το 2014 το 80% σκοπεύει να δαπανήσει μεγαλύτερα ποσά στη διαμονή.

Στην ίδια έρευνα, καταγράφηκε ότι το 60% των συμμετεχόντων αγόρασε το εισιτήριο, τη διαμονή και τη μεταφορά χωριστά, αλλά για το 2014 σε ποσοστό 95% θα προτιμήσουν να εντάξουν όλα τα παραπάνω σε ένα ενιαίο «πακέτο», γεγονός που καταδεικνύει την

22. Τα στοιχεία αφορούν το 2012.

23. www.festivalsadelaide.com.au.

24. The Festival Awards (2013a).

25. Η έρευνα «European Festival Census 2013» πραγματοποιήθηκε σε 8.026 Ευρωπαίους πολίτες που επισκέπτονται φεστιβάλ (αναφέρονται ως “festival goers”) κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους (The Festival Awards 2013b).

26. Η έρευνα αφορά σε μουσικά φεστιβάλ και πραγματοποιήθηκε σε 2.742 επισκέπτες φεστιβάλ, μέλη της εταιρείας Festicket. Τα στοιχεία αφορούν το 2013 και συλλέχθηκαν σε συνεργασία με την HPI Research (Festicket 2014).

27. Festicket (2014).

ολοένα μεγαλύτερη σημασία που αποκτά το «πακέτο» στη φεστιβαλική αγορά. Τέλος, αναφέρεται ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα (εκτός αυτών του Ηνωμένου Βασιλείου) δαπανούν κατά μέσο όρο 206 αγγλικές λίρες σε κάθε επίσκεψή τους σε φεστιβάλ εντός της χώρας τους και 578 λίρες σε φεστιβάλ εκτός της χώρας τους.²⁸

Αποτελεί πραγματικότητα, σύμφωνα με τη διεθνή εμπειρία, η αξιοποίηση των φεστιβάλ για τη στήριξη, αναβάθμιση και ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας, του πολιτισμού και του τουρισμού.²⁹ Αυτό προκύπτει τόσο από τα στοιχεία που αφορούν τη ζήτηση των φεστιβάλ όσο και από το ερευνητικό ενδιαφέρον που εντείνεται και οδηγεί στη συνεχή διεύρυνση του πεδίου, τόσο σε ακαδημαϊκό όσο και σε ερευνητικό επίπεδο. Αναδεικνύεται, συνεπώς, το ερώτημα αναφορικά με την προοπτική και τη δυναμική που παρουσιάζει ο συγκεκριμένος τομέας στη χώρα μας.

5. Ο τομέας των φεστιβάλ στην Ελλάδα

Ο τομέας των φεστιβάλ στην Ελλάδα αναπτύχθηκε κυρίως μετά τις αρχές του 1980, όταν οι δημοτικές αρχές ξεκίνησαν να περιλαμβάνουν στα πολιτιστικά τους προγράμματα την υλοποίηση φεστιβάλ. Η αύξηση του αριθμού, βέβαια, δε συμβάδιζε σε όλες τις περιπτώσεις με την προσφερόμενη ποιότητα.³⁰ Σήμερα πραγματοποιούνται στη χώρα μας φεστιβάλ τα οποία διαφέρουν τόσο στο εύρος των θεματικών που εμπεριέχουν (μουσικά φεστιβάλ, φεστιβάλ θεάτρου, τέχνης κ.ά.) όσο και στον τρόπο διοργάνωσης. Ο αριθμός τους δεν μπορεί να υπολογιστεί καθώς δεν υπάρχει καταγραφή αλλά, όπως έχει υποστηριχθεί, εκτιμάται ότι είναι ιδιαίτερα μεγάλος, εάν συμπεριληφθούν σε αυτά τα φεστιβάλ που διοργανώνονται από τις κατά τόπους δημοτικές αρχές.³¹

Η εμβέλειά τους –εξαιτίας ενός συνόλου αιτιών– είναι τοπική και σε κάποιες περιπτώσεις εθνική. Παρότι τα φεστιβάλ λαμβάνουν χώρα κυρίως τους θερινούς μήνες και κοντά σε αστικά κέντρα, αδυνατούν να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των τουριστών εκτός ορισμένων περιπτώσεων. Η δυσκολία προσέγγισης τουριστών

(εσωτερικών και εισερχόμενων) προκύπτει –στις περισσότερες περιπτώσεις– από την έλλειψη έγκαιρου προγραμματισμού και την αναποτελεσματική προώθηση.³² Ως εκ τούτου, τα πιο πολλά εγχώρια φεστιβάλ προσφέρονται για «εσωτερική κατανάλωση», δηλαδή απευθύνονται κυρίως στον τοπικό πληθυσμό και σε κάποιες περιπτώσεις προσελκύουν εσωτερικό τουρισμό.

Αναφορικά με την αποτίμηση της οικονομικής συνεισφοράς τους, η καταγραφή των πρωτογενών δεδομένων (κόστους και εσόδων), δεδομένης και της ποικιλίας των οργανωτικών και διαχειριστικών τους φορέων, αποτελεί σχεδόν πάντα ζητούμενο και όχι δεδομένο στη χώρα μας. Πάντως εκτιμάται ότι από τη διοργάνωση ενός τοπικού φεστιβάλ, πέρα από τα τοπικά έσοδα που στηρίζουν τις κοινωνίες υποδοχής, υφίστανται μικρότερες ή μεγαλύτερες διαρροές εισοδημάτων προς τα αστικά κέντρα, καθώς λίγες περιοχές έχουν τη δυνατότητα να στηρίξουν την υλοποίηση ενός φεστιβάλ σε όλα τα στάδιά του.³³ Επιπροσθέτως, σε μελέτη που έγινε αναφορικά με τη συνεισφορά των φεστιβάλ κινηματογράφου στη χώρα μας,³⁴ υποστηρίχθηκε ότι η σημαντικότερη οικονομική συνεισφορά των φεστιβάλ στις τοπικές κοινωνίες είναι η εισροή χρήματος στον κλάδο της σίτισης και διαμονής (εστιατόρια, μπαρ, ξενοδοχεία) καθώς και στο τοπικό εμπόριο. Λιγότερο σημαντική κρίθηκε η συνεισφορά στον κλάδο των επενδύσεων. Επισημαίνεται ότι, στην ίδια μελέτη, η συνεισφορά των φεστιβάλ στην πολιτιστική ανάπτυξη και εκπαίδευση κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, το πλαίσιο υλοποίησης της πλειονότητας των φεστιβάλ στην Ελλάδα παρουσιάζει προβλήματα και ιδιομορφίες που καθιστούν δύσκολη την πλήρη αξιοποίησή τους προς όφελος των τοπικών κοινωνιών και του πολιτισμού, και ιδιαίτερα προς την κατεύθυνση της ενίσχυσης του τουρισμού. Ωστόσο, υφίστανται περιπτώσεις από τον ελλαδικό χώρο που αναδεικνύουν την ουσιαστική συνεισφορά που δύναται να έχει ένα φεστιβάλ στην κοινωνία υποδοχής. Χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα περιφερειακών φεστιβάλ, όπως το Διεθνές Φεστιβάλ Χορού της Καλαμάτας,³⁵ το Διεθνές Φεστιβάλ Κουκλοθεάτρου και Παντομίμας στο

28. Festicket (2014).

29. Gibson & Connell (2012).

30. Κόνσολα & Καραχάλης (2010).

31. Κόνσολα & Καραχάλης (2010).

32. Σκούλτσος (2014).

33. Κόνσολα & Καραχάλης (2010).

34. Kostropoulou, Vagionis & Kourkouridis (2013). Η μελέτη αφορούσε 12 ενεργά φεστιβάλ κινηματογράφου της επικράτειας.

35. Διοργανώνεται εδώ και 20 χρόνια προσκαλώντας διεθνείς καλλιτέχνες και πραγματοποιώντας εκπαιδευτικά σεμινάρια (www.kalamatadancefestival.gr).

Κιλκίς,³⁶ το River Party στο Νεστόριο Καστοριάς,³⁷ τα οποία αφενός έχουν συνεισφέρει σε μεγάλο βαθμό στη εικόνα της εκάστοτε περιοχής και στην προβολή της, αφετέρου προσελκύουν το ενδιαφέρον επισκεπτών από όλα τα μέρη της Ελλάδας ενισχύοντας την οικονομία και τον τουρισμό της περιοχής.

6. Δυναμική και Προοπτικές

Οι εξελίξεις στον τουριστικό τομέα σε παγκόσμιο επίπεδο καθιστούν επιτακτική ανάγκη τον εμπλουτισμό των εμπειριών που απολαμβάνει ο τουρίστας προκειμένου να προσφερθεί ένα ανταγωνιστικό προϊόν με συγκριτικά πλεονεκτήματα. Ο σύγχρονος τουρίστας αναζητά ολοένα και περισσότερες εμπειρίες στον προορισμό που επισκέπτεται. Βάσει αυτού, αποτελεί πραγματικότητα των τελευταίων ετών η προσπάθεια αναβάθμισης και επανατοποθέτησης του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη – σε εθνικό, περιφερειακό αλλά και τοπικό επίπεδο. Στην προσπάθεια αυτή συμβάλλουν ιδιαιτέρως οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες καλούνται να αξιοποιήσουν όλα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που προσφέρει η χώρα και να δημιουργήσουν ένα ελκυστικό και ανταγωνιστικό τουριστικό προϊόν. Παράλληλα, ο ρόλος του πολιτισμού σε αυτή την προσπάθεια είναι ιδιαιτέρως σημαντικός είτε ως χωριστή μορφή (πολιτιστικός τουρισμός) είτε ως στοιχείο που εντάσσεται στο εν γένει προσφερόμενο τουριστικό προϊόν.

Στο παραπάνω πλαίσιο, η εν δυνάμει συμβολή των φεστιβάλ κρίνεται ιδιαιτέρως σημαντική και η προοπτική που παρουσιάζεται δεδομένη. Το στοιχείο του εορτασμού, που αποτελεί κεντρικό άξονα στο σχεδιασμό τους, δημιουργεί το κατάλληλο περιβάλλον εντός του οποίου θα προωθηθεί ένα ιδιαίτερο τοπικό χαρακτηριστικό (π.χ. μια δραστηριότητα, ένα προϊόν κτλ.) που εντάσσεται στις παραδόσεις και στον τοπικό πολιτισμό. Επιπροσθέτως, ενδέχεται ένα φεστιβάλ να έχει ως θεματική ένα νέο και καινοτόμο στοιχείο για τον τοπικό πληθυσμό, το οποίο μακροπρόθεσμα δύναται να αποτελέσει «σήμα κατατεθέν» για την τοπική κοινωνία. Τέτοιες περιπτώσεις, άλλωστε, δεν απουσιάζουν από την ελληνική πραγματικότητα.³⁸

Ουσιαστικά, τα φεστιβάλ δύνανται να συμβάλλουν όχι μόνο στην τουριστική προβολή του εκάστοτε προορισμού αλλά και στοιχείων του τουριστικού προϊόντος και

του τοπικού πολιτισμού, που ο προορισμός επιθυμεί να προβάλλει. Τα φεστιβάλ αποτελούν το «συνδυακό κρίκο» μεταξύ ειδικών και εναλλακτικών δραστηριοτήτων, τουρισμού και πολιτισμού. Παραδείγματα αποτελούν οι γιορτές μουσικής (μουσικά φεστιβάλ), οι γιορτές αγροτουρισμού (αγροτουριστικά φεστιβάλ), οι γιορτές τοπικών προϊόντων κ.ά., οι οποίες έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν ένα ελκυστικό περιβάλλον για τον τοπικό πληθυσμό αλλά και για τον εν δυνάμει τουρίστα.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι στη χώρα μας διοργανώνεται μεγάλος αριθμός τοπικών/πολιτιστικών φεστιβάλ, η ανάγκη περαιτέρω αξιοποίησης αυτών είναι επιτακτική. Όπως προαναφέρθηκε, η πλειονότητα των υφιστάμενων φεστιβάλ στη χώρα μας απευθύνονται στην τοπική αγορά παρουσιάζοντας μικρότερες ή μεγαλύτερες αδυναμίες στο να προσελκύσουν τουρισμό, εσωτερικό ή εισερχόμενο. Αυτό αποτελεί αστοχία για τον εγχώριο τομέα των φεστιβάλ, καθώς με αυτό τον τρόπο παραμένει αναξιοποίητο ένα μεγάλο κομμάτι του. Τα υφιστάμενα φεστιβάλ –όταν παρουσιάζουν μια σταθερή παρουσία– αποτελούν πολιτιστικούς πόρους για τις τοπικές κοινωνίες, οι οποίοι όμως, σε πολλές περιπτώσεις, παραμένουν αναξιοποίητοι. Στον αντίποδα, οι επιτυχημένες περιπτώσεις, αναδεικνύουν τη δυναμική και τις προοπτικές που παρουσιάζει ο συγκεκριμένος τομέας εφόσον εφαρμοστούν και υλοποιηθούν οι βέλτιστες πρακτικές από τη διεθνή εμπειρία, πάντα προσαρμοσμένες στην ελληνική πραγματικότητα.

Η οικονομική κρίση, όπως ήταν αναμενόμενο, δημιούργησε προβλήματα στο συγκεκριμένο τομέα και ελλείψεις σε χορηγίες και επιχορηγήσεις. Παρ' όλα αυτά, όπως έχει υποστηριχθεί, η δυσκολία χρηματοδότησης ώθησε αρκετές διοργανώσεις προς τον επανασχεδιασμό τους και προς μια πιο «επαγγελματική» και αποτελεσματική προσέγγιση βασισμένη στις βέλτιστες πρακτικές από τη διεθνή και εγχώρια εμπειρία.³⁹ Παράλληλα, νέες προσπάθειες ακολουθώντας ένα στρατηγικό σχεδιασμό κατάφεραν να αναπτυχθούν και να καθιερωθούν, παρ' όλο που ξεκίνησαν είτε λίγο πριν την κρίση είτε εν μέσω αυτής.

Εκτός όμως από την εκάστοτε διοργάνωση, αποκτά σημαντικό ρόλο η διαχείριση των φεστιβάλ, ο σχεδιασμός τους σε επίπεδο προορισμού και οι πρακτικές τουριστικής αξιοποίησής τους. Τα φεστιβάλ προσφέρουν μια εμπειρία στον επισκέπτη, ο οποίος αναζητά την

36. Διοργανώνεται για 16 έτη προσκαλώντας διεθνείς καλλιτέχνες και πραγματοποιώντας εκπαιδευτικά σεμινάρια (www.kilkis-festival.gr).

37. Βρίσκεται στο 36ο έτος διοργάνωσής του και φιλοξενεί καλλιτέχνες κυρίως από την εγχώρια σκηνή αλλά και τη διεθνή (www.riverparty.org).

38. Ενδεικτικά αναφέρονται το Φεστιβάλ Χορού της Καλαμάτας, το Διεθνές Φεστιβάλ Κουκλοθεάτρου και Παντομίμας στο Κιλκίς, το φεστιβάλ Ελληνικών Ταινιών Μικρού Μήκους της Δράμας.

39. Η άποψη διατυπώθηκε από κύριους πληροφορητές-επαγγελματίες που απασχολούνται στη διοργάνωση φεστιβάλ (Σκούλτσος, 2014).

ικανοποίηση ποικίλων αναγκών και κινήτρων (κίνητρα απόδρασης, πολιτιστικής αναζήτησης, κοινωνικοποίησης, απόδρασης κ.ά.). Για το λόγο αυτό, τα φεστιβάλ δύνανται να συμβάλλουν σε μία προοπτική τουριστικής ανάπτυξης σε «πλέγμα»,⁴⁰ όπου συνδυάζεται –σε ένα σύνθετο τουριστικό προϊόν– η προσφορά εμπειριών που ικανοποιούν κίνητρα ενός θεματικού άξονα. Για παράδειγμα, στην περίπτωση του θεματικού άξονα «πολιτισμός», οι ειδικές μορφές τουρισμού φεστιβαλικός, γαστρονομικός, εκπαιδευτικός κ.ά. δύνανται να συνθέσουν ταυτοχρόνως ένα ενιαίο τουριστικό προϊόν. Ως εκ τούτου, και με δεδομένη την ευελιξία στο σχεδιασμό της εμπειρίας που προσφέρουν, τα φεστιβάλ έχουν τη δυνατότητα να συνδυάσουν την ικανοποίηση ποικίλων κινήτρων.

Με βάση τα παραπάνω, τα ήδη υφιστάμενα φεστιβάλ κρίνεται σκόπιμο να ακολουθήσουν τις τάσεις που παρουσιάζονται σε διεθνές επίπεδο και να ενταχθούν αποτελεσματικά στο εκάστοτε τουριστικό προϊόν. Με τον έγκαιρο προγραμματισμό, την κατάλληλη προώθηση και στελέχωση και την προσφορά εμπλουτισμένων τουριστικών πακέτων η αξιοποίησή τους, πιθανότατα, θα διευρυνθεί καθώς θα απευθύνονται πλέον σε περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Τα φεστιβάλ, ενταγμένα σε ένα πρόγραμμα τουριστικής προβολής, δύνανται να αποτελέσουν πόλο έλξης και σε περιόδους χαμηλής τουριστικής κίνησης –ειδικότερα στη χώρα μας που απολαμβάνει ιδανικές καιρικές συνθήκες για ένα μεγάλο διάστημα κατά τη διάρκεια του έτους. Επιπλέον, στα πλαίσια του αστικού τουρισμού, η προσφορά τουριστικών πακέτων –στα οποία προσφέρονται και φεστιβαλικές εμπειρίες– θα βελτιώνει αισθητά την ελκυστικότητα των εκάστοτε προορισμών αυτής της μορφής.

Συνοψίζοντας, τα φεστιβάλ αποτελούν πολιτιστικούς πόρους για τον τόπο υποδοχής. Αυτά που ήδη υλοποιούνται στη χώρα μας, πράγματι συμβάλλουν –λίγο ή πολύ– στην τοπική πολιτιστική ανάπτυξη. Οι δυνατότητες, όμως, που παρουσιάζουν είναι περισσότερες όπως προκύπτει από περιπτώσεις βέλτιστων πρακτικών σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο, ειδικότερα όσον αφορά την ενίσχυση της τουριστικής ζήτησης. Είναι αναγκαίο, πλέον, να αξιοποιείται στο έπακρο το σύνολο των πόρων (πολιτιστικών και μη) μιας περιοχής, στους οποίους συμπεριλαμβάνονται και οι προσφερόμενες φεστιβαλικές εμπειρίες.

Βιβλιογραφία – Πηγές

Βιβλιογραφία:

- Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I. & Harris, R. (2002), *Festival and Special Event Management*, 2nd edn, John Wiley & Sons Australia Ltd, Milton.
- Bladen, C., Kennel, J., Abson, E. & Wilde, N. (2012), *Events Management, An Introduction*, Routledge, New York.
- Boo, S. & Busser, J. (2006), "Impact analysis of a tourism festival on tourists destination images and satisfaction". *Event Management*, 9(4), 165-181.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. (2011), *Events Management*, 3rd edn, Elsevier Ltd, Oxford.
- Crompton, J., Lee, S. & Shuster (2001), "A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example", *Journal of Travel Research*, 40, 79-87.
- De Bres, K. and Davis, J. (2001), "Celebrating group and place identity: A case study of a new regional festival", *Tourism Geographies* 3 (3), 326-337.
- Falassi, A. (Ed.) (1987), "Time out of time: Essays on the festival", Albuquerque: University of New Mexico Press στο Getz, D. (2005), *Event Management & Event Tourism*, 2ndedn, Cognizant Communication Corporation, New York.
- Festicket (2014), *Music Festivals: International Trends 2014*, σε συνεργασία με την HPI Research.
- Getz, D. (2005), *Event Management & Event Tourism*, 2nd edn, Cognizant Communication Corporation, New York.
- Getz, D. (1989), "Special Events Defining the product", *Tourism Management*, 10 (2), 125-137.
- Gibson, C., & Connell, J. (2012), *Music Festivals and Regional Development in Australia*, Ashgate, Burlington.
- Hall, C. (1989), "The Definition and Analysis of Hallmark Tourist Events", *GeoJournal*, 19(3) 263-268.
- Higham, J. & Hinch, T. (2002), "Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors", *Tourism Management*, 23, 175-185.
- IFEA (2009), "The Power of Celebration" (online), Διαθέσιμο στο: http://www.ifea.com/joomla1_5/index.php?option=com_content&view=article&id=180&Itemid=306. Accessed 10 May 2009 στο Bladen, C., Kennel, J., Abson, E. & Wilde, N. (2012), *Events Management, An Introduction*, Routledge, New York.

40. Με τον όρο τουριστική ανάπτυξη σε «πλέγμα» αναφέρεται η «...διαμόρφωση μιας υποδομής προσφοράς που θα ανταποκρίνεται σε διαφορετικούς τύπους ζήτησης και θα συμβάλλει στη βασική αρχή της αειφορίας: την ανατροφοδότηση της ανάπτυξης.» (Κοκκώσης & Τσάτρας, 2001: 84).

Jago, L., Chalip, L., Brown, G., Mules, T., & Shameem, A. (2003), "Building events into destination branding: Insights from experts", *Event Management*, 8 (1), 3-14.

Kostopoulou, S., Vagionis, N. & Kourkouridis, D. (2013), "Cultural Festivals and Regional Economic Development: Perceptions of Key Interest Groups", κεφάλαιο στο Matias, A., Nijkamp, P. & Sarmento, M. (Eds) (2013), *Quantitative Methods in Tourism Economics*, Springer – Verlag. Berlin Heidelberg.

Mason, P. & Beaumont-Kerridge, J. (2004), "Attitudes of visitors and residents to the impacts of the 2001 Sidmouth International Festival", κεφάλαιο στο Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (Eds.) (2004), *Festival and Events Management, An International arts and culture perspective*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.

Picard, D. & Robinson, M. (2006), *Remaking Worlds: Festivals, Tourism and Change*, Channel View, Clevedon.

Raj, R, Walters, P. & Rashid, T. (2009), *Events Management: An Integrated and Approach*, Sage Publication Ltd, London.

Robinson, H. (1979), "A geography of tourism". London: Mac-Donald and Evans στο Higham, J. & Hinch, T. (2002), "Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors", *Tourism Management*, 23, 175-185.

Snepenger, D., Houser, B., & Snepenger, M. (1990), "Seasonality of demand", *Annals of Tourism Research*, 17, 628-630.

The Festival Awards (2013a), *Market Report 2013 (UK)*, σε συνεργασία με την CGA Strategy.

The Festival Awards (2013b), *Market Report 2013 (Europe)*, σε συνεργασία με την CGA Strategy.

The Guardian (2010), "How music festivals are singing the changes, Live music events have quickly become a key route to profitability for the record industry", <http://www.theguardian.com/business/2010/aug/27/music-festivals-record-industry> (26/8/2014).

Visit Britain, Oxford Economics & UK Music (2013), *Wish You Were Here: Music Tourism's Contribution to the UK Economy*.

Κόνσολα, Ν., & Καραχάλης, Ν. (2010), "Πολιτιστική Δράση και Τοπική Ανάπτυξη: Τα φεστιβάλ στις Ελληνικές Πόλεις της Περιφέρειας" (https://www.academia.edu/2039582/..._2010_).

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. (2001), *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Σκούλτσος Σ. (2014), "Τα event/εκδηλώσεις ως τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος και ως δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου: χαρακτηριστικά της αγοράς και σχεδιασμός", Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

Ηλεκτρονικές Πηγές:

<http://www.festicket.com>

www.festivalsadelaide.com.au

www.ifea.com

www.kalamatadancefestival.gr

www.kilkis-festival.gr

www.riverparty.org