



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού



Ινστιτούτο  
Περιφερειακής Ανάπτυξης  
Παντείου Πανεπιστημίου

# Μελέτη για την χαρτογράφηση της Πολιτιστικής- Δημιουργικής Βιομηχανίας στην Ελλάδα

Πρώτο Παραδοτέο

Νοέμβριος 2016



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά  
και Επενδυτικά Ταμεία

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



### **Ομάδα έργου**

Βασίλης Αυδίκος, Λέκτορας τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πάντειο Πανεπιστήμιο (υπεύθυνος έργου)

Μάρθα Μιχαηλίδου, Επ. Καθηγήτρια τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού, Πάντειο Πανεπιστήμιο

Γεώργιος Μιχ. Κλήμης, Αν. Καθηγητής τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού, Πάντειο Πανεπιστήμιο

Άγγελος Μιμής, Επ. Καθηγητής τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πάντειο Πανεπιστήμιο

### **Συνεργάτες ομάδας έργου**

Ελευθέριος Γαϊτανίδης, υπ. Διδάκτορας τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πάντειο Πανεπιστήμιο

Παναγιώτης Δρακάκης, υπ. Διδάκτορας τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πάντειο Πανεπιστήμιο

Παναγιώτης Νικολόπουλος, υπ. Διδάκτορας τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πάντειο Πανεπιστήμιο

Ελένη Κωστοπούλου, MSc. Αστικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πάντειο Πανεπιστήμιο

## Περιεχόμενα

Κατάλογος Πινάκων .....	5
Κατάλογος Διαγραμμάτων .....	6
Επιτελική σύνοψη .....	12
1. Πρόλογος .....	15
2. Μεθοδολογία .....	17
3. Η γενική εικόνα .....	22
4. Προστιθέμενη αξία.....	26
5. Πωλήσεις .....	31
6. Δημιουργική εργασία και τα χαρακτηριστικά της .....	36
7. Δημιουργικές επιχειρήσεις και τα χαρακτηριστικά τους.....	46
8. Αλυσίδες παραγωγής δημιουργικών τομέων .....	56
8.1 Εμπρόσθιες και οπίσθιες διασυνδέσεις.....	56
8.2 Πολλαπλασιαστές ζήτησης και προσφοράς.....	63
9. Διεθνές εμπόριο πολιτιστικών αγαθών .....	66
9.1 Εισαγωγές.....	69
9.2 Εξαγωγές .....	74
10. Πολιτιστική κατανάλωση .....	82
10. 1 Κινηματογράφος, θέατρο, συναυλίες και πολιτιστικοί χώροι.....	82
10.2 Βιβλία .....	92
10.3 Εφημερίδες.....	96
10.4 Μέση καταναλωτική δαπάνη νοικοκυριών για πολιτιστικά αγαθά .....	99
10.5 Χρήση διαδικτύου για πολιτιστικά αγαθά .....	100
11. Ειδικές στατιστικές για τον Πολιτισμό .....	103
11.1 Πολιτιστικοί φορείς και φεστιβάλ.....	104
11.2 Επιχορηγήσεις πολιτιστικών φορέων από το ΥΠΠΟ.....	107
11.3 Αρχαιολογικοί χώροι, μνημεία, μουσεία και βιβλιοθήκες .....	108
11.4 Βιβλίο.....	110
11.5 Θέατρο και χορός .....	111
11.6 Κρατικά και Δημοτικά θέατρα και ορχήστρες.....	112
11.7 Κινηματογραφική παραγωγή.....	115

11.8 Μουσική .....	117
11.9 Εικαστικοί και αίθουσες τέχνης .....	119
11.10 Πολιτιστική εκπαίδευση.....	120
Παραρτήματα .....	122
Παράρτημα 1. Πίνακας Προστιθέμενης Αξίας Κλάδων Πολιτισμού και Δημιουργικότητας, Ελλάδα, 2008-2014 (σε εκ. €) .....	122
Παράρτημα 2. Πίνακας πωλήσεων Κλάδων Πολιτισμού και Δημιουργικότητας, Ελλάδα, 2008-2014 (σε εκ. €).....	125
Παράρτημα 3. Πίνακας αριθμού εργαζομένων Κλάδων Πολιτισμού και Δημιουργικότητας, Ελλάδα, 2008-2014.....	128
Παράρτημα 4. Πίνακας αριθμού επιχειρήσεων Κλάδων Πολιτισμού και Δημιουργικότητας, Ελλάδα, 2008-2014.....	131
Παράρτημα 5. Πίνακες άμεσων και έμμεσων επιδράσεων πολλαπλασιαστών.....	134
Παράρτημα 6. Πίνακας εισαγωγών εξαγωγών 2008 και 2014, Ελλάδα .....	137
Παράρτημα 7. Κλαδικές αναλύσεις βασικών μεγεθών για Ελλάδα και ΕΕ-28 μέσω διαγραμμάτων.....	138
7.1 Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες.....	138
7.2 Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών .....	140
7.3 Εκδόσεις .....	142
7.4 Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ.....	144
7.5 Οπτικοακουστικά .....	146
7.6 Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία .....	148
7.7 Αρχιτεκτονική .....	150
7.8 Διαφήμιση .....	152
7.9 Ειδικευμένο σχέδιο (Design) .....	154

## Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1. Στατιστική ταξινόμηση κλάδων μελέτης και σύγκριση με την ταξινόμηση της ESSNet-Culture .....	18
Πίνακας 2. Αριθμός εργαζομένων και προστιθέμενη αξία των Κλάδων Πολιτισμού και Δημιουργικότητας, Ελλάδα, 2008-14 και 2013-14 .....	25
Πίνακας 3. Προστιθέμενη αξία ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-2014 (σε εκ. €).....	29
Πίνακας 4. Πωλήσεις ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-2014 (σε εκ. €).....	34
Πίνακας 5. Αριθμός εργαζομένων στους ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-2014 .....	39
Πίνακας 6. Αριθμός επιχειρήσεων στους ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-2014 .....	49
Πίνακας 7. Μεριδία εκρών επιλεγμένων δημιουργικών κλάδων, Ελλάδα, 2010 .....	57
Πίνακας 8. Πολλαπλασιαστές ζήτησης ΚΠΔ και κατάταξη σε 63 κλάδους της ελληνικής οικονομίας, Ελλάδα, 2010.....	64
Πίνακας 9. Πολλαπλασιαστές ζήτησης 15 επιλεγμένων κλάδων της ελληνικής οικονομίας, Ελλάδα, 2010.....	64
Πίνακας 10. Πολλαπλασιαστές προσφοράς ΚΠΔ, Ελλάδα, 2010.....	66
Πίνακας 11. Πολιτιστικοί φορείς και φεστιβάλ στην Ελλάδα, 2015.....	104
Πίνακας 12. Βασικά στοιχεία πολιτιστικών φορέων, Ελλάδα 2015 .....	104
Πίνακας 13. Αριθμός αρχαιολογικών χώρων, μνημείων, μουσείων και βιβλιοθηκών, Ελλάδα, 2015.....	108
Πίνακας 14. Αριθμός εκδοτών, βιβλιοπωλείων και συγγραφέων, Ελλάδα.....	110
Πίνακας 15. Στοιχεία για το θέατρο και τον χορό στην Ελλάδα, 2015 .....	111
Πίνακας 16. Στοιχεία για την ελληνική κιν/κή παραγωγή και τους κινηματογράφους, 2015 .....	115
Πίνακας 17. Στοιχεία για την μουσική παραγωγή στην Ελλάδα.....	117
<b>Παραρτήματα</b>	
Πίνακας 18. Πολλαπλασιαστές εγχώριας παραγωγής.....	134
Πίνακας 19. Πολλαπλασιαστές εισοδήματος εργασίας .....	134
Πίνακας 20. Πολλαπλασιαστές ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας .....	135
Πίνακας 21. Πολλαπλασιαστές απασχόλησης (για μεταβολή 10.000) .....	135
Πίνακας 22. Πολλαπλασιαστές εισαγωγών .....	136

## Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1. Μεταβολές σε βασικά μεγέθη του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα σε Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-14, 2013-14 .....	23
Διάγραμμα 2. Βασικά μεγέθη επιλεγμένων κλάδων της ελληνικής οικονομίας, 2014 .....	23
Διάγραμμα 3. Ποσοστιαίες ετήσιες μεταβολές προστιθέμενης αξίας του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα σε Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-2014 .....	26
Διάγραμμα 4. Προστιθέμενη αξία του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα στα Κράτη Μέλη της ΕΕ-28, 2014.....	27
Διάγραμμα 5. Ποσοστιαίες μεταβολές του ΑΕΠ και της προστιθέμενης αξίας του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα, Ελλάδα 2008-2014.....	27
Διάγραμμα 6. Μερίδια ΚΠΔ στην προστιθέμενη αξία του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα, Ελλάδα, 2014 .....	28
Διάγραμμα 7. Ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας των ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-14, 2013-14.....	30
Διάγραμμα 8. Ποσοστιαίες ετήσιες μεταβολές πωλήσεων του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα σε Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-2014 .....	31
Διάγραμμα 9. Πωλήσεις του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα στα Κράτη Μέλη της ΕΕ-28, 2014 .....	32
Διάγραμμα 10. Μερίδια ΚΠΔ στις πωλήσεις, Ελλάδα, 2014 .....	33
Διάγραμμα 11. Ποσοστιαίες μεταβολές πωλήσεων των ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-14, 2013-14....	35
Διάγραμμα 12. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές στον αριθμό των εργαζομένων του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα σε Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-2014.....	36
Διάγραμμα 13. Αριθμός εργαζομένων του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα στα Κράτη Μέλη της ΕΕ-28, 2014.....	37
Διάγραμμα 14. Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στην Ελλάδα και στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα 2008-2014 .....	37
Διάγραμμα 15. Μερίδια ΚΠΔ στον αριθμό των εργαζομένων στην Ελλάδα, 2014.....	38
Διάγραμμα 16. Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-14, 2013-14 .....	40
Διάγραμμα 17. Ποσοστά εργαζομένων κατά φύλο στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα και την ΕΕ-28, 2008 και 2014 .....	41
Διάγραμμα 18. Ποσοστιαία μεταβολή εργαζομένων κατά φύλο στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα και την ΕΕ-28, 2008-2014 .....	41
Διάγραμμα 19. Επίπεδο εκπαίδευσης εργαζομένων στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα, Ελλάδα και ΕΕ-28, 2014.....	42
Διάγραμμα 20. Ποσοστιαίες μεταβολές επιπέδου εκπαίδευσης εργαζομένων στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-14 .....	43
Διάγραμμα 21. Ηλικιακή κατανομή εργαζομένων στους ΚΠΔ, Ελλάδα και ΕΕ-28, 2014 .....	44
Διάγραμμα 22. Ποσοστιαίες μεταβολές των ηλικιακών ομάδων των εργαζομένων στους ΚΠΔ, Ελλάδα και ΕΕ-28 2008-2014.....	45
Διάγραμμα 23. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού πολιτιστικών και δημιουργικών επιχειρήσεων σε Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-2014 .....	46

Διάγραμμα 24. Αριθμός πολιτιστικών και δημιουργικών επιχειρήσεων στα Κράτη Μέλη της ΕΕ-28, 2014 .....	47
Διάγραμμα 25. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επιχειρήσεων στην Ελλάδα και στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα 2008-2014.....	47
Διάγραμμα 26. Μεριδία ΚΠΔ στον αριθμό των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, 2014 .....	48
Διάγραμμα 27. Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επιχειρήσεων στους ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-14, 2013-14.....	50
Διάγραμμα 28. Μέσος όρος εργαζομένων ανά επιχείρηση, Ελλάδα, 2008-2014 και ΕΕ-28, 2014 .....	51
Διάγραμμα 29. Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού δημιουργικών επιχειρήσεων ανά τάξη μεγέθους επιχείρησης σε Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-14.....	52
Διάγραμμα 30. Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων ανά δημιουργικό τομέα και τάξη μεγέθους επιχείρησης, Ελλάδα, 2008-14 .....	53
Διάγραμμα 31. Ποσοστιαίες σωρευτικές κατανομές αριθμού επιχειρήσεων ανά δημιουργικό τομέα και τάξη μεγέθους επιχείρησης, Ελλάδα, 2014 .....	54
Διάγραμμα 32. Ποσοστιαίες σωρευτικές κατανομές προστιθέμενης αξίας ανά δημιουργικό τομέα και τάξη μεγέθους επιχείρησης, Ελλάδα, 2014.....	55
Διάγραμμα 33. Εκροές του κλάδου εκτυπώσεων ως ενδιάμεσα αγαθά σε άλλους κλάδους, Ελλάδα, 2010 .....	57
Διάγραμμα 34. Εκροές του κλάδου εκδόσεων ως ενδιάμεσα αγαθά σε άλλους κλάδους, Ελλάδα, 2010 .....	58
Διάγραμμα 35. Εκροές του κλάδου Οπτικοακουστικά, Τηλεόραση και Ραδιόφωνο ως ενδιάμεσα αγαθά σε άλλους κλάδους, Ελλάδα, 2010.....	58
Διάγραμμα 36. Εκροές του κλάδου Προγραμματισμός Η/Υ ως ενδιάμεσα αγαθά σε άλλους κλάδους, Ελλάδα, 2010 .....	59
Διάγραμμα 37. Εκροές του κλάδου Διαφήμιση και Έρευνα Αγοράς ως ενδιάμεσα αγαθά σε άλλους κλάδους, Ελλάδα, 2010 .....	59
Διάγραμμα 38. Εισροές ενδιάμεσων αγαθών στον κλάδο των εκτυπώσεων, Ελλάδα, 2010	60
Διάγραμμα 39. Εισροές ενδιάμεσων αγαθών στον κλάδο των εκδόσεων, Ελλάδα, 2010.....	60
Διάγραμμα 40. Εισροές ενδιάμεσων αγαθών στον κλάδο Οπτικοακουστικά, Τηλεόραση και Ραδιόφωνο, Ελλάδα, 2010 .....	61
Διάγραμμα 41. Εισροές ενδιάμεσων αγαθών στον κλάδο Προγραμματισμός Η/Υ .....	61
Διάγραμμα 42. Εισροές ενδιάμεσων αγαθών στον κλάδο της Διαφήμισης και Έρευνα Αγοράς .....	62
Διάγραμμα 43. Εισαγωγές, εξαγωγές και ισοζύγιο, Ελλάδα 2008-2014 (σε χιλιάδες €) .....	67
Διάγραμμα 44. Ισοζύγιο εξαγωγών ανά προϊόν, Ελλάδα 2008 και 2014 (σε χιλιάδες €) .....	68
Διάγραμμα 45. Εισαγωγές ανά προϊόν σε ποσοστά επί του συνόλου εισαγωγών, 2014 .....	69
Διάγραμμα 46. Εισαγωγές Ελλάδας εντός και εκτός ΕΕ, 2008 και 2014 (σε χιλιάδες €).....	70
Διάγραμμα 47. Εισαγωγές από ΕΕ ανά προϊόν σε ποσοστά επί του συνόλου εισαγωγών από ΕΕ, 2014 .....	71
Διάγραμμα 48. Εισαγωγές εκτός ΕΕ ανά προϊόν σε ποσοστά επί του συνόλου εισαγωγών εκτός ΕΕ, 2014.....	71
Διάγραμμα 49. Εισαγωγές από ΕΕ ανά προϊόν, 2008 και 2014 (σε χιλιάδες €) .....	72
Διάγραμμα 50. Εισαγωγές εκτός ΕΕ ανά προϊόν, 2008 και 2014 (σε χιλιάδες €) .....	73
Διάγραμμα 51. Εξαγωγές ανά προϊόν σε ποσοστά επί του συνόλου εξαγωγών, 2014 .....	75

Διάγραμμα 52. Εξαγωγές Ελλάδας εντός και εκτός ΕΕ, 2008 και 2014 (σε χιλιάδες €) .....	76
Διάγραμμα 53. Εξαγωγές πολιτιστικών αγαθών από κράτη μέλη της ΕΕ-28 σε χώρες εκτός της ΕΕ, ως ποσοστό συνολικών εξαγωγών, 2008 και 2014 .....	76
Διάγραμμα 54. Εξαγωγές πολιτιστικών αγαθών από κράτη μέλη της ΕΕ-28 σε χώρες εντός της ΕΕ, ως ποσοστό συνολικών εξαγωγών, 2008 και 2014 .....	77
Διάγραμμα 55. Εξαγωγές στην ΕΕ ανά προϊόν σε ποσοστά επί του συνόλου εξαγωγών στην ΕΕ, 2014 .....	78
Διάγραμμα 56. Εξαγωγές εκτός ΕΕ ανά προϊόν σε ποσοστά επί του συνόλου εξαγωγών εκτός ΕΕ, 2014 .....	79
Διάγραμμα 57. Εξαγωγές στην ΕΕ ανά προϊόν, 2008 και 2014.....	80
Διάγραμμα 58. Εξαγωγές εκτός ΕΕ ανά προϊόν, 2008 και 2014 .....	81
Διάγραμμα 59. Συχνότητα επίσκεψης πολιτιστικών χώρων, κινηματογράφων, θεάτρου και συναυλιών στην Ελλάδα και την ΕΕ, 2011 .....	83
Διάγραμμα 60. Συχνότητα επίσκεψης πολιτιστικών χώρων, κινηματογράφων, θεάτρων και συναυλιών στην Ελλάδα 2007 και 2011.....	84
Διάγραμμα 61. Συχνότητα επίσκεψης στον κινηματογράφο ανά εκπαιδευτικό επίπεδο, Ελλάδα 2011 .....	85
Διάγραμμα 62. Συχνότητα επίσκεψης θεάτρων και συναυλιών ανά εκπαιδευτικό επίπεδο, Ελλάδα 2011 .....	86
Διάγραμμα 63. Συχνότητα επίσκεψης σε πολιτιστικούς χώρους ανά εκπαιδευτικό επίπεδο, Ελλάδα 2011 .....	86
Διάγραμμα 64. Συχνότητα επίσκεψης στον κινηματογράφο ανά ηλικία, Ελλάδα 2011 .....	87
Διάγραμμα 65. Συχνότητα επίσκεψης σε θέατρα και συναυλίες ανά ηλικία, Ελλάδα 2011 .	88
Διάγραμμα 66. Συχνότητα επίσκεψης σε πολιτιστικούς χώρους ανά ηλικία, Ελλάδα 2011 .	88
Διάγραμμα 67. Συχνότητα επίσκεψης στον κινηματογράφο ανά φύλο, Ελλάδα 2011 .....	90
Διάγραμμα 68. Συχνότητα επίσκεψης σε θέατρα και συναυλίες ανά φύλο, Ελλάδα 2011...	90
Διάγραμμα 69. Συχνότητα επίσκεψης σε πολιτιστικούς χώρους ανά φύλο, Ελλάδα 2011 ...	91
Διάγραμμα 70. Συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων στην Ελλάδα και την ΕΕ, 2011.....	93
Διάγραμμα 71. Συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων ανά επίπεδο εκπαίδευσης, Ελλάδα 2011 ...	94
Διάγραμμα 72. Συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων ανά ηλικία, Ελλάδα 2011 .....	94
Διάγραμμα 73. Συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων ανά φύλο, Ελλάδα 2011.....	95
Διάγραμμα 74. Συχνότητα ανάγνωσης εφημερίδων Ελλάδα και ΕΕ, 2011 .....	97
Διάγραμμα 75. Συχνότητα ανάγνωσης εφημερίδων ανά εκπαιδευτικό επίπεδο, Ελλάδα 2011 .....	97
Διάγραμμα 76. Συχνότητα ανάγνωσης εφημερίδων ανά ηλικία, Ελλάδα 2011.....	98
Διάγραμμα 77. Συχνότητα ανάγνωσης εφημερίδων ανά φύλο, Ελλάδα 2011 .....	98
Διάγραμμα 78. Μέση καταναλωτική δαπάνη νοικοκυριών για τα παρακάτω αγαθά 2010..	99
Διάγραμμα 79. Χρήση διαδικτυακών ραδιοφώνων/τηλεόρασης, ως ποσοστό αυτών που χρησιμοποιούν διαδίκτυο τους τελευταίους τρεις μήνες, 2007 και 2012..	100
Διάγραμμα 80. Χρήση διαδικτύου για το κατέβασμα παιχνιδιών, φωτογραφιών, φιλμ και μουσικής, ως ποσοστό αυτών που χρησιμοποιούν διαδίκτυο τους τελευταίους τρεις μήνες, 2007 και 2014.....	101
Διάγραμμα 81. Χρήση διαδικτύου για το διάβασμα/κατέβασμα online μέσω ενημέρωσης, ως ποσοστό αυτών που χρησιμοποιούν διαδίκτυο τους τελευταίους τρεις μήνες, 2007 και 2012.....	101



Διάγραμμα 82. Ποσοστό επί του συνολικού πληθυσμού που αγοράζει από το διαδίκτυο κινηματογραφικά και μουσικά έργα, βιβλία, περιοδικά και λογισμικό Η/Υ, 2007 και 2015 .....	102
Διάγραμμα 83. Ποσοστό επί του συνολικού πληθυσμού που αγοράζει από το διαδίκτυο εισιτήρια για πολιτιστικά γεγονότα, 2007 και 2015 .....	102
Διάγραμμα 84. Αντικείμενο δραστηριότητας πολιτιστικών φορέων, Ελλάδα, 2010 .....	105
Διάγραμμα 85. Αριθμός εργαζομένων και εθελοντών σε πολιτιστικούς φορείς, Ελλάδα, 2010 .....	105
Διάγραμμα 86. Θεματικές κατηγορίες φεστιβάλ, Ελλάδα, 2015 .....	106
Διάγραμμα 87. Επιχορηγούμενοι πολιτιστικοί φορείς από το ΥΠΠΟ, 2008-2014 .....	107
Διάγραμμα 88. Επιχορηγήσεις πολιτιστικών φορέων από το ΥΠΠΟ (σε €) .....	107
Διάγραμμα 89. Αριθμός επισκεπτών αρχαιολογικών χώρων και μουσείων, 2008-2015 ....	108
Διάγραμμα 90. Αριθμός βιβλιοθηκών, 2008-2012 .....	109
Διάγραμμα 91. Αναγνώστες και δανεισμός βιβλίων στις βιβλιοθήκες, 2008-2012 .....	109
Διάγραμμα 92. Βιβλιοπαραγωγή στην Ελλάδα, 2008-15 .....	110
Διάγραμμα 93. Κίνηση Κρατικών και Δημοτικών Θεάτρων και Ορχηστρών 2008- 2014.....	112
Διάγραμμα 94. Αριθμός θεατών στα Κρατικά και Δημοτικά Θέατρα, 2008-2014 .....	113
Διάγραμμα 95. Εργατικό δυναμικό Κρατικών και Δημοτικών Θεάτρων και Ορχηστρών 2008- 2014 .....	113
Διάγραμμα 96. Δημόσιες επιχορηγήσεις Κρατικών και Δημοτικών Θεάτρων και Ορχηστρών 2008- 2014 (σε €).....	114
Διάγραμμα 97. Εισιτήρια ελληνικών ταινιών, 2010-2015, Ελλάδα .....	116
Διάγραμμα 98. Αριθμός παραγωγών ανά έτος, Ελλάδα, 2008-2014 .....	117
Διάγραμμα 99. Πωλήσεις φυσικών και ψηφιακών μέσων, Ελλάδα, 2008-2014 .....	118
Διάγραμμα 100. Συγγενικά δικαιώματα (σε εκ. €) .....	118
Διάγραμμα 101. Αριθμός εικαστικών (2015) .....	119
Διάγραμμα 102. Αριθμός ατομικών και ομαδικών εκθέσεων σε αίθουσες τέχνης, 2008-2014 .....	119
Διάγραμμα 103. Αριθμός σχολών θεάτρου, χορού και ωδεία, 2008-2014 .....	120
Διάγραμμα 104. Αριθμός σπουδαστών σε σχολές θεάτρου, χορού και ωδεία, 2009-2014	120

## **Παραρτήματα**

Διάγραμμα 105. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στις Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14 .....	138
Διάγραμμα 106. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στις Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14 .....	138
Διάγραμμα 107. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στον τομέα Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 .....	139
Διάγραμμα 108. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στον τομέα Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €).....	139
Διάγραμμα 109. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στο Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14 .....	140
Διάγραμμα 110. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στο Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14.....	140

Διάγραμμα 111. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στο Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014.....	141
Διάγραμμα 112. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στο Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €).....	141
Διάγραμμα 113. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στις Εκδόσεις, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14.....	142
Διάγραμμα 114. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στις Εκδόσεις, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14.....	142
Διάγραμμα 115. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στις Εκδόσεις σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 .....	143
Διάγραμμα 116. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στις Εκδόσεις σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €) .....	143
Διάγραμμα 117. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στις Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14.....	144
Διάγραμμα 118. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στις Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14.....	144
Διάγραμμα 119. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στις Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014.....	145
Διάγραμμα 120. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στις Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €) .....	145
Διάγραμμα 121. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στα Οπτικοακουστικά, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14 .....	146
Διάγραμμα 122. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στα Οπτικοακουστικά, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14 .....	146
Διάγραμμα 123. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στα Οπτικοακουστικά σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 .....	147
Διάγραμμα 124. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στα Οπτικοακουστικά σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €) .....	147
Διάγραμμα 125. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στην Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14 .....	148
Διάγραμμα 126. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στην Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14 .....	148
Διάγραμμα 127. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στην Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014.....	149
Διάγραμμα 128. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στην Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €).....	149
Διάγραμμα 129. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στην Αρχιτεκτονική, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14.....	150
Διάγραμμα 130. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στην Αρχιτεκτονική, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14.....	150
Διάγραμμα 131. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στην Αρχιτεκτονική σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 .....	151
Διάγραμμα 132. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στην Αρχιτεκτονική σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €) .....	151

Διάγραμμα 133. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στην Διαφήμιση, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14.....	152
Διάγραμμα 134. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στην Διαφήμιση, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14.....	152
Διάγραμμα 135. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στην Διαφήμιση σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 .....	153
Διάγραμμα 136. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στην Διαφήμιση σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. ευρώ).....	153
Διάγραμμα 137. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στο Ειδικευμένο σχέδιο, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14.....	154
Διάγραμμα 138. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στο Ειδικευμένο σχέδιο, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14.....	154
Διάγραμμα 139. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στο Ειδικευμένο σχέδιο σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014.....	155
Διάγραμμα 140. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στο Ειδικευμένο σχέδιο σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €) .....	155

## Επιτελική σύνοψη

- Ο πολιτιστικός και δημιουργικός τομέας στην Ελλάδα (2014) απασχολεί 110.688 εργαζομένους σε 46.370 επιχειρήσεις, με κύκλο εργασιών 5,3 δις. € και προστιθέμενη αξία για την ελληνική οικονομία περίπου 2,1 δις. € συνεισφέροντας 1,4% στο ΑΕΠ (με το αντίστοιχο ποσοστό στην ΕΕ-28 να είναι 2,8%).
- Οι κλάδοι με τους περισσότερους εργαζομένους για το 2014 είναι η αρχιτεκτονική (21.200 εργαζόμενοι), οι εκδόσεις (16.200), η διαφήμιση (11.300) και οι τέχνες και διασκέδαση (11.200), ενώ οι κλάδοι με την μεγαλύτερη συνεισφορά στην προστιθέμενη αξία οι εκδόσεις (371 εκ €), οι εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ (297 εκ €), τα οπτικοακουστικά (208 εκ €) και ο κλάδος της τηλεόρασης, ραδιοφώνου και επικοινωνίας (203 εκ €).
- Η Ελλάδα κατατάσσεται 11<sup>η</sup> στην απασχόληση, 10<sup>η</sup> στον αριθμό δημιουργικών επιχειρήσεων και 14<sup>η</sup> στην παραγωγή προστιθέμενης αξίας στην ΕΕ-28 για το 2014.
- Η οικονομική κρίση επηρέασε βαθιά τον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα, αφού την περίοδο 2008-14 η προστιθέμενη αξία μειώθηκε κατά 55,1%, ο αριθμός των εργαζομένων κατά 29,5% και ο αριθμός των επιχειρήσεων κατά 27,9%, ενώ την ίδια περίοδο τα παραπάνω μεγέθη στην ΕΕ-28 σημείωσαν άνοδο κατά 28,6%, 9,2% και 36,5% αντίστοιχα.
- Ειδικά, οι κλάδοι των βιβλιοθηκών και μουσείων μείωσαν την απασχόληση σωρευτικά κατά 43,6%, ο κλάδος της τηλεόρασης, ραδιοφώνου και επικοινωνίας κατά 56,8% και οι εκδόσεις κατά 39,2%.
- Παρ' όλες τις μεγάλες μειώσεις που παρατηρούνται σωρευτικά μεταξύ 2008 και 2014, το 2013-14 ο πολιτιστικός και δημιουργικός τομέας φαίνεται να ανακάμπτει με μια αύξηση της προστιθέμενης αξίας κατά 6,9% και μια τάση σταθερότητας στον αριθμό των εργαζομένων και των δημιουργικών επιχειρήσεων.
- Οι κλάδοι του λογισμικού και του ειδικευμένου σχεδίου (design) φαίνεται πως άντεξαν στην περίοδο της οικονομικής κρίσης, ενώ το 2013-14 αύξησαν την προστιθέμενη αξία τους κατά 16,8% και 27,9% αντίστοιχα.
- Άλλοι κλάδοι που παρουσίασαν μεγάλες αυξήσεις στην προστιθέμενη αξία την περίοδο 2013-14 είναι τα οπτικοακουστικά (54,8%), οι βιβλιοθήκες και μουσεία (16,8%) και η τηλεόραση, ραδιοφωνο και επικοινωνία (15,7%).
- Από το σύνολο των εργαζομένων του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα 57% είναι άνδρες και 43% είναι γυναίκες, ενώ φαίνεται πως το σύνολο των

γυναικών εργαζομένων μειώθηκε 16% κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης, ενώ το σύνολο των ανδρών μειώθηκε κατά 22%.

- Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης, 57% των εργαζομένων του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα της χώρας το 2014 ήταν απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, ενώ την περίοδο 2008-2014 οι παραπάνω εργαζόμενοι αυξήθηκαν κατά 23,7% (ΕΕ-28: 40%), ενώ οι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης μειώθηκαν κατά 73% (ΕΕ-28: 24%), γεγονός που αναδεικνύει την αυξανόμενη επαγγελματοποίηση του ευρύτερου πεδίου της δημιουργικής εργασίας και το βαθμό στον οποίο ενδεχομένως αναδεικνύεται αυτή ως ελκυστικό πεδίο εργασίας σε υψηλά εκπαιδευμένο εργατικό δυναμικό.
- 65% των εργαζομένων του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα στην Ελλάδα είναι ηλικίας 30-49 ετών (2014), ενώ η ηλικιακή ομάδα 15-29 υπέστη μείωση της απασχόλησης 56% κατά την διάρκεια της οικονομικής κρίσης.
- Στην Ελλάδα εργάζονται κατά μέσο όρο 2,4 εργαζόμενοι ανά δημιουργική επιχείρηση, ενώ στην ΕΕ-28 ο μέσος όρος είναι 3,4 (2014). Πάνω από το 71% των δημιουργικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι, είτε ατομικές, είτε επιχειρήσεις που απασχολούν έναν εργαζόμενο και 25,4% είναι αυτές που απασχολούν δύο με εννέα εργαζομένους, ενώ οι πολύ μεγάλες επιχειρήσεις (πάνω από 50 εργαζομένους) είναι μόλις 0,6%. Οι ατομικές επιχειρήσεις και οι επιχειρήσεις που έχουν μέχρι 9 εργαζομένους παράγουν 55% της προστιθέμενης αξίας των ΚΠΔ στην Ελλάδα, ενώ αυτές με πάνω από 50 εργαζομένους παράγουν 26% της προστιθέμενης αξίας.
- Ο κλάδος της διαφήμισης και αυτοί των οπτικοακουστικών, τηλεόρασης και ραδιοφώνου έχουν τους μεγαλύτερους πολλαπλασιαστές παραγωγής στο σύνολο των κλάδων της ελληνικής οικονομίας. Μια αύξηση της τελικής ζήτησης κατά 1 εκ. € για τα προϊόντα του κλάδου της διαφήμισης θα αυξήσει την συνολική παραγωγή στην Ελλάδα κατά 2,3 εκ. €, την ακαθάριστη προστιθέμενη αξία κατά 0,7 εκ. € και θα παράξει 18 νέες θέσεις εργασίας.
- Η Ελλάδα είναι καθαρός εισαγωγέας πολιτιστικών αγαθών, καθώς εισάγει αγαθά αξίας 181 εκ. € (κύρια κινηματογραφικά φιλμ, βιντεοπαιχνίδια και κονσόλες παιχνιδιών) και εξάγει αγαθά αξίας 110 εκ. € (κύρια βιβλία, πλεκτά, υφάσματα, κεντήματα και ηχογραφημένα μέσα) για το 2014, αν και οι εισαγωγές μειώθηκαν κατά 51,2% ενώ οι εξαγωγές κατά 38% την περίοδο 2008-14. Η Ελλάδα κατατάσσεται 10<sup>η</sup> (στην ΕΕ-28) στις εξαγωγές εντός της ΕΕ και 16<sup>η</sup> στις εξαγωγές σε χώρες εκτός της ΕΕ.
- Όσο πιο υψηλό είναι το μορφωτικό επίπεδο του κοινού, τόσο συχνότερη είναι η επίσκεψη σε πολιτιστικούς χώρους, κινηματογράφους και θέατρα-συναυλίες, όπως και πολύ υψηλή είναι η συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων και εφημερίδων. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι οι πανεπιστημιακής μόρφωσης επισκέπτες του κινηματογράφου έχουν δει μια τουλάχιστον μια ταινία τον

τελευταίο χρόνο σε ποσοστό 69%, ενώ οι απόφοιτοι δημοτικού σε ποσοστό 18%.

- Χαμηλό είναι το ποσοστό όσων στην Ελλάδα διαβάζουν καθημερινά εφημερίδα (23%), έναντι του αντίστοιχου ευρωπαϊκού ποσοστού (56%), ενώ η μέση καταναλωτική δαπάνη ανά νοικοκυριό στην Ελλάδα για συγκεκριμένα πολιτιστικά αγαθά (αγορά εφημερίδων και περιοδικών, βιβλίων, εισιτηρίων για κινηματογράφο, θέατρα και συναυλίες, χαρτικών και εξοπλισμού για την αναπαραγωγή και οπτικοακουστικών μέσων), είναι υψηλότερη από την αντίστοιχη στην ΕΕ. Αντίθετα πολύ χαμηλή είναι η θέση της Ελλάδας στην ψηφιακή αγορά ταινιών και μουσικής στην ΕΕ-28.

## 1. Πρόλογος

Η μελέτη για την χαρτογράφηση της πολιτιστικής και δημιουργικής βιομηχανίας στην Ελλάδα ανατέθηκε στο Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου από το Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού. Σκοπός της μελέτης είναι η λεπτομερής ανάλυση της εξέλιξης βασικών οικονομικών μεγεθών των κλάδων πολιτισμού και δημιουργικότητας (ΚΠΔ) στην Ελλάδα για την περίοδο 2008-2014, ούτως ώστε να περιγραφεί για πρώτη φορά η οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργικότητας, τόσο σε εθνικό και κλαδικό επίπεδο, όσο και σε χωρικό επίπεδο. Ευελπιστούμε η χαρτογράφηση αυτή να αποτελέσει ουσιαστικό υλικό για αυτούς που σχεδιάζουν πολιτικές για τον δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα, σε εθνικό και περιφερειακό/τοπικό επίπεδο. Ο στοχευμένος προγραμματισμός δράσεων και έργων μπορεί να ωθήσει τον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα σε μια νέα τροχιά ανάπτυξης, η οποία θα επαυξήσει τη συνεισφορά του στην ελληνική οικονομία, αλλά και θα δημιουργήσει τις βάσεις για την αντιμετώπιση χρόνιων προβλημάτων, όπως είναι η επισφαλής εργασία, η έλλειψη υποδομών και δικτυώσεων κ.α.

Η μελέτη διακρίνεται σε δύο παραδοτέα: το ανά χείρας πρώτο παραδοτέο, το οποίο περιλαμβάνει στατιστικές αναλύσεις βασικών μεγεθών των κλάδων πολιτισμού και δημιουργικότητας της Ελλάδας και σύγκριση με τα αντίστοιχα μεγέθη της ΕΕ-28 και το δεύτερο παραδοτέο, το οποίο επιχειρεί μια λεπτομερή καταγραφή και ανάλυση της πολιτιστικής και δημιουργικής οικονομίας στις 13 Περιφέρειες της Ελλάδας.

Το πρώτο παραδοτέο είναι διαρθρωμένο σε 11 κεφάλαια. Το επόμενο (δεύτερο) κεφάλαιο περιγράφει την μεθοδολογία εκπόνησης της μελέτης και την ταξινόμηση που επιλέχθηκε να ακολουθήσει η ομάδα έργου για την πληρέστερη αποτύπωση όλων των πολιτιστικών και δημιουργικών κλάδων στην Ελλάδα, η οποία απορρέει από την πρόταση ταξινόμησης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Στο τρίτο κεφάλαιο δίνεται η γενική εικόνα της πολιτιστικής και δημιουργικής οικονομίας στην Ελλάδα και στην ΕΕ-28 από το 2008 μέχρι το 2014, σε βασικά μεγέθη όπως είναι η προστιθέμενη αξία, οι πωλήσεις, ο αριθμός των εργαζομένων και ο αριθμός των επιχειρήσεων. Στα επόμενα τέσσερα κεφάλαια (4-7) αναλύονται με περισσότερες λεπτομέρειες τα παραπάνω τέσσερα βασικά μεγέθη, ενώ στο έκτο κεφάλαιο περιγράφονται οι αλυσίδες παραγωγής και οι εμπρόσθιες και οπίσθιες διασυνδέσεις των ΚΠΔ στην Ελλάδα, ούτως ώστε να περιγραφούν οι συνδέσεις τους με άλλους κλάδους της ελληνικής οικονομίας και να αποτυπωθεί η πολλαπλασιαστική τους ισχύ. Στο ένατο κεφάλαιο αναλύεται η θέση της Ελλάδας στο διεθνές εμπόριο συμβολικών αγαθών, ενώ στο δέκατο κεφάλαιο περιγράφεται η πολιτιστική κατανάλωση στην Ελλάδα. Το τελευταίο κεφάλαιο περιλαμβάνει την καταγραφή μερικών ακόμη πολιτιστικών στατιστικών εθνικού ενδιαφέροντος.

## **Ποιές είναι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες;**

Ο όρος «πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες» ή «κλάδοι πολιτισμού και δημιουργικότητας» περιλαμβάνουν συνήθως όλες τις επιχειρήσεις παραγωγής εμπορεύσιμων αγαθών υψηλού αισθητικού ή συμβολικού χαρακτήρα που η χρήση τους αποσκοπεί στον ερεθισμό των βιωματικών αντιδράσεων του καταναλωτή. Το τελικό αγαθό ή υπηρεσία αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας και υπάγεται στη νομοθεσία περί προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων.

Φυσικά, υπάρχουν διάφοροι ορισμοί για τους ΚΠΔ (DCMS 2004, UNESCO 2005, Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2010), οι οποίοι προκρίνουν διαφορετικές ταξινομήσεις των πολιτιστικών και δημιουργικών κλάδων. Στην παρούσα μελέτη επιλέχθηκε ο παραπάνω ορισμός, ο οποίος συνάδει με την συλλογή και επεξεργασία στατιστικών στοιχείων από πολιτιστικές και δημιουργικές επιχειρήσεις που παράγουν και πωλούν πολιτιστικά αγαθά και υπηρεσίες.

Η γρήγορη ανάπτυξη που σημείωσαν οι ΚΠΔ τα τελευταία χρόνια διεθνώς οδήγησε στην αναγνώρισή τους ως αυτοτελούς τομέα της οικονομίας, που περιλαμβάνει πολλές και σημαντικές δραστηριότητες παραγωγικού ενδιαφέροντος, όπως η διαφήμιση, η αρχιτεκτονική, το design, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης, ο κινηματογράφος, τα εικαστικά, η λογοτεχνία και το θέατρο, το λογισμικό, η μουσική, η φωτογραφία, οι βιβλιοθήκες και τα αρχεία, τα μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι και γενικότερες μορφές πολιτισμικής και λαογραφικής κληρονομιάς, οι εκδόσεις και οι αίθουσες τέχνης. Καλύπτει δηλαδή ένα ευρύ και ετερόκλητο φάσμα δραστηριοτήτων συναφών με τον πολιτισμό γενικότερα.



## 2. Μεθοδολογία εκπόνησης μελέτης

Η μεθοδολογία εκπόνησης της μελέτης στηρίχθηκε σε ποσοτικές μεθόδους ανάλυσης στατιστικών δεδομένων, τα οποία αντλήθηκαν από διάφορες πηγές, όπως η Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat, Στοιχεία από την βάση δεδομένων Structural Business Statistics και Labour Force Survey), η Ελληνική Στατιστική Αρχή (Στοιχεία ΑΕΠ, Απασχόλησης, Μητρώο Επιχειρήσεων, Πίνακες Εισροών-Εκροών, Στατιστικές Πολιτισμού) και το Υπουργείο Πολιτισμού. Ειδικά, στο κεφάλαιο 11 «Ειδικές στατιστικές για τον πολιτισμό» στατιστικά στοιχεία αντλήθηκαν από ένα πλήθος κρατικών και ιδιωτικών φορέων και συνδικαλιστικών οργανώσεων, για να υπάρχει μια πιο ολιστική εικόνα για τους διάφορους πολιτιστικούς τομείς (βλέπε στο τέλος του παρόντος κεφαλαίου). Όμως, αυτά τα στατιστικά στοιχεία θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με επιφύλαξη (οι λόγοι αναφέρονται στο αντίστοιχο κεφάλαιο) και χωρίς την διάθεση συγκρίσεων με τις επίσημες στατιστικές της ΕΛΣΤΑΤ και Eurostat.

Ένα σημαντικό ζήτημα που συνεχίζει να απασχολεί τους ερευνητές είναι η επιλογή των ΚΠΔ που περιλαμβάνονται στις αντίστοιχες Ευρωπαϊκές και Εθνικές μελέτες χαρτογράφησης της οικονομίας του πολιτισμού και της δημιουργικότητας. Η βάση στην οποία στηρίχθηκε η ελληνική μελέτη είναι η ταξινόμηση που παρήγαγε το 2012 η ομάδα της ESSNet-Culture για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία είναι πλέον η «επίσημη» στατιστική ταξινόμηση των κλάδων πολιτισμού και δημιουργικότητας για την Eurostat, χωρίς όμως να ακολουθείται πιστά στις αντίστοιχες μελέτες χαρτογράφησης των υπολοίπων Κρατών-Μελών της ΕΕ-28. Ακολουθώντας, η χαρτογράφηση της οικονομίας της Ελληνικής πολιτιστικής και δημιουργικής παραγωγής, εργασίας κ.λπ. περιλαμβάνει μερικούς ακόμη κλάδους (κωδικούς), οι οποίοι κρίθηκαν αναγκαίοι να συμπεριληφθούν στην αρχική ταξινόμηση της ESSNet-Culture. Ο κυριότερος λόγος είναι ότι οι προστιθέμενοι αυτοί κλάδοι δημιουργούν ένα πληρέστερο πλαίσιο για την παραγωγή μιας πιο ολιστικής εικόνας για την οικονομία των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών στην Ελλάδα. Για παράδειγμα, προστέθηκε ο κλάδος «Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες» (βλέπε Πίνακα 1), με τους αντίστοιχους υπο-κλάδους και με συντελεστή βαρύτητας είτε 50%, είτε 100%, γιατί οι άλλες εκτυπωτικές δραστηριότητες (ΣΤΑΚΟΔ 1812) (δηλαδή, πέρα από τις εκτυπώσεις εφημερίδων, περιοδικών, βιβλίων κ.λπ.), οι υπηρεσίες προεκτύπωσης (ΣΤΑΚΟΔ 1813) και η αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων (ΣΤΑΚΟΔ 1820) απασχολούν ένα μεγάλο ποσοστό ειδικευμένων σχεδιαστών (designers) και άλλους εργαζόμενους με δημιουργικό περιεχόμενο εργασίας. Ακόμη, οι βιβλιοδετικές και συναφείς δραστηριότητες (ΣΤΑΚΟΔ 1814), η κατασκευή κοσμημάτων (ΣΤΑΚΟΔ 3212) και η κατασκευή μουσικών οργάνων (ΣΤΑΚΟΔ 3220) εδράζονται πάνω σε χειροτεχνικές δεξιότητες. Επίσης, οι άλλες εκδοτικές δραστηριότητες (ΣΤΑΚΟΔ 5819)

περιλαμβάνουν την παραγωγή και αναπαραγωγή έργων τέχνης και συλλογών τέχνης, φωτογραφιών και καρτ-ποστάλ. Επιπροσθέτως, προστέθηκε ο κωδικός (ΣΤΑΚΟΔ 6201) «Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών συστημάτων» γιατί ένα μεγάλο μέρος της παραγωγής του περιλαμβάνει ειδικευμένο ψηφιακό σχέδιο (software design, computer games design, web page design, made to order computer software). Θα πρέπει εδώ να αναφερθεί, ότι ειδικά ο κλάδος ειδικευμένου σχεδίου (ΣΤΑΚΟΔ 7410), αν και υφίσταται ως μεμονωμένος κωδικός στην στατιστική ταξινόμηση ΣΤΑΚΟΔ και στην παρούσα μελέτη, φαίνεται πως δεν είναι απόλυτα αντιπροσωπευτικός του κλάδου του ειδικευμένου σχεδιασμού στην Ελλάδα, καθώς είναι πάρα πολλές οι περιπτώσεις, που έχουν περιγραφεί από άλλες μελέτες (Αυδίκος κ.α., 2015<sup>1</sup>) στις οποίες πολλές δραστηριότητες design (γραφιστικό, web, βιομηχανικό κ.λπ.) δεν εγγράφονται στον συγκεκριμένο κωδικό, αλλά σε άλλους κωδικούς, όπως στις εκτυπώσεις, στον προγραμματισμό Η/Σ, στην κατασκευή κοσμημάτων, στις εκδόσεις κ.α. Ο λόγος είναι ότι ο ειδικευμένος σχεδιασμός, ως διαδικασία, είναι παρών σε πολλές αλυσίδες παραγωγής και παραγωγικές δραστηριότητες (π.χ. έκδοση βιβλίων, κατασκευή κοσμημάτων κ.λπ.), χωρίς να είναι η κύρια παραγωγική δραστηριότητα. Έτσι, η αξία και το μερίδιο του design στις επίσημες στατιστικές (όπως και στην ανάλυση της παρούσας χαρτογράφησης) είναι κατά πολύ μειωμένο της πραγματικής του αξίας και μεριδίου στην προστιθέμενη αξία, στον αριθμό των εργαζομένων κ.λπ.

Τέλος, για τους κλάδους των Τεχνών-Διασκέδασης και Μουσείων-Βιβλιοθηκών δεν υπήρχαν διαθέσιμα στατιστικά δεδομένα για τους υπο-κλάδους αυτών (τετραψήφιους ΣΤΑΚΟΔ). Έτσι, η ανάλυση εμπεριέχει δεδομένα μόνο για το σύνολο των παραπάνω κλάδων.

**Πίνακας 1. Στατιστική ταξινόμηση κλάδων μελέτης και σύγκριση με την ταξινόμηση της ESSNet-Culture**

ΣΤΑΚΟΔ	Κλάδοι Πολιτισμού και Δημιουργικότητας	Βαρύτητα στην μελέτη	ESSNet-Culture
<b>Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες</b>			
1812	Άλλες εκτυπωτικές δραστηριότητες	50%	εκτός
1813	Υπηρεσίες προεκτύπωσης και προεγγραφής μέσων	50%	εκτός
1814	Βιβλιοδετικές και συναφείς δραστηριότητες	50%	εκτός
1820	Αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	50%	εκτός
3212	Κατασκευή κοσμημάτων και συναφών ειδών	100%	εκτός
3213	Κατασκευή κοσμημάτων απομίμησης και συναφών ειδών	50%	εκτός
3220	Κατασκευή μουσικών οργάνων	100%	εκτός
3240	Κατασκευή παιχνιδιών κάθε είδους	50%	εκτός

<sup>1</sup> Αυδίκος Β., Καλογερέσης Αθ., Δημητριάδης Κ. και Πενλίδης, Κ. (2015) *To Design στην Ελλάδα: Προσφορά, ζήτηση και συνθήκες εργασίας*. CS, Αθήνα

<b>Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών</b>			
4761	Λιανικό εμπόριο βιβλίων σε ειδικευμένα καταστήματα	50%	μερικώς
4763	Λιανικό εμπόριο εγγραφών μουσικής και εικόνας σε ειδικευμένα καταστήματα	50%	μερικώς
7722	Ενοικίαση βιντεοκασετών και δίσκων	50%	μερικώς
<b>Εκδόσεις</b>			
5811	Έκδοση βιβλίων	100%	πλήρως
5813	Έκδοση εφημερίδων	100%	πλήρως
5814	Έκδοση περιοδικών κάθε είδους	100%	πλήρως
5819	Άλλες εκδοτικές δραστηριότητες	100%	εκτός
<b>Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ</b>			
5821	Έκδοση παιχνιδιών για ηλεκτρονικούς υπολογιστές	100%	πλήρως
5829	Έκδοση άλλου λογισμικού	100%	εκτός
6201	Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών συστημάτων	50%	εκτός
<b>Οπτικοακουστικά</b>			
5911	Δραστηριότητες παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	100%	πλήρως
5912	Δραστηριότητες συνοδευτικές της παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	100%	πλήρως
5913	Δραστηριότητες διανομής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	100%	πλήρως
5914	Δραστηριότητες προβολής κινηματογραφικών ταινιών	100%	πλήρως
5920	Ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις	100%	πλήρως
7420	Φωτογραφικές δραστηριότητες	100%	μερικώς
<b>Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία</b>			
6020	Τηλεοπτικός προγραμματισμός και τηλεοπτικές εκπομπές	100%	πλήρως
6201	Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών συστημάτων	100%	πλήρως
6312	Δικτυακές πύλες	100%	πλήρως
6391	Δραστηριότητες πρακτορείων ειδήσεων	100%	πλήρως
<b>Αρχιτεκτονική</b>			
7111	Δραστηριότητες αρχιτεκτόνων	100%	πλήρως
<b>Διαφήμιση</b>			
7311	Διαφημιστικά γραφεία	100%	μερικώς
<b>Ειδικευμένο σχέδιο</b>			
7410	Δραστηριότητες ειδικευμένου σχεδίου	100%	πλήρως
<b>Τέχνες και διασκέδαση</b>			
9001	Τέχνες του Θεάματος	100%	πλήρως
9002	Υποστηρικτικές δραστηριότητες για τις τέχνες του θεάματος	100%	πλήρως
9003	Καλλιτεχνική δημιουργία	100%	πλήρως

9004	Εκμετάλλευση αιθουσών θεαμάτων και συναφείς δραστηριότητες	100%	πλήρως
<b>Βιβλιοθήκες και μουσεία</b>			
9101	Δραστηριότητες βιβλιοθηκών και αρχειοφυλακείων	100%	πλήρως
9102	Δραστηριότητες μουσείων	100%	πλήρως
9103	Λειτουργία ιστορικών χώρων και κτιρίων και παρόμοιων πόλων έλξης επισκεπτών	100%	πλήρως

### **Φορείς- πηγές άντλησης στατιστικών δεδομένων**

Ελληνική Στατιστική Αρχή

Eurostat

Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού

Πύλη πολιτιστικών φορέων-ΥΠΠΟ

Περιφερειακή πολιτιστική πολιτική και Φεστιβάλ-ΥΠΠΟ

EKEBI

Εταιρία Ελλήνων Λογοτεχνών

Εταιρία Συγγραφέων

Εθνική Εταιρία Ελλήνων Λογοτεχνών

Πανελλήνια Ομοσπονδία Θεάματος Ακροάματος

Εταιρεία Ελλήνων Σκηνοθετών

Εταιρεία Ελλήνων Θεατρικών Συγγραφέων, Μουσικών και Μεταφραστών

Σωματείο Ελλήνων Χορογράφων

Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου

ΕΣΠΕΚ

ΣΑΠΟΕ

Επιμελητήριο Εικαστικών Τεχνών Ελλάδας

IFPI

ΑΕΠΙ

Ερατώ

Απόλλων

athinorama.gr

biblionet.gr

**Δεδομένα από Structural Business Statistics database- Eurostat**

Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία: Value added at factor cost

Πωλήσεις: Turnover or gross premiums written

Αριθμός εργαζομένων: Number of persons employed

Αριθμός επιχειρήσεων: Number of enterprises

\*Όλα τα δεδομένα παρουσιάζονται σε τρέχουσες τιμές\*

### 3. Η γενική εικόνα

Ο πολιτιστικός και δημιουργικός τομέας στην Ελλάδα απασχολούσε το 2014 110.688 εργαζομένους σε 46.370 επιχειρήσεις, οι οποίες πώλησαν συμβολικά αγαθά και υπηρεσίες της τάξης των 5,3 δις. €, με προστιθέμενη αξία για την ελληνική οικονομία περίπου 2,1 δις. € συνεισφέροντας 1,4% στο ΑΕΠ (Εικόνα 1). Αντίστοιχα, στην ΕΕ-28 οι ΚΠΔ συνεισφέρουν στο Ευρωπαϊκό ΑΕΠ κατά 2,8% (353 δις €), μέσω 1,7 εκ. επιχειρήσεων που απασχολούν 6,1 εκ. εργαζομένους για το 2014.

Εικόνα 1. Βασικά μεγέθη του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα στην Ελλάδα, 2014

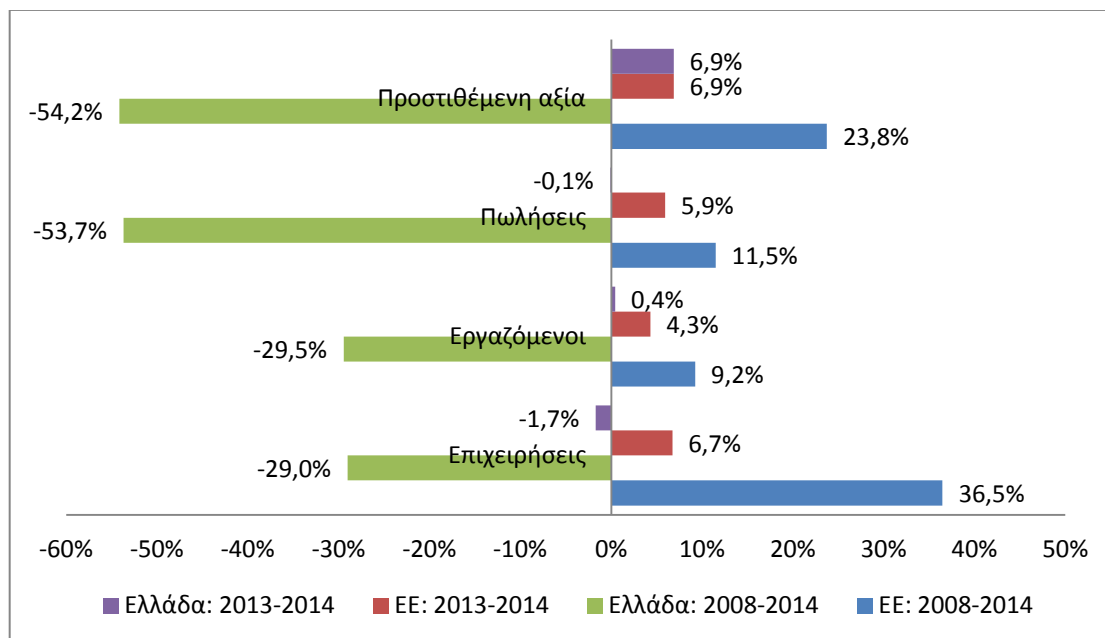


Πηγή: Eurostat, ΥΠΠΟ

Η οικονομική κρίση που ουσιαστικά ξεκίνησε στην Ελλάδα το 2009 είχε ισχυρό αντίκτυπο στα βασικά μεγέθη των ΚΠΔ, καθώς, όπως φαίνεται στο διάγραμμα 1, η προστιθέμενη αξία μειώθηκε κατά 55,1% από το 2008 μέχρι το 2014, ο αριθμός των εργαζομένων κατά 29,5% και οι επιχειρήσεις κατά 27,9%. Την ίδια χρονική περίοδο στην ΕΕ-28 παρατηρήθηκε μια τεράστια άνοδος του αριθμού των επιχειρήσεων (36,5%), η οποία πυροδότησε μια άνοδο στην προστιθέμενη αξία (28,6%) και αυξήσεις μικρότερης έντασης στις άλλες μεταβλητές (πωλήσεις 11,5% και εργαζόμενοι 9,2%). Παρόλα αυτά φαίνεται πως ο πολιτιστικός και δημιουργικός

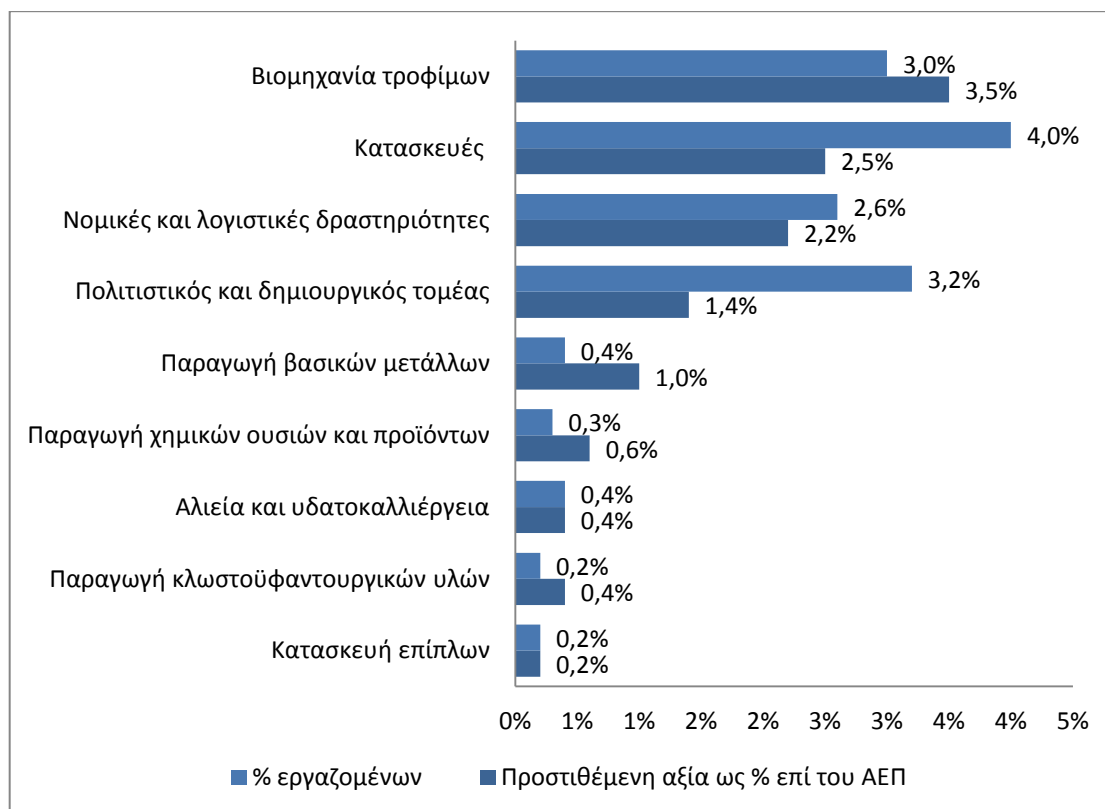
τομέας αποτελεί βασικό πυλώνα της ελληνικής οικονομίας, συγκρινόμενος με άλλους επιλεγμένους κλάδους για το 2014 (Διάγραμμα 2).

**Διάγραμμα 1. Μεταβολές σε βασικά μεγέθη του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα σε Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-14, 2013-14**



Πηγή: Eurostat, ΥΠΠΟΑ

**Διάγραμμα 2. Βασικά μεγέθη επιλεγμένων κλάδων της ελληνικής οικονομίας, 2014**



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ

Παρ' όλες τις μεγάλες μειώσεις στα βασικά μεγέθη από το 2008, οι ΚΠΔ στην Ελλάδα φαίνεται να ανακάμπτουν το 2014, αφού παρατηρείται μια αύξηση στην προστιθέμενη αξία (6,9%), σε σχέση με το 2013. Ακόμη, ο αριθμός των εργαζομένων και των επιχειρήσεων και οι πωλήσεις για πρώτη φορά μετά από έξι έτη, φαίνεται πως σταθεροποιούνται, ενώ σε μερικούς κλάδους υπάρχει μια σαφή ανοδική τάση (Πίνακας 2). Ειδικά, ο κλάδος «Βιβλιοθήκες και μουσεία» και ο κλάδος «Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία», ενώ παρουσίασαν τις μεγαλύτερες μειώσεις στην απασχόληση από το 2008 μέχρι το 2014 (-43,6% και -56,8% αντίστοιχα), το 2014 αύξησαν την απασχόληση κατά 15,4% και 15,2% αντίστοιχα. Η ίδια τάση στους παραπάνω κλάδους παρατηρείται και για τα μεγέθη της προστιθέμενης αξίας. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι δύο ΚΠΔ, αυτός της έκδοσης λογισμικού και του ειδικευμένου σχεδίου (design), άντεξαν μέσα στην οικονομική κρίση. Ο μεν κλάδος της έκδοσης λογισμικού έχει μια σωρευτική αύξηση της απασχόλησης κατά 0,5% από το 2008 μέχρι το 2014, ενώ το design παρέμεινε στα ίδια επίπεδα με το 2008. Οι παραπάνω δύο κλάδοι (έκδοση λογισμικού και design) φαίνεται να εκτοξεύουν την προστιθέμενη αξία που παράγουν το 2014, αφού το ειδικευμένο σχέδιο παρουσιάζει μια αύξηση της προστιθέμενης αξίας κατά 27,9%, ενώ ο κλάδος της έκδοσης λογισμικού παρουσίασε αύξηση κατά 16,8%. Την μεγαλύτερη αύξηση στην προστιθέμενη αξία κατέγραψε ο κλάδος των οπτικοακουστικών (φίλμ, βίντεο, μουσική και φωτογραφία) με 54,8% για το 2014, έχοντας όμως υποστεί μια σωρευτική μείωση της προστιθέμενης αξίας κατά 57,9% από το 2008 μέχρι το 2014. Έτσι, η γενική εικόνα των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών στην Ελλάδα δείχνει ότι παρά τις τεράστιες μειώσεις που υπέστησαν από το 2008 και μετά, το 2014 παρουσιάζουν σημάδια ανάκαμψης για πρώτη φορά μετά από έξι έτη. Εδώ θα πρέπει να σημειώσουμε, όπως θα δούμε παρακάτω πιο αναλυτικά, ότι η αρνητική μεταβολή (2008- ) των περισσότερων μεγεθών είχε μεγαλύτερη ένταση από την αντίστοιχη ύφεση της ελληνικής οικονομίας στο σύνολό της. Δηλαδή, οι ΚΠΔ «βούτηξαν» στην ύφεση με μεγαλύτερη ένταση από ότι η ελληνική οικονομία. Από την άλλη φαίνεται ότι και η ανάκαμψη μερικών ΚΠΔ παρατηρείται (τουλάχιστον για το 2014) να είναι αυξημένης έντασης. Τα ανεπίσημα και προσωρινά στοιχεία του ετήσιου δείκτη κύκλου εργασιών (ΕΛΣΤΑΤ, 2016) για το 2015 και το α' εξάμηνο του 2016 δείχνουν ότι οι παραπάνω αυξητικές τάσεις θα συνεχιστούν στους κλάδους της έκδοσης λογισμικού, του ειδικευμένου σχεδίου, της αρχιτεκτονικής και των βιβλιοθηκών-μουσείων. Σταθεροποιητικές τάσεις αναμένονται για τους κλάδους της διαφήμισης, των εκτυπώσεων-κατασκευών-χειροτεχνιών, των τεχνών και των οπτικοακουστικών, ενώ φαίνεται πως οι εκδόσεις και ο κλάδος των ραδιοτηλεοπτικών εισέρχονται σε μια ακόμη πτωτική πορεία μικρής έντασης<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Αναλυτικά διαγράμματα ανά ΚΠΔ, βλέπε Παράρτημα 7.



Πίνακας 2. Αριθμός εργαζομένων και προστιθέμενη αξία των Κλάδων Πολιτισμού και Δημιουργικότητας, Ελλάδα, 2008-14 και 2013-14

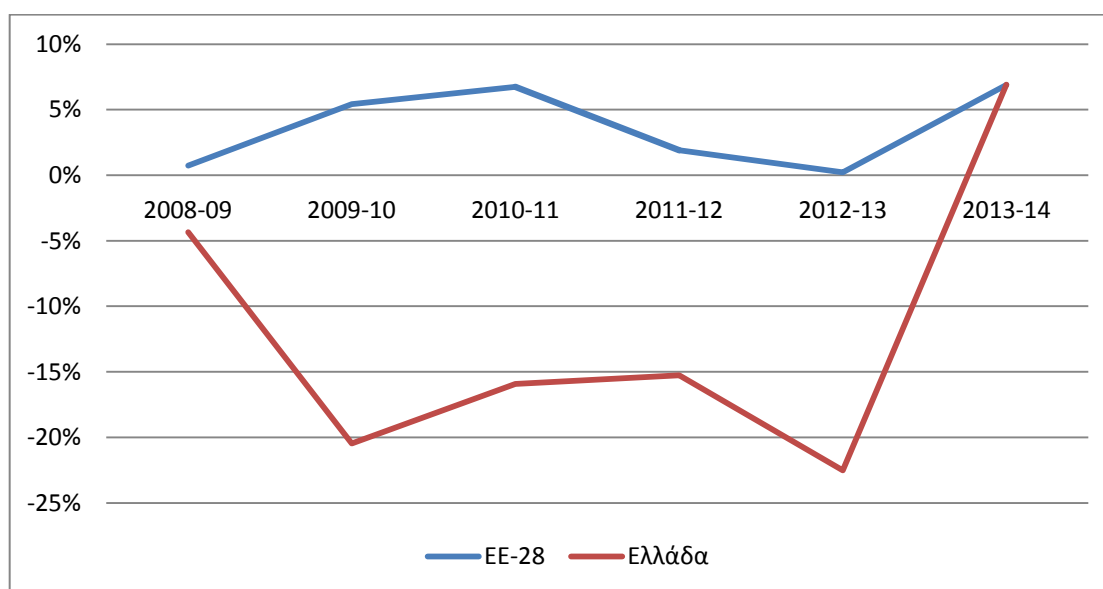
ΤΟΜΕΙΣ	Εργαζόμενοι			Προστιθέμενη αξία		
	Αριθμός εργ/νων 2014	Μεταβολή 2008-14	Μεταβολή 2013-14	Π.Α. (σε εκ. €) 2014	Μεταβολή 2008-14	Μεταβολή 2013-14
Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες	8428	-36,8%	-7,0%	184,45	-36,5%	6,8%
Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών	5909	-16,4%	5,8%	39,75	-56,7%	-11,2%
Εκδόσεις	16224	-39,2%	1,3%	371,7	-52,3%	4,1%
Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ	9337	0,5%	3,5%	296,85	-30,2%	16,8%
Οπτικοακουστικά	9746	-32,2%	0,7%	208,1	-57,9%	54,8%
Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία	7357	-53,8%	15,2%	202,7	-71,0%	15,7%
Αρχιτεκτονική	21223	-27,7%	-0,1%	232,6	-77,2%	-15,7%
Διαφήμιση	11370	-9,6%	-3,9%	271,2	-39,2%	3,9%
Ειδικευμένο σχέδιο	2394	-0,2%	0,1%	29,3	-47,6%	27,9%
Τέχνες και διασκέδαση	11200	-11,1%	-10,4%	198,6	-40,9%	-6,7%
Βιβλιοθήκες και μουσεία	7500	-43,6%	15,4%	88,8	-2,6%	16,8%
<b>Σύνολο</b>	<b>110688</b>	<b>-29,5%</b>	<b>0,4%</b>	<b>2124,1</b>	<b>-55,1%</b>	<b>6,9%</b>

Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ

## 4. Προστιθέμενη αξία

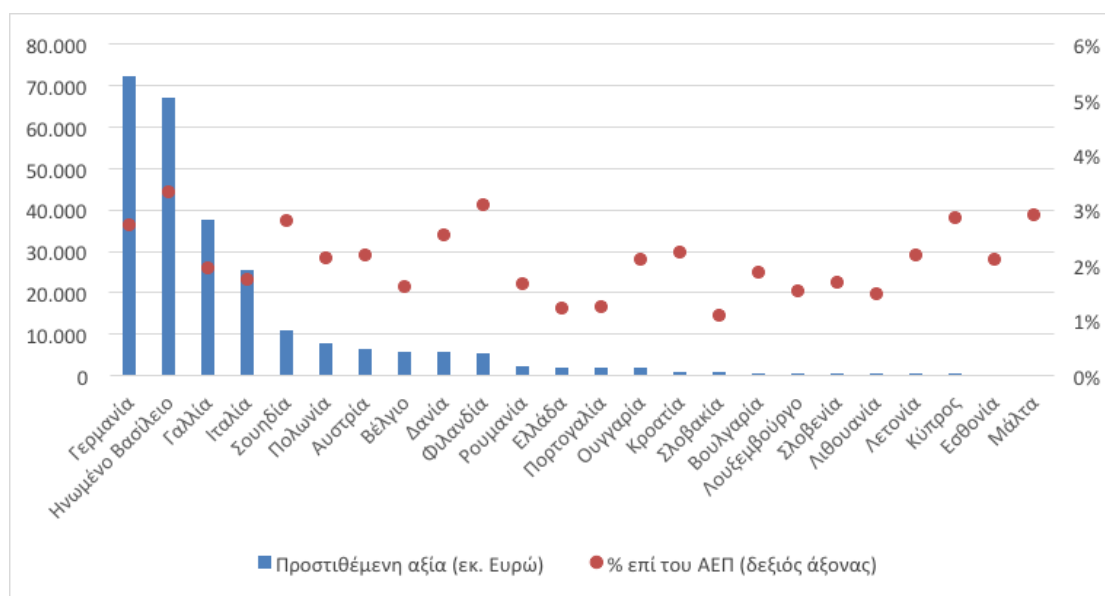
Το 2008 οι ΚΠΔ στην Ελλάδα είχαν προστιθέμενη αξία 4,7 δις. € (2,2% του ΑΕΠ), ενώ το 2014 περίπου 2,1 δις. € (1,4% του ΑΕΠ). Η ύφεση της προστιθέμενης αξίας των ΚΠΔ στην Ελλάδα από το 2008 έως το 2014 αγγίζει το 55,1%, έχοντας μια μέση ετήσια μείωση της τάξης του 11,9%, ενώ την ίδια χρονική περίοδο στην ΕΕ-28 παρατηρείται αύξηση της προστιθέμενης αξίας σωρευτικά κατά 23,7% ή περίπου 3,7% κατ' έτος (βλέπε και διάγραμμα 3). Στην ουσία η προστιθέμενη αξία των ΚΠΔ στην Ελλάδα ακολούθησε την τάση της αρνητικής μεταβολής του ΑΕΠ (διάγραμμα 5), με μεγαλύτερη ένταση μέχρι το 2013, ενώ το 2014 παρατηρήθηκε η πρώτη αύξηση στην προστιθέμενη αξία κατά 6,9%. Έτσι, για το 2014 η Ελλάδα κατατάσσεται 14<sup>η</sup> στην ΕΕ-28 (Διάγραμμα 4) στην παραγωγή προστιθέμενης αξίας στους ΚΠΔ.

Διάγραμμα 3. Ποσοστιαίες ετήσιες μεταβολές προστιθέμενης αξίας του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα σε Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-2014



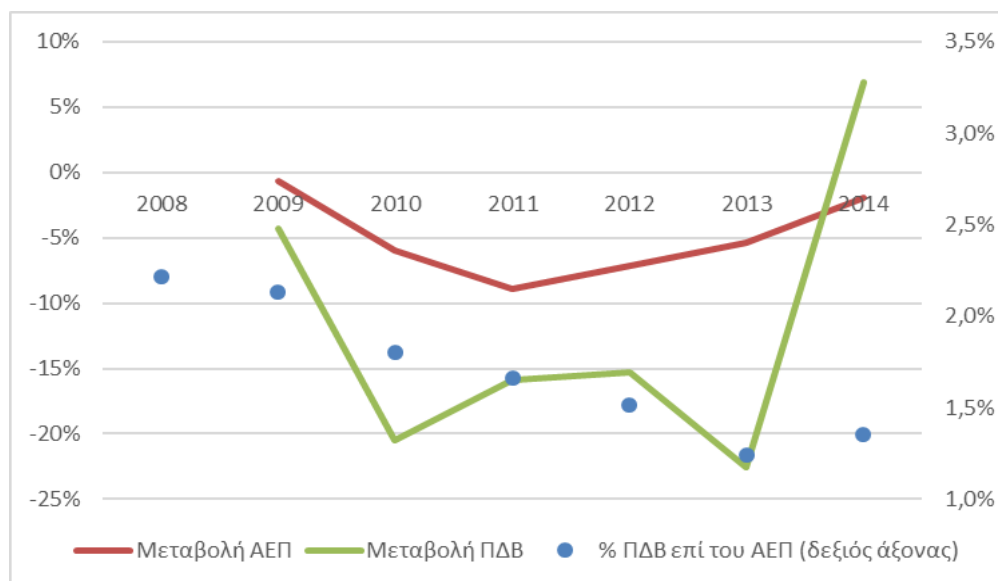
Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ. Για τους κλάδους «Τέχνες και διασκέδαση» και «Βιβλιοθήκες και μουσεία» δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για ΕΕ-28.

Διάγραμμα 4. Προστιθέμενη αξία του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα στα Κράτη Μέλη της ΕΕ-28, 2014



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ. Για τους κλάδους «Τέχνες και διασκέδαση» και «Βιβλιοθήκες και μουσεία» δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για ΕΕ-28.

Διάγραμμα 5. Ποσοστιαίες μεταβολές του ΑΕΠ και της προστιθέμενης αξίας του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα, Ελλάδα 2008-2014

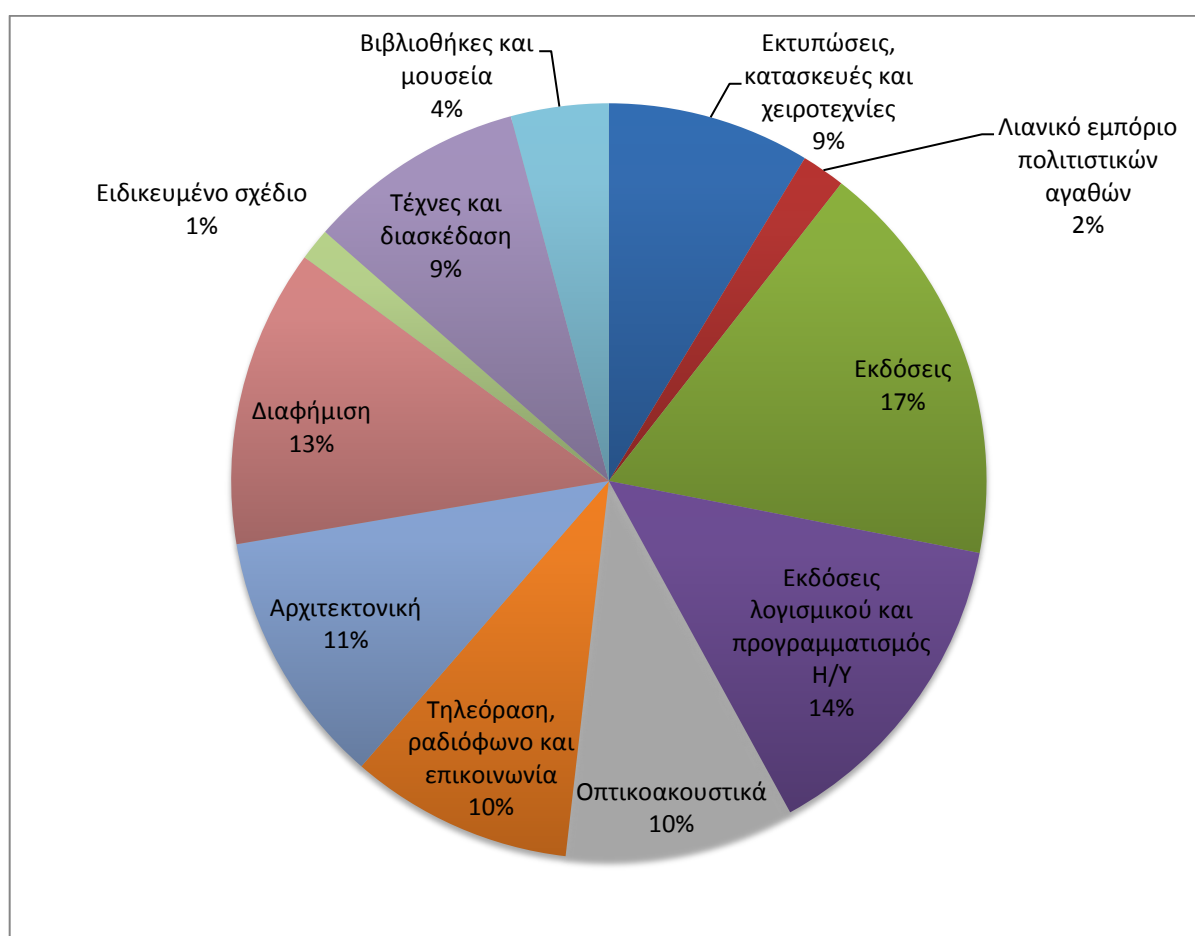


Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ. Για τους κλάδους «Τέχνες και διασκέδαση» και «Βιβλιοθήκες και μουσεία» δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για ΕΕ-28.

Πρώτος κλάδος στην παραγωγή της προστιθέμενης αξίας βρίσκεται αυτός των εκδόσεων (17%, διάγραμμα 6), ο οποίος κατέγραψε μια αρνητική πορεία από το 2009 και έπειτα (Πίνακας 3), με συνολικές απώλειες περίπου 52%, αν και το 2014 παρουσίασε την πρώτη θετική μεταβολή στην προστιθέμενη αξία του κατά 4,1%, η

οποία κυρίως προήρθε από αύξηση του κλάδου των εκδόσεων εφημερίδων (Βλέπε Παράρτημα 1, με αναλυτικά στοιχεία για κάθε κλάδο και υπο-κλάδο). Δεύτερος κλάδος είναι αυτός της έκδοσης λογισμικού με σωρευτική μείωση 30,2% από το 2009 και μετά, ενώ και αυτός ο κλάδος «είδε» την προστιθέμενη αξία του να αυξάνεται κατά 16,8% την περίοδο 2013-14. Η διαφήμιση παράγει το 13% της συνολικής προστιθέμενης αξίας, η αρχιτεκτονική το 11%, ενώ οι κλάδοι των οπτικοακουστικών και η τηλεόραση-ραδιόφωνο από 10%. Ειδικά στα οπτικοακουστικά θα πρέπει να σημειώσουμε την μεγάλη άνοδο που καταγράφεται το 2014 για την «Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων», η οποία αύξησε την προστιθέμενη αξία της από 71 εκ. € (2013) στα 143,1 εκ. € (2014) και ο υπο-κλάδος των «Ηχογραφήσεων και μουσικών εκδόσεων», που είναι ένα από τους λίγους υπο-κλάδους στην Ελλάδα (μαζί με αυτούς της κατασκευής μουσικών οργάνων, διαδικτυακών πυλών και πρακτορείων ειδήσεων) που παρουσίασε αύξηση της προστιθέμενης αξίας από 3 εκ. € το 2008 στα 11,6 εκ. € το 2014.

Διάγραμμα 6. Μεριδία ΚΠΑ στην προστιθέμενη αξία του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα, Ελλάδα, 2014



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ

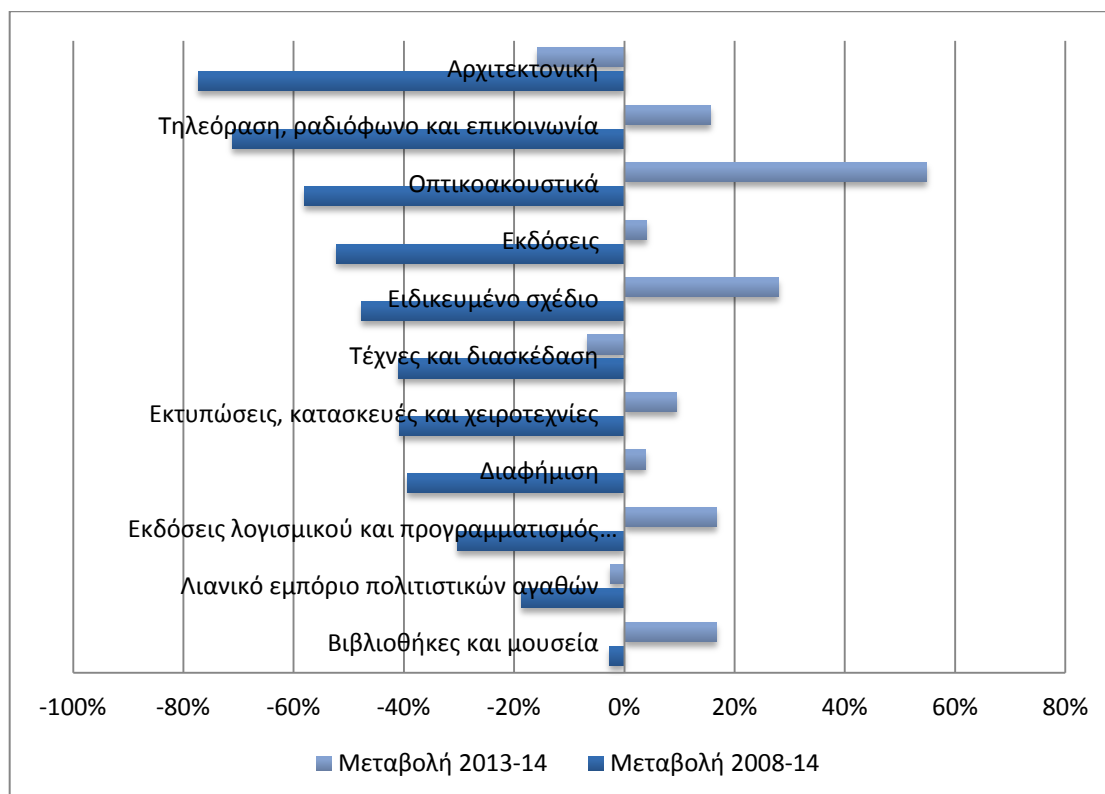
Πίνακας 3. Προστιθέμενη αξία ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-2014 (σε εκ. €)

ΤΟΜΕΙΣ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Μεταβολή 2008-14	% Μεταβολή 2008-14	Μεταβολή 2013-14	% Μεταβολή 2013-14
Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες	290,4	322,85	309,9	252,55	223,1	172,75	184,45	-105,95	-36,5%	11,7	6,8%
Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών	91,7	85,65	107,25	86,55	62,45	44,75	39,75	-51,95	-56,7%	-5	-11,2%
Εκδόσεις	778,5	760,6	630,9	526,4	397	356,9	371,7	-406,8	-52,3%	14,8	4,1%
Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ	425,2	540,15	371,65	341,05	336,8	254,2	296,85	-128,35	-30,2%	42,65	16,8%
Οπτικοακουστικά	494,6	430,2	315,1	223,5	214,4	134,4	208,1	-286,5	-57,9%	73,7	54,8%
Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία	699,5	662,3	498,3	266	186,1	175,2	202,7	-496,8	-71,0%	27,5	15,7%
Αρχιτεκτονική	1022,1	807,9	662,1	607	500,1	276	232,6	-789,5	-77,2%	-43,4	-15,7%
Διαφήμιση	446,3	429,7	346,6	352,1	319,9	261	271,2	-175,1	-39,2%	10,2	3,9%
Ειδικευμένο σχέδιο	55,9	106,3	37,6	28,2	43,4	22,9	29,3	-26,6	-47,6%	6,4	27,9%
Τέχνες και διασκέδαση	336,0	275,6	246,3	246,9	215,8	212,8	198,6	-137,4	-40,9%	-14,2	-6,7%
Βιβλιοθήκες και μουσεία	91,2	76,8	74,4	77,6	65,6	76,0	88,8	-2,4	-2,6%	12,8	16,8%
<b>Σύνολο</b>	<b>4731,4</b>	<b>4498,0</b>	<b>3600,1</b>	<b>3007,8</b>	<b>2564,7</b>	<b>1986,9</b>	<b>2124,1</b>	<b>-2607,3</b>	<b>-55,1%</b>	<b>137,2</b>	<b>6,9%</b>

Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ

Οι μεγαλύτερες μειώσεις της προστιθέμενης αξίας από το 2008 στο 2014 καταγράφηκαν στους κλάδους της αρχιτεκτονικής (-77,2%), της τηλεόρασης-ραδιοφώνου (-71%), των οπτικοακουστικών (-57,9%) και στις εκδόσεις (-52,3%), ενώ οι μικρότερες μειώσεις παρατηρήθηκαν στους κλάδους των βιβλιοθηκών και μουσείων (-2,6%) και του λιανικού εμπορίου πολιτιστικών αγαθών (-18,7%, διάγραμμα 7).

Διάγραμμα 7. Ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας των ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-14, 2013-14

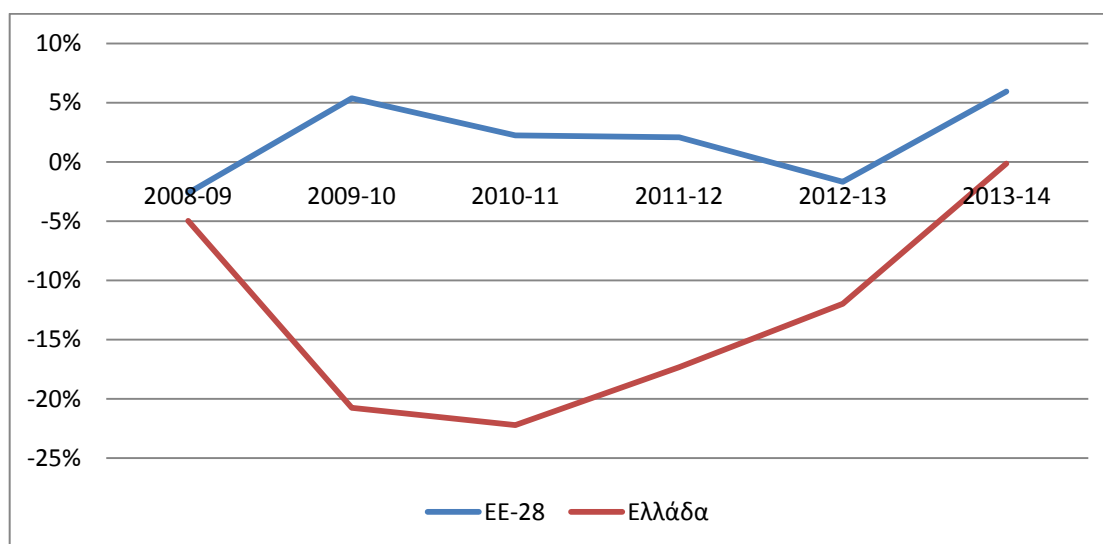


Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ

## 5. Πωλήσεις

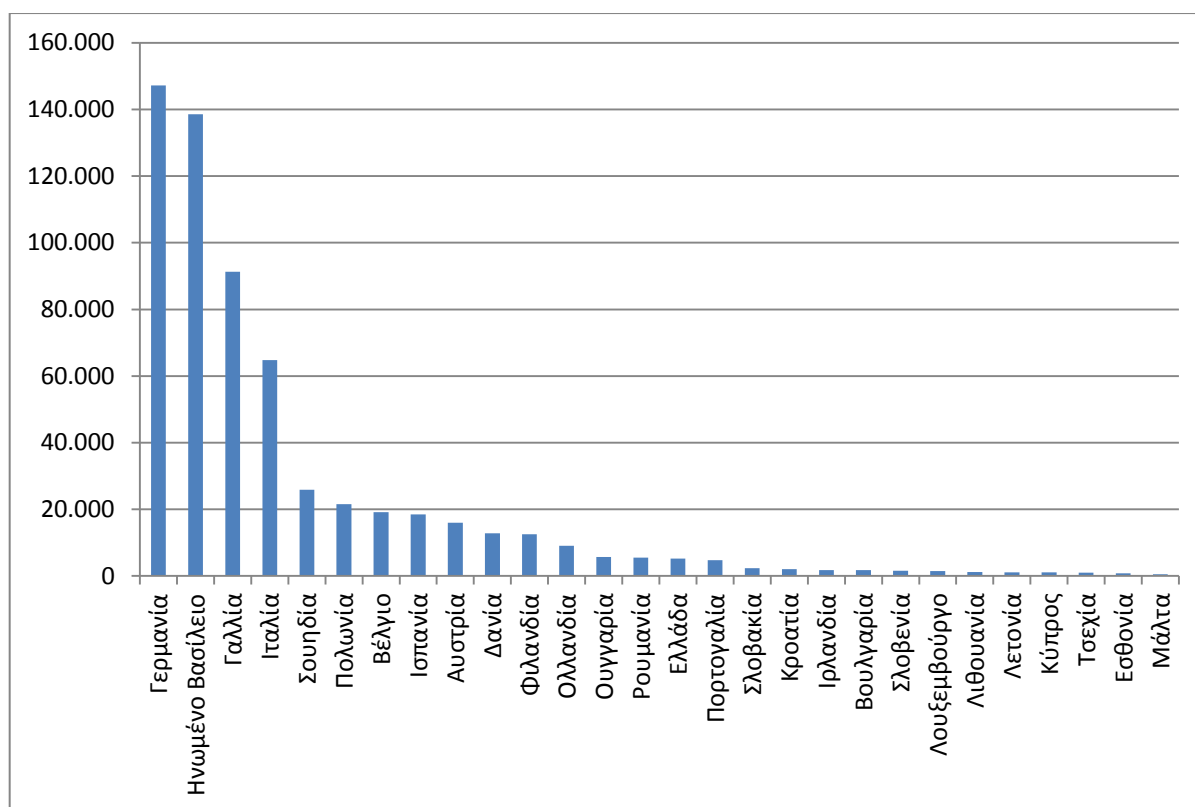
Οι πωλήσεις (ή κύκλος εργασιών) του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα στην Ελλάδα για το 2014 ανέρχονται στα 5,6 δις €, ενώ το 2008 ανέρχονται στα 12,6 δις €, δηλαδή υπήρξε μια μείωση περίπου 57% ή 12% κατ' έτος (Διάγραμμα 8). Στην ΕΕ-28 παρατηρείται μια αύξηση των πωλήσεων κατά 11,5% σωρευτικά από το 2008 μέχρι το 2014. Όπως και στην προστιθέμενη αξία, έτσι και στις πωλήσεις το 2014 στην Ελλάδα φαίνεται να είναι ένα κρίσιμο χρονικό σημείο, καθώς παρατηρείται μια σταθεροποίηση των πωλήσεων σε σχέση με το 2013. Σύμφωνα με την αξία των πωλήσεων για το 2014 η Ελλάδα κατατάσσεται 15<sup>η</sup> στην ΕΕ-28 (Διάγραμμα 9).

**Διάγραμμα 8. Ποσοστιαίες ετήσιες μεταβολές πωλήσεων του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα σε Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-2014**



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ, Για τους κλάδους «Τέχνες και διασκέδαση» και «Βιβλιοθήκες και μουσεία» δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για ΕΕ-28.

Διάγραμμα 9. Πωλήσεις του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα στα Κράτη Μέλη της ΕΕ-28, 2014

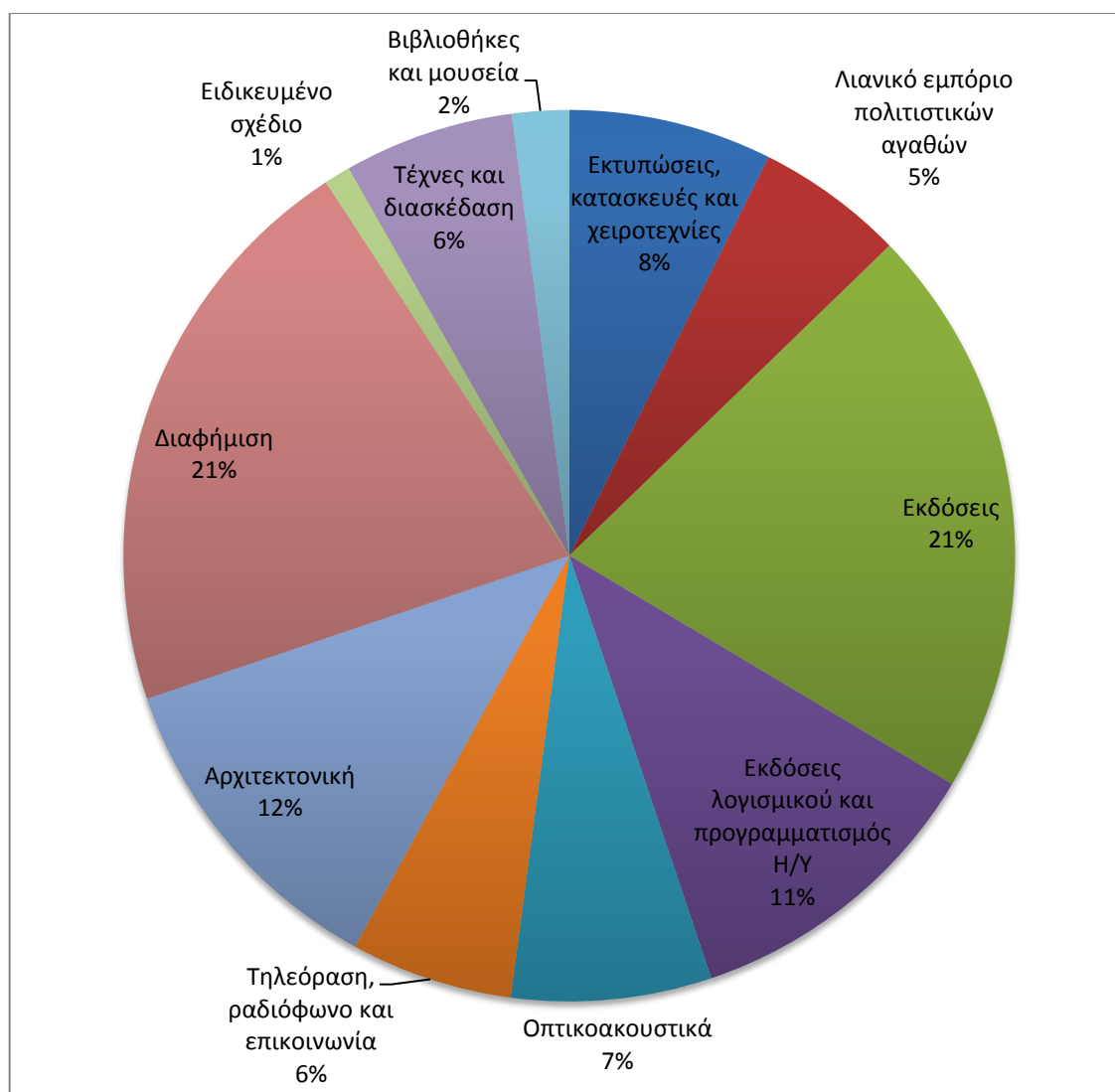


Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ, Για τους κλάδους «Τέχνες και διασκέδαση» και «Βιβλιοθήκες και μουσεία» δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για ΕΕ-28.

Τα μεγαλύτερα μερίδια στις πωλήσεις για το 2014 στην Ελλάδα (Διάγραμμα 10) τα έχουν οι κλάδοι της διαφήμισης (21%) και των εκδόσεων (21%), ενώ ακολουθούν οι κλάδοι της αρχιτεκτονικής (12%), των εκδόσεων λογισμικού (11%), οι εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες (8%) και τα οπτικοακουστικά (7%). Οι ΚΠΔ που παρουσίασαν τις μικρότερες μειώσεις των πωλήσεών τους από το 2008 μέχρι το 2014 είναι οι βιβλιοθήκες και μουσεία (μόλις -3%) και αύξηση 16,8% το 2014, οι εκδόσεις λογισμικού (-34%) και αύξηση 14,2% το 2014, ενώ οι μεγαλύτερες μειώσεις στις πωλήσεις σημειώθηκαν στην τηλεόραση και ραδιόφωνο (-77%), αρχιτεκτονική (-72%), οπτικοακουστικά (-65%) και ειδικευμένο σχέδιο (-63%) (Πίνακας 4 και Διάγραμμα 11).



Διάγραμμα 10. Μέρη ΚΠΔ στις πωλήσεις, Ελλάδα, 2014

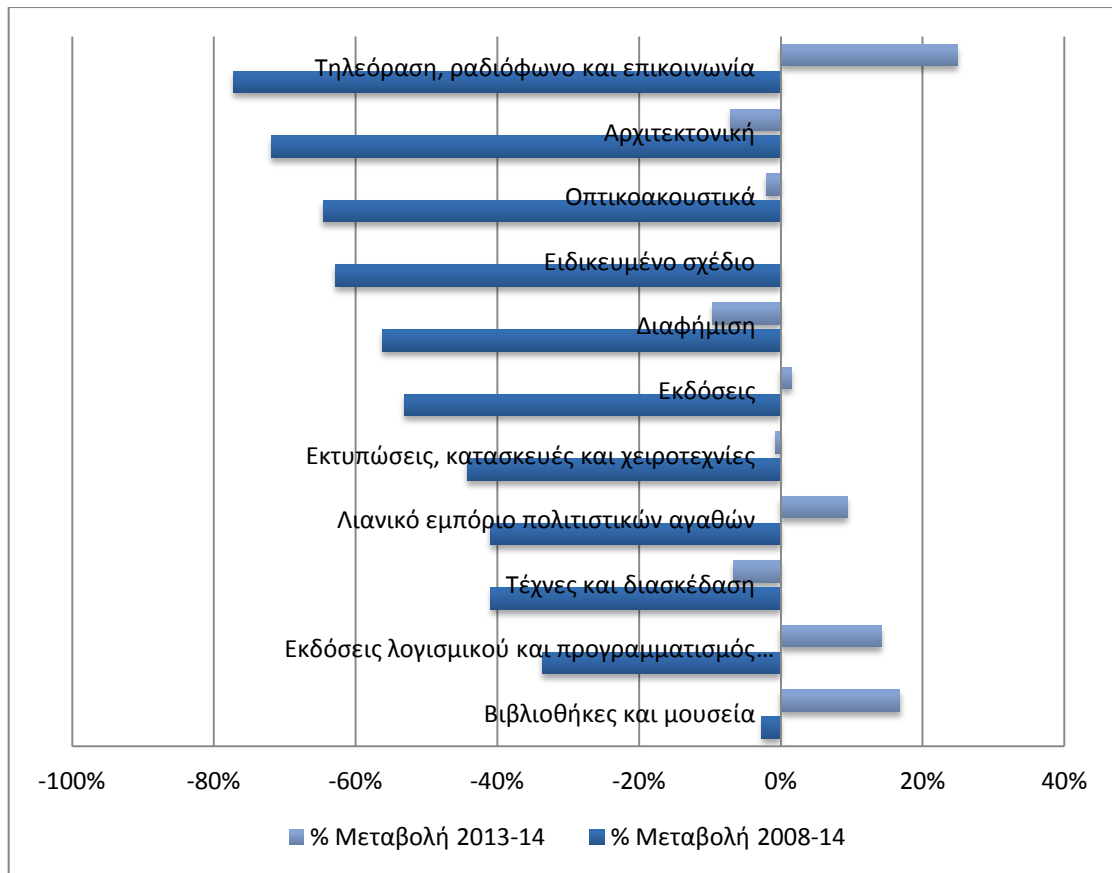


Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ.

Πίνακας 4. Πωλήσεις ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-2014 (σε εκ. €)

ΤΟΜΕΙΣ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Μεταβολή 2008-14	% Μεταβολή 2008-14	Μεταβολή 2013-14	% Μεταβολή 2013-14
Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες	709,5	679,8	609,3	537,5	449,2	399,0	396,3	-313,2	-44%	-2,7	-1%
Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών	488,2	475,8	425,4	367,3	291,5	263,5	288,4	-199,9	-41%	24,9	9%
Εκδόσεις	2379,4	2278,8	1850,6	1392,2	1171,4	1100,0	1116,6	-1262,8	-53%	16,6	2%
Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ	912,8	970,0	873,8	691,8	594,9	530,4	605,6	-307,3	-34%	75,2	14%
Οπτικοακουστικά	1099,6	1252,5	820,4	543,1	485,3	397,8	389,7	-709,9	-65%	-8,1	-2%
Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία	1386,2	1344,3	1024,5	547,1	268,8	252,7	315,8	-1070,4	-77%	63,1	25%
Αρχιτεκτονική	2256,0	1954,2	1456,1	1185,9	983,4	682,6	634,1	-1621,9	-72%	-48,5	-7%
Διαφήμιση	2568,9	2332,7	1812,9	1548,8	1365,8	1247,7	1127,3	-1441,6	-56%	-120,4	-10%
Ειδικευμένο σχέδιο	138,9	140,4	119,3	65,0	55,2	51,6	51,6	-87,3	-63%	0,0	0%
Τέχνες και διασκέδαση	560,0	459,3	410,5	411,5	359,7	354,7	331,0	-229,0	-41%	-23,7	-7%
Βιβλιοθήκες και μουσεία	114,0	96,0	93,0	97,0	82,0	95,0	111,0	-3,0	-3%	16,0	17%
<b>Σύνολο</b>	<b>12613,5</b>	<b>11983,8</b>	<b>9495,7</b>	<b>7387,1</b>	<b>6107,1</b>	<b>5374,9</b>	<b>5367,3</b>	<b>-7246,1</b>	<b>-57%</b>	<b>-7,6</b>	<b>0%</b>

Διάγραμμα 11. Ποσοστιαίες μεταβολές πωλήσεων των ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-14, 2013-14

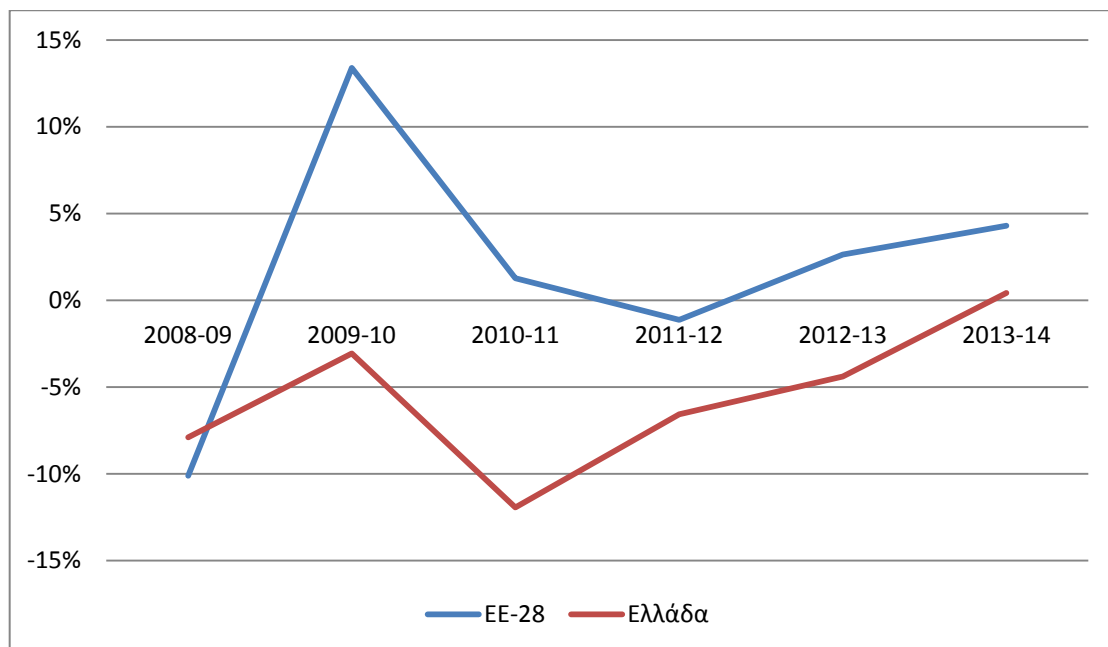


Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ

## 6. Δημιουργική εργασία και τα χαρακτηριστικά της

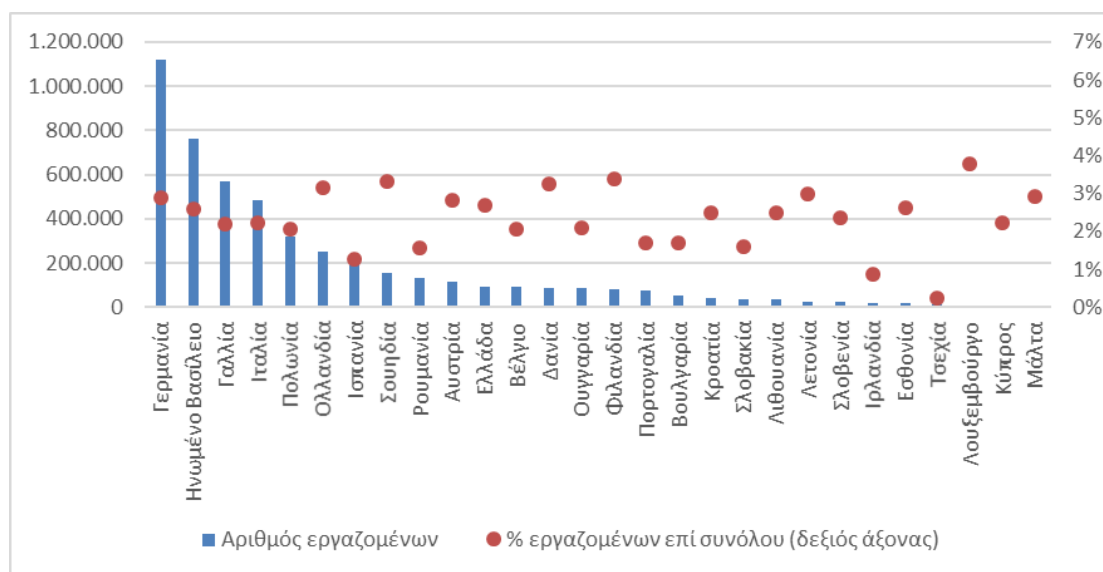
Οι εργαζόμενοι στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα είναι 110.688 για το 2014, δηλαδή περίπου 3,2% επί της συνολικής απασχόλησης στην Ελλάδα, ενώ παρατηρείται μια μείωση της τάξης του 29,5% από το 2008, όταν ο αριθμός εργαζομένων ήταν 156.911 άτομα (ή 3,6% της συνολικής απασχόλησης). Όπως και στα προηγούμενα μεγέθη της προστιθέμενης αξίας και των πωλήσεων, το 2014 φαίνεται να σταθεροποιείται ο αριθμός των εργαζομένων, ο οποίος παρουσιάζει μια μικρή άνοδο κατά 0,4%. Η εξέλιξη του αριθμού των εργαζομένων στους ΚΠΔ στην Ελλάδα ακολουθεί την αντίστοιχη πορεία της ΕΕ-28 (Διάγραμμα 12), αν και παρατηρούμε ότι οι ετήσιες μεταβολές στην Ελλάδα είχαν αρνητικό πρόσημο μέχρι το 2013, ενώ σύμφωνα με το διάγραμμα 14, οι ετήσιες μεταβολές του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα ακολουθούν τις αντίστοιχες ετήσιες μεταβολές του αριθμού εργαζομένων του συνόλου της ελληνικής οικονομίας. Ειδικά μετά το 2011 και μέχρι το 2013 η συρρίκνωση του αριθμού των εργαζομένων στους ΚΠΔ ήταν μικρότερη από την αντίστοιχη συρρίκνωση στην ελληνική οικονομία. Η Ελλάδα για το 2014 κατατάσσεται 11<sup>η</sup> στην ΕΕ-28.

Διάγραμμα 12. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές στον αριθμό των εργαζομένων του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα σε Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-2014



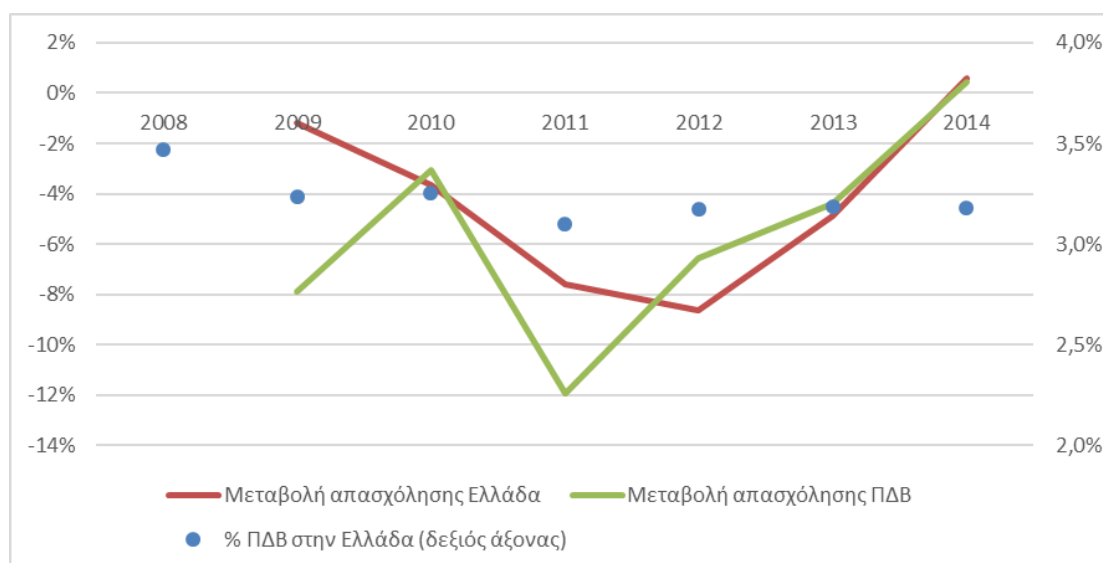
Πηγή: Eurostat

**Διάγραμμα 13. Αριθμός εργαζομένων του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα στα Κράτη Μέλη της ΕΕ-28, 2014**



Πηγή: Eurostat

**Διάγραμμα 14. Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στην Ελλάδα και στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα 2008-2014**

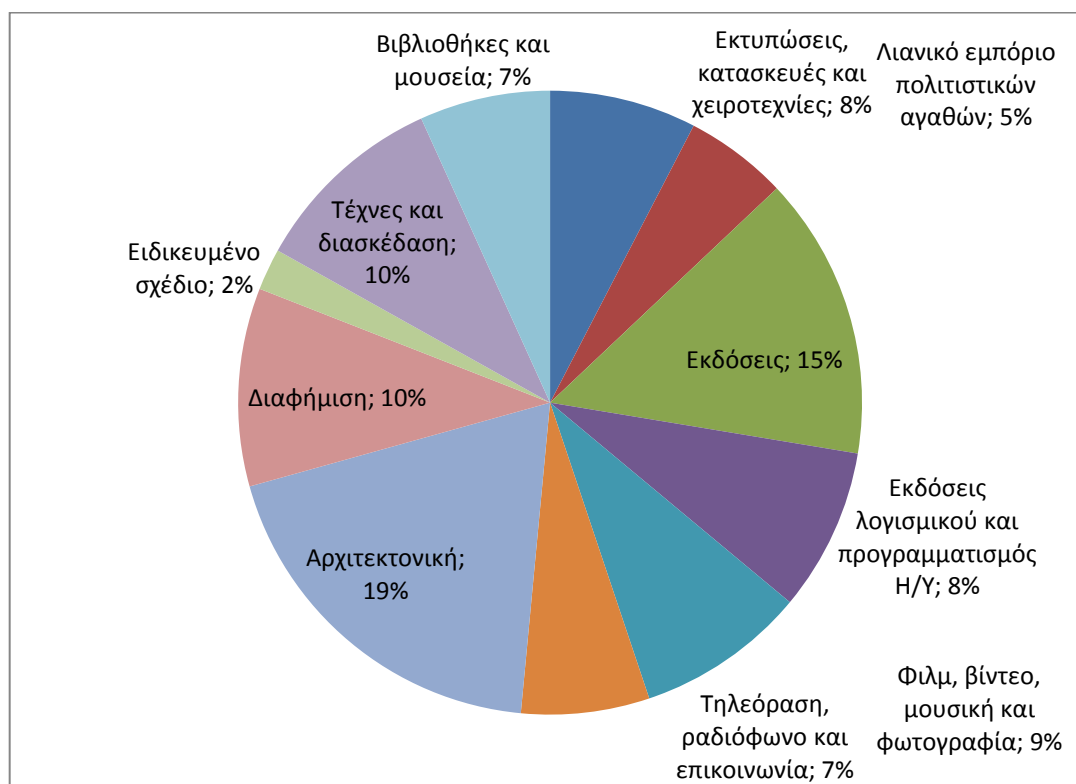


Πηγή: Eurostat

Οι ΚΠΔ στους οποίους εργάζονται οι περισσότεροι εργαζόμενοι είναι η αρχιτεκτονική (19%), οι εκδόσεις (15%), η διαφήμιση (10%) και οι τέχνες και διασκέδαση (10%) (Διάγραμμα 15). Δύο κλάδοι που φαίνεται ότι «άντεξαν» και συγκράτησαν την απασχόληση κατά την διάρκεια της κρίσης, είναι αυτός της έκδοσης λογισμικού όπου για την περίοδο 2008-14 αύξησε τους εργαζόμενους κατά 0,5% και ο κλάδος του design, όπου παρατηρήθηκε μια μικρή μείωση κατά 0,2%.

Αντίθετα, μεγάλες μειώσεις του αριθμού των εργαζομένων την περίοδο 2008-14 παρατηρούνται στην τηλεόραση και ραδιόφωνο (-53%), βιβλιοθήκες και μουσεία (-43,6%) και στις εκδόσεις (-39,2), αν και σε αυτούς τους κλάδους σημειώνονται οι μεγαλύτερες αυξήσεις αριθμού εργαζομένων κατά το 2013-14 (15,2%, 15,4% και 1,3% αντίστοιχα, Πίνακας 5 και Διάγραμμα 16). Αναλύοντας σε περισσότερο βάθος τα στατιστικά στοιχεία της απασχόλησης (Παράρτημα 3) βλέπουμε ότι ο υπο-κλάδος των φωτογραφικών δραστηριοτήτων συγκράτησε τον αριθμό των εργαζομένων τα τελευταία επτά έτη και η Ελλάδα κατατάσσεται 7<sup>η</sup> στον αντίστοιχο κλάδο στην ΕΕ-28, ενώ ο υπο-κλάδος της κατασκευής κοσμημάτων αν και σημείωσε μείωση της απασχόλησης κατά 25,3%, κατέχει την πέμπτη θέση στην ΕΕ-28 (2014). Αντίστοιχα, πολύ καλή θέση (6<sup>η</sup>) στην ΕΕ-28 όσον αφορά τον αριθμό των εργαζομένων, έχει η Ελλάδα για το 2014 στις εκδόσεις βιβλίων, ενώ κατατάσσεται τέταρτη στο λιανικό εμπόριο εγγραφών μουσικής και εικόνας και δεύτερη στην ενοικίαση βιντεοκασετών και δίσκων, ενδεικτικό της αρνητικής θέσης της χώρας στο ψηφιακό κατέβασμα (αγορά) τραγουδιών και ταινιών, όπως θα δούμε και παρακάτω. Τέλος, θα πρέπει να σημειώσουμε ότι τα επίπεδα της απασχόλησης στους ΚΠΔ στην Ελλάδα θα πρέπει να θεωρούνται υποεκτιμημένα, λόγω της πληθώρας των εργαζομένων που εργάζονται σε συνθήκες μαύρης και ανασφάλιστης εργασίας, χωρίς όμως να υπάρχουν έγκυρα στοιχεία για την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων ως προς των αριθμό αυτών.

Διάγραμμα 15. Μεριδία ΚΠΔ στον αριθμό των εργαζομένων στην Ελλάδα, 2014

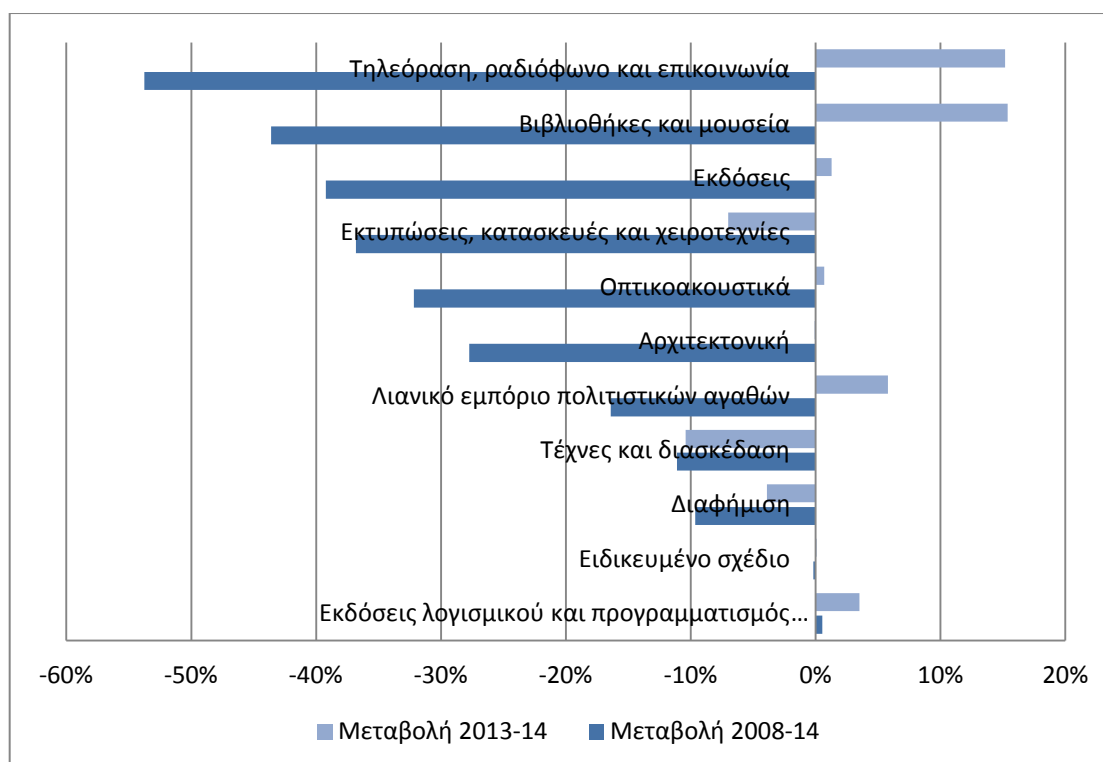


Πηγή: Eurostat

Πίνακας 5. Αριθμός εργαζομένων στους ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-2014

ΤΟΜΕΙΣ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Μεταβολή 2008-14	% Μεταβολή 2008-14	Μεταβολή 2013-14	% Μεταβολή 2013-14
Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες	13340	12165	11522	10543	9110	9063	8428	-4912	-36,8%	-635	-7,0%
Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών	7066	7086	6693	6340	5956	5586	5909	-1157	-16,4%	323	5,8%
Εκδόσεις	26688	23829	22433	18377	16563	16019	16224	-10464	-39,2%	205	1,3%
Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ	9286	9159	8805	9197	9508	9021	9337	51	0,5%	316	3,5%
Οπτικοακουστικά	14368	13878	11315	10514	10424	9677	9746	-4622	-32,2%	69	0,7%
Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία	15910	14772	13982	8544	6757	6388	7357	-8553	-53,8%	969	15,2%
Αρχιτεκτονική	29371	28778	33398	27905	26217	21241	21223	-8148	-27,7%	-18	-0,1%
Διαφήμιση	12584	12627	12501	12083	11857	11831	11370	-1214	-9,6%	-461	-3,9%
Ειδικευμένο σχέδιο	2398	2736	2652	2483	2392	2392	2394	-4	-0,2%	2	0,1%
Τέχνες και διασκέδαση	12600	9300	8300	9700	9800	12500	11200	-1400	-11,1%	-1300	-10,4%
Βιβλιοθήκες και μουσεία	13300	10200	8500	7700	6700	6500	7500	-5800	-43,6%	1000	15,4%
<b>Σύνολο</b>	<b>156911</b>	<b>144529</b>	<b>140100</b>	<b>123386</b>	<b>115283</b>	<b>110218</b>	<b>110688</b>	<b>-46223</b>	<b>-29,5%</b>	<b>470</b>	<b>0,4%</b>

Διάγραμμα 16. Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-14, 2013-14



Πηγή: Eurostat

## Χαρακτηριστικά εργαζομένων

### - Φύλο

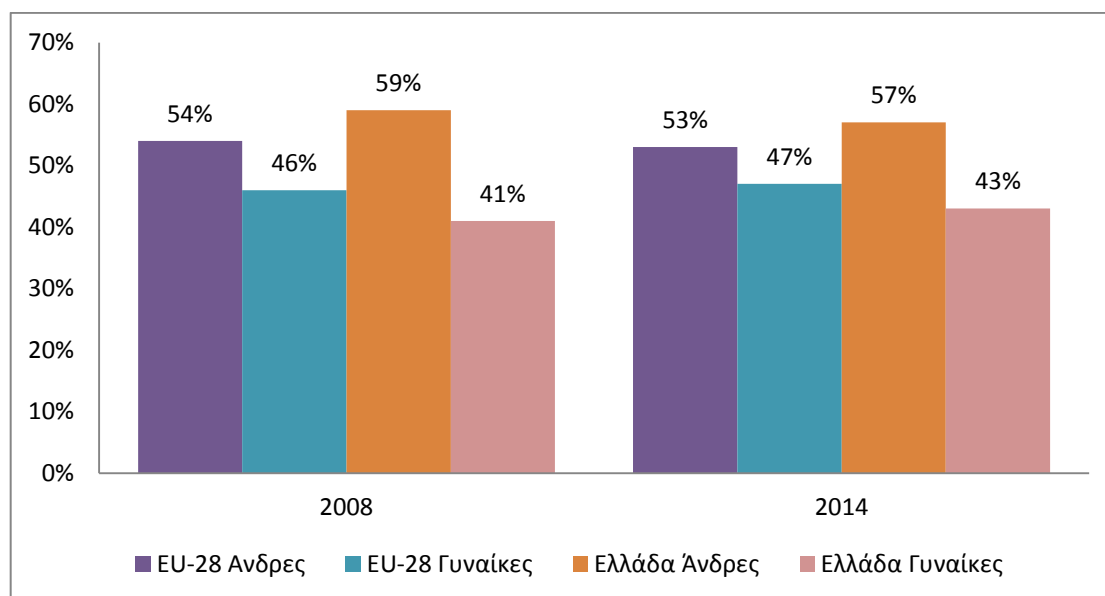
Το 2014, από το σύνολο των εργαζομένων στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα το 57% ήταν άνδρες και το 43% ήταν γυναίκες (Διάγραμμα 17). Σε σύγκριση με την κατά φύλο κατανομή των εργαζόμενων στις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες το 2008, παρατηρείται μικρή αύξηση των γυναικών εργαζομένων στο πεδίο κατά 2%. Την ίδια περίοδο, η ποσοστιαία συμμετοχή των ανδρών και γυναικών στην αγορά εργασίας των ΚΠΔ στην ΕΕ-28 διακρίνεται από μεγαλύτερη ισοτιμία μεταξύ των φύλων.

Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 18, η συρρίκνωση των θέσεων εργασίας στους ΚΠΔ στην Ελλάδα επηρέασε λιγότερο τις γυναίκες από τους άνδρες εργαζόμενους στο πεδίο, αφού το σύνολο των γυναικών εργαζομένων το 2014 μειώθηκε κατά 16,1% σε σχέση με το 2008, ενώ των ανδρών κατά 21,9%. Την ίδια περίοδο, οι γυναίκες εργαζόμενοι στις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην ΕΕ-28 αυξήθηκαν με κατά τι μεγαλύτερους ρυθμούς από τους άνδρες εργαζομένους, κατά ποσοστό 18,4% έναντι αύξησης 16,6% των ανδρών εργαζομένων. Κρίσιμο ζήτημα προς περαιτέρω διερεύνηση αναδεικνύεται το αν και σε ποιο βαθμό η σταδιακή αύξηση των γυναικών εργαζομένων στην αγορά εργασίας των ΚΠΔ, τόσο στην Ελλάδα όσο



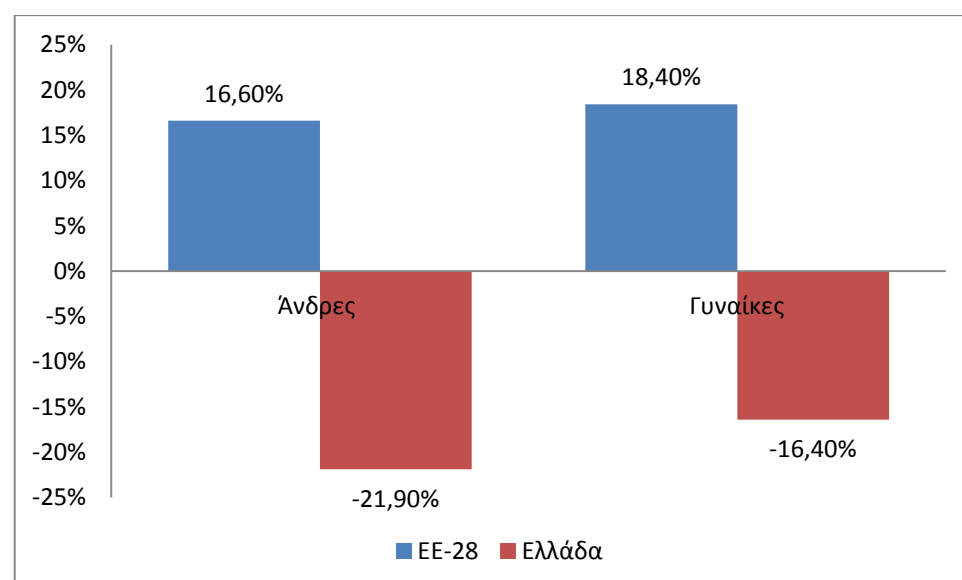
και την ΕΕ, έχει συνοδευτεί από «θηλυκοποίηση» των ΚΠΔ ως πεδίο απασχόλησης και άρα και τη σταδιακή επιδείνωση των εργασιακών συνθηκών στο πεδίο, την αύξηση της εργασιακής επισφάλειας και τη μείωση των απολαβών.

**Διάγραμμα 17. Ποσοστά εργαζομένων κατά φύλο στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα και την ΕΕ-28, 2008 και 2014**



Πηγή: Eurostat

**Διάγραμμα 18. Ποσοστιαία μεταβολή εργαζομένων κατά φύλο στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα και την ΕΕ-28, 2008-2014**

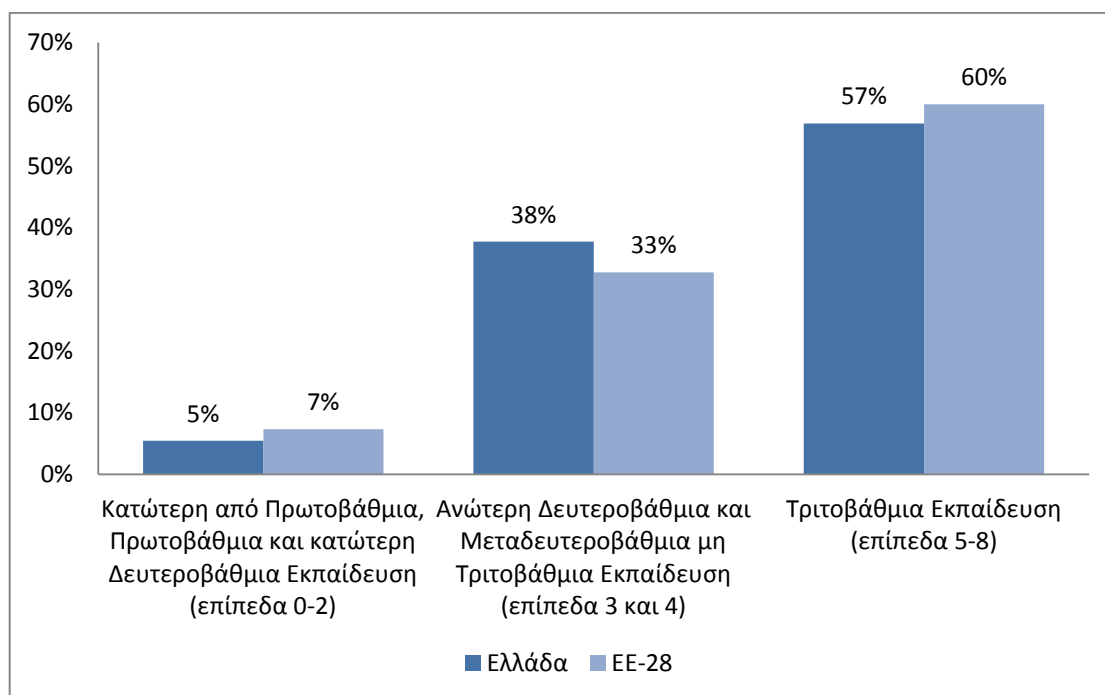


Πηγή: Eurostat

## - Επίπεδο εκπαίδευσης

Οι απασχολούμενοι στις ΚΠΑ στην Ελλάδα διακρίνονται από υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης. Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 19, ακολουθώντας τη Διεθνή Τυποποιημένη Ταξινόμηση Εκπαίδευσης ISCED2011 της UNESCO<sup>3</sup>, το 57% των εργαζομένων στους ΚΠΑ της χώρας το 2014 ήταν απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (επίπεδα 5-8), ενώ 38% ήταν απόφοιτοι ανώτερης δευτεροβάθμιας και μεταδευτεροβάθμιας (μη πανεπιστημιακής) εκπαίδευσης. Όπως προκύπτει από το διάγραμμα 20, την περίοδο 2008-2014 οι κάτοχοι υψηλού εκπαιδευτικού κεφαλαίου τόσο στην Ελλάδα όσο και στην ΕΕ-28 αυξήθηκαν (κατά 23,7% και 39,9% αντίστοιχα), ενώ οι εργαζόμενοι στο πεδίο που ήταν κάτοχοι μεσαίου και κατώτερου εκπαιδευτικού κεφαλαίου μειώθηκαν, υποδηλώνοντας την αυξανόμενη επαγγελματοποίηση του ευρύτερου πεδίου της δημιουργικής εργασίας και το βαθμό στον οποίο ενδεχομένως αναδεικνύεται ως ελκυστικό πεδίο εργασίας σε υψηλά εκπαιδευμένο εργατικό δυναμικό.

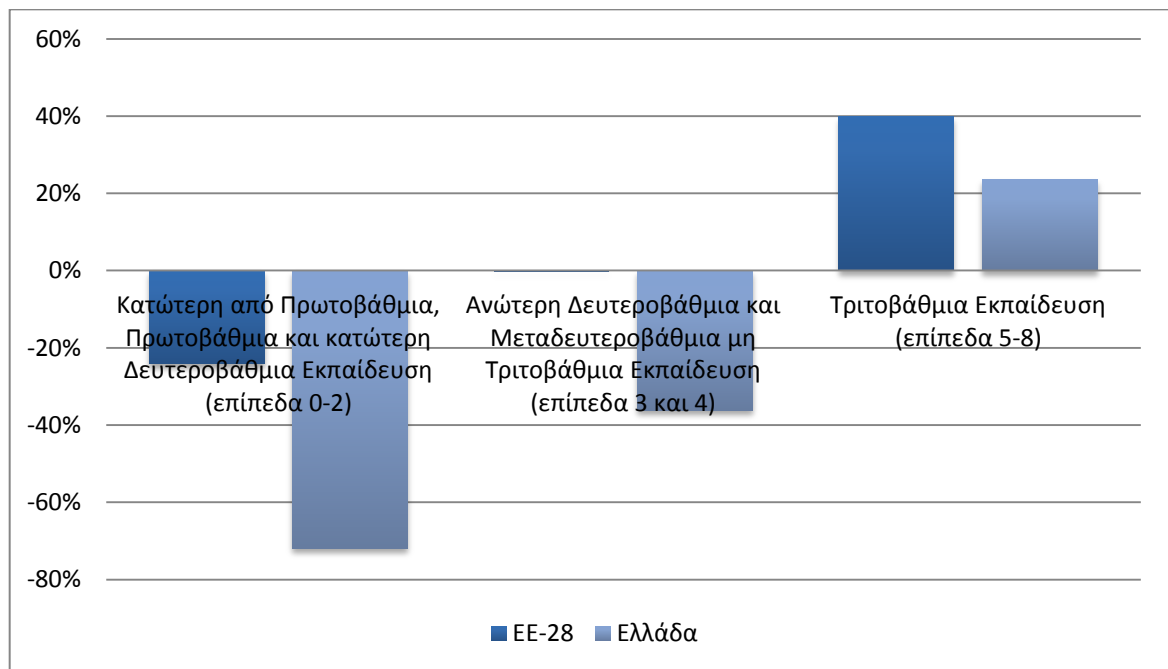
Διάγραμμα 19. Επίπεδο εκπαίδευσης εργαζομένων στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα, Ελλάδα και ΕΕ-28, 2014



Πηγή: Eurostat

<sup>3</sup> Επίπεδο εκπαίδευσης από 0 έως 2: προσχολική, πρωτοβάθμια, κατώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Επίπεδο εκπαίδευσης από 3 έως 4: ανώτερη δευτεροβάθμια έως μεταδευτεροβάθμια μη πανεπιστημιακή εκπαίδευση. Επίπεδο εκπαίδευσης από 5 έως 8: τριτοβάθμια εκπαίδευση

Διάγραμμα 20. Ποσοστιαίες μεταβολές επιπέδου εκπαίδευσης εργαζομένων στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-14



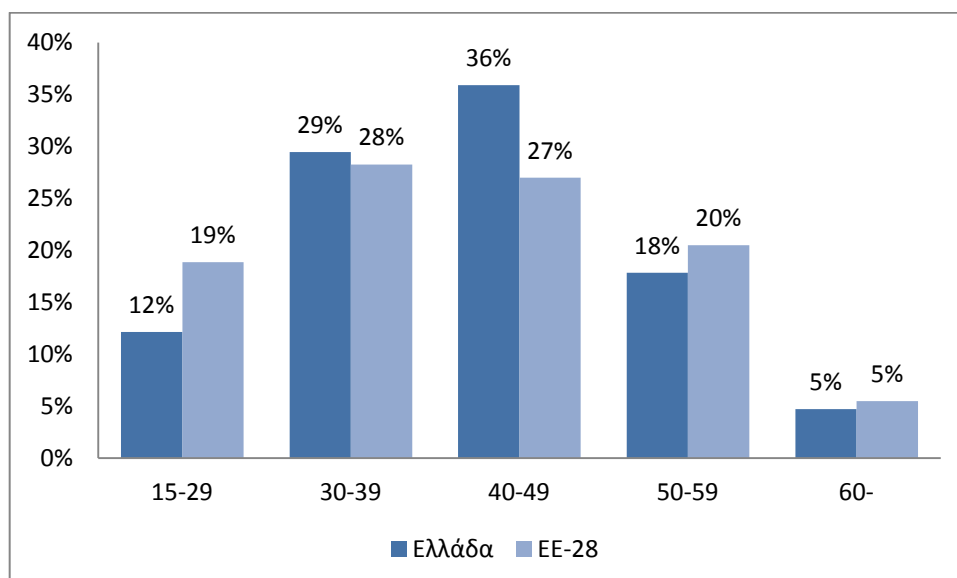
Πηγή: Eurostat

## - Ηλικιακή κατανομή

Η ηλικιακή κατανομή των εργαζομένων στο πεδίο των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών στην Ελλάδα το 2014 (Διάγραμμα 21) δείχνει ότι οι πολυπληθέστερη ηλικιακή ομάδα είναι αυτή των 40-49 ετών (36% των εργαζομένων), ακολουθούμενη από αυτήν των 30-39 ετών (29% των εργαζομένων). Ανάλογη ηλικιακή κατανομή παρατηρείται και στο σύνολο των εργαζομένων στις ΚΠΔ στην ΕΕ-28 με βασικές διαφορές ότι το πεδίο απασχολεί πολύ περισσότερους νέους 15-29 ετών (19% του συνόλου των εργαζομένων έναντι 12% στην Ελλάδα) και λιγότερους εργαζομένους από την ηλικιακή ομάδα των 40-49 (27% έναντι 36% στην Ελλάδα).

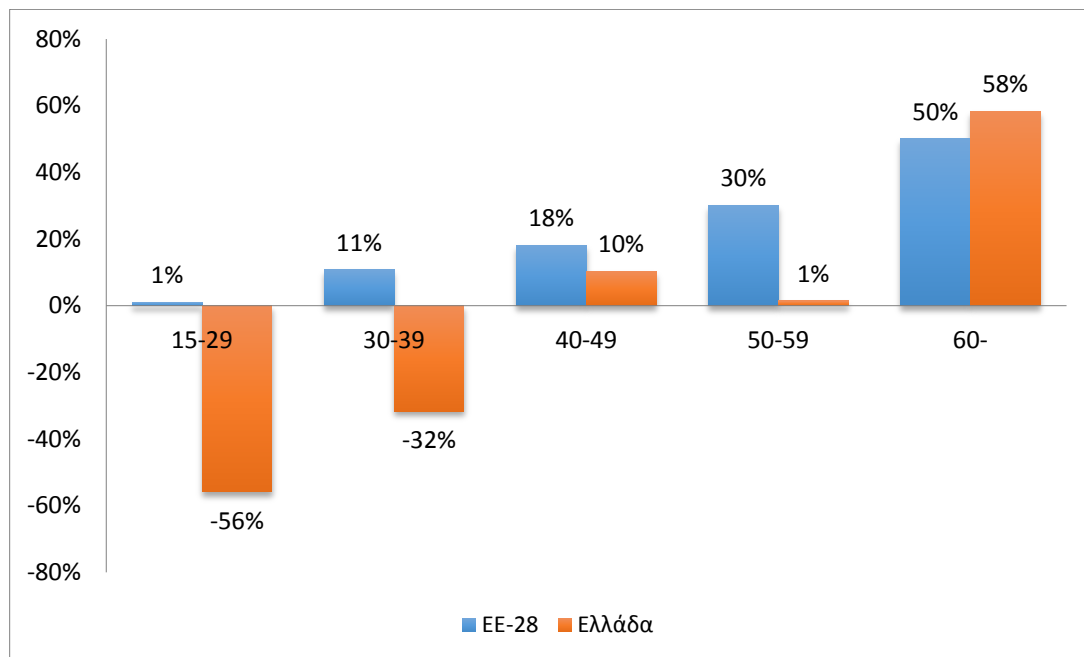
Τέλος, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 22, οι νεότερες ηλικιακές ομάδες των εργαζομένων στις δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα μειώθηκαν αισθητά κατά τη διάρκεια της περιόδου 2008-2014 (κατά 55,7% η νεαρότερη ομάδα των 15-29 και κατά 31,6% η ομάδα των εργαζομένων 30-39 ετών), ενώ αυξήθηκε αισθητά η ηλικιακή ομάδα των εργαζομένων που είναι άνω των 60 ετών (κατά ποσοστό 58,3%), η οποία όμως καταλαμβάνει μόλις 5% επί του συνόλου των εργαζομένων (2014) και η ηλικιακή ομάδα των 50-59 (30,1%). Την ίδια περίοδο στην ΕΕ-28 αυξητική τάση παρατηρήθηκε σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, πολύ πιο αισθητή όμως και εκεί ήταν η αύξηση (κατά ποσοστό 50%) των μεγαλύτερων σε ηλικία εργαζομένων, που η ηλικία τους ξεπερνούσε τα 60 έτη. Παρατηρείται λοιπόν μια ισχνή τάση γήρανσης του εργατικού δυναμικού στο ευρύτερο πεδίο των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών, η οποία στην Ελλάδα είναι εντονότερη από την ΕΕ-28.

Διάγραμμα 21. Ηλικιακή κατανομή εργαζομένων στους ΚΠΔ, Ελλάδα και ΕΕ-28, 2014



Πηγή: Eurostat

**Διάγραμμα 22. Ποσοστιαίες μεταβολές των ηλικιακών ομάδων των εργαζομένων στους ΚΠΔ, Ελλάδα και ΕΕ-28 2008-2014**

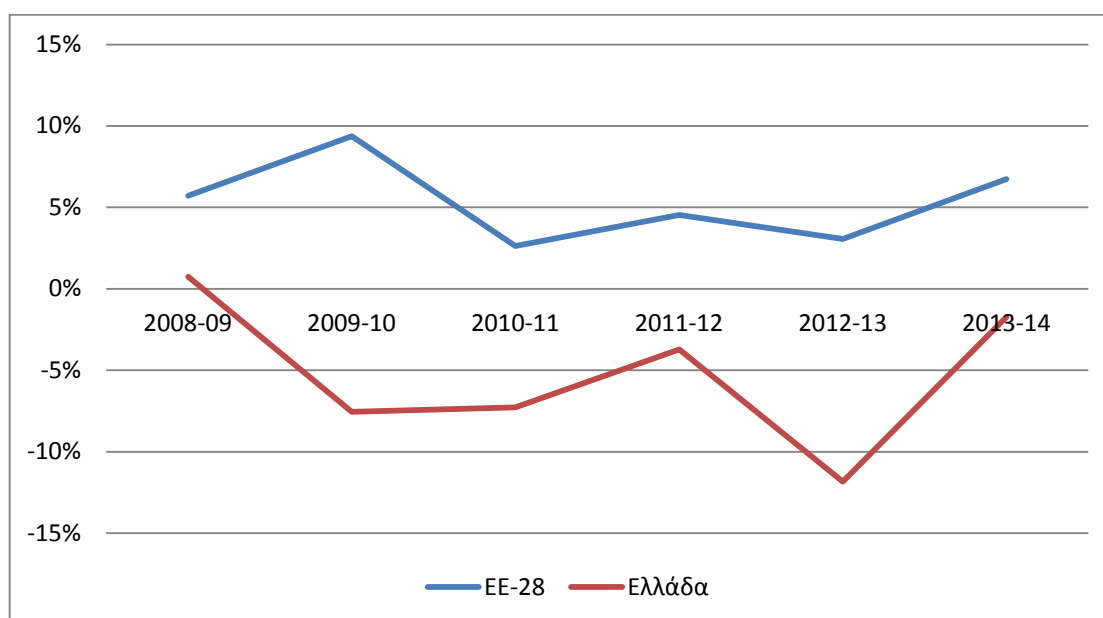


Πηγή: Eurostat

## 7. Δημιουργικές επιχειρήσεις και τα χαρακτηριστικά τους

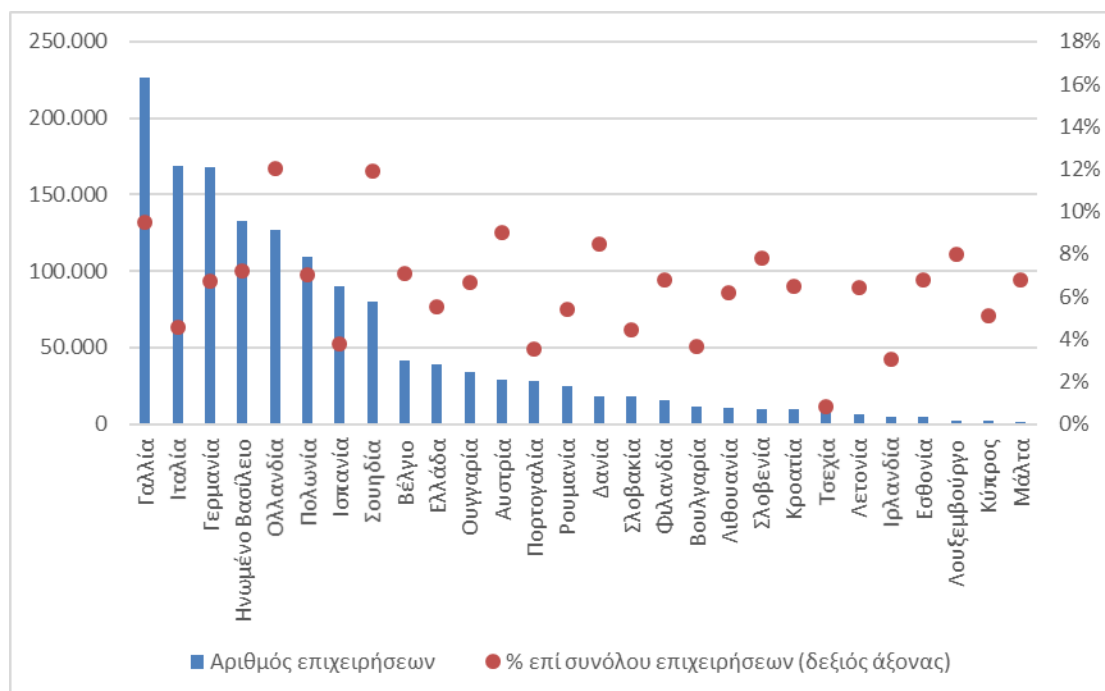
Στην Ελλάδα λειτουργούν το 2014 46.370 δημιουργικές επιχειρήσεις, περίπου το 6,6% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, ενώ το 2008 λειτουργούσαν 64.359 δημιουργικές επιχειρήσεις (ή 7,7% των συνολικών επιχειρήσεων). Έτσι, παρατηρείται μια μείωση κατά 27,9% από το 2008 μέχρι το 2014, ή μια ετήσια μείωση περίπου 5,2%, ενώ η αντίστοιχη μείωση στον αριθμό των επιχειρήσεων στο σύνολο της ελληνικής οικονομίας ήταν 2,9%. Αντίθετα στην ΕΕ-28 παρατηρήθηκε αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων κατά 36,4% την ίδια χρονική περίοδο ή 5,3% κατ' έτος (βλέπε και διάγραμμα 23). Σύμφωνα με το διάγραμμα 24, η Ελλάδα κατατάσσεται 10<sup>η</sup> στις πολιτιστικές και δημιουργικές επιχειρήσεις στην ΕΕ-28.

Διάγραμμα 23. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού πολιτιστικών και δημιουργικών επιχειρήσεων σε Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-2014



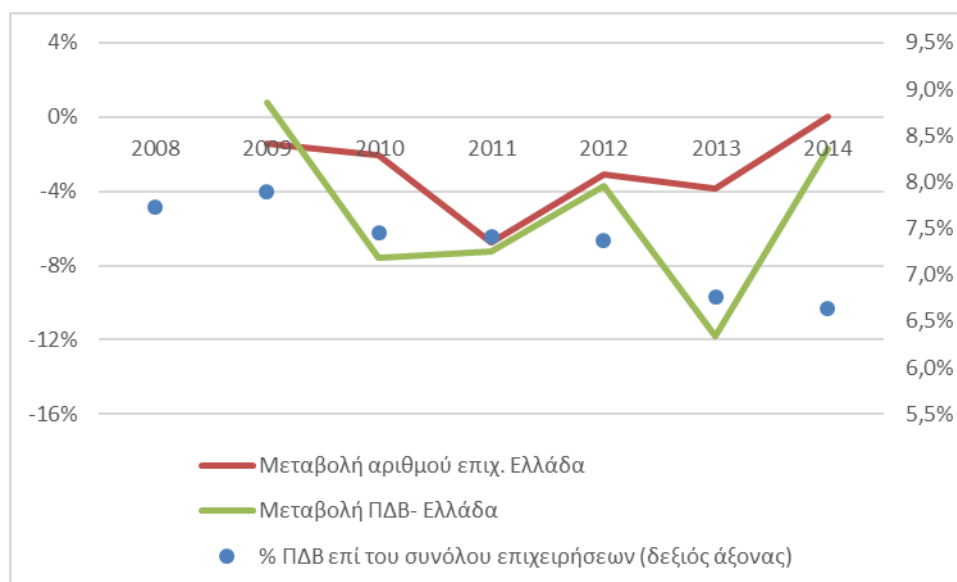
Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ, Για τους κλάδους «Τέχνες και διασκέδαση» και «Βιβλιοθήκες και μουσεία» δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για ΕΕ-28.

Διάγραμμα 24. Αριθμός πολιτιστικών και δημιουργικών επιχειρήσεων στα Κράτη Μέλη της ΕΕ-28, 2014



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ. Για τους κλάδους «Τέχνες και διασκέδαση» και «Βιβλιοθήκες και μουσεία» δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για ΕΕ-28. Ελλιπή στοιχεία για Τσεχία και Ιρλανδία.

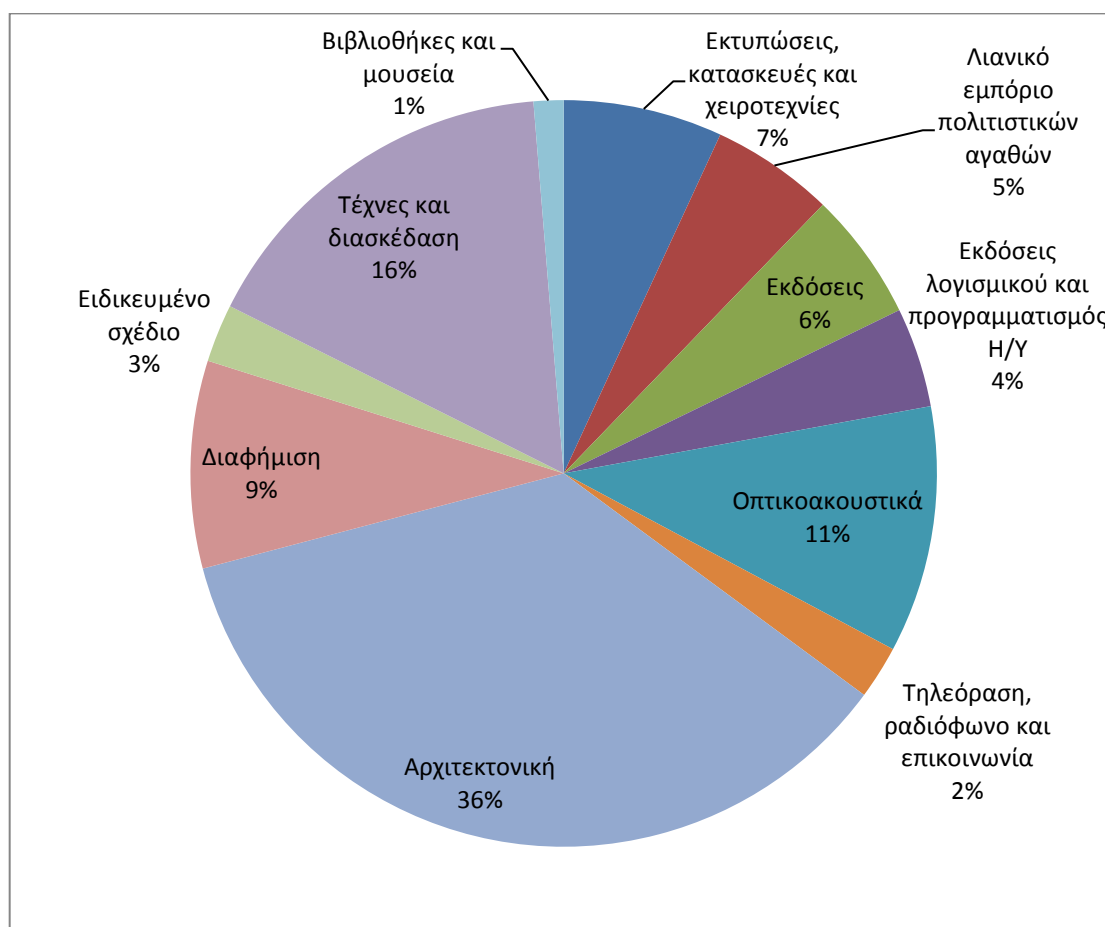
Διάγραμμα 25. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επιχειρήσεων στην Ελλάδα και στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα στην Ελλάδα 2008-2014



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ. Για τους κλάδους «Τέχνες και διασκέδαση» και «Βιβλιοθήκες και μουσεία» δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για ΕΕ-28. Ελλιπή στοιχεία για Τσεχία και Ιρλανδία.

Οι ΚΠΔ με τις περισσότερες δημιουργικές επιχειρήσεις είναι η αρχιτεκτονική (36%), οι τέχνες και διασκέδαση (16%), τα οπτικοακουστικά (11%) και η διαφήμιση (9%) (Διάγραμμα 26). Οι κλάδοι που υπέστησαν τις περισσότερες μειώσεις στον αριθμό των επιχειρήσεων τους την περίοδο 2008-2014 είναι το ειδικευμένο σχέδιο (-49,7% ή 1.150 επιχειρήσεις), η αρχιτεκτονική (-38,9% και 10.583 επιχειρήσεις) και οι βιβλιοθήκες και μουσεία (33,7% ή 305 επιχειρήσεις) (πίνακας 6 και διάγραμμα 27). Έτσι, σε κάποιους ΚΠΔ, όπως στις βιβλιοθήκες και μουσεία, στη τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία, στις εκδόσεις παρατηρούμε ότι οι μειώσεις του αριθμού των εργαζομένων είχαν μεγαλύτερη ένταση από τις μειώσεις του αριθμού των επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα να μειωθεί ο μέσος όρος εργαζομένων ανά επιχείρηση (πχ. εκδόσεις από 9,6 εργαζομένους ανά επιχείρηση το 2008 σε 6,3 το 2014 ή τηλεόραση και ραδιόφωνο από 12,9 σε 6,9, Διάγραμμα 28). Αντίθετα στο design βλέπουμε μια αύξηση του αριθμού εργαζομένων ανά επιχείρηση από 1 εργαζόμενο το 2008, σε 2,1 το 2014. Γενικότερα, ο μέσος όρος εργαζομένων ανά επιχείρηση στους ΚΠΔ στην Ελλάδα είναι 2,4 για το 2014 (2,5 για το 2008), ενώ στην ΕΕ-28 είναι 3,4 (2014).

Διάγραμμα 26. Μεριδία ΚΠΔ στον αριθμό των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, 2014



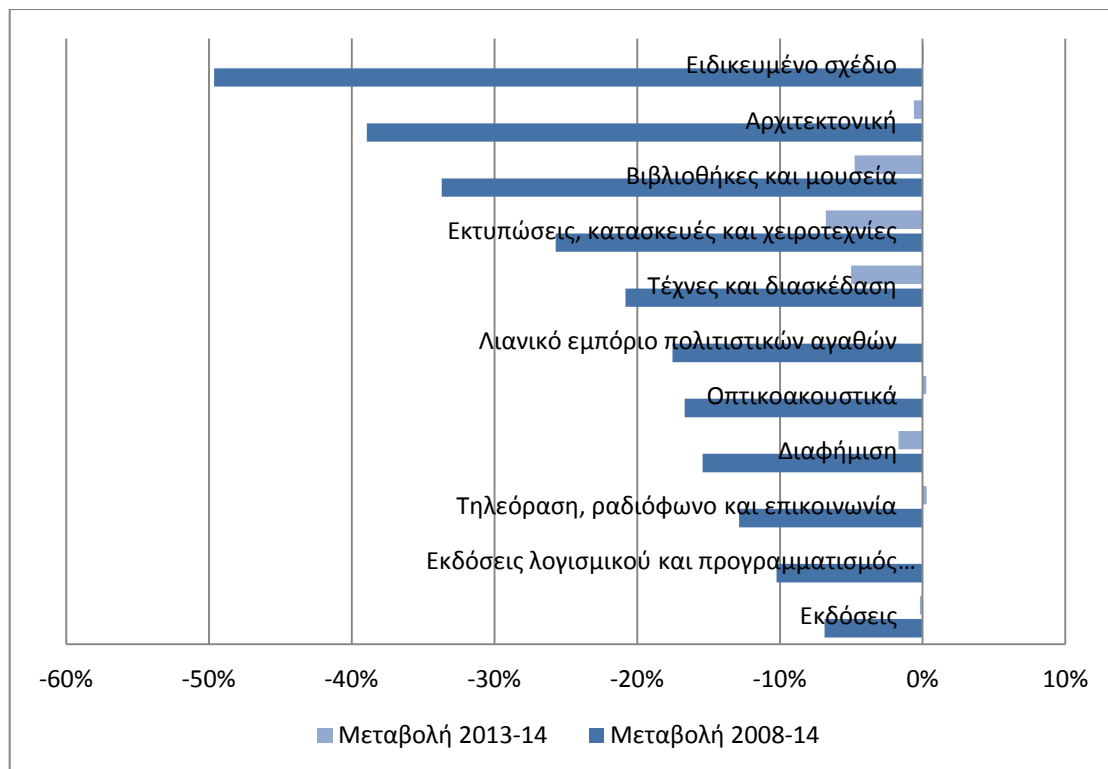
Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ



Πίνακας 6. Αριθμός επιχειρήσεων στους ΚΠΔ, Ελλάδα, 2008-2014

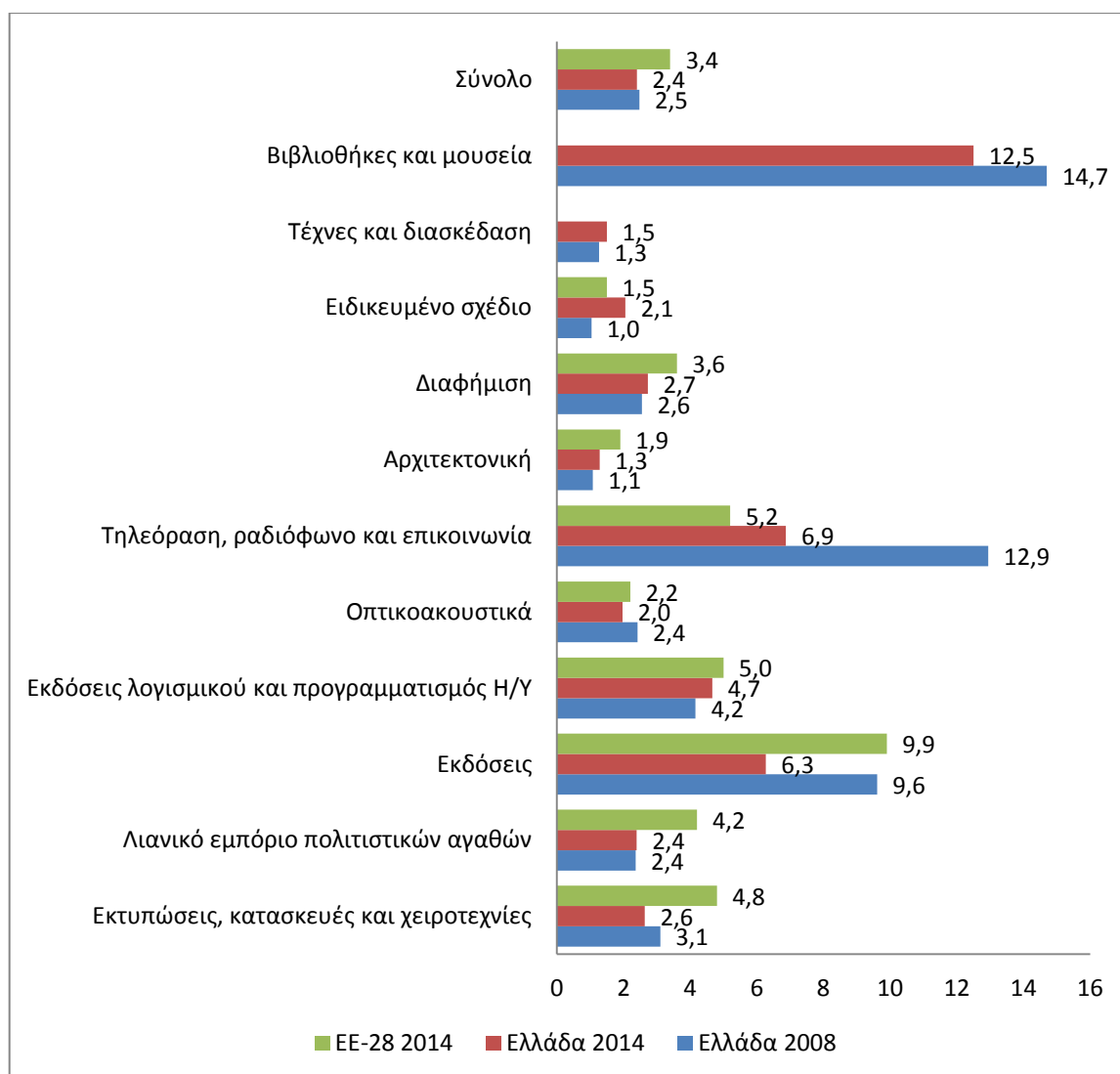
ΤΟΜΕΙΣ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Μεταβολή 2008-14	% Μεταβολή 2008-14	Μεταβολή 2013-14	% Μεταβολή 2013-14
Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες	4304	4266	4071	3731	3206	3430	3197	-1107	-25,7%	-233	-6,8%
Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών	2992	3019	2801,5	2584	2502,5	2466,5	2467,5	-525	-17,5%	1	0,0%
Εκδόσεις	2778	2539	2558	2346	2596	2592	2587	-191	-6,9%	-5	-0,2%
Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ	2232	2228,5	2074,5	2065,5	2007,5	2003,5	2003,5	-229	-10,2%	0	0,0%
Οπτικοακουστικά	5947	5986	5460	5059	5012	4943	4956	-991	-16,7%	13	0,3%
Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία	1229	1156	1084	1095	1078	1068	1071	-158	-12,9%	3	0,3%
Αρχιτεκτονική	27175	27532	25368	23073	21688	16693	16592	-10583	-38,9%	-101	-0,6%
Διαφήμιση	4926	4933	4932	4540	4407	4238	4166	-760	-15,4%	-72	-1,7%
Ειδικευμένο σχέδιο	2316	2319	2110	1816	1203	1165	1166	-1150	-49,7%	1	0,1%
Τέχνες και διασκέδαση	9555	9953	8759	8361	9157	7963	7564	-1991	-20,8%	-398	-5,0%
Βιβλιοθήκες και μουσεία	905	925	724	715	663	630	600	-305	-33,7%	-30	-4,8%
<b>Σύνολο</b>	<b>64359</b>	<b>64857</b>	<b>59942</b>	<b>55385</b>	<b>53519</b>	<b>47191</b>	<b>46370</b>	<b>-17988</b>	<b>-27,9%</b>	<b>-821</b>	<b>-1,7%</b>

Διάγραμμα 27. Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επιχειρήσεων στους ΚΠΑ, Ελλάδα, 2008-14, 2013-14



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ

Διάγραμμα 28. Μέσος όρος εργαζομένων ανά επιχείρηση, Ελλάδα, 2008-2014 και ΕΕ-28, 2014

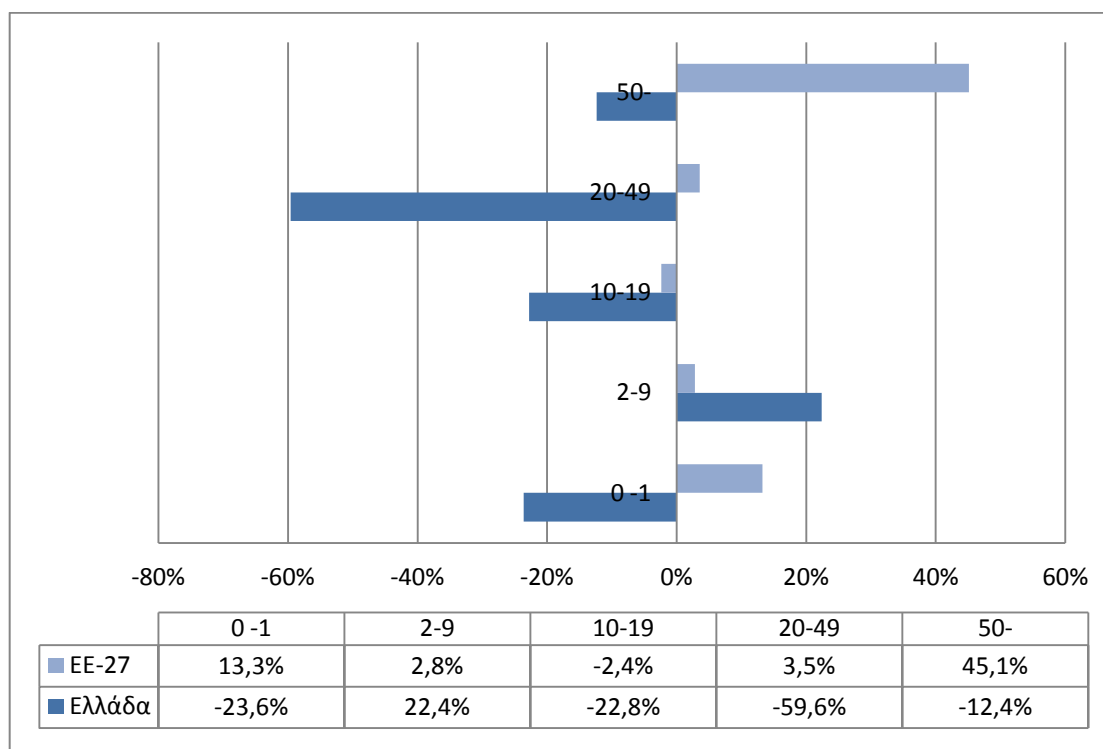


Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ. Για τους κλάδους «Τέχνες και διασκέδαση» και «Βιβλιοθήκες και μουσεία» δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για ΕΕ-28.

## Χαρακτηριστικά δημιουργικών επιχειρήσεων

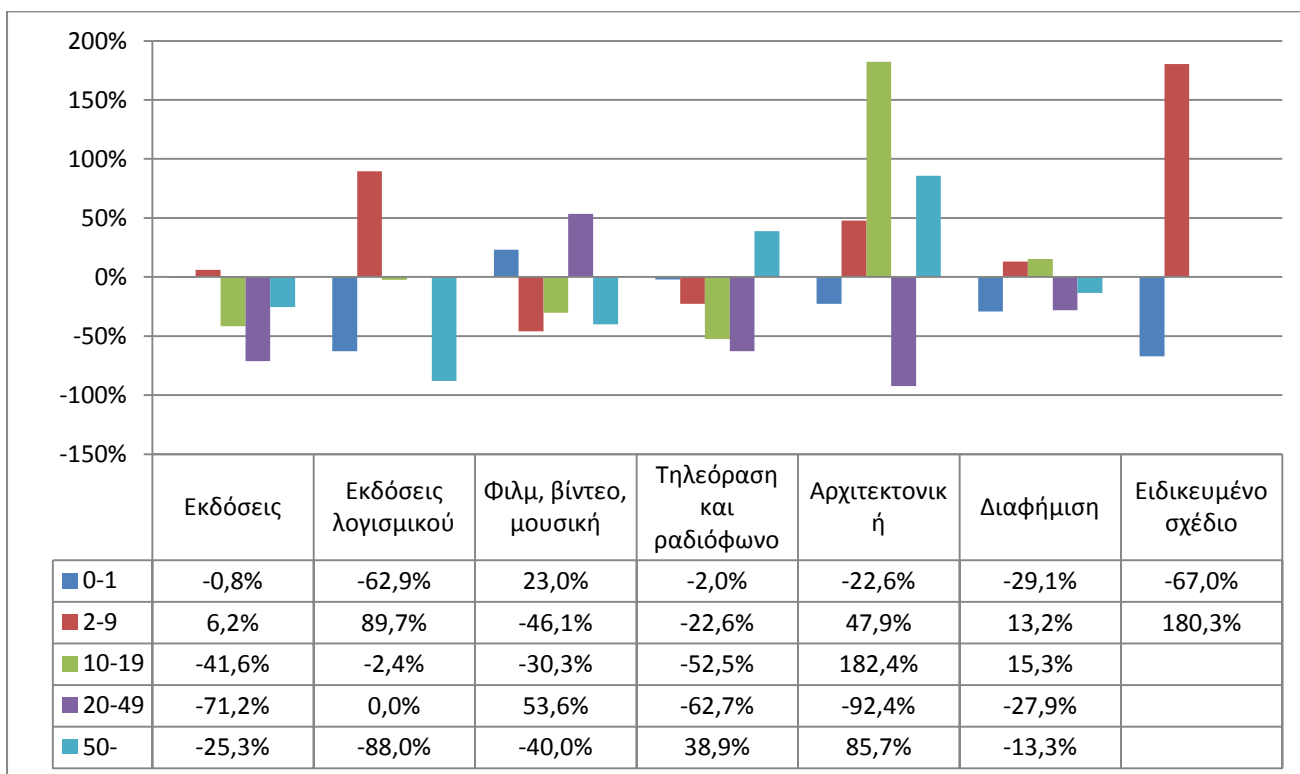
Το παρακάτω διάγραμμα (Διάγραμμα 29) δείχνει τις μεταβολές του αριθμού των επιχειρήσεων ανά τάξη μεγέθους εργαζομένων στην Ελλάδα και ΕΕ-28 από το 2008 μέχρι το 2014. Στην ΕΕ-28 φαίνεται πως αυξήθηκαν κατά 45,1% οι δημιουργικές επιχειρήσεις που απασχολούν πάνω από 50 εργαζομένους και κατά 13,3% οι ατομικές επιχειρήσεις και αυτές που απασχολούν έναν εργαζόμενο (ομάδα 0-1). Οι δημιουργικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα δεν ακολούθησαν την παραπάνω τάση, αφού φαίνεται πως η οικονομική κρίση έπληξε ιδιαίτερα τις μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις (20-49 εργαζομένους), οι οποίες μειώθηκαν κατά 59,6%, ενώ μεγάλες μειώσεις είχαν και οι επιχειρήσεις που απασχολούν 10 με 19 εργαζομένους (-22,8%), οι ατομικές επιχειρήσεις και αυτές που απασχολούν έναν εργαζόμενο (-23,6%). Αντίθετα, αύξηση παρουσίασαν οι επιχειρήσεις που απασχολούν δύο με εννέα εργαζομένους (22,4%). Ειδικά σε αυτές, μεγάλες αυξήσεις παρατηρούνται στην έκδοση λογισμικού (89,7%), στην αρχιτεκτονική (47,9%) και στο ειδικευμένο σχέδιο (180,3%) (Διάγραμμα 30).

Διάγραμμα 29. Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού δημιουργικών επιχειρήσεων ανά τάξη μεγέθους επιχείρησης σε Ελλάδα και ΕΕ-28, 2008-14



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ. Για τους κλάδους «Τέχνες και διασκέδαση» και «Βιβλιοθήκες και μουσεία» δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για ΕΕ-28.

Διάγραμμα 30. Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων ανά δημιουργικό τομέα και τάξη μεγέθους επιχείρησης, Ελλάδα, 2008-14

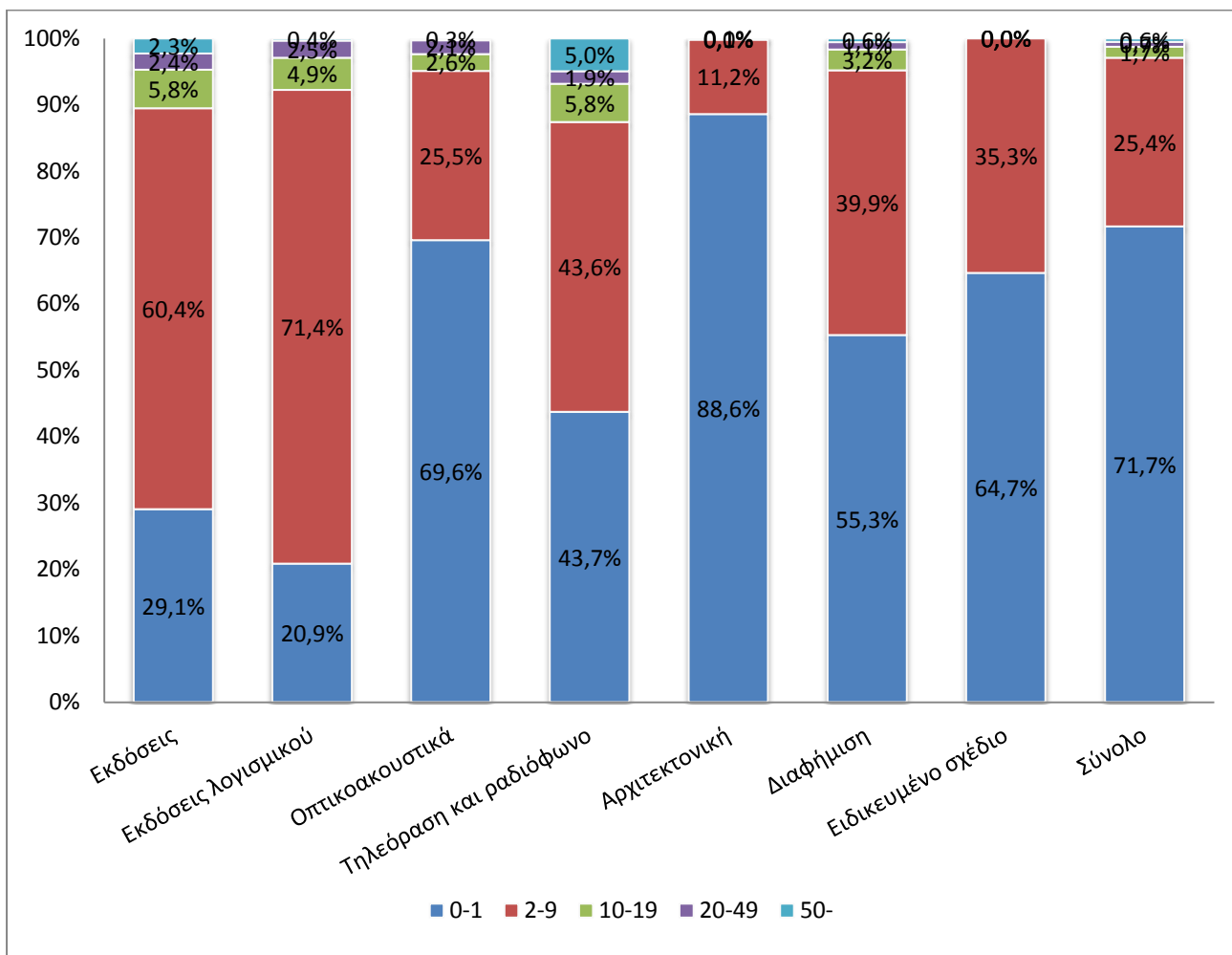


Πηγή: Eurostat

Έτσι, το 2014 στην Ελλάδα (Διάγραμμα 31) πάνω από το 71% των δημιουργικών επιχειρήσεων είναι είτε ατομικές είτε επιχειρήσεις που απασχολούν έναν εργαζόμενο και 25,4% είναι αυτές που απασχολούν δύο με εννέα εργαζομένους, ενώ οι πολύ μεγάλες επιχειρήσεις (πάνω από 50 εργαζομένους) είναι μόλις 0,6% του δείγματος. Οι ατομικές επιχειρήσεις, οι επιχειρήσεις με έναν εργαζόμενο και οι πολύ μικρές επιχειρήσεις (2-9 εργαζομένους) φαίνεται να είναι ο κανόνας που συναντάμε σε κάθε ΚΠΔ, όπως στην αρχιτεκτονική, στα οπτικοακουστικά, στο ειδικευμένο σχέδιο και στην διαφήμιση, όπου φαίνεται ότι πάνω από τις μισές επιχειρήσεις είναι ατομικές ή με έναν εργαζόμενο. Παρόλα αυτά, το μερίδιο των παραπάνω ατομικών και πολύ μικρών επιχειρήσεων στην παραγωγή της προστιθέμενης αξίας στους περισσότερους δημιουργικούς κλάδους φαίνεται να είναι αντιστρόφως ανάλογο της παραπάνω κατανομής. Για παράδειγμα (Διάγραμμα 32), στον κλάδο της τηλεόρασης και ραδιοφώνου, ενώ οι πολύ μικρές επιχειρήσεις (ατομικές και μέχρι εννέα εργαζομένους) αντιπροσωπεύουν το 86,3% των επιχειρήσεων του κλάδου, οι πολύ μεγάλες επιχειρήσεις (με πάνω από 50 εργαζομένους, μόλις 5% επί του δείγματος του κλάδου) παράγουν 84,8% της προστιθέμενης αξίας του κλάδου. Αντίστοιχα, στις εκδόσεις, οι πολύ μεγάλες επιχειρήσεις (πάνω από 50 εργαζομένους, 2,3% επί του δείγματος) παράγουν την μισή προστιθέμενη αξία του κλάδου των εκδόσεων. Συνολικά, φαίνεται ότι όση

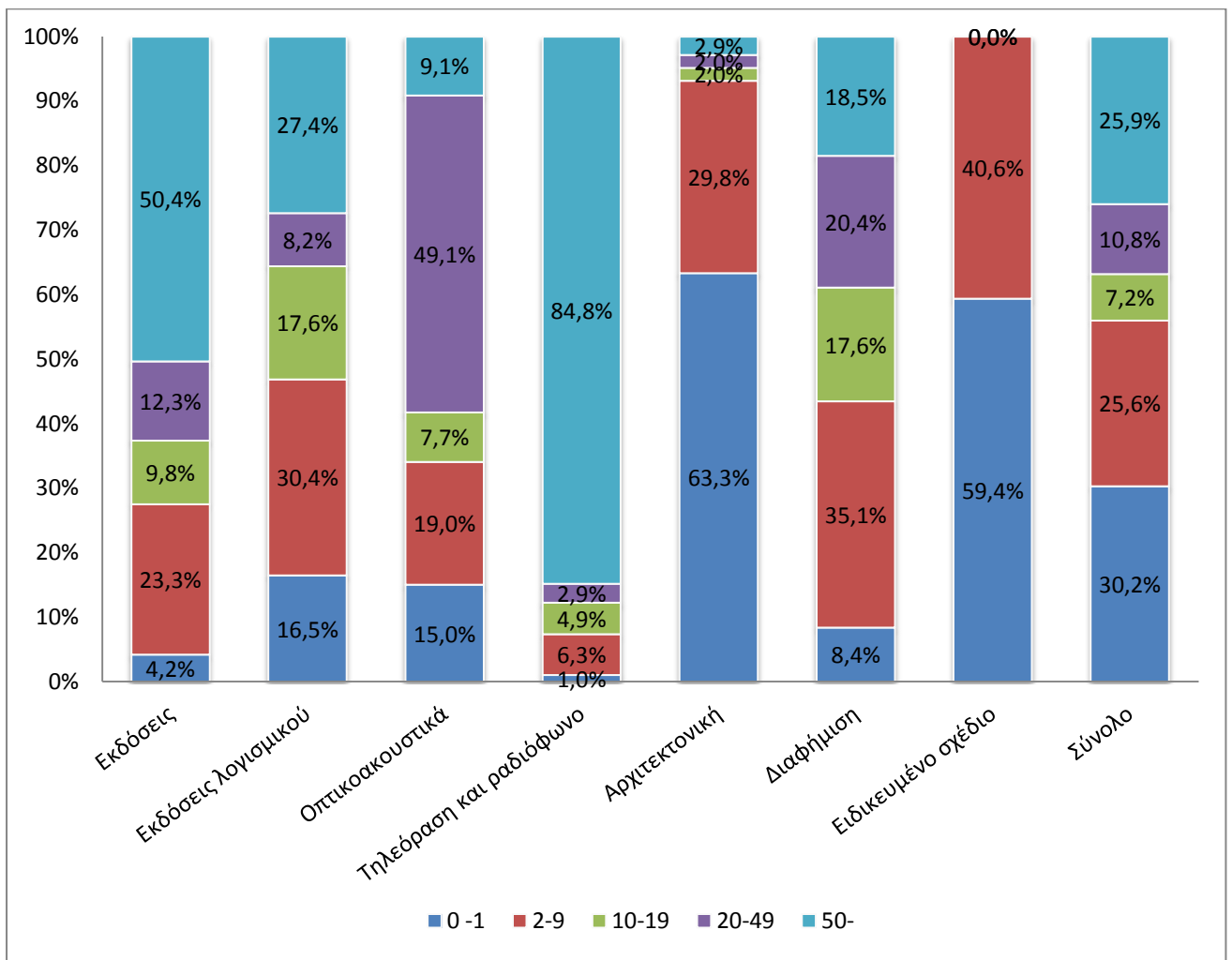
προστιθέμενη αξία παράγουν οι πολύ μικρές (ατομικές και 1-9 εργαζομένους) επιχειρήσεις, άλλο τόσο παράγουν και αυτές που απασχολούν πάνω από 10 εργαζομένους.

Διάγραμμα 31. Ποσοστιαίες σωρευτικές κατανομές αριθμού επιχειρήσεων ανά δημιουργικό τομέα και τάξη μεγέθους επιχείρησης, Ελλάδα, 2014



Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 32. Ποσοστιαίες σωρευτικές κατανομές προστιθέμενης αξίας ανά δημιουργικό τομέα και τάξη μεγέθους επιχείρησης, Ελλάδα, 2014



Πηγή: Eurostat

## 8. Αλυσίδες παραγωγής δημιουργικών τομέων

### 8.1 Εμπρόσθιες και οπίσθιες διασυνδέσεις

Οι αλυσίδες παραγωγής των ΚΠΔ περιλαμβάνουν τόσο τις εκροές τους (εμπρόσθιες διασυνδέσεις-forward linkages) σε άλλους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, όσο και τις εισροές τους (οπίσθιες διασυνδέσεις-backward linkages), δηλαδή τα ενδιάμεσα αγαθά που χρησιμοποιούν από άλλους κλάδους για να παράξουν τα δικά τους δημιουργικά αγαθά. Η ανάλυση που ακολουθεί έγινε σε πέντε κλάδους της δημιουργικής οικονομίας, για τους οποίους υπήρχαν διαθέσιμα στατιστικά δεδομένα (Πίνακες Εισροών Εκροών, 2010) σε διψήφιο κωδικό δραστηριότητας.

Ο πίνακας 7 βοηθά να κατανοήσουμε την αξία των ενδιάμεσων αγαθών (εκροές) που διαθέτουν οι συγκεκριμένοι ΚΠΔ σε άλλους κλάδους της ελληνικής οικονομίας (μαζί με στοιχεία για την τελική ζήτηση, τις εξαγωγές και τις επενδύσεις κεφαλαίου σε πάγια στοιχεία), ενώ τα διαγράμματα 33-37 δείχνουν με περισσότερη λεπτομέρεια σε ποιούς συγκεκριμένους κλάδους διατίθενται τα ενδιάμεσα αγαθά και υπηρεσίες. Για παράδειγμα, οι εκδοτικές δραστηριότητες διαθέτουν στην τελική ζήτηση 44,4% των αγαθών που παράγουν, εξάγουν 4,1% επιπλέον αυτών, επενδύουν 18,5% και διαθέτουν ως ενδιάμεσα αγαθά σε άλλους κλάδους 33% της παραγωγής τους. Από αυτό το ποσοστό, οι κλάδοι που αγοράζουν ενδιάμεσα αγαθά από τον κλάδο των εκδόσεων (Διάγραμμα 34) για να παράξουν τα δικά τους τελικά αγαθά, είναι το χονδρικό εμπόριο (14%), οι εκδόσεις (13%, ενδο-κλαδικές συνδέσεις), η διαφήμιση (7%), ο προγραμματισμός Η/Υ (7%), το λιανικό εμπόριο (7%), η εκπαίδευση (6%), οι τηλεπικοινωνίες (5%) κ.λπ. Έτσι, φαίνεται καθαρά οι διασυνδέσεις του κλάδου των εκδόσεων στους υπόλοιπους κλάδους της ελληνικής οικονομίας.

Από την άλλη πλευρά, οι εισροές που χρησιμοποιεί ο κλάδος των εκδόσεων ως ενδιάμεσα αγαθά για την παραγωγή εκδοτικών προϊόντων (Διάγραμμα 39) περιλαμβάνουν αγορές ενδιάμεσων αγαθών και υπηρεσιών από άλλες εκδοτικές επιχειρήσεις (14%, ενδο-κλαδικές συνδέσεις), από τον προγραμματισμό Η/Υ (10%), τις τηλεπικοινωνίες (7%), τις εκτυπώσεις (5%), την διαφήμιση (4%) κ.λπ.

Ένα σημαντικό συμπέρασμα που μπορεί να εξαχθεί από τα παρακάτω διαγράμματα είναι ότι οι δημιουργικοί τομείς έχουν έντονες διακλαδικές διασυνδέσεις, αφού πολλές φορές συνυπάρχουν στις ίδιες αλυσίδες παραγωγής. Για παράδειγμα, στο διάγραμμα εκροών των κλάδων των οπτικοακουστικών και της τηλεόρασης-ραδιοφώνου φαίνεται πως υπάρχουν έντονες διασυνδέσεις με την διαφήμιση και την έρευνα αγοράς, αφού 40% των εκροών των παραπάνω κλάδων αγοράζονται από την διαφήμιση. Έτσι, μια μείωση της τελικής ζήτησης της διαφήμισης στην Ελλάδα, θα πλήξει καίρια την παραγωγή των παραπάνω κλάδων.



Πίνακας 7. Μεριδία εκροών επιλεγμένων δημιουργικών κλάδων, Ελλάδα, 2010

Τομείς	Τέλικη ζήτηση (εγχώρια)	Εξαγωγές	Ενδιάμεσα αγαθά	ΑΕΠΚ
Εκτυπώσεις και παραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	2,5%	0,2%	92,1%	5,2%
Εκδοτικές δραστηριότητες	44,4%	4,1%	33,0%	18,5%
Οπτικοακουστικά, Τηλεόραση και ραδιόφωνο	38,0%	5,0%	46,5%	10,5%
Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες	1,1%	17,2%	49,6%	32,0%
Διαφήμιση και έρευνα αγοράς	0,0%	4,5%	95,5%	0,0%

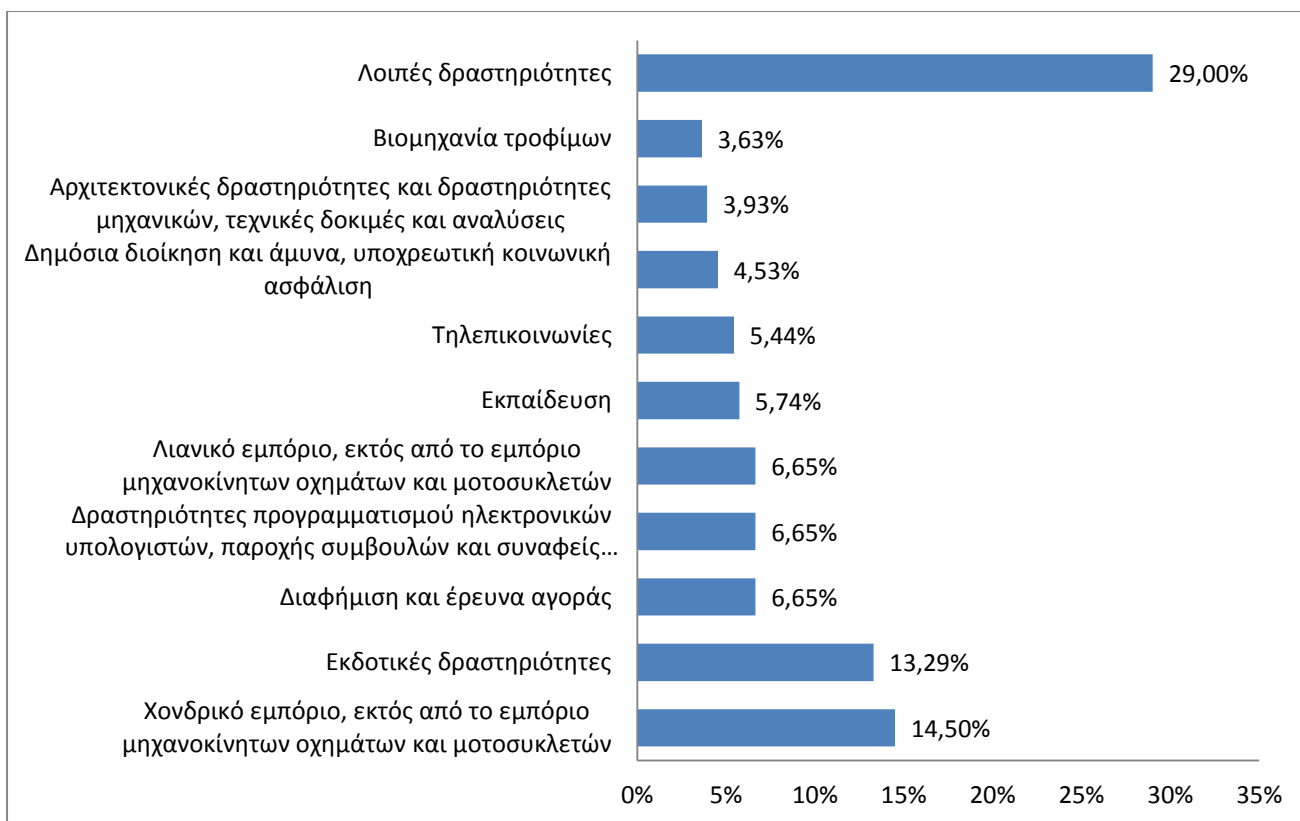
Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 33. Εκροές του κλάδου εκτυπώσεων ως ενδιάμεσα αγαθά σε άλλους κλάδους, Ελλάδα, 2010



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 34. Εκροές του κλάδου εκδόσεων ως ενδιάμεσα αγαθά σε άλλους κλάδους, Ελλάδα, 2010



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 35. Εκροές του κλάδου Οπτικοακουστικά, Τηλεόραση και Ραδιόφωνο ως ενδιάμεσα αγαθά σε άλλους κλάδους, Ελλάδα, 2010



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ

**Διάγραμμα 36. Εκροές του κλάδου Προγραμματισμός Η/Υ ως ενδιάμεσα αγαθά σε άλλους κλάδους, Ελλάδα, 2010**



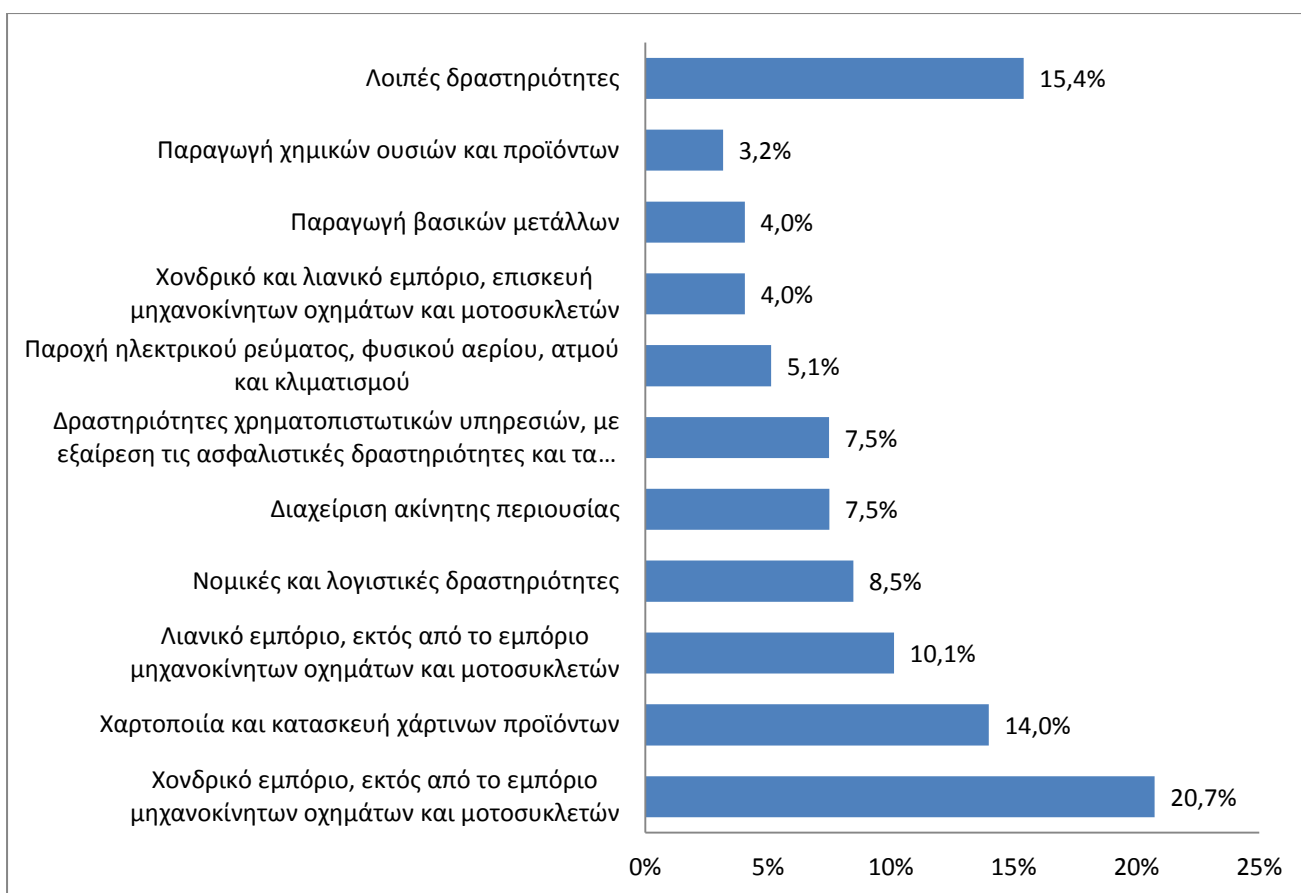
Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ

**Διάγραμμα 37. Εκροές του κλάδου Διαφήμιση και Έρευνα Αγοράς ως ενδιάμεσα αγαθά σε άλλους κλάδους, Ελλάδα, 2010**



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 38. Εισροές ενδιάμεσων αγαθών στον κλάδο των εκτυπώσεων, Ελλάδα, 2010



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 39. Εισροές ενδιάμεσων αγαθών στον κλάδο των εκδόσεων, Ελλάδα, 2010

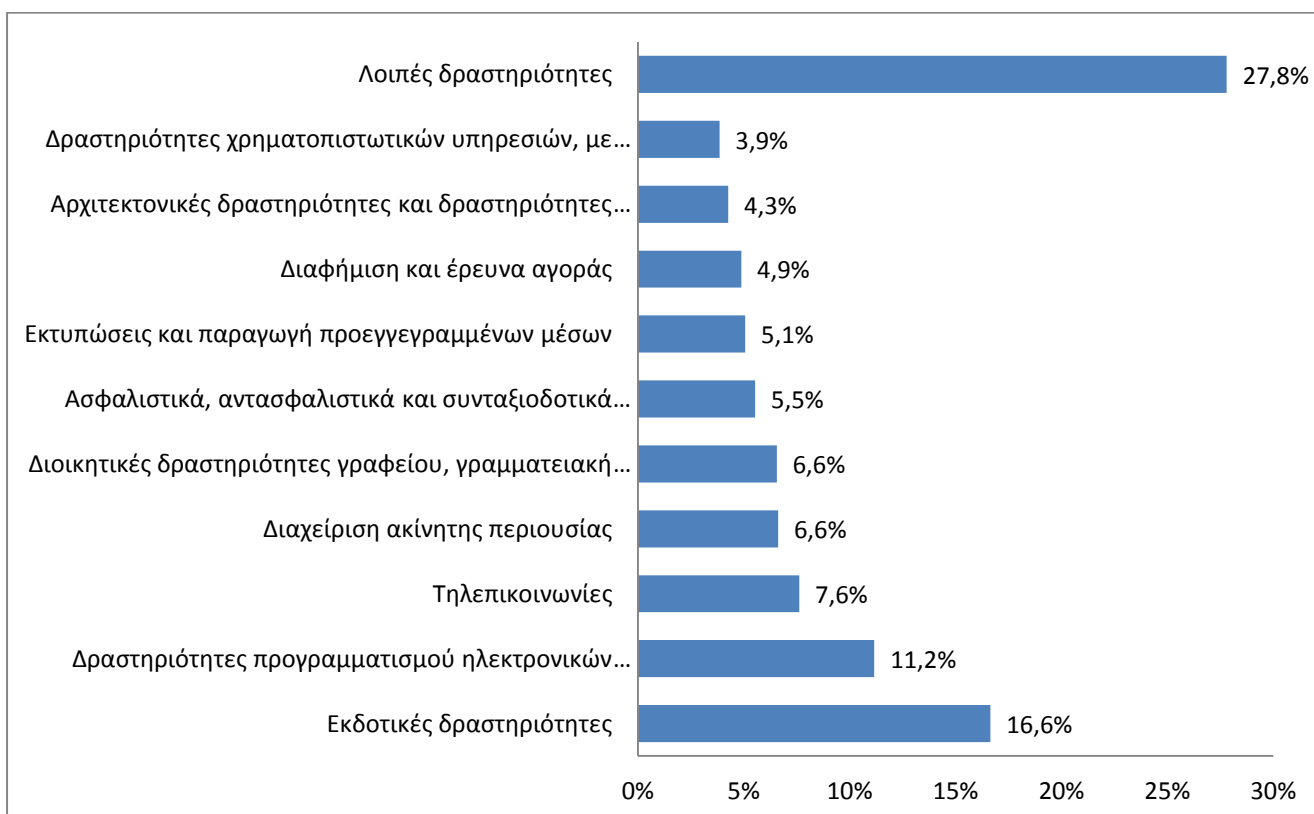


Διάγραμμα 40. Εισροές ενδιάμεσων αγαθών στον κλάδο Οπτικοακουστικά, Τηλεόραση και Ραδιόφωνο, Ελλάδα, 2010



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 41. Εισροές ενδιάμεσων αγαθών στον κλάδο Προγραμματισμός Η/Υ



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 42. Εισροές ενδιάμεσων αγαθών στον κλάδο της Διαφήμισης και Έρευνα Αγοράς



Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ

## 8.2 Πολλαπλασιαστές ζήτησης και προσφοράς

Με περισσότερες λεπτομέρειες ως προς την πολλαπλασιαστικής τους ισχύ στο σύνολο της ελληνικής οικονομίας, η παραπάνω ανάλυση εξειδικεύεται μέσα από την παραγωγή των πολλαπλασιαστών ζήτησης και προσφοράς. Ο Πίνακας 8 δείχνει τις πολλαπλασιαστικές (άμεσες και έμμεσες) επιδράσεις που θα δημιουργηθούν στην εγχώρια παραγωγή, στο εισόδημα εργασίας (μισθοί, ημερομίσθια και εργοδοτικές εισφορές), στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία (εισόδημα εργασίας, ακαθάριστο λειτουργικό πλεόνασμα, και καθαροί φόροι στην παραγωγή), στην απασχόληση και στις εισαγωγές ενδιάμεσων εισροών, όταν η τελική ζήτηση για το προϊόν ενός από τους πέντε εξεταζόμενους κλάδους μεταβληθεί κατά μία μονάδα (ή κατά 10.000 μονάδες στην περίπτωση της απασχόλησης), ενώ η τελική ζήτηση για τα προϊόντα των υπόλοιπων κλάδων της ελληνικής οικονομίας παραμένει σταθερή<sup>4</sup>.

Έτσι, για παράδειγμα, η θετική μεταβολή της τελικής ζήτησης κατά πχ. 1.000.000 € για το προϊόν του κλάδου «Οπτικοακουστικών, τηλεόραση και ραδιόφωνο» θα αυξήσει στο σύνολο της εθνικής οικονομίας την παραγωγή κατά 2.047.000 €, δηλαδή κατά 1.000.000 € άμεσα στο κλάδο των «Οπτικοακουστικών, τηλεόραση και ραδιόφωνο» και κατά 1.047.700€ στους υπόλοιπους κλάδους της ελληνικής οικονομίας με τους οποίους διασυνδέεται ο κλάδος «Οπτικοακουστικών, τηλεόραση και ραδιόφωνο» (Διάγραμμα 40). Συνεπώς και σύμφωνα με το διάγραμμα 40, μια αύξηση της τελικής ζήτησης κατά 1.000.000 € στο κλάδο «Οπτικοακουστικών, τηλεόραση και ραδιόφωνο», θα αυξήσει την ζήτηση του κλάδου «Διαφήμιση και έρευνα αγοράς» κατά 244.000 € και κατά 100.000 € την ζήτηση του κλάδου «Δημιουργικές δραστηριότητες, Τέχνες και Διασκέδαση».

Ακόμη, μια αύξηση της τελικής ζήτησης κατά 1.000.000 € του κλάδου «Οπτικοακουστικών, τηλεόραση και ραδιόφωνο», θα αυξήσει το εισόδημα εργασίας κατά 409.300 €, την ακαθάριστη προστιθέμενη αξία κατά 780.300 €, ενώ θα αυξήσει την απασχόληση σε όλους τους κλάδους της οικονομίας κατά 18,5 εργαζόμενους (Πίνακας 8).

Από τον πίνακα 8 βλέπουμε ότι ο κλάδος «Διαφήμιση και έρευνα αγοράς» έχει τον μεγαλύτερο πολλαπλασιαστή παραγωγής (2,3116) όχι μόνο στις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες αλλά και σε σύγκριση με τους υπόλοιπους κλάδους (βλέπε και πίνακα 9) της ελληνικής οικονομίας (απόρροια των ισχυρών εμπρόσθιων διασυνδέσεων που δημιουργεί με τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας). Ακόμη, παρατηρούμε ότι ο κλάδος των «Οπτικοακουστικών, τηλεόραση και ραδιόφωνο» καταλαμβάνει την δεύτερη θέση στην κατάταξη του πολλαπλασιαστή

---

<sup>4</sup> Για αναλυτική παρουσίαση των άμεσων και έμμεσων επιδράσεων των πολλαπλασιαστών ζήτησης βλέπε Παράρτημα 5.

παραγωγής στην ελληνική οικονομία. Έτσι, γίνεται φανερό ότι οι δύο αυτοί κλάδοι είναι πολύ σημαντικοί για την αύξηση της παραγωγής στην ελληνική οικονομία.

Σε ότι αφορά τα άλλα μεγέθη, ο κλάδος «Οπτικοακουστικά, τηλεόραση και ραδιόφωνο» προκαλεί τις μεγαλύτερες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στο εισόδημα εργασίας, ο κλάδος «Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες – Δραστηριότητες υπηρεσιών πληροφορίας» και ο κλάδος «Εκδοτικών δραστηριοτήτων» στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία, και τέλος ο κλάδος «Εκτυπώσεις και παραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων» στην απασχόληση και στις εισαγωγές ενδιάμεσων εισροών αντίστοιχα.

**Πίνακας 8. Πολλαπλασιαστές ζήτησης ΚΠΔ και κατάταξη σε 63 κλάδους της ελληνικής οικονομίας, Ελλάδα, 2010**

Κλάδοι	Πολ/στης Παραγωγής	Πολ/στης Εισοδήματος εργασίας	Πολ/στης Ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας	Πολ/στης Απασχόλησης (για μεταβολή 10.000)	Πολ/στης Εισαγωγών
Εκτυπώσεις και παραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	1,5053 (35)	0,3624 (28)	0,7061 (54)	<b>0,3009 (9)</b>	<b>0,2486 (10)</b>
Εκδοτικές δραστηριότητες	1,4718 (39)	0,3208 (41)	<b>0,8798 (16)</b>	0,0868 (58)	0,0858 (48)
Οπτικοακουστικά, τηλεόραση και ραδιόφωνο	<b>2,0477 (2)</b>	<b>0,4093 (21)</b>	0,7803 (36)	0,1856 (29)	0,1534 (32)
Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες – Δραστηριότητες υπηρεσιών πληροφορίας	1,4490 (41)	0,3673 (26)	<b>0,8881 (14)</b>	0,1652 (35)	0,0797 (50)
Διαφήμιση και έρευνα αγοράς	<b>2,3116 (1)</b>	0,3206 (42)	0,7217 (51)	0,1876 (28)	0,1911 (21)

**Πίνακας 9. Πολλαπλασιαστές ζήτησης 15 επιλεγμένων κλάδων της ελληνικής οικονομίας, Ελλάδα, 2010**

Κλάδοι	Πολ/στης Παραγωγής	Πολ/στης Εισοδήματος εργασίας	Πολ/στης Ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας	Πολ/στης Απασχόλησης (για μεταβολή 10.000)	Πολ/στης Εισαγωγών
Φυτική και ζωική παραγωγή, θήρα και συναφείς δραστηριότητες	1,5656	0,2038	0,7747	0,6729	0,1638
Αλιεία και υδατοκαλλιέργεια	1,3715	0,1636	0,8364	0,1749	0,119
Παραγωγή τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού	1,7467	0,2883	0,7887	0,2442	0,1573
Παραγωγή οπτάνθρακα και προϊόντων διύλισης πετρελαίου	1,4108	0,1275	0,3399	0,049	0,6165



Παραγωγή χημικών ουσιών και προϊόντων	1,6853	0,3227	0,601	0,1271	0,3092
Παραγωγή βασικών φαρμακευτικών προϊόντων και φαρμακευτικών σκευασμάτων	1,4475	0,3293	0,8249	0,149	0,1337
Κατασκευή επίπλων και άλλες μεταποιητικές δραστηριότητες	1,8584	0,4202	0,7294	0,3648	0,2248
Επισκευή και εγκατάσταση μηχανημάτων και εξοπλισμού	1,4921	0,4315	0,7766	0,2434	0,1864
Κατασκευές	1,9262	0,324	0,7452	0,2485	0,1956
Χονδρικό και λιανικό εμπόριο και επισκευή μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών	1,41	0,2814	0,904	0,1671	0,0666
Δραστηριότητες παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, με εξαίρεση τις ασφαλιστικές δραστηριότητες και τα συνταξιοδοτικά ταμεία	1,3792	0,5444	0,9193	0,1201	0,0528
Διαχείριση ακίνητης περιουσίας	1,0845	0,0591	0,9775	0,0108	0,0167
Νομικές και λογιστικές δραστηριότητες· δραστηριότητες κεντρικών γραφείων, δραστηριότητες παροχής συμβουλών διαχείρισης	1,508	0,2429	0,8978	0,2092	0,0657
Εκπαίδευση	1,067	0,733	0,9762	0,2804	0,0187
Δραστηριότητες ανθρώπινης υγείας	1,2412	0,3541	0,7986	0,1878	0,1679

Από την άλλη πλευρά, ο Πίνακας 10 δείχνει τις πολλαπλασιαστικές (άμεσες και έμμεσες) επιδράσεις που θα δημιουργηθούν στα ίδια μεγέθη της εθνικής οικονομίας όταν οι αρχικές εισροές<sup>5</sup> σε κάθε έναν από τους πέντε εξεταζόμενους κλάδους μεταβληθούν κατά μία μονάδα (κατά 10.000 μονάδες στην περίπτωση της απασχόλησης), ενώ οι αρχικές εισροές στους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας παραμένουν σταθερές. Όπως φαίνεται από τον πίνακα, ο κλάδος «Διαφήμιση και έρευνα αγοράς» παρουσιάζει τον μεγαλύτερο πολλαπλασιαστή παραγωγής (2,7642). Αυτό οφείλεται στο ότι πολύ μεγάλο ποσοστό (95,5%) της παραγωγής του διατίθεται για ενδιάμεση κατανάλωση (ενδιάμεσες εκροές). Αντίθετα, ο κλάδος «Εκδοτικές δραστηριότητες» έχει το μικρότερο ποσοστό (33,06%) ενδιάμεσων εκροών επί της παραγωγής, με αποτέλεσμα να παρουσιάζει τον μικρότερο πολλαπλασιαστή παραγωγής (1,5717) σε σχέση με τους υπόλοιπους εξεταζόμενους κλάδους. Όσον αφορά τα υπόλοιπα μεγέθη, ο κλάδος «Εκτυπώσεις και παραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων» προκαλεί σε αυτά τις μεγαλύτερες άμεσες και έμμεσες επιδράσεις.

<sup>5</sup> Ως αρχικές εισροές νοούνται οι μισθοί και ημερομίσθια, οι εργοδοτικές εισφορές, το καθαρό λειτουργικό πλεόνασμα, οι αποσβέσεις, οι καθαροί φόροι (ενδιάμεσων εισροών, επί του προϊόντος, και παραγωγής), και οι εισαγωγές ενδιάμεσων εισροών.

Πίνακας 10. Πολλαπλασιαστές προσφοράς ΚΠΔ, Ελλάδα, 2010

Κλάδοι	Παραγωγής	Εισοδήματος εργασίας	Ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας	Απασχόλησης (για μεταβολή 10.000)	Εισαγωγών
Εκτυπώσεις και παραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	2,5920	<b>0,6149</b>	<b>1,2170</b>	<b>0,4301</b>	<b>0,3146</b>
Εκδοτικές δραστηριότητες	1,5717	0,3561	0,9095	0,1072	0,0958
Οπτικοακουστικά, τηλεόραση και ραδιόφωνο	1,9972	0,3919	0,6980	0,1869	0,1624
Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες – Δραστηριότητες υπηρεσιών πληροφορίας	1,8842	0,5139	1,1107	0,2251	0,1120
Διαφήμιση και έρευνα αγοράς	<b>2,7642</b>	0,4252	0,9059	0,2615	0,2448

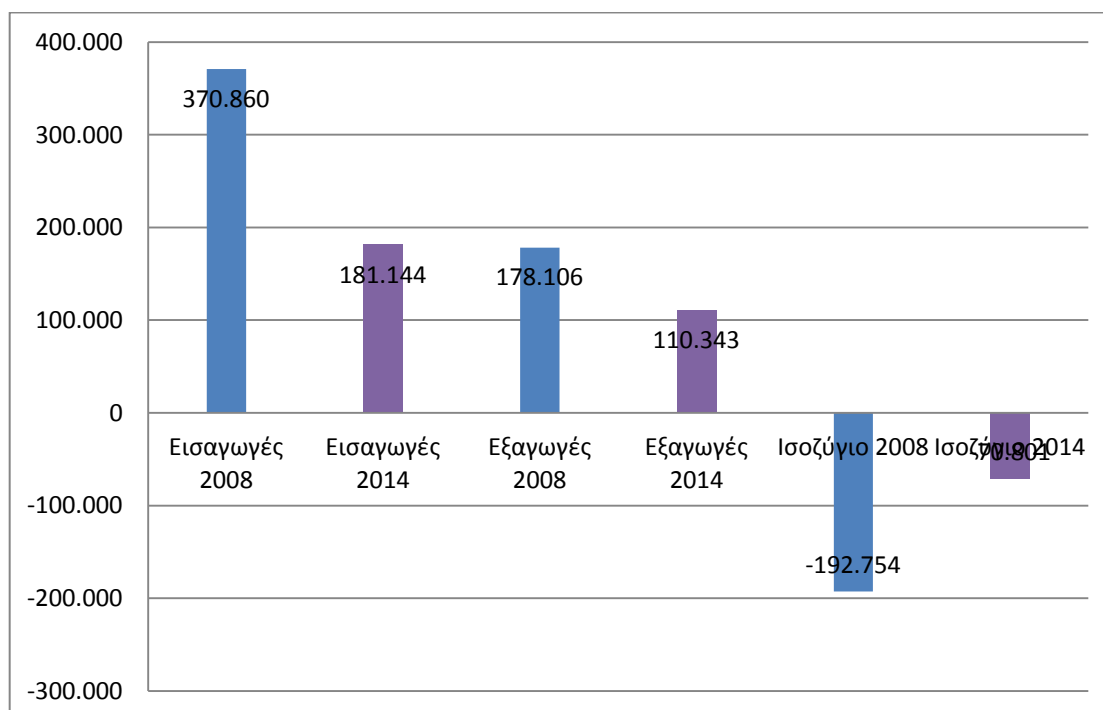
## 9. Διεθνές εμπόριο πολιτιστικών αγαθών

Η Ελλάδα, όπως φαίνεται στο διάγραμμα 43, είναι καθαρός εισαγωγέας προϊόντων και υπηρεσιών των δημιουργικών κλάδων. Οι εισαγωγές ανήρθαν στα 181,1 εκατ. € το 2014, από 370,8 εκατ. € το 2008, ενώ οι εξαγωγές στα 110,3 εκατ. € από 178,1 εκατ. €. Πάντως το ισοζύγιο των εξαγωγών βαίνει μειούμενο την περίοδο 2008-2014 κατά 63,3%, από τα 192,7 εκατ. € στα 70,8 εκατ. €. Αυτό είναι αποτέλεσμα της ανισομερούς μείωσης των εισαγωγών έναντι των εξαγωγών. Συγκεκριμένα την περίοδο 2008-2014 οι εισαγωγές μειώθηκαν κατά 51,2% ενώ οι εξαγωγές κατά 38%.

Εξειδικεύοντας την ανάλυση ανά προϊόν, (Διάγραμμα 44) παρατηρούμε τα εξής<sup>6</sup>:

- Το ισοζύγιο είναι αρνητικό σε όλα τα προϊόντα που εξετάζονται πλην των αρχιτεκτονικών σχεδίων όπου υπάρχει θετικό πλεόνασμα 88 χιλ. € (αν και μειωμένο από αυτό των 156 χιλ. € του 2008). Το προϊόν είναι πολύ μικρό βέβαια και αντιστοιχεί μόλις στο 0,2% του ισοζυγίου.
- Η μεγαλύτερη μείωση του, αρνητικού παρ' όλα αυτά, ισοζυγίου, είναι στα βιβλία όπου από -43,98 εκατ. € μειώθηκε στις -663 χιλ. €, μείωση της τάξης του 98,5%.
- Η μικρότερη μείωση είναι στα πλεκτά κλπ. από -5,9 εκατ. € σε -5,1 εκατ. €.

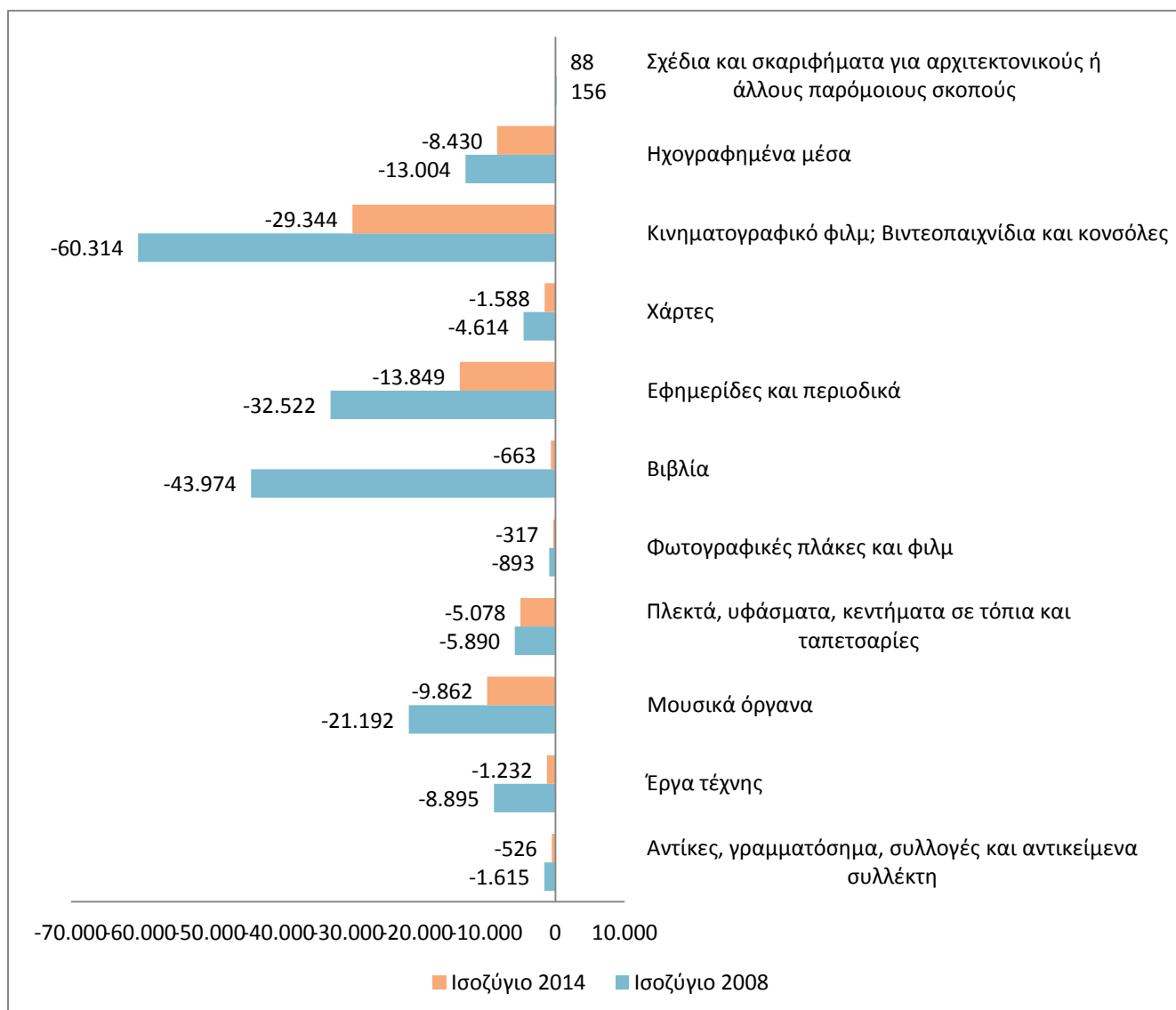
Διάγραμμα 43. Εισαγωγές, εξαγωγές και ισοζύγιο, Ελλάδα 2008-2014 (σε χιλιάδες €)



Πηγή: Eurostat

<sup>6</sup> Για τον αναλυτικό πίνακα εισαγωγών εξαγωγών της Ελλάδας, βλέπε Παράρτημα 6.

Διάγραμμα 44. Ισοζύγιο εξαγωγών ανά προϊόν, Ελλάδα 2008 και 2014 (σε χιλιάδες €)



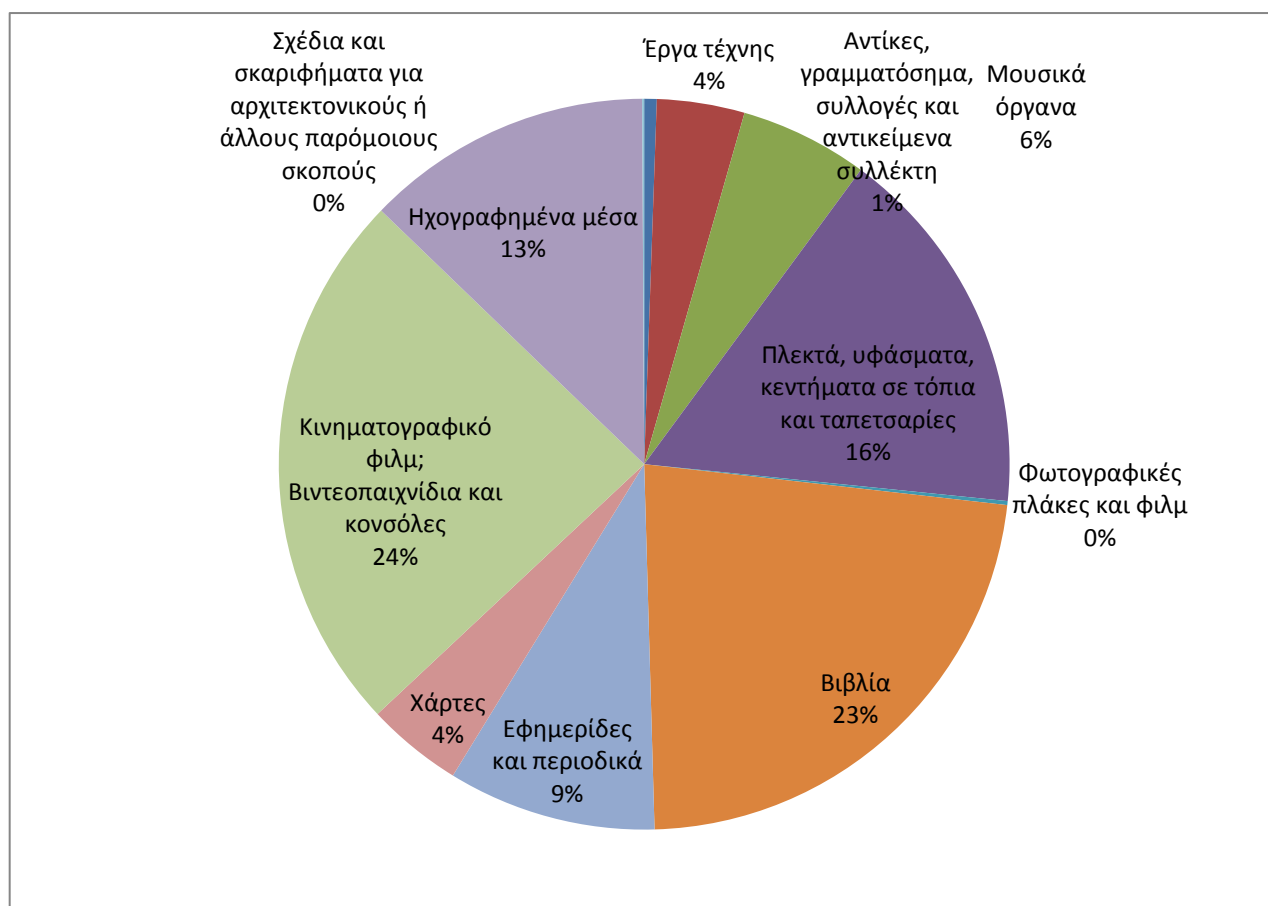
Πηγή: Eurostat

## 9.1 Εισαγωγές

Ειδικά στις εισαγωγές, παρατηρούμε ότι οι εισαγωγές που αφορούν κινηματογραφικά φιλμ, βιντεοπαιχνίδια και κονσόλες παιχνιδιών ανέρχονται στο 24% του συνόλου, ενώ τα βιβλία στο 23% (Διάγραμμα 45). Μαζί αποτελούν την μισή αξία όλων των εισαγωγών. Μεγάλα εισαγωγικά προϊόντα είναι ακόμη τα πλεκτά κλπ. με 16%, καθώς και τα ηχογραφημένα μέσα με 13%. Συνολικά τα τέσσερα αυτά προϊόντα αντιπροσωπεύουν το 76% των συνολικών εισαγωγών.

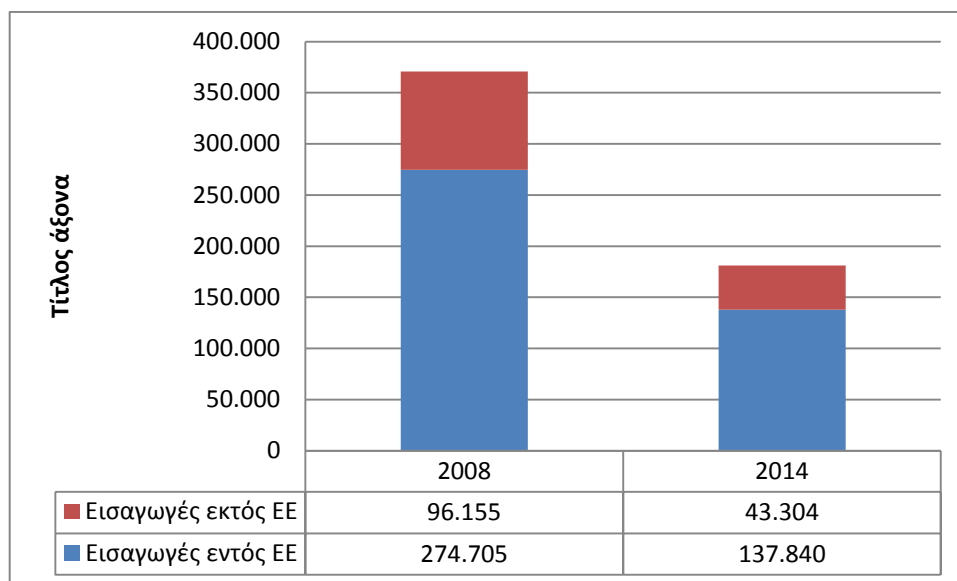
Η εικόνα των εισαγωγών είναι διαφορετική και αλλάζει ανάλογα με το αν αυτές είναι εντός ή εκτός της ΕΕ. Από το διάγραμμα 46 βλέπουμε πως οι εισαγωγές έχουν μειωθεί κατά 51% συνολικά από το 2008 ως το 2014 και αυτό έχει γίνει περίπου ισόποσα και για τους δύο προορισμούς (-50% και -55% αντίστοιχα για εντός και εκτός ΕΕ). Για αυτό και ο λόγος  $\frac{\text{Εισαγωγές εντός ΕΕ}}{\text{Εισαγωγές εκτός ΕΕ}} = 3$ , παραμένει σταθερός και για τις δύο περιόδους.

Διάγραμμα 45. Εισαγωγές ανά προϊόν σε ποσοστά επί του συνόλου εισαγωγών, 2014



Πηγή: Eurostat

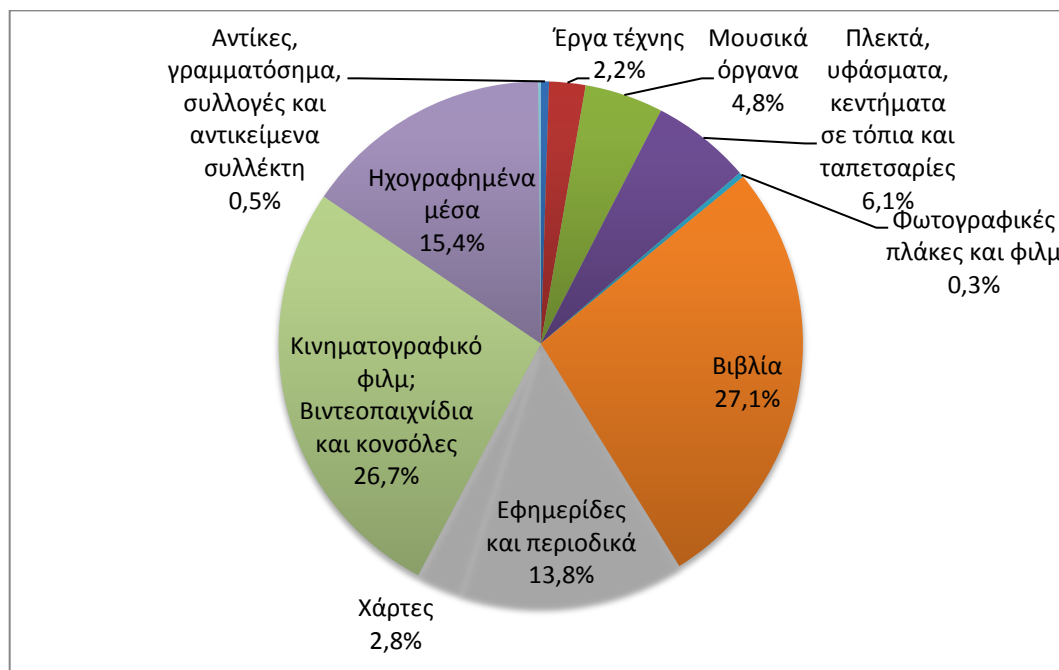
Διάγραμμα 46. Εισαγωγές Ελλάδας εντός και εκτός ΕΕ, 2008 και 2014 (σε χιλιάδες €)



Πηγή: Eurostat

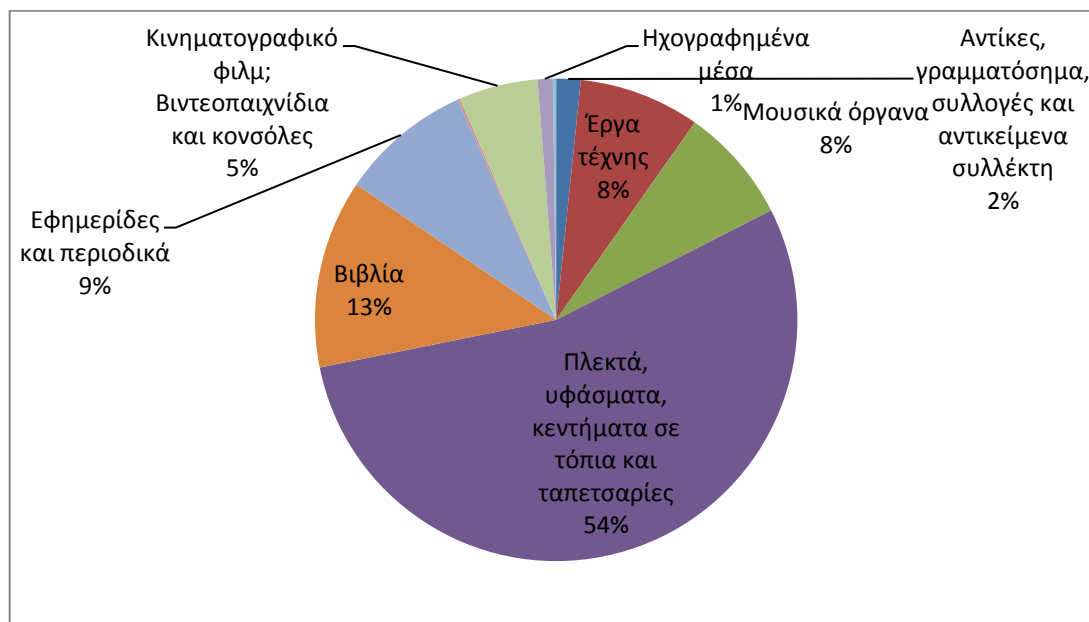
Με βάση τα διαγράμματα (47 και 48) μπορούμε να παρατηρήσουμε πως οι εισαγωγές διαφοροποιούνται κατά προϊόν ανάλογα με την προέλευσή τους. Ενώ, εντός ΕΕ οι εισαγωγές για το 2014 αποτελούνται από προϊόντα στους κλάδους των φιλμ και βιντεοπαιχνιδιών με 24% και του βιβλίου με 27%, οι εισαγωγές από χώρες εκτός ΕΕ εστιάζονται στα πλεκτά κλπ. σε ποσοστό 54% και σε μικρότερο ποσοστό στα φιλμ κλπ. και στα βιβλία (8% και 13% αντίστοιχα).

**Διάγραμμα 47. Εισαγωγές από ΕΕ ανά προϊόν σε ποσοστά επί του συνόλου εισαγωγών από ΕΕ, 2014**



Πηγή: Eurostat

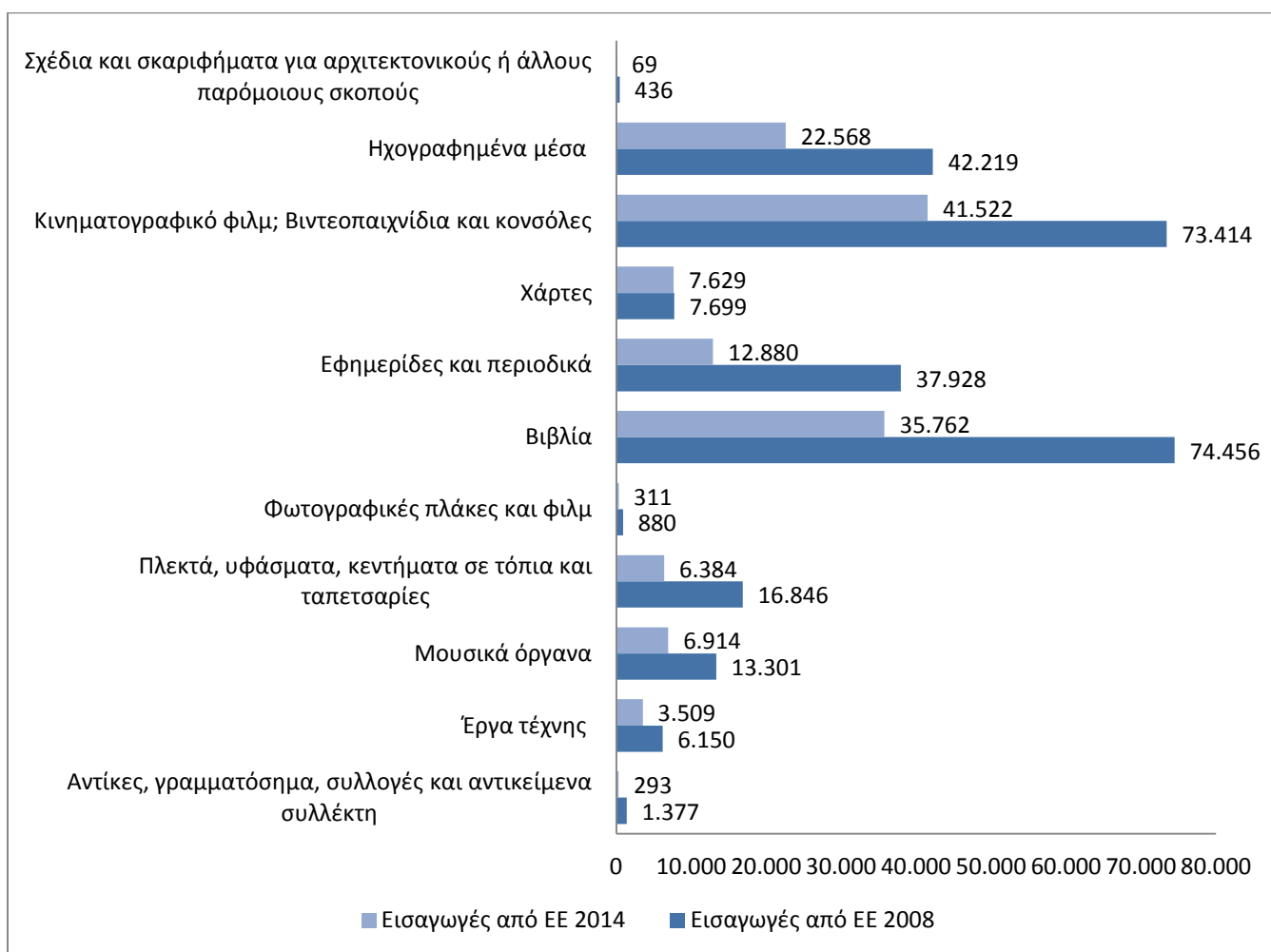
**Διάγραμμα 48. Εισαγωγές εκτός ΕΕ ανά προϊόν σε ποσοστά επί του συνόλου εισαγωγών εκτός ΕΕ, 2014**



Πηγή: Eurostat

Με βάση τα διαγράμματα 49 και 50 παρατηρούμε πως ασχέτως προέλευσης όλες οι εισαγωγές σε όλους τους κλάδους έχουν μειωθεί από το 2008 σε κάποιες περιπτώσεις δραματικά (π.χ. στο βιβλίο όπως αναφέρθηκε παραπάνω με μείωση 52% εντός και 81% εκτός ΕΕ). Εξαιρέση ο κλάδος των πλεκτών κλπ. ο οποίος έχει μία μικρή αύξηση 3,2% στις εισαγωγές που προέρχονται εκτός ΕΕ.

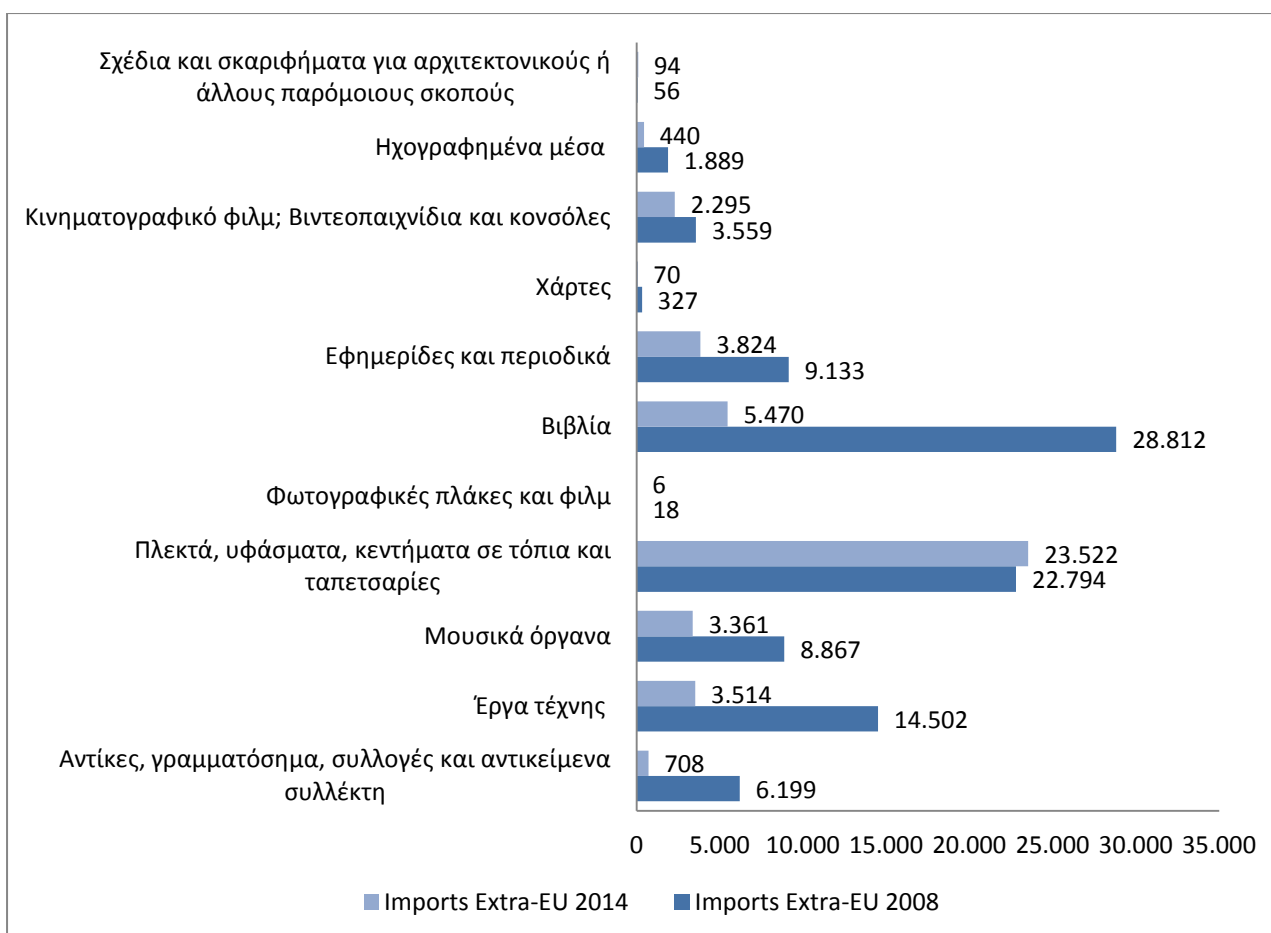
Διάγραμμα 49. Εισαγωγές από ΕΕ ανά προϊόν, 2008 και 2014 (σε χιλιάδες €)



Πηγή: Eurostat



Διάγραμμα 50. Εισαγωγές εκτός ΕΕ ανά προϊόν, 2008 και 2014 (σε χιλιάδες €)



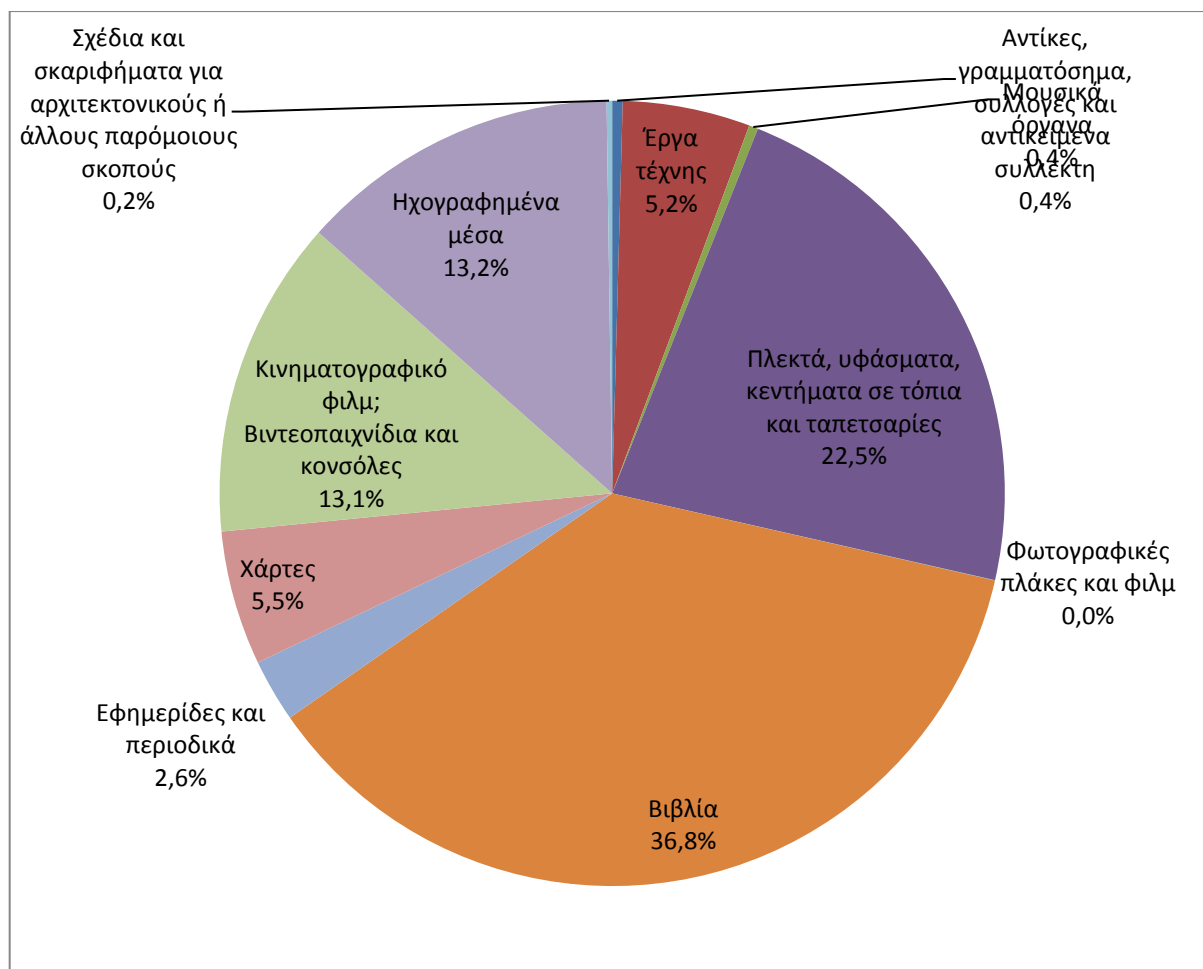
Πηγή: Eurostat

## 9.2 Εξαγωγές

Όσον αφορά τις εξαγωγές παρατηρούμε ότι αυτές που αφορούν βιβλία και πλεκτά κλπ. ανέρχονται στο 37% και 23% του συνόλου αντίστοιχα, ενώ μαζί αποτελούν πάνω από το μισό όλων των εξαγωγών. Άλλα εξαγωγικά προϊόντα είναι αυτά των κινηματογραφικών φιλμ, βιντεοπαιχνιδιών και κονσολών παιχνιδιών, καθώς και των ηχογραφημένων μέσων με ίδιο ποσοστό αντίστοιχα, 13% (Διάγραμμα 54). Μαζί οι τέσσερις αυτοί κλάδοι αντιστοιχούν στο 86% της συνολικής αξίας των εξαγωγών της Ελλάδας.

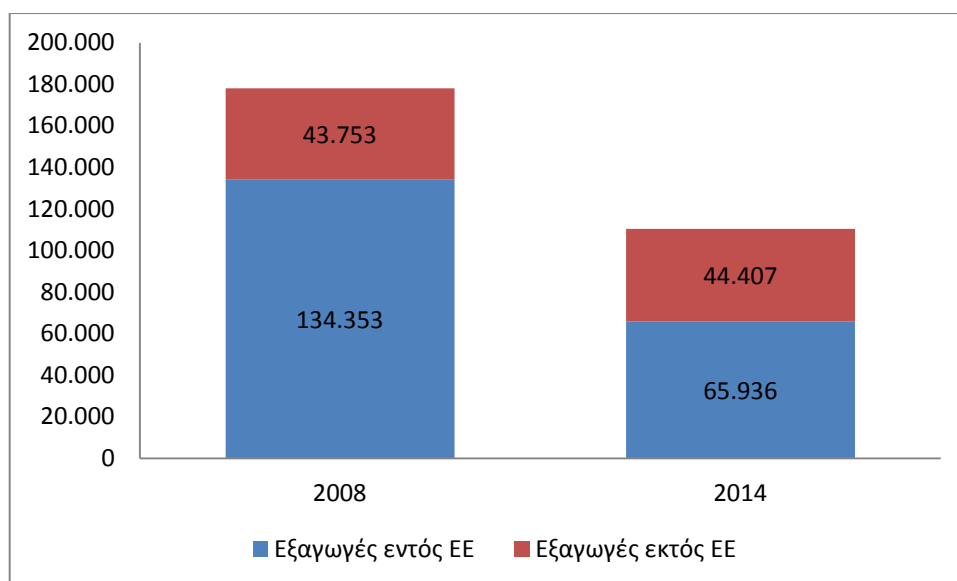
Η εικόνα των εξαγωγών είναι διαφορετική και αλλάζει ανάλογα με το αν αυτές είναι εντός ή εκτός της ΕΕ. Σύμφωνα με τα διαγράμματα 53 και 54 η Ελλάδα κατατάσσεται 16<sup>η</sup> στην ΕΕ-28 στις εξαγωγές εκτός ΕΕ, ενώ είναι 11<sup>η</sup> στις εξαγωγές εντός της ΕΕ. Από το διάγραμμα 52 βλέπουμε πως οι εξαγωγές συνολικά έχουν μειωθεί κατά 38% συνολικά από το 2008 ως το 2014. Επίσης ο λόγος  $\frac{\text{Εξαγωγές εντός ΕΕ}}{\text{Εξαγωγές εκτός ΕΕ}}$  ο οποίος ήταν περίπου 3 το 2008, έχει φτάσει λίγο πάνω από το 1 το 2014. Αυτό εξηγείται αν κανείς παρατηρήσει πως μειώθηκαν οι εντός ΕΕ εξαγωγές κατά 51%, ενώ παράλληλα αυξήθηκαν πολύ λίγο, κατά 1%, οι εξαγωγές εκτός ΕΕ.

Διάγραμμα 51. Εξαγωγές ανά προϊόν σε ποσοστά επί του συνόλου εξαγωγών, 2014



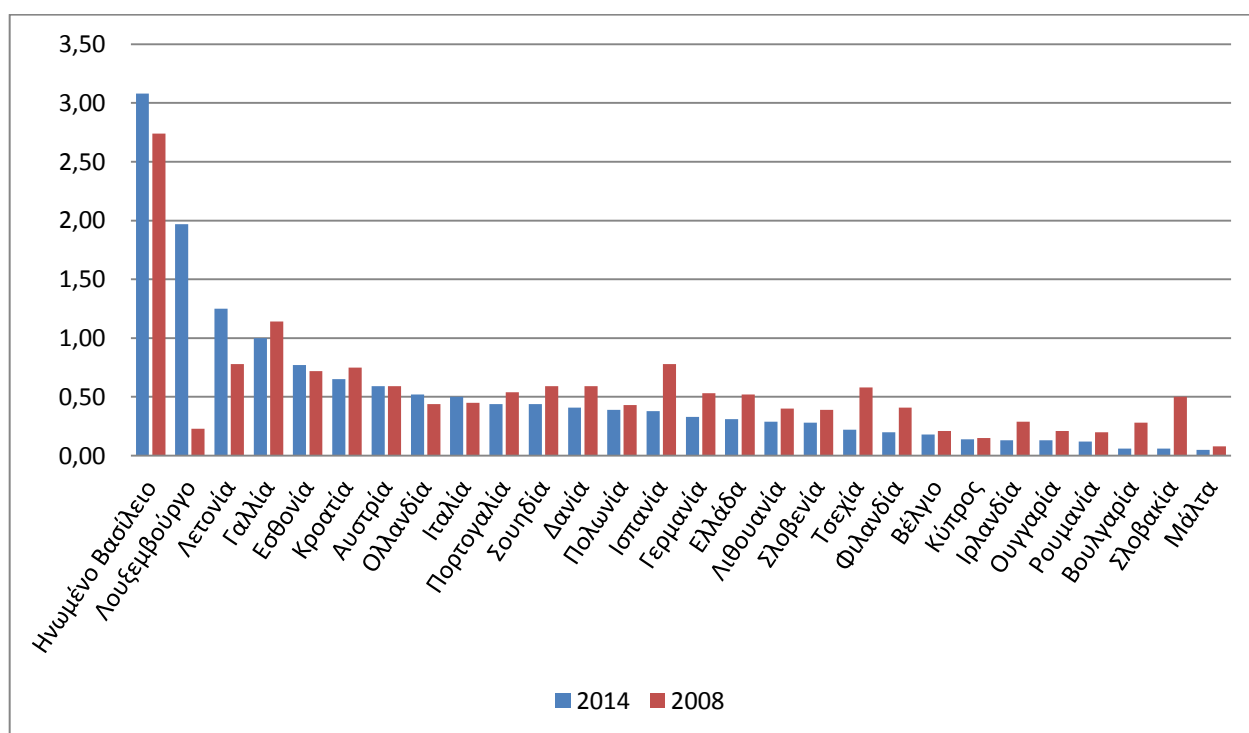
Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 52. Εξαγωγές Ελλάδας εντός και εκτός ΕΕ, 2008 και 2014 (σε χιλιάδες €)



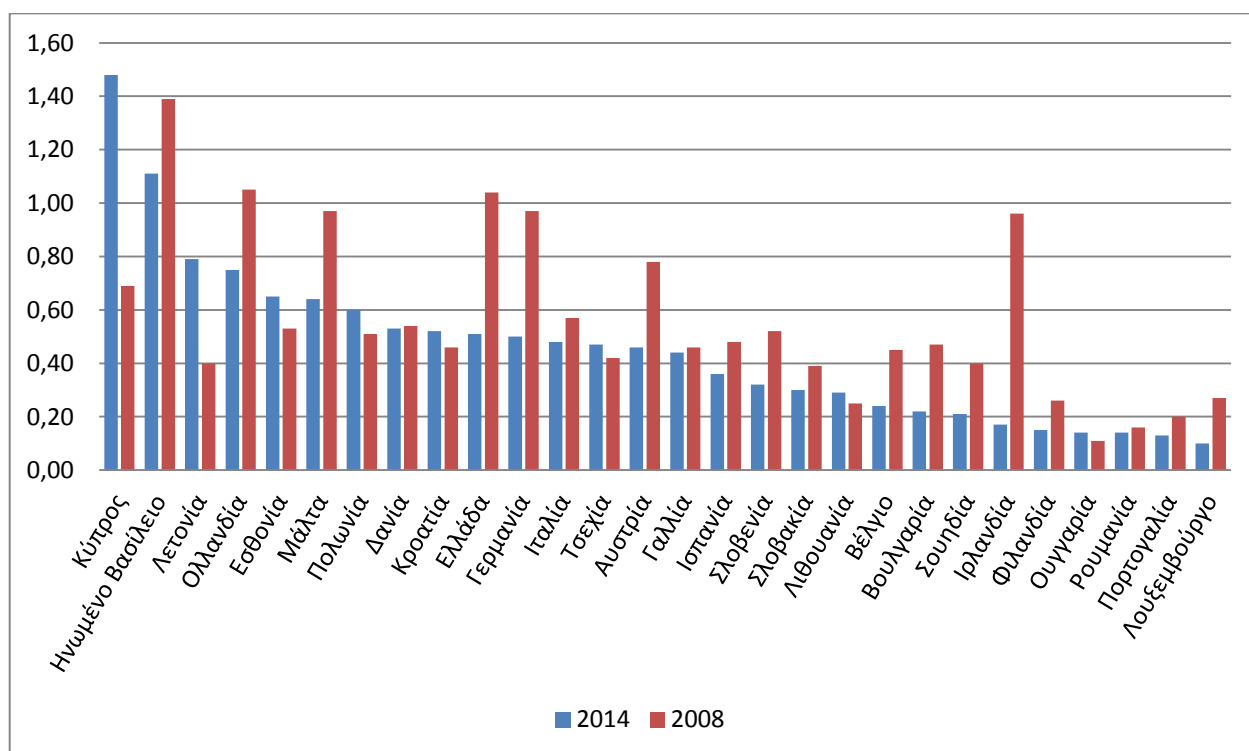
Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 53. Εξαγωγές πολιτιστικών αγαθών από κράτη μέλη της ΕΕ-28 σε χώρες εκτός της ΕΕ, ως ποσοστό συνολικών εξαγωγών, 2008 και 2014



Πηγή: Eurostat

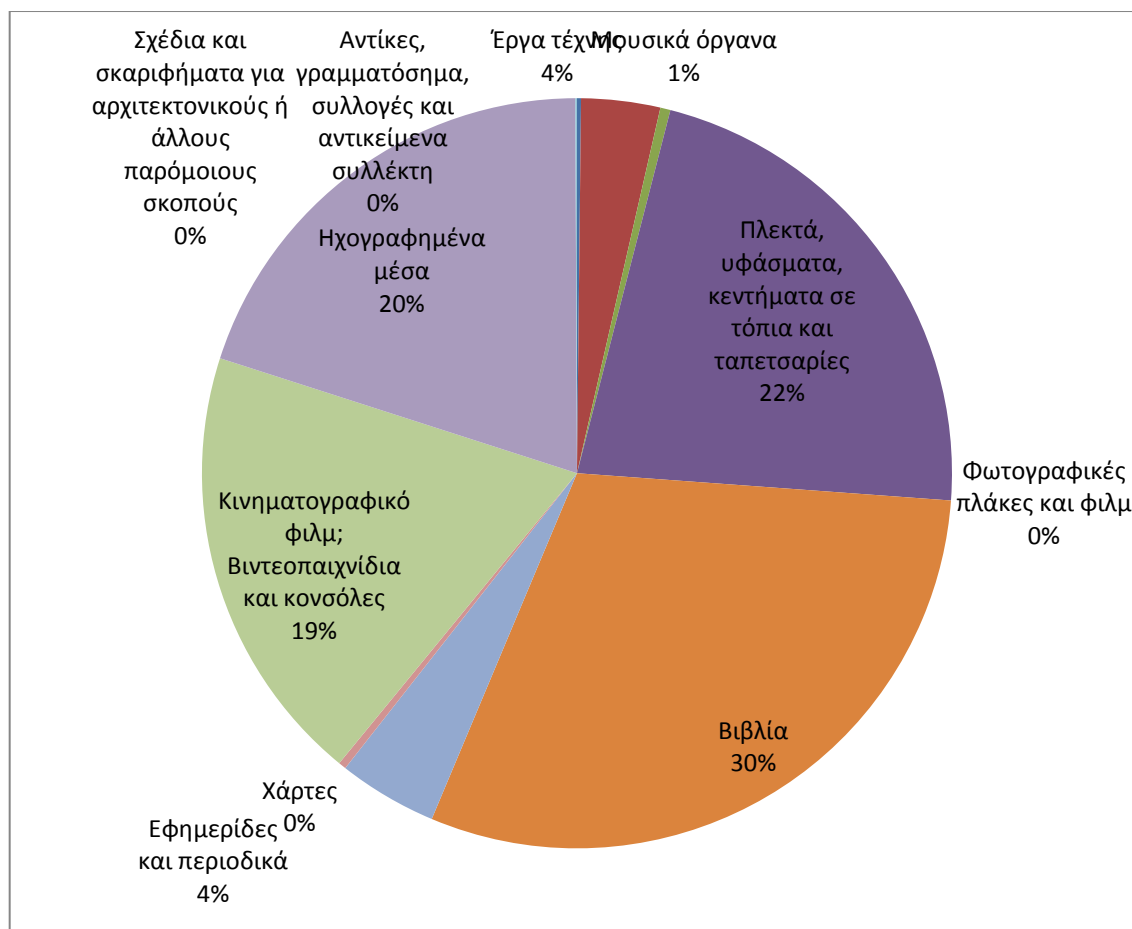
Διάγραμμα 54. Εξαγωγές πολιτιστικών αγαθών από κράτη μέλη της ΕΕ-28 σε χώρες εντός της ΕΕ, ως ποσοστό συνολικών εξαγωγών, 2008 και 2014



Πηγή: Eurostat

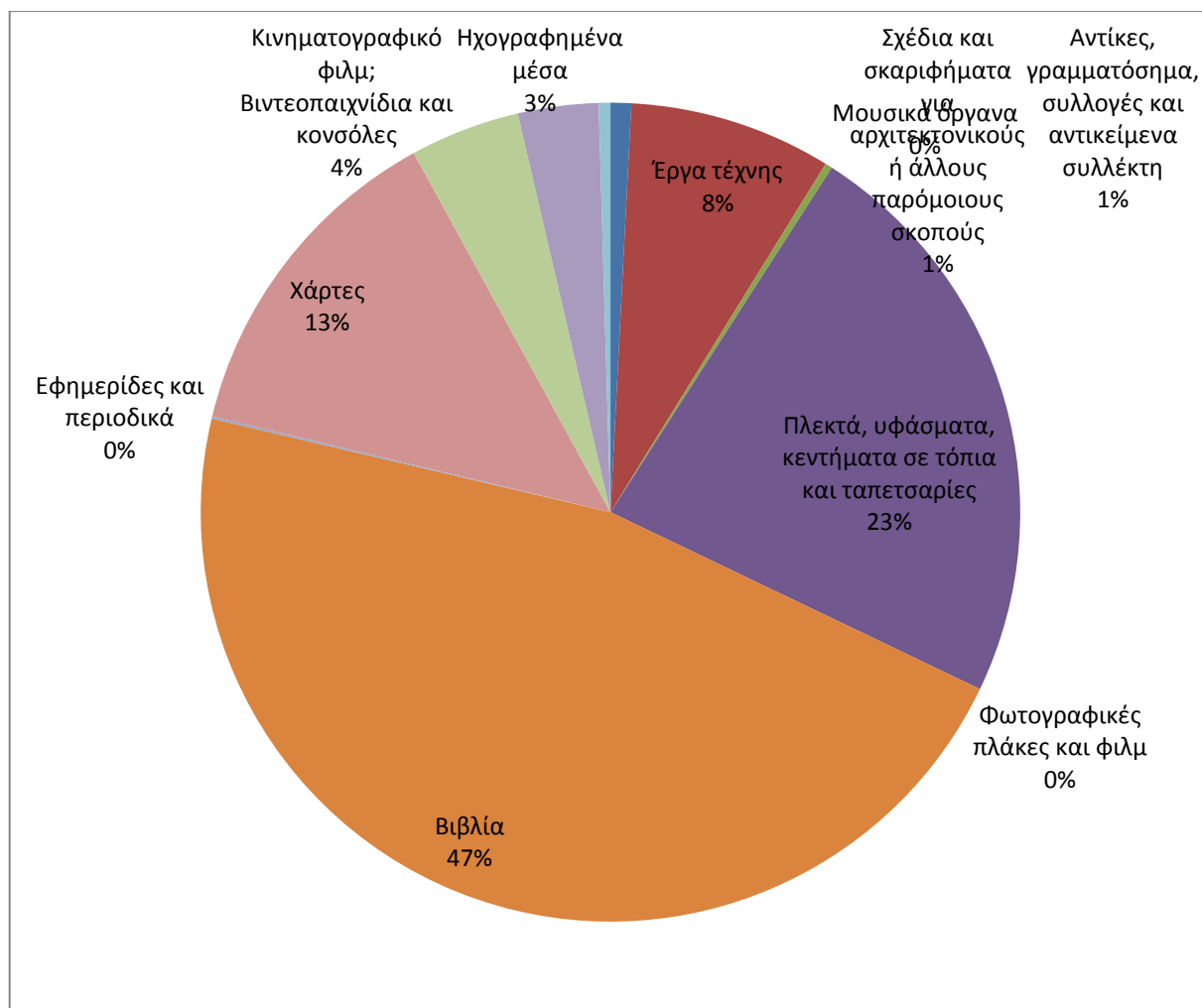
Με βάση τα διαγράμματα 55 και 56 μπορούμε να παρατηρήσουμε πως οι εξαγωγές διαφοροποιούνται κατά κλάδο ανάλογα με τον προορισμό τους. Ενώ, εντός ΕΕ οι εξαγωγές αποτελούνται από αγαθά στους κλάδους του βιβλίου με 30% και στα πλεκτά κλπ. σε ποσοστό 22% και λιγότερο των ηχογραφημένων μέσων και των φιλμ και βιντεοπαιχνιδιών με 20% και 19% αντίστοιχα, οι εξαγωγές σε χώρες εκτός ΕΕ εστιάζονται στα βιβλία με ποσοστό 47% και στα πλεκτά κλπ. σε ποσοστό 23% και σε μικρότερο ποσοστό στους χάρτες κλπ. και στα έργα τέχνης με ποσοστά 13% και 8% αντίστοιχα.

Διάγραμμα 55. Εξαγωγές στην ΕΕ ανά προϊόν σε ποσοστά επί του συνόλου εξαγωγών στην ΕΕ, 2014



Πηγή: Eurostat

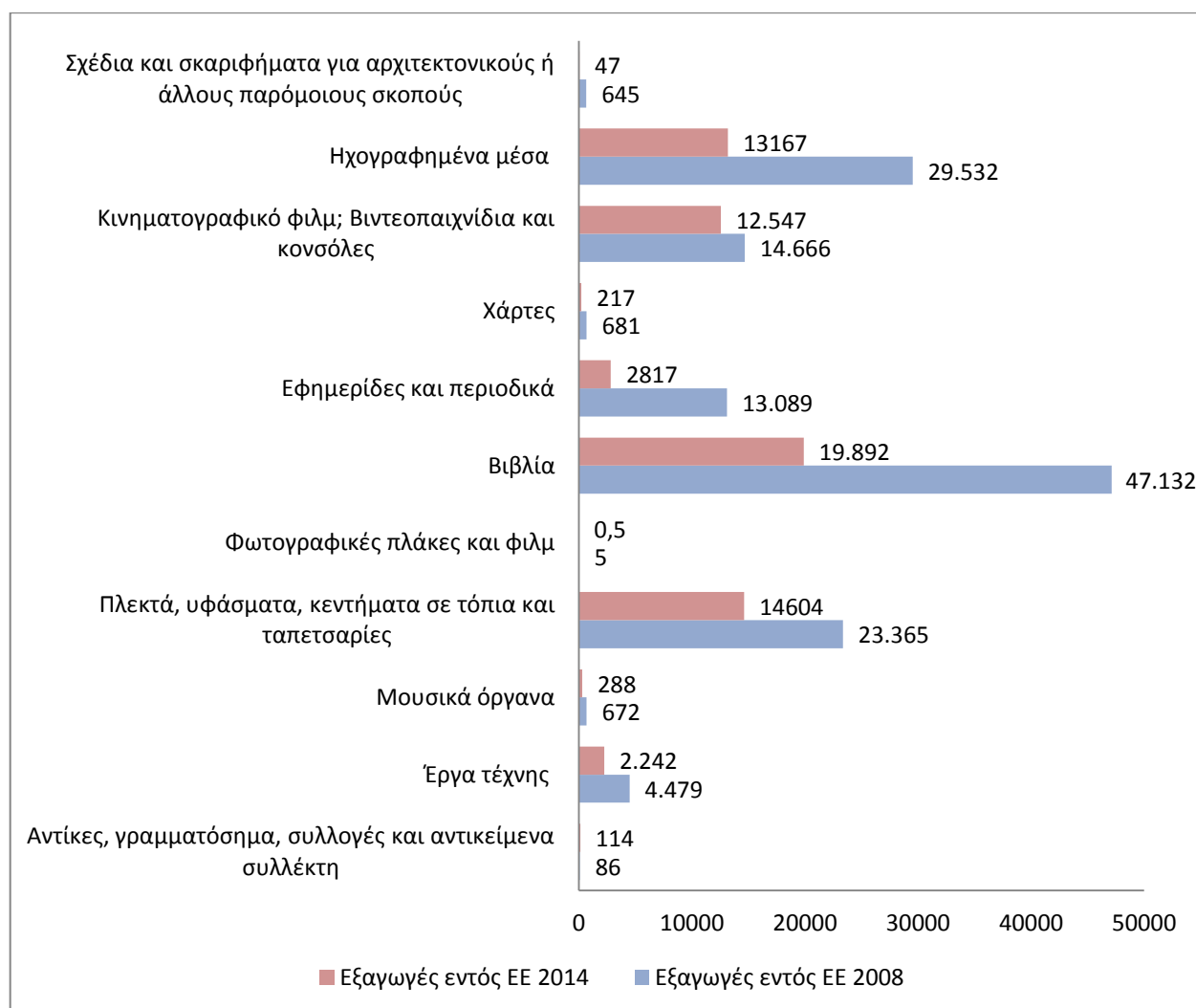
Διάγραμμα 56. Εξαγωγές εκτός ΕΕ ανά προϊόν σε ποσοστά επί του συνόλου εξαγωγών εκτός ΕΕ, 2014



Πηγή: Eurostat

Με βάση τα διαγράμματα 57 και 58 παρατηρούμε πως οι εξαγωγές εντός ΕΕ, σε όλους τους κλάδους έχουν μειωθεί από το 2008 σε κάποιες περιπτώσεις δραματικά (π.χ. στο βιβλίο κατά 57,8 % και στις εφημερίδες, περιοδικά κατά 78,5%). Μεγάλη μείωση έχουν υποστεί και άλλα προϊόντα υψηλής αξίας όπως αυτός των ηχογραφημένων μέσων κατά 55,4% και αυτός των πλεκτών κλπ. κατά 37,5%. Αντίθετα στις εξαγωγές εκτός ΕΕ ο κλάδος των πλεκτών κλπ. έχει μείωση μόνο 1,76% από το 2008, ενώ παρατηρούνται αυξημένες εξαγωγές και θετικό ισοζύγιο στον κλάδο του βιβλίου καθώς και σε αυτόν των αρχιτεκτονικών σχεδίων, ο οποίος όμως είναι πολύ μικρός σε αξία για να είναι σημαντικός, όπως αναφέρθηκε παραπάνω.

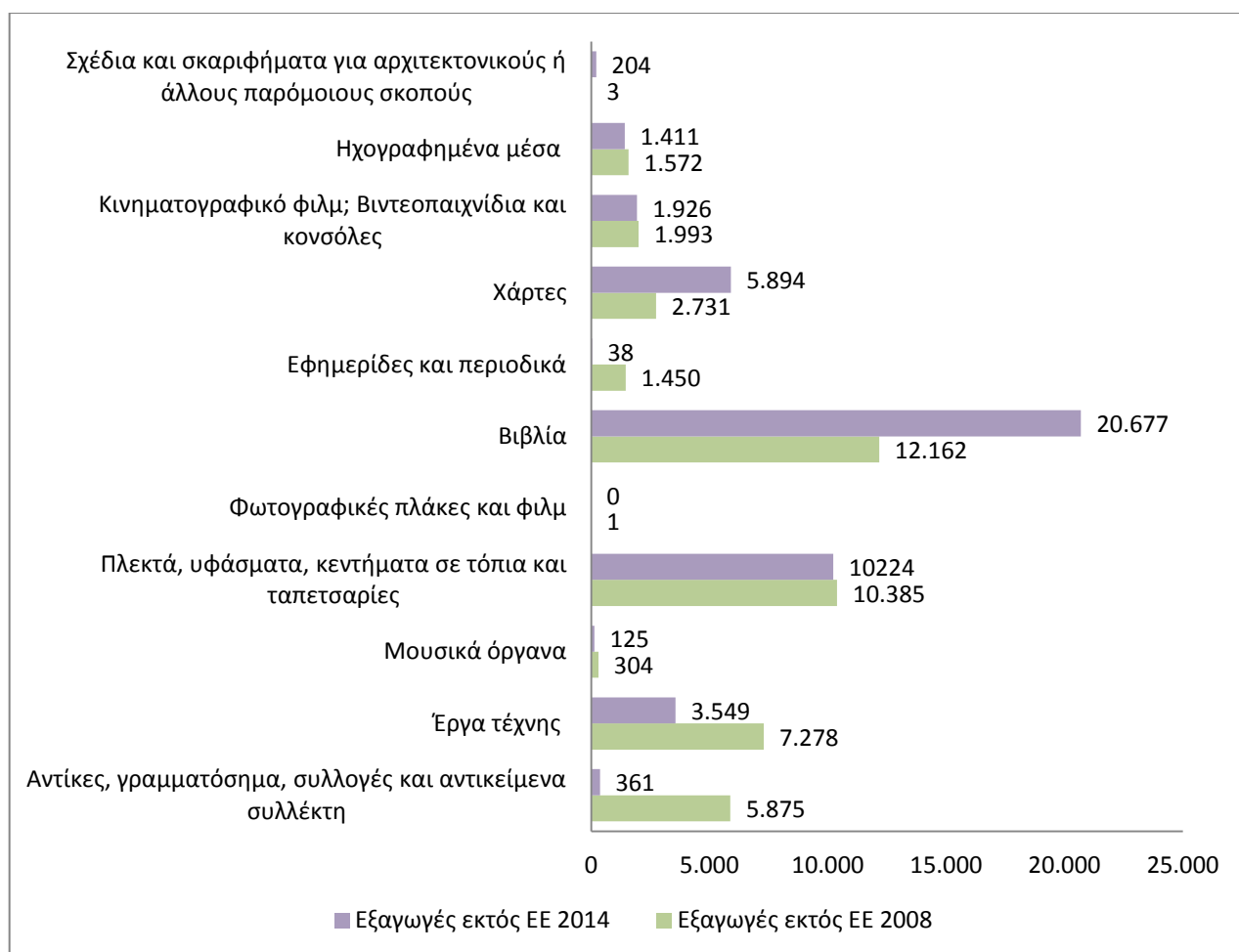
Διάγραμμα 57. Εξαγωγές στην ΕΕ ανά προϊόν, 2008 και 2014



Πηγή: Eurostat



Διάγραμμα 58. Εξαγωγές εκτός ΕΕ ανά προϊόν, 2008 και 2014



Πηγή: Eurostat

## 10. Πολιτιστική κατανάλωση

### 10. 1 Κινηματογράφος, θέατρο, συναυλίες και πολιτιστικοί χώροι

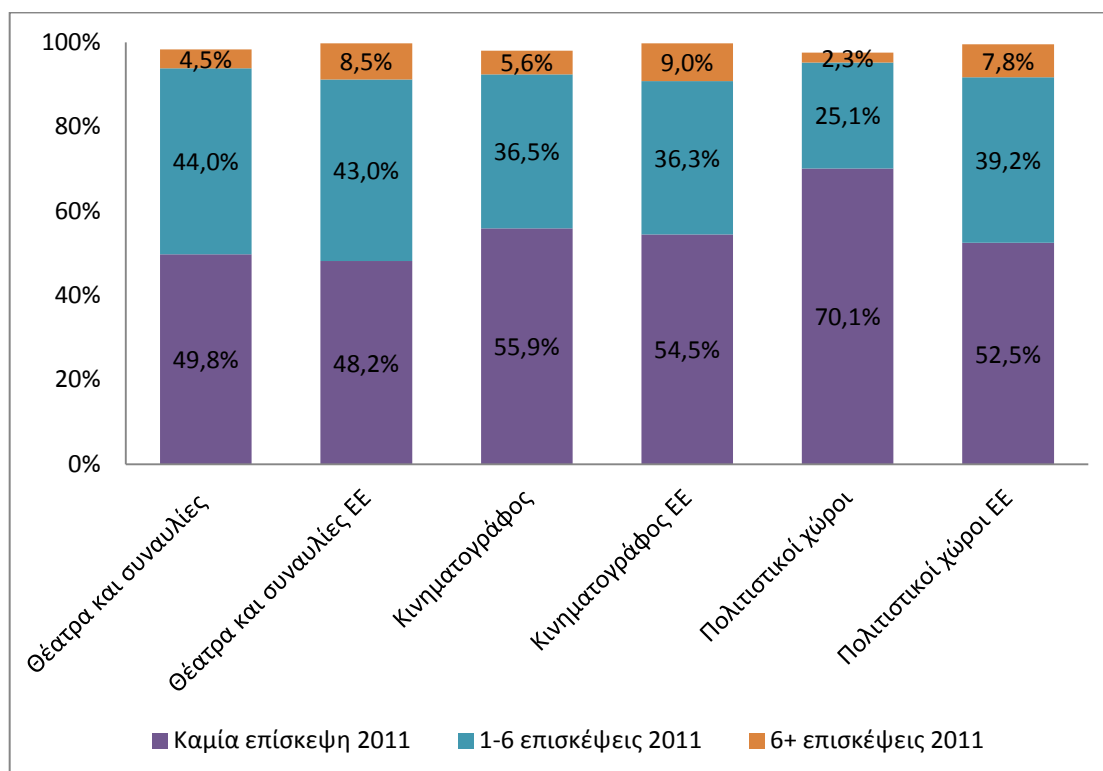
Όσον αφορά τη πολιτιστική κατανάλωση, όπως αυτή εκφράζεται μέσω επισκέψεων στον κινηματογράφο, το θέατρο και συναυλίες, και πολιτιστικούς χώρους<sup>7</sup>, τα στοιχεία της Eurostat καταδεικνύουν ότι το 2011 μεγάλα ποσοστά των ερωτώμενων, τόσο στην Ελλάδα όσο και στην ΕΕ έχουν μηδενική συμμετοχή σε πολιτιστικά δρώμενα, στο βαθμό τουλάχιστον που αυτή εκφράζεται μέσω της επίσκεψης στους συγκεκριμένους χώρους. Ειδικά όσον αφορά τις επισκέψεις σε πολιτιστικούς χώρους, το ποσοστό των «ανεργών» (Chan και Goldthorpe 2007)<sup>8</sup> καταναλωτών φαίνεται ιδιαίτερα υψηλό στην Ελλάδα, αφού, όπως φαίνεται στο διάγραμμα 59, 70,10% των ερωτώμενων δήλωσε ότι δεν έχει επισκεφθεί κανέναν πολιτιστικό χώρο, έναντι του ευρωπαϊκού 52,5%. Αξιοσημείωτα υψηλά ποσοστά ανεργών καταναλωτών παρατηρούμε και στον κινηματογράφο, τον οποίο το 2011 δεν έχει επισκεφθεί καμία φορά τον τελευταίο χρόνο το 55,9% των ερωτώμενων στην Ελλάδα, και στις θεατρικές παραστάσεις και συναυλίες, τις οποίες δεν έχει επισκεφθεί 49,8% των ερωτώμενων στην Ελλάδα, αν και τα ποσοστά αυτά δεν διαφέρουν κατά πολύ από τα αντίστοιχα ευρωπαϊκά.

---

<sup>7</sup> Για τη συλλογή των σχετικών πολιτιστικών στατιστικών δεδομένων από τη Eurostat ως πολιτιστικοί χώροι ορίζονται τα ιστορικά μνημεία, τα μουσεία, οι γκαλερί τέχνης και οι αρχαιολογικοί χώροι.

<sup>8</sup> Chan, W. T. & Goldthorpe, J.H., 2007. The Social Stratification of Cultural Consumption: Some Policy Implications of a Research Project. *Cultural Trends*, 16(4), σ. 373–384.

**Διάγραμμα 59. Συχνότητα επίσκεψης πολιτιστικών χώρων, κινηματογράφων, θεάτρου και συναυλιών στην Ελλάδα και την ΕΕ, 2011**

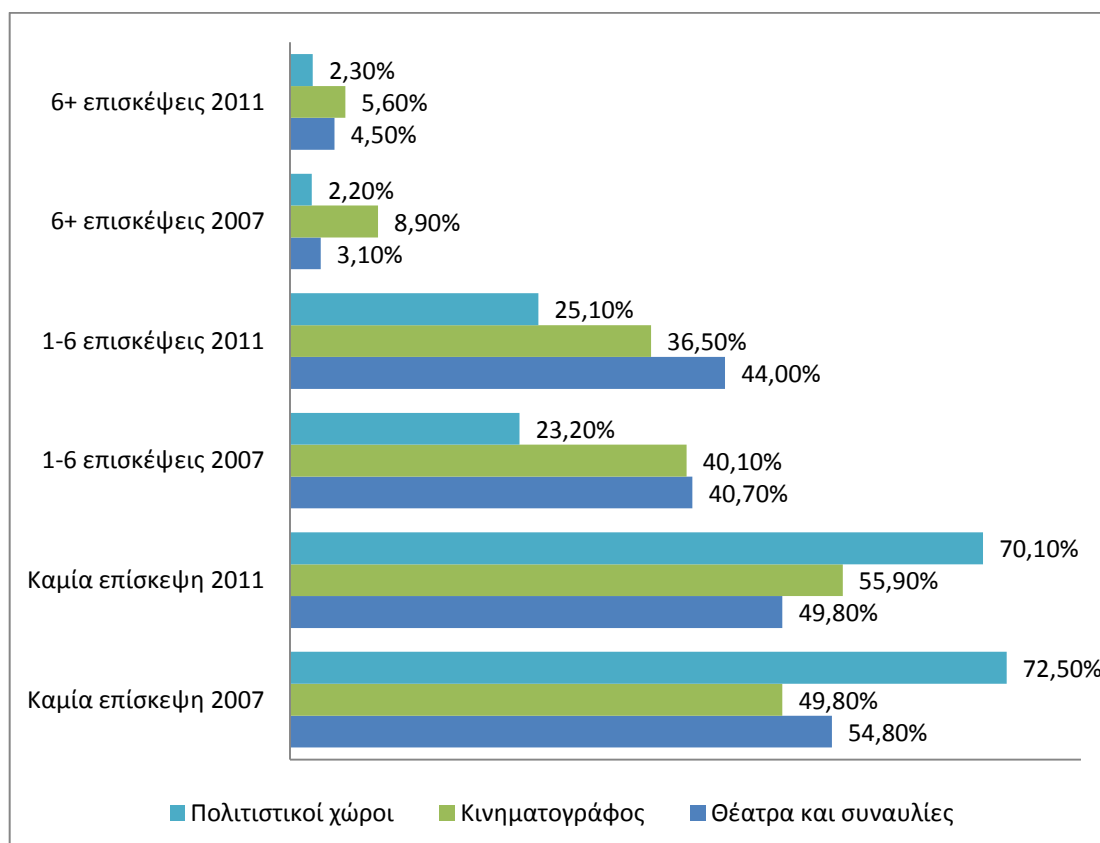


Πηγή: Eurostat

Συγκρίνοντας τη συμμετοχή σε πολιτιστικά δρώμενα το 2011 με αυτή που προκύπτει από τα αντίστοιχα στοιχεία του 2007 (Διάγραμμα 60), βλέπουμε ότι οι τάσεις που αναδεικνύονται το 2011 διακρίνονται από σχετική σταθερότητα, αφού μεγάλα ποσοστά πολιτιστικά ανενεργών ερωτώμενων καταγράφηκαν και το 2007. Το 2007 54,8% δηλώνουν ότι δεν έχουν επισκεφθεί θέατρα και συναυλίες τον τελευταίο χρόνο, 49,8% ότι δεν έχουν επισκεφθεί τον κινηματογράφο και 72,5% ότι δεν έχουν επισκεφθεί πολιτιστικούς χώρους. Η μεγαλύτερη μείωση της συμμετοχής μεταξύ 2007 και 2011 εμφανίζεται στην πλέον «λαϊκή» δραστηριότητα, την επίσκεψη στον κινηματογράφο, αφού το 2011 55,9% δηλώνει ότι δεν έχει επισκεφθεί τον κινηματογράφο ούτε μια φορά τον τελευταίο χρόνο έναντι του 49,8% του 2007, 36,5% ότι τον έχει επισκεφθεί 1-6 φορές έναντι του 40,1% του 2007, και 5,6% ότι τον έχει επισκεφθεί παραπάνω από 6 φορές έναντι του 8,9% του 2007. Όσον αφορά τις επισκέψεις στο θέατρο και συναυλιακούς χώρους, αξιοσημείωτο είναι ότι εκεί μειώνονται κατά 5% οι ανενεργοί καταναλωτές, ενώ αυξάνονται τόσο τα ποσοστά όσων επισκέφθηκαν το θέατρο ή συναυλίες 1-6 φορές το χρόνο (κατά 3,3%) όσο των πιο τακτικών καταναλωτών, αυτών δηλαδή που επισκέφθηκαν το θέατρο ή συναυλιακούς χώρους περισσότερες από έξι φορές τον τελευταίο χρόνο (κατά 1,4%). Όσον αφορά, τέλος, τις μεταβολές στις επισκέψεις σε πολιτιστικούς χώρους, μειώνεται κατά 2,4% το ποσοστό των ανενεργών

ερωτώμενων (70,1 το 2011 έναντι του 72,5 το 2007), ενώ αυξάνεται κατά 2,1% το ποσοστό όσων δηλώνουν ότι επισκέφθηκαν πολιτιστικούς χώρους 1-6 φορές τον τελευταίο χρόνο το 2011. Ελάχιστα αυξάνεται (κατά 0,1%), τέλος, το ποσοστό όσων το 2011 δηλώνουν ότι επισκέφθηκαν πολιτιστικούς χώρους περισσότερες από έξι φορές τον τελευταίο χρόνο, που υποδηλώνει σταθερότητα ενός πολύ μικρού μεν αλλά αφοσιωμένου κοινού.

**Διάγραμμα 60. Συχνότητα επίσκεψης πολιτιστικών χώρων, κινηματογράφων, θεάτρων και συναυλιών στην Ελλάδα 2007 και 2011**

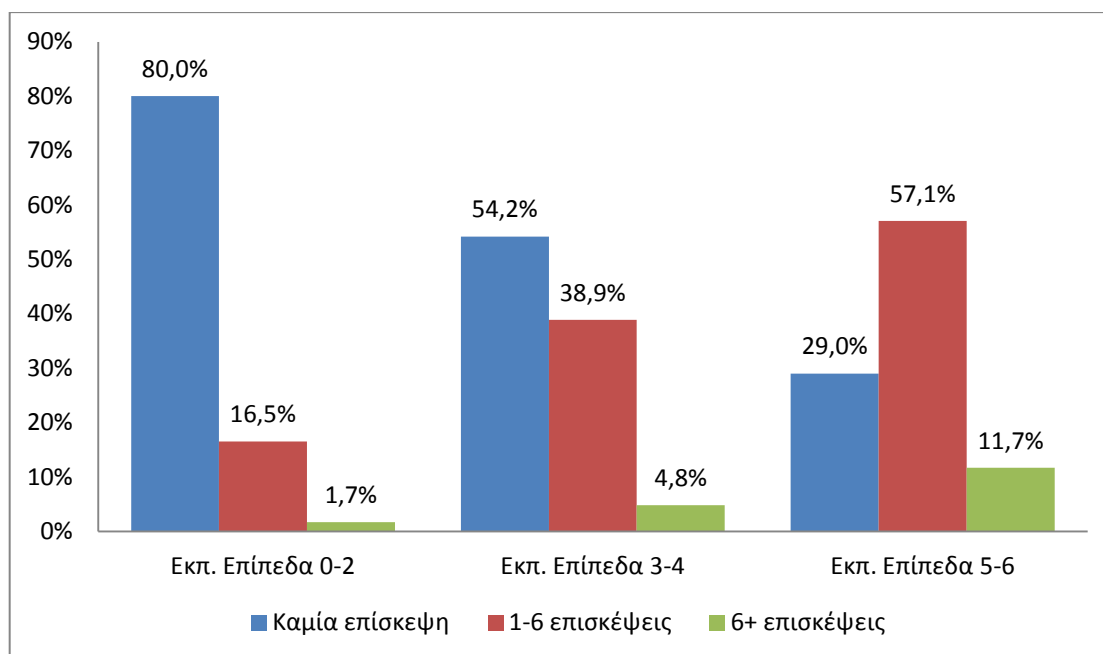


Πηγή: Eurostat

## - Συχνότητα πολιτιστικής κατανάλωσης και εκπαιδευτικό επίπεδο

Όπως φαίνεται στα διαγράμματα 61, 62, 63, η συχνότητα επίσκεψης σε πολιτιστικούς χώρους, θέατρα και συναυλίες και κινηματογράφους σχετίζεται άμεσα με το εκπαιδευτικό κεφάλαιο των ερωτώμενων<sup>9</sup>. Οι ερωτώμενοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (επίπεδα 5-6) επισκέφθηκαν κινηματογράφους, θέατρα και συναυλίες και πολιτιστικούς χώρους πολύ πιο συχνά από τους αποφοίτους ανώτερης δευτεροβάθμιας και μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (επίπεδα 3-4) ενώ, αντιστρόφως, απόφοιτοι της πρωτοβάθμιας και κατώτερης δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (επίπεδα 0-2) είναι κατά μεγάλη πλειονότητα οι ανενεργοί καταναλωτές, που τον τελευταίο χρόνο δεν επισκέφθηκαν κανένα κινηματογράφο (80%), δεν έκαναν καμία επίσκεψη στο θέατρο ή σε συναυλιακούς χώρους (69,1%) ούτε επισκέφθηκαν κάποιο πολιτιστικό χώρο (88,5%).

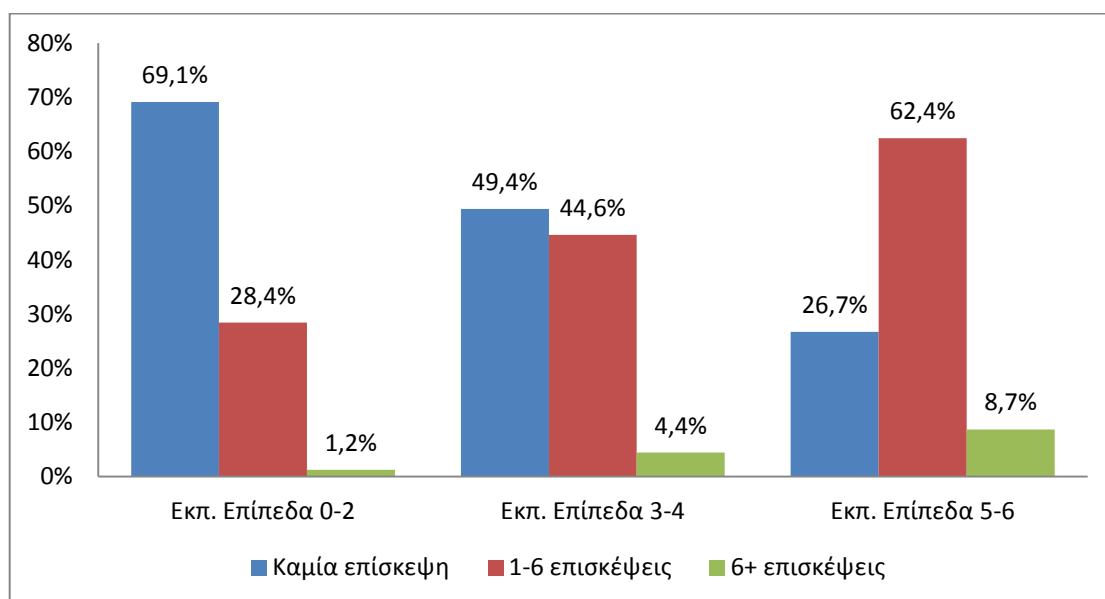
Διάγραμμα 61. Συχνότητα επίσκεψης στον κινηματογράφο ανά εκπαιδευτικό επίπεδο, Ελλάδα 2011



Πηγή: Eurostat

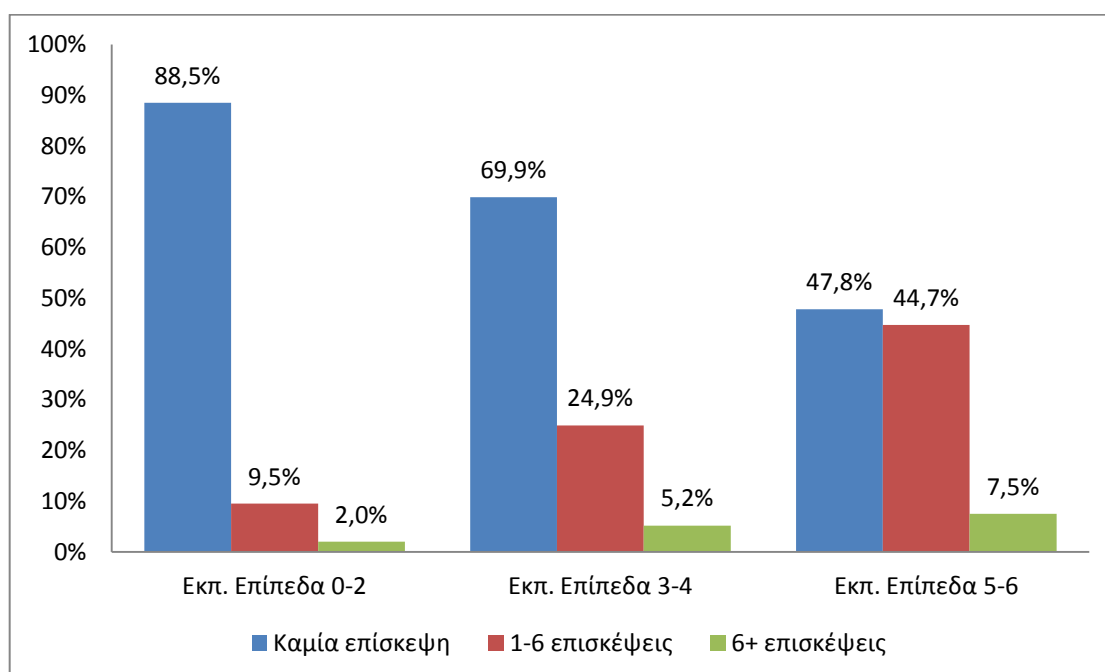
<sup>9</sup> Στη συλλογή στατιστικών δεδομένων που αφορούν την επίσκεψη σε πολιτιστικούς χώρους, θέατρα και συναυλίες και κινηματογράφους και την ανάγνωση βιβλίων και εφημερίδων μέχρι το 2011 χρησιμοποιείται από τη Eurostat η Διεθνής Τυποποιημένη Ταξινόμηση της UNESCO ISCED 1997, η οποία δομείται ως εξής: Επίπεδο εκπαίδευσης από 0 έως 2: προσχολική, πρωτοβάθμια, κατώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Επίπεδο εκπαίδευσης από 3 έως 4: ανώτερη δευτεροβάθμια έως μεταδευτεροβάθμια μη πανεπιστημιακή εκπαίδευση. Επίπεδο εκπαίδευσης από 5 έως 6: τριτοβάθμια εκπαίδευση

**Διάγραμμα 62. Συχνότητα επίσκεψης θεάτρων και συναυλιών ανά εκπαιδευτικό επίπεδο, Ελλάδα 2011**



Πηγή: Eurostat

**Διάγραμμα 63. Συχνότητα επίσκεψης σε πολιτιστικούς χώρους ανά εκπαιδευτικό επίπεδο, Ελλάδα 2011**

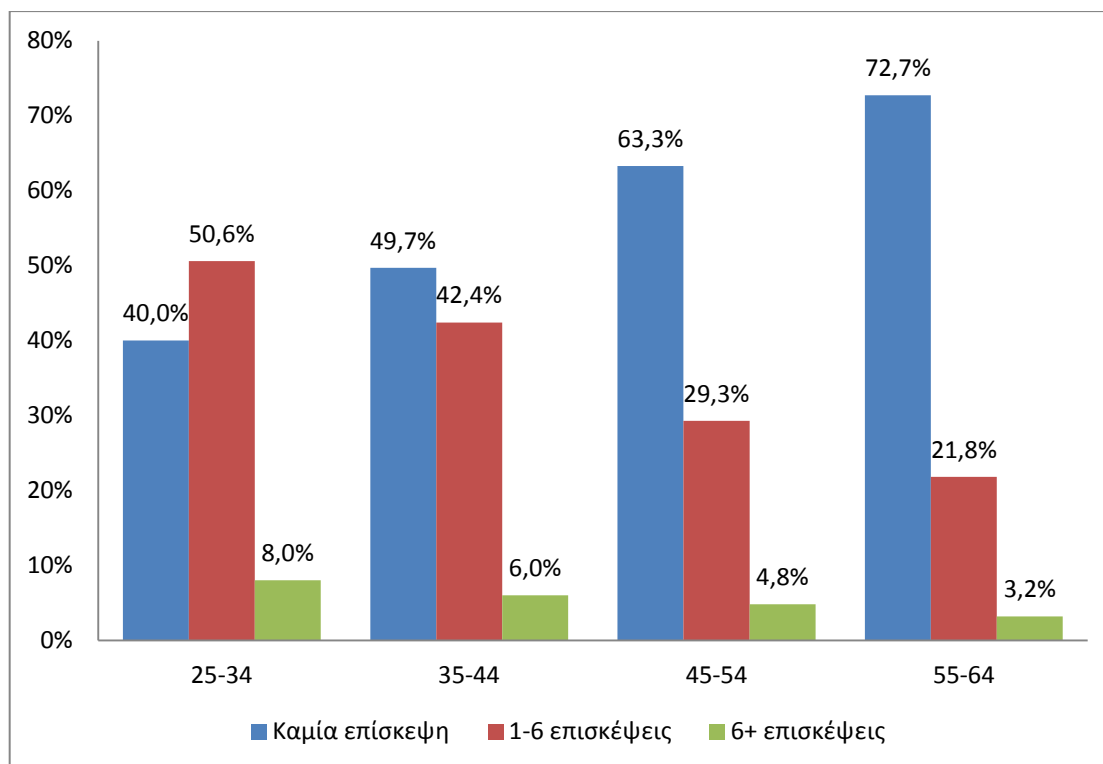


Πηγή: Eurostat

#### - Συχνότητα πολιτιστικής κατανάλωσης και ηλικίες

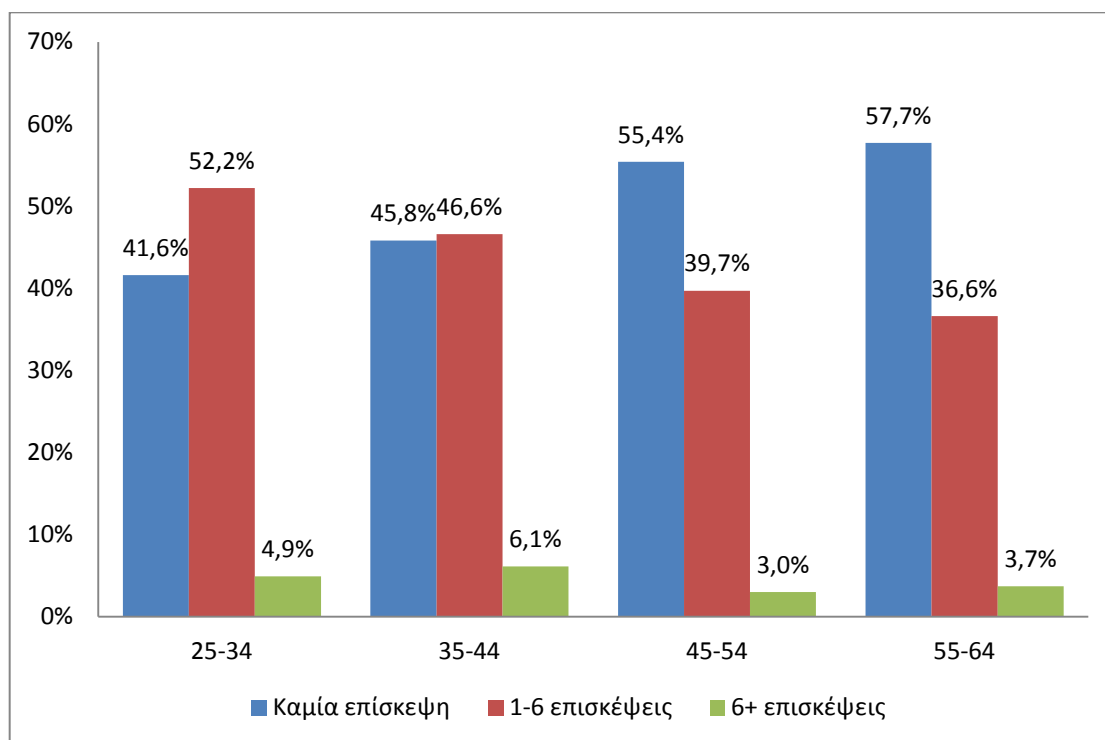
Όσον αφορά τη συχνότητα επίσκεψης σε κινηματογράφους, θέατρα και συναυλίες ανά ηλικία (διαγράμματα 64, 65, 66), τα στοιχεία της Eurostat δείχνουν ότι όσο μεγαλύτερη είναι η ηλικία των ερωτώμενων τόσο αυξάνεται η πιθανότητα να είναι πλήρως ανενεργοί στην κατανάλωση κινηματογράφου και θεάτρου και συναυλιών. Η τάση αυτή δεν ισχύει απόλυτα στην περίπτωση των επισκέψεων σε πολιτιστικούς χώρους, όπου το ποσοστό των ανενεργών καταναλωτών μειώνεται στις ηλικίες 35-54 σε σχέση με τις περισσότερο ανενεργές ηλικιακές ομάδες των 25-34 και των 55-64. Αξιοσημείωτα σταθερό, αν και εξαιρετικά χαμηλό, παραμένει και το ποσοστό όσων έχουν επισκεφθεί παραπάνω από 6 πολιτιστικούς χώρους τον τελευταίο χρόνο από τις ηλικιακές ομάδες των 35-44 (2,6%), 45-54 (2,2%), και 55-64 (2,3%) υποδηλώνοντας και πάλι την ύπαρξη μιας πολύ μικρής αλλά αφοσιωμένης ομάδας κοινού, η οποία έχει διαγενεακά χαρακτηριστικά.

Διάγραμμα 64. Συχνότητα επίσκεψης στον κινηματογράφο ανά ηλικία, Ελλάδα 2011



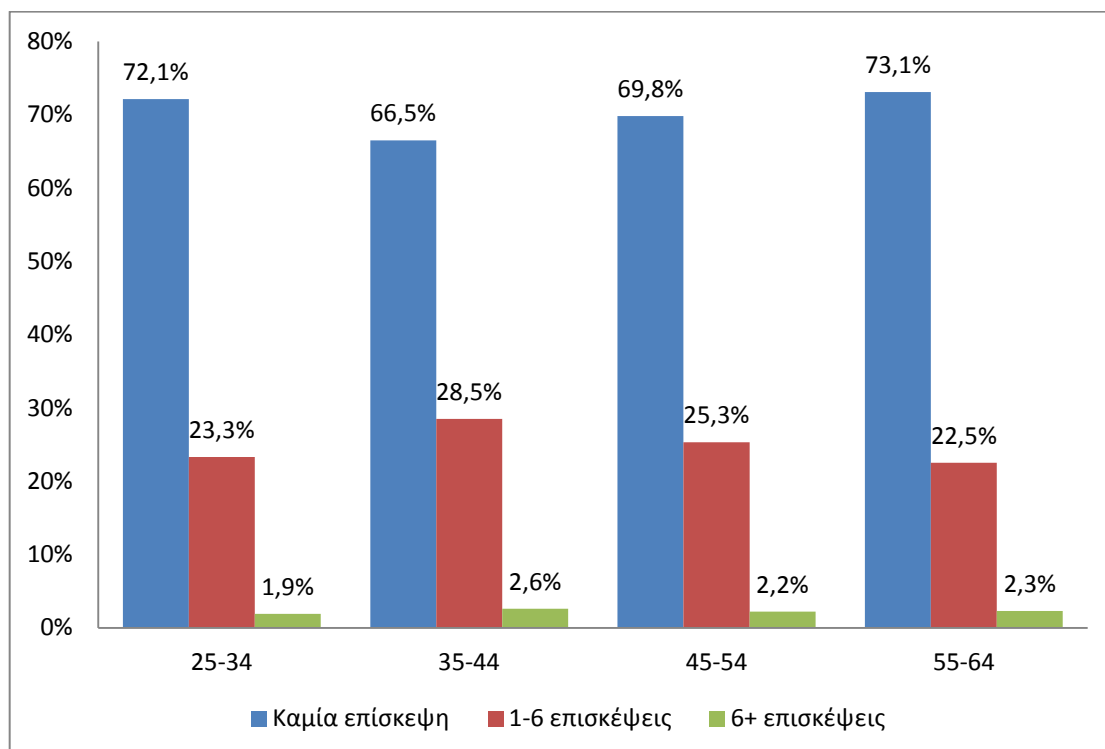
Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 65. Συχνότητα επίσκεψης σε θέατρα και συναυλίες ανά ηλικία, Ελλάδα 2011



Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 66. Συχνότητα επίσκεψης σε πολιτιστικούς χώρους ανά ηλικία, Ελλάδα 2011



Πηγή: Eurostat



## - Συχνότητα πολιτιστικής κατανάλωσης και φύλο

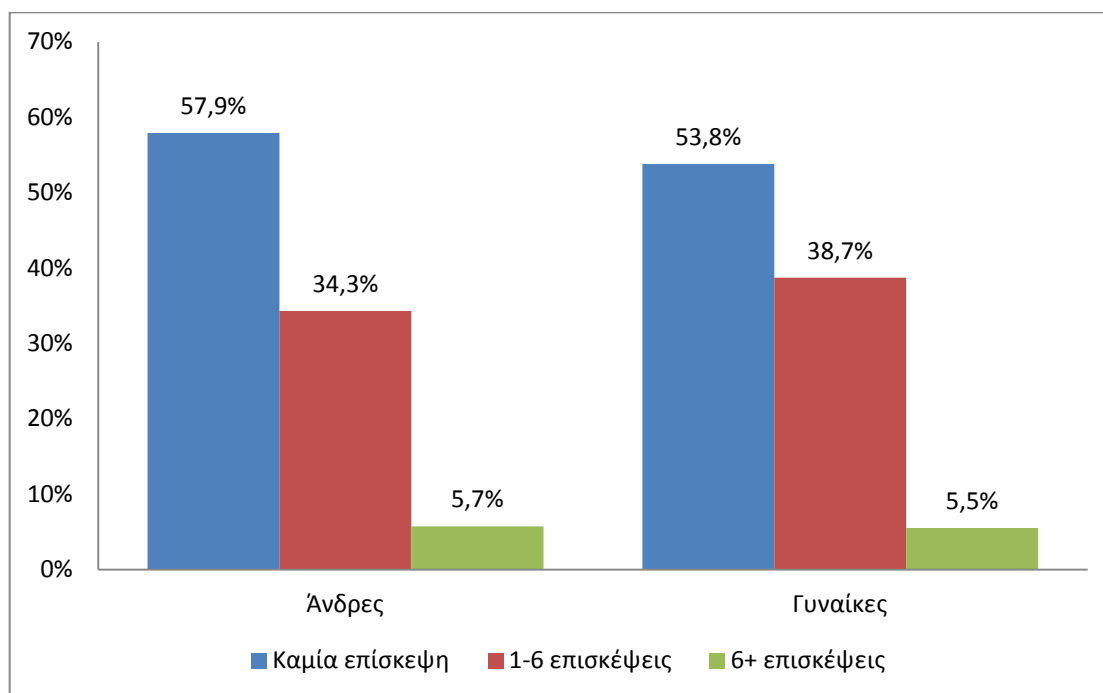
Σχετική διαφοροποίηση ανά φύλο φαίνεται να διακρίνει τη συχνότητα των επισκέψεων στον κινηματογράφο, σε θέατρα και συναυλίες και σε πολιτιστικούς χώρους (διαγράμματα 67, 68, 69). Όπως φαίνεται στα διαγράμματα, λιγότερες γυναίκες τείνουν να αποτελούν μέλη ανενεργών ομάδων καταναλωτών και στις τρεις περιπτώσεις: αν στην περίπτωση του «λαϊκού» θεάματος του κινηματογράφου, 53,8% των γυναικών έναντι 57,9% των ανδρών δηλώνουν ότι δεν έχουν επισκεφθεί τον κινηματογράφο ούτε μια φορά τον τελευταίο χρόνο, η κατά φύλο διαφοροποίηση αυξάνεται στις δραστηριότητες που είναι παραδοσιακά περισσότερο συνδεδεμένες με την «υψηλή» κουλτούρα, όπως οι επισκέψεις σε θέατρα και συναυλίες, τα οποία δεν έχουν επισκεφθεί 46,1% των γυναικών έναντι του 53,6% των ανδρών ερωτώμενων, και οι επισκέψεις σε πολιτιστικούς χώρους, τους οποίους δεν έχουν επισκεφθεί 66% των γυναικών ερωτώμενων έναντι του 74,2% των ανδρών. Αντίστοιχες διαφοροποιήσεις ανά φύλο παρατηρούμε και στην κατηγορία των 1-6 επισκέψεων σε κινηματογράφους, θέατρα και συναυλίες και πολιτιστικούς χώρους, καθώς τα ποσοστά των γυναικών που δηλώνουν ότι επισκέφθηκαν τους χώρους αυτούς εμφανίζονται αρκετά αυξημένα σε σχέση με των αντίστοιχα των ανδρών. Δεδομένων αυτών των διαφοροποιήσεων, αξιοσημείωτο είναι και πάλι ότι οι έμφυλες διαφοροποιήσεις υποχωρούν αισθητά στην κατηγορία της συστηματικότερης κατανάλωσης: παραπάνω από έξι φορές τον τελευταίο χρόνο δηλώνουν ότι έχουν επισκεφθεί τον κινηματογράφο το 5,70% των ανδρών ερωτώμενων και το 5,50% των γυναικών, θέατρα και συναυλίες το 4,30% των ανδρών ερωτώμενων και το 4,70% των γυναικών, και πολιτιστικούς χώρους το 2,10% των ανδρών ερωτώμενων και το 2,40% των γυναικών.

Τόσο τα ιδιαίτερος μεγάλα ποσοστά ανενεργών καταναλωτών, όσο και η αύξηση της πιθανότητας συμμετοχής σε ανενεργές ομάδες καταναλωτών όσο αυξάνεται η ηλικία επιβεβαιώνονται και από τα πιο πρόσφατα (2013) ευρήματα της έρευνας του Εθνικού Κέντρου Κοινωνικών Ερευνών «Κοινωνικο-οικονομική τάξη, κοινωνική θέση και διαστρωμάτωση, κινητικότητα και αστική κατανάλωση στην Αθήνα. Έργο Secstacon της δράσης Αριστεία»<sup>10</sup>

---

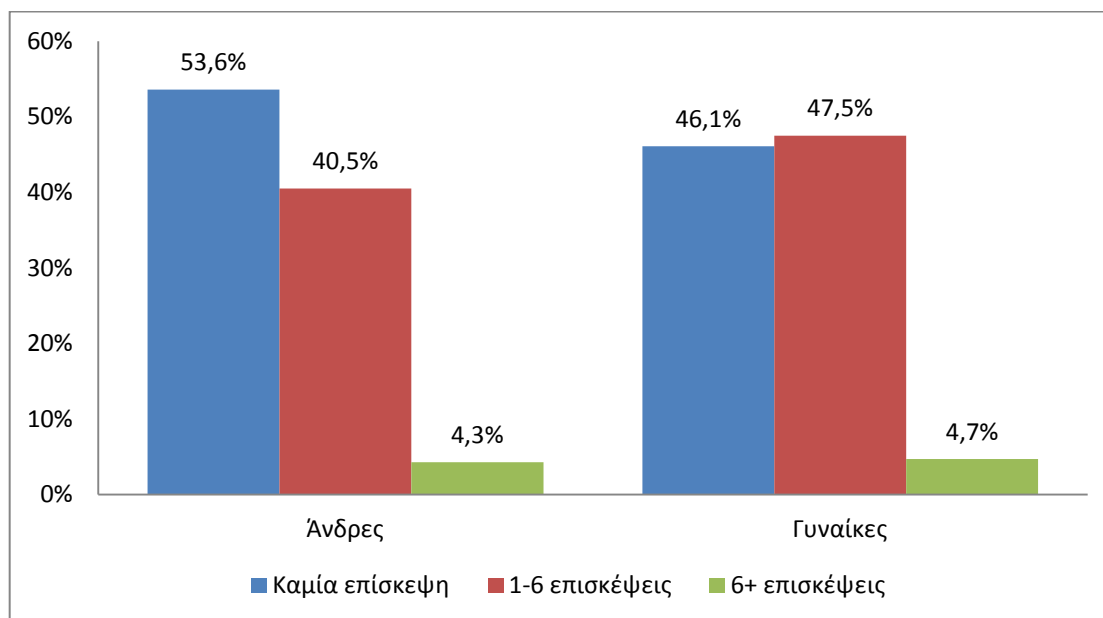
<sup>10</sup> Διεξοδική έκθεση των ευρημάτων στα Εμμανουήλ, Δ., Καμούτση, Φ., Καυταντζόγλου, Ρ., Σουλιώτης, Ν. (2015), Τελική Έκθεση Αποτελεσμάτων Οικονομική Τάξη, Κοινωνική Θέση Και Διαστρωμάτωση, Κινητικότητα Και Αστική Κατανάλωση, Αθήνα: ΕΚΚΕ, διαθέσιμο στο [http://www.ekke.gr/secstacon/MATERIAL/SECSTACON\\_telikh\\_ekthesi\\_apotelesmatwn.pdf](http://www.ekke.gr/secstacon/MATERIAL/SECSTACON_telikh_ekthesi_apotelesmatwn.pdf) Διεξοδική ανάλυση των ευρημάτων που αφορούν ειδικά την πολιτιστική κατανάλωση στην Αθήνα στα: Εμμανουήλ, Δ., Καυταντζόγλου, Ρ. & Σουλιώτης, Ν., 2016. Εισαγωγή: Κοινωνικές τάξεις και πολιτιστική κατανάλωση - μια πολλαπλά επίμαχη σχέση. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, (146). Εμμανουήλ, Δ., 2016. Πρότυπα πολιτιστικής κατανάλωσης και κοινωνική διαστρωμάτωση στην Αθήνα: Μερικές γενικές παρατηρήσεις για την ελληνική περίπτωση. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, (146). Καυταντζόγλου, Ρ. & Εμμανουήλ, Δ., 2016. Κοινωνική διαστρωμάτωση και πρότυπα κατανάλωσης πολιτισμού: Ο κινηματογράφος στην περίπτωση της Αθήνας. *Επιθεώρηση Κοινωνικών*

Διάγραμμα 67. Συχνότητα επίσκεψης στον κινηματογράφο ανά φύλο, Ελλάδα 2011



Πηγή: Eurostat

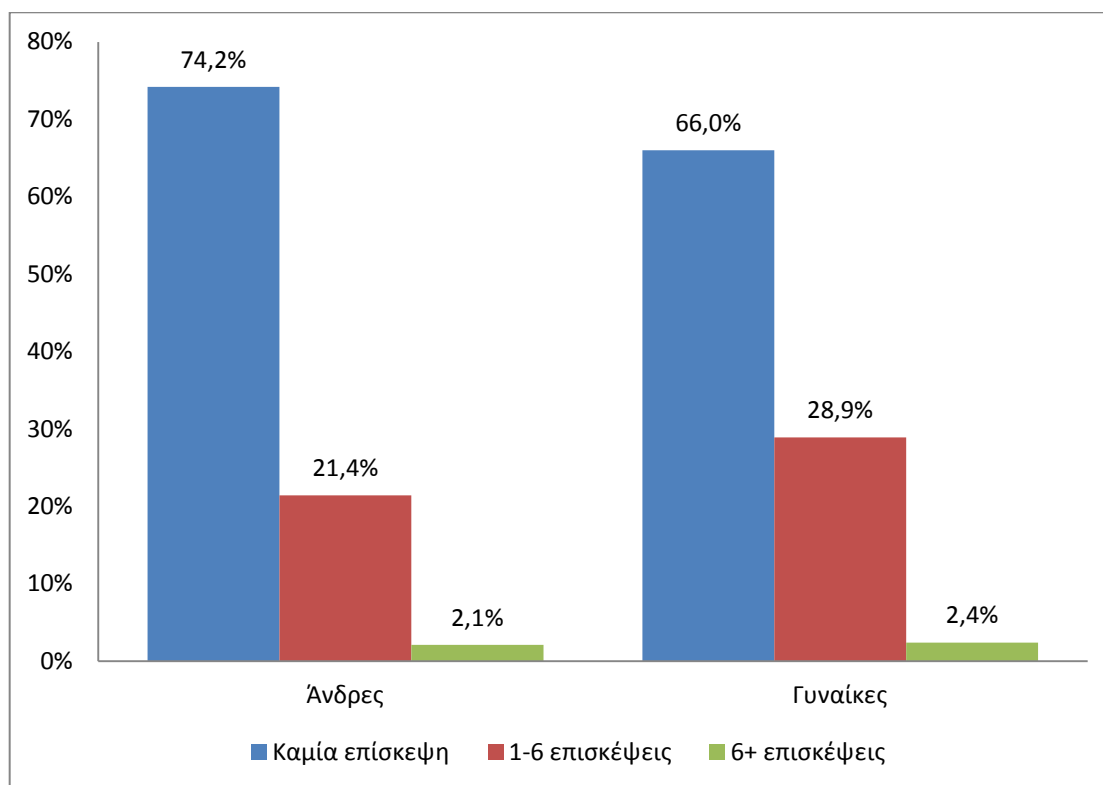
Διάγραμμα 68. Συχνότητα επίσκεψης σε θέατρα και συναυλίες ανά φύλο, Ελλάδα 2011



Πηγή: Eurostat

Ερευνών, (146). Σουλιώτης, Ν. & Εμμανουήλ, Δ., 2016. Κοινωνική διαστρωμάτωση και κατανάλωση μουσικής στην Αθήνα. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, (146). Καυταντζόγλου, Ρ. & Εμμανουήλ, Δ., 2016. Κοινωνική διαστρωμάτωση και πρότυπα κατανάλωσης πολιτισμού: Το θέατρο και ο χορός στην περίπτωση της Αθήνας. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, (146).

Διάγραμμα 69. Συχνότητα επίσκεψης σε πολιτιστικούς χώρους ανά φύλο, Ελλάδα 2011



Πηγή: Eurostat

## 10.2 Βιβλία

Στη συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων, η Ελλάδα υστερεί σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο με βάση τα στοιχεία της Eurostat (2011), όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 71. Συγκεκριμένα, στην ερώτηση πόσα βιβλία διάβασαν τον τελευταίο χρόνο 49% των ερωτώμενων απαντά ότι δεν διάβασε κανένα βιβλίο τον τελευταίο χρόνο έναντι του 40,7% που δε διάβασαν κανένα βιβλίο στην ΕΕ, 30,6%, ότι διάβασε λιγότερα από πέντε βιβλία έναντι του ευρωπαϊκού 28,9%, 10,4% από πέντε μέχρι εννέα βιβλία έναντι του ευρωπαϊκού 15%, και μόλις 7,8% παραπάνω από 10 βιβλία τον τελευταίο χρόνο έναντι του ευρωπαϊκού 15,3%.

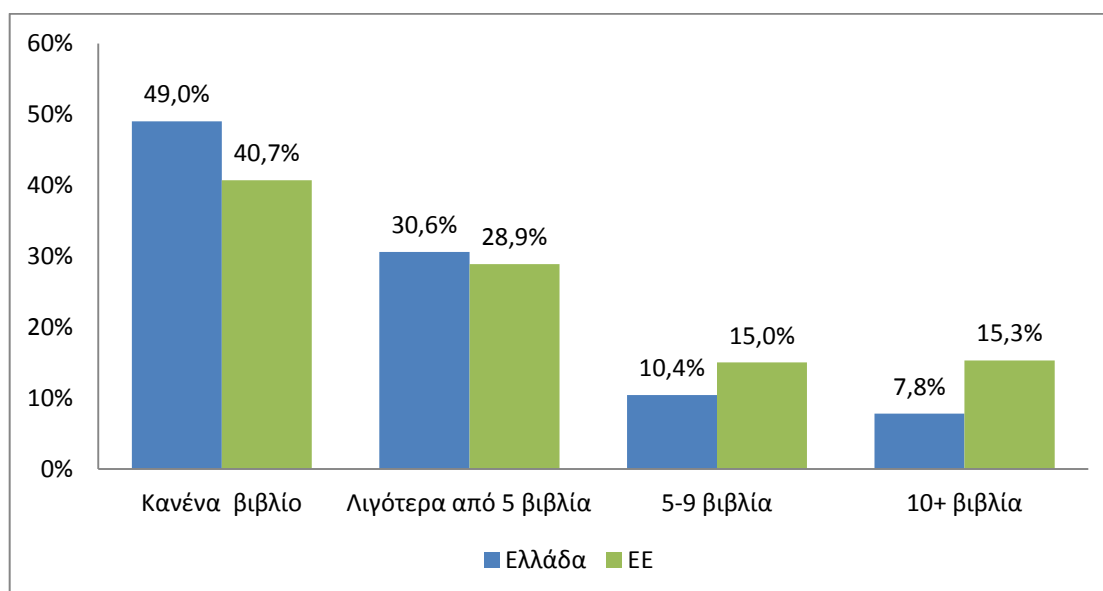
Η συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων σχετίζεται άμεσα, όπως φαίνεται στο διάγραμμα 71, με το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτώμενων, με τη συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων να αυξάνεται όσο αυξάνεται και το εκπαιδευτικό κεφάλαιο. Ενδεικτικά, η εκπροσώπηση των χαμηλών βαθμίδων εκπαίδευσης (εκπαιδευτικά επίπεδα 0-2) είναι ιδιαίτερα υψηλή (74%) στις κατηγορίες ανενεργών αναγνώστων που δεν έχουν διαβάσει κανένα βιβλίο τον τελευταίο χρόνο, ενώ μόνο 1,2% των ερωτώμενων εκπαιδευτικού επιπέδου 0-2 δηλώνει ότι έχει διαβάσει περισσότερα από 10 βιβλία τον περασμένο χρόνο, ανήκει δηλαδή στους «συστηματικούς αναγνώστες» (ΕΚΕΒΙ 2010), κατηγορία στην οποία είναι σχετικά υψηλά τα ποσοστά των ερωτώμενων εκπαιδευτικού επιπέδου 5-6 (16,2%). Υψηλά επίπεδα ανενεργών αναγνώστων εμφανίζονται όμως και στους κατόχους υψηλού εκπαιδευτικού επιπέδου, αφού 19,6% των ερωτώμενων αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης δηλώνει ότι δεν έχει διαβάσει κανένα βιβλίο τον τελευταίο χρόνο, ενώ το 40,6% δηλώνει ότι έχει διαβάσει λιγότερα από πέντε βιβλία τον τελευταίο χρόνο.

Όσον αφορά τη συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων ανά ηλικία, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 72, τα στοιχεία της Eurostat δείχνουν ότι όσο μεγαλύτερη είναι η ηλικία των ερωτώμενων τόσο αυξάνεται η πιθανότητα να είναι πλήρως ανενεργοί αναγνώστες. Έτσι, 43,7% των ερωτώμενων ηλικίας 29-34 χρονών δηλώνουν πως δεν έχουν διαβάσει κανένα βιβλίο τον τελευταίο χρόνο, ποσοστό που αυξάνεται σταθερά όσο αυξάνεται και η ηλικία των ερωτώμενων: 46,6% της ηλικιακής ομάδας 35-44, 50,4% της ηλικιακής ομάδας 45-54, και 56,3% της ηλικιακής ομάδας 55-64 ετών. Επιπλέον, εκτός των υψηλών ποσοστών ανενεργών αναγνώστων, πολύ μεγάλα ποσοστά των ερωτώμενων όλων των ηλικιών δηλώνουν ότι έχουν διαβάσει λιγότερα από πέντε βιβλία τον περασμένο χρόνο<sup>ο</sup> μεγάλη δε πλειονότητα των ερωτώμενων μέχρι την ηλικία των 54 ετών συγκεντρώνεται σε αυτήν την κατηγορία «ασθενέστερων» αναγνώστων. Αξιοσημείωτη πάντως είναι και η σχετική σταθερότητα του ποσοστού των ερωτώμενων που δηλώνουν ότι έχουν διαβάσει από πέντε μέχρι και εννέα βιβλία τον τελευταίο χρόνο, κατηγορία αναγνώστων που,

ακολουθώντας την τυπολογία του ΕΚΕΒΙ<sup>11</sup>, εντάσσονται και αυτοί στους «ασθενέστερους» αναγνώστες. Τέλος, αξιοσημείωτη είναι επίσης και η σχετική ηλικιακή σταθερότητα του ποσοστού των, κατά την τυπολογία του ΕΚΕΒΙ, «συστηματικών» αναγνωστών, όσων δηλαδή δήλωσαν ότι έχουν διαβάσει παραπάνω από δέκα βιβλία τον τελευταίο χρόνο, σταθερότητα που έχει επίσης επισημανθεί στις σχετικές πανελλήνιες έρευνες αναγνωστικής συμπεριφοράς (ΕΚΕΒΙ 2010).

Όσον αφορά, τέλος, τη συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων ανά φύλο (διάγραμμα 73), τα στοιχεία της Eurostat καταδεικνύουν συνολικά ότι οι γυναίκες διαβάζουν περισσότερο και συστηματικότερα από τους άνδρες, εύρημα που συνάδει με τα ευρήματα και των πανελλήνιων ερευνών αναγνωστικής συμπεριφοράς του ΕΚΕΒΙ (1999, 2004, 2010). Αναλυτικά, 32,2% των γυναικών ερωτώμενων εντάσσονται στην κατηγορία των πλήρως ανενεργών αναγνωστών έναντι 60,70% των ανδρών ερωτώμενων, ενώ σε όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες της τυπολογίας αναγνωστών, από τους ασθενέστερους μέχρι και τους συστηματικότερους αναγνώστες, η συμμετοχή των γυναικών είναι κατά πολύ μεγαλύτερη των ανδρών. Αξιοσημείωτο είναι πάντως και το ότι στην κατηγορία των συστηματικών αναγνωστών η διαφοροποίηση μεταξύ των φύλων μειώνεται αρκετά, καθώς 9,5% των γυναικών και 6,% των ανδρών δηλώνουν ότι έχουν διαβάσει δέκα ή περισσότερα βιβλία το χρόνο.

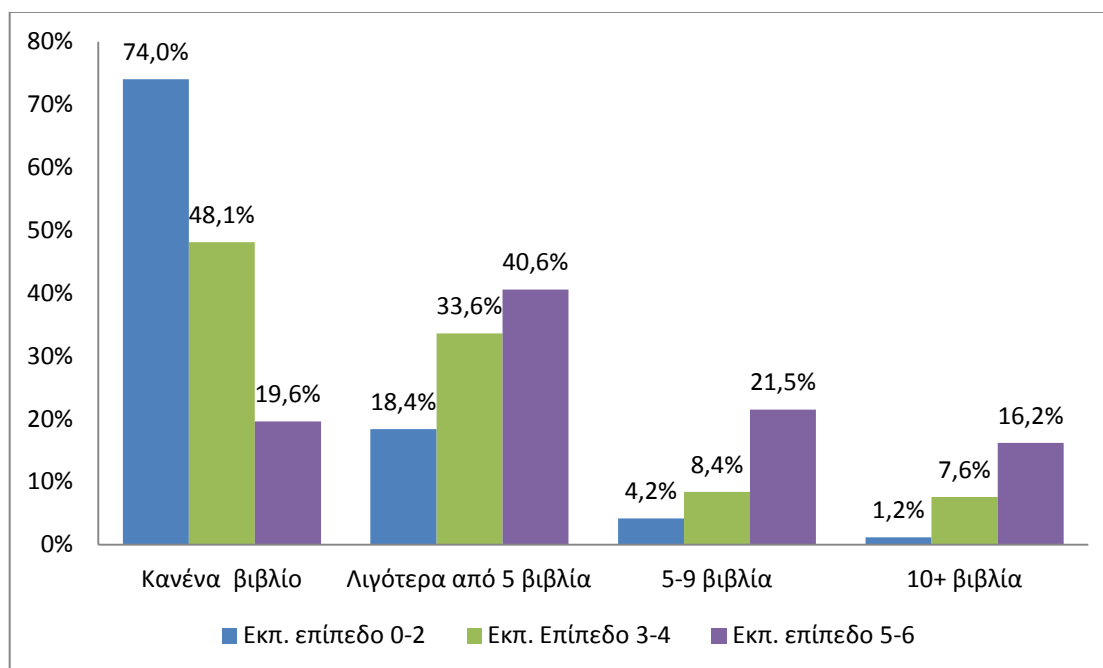
**Διάγραμμα 70. Συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων στην Ελλάδα και την ΕΕ, 2011**



Πηγή: Eurostat

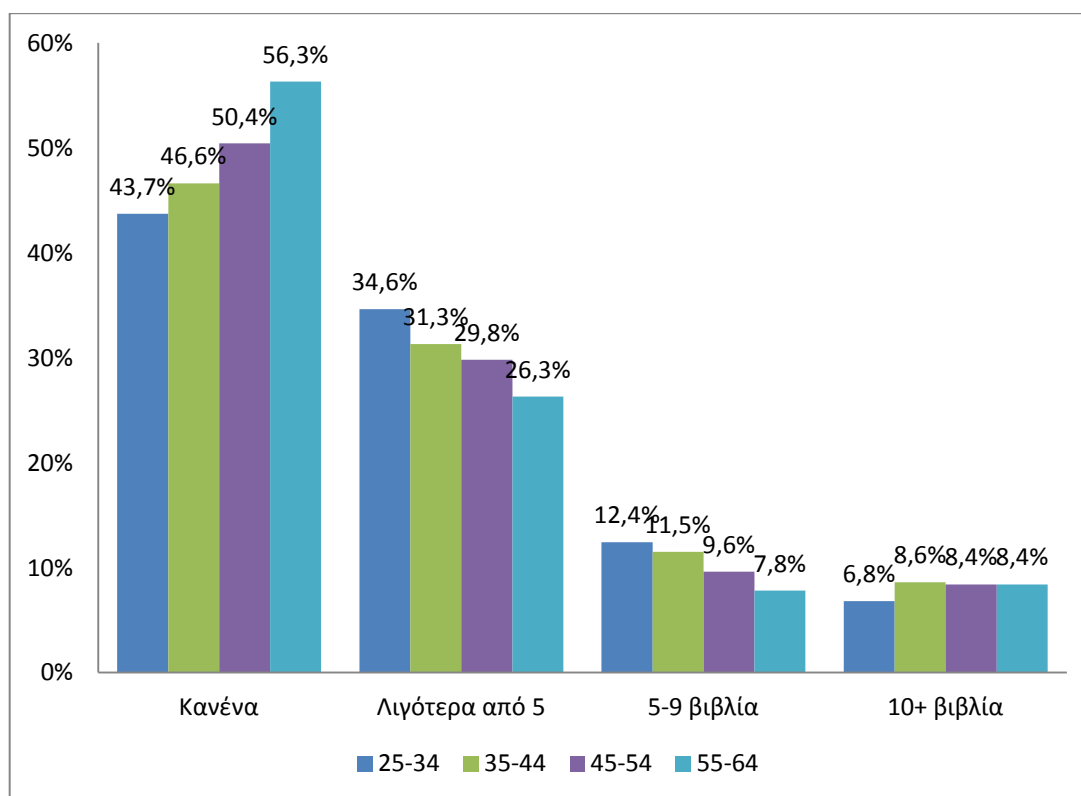
<sup>11</sup> ΕΚΕΒΙ (2010), Γ' Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς και πολιτιστικών πρακτικών, <http://www.ekebi.gr/frontoffice/portal.asp?cpage=RESOURCE&cresrc=8433&cnode=309>, ΕΚΕΒΙ (2004), Β' Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς και πολιτιστικών πρακτικών, <http://www.ekebi.gr/frontoffice/portal.asp?cpage=node&cnode=424>, ΕΚΕΒΙ (1999), Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς, <http://www.ekebi.gr/frontoffice/portal.asp?cpage=node&cnode=426>

Διάγραμμα 71. Συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων ανά επίπεδο εκπαίδευσης, Ελλάδα 2011



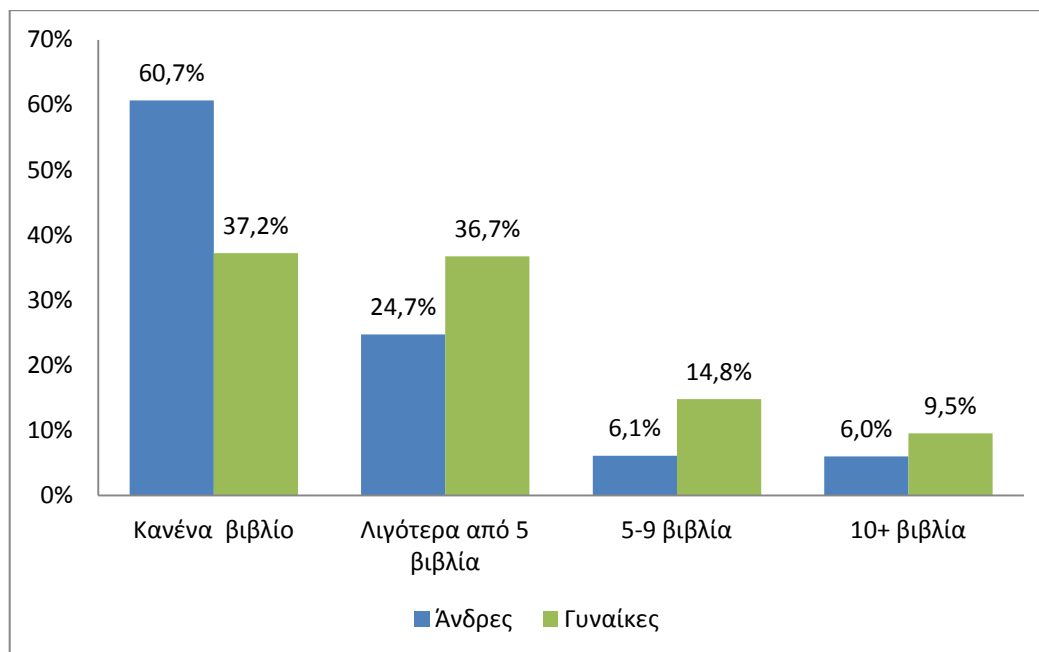
Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 72. Συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων ανά ηλικία, Ελλάδα 2011



Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 73. Συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων ανά φύλο, Ελλάδα 2011



Πηγή: Eurostat

### 10.3 Εφημερίδες

Όσον αφορά την ανάγνωση εφημερίδων, οι αναγνωστικές πρακτικές που αναδεικνύονται από τα στοιχεία (Διάγραμμα 74) δείχνουν και εδώ μεγάλα ποσοστά ανενεργών και μη τακτικών αναγνωστών. Συγκεκριμένα, ποσοστό 22,5% των Ελλήνων ερωτώμενων δηλώνουν ότι δεν έχουν διαβάσει καμία εφημερίδα τον τελευταίο χρόνο έναντι του πολύ μικρότερου 9,2% των ευρωπαίων ερωτώμενων, 9,7% δηλώνουν ότι διαβάζουν λιγότερο από μια φορά το μήνα, 13,3% ότι διαβάζουν τουλάχιστον μια φορά το μήνα, 30,5% τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα και μόνο 22,7% έναντι του ευρωπαϊκού 55,81% ότι διαβάζουν εφημερίδες καθημερινά.

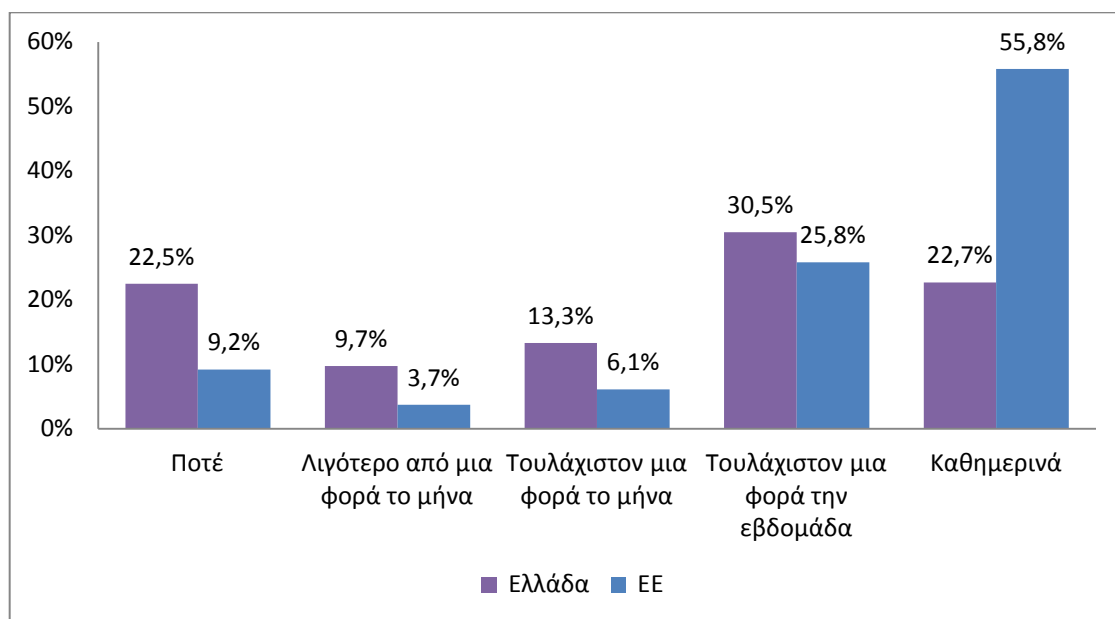
Όσον αφορά τη συχνότητα της ανάγνωσης εφημερίδων ανά εκπαιδευτικό επίπεδο, τα στοιχεία αναδεικνύουν και εδώ τη συσχέτιση των συστηματικών αναγνωστικών πρακτικών με το επίπεδο εκπαίδευσης (διάγραμμα 75). Οι ερωτώμενοι που είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας δηλώνουν σε ποσοστό 41,2% ότι διαβάζουν εφημερίδες καθημερινά και σε ποσοστό 35,9% ότι διαβάζουν τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα. Αντιστρόφως, οι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας και κατώτερης δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης δηλώνουν σε ποσοστό 38% ότι δεν έχουν διαβάσει εφημερίδα καμία φορά τον τελευταίο χρόνο, 15,1% ότι διαβάζουν εφημερίδα λιγότερο από μια φορά το μήνα και 15% ότι διαβάζουν τουλάχιστον μια φορά το μήνα. Ενδιαφέρον είναι ότι πολύ παρόμοια ποσοστά αποφοίτων ανώτερης δευτεροβάθμιας και μεταδευτεροβάθμιας και τριτοβάθμιας εκπαίδευσης δηλώνουν ότι διαβάζουν εφημερίδες τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα.

Όσον αφορά τη συχνότητα ανάγνωσης εφημερίδων ανά ηλικία (διάγραμμα 76), στην νεότερη ηλικιακή ομάδα των 25-34 ετών παρόμοια ποσοστά δήλωσαν το 2011 ότι κατά τη διάρκεια της περασμένης χρονιάς διάβασαν εφημερίδες καθημερινά (23,1%) και ούτε μια φορά (22,10%), ενώ 29,20% δήλωσε ότι διάβαζε εφημερίδες τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα.

Όσον αφορά, τέλος, τη συχνότητα ανάγνωσης εφημερίδων ανά φύλο (διάγραμμα 77), ορατές είναι οι έμφυλες διαφοροποιήσεις, καθώς οι γυναίκες τείνουν να υπέρ-εκπροσωπούνται στους ανενεργούς αναγνώστες, αφού 29,7% των γυναικών ερωτώμενων δηλώνουν ότι δεν έχουν διαβάσει εφημερίδα ούτε μια φορά τον τελευταίο χρόνο έναντι του 15,5% των ανδρών, ενώ υπό-εκπροσωπούνται στην κατηγορία των συστηματικών αναγνωστών, που διάβασαν εφημερίδα καθημερινά (17,6% των γυναικών ερωτώμενων έναντι του 27,6% των ανδρών). Επιπλέον, μεγαλύτερο ποσοστό γυναικών (11,3%) δηλώνει ότι διάβασε εφημερίδες λιγότερο από μια φορά το μήνα έναντι του ποσοστού ανδρών που έδωσαν την αντίστοιχη απάντηση (8,2%), ενώ λιγότερες γυναίκες από άνδρες δήλωσαν ότι διάβασαν εφημερίδες τουλάχιστον μια φορά το μήνα και τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα.

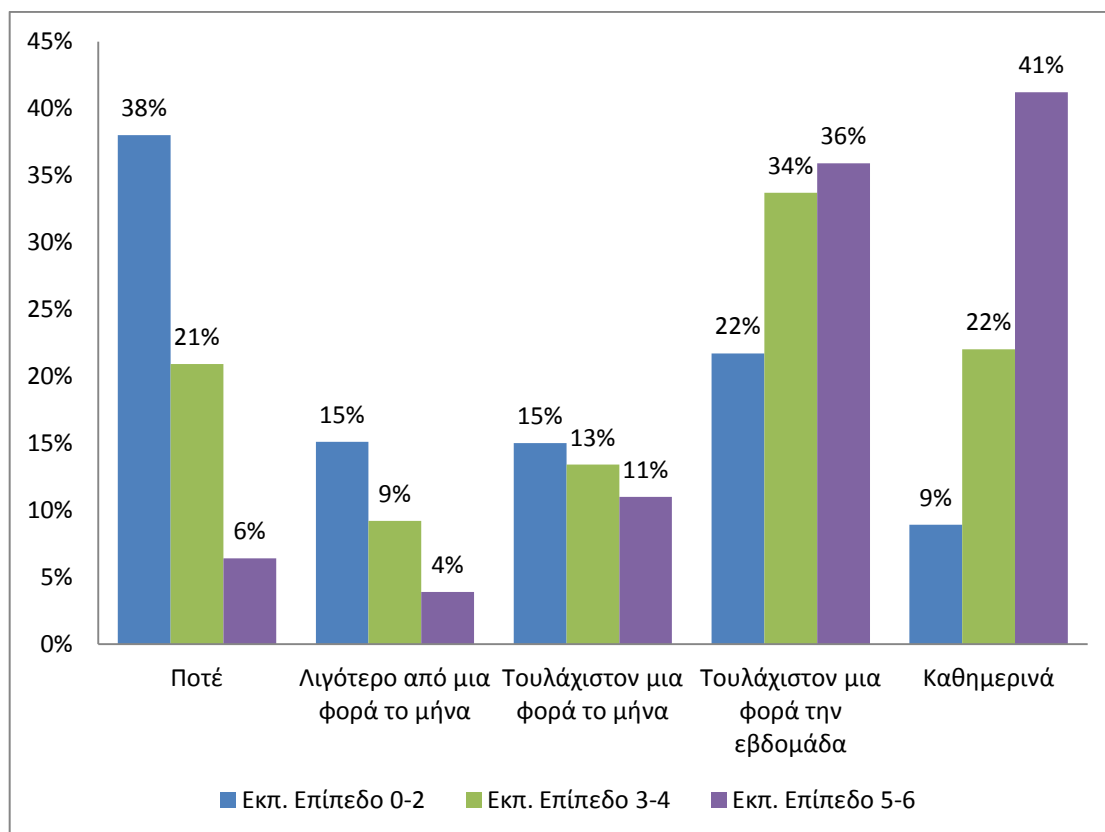


**Διάγραμμα 74. Συχνότητα ανάγνωσης εφημερίδων Ελλάδα και ΕΕ, 2011**



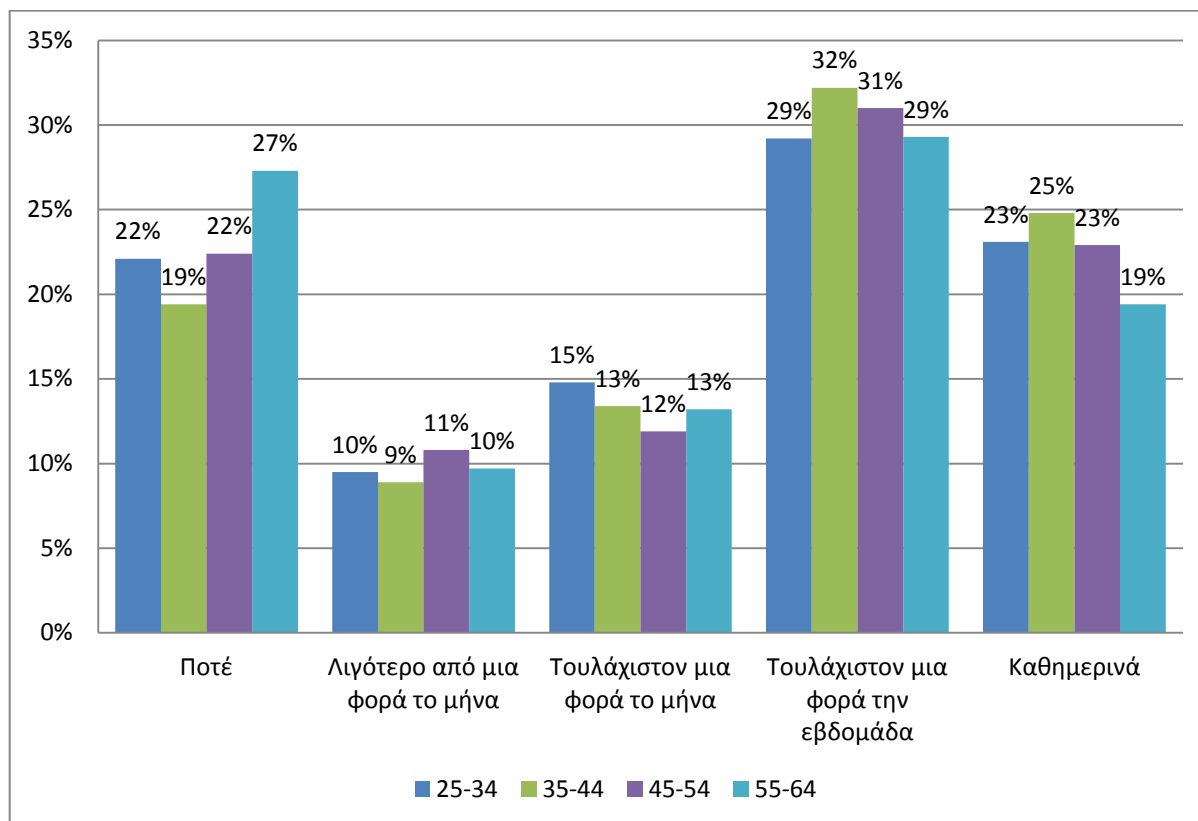
Πηγή: Eurostat

**Διάγραμμα 75. Συχνότητα ανάγνωσης εφημερίδων ανά εκπαιδευτικό επίπεδο, Ελλάδα 2011**



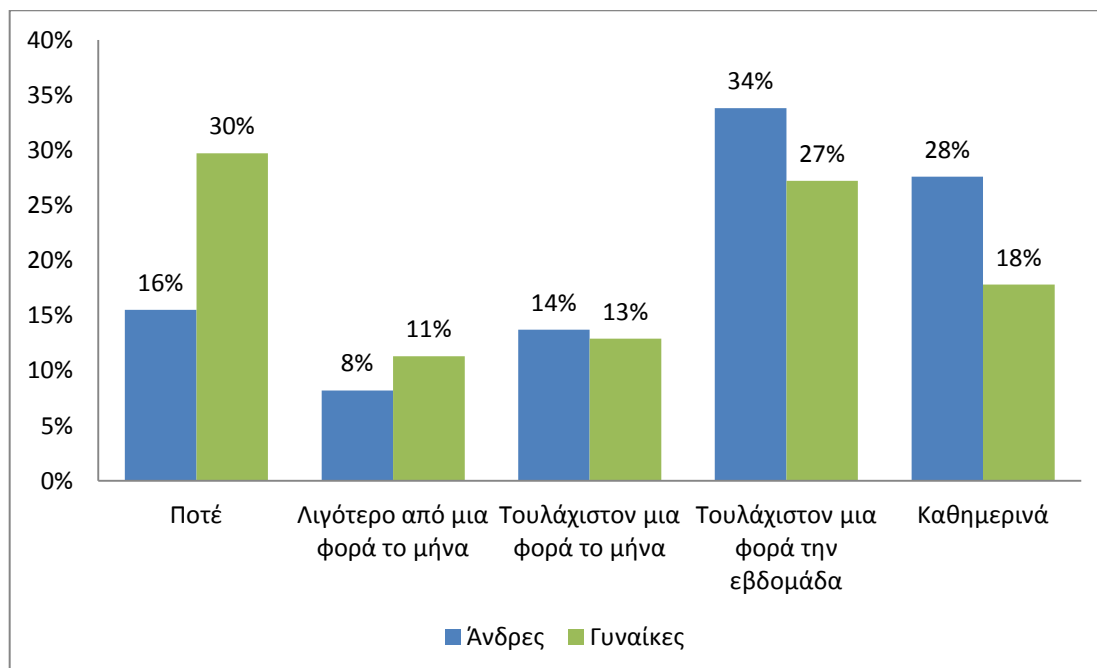
Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 76. Συχνότητα ανάγνωσης εφημερίδων ανά ηλικία, Ελλάδα 2011



Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 77. Συχνότητα ανάγνωσης εφημερίδων ανά φύλο, Ελλάδα 2011

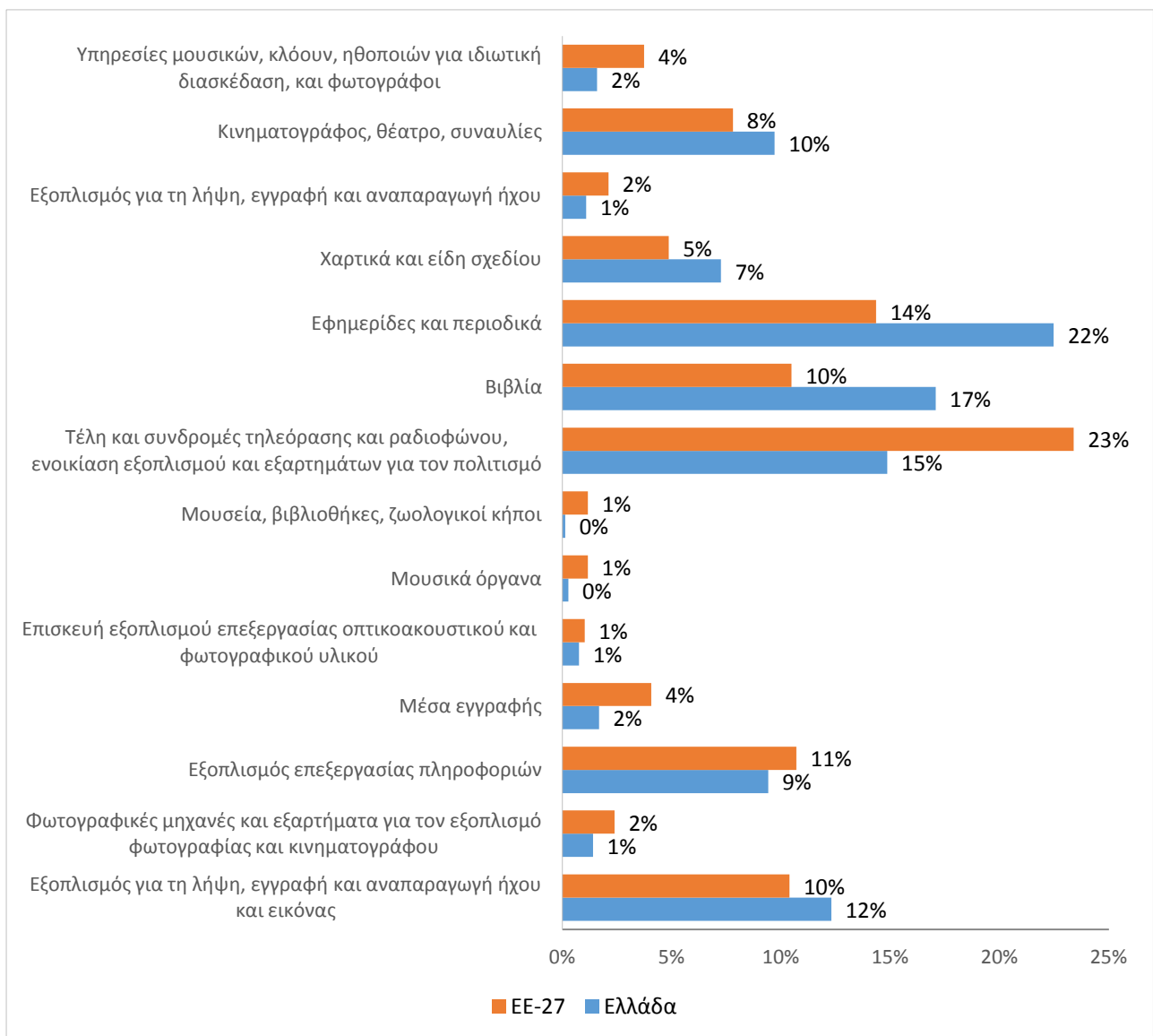


Πηγή: Eurostat

## 10.4 Μέση καταναλωτική δαπάνη νοικοκυριών για πολιτιστικά αγαθά

Όσον αφορά τη μέση καταναλωτική δαπάνη νοικοκυριών για αγαθά που σχετίζονται με πολιτιστικές δραστηριότητες ευρέως νοούμενες, παρατηρούμε (Διάγραμμα 78) ότι η μέση καταναλωτική δαπάνη ανά νοικοκυριό στην Ελλάδα για την αγορά εφημερίδων και περιοδικών, βιβλίων, εισιτηρίων για κινηματογράφο, θέατρα και συναυλίες, χαρτικών και εξοπλισμού για την αναπαραγωγή και οπτικοακουστικών μέσων, είναι υψηλότερη από τις αντίστοιχες δαπάνες ανά νοικοκυριό στην ΕΕ 27. Χαμηλότερες από την ΕΕ 27 εμφανίζονται οι δαπάνες ανά νοικοκυριό για την αγορά τηλεοπτικών συνδρομών και την ενοικίαση εξοπλισμού σχετικού με τις πολιτιστικές δραστηριότητες, την αγορά ηλεκτρονικών υπολογιστών, ηχογραφήματων και την αγορά εξοπλισμού για την αναπαραγωγή ήχου.

Διάγραμμα 78. Μέση καταναλωτική δαπάνη νοικοκυριών για τα παρακάτω αγαθά 2010

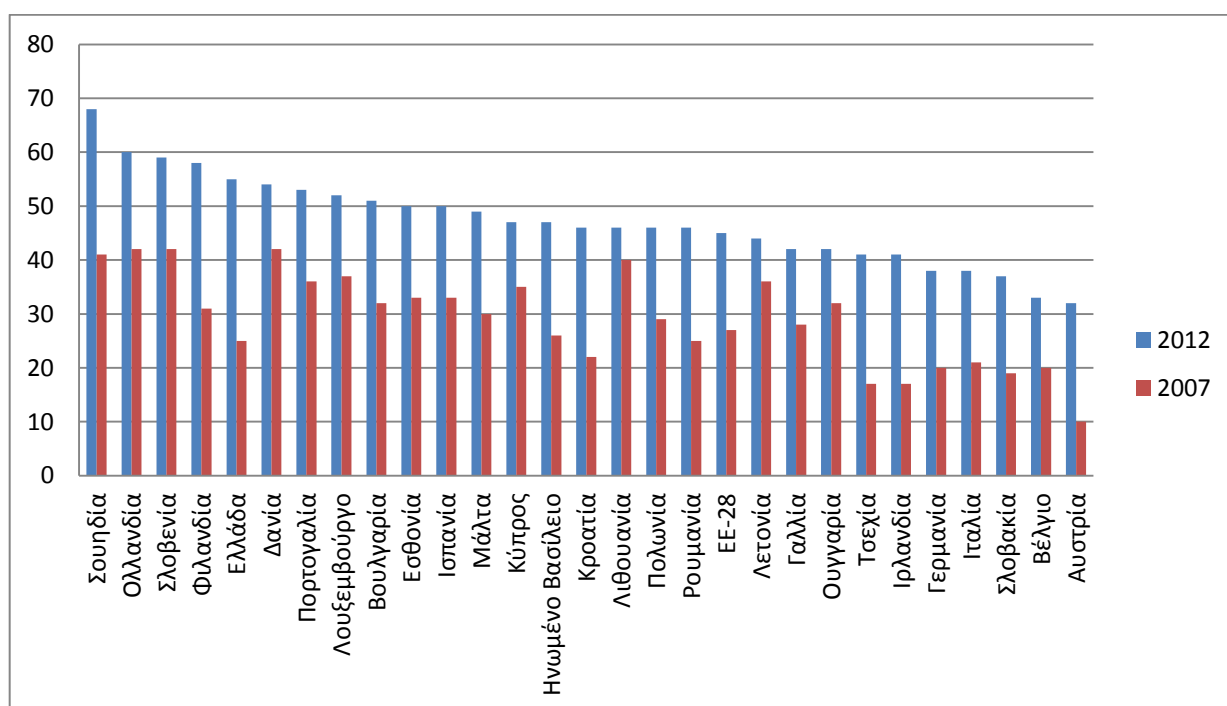


Πηγή: Eurostat

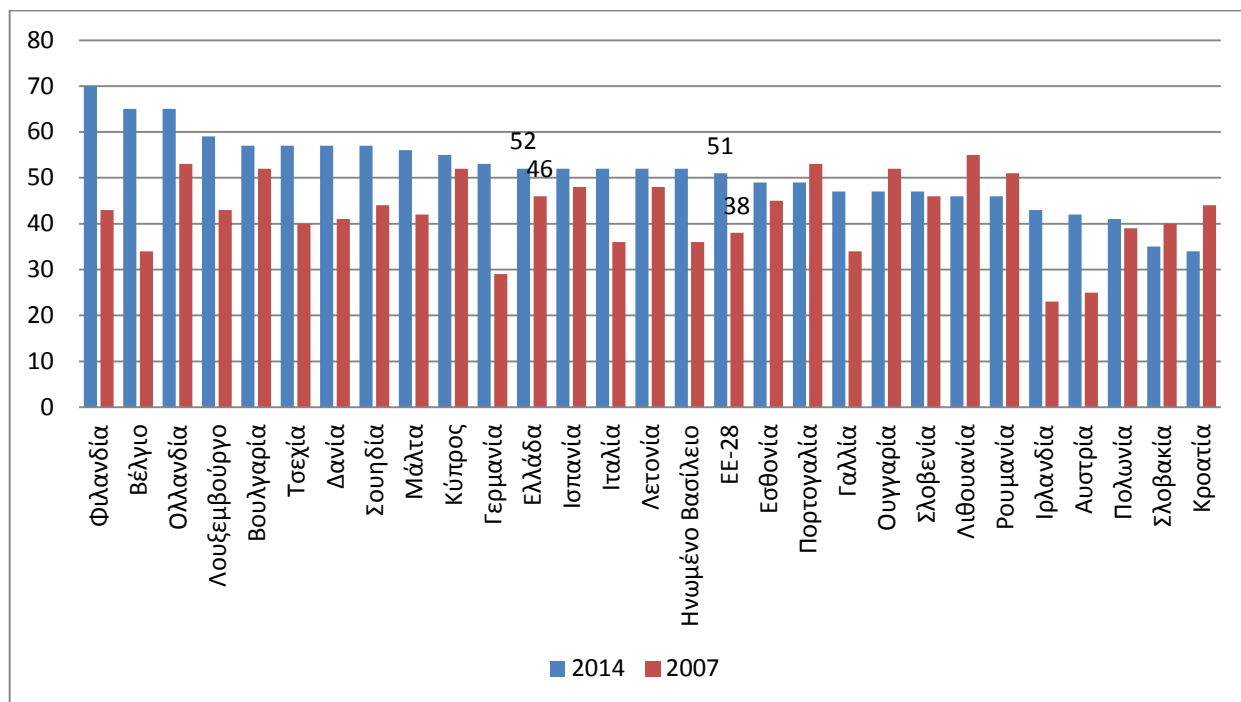
## 10.5 Χρήση διαδικτύου για πολιτιστικά αγαθά

Τέλος, όσον αφορά τη χρήση του διαδικτύου, το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου στην Ελλάδα που χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο για τη θέαση τηλεόρασης και την ακρόαση ραδιοφώνου το 2012 ήταν υπερδιπλάσιοι του 2007 και μεγαλύτερο από το αντίστοιχο της ΕΕ 28 (διάγραμμα 79), το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου στην Ελλάδα που χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο για το κατέβασμα παιχνιδιών, φωτογραφιών, φιλμ και μουσικής ήταν υψηλότερο το 2014 από το 2007 και κατά τι υψηλότερο από αυτό της ΕΕ 28 (διάγραμμα 80), το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου στην Ελλάδα που χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο για το διάβασμα/κατέβασμα online μέσων ενημέρωσης ήταν υψηλότερο το 2012 από το 2007 και αρκετά υψηλότερο από αυτό της ΕΕ-28 (διάγραμμα 81). Αντιθέτως, το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου στην Ελλάδα που χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο για να αγοράσουν κινηματογραφικά και μουσικά έργα, βιβλία, περιοδικά και λογισμικό Η/Υ (διάγραμμα 82), ενώ το 2015 είναι διπλάσιο από το 2007 (6% έναντι 3% του 2007) είναι παρόλα αυτά πολύ χαμηλότερο από το αντίστοιχο της ΕΕ-28 (28% το 2015 έναντι 18% το 2007). Τέλος, το ποσοστό επί του συνολικού πληθυσμού που αγοράζει από το διαδίκτυο εισιτήρια για πολιτιστικά γεγονότα στην Ελλάδα (διάγραμμα 83), παρότι τετραπλασιάζεται από το 2007 (1%) στο 2015 (4%) παραμένει εξαιρετικά χαμηλότερο του αντίστοιχου της ΕΕ-28 (20% το 2015 έναντι 9% το 2007).

Διάγραμμα 79. Χρήση διαδικτυακών ραδιοφώνων/τηλεόρασης, ως ποσοστό αυτών που χρησιμοποιούν διαδίκτυο τους τελευταίους τρεις μήνες, 2007 και 2012

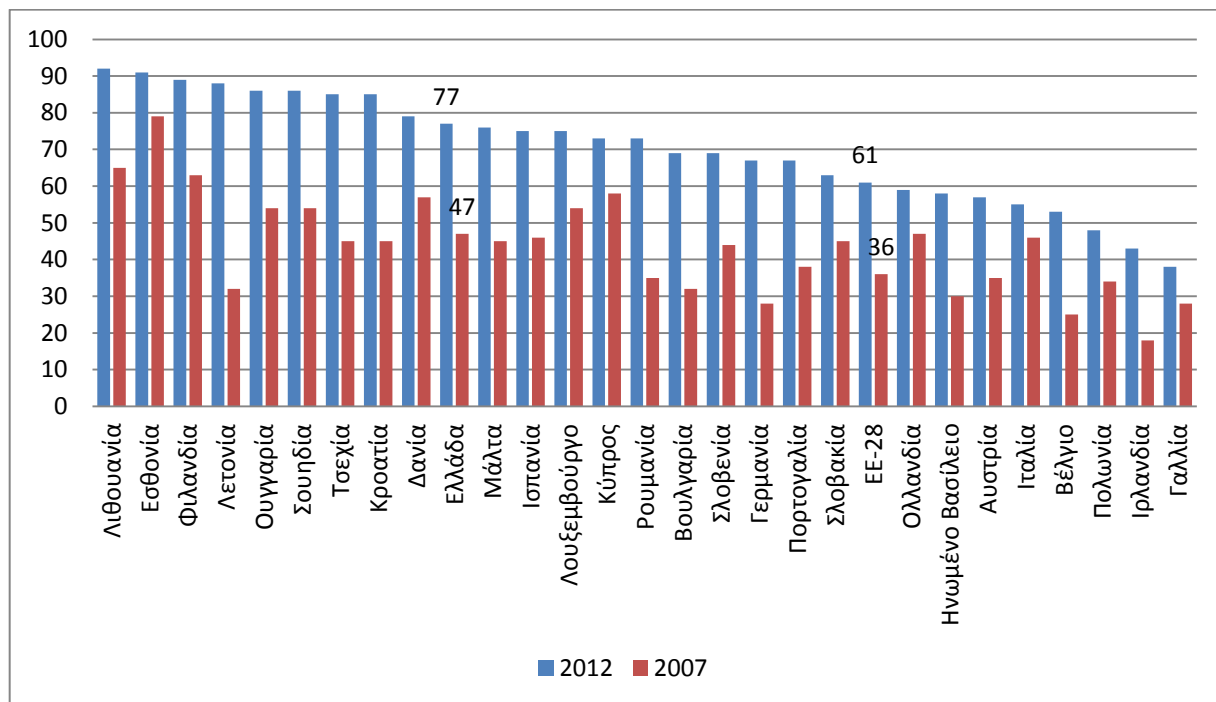


**Διάγραμμα 80.** Χρήση διαδικτύου για το κατέβασμα παιχνιδιών, φωτογραφιών, φιλμ και μουσικής, ως ποσοστό αυτών που χρησιμοποιούν διαδίκτυο τους τελευταίους τρεις μήνες, 2007 και 2014



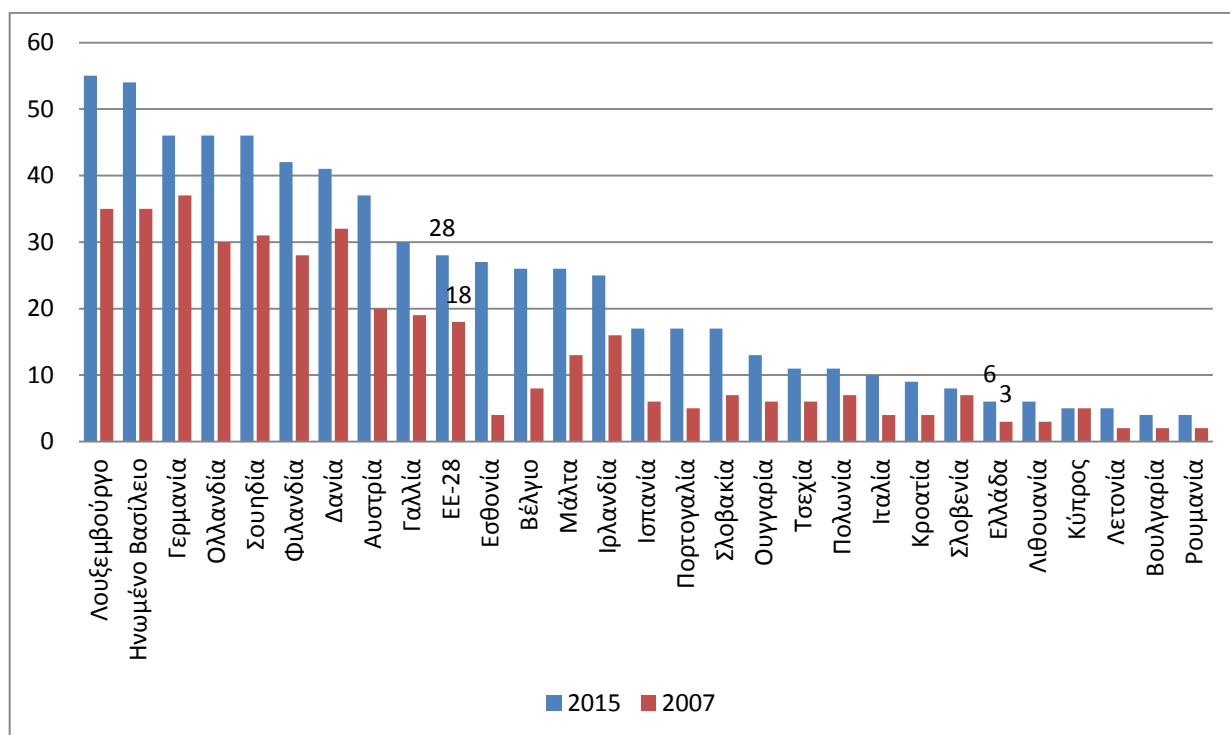
Πηγή: Eurostat

**Διάγραμμα 81.** Χρήση διαδικτύου για το διάβασμα/κατέβασμα online μέσω ενημέρωσης, ως ποσοστό αυτών που χρησιμοποιούν διαδίκτυο τους τελευταίους τρεις μήνες, 2007 και 2012



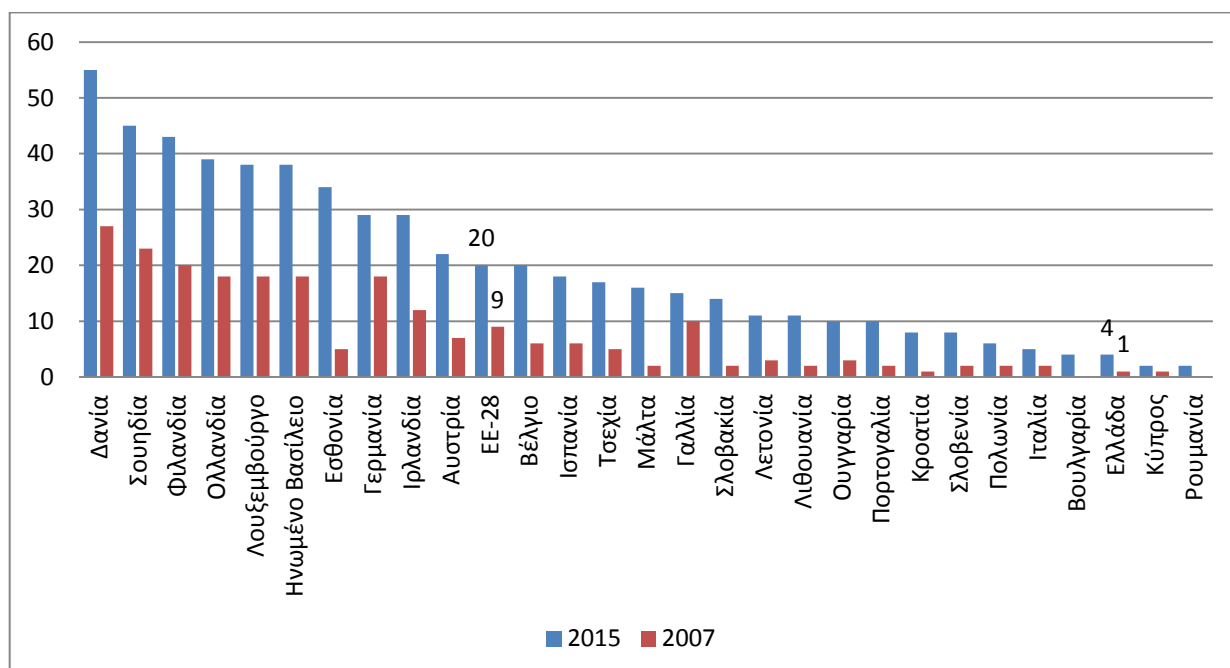
Πηγή: Eurostat

**Διάγραμμα 82. Ποσοστό επί του συνολικού πληθυσμού που αγοράζει από το διαδίκτυο κινηματογραφικά και μουσικά έργα, βιβλία, περιοδικά και λογισμικό Η/Υ, 2007 και 2015**



Πηγή: Eurostat

**Διάγραμμα 83. Ποσοστό επί του συνολικού πληθυσμού που αγοράζει από το διαδίκτυο εισιτήρια για πολιτιστικά γεγονότα, 2007 και 2015**



Πηγή: Eurostat

## 11. Ειδικές στατιστικές για τον Πολιτισμό

Παρακάτω παρουσιάζονται στατιστικά στοιχεία που αντλήθηκαν από διάφορες διευθύνσεις του Υπουργείου Πολιτισμού, την Ελληνική Στατιστική Αρχή, το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου και από επαγγελματικούς φορείς, τα οποία βοηθούν στην δημιουργία μιας πληρέστερης εικόνας για την πολιτιστική και δημιουργική παραγωγή στην Ελλάδα. Παρουσιάζονται στοιχεία για τις επιχορηγήσεις πολιτιστικών φορέων από το Υπουργείο Πολιτισμού, για την κινηματογραφική παραγωγή στην Ελλάδα, για την κίνηση σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους και βιβλιοθήκες, για την κίνηση σε κρατικά θέατρα και ορχήστρες, σε αίθουσες τέχνης και στοιχεία για την πολιτιστική εκπαίδευση στην Ελλάδα. Όπως αναφέρεται και στο κεφάλαιο της μεθοδολογίας, τα στοιχεία αυτά, ιδιαίτερα εκείνα που προέρχονται από επαγγελματικούς φορείς, θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με επιφύλαξη, για δύο λόγους: α) στους επαγγελματικούς-συνδικαλιστικούς φορείς δεν εγγράφονται όλοι οι καλλιτέχνες, παραγωγοί κλπ., καθώς η εγγραφή δεν είναι υποχρεωτική. β) πολλά από τα μητρώα δεν παρέχουν επικαιροποιημένα στοιχεία, ενώ μερικά αναφέρουν μόνο τα ταμειακώς εντάξει μέλη. Έτσι, από την μία πλευρά, τα παρακάτω στοιχεία, ιδιαίτερα εκείνα με αναφορές στους εργαζομένους, δεν παρέχουν και πάλι την πλήρη εικόνα στον κάθε τομέα, από την άλλη πλευρά οι ειδικές στατιστικές παρέχουν στοιχεία που δεν αντιστοιχούν στα επίσημα στατιστικά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ και Eurostat. Το τελευταίο, μπορεί να σημαίνει ότι είτε, πολλοί καλλιτέχνες λόγω της εκτεταμένης ετεροαπασχόλησης στα πολιτιστικά επαγγέλματα που έχει αναλυθεί από τη σχετική βιβλιογραφία, εγγράφονται σε άλλους κωδικούς οικονομικής δραστηριότητας (όχι κατά ανάγκη συναφείς προς τις πολιτιστικές δραστηριότητες), είτε ένας αριθμός καλλιτεχνών δεν εγγράφονται σε κανέναν κωδικό, δηλαδή δραστηριοποιούνται στην σκιά της οικονομίας, γεγονός που έχει επιβεβαιωθεί από διάφορες μελέτες, οι οποίες αναδεικνύουν το μεγάλο ποσοστό μαύρης και ανασφάλιστης εργασίας στους πολιτιστικούς κλάδους.

## 11.1 Πολιτιστικοί φορείς και φεστιβάλ

Σύμφωνα με την Πύλη Πολιτιστικών Φορέων του ΥΠΠΟ για το 2015, στην Ελλάδα υπήρχαν 1218 πολιτιστικοί φορείς, με εγγεγραμμένα μέλη 250.592 άτομα (Πίνακες 11 και 12). Οι εργαζόμενοι στους πολιτιστικούς φορείς είναι 4.863 άτομα, ενώ εμφανίζονται 149.874 εθελοντές. Από το σύνολο των 1218 φορέων, 32% είχαν διατομεακό χαρακτήρα, 22% είχαν αντικείμενο το θέατρο, 17% τον λαϊκό πολιτισμό και 10% την μουσική (Διάγραμμα 84). Το 70% των πολιτιστικών φορέων δεν έχει κανέναν μόνιμο εργαζόμενο και το 46% αυτών δεν έχει ούτε εθελοντές. Αντίθετα, 19% των φορέων απασχολεί 1-5 εργαζομένους, ενώ πάνω από 20% των πολιτιστικών φορέων απασχολεί πάνω από 20 εθελοντές (Διάγραμμα 85). Ακόμη, η Ελλάδα έχει ανα την επικράτειά της 601 φεστιβάλ (2015), τα περισσότερα των οποίων είναι μουσικά φεστιβάλ (25%), πολυθεματικά (21%) και κινηματογραφικά (13%) (Διάγραμμα 86).

Πίνακας 11. Πολιτιστικοί φορείς και φεστιβάλ στην Ελλάδα, 2015

Πολιτιστικοί φορείς	1218
ανα 100.000 κατοίκους	11,3
Φεστιβάλ	601
ανα 100.000 κατοίκους	5,6

Πηγή: Πύλη πολιτιστικών φορέων-ΥΠΠΟΑ,

Περιφερειακή πολιτιστική πολιτική και Φεστιβάλ-ΥΠΠΟΑ

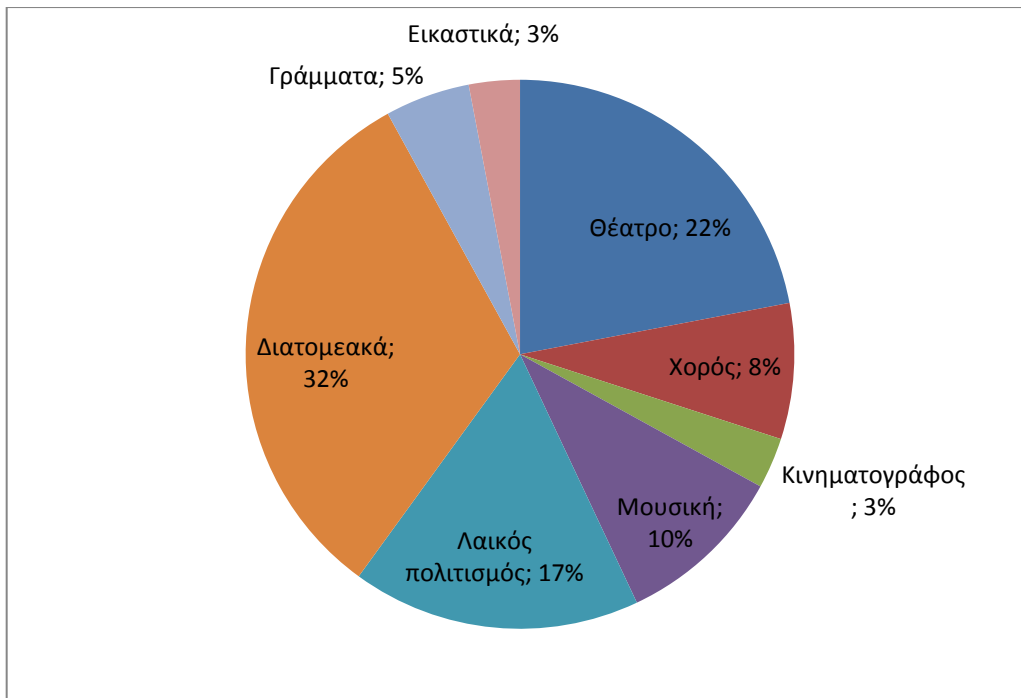
Πίνακας 12. Βασικά στοιχεία πολιτιστικών φορέων, Ελλάδα 2015

Μέλη	250.592
Ενεργά μέλη	119.213
Εργαζόμενοι	4.863
Εθελοντές	149.874

Πηγή: Πύλη πολιτιστικών φορέων-ΥΠΠΟΑ

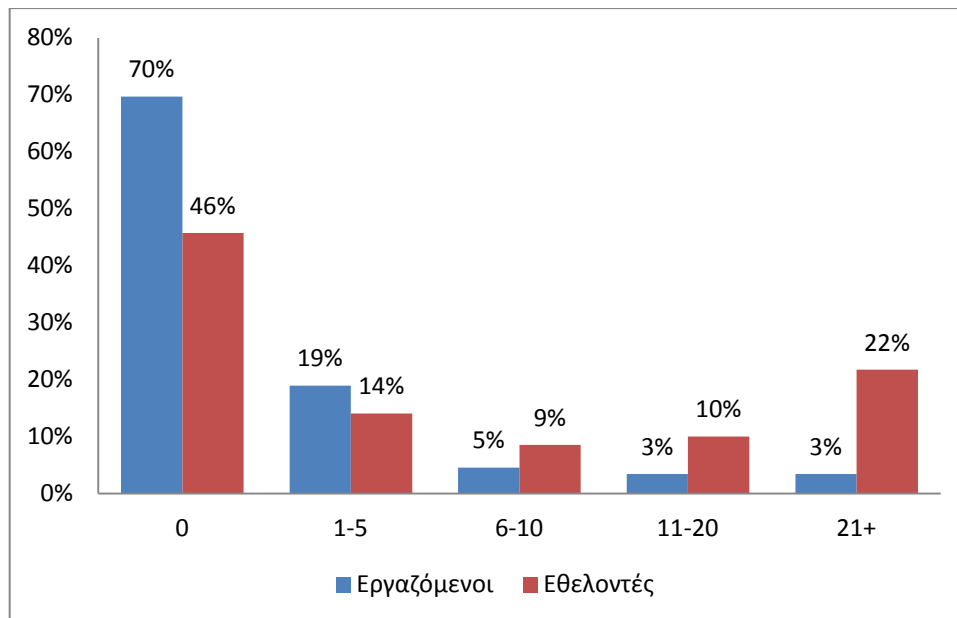


Διάγραμμα 84. Αντικείμενο δραστηριότητας πολιτιστικών φορέων, Ελλάδα, 2010



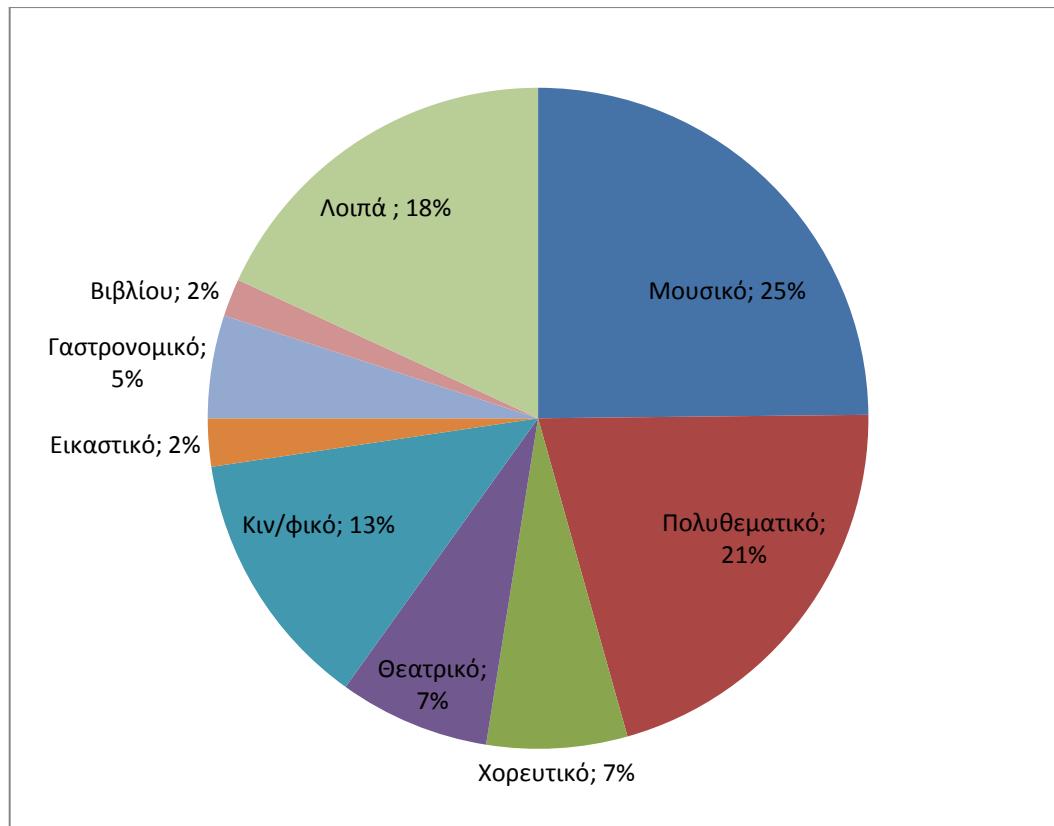
Πηγή: Πύλη πολιτιστικών φορέων-ΥΠΠΟΑ

Διάγραμμα 85. Αριθμός εργαζομένων και εθελοντών σε πολιτιστικούς φορείς, Ελλάδα, 2010



Πηγή: Πύλη πολιτιστικών φορέων-ΥΠΠΟΑ

Διάγραμμα 86. Θεματικές κατηγορίες φεστιβάλ, Ελλάδα, 2015

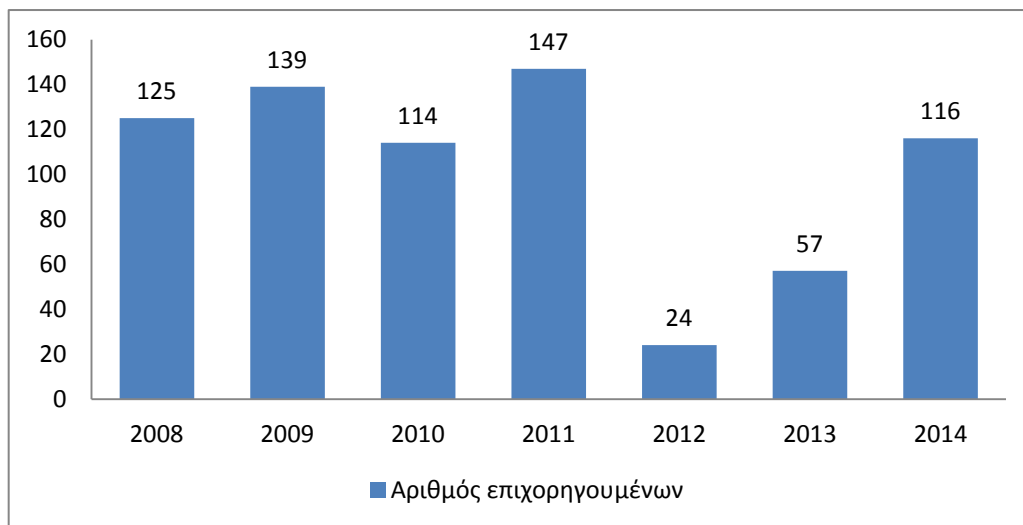


Πηγή: Περιφερειακή πολιτιστική πολιτική και Φεστιβάλ-ΥΠΠΟΑ

## 11.2 Επιχορηγήσεις πολιτιστικών φορέων από το ΥΠΠΟ

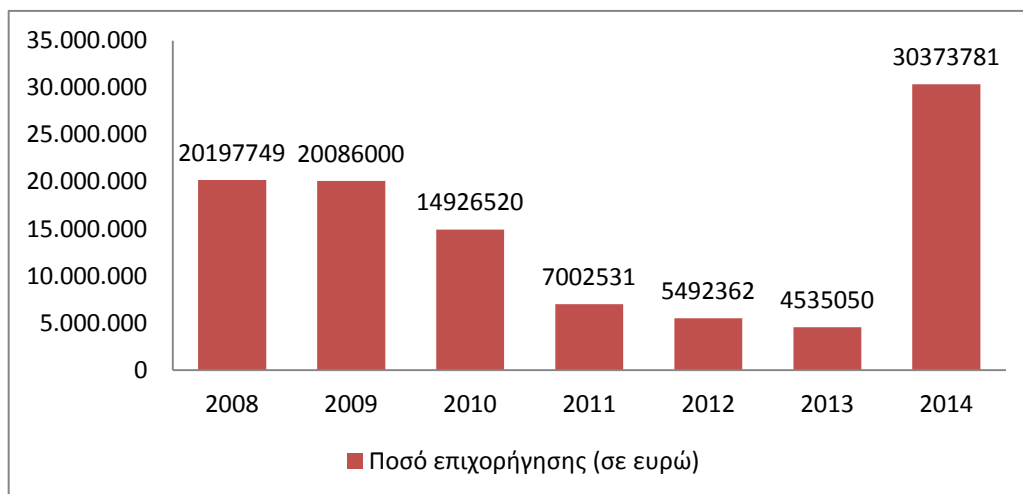
Τα διαγράμματα 87 και 88 δείχνουν την εξέλιξη των επιχορηγήσεων του Υπουργείου Πολιτισμού σε πολιτιστικούς φορείς στην Ελλάδα για την περίοδο 2008-2014. Παρατηρούμε ότι ο αριθμός των επιχορηγούμενων πολιτιστικών φορέων κυμαίνεται από 110 μέχρι 140 φορείς ανά έτος, με εξαίρεση τα έτη 2012 και 2013 που ήταν 24 και 57 φορείς το έτος αντίστοιχα. Το 2014 επιχορηγήθηκαν 116 φορείς με 30 εκ. €, ποσό πολύ μεγαλύτερο από τα προηγούμενα έτη 2012 και 2013 (5,4 εκ € και 4,5 εκ € αντίστοιχα).

Διάγραμμα 87. Επιχορηγούμενοι πολιτιστικοί φορείς από το ΥΠΠΟ, 2008-2014



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 88. Επιχορηγήσεις πολιτιστικών φορέων από το ΥΠΠΟΑ (σε €)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

### 11.3 Αρχαιολογικοί χώροι, μνημεία, μουσεία και βιβλιοθήκες

Στην Ελλάδα υπάρχουν 470 αρχαιολογικοί χώροι, 1678 μνημεία, 271 δημόσια και ιδιωτικά μουσεία και 493 δημόσιες και ιδιωτικές βιβλιοθήκες (2012) (Πίνακας 13). Σύμφωνα με το διάγραμμα 89 παρατηρούμε ότι ο αριθμός των επισκεπτών στους αρχαιολογικούς χώρους έχει αυξηθεί κατά 65% την περίοδο 2008-2015, ξεπερνώντας τα 10 εκ. επισκέπτες το 2014, ενώ ο αριθμός των επισκεπτών σε μουσεία αυξήθηκε κατά 120%, με περίπου 4,4 εκ. επισκέπτες το 2015.

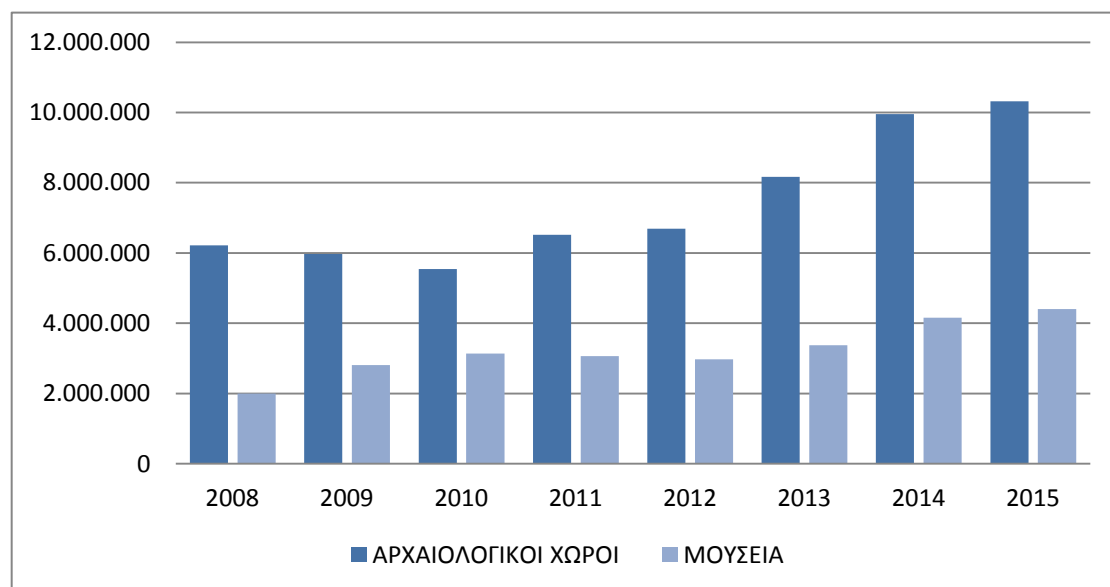
Στις βιβλιοθήκες παρατηρούμε την εξής αντίφαση κατά τα τέσσερα πρώτα έτη της οικονομικής κρίσης. Ενώ ο αριθμός των βιβλιοθηκών που είναι ανοικτές για το κοινό μειώθηκε κατά 11% την περίοδο 2008-2012, οι αναγνώστες επισκέπτες αυξήθηκαν κατά 24% και ο δανεισμός βιβλίων κατά 25% (Διαγράμματα 90 και 91).

Πίνακας 13. Αριθμός αρχαιολογικών χώρων, μνημείων, μουσείων και βιβλιοθηκών, Ελλάδα, 2015

Βιβλιοθήκες (2012)	493
ανα 100.000 κατοίκους	4,6
Μουσεία	271
ανα 100.000 κατοίκους	2,5
Μνημεία	1678
ανα 100.000 κατοίκους	15,5
Αρχαιολογικοί χώροι	470
ανα 100.000 κατοίκους	4,3

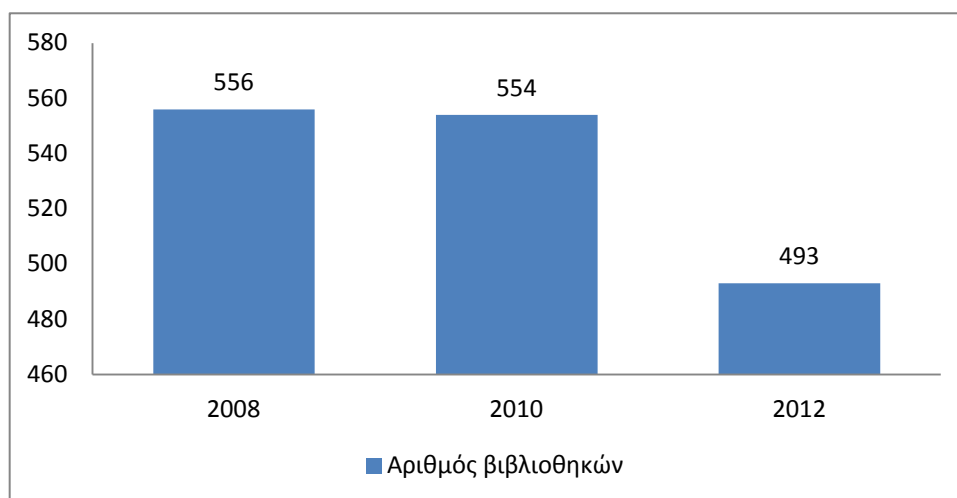
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 89. Αριθμός επισκεπτών αρχαιολογικών χώρων και μουσείων, 2008-2015



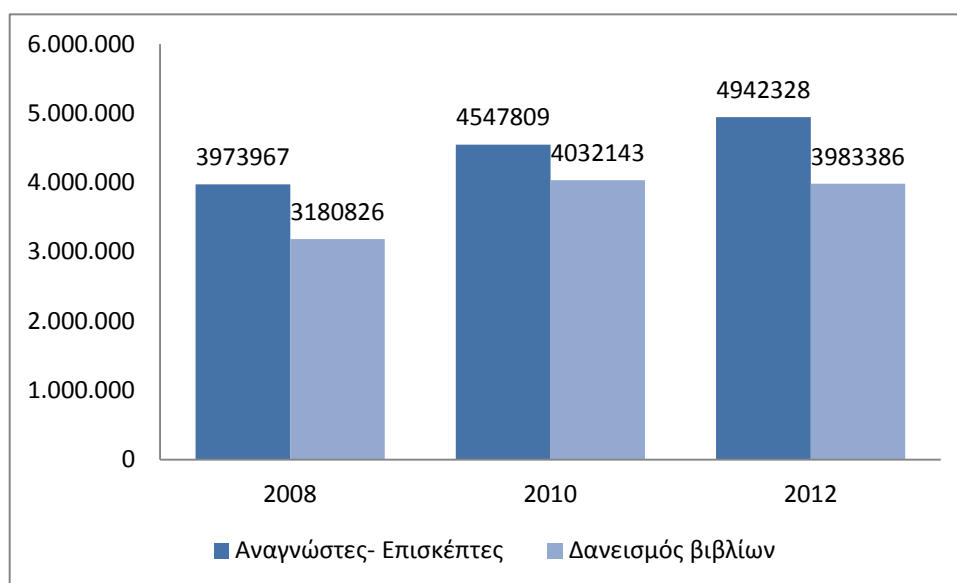
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 90. Αριθμός βιβλιοθηκών, 2008-2012



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 91. Αναγνώστες και δανεισμός βιβλίων στις βιβλιοθήκες, 2008-2012



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

## 11.4 Βιβλίο

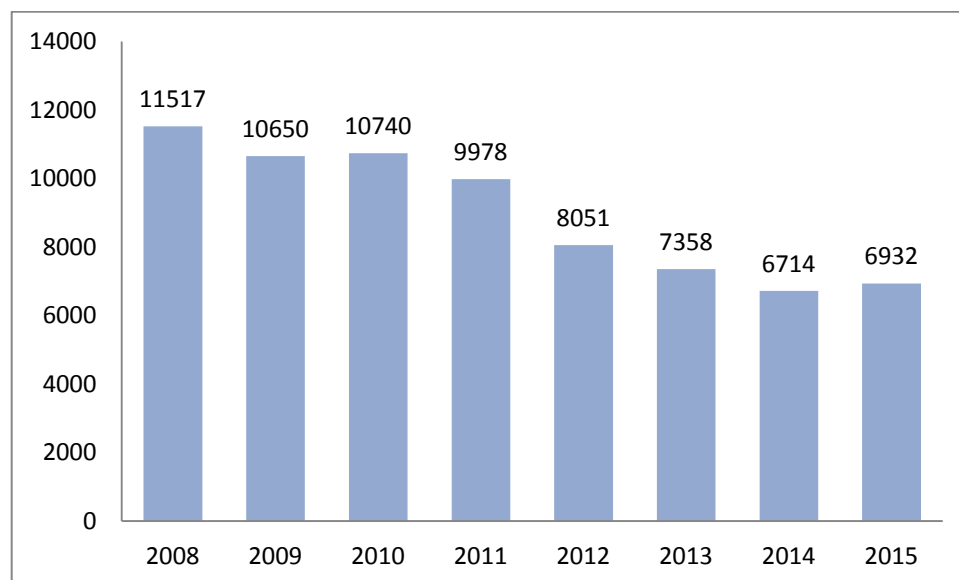
Ο αριθμός των εκδοτών στην Ελλάδα είναι περίπου 755 για το έτος 2011 και τα βιβλιοπωλεία περίπου 1700. Οι συγγραφείς που έκδοσαν βιβλίο το 2015 ανέρχονται στους 3.230 άτομα, ενώ οι επαγγελματικές εταιρίες λογοτεχνών και συγγραφέων (Εταιρία Ελλήνων Λογοτεχνών, Εταιρία Συγγραφέων, Εθνική Εταιρία Ελλήνων Λογοτεχνών, Πίνακας 14) έχουν 560 εγγεγραμμένα μέλη το 2015. Ο αριθμός των εκδόσεων των ελλήνων εκδοτών παρουσίασε κάμψη από το 2008 μέχρι το 2014 άνω του 50%, αφού το 2008 η ελληνική βιβλιοπαραγωγή ήταν 11.517 τίτλοι και το 2014 6.717 τίτλοι, ενώ το 2015 καταγράφεται μικρή άνοδος της βιβλιοπαραγωγής κατά 3,2%, με 6.932 τίτλους (Διάγραμμα 92).

Πίνακας 14. Αριθμός εκδοτών, βιβλιοπωλείων και συγγραφέων, Ελλάδα

Εκδότες (2011)	755
Βιβλιοπωλεία (2011)	1699
Συγγραφείς (μέλη εταιριών, 2015)	560
Συγγραφείς με έκδοση το 2015	3230

Πηγή: ΕΚΕΒΙ, Εταιρία Ελλήνων Λογοτεχνών, Εταιρία Συγγραφέων, Εθνική Εταιρία Ελλήνων Λογοτεχνών, [biblionet.gr](http://biblionet.gr)

Διάγραμμα 92. Βιβλιοπαραγωγή στην Ελλάδα, 2008-15



Πηγή: [biblionet.gr](http://biblionet.gr)

## 11.5 Θέατρο και χορός

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Θεάματος Ακροάματος στην Ελλάδα υπάρχουν περίπου 5.000 ηθοποιοί εγγεγραμμένοι σε συνδικαλιστικούς φορείς. Ο αριθμός των ελλήνων σκηνοθετών είναι 1.254 άτομα, ενώ οι θεατρικοί συγγραφείς, μουσικοί και μεταφραστές είναι 375. Μαζί με τους τεχνικούς κινηματογράφου και θεάτρου το σύνολο των εργαζομένων σε θέατρα και κινηματογράφο πλησιάζει τα 8.700 άτομα, εξαιρώντας τους εργαζομένους στην υποδοχή κοινού, οι οποίοι υπολογίζονται γύρω στα 2.000 άτομα. Αντίστοιχα στο χορό το εργατικό δυναμικό αντιστοιχεί σε 510 άτομα. Τέλος η Ελλάδα διαθέτει 377 θεατρικές σκηνές, δημόσιες και ιδιωτικές, ανά την επικράτεια, με τις 287 να βρίσκονται στην Αττική, ενώ τα θεατρικά έργα που ανέβηκαν το 2015 μόνο στην Αττική είναι 1.542 (1.447 το 2014 και 1.050 το 2013). Αν σε αυτό προσθέσουμε τα θεατρικά έργα που ανεβαίνουν στην Ελληνική περιφέρεια μόνο από κρατικά θέατρα και ΔΗΠΕΘΕ, ο συνολικός αριθμός θεατρικών έργων ξεπερνά τα 1.800 για το 2015. Έτσι, παρατηρείται μια αυξητική τάση στις θεατρικές παραγωγές μέσα στην περίοδο της οικονομικής κρίσης.

Πίνακας 15. Στοιχεία για το θέατρο και τον χορό στην Ελλάδα, 2015

Ηθοποιοί	5.000
Σκηνοθέτες θεάτρου, κιν/φου και τηλεόρασης	1.254
Θεατρικοί συγγραφείς, μουσικοί και μεταφραστές	375
Χορευτές	400
Χορογράφοι	110
Έργα σύγχρονου χορού	34
Θέατρο σκιών	40
Λυρικοί τραγουδιστές	400
Τεχνικοί κινηματογράφου/θεάτρου <sup>12</sup>	2.000
Θεατρικές σκηνές	377
Θεατρικά έργα*	1.542

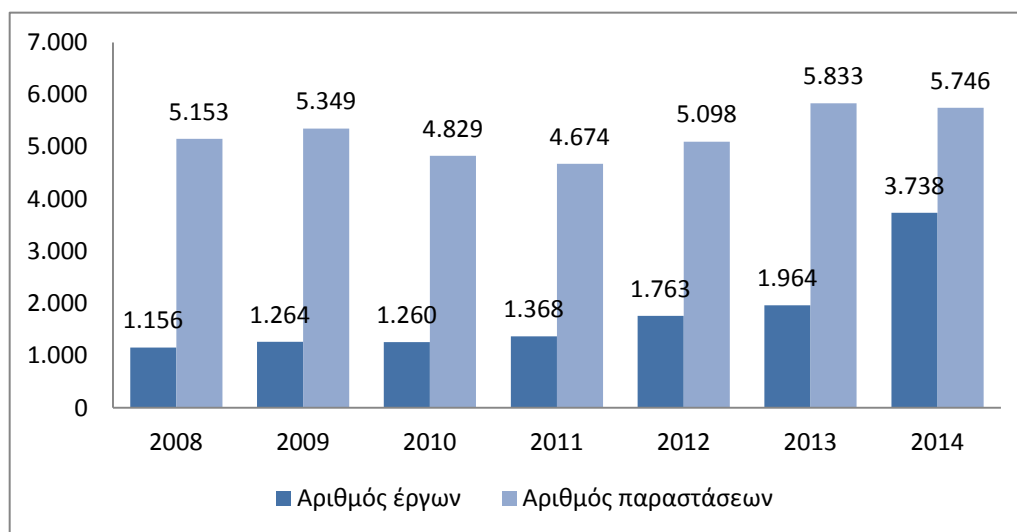
Πηγή: Πανελλήνια Ομοσπονδία Θεάματος Ακροάματος, Εταιρεία Ελλήνων Σκηνοθετών, Εταιρεία Ελλήνων Θεατρικών Συγγραφέων, Μουσικών και Μεταφραστών, Σωματείο Ελλήνων Χορογράφων, [athinorama.gr](http://athinorama.gr), \*στοιχεία μόνο για Αττική

<sup>12</sup> Οι τεχνικοί περιλαμβάνουν και όλες τις δημιουργικές ειδικότητες του χώρου εκτός των σκηνοθετών ( π.χ. διευθυντές φωτογραφίας, οπερατέρ, μοντέρ, σκηνογράφοι, ενδυματολόγοι κ.λπ. Πλήρης κατάλογος ειδικοτήτων στο <http://etekt.gr/%ce%bc%ce%ad%ce%bb%ce%b7/>)

## 11.6 Κρατικά και Δημοτικά Θέατρα και ορχήστρες

Μια ακόμη αντίφαση στην περίοδο της οικονομικής κρίσης παρατηρείται στην εξέλιξη της παραγωγής και στην κίνηση των κρατικών- δημοτικών θεάτρων- και ορχηστρών. Ενώ οι δημόσιες επιχορηγήσεις έχουν μειωθεί κατά 66% την περίοδο 2008-2014 (Διάγραμμα 96), ο αριθμός των έργων που ανέβηκαν υπερδιπλασιάστηκε, ο αριθμός των παραστάσεων σημείωσε μικρή άνοδο κατά 11% (Διαγράμματα 93 και 94) και ο αριθμός των θεατών, αν και από το 2008 μέχρι το 2014 είχε μικρή άνοδο (5,5%), ειδικά τα έτη 2012 και 2013 εκτοξεύθηκε πάνω από τα 2,1 εκ. θεατές. Οι θετικές εξελίξεις στην κίνηση των κρατικών θεάτρων και ορχηστρών αντικατοπτρίζεται και στην αύξηση των εργαζομένων (καλλιτεχνών και λοιπών συνοδευτικών επαγγελματιών, Διάγραμμα 95) στις αντίστοιχες χρονικές περιόδους.

Διάγραμμα 93. Κίνηση Κρατικών και Δημοτικών Θεάτρων και Ορχηστρών 2008- 2014<sup>13</sup>

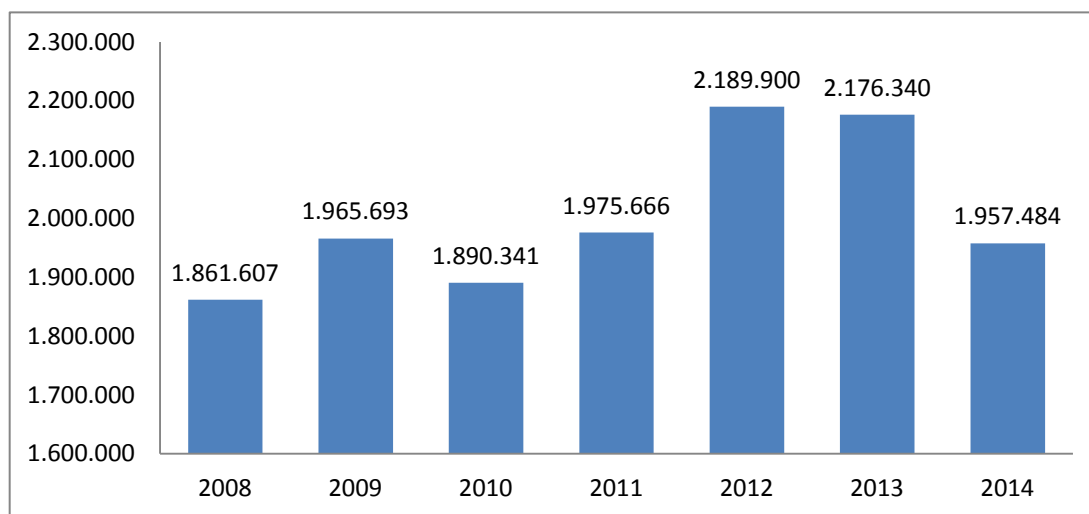


Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

<sup>13</sup> Στον αριθμό των έργων και παραστάσεων περιλαμβάνονται και οι μουσικές συναυλίες, οπερέτες, μπαλέτο και χορός, τα οποία αντιστοιχούν περίπου στα 2/3 των έργων που ανεβαίνουν, ενώ τα θεατρικά έργα είναι περίπου το 1/3 των συνολικών έργων.

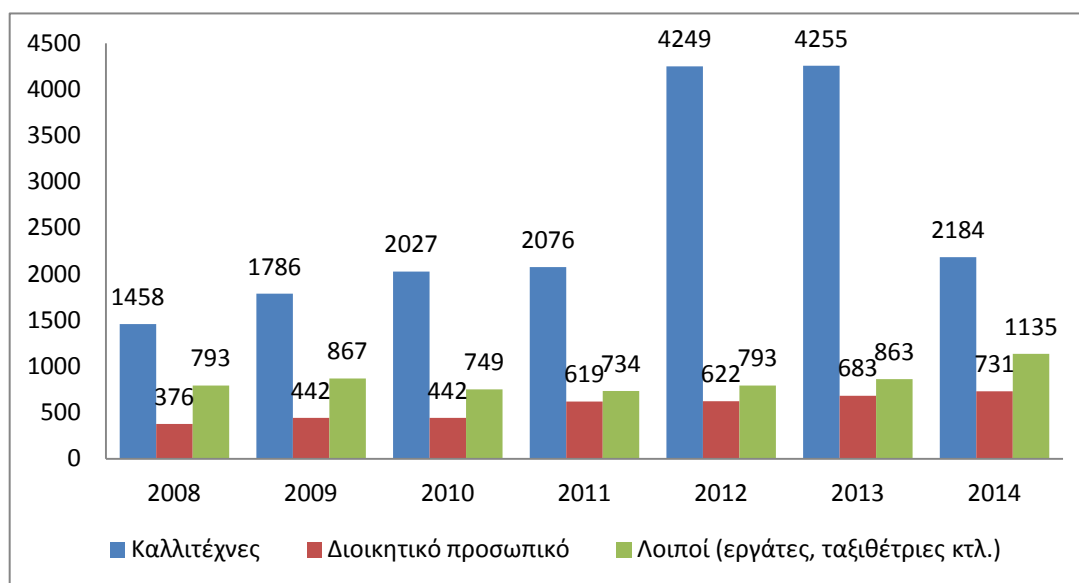


Διάγραμμα 94. Αριθμός θεατών στα Κρατικά και Δημοτικά Θέατρα, 2008-2014



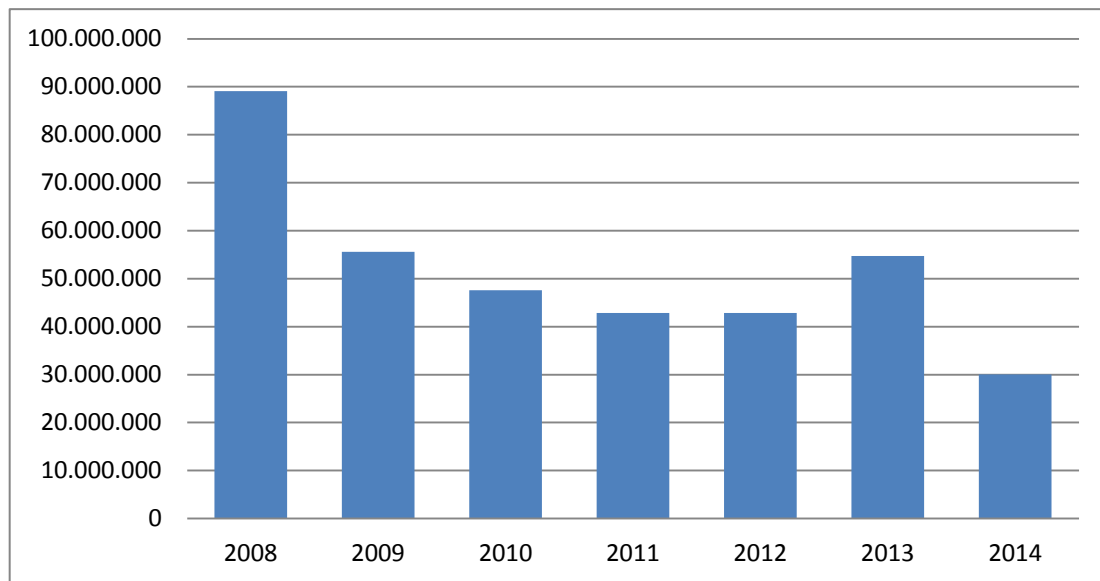
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 95. Εργατικό δυναμικό Κρατικών και Δημοτικών Θεάτρων και Ορχηστρών 2008- 2014



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 96. Δημόσιες επιχορηγήσεις Κρατικών και Δημοτικών Θεάτρων και Ορχηστρών 2008- 2014 (σε €)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

## 11.7 Κινηματογραφική παραγωγή

Στην Ελλάδα προβάλλονται ετησίως περίπου 30- 40 ελληνικές ταινίες και ταινίες ντοκιμαντέρ. Λίγες (μέσος όρος 12) προβάλλονται μέσω εταιρειών διανομής ενώ οι υπόλοιπες βρίσκουν αίθουσα κυρίως επειδή ο ίδιος παραγωγός ενοικιάζει αίθουσα για την προβολή της ταινίας του (αυτοδιανομή). Για το έτος 2016 έως σήμερα (Νοέμβριος 2016) έχουν διανεμηθεί 31 ελληνικές ταινίες στους κινηματογράφους (Πίνακας 17). Ο αριθμός των εισιτηρίων (Διάγραμμα 97) στις ελληνικές παραγωγές υπερδιπλασιάστηκε μεταξύ 2014 και 2015, αν και το 2008 παρατηρείται ότι οι ελληνικές παραγωγές «έκοψαν» πάνω από 1,3 εκ. εισιτήρια, ενώ το 2015 περίπου 0,8 εκ. εισιτήρια. Διαχρονικά, το μερίδιο των εισιτηρίων που «κόβουν» οι ελληνικές ταινίες είναι περίπου 10%-15% στο σύνολο των εισιτηρίων στην Ελλάδα.

Οι εταιρίες παραγωγής που παράγουν αποκλειστικά κινηματογραφικές ταινίες στην Ελλάδα είναι 15-20, ενώ ο αριθμός των σκηνοθετών και παραγωγών κινηματογραφικών έργων είναι 190, σύμφωνα με τα μητρώα των ΕΣΠΕΚ και ΣΑΠΟΕ.

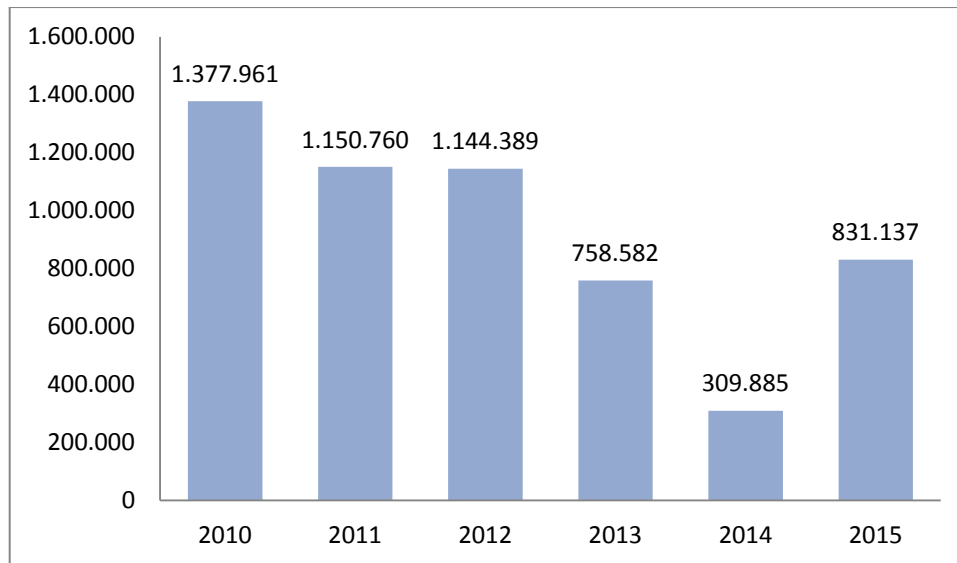
Η Ελλάδα διαθέτει 294 κινηματογράφους (144 θερινοί) με 495 οθόνες, δηλαδή περίπου 4,6 οθόνες ανά 100.000 κατοίκους, ενώ ο αντίστοιχος μέσος όρος στην ΕΕ-27 είναι 6,8 οθόνες ανά 100.000 κατοίκους.

Πίνακας 16. Στοιχεία για την ελληνική κιν/κή παραγωγή και τους κινηματογράφους, 2015

Αριθμός εγχώριων ταινιών και ντοκιμαντέρ (2016)	31
Αριθμός εγχώριων εταιριών παραγωγής κιν/κων ταινιών και τηλεοπτικών προγραμμάτων (2011)	151
Σκηνοθέτες και παραγωγοί (μέλη ΕΣΠΕΚ και ΣΑΠΟΕ)	190
Κινηματογράφοι	294
ανά 100.000 κατοίκους	2,7
Αριθμός οθονών	495
ανά 100.000 κατοίκους	4,6
Κινηματογραφικές λέσχες	53

Πηγή: Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, ΕΣΠΕΚ, ΣΑΠΟΕ

Διάγραμμα 97. Εισιτήρια ελληνικών ταινιών, 2010-2015, Ελλάδα



Πηγή: Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου

## 11.8 Μουσική

Σύμφωνα με τα αρχεία των οργανισμών συλλογικής διαχείρισης δικαιωμάτων που λειτουργούν στην Ελλάδα, οι στιχουργοί και συνθέτες υπολογίζονται σε 13.718, οι τραγουδιστές σε 1.313 και οι μουσικοί σε 1.426, ενώ λειτουργούν 71 δισκογραφικές εταιρίες, πολλές από τις οποίες είναι ατομικές επιχειρήσεις καλλιτεχνών, ενώ στα αρχεία της IFPI είναι εγγεγραμμένες 32 δισκογραφικές εταιρίες το 2016.

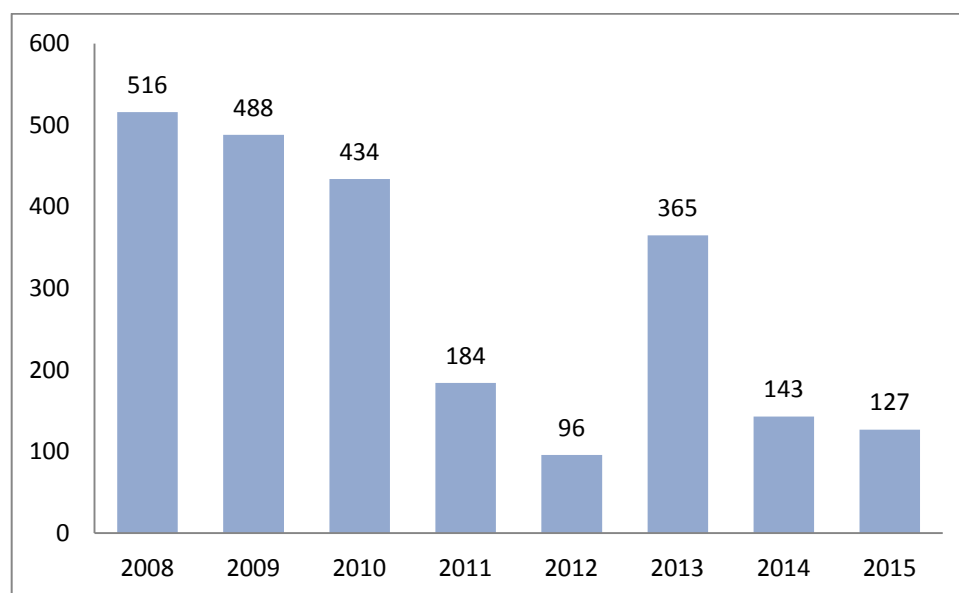
Ο αριθμός των παραγωγών στην Ελλάδα (ελληνικό και ξένο ρεπερτόριο, επανεκδόσεις και συλλογές) έχει μια καθοδική πορεία τα χρόνια της οικονομικής κρίσης, με εξαίρεση το 2013. Έτσι, από τις 516 παραγωγές του 2008, επτά χρόνια μετά οι παραγωγές είναι μόλις 127. Αντίστοιχα οι συνολικές πωλήσεις ηχογραφημάτων έχουν μειωθεί περίπου 70% τη περίοδο 2008-2015, ειδικά λόγω της μεγάλης πτώσης των φυσικών-παραδοσιακών μέσων (cd και βινίλιο) ενώ παρατηρείται μια ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια για τις ψηφιακές πωλήσεις.

Πίνακας 17. Στοιχεία για την μουσική παραγωγή στην Ελλάδα

Μουσικά έργα στο αρχείο της ΑΕΠΙ, 2014	1.734.530
Στιχουργοί και συνθέτες (Μέλη ΑΕΠΙ, 2014)	13.718
Τραγουδιστές (Μέλη Ερατώ, 2015)	1.313
Μουσικοί (Μέλη Απόλλων, 2012)	1.426
Δισκογραφικές εταιρίες (μέλη GRAMMO, 2015)	71

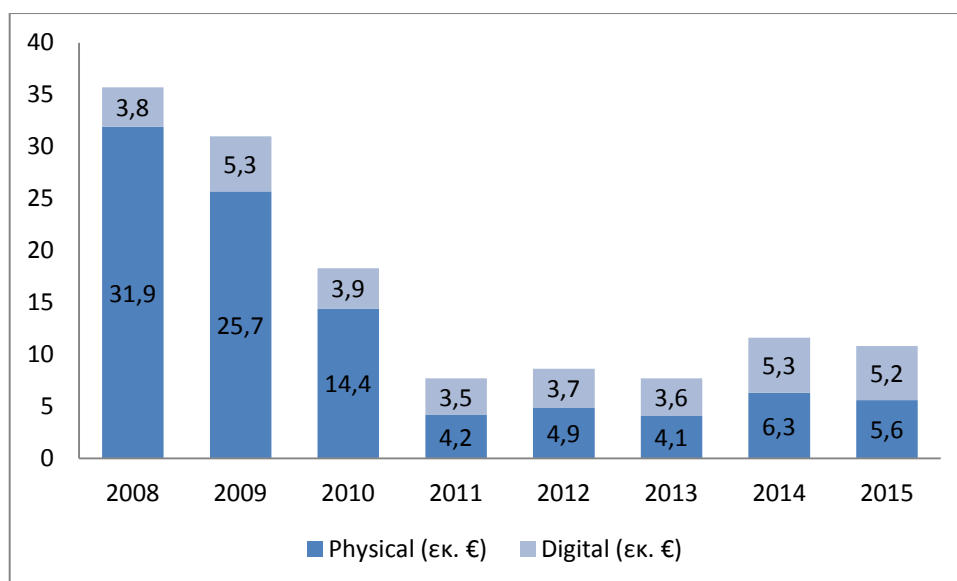
Πηγή: IFPI, ΑΕΠΙ, Ερατώ, Απόλλων

Διάγραμμα 98. Αριθμός παραγωγών ανά έτος, Ελλάδα, 2008-2014



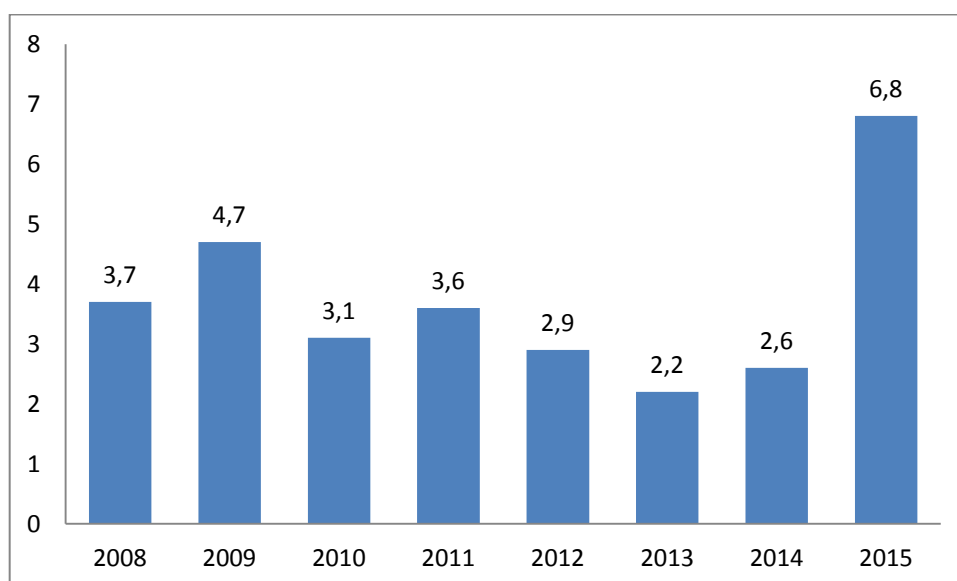
Πηγή: IFPI, περιλαμβάνουν ελληνικές και ξένες παραγωγές και συλλογές –επανεκδόσεις στην Ελλάδα

Διάγραμμα 99. Πωλήσεις φυσικών και ψηφιακών μέσων, Ελλάδα, 2008-2014



Πηγή: IFPI

Διάγραμμα 100. Συγγενικά δικαιώματα (σε εκ. €)

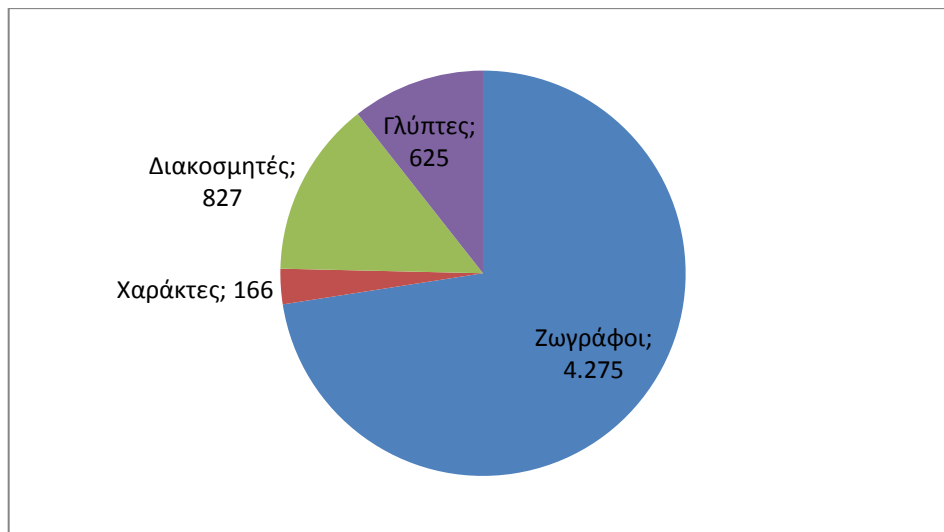


Πηγή: IFPI

## 11.9 Εικαστικοί και αίθουσες τέχνης

Σύμφωνα με το διάγραμμα 102 ο συνολικός αριθμός εικαστικών το 2015 στην Ελλάδα είναι 5.893 άτομα, εκ των οποίων 72,6% είναι ζωγράφοι (4.275 άτομα), 14% διακοσμητές, 10,6% γλύπτες και 2,8% χαράκτες. Οι άνδρες εικαστικοί είναι 46% του δείγματος και οι γυναίκες 54%.

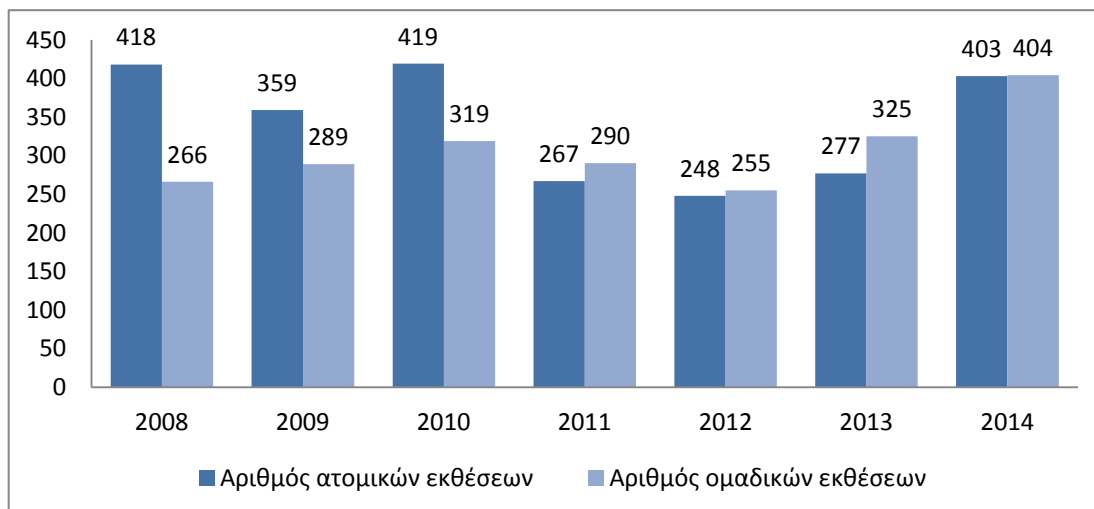
Διάγραμμα 101. Αριθμός εικαστικών (2015)



Πηγή: Επιμελητήριο Εικαστικών Τεχνών Ελλάδας, επεξεργασία Αλ. Μπαλτζής

Ο αριθμός ατομικών και ομαδικών εκθέσεων σε αίθουσες τέχνης αν και σημείωσε κάμψη την περίοδο 2010-2012, επανέκαμψε το 2014 και πλέον βρίσκεται στα προκρίσης επίπεδα του 2008 με αυξημένες τις ομαδικές εκθέσεις.

Διάγραμμα 102. Αριθμός ατομικών και ομαδικών εκθέσεων σε αίθουσες τέχνης, 2008-2014

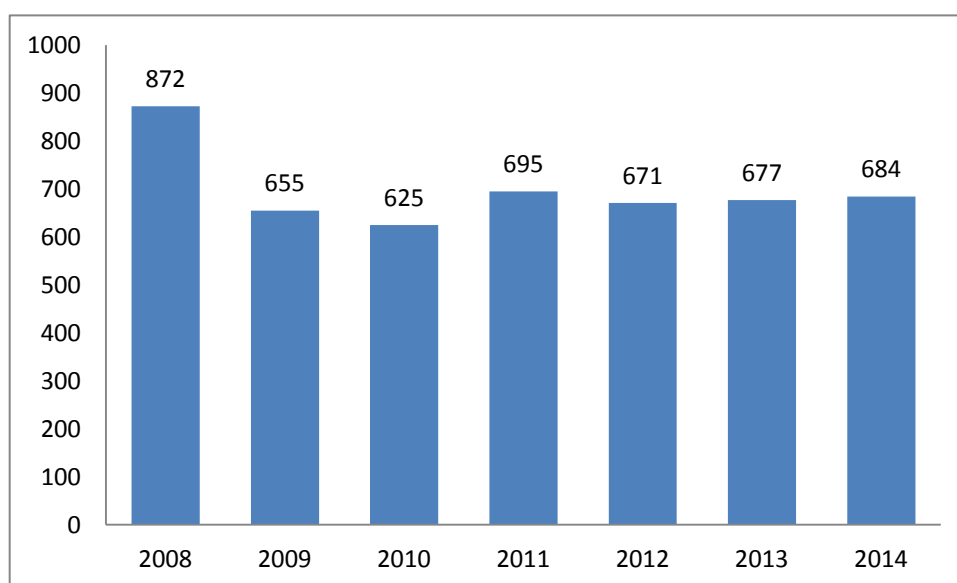


Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

## 11.10 Πολιτιστική εκπαίδευση

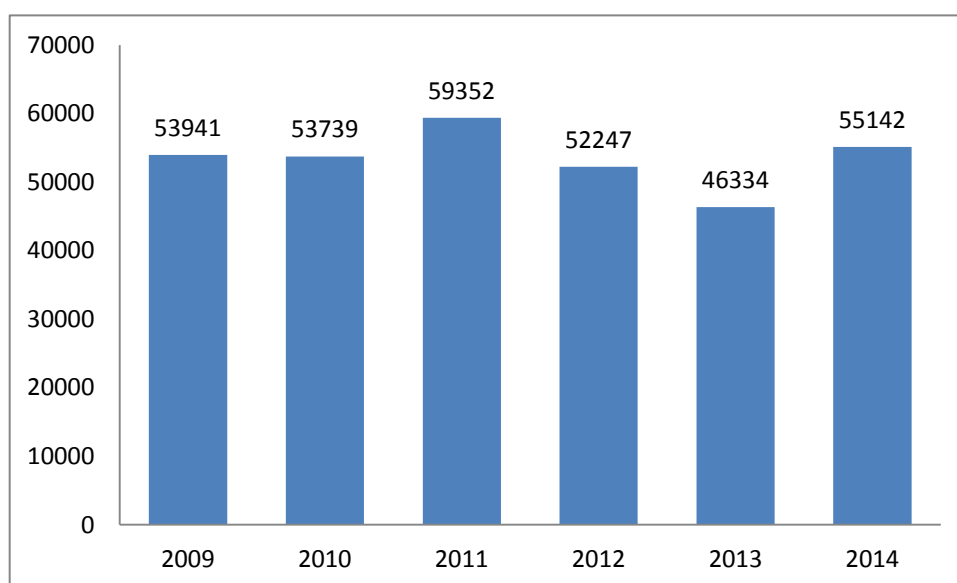
Παρ' όλη την οικονομική κρίση, ο αριθμός των σπουδαστών σε σχολές θεάτρου, χορού και στα ωδεία παραμένει σταθερός, ενώ ο αριθμός των αντίστοιχων σχολών σημείωσε κάμψη.

Διάγραμμα 103. Αριθμός σχολών θεάτρου, χορού και ωδεία, 2008-2014



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 104. Αριθμός σπουδαστών σε σχολές θεάτρου, χορού και ωδεία, 2009-2014



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ





## Παραρτήματα

Παράρτημα 1. Πίνακας Προστιθέμενης Αξίας Κλάδων Πολιτισμού και Δημιουργικότητας, Ελλάδα, 2008-2014 (σε εκ. €)

ΤΟΜΕΙΣ	ΚΩΔΙΚΟΣ	ΥΠΟ-ΤΟΜΕΙΣ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Μεταβολή 2008-14	% Μεταβολή 2008-14	Μεταβολή 2013-14	% Μεταβολή 2013-14	Θέση στην ΕΕ28 (2008)	Θέση στην ΕΕ28 (2014)
	1812	Άλλες εκτυπωτικές δραστηριότητες	108,8	127,5	138,4	102,8	85,1	61,7	78,7	-30,2	-27,7%	17,0	27,6%	15	17
	1813	Υπηρεσίες προεκτύπωσης και προεγγραφής μέσων	46,4	50,6	43,9	35,2	32,5	18,7	17,3	-29,2	-62,8%	-1,4	-7,5%	8	12
	1814	Βιβλιοδετικές και συναφείς δραστηριότητες	39,5	17,3	16,4	10,9	9,5	6,6	6,3	-33,2	-84,2%	-0,3	-4,6%	5	10
	1820	Αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	11,8	10,3	9,0	8,4	6,6	7,0	6,0	-5,8	-49,2%	-1,0	-13,7%	10	9
	3212	Κατασκευή κοσμημάτων και συναφών ειδών	73,1	102,6	89,3	83,3	77,9	67,9	65,2	-7,9	-10,8%	-2,7	-4,0%	6	7
	3213	Κατασκευή κοσμημάτων απομίμησης και συναφών ειδών	6,4	7,0	6,4	6,0	5,4	5,2	5,4	-1,0	-15,7%	0,1	2,9%	4	3
	3220	Κατασκευή μουσικών οργάνων	0,2	4,4	3,9	3,8	3,5	3,3	3,2	3,0	1500,0%	-0,1	-3,0%	21	12
	3240	Κατασκευή παιχνιδιών κάθε είδους	4,3	3,3	2,8	2,3	2,8	2,6	2,6	-1,8	-40,7%	0,0	0,0%	13	15
Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες			290,4	322,9	309,9	252,6	223,1	172,8	184,5	-106,0	-36,5%	11,7	6,8%		
	4761	Λιανικό εμπόριο βιβλίων σε ειδικευμένα καταστήματα	67,8	75,7	82,5	71,4	48,5	36,1	33,0	-34,8	-51,3%	-3,1	-8,6%	7	10
	4763	Λιανικό εμπόριο εγγραφών μουσικής και εικόνas σε ειδικευμένα καταστήματα	0,7	2,0	11,9	3,0	1,1	1,6	0,9	0,3	38,5%	-0,7	-43,8%	12	10
	7722	Ενοίκιαση βιντεοκασετών και δίσκων	23,3	8,0	12,9	12,2	12,9	7,1	5,9	-17,4	-74,8%	-1,2	-17,0%	3	1
Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών			91,7	85,7	107,3	86,6	62,5	44,8	39,8	-52,0	-56,7%	-5,0	-11,2%		

	5811	Έκδοση βιβλίων	295,5	308,0	254,1	254,1	186,8	178,8	180,7	-114,8	-38,8%	1,9	1,1%	5	8
	5813	Έκδοση εφημερίδων	295,7	285,1	257,7	131,2	130,4	106,6	120,2	-175,5	-59,4%	13,6	12,8%	10	11
	5814	Έκδοση περιοδικών κάθε είδους	157,2	167,5	98,2	141,1	66,5	56,6	55,8	-101,4	-64,5%	-0,8	-1,4%	11	14
	5819	Άλλες εκδοτικές δραστηριότητες	30,1	28,0	20,9	19,0	13,3	14,9	15,0	-15,1	-50,2%	0,1	0,7%	7	11
<i>Εκδόσεις</i>			778,5	788,6	630,9	545,4	397,0	356,9	371,7	-406,8	-52,3%	14,8	4,1%		
	5821	Έκδοση παιχνιδιών για ηλεκτρονικούς υπολογιστές	0,0	0,0	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0		13	15
	5829	Έκδοση άλλου λογισμικού	259,0	361,6	201,9	199,8	177,5	121,0	131,0	-128,0	-49,4%	10,0	8,3%	7	10
	6201	Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών συστημάτων	166,2	178,6	169,8	139,6	159,3	133,2	165,9	-0,3	-0,2%	32,7	24,5%	12	16
<i>Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ</i>			425,2	540,2	371,7	341,1	336,8	254,2	296,9	-128,4	-30,2%	42,7	16,8%		
	5911	Δραστηριότητες παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	297,0	179,6	107,3	100,4	93,5	71,0	143,1	-153,9	-51,8%	72,1	101,5%	5	12
	5912	Δραστηριότητες συνοδευτικές της παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	5,1	4,8	7,5	2,9	6,5	5,7	8,5	3,4	66,7%	2,8	49,1%	14	12
	5913	Δραστηριότητες διανομής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	40,3	50,8	43,4	31,5	23,1	12,1	9,4	-30,9	-76,7%	-2,7	-22,3%	8	12
	5914	Δραστηριότητες προβολής κινηματογραφικών ταινιών	41,5	51,2	16,3	10,4	16,3	19,3	12,1	-29,4	-70,8%	-7,2	-37,3%	9	12
	7420	Φωτογραφικές δραστηριότητες	107,7	121,7	125,3	74,9	62,0	21,9	23,4	-84,3	-78,3%	1,5	6,8%	10	14

	5920	Ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις	3,0	22,1	15,3	3,4	13,0	4,4	11,6	8,6	286,7%	7,2	163,6%	25	17
<i>Οπτικοακουστικά</i>			494,6	430,2	315,1	223,5	214,4	134,4	208,1	-286,5	-57,9%	73,7	54,8%		
	6010	Ραδιοφωνικές εκπομπές	99,5	115,2	79,5	105,5	77,6	56,0	65,2	-34,3	-34,5%	9,2	16,4%	7	7
	6020	Τηλεοπτικός προγραμματισμός και τηλεοπτικές εκπομπές	598,0	545,0	414,7	150,2	103,8	107,1	124,0	-474,0	-79,3%	16,9	15,8%	7	14
	6312	Δικτυακές πύλες	1,0	0,1	1,1	1,2	3,5	3,6	4,7	3,7	370,0%	1,1	30,6%		
	6391	Δραστηριότητες πρακτορείων ειδήσεων	1,0	2,0	3,0	9,1	1,2	8,5	8,8	7,8	780,0%	0,3	3,5%	26	19
<i>Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία</i>			699,5	662,3	498,3	266,0	186,1	175,2	202,7	-496,8	-71,0%	27,5	15,7%		
	7111	Δραστηριότητες αρχιτεκτόνων	1022,1	807,9	662,1	607,0	500,1	276,0	232,6	-789,5	-77,2%	-43,4	-15,7%	6	12
<i>Αρχιτεκτονική</i>			1022,1	807,9	662,1	607,0	500,1	276,0	232,6	-789,5	-77,2%	-43,4	-15,7%		
	7311	Διαφημιστικά γραφεία	446,3	429,7	346,6	352,1	319,9	261,0	271,2	-175,1	-39,2%	10,2	3,9%	13	13
<i>Διαφήμιση</i>			446,3	429,7	346,6	352,1	319,9	261,0	271,2	-175,1	-39,2%	10,2	3,9%		
	7410	Δραστηριότητες ειδικευμένου σχεδίου	55,9	106,3	37,6	28,2	43,4	22,9	29,3	-26,6	-47,6%	6,4	27,9%	12	14
<i>Ειδικευμένο σχέδιο</i>			55,9	106,3	37,6	28,2	43,4	22,9	29,3	-26,6	-47,6%	6,4	27,9%		
	90	Δημιουργικές δραστηριότητες, τέχνες και διασκέδαση	336,0	275,6	246,3	246,9	215,8	212,8	198,6	-137,4	-40,9%	-14,2	-6,7%		
<i>Τέχνες και διασκέδαση</i>			336,0	275,6	246,3	246,9	215,8	212,8	198,6	-137,4	-40,9%	-14,2	-6,7%		
	91	Δραστηριότητες βιβλιοθηκών, αρχειοφυλακείων, μουσείων και λουτρές πολιτιστικές δραστηριότητες	91,2	76,8	74,4	77,6	65,6	76	88,8	-2,4	-2,6%	12,8	16,8%		
<i>Βιβλιοθήκες και μουσεία</i>			91,2	76,8	74,4	77,6	65,6	76	88,8	-2,4	-2,6%	12,8	16,8%		
		<b>Σύνολο</b>	<b>4731,4</b>	<b>4526,0</b>	<b>3600,1</b>	<b>3026,8</b>	<b>2564,7</b>	<b>1986,9</b>	<b>2124,1</b>	<b>-2607,3</b>	<b>-55,1%</b>	<b>137,2</b>	<b>6,9%</b>		

Παράρτημα 2. Πίνακας πωλήσεων Κλάδων Πολιτισμού και Δημιουργικότητας, Ελλάδα, 2008-2014 (σε εκ. €)

ΤΟΜΕΙΣ	ΚΩΔΙΚΟΣ	ΥΠΟ-ΤΟΜΕΙΣ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Μεταβολή 2008-14	% Μεταβολή 2008-14	Μεταβολή 2013-14	% Μεταβολή 2013-14	Θέση στην ΕΕ28 (2008)	Θέση στην ΕΕ28 (2014)
	1812	Άλλες εκτυπωτικές δραστηριότητες	277,2	277,95	265,95	224,55	207,15	186,95	186,75	-90,5	-33%	-0,2	0%	17	17
	1813	Υπηρεσίες προεκτύπωσης και προεγγραφής μέσων	89,05	87,95	71,6	63,7	57,5	40	35,95	-53,1	-60%	-4,05	-10%	10	13
	1814	Βιβλιοδετικές και συναφείς δραστηριότητες	74,5	62,8	56,3	35,9	18,4	14,5	13,85	-60,7	-81%	-0,65	-4%	5	10
	1820	Αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	24,25	17,5	16,3	15,05	10,35	12,15	9,1	-15,2	-62%	-3,05	-25%	11	9
	3212	Κατασκευή κοσμημάτων και συναφών ειδών	199,2	195,1	165	167,5	134,4	124,4	128,5	-70,7	-35%	4,1	3%	7	9
	3213	Κατασκευή κοσμημάτων απομίμησης και συναφών ειδών	18,8	17,75	16,3	18	11,2	10,75	11,4	-7,4	-39%	0,65	6%	4	4
	3220	Κατασκευή μουσικών οργάνων	1,2	1,1	1,1	4,1	2,7	2,7	2,8	1,6	133%	0,1	4%	17	15
	3240	Κατασκευή παιχνιδιών κάθε είδους	25,25	19,65	16,75	8,65	7,5	7,55	7,95	-17,3	-69%	0,4	5%	11	15
Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες			709,45	679,8	609,3	537,45	449,2	399	396,3	-313,2	-44%	-2,7	-1%		
	4761	Λιανικό εμπόριο βιβλίων σε ειδικευμένα καταστήματα	359,3	351,65	325,35	296,75	249,6	232,85	243,95	-115,4	-32%	11,1	5%	6	9
	4763	Λιανικό εμπόριο εγγραφών μουσικής και εικόνas σε ειδικευμένα καταστήματα	75,75	73	53,25	28,05	6	8,6	9,15	-66,6	-88%	0,55	6%	5	11
	7722	Ενοικίαση βιντεοκασετών και δίσκων	53,15	51,15	46,75	42,45	35,9	22,05	35,25	-17,9	-34%	13,2	60%	6	3
Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών			488,2	475,8	425,35	367,25	291,5	263,5	288,35	-199,85	-41%	24,85	9%		

	5811	Έκδοση βιβλίων	743,5	793,7	693,7	617,6	504,8	491,8	490,4	-253,1	-34%	-1,4	0%	6	8
	5813	Έκδοση εφημερίδων	1052,6	899,9	728,4	417,7	389,4	355,2	394,1	-658,5	-63%	38,9	11%	8	11
	5814	Έκδοση περιοδικών κάθε είδους	506,3	510,2	365,5	303,9	231,8	213,4	187,6	-318,7	-63%	-25,8	-12%	11	13
	5819	Άλλες εκδοτικές δραστηριότητες	77	75	63	53	45,4	39,6	44,5	-32,5	-42%	4,9	12%	8	13
Εκδόσεις			2379,4	2278,8	1850,6	1392,2	1171,4	1100	1116,6	-1262,8	-53%	16,6	2%		
	5821	Έκδοση παιχνιδιών για ηλεκτρονικούς υπολογιστές	0	0	0	8,3	0	0	0	0,0		0		14	17
	5829	Έκδοση άλλου λογισμικού	559,2	582,2	485,3	391,6	321,3	204	208	-351,2	-63%	4	2%	5	11
	6201	Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών συστημάτων	353,6	387,75	388,5	291,9	273,55	326,35	397,55	44,0	12%	71,2	22%	12	13
Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ			912,8	969,95	873,8	691,8	594,85	530,35	605,55	-307,25	-34%	75,2	14%		
	5911	Δραστηριότητες παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	484	499,1	378,8	237,8	197,2	189,5	195,8	-288,2	-60%	6,3	3%	9	13
	5912	Δραστηριότητες συνοδευτικές της παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	7,8	8,2	11,3	8,7	10,2	10,2	13,1	5,3	68%	2,9	28%	16	15
	5913	Δραστηριότητες διανομής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	73,2	219,4	62,4	48,6	40,3	45,1	31,8	-41,4	-57%	-13,3	-29%	11	13
	5914	Δραστηριότητες προβολής κινηματογραφικών ταινιών	134,7	136,1	47,1	32,1	62,4	58,6	50,2	-84,5	-63%	-8,4	-14%	10	13

	5920	Ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις	42,7	57,2	46,3	33,8	27,7	10,6	13,4	-29,3	-69%	2,8	26%	15	19
	7420	Φωτογραφικές δραστηριότητες	357,2	332,5	274,5	182,1	147,5	83,8	85,4	-271,8	-76%	1,6	2%	9	13
Οπτικοακουστικά			1099,6	1252,5	820,4	543,1	485,3	397,8	389,7	-709,9	-65%	-8,1	-2%		
	6010	Ραδιοφωνικές εκπομπές	146,5	151,2	133,6	103,6	83,6	54,9	50,8	-95,7	-65%	-4,1	-7%	8	11
	6020	Τηλεοπτικός προγραμματισμός και τηλεοπτικές εκπομπές	1239,1	1192,2	887,8	439	177,5	186,5	251,9	-987,2	-80%	65,4	35%	8	14
	6312	Δικτυακές πύλες	0,6	0,6	1,9	2,1	5,7	9,3	9,3	8,7	1450 %	0	0%	19	18
	6391	Δραστηριότητες πρακτορείων ειδήσεων	0,1	0,3	1,2	2,4	2	2	3,8	3,7	3700 %	1,8	90%	27	26
Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία			1386,3	1344,3	1024,5	547,1	268,8	252,7	315,8	-1070,5	-77%	63,1	25%		
	7111	Δραστηριότητες αρχιτεκτόνων	2.256,0	1.954,2	1.456,1	1.185,9	983,4	682,6	634,1	-1621,9	-72%	-48,5	-7%	6	12
Αρχιτεκτονική			2.256,0	1.954,2	1.456,1	1.185,9	983,4	682,6	634,1	-1621,9	-72%	-48,5	-7%		
	7311	Διαφημιστικά γραφεία	2568,9	2332,7	1812,9	1548,8	1365,8	1247,7	1127,3	-1441,6	-56%	-120,4	-10%	11	13
Διαφήμιση			2568,9	2332,7	1812,9	1548,8	1365,8	1247,7	1127,3	-1441,6	-56%	-120,4	-10%		
	7410	Δραστηριότητες ειδικευμένου σχεδίου	138,9	140,4	119,3	65,0	55,2	51,6	51,6	-87,3	-63%	0	0%	11	14
Ειδικευμένο σχέδιο			138,9	140,4	119,3	65,0	55,2	51,6	51,6	-87,3	-63%	0	0%		
	90	Δημιουργικές δραστηριότητες, τέχνες και διασκέδαση	560,0	459,3	410,5	411,5	359,7	354,7	331,0	-229,0	-41%	-23,7	-7%		
Τέχνες και διασκέδαση			560,0	459,3	410,5	411,5	359,7	354,7	331,0	-229,0	-41%	-23,7	-7%		
	91	Δραστηριότητες βιβλιοθηκών, αρχαιοφυλακείων, μουσείων και λοιπές πολιτιστικές δραστηριότητες	114	96	93	97	82	95	111	-3,0	-3%	16	17%		
Βιβλιοθήκες και μουσεία			114	96	93	97	82	95	111	-3,0	-3%	16	17%		
		Σύνολο	12.613,6	11.983,8	9.495,7	7.387,1	6.107,1	5.374,9	5.367,3	-7246,2	-57%	-7,6	-0,1%		

Παράρτημα 3. Πίνακας αριθμού εργαζομένων Κλάδων Πολιτισμού και Δημιουργικότητας, Ελλάδα, 2008-2014

ΤΟΜΕΙΣ	ΚΩΔΙΚΟΣ	ΥΠΟ-ΤΟΜΕΙΣ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Μεταβολή 2008-14	% Μεταβολή 2008-14	Μεταβολή 2013-14	% Μεταβολή 2013-14	Θέση στην ΕΕ28 (2008)	Θέση στην ΕΕ28 (2014)
	1812	Άλλες εκτυπωτικές δραστηριότητες	3557	3197	3276	2878	2882	2743	2528	-1029	-28,9%	-215	-7,8%	16	16
	1813	Υπηρεσίες προεκτύπωσης και προεγγραφής μέσων	1892	1738	1499	1393	1230	1011	918	-975	-51,5%	-93	-9,2%	10	9
	1814	Βιβλιοδετικές και συναφείς δραστηριότητες	1540	1361	1281	912	392	331	296	-1245	-80,8%	-35	-10,6%	6	10
	1820	Αναπαραγωγή προεγγραμμένων μέσων	344	298	298	241	196	243	229	-115	-33,5%	-15	-6,0%	9	8
	3212	Κατασκευή κοσμημάτων και συναφών ειδών	5124	4861	4537	4506	3842	4092	3827	-1297	-25,3%	-265	-6,5%	6	5
	3213	Κατασκευή κοσμημάτων απομίμησης και συναφών ειδών	409	451	406	418	258	292	300	-109	-26,6%	8	2,7%	4	5
	3220	Κατασκευή μουσικών οργάνων	228	118	113	135	177	200	188	-40	-17,5%	-12	-6,0%	11	10
	3240	Κατασκευή παιχνιδιών κάθε είδους	247	142	112	61	135	152	144	-103	-41,8%	-9	-5,6%	14	14
Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες			13340	12165	11522	10543	9110	9063	8428	-4912	-36,8%	-635	-7,0%		
	4761	Λιανικό εμπόριο βιβλίων σε ειδικευμένα καταστήματα	4713	4812	4213	4026	3794	3709	3907	-806	-17,1%	198	5,3%	6	7
	4763	Λιανικό εμπόριο εγγραφών μουσικής και εικόνας σε ειδικευμένα καταστήματα	731	731	703	515	390	417	400	-331	-45,3%	-17	-4,0%	6	4
	7722	Ενοικίαση βιντεοκασετών και δίσκων	1623	1543	1778	1800	1773	1461	1602	-21	-1,3%	142	9,7%	5	2
Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών			7066	7086	6693	6340	5956	5586	5909	-1157	-16,4%	323	5,8%		
	5811	Έκδοση βιβλίων	9214	8034	8107	7020	6640	6572	6536	-2678	-29,1%	-36	-0,5%	6	6
	5813	Έκδοση εφημερίδων	10461	9699	9019	6685	6199	5930	6291	-4170	-39,9%	361	6,1%	6	9



	5814	Έκδοση περιοδικών κάθε είδους	6061	5144	4376	3741	2966	2891	2769	-3292	-54,3%	-122	-4,2%	8	12
	5819	Άλλες εκδοτικές δραστηριότητες	952	952	931	931	758	626	628	-324	-34,0%	2	0,3%	9	12
Εκδόσεις			26688	23829	22433	18377	16563	16019	16224	-10464	-39,2%	205	1,3%		
	5821	Έκδοση παιχνιδιών για ηλεκτρονικούς υπολογιστές	0	0	0	24	0	0	0	0		0		16	18
	5829	Έκδοση άλλου λογισμικού	5203	4956	4542	5101	4665	3869	3869	-1334	-25,6%	0	0,0%	5	7
	6201	Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών συστημάτων	4083	4203	4263	4072	4843	5152	5468	1385	33,9%	316	6,1%	14	15
Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ			9286	9159	8805	9197	9508	9021	9337	51	0,5%	316	3,5%		
	5911	Δραστηριότητες παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	6573	4085	3525	3232	3098	3137	3192	-3381	-51,4%	55	1,8%	8	13
	5912	Δραστηριότητες συνοδευτικές της παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	308	338	694	330	428	557	595	287	93,2%	38	6,8%	13	9
	5913	Δραστηριότητες διανομής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	392	1759	590	504	461	420	337	-55	-14,0%	-83	-19,8%	9	8
	5914	Δραστηριότητες προβολής κινηματογραφικών ταινιών	1714	1786	963	592	798	728	691	-1023	-59,7%	-37	-5,1%	8	12
	7420	Φωτογραφικές δραστηριότητες	4426	5034	4722	5498	5163	4521	4525	99	2,2%	4	0,1%	6	7
	5920	Ηχογραφήσεις και	955	876	821	358	476	314	406	-549	-57,5%	92	29,3%	11	17

		μουσικές εκδόσεις													
<i>Οπτικοακουστικά</i>			14368	13878	11315	10514	10424	9677	9746	-4622	-32,2%	69	0,7%		
	6010	Ραδιοφωνικές εκπομπές	6668	5271	5216	4306	4090	3345	3493	-3175	-47,6%	148	4,4%	4	8
	6020	Τηλεοπτικός προγραμματισμός και τηλεοπτικές εκπομπές	9233	9492	8738	3876	2527	2621	3392	-5841	-63,3%	771	29,4%	6	12
	6312	Δικτυακές πύλες	9	9	28	79	116	140	155	146	1622,2%	15	10,7%		
	6391	Δραστηριότητες πρακτορείων ειδήσεων	0	0	0	283	24	282	317	317		35	12,4%	27	21
<i>Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία</i>			15910	14772	13982	8544	6757	6388	7357	-8553	-53,8%	969	15,2%		
	7111	Δραστηριότητες αρχιτεκτόνων	29371	28778	33398	27905	26217	21241	21223	-8148	-27,7%	-18	-0,1%	6	8
<i>Αρχιτεκτονική</i>			29371	28778	33398	27905	26217	21241	21223	-8148	-27,7%	-18	-0,1%		
	7311	Διαφημιστικά γραφεία	12584	12627	12501	12083	11857	11831	11370	-1214	-9,6%	-461	-3,9%	13	12
<i>Διαφήμιση</i>			12584	12627	12501	12083	11857	11831	11370	-1214	-9,6%	-461	-3,9%		
	7410	Δραστηριότητες ειδικευμένου σχεδίου	2398	2736	2652	2483	2392	2392	2394	-4	-0,2%	2	0,1%	12	14
<i>Ειδικευμένο σχέδιο</i>			2398	2736	2652	2483	2392	2392	2394	-4	-0,2%	2	0,1%		
	90	Δημιουργικές δραστηριότητες, τέχνες και διασκέδαση	12600	9300	8300	9700	9800	12500	11200	-1400	-11,1%	-1300	-10,4%	19	18
<i>Τέχνες και διασκέδαση</i>			12600	9300	8300	9700	9800	12500	11200	-1400	-11,1%	-1300	-10,4%		
	91	Δραστηριότητες βιβλιοθηκών, αρχειοφυλακείων, μουσείων και λοιπές πολιτιστικές δραστηριότητες	13300	10200	8500	7700	6700	6500	7500	-5800	-43,6%	1000	15,4%	12	19
<i>Βιβλιοθήκες και μουσεία</i>			13300	10200	8500	7700	6700	6500	7500	-5800	-43,6%	1000	15,4%		
		<b>Σύνολο</b>	<b>156911</b>	<b>144529</b>	<b>140100</b>	<b>123386</b>	<b>115283</b>	<b>110218</b>	<b>110688</b>	<b>-46223</b>	<b>-29,5%</b>	<b>470</b>	<b>0,4%</b>		

Παράρτημα 4. Πίνακας αριθμού επιχειρήσεων Κλάδων Πολιτισμού και Δημιουργικότητας, Ελλάδα, 2008-2014

ΤΟΜΕΙΣ	ΚΩΔΙΚΟΣ	ΥΠΟ-ΤΟΜΕΙΣ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Μεταβολή ή 2008- 14	% Μεταβολή ή 2008- 14	Μεταβολή ή 2013- 14	% Μεταβολή ή 2013- 14	Θέση στην ΕΕ28 (2008)	Θέση στην ΕΕ28 (2014)
	1812	Άλλες εκτυπωτικές δραστηριότητες	972	992	960	898	704	675	640	-332	-34,2%	-35	-5,2%	9	13
	1813	Υπηρεσίες προεκτύπωσης και προεγγραφής μέσων	499	511	489	457	397	382	363	-136	-27,3%	-19	-5,0%	9	10
	1814	Βιβλιοδετικές και συναφείς δραστηριότητες	141	143	138	118	90	86	81	-60	-42,3%	-5	-5,3%	10	12
	1820	Αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	51	52	51	50	40	41	39	-12	-22,8%	-2	-3,7%	13	14
	3212	Κατασκευή κοσμημάτων και συναφών ειδών	2.319	2.255	2.137	1.939	1.729	1.960	1.811,0	-508	-21,9%	-149	-7,6%	5	6
	3213	Κατασκευή κοσμημάτων απομίμησης και συναφών ειδών	141	137	130	119	99	116	107	-34	-24,1%	-9	-7,4%	4	8
	3220	Κατασκευή μουσικών οργάνων	106	103	98	94	83	97	87,0	-19	-17,9%	-10	-10,3%	12	9
	3240	Κατασκευή παιχνιδιών κάθε είδους	77	75	69	56	65	75	70	-7	-8,5%	-5	-6,7%	10	10
Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες			4304	4266	4071	3731	3206	3430	3197	-1107	-25,7%	-233	-6,8%		
	4761	Λιανικό εμπόριο βιβλίων σε ειδικευμένα καταστήματα	1810	1828	1829	1615	1613	1579	1580	-230	-12,7%	2	0,1%	4	4
	4763	Λιανικό εμπόριο εγγραφών μουσικής και εικόνας σε ειδικευμένα καταστήματα	204	205	204	203	198	212	210	6	2,9%	-2	-0,7%	4	3
	7722	Ενοικίαση βιντεοκασετών και δίσκων	978	987	769	767	692	677	678	-301	-30,7%	1	0,1%	2	1
Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών			2992	3019	2802	2584	2503	2467	2468	-525	-17,5%	1	0,0%		
	5811	Έκδοση βιβλίων	1273	1262	1149	1149	1126	1124	1123	-150	-11,8%	-1	-0,1%	8	9

	5813	Έκδοση εφημερίδων	518	509	472	471	711	710	710	192	37,1%	0	0,0%	3	3
	5814	Έκδοση περιοδικών κάθε είδους	741	768	731	726	533	532	529	-212	-28,6%	-3	-0,6%	9	9
	5819	Άλλες εκδοτικές δραστηριότητες	246	251	206	200	226	226	225	-21	-8,5%	-1	-0,4%	7	12
<i>Εκδόσεις</i>			2778	2790	2558	2546	2596	2592	2587	-191	-6,9%	-5	-0,2%		
	5821	Έκδοση παιχνιδιών για ηλεκτρονικούς υπολογιστές	0	0	0	7	0	0	0	0		0		18	22
	5829	Έκδοση άλλου λογισμικού	859	855	845	829	826	821	820	-39	-4,5%	-1	-0,1%	7	8
	6201	Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών συστημάτων	1373	1374	1230	1230	1182	1183	1184	-190	-13,8%	1	0,1%	14	15
<i>Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ</i>			2232	2229	2075	2066	2008	2004	2004	-229	-10,2%	0	0,0%		
	5911	Δραστηριότητες παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	1248	1292	1217	1214	1178	1178	1176	-72	-5,8%	-2	-0,2%	11	14
	5912	Δραστηριότητες συνοδευτικές της παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	230	271	255	255	308	348	354	124	53,9%	6	1,7%	7	10
	5913	Δραστηριότητες διανομής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	192	193	178	144	111	120	116	-76	-39,6%	-4	-3,3%	6	8
	5914	Δραστηριότητες προβολής κινηματογραφικών ταινιών	233	210	200	192	187	183	178	-55	-23,6%	-5	-2,7%	3	5
	5920	Ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις	372	320	269	268	244	230	247	-125	-33,6%	17	7,4%	11	17

	7420	Φωτογραφικές δραστηριότητες	3672	3700	3341	2986	2984	2884	2885	-787	-21,4%	1	0,0%	9	9
<i>Οπτικοακουστικά</i>			5947	5986	5460	5059	5012	4943	4956	-991	-16,7%	13	0,3%		
	6010	Ραδιοφωνικές εκπομπές	947	864	818	815	766	748	741	-206	-21,8%	-7	-0,9%	4	4
	6020	Τηλεοπτικός προγραμματισμός και τηλεοπτικές εκπομπές	279	289	262	262	283	283	279	0	0,0%	-4	-1,4%	6	6
	6312	Δικτυακές πύλες	3	3	4	11	22	27	29	26	866,7%	2	7,4%		
	6391	Δραστηριότητες πρακτορειών ειδήσεων	0	0	0	7	7	10	22	22		12	120,0%	27	22
<i>Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία</i>			1229	1156	1084	1095	1078	1068	1071	-158	-12,9%	3	0,3%		
	7111	Δραστηριότητες αρχιτεκτόνων	27175	27532	25368	23073	21688	16693	16592	-10583	-38,9%	-101	-0,6%	4	6
<i>Αρχιτεκτονική</i>			27175	27532	25368	23073	21688	16693	16592	-10583	-38,9%	-101	-0,6%		
	7311	Διαφημιστικά γραφεία	4926	4933	4932	4540	4407	4238	4166	-760	-15,4%	-72	-1,7%	12	14
<i>Διαφήμιση</i>			4926	4933	4932	4540	4407	4238	4166	-760	-15,4%	-72	-1,7%		
	7410	Δραστηριότητες ειδικευμένου σχεδίου	2316	2319	2110	1816	1203	1165	1166	-1150	-49,7%	1	0,1%	10	14
<i>Ειδικευμένο σχέδιο</i>			2316	2319	2110	1816	1203	1165	1166	-1150	-49,7%	1	0,1%		
	90	Δημιουργικές δραστηριότητες, τέχνες και διασκέδαση	9555	9953	8759	8361	9157	7963	7564	-1991	-20,8%	-398	-5,0%		
<i>Τέχνες και διασκέδαση</i>			9555	9685	8759	8361	9157	7963	7564	-1991	-20,8%	-398	-5,0%		
	91	Δραστηριότητες βιβλιοθηκών, αρχειοφυλακείων, μουσείων και λοιπές πολιτιστικές δραστηριότητες	905	925	724	715	663	630	600,0	-305	-33,7%	-30	-4,8%		
<i>Βιβλιοθήκες και μουσεία</i>			905	925	724	715	663	630	600	-305	-33,7%	-30	-4,8%		
<b>Σύνολο</b>			<b>64359</b>	<b>64840</b>	<b>59942</b>	<b>55585</b>	<b>53519</b>	<b>47191</b>	<b>46370</b>	<b>-17988</b>	<b>-27,9%</b>	<b>-821</b>	<b>-1,7%</b>		

## Παράρτημα 5. Πίνακες άμεσων και έμμεσων επιδράσεων πολλαπλασιαστών

Πίνακας 18. Πολλαπλασιαστές εγχώριας παραγωγής

Κλάδοι	Άμεση επίδραση (1)	Έμμεση επίδραση (2)	Μερικός πολλαπλασιαστής (1) + (2)
Εκτυπώσεις και παραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	1	0,5053	<b>1,5053</b>
Εκδοτικές δραστηριότητες	1	0,4718	<b>1,4718</b>
Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων, ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις· δραστηριότητες προγραμματισμού και ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών	1	1,0477	<b>2,0477</b>
Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες· δραστηριότητες υπηρεσιών πληροφορίας	1	0,4490	<b>1,4490</b>
Διαφήμιση και έρευνα αγοράς	1	1,3116	<b>2,3116</b>

Πίνακας 19. Πολλαπλασιαστές εισοδήματος εργασίας

Κλάδοι	Άμεση επίδραση (1)	Έμμεση επίδραση (2)	Μερικός πολλαπλασιαστής (1) + (2)
Εκτυπώσεις και παραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	0,2507	0,1117	<b>0,3624</b>
Εκδοτικές δραστηριότητες	0,2175	0,1033	<b>0,3208</b>
Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων, ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις· δραστηριότητες προγραμματισμού και ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών	0,2191	0,1902	<b>0,4093</b>
Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες· δραστηριότητες υπηρεσιών πληροφορίας	0,2709	0,0964	<b>0,3673</b>
Διαφήμιση και έρευνα αγοράς	0,0612	0,2594	<b>0,3206</b>

**Πίνακας 20. Πολλαπλασιαστές ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας**

<b>Κλάδοι</b>	<b>Άμεση επίδραση (1)</b>	<b>Έμμεση επίδραση (2)</b>	<b>Μερικός πολλαπλασιαστής (1) + (2)</b>
Εκτυπώσεις και παραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	0,4460	0,2601	<b>0,7061</b>
Εκδοτικές δραστηριότητες	0,6202	0,2596	<b>0,8798</b>
Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων, ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις· δραστηριότητες προγραμματισμού και ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών	0,3050	0,4753	<b>0,7803</b>
Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες· δραστηριότητες υπηρεσιών πληροφορίας	0,6401	0,2480	<b>0,8881</b>
Διαφήμιση και έρευνα αγοράς	0,0977	0,6240	<b>0,7217</b>

**Πίνακας 21. Πολλαπλασιαστές απασχόλησης (για μεταβολή 10.000)**

<b>Κλάδοι</b>	<b>Άμεση επίδραση (1)</b>	<b>Έμμεση επίδραση (2)</b>	<b>Μερικός πολλαπλασιαστής (1) + (2)</b>
Εκτυπώσεις και παραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	0,2478	0,0531	<b>0,3009</b>
Εκδοτικές δραστηριότητες	0,0392	0,0477	<b>0,0868</b>
Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων, ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις· δραστηριότητες προγραμματισμού και ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών	0,0834	0,1023	<b>0,1856</b>
Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες· δραστηριότητες υπηρεσιών πληροφορίας	0,1228	0,0424	<b>0,1652</b>
Διαφήμιση και έρευνα αγοράς	0,0525	0,1351	<b>0,1876</b>

Πίνακας 22. Πολλαπλασιαστές εισαγωγών

Κλάδοι	Άμεση επίδραση (1)	Έμμεση επίδραση (2)	Μερικός πολλαπλασιαστής (1) + (2)
Εκτυπώσεις και παραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	0,1952	0,0533	<b>0,2486</b>
Εκδοτικές δραστηριότητες	0,0500	0,0357	<b>0,0858</b>
Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων, ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις· δραστηριότητες προγραμματισμού και ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών	0,0742	0,0792	<b>0,1534</b>
Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες· δραστηριότητες υπηρεσιών πληροφορίας	0,0471	0,0327	<b>0,0797</b>
Διαφήμιση και έρευνα αγοράς	0,0940	0,0972	<b>0,1911</b>



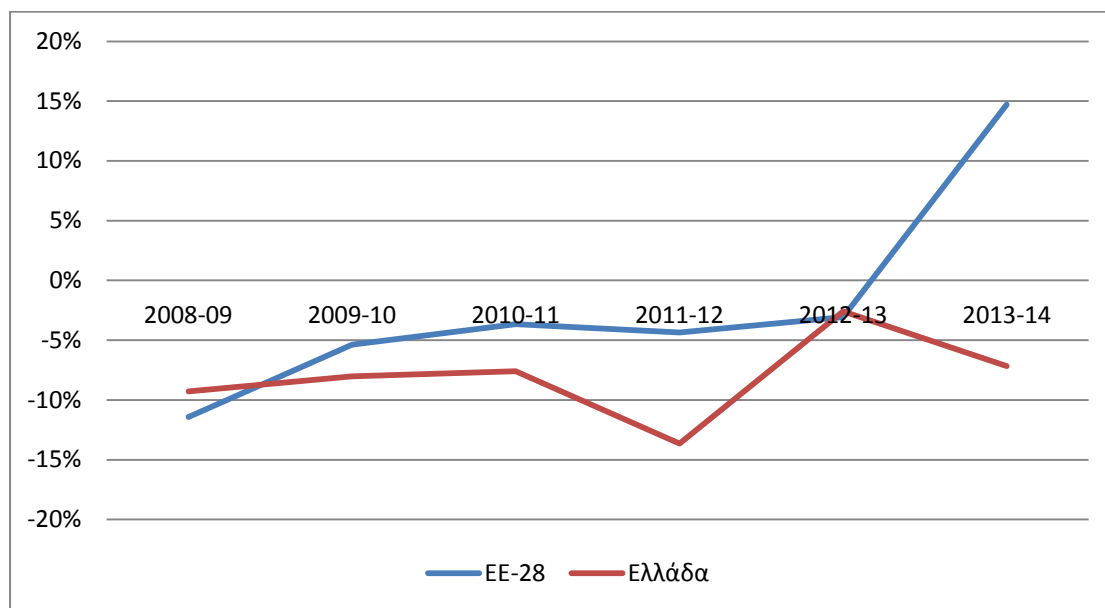
## Παράρτημα 6. Πίνακας εισαγωγών εξαγωγών 2008 και 2014, Ελλάδα

Προϊόντα	Εισαγωγές						Εξαγωγές						Διαφορές					
	Ενδο-ΕΕ		Εκτός ΕΕ		Σύνολο		Ενδο-ΕΕ		Εκτός ΕΕ		Σύνολο		Ενδο-ΕΕ		Εκτός ΕΕ		Σύνολο	
	Εισαγωγές από ΕΕ 2008	Εισαγωγές από ΕΕ 2014	Εισαγωγές εκτός ΕΕ 2008	Εισαγωγές εκτός ΕΕ 2014	Σύνολο εισαγωγών 2008	Σύνολο εισαγωγών 2014	Εξαγωγές εντός ΕΕ 2008	Εξαγωγές εντός ΕΕ 2014	Εξαγωγές εκτός ΕΕ 2008	Εξαγωγές εκτός ΕΕ 2014	Σύνολο εξαγωγών 2008	Σύνολο εξαγωγών 2014	Καθαρές εξαγωγές από ΕΕ 2008	Καθαρές εξαγωγές από ΕΕ 2014	Καθαρές εξαγωγές εκτός ΕΕ 2008	Καθαρές εξαγωγές εκτός ΕΕ 2014	Ισοζύγιο 2008	Ισοζύγιο 2014
Αντίκες, γραμματοσήμα, συλλογές και αντικείμενα συλλέκτη	1.377	293	6.199	708	7.576	1.001	86	114	5.875	361	5.961	475	-1.291	-179	-324	-347	-1.615	-526
Έργα τέχνης	6.150	3.509	14.502	3.514	20.652	7.023	4.479	2.242	7.278	3.549	11.757	5.791	-1.671	-1.267	-7.224	35	-8.895	-1.232
Μουσικά όργανα	13.301	6.914	8.867	3.361	22.168	10.275	672	288	304	125	976	413	-12.629	-6.626	-8.563	-3.236	-21.192	-9.862
Γιλέκτα, υφασμάτα, κεντήματα σε τόπια και ταπετσαρίες	16.846	6.384	22.794	23.522	39.640	29.906	23.365	14604	10.385	10224	33.750	24.828	6.519	8.220	-12.409	-13.298	-5.890	-5.078
Φωτογραφικές πλάκες και φιλμ	880	311	18	6	898	317	5	0,5	1	0	6	1	-876	-311	-17	-6	-893	-317
Βιβλία	74.456	35.762	28.812	5.470	103.268	41.232	47.132	19.892	12.162	20.677	59.294	40.569	-27.324	-15.870	-16.650	15.207	-43.974	-663
Εφημερίδες και περιοδικά	37.928	12.880	9.133	3.824	47.061	16.704	13.089	2817	1.450	38	14.539	2.855	-24.839	-10.063	-7.683	-3.786	-32.522	-13.849
Χάρτες	7.699	7.629	327	70	8.026	7.699	681	217	2.731	5.894	3.412	6.111	-7.018	-7.412	2.404	5.824	-4.614	-1.588
Κινηματογραφικό φιλμ; Βιντεοπαιχνίδια και κονσόλες	73.414	41.522	3.559	2.295	76.973	43.817	14.666	12.547	1.993	1.926	16.659	14.473	-58.748	-28.975	-1.566	-369	-60.314	-29.344
Ηχογραφήματα μέσα	42.219	22.568	1.889	440	44.108	23.008	29.532	13167	1.572	1.411	31.104	14.578	-12.687	-9.401	-317	971	-13.004	-8.430
Σχέδια και σκαριφήματα για αρχιτεκτονικούς ή άλλους παρόμοιους σκοπούς	436	69	56	94	492	163	645	47	3	204	648	251	209	-22	-53	110	156	88
<b>Σύνολο</b>	<b>274.705</b>	<b>137.840</b>	<b>96.155</b>	<b>43.304</b>	<b>370.860</b>	<b>181.144</b>	<b>134.353</b>	<b>65.936</b>	<b>43.753</b>	<b>44.407</b>	<b>178.106</b>	<b>110.343</b>	<b>-140.352</b>	<b>-71.904</b>	<b>-52.402</b>	<b>1.103</b>	<b>192.754</b>	<b>-70.801</b>

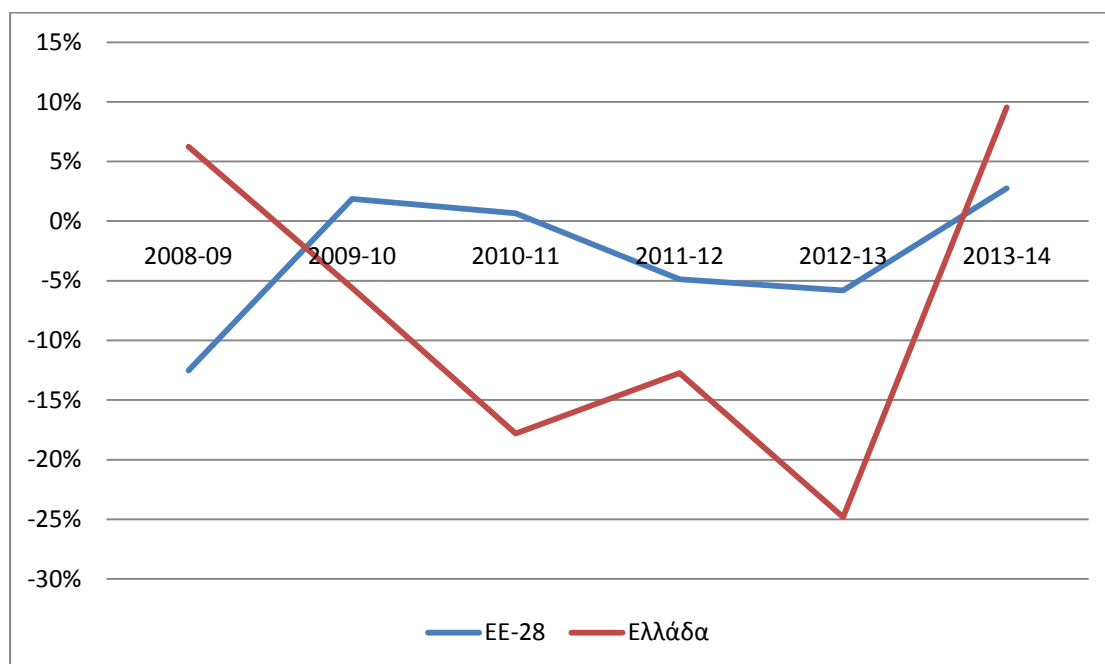
## Παράρτημα 7. Κλαδικές αναλύσεις βασικών μεγεθών για Ελλάδα και ΕΕ-28 μέσω διαγραμμάτων

### 7.1 Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες

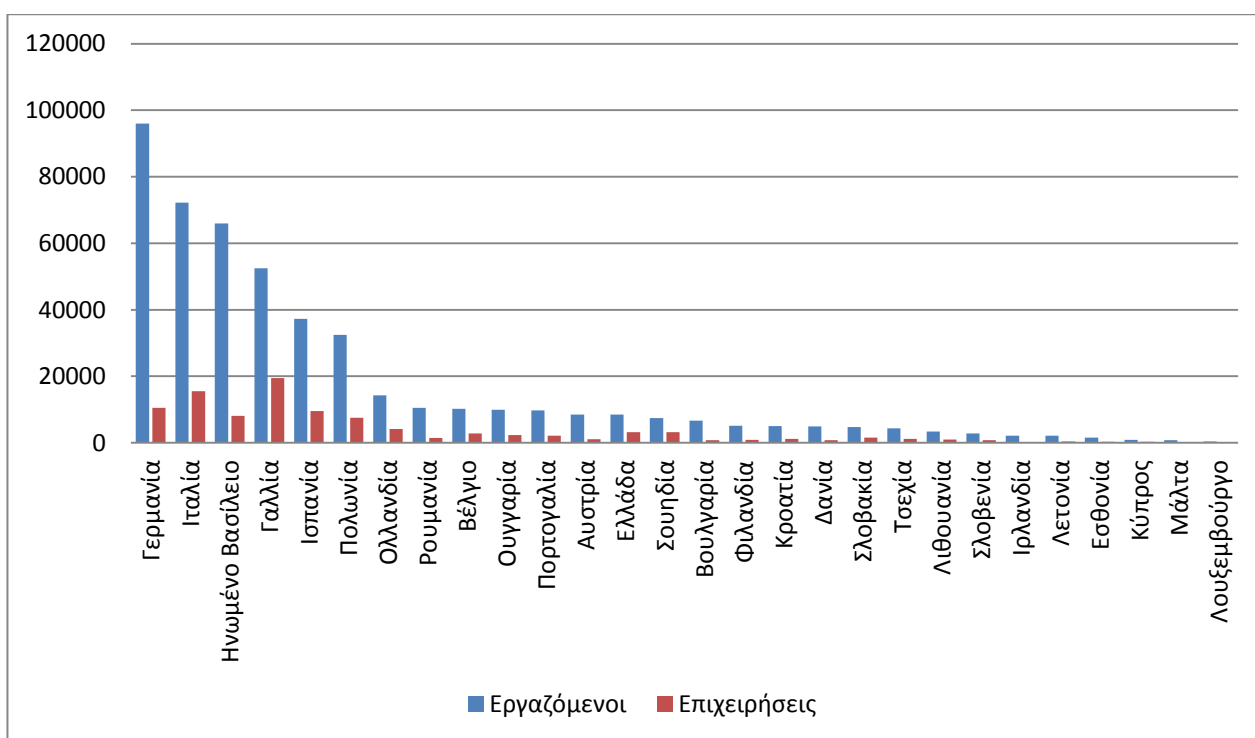
Διάγραμμα 105. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στις Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



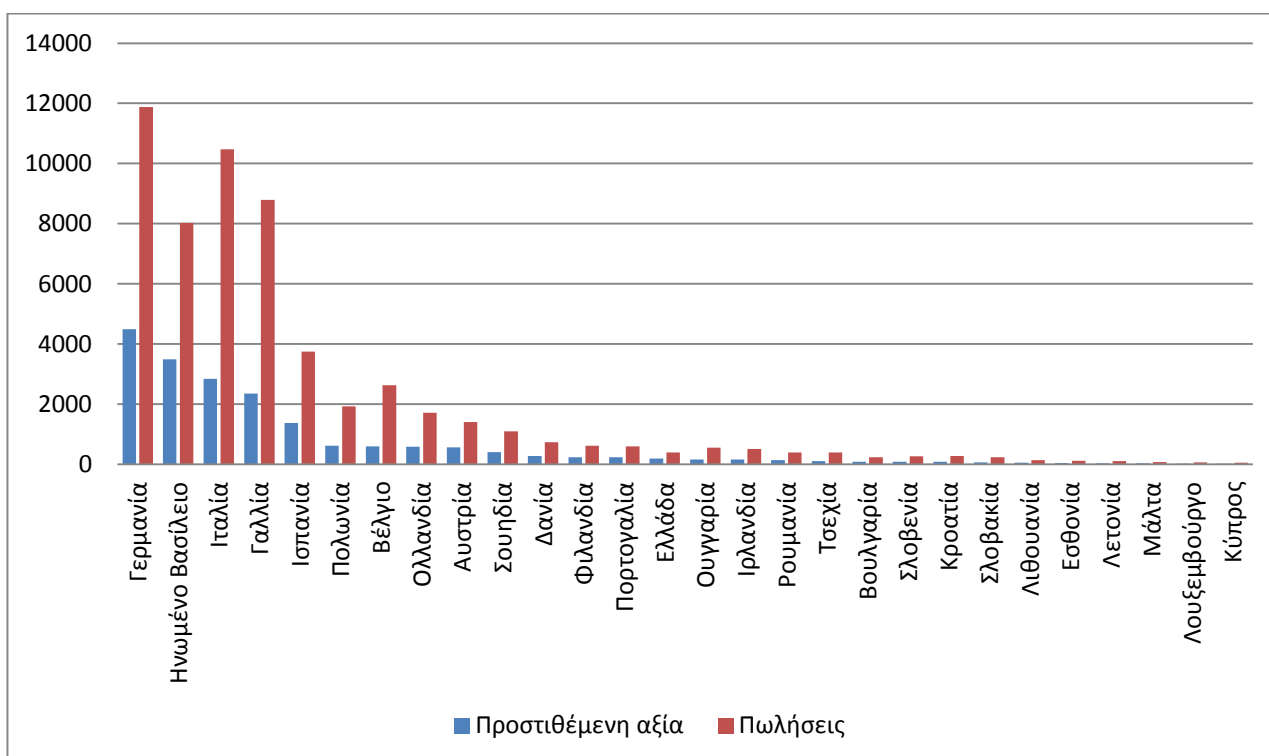
Διάγραμμα 106. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στις Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



Διάγραμμα 107. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στον τομέα Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014

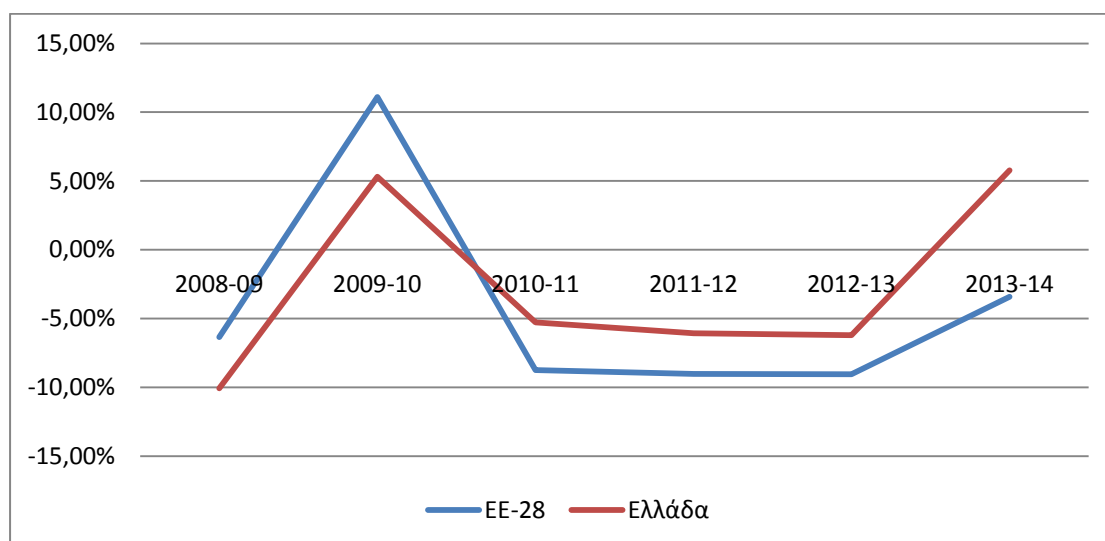


Διάγραμμα 108. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στον τομέα Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €)



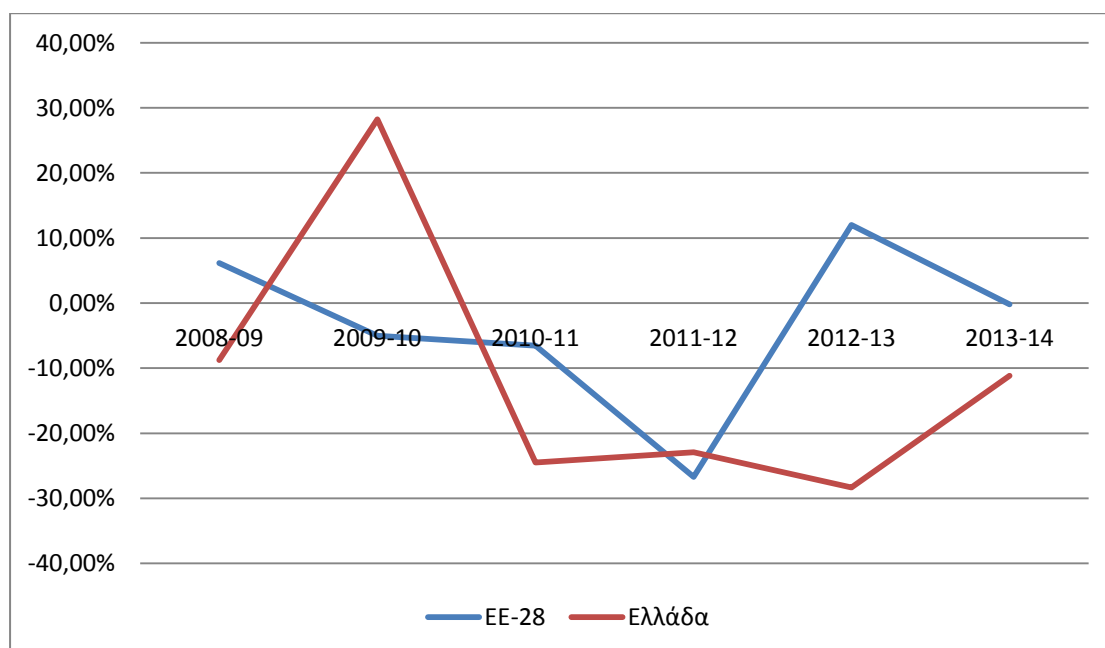
## 7.2 Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών

Διάγραμμα 109. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στο Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



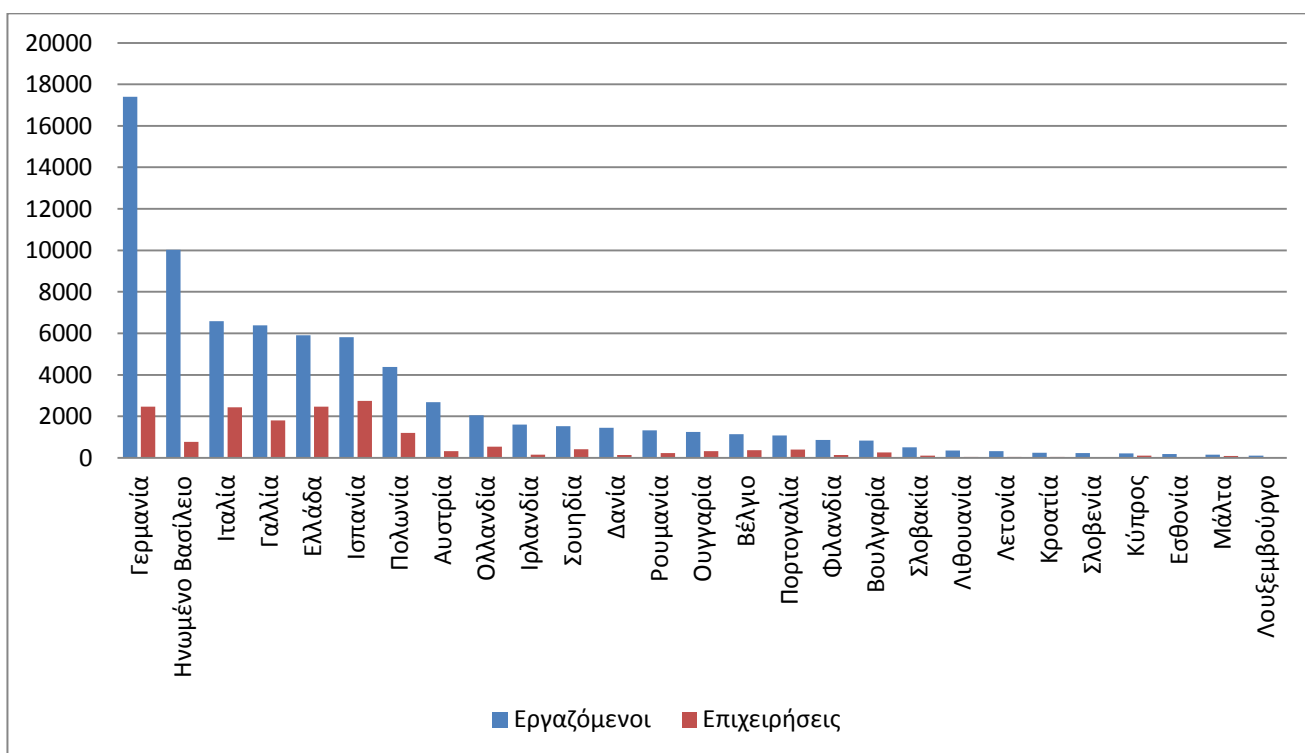
Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Τσεχία

Διάγραμμα 110. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στο Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



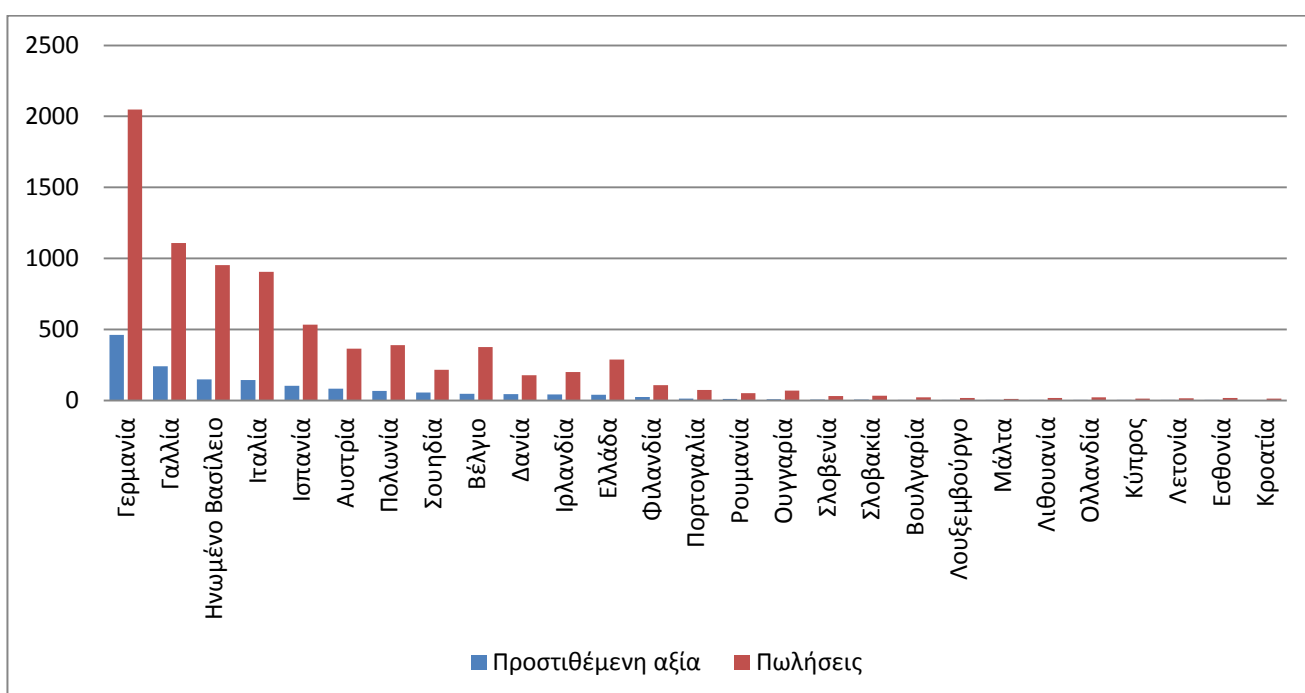
Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Τσεχία

Διάγραμμα 111. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στο Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014



Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Τσεχία

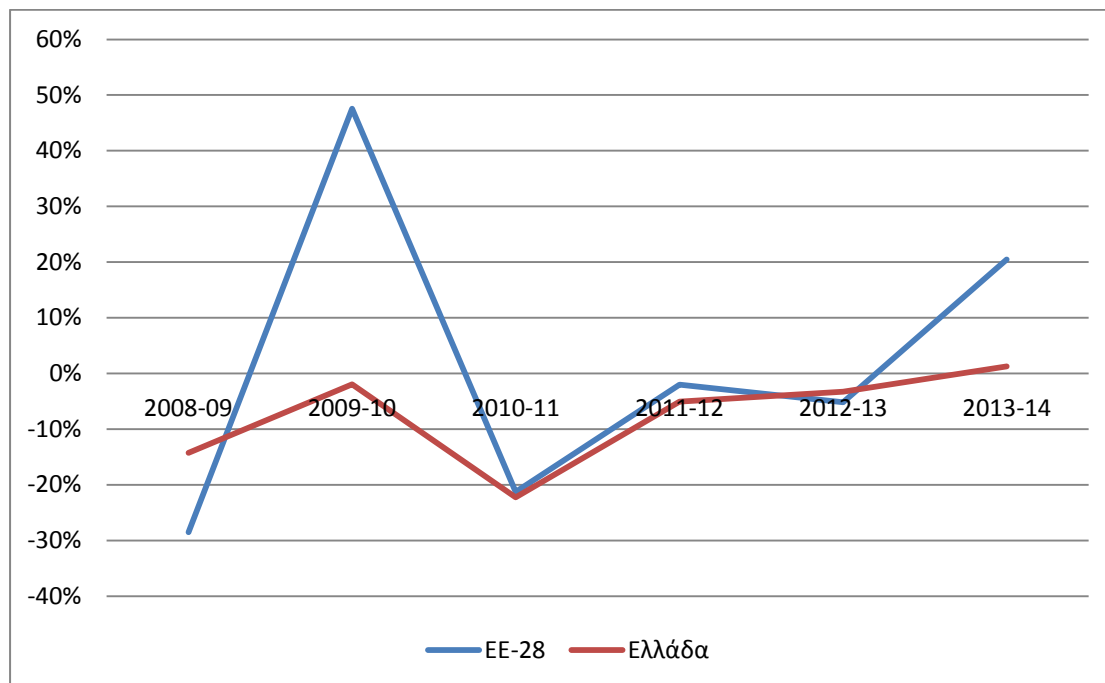
Διάγραμμα 112. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στο Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €)



Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Τσεχία

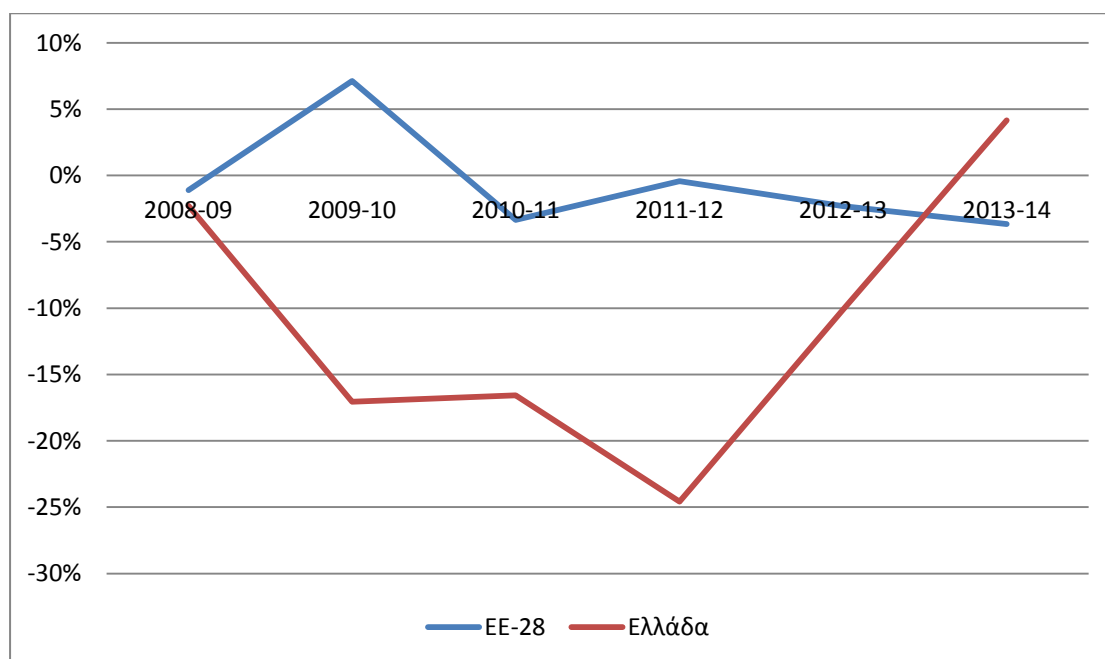
### 7.3 Εκδόσεις

Διάγραμμα 113. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στις Εκδόσεις, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



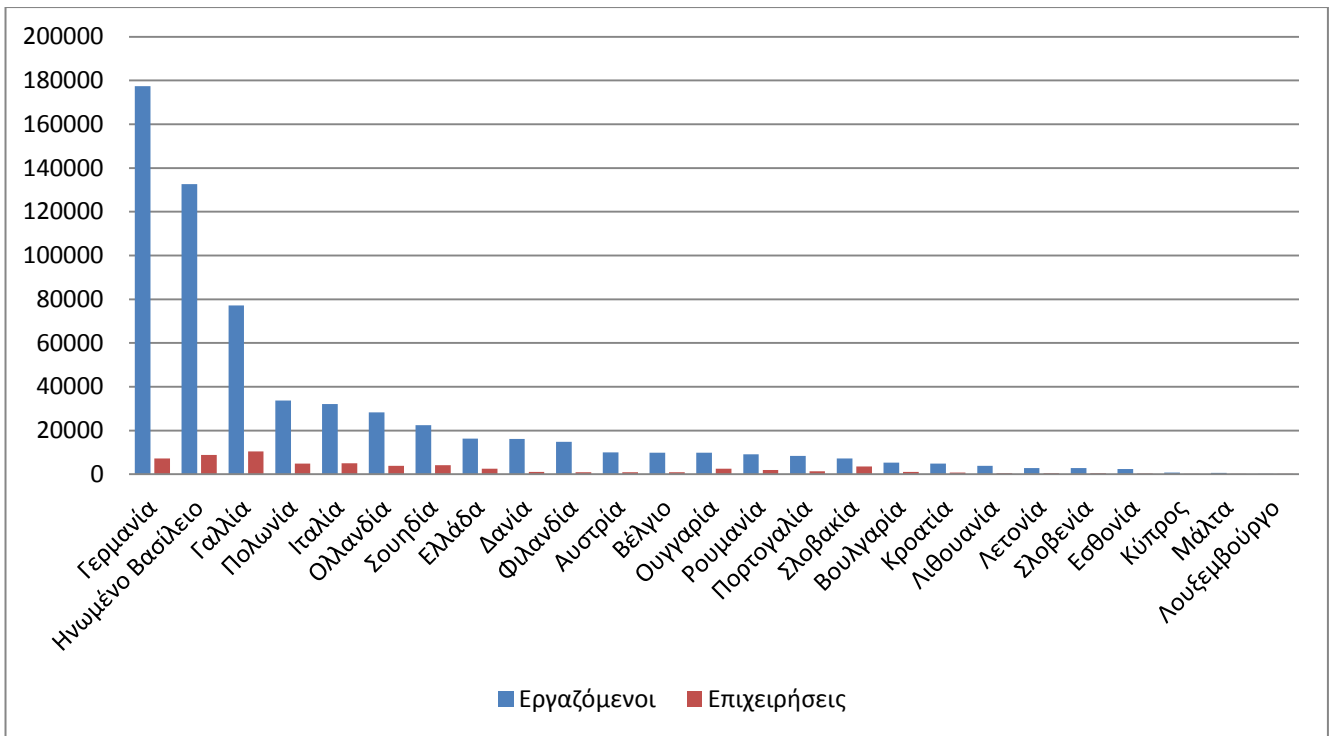
Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Ισπανία, Τσεχία και Ιρλανδία

Διάγραμμα 114. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στις Εκδόσεις, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



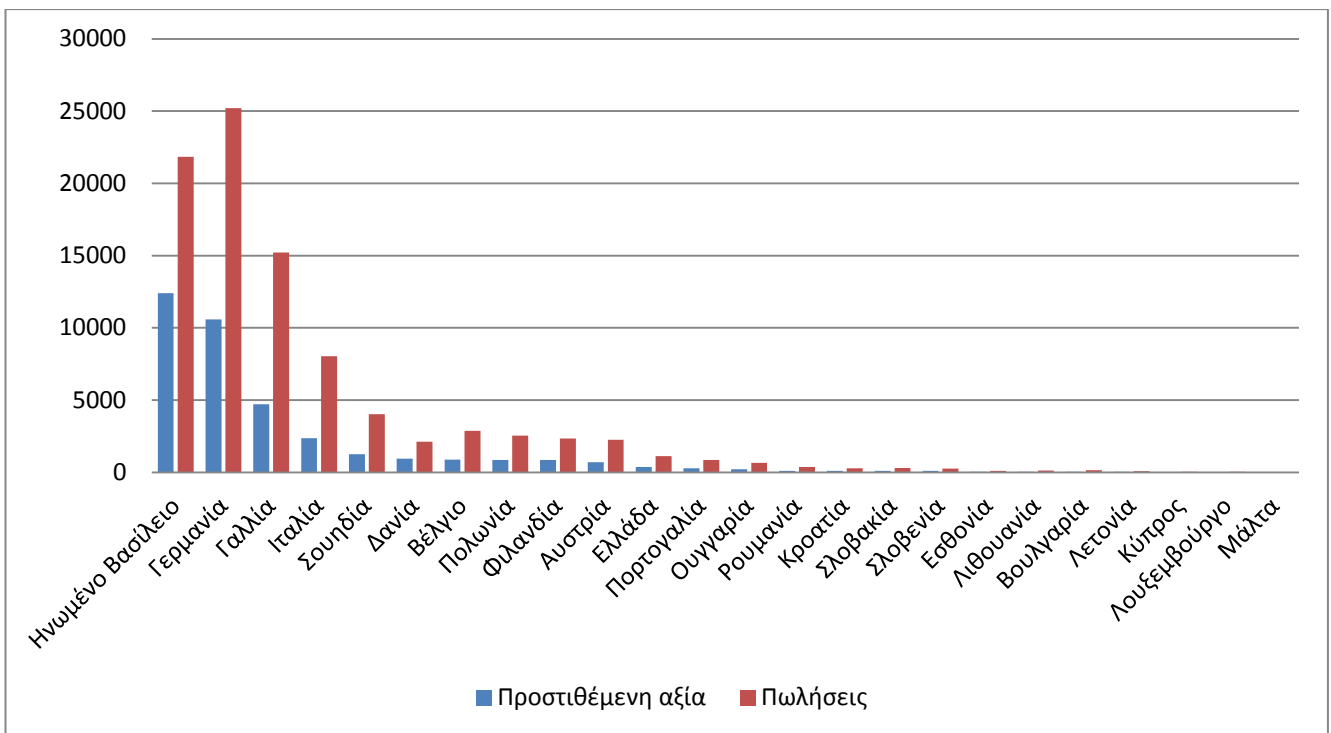
Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Ισπανία, Ολλανδία, Τσεχία και Ιρλανδία

Διάγραμμα 115. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στις Εκδόσεις σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014



Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Ισπανία, Τσεχία και Ιρλανδία

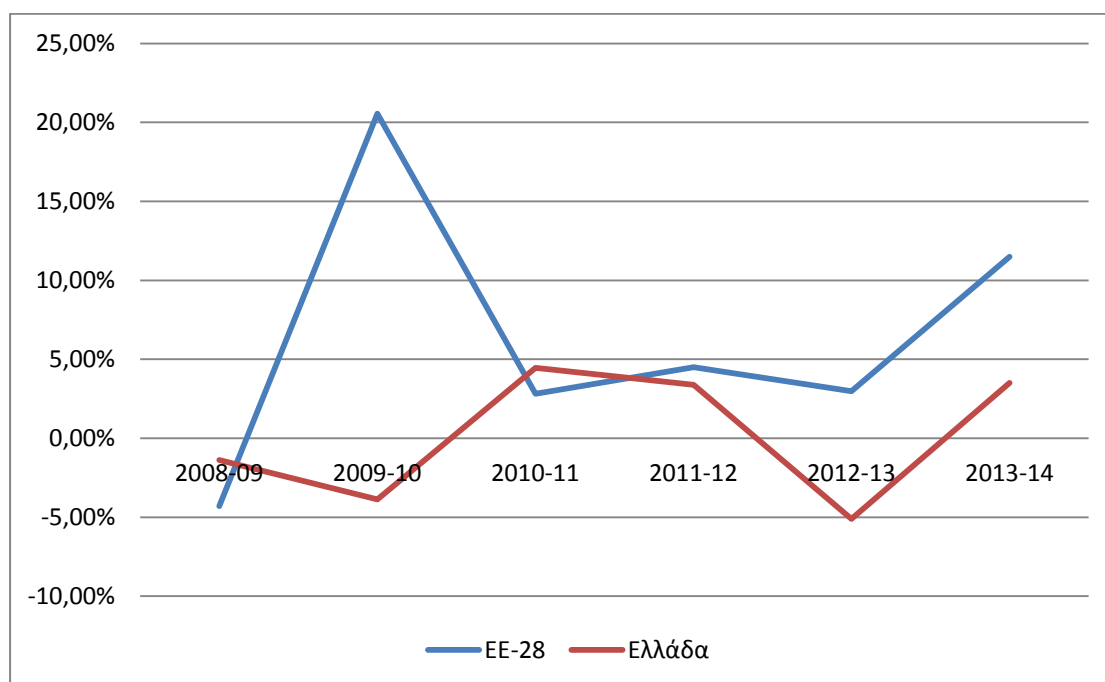
Διάγραμμα 116. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στις Εκδόσεις σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €)



Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Ισπανία, Τσεχία και Ιρλανδία

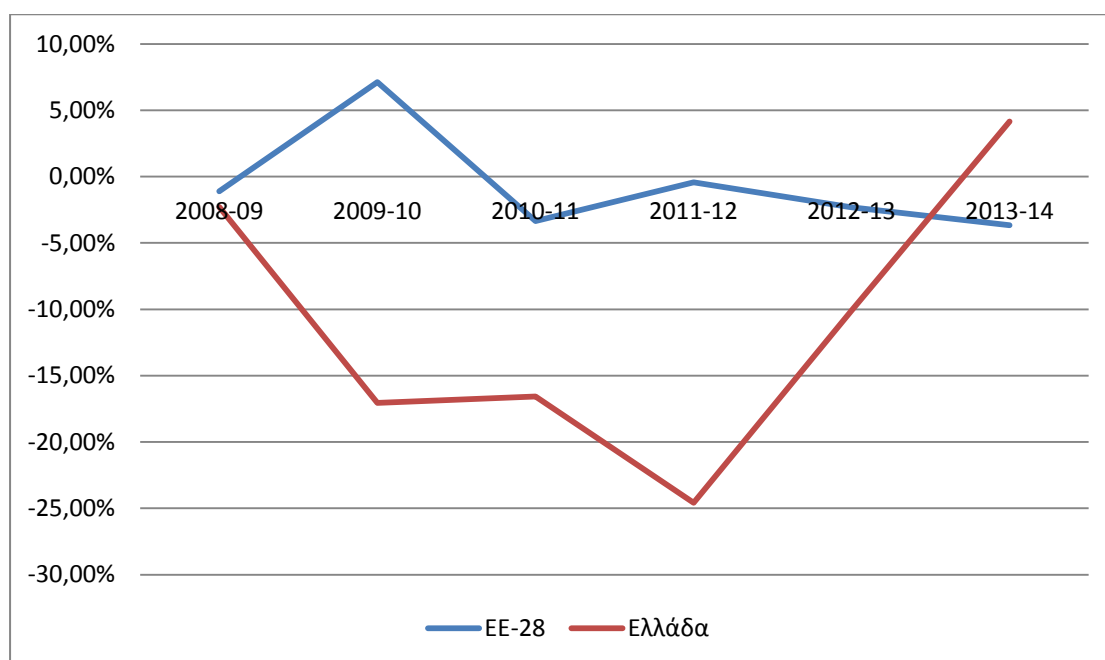
## 7.4 Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ

Διάγραμμα 117. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στις Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Ισπανία, Τσεχία και Ιρλανδία

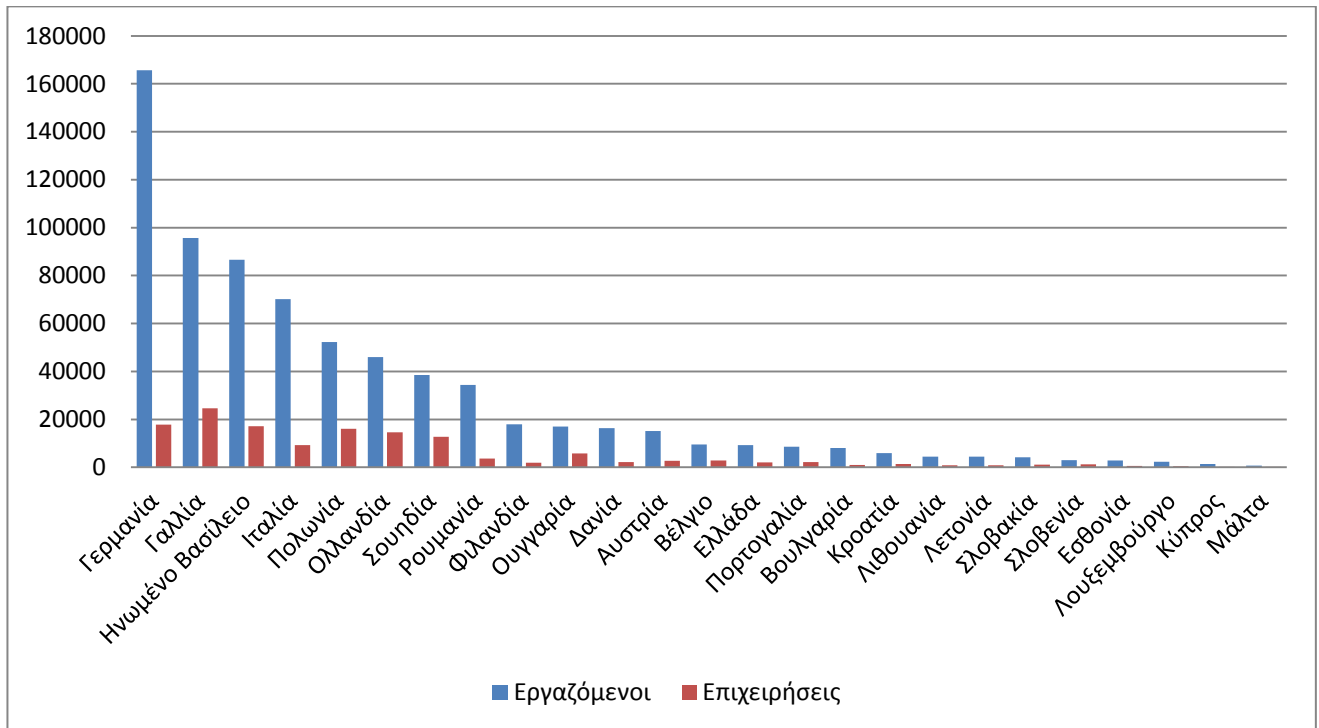
Διάγραμμα 118. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στις Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Ισπανία, Ολλανδία, Τσεχία και Ιρλανδία

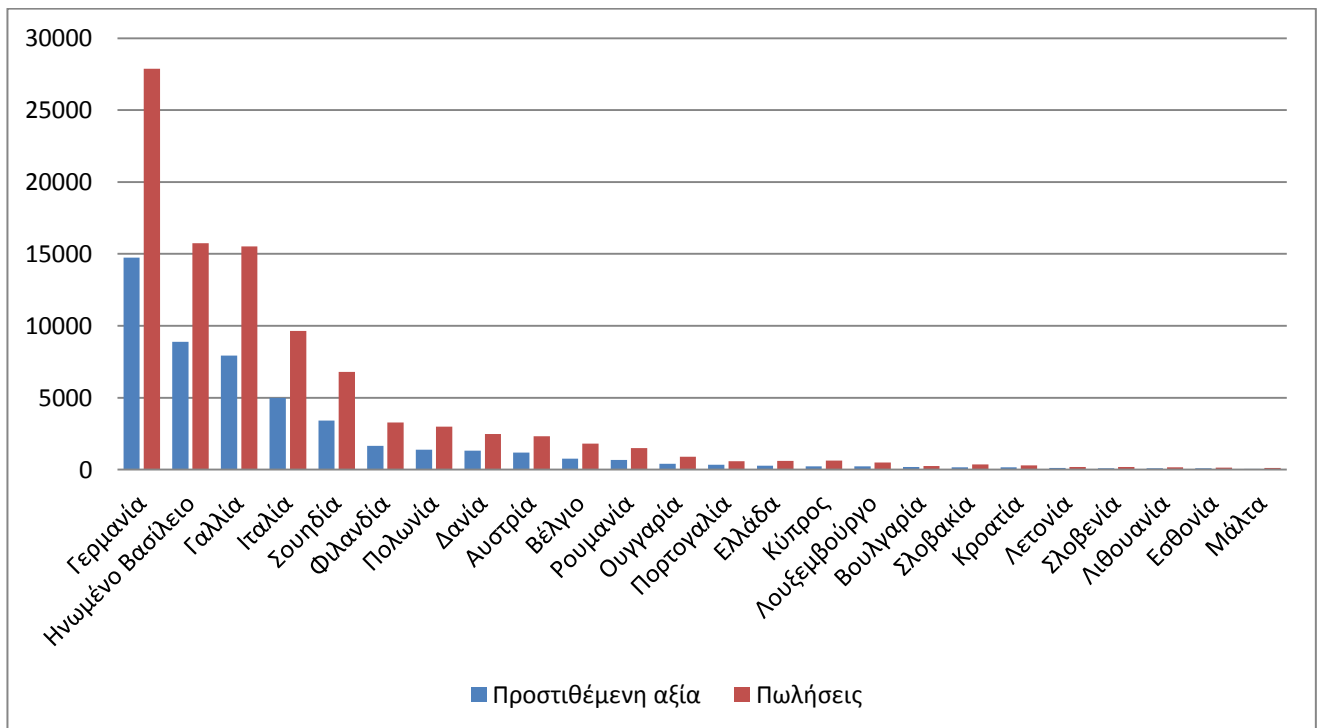


Διάγραμμα 119. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στις Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014



Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Ισπανία, Τσεχία και Ιρλανδία

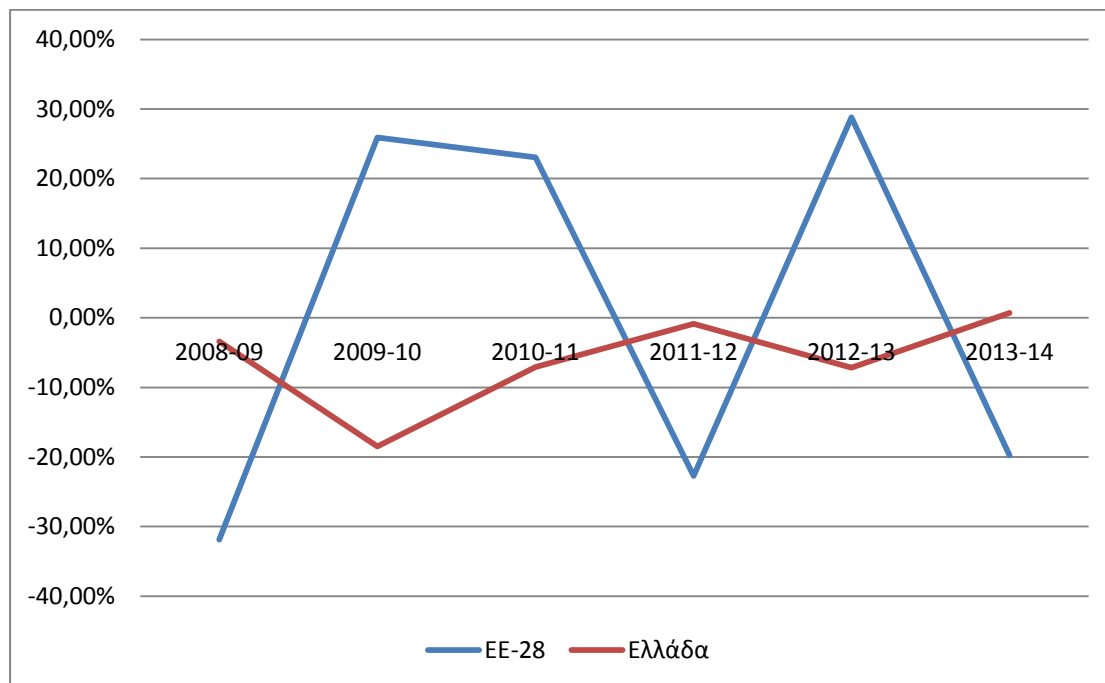
Διάγραμμα 120. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στις Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €)



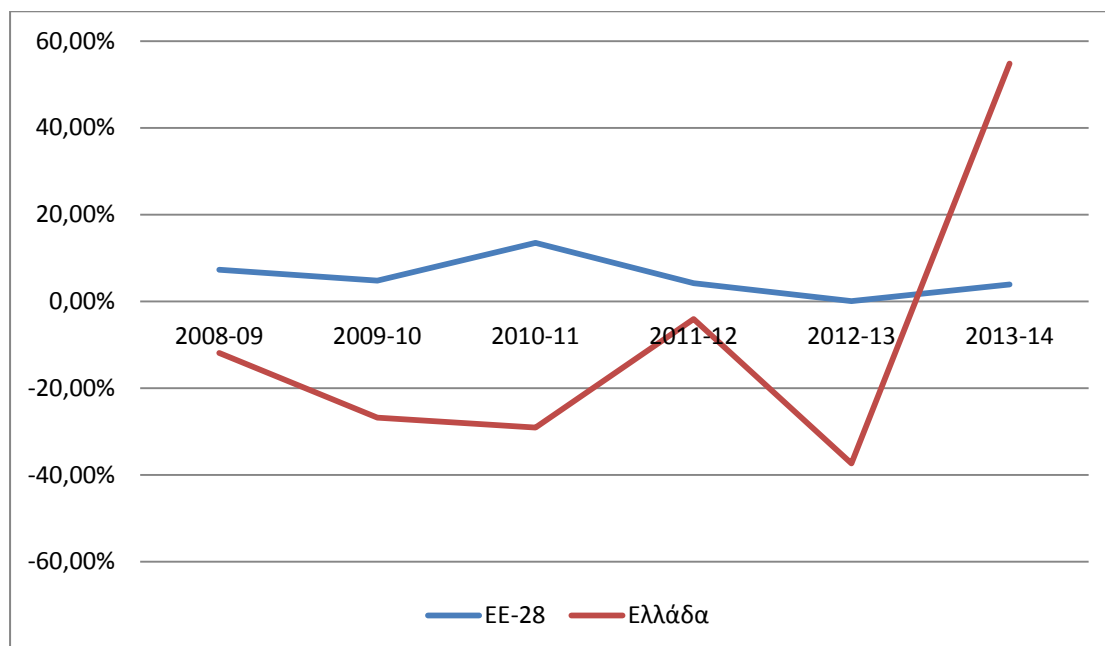
Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Ισπανία, Ολλανδία, Τσεχία και Ιρλανδία

## 7.5 Οπτικοακουστικά

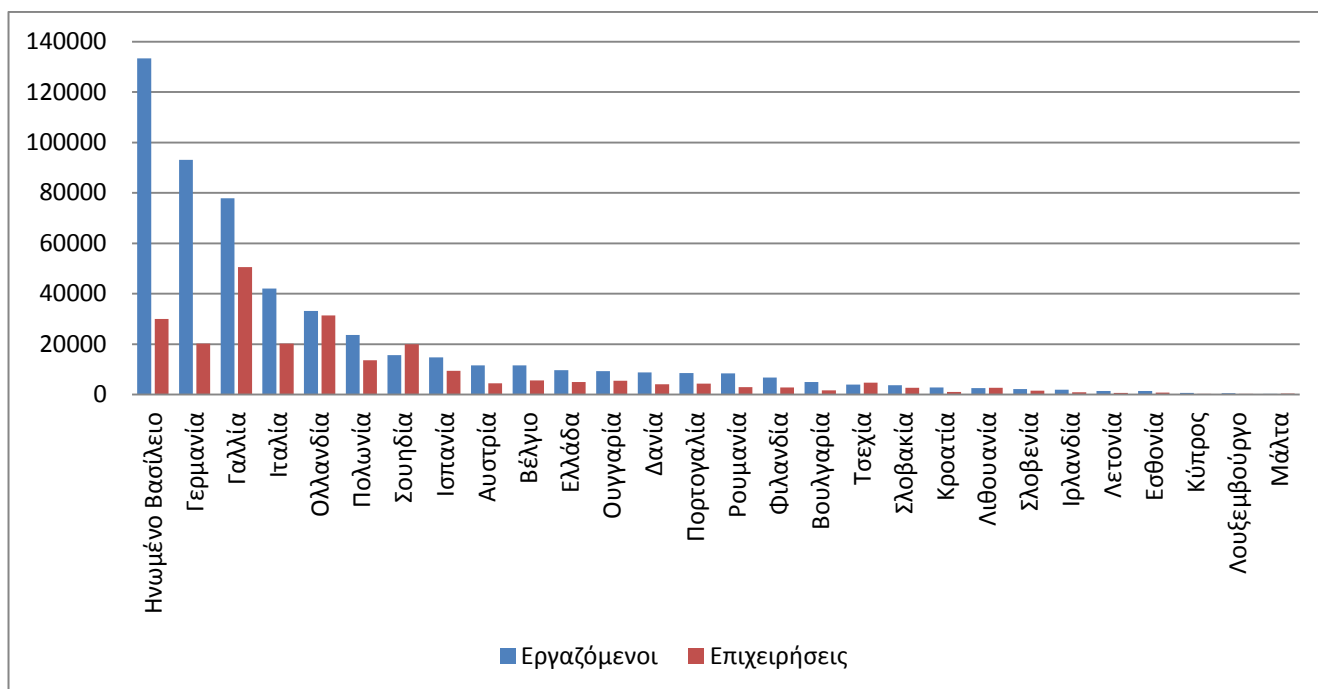
Διάγραμμα 121. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στα Οπτικοακουστικά, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



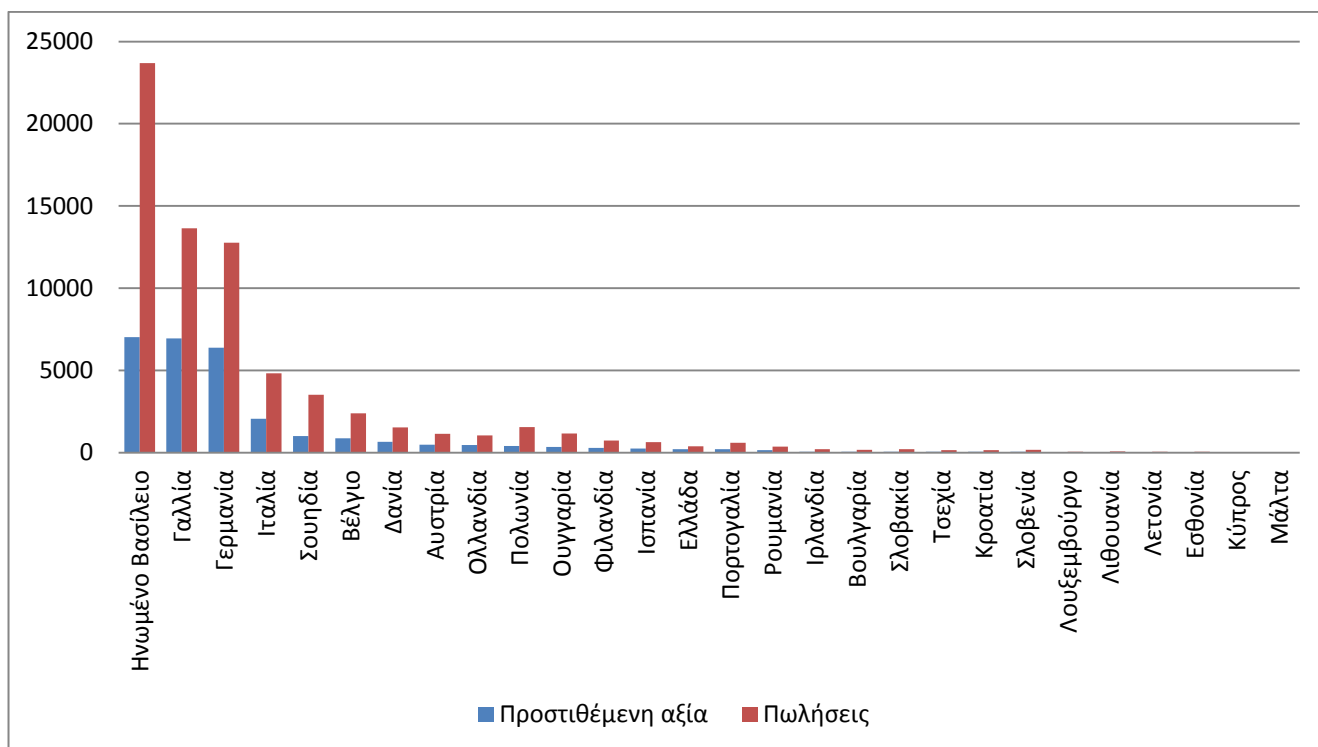
Διάγραμμα 122. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στα Οπτικοακουστικά, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



Διάγραμμα 123. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στα Οπτικοακουστικά σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014

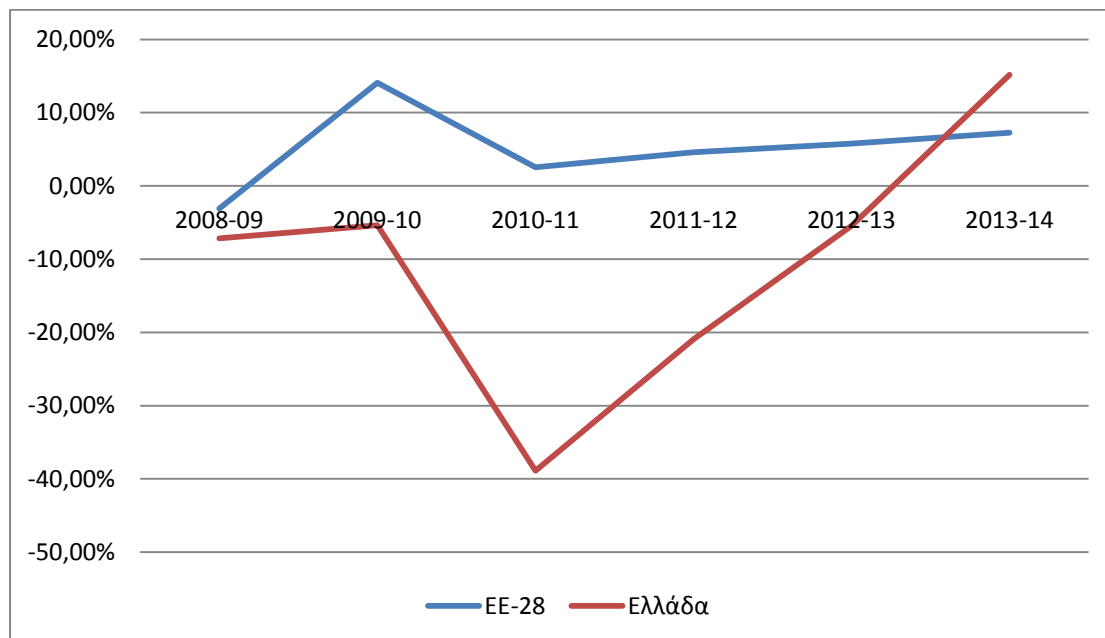


Διάγραμμα 124. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στα Οπτικοακουστικά σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €)

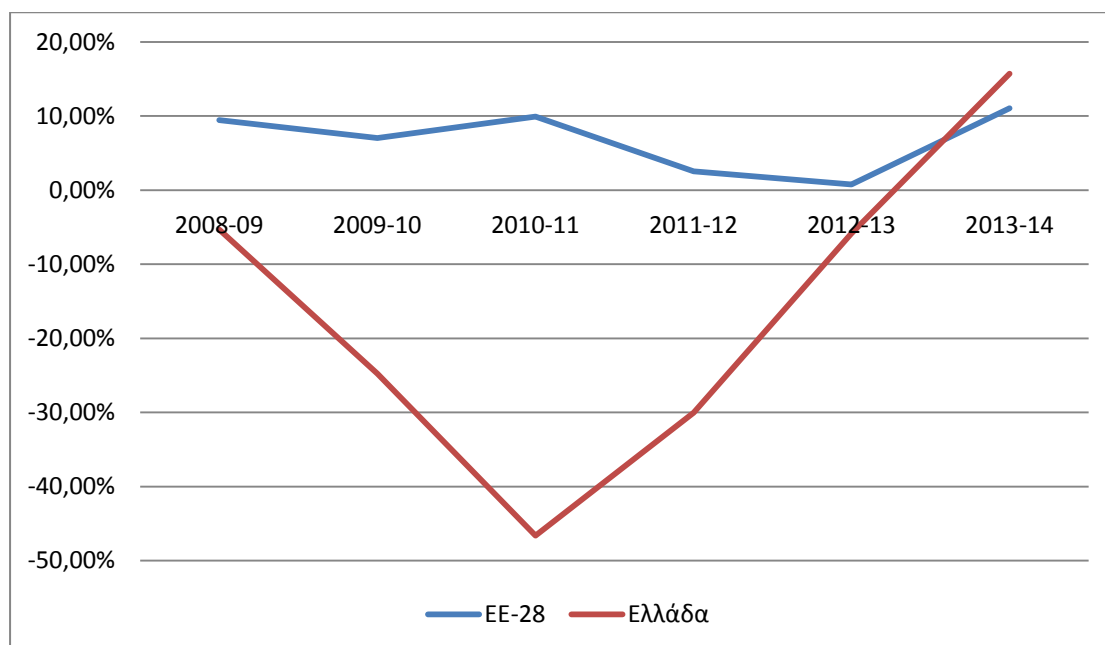


## 7.6 Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία

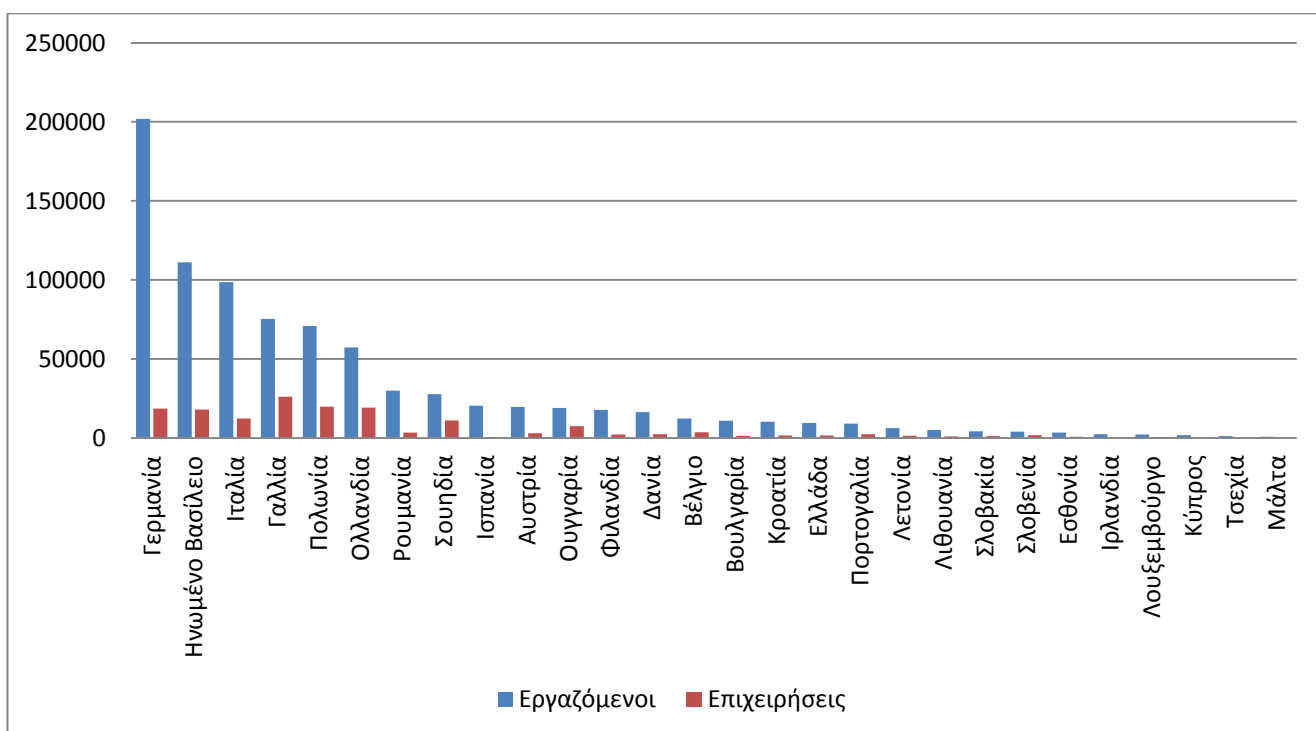
Διάγραμμα 125. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στην Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



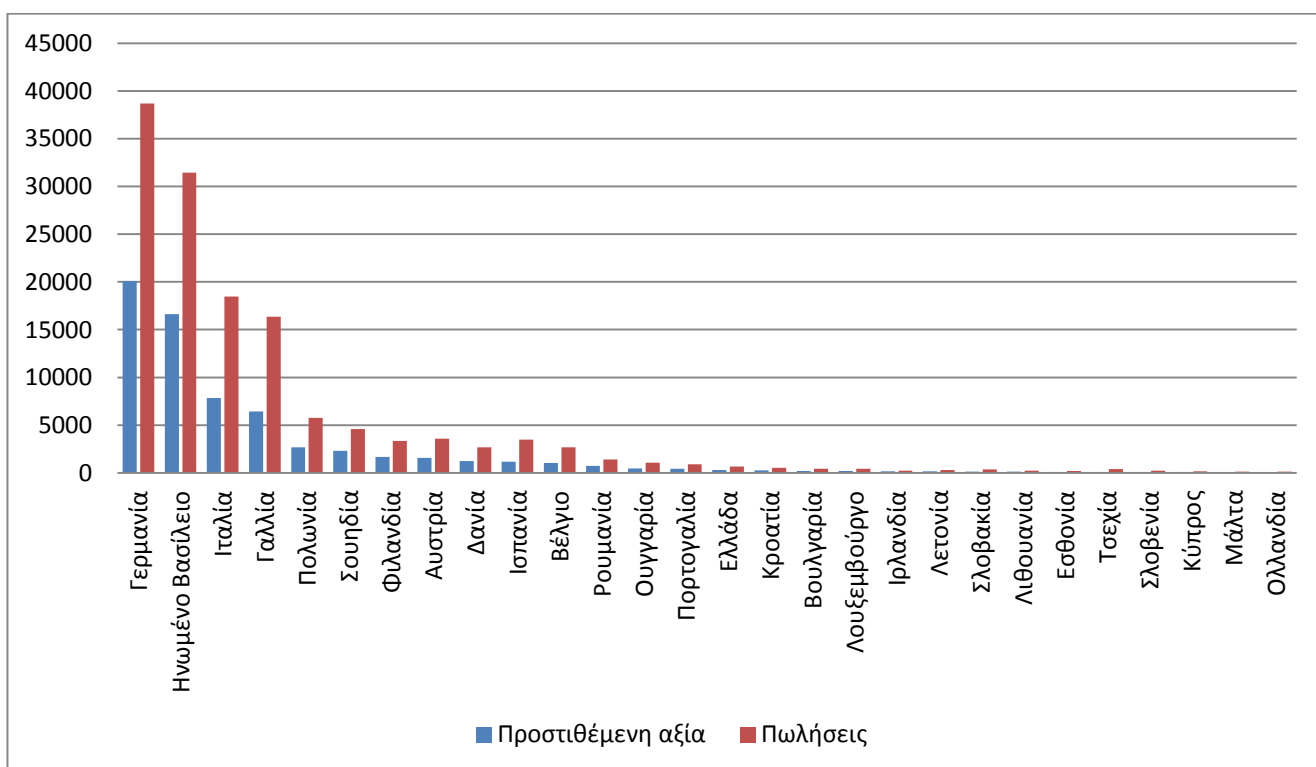
Διάγραμμα 126. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στην Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



Διάγραμμα 127. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στην Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014

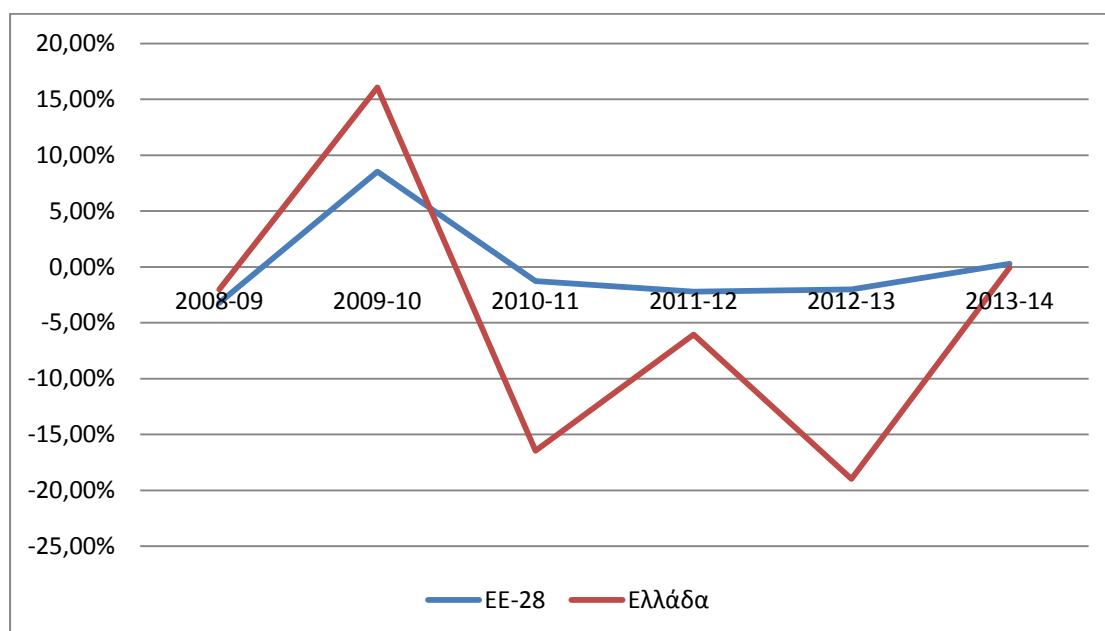


Διάγραμμα 128. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στην Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €)



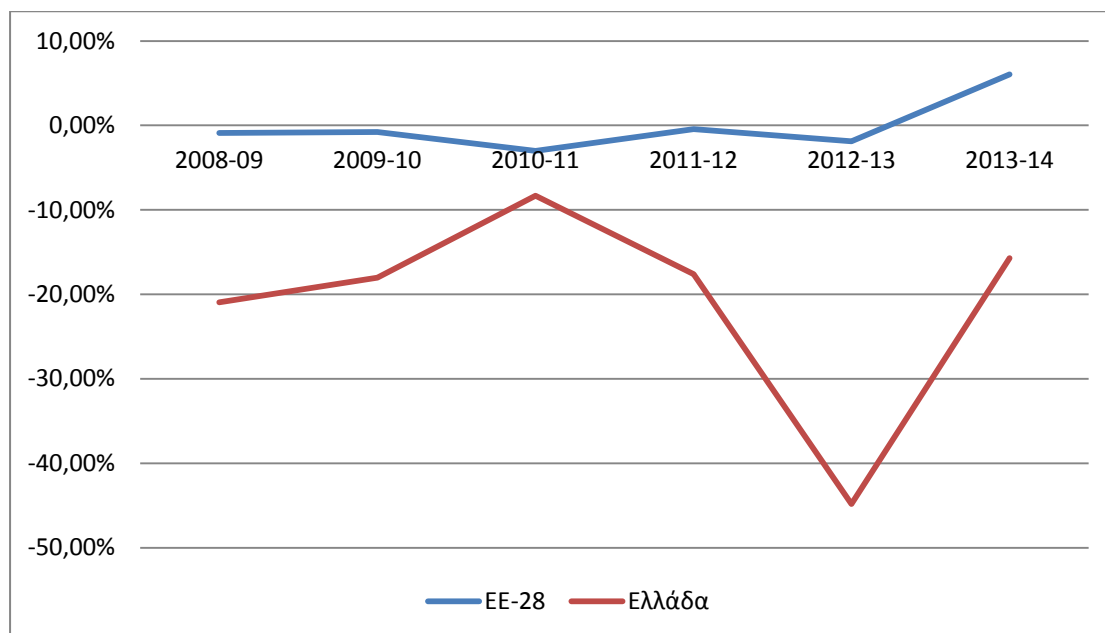
## 7.7 Αρχιτεκτονική

Διάγραμμα 129. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στην Αρχιτεκτονική, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



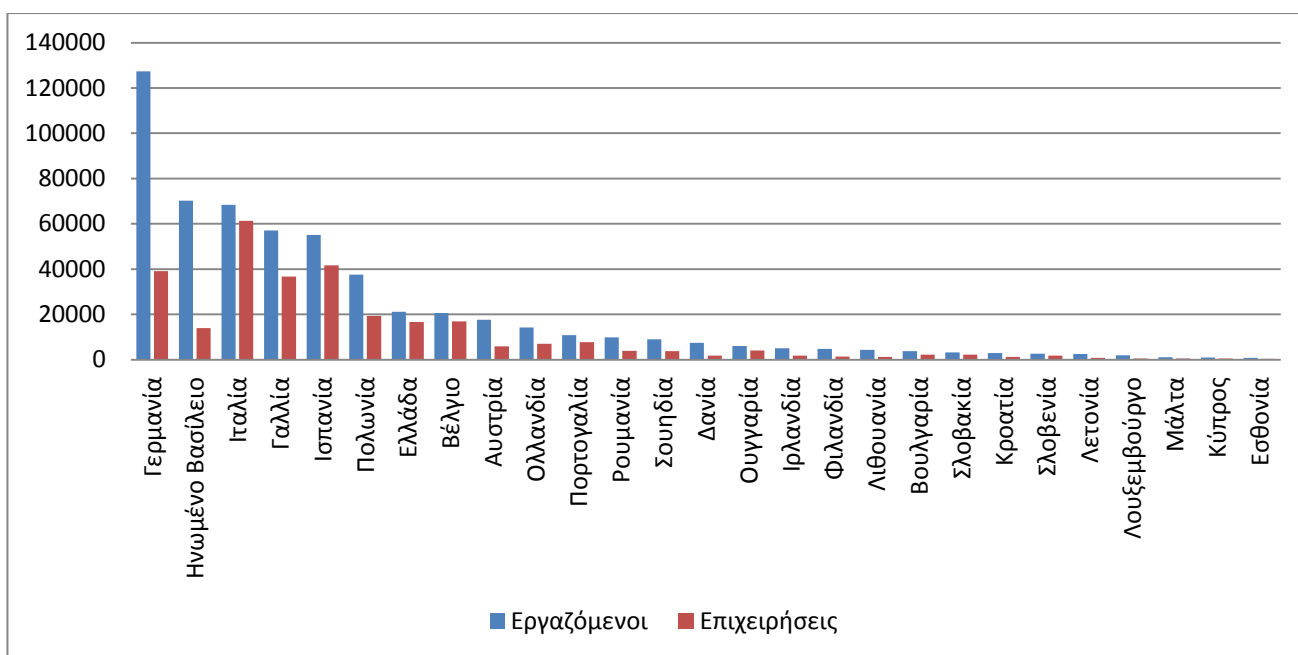
Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Τσεχία

Διάγραμμα 130. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στην Αρχιτεκτονική, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



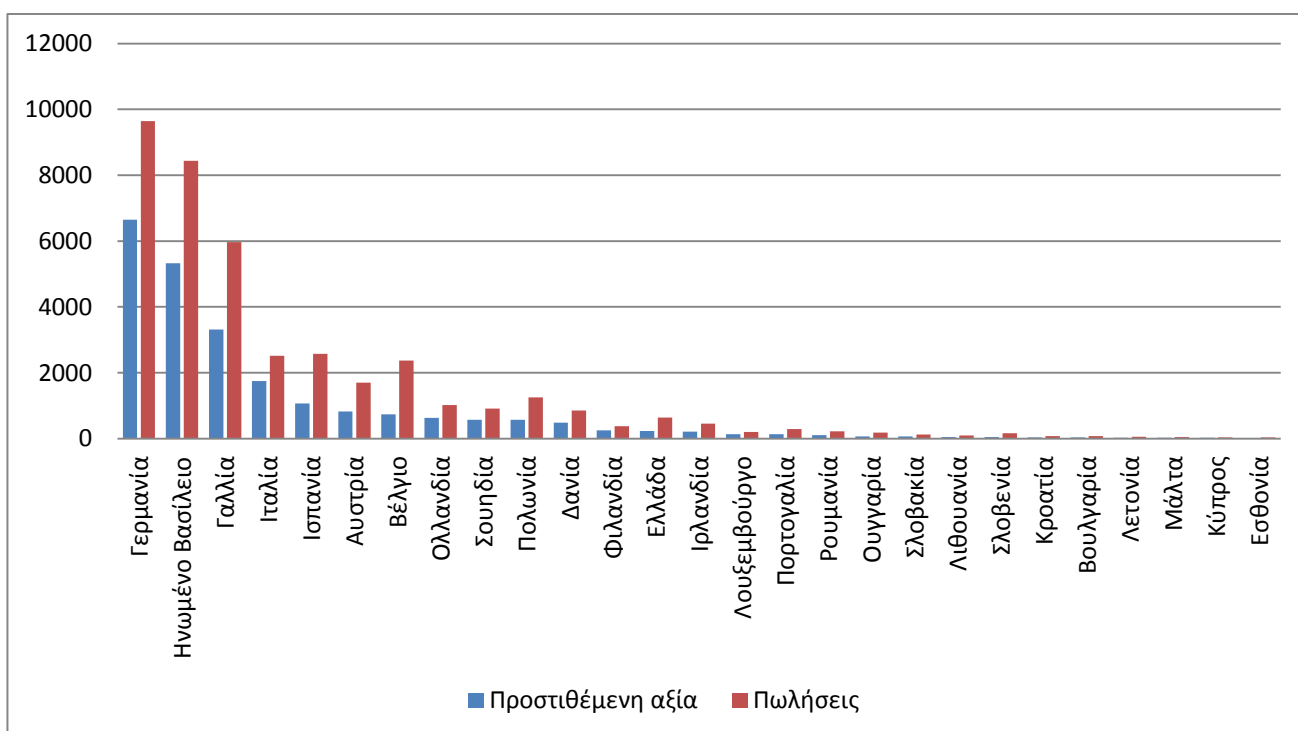
Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Τσεχία

Διάγραμμα 131. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στην Αρχιτεκτονική σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014



Πηγή : Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Τσεχία

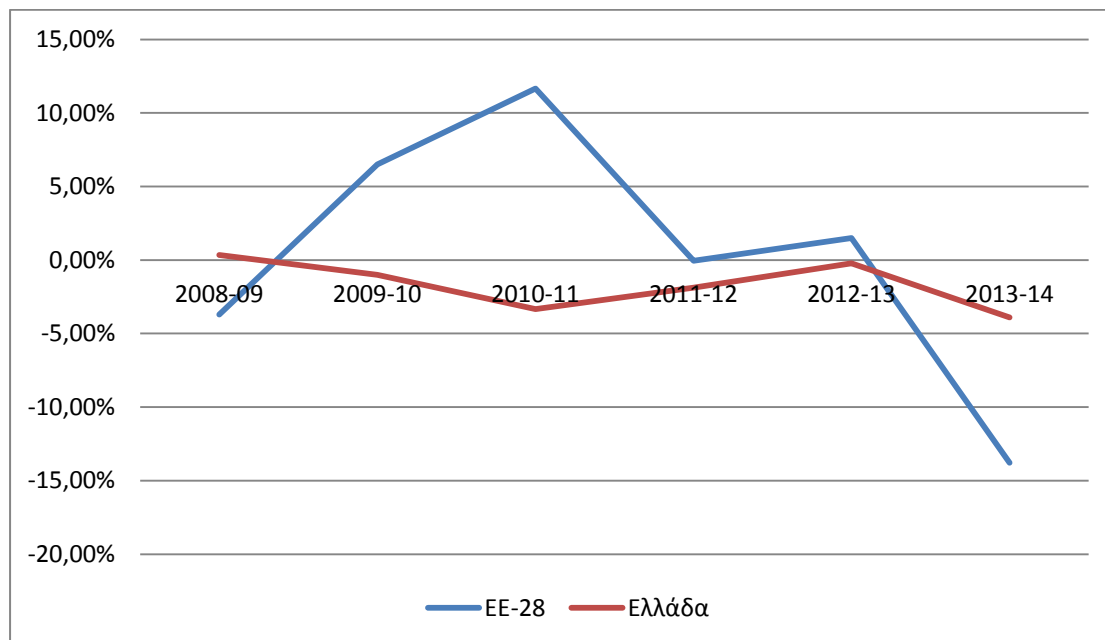
Διάγραμμα 132. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στην Αρχιτεκτονική σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €)



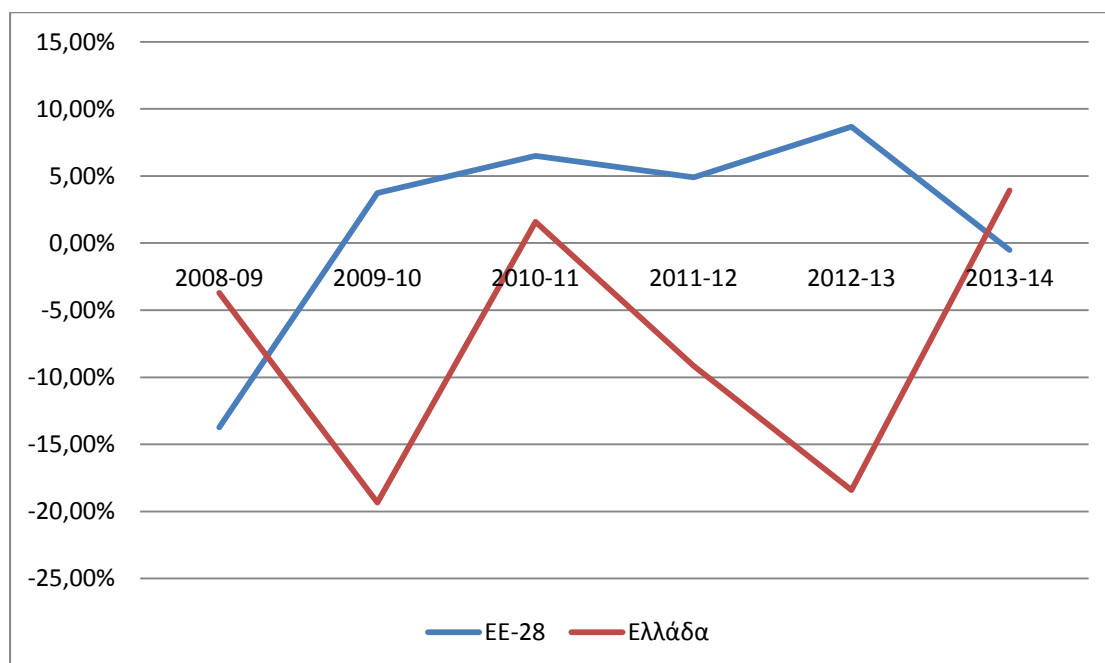
Πηγή: Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Τσεχία

## 7.8 Διαφήμιση

Διάγραμμα 133. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στην Διαφήμιση, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14

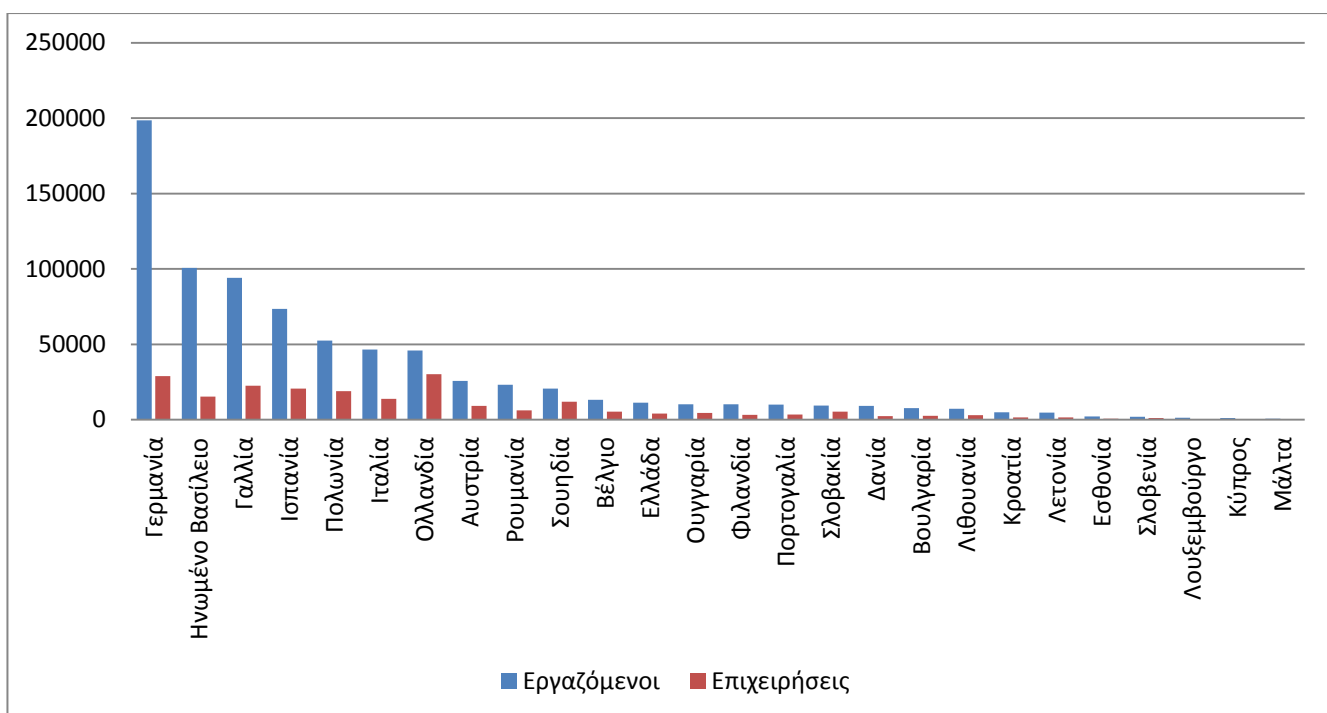


Διάγραμμα 134. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στην Διαφήμιση, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14

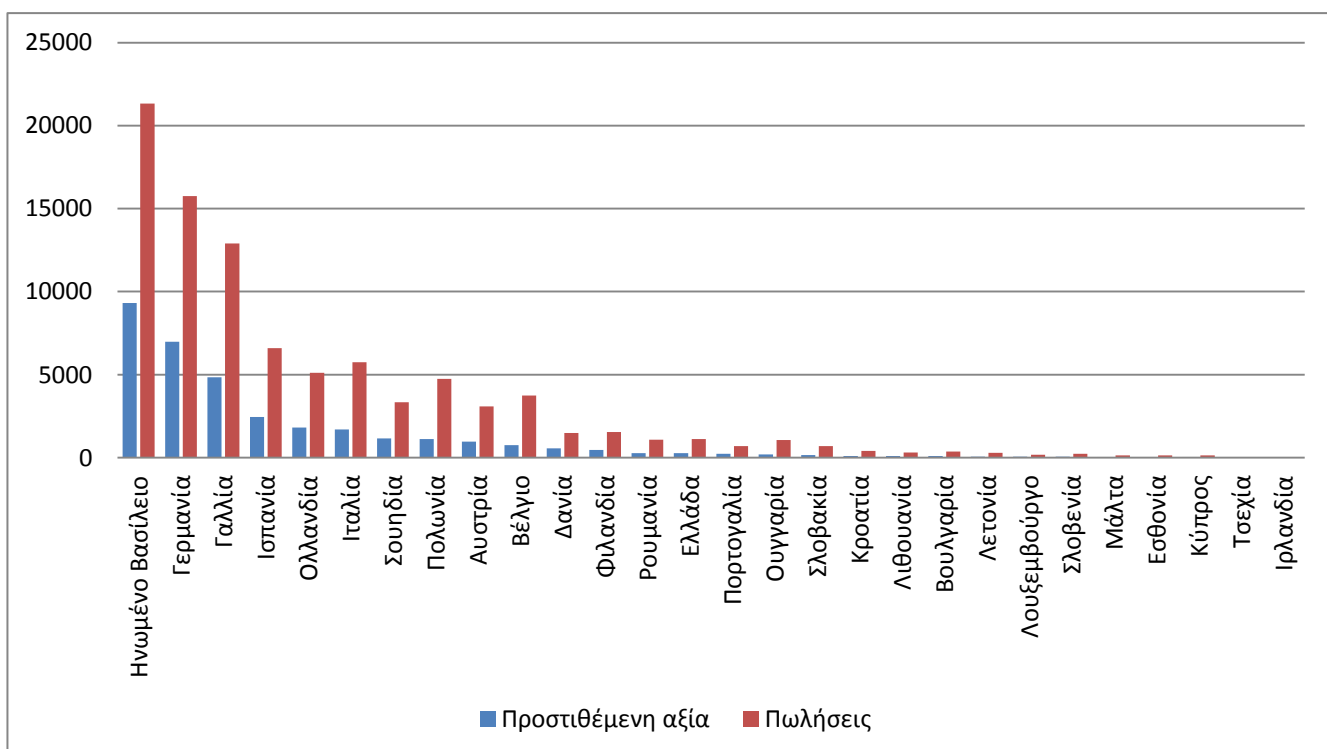




Διάγραμμα 135. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στην Διαφήμιση σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014

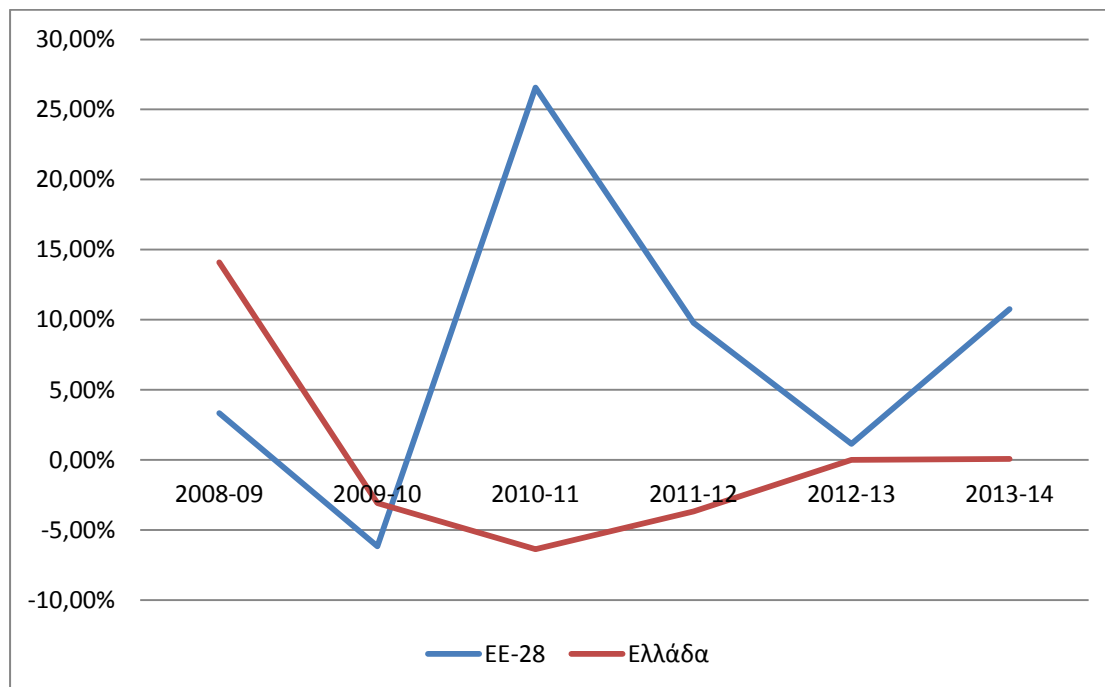


Διάγραμμα 136. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στην Διαφήμιση σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. ευρώ)

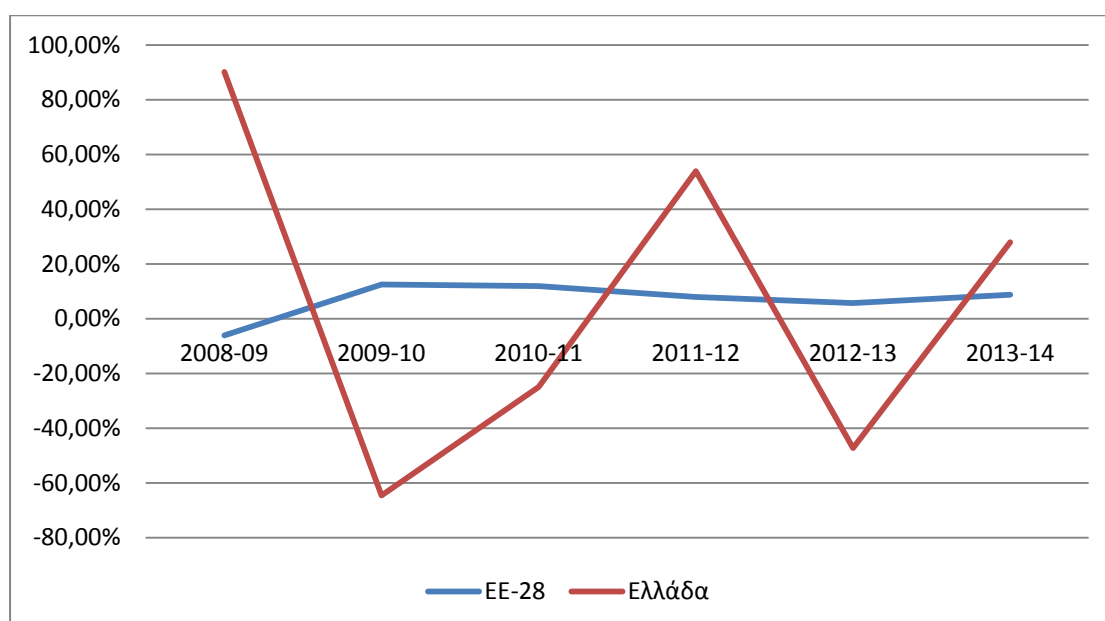


## 7.9 Ειδικευμένο σχέδιο (Design)

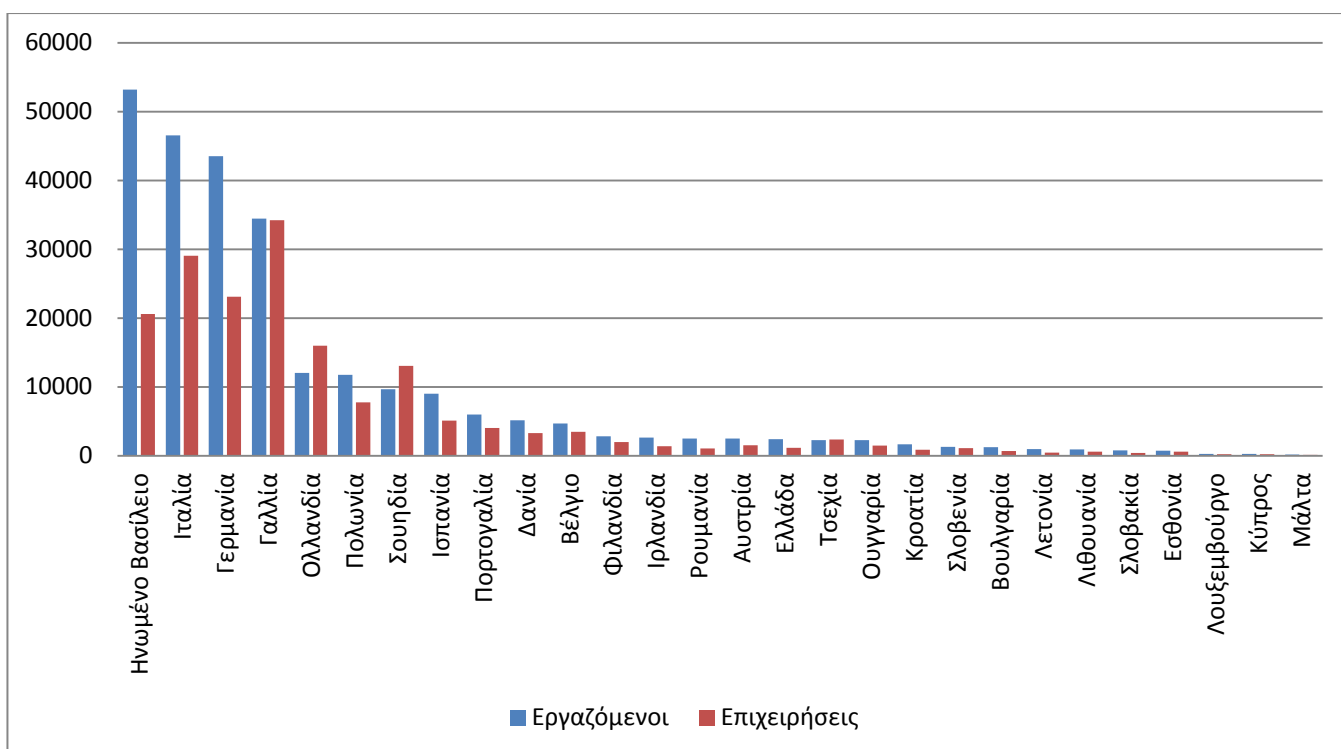
Διάγραμμα 137. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού εργαζομένων στο Ειδικευμένο σχέδιο, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



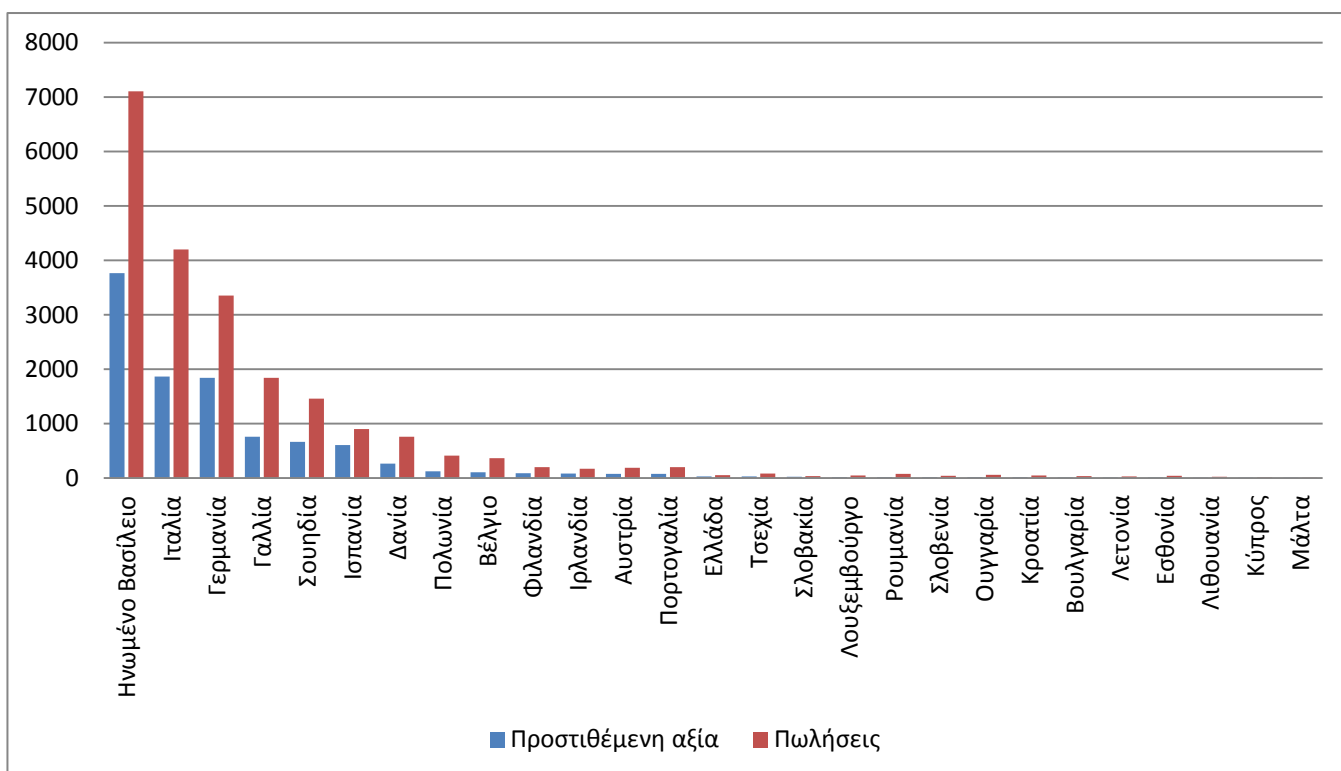
Διάγραμμα 138. Ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές προστιθέμενης αξίας στο Ειδικευμένο σχέδιο, ΕΕ-28 και Ελλάδα, 2008-14



Διάγραμμα 139. Αριθμός εργαζομένων και επιχειρήσεων στο Ειδικευμένο σχέδιο σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014



Διάγραμμα 140. Προστιθέμενη αξία και πωλήσεις στο Ειδικευμένο σχέδιο σε Κ-Μ της ΕΕ-28, 2014 (σε εκ. €)



Πηγή : Eurostat, δεν υπάρχουν στοιχεία για Ολλανδία