Υποέργο 2: «Ολοκληρωμένες Υπηρεσίες Υποστήριξης της Νεοφυούς Επιχειρηματικότητας» στους Δήμους της Νότιας Αττικής της Πράξης: «Φυτώρια Επιχειρήσεων»

Κωδικός ΟΠΣ/MIS 6018456

Συνεισφορά στην ανάπτυξη της e-βιβλιοθήκης για βασικά θέματα επιχειρηματικότητας στους τομείς της Δημιουργικής Οικονομίας, του Πολιτισμού και του Τουρισμού –

Δημιουργικοί Κόμβοι, Clusters και Δικτύωση Επιχειρήσεων στη Δημιουργική Οικονομία

Οκτώβριος 2026

Περιεχόμενα

Λέξεις Κλειδιά – Σύντομη Περίληψη 5
Εισαγωγή 6
1. Θεωρητικό πλαίσιο: γιατί η εγγύτητα έχει σημασία 7
1.1 Οικονομίες συσσώρευσης 7
1.2 Τοπική συσσώρευση και παγκόσμια δίκτυα 7
1.3 Από την πόλη στην περιφέρεια 7
1.4 Χώροι συνεργασίας και δημιουργικές βιομηχανίες 8
1.5 Πολιτισμός, τόπος και κοινωνική συνοχή 8
2. Τυπολογία: κόμβοι, χώροι συνεργασίας και clusters 9
2.1 Ο ορισμός του δημιουργικού κόμβου 9
2.2 Συγγενείς δομές 9
2.3 Οι ανάγκες διαφέρουν ανά κλάδο 10
2.4 Η αξία της διαμεσολάβησης 10
2.5 Από τον χώρο στο οικοσύστημα 11
3. Τι δείχνει η έρευνα 12
3.1 Η πιο εκτεταμένη καταγραφή 12
3.2 Κόμβοι, ταλέντο και περιφερειακή ζωντάνια 12
3.3 Μεσαίες πόλεις και περιφέρειες 12
3.4 Το κοινό δίδαγμα 12
3.5 Κριτικές οπτικές 13
3.6 Τι δεν γνωρίζουμε ακόμη 13
4. Επιχειρηματικά μοντέλα και βιωσιμότητα των κόμβων 14
4.1 Το πρόβλημα της οικονομικής βιωσιμότητας 14
4.2 Πηγές εσόδων 14
4.3 Μοντέλα διακυβέρνησης 14
4.4 Μέτρηση του αντικτύπου 15
4.5 Ο ρόλος του διαχειριστή 15
4.6 Χρηματοδότηση από δημόσιους και ευρωπαϊκούς πόρους 15
5. Το ευρωπαϊκό τοπίο 16
5.1 Η ευρωπαϊκή πολιτική για τα clusters 16
5.2 EIT Culture & Creativity 16
5.3 Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Κόμβων 16

5.4 Πολιτιστικές πρωτεύουσες και δημιουργικές πόλεις 17
5.5 Η θέση της Ελλάδας 17
6. Διεθνή παραδείγματα 18
6.1 Kaapelitehdas, Ελσίνκι: δημοτική ιδιοκτησία, αυτοοργάνωση των δημιουργών 18
6.2 LX Factory, Λισαβόνα: ιδιωτική πρωτοβουλία σε βιομηχανικό συγκρότημα 18
6.3 Matadero, Μαδρίτη: δημόσιο κέντρο σύγχρονης δημιουργίας 18
6.4 Telliskivi Creative City, Ταλίν: δημιουργική συνοικία με πυκνό πρόγραμμα 19
6.5 Τι μπορεί να μεταφερθεί στη Νότια Αττική 19
7. Το ελληνικό τοπίο 21
7.1 Συνεργατικοί σχηματισμοί 21
7.2 Διασυνοριακοί κόμβοι 21
7.3 Η Ελευσίνα 2023 21
7.4 Στρατηγική έξυπνης εξειδίκευσης και περιφερειακοί πόροι 21
7.5 Το ευρύτερο οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων 22
7.6 Κίνητρα για τις νεοφυείς επιχειρήσεις 22
8. Η Νότια Αττική: πόροι και κενά 23
8.1 Πόροι 23
8.2 Κενά 23
8.3 Ευκαιρίες 23
8.4 Ο ρόλος του παρόντος έργου 23
8.5 Συνοπτική ανάλυση SWOT 24
9. Τι κερδίζει μια νεοφυής επιχείρηση 25
9.1 Τέσσερις κατηγορίες οφελών 25
9.2 Το ζήτημα του ταλέντου 25
9.3 Δικτύωση στον ψηφιακό χώρο 25
9.4 Κόμβοι, τουρισμός και τόπος 26
9.5 Πώς χτίζεται μια κοινότητα 26
9.6 Δικτύωση πέρα από τους κόμβους 26
9.7 Εξ αποστάσεως εργασία και νέοι κάτοικοι 26
9.8 Ένταξη και ισότητα στους κόμβους 27
10. Σχεδιασμός ενός τοπικού δημιουργικού κόμβου 28
10.1 Ανάλυση αναγκών 28
10.2 Επιλογή μοντέλου και χώρου 28

10.3 Πρόγραμμα και διαχείριση 28
10.4 Χρηματοδότηση 28
10.5 Αξιολόγηση 28
10.6 Κίνδυνοι και αντιμετώπισή τους 29
10.7 Ο ρόλος των πανεπιστημίων και των πολιτιστικών οργανισμών 29
11. Ενδεικτικά σενάρια 30
11.1 Σενάριο Α: Δημιουργικός κόμβος σε αδρανές κτίριο 30
11.2 Σενάριο Β: Ψηφιακό δίκτυο δημιουργών 30
11.3 Σενάριο Γ: Θερινή συστάδα στο παραλιακό μέτωπο 30
11.4 Σενάριο Δ: Κόμβος σε συνεργασία με μεγάλο πολιτιστικό οργανισμό 30
12. Πρακτικός οδηγός για νέους επιχειρηματίες 32
12.1 Δικτύωση με στόχο 32
12.2 Αμοιβαιότητα 32
12.3 Από το τοπικό στο ευρωπαϊκό 32
12.4 Λίστα ελέγχου 32
12.5 Γλωσσάριο 32
12.6 Χρήσιμοι φορείς και πόροι 33
13. Συχνές ερωτήσεις 34
14. Κατευθύνσεις για τους δήμους της Νότιας Αττικής 36
14.1 Ξεκινώντας από το δίκτυο 36
14.2 Χαρτογράφηση χώρων 36
14.3 Πιλοτικός κόμβος 36
14.4 Σύνδεση με τον τουρισμό και τις τοπικές επιχειρήσεις 36
14.5 Ευρωπαϊκή διασύνδεση 36
14.6 Αξιολόγηση και μάθηση 37
14.7 Ενδεικτικός οδικός χάρτης 37
Συμπεράσματα 38
Βιβλιογραφία 39

Λέξεις Κλειδιά – Σύντομη Περίληψη

Λέξεις-Κλειδιά

Δημιουργικοί κόμβοι (creative hubs), συνεργατικοί σχηματισμοί (clusters), χώροι συνεργασίας (coworking), θερμοκοιτίδες, επιταχυντές, οικονομίες συσσώρευσης, δικτύωση, επιχειρηματικά οικοσυστήματα, διακυβέρνηση κόμβων, δείκτες αντικτύπου, EIT Culture & Creativity, Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Κόμβων, Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα Συνεργασίας των Clusters, Ελευσίνα 2023, Νότια Αττική, δημιουργική οικονομία, νεοφυείς επιχειρήσεις.

Σύντομη Περίληψη

Οι δημιουργικές επιχειρήσεις είναι κατά κανόνα πολύ μικρές, και η μικρή κλίμακα έχει κόστος: περιορισμένη πρόσβαση σε εξοπλισμό, πελάτες, γνώση, ταλέντο και χρηματοδότηση. Οι δημιουργικοί κόμβοι και οι συνεργατικοί σχηματισμοί είναι οι βασικές μορφές οργάνωσης με τις οποίες οι μικρές επιχειρήσεις αποκτούν συλλογικά όσα δεν μπορούν να αποκτήσουν μόνες τους.

Η έκθεση παρουσιάζει το θεωρητικό πλαίσιο για τη σημασία της εγγύτητας, μια τυπολογία δομών, τα ευρήματα της πρόσφατης έρευνας για τη συμβολή και τη βιωσιμότητα των κόμβων, τα επιχειρηματικά μοντέλα και τα μοντέλα διακυβέρνησής τους, και το ευρωπαϊκό και ελληνικό τοπίο, από την Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα Συνεργασίας των Clusters και το EIT Culture & Creativity έως το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Κόμβων με έδρα την Αθήνα, τον gi-Cluster και την Ελευσίνα 2023. Αναλύει τους πόρους και τα κενά της Νότιας Αττικής και προτείνει βήματα για τον σχεδιασμό τοπικών κόμβων.

Το συμπέρασμα είναι ότι η αξία ενός κόμβου δεν βρίσκεται στο κτίριο αλλά στις σχέσεις και τις υπηρεσίες που οργανώνει, και ότι για τον νέο επιχειρηματία η δικτύωση αποτελεί επένδυση με μετρήσιμη απόδοση, εφόσον γίνεται με συγκεκριμένο στόχο. Η έκθεση περιλαμβάνει ενδεικτικά σενάρια, λίστα ελέγχου, γλωσσάριο και συχνές ερωτήσεις.

Εισαγωγή

Η εικόνα του μοναχικού δημιουργού απέχει από την πραγματικότητα της δημιουργικής οικονομίας. Ένα βιντεοπαιχνίδι, ένα φεστιβάλ, μια ψηφιακή πολιτιστική εφαρμογή ή μια σειρά προϊόντων σχεδιασμού είναι αποτέλεσμα συνεργασίας πολλών ειδικοτήτων, που σπάνια συνυπάρχουν σε μία επιχείρηση. Το 2024, το 31,7% των εργαζομένων στον πολιτισμό στην Ευρωπαϊκή Ένωση ήταν αυτοαπασχολούμενοι, έναντι 13,6% στο σύνολο της οικονομίας (Eurostat, 2025). Ένας κλάδος με τέτοια σύνθεση λειτουργεί αναγκαστικά μέσα από δίκτυα.

Στην Ελλάδα, η ανάγκη αυτή είναι ακόμη πιο έντονη. Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες της χώρας διαθέτουν υψηλότερο ανθρώπινο κεφάλαιο από τον μέσο όρο της οικονομίας, αλλά οι επιχειρήσεις τους είναι μικρότερες και λιγότερο παραγωγικές από τις ευρωπαϊκές, και η ανάλυση της Τράπεζας της Ελλάδος που καταγράφει τα στοιχεία αυτά υπογραμμίζει την ανάγκη συντονισμού πολιτικών ώστε να λαμβάνονται υπόψη όλοι οι εμπλεκόμενοι (Anastasatou, 2026). Οι δημιουργικοί κόμβοι και οι συνεργατικοί σχηματισμοί είναι οι βασικές μορφές οργάνωσης με τις οποίες οι μικρές επιχειρήσεις αποκτούν συλλογικά όσα δεν μπορούν να αποκτήσουν μόνες τους.

Ο ΟΟΣΑ εξετάζει τους δημιουργικούς σχηματισμούς και τις πολιτιστικές συνοικίες ως καταλύτες της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης και της αναζωογόνησης των κοινοτήτων, και τους εντάσσει στις προτάσεις του για την αξιοποίηση του πολιτισμού στις στρατηγικές ανάκαμψης (OECD, 2022). Οι τοπικές αρχές ανταποκρίθηκαν με επενδύσεις σε θερμοκοιτίδες, χώρους συνεργασίας και δομές υποστήριξης, μεταξύ των οποίων και το παρόν έργο για τη νεοφυή επιχειρηματικότητα στους Δήμους της Νότιας Αττικής.

Η παρούσα έκθεση έχει δύο στόχους. Ο πρώτος είναι να βοηθήσει τον νέο επιχειρηματία να κατανοήσει τι μπορεί να περιμένει από τέτοιες δομές και πώς να τις αξιοποιήσει. Ο δεύτερος είναι να συνοψίσει τι γνωρίζουμε για τους όρους υπό τους οποίους οι δομές αυτές λειτουργούν αποτελεσματικά, ώστε να αξιοποιηθεί από τους δήμους και τους φορείς που σχεδιάζουν ή διαχειρίζονται τέτοιες πρωτοβουλίες. Το πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζει το θεωρητικό πλαίσιο. Το δεύτερο προτείνει μια τυπολογία. Το τρίτο συνοψίζει την έρευνα, και το τέταρτο τα επιχειρηματικά μοντέλα των κόμβων. Τα κεφάλαια πέντε έως οκτώ εξετάζουν το ευρωπαϊκό τοπίο, διεθνή παραδείγματα, το ελληνικό και το τοπικό τοπίο. Το ένατο αφορά τα οφέλη για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, το δέκατο τον σχεδιασμό ενός τοπικού κόμβου, το ενδέκατο παρουσιάζει ενδεικτικά σενάρια και το δωδέκατο είναι πρακτικός οδηγός, ενώ ακολουθούν συχνές ερωτήσεις.

1. Θεωρητικό πλαίσιο: γιατί η εγγύτητα έχει σημασία

1.1 Οικονομίες συσσώρευσης

Η ιδέα ότι οι επιχειρήσεις ωφελούνται όταν συγκεντρώνονται στον ίδιο χώρο είναι από τις παλαιότερες της οικονομικής γεωγραφίας. Η εγγύτητα δημιουργεί εξειδικευμένη αγορά εργασίας, όπου οι επιχειρήσεις βρίσκουν ευκολότερα τα ταλέντα που χρειάζονται και οι εργαζόμενοι περισσότερες ευκαιρίες. Επιτρέπει την ανάπτυξη εξειδικευμένων προμηθευτών και υπηρεσιών. Και, κυρίως, διευκολύνει τη διάχυση γνώσης, ιδίως της άρρητης γνώσης που μεταδίδεται μέσω της προσωπικής επαφής και της παρατήρησης και όχι μέσω εγγράφων.

Στη δημιουργική οικονομία, οι μηχανισμοί αυτοί είναι ιδιαίτερα ισχυροί. Η δημιουργική εργασία οργανώνεται γύρω από έργα, για τα οποία συγκροτούνται προσωρινές ομάδες από ελεύθερους επαγγελματίες και μικρές επιχειρήσεις. Η γρήγορη συγκρότηση τέτοιων ομάδων προϋποθέτει ότι οι άνθρωποι γνωρίζονται, εμπιστεύονται ο ένας τον άλλον και βρίσκονται κοντά. Η ποιότητα της δημιουργικής εργασίας εξαρτάται επίσης από την έκθεση σε ιδέες, τάσεις και κριτική, που είναι πυκνότερη σε μέρη όπου συγκεντρώνονται δημιουργοί.

1.2 Τοπική συσσώρευση και παγκόσμια δίκτυα

Η βιβλιογραφία της οικονομικής γεωγραφίας για τις δημιουργικές βιομηχανίες έχει αναπτυχθεί σε δύο βασικές κατευθύνσεις. Η πρώτη, και πολύ πιο εκτεταμένη, εξετάζει τη συσσώρευση και τη συγκρότηση συστάδων δημιουργικών επιχειρήσεων στις πόλεις, με θέματα όπως η αγορά εργασίας, οι οικολογίες έργων, οι προσωρινές συστάδες που δημιουργούνται γύρω από φεστιβάλ και εκθέσεις, οι χώροι συνεργασίας και τα δημιουργικά εργαστήρια. Η δεύτερη, νεότερη, εξετάζει τις δημιουργικές βιομηχανίες από τη σκοπιά των παγκόσμιων δικτύων: τις διεθνείς συμπαραγωγές, τη θέση των τοπικών συστάδων σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, και τον συνδυασμό του τοπικού «θορύβου», δηλαδή της πυκνής άτυπης επικοινωνίας, με «αγωγούς» γνώσης προς άλλες περιοχές. Η σύγχρονη έρευνα επιχειρεί να συνδέσει αυτές τις δύο οπτικές με τον ρόλο των εθνικών ρυθμίσεων και πολιτικών, που εξακολουθούν να διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό τις δημιουργικές βιομηχανίες (Hassink κ.ά., 2021).

Η ίδια βιβλιογραφία καταγράφει μια μετατόπιση από τα παραδοσιακά κυρίαρχα κέντρα, όπως το Χόλιγουντ, η Νέα Υόρκη και το Παρίσι, προς ένα πιο σύνθετο τοπίο ανταγωνιστικών και συμπληρωματικών δημιουργικών συστάδων, που οφείλεται εν μέρει στη μείωση των εμποδίων εισόδου για μικρές χώρες και νεότερες συστάδες (Hassink κ.ά., 2021). Η εξέλιξη αυτή είναι ενθαρρυντική για την Ελλάδα και για περιοχές όπως η Αττική: η επιτυχία δεν προϋποθέτει να είναι κανείς παγκόσμιο κέντρο, αλλά να συνδυάζει μια ζωντανή τοπική κοινότητα με συνδέσεις προς τα διεθνή δίκτυα.

1.3 Από την πόλη στην περιφέρεια

Η ανάλυση των δημιουργικών συστάδων επεκτείνεται σταδιακά από την κλίμακα της πόλης στην κλίμακα της ευρύτερης περιοχής. Μελέτη για τις δημιουργικές βιομηχανίες του Μιλάνου έδειξε ότι η πόλη λειτουργεί ως πυρήνας ενός ευρύτερου περιφερειακού συστήματος δημιουργικών συστάδων, και ότι η κατανόηση της ανάπτυξής του απαιτεί περιφερειακή και όχι μόνο αστική οπτική (Shen κ.ά., 2023). Για τη μητροπολιτική περιοχή της Αθήνας, αυτό σημαίνει ότι οι δήμοι της Νότιας Αττικής δεν χρειάζεται να ανταγωνιστούν το

κέντρο της Αθήνας, αλλά να αναπτύξουν συμπληρωματικούς πόλους με δική τους ταυτότητα, συνδεδεμένους με το σύνολο του μητροπολιτικού δημιουργικού οικοσυστήματος.

1.4 Χώροι συνεργασίας και δημιουργικές βιομηχανίες

Οι χώροι συνεργασίας αποτελούν μια σχετικά νέα οργανωτική καινοτομία που συνδέεται στενά με τις δημιουργικές βιομηχανίες. Μελέτη στην Πράγα και τη Βαρσοβία, που συνέκρινε δεδομένα σε διαφορετικές χρονικές στιγμές, κατέγραψε τη χωρική συσχέτιση των χώρων συνεργασίας με επιλεγμένες δημιουργικές βιομηχανίες και έδειξε ότι η συνύπαρξή τους οδηγεί τόσο σε ένταση των λειτουργιών στο κέντρο όσο και σε διάχυσή τους σε γειτονικές περιοχές και κατά μήκος μεγάλων οδικών αξόνων, ενισχύοντας ένα πολυκεντρικό μοντέλο μητρόπολης (Bednář κ.ά., 2024). Το εύρημα έχει σημασία για τις περιοχές εκτός του ιστορικού κέντρου: οι χώροι συνεργασίας μπορούν να λειτουργήσουν ως πυρήνες γύρω από τους οποίους αναπτύσσονται νέοι δημιουργικοί πόλοι.

1.5 Πολιτισμός, τόπος και κοινωνική συνοχή

Η σημασία των δημιουργικών κόμβων δεν περιορίζεται στην οικονομία. Ο ΟΟΣΑ επισημαίνει ότι οι πολιτιστικοί και δημιουργικοί τομείς, πέρα από τη συμβολή τους στην απασχόληση, το εισόδημα και την καινοτομία, συμβάλλουν στην υγεία και την ευημερία, στην κοινωνική ένταξη και στο τοπικό κοινωνικό κεφάλαιο, και εξετάζει τους δημιουργικούς σχηματισμούς και τις πολιτιστικές συνοικίες ως καταλύτες για την αναζωογόνηση των κοινοτήτων (OECD, 2022). Ένας κόμβος που φιλοξενεί εκδηλώσεις, εργαστήρια για παιδιά και ενήλικες, εκθέσεις και αγορές γίνεται τόπος συνάντησης για τους κατοίκους, ενισχύει την ταυτότητα της γειτονιάς και προσελκύει νέους ανθρώπους. Η διάσταση αυτή έχει ιδιαίτερη σημασία για τους δήμους, επειδή συνδέει την πολιτική για την επιχειρηματικότητα με την πολιτική για την ποιότητα ζωής.

2. Τυπολογία: κόμβοι, χώροι συνεργασίας και clusters

2.1 Ο ορισμός του δημιουργικού κόμβου

Ένας από τους πιο διαδεδομένους ορισμούς προέρχεται από τον οδηγό του Βρετανικού Συμβουλίου για τους δημιουργικούς κόμβους: δημιουργικός κόμβος είναι ένας τόπος, φυσικός ή εικονικός, που φέρνει κοντά δημιουργικούς ανθρώπους. Λειτουργεί ως συντονιστής που προσφέρει χώρο και υποστήριξη για δικτύωση, επιχειρηματική ανάπτυξη και εμπλοκή της κοινότητας στους δημιουργικούς, πολιτιστικούς και τεχνολογικούς τομείς (British Council, 2015).

Ο ίδιος οδηγός διακρίνει έξι τύπους κόμβων. Το στούντιο είναι μια μικρή ομάδα ατόμων ή επιχειρήσεων που εργάζονται σε κοινό χώρο. Το κέντρο είναι ένα μεγάλο κτίριο που μπορεί να περιλαμβάνει και καφέ, κινηματογράφο, κατάστημα ή εκθεσιακό χώρο. Το δίκτυο είναι μια διάσπαρτη ομάδα ατόμων ή επιχειρήσεων, συχνά με εστίαση σε έναν κλάδο ή μια περιοχή. Η συστάδα αποτελείται από δημιουργούς και επιχειρήσεις εγκατεστημένους κοντά ο ένας στον άλλον στην ίδια γεωγραφική περιοχή. Η διαδικτυακή πλατφόρμα λειτουργεί αποκλειστικά μέσω ιστοτόπων και μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ο εναλλακτικός κόμβος πειραματίζεται με νέες κοινότητες, κλάδους ή χρηματοδοτικά μοντέλα (British Council, 2015).

2.2 Συγγενείς δομές

Πέρα από τους δημιουργικούς κόμβους, ένα δημιουργικό οικοσύστημα περιλαμβάνει και άλλες δομές με διαφορετικό ρόλο. Ο χώρος συνεργασίας είναι πρωτίστως υποδομή: κοινόχρηστες θέσεις εργασίας και βασικές υπηρεσίες έναντι συνδρομής. Η θερμοκοιτίδα υποστηρίζει νέες επιχειρήσεις στα πρώτα τους στάδια με χώρο, καθοδήγηση και υπηρεσίες, συνήθως για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Ο επιταχυντής προσφέρει εντατικά, χρονικά περιορισμένα προγράμματα σε επιχειρήσεις με προοπτική ταχείας ανάπτυξης, συχνά με μικρή επένδυση και σύνδεση με επενδυτές. Τα εργαστήρια ψηφιακής κατασκευής δίνουν πρόσβαση σε εξοπλισμό όπως τρισδιάστατους εκτυπωτές και κοπτικά λέιζερ. Τα ζωντανά εργαστήρια δοκιμάζουν καινοτομίες σε πραγματικές συνθήκες με τη συμμετοχή των χρηστών. Οι πολιτιστικές συνοικίες είναι αστικές περιοχές με υψηλή συγκέντρωση πολιτιστικών χώρων και δραστηριοτήτων.

Ο συνεργατικός σχηματισμός (cluster) δεν είναι χώρος αλλά οργανωμένο δίκτυο επιχειρήσεων, ερευνητικών φορέων και οργανισμών υποστήριξης του ίδιου ή συγγενών κλάδων, συνήθως σε μια γεωγραφική περιοχή, που συνεργάζονται και ταυτόχρονα ανταγωνίζονται. Διαθέτει συνήθως φορέα διαχείρισης που οργανώνει κοινές δράσεις, όπως συμμετοχή σε εκθέσεις, έργα έρευνας και καινοτομίας, κατάρτιση και διεθνή προβολή.

Πίνακας 1: Τυπολογία δομών του δημιουργικού οικοσυστήματος

Δομή	Βασική λειτουργία	Τυπικό μοντέλο εσόδων	Για ποιον είναι κατάλληλη
Χώρος συνεργασίας	Κοινόχρηστες θέσεις εργασίας και υπηρεσίες	Συνδρομές	Ελεύθεροι επαγγελματίες, μικρές ομάδες

Δομή	Βασική λειτουργία	Τυπικό μοντέλο εσόδων	Για ποιον είναι κατάλληλη
Δημιουργικός κόμβος (κέντρο)	Χώρος, προγράμματα, εκδηλώσεις, διασύνδεση	Μισθώματα, υπηρεσίες, επιχορηγήσεις, εκδηλώσεις	Δημιουργοί και επιχειρήσεις κάθε σταδίου
Δίκτυο ή διαδικτυακή πλατφόρμα	Διασύνδεση, πληροφόρηση, προβολή	Συνδρομές μελών, επιχορηγήσεις	Διάσπαρτοι δημιουργοί, εξειδικευμένοι κλάδοι
Θερμοκοιτίδα	Υποστήριξη πρώιμου σταδίου	Δημόσια χρηματοδότηση, μισθώματα	Νέες επιχειρήσεις σε φάση ιδέας ή πρωτοτύπου
Επιταχυντής	Εντατικό πρόγραμμα, σύνδεση με επενδυτές	Συμμετοχή στο κεφάλαιο, χορηγίες	Επιχειρήσεις με προοπτική ταχείας ανάπτυξης
Εργαστήριο ψηφιακής κατασκευής	Πρόσβαση σε εξοπλισμό	Χρεώσεις χρήσης, κατάρτιση	Σχεδιαστές, κατασκευαστές πρωτοτύπων
Συνεργατικός σχηματισμός (cluster)	Οργανωμένη συνεργασία επιχειρήσεων και φορέων	Συνδρομές, έργα, δημόσια στήριξη	Επιχειρήσεις του ίδιου ή συγγενών κλάδων
Πολιτιστική συνοικία	Συγκέντρωση πολιτιστικών χώρων και δραστηριοτήτων	Δεν έχει ενιαίο μοντέλο	Περιοχές με πολιτιστικό απόθεμα

2.3 Οι ανάγκες διαφέρουν ανά κλάδο

Οι ανάγκες των δημιουργών διαφέρουν σημαντικά ανά κλάδο, και ένας κόμβος πρέπει να λαμβάνει υπόψη ποιους κλάδους στοχεύει. Οι μουσικοί χρειάζονται ηχομονωμένους χώρους πρόβας και στούντιο ηχογράφησης, συνήθως με χρέωση ανά ώρα. Οι οπτικοακουστικοί παραγωγοί χρειάζονται χώρους μοντάζ και μεταπαραγωγής, εξοπλισμό γυρισμάτων και πρόσβαση σε επαγγελματίες για συγκρότηση συνεργείων. Τα στούντιο παιχνιδιών και οι επιχειρήσεις ψηφιακού περιεχομένου χρειάζονται κυρίως χώρο γραφείου, ισχυρή συνδεσιμότητα και πρόσβαση σε δοκιμαστές, εκδότες και επενδυτές, ανάγκες που καλύπτουν και εξειδικευμένοι σχηματισμοί όπως ο gi-Cluster (Athena RC – Corallia, 2025). Οι σχεδιαστές και οι τεχνίτες χρειάζονται εργαστήρια με εξοπλισμό, χώρο αποθήκευσης και, κυρίως, πρόσβαση σε πελάτες μέσω καταστημάτων και αγορών. Οι παραστατικές τέχνες χρειάζονται χώρους πρόβας και παράστασης. Ένας κόμβος που επιχειρεί να εξυπηρετήσει όλους τους κλάδους με τον ίδιο τρόπο κινδυνεύει να μην εξυπηρετεί κανέναν επαρκώς.

2.4 Η αξία της διαμεσολάβησης

Η κριτική αποτίμηση της έννοιας του δημιουργικού κόμβου καταλήγει ότι οι κόμβοι είναι κάτι περισσότερο από κτίρια ή «δοχεία» επιχειρήσεων. Λειτουργούν ως κρίσιμος σύνδεσμος ανάμεσα σε κοινωνικές και οικονομικές δραστηριότητες, δεν υπάρχει ένα γενικό μοντέλο που να μπορεί να μεταφερθεί αυτούσιο από τόπο σε τόπο, και η αξιολόγησή τους πρέπει να μετατοπιστεί από την παροχή υποδομής στην υποστήριξη των αναγκών των χρηστών (Pratt, 2021). Για όσους σχεδιάζουν τέτοιες δομές, αυτό σημαίνει ότι η επένδυση σε ανθρώπους και προγράμματα μετρά περισσότερο από την επένδυση σε τετραγωνικά μέτρα.

2.5 Από τον χώρο στο οικοσύστημα

Οι δομές της τυπολογίας δεν λειτουργούν απομονωμένα. Σε ένα ώριμο δημιουργικό οικοσύστημα, ένας νέος δημιουργός μπορεί να ξεκινήσει σε έναν χώρο συνεργασίας, να ενταχθεί σε μια θερμοκοιτίδα για να αναπτύξει την επιχείρησή του, να συμμετάσχει σε ένα πρόγραμμα επιτάχυνσης όταν είναι έτοιμος να μεγαλώσει, να χρησιμοποιεί ένα εργαστήριο ψηφιακής κατασκευής για τα πρωτότυπά του και να είναι μέλος ενός κλαδικού συνεργατικού σχηματισμού για τη διεθνή του προβολή. Η αξία για την περιοχή προκύπτει από τη συνέχεια αυτής της διαδρομής. Γι' αυτό ο σχεδιασμός μιας νέας δομής πρέπει να λαμβάνει υπόψη ποιες άλλες δομές υπάρχουν ήδη στην ευρύτερη μητροπολιτική περιοχή και πώς θα συνδεθεί μαζί τους, αντί να επιχειρεί να καλύψει όλες τις ανάγκες μόνη της.

3. Τι δείχνει η έρευνα

3.1 Η πιο εκτεταμένη καταγραφή

Η πιο εκτεταμένη πρόσφατη καταγραφή ανέλυσε 587 ενεργούς πολιτιστικούς και δημιουργικούς κόμβους σε διάφορες γεωγραφικές περιοχές, αξιοποιώντας στοιχεία δικτύων όπως το Βρετανικό Συμβούλιο και το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Κόμβων, με σκοπό να προσδιορίσει τους στόχους, τις βασικές δραστηριότητες και την οικονομική βιωσιμότητά τους. Η μελέτη υπογραμμίζει τη μεγάλη ποικιλία των μορφών, από ολόκληρες περιοχές έως ανεξάρτητα νομικά πρόσωπα, και την ανάγκη συστηματικής προσέγγισης επειδή η διαθέσιμη πληροφορία είναι διάσπαρτη (Flego & Tei, 2024).

3.2 Κόμβοι, ταλέντο και περιφερειακή ζωντάνια

Οι δημιουργικοί κόμβοι παρουσιάζονται στη βιβλιογραφία ως κρίσιμοι παράγοντες για τη δημιουργία επιχειρηματικών οικοσυστημάτων, ιδίως σε περιφερειακές περιοχές. Λειτουργούν ως πλατφόρμες όπου συγκλίνουν καλλιτεχνικές, πολιτιστικές και τεχνολογικές δραστηριότητες, ενθαρρύνουν τον πειραματισμό και την ανάληψη κινδύνου, και υποστηρίζουν την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών μοντέλων. Επιπλέον, συμβάλλουν στην προσέλκυση και διατήρηση ταλέντων, ένα κρίσιμο ζήτημα για περιοχές που χάνουν νέους με δεξιότητες προς τα μεγάλα αστικά κέντρα (Roelfsema, 2025).

3.3 Μεσαίες πόλεις και περιφέρειες

Η έρευνα σε μικρότερες πόλεις και περιφερειακές περιοχές είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για δήμους εκτός των μεγάλων κέντρων. Σε μεσαίες πόλεις της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, οι χώροι συνεργασίας συμβάλλουν κυρίως στην αναβάθμιση της υφιστάμενης αναπτυξιακής πορείας, μέσα από την τοπική ενσωμάτωση των εμπλεκομένων, και ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα μικρών τοπικών συγκεντρώσεων δημιουργικών επιχειρήσεων, συχνά μέσω των υπηρεσιών που προσφέρουν σε εξ αποστάσεως εργαζόμενους και ψηφιακούς νομάδες (Danko κ.ά., 2024).

Στην αγροτική Αγγλία, οι κόμβοι που απευθύνονται σε επιχειρήσεις οι οποίες πωλούν απευθείας στο κοινό, όπως δημιουργικά επαγγέλματα, λιανικό εμπόριο και τουρισμός, λειτουργούν ως πόλοι έλξης επισκεπτών με καφέ, κοινόχρηστους χώρους και εκδηλώσεις, και συμβάλλουν έτσι στην τοπική ανάπτυξη μέσω της δημιουργικής δραστηριότητας των ενοίκων τους (Merrell κ.ά., 2021). Εθνογραφική μελέτη ενός αγροτικού δημιουργικού κόμβου εντόπισε τέσσερις ομάδες πρακτικών, τη διοργάνωση εκδηλώσεων, τις εκθέσεις, την έκθεση προϊόντων προς πώληση και τη δημιουργία, μέσα από τις οποίες ο κόμβος γίνεται επιχειρηματικός «φορέας-άγκυρα» για την περιοχή, και ανέδειξε τη σημασία της ενεργού διαχείρισης του κόμβου και της στήριξης από την τοπική αυτοδιοίκηση (Hill κ.ά., 2025).

3.4 Το κοινό δίδαγμα

Το κοινό δίδαγμα των μελετών είναι ότι ο κόμβος που ανοίγεται στην πόλη, με εκδηλώσεις, αγορές δημιουργών και χώρους ανοικτούς στο κοινό, αποδίδει περισσότερο από εκείνον που λειτουργεί ως κλειστός χώρος γραφείων. Για μια περιοχή με τουριστική κίνηση, το μοντέλο αυτό συνδέει άμεσα τους δημιουργούς με πελάτες. Ένα δεύτερο δίδαγμα είναι ότι η επιτυχία εξαρτάται από την ενεργό διαχείριση και από τη σχέση με την τοπική αυτοδιοίκηση, και όχι

μόνο από την ύπαρξη του χώρου. Ένα τρίτο είναι ότι κάθε κόμβος πρέπει να σχεδιάζεται με βάση τις τοπικές συνθήκες και τις ανάγκες των χρηστών του (Pratt, 2021).

3.5 Κριτικές οπτικές

Η βιβλιογραφία δεν είναι μονομερώς θετική. Η επιτυχία των δημιουργικών κόμβων και συνοικιών μπορεί να συμβάλει στην αύξηση των τιμών των ακινήτων και, τελικά, στον εκτοπισμό των ίδιων των δημιουργών και των παλαιών κατοίκων, φαινόμενο γνωστό ως εξευγενισμός. Μελέτη σε πέντε ισπανικές πόλεις παγκόσμιας κληρονομιάς ανέδειξε τη σύνθετη αλληλεπίδραση μεταξύ τουριστικοποίησης, εξευγενισμού και πολιτιστικής στρατηγικής, καθώς και την απόκλιση μεταξύ αστικής πολιτικής και κοινωνικοπολιτιστικής πραγματικότητας των κατοίκων (García-Esparza, 2025). Επιπλέον, η κριτική αποτίμηση της έννοιας του κόμβου προειδοποιεί για τη γενίκευση αφηρημένων μοντέλων που αγνοούν τις τοπικές συνθήκες και τις ανάγκες των χρηστών (Pratt, 2021).

Για τους δήμους, τα ευρήματα αυτά υποδεικνύουν δύο προφυλάξεις: τη διατήρηση προσιτών χώρων για τους δημιουργούς σε βάθος χρόνου, για παράδειγμα μέσω δημοτικής ιδιοκτησίας ή μακροχρόνιων συμφωνιών, και τη συμμετοχή των κατοίκων στον σχεδιασμό, ώστε ο κόμβος να ενισχύει και όχι να αντικαθιστά την υφιστάμενη κοινότητα.

3.6 Τι δεν γνωρίζουμε ακόμη

Παρά την αυξανόμενη βιβλιογραφία, η τεκμηρίωση του αντικτύπου των δημιουργικών κόμβων παραμένει περιορισμένη. Η πληροφορία για τους κόμβους είναι διάσπαρτη, με αποτέλεσμα να απαιτείται συστηματική συλλογή στοιχείων για να γίνουν συγκρίσεις (Flego & Tei, 2024), ενώ πολλές αξιολογήσεις εστιάζουν στην υποδομή και όχι στα αποτελέσματα για τους χρήστες (Pratt, 2021). Για την Ελλάδα ειδικότερα, τα στοιχεία για τους δημιουργικούς κόμβους, τον αριθμό, τα μοντέλα και τον αντίκτυπό τους είναι ελάχιστα. Η συμμετοχή των ελληνικών κόμβων στο ετήσιο Βαρόμετρο του Ευρωπαϊκού Δικτύου Δημιουργικών Κόμβων (European Creative Hubs Network, 2026) και η συστηματική αξιολόγηση των νέων πρωτοβουλιών θα συνέβαλλαν στην κάλυψη αυτού του κενού.

4. Επιχειρηματικά μοντέλα και βιωσιμότητα των κόμβων

4.1 Το πρόβλημα της οικονομικής βιωσιμότητας

Η οικονομική βιωσιμότητα είναι το μόνιμο αδύνατο σημείο των δημιουργικών κόμβων, και η έρευνα για τους 587 κόμβους την εξετάζει ως κεντρικό ζήτημα (Flego & Tei, 2024). Οι κόμβοι εξυπηρετούν πελάτες με χαμηλή ικανότητα πληρωμής, όπως νέους δημιουργούς και πολύ μικρές επιχειρήσεις, και παράγουν οφέλη, όπως δικτύωση, δεξιότητες και τοπική ζωντάνια, που δεν μετατρέπονται εύκολα σε έσοδα. Ταυτόχρονα, έχουν σημαντικά σταθερά κόστη για χώρους, προσωπικό και προγράμματα.

4.2 Πηγές εσόδων

Τα περισσότερα βιώσιμα σχήματα συνδυάζουν πολλές πηγές εσόδων. Τα μισθώματα και οι συνδρομές από τους ενοίκους και τα μέλη παρέχουν σταθερή βάση. Οι αμειβόμενες υπηρεσίες, όπως κατάρτιση, συμβουλευτική, πρόσβαση σε εξοπλισμό και ενοικίαση χώρων για εκδηλώσεις τρίτων, προσθέτουν έσοδα που συνδέονται με την αξία που παράγει ο κόμβος. Οι εκδηλώσεις και οι αγορές δημιουργών φέρνουν κοινό και έσοδα από εισιτήρια, πωλήσεις και χορηγίες. Η δημόσια ή ιδιωτική επιχορήγηση καλύπτει το μέρος του έργου που έχει δημόσιο χαρακτήρα, όπως προγράμματα για νέους ή για ευάλωτες ομάδες. Τέλος, η συμμετοχή σε ευρωπαϊκά έργα χρηματοδοτεί δράσεις καινοτομίας και διεθνοποίησης.

4.3 Μοντέλα διακυβέρνησης

Οι κόμβοι λειτουργούν με διαφορετικά μοντέλα διακυβέρνησης. Στο δημοτικό μοντέλο, ο δήμος ή μια δημοτική επιχείρηση διαχειρίζεται τον κόμβο, με πλεονέκτημα τη σταθερότητα και τη σύνδεση με τις τοπικές πολιτικές, αλλά συχνά με περιορισμένη ευελιξία. Στο μοντέλο σύμπραξης, ο δήμος διαθέτει τον χώρο και ένας ιδιωτικός ή μη κερδοσκοπικός φορέας με εμπειρία αναλαμβάνει τη λειτουργία, με συμφωνημένους στόχους. Στο συνεργατικό μοντέλο, οι ίδιοι οι δημιουργοί οργανώνονται σε συνεταιρισμό ή σύλλογο και διαχειρίζονται τον χώρο. Στο ιδιωτικό μοντέλο, ο κόμβος λειτουργεί ως επιχείρηση. Η επιλογή εξαρτάται από τους στόχους, τους διαθέσιμους πόρους και την ύπαρξη τοπικών φορέων με την απαιτούμενη εμπειρία.

Πίνακας 2: Μοντέλα διακυβέρνησης δημιουργικών κόμβων

Μοντέλο	Πλεονεκτήματα	Κίνδυνοι	Πότε ταιριάζει
Δημοτικό	Σταθερότητα, σύνδεση με τοπικές πολιτικές	Γραφειοκρατία, περιορισμένη ευελιξία	Όταν ο κόμβος έχει έντονο δημόσιο χαρακτήρα
Σύμπραξη δήμου και φορέα λειτουργίας	Συνδυασμός δημόσιων πόρων και εξειδίκευσης	Ανάγκη σαφών συμβάσεων και στόχων	Όταν υπάρχει έμπειρος τοπικός φορέας
Συνεργατικό	Ιδιοκτησία και δέσμευση των χρηστών	Περιορισμένοι πόροι, εσωτερικές διαφωνίες	Όταν υπάρχει ώριμη κοινότητα δημιουργών
Ιδιωτικό	Ευελιξία, επιχειρηματικός προσανατολισμός	Αποκλεισμός όσων δεν μπορούν να πληρώσουν	Σε περιοχές με ισχυρή ζήτηση

4.4 Μέτρηση του αντικτύπου

Η τεκμηρίωση του αντικτύπου είναι απαραίτητη τόσο για τη βελτίωση της λειτουργίας όσο και για την προσέλκυση χρηματοδότησης. Οι δείκτες πρέπει να συνδέονται με τους στόχους του κόμβου και να περιλαμβάνουν τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά στοιχεία.

Πίνακας 3: Ενδεικτικοί δείκτες αντικτύπου δημιουργικού κόμβου

Κατηγορία	Δείκτης
Δραστηριότητα	Αριθμός μελών και ενοίκων, πληρότητα χώρων, αριθμός εκδηλώσεων και συμμετεχόντων
Επιχειρηματικότητα	Νέες επιχειρήσεις που δημιουργήθηκαν, ποσοστό επιβίωσης μετά από δύο και τρία χρόνια, θέσεις εργασίας
Χρηματοδότηση	Εξωτερική χρηματοδότηση που άντλησαν τα μέλη, συμμετοχή σε ευρωπαϊκά έργα
Συνεργασία	Έργα που υλοποιήθηκαν από κοινού από μέλη, συνεργασίες με τοπικούς φορείς
Κοινότητα	Συμμετοχή κατοίκων σε εκδηλώσεις, προγράμματα για ευάλωτες ομάδες
Διεθνοποίηση	Συμμετοχή σε διεθνή δίκτυα, εκθέσεις, εξαγωγές μελών
Ικανοποίηση	Αξιολόγηση των υπηρεσιών από τα μέλη, λόγοι αποχώρησης

4.5 Ο ρόλος του διαχειριστή

Όλες οι μελέτες συγκλίνουν στη σημασία της διαχείρισης. Ο διαχειριστής ενός κόμβου δεν είναι απλώς διαχειριστής ακινήτου. Είναι επιμελητής μιας κοινότητας: επιλέγει τους ενοίκους ώστε να υπάρχει συμπληρωματικότητα, γνωρίζει τα μέλη και τις ανάγκες τους, οργανώνει το πρόγραμμα, φέρνει στον κόμβο πελάτες, χρηματοδότες και εταίρους, και εκπροσωπεί τον κόμβο απέναντι στον δήμο και σε εξωτερικούς φορείς. Η έρευνα για τους αγροτικούς κόμβους αναδεικνύει ρητά τη σημασία της διαχείρισης για τη μετατροπή του κόμβου σε επιχειρηματικό φορέα-άγκυρα (Hill κ.ά., 2025). Για τους δήμους που σχεδιάζουν κόμβους, η εξασφάλιση ικανού διαχειριστή με σταθερή χρηματοδότηση για τα πρώτα χρόνια είναι συχνά σημαντικότερη από την ποιότητα του κτιρίου.

4.6 Χρηματοδότηση από δημόσιους και ευρωπαϊκούς πόρους

Η δημόσια χρηματοδότηση παραμένει απαραίτητη για τους περισσότερους κόμβους, τουλάχιστον για την αρχική επένδυση και για τις δραστηριότητες με δημόσιο χαρακτήρα. Σε περιφερειακό επίπεδο, το πρόγραμμα «Αττική» 2021-2027 διαθέτει πόρους για την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία και για ολοκληρωμένες χωρικές επενδύσεις (Ναυτεμπορική, 2022). Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, τα προγράμματα διασυνοριακής και διαπεριφερειακής συνεργασίας, όπως το Interreg που χρηματοδότησε τα Creative@Hubs (Interreg Greece-Italy, 2024), το πρόγραμμα «Δημιουργική Ευρώπη» και πρωτοβουλίες όπως τα Euroclusters (ECCP, 2025) προσφέρουν ευκαιρίες για έργα που αφορούν τη λειτουργία και τη διεθνή δικτύωση των κόμβων. Η εμπειρία δείχνει όμως ότι η αποκλειστική εξάρτηση από έργα περιορισμένης διάρκειας οδηγεί συχνά σε ασυνέχεια, γι' αυτό η χρηματοδότηση από έργα πρέπει να συνδυάζεται με σταθερές πηγές εσόδων.

5. Το ευρωπαϊκό τοπίο

5.1 Η ευρωπαϊκή πολιτική για τα clusters

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, οι συνεργατικοί σχηματισμοί αποτελούν βασικό εργαλείο της πολιτικής για την ανταγωνιστικότητα. Η Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα Συνεργασίας των Clusters αριθμεί περισσότερους από 1.250 εγγεγραμμένους φορείς διαχείρισης clusters, με περίπου 155.000 μέλη, από τα οποία το 78,6% είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Τα clusters περιγράφονται ως πρακτικοί μηχανισμοί υλοποίησης της ευρωπαϊκής ατζέντας για την ανταγωνιστικότητα, που μετατρέπουν τις προτεραιότητες πολιτικής σε έργα, συνεργασίες και επενδύσεις, και ως κόμβοι ενορχήστρωσης των περιφερειακών βιομηχανικών οικοσυστημάτων. Η πρωτοβουλία Euroclusters του 2025 διαθέτει προϋπολογισμό 42 εκατομμυρίων ευρώ, από τα οποία περισσότερα από 30 εκατομμύρια αναμένεται να φτάσουν σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις μέσω διαδοχικής χρηματοδότησης (ECCP, 2025).

5.2 EIT Culture & Creativity

Η πιο σημαντική ευρωπαϊκή δομή ειδικά για τους δημιουργικούς τομείς είναι το EIT Culture & Creativity, η Κοινότητα Γνώσης και Καινοτομίας του Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Καινοτομίας και Τεχνολογίας. Έχει έδρα στην Κολωνία και δραστηριοποιείται σε 30 χώρες μέσω έξι περιφερειακών κόμβων, στο Άμστερνταμ, τη Βαρκελώνη, την Μπολόνια, το Ελσίνκι, το Κόσιτσε και τη Βιέννη, με 64 εταίρους, και προγράμματα καινοτομίας, εκπαίδευσης, δημιουργίας επιχειρήσεων και μετασχηματισμού των περιφερειών (EIT Culture & Creativity, 2025). Τον Αύγουστο του 2026 άνοιξε προγράμματα επιτάχυνσης και κλιμάκωσης συνολικού ύψους έως 8,6 εκατομμυρίων ευρώ για νεοφυείς επιχειρήσεις δημιουργικής τεχνολογίας, με αυξημένα όρια για επιχειρήσεις εγκατεστημένες σε χώρες του Περιφερειακού Συστήματος Καινοτομίας (EIT Culture & Creativity, 2026).

Στο πλαίσιο του Περιφερειακού Συστήματος Καινοτομίας, η κοινότητα του EIT δημιούργησε τον Δεκέμβριο του 2024 δεκαέξι εθνικούς κόμβους, με σκοπό τη μείωση του χάσματος καινοτομίας και τη σύνδεση των τοπικών φορέων με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και τις υπηρεσίες των Κοινοτήτων Γνώσης και Καινοτομίας. Η Ελλάδα δεν περιλαμβάνεται στους κόμβους που ανακοινώθηκαν (EIT Culture & Creativity, 2024), γεγονός που καθιστά ακόμη πιο σημαντική την ενεργό αναζήτηση των ευκαιριών από τους ελληνικούς φορείς.

5.3 Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Κόμβων

Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Κόμβων είναι ένα από τα δίκτυα που στηρίζει το πρόγραμμα «Δημιουργική Ευρώπη», και έχει έδρα την Αθήνα. Το δίκτυο διεξάγει ετήσια έρευνα, το Βαρόμετρο Δημιουργικών Κόμβων, ανοικτή σε όλους τους κόμβους ανεξάρτητα από το αν είναι μέλη, που καταγράφει τους χώρους, τις κοινότητες, τα προγράμματα, τις συνεργασίες και τη χρηματοδότηση των κόμβων, καθώς και τις προοπτικές του οικοσυστήματος (European Creative Hubs Network, 2026). Για έναν νέο κόμβο ή μια τοπική αρχή στην Αττική, η εγγύτητα σε ένα ευρωπαϊκό δίκτυο με έδρα την Αθήνα αποτελεί πλεονέκτημα για την πρόσβαση σε συγκριτικά στοιχεία, εμπειρία και εταίρους για ευρωπαϊκά έργα.

5.4 Πολιτιστικές πρωτεύουσες και δημιουργικές πόλεις

Δύο ακόμη ευρωπαϊκοί και διεθνείς θεσμοί λειτουργούν ως καταλύτες για τα τοπικά δημιουργικά οικοσυστήματα. Ο θεσμός των Πολιτιστικών Πρωτευουσών της Ευρώπης αναθέτει κάθε χρόνο σε πόλεις την υλοποίηση ενός πολυετούς πολιτιστικού προγράμματος με στόχο τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη. Το Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων της UNESCO, που ιδρύθηκε το 2004, συνδέει πόλεις που αναγνωρίζουν τη δημιουργικότητα ως στρατηγικό παράγοντα βιώσιμης ανάπτυξης σε συγκεκριμένα πεδία, όπως η γαστρονομία, ο σχεδιασμός, η χειροτεχνία και οι λαϊκές τέχνες, η μουσική, ο κινηματογράφος, η λογοτεχνία και οι τέχνες των μέσων. Μεταξύ των ελληνικών μελών περιλαμβάνονται η Θεσσαλονίκη, η πρώτη ελληνική πόλη στο δίκτυο, και το Ηράκλειο, που αναγνωρίστηκε ως Δημιουργική Πόλη Γαστρονομίας το 2023 (Greek City Times, 2023).

Πίνακας 4: Ευρωπαϊκές και διεθνείς δομές για δημιουργικούς κόμβους και clusters

Δομή	Τι προσφέρει	Σημασία για τη Νότια Αττική
Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα Συνεργασίας των Clusters	Δικτύωση, αναζήτηση εταίρων, πρωτοβουλίες όπως τα Euroclusters	Πρόσβαση σε εταίρους και διαδοχική χρηματοδότηση
EIT Culture & Creativity	Προγράμματα επιτάχυνσης και κλιμάκωσης, εκπαίδευση, καινοτομία	Ευνοϊκοί όροι για χώρες του Περιφερειακού Συστήματος Καινοτομίας
Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Κόμβων	Δικτύωση κόμβων, Βαρόμετρο, ανταλλαγή γνώσης	Έδρα στην Αθήνα, άμεση πρόσβαση
Δημιουργική Ευρώπη	Χρηματοδότηση έργων συνεργασίας και δικτύων	Πόροι για διακρατικά έργα κόμβων
Πολιτιστικές Πρωτεύουσες της Ευρώπης	Πολυετές πρόγραμμα, κληρονομιά υποδομών και δικτύων	Εμπειρία της Ελευσίνας 2023 στην Αττική
Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων UNESCO	Διεθνής αναγνώριση και συνεργασία ανά πεδίο	Πρότυπο στρατηγικής για την τοπική ταυτότητα

5.5 Η θέση της Ελλάδας

Η Ελλάδα έχει ορισμένα σημαντικά πλεονεκτήματα στο ευρωπαϊκό τοπίο των δημιουργικών κόμβων: φιλοξενεί την έδρα του Ευρωπαϊκού Δικτύου Δημιουργικών Κόμβων (European Creative Hubs Network, 2026), διαθέτει εμπειρία από Πολιτιστικές Πρωτεύουσες της Ευρώπης, πιο πρόσφατα την Ελευσίνα το 2023 (Lampiri, 2023), έχει πόλεις-μέλη στο Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων της UNESCO (Greek City Times, 2023) και συμμετέχει ως χώρα του Περιφερειακού Συστήματος Καινοτομίας στα προγράμματα του EIT με ευνοϊκότερους όρους (EIT Culture & Creativity, 2026). Ταυτόχρονα, δεν περιλαμβάνεται στους εθνικούς κόμβους της κοινότητας του EIT που ανακοινώθηκαν το 2024 (EIT Culture & Creativity, 2024), και οι πολιτιστικές και δημιουργικές επιχειρήσεις της είναι μικρότερες και λιγότερο παραγωγικές από τις ευρωπαϊκές (Anastasatou, 2026). Η αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων για την υπέρβαση αυτών των αδυναμιών είναι ακριβώς ο ρόλος που μπορούν να παίξουν οι κόμβοι και τα δίκτυα.

6. Διεθνή παραδείγματα

Η ευρωπαϊκή εμπειρία περιλαμβάνει πολλά παραδείγματα δημιουργικών κόμβων που αναπτύχθηκαν σε πρώην βιομηχανικά κτίρια και μετατράπηκαν σε πόλους πολιτιστικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας. Τα τέσσερα παραδείγματα που ακολουθούν επιλέχθηκαν επειδή αντιπροσωπεύουν διαφορετικά μοντέλα ιδιοκτησίας και διακυβέρνησης και επειδή η κλίμακά τους, αν και μεγαλύτερη από ό,τι είναι ρεαλιστικό για τη Νότια Αττική στο άμεσο μέλλον, προσφέρει χρήσιμα διδάγματα.

6.1 Kaapelitehdas, Ελσίνκι: δημοτική ιδιοκτησία, αυτοοργάνωση των δημιουργών

Το Kaapelitehdas, το πρώην εργοστάσιο καλωδίων στη συνοικία Ruoholahti του Ελσίνκι, ολοκληρώθηκε το 1954 και στέγασε αργότερα και τον πρώτο υπερυπολογιστή της Φινλανδίας. Όταν σταμάτησε η βιομηχανική και τηλεπικοινωνιακή χρήση στα τέλη της δεκαετίας του 1980, καλλιτέχνες και πολιτιστικοί φορείς εγκαταστάθηκαν στους εγκαταλελειμμένους διαδρόμους. Σήμερα το κτίριο, συνολικής επιφάνειας 62.000 τετραγωνικών μέτρων, ανήκει σε εταιρεία διαχείρισης ακινήτων του Δήμου του Ελσίνκι και φιλοξενεί περισσότερους από 300 ενοίκους, μεταξύ των οποίων πάνω από 100 ατελιέ, πάνω από 100 μουσικά σχήματα, γκαλερί, σχολές τέχνης, μουσεία, έναν χώρο χορού και γραφεία αρχιτεκτόνων και διαφήμισης. Εκεί εργάζονται καθημερινά περίπου 600 άτομα, ενώ οι επισκέπτες ξεπερνούν τις 750.000 ετησίως (Kaapelitehdas, 2025).

Το βασικό δίδαγμα είναι ότι η δημοτική ιδιοκτησία μπορεί να εξασφαλίσει προσιτούς χώρους μακροπρόθεσμα, ενώ η ανάπτυξη από τα κάτω, με την αρχική εγκατάσταση των ίδιων των δημιουργών, δίνει στον κόμβο αυθεντικό χαρακτήρα.

6.2 LX Factory, Λισαβόνα: ιδιωτική πρωτοβουλία σε βιομηχανικό συγκρότημα

Το LX Factory βρίσκεται στη συνοικία Alcântara της Λισαβόνας, σε ένα συγκρότημα κλωστοϋφαντουργίας που ιδρύθηκε το 1846 και είχε σχεδόν εγκαταλειφθεί. Το 2008, ιδιωτική εταιρεία αγόρασε τον χώρο και τον μετέτρεψε σε «δημιουργικό νησί». Σε περίπου 23.000 τετραγωνικά μέτρα φιλοξενεί περισσότερες από 200 επιχειρήσεις και επαγγελματίες στην αρχιτεκτονική, τον σχεδιασμό, τη μόδα, τη διαφήμιση, την εστίαση και το εμπόριο, με περίπου 1.200 εργαζομένους και πλήρη πληρότητα. Ο χώρος είναι ανοικτός στο κοινό: γνωστά «εμβληματικά» εγχειρήματα προσελκύουν επισκέπτες που ωφελούν τις μικρότερες επιχειρήσεις, οι οποίες με τη σειρά τους εμπλουτίζουν την εμπειρία των επισκεπτών. Το πρόγραμμα Interreg Europe το αναγνωρίζει ως καλή πρακτική για την αναζωογόνηση μιας εγκαταλελειμμένης βιομηχανικής περιοχής με διατήρηση του βιομηχανικού της χαρακτήρα ως μέρους της ταυτότητάς του (Interreg Europe, 2024).

Το δίδαγμα εδώ είναι η αμοιβαία ενίσχυση μεταξύ επισκεπτών και δημιουργών: ο συνδυασμός χώρων εργασίας, καταστημάτων και εστίασης μετατρέπει τον κόμβο σε προορισμό, γεγονός ιδιαίτερα σχετικό για μια περιοχή με τουριστική κίνηση όπως η Νότια Αττική.

6.3 Matadero, Μαδρίτη: δημόσιο κέντρο σύγχρονης δημιουργίας

Το Matadero Madrid λειτουργεί στο πρώην δημοτικό σφαγείο και αγορά ζώων της πόλης, που έκλεισε το 1996. Το Δημοτικό Συμβούλιο της Μαδρίτης αποφάσισε τη μετατροπή του σε

κέντρο τεχνών, που άνοιξε το 2006, και το διαχειρίζεται μέσω της υπηρεσίας πολιτισμού σε συνεργασία με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς. Περιλαμβάνει χώρους για τις παραστατικές τέχνες, κινηματογράφο τεκμηρίωσης, εκθεσιακούς χώρους, κέντρο σχεδιασμού, μουσικούς χώρους με στούντιο ηχογράφησης και αίθουσες πρόβας, αρχείο, πειραματικό πρόγραμμα με συμμετοχή του κοινού και χώρους για την ανάγνωση και το βιβλίο. Το πρόγραμμα καλύπτει τις εικαστικές και παραστατικές τέχνες, τη λογοτεχνία, τον ψηφιακό πολιτισμό, την αρχιτεκτονική και τον σχεδιασμό, με εκθέσεις, φεστιβάλ, συναυλίες, προβολές, εργαστήρια, φιλοξενίες καλλιτεχνών και εκπαιδευτικά προγράμματα για οικογένειες (Matadero Madrid, 2023).

Το Matadero δείχνει πώς ένας δημόσιος φορέας μπορεί να λειτουργήσει ως «ομπρέλα» που φιλοξενεί πολλούς διαφορετικούς φορείς και πρωτοβουλίες, συνδυάζοντας την παραγωγή με την επαφή με το κοινό.

6.4 Telliskivi Creative City, Ταλίν: δημιουργική συνοικία με πυκνό πρόγραμμα

Η Telliskivi Creative City στο Ταλίν αναπτύχθηκε από το 2007 στον χώρο ενός πρώην εργοστασίου της εταιρείας σιδηροδρόμων της Βαλτικής, με τον πρώτο ένοικο να εγκαθίσταται το 2009. Σήμερα φιλοξενεί περισσότερες από 300 επιχειρήσεις, από τις οποίες περίπου το 90% είναι δημιουργικές, και διοργανώνει σχεδόν 1.000 πολιτιστικές εκδηλώσεις ετησίως με σχεδόν ένα εκατομμύριο συμμετέχοντες, μεταξύ των οποίων φεστιβάλ τέχνης, τζαζ και μουσικής, εβδομαδιαία υπαίθρια αγορά, καταστήματα, εστιατόρια, θέατρα και γκαλερί, καθώς και διεθνές κέντρο φωτογραφίας (Wikipedia, 2025).

Το δίδαγμα της Telliskivi είναι η σημασία ενός πυκνού και ποικίλου προγράμματος εκδηλώσεων που κρατά τον χώρο ζωντανό όλο τον χρόνο και τον καθιστά μέρος της καθημερινής ζωής της πόλης.

Πίνακας 5: Σύγκριση ευρωπαϊκών παραδειγμάτων δημιουργικών κόμβων

Κόμβος	Πρώην χρήση	Μοντέλο	Κλίμακα	Βασικό δίδαγμα
Kaapelitehdas, Ελσίνκι	Εργοστάσιο καλωδίων	Δημοτική εταιρεία ακινήτων	62.000 τ.μ., 300+ ένοικοι	Προσιτοί χώροι μακροπρόθεσμα, ανάπτυξη από τα κάτω
LX Factory, Λισαβόνα	Κλωστοϋφαντουργία	Ιδιωτική πρωτοβουλία	23.000 τ.μ., 200+ επιχειρήσεις	Αμοιβαία ενίσχυση δημιουργών και επισκεπτών
Matadero, Μαδρίτη	Δημοτικό σφαγείο	Δημόσιο κέντρο με εταίρους	Πολλαπλοί χώροι	Δημόσια «ομπρέλα» για πολλούς φορείς
Telliskivi, Ταλίν	Εργοστάσιο σιδηροδρόμων	Δημιουργική συνοικία	300+ επιχειρήσεις, ~1.000 εκδηλώσεις/έτος	Πυκνό πρόγραμμα όλο τον χρόνο

6.5 Τι μπορεί να μεταφερθεί στη Νότια Αττική

Η κλίμακα των παραδειγμάτων αυτών είναι μεγαλύτερη από ό,τι είναι ρεαλιστικό για τη Νότια Αττική στο άμεσο μέλλον, και η έρευνα προειδοποιεί ότι δεν υπάρχει μοντέλο που να μεταφέρεται αυτούσιο (Pratt, 2021). Ορισμένες αρχές όμως είναι μεταφέρσιμες: η αξιοποίηση αδρανών κτιρίων με χαρακτήρα, η διατήρηση προσιτών χώρων μέσω δημόσιας ή μακροχρόνιας ιδιοκτησίας, το άνοιγμα του κόμβου στο κοινό με εκδηλώσεις, καταστήματα

και εστίαση, η συνύπαρξη «εμβληματικών» ενοίκων με μικρότερους δημιουργούς, και ένα πυκνό πρόγραμμα που κρατά τον χώρο ζωντανό όλο τον χρόνο. Η εμπειρία της Ελευσίνας 2023 δείχνει ότι αντίστοιχες λογικές μπορούν να εφαρμοστούν και στην Αττική (Lampiri, 2023).

7. Το ελληνικό τοπίο

7.1 Συνεργατικοί σχηματισμοί

Στην Ελλάδα, η εμπειρία των συνεργατικών σχηματισμών στους τομείς υψηλής τεχνολογίας έχει επεκταθεί και στη δημιουργική οικονομία. Η μονάδα Corallia του Ερευνητικού Κέντρου «Αθηνά» συντονίζει τρεις συνεργατικούς σχηματισμούς καινοτομίας: τον mi-Cluster για τη μικροηλεκτρονική, που ήταν ο πρώτος σχηματισμός καινοτομίας στην Ελλάδα, τον si-Cluster για τις διαστημικές τεχνολογίες, και τον gi-Cluster για τα παιχνίδια και τις δημιουργικές τεχνολογίες και εφαρμογές, που περιγράφεται ως συνδυασμός τεχνολογικής αιχμής και εξωστρεφούς επιχειρηματικού πνεύματος. Οι τρεις σχηματισμοί αριθμούν συνολικά περισσότερα από 175 μέλη, καινοτόμες επιχειρήσεις, πανεπιστημιακά εργαστήρια και ερευνητικά ινστιτούτα (Athena RC – Corallia, 2025).

7.2 Διασυνοριακοί κόμβοι

Σε περιφερειακό επίπεδο, το έργο Creative@Hubs του προγράμματος διασυνοριακής συνεργασίας Interreg Ελλάδα-Ιταλία ανέπτυξε εννέα δημιουργικούς κόμβους στις δύο χώρες, με στόχο την ενίσχυση της συνέργειας ανάμεσα στις δημιουργικές βιομηχανίες και τις δημόσιες αρχές για την ενίσχυση της περιφερειακής καινοτομίας, και συνοδεύτηκε από ψηφιακή πλατφόρμα (Interreg Greece-Italy, 2024).

7.3 Η Ελευσίνα 2023

Το πιο σημαντικό πρόσφατο παράδειγμα στην Αττική είναι η Ελευσίνα, Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2023. Το πρόγραμμα, με τίτλο «Μυστήρια της Μετάβασης», οργανώθηκε γύρω από τρεις αλληλένδετους θεματικούς άξονες, Άνθρωποι και Κοινωνία, Περιβάλλον, Εργασία, με στόχο να μετακινήσει την εικόνα της πόλης πέρα από εκείνη της υποβαθμισμένης βιομηχανικής περιοχής και να σηματοδοτήσει τη μετάβαση σε ένα νέο αναπτυξιακό μοντέλο βασισμένο στους πολιτιστικούς πόρους. Περιλάμβανε περίπου 345 εταίρους και οργανισμούς, μεταξύ των οποίων 137 ευρωπαϊκούς και διεθνείς από περισσότερες από 20 ευρωπαϊκές χώρες, και διέχεε τις δραστηριότητες σε όλη την πόλη, συμπεριλαμβανομένων των γειτονιών όπου ζουν ευάλωτες ομάδες. Στόχος ήταν μια διαρκής υλική και άυλη κληρονομιά, με νέους πολιτιστικούς θεσμούς, ανακαινισμένα κτίρια και υποδομές που στηρίζουν την τοπική πολιτιστική οικονομία και τη διατήρηση των νέων στην πόλη, ενώ ομάδα αξιολόγησης του Παντείου Πανεπιστημίου ανέπτυξε σύστημα δεικτών για την παρακολούθηση του αντικτύπου (Lampiri, 2023).

Η εμπειρία της Ελευσίνας είναι πολύτιμη για τους δήμους της Νότιας Αττικής για τρεις λόγους: δείχνει πώς η βιομηχανική κληρονομιά μπορεί να γίνει πόρος για τη δημιουργική οικονομία, πώς μια πόλη της περιφέρειας της μητροπολιτικής περιοχής μπορεί να συνδεθεί με ευρωπαϊκά δίκτυα, και πόσο σημαντική είναι η συστηματική αξιολόγηση με δείκτες.

7.4 Στρατηγική έξυπνης εξειδίκευσης και περιφερειακοί πόροι

Η Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης της Περιφέρειας Αττικής περιλαμβάνει τη δημιουργική οικονομία στους τομείς προτεραιότητάς της (Περιφέρεια Αττικής, 2025), γεγονός που διευκολύνει τη χρηματοδότηση σχετικών πρωτοβουλιών από το πρόγραμμα «Αττική» 2021-2027. Το πρόγραμμα έχει συνολικό προϋπολογισμό 1,6 δισεκατομμυρίων ευρώ, με περίπου

200 εκατομμύρια ευρώ για την επιχειρηματικότητα, την έρευνα και την καινοτομία και 290 εκατομμύρια για ολοκληρωμένα σχέδια χωρικών επενδύσεων (Ναυτεμπορική, 2022).

7.5 Το ευρύτερο οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων

Οι δημιουργικοί κόμβοι λειτουργούν μέσα σε ένα ευρύτερο οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων, που στην Ελλάδα έχει ωριμάσει σημαντικά. Οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις άντλησαν το 2025 περισσότερα από 732 εκατομμύρια ευρώ σε 95 γύρους χρηματοδότησης, ενώ ο αριθμός των ενεργών ελληνικών επενδυτικών ταμείων έφτασε τα 18 (The Recursive, 2026). Η σύνδεση των δημιουργικών κόμβων με αυτό το οικοσύστημα, μέσω εκδηλώσεων, προγραμμάτων επιτάχυνσης και επαφών με επενδυτές, είναι κρίσιμη για τις δημιουργικές επιχειρήσεις με τεχνολογικό σκέλος.

7.6 Κίνητρα για τις νεοφυείς επιχειρήσεις

Η σύνδεση των δημιουργικών κόμβων με το εθνικό πλαίσιο κινήτρων για τις νεοφυείς επιχειρήσεις μπορεί να ενισχύσει την αξία τους για τα μέλη. Η εγγραφή στο Εθνικό Μητρώο Νεοφυών Επιχειρήσεων Elevate Greece ενεργοποιεί φορολογικό κίνητρο για τους επενδυτικούς αγγέλους, που μπορούν να εκπέσουν από το φορολογητέο εισόδημά τους το 50% του ποσού που επενδύουν, με ανώτατο όριο 100.000 ευρώ ανά επιχείρηση και έως τρεις επενδύσεις ετησίως (Powergame, 2021). Ένας κόμβος που ενημερώνει τα μέλη του για τέτοια κίνητρα, τα υποστηρίζει στην εγγραφή και οργανώνει συναντήσεις με επενδυτές προσθέτει σημαντική αξία στις υπηρεσίες του.

8. Η Νότια Αττική: πόροι και κενά

8.1 Πόροι

Η Νότια Αττική διαθέτει χαρακτηριστικά που ευνοούν τη συγκρότηση ενός δημιουργικού οικοσυστήματος. Πρώτον, μεγάλους πολιτιστικούς οργανισμούς και χώρους που προσελκύουν κοινό όλο τον χρόνο. Δεύτερον, ένα παραλιακό μέτωπο με έντονη τουριστική και ψυχαγωγική δραστηριότητα, που προσφέρει αγορά για πολιτιστικές εμπειρίες, προϊόντα σχεδιασμού και εκδηλώσεις. Τρίτον, έναν πληθυσμό με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και εγγύτητα σε πανεπιστημιακά και ερευνητικά ιδρύματα της μητροπολιτικής περιοχής. Τέταρτον, καλή συνδεσιμότητα με μέσα σταθερής τροχιάς προς το κέντρο της Αθήνας. Πέμπτον, εγγύτητα σε ευρωπαϊκά δίκτυα με έδρα την Αθήνα, όπως το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Κόμβων (European Creative Hubs Network, 2026).

8.2 Κενά

Αυτό που κατά κανόνα λείπει δεν είναι οι πόροι αλλά ο συνδετικός ιστός, δηλαδή ένας φορέας ή ένα δίκτυο που να φέρνει συστηματικά σε επαφή δημιουργούς, τουριστικές επιχειρήσεις, πολιτιστικούς οργανισμούς, πανεπιστήμια και δήμους. Οι νέοι δημιουργοί της περιοχής συχνά κινούνται προς το κέντρο της Αθήνας για χώρους εργασίας, δικτύωση και εκδηλώσεις, με αποτέλεσμα η δημιουργική δραστηριότητα που παράγεται από κατοίκους της Νότιας Αττικής να μην αφήνει ίχνος στην τοπική οικονομία. Επιπλέον, η εποχικότητα του παραλιακού μετώπου δημιουργεί έντονη ζήτηση το καλοκαίρι και χαμηλή τον χειμώνα, και η έλλειψη προσιτών χώρων για δημιουργούς περιορίζει την εγκατάστασή τους στην περιοχή.

8.3 Ευκαιρίες

Ο συνδυασμός πόρων και κενών υποδεικνύει συγκεκριμένες ευκαιρίες. Ένα δίκτυο δημιουργικών χώρων σε περισσότερους δήμους, αντί για έναν μεγάλο κεντρικό κόμβο, θα αξιοποιούσε τα πλεονεκτήματα κάθε περιοχής και θα ενίσχυε το πολυκεντρικό μοντέλο που περιγράφει η έρευνα για τους χώρους συνεργασίας (Bednář κ.ά., 2024). Η σύνδεση των δημιουργών με τις τουριστικές επιχειρήσεις του παραλιακού μετώπου θα δημιουργούσε αγορά για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, σύμφωνα με το μοντέλο των κόμβων που απευθύνονται στο κοινό (Merrell κ.ά., 2021). Η αξιοποίηση αδρανών δημοτικών ή βιομηχανικών κτιρίων, με την εμπειρία της Ελευσίνας ως παράδειγμα (Lampiri, 2023), θα μπορούσε να προσφέρει προσιτούς χώρους. Και η ένταξη σε ευρωπαϊκά δίκτυα θα έδινε πρόσβαση σε πόρους και εταίρους.

8.4 Ο ρόλος του παρόντος έργου

Οι υπηρεσίες υποστήριξης, καθοδήγησης και δικτύωσης του παρόντος έργου για τη νεοφυή επιχειρηματικότητα στους Δήμους της Νότιας Αττικής μπορούν να λειτουργήσουν ως πυρήνας ενός τέτοιου συνδετικού ιστού. Ήδη συγκεντρώνουν νέους επιχειρηματίες, προσφέρουν καθοδήγηση, οργανώνουν θεματικά εργαστήρια και εκδηλώσεις, και συνδέουν τους συμμετέχοντες με χρηματοδοτικές ευκαιρίες. Η μετεξέλιξή τους σε ένα μόνιμο δίκτυο δημιουργικών κόμβων, με συμμετοχή των δήμων, των πολιτιστικών φορέων και των ίδιων των επιχειρήσεων, θα αποτελούσε φυσική συνέχεια.

8.5 Συνοπτική ανάλυση SWOT

Πίνακας 6: Συνοπτική ανάλυση SWOT για ένα δημιουργικό οικοσύστημα στη Νότια Αττική

Διάσταση	Στοιχεία
Δυνατά σημεία	Μεγάλοι πολιτιστικοί οργανισμοί και χώροι Τουριστική κίνηση στο παραλιακό μέτωπο Μορφωμένος πληθυσμός, εγγύτητα σε πανεπιστήμια Συνδεσιμότητα με μέσα σταθερής τροχιάς Εγγύτητα σε ευρωπαϊκά δίκτυα με έδρα την Αθήνα
Αδύναμα σημεία	Έλλειψη συνδετικού ιστού μεταξύ φορέων Έλλειψη προσιτών χώρων για δημιουργούς Εποχικότητα της ζήτησης Μικρό μέγεθος και χαμηλή παραγωγικότητα των επιχειρήσεων Περιορισμένα στοιχεία για την τοπική δημιουργική δραστηριότητα
Ευκαιρίες	Περιφερειακοί και ευρωπαϊκοί πόροι (πρόγραμμα «Αττική», Euroclusters, EIT) Αξιοποίηση αδρανών κτιρίων Σύνδεση δημιουργών με τουριστικές επιχειρήσεις Εξ αποστάσεως εργαζόμενοι ως νέο κοινό Δομές του παρόντος έργου ως πυρήνας δικτύου
Απειλές	Μετακίνηση δημιουργών προς το κέντρο της Αθήνας Αύξηση ενοικίων και εξευγενισμός Εξάρτηση από επιχορηγήσεις περιορισμένης διάρκειας Ανταγωνισμός από καθιερωμένους κόμβους του κέντρου

Η ανάλυση συνοψίζει τα ευρήματα των προηγούμενων κεφαλαίων. Τα δυνατά σημεία και οι ευκαιρίες σχετίζονται κυρίως με τους πόρους της περιοχής και τη διαθεσιμότητα χρηματοδοτικών εργαλείων, ενώ τα αδύναμα σημεία και οι απειλές σχετίζονται κυρίως με την οργάνωση και τη διασύνδεση. Αυτό ενισχύει το συμπέρασμα ότι η προτεραιότητα δεν είναι η κατασκευή υποδομών αλλά η δημιουργία δικτύων και ικανής διαχείρισης.

9. Τι κερδίζει μια νεοφυής επιχείρηση

9.1 Τέσσερις κατηγορίες οφελών

Τα οφέλη της συμμετοχής σε κόμβο ή σχηματισμό μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τέσσερις κατηγορίες. Η πρώτη είναι η μείωση του κόστους: κοινόχρηστος εξοπλισμός, χώροι και υπηρεσίες που μια μεμονωμένη μικρή επιχείρηση δεν θα μπορούσε να χρηματοδοτήσει. Η δεύτερη είναι η πρόσβαση σε γνώση, μέσω καθοδήγησης, εργαστηρίων και, συχνότερα, μέσω της άτυπης ανταλλαγής εμπειριών με επιχειρήσεις που αντιμετώπισαν το ίδιο πρόβλημα λίγο νωρίτερα.

Η τρίτη είναι η πρόσβαση σε αγορά. Οι συνεργασίες μεταξύ μελών επιτρέπουν σε μικρές επιχειρήσεις να αναλάβουν από κοινού έργα που ξεπερνούν τις δυνατότητες της καθεμίας, και η συλλογική παρουσία σε εκθέσεις ή διεθνείς αποστολές μειώνει το κόστος εξωστρέφειας. Η τέταρτη είναι η αξιοπιστία: η ένταξη σε αναγνωρισμένη δομή λειτουργεί ως σήμα ποιότητας απέναντι σε χρηματοδότες, πελάτες και εταίρους ευρωπαϊκών έργων.

Πίνακας 7: Οφέλη της συμμετοχής σε κόμβους και σχηματισμούς

Όφελος	Πώς εκδηλώνεται	Ενδεικτικό παράδειγμα
Μείωση κόστους	Κοινόχρηστοι χώροι, εξοπλισμός, υπηρεσίες	Στούντιο ηχογράφησης ή εργαστήριο ψηφιακής κατασκευής
Γνώση	Καθοδήγηση, εργαστήρια, άτυπη ανταλλαγή	Συμβουλή από επιχείρηση που έχει ήδη αντλήσει χρηματοδότηση
Αγορά	Κοινά έργα, συλλογική προβολή, πελάτες του κόμβου	Κοινή πρόταση για μια πολιτιστική εκδήλωση
Αξιοπιστία	Σήμα ποιότητας, συστάσεις	Αναφορά στην ένταξη σε γνωστό κόμβο σε αίτηση χρηματοδότησης
Ταλέντο	Πρόσβαση σε συνεργάτες και εργαζομένους	Εύρεση προγραμματιστή ή εικονογράφου για ένα έργο
Διεθνοποίηση	Σύνδεση με ευρωπαϊκά δίκτυα	Συμμετοχή σε ευρωπαϊκή κοινοπραξία μέσω του κόμβου

9.2 Το ζήτημα του ταλέντου

Ένα όφελος που συχνά υποτιμάται είναι η πρόσβαση σε ταλέντο. Όπως έδειξε η έρευνα, οι δημιουργικοί κόμβοι συμβάλλουν στην προσέλκυση και διατήρηση ταλέντων σε περιοχές που διαφορετικά θα τα έχαναν προς τα μεγάλα κέντρα (Roelfsema, 2025). Για μια μικρή επιχείρηση, η δυνατότητα να βρει γρήγορα έναν συνεργάτη με συγκεκριμένη ειδικότητα για ένα έργο είναι συχνά πιο πολύτιμη από οποιαδήποτε υποδομή.

9.3 Δικτύωση στον ψηφιακό χώρο

Η δικτύωση δεν περιορίζεται στον φυσικό χώρο. Ο οδηγός του Βρετανικού Συμβουλίου αναγνωρίζει τις διαδικτυακές πλατφόρμες ως αυτοτελή τύπο κόμβου (British Council, 2015), και τα ψηφιακά δίκτυα επιτρέπουν σε δημιουργούς διασκορπισμένους σε μια περιοχή να συνεργάζονται, να μοιράζονται ευκαιρίες και να προβάλλονται συλλογικά. Για τη Νότια Αττική, μια κοινή ψηφιακή πλατφόρμα των δημιουργών της περιοχής, με κατάλογο, ημερολόγιο εκδηλώσεων και αγγελίες συνεργασίας, θα μπορούσε να αποτελέσει το πρώτο βήμα πριν από την επένδυση σε φυσικούς χώρους.

9.4 Κόμβοι, τουρισμός και τόπος

Η σύνδεση των δημιουργικών κόμβων με τον τουρισμό είναι ιδιαίτερα σημαντική για τη Νότια Αττική. Τα ευρωπαϊκά παραδείγματα δείχνουν ότι οι κόμβοι μπορούν να γίνουν οι ίδιοι προορισμοί: το Kaapelitehdas υποδέχεται περισσότερους από 750.000 επισκέπτες ετησίως (Kaapelitehdas, 2025), ενώ η Telliskivi συγκεντρώνει σχεδόν ένα εκατομμύριο συμμετέχοντες σε εκδηλώσεις (Wikipedia, 2025). Ταυτόχρονα, η έρευνα για τους κόμβους που απευθύνονται στο κοινό δείχνει ότι η τουριστική κίνηση αποτελεί πηγή εσόδων για τους ενοίκους (Merrell κ.ά., 2021).

Για την περιοχή, ένας δημιουργικός κόμβος ανοικτός στο κοινό θα μπορούσε να προσφέρει στους επισκέπτες μια εναλλακτική εμπειρία πέρα από τα γνωστά αξιοθέατα και την παραλία, να διαχέει την τουριστική κίνηση σε περισσότερες γειτονιές και να επεκτείνει την περίοδο με εκδηλώσεις όλο τον χρόνο. Ταυτόχρονα, θα πρόσφερε στους κατοίκους χώρους πολιτισμού και συνάντησης, γεγονός που ενισχύει την αποδοχή της τουριστικής δραστηριότητας από την τοπική κοινωνία.

9.5 Πώς χτίζεται μια κοινότητα

Η αξία ενός κόμβου εξαρτάται τελικά από την ποιότητα της κοινότητας που δημιουργείται γύρω του. Η εμπειρία των κόμβων δείχνει ότι οι κοινότητες χτίζονται με επαναλαμβανόμενες, χαμηλού κατωφλίου ευκαιρίες συνάντησης: τακτικά πρωινά ή απογευματινά ραντεβού γνωριμίας, παρουσιάσεις εργασιών από τα μέλη, κοινά γεύματα, ανοικτά εργαστήρια, ομάδες ανταλλαγής δεξιοτήτων. Ο ρόλος του διαχειριστή του κόμβου ως «συνδετικού κρίκου», που γνωρίζει τα μέλη και φέρνει σε επαφή όσους μπορούν να συνεργαστούν, είναι κρίσιμος. Η έρευνα για τους αγροτικούς κόμβους δείχνει ότι πρακτικές όπως η διοργάνωση εκδηλώσεων και οι εκθέσεις είναι αυτές που μετατρέπουν έναν χώρο σε ζωντανό επιχειρηματικό τόπο (Hill κ.ά., 2025).

Για τον νέο επιχειρηματία, η ενεργός συμμετοχή σε αυτές τις δραστηριότητες, και όχι απλώς η χρήση του χώρου, είναι αυτό που μετατρέπει τη συνδρομή σε έναν κόμβο σε επένδυση.

9.6 Δικτύωση πέρα από τους κόμβους

Οι κόμβοι δεν είναι ο μόνος τρόπος δικτύωσης. Οι εκθέσεις, τα φεστιβάλ και τα συνέδρια του κλάδου λειτουργούν ως «προσωρινές συστάδες», όπου συγκεντρώνονται για λίγες ημέρες δημιουργοί, αγοραστές, χρηματοδότες και διοργανωτές, και όπου δημιουργούνται επαφές που συνεχίζονται για χρόνια. Η βιβλιογραφία της οικονομικής γεωγραφίας αναγνωρίζει τον ρόλο τέτοιων γεγονότων στη διαμόρφωση των δημιουργικών κλάδων (Hassink κ.ά., 2021). Οι επαγγελματικές ενώσεις ανά κλάδο, τα ευρωπαϊκά δίκτυα που στηρίζονται από το πρόγραμμα «Δημιουργική Ευρώπη» και οι ψηφιακές κοινότητες συμπληρώνουν το τοπίο.

Για τον νέο επιχειρηματία, μια ισορροπημένη στρατηγική δικτύωσης συνδυάζει τρία επίπεδα: την τοπική κοινότητα, μέσω ενός κόμβου ή δικτύου της περιοχής, το εθνικό επίπεδο, μέσω κλαδικών ενώσεων και εκδηλώσεων, και το διεθνές επίπεδο, μέσω επιλεγμένων εκθέσεων, φεστιβάλ και ευρωπαϊκών δικτύων.

9.7 Εξ αποστάσεως εργασία και νέοι κάτοικοι

Η διάδοση της εξ αποστάσεως εργασίας έχει δημιουργήσει νέο κοινό για τους χώρους συνεργασίας: επαγγελματίες που εργάζονται για εργοδότες ή πελάτες σε άλλες πόλεις ή

χώρες και αναζητούν χώρο εργασίας και κοινότητα κοντά στην κατοικία τους. Η έρευνα σε μεσαίες πόλεις της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης δείχνει ότι οι υπηρεσίες προς εξ αποστάσεως εργαζόμενους και ψηφιακούς νομάδες συμβάλλουν στη βιωσιμότητα των χώρων συνεργασίας και στην ενίσχυση των τοπικών δημιουργικών οικοσυστημάτων (Danko κ.ά., 2024). Για τη Νότια Αττική, με την ελκυστικότητα της παραλιακής ζώνης ως τόπου κατοικίας, οι εξ αποστάσεως εργαζόμενοι στους δημιουργικούς και τεχνολογικούς κλάδους αποτελούν δυνητικό κοινό για έναν κόμβο και πιθανούς συνεργάτες για τις τοπικές νεοφυείς επιχειρήσεις.

9.8 Ένταξη και ισότητα στους κόμβους

Ένας κόμβος έχει ευθύνη να είναι προσβάσιμος σε όλους τους δημιουργούς, ανεξάρτητα από φύλο, ηλικία, κοινωνικό ή πολιτισμικό υπόβαθρο. Ο πολιτιστικός τομέας έχει σχεδόν ισόρροπη σύνθεση ως προς το φύλο, με τις γυναίκες να αντιπροσωπεύουν το 49,6% της πολιτιστικής απασχόλησης στην ΕΕ (Eurostat, 2025), αλλά η ισορροπία αυτή δεν μεταφέρεται πάντοτε στην πρόσβαση σε χρηματοδότηση, σε θέσεις ευθύνης και σε δίκτυα. Οι κόμβοι μπορούν να συμβάλουν με πρακτικές όπως η προσιτή τιμολόγηση για νέους δημιουργούς, η πρόβλεψη για γονείς, τα προγράμματα καθοδήγησης για υποεκπροσωπούμενες ομάδες και η φυσική προσβασιμότητα των χώρων.

10. Σχεδιασμός ενός τοπικού δημιουργικού κόμβου

Το κεφάλαιο αυτό απευθύνεται κυρίως στους δήμους και στους φορείς που εξετάζουν τη δημιουργία ενός δημιουργικού κόμβου ή δικτύου κόμβων. Συνοψίζει τα βήματα που προκύπτουν από την έρευνα και την εμπειρία.

10.1 Ανάλυση αναγκών

Το πρώτο βήμα είναι η κατανόηση των αναγκών των πιθανών χρηστών, πριν από οποιαδήποτε απόφαση για χώρους. Ποιοι δημιουργοί και επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται ήδη στην περιοχή; Τι τους λείπει: χώρος, εξοπλισμός, γνώση, πελάτες, δίκτυο; Πού εργάζονται σήμερα και γιατί; Η έρευνα δείχνει ότι η αξιολόγηση των κόμβων πρέπει να εστιάζει στις ανάγκες των χρηστών και όχι στην υποδομή (Pratt, 2021), και το ίδιο ισχύει για τον σχεδιασμό τους.

10.2 Επιλογή μοντέλου και χώρου

Με βάση την ανάλυση αναγκών, επιλέγεται ο τύπος του κόμβου και το μοντέλο διακυβέρνησης. Σε πολλές περιπτώσεις, ένα ευέλικτο σχήμα που ξεκινά ως δίκτυο ή με μικρό χώρο και επεκτείνεται σταδιακά είναι ασφαλέστερο από μια μεγάλη αρχική επένδυση. Η επιλογή του χώρου πρέπει να λαμβάνει υπόψη την προσβασιμότητα με δημόσια συγκοινωνία, τη δυνατότητα δημόσιων εκδηλώσεων και την εγγύτητα σε κοινό, σύμφωνα με τα ευρήματα για τους κόμβους που ανοίγονται στην πόλη (Merrell κ.ά., 2021).

10.3 Πρόγραμμα και διαχείριση

Η αξία του κόμβου κρίνεται από το πρόγραμμά του και από την ποιότητα της διαχείρισης. Η έρευνα για τους αγροτικούς κόμβους ανέδειξε τη σημασία της ενεργού διαχείρισης και των πρακτικών όπως οι εκδηλώσεις και οι εκθέσεις (Hill κ.ά., 2025). Ένας διαχειριστής που γνωρίζει τα μέλη, εντοπίζει ευκαιρίες συνεργασίας και φέρνει στον κόμβο πελάτες, χρηματοδότες και εταίρους είναι το πιο σημαντικό στοιχείο επιτυχίας.

10.4 Χρηματοδότηση

Η χρηματοδότηση της δημιουργίας και της λειτουργίας ενός κόμβου μπορεί να προέρχεται από περισσότερες πηγές: το πρόγραμμα «Αττική» 2021-2027 και τα ολοκληρωμένα σχέδια χωρικών επενδύσεων (Ναυτεμπορική, 2022), ευρωπαϊκά προγράμματα όπως η Δημιουργική Ευρώπη και η Interreg, πρωτοβουλίες όπως τα Euroclusters (ECCP, 2025), χορηγίες και συνεργασίες με επιχειρήσεις, και, σταδιακά, έσοδα από τα μέλη και τις υπηρεσίες. Το επιχειρηματικό σχέδιο του κόμβου πρέπει να προβλέπει από την αρχή πώς θα μειωθεί η εξάρτηση από τις επιχορηγήσεις.

10.5 Αξιολόγηση

Τέλος, ο κόμβος χρειάζεται σύστημα αξιολόγησης με δείκτες, όπως εκείνοι του Πίνακα 3. Η εμπειρία της Ελευσίνας, όπου ομάδα του Παντείου Πανεπιστημίου ανέπτυξε σύστημα δεικτών με βάση τις κατευθύνσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Lampiri, 2023), δείχνει την αξία της συνεργασίας με ακαδημαϊκούς φορείς για την αξιόπιστη αξιολόγηση.

Πίνακας 8: Βήματα σχεδιασμού ενός τοπικού δημιουργικού κόμβου

Βήμα	Βασικές ερωτήσεις	Αποτέλεσμα
1. Ανάλυση αναγκών	Ποιοι είναι οι χρήστες και τι τους λείπει;	Χαρτογράφηση δημιουργών και αναγκών
2. Επιλογή μοντέλου	Ποιος τύπος κόμβου και ποια διακυβέρνηση;	Σχέδιο διακυβέρνησης
3. Χώρος	Πού, με ποια πρόσβαση, με ποιο κόστος;	Επιλογή χώρου ή απόφαση για ψηφιακό δίκτυο
4. Πρόγραμμα	Ποιες υπηρεσίες, εκδηλώσεις, προγράμματα;	Ετήσιο πρόγραμμα
5. Διαχείριση	Ποιος διαχειρίζεται και με ποιες δεξιότητες;	Ομάδα διαχείρισης
6. Χρηματοδότηση	Ποιες πηγές για δημιουργία και λειτουργία;	Επιχειρηματικό σχέδιο τριετίας
7. Αξιολόγηση	Πώς μετριέται ο αντίκτυπος;	Σύστημα δεικτών και ετήσια αναφορά

10.6 Κίνδυνοι και αντιμετώπισή τους

Πίνακας 9: Συνήθεις κίνδυνοι στη δημιουργία κόμβων και τρόποι αντιμετώπισης

Κίνδυνος	Πώς εκδηλώνεται	Αντιμετώπιση
Χαμηλή πληρότητα	Κενοί χώροι, χαμηλά έσοδα	Ανάλυση αναγκών πριν από την επένδυση, σταδιακή ανάπτυξη
Εξάρτηση από επιχορηγήσεις	Ασυνέχεια μετά τη λήξη έργων	Μικτά έσοδα από την αρχή, επιχειρηματικό σχέδιο τριετίας
Αδύναμη διαχείριση	Ο κόμβος γίνεται απλός χώρος γραφείων	Ικανός διαχειριστής με σταθερή χρηματοδότηση
Απομόνωση από την πόλη	Περιορισμένη επαφή με κοινό και πελάτες	Δημόσιες εκδηλώσεις, αγορές, καφέ
Εξευγενισμός	Αύξηση ενοικίων, εκτοπισμός δημιουργών	Δημοτική ιδιοκτησία, μακροχρόνιες συμφωνίες
Έλλειψη αξιολόγησης	Αδυναμία τεκμηρίωσης αποτελεσμάτων	Σύστημα δεικτών, συνεργασία με πανεπιστήμιο
Ασυμβατότητα κλάδων	Οι ανάγκες των ενοίκων δεν καλύπτονται	Εξειδίκευση ή διακριτές ζώνες ανά κλάδο

10.7 Ο ρόλος των πανεπιστημίων και των πολιτιστικών οργανισμών

Ένας δημιουργικός κόμβος αποκτά μεγαλύτερη αξία όταν συνδέεται με πανεπιστήμια και μεγάλους πολιτιστικούς οργανισμούς. Τα πανεπιστήμια προσφέρουν ταλέντο, μέσω φοιτητών και αποφοίτων, γνώση, μέσω ερευνητικών εργαστηρίων, και ικανότητα αξιολόγησης, όπως έδειξε η συμβολή του Παντείου Πανεπιστημίου στην Ελευσίνα (Lampiri, 2023). Οι μεγάλοι πολιτιστικοί οργανισμοί προσφέρουν κοινό, αξιοπιστία, αναθέσεις έργων και, συχνά, χώρους. Οι συνεργατικοί σχηματισμοί καινοτομίας στην Ελλάδα, όπως εκείνοι που συντονίζει η Corallia, βασίζονται ακριβώς στη σύνδεση επιχειρήσεων, πανεπιστημιακών εργαστηρίων και ερευνητικών ινστιτούτων (Athena RC – Corallia, 2025). Για τη Νότια Αττική, η συστηματική εμπλοκή τέτοιων φορέων στη διακυβέρνηση και στο πρόγραμμα ενός κόμβου ή δικτύου θα ενίσχυε σημαντικά τον αντίκτυπό του.

11. Ενδεικτικά σενάρια

Τα ακόλουθα σενάρια δεν περιγράφουν υπαρκτές πρωτοβουλίες. Είναι ενδεικτικά παραδείγματα που δείχνουν πώς μπορούν να εφαρμοστούν οι κατευθύνσεις της έκθεσης στη Νότια Αττική.

11.1 Σενάριο Α: Δημιουργικός κόμβος σε αδρανές κτίριο

Ένας δήμος διαθέτει ένα αδρανές κτίριο κοντά σε στάση του τραμ. Μετά από ανάλυση αναγκών που δείχνει έλλειψη προσιτών εργαστηρίων για σχεδιαστές και τεχνίτες, το κτίριο διατίθεται, μέσω σύμπραξης με έναν μη κερδοσκοπικό φορέα με εμπειρία, για τη δημιουργία κόμβου με δέκα εργαστήρια, έναν κοινόχρηστο χώρο εργασίας και έναν χώρο εκδηλώσεων με καφέ. Κάθε μήνα οργανώνεται αγορά δημιουργών ανοικτή στο κοινό, που φέρνει κατοίκους και επισκέπτες. Η χρηματοδότηση της ανακαίνισης προέρχεται από το περιφερειακό πρόγραμμα, ενώ η λειτουργία καλύπτεται σταδιακά από μισθώματα, εκδηλώσεις και υπηρεσίες. Ο κόμβος καταγράφει δείκτες για τις επιχειρήσεις, τις θέσεις εργασίας και τη συμμετοχή του κοινού.

11.2 Σενάριο Β: Ψηφιακό δίκτυο δημιουργών

Οι δήμοι του Συνδέσμου, με τη στήριξη των δομών του παρόντος έργου, δημιουργούν μια κοινή ψηφιακή πλατφόρμα για τους δημιουργούς της περιοχής, με κατάλογο επαγγελματιών, ημερολόγιο εκδηλώσεων, αγγελίες συνεργασίας και ενημέρωση για χρηματοδοτικές ευκαιρίες. Η πλατφόρμα συνοδεύεται από μηνιαίες συναντήσεις δικτύωσης που φιλοξενούνται εναλλάξ σε διαφορετικούς δήμους και πολιτιστικούς χώρους. Μετά από έναν χρόνο, τα στοιχεία της πλατφόρμας χρησιμοποιούνται για να τεκμηριωθεί η ανάγκη για φυσικό χώρο και να εντοπιστεί η καταλληλότερη τοποθεσία.

11.3 Σενάριο Γ: Θερινή συστάδα στο παραλιακό μέτωπο

Αξιοποιώντας την τουριστική κίνηση του καλοκαιριού, οι δήμοι οργανώνουν μια «προσωρινή συστάδα» δημιουργών στο παραλιακό μέτωπο: περίπτερα για σχεδιαστές και τεχνίτες, εργαστήρια για επισκέπτες, μικρές παραστάσεις και προβολές. Η πρωτοβουλία λειτουργεί ως πεδίο δοκιμής για νέα προϊόντα και ως βιτρίνα για τους δημιουργούς της περιοχής, ενώ οι επαφές που δημιουργούνται συνεχίζονται τον χειμώνα μέσω του ψηφιακού δικτύου. Η έννοια των προσωρινών συστάδων, που δημιουργούνται γύρω από φεστιβάλ και εκθέσεις, είναι γνωστή στη βιβλιογραφία της οικονομικής γεωγραφίας των δημιουργικών βιομηχανιών (Hassink κ.ά., 2021).

11.4 Σενάριο Δ: Κόμβος σε συνεργασία με μεγάλο πολιτιστικό οργανισμό

Ένας μεγάλος πολιτιστικός οργανισμός της περιοχής διαθέτει χώρους που δεν χρησιμοποιούνται πλήρως εκτός των ωρών των εκδηλώσεών του. Σε συνεργασία με τον δήμο και τις δομές του παρόντος έργου, δημιουργεί ένα πρόγραμμα φιλοξενίας νέων δημιουργικών επιχειρήσεων για περιόδους έξι έως δώδεκα μηνών, με πρόσβαση σε χώρους εργασίας, καθοδήγηση από στελέχη του οργανισμού και δυνατότητα παρουσίασης της δουλειάς τους στο κοινό του. Ο οργανισμός αποκτά νέες ιδέες και ενισχύει τη σύνδεσή του με την τοπική κοινότητα, ενώ οι επιχειρήσεις αποκτούν αξιοπιστία, πρόσβαση σε κοινό και, ενδεχομένως, τις πρώτες τους αναθέσεις. Το σχήμα ακολουθεί τη λογική της αμοιβαίας

ενίσχυσης μεταξύ μεγάλων και μικρών ενοίκων που παρατηρείται σε επιτυχημένους ευρωπαϊκούς κόμβους (Interreg Europe, 2024).

12. Πρακτικός οδηγός για νέους επιχειρηματίες

12.1 Δικτύωση με στόχο

Η δικτύωση αποδίδει όταν έχει στόχο. Πριν ενταχθεί σε έναν κόμβο ή σχηματισμό, ο επιχειρηματίας αξίζει να διατυπώσει τι ακριβώς αναζητά: συνεργάτη με συγκεκριμένη ειδικότητα, πρώτο πελάτη, πρόσβαση σε εξοπλισμό ή εταίρο για πρόταση χρηματοδότησης. Με βάση αυτό επιλέγει τη δομή που ταιριάζει, εξετάζοντας ποιοι είναι ήδη μέλη, ποια προγράμματα προσφέρονται και πόσο ενεργή είναι η διαχείριση.

12.2 Αμοιβαιότητα

Χρήσιμο είναι επίσης να θυμάται ότι η δικτύωση είναι αμφίδρομη. Οι επιχειρήσεις που ωφελούνται περισσότερο είναι εκείνες που προσφέρουν χρόνο και γνώση στην κοινότητα, παρουσιάζουν ανοικτά τη δουλειά τους και αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες. Η φήμη μέσα σε μια κοινότητα δημιουργών χτίζεται γρήγορα, θετικά ή αρνητικά.

12.3 Από το τοπικό στο ευρωπαϊκό

Η συμμετοχή σε τοπικό επίπεδο μπορεί να συνδυαστεί με την ένταξη σε ευρωπαϊκά δίκτυα και προγράμματα, που προσφέρουν πρόσβαση σε αγορές και χρηματοδοτήσεις εκτός Ελλάδας. Τα προγράμματα του EIT Culture & Creativity, με ευνοϊκότερους όρους για επιχειρήσεις από χώρες του Περιφερειακού Συστήματος Καινοτομίας (EIT Culture & Creativity, 2026), και οι εκδηλώσεις αναζήτησης εταίρων της Ευρωπαϊκής Πλατφόρμας Συνεργασίας των Clusters (ECCP, 2025) είναι καλά σημεία εκκίνησης.

12.4 Λίστα ελέγχου

Πίνακας 10: Λίστα ελέγχου για την επιλογή κόμβου ή σχηματισμού

Ερώτηση	Γιατί έχει σημασία
Τι ακριβώς αναζητώ;	Καθορίζει ποιος τύπος δομής ταιριάζει
Ποιοι είναι ήδη μέλη;	Η αξία βρίσκεται στους ανθρώπους και τις επιχειρήσεις που θα συναντήσω
Πόσο ενεργή είναι η διαχείριση;	Η ενεργός διαχείριση είναι ο κρίσιμος παράγοντας επιτυχίας
Ποια προγράμματα και εκδηλώσεις προσφέρονται;	Δείχνει αν ο κόμβος παράγει ευκαιρίες ή απλώς χώρο
Είναι ανοικτός στο κοινό και σε πελάτες;	Οι ανοικτοί κόμβοι συνδέουν με την αγορά
Έχει διεθνείς συνδέσεις;	Ανοίγει πρόσβαση σε ευρωπαϊκά δίκτυα και πόρους
Ποιο είναι το κόστος και τι περιλαμβάνει;	Επιτρέπει σύγκριση με εναλλακτικές λύσεις
Τι μπορώ να προσφέρω εγώ;	Η αμοιβαιότητα καθορίζει το όφελος από τη δικτύωση

12.5 Γλωσσάριο

Πίνακας 11: Γλωσσάριο βασικών όρων

Όρος	Επεξήγηση
Δημιουργικός κόμβος	Τόπος, φυσικός ή εικονικός, που φέρνει κοντά δημιουργικούς ανθρώπους και προσφέρει χώρο και υποστήριξη.

Όρος	Επεξήγηση
Επιταχυντής	Εντατικό, χρονικά περιορισμένο πρόγραμμα για επιχειρήσεις με προοπτική ταχείας ανάπτυξης.
Εργαστήριο ψηφιακής κατασκευής	Χώρος με εξοπλισμό όπως τρισδιάστατους εκτυπωτές και κοπτικά λέιζερ.
Θερμοκοιτίδα	Δομή που υποστηρίζει νέες επιχειρήσεις στα πρώτα τους στάδια.
Οικονομίες συσσώρευσης	Τα οφέλη που προκύπτουν για τις επιχειρήσεις από τη συγκέντρωσή τους στον ίδιο χώρο.
Προσωρινή συστάδα	Συγκέντρωση επιχειρήσεων και επαγγελματιών για περιορισμένο χρόνο, π.χ. σε φεστιβάλ ή έκθεση.
Συνεργατικός σχηματισμός (cluster)	Οργανωμένο δίκτυο επιχειρήσεων, ερευνητικών φορέων και οργανισμών υποστήριξης.
Χώρος συνεργασίας	Κοινόχρηστος χώρος εργασίας με υπηρεσίες, έναντι συνδρομής.

12.6 Χρήσιμοι φορείς και πόροι

Πίνακας 12: Χρήσιμοι φορείς και πόροι για νέους δημιουργούς και επιχειρηματίες

Φορέας ή πόρος	Τι προσφέρει
Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Κόμβων	Δικτύωση κόμβων, Βαρόμετρο Δημιουργικών Κόμβων, ανταλλαγή γνώσης· έδρα στην Αθήνα
EIT Culture & Creativity	Προγράμματα επιτάχυνσης και κλιμάκωσης για νεοφυείς επιχειρήσεις δημιουργικής τεχνολογίας
Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα Συνεργασίας των Clusters	Κατάλογος clusters, αναζήτηση εταίρων, πρωτοβουλίες όπως τα Euroclusters
gi-Cluster (Corallia, Ερευνητικό Κέντρο «Αθηνά»)	Συνεργατικός σχηματισμός για παιχνίδια και δημιουργικές τεχνολογίες
Elevate Greece	Εθνικό Μητρώο Νεοφυών Επιχειρήσεων, πρόσβαση σε κίνητρα
Πρόγραμμα «Αττική» 2021-2027	Περιφερειακές προσκλήσεις για επιχειρηματικότητα και καινοτομία
Δομές υποστήριξης του παρόντος έργου	Καθοδήγηση, θεματικά εργαστήρια, δικτύωση στη Νότια Αττική
Creative HubKit (British Council)	Πρακτικός οδηγός για τη δημιουργία και λειτουργία δημιουργικών κόμβων

13. Συχνές ερωτήσεις

Αξίζει να πληρώνω συνδρομή σε έναν χώρο συνεργασίας αντί να δουλεύω από το σπίτι;

Εξαρτάται από το τι κερδίζετε πέρα από το γραφείο. Αν ο χώρος σάς φέρνει σε επαφή με πιθανούς συνεργάτες και πελάτες, προσφέρει εκδηλώσεις και καθοδήγηση και έχει ενεργό διαχείριση, η αξία του ξεπερνά συνήθως το κόστος. Αν είναι απλώς ένα γραφείο, ίσως όχι. Η έρευνα δείχνει ότι η αξία των κόμβων βρίσκεται στη διαμεσολάβηση και όχι στην υποδομή (Pratt, 2021).

Υπάρχουν clusters για τη δημιουργική οικονομία στην Ελλάδα;

Ναι. Ο gi-Cluster, που συντονίζεται από την Corallia του Ερευνητικού Κέντρου «Αθηνά», εστιάζει στα παιχνίδια και τις δημιουργικές τεχνολογίες (Athena RC – Corallia, 2025). Υπάρχουν επίσης δίκτυα και κόμβοι που αναπτύχθηκαν μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων, όπως τα Creative@Hubs (Interreg Greece-Italy, 2024).

Πώς μπορώ να βρω εταίρους σε άλλες χώρες για ένα ευρωπαϊκό έργο;

Μέσω ευρωπαϊκών δικτύων όπως το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Κόμβων, που έχει έδρα στην Αθήνα (European Creative Hubs Network, 2026), της Ευρωπαϊκής Πλατφόρμας Συνεργασίας των Clusters, που διαθέτει εργαλεία αναζήτησης εταίρων (ECCP, 2025), και των εκδηλώσεων του EIT Culture & Creativity. Οι δομές υποστήριξης του παρόντος έργου μπορούν να σας καθοδηγήσουν.

Είμαι μόνος δημιουργός. Μπορώ να συμμετάσχω σε ένα cluster;

Πολλοί σχηματισμοί δέχονται και πολύ μικρές επιχειρήσεις ή ελεύθερους επαγγελματίες, ενώ περίπου τέσσερα στα πέντε μέλη των ευρωπαϊκών clusters είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ECCP, 2025). Ωστόσο, για έναν μεμονωμένο δημιουργό, ένας δημιουργικός κόμβος ή ένα τοπικό δίκτυο είναι συχνά πιο κατάλληλο σημείο εκκίνησης.

Τι μπορούν να κάνουν οι δήμοι για να στηρίξουν τους δημιουργούς;

Να διαθέσουν προσιτούς χώρους, να οργανώσουν εκδηλώσεις που φέρνουν τους δημιουργούς σε επαφή με το κοινό, να δημιουργήσουν δίκτυα και πλατφόρμες, να συνδέσουν τους δημιουργούς με τις τοπικές επιχειρήσεις και να αξιοποιήσουν περιφερειακούς και ευρωπαϊκούς πόρους. Η έρευνα δείχνει ότι η ενεργός στήριξη της τοπικής αυτοδιοίκησης είναι σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία των κόμβων (Hill κ.ά., 2025).

Μπορεί ένας κόμβος να λειτουργήσει χωρίς φυσικό χώρο;

Ναι. Ο οδηγός του Βρετανικού Συμβουλίου αναγνωρίζει τα δίκτυα και τις διαδικτυακές πλατφόρμες ως αυτοτελείς τύπους κόμβων (British Council, 2015). Ένα ψηφιακό δίκτυο με τακτικές φυσικές συναντήσεις σε διαφορετικούς χώρους μπορεί να είναι το πρώτο, χαμηλού κόστους βήμα πριν από την επένδυση σε κτίριο.

Ποιο είναι το συχνότερο λάθος στη δημιουργία ενός κόμβου;

Η επένδυση στο κτίριο πριν από την κατανόηση των αναγκών των χρηστών και πριν από την εξασφάλιση ικανής διαχείρισης. Η έρευνα δείχνει ότι η αξία βρίσκεται στη διαμεσολάβηση και στην ενεργό διαχείριση (Pratt, 2021· Hill κ.ά., 2025).

Πώς ξέρω αν ένας κόμβος είναι καλός;

Ρωτήστε τα υφιστάμενα μέλη. Ελέγξτε αν υπάρχει τακτικό πρόγραμμα εκδηλώσεων, αν ο διαχειριστής γνωρίζει τα μέλη και τις ανάγκες τους, αν ο κόμβος έχει συνδέσεις με επενδυτές, πελάτες και ευρωπαϊκά δίκτυα, και αν μπορεί να δείξει αποτελέσματα, όπως επιχειρήσεις που αναπτύχθηκαν ή χρηματοδοτήθηκαν. Η λίστα ελέγχου του Πίνακα 10 μπορεί να βοηθήσει.

14. Κατευθύνσεις για τους δήμους της Νότιας Αττικής

Με βάση την ανάλυση της έκθεσης, το κεφάλαιο αυτό διατυπώνει ενδεικτικές κατευθύνσεις για τους δήμους και τους φορείς της Νότιας Αττικής. Δεν αποτελούν ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης, αλλά βήματα που μπορούν να εξειδικευθούν σε συνεργασία με τους δημιουργούς της περιοχής.

14.1 Ξεκινώντας από το δίκτυο

Η πρώτη κατεύθυνση είναι η δημιουργία ενός διαδημοτικού δικτύου δημιουργών, με κοινή ψηφιακή πλατφόρμα και τακτικές συναντήσεις που φιλοξενούνται εναλλάξ σε διαφορετικούς δήμους. Το δίκτυο είναι χαμηλού κόστους, μπορεί να ξεκινήσει άμεσα με βάση τις δομές του παρόντος έργου, και παράγει τα δεδομένα που απαιτούνται για τις επόμενες αποφάσεις. Ο οδηγός του Βρετανικού Συμβουλίου αναγνωρίζει τα δίκτυα και τις διαδικτυακές πλατφόρμες ως αυτοτελείς μορφές κόμβων (British Council, 2015).

14.2 Χαρτογράφηση χώρων

Η δεύτερη κατεύθυνση είναι η χαρτογράφηση των αδρανών δημοτικών και ιδιωτικών κτιρίων που θα μπορούσαν να φιλοξενήσουν δημιουργικές χρήσεις, με προτεραιότητα σε κτίρια με χαρακτήρα και καλή πρόσβαση με δημόσια συγκοινωνία. Τα ευρωπαϊκά παραδείγματα δείχνουν ότι τα πρώην βιομηχανικά και δημόσια κτίρια μπορούν να γίνουν πόλοι δημιουργικής δραστηριότητας (Kaapelitehdas, 2025· Interreg Europe, 2024), ενώ η Ελευσίνα 2023 δείχνει την εφαρμογή αυτής της λογικής στην Αττική (Lampiri, 2023).

14.3 Πιλοτικός κόμβος

Η τρίτη κατεύθυνση είναι η δημιουργία ενός πιλοτικού κόμβου μικρής κλίμακας, ανοικτού στο κοινό, με μοντέλο σύμπραξης μεταξύ δήμου και έμπειρου φορέα λειτουργίας, σαφείς στόχους και σύστημα δεικτών. Η χρηματοδότηση της αρχικής επένδυσης μπορεί να αναζητηθεί στο πρόγραμμα «Αττική» 2021-2027 (Ναυτεμπορική, 2022), ενώ η λειτουργία πρέπει σταδιακά να στηρίζεται σε μικτά έσοδα (Flego & Tei, 2024).

14.4 Σύνδεση με τον τουρισμό και τις τοπικές επιχειρήσεις

Η τέταρτη κατεύθυνση είναι η συστηματική σύνδεση των δημιουργών με τις τουριστικές και εμπορικές επιχειρήσεις της περιοχής, για παράδειγμα μέσω αγορών δημιουργών, εκθέσεων σε ξενοδοχεία, κοινών πακέτων εμπειριών και προμήθειας τοπικών προϊόντων σχεδιασμού. Η έρευνα για τους κόμβους που απευθύνονται στο κοινό δείχνει ότι η σύνδεση αυτή αποτελεί βασικό μηχανισμό τοπικής ανάπτυξης (Merrell κ.ά., 2021).

14.5 Ευρωπαϊκή διασύνδεση

Η πέμπτη κατεύθυνση είναι η ένταξη των δήμων και του δικτύου των δημιουργών σε ευρωπαϊκά δίκτυα και προγράμματα: το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Κόμβων, που έχει έδρα στην Αθήνα (European Creative Hubs Network, 2026), την Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα Συνεργασίας των Clusters (ECCP, 2025), και τις ευκαιρίες του EIT Culture & Creativity (EIT Culture & Creativity, 2026). Η απουσία ελληνικού εθνικού κόμβου του EIT (EIT Culture & Creativity, 2024) καθιστά την ενεργό αναζήτηση αυτών των ευκαιριών από τοπικούς φορείς ακόμη πιο σημαντική.

14.6 Αξιολόγηση και μάθηση

Τέλος, κάθε πρωτοβουλία πρέπει να συνοδεύεται από σύστημα παρακολούθησης και αξιολόγησης, ιδανικά σε συνεργασία με πανεπιστήμιο, όπως συνέβη στην Ελευσίνα (Lampiri, 2023). Η τεκμηρίωση των αποτελεσμάτων επιτρέπει τη βελτίωση, στηρίζει τις μελλοντικές αιτήσεις χρηματοδότησης και συμβάλλει στη γνώση για το τι λειτουργεί σε ελληνικές συνθήκες, γνώση που σήμερα είναι περιορισμένη.

14.7 Ενδεικτικός οδικός χάρτης

Οι κατευθύνσεις του κεφαλαίου μπορούν να οργανωθούν σε έναν σταδιακό οδικό χάρτη τριών φάσεων, που επιτρέπει τη μάθηση από κάθε βήμα πριν από τη δέσμευση μεγαλύτερων πόρων.

Πίνακας 13: Ενδεικτικός οδικός χάρτης για ένα δίκτυο δημιουργικών κόμβων στη Νότια Αττική

Φάση	Διάρκεια	Κύριες ενέργειες	Αποτέλεσμα
Α. Δίκτυο	Πρώτος χρόνος	Ψηφιακή πλατφόρμα, μηνιαίες συναντήσεις, χαρτογράφηση δημιουργών και χώρων, ένταξη σε ευρωπαϊκά δίκτυα	Ενεργή κοινότητα, δεδομένα για τις ανάγκες
Β. Πιλοτικός κόμβος	Δεύτερος και τρίτος χρόνος	Αξιοποίηση ενός αδρανούς χώρου, σύμπραξη με φορέα λειτουργίας, πρόγραμμα εκδηλώσεων ανοικτό στο κοινό, σύστημα δεικτών	Λειτουργικός κόμβος, πρώτα αποτελέσματα
Γ. Επέκταση	Από τον τέταρτο χρόνο	Επέκταση σε περισσότερους δήμους, εξειδίκευση ανά κλάδο, ευρωπαϊκά έργα, σταδιακή αύξηση ιδίων εσόδων	Δίκτυο κόμβων με διακριτές ταυτότητες

Συμπεράσματα

Οι δημιουργικοί κόμβοι και οι συνεργατικοί σχηματισμοί απαντούν στο βασικό διαρθρωτικό χαρακτηριστικό της δημιουργικής οικονομίας, τη μικρή κλίμακα των επιχειρήσεών της. Προσφέρουν συλλογικά υποδομές, γνώση, πρόσβαση σε αγορές, ταλέντο και αξιοπιστία, που καμία πολύ μικρή επιχείρηση δεν μπορεί να εξασφαλίσει μόνη της.

Η έρευνα συγκλίνει σε τρία σημεία. Η αξία ενός κόμβου βρίσκεται στη διαμεσολάβηση και όχι στο κτίριο. Δεν υπάρχει ενιαίο μοντέλο, και κάθε δομή πρέπει να σχεδιάζεται με βάση τις τοπικές συνθήκες και τις ανάγκες των χρηστών της. Η οικονομική βιωσιμότητα απαιτεί μικτά έσοδα, ενεργό διαχείριση και σταθερή σχέση με την τοπική αυτοδιοίκηση.

Το ευρωπαϊκό και ελληνικό τοπίο προσφέρει πολλά σημεία στήριξης: την Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα Συνεργασίας των Clusters, το EIT Culture & Creativity, το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Κόμβων με έδρα την Αθήνα, τον gi-Cluster, την εμπειρία της Ελευσίνας 2023, και περιφερειακούς πόρους μέσω του προγράμματος «Αττική» και της Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης.

Για τη Νότια Αττική, η πρόκληση είναι η σύνδεση των υφιστάμενων πόρων, πολιτιστικών, τουριστικών και εκπαιδευτικών, σε ένα λειτουργικό οικοσύστημα, πιθανότατα με τη μορφή ενός δικτύου κόμβων και όχι ενός μεγάλου κεντρικού χώρου. Οι δομές του παρόντος έργου αποτελούν φυσικό πυρήνα για μια τέτοια εξέλιξη. Για τον νέο επιχειρηματία, η συμμετοχή σε αυτό το οικοσύστημα με σαφή στόχο αποτελεί έναν από τους πιο αποδοτικούς τρόπους να επιταχύνει την ανάπτυξη της επιχείρησής του.

Τέλος, η ανάλυση υπογραμμίζει ότι η δημιουργία κόμβων και δικτύων είναι διαδικασία μάθησης και όχι εφάπαξ επένδυση. Οι πιο επιτυχημένοι ευρωπαϊκοί κόμβοι αναπτύχθηκαν σταδιακά, συχνά από τα κάτω, και προσαρμόστηκαν στις ανάγκες των χρηστών τους. Ένας σταδιακός οδικός χάρτης, που ξεκινά από το δίκτυο, προχωρά σε έναν πιλοτικό κόμβο και επεκτείνεται με βάση τα αποτελέσματα, είναι η πιο ρεαλιστική προσέγγιση για τη Νότια Αττική, με συστηματική αξιολόγηση σε κάθε βήμα.

Βιβλιογραφία

- Anastasatou, M. (2026). The cultural and creative industries in Greece. Economic Bulletin, Τράπεζα της Ελλάδος, 63, 101–121. https://doi.org/10.52903/econbull20266305
- Athena RC – Corallia (2025). Innovation Clusters. Ερευνητικό Κέντρο «Αθηνά». https://www.athenarc.gr/en/node/3735
- Bednář, P. κ.ά. (2024). Multiple local co-agglomeration: Modelling spatial-temporal variations of coworking spaces and creative industries clustering in two central European Capitals. Applied Geography.
- British Council (2015). Creative HubKit: Made by hubs for emerging hubs. Creative Edinburgh, Creative Dundee, με την υποστήριξη του Creative England. https://www.britishcouncil.vn/sites/default/files/creative-hubkit.pdf
- Danko, L. κ.ά. (2024). Coworking Spaces and Mid-Sized Cities in Peripheral Contexts: Conceptualising Development Trajectories. Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie.
- EIT Culture & Creativity (2024). EIT Community establishes 16 national hubs to bridge Europe's innovation gap. 5 Δεκεμβρίου 2024. https://eit-culture-creativity.eu/latest-news/2024-12-05-eit-community-establishes-16-national-hubs-bridge-europes-innovation-gap-0
- EIT Culture & Creativity (2025). Where we are. https://eit-culture-creativity.eu/about-us/where-we-are
- EIT Culture & Creativity (2026). EIT Culture & Creativity opens €8.6m in funding programmes. Advanced Television, 11 Αυγούστου 2026. https://www.advanced-television.com/2026/08/11/eit-culture-creativity-opens-e8-6m-in-funding-programmes/
- European Cluster Collaboration Platform (2025). Clusters and Europe's Competitiveness: ECCP Summary Report 2025. https://www.clustercollaboration.eu/knowledge-sharing/publications/document-library/clusters-and-europes-competitiveness-eccp-summary-report-2025
- European Creative Hubs Network (2026). Creative Hubs Barometer. https://creativehubs.net/article.php?id=305
- Eurostat (2025). Culture statistics – cultural employment. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Culture_statistics_-_cultural_employment
- Flego, C., & Tei, A. (2024). Creative and cultural hub sustainability: from theory to practice. International Journal of Cultural Policy, 31(7), 994–1009. https://doi.org/10.1080/10286632.2024.2372332
- García-Esparza, J. A. (2025). Unpacking World Heritage cultural clusters through the interplay of urban tourism and gentrification. Cities.
- Greek City Times (2023). Heraklion: UNESCO City of Gastronomy. 3 Νοεμβρίου 2023. https://greekcitytimes.com/2023/11/03/heraklion-unesco-city-gastronomy
- Hassink, R. κ.ά. (2021). Editorial: Creative industries at the intersection between local agglomeration, national regulation, and global networks. Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie.

- Hill, I. κ.ά. (2025). Fanning the flame – a process-relational view on creative hub practices for rural development. Entrepreneurship & Regional Development.
- Interreg Europe (2024). Good practice: LX Factory. https://interregeurope.eu/good-practices/lxfactory
- Interreg Greece-Italy (2024). Creative@Hubs – Creative Hubs Web Platform. https://creativehubs.cti.gr/en/article/epikinoniste-me-ton-plisiestero-se-esas-dimiourgiko-komvo-kai-epofelithite
- Kaapelitehdas – Cable Factory (2025). The story of Cable Factory. https://kaapelitehdas.fi/en/story-of-cable-factory
- Lampiri, A. (2023). 2023 Eleusis: Mysteries of Transition. Agenda 21 for Culture – Good Practices, UCLG. https://obs.agenda21culture.net/en/good-practices/2023-eleusis-mysteries-transition
- Matadero Madrid (2023). Matadero Madrid, Centro de Creación Contemporánea. Ayuntamiento de Madrid. https://www.mataderomadrid.org/sites/default/files/media/document/2023/01/MATADERO-FOLLETO-QUE-ES-A6-2022-EN.pdf
- Merrell, I. κ.ά. (2021). 'Honey pot' rural enterprise hubs as micro-clusters: Exploring their role in creativity-led rural development. Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit.
- OECD (2022). The Culture Fix: Creative People, Places and Industries. OECD Publishing. https://www.oecd.org/en/publications/the-culture-fix_991bb520-en.html
- Powergame (2021). Σε ισχύ τα φορολογικά κίνητρα για τους Επενδυτικούς Αγγέλους. 30 Μαρτίου 2021. https://www.powergame.gr/forologia/48925/se-ischy-ta-forologika-kinitra-gia-tous-ependytikous-angelous/
- Pratt, A. C. (2021). Creative hubs: A critical evaluation. City, Culture and Society. https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/25812/
- Roelfsema, H. (2025). Creative hubs as drivers of regional vitality. Society. Technology. Solutions. Proceedings of the International Scientific Conference.
- Shen, C. κ.ά. (2023). The development of global creative centers from a regional perspective: A case study of Milan's creative industries. PLOS ONE.
- The Recursive (2026). Greece's Startup Ecosystem Has Found Capital. Now It Needs Structural Change. 16 Ιουνίου 2026. https://www.therecursive.com/greeces-startup-ecosystem-has-found-capital-now-it-needs-structural-change/
- Wikipedia (2025). Telliskivi Creative City. https://en.wikipedia.org/wiki/Telliskivi_Creative_City
- Ναυτεμπορική (2022). Περιφέρεια Αττικής: Εγκρίθηκε από την Κομισιόν το Πρόγραμμα 2021-2027. https://www.naftemporiki.gr/finance/1366711/perifereia-attikis-egkrithike-apo-tin-komision-to-programma-2021-2027/
- Περιφέρεια Αττικής (2025). Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης – Δημιουργική Οικονομία. https://ris.innovationattica.gr