

Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα

Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες

- - Εκδόσεις
- - Εκτυπώσεις
- - Φίλμ και βίντεο
- - Φωτογραφία
- - Μουσική
- - Τηλεόραση και Ραδιόφωνο
- - Τέχνες και διασκέδαση
- - Βιβλιοθήκες και Μουσεία
- - Εμπόριο πολιτιστικών αγαθών
- - Αρχιτεκτονική
- - Εξειδικευμένο σχέδιο
- - Διαφήμιση
- - Παραγωγή λογισμικού

Ορισμοί

- Κλάδοι που απαιτούν δημιουργικότητα, ικανότητα και ταλέντο και οι οποίοι έχουν δυνατότητες για τη δημιουργία πλούτου και θέσεων εργασίας μέσω της εκμετάλλευσης της πνευματικής τους ιδιοκτησίας (DCMS)
- Κλάδοι που ασχολούνται με τη βιομηχανική παραγωγή και τη διάδοση των συμβολικών κειμένων (Hesmondhalgh)
- Βιομηχανίες που παράγουν και διανέμουν πολιτιστικά αγαθά ή υπηρεσίες, τα οποία σύμφωνα με την χρήση ή τον σκοπό παραγωγής τους ενσωματώνουν ή διαβιβάζουν πολιτιστικές εκφράσεις, ανεξάρτητα από την εμπορική αξία που μπορεί να έχουν (UNESCO)
- 2 χαρακτηριστικά: παραγωγή συμβόλων/ πνευματική ιδιοκτησία

Πίνακας 1. Το περιεχόμενο των δημιουργικών κλάδων: πέντε βασικές προσεγγίσεις.

Μοντέλο DCMS	Μοντέλο συμβολικών κειμένων	Μοντέλο ομόκεντρων κύκλων	Μοντέλο πνευματικών δικαιωμάτων WIPO	Μοντέλο UNCTAD
<p>Ως δημιουργικοί ορίζονται οι κλάδοι που απαιτούν δημιουργικότητα, δεξιότητες και ταλέντο, με δυνατότητα δημιουργίας πλούτου και θέσεων εργασίας μέσω της εκμετάλλευσης των πνευματικών δικαιωμάτων</p>	<p>Οι «υψηλές» ή «σοβαρές» τέχνες βρίσκονται στο πεδίο της δημόσιας παρέμβασης. Έτσι ως δημιουργικά αντιμετωπίζονται εκείνα τα προϊόντα που αφορούν τη «βιομηχανική» παραγωγή, διανομή και κατανάλωση συμβολικών κειμένων ή μηνυμάτων που μεταδίδονται από διάφορα μέσα</p>	<p>Διακρίνει δύο είδη αξίας: της πολιτιστική και την εμπορική. Στον πυρήνα του μοντέλου βρίσκονται οι κεντρικές δημιουργικές τέχνες οι οποίες ήχο, λόγο και εικόνα υψηλής πολιτιστικής αξίας και διαχέονται προς τους εξωτερικούς κύκλους. Στην πορεία αυτής της διάχυσης η πολιτιστική αξία μειώνεται και αυξάνεται η εμπορική</p>	<p>Περιλαμβάνει κλάδους που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα στη δημιουργία, παραγωγή, μετάδοση και διανομή προϊόντων με πνευματικά δικαιώματα</p>	<p>Διευρύνει την έννοια της δημιουργικότητας περιλαμβάνοντας οποιαδήποτε οικονομική δραστηριότητα παράγει συμβολικά προϊόντα εξαρτώμενα από πνευματική ιδιοκτησία και απευθυνόμενα σε ένα ευρύ κοινό</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Πολιτιστική κληρονομιά 2. Τέχνες 3. Media 4. Λειτουργικές δημιουργίες

- Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες παράγουν διάφορες «αξίες»
- Άμεση οικονομική συνεισφορά (%ΑΕΠ, απασχόληση)
- Έμμεση συνεισφορά:
 - -πολιτιστική αξία-ενδιάμεσα αγαθά για πολλούς άλλους κλάδους- αξίες για άλλους κλάδους (πχ. τουρισμός/city branding, κατασκευές/real estate)

Βιβλιογραφία

- Από τον Adorno στον Florida
- Η βιομηχανία της κουλτούρας:
 - - δημιουργεί ένα πλαίσιο ψυχαγωγίας που δεν αντιτίθεται στις αρχές της καπιταλιστικής ανάπτυξης- έλεγχος της συμπεριφοράς
- Η ανάπτυξη της τεχνολογίας μεταμόρφωσε τον τρόπο παραγωγής (νέοι καταμερισμοί της εργασίας) και την σχέση ιδιοκτησίας ενός έργου
- Garnham-GLC (1983-1986): οι πρώτες πολιτιστικές πολιτικές σε τοπικό επίπεδο- προσανατολισμένες στην ζήτηση και δημοκρατικές- Sheffield (1989): αστική αναγέννηση- πολιτιστική συνοικία

- Δεκαετία του 1990: η δημιουργική πόλη (Landry-Comedia Group-New Labour): η δημιουργικότητα ως το κέντρο της νέας οικονομίας (της γνώσης και της τεχνολογίας)- διασφάλιση των πνευματικών δικαιωμάτων
- Στην πραγματικότητα το κυρίαρχο διακύβευμα ήταν να σταματήσει η τάση τα πολιτιστικά αγαθά να γίνουν δημόσια αγαθά (βλέπε Napster)
- Δημιουργική τάξη (Richard Florida-2002): οι ταλαντούχοι άνθρωποι μεταναστεύουν στις περιφέρειες και τις πόλεις που έχουν συγκεκριμένες ιδιότητες, όπως πολυπολιτισμικότητα, ανεκτικότητα και διαφορετικότητα-στρατηγικές δημιουργικών πόλεων (αστικός εξευγενισμός, αναπλάσεις, πολιτιστικές συσπειρώσεις)

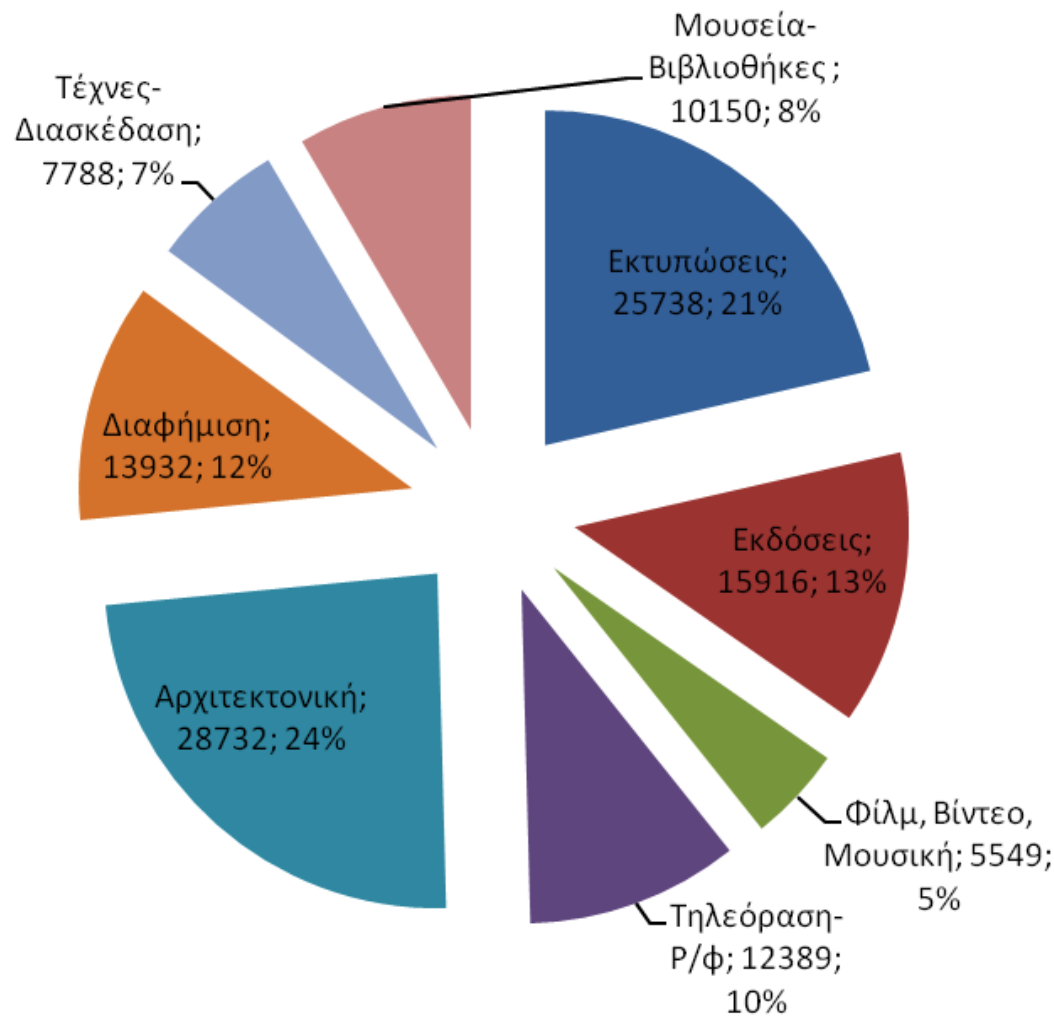
- Κριτική στον Florida
- αύξηση της κατανάλωσης και δημιουργία των κατάλληλων συνθηκών για νέες ευκαιρίες συσσώρευσης κεφαλαίου
- Εκτοπισμός της πραγματικής δημιουργικότητας (συλλογικού πολιτιστικού κεφαλαίου)
- εμπορευματοποιώντας την ανεκτικότητα και την ανοχή, τις τέχνες και την πηγαία δημιουργικότητα, τα μετατρέπεις σε περιουσιακά στοιχεία ενός καθεστωτικού συστήματος αστικού ανταγωνισμού (Peck, 2005)
- Νέοι ευέλικτοι καταμερισμοί εργασίας- δημιουργικό προεκαριάτο

Το 2006 ο συνολικός κύκλος εργασιών των 13 ΚΠΔ έφθασε τα 11,7 δις ευρώ, αυξημένος κατά 4,8 δις ευρώ από το 2000. Η Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (ΑΠΑ) υπολογίζεται σε περίπου 5,6 δις ευρώ για το 2006, ενώ το 2000 ήταν περίπου 2,5 δις ευρώ. Συνεπώς, οι ΚΠΔ συνεισέφεραν στην εθνική οικονομία στο 3% επί του ΑΕΠ για το 2006, ενώ το 2000 η συνεισφορά υπολογίζεται σε 2%.

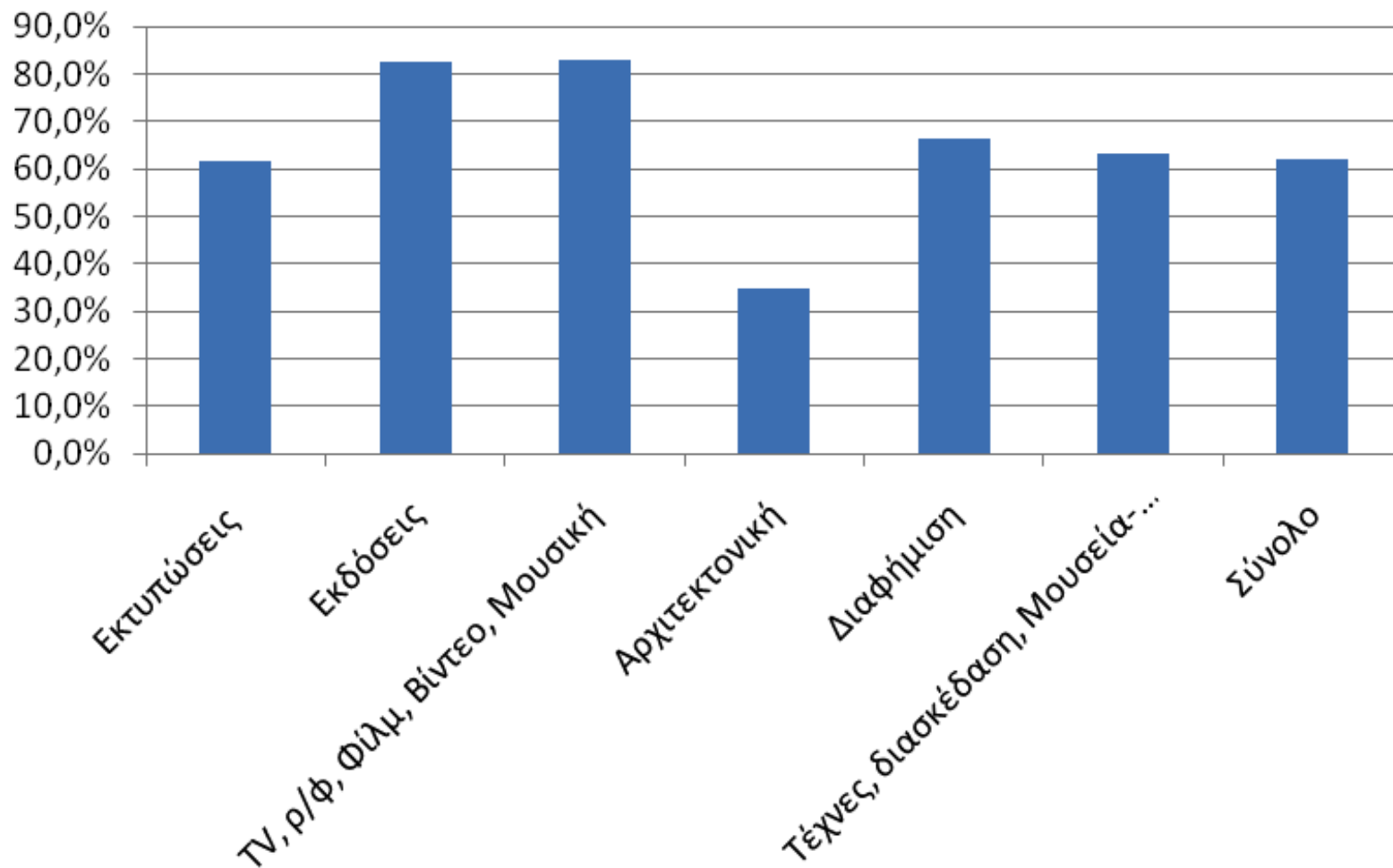
		Κύκλος Εργασιών				
		2000	Ποσοστό το 2000 (%)	2006	Ποσοστό το 2006 (%)	Δ 2000- 2006
Πολιτιστικές Βιομηχανίες	Εκδόσεις	1.048	15,1%	2.115	18,0%	101,8%
	Εκτυπώσεις	850	12,2%	1.126	9,6%	32,5%
	Φilm και Βίντεο	452	6,5%	822	7,0%	81,9%
	Φωτογραφία	153	2,2%	180	1,5%	17,6%
	Μουσική	14	0,2%	135	1,1%	864,3%
	Τηλεόραση και Ραδιόφωνο	478	6,9%	1.389	11,8%	190,6%
	Τέχνες και Διασκέδαση	439	6,3%	377	3,2%	-14,1%
	Βιβλιοθήκες και Μουσεία	14	0,2%	223	1,9%	1492,9%
Σύνολο 1		3.448	49,6%	6.367	54,1%	84,7%
Δημιουργικές Βιομηχανίες	Πολιτιστικό Εμπόριο	508	7,3%	854	7,3%	68,1%
	Αρχιτεκτονική	1.020	14,7%	1.301	11,1%	27,5%
	Μόδα- Design			71	0,6%	
	Διαφήμιση	1.580	22,7%	2.186	18,6%	38,4%
	Λογισμικό	401	5,8%	988	8,4%	146,4%
Σύνολο 2		3.509	50,4%	5.400	45,9%	53,9%
Σύνολο (1+2)		6.957	100,0%	11.767	100,0%	69,1%

		Αριθμός Επιχειρήσεων					
		2000	Ποσοστό στο σύνολο	2006	Ποσοστό στο σύνολο	Δ 2000- 2006	Μέσος τζίρος ανά επιχείρηση (2006)
Πολιτιστικές Βιομηχανίες	Εκδόσεις	1.878	4,3%	2.802	3,9%	49,2%	754.818
	Εκτυπώσεις	4.754	10,9%	4.323	6,1%	-9,1%	260.467
	Φilm και βίντεο	1.365	3,1%	3.890	5,5%	185,0%	211.311
	Φωτογραφία	2.311	5,3%	3.320	4,7%	43,7%	54.217
	Μουσική	103	0,2%	519	0,7%	403,9%	260.116
	Τηλεόραση και Ραδιόφωνο	774	1,8%	1.184	1,7%	53,0%	1.173.142
	Τέχνες και Διασκέδαση	6.673	15,3%	10.066	14,1%	50,8%	37.453
	Βιβλιοθήκες και Μουσεία	247	0,6%	905	1,3%	266,4%	246.409
Σύνολο 1		18.105	41,5%	27.009	37,9%	49,2%	235.736
Δημιουργικές Βιομηχανίες	Πολιτιστικό Εμπόριο	3.976	9,1%	5.488	7,7%	38,0%	155.612
	Αρχιτεκτονική	17.280	39,6%	27.183	38,1%	57,3%	47.861
	Μόδα- Design			2.284	3,2%		31.086
	Διαφήμιση	2.860	6,6%	5.513	7,7%	92,8%	396.517
	Λογισμικό	1.381	3,2%	3.814	5,3%	176,2%	259.046
Σύνολο 2		25.497	58,5%	44.282	62,1%	73,7%	121.946
Σύνολο (1+2)		43.602	100,0%	71.291	100,0%	63,5%	165.056

Απασχόληση: 120.000 (2010)



Μισθωτοί



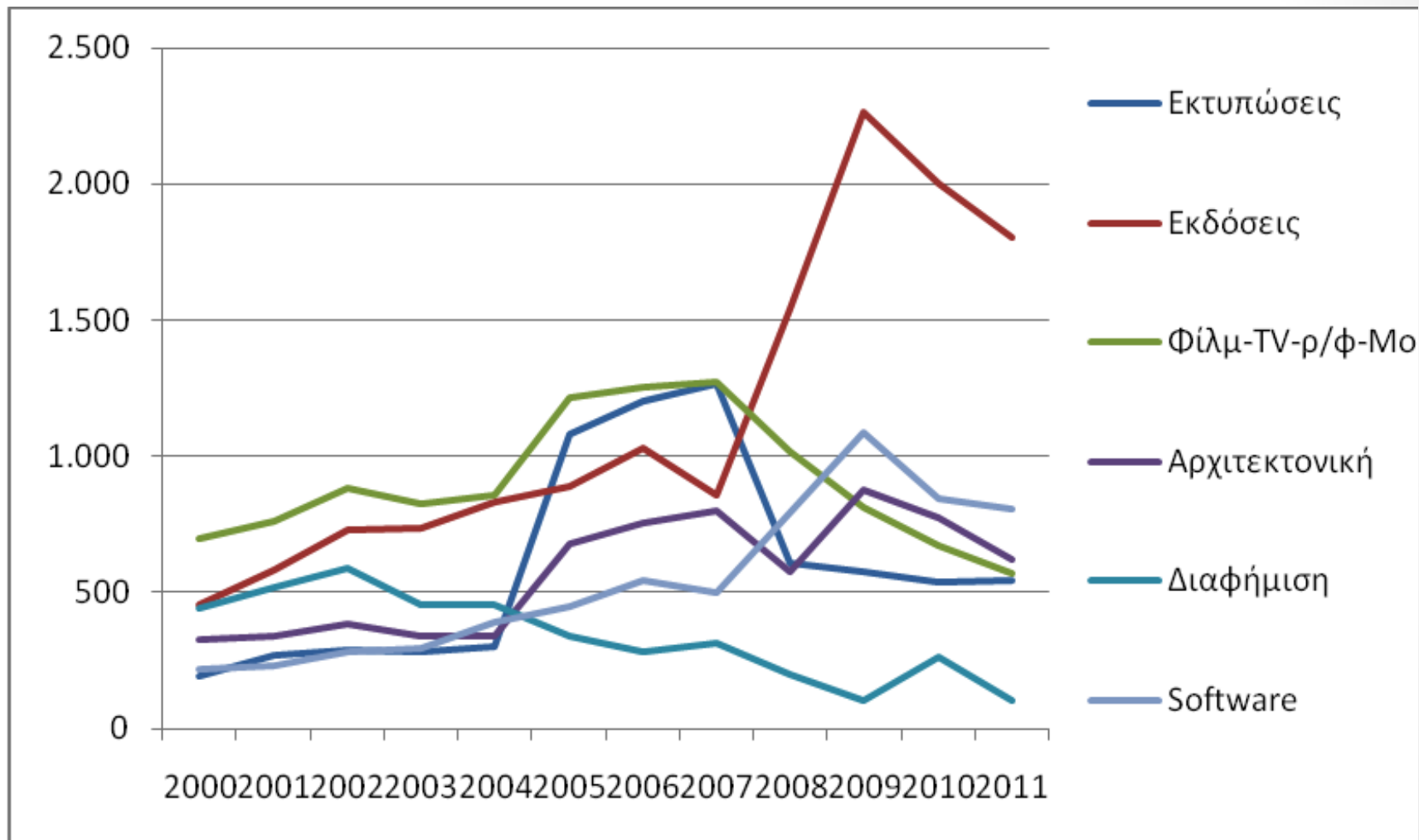
Βιβλιογραφία σχετική με την κρίση στην δημιουργική οικονομία

- Λίγες αναφορές
- Οι περισσότερες με στοιχεία 2008-9-10
- Αντιφατικές
- - Florida (2009), Pratt (2009): οι ΠΔΒ θα είναι οι κύριοι οικονομικοί παράγοντες στις μεγαλουπόλεις, αντικαθιστώντας τα χρηματοοικονομικά
- Experian (2009) προέβλεψε ότι τα επίπεδα απασχόλησης των ΠΔΒ στο ΗΒ θα επιστρέψουν το 2020 στα επίπεδα του 2008
- Indergaard (2013) οι ΠΔΒ υπήρξαν πιο ευάλωτες από την υπόλοιπη οικονομία κατά την διάρκεια της κρίσης

- De Propriis (2013) το 2011 στο ΗΒ, υπήρξαν σημάδια ανάκαμψης (απασχόληση) σε βιομηχανίες όπως design-digital media-ποιοτική διαφορά: μεγάλη αύξηση της αυτοαπασχόλησης (3/4)
- Christopherson (2013) αύξηση της αυτοαπασχόλησης στις ΗΠΑ (film+ TV)
- Gabe et al (2013) οι δημιουργικοί εργαζόμενοι έχουν μικρότερες πιθανότητες να μείνουν άνεργοι
- Currid-Halkett and Stolarick (2013) οι περιφέρειες στις ΗΠΑ με μεγάλο εργατικό δυναμικό στις ΠΔΒ, ξεπέρασαν την κρίση ευκολότερα
- Grodach and Seman (2013) η κρίση αποδείχθηκε περίοδος επιλεκτικής ανάπτυξης κάποιων ΠΔΒ (design, arts)

- Avdikos and Kalogeresis (forthcoming) 2008-2013: μεγάλη άνοδος της απασχόλησης στο design και software, μεγάλη μείωση στις εκτυπώσεις, εκδόσεις, TV-radio
- Αύξηση της αυτοαπασχόλησης και των πολύ μικρών επιχειρήσεων (design, software, φωτογραφία, τέχνες)
- Γεωγραφική μετατόπιση: βόρεια και κεντρική Ευρώπη κυριαρχούν στις ΠΔΒ, η νότια Ευρώπη χάνει, η ανατολική Ευρώπη κερδίζει (ιδιαίτερα σε κλάδους έντασης κεφαλαίου και εργασίας)

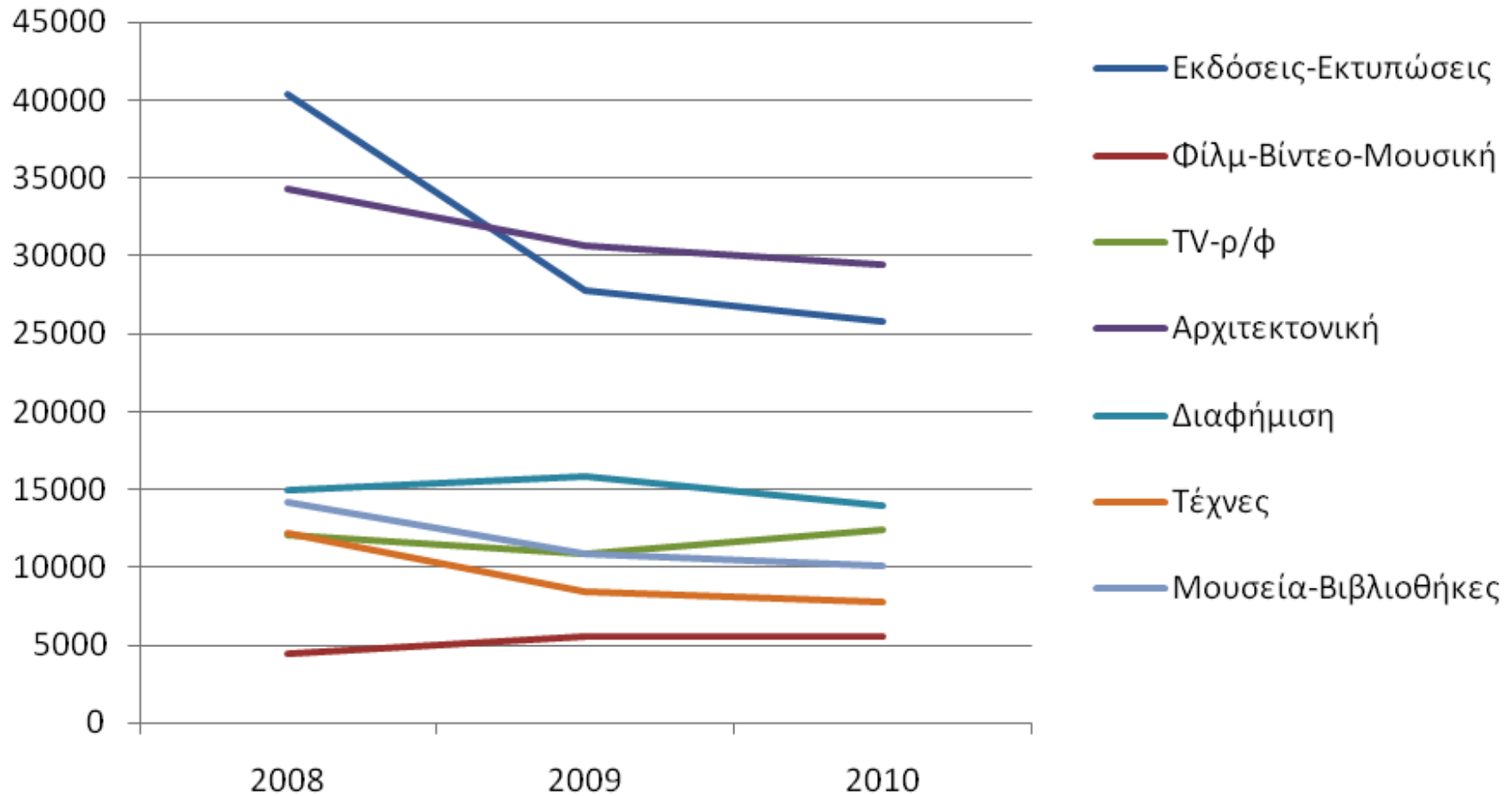
ΑΠΑ και οικονομική κρίση



Βασικοί λόγοι μείωσης ΑΠΑ

- α) στους ΚΠΔ δραστηριοποιούνται κυρίως μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες είναι πολύ ευάλωτες στις διακυμάνσεις της ζήτησης, παρουσιάζουν εύκολα πρόβλημα στις ταμειακές τους ροές και έχουν λιγότερο αξιόπιστη πρόσβαση στην χρηματοδότησή τους από τις τράπεζες (De Propriis, 2013),
- β) πολλές δημιουργικές επιχειρήσεις αποτελούν το πιο καινοτόμο μέρος περίπλοκων παραγωγικών αλυσίδων, (πχ. σύνδεση διαφήμισης-μουσικής-τηλεόρασης/ραδιοφώνου), που σημαίνει ότι συνήθως πωλούν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, ως ενδιάμεσα αγαθά, σε άλλες επιχειρήσεις που ανήκουν ή όχι στους ΚΠΔ. Έτσι, όταν οι τελευταίες συναντούν μείωση της ζήτησης των δικών τους προϊόντων, αρχίζουν να μειώνουν, πολλές φορές πολύ πιο έντονα, τις δικές τους εισροές (πχ. διαφήμιση).

Απασχόληση και οικονομική κρίση



Η κυριαρχία της Αθήνας

	Εκδοτικές δραστηριότητες		Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων, ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις		Δραστηριότητες προγραμματισμού και ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών		Δημιουργικές δραστηριότητες, τέχνες και διασκέδαση		Δραστηριότητες βιβλιοθηκών, αρχειοφυλακείων, μουσείων και λοιπές πολιτιστικές δραστηριότητες		Σύνολο			
	Αρ. Επιχ.	Τζίρος	Αρ. Επιχ.	Τζίρος	Αρ. Επιχ.	Τζίρος	Αρ. Επιχ.	Τζίρος	Αρ. Επιχ.	Τζίρος	Αρ. Επιχ.	%	Τζίρος	%
Αν. Μακεδονία/Θράκη	85	16987480	47	2598764	92	5267821	144	3656295	16	78298	384	2,2%	28588658	0,5%
Κ. Μακεδονία	384	137901126	225	16986009	181	36482868	1052	51423136	145	7476753	1987	11,3%	250269892	4,7%
Δ. Μακεδονία	41	2799182	17	795891	44	2109030	102	1674897	22	277436	226	1,3%	7656436	0,1%
Θεσσαλία	76	24226636	56	1650649	77	7289471	260	7679230	44	1165333	513	2,9%	42011319	0,8%
Ήπειρος	66	5657399	18	522220	36	1228499	120	1912521	97	1410921	337	1,9%	10731560	0,2%
Ιον. Νησιά	37	2200865	23	941952	36	1172459	143	4511868	37	357804	276	1,6%	9184948	0,2%
Αττική	2414	2301313522	1657	756460697,6	288	1305766340	6462	265858094,9	405	213882055	11226	63,9%	4843280710	90,8%
Δ. Ελλάδα	127	27843490	44	2511482	77	7223084	215	4857869	42	797086	505	2,9%	43233011	0,8%
Στ. Ελλάδα	70	5667463	36	1176716	59	3963769	138	2545324	30	181670	333	1,9%	13534943	0,3%
Πελοπόννησος	98	6916240	55	2482366	95	4666422	251	2887401	23	152973	522	3,0%	17105402	0,3%
Β. Αιγαίο	43	3557150	25	760002	44	2371305	119	2543347	16	344109	247	1,4%	9575912	0,2%
Ν. Αιγαίο	56	4560735	33	2303012	65	3141183	217	6231117	33	423843	404	2,3%	16659890	0,3%
Κρήτη	99	17880697	64	7671574	90	7522589	332	5179602	26	1312082	611	3,5%	39566543	0,7%
	3596	2557511986	2300	796861335	1184	1388204841	9555	360960701	936	227860362	17571	100,0%	5331399225	100,0%
% Αττικής	67,1%	90,0%	72,0%	94,9%	24,3%	94,1%	54,4%	73,7%	43,3%	93,9%	100,0%			

Άλλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες: Στοκχόλμη 34%, Όσλο 41%, Λονδίνο 24% των ΚΠΔ.

Περιφέρειες	Αριθμός εργαζομένων στις ΠΔΒ (2012)	% εργαζομένων στις ΠΔΒ στην χώρα	% εργαζομένων στις ΠΔΒ στην περιφέρεια
Noord-Holland	88703	28,3	10,9
Inner London	151179	11,8	9,9
Stockholm	93027	42,2	8,7
Praha	53205	33,9	8,5
Helsinki-Uusimaa	63888	53,2	8,2
Copenhagen	67253	59,8	8
Île de France	383150	46,2	7,4
Bratislava	22308	49,7	7,1
Comunidad de Madrid	192111	42,7	7,1
Berlin	107970	9,1	6,6
Budapest	80007	58,9	6,3
Région de Bruxelles	24356	17,5	5,9
Wien	47440	36,6	5,9
Lubliana	24129	68,4	5,5
Warsaw	119840	31,3	5
Southern and Eastern	65983	83	4,9
Lisboa	51202	65	4,5
Lazio	88552	15,8	4
Attiki	45709	69,8	3,3
Kontinentalna Hrvatska	31419	75,2	3,2
	1801431	28,3%	6,69%

	Απασχόληση		Δ απασχόλησης 2012-2008 (%)	Συντ.Συμμετοχής	
	2012	2008		LQ2012	LQ2008
Bratislava	22.380	16.071	39,26%	3,68	2,57
Berlin	95.563	77.376	23,50%	1,94	1,68
Bruxelles	24.359	21.075	15,58%	1,98	1,59
Île de France	383.150	348.051	10,08%	2,32	2,26
Wien	47.440	43.923	8,01%	1,88	1,77
Warsaw	119.840	112.750	6,29%	2,00	1,78
Stockholm	93.027	88.378	5,26%	1,77	1,87
Southern and Eastern	65.983	63.501	3,91%	1,50	1,43
Helsinki- Uusimaa	63.888	61.832	3,33%	1,67	1,65
Kontinentaln a Hrvatska	30.711	30.014	2,32%	1,11	1,16
Copenhagen	67.253	66.809	0,66%	1,76	1,77
Lubiana	24.129	24.037	0,38%	1,42	1,46
Amsterdam	88.703	91.292	-2,84%	1,70	1,43
Praha	53.205	55.114	-3,46%	2,60	2,89
Budapest	80.007	86.416	-7,42%	1,79	2,07
Lisboa	51.202	56.815	-9,88%	2,40	2,53
Madrid	161.045	178.851	-9,96%	2,27	2,56
Lazio	79.177	90741	-12,74%	1,43	1,67
Inner London	152.081	183.846	-17,28%	2,22	2,75
Attiki	45.709	64.068	-28,66%	1,86	2,72
total	1.748.852	1.760.960	-0,69%		

Απασχόληση και οικονομική κρίση

ΚΠΔ	2008			2010			2008-10	
	Υπόλοιπη Ελλάδα	Αθήνα	%	Υπόλοιπη Ελλάδα	Αθήνα	%	Δ υπόλοιπη Ελλάδα	Δ Αθήνα
Εκδόσεις-Εκτυπώσεις	12928	36928	74%	12118	29536	71%	-6%	-20%
Φίλμ-Βίντεο-Μουσική	2164	2296	51%	1565	3984	72%	-28%	74%
TV-ρ/φ	3527	8554	71%	4767	7619	62%	35%	-11%
Αρχιτεκτονική	16614	17681	52%	15894	13491	46%	-4%	-24%
Διαφήμιση	4544	10384	70%	4462	9471	68%	-2%	-9%
Τέχνες	4092	8107	66%	3547	4241	54%	-13%	-48%
Μουσεία-Βιβλιοθήκες	10664	3530	25%	7197	2953	29%	-33%	-16%
Σύνολα	54533	87480	62%	49550	71295	59%	-9%	-19%

?

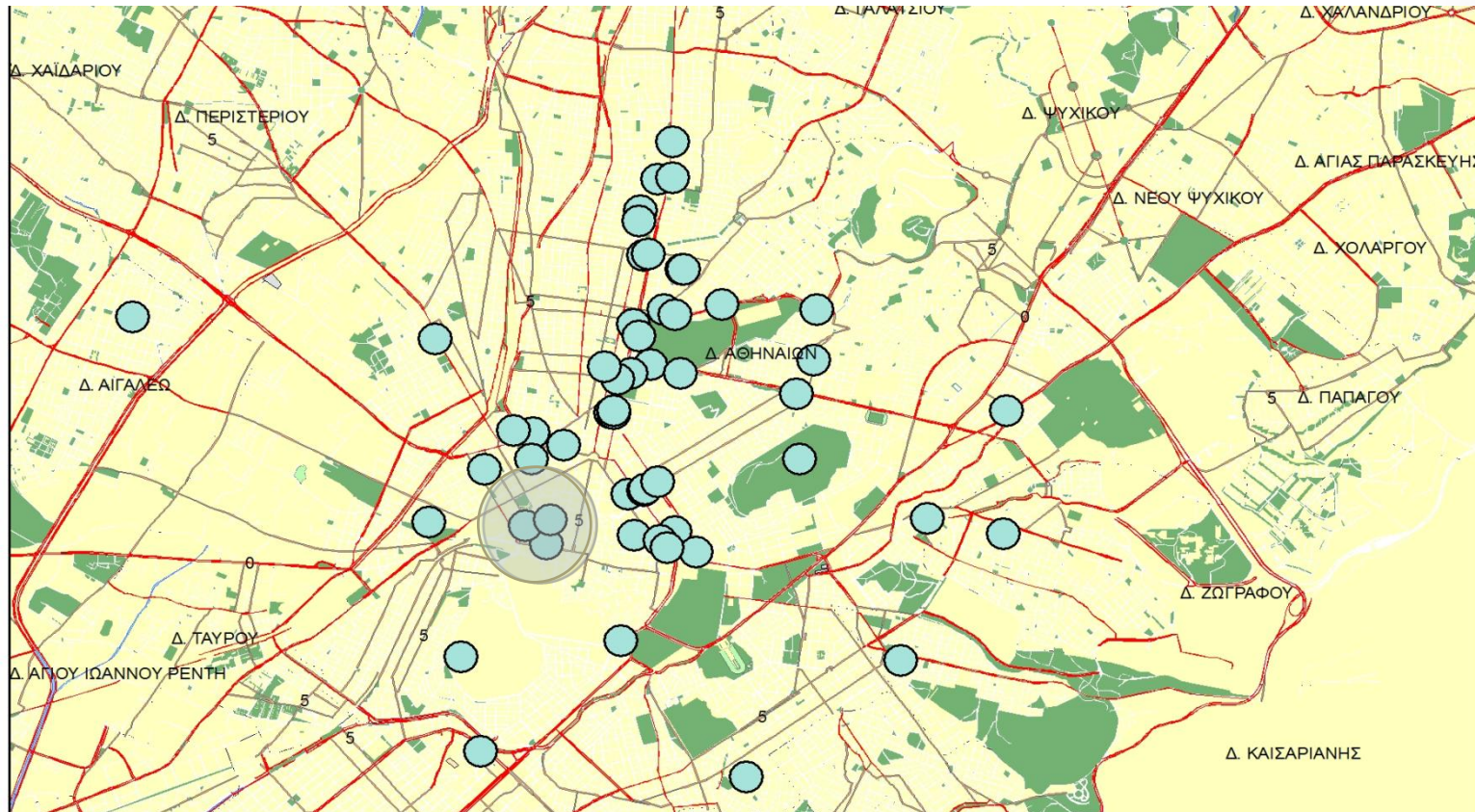
Λόγοι υπέρ-συγκέντρωσης στην Αθήνα

- α) μεγάλη τοπική ζήτηση
- β) εθνικά προϊόντα πχ. μια τηλεοπτική σειρά, μια εφημερίδα εθνικής εμβέλειας, κλπ
- γ) στην Αθήνα υπάρχει ένα ευρύ ποιοτικό φάσμα ενδιάμεσων αγαθών (πρώτες ύλες, μάρκετινγκ και υπηρεσίες σχεδίου κλπ), ενώ τα μεταφορικά κόστη των προμηθειών είναι ελάχιστα
- δ) μεγάλος αριθμός εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού, ενώ θετικά θα πρέπει να επιδρά και ο αριθμός φοιτητών που σπουδάζουν στα ΑΕΙ και ΤΕΙ της Αθήνας
- ε) οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες «κερδίζουν» από ένα περιβάλλον που διαχέει αδιάλειπτα νέες ροές πληροφοριών και ιδεών
- στ) ιστορικές συνθήκες

Δημιουργικές και πολιτιστικές συσπειρώσεις

- Τα Εξάρχεια του βιβλίου
- 95 εκδοτικοί οίκοι και βιβλιοπωλεία, 30 τυπογραφεία/γραφικές τέχνες, 15 βιβλιοδετεία και πλήθος freelancers διορθωτών, επιμελητών, γραφιστών κλπ
- Λόγοι: ιστορικοί
- Οφέλη από ενδοκλαδικές συνδέσεις
- Υπεργολαβίες σε εξειδικευμένα γραφεία/freelancers
- Μηδενικά κόστη μεταφορών μεταξύ τυπογραφείου και εκδοτικού οίκου
- Ελαχιστοποίηση του κόστους στοκ και εφοδιασμού των βιβλιοπωλείων

τα θέατρα ως εμπροσθοφυλακή του αστικού εξευγενισμού- 1990 (Ψυρρή-Θησείο)



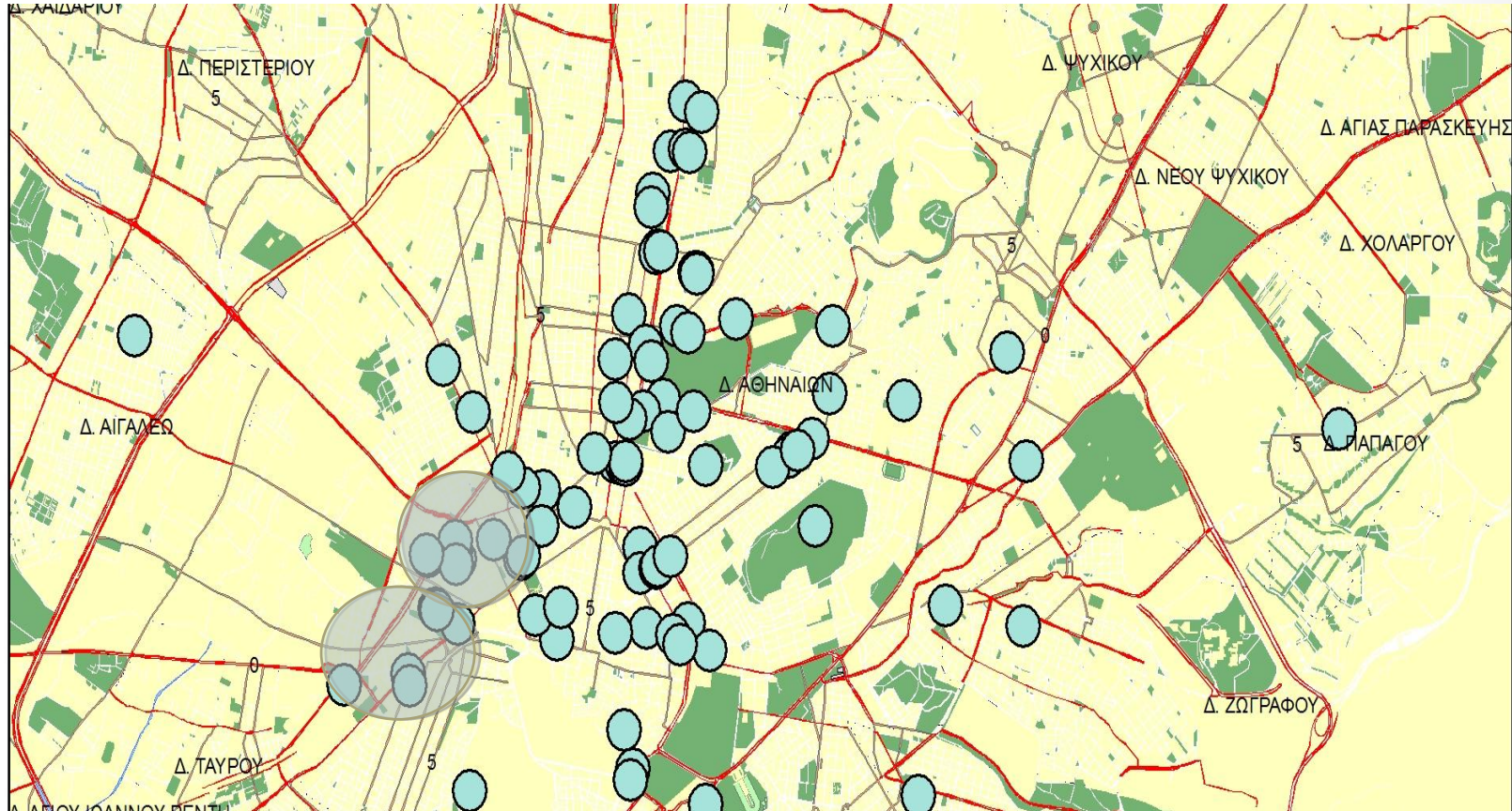
3 λόγοι που τα θέατρα εγκαταθίστανται σε υποβαθμισμένες περιοχές

α. Απόθεμα παλαιών βιομηχανικών (ενιαίων) χώρων

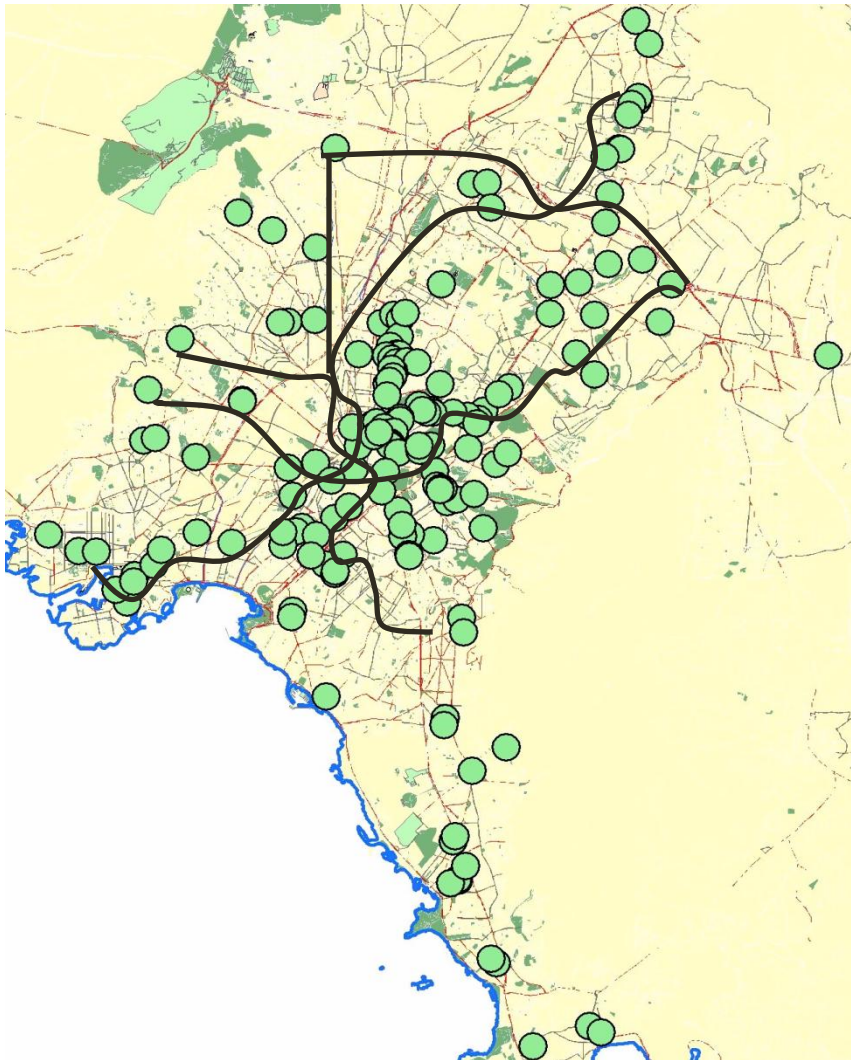
β. Φθινό ενοίκιο

γ. Εγγύτητα με το κέντρο

τα θέατρα ως εμπροσθοφυλακή του αστικού εξευγενισμού- 2000 (Γκάζι- Μεταξουργείο)



Η γεωγραφία των κινηματογράφων



Η Αθήνα διαθέτει 89 κιν/φους με 186 αίθουσες.

Μία συσπείρωση: κέντρο πόλης

Οι υπόλοιπες αίθουσες ακολουθούν τους κύριους οδικούς άξονες και το δίκτυο μετρό/ΗΣΑΠ/προαστιακού-εύκολη προσβασιμότητα και οφέλη από οικονομίες αστικοποίησης των προαστίων (1990-2000)

Multiplex: διαφοροποίηση του προϊόντος, περισσότερες αίθουσες-οικονομίες κλίμακος

Multiplex στα mall: διακλαδικά οφέλη από συσπείρωση επιχειρήσεων (εμπορικές, ψυχαγωγίας, εστίασης)

Δημιουργικές συσπειρώσεις στην Λεωφ. Κηφισσίας/Αττική οδό

- 210 διαφημιστικές εταιρίες παραγωγής
- 20 ρ/δ και TV
- 25 εκδόσεις εφημερίδων και περιοδικών
- Εύκολη και γρήγορη πρόσβαση
- Ενδοκλαδικές συνδέσεις