

ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕΣΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΔΙΠΛΩΜΑ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Ακαδημαϊκό έτος: 2010-2011

Τίτλος Εργασίας: Οι πόλεις ως διεθνή BRANDS: Η περίπτωση του Πειραιά»

Ονοματεπώνυμο: Χριστίνα Κυριακοπούλου

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: κα. Μπέττυ Τσακαρέστου



**ΜΕΤ
ΚΥΡ**



ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ..... | σ. 6 |
| ABSRACT..... | σ. 7 |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | σ. 8 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 | |
| 1.1.Η ρόλος των πόλεων στον 21^ο αιώνα..... | σ. 11 |
| 1.1.1. Εισαγωγή..... | σ. 11 |
| 1.1.2. Ορισμοί | σ. 11 |
| 1.1.3. Η εξέλιξη των πόλεων..... | σ.14 |
| 1.1.4. Τα βασικά χαρακτηριστικά της αστικής ανάπτυξης των πόλεων..... | σ. 19 |
| 1.1.5. Οι ανθρώπινοι, κοινωνικοί και οικονομικοί πόροι ως βασικοί παράγοντες για την εξέλιξη των πόλεων..... | σ. 22 |
| 1.2. Τα αναδυόμενα νέα αστικά τοπία- Μοντέλα αστικής ανάπτυξης | |
| 1.2.1.Νέες πόλεις, νέα αστική γεωγραφία..... | σ. 24 |
| 1.2.2. Αστική αλλαγή και νέες αναδυόμενες αστικές μορφές..... | σ. 32 |
| 1.2.3.Βιώσιμη αστική ανάπτυξη..... | σ. 37 |
| 1.2.3.1 Το πρόγραμμα URBACT..... | σ. 41 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 | |
| 2.1.Η στρατηγική ως παράγοντας επιτυχίας μιας πόλης..... | σ. 46 |
| 2.1.1. Εισαγωγή..... | σ. 46 |
| 2.2. Στρατηγική Σχεδίαση..... | σ. 46 |
| 2.2.1. Στρατηγική Ανάλυση-Αξιολόγηση δυνατοτήτων..... | σ. 47 |
| 2.2.2.Στρατηγική Εφαρμογή..... | σ. 49 |
| 2.2.2.1.Ανάπτυξη διεθνούς επικοινωνιακής στρατηγικής..... | σ. 48 |
| 2.2.2.2. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την είσοδο και προβολής σε ξένες..... | σ. 50 |
| 2.2.2.3.Ανάπτυξη δικτύων διανομής στο εξωτερικό..... | σ. 53 |
| 2.2.2.4.Πρακτικά εργαλεία και τεχνικές στο διεθνές Brand Management..... | σ. 54 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 | |
| 3.1.City Branding | σ. 58 |
| 3.1.1.Εισαγωγή..... | σ. 58 |
| 3.1.2.Ορισμοί..... | σ. 58 |
| 3.2. Θεωρητική αποσαφήνιση του τόπου branding / μάρκετινγκ..... | σ. 59 |
| 3.2.1.Τα βασικά χαρακτηριστικά του branding μιας πόλης..... | σ. 60 |
| 3.2.2.Εννοιολόγηση της ταυτότητας του τόπου..... | σ. 61 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 3.3. Κατευθύνσεις για citybranding | σ. 62 |
| 3.3.1. Πως σχεδιάζεται, οικοδομείται και προβάλλεται η ταυτότητα μιας πόλης | σ. 63 |
| 3.3.2. Η συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων και ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης στο branding / μάρκετινγκ μιας χώρας..... | σ. 67 |
| 3.3.3. Η χρήση του πολιτισμού στη θέση προώθησης του σήματος / Μάρκετινγκ..... | σ. 68 |
| 3.3.4. City branding και η διαχείριση των τουριστικών προορισμών..... | σ. 69 |
| 3.4. Μεταμορφώνοντας την εικόνα των πόλεων | σ. 69 |
| 3.5. Citybrand, Διεθνείς τάσεις και δίκτυα | σ. 72 |
| 3.5.1.Εισαγωγή..... | σ. 72 |
| 3.5.2. Οι διεθνείς τάσεις..... | σ. 73 |
| 3.5.3. Δίκτυα ανοιχτών, δημιουργικών και βιώσιμων πόλεων | σ. 74 |
| 3.5.3.1.Open city..... | σ. 74 |
| 3.5.3.2.. Creative cities..... | σ. 79 |
| 3.5.3.3. Livable cities..... | σ. 86 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 | |
| 4.1. Πόλεις Λιμάνια - εφαρμογή του city brand | σ. 89 |
| 4.1.2 Εισαγωγή..... | σ. 89 |
| 4.2. Η συμβολή των λιμένων στην εθνική, περιφερειακή και τοπική προβολή | σ.90 |
| 4.3.Οι λιμένες σε ένα συνεχές καθεστώς βελτίωσης και ανάπτυξης των υπηρεσιών..... | σ. 102 |
| 4.4. Πόλεις που διαθέτουν λιμάνια / Τα μεγάλα λιμάνια ανά τον κόσμο..... | σ. 104 |
| 4.5. Η Ελληνική Εμπορική Ναυτιλία..... | σ. 115 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 | |
| 5.1. Η περίπτωση του Πειραιά | σ. 122 |
| 5.1.2. Εισαγωγή..... | σ. 122 |
| 5.1.3. Ιστορία..... | σ. 123 |
| 5.1.3.1.Η γεωγραφική Θέση..... | σ. 123 |
| 5.1.3.2.Χρονολόγιο – Ιστορική Αναδρομή πόλεως και λιμένος του Πειραιά..... | σ. 124 |
| 5.1.4.Η Πόλη του Πειραιά..... | σ. 127 |
| 5.1.5. Το λιμάνι του Πειραιά..... | σ. 132 |
| 5.2. Η Πειραιϊκή Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση | σ. 146 |
| 5.2.1. Οι συνοικίες του Πειραιά..... | σ. 146 |

| | |
|----------------------------------------------------------|---------------|
| 5.2.2. Τοποθεσίες και μέρη..... | σ. 147 |
| 5.2.3. Παραλιμένες ακτές..... | σ. 148 |
| 5.3. Η εξέλιξη της Πειραιϊκής οικονομίας..... | σ. 154 |
| 5.3.1. Ιστορία..... | σ. 154 |
| 5.3.2. Το Πειραιϊκό εμπόριο..... | σ. 156 |
| 5.3.3. Η Πειραιϊκή Βιομηχανία | σ. 157 |
| 5.3.4. Ο Πειραιάς και η Ελληνική Εμπορική Ναυτιλία | σ. 160 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

| | |
|------------------------------------------------------------------|---------------|
| 6.1.Ο Πειραιάς σήμερα..... | σ. 167 |
| 6.1.1. Εισαγωγή..... | σ. 167 |
| 6.1.2. Η παράκτια περιοχή του Πειραιά..... | σ. 168 |
| 6.2. Η ευρύτερη περιοχή του Πειραιά | σ. 168 |
| 6.3. Αξίες και πλεονεκτήματα για την σύγχρονη πόλη..... | σ. 182 |
| 6.3.1. Πρωτεύον εθνικός πόλος..... | σ. 182 |
| 6.2.2. Στρατηγική γεωγραφική θέση..... | σ. 182 |
| 6.3.2. Διοικητικό κέντρο..... | σ. 183 |
| 6.3.3. Συγκοινωνιακός κόμβος..... | σ. 183 |
| 6.4. Αξίες και πλεονεκτήματα για τον σύγχρονο πολίτη..... | σ. 184 |
| 6.4.1. Τουριστική Προβολή..... | σ. 184 |
| 6.4.2. Προϊόντα..... | σ. 184 |
| 6.4.3. Πολιτική..... | σ. 185 |
| 6.4.4. Επενδύσεις..... | σ. 185 |
| 6.4.5. Πολιτισμός..... | σ. 185 |
| 6.4.6. Άνθρωποι..... | σ. 185 |
| 6.4.7. Αθλητισμός..... | σ. 186 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 7.1. Ο Πειραιάς ως εικόνα του προορισμού..... | σ. 187 |
| 7.1.1. . Εισαγωγή..... | σ. 187 |
| 7.2. Ο Πειραιάς στο πλαίσιο μιας στρατηγικής του Nation Branding..... | σ. 187 |
| 7.2.1. SWOT ανάλυση: Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα για το brand στην πόλη του Πειραιά | σ. 187 |
| 7.3. Στρατηγική Σχεδίαση..... | σ. 195 |
| 7.3.1. Ταυτότητα και μάρκετινγκ..... | σ. 196 |
| 7.4. Στρατηγική Ανάλυση-Αξιολόγηση δυνατοτήτων..... | σ. 197 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------|--------|
| 7.4.1. Αυθεντικότητα και καινοτομία | σ. 197 |
| 7.4.2. Βιωσιμότητα και ποιότητα..... | σ. 198 |
| 7.5. Στρατηγική εφαρμογή-φορέας υλοποίησης..... | σ. 198 |
| 7.6. Κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας και το μέλλον του Πειραιά..... | σ. 198 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 | |
| 8.1. Αναλυτική παρουσίαση της πρότασης..... | σ. 200 |
| 8.1.1. Εισαγωγή..... | σ. 200 |
| 8.2. Η υφιστάμενη οικονομική κατάσταση..... | σ. 203 |
| 8.3. Το στρατηγικό όραμα του Πειραιά | σ. 204 |
| 8.3.1. Οικονομία..... | σ. 205 |
| 8.3.2. Κοινωνία..... | σ. 208 |
| 8.3.3. Περιβάλλον | σ. 208 |
| 8.4. Πρόταση ανάπλασης του Πειραιά | σ. 209 |
| 8.4.1. Οι επιμέρους προτάσεις για την ανάπλαση | σ. 209 |
| 9. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ..... | σ. 227 |
| 10. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... | σ. 232 |
| 11. ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ-ΠΙΝΑΚΩΝ-ΣΧΗΜΑΤΩΝ-ΧΑΡΤΩΝ.... | σ. 239 |
| 12. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ..... | σ. 245 |

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Πολιτιστική Διαχείριση του Παντείου Πανεπιστημίου. Σκοπός της είναι να διερευνηθεί ο ρόλος των πόλεων τον 21^ο αιώνα επηρεασμένες από τις δυνάμεις της οικονομικής και πολιτιστικής παγκοσμιοποίησης καθώς επίσης και από τις πιέσεις για περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική βιωσιμότητα.

Είναι γεγονός ότι οι πόλεις σήμερα αντιμετωπίζουν τεράστιες προκλήσεις. Πάνω από το μισό του πληθυσμού του πλανήτη ήδη ζει σε πόλεις και το ποσοστό αναμένεται να αυξηθεί γρήγορα.

Για να υπάρξει διαφάνεια, ανάπτυξη και βιωσιμότητα στις πόλεις απαιτείται μια παραδειγματική στροφή στον τρόπο διαχείρισης και αξιοποίησης του ταλέντου και της δημιουργίας των κατοίκων, των επιχειρήσεων και των δημοτικών αρχών.

Επίσης για την επινοητική δράση και ανάπτυξη στη λειτουργία της αστικής ζωής είναι απαραίτητη μια σαφής και λεπτομερής εργαλειοθήκη μεθόδων με τις οποίες οι πόλεις μας θα μπορούν να αναβιώσουν και να αναζωογονηθούν.

Η εργασία εξετάζει επίσης τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των πόλεων- λιμανιών για την εφαρμογή του city branding και πως συμβάλουν στη τοπική, περιφερειακή και εθνική ανάπτυξη μιας χώρας.

Με την πόλη μελέτη (case study) του Πειραιά θα γίνει προσπάθεια να διερευνηθεί κατά πόσο το μεγαλύτερο λιμάνι της χώρας μπορεί να συμβάλλει στη διεθνή εικόνα της χώρας και μάλιστα εν μέσω οικονομικής κρίσης.

Τέλος η εργασία κλείνει με την σημασία εφαρμογής μιας στρατηγικής nation branding για την πόλη του Πειραιά με παράλληλη πρόταση ανάπλασης του Πειραιά του πλαίσιο της αναδιατύπωσης της ταυτότητας του ως ένα διεθνές ναυτιλιακό και επιχειρηματικό κέντρο.

ABSTRACT

This thesis held in the Postgraduate Program in Cultural Management Panteion University. Its purpose is to investigate the role of cities in the 21st century influenced by the forces of economic and cultural globalization as well as the pressures on environmental, economic and social sustainability.

The fact is that cities today face enormous challenges. Over half the world's population already lives in cities and the proportion is expected to grow rapidly.

To create transparency, development and sustainability in cities requires a paradigm shift in management and development of talent and creative residents, businesses and municipalities.

Also for the imaginative engagement and development in the functioning of urban life needs a clear and detailed toolkit of methods by which our cities can revive and rejuvenate.

The work also examines the characteristics of the port-cities for the implementation of city branding and how to help local, regional and national development in a country.

With the city design (case study) of Piraeus will try to investigate whether the largest port in the country can contribute to the country's international image and even in the midst of economic crisis.

Finally the work ends with the importance of implementing a strategic nation branding for the city of Piraeus, while proposed redevelopment of Piraeus to the reformulation of identity as an international shipping and business center.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο κόσμος σήμερα είναι μια αγορά ταχείας εξέλιξης που σημαίνει ότι κάθε χώρα, κάθε πόλη και κάθε περιφέρεια πρέπει να ανταγωνιστεί με κάθε άλλη για το μερίδιό της στους καταναλωτές, στους τουρίστες, στους επενδυτές, στους φοιτητές, στους επιχειρηματίες, στις διεθνείς αθλητικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις. Η ταυτότητα ως ενεργή συνιστώσα, προσδιορίζει τα στοιχεία της «εικόνας», τις αξίες και τις εμπειρίες που θα έχει ο επισκέπτης της πόλης.

Οι αστικές περιοχές αποτελούν σημεία συσσώρευσης ποικίλων δραστηριοτήτων και αναγκών για μετακινήσεις. Ο σχεδιασμός που στοχεύει στην αρμονική συνύπαρξη όλων των δικτύων και των μέσων μεταφοράς σε μια αστική περιοχή αποτελεί προϋπόθεση για την προώθηση βιώσιμων αστικών αλλαγών. Η Ευρωπαϊκή Ένωση προωθεί παρεμβάσεις αστικής ανάπτυξης στο πλαίσιο μιας πολιτικής συνοχής και της πολιτικής περιβάλλοντος με στόχο οι πόλεις να γίνουν βιώσιμες.

Το Branding είναι το λογικό επόμενο βήμα μετά τη δημιουργία της ταυτότητας, εστιάζει και προσθέτει αξία αναδεικνύοντας τα σημεία υπεροχής που δίνουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην πόλη απέναντι σε άλλες πόλεις.

Στη χώρα μας υπό συνθήκες κρίσης, πολιτικής και οικονομικής, με συνέπειες στον κοινωνικό ιστό της πόλης είναι επιτακτική και η αναγκαιότητα προσαρμογής στη νέα πραγματικότητα. Οι πόλεις μέσα από καινοτόμα μοντέλα συμμετοχικής διακυβέρνησης και δημοκρατίας αλλά κυρίως μέσα από την υιοθέτηση συλλογικής νοοτροπίας, οφείλουν να αδράξουν της ευκαιρίας και να αποκτήσουν εκείνη τη σύγχρονη και δημιουργική τοπική φυσιογνωμία και συνείδηση. Πόλεις με ταυτότητα, σχέδιο και προσανατολισμό. Η κατάκτηση και η εδραίωση αυτής της τοπικής φυσιογνωμίας μπορεί να διαμορφώσει και τις προϋποθέσεις ενεργητικής στήριξης ενός σχεδίου δημιουργικής αναμόρφωσης του τοπικού γίνεσθαι που θα μετασηματίσει και θα μεταμορφώσει το παρόν με το βλέμμα στο μέλλον. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση έχει πρωταγωνιστικό ρόλο για τη χάραξη μιας τοπικής αναπτυξιακής, πολιτιστικής πολιτικής την οποία θα πρέπει να την υπηρετεί με συνέπεια λόγων και έργων.

Πολιτισμός-Αθλητισμός-Τουρισμός, είναι τα τρία μεγάλα κομμάτια στο πάζλ του αναπτυξιακού προσανατολισμού των πόλεων. Μπορούν να συνδυαστούν αρμονικά με το φυσικό περιβάλλον και να αποτελέσουν τα ισχυρά θεμέλια που θα θέσουν μια ολόκληρη περιοχή σε τροχιά ανάπτυξης προς το συμφέρον των πολιτών.

Μεθοδολογία: Για την επίτευξη του σκοπού της εργασίας μελετούνται μέσα από μια βιβλιογραφική προσέγγιση τα αναδυόμενα νέα αστικά τοπία ως μοντέλα αστικής ανάπτυξης, παρουσιάζεται η διεθνής πρακτική και η ευρωπαϊκή πραγματικότητα από το Μάρκετινγκ του Τόπου (πόλης). Οι νέες τάσεις και πρακτικές παρουσιάζονται επίσης με τα δίκτυα Open city, Creative City και Livable City. Ο Πειραιάς το σημαντικότερο λιμάνι στη χώρας μας αλλά και σ' ολόκληρο τον κόσμο αποτελεί την πόλη μελέτη (case study) ως μια πρώην βιομηχανική πόλη αλλά ως τόπος κατοικίας στην ευρύτερη περιοχή του πάνω από 541.000 ανθρώπων. Η προσέγγιση των ερευνητικών ερωτημάτων γίνεται με τη μέθοδο του SWOT ως εργαλείου ανάλυσης. Για τις ανάγκες της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν βιβλιογραφικές και ηλεκτρονικές πηγές πληροφοριών, επανειλημμένες επισκέψεις στην ευρύτερη περιοχή, συζητήσεις με επαγγελματίες και με απλούς πολίτες που ζουν και δραστηριοποιούνται στην πόλη του Πειραιά.

Διάρθρωση της εργασίας: Η εργασία χωρίζεται σε δυο μέρη. Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει τα κεφάλαια 1, 2 και 3 τα οποία αναφέρονται στην αναπτυξιακή διάσταση των πόλεων στον 21ο αιώνα και στα νέα αστικά τοπία. Το δεύτερο μέρος περιλαμβάνει τα κεφάλαια 4, 5, 6, 7, 8 και περιγράφεται η πόλη μελέτη (case study) στο πλαίσιο μιας στρατηγικής Nation Brand, τα μειονεκτήματα για την πόλη μελέτης. SWOT ανάλυση. Στρατηγική σχεδίαση και εφαρμογή με την Πρόταση για την ανάπλαση της ευρύτερης περιοχής. Πιο συγκεκριμένα:

Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύονται τα βασικά χαρακτηριστικά μιας πόλης, η εξέλιξη των πόλεων καθώς και οι ανθρώπινοι, κοινωνικοί και οικονομικοί παράγοντες για την εξέλιξη. Τα αναδυόμενα νέα αστικά τοπία, οι νέες αστικές μορφές καθώς και η βιώσιμη αστική ανάπτυξη.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη σημασία, την αξία καθώς και στα οφέλη από μια στρατηγική σχεδίαση με ταυτόχρονη ανάλυση, αξιολόγηση και εφαρμογή των δυνατοτήτων στο χωρικό σχεδιασμό.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται αποσαφήνιση της έννοιας place branding/ marketing καθώς και η συμβολή των τοπικών κοινοτήτων στο branding /marketing μιας χώρας. Παραβάλλονται τρόποι για το πως σχεδιάζεται και πως οικοδομείται η ταυτότητα μιας πόλης. Γίνεται αναφορά στις ευρύτερες συνεργασίες και δίκτυα (Open city, Creative city, Livable city) των πόλεων και στη χρήση τους για την προβολή των τουριστικών προορισμών.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις πόλεις/λιμάνια καθώς και στην εφαρμογή του city branding ως case study από τα μεγαλύτερα λιμάνια στον κόσμο. Η συμβολή των λιμένων στην εθνική, περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη μιας χώρας. Η Ελληνική Εμπορική Ναυτιλία και η σημασία της στην ανάδειξη του Πειραιά και στη συμβολή της στην ελληνική οικονομία.

Στο πέμπτο κεφάλαιο περιγράφεται η πόλη μελέτη (case study) στο πλαίσιο μιας στρατηγικής City Branding με αναφορά την ιστορική εξέλιξη της Πειραιϊκής Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης και της οικονομίας του Πειραιά.

Στο έκτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στον Πειραιά σήμερα, στις αξίες και τα πλεονεκτήματα για την σύγχρονη πόλη και το σύγχρονο πολίτη.

Στο έβδομο κεφάλαιο εξετάζεται ο Πειραιάς στο πλαίσιο εφαρμογής και σχεδίασης μιας στρατηγικής nation branding καθώς και οι κρίσιμοι παράγοντες για το μέλλον. SWOT ανάλυση.

Στο όγδοο κεφάλαιο γίνεται συνοπτική παρουσίαση της πρότασης με βάση τους τρεις άξονες δράσεις οικονομία- κοινωνία – περιβάλλον για την αναπτυξιακή προοπτική του Πειραιά.

Παράρτημα I: Το Πλαίσιο για Livable Πόλεις όπως προσδιορίζεται από το Κέντρο Philips για την Υγεία και Ευεξία με τη Συμβουλευτική Ομάδα Πολεοδομίας (UPAT) για την πόλη και την περιφερειακή ανάπτυξη σε μια παγκοσμιοποιημένη κοινωνία (ISOCARP).

Παράρτημα II: Το Ευρωπαϊκό Βαρόμετρο Ανταγωνιστικών Ταυτοτήτων των Πόλεων. Jeremy Hildreth, υπεύθυνος του τμήματος ανταγωνιστικών ταυτοτήτων τόπων, της εταιρείας συμβούλων Saffron

Παράρτημα III: Οργανισμός Λιμένος Πειραιώς: Πολιτιστική Ακτή Πειραιά- Έκθεση συνοδευούσα την Πρόταση Γενικής Διάταξης Master Plan (Δεκέμβριος 2010).

ΠΡΩΤΟ ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 Ο ρόλος των πόλεων στον 21^ο αιώνα

1.1.1. Εισαγωγή

1.1.2. Ορισμοί

Οι πόλεις αλλάζουν συνεχώς. Η αλλαγή αυτή γίνεται ραγδαία καθώς πραγματοποιείται σε ένα νέο περιβάλλον παγκοσμιοποιημένο όσον αφορά την οικονομία, τις νέες τεχνολογίες αλλά και τις σύγχρονες περιβαλλοντικές και κοινωνικές αλλαγές. Αποτέλεσμα αυτών των παραγόντων είναι να μεταβάλλονται οι οικονομίες των πόλεων, τα τοπία, η αρχιτεκτονική, και η κοινωνική γεωγραφία. Οπότε βλέπουμε τα τοπία των συμπαγών και πυκνοδομημένων κέντρων των μεταβιομηχανικών πόλεων να συνδυάζονται πλέον με τα νέα τοπία διάσπαρτης οικιστικής ανάπτυξης και διάχυτης αστικότητας στον περιαστικό χώρο με τη δημιουργία πολύκεντρων εμπορίου, θεματικών και επιχειρηματικών πάρκων περιφερειακά στην πόλη, δημιουργώντας πλέον ένα τοπίο εξωαστικών νέων κεντρικότητων. Παράλληλα η δημιουργία στον περιαστικό χώρο των μικρών συγκροτημάτων κατοικιών γεννούν ένα νέο τοπίο επωαστικών δομημένων επεισοδίων.¹

Η πόλη από τη αρχή της ύπαρξής της ως οικιστικό σύνολο συγκεντρώνει το μη αγροτικό πληθυσμό των κατοίκων με βάση την καταγωγή τους. Είναι συνήθως διοικητικό κέντρο μιας ευρύτερης περιοχής και βρίσκεται σε επίκαιρη γεωγραφική θέση², εξελίσσεται βαθμιαία σε πολιτιστική εστία, συγκοινωνιακό κόμβο, οικονομικό κέντρο, κοιτίδα πνευματικών ρευμάτων, τόπο καλλιτεχνικής δημιουργίας αλλά και πολιτικών διεργασιών που εκπορεύονται οι δυνάμεις που διαμορφώνουν το ιστορικό γίνεσθαι. Βασικό κριτήριο για τη μόνιμη εγκατάσταση των ανθρώπων σε μια περιοχή για τη δημιουργία οικισμού είναι τα ιδιαίτερα γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά.³

¹ Hall, Tim (2005). Αστική Γεωγραφία. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική

² Εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος Λαρούς Μπριτάνικα.(1996), τ. 50, σελ. 65.

³ Σημείωση: Σε όλη την ιστορία της Ευρώπης - στην αρχαία Ελλάδα, στην αρχαία Ρώμη, και κατά το Μεσαίωνα - σε μια πόλη εκπροσωπούνται τόσο η πολιτική οντότητα, όπως και η συλλογή από τα κτίρια. Και αυτή η συλλογή των κτιρίων συνήθως

Ο οικισμός (settlement), ως χώρος σύμφωνα με την αρχαιολογία αποτελεί συγκεκριμένη μονάδα και προσδιορίζεται πολιτιστικά στα πλαίσια μιας ιστορικής περιόδου και σύμφωνα με την πολεοδομία υπερβαίνει μορφολογικά τη μονάδα και αρχίζει από δυο κατοικίες.⁴ Η δημιουργία του προέκυψε εξαιτίας οικονομικών, πνευματικών, ψυχοσωματικών και θρησκευτικών αναγκών των ανθρώπων, ενώ η χωροθέτησή του βασίστηκε σε κλιματολογικά, περιβαλλοντικά, φυσικά και γεωγραφικά χαρακτηριστικά. Σήμερα στη διαμόρφωση των οικισμών επιδρούν οικονομικοί, αναπτυξιακοί, κοινωνικοί και πολιτισμικοί παράγοντες. Σταδιακά αρκετοί οικισμοί εξελίχθηκαν σε πόλεις, δηλαδή σε κέντρα υπηρεσιών, θρησκευτικής λατρείας, οχύρωσης, εκπαίδευσης, δικαιοσύνης, εμπορίου, από τα οποία πολλά χαρακτηρίζονται για την υψηλή ποιότητά τους.⁵

Οι πολλές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι πόλεις αφορούν κατά κύριο λόγο την οικονομία, το κλίμα, τους πόρους, τις υποδομές και τις δημογραφικές αλλαγές. Ο προβληματισμός για τις πόλεις είναι αν ως κέντρα καινοτομίας, μπορούν να παράγουν τις λύσεις που χρειάζονται για την αντιμετώπισή τους. Με τη νέα πραγματικότητα σημασία έχει το πώς η αρχιτεκτονική κληρονομιά και ο καινοτόμος σχεδιασμός του χώρου θα μετατραπούν σε ανταγωνιστικούς παράγοντες του σύγχρονου αστικού τοπίου όσον αφορά την τουριστική οικονομική ανάπτυξη και την δημιουργία της ταυτότητας ενός τόπου.

περιβάλλονταν από οχυρωματικά τείχη. Δεδομένου ότι η πόλη μεγάλωσε, τα τείχη επεκτάθηκαν. Στη σύγχρονη εποχή, η σημασία των τοίχων της πόλης, ως μέρος του αμυντικού συστήματος μειώθηκε και τα περισσότερα από αυτά κατεδαφίστηκαν. Τα όρια της πόλης, ως πολιτική οντότητα και το όριο του οικισμού δεν είναι πλέον συνδεδεμένες και η θέση αυτών των ορίων δεν είναι πλέον έκδηλη στο έδαφος. Σήμερα, μια πόλη που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ένα αστικό ή και ως διακανονιστικό σύνολο με τη νομική ή και τη διοικητική οντότητα. Ο Αστικός Έλεγχος χρησιμοποιεί αυτή την ιδέα και ορίζει τον πυρήνα της πόλης από πολιτικά σύνορα. Αυτό συνεπάγεται ότι τα δεδομένα έχουν άμεση σχέση με τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής.

⁴ Λαγόπουλος, Α (2004). Η Ιστορία της Ελληνικής Πόλης», Αθήνα: Αρχαιολογία & Τέχνες

⁵Αραβαντινός, Α (1997), Πολεοδομικός Σχεδιασμός. Για μια βιώσιμη ανάπτυξη του αστικού χώρου. Αθήνα: Εκδόσεις Συμμετρία

Παράλληλα Οι διοικήσεις των πόλεων θα πρέπει να απαντήσουν σε καίριας σημασίας θέματα όπως για παράδειγμα: α) πώς μπορεί να εφαρμοστούν καινοτόμες αστικές πολιτικές; β) πώς οι εθνικές πολιτικές της κυβέρνησης - στην οικονομία, την ενέργεια, τις μεταφορές και τη μετανάστευση μπορούν να ευθυγραμμιστούν με τις ανάγκες των πόλεων γ) ποια θέματα μπορούν να αντιμετωπιστούν καλύτερα σε επίπεδο πόλης; δ) ποιες φορολογικές και οικονομικές εξουσίες θα πρέπει να έχουν οι πόλεις;



Εικόνα 1: «Ανώνυμοι οικισμοί (1)»(Rapoport, 1976)

Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης και του ανταγωνισμού των πόλεων ο καινοτόμος σχεδιασμός του χώρου «χρησιμοποιείται» συνειδητά ως μέσον οικονομικής ανάπτυξης των πόλεων μέσα στο νέο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Οι σύγχρονες μεταβιομηχανικές Ευρωπαϊκές πόλεις προσπαθούν να ανταποκριθούν στις προκλήσεις των νέων οικονομικών και πολιτισμικών συνθηκών της παγκοσμιοποίησης, και στις απαιτήσεις της μεταμοντέρνας κοινωνίας. Οι χρήσεις γης είναι ο βασικός παράγοντας για τα μοντέλα αστικής ανάπτυξης, τα οποία έχουν σκοπό να κατανοήσουν πως οι γεωγραφικοί, οικονομικοί, δημογραφικοί και άλλοι παράγοντες των αστικών συστημάτων αλληλεπιδρούν, με απώτερο στόχο την αστική ανάπτυξη.

Με την αύξηση του πληθυσμού σε μια περιοχή ή χώρα διακρίνονται διάφορα είδη πόλεων, όπως η Αμερικανική, η Ευρωπαϊκή όσο και της Ασίας.⁶ Η μετατόπιση του

⁶ Σύμφωνα με τις προβλέψεις του ΟΗΕ, ως το 2050 σχεδόν το 70% του παγκόσμιου πληθυσμού θα ζει σε πόλεις, από το 50% περίπου που είναι σήμερα. Το ποσοστό για την Ευρώπη είναι ακόμη υψηλότερο: περίπου το 83% του πληθυσμού, ήτοι 557.000.000, αναμ'ενεται να ζουν σε πόλεις ως το 2050 (United Nations (2008), «World urbanisation prospects. The 2007 revision population database», Department of Economic and Social Affairs. New York, 2008. Διαθέσιμο στο: <http://esa.un.org/unup>

πληθυσμού θα επηρεάσει τις νέες προκλήσεις για τις αρχές της πόλης: στον τρόπο παροχής στον αστικό πληθυσμό με επαρκείς ποσότητες νερού, ενέργειας. Θα επηρεάσει τις μεταφορές, τη διαχείριση των αποβλήτων, τις υπηρεσίες και τη διαχείριση των υποδομών με βιώσιμο τρόπο.

Σε μία πορεία δεκαεπτά χρόνων η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης αλλά και η αναγκαιότητα λήψης συγκεκριμένων αποφάσεων και υλοποίησης σχετικών πολιτικών, δράσεων και μέτρων, η Ευρωπαϊκή Ένωση παίζει ένα πολύ σημαντικό και πρωτοποριακό ρόλο ενσωματώνοντας τις βασικές αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης σε όλα τα κείμενα. Παράλληλα, ο στόχος της βιωσιμότητας αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο της Ευρωπαϊκής στρατηγικής για τον 21 ο αιώνα.

1.1.3. Η εξέλιξη των πόλεων

Για την εξέλιξη των πόλεων συνέβαλλε καθοριστικά η Βιομηχανική Επανάσταση που απαίτησε την εντατική χρήση ορυκτών καυσίμων και προκάλεσε βαθύτατες αλλαγές στο βίωτο του ανθρώπινου είδους.⁷ Από τη γεωργική επανάσταση της Νεολιθικής Περιόδου, που σήμανε το τέλος του νομαδισμού και άνοιξε το δρόμο για τις συγκεντρώσεις πληθυσμών σε έναν τόπο έως τον 19ο αιώνα, το ποσοστό του αστικού πληθυσμού θα παραμείνει χαμηλό. Η Ευρώπη γνώρισε «αστική άνθηση» κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, με τη δημιουργία ενός δικτύου εμπορικών πόλεων και πόλεων-κρατών όπου ο πληθυσμός τους ξεπερνούσε τις 20.000 κατοίκους. Παρ' όλα αυτά, δεν άλλαξε σημαντικά η οικολογική ισορροπία ανάμεσα στην πόλη και στην ύπαιθρο ούτε και προέκυψε επανάσταση στις κοινωνικές σχέσεις.⁸

⁷ Golub S., Philippe. Από την πόλη κράτος στην παγκόσμια πόλη. Διαθέσιμο στο: http://www.citybranding.gr/2011/04/blog-post_25.html

⁸ Το 1780, σε ολόκληρο τον κόσμο υπήρχαν λιγότερες από εκατό πόλεις των οποίων ο πληθυσμός ξεπερνούσε τις 100.000. Από τη Βιομηχανική Επανάσταση και μετά, εμφανίζεται «μια νέα συμβιωτική σχέση ανάμεσα στην αστικοποίηση και στην εκβιομηχάνιση» (Soja W.Edward (2000). Ο αστικός πληθυσμός της Αγγλίας από σχεδόν 20% το 1750 (ποσοστό ήδη υψηλό για την εποχή εκείνη), φτάνει στο 80% έναν αιώνα αργότερα. Με εξαίρεση την Ιαπωνία, μεταξύ 1800 και 1914 δεκαπλασιάζεται κατά μέσο όρο ο αστικός πληθυσμός των υπόλοιπων περιοχών του κόσμου που φτάνει τα 212 εκατομμύρια. Το 1848, ο Καρλ Μαρξ περιέγραφε αυτήν την πρώτη παγκοσμιοποίηση.(Κάρολος Μαρξ και Φρίντριχ Εγκελς) , όμως, η βίαιη ένταξή τους

Η Βιομηχανική Επανάσταση, η οποία συνοδεύτηκε από την εδαφική επέκταση των δυτικών χωρών, δημιούργησε έναν νέο διεθνή καταμερισμό της εργασίας, στον οποίο το εμπόριο, που διεξαγόταν σε μακρινές αποστάσεις, διαδραμάτιζε έναν ολοένα σημαντικότερο ρόλο.

Οι πόλεις σ' αυτό το διαρκώς εξελισσόμενο περιβάλλον παρουσιάζουν επίσης σταδιακή ή και αποσπασματική αλλαγή μέσω διαδικασιών μεγέθυνσης, προσθήκης ή κατεδάφισης σε ορισμένες περιόδους. Ο ρυθμός της αστικής αλλαγής λόγω του ότι προέρχεται από διαφορετικές κάθε φορά διαδικασίες αστικοποίησης επιταχύνει ή και αναπτύσσει τις διαφοροποιημένες αυτές αστικές μορφές. Με την εντατικοποίηση του φαινομένου της αστικοποίησης και εξαιτίας και της κινητικότητας του εργατικού δυναμικού στις πλέον αναπτυγμένες χώρες της Δύσης, η επιστημονική προσέγγιση της ιστορίας των πόλεων υιοθετείται από το σύνολο σχεδόν των αντίστοιχων επιστημόνων της Ευρωπαϊκής ηπείρου^{9, 10}.

Σε σχέση με τη διάρθρωση των χρήσεων γης και των αστικών τοπίων¹¹ η πόλη χαρακτηρίζεται ως: α) Προ-Μοντέρνα Πόλη, 19ος αιώνας και αρχές του 20ου αιώνα με μίξη χρήσεων γης και ιεραρχημένη μονο-πυρηνική δομή και τοπίο β) Μοντέρνα πόλη δεκαετίες '50, '60, '70 με διαχωρισμό χρήσεων (zoning) και μη ιεραρχημένη πολυκεντρική δομή (τοπικά κέντρα) και ομοιογενές τοπίο γ) Μετα-Μοντέρνα πόλη από το '80 με επιστροφή στη μίξη των χρήσεων γης από το '90. Επιλεκτικές χωρικές

στην παγκόσμια αγορά εξάρθρωσε τις παραδοσιακές σχέσεις ανάμεσα στην πόλη και την ύπαιθρο. Στην Κίνα, στην Ινδία και αλλού οι περιορισμοί που συνεπάγονταν τα εμπορικά σύμφωνα είχαν ως αποτέλεσμα την υποχώρηση των πρωτοβιομηχανικών δραστηριοτήτων. Για παράδειγμα, στην Ινδία, η οποία πριν από το 1750 ήταν ο μεγαλύτερος παραγωγός υφαντουργικών προϊόντων παγκοσμίως, παρατηρήθηκε εντονότατη αποβιομηχάνιση.

⁹ Η επιστήμη της ιστοριογραφίας για τις πόλεις (Αστική Ιστορία ή Ιστορία των Πόλεων) έχει τις ρίζες της στις ΗΠΑ και στην Αγγλία. Οι ιστορικοί αυτών των χωρών μελετούν την εξέλιξη των πόλεων από την εποχή του μεσοπολέμου, βασιζόμενοι σε πληροφορίες ιστοριοδιφών, δικηγόρων, ιατρών, κληρικών, δημοσιογράφων κ.ά.

¹⁰ Σαπουνάκη – Δρακάκη, Λυδία (2004). Ευρωπαϊκή Αστική Ιστοριογραφία, Τάσεις και Προοπτικές». Αθήνα: Εκδόσεις Διόνικος, σελ. 33

¹¹ Γοσποδίνη, Α και Μπεράτος, Η (επιμ.) (2006). Τα νέα αστικά τοπία και η Ελληνική Πόλη. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική

συγκεντρώσεις νέων μεταβιομηχανικών αστικών οικονομικών δραστηριοτήτων eclectic clustering και ετερογενής πολυ-πυρηνική δομή και τοπίο.



Εικόνα 2: Α. Προμοντέρνο αστικό τοπίο στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Β. Μεταμοντέρνο αστικό τοπίο '50, '60, '70. Γ. Μεταμοντέρνο αστικό τοπίο(Γοσποδίνη και Μπεράτος (επιμ.),2006)

Σήμερα ο **Τόπος/ Πόλη 1.0** που είναι μια πλατφόρμα η οποία χρησιμοποιήθηκε κυρίως για την παραγωγή, το εμπόριο και την κατανάλωση από τις κυβερνήσεις¹² κινείται σε μια κατάσταση με την ονομασία **Τόπος/Πόλη 2.0**. Οι κυβερνήσεις εξασφάλισαν την ανάπτυξη και τη συντήρηση της πλατφόρμας αυτής με βασικό στόχο την παραγωγή δημόσιων αγαθών όπως: υγειονομική περίθαλψη, εκπαίδευση, ανάπτυξη των τεχνών με τη χρήση των Μέσων Μαζικής Μεταφοράς. Ο τομέας των επιχειρήσεων πρόσφερε θέσεις εργασίας, προϊόντα και υπηρεσίες για τη δημόσια κατανάλωση καθώς και τα φορολογικά έσοδα για την λειτουργία του τόπου. Ο πληθυσμός πρόσφερε την φυσική και πνευματική δύναμη ως εργατικό δυναμικό και παράλληλα κατανάλωνε τα αγαθά και αξιοποιούσε τις υπηρεσίες που παράγονταν από την εκάστοτε κυβέρνηση και τις επιχειρήσεις.



Εικόνα 3: «Ανώνυμοι οικισμοί (2)» (Rapoport,1976)

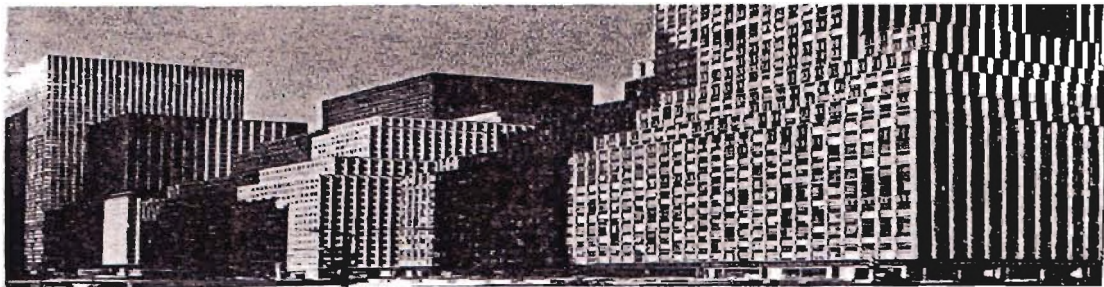
Επομένως στην περίπτωση του Τόπου (πόλη) 1.0, οι πόλεις αποτελούσαν διακριτές πολιτικές, οικονομικές, κοινωνικές και πολιτιστικές οντότητες, ανεξάρτητα από το εμπόριο και τη μετανάστευση, φαινόμενα που παρατηρούνται από τα αρχαία χρόνια.

¹² <http://www.citybranding.gr>.

Η κυβέρνηση αποφάσιζε τι ήταν καλό για την περιοχή, τις επιχειρήσεις, τα ιδρύματα και τον πληθυσμό της κάθε περιοχής. Παράλληλα οι αποφάσεις διαμορφώνονταν και λαμβάνονταν από την πολιτική ελίτ και αναπτύσσονταν καινοτομίες που δημιουργούσαν τον πλούτο, οι οποίες επίσης υπαγόρευαν ηθικά πρότυπα και καλλιτεχνικά γούστα.

Στο περιβάλλον που διαμορφώνεται μια σειρά από εξελίξεις ολοκληρώνουν αυτό το σχήμα και οι παλαιές λύσεις για την επίλυση των προβλημάτων των περιοχών δεν λειτουργούν πλέον, επειδή στοχεύουν στην επίλυση σαφώς καθορισμένων λειτουργικών προβλημάτων όπως: την κατασκευή περισσότερων δρόμων, σπιτιών και σχολείων, την πρόσληψη περισσότερων αστυνομικών, δασκάλων, γιατρών και δημοσίων υπαλλήλων, την επιδότηση του πολιτισμού, την επιβολή κυρώσεων κατά της αντικοινωνικής συμπεριφοράς, κλπ.¹³ Έχουν ως στόχο να κάνουν όλο και πιο δραστήριο τον πληθυσμό που απαιτεί συμμετοχή σε θέματα που κάποτε ήταν αποκλειστικά της κυβέρνησης. Η δεύτερη εξέλιξη που φέρνει τον Τόπο (πόλη) 1.0 στο τέλος της είναι η αύξηση της παγκοσμιοποίησης η οποία επέσπευσε τη ροή κεφαλαίων και αγαθών σε όλο τον κόσμο και έχει κάνει πολλές επιχειρήσεις και ανθρώπους πιο ελεύθερους. Η τρίτη εξέλιξη ως μια αντίδραση στις δύο πρώτες, είναι η αυξανόμενη ανάγκη των κοινοτήτων (παρά την παροδικότητα τους) να προσδιορίζουν τον εαυτό τους ως προς τον πολιτισμό, την ταυτότητα, τις φιλοδοξίες και την ανταγωνιστικότητα.

Όσον αφορά τους νέους τρόπους επιχειρησιακής λειτουργίας στις πόλεις χαρακτηρίζονται από την ενεργή συμμετοχή και την αλληλεπίδραση μεταξύ των δημόσιων, των ιδιωτικών και πολιτικών φορέων.



Εικόνα 4: «Ανώνυμοι οικισμοί (3)» (Rapoport,1976)

¹³ http://findarticles.com/b/news-articles/new-straitstimes/mi_8016/is_20090501/brand-c.

Ο Τόπος(πόλη) 2.0 στηρίζεται στις συμμαχίες, στους συνασπισμούς και στις εταιρικές σχέσεις του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα καθώς και στις δημοτικές ομάδες ενδιαφερομένων για την αντιμετώπιση συγκεκριμένων ζητημάτων. Οι συμμαχίες αυτές ανά θέμα (π.χ. μεταφορές, υγεία, περιβάλλον, ένταξη, αστική υποβάθμιση) αλλάζουν με την πάροδο του χρόνου καθώς κάποιοι εταίροι φεύγουν και άλλοι εισάγονται στην συμφωνία.

Στον Τόπο/ Πόλη 2:0 υπάρχει ένας επίσημος ή άτυπος οργανισμός στον οποίο οι βασικοί ενδιαφερόμενοι φορείς αναπτύσσουν και, δημιουργούν συμμαχίες που στηρίζεται σε όλα τα μέλη της κοινότητας ενώ επίσης καθοδηγούν από κοινού την εφαρμογή της στρατηγικής για ένα συγκεκριμένο θέμα. Η δημιουργία αυτών των συμμαχιών ή συνεργασιών γκρεμίζει χωρίσματα μεταξύ ανθρώπων υψηλότερου και χαμηλότερου επίπεδου μόρφωσης, μεταξύ κυβερνήσεων και επιχειρήσεων, μεταξύ των τεχνών και του αθλητισμού, μεταξύ του εμπορίου και του πολιτισμού. Η συμμαχία ή συνεργασία θεωρείται ως μία ομάδα που αποτελείται από ισότιμους φορείς που μπορούν να βοηθήσουν στην επίλυση των επίμαχων θεμάτων, μέσω δράσεων, επενδύσεων, αποφάσεων και επικοινωνιών. Η μορφή της οργάνωσης και λειτουργίας σπάνια είναι δεδομένη. Αυτό που απαιτείται είναι οι συμμετέχοντες να θεωρούνται ίσοι μεταξύ τους, ανεξάρτητα από την εξουσία ή την οικονομική επιφάνεια. Η μοιρασμένη ηγεσία παρέχει επίσης ευκαιρίες για ομάδες πολιτών, επιχειρήσεις και ιδρύματα να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τόπου τους ως ενεργοί συμμετέχοντες στη διαδικασία και όχι μόνο ως παθητικοί θεατές. Η πρωτοβουλία στηρίζεται σε όλους τους πολίτες της κοινότητας. Η αντιμετώπιση των προβλημάτων αποτελεί μια σημαντική πρόκληση για τις σύγχρονες πόλεις, αλλά και για τις τοπικές, περιφερειακές και εθνικές αρχές.



Εικόνα 5: Η ανάπλαση του παραλιακού μετώπου στην περιφέρεια της Βαρκελώνης (πόλη/ λιμάνι) (www.europe-cities.com)

1.1.4. Τα βασικά χαρακτηριστικά της αστικής ανάπτυξης των πόλεων

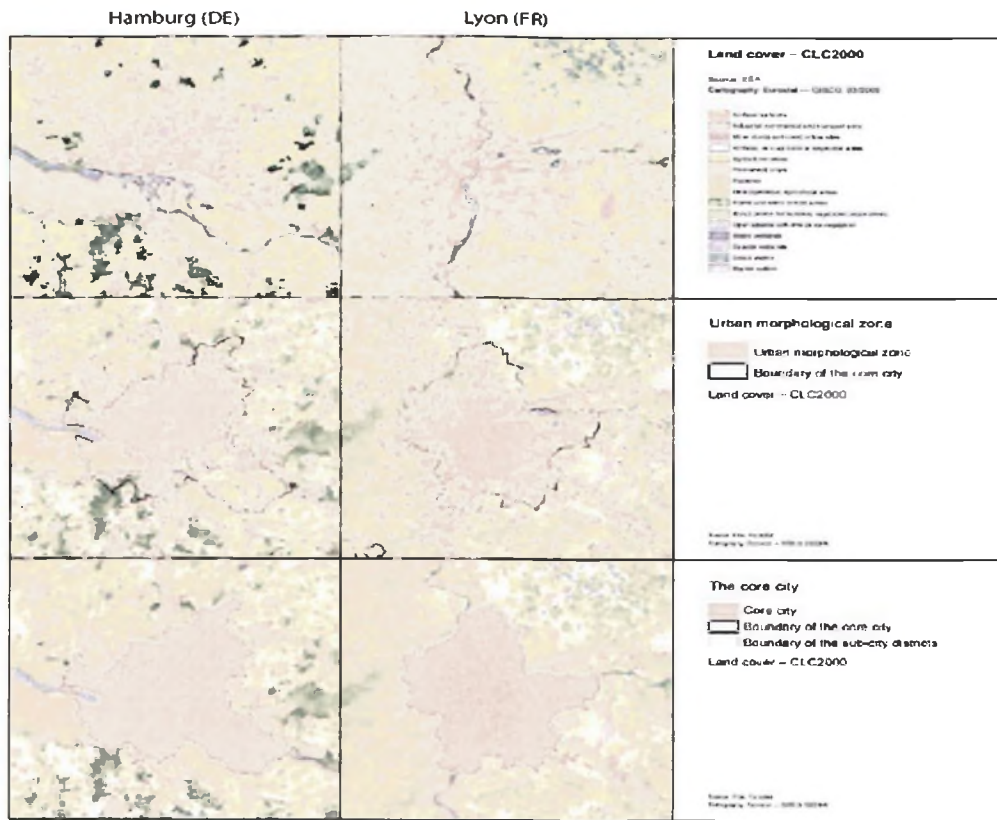
Η αστική ανάπτυξη μεταπολεμικά, τόσο στην Ευρώπη ¹⁴ όσο και στην Ελλάδα μετά τη δεκαετία του 1960, εκδηλώνεται μέσα από «την αυξανόμενη ένταση στη χρήση της αστικής γης και την επέκτασή της πέρα από τα όρια της αρχικά δομημένης επιφάνειας» και εκφράζεται με διάφορα χαρακτηριστικά, τα βασικότερα εκ των οποίων είναι: α) οι αλλαγές στην παραδοσιακή δομή των πόλεων, με την κρίση των παραδοσιακών βιομηχανικών κλάδων (π.χ. αποβιομηχάνιση) και την ενίσχυση του τριτογενούς τομέα (υπηρεσίες) με επιπτώσεις στην απασχόληση χαμηλών και μεσαίων εισοδηματικών στρωμάτων. β) η περιβαλλοντική και κοινωνική υποβάθμιση περιοχών των πόλεων εντός του οικιστικού ιστού (π.χ. υποβαθμισμένες περιοχές, όπου κατοικούν περιθωριοποιημένοι, υποαπασχολούμενοι, άνεργοι, εθνικές μειονότητες, κ.ά.) γ) τα οξυμμένα προβλήματα στους τομείς των μεταφορών/συγκοινωνιών, διαχείρισης απορριμμάτων, κ.λπ. ¹⁵

Στο χάρτη 1 αποτυπώνονται οι σχέσεις όσον αφορά το δίκτυο των οικισμών στην κατανομή των διάφορων δραστηριοτήτων ή λειτουργιών καθώς και το πλέγμα των

¹⁴ http://www.ec.europa.eu/comm/regional_policy.

¹⁵ <http://www.urbact.eu>.

σχέσεων ως στενά αλληλεξαρτώμενων σε δύο πόλεις: Αμβούργο (Γερμανία) και Λυών (Γαλλία)¹⁶.



Χάρτης 1: Δίκτυο οικισμών: Αμβούργο (Γερμανία) και Λυών (Γαλλία).(www.europe-cities.com)

¹⁶ Οι χάρτες στην πρώτη γραμμή δείχνουν την κάλυψη της γης με βάση τα δεδομένα Corine Land Cover 2000 (CLC2000) στην περιοχή γύρω από τις πόλεις. Καλύπτουν διαφορετικές κατηγορίες γης που χωρίστηκαν σε 44 στο σύστημα CLC2000. Κάθε χρώμα στο χάρτη αντιπροσωπεύει μια διαφορετική κατηγορία κάλυψης γης. Ορισμένες από αυτές τις κατηγορίες είναι ιδιαίτερα σημαντικές για την ανάλυση των πόλεων. Για παράδειγμα, οι περιοχές με κόκκινο, είναι τα εδάφη που καλύπτονται με το αστικό ιστό, όπως οι δρόμοι, κτίρια κατοικιών, κτίρια που ανήκουν στην τοπική διοίκηση ή στις δημόσιες υπηρεσίες, κλπ. Οι μοβ εκτάσεις είναι αυτές που χρησιμοποιούνται για εμπορικούς ή βιομηχανικούς σκοπούς. Το πορφυρό φως αντιπροσωπεύει πράσινου στις αστικές περιοχές, όπως τα πάρκα, βοτανικούς κήπους, κλπ. Οι περιοχές των εν λόγω εκτάσεων τρεις κατηγορίες κάλυψης που βρίσκεται λιγότερο από 200 μέτρα, εκτός συγχωνεύτηκαν από κοινού για να καθορίσουν τον τομέα «δομημένων». Λιμενικές ζώνες, τα αεροδρόμια και αθλητικές εγκαταστάσεις είχαν συμπεριληφθεί, αν ήταν γείτονες που είχαν οριστεί παλαιότερα «δομημένων» περιοχή.

Στο σημείο αυτό αναδεικνύονται οι ρόλοι των πόλεων και των μητροπολιτικών περιοχών ως βασικοί παράγοντες περιφερειακής ανάπτυξης, ως «ατμομηχανές» οικονομικής ανάπτυξης, ως περιοχών κυρίαρχης σημασίας για την άρση των εμποδίων στην ανάπτυξη, στην απασχόληση και ιδιαίτερα στον κοινωνικό αποκλεισμό καθώς και στην υποβάθμιση του περιβάλλοντος.

Αυτό είχε ως αποτέλεσμα οι πόλεις να συνδεθούν με τη βιομηχανική λειτουργία, την εμπορική δραστηριότητα, την παροχή υπηρεσιών και την ηλεκτρονική οικονομία, λειτουργώντας ως πόλοι οικονομικής και πολιτισμικής εξέλιξης κυριαρχώντας στον μη αστικό χώρο ως εμπορικά ή βιομηχανικά κέντρα. Επίσης, οι πόλεις βάσει των υπηρεσιών που παρέχουν, εξελίσσονται σε κέντρα λήψης αποφάσεων. Υπό αυτές τις συνθήκες τα χαρακτηριστικά των μετα-μοντέρνων πόλεων αφορούν: α) την αστική δομή η οποία είναι χαοτική, πολυκεντρική με εντυπωσιακά κέντρα-μεγάλους «ωκεανούς φτώχειας»-διάδρομους υψηλής τεχνολογίας-μετα-προαστιακές αναπτύξεις β) το τοπίο που παρουσιάζει εκλεκτικό «κολάζ» τεχνοτροπιών με την αρχιτεκτονική να εμφανίζεται ταυτόχρονα εντυπωσιακή, «ανάλαφρη», ειρωνική, με χρήση της πολιτιστικής γ) τη χρήση των πόρων η οποία είναι επιχειρηματική για την προσέλκυση μετακινούμενου διεθνούς κεφαλαίου και επενδύσεων με τη συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και την παροχή υπηρεσιών μέσω της αγοράς δ) την οικονομία πεδίου ή εμβέλειας η οποία βασίζεται στον τομέα των υπηρεσιών με την παραγωγή να είναι ευέλικτη έχοντας ως κύριο στόχο τις εξειδικευμένες αγορές.¹⁷

Στα πλαίσια της ΕΕ¹⁸ η «πολιτική για τις πόλεις»¹⁹ που έχει διαμορφωθεί τα τελευταία χρόνια, καταδεικνύει και τη μεγάλη σημασία που έχει δοθεί. Το 1998 ετέθη το Πλαίσιο δράσης για την Αειφόρο Ανάπτυξη για τις πόλεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το 2004 καθορίστηκε η στρατηγική με έμφαση στους τέσσερις στόχους και

¹⁷ Hall, Tim (2005). Αστική Γεωγραφία. Αθήνα: Κριτική

¹⁸ URBACT: Ολοκληρωμένο δίκτυο διακρατικών ανταλλαγών για την αστική ανάπτυξη (ΕΕ). Το πρόγραμμα URBACT έχει στόχο την ανάπτυξη της ανταλλαγής εμπειριών μεταξύ των ευρωπαϊκών πόλεων που συμμετέχουν στα προγράμματα URBAN. Η Γαλλία προσφέρθηκε να αναλάβει τη διαχείριση του προγράμματος εκ μέρους των κρατών μελών, η οποία και της ανατέθηκε.

¹⁹ Η URBAN είναι η κοινοτική πρωτοβουλία του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) για την αειφόρο ανάπτυξη των αστικών περιοχών.

σε συνέχεια η Προγραμματική Περίοδος 2007-2013.²⁰. Ο μετασχηματισμός στο Σύστημα Ευρωπαϊκών πόλεων σήμερα παρότι γίνεται με αργό ρυθμό παρουσιάζει ένα σταθεροποιημένο και ώριμο ρυθμό ανάπτυξης και εξέλιξης με γενικά θετική εικόνα. Οι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την παραπάνω εξέλιξη είναι κυρίως η Ευρωπαϊκή ολοκλήρωση, η διεύρυνση και η εξωτερική μετανάστευση. Τα βασικότερα προβλήματα είναι η Γήρανση του πληθυσμού, οι θύλακες κοινωνικού αποκλεισμού και η αρνητική συμβολή στο παγκόσμιο κλιματικό φαινόμενο θερμοκηπίου.

1.1.5. Οι Ανθρώπινοι, Κοινωνικοί και Οικονομικοί πόροι ως βασικοί παράγοντες για την εξέλιξη των πόλεων

Με τις κοινωνικές παροχές οι πόλεις καλύπτουν βασικές ανθρώπινες ανάγκες, ενώ με τις υπηρεσίες τους συντελούν στη διευκόλυνση της ζωής των κατοίκων. Τα τελευταία χρόνια η ανάπτυξη της τεχνολογίας προσέφερε διευκολύνσεις στον τρόπο επικοινωνίας και μετακινήσεων επιδρώντας θετικά στην κοινωνική και οικονομική δραστηριότητα των κατοίκων. Ωστόσο, οι διευκολύνσεις αυτές συντέιναν στην αύξηση του φαινομένου της αστικοποίησης λόγω της συγκέντρωσης του πληθυσμού σε πόλεις και μεγαλουπόλεις, με αποτέλεσμα την πληθυσμιακή αποψίλωση των αγροτικών περιοχών. Το φαινόμενο της αστικοποίησης προκαλεί οικιστικά και κοινωνικά προβλήματα στις πόλεις υποβαθμίζει την ποιότητα ζωής και τις συνθήκες διαβίωσης των κατοίκων.

Οι αρνητικές επιδράσεις από την ανάπτυξη των πόλεων επικεντρώνονται στην οικονομία, την κοινωνία, το περιβάλλον που έχουν διογκωθεί τα τελευταία χρόνια. Η πλειονότητα των προβλημάτων εντοπίζονται κυρίως στον αστικό χώρο και αφορούν την ατμοσφαιρική ρύπανση, τα απόβλητα, την κυκλοφοριακή συμφόρηση, την εγκληματικότητα, την άναρχη δόμηση και την κοινωνική αλλοτρίωση. Τα περιβαλλοντικά προβλήματα δεν σχετίζονται μόνο με την υπερκατανάλωση ενέργειας αλλά και με την αλόγιστη χρήση των φυσικών πόρων ενώ η ανεργία στον αστικό

²⁰ European Commission (2006). The Urban dimension in Community Policies for the period 2007-2013, Interservice Group on Urban Development, Brussels. Διαθέσιμος στο: http://www.ec.europa.eu/comm./regional_policy

χώρο αυξάνεται, σταδιακά, επηρεάζοντας τα πιο ευάλωτα τμήματα του πληθυσμού, όπως είναι οι γυναίκες και οι νέοι.

Εξαιτίας του γεγονότος αυτού οι παραδοσιακές κοινωνικές δομές, όπως η οικογένεια, αδυνατούν να καλύψουν τις ανάγκες των σύγχρονων αστικών κοινωνιών. Είναι χαρακτηριστικό ότι στις μεγάλες πόλεις οι λιγότερο οικογενειακές μορφές διευρυμένης οικογένειας εμφανίζουν υψηλά ποσοστά ενώ στην περιφέρεια εμφανίζεται μεγαλύτερη συγκέντρωση του τύπου της πυρηνικής οικογένειας.²¹

Επιπλέον, στην πόλη οι προσωπικές σχέσεις τείνουν να εκλείψουν και να αντικατασταθούν από τυπικές επηρεάζοντας αρνητικά την κοινωνική συμπεριφορά των κατοίκων. Παρατηρείται καταστροφή του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, έλλειψη οργάνωσης του χώρου, προβλήματα στη χρήση γης, ακατάλληλες συνθήκες στέγασης, κλπ.

Τέλος, οι εσωτερικοί και εξωτερικοί μετανάστες μετέβαλαν το κοινωνικό και οικονομικό προφίλ των πόλεων. Οι ετερογενείς τρόποι διαβίωσής τους σε συνδυασμό με την οικονομική πραγματικότητα και τα καταναλωτικά τους πρότυπα έχουν μεταβάλλει, ιδιαίτερα κατά την τελευταία δεκαετία, τον τρόπο ζωής στα αστικά κέντρα.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στα τέλη του 2005 προσδιόρισε τις βασικές κατευθυντήριες γραμμές στρατηγικής για την ανάπτυξη των πόλεων, που βασίζονται στην αρχή ότι η βιώσιμη αστική ανάπτυξη περιλαμβάνει οικονομικούς, κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους καθώς και άρτιες δημόσιες υπηρεσίες. Παράλληλα οι συμπράξεις του δημόσιου, του ιδιωτικού, του εθελοντικού τομέα και της τοπικής κοινότητας θεωρούνται απαραίτητα συστατικά στοιχεία βιωσιμότητας. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2005).²²

Στη χώρα μας οι στρατηγικοί στόχοι²³ για την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού αναφέρονται στην ποιοτική αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού και των

²¹ Μαλούτας, Θ. (2000). Κοινωνικός και Οικονομικός Άτλας της Ελλάδας, Τόμος 1^{ος}: Οι πόλεις Αθήνα – Βόλος. Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών-Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας

²² Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, «Πολιτική της Συνοχής για την ενίσχυση της ανάπτυξης και της απασχόλησης: Στρατηγικές κατευθυντήριες γραμμές της Κοινότητας, 2007 – 2013», COM (2005) 0299, Βρυξέλλες 5.7.2005.

²³ www.espa.gr.

επιχειρήσεων καθώς και στην καταπολέμηση των διακρίσεων και του κοινωνικού αποκλεισμού.

1.2. Τα αναδυόμενα νέα αστικά τοπία- Μοντέλα αστικής ανάπτυξης

1.2.1. Νέες πόλεις, νέα αστική γεωγραφία

Η αναγνώριση στην Ευρώπη της ιδιαίτερης σημασίας των αστικών περιοχών για τη οικονομική ανάπτυξη, οδήγησε σε αυξανόμενη τάση για περιφερειακή πολιτική που να εστιάζει στις στρατηγικές για τα αστικά συστήματα, τις αστικές περιοχές και τα αστικά κέντρα περιφερειακών αλλά και εθνικών και υπερεθνικών επιπέδων.²⁴ Για παράδειγμα:

Στη **Φινλανδία**, η ανταγωνιστικότητα των πόλεων τέθηκε ως εθνικός στόχος το 1996 και η αστική πολιτική είναι πλήρως προσανατολισμένη προς την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των πόλεων.

Στη **Σουηδία**, η αστική ανάπτυξη αποτελεί μέρος της εθνικής πολιτικής περιφερειακής ανάπτυξης από το 2003, τονίζοντας ειδικότερα το ρόλο των μητροπολιτικών περιοχών στον εθνικό και ευρωπαϊκό ανταγωνισμό.

Στη **Δανία**, ιδρύεται Υπουργείο Αστικών Υποθέσεων το 1998 με στόχους τη στήριξη των πόλεων ως κέντρα ανάπτυξης και την ανάπτυξη ελκυστικών και βιώσιμων πόλεων με καλές συνθήκες διαβίωσης και επιχειρηματικής δραστηριότητας και ερευνητική στήριξη.

Στη **Γερμανία**, η αστική πολιτική εστιάζει στην ενίσχυση του εσωτερικού και των κέντρων των πόλεων για τις αναπτυξιακές τους λειτουργίες, λαμβάνοντας υπόψη τη διατήρηση των ιστορικών πόλεων και μνημείων και στη λήψη μέτρων για αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων.

Η **Ολλανδία** είναι μια από τις πρώτες ευρωπαϊκές χώρες που υιοθέτησαν επίσημη αστική πολιτική, με βασικά θέματα την ασφάλεια, την ενσωμάτωση, την κοινωνική συνοχή, την αναδόμηση περιοχών και γειτονιών, τη βελτίωση της οικονομικής διάρθρωσης και του επιχειρηματικού κλίματος, την κινητοποίηση πολιτών, επιχειρήσεων και φορέων.

²⁴ www.urbact.eu.

Η αστική πολιτική της **Αγγλίας** έχει μακρά παράδοση υπό το Γραφείο του Αναπληρωτή Πρωθυπουργού και με βασικά εργαλεία τα πενταετή σχέδια Βιώσιμων Κοινοτήτων και το πρόγραμμα των «Πόλεων – πυρήνων» που εστιάζει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και του ρόλου των κύριων περιφερειακών πόλεων στην εθνική οικονομική επιτυχία.

Η αστική πολιτική στη **Γαλλία** εστιάζει περισσότερο σε μειονεκτικές γειτονίες πόλεων παρά στις πόλεις ως σύνολο και εφαρμόζεται από τις τοπικές αρχές μέσω εταιρικών σχέσεων (contrats de plan), που προσδιορίζουν ένα αναπτυξιακό πρόγραμμα με συγκεκριμένες δράσεις σε πέντε πεδία προτεραιότητας: στέγαση και ποιότητα ζωής, απασχόληση και οικονομική ανάπτυξη, εκπαίδευση, υγεία και δημόσια τάξη.

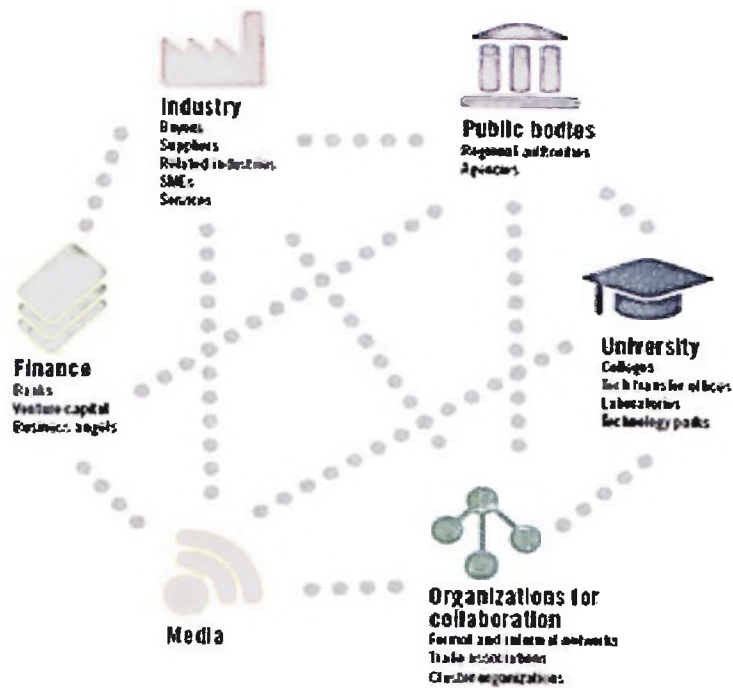
Στα πλαίσια της Ε.Ε και του ενιαίου Ευρωπαϊκού δικτύου πόλεων, δίνεται η δυνατότητα μετακίνησης κεφαλαίου και επιχειρήσεων. Από την άλλη ο Ανταγωνισμός των Πόλεων έχει μετατρέψει τις πόλεις σε «ανταγωνιστές» που μάχονται μεταξύ τους για την προσέλκυση κεφαλαίου και επιχειρήσεων για την αναπτυξιακή τους προοπτική μέσω: α) ενός ελκυστικού φορολογικού περιβάλλοντος β) με τη δημιουργία σύγχρονων υποδομών μεταφορών και τηλεπικοινωνιών γ) με την ποιότητα στον αστικό χώρο όσον αφορά την εικόνα της πόλης, το αστικό τοπίο δ) με τους συμβολισμούς και τις υποδομές σε χώρους δραστηριοτήτων πολιτισμού και ελεύθερου χρόνου.²⁵

Τα νέα κοινωνικο-χωρικά φαινόμενα επιφέρουν ριζική αλλαγή και εξέλιξη στα μοντέλα αστικής διακυβέρνησης και ανάπτυξης τις τελευταίες δύο δεκαετίες:

- Από τα παραδοσιακά μοντέλα διαχείρισης του αστικού χώρου (δεκαετία '80) στο μοντέλο της «επιχειρηματικής πόλης» (δεκαετία '90) και πρόσφατα στο μοντέλο της πόλης που επιχειρεί να ανταπεξέλθει στον ανταγωνισμό των πόλεων για προσέλκυση επιχειρήσεων και διεύρυνση της αναπτυξιακής προοπτικής μέσω της προσφερόμενης ποιότητας του αστικού χώρου.

²⁵ European Commission (2010). World and European Sustainable Cities: Insights from EU research. Διαθέσιμο στο: http://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/sustainable-cities-report_en.pdf

- Ανάπτυξη νέων αστικών οικονομιών, μεταξύ των οποίων κυριαρχούν οι οικονομίες α) των νέων τεχνολογιών και β) του πολιτισμού και του ελεύθερου χρόνου (cultural and leisure industries).
- Εμφάνιση νέων τύπων αστικής ανάπτυξης και αστικής αναζωογόνησης υποβαθμισμένων αστικών περιοχών που στηρίζονται στις ανάγκες της μεταβιομηχανικής πόλης και της κοινωνίας για της εγκατάστασης επιχειρήσεων των νέων οικονομιών για νέους χώρους πολιτισμού, ψυχαγωγίας και κατανάλωσης. Τα αναδύμενα clusters των μεταβιομηχανικών αστικών οικονομικών δραστηριοτήτων. Επιλεκτικές χωρικές συγκεντρώσεις σε δυο μεγάλες ομάδες μεταβιομηχανικών αστικών οικονομικών δραστηριοτήτων: α) επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και τεχνογνωσίας καθώς και επιχειρήσεις παροχής υψηλού επιπέδου χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών β) οικονομικές δραστηριότητες πολιτισμού και ελεύθερου χρόνου. Στην περίπτωση των clusters οικονομικών δραστηριοτήτων πολιτισμού και ελεύθερου χρόνου, ο σχηματισμός τους δηλώνει το πέρασμα από τις απλές πολιτικές που στόχευαν στην οργάνωση περιστασιακής κατανάλωσης πολιτιστικών θεαμάτων σε ολοκληρωμένες στρατηγικές πολιτικές πολιτισμού που στοχεύουν στη δημιουργία πλήθους χώρων εν σειρά, ακόμη και ολόκληρων «γειτονιών» της πόλης, για πολιτιστική παραγωγή και δημιουργικότητα». Ο σχηματισμός των clusters μπορεί σε κάποιες περιπτώσεις να είναι αυτογενής να δημιουργείται δηλαδή αυθόρμητα από την ιδιωτική πρωτοβουλία και επενδύσεις, αλλά στις περισσότερες περιπτώσεις δημιουργούνται προγραμματισμένα μέσω χωρικού σχεδιασμού από τους φορείς της πόλης.



Σχεδιάγραμμα 1: Ομαδοποίηση (clustering) και ανταγωνιστικότητα των πόλεων

(<http://www.ikarosnetwork.gr/>)

Τα Νέα Επίκεντρα στην μετα- βιομηχανική πόλη αναφορικά με τις χρήσεις γης, τις συμπληρωματικές δραστηριότητες, το είδος ανάπτυξης και την αστική αρχιτεκτονική μορφολογία είναι:

A. Επίκεντρα:

- Επιχειρήσεις ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου & εταιρειών υψηλής τεχνολογίας και τεχνογνωσίας.
- Κατοικίες, ακριβά εμπορικά καταστήματα και εστιατόρια
- Νέα ανάπτυξη ή αστική αναδόμηση
- Καινοτόμος, μορφολογία, χωρίς αναφορές στο τοπικό δομημένο περιβάλλον



Εικόνα 6: Α. Potsdamer Platz(Βερολίνο). Β. Περιοχή Milan Fair (Μιλάνο) Γ. One North (Σιγκαπούρη)(Γοσποδίνη, Α και Μπεράτος ,Η (επιμ.),2006)

Β. Επίκεντρα:

- Μουσεία διαφόρων ειδών, γκαλερί, θέατρα, όπερες, αίθουσες συναυλιών, συνεδριακά κέντρα, κλπ.
- Βιβλιοπωλεία, καφετέριες, εστιατόρια
- Νέα ανάπτυξη, ή αστική αναδόμηση
- Μικτή: α) διατηρημένοι ιστορικοί αστικοί πυρήνες, β) καινοτόμος μορφολογία – χωρίς αναφορές στο τοπικό περιβάλλον



Εικόνα 7: Α. Συνοικία Μουσείων (Βιέννη). Β. Συνοικία Μουσείων (Ρότερνταμ) Γ. Συνοικία Μουσείων (Χάγη) (Γοσποδίνη, και Μπεράτος, (επιμ.) (2006)

Γ. Επίκεντρα

- Μουσικά κλαμπ, καφετέριες, μπαρ, εστιατόρια (διεθνούς κουζίνας, η πολιτιστικά εξειδικευμένης κουζίνας
- Γραφεία design, αντίκες, εθνικά εξειδικευμένα καταστήματα ρούχων, δισκοπωλεία, βιβλιοπωλεία, μικρά avant-garde θέατρα
- Αστική ανάπλαση
- Διατηρημένοι αστικοί πυρήνες, παραδοσιακά κτίρια, αναπλασμένα (συνήθως παλιές βιομηχανίες, αποθήκες



Εικόνα 8: Α. Temple Bar (Δουβλίνο), Β. Bagladcity, Brick Lane,(Λονδίνο), Γ. Westergas-fabriek (Άμστερνταμ) Δ. Witte de Withstraat (Ρότερνταμ), Ε. Ψυρρή (Αθήνα), ΣΤ. Λαδάδικα, Βαλαωρίτου (Θεσσαλονίκη) (Γοσποδίνη και Μπεράτος (επιμ.), 2006)

Δ. Επίκεντρα

- Μουσεία διαφόρων ειδών, συνεδριακά κέντρα γκαλερί, αίθουσες συναυλιών, θέατρα, θεματικά πάρκα, πάρκα αναψυχής, καφετέριες, εστιατόρια
- Κατοικία, γραφεία
- Αστική αναδόμηση και ανάπλαση
- Μικτή: α) καινοτόμος μορφολογία χωρίς αναφορές στο τοπικό δομημένο περιβάλλον & β) διατηρημένοι ιστορικοί



Εικόνα 9: Α. Southbank(Λονδίνο), Β. Abandoibarra(Μπιλμπάο), Forum των Πολιτισμών(Βαρκελώνη), Δ. Port Melbourne(Μελβούρνη), Ε. West Kowloon(Χονγκ Κονγκ)(Γοσποδίνη και Μπεράτος (επιμ.) 2006)

Ε. Επίκεντρα

- Εμπορικά καταστήματα, πολυ-κινηματογράφοι, καφετέριες, μπαρ, εστιατόρια, θεματικά πάρκα, πάρκα αναψυχής
- Γραφεία, εκθεσιακοί χώροι, αθλητικές εγκαταστάσεις, ξενοδοχεία
- Νέα ανάπτυξη κοντά σε αυτοκινητόδρομους και διασταυρώσεις τους στον περιαστικό χώρο.
- Διεθνοποιημένη αστική μορφολογία –χωρίς αναφορές στο τοπικό δομημένο περιβάλλον.



Εικόνα 10: Α. Εμπορικά κέντρα: (π.χ Bluewater, Thamesgate(Λονδίνο), Mediterranean Cosmos, Θεσσαλονίκη) β. Θεματικά πάρκα: (π.χ Disney Land) (Γοσποδίνη και Μπεράτος (επιμ.),2006)

Στη χώρα μας την τελευταία δεκαετία στις μεγάλες ελληνικές πόλεις (Αθήνα, Θεσσαλονίκη) αλλά στις μεσαίου μεγέθους πόλεις (Πάτρα, Βόλος, Ηράκλειο)²⁶, έχουν αρχίσει να σχηματίζονται αυτογενή clusters νέων αστικών οικονομιών και νέα επίκεντρα. Ωστόσο, αυτά χαρακτηρίζονται από έλλειψη α) εξειδικευμένων πολιτικών για την ενίσχυση της ανάπτυξής τους β) “laissez-faire” πολιτική για τη διαμόρφωση του νέου αστικού περιβάλλοντος. Η ανάπτυξη και διαμόρφωση του cluster έχει αφηθεί στην ιδιωτική πρωτοβουλία και σε αντίθεση με τον καινοτόμο σχεδιασμό τέτοιων επικέντρων στις Ευρωπαϊκές πόλεις, εδώ παράγεται ένα αδιάφορο τοπίο με διάσπαρτη εκτός σχεδίου δόμηση γ) έλλειψη πρόβλεψης για τον αστικό και αρχιτεκτονικό σχεδιασμό του ως ενιαίο σύνολο. Με αυτό τον τρόπο μειώνεται η «δημιουργικότητά» και η μίξη των λειτουργιών αφού μόνον οι επιχειρήσεις δημοφιλούς ψυχαγωγίας μπορούν να αναπτυχθούν χωρίς ειδικές πολιτικές και ενίσχυση.

Μια μετα-άνθρακα βιώσιμη κοινωνία θα επικεντρωθεί καταρχάς στο σχήμα της ενεργειακής ζήτησης και πώς αυτό θα εξελιχθεί από δύο απόψεις: α) όσον αφορά τις υποδομές, σε σχέση με την αστικοποίηση και τη χρήση της γης, και επίσης όσον αφορά τα στυλ ζωής και τις συμπεριφορές σε σχέση με τις τεχνολογίες που θα είναι διαθέσιμες. Επίσης θα εμβαθύνει το θέμα της προοπτικής της αστικοποίησης και της χρήσης γης από τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Το έργο PACT²⁷ αποσκοπεί στη διαμόρφωση μιας μετα-άνθρακα βιώσιμης κοινωνίας για τα επόμενα 50 χρόνια όσον αφορά το ρόλο των κοινωνικών δυνάμεων²⁸, των φορέων και όλων των ενδιαφερόμενων κατά τη διαδικασία μετάβασης στη μετα-άνθρακα εποχή. Ο απώτερος στόχος του έργου είναι η συμπλήρωση αυτών των αναλυτικών συστατικών με μια προσπάθεια να ποσοτικοποιηθούν τα σενάρια των μετά-άνθρακα κοινωνιών,

²⁶ Ο Πειραιάς ως το πρώτο λιμάνι της χώρας και ένα από τα μεγαλύτερα στον κόσμο δεν φαίνεται από τις στατιστικές και τη βιβλιογραφική έρευνα να έχει αναπτύξει στη κατεύθυνση αυτή παρόμοια δράση

²⁷ <http://www.pact-carbon-transition.org/> Ημερομηνία πρόσβασης:

²⁸ <http://ec.europa.eu/research/social-sciences/>.

σε παγκόσμιο επίπεδο.²⁹ Στην σχεδιάγραμμα 2 παρουσιάζεται σχηματικά το Σύμφωνο των νησιών στο πλαίσιο του Έργου.



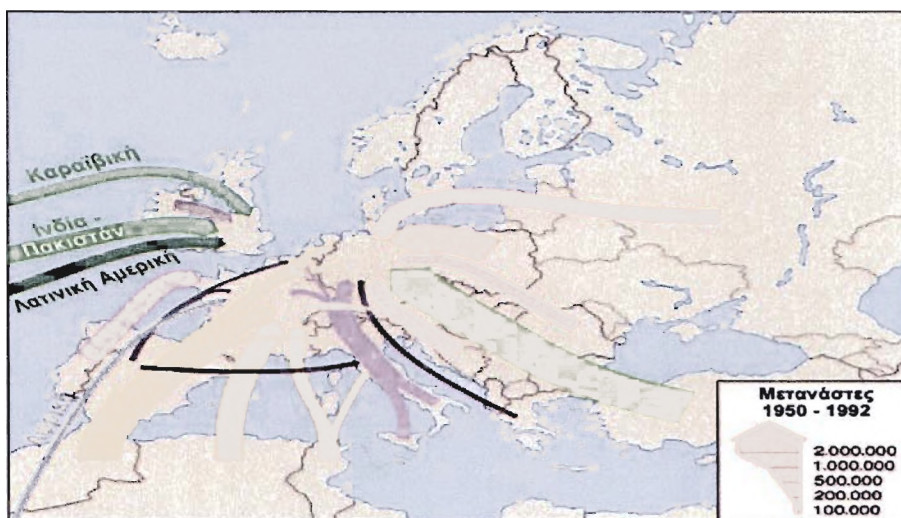
Σχεδιάγραμμα 2: PACT: Island Sustainable Energy Action Plans(ISEAP=Island Sustainable Energy Action Plans)

Επίσης οι νέοι δρόμοι της μετανάστευσης είναι η αφορμή για τον έντονο προβληματισμό όσον αφορά τον αριθμό των διεθνών μεταναστών σε όλο τον κόσμο ο οποίος υπερδιπλασιάστηκε τα 40 χρόνια από το 1965 ως το 2005. Η Ευρώπη άρχισε να αντιμετωπίζει τη μετανάστευση μόνο στις δεκαετίες μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Η Ιταλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Ελλάδα, η Ιρλανδία, η Νορβηγία και η Φινλανδία ήταν χώρες καθαρές όσον αφορά την προέλευση των μεταναστών μέχρι να τη δεκαετία του 1980 οι οποίες σε συνέχεια και μόνο για περίπου δύο δεκαετίες έχουν γίνει μάρτυρες της μετανάστευσης. Από την άλλη τα 12 νεότερα κράτη μέλη της ΕΕ επί του παρόντος υφίστανται συνδυασμό της διέλευσης μεταναστών και της

²⁹ Επίσης το έργο PACT μελετά κάθε μία από αυτές τις αστικές μορφές ενόψει της μετάβασης σε μια μετα-άνθρακα κοινωνία των πολιτών. Η Επιτροπή εξετάζει το πώς ο κυρίαρχος τρόπος ζωής, οι τεχνολογίες και οι υποδομές της αστικής ζωής, της στέγασης και των μεταφορών θα μπορούσαν ή πρέπει να αλλάξουν, προκειμένου να μειωθεί η χρήση σε ορυκτά καύσιμα και εκπομπές CO₂. (<http://www.islepact.eu/html/index.aspx?pageid=1030&langID=4>)

μετανάστευσης. Οι πόλεις αυτές έχουν γίνει ορατό πρόσωπο της παγκοσμιοποίησης. Στις Κάτω Χώρες, για παράδειγμα, περισσότερο από το 60% του συνόλου των μεταναστών και των παιδιών τους ζουν στο δυτικό αστικό κέντρο της Randstad (το οποίο περιλαμβάνει Άμστερνταμ, Ρότερνταμ, Hague and Ουτρέχτη). Στο Άμστερνταμ το ήμισυ σχεδόν του πληθυσμού της αποτελείται από μετανάστες. Η κατάσταση είναι παρόμοια και σε άλλες μεγάλες ευρωπαϊκές πόλεις. Μέχρι τη δεκαετία του 1980³⁰ οι μετανάστες στην Ευρώπη θα μπορούσαν γενικά να προσδιορίζονται σε ένα από τα τρία σχέδια μετανάστευσης:

- Μετανάστευση με ένα αποικιακό υπόβαθρο, που συνδέει ορισμένες Ευρωπαϊκές χώρες με τις πρώην αποικίες.
- Μετανάστευση εργατικού δυναμικού, όπου «χώρες πρόσληψης» ήταν συνδεδεμένες με ένα περιορισμένο αριθμό «χωρών αποστολής».
- Μετανάστευση των προσφύγων, στην οποία κυριαρχεί η μετανάστευση στην Ευρώπη από την ανατολή-δύση.



Χάρτης 2: Μετανάστευση της Ευρώπης από το 1950 έως το 1992

(www.europe-cities.com)

1.2.2. Αστική αλλαγή και νέες αναδύμενες αστικές μορφές

Τα βασικά συστατικά που ορίζουν μια «αλυσίδα αξίας» για την αλλαγή στην αστική πολιτική είναι αυτά που αναδεικνύουν τις πόλεις ως επιτυχημένες. Επιτυχημένες είναι οι πόλεις που μπορούν να προσαρμόζονται συνεχώς στην εξέλιξη των αγορών και της τεχνολογίας και οι οποίες μέσα από την ανασυγκρότηση των δεξιοτήτων

³⁰www.imiscoe.org. Ημερομηνία πρόσβασης:

χαρακτηρίζονται από την καινοτομία, το επιχειρηματικό πνεύμα, τις οργανωτικές στρατηγικές και την ύπαρξη τοπικής ηγεσίας. Παράλληλα αναπτύσσουν και τις κατάλληλες υποδομές έχοντας επίσης πρόσβαση σε κατάλληλα χρηματοοικονομικά εργαλεία. Ένα παράδειγμα στην αλλαγή της χρήσης γης είναι η περιοχή των Docklands του Λονδίνου με τη μεταφορά των δραστηριοτήτων του λιμανιού και την αξιοποίηση των εγκαταλελειμμένων εγκαταστάσεων με τον καλύτερο δημιουργικό τρόπο.



Εικόνα 11: London Docklands(www.europe-cities.com)

Τα θέματα προτεραιότητας των σύγχρονων πόλεων για μια βιώσιμη αστική πολιτική είναι:

- Έρευνα και τεχνολογική Ανάπτυξη (R&TD), καινοτομία και επιχειρηματικότητα.
- Μεταφορές
- Περιβαλλοντική προστασία και πρόληψη κινδύνων
- Ενέργεια
- Περιβαλλοντική προστασία και πρόληψη κινδύνων
- Τουρισμός
- Πολιτισμός

Οι νέες αναδυόμενες αστικές μορφές στα παρακάτω παραδείγματα, από τα πρώιμα παραδείγματα Ευρωπαϊκών μητροπόλεων στα τέλη της δεκαετίας του '80 και τη δεκαετία του '90, αναφέρονται στον καινοτόμο σχεδιασμό του χώρου ως «**εργαλείου**» δημιουργίας αστικού τοπίου που διατηρεί και ενισχύει το μητροπολιτικό χαρακτήρα.

A. Ο καινοτόμος σχεδιασμός του χώρου ως «εργαλείο» δημιουργίας αστικού τοπίου που διατηρεί και ενισχύει το μητροπολιτικό χαρακτήρα.



Εικόνα 12: Α.Βερολίνο περιοχή Potsdamer Platz Β. Το κτιριακό συγκρότημα και η πλατεία Sony Centre (Γοσποδίνη, Α και Μπεράτος ,Η (επιμ.),2006)



Εικόνα13: Α. Μιλάνο, περιοχή Milan Fair Β. ‘City life’ – το 1ο βραβείο του διεθνούς διαγωνισμού που κέρδισαν οι Zaha Hadid, Arata Isozaki Daniel Libeskind and Pier Paolo Maggiora. (Γοσποδίνη, Α και Μπεράτος ,Η (επιμ.),2006)

Β. Ο καινοτόμος σχεδιασμός του χώρου ως μέσου αναβάθμισης της θέσης των πόλεων στις ιεραρχίες του Ευρωπαϊκού/παγκόσμιου αστικού δικτύου



Εικόνα 14: Α. Βαρκελώνη: Ανάπλαση κέντρου κοντά στο Ολυμπιακό χωριό στους ολυμπιακούς αγώνες 1992 Β. Ο «Πύργος στην αμμουδιά» και το «Ψάρι» γλυπτά του Frank O. Gehry . (Γοσποδίνη και Μπεράτος (επιμ.),2006)

Εικόνα 15: Cultures 2004 και το Park de Diagonal Mar 15: A. Η ανάπλαση του παραλιακού μετώπου στην περιφέρεια της πόλης (Γοσποδίνη και Μπεράτος (επιμ.),2006)

Γ. Ο καινοτόμος σχεδιασμός του χώρου ως μέσον άρσης της περιθωριοποίησης και διεύρυνσης της αναπτυξιακής προοπτικής των πόλεων μέσα στο ενιαίο Ευρωπαϊκό/παγκόσμιο αστικό δίκτυο.

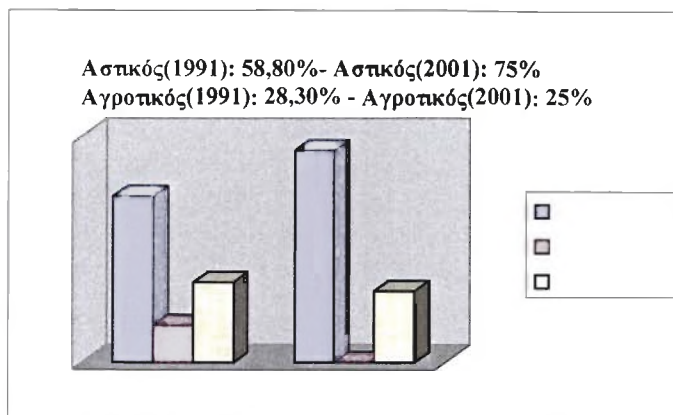


Εικόνα 15: A. Βαλένθια – ‘πόλη τεχνών & επιστημών’ B. 20. Bilbao – Guggenheim Museum(Γοσποδίνη και Μπεράτος (επιμ.), 2006)

Οι πόλεις μετασχηματίζονται και γεννώνται νέα αστικά τοπία, για να ανταποκριθούν στην πρόκληση των συνθηκών της οικονομικής και πολιτισμικής παγκοσμιοποίησης, για να αντιμετωπίσουν τον εντεινόμενο ανταγωνισμό μεταξύ τους και να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις της μεταμοντέρνας κοινωνίας. Σ’ αυτή τη διαδικασία, εγείρονται ορισμένα βασικά ερωτήματα: α) ποια είναι τα νέα αστικά τοπία της σύγχρονης μεταβιομηχανικής πόλης; β) πως μπορούν τα νέα αστικά τοπία να ταξινομηθούν; γ) ποιές κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες και ποιές αστικές διαδικασίες ενθαρρύνουν τη δημιουργία των νέων αστικών τοπίων;

Το ελληνικό αστικό περιβάλλον, τα τελευταία χρόνια, βαθμιαία χάνει την παραδοσιακή του μορφή και ομοιογένεια με συνέπειες για το φυσικό, το ανθρώπινο και το δομημένο περιβάλλον καθώς χαρακτηρίζεται από την ανάπτυξη σοβαρών προβλημάτων όπως η πυκνή δόμηση, η έλλειψη χώρων πρασίνου, το κυκλοφοριακό, η ανεργία, η φτώχεια και η ανασφάλεια. Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία (ΕΣΥΕ) κατά

τη δεκαετία 1991-2001 όπως φαίνεται στο παρακάτω (σχεδιάγραμμα 3) σημειώθηκε μείωση του αγροτικού πληθυσμού και αύξηση του αστικού ως αποτέλεσμα των κοινωνικών και οικονομικών διεργασιών



Σχεδιάγραμμα 3: Κατανομή πληθυσμού στην Ελλάδα, 1991-2001(αστικός, ημιαστικός, αγροτικός) (ΕΣΥΕ)

Από την άλλη οι απόψεις των πολιτών για την καθημερινότητα, το περιβάλλον, την ασφάλεια και την ψυχαγωγία δοκιμάζεται καθώς σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα όπως φαίνεται στον (σχεδιάγραμμα 4) σε δέκα μεγάλες πόλεις.³¹ Όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος της πόλης, τόσο μικρότερη είναι και η ικανοποίηση από την ποιότητα ζωής που δηλώνουν οι κάτοικοί της. Και αντιστρόφως, όσο μικρότερη είναι η πόλη, τόσο μεγαλύτερη είναι η ικανοποίηση από τη ζωή που δηλώνεται.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΠΟΛΕΙΣ

Κατά τη γνώμη σας, ποιο είναι το πιο σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει σήμερα η ΠΟΛΗ ΣΑΣ; (Πολλαπλές απαντήσεις, ποσοστά %)



³¹ Εφημερίδα «Η Καθημερινή»: (Ιούλιος 2008) «Η τέχνη του branding μιας πόλης» Ειδικές Εκδόσεις «The Economist»

Σχεδιάγραμμα 4: Η ικανοποίηση από την ποιότητα ζωής στις μεγάλες πόλεις της χώρας(Εφημερίδα «Καθημερινή»)

Παράλληλα στην ίδια έρευνα διαπιστώνεται ότι η ικανοποίηση από τις υπηρεσίες που παρέχει μια πόλη, δεν εξασφαλίζει αυτομάτως στα μάτια των κατοίκων της και την καλύτερη αξιολόγηση της εικόνας της.

1.2.3. Βιώσιμη αστική ανάπτυξη

Ως Βιώσιμη Ανάπτυξη ορίζεται η ανάπτυξη η οποία ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες. Στόχος της είναι μία καλύτερη ποιότητα ζωής για όλους τους πολίτες τόσο για αυτούς που ζουν και δουλεύουν σήμερα όσο και για τις επόμενες γενεές.³²

Τα προβλήματα που έχει δημιουργήσει ο «παραδοσιακός» τρόπος αλλά και οι στόχοι της βιώσιμης ανάπτυξης, σε διεθνές επίπεδο, απορρέουν από το γεγονός ότι το ένα τέταρτο του παγκόσμιου πληθυσμού διαβιώνει με εισόδημα λιγότερο από ένα δολάριο την ημέρα και το ένα πέμπτο του παγκόσμιου πληθυσμού δεν έχει πρόσβαση σε υπηρεσίες υγείας. Για το λόγο αυτό η εξειδίκευση των στόχων και των στρατηγικών της βιώσιμης ανάπτυξης δεν μπορεί να είναι ίδια για όλες τις χώρες. Οι κοινωνικές, οικονομικές, περιβαλλοντικές ιδιαιτερότητες αλλά και το επίπεδο ανάπτυξης κάθε χώρας θα πρέπει να ληφθούν υπόψη στη δημιουργία των εθνικών στρατηγικών σχεδίων για τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Σταθμοί για τη διαμόρφωση μιας πολιτικής βιώσιμης ανάπτυξης:

- **1997:** Η Συνθήκη του Άμστερνταμ έθεσε την Βιώσιμη Ανάπτυξη στο επίκεντρο της Ευρωπαϊκής Πολιτικής.
- **1998:** Στο Κάρντιφ αναγνωρίστηκε η ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής διάστασης σε όλες τις πολιτικές.
- **1999:** Στη Λισσαβόνα καθορίστηκε ο στόχος όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση γίνει πιο δυναμική, ανταγωνιστική και βιώσιμη οικονομία, βασιζόμενη στην γνώση.
- **2001:** Στο Γκέτεμποργκ, προστίθεται στους στόχους της Στρατηγικής της Λισσαβόνας και η περιβαλλοντική διάσταση

³² <http://www.spvridon.gr> Ημερομηνία πρόσβασης:

- **2006:** Στο «Εαρινό Συμβούλιο» εγκρίθηκε η Αναθεωρημένη Στρατηγική και αποφασίστηκε ότι όλα τα Κράτη Μέλη, μέχρι τον Ιούνιο του 2007, θα ετοιμάσουν τις δικές τους Εθνικές Στρατηγικές.
- **2009:** Στο Συμβούλιο Αρχηγών-Κρατών επιβεβαιώθηκε η προτεραιότητα της Στρατηγικής στη Συνθήκη της Λισσαβόνας ως μακροχρόνιος στόχος όλων των πολιτικών της ΕΕ.

Επίσης η ευρωπαϊκή στρατηγική για την Αειφόρο ανάπτυξη αναφέρεται: α) στη μεγαλύτερη συνέργεια με την στρατηγική της Λισσαβόνας και τη στρατηγική 2020 β) στην αποτελεσματικότερη παρακολούθηση και εκτέλεση από τα κράτη μέλη βάσει χρήσης δεικτών γ) στην κάλυψη νέων προκλήσεων (π.χ. προσαρμογή στις κλιματικές αλλαγές, χρήση γης εξωτερική διάσταση της αειφόρου ανάπτυξης).³³

Μετά τα παραπάνω φαίνεται ότι κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, οι πόλεις επιδιώκουν με τις αστικές ανασυγκροτήσεις μια νέα αναπτυξιακή άποψη, με περιβαλλοντικές, χωρικές, κοινωνικές και οικονομικές διαστάσεις. Ο εντοπισμός των επιλογών, οι περιοχές με ιδιαίτερο χαρακτήρα, οι ελκυστικές διαδρομές για πεζούς που συμπεριλαμβάνουν και νέους τύπους δρόμων, οι εμπλουτισμένες πλατείες και οι υπαίθριοι χώροι απαιτούνται από τη διαδικασία της ανασυγκρότησης καθώς και του βιώσιμου αστικού τρόπου ζωής. Με τις περιβαλλοντικές αναπλάσεις για το σχεδιασμό της φυσικής ταυτότητας, ένα ιδιαίτερο ζήτημα αποτελεί η ανάπτυξη ιδιαίτερων περιοχών του δημόσιου χώρου. Η σύνδεση των ανθρώπων, της κυκλοφορίας και των αστικών περιοχών μπορεί να συμβάλει και σε επιτυχημένα σχέδια ανασυγκρότησης. Επιπρόσθετα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη και η αειφόρος και οικολογική διάσταση του σχεδιασμού.³⁴

³³ Οι στόχοι ανάμεσα στους οποίους περιλαμβάνεται και η Αειφόρος Αστική Ανάπτυξη είναι: Κλιματικές Αλλαγές και Ενέργεια, Αειφόρες Μεταφορές, Αειφόρος Κατανάλωση και Παραγωγή, Διατήρηση και Διαχείριση των Φυσικών Πόρων, Δημόσια Υγεία, Κοινωνική ένταξη, Δημογραφία και Μετανάστευση, Παγκόσμια Φτώχεια και Προκλήσεις, Εκπαίδευση, Κατάρτιση Έρευνα, Τεχνολογία, Διαχείριση του νερού, Βελτίωση της χρήσης της Ενέργειας και χρήσης των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας, Αειφόρες Μεταφορές, Αειφόρος Τουρισμός, Αειφόρος Γεωργία και Αγροτική Ανάπτυξη, Αειφόρος Αστική Ανάπτυξη, Αειφόρος Διαχείριση της Θάλασσας, Παράκτιων Περιοχών και Θαλάσσιου Πλούτου.

³⁴ <http://www.archive.gr/news.php?readmore=151> Ημερομηνία πρόσβασης:

Ωστόσο, για να προσδιοριστούν οι καλύτερες αναπτυξιακές προτάσεις είναι απαραίτητη η ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης (αναπτυξιακή χαρτογράφηση) της υπό μελέτη περιοχής στους παρακάτω τομείς:

Τις κυκλοφοριακές συνθήκες. Είναι ουσιαστικό να επιτευχθεί μια προσεκτική σύνδεση με το τοπίο ή το άμεσο περιβάλλον και αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τα ακόλουθα θέματα: α) τοπικότητα της περιοχής μέσα στο υπόλοιπο της πόλης β) σύνδεση με δημόσιες συγκοινωνίες γ) τύποι κυκλοφορίας: κυκλοφορία με οχήματα, ποδήλατα και με τα πόδια.

Τα υφιστάμενα φυσικά χαρακτηριστικά. Οι χώροι σε μια πόλη πρέπει να είναι ελκυστικοί και να λειτουργούν σε συνεργασία με το φυσικό τοπίο. Αυτό αφορά: α) την τοπογραφία β) τους υπαίθριους πράσινους χώρους: φυσικό και αστικό τοπίο γ) τα υφιστάμενα χαρακτηριστικά του μικροκλίματος την παρούσα χρονική περίοδο

Την αναπτυξιακή διαδικασία και την αστική τυπολογία. Για την ανασυγκρότηση των περιοχών οι μελετητές πρέπει να λάβουν υπόψη τον χαρακτήρα και τα χαρακτηριστικά, τα οποία έχουν χυθεί και να αναδείξουν: α) τις τοπικές πολεοδομικές πολιτικές και στρατηγικές β) τις χρήσεις γης γ) την ιστορική εξέλιξη και τις κτιριακές μορφές δ) τα αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά και την κτιριακή τυπολογία ε) την ιεραρχία και την ανάλυση των τυπικών δρόμων.

Την κοινωνική και πολιτιστική διαδικασία. Τα χαρακτηριστικά που συνιστούν τον αστικό ιστό πρέπει να ληφθούν υπόψη για την κατανόηση της ανάλυσης της περιοχής μελέτης όπου: α) τα δυναμικά σημεία να αναπτυχθούν ξανά β) οι γειτονίες να γίνουν περισσότερο βιώσιμες γ) οι περιοχές – πυρήνες να γίνουν πιο ελκυστικές δ) οι κόμβοι κλειδιά και οι δρόμοι να βελτιωθούν και να βρεθούν συνδέσεις μεταξύ των σημείων κλειδιά ε) τα υφιστάμενα κτίρια να αποκατασταθούν και να γίνει επαναχρησιμοποίηση τους στ) συγκεκριμένες περιοχές να βελτιωθούν περιβαλλοντικά.

Τον ρόλο της ανάλυσης της περιοχής. Είναι θεμελιώδης για τον αστικό ιστό όσον αφορά τους κανονισμούς, τα κτίρια και τους χώρους. Χρειάζεται να συγκεντρωθεί κάθε πληροφορία για την περιοχή σχετικά με την κτιριακή μορφή καθώς και η σχέση μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών χώρων: α) τον φυσικό και χωρικό χαρακτήρα της περιοχής β) τις περιβάλλουσες συνθήκες γ) την πρόσβαση και κυκλοφορία στην περιοχή δ) τις οπτικές ποιότητες ε) το μοτίβο χρήσεων στ) τις αρχές των πολεοδομικών πολιτικών η) την δομή των κτιρίων με περιβαλλοντικό έλεγχο. Αυτό

με τη σειρά του μπορεί να επηρεάσει ένα καλό μοτίβο χρήσεων και κυκλοφοριακών συνθηκών σε μια περιοχή.

Τον περιβαλλοντικά βιώσιμο πολεοδομικό σχεδιασμό. Οι αρχές του αειφόρου πολεοδομικού σχεδιασμού μπορούν να τοποθετηθούν ως ακολούθως: α) ταυτότητα και χαρακτήρας της περιοχής β) περιβαλλοντικά φιλικός για την υπόλοιπη πόλη και νέες συνδέσεις με τη γειτονιά δ) εύκολο σύστημα μεταφορών: δημόσιες συγκοινωνίες, οχήματα, πεζοί και ποδήλατα ε) ιεράρχηση των δρόμων και καλή προσβασιμότητα στ) ξεκάθαροι και διακριτοί δημόσιοι και ιδιωτικοί χώροι ζ) ελκυστικοί δημόσιοι χώροι η) ανάπτυξη μικτών χρήσεων θ) διακριτή περιοχή – πυρήνας ι) καλή αναγνωσιμότητα του αστικού ιστού: τοπόσημα, θέες, κεντρικά σημεία, οικόπεδα και οικοδομικά τετράγωνα ια) ευέλικτο και βιώσιμο δομημένο περιβάλλον ιβ) προσαρμόσιμα κτίρια σε αντιστοιχία με τους δρόμους και τα ανοίγματα των πλατειών και των πάρκων ιγ) αειφορία και ισορροπία των φυσικών χαρακτηριστικών ιδ) χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.



Εικόνα 16: Η πόλη Τιαντζίν στην Κίνα: η πιο εξελιγμένη πράσινη πόλη του κόσμου (www.iefimerida.gr)

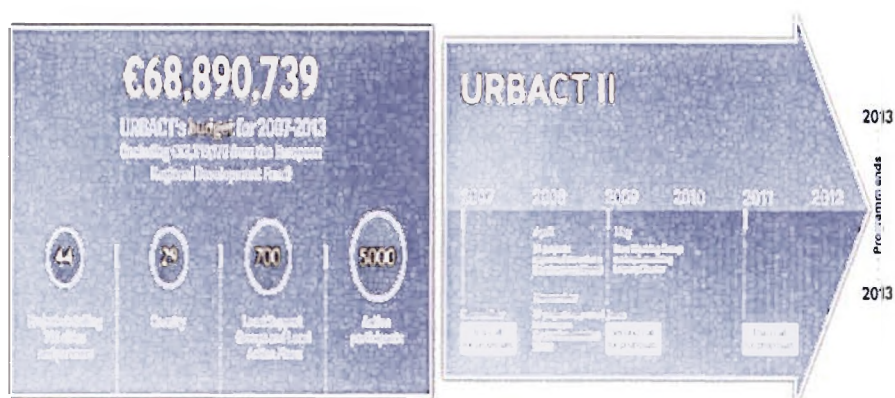
Τα βιοκλιματικά ζητήματα στη διαδικασία σχεδιασμού. Αφορούν ένα καλά διασυνδεδεμένο δίκτυο πράσινων και ανοιχτών χώρων διαμέσου όλου του ιστού της περιοχής. Για την ενίσχυση των υφιστάμενων στοιχείων του τοπίου ή για τη βελτίωσή τους όπου αυτά δεν είναι παρόντα. Επίσης σημαντικό είναι να προωθηθεί: α) η στρατηγική φύτευσης για τη δημιουργία ελκυστικών περιοχών και για την ενθάρρυνση νέων μικροκλιματικών συνθηκών β) η χρήση στοιχείων νερού για τη δημιουργία ενός δυναμικού αστικού τοπίου

Οι παραπάνω αρχές μπορούν να βοηθήσουν τις περιοχές να ενισχύσουν την ταυτότητά τους και την αστική δομή τους μέσα από ιδιαίτερα μοτίβα ανάπτυξης όπου το νέο και το παλιό θα συνυπάρχουν αρμονικά.

1.2.3.1. Το Πρόγραμμα URBACT.



Το URBACT³⁵ ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα για ανταλλαγή, μάθηση και προώθηση της βιώσιμης αστικής ανάπτυξης για την εξεύρεση λύσεων στις μεγάλες αστικές προκλήσεις. Επιβεβαιώνει τον καίριο ρόλο που διαδραματίζουν οι πόλεις για την αντιμετώπιση των όλο και πιο σύνθετων κοινωνικών αλλαγών. Συμβάλλει έτσι ώστε οι πόλεις να αναπτύξουν ρεαλιστικές και βιώσιμες λύσεις οι οποίες θα ενσωματώσουν την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική διάσταση και δίνει τη δυνατότητα στις πόλεις να ανταλλάξουν καλές πρακτικές και διδάγματα από όλους τους επαγγελματίες που εμπλέκονται στην αστική πολιτική σε όλη την Ευρώπη. Συμμετέχουν 300 πόλεις, 29 χώρες και 5.000 ενεργοί πολίτες. Χρηματοδοτείται από κοινού από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης) και τα κράτη μέλη. Το ευρωπαϊκό πρόγραμμα αποτελεί μέρος της πολιτικής συνοχής για την Ευρώπη όπου στόχος του είναι να συμβάλει στην εφαρμογή της Λισαβόνας-Γκέτεμποργκ, η οποία δίνει προτεραιότητα στην ανταγωνιστικότητα, στην ανάπτυξη και στην απασχόληση.



Σχεδιάγραμμα 5. Α. Το URBACT σε ημερομηνίες Β. Το URBACT σε αριθμούς
 (<http://urbact.eu/>)

³⁵ <http://urbact.eu/e>. Ημερομηνία πρόσβασης:

Τον πυρήνα του προγράμματος τον αποτελούν 44 έργα που είναι ομαδοποιημένα σε πολλούς τομείς εμπειρογνωμοσύνης. Δίνουν τη δυνατότητα στις πόλεις να συνεργαστούν και να αναπτύξουν αποτελεσματικές και βιώσιμες λύσεις σε βασικές αστικές προκλήσεις. Οι τομείς που ενεργοποιούνται κατατάσσονται σε 9 ενότητες:

- Ενεργητική ένταξη
- Πολιτιστική κληρονομιά και ανάπτυξη της πόλης
- Μειονεκτούσες γειτονιές
- Ανθρώπινο κεφάλαιο και επιχειρηματικότητα
- Καινοτομία και δημιουργικότητα
- Χαμηλές εκπομπές άνθρακα στο αστικό περιβάλλον
- Μητροπολιτική Διακυβέρνηση
- Πόλεις - Λιμάνι
- Ποιότητα βιώσιμης ζωής

Παράδειγμα: Α. Η Καινοτομία & δημιουργικότητα



Η αρχική υπόθεση του έργου είναι ότι η δημιουργικότητα μπορεί να λειτουργήσει ως κινητήρια δύναμη για την οικονομική ανάπτυξη των μικρών αστικών κέντρων και όχι μόνο των μεγάλων πόλεων. Έτσι, η κύρια προστιθέμενη αξία που το έργο του Creative δικτύου μπορεί να παράγει είναι να μεταφέρει το «δημιουργικό μοντέλο πόλης» (πάρα πολύ επικεντρώθηκε στις μεγάλες και μεσαίες μητροπόλεις), στις αστικές περιοχές με χαμηλή πυκνότητα. Με άλλα λόγια, να μεταφέρει μια σειρά από αστικά χαρακτηριστικά (προσβασιμότητα, πολιτιστική ζωή, τεχνολογικά μέσα, ανταγωνιστικούς ομίλους, παγκόσμια δικτύωση, κ.λπ.) σε μεσαίες και μικρές πόλεις. Αυτό έχει σημασία σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, διότι το έργο πρόκειται να διερευνήσει την δημιουργική ικανότητα μέσα από την

κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη για τις μικρές και μεσαίου μεγέθους πόλεις, καθώς και μια εξαιρετική ευκαιρία να ξανασκεφτούμε την ανάπτυξη της υπαίθρου.³⁶



Εικόνα 17: URBACT/ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ & δημιουργικότητα η πόλη Obidos

(<http://urbact.eu/>)

Η πόλη Óbidos στην Ουγγαρία εφαρμόζει την επίσημη στρατηγική για να γίνει μια δημιουργική, οικολογική και υγιεινή πόλη που να βασίζεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της. Σκοπός είναι να μετατραπεί σε ένα μοναδικό μέρος για να ζει κάποιος, να εργάζεται, και να λειτουργεί σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Από το 2002 το Óbidos υλοποιεί την αναπτυξιακή στρατηγική που εστιάζει στο μίγμα των παρακάτω τομέων: Τουρισμός - Πολιτισμός - Οικονομία. Το Δημοτικό Συμβούλιο έχει οργανώσει μια σειρά από εκδηλώσεις που προσελκύουν την προσοχή σε αυτή την ιστορική πόλη.

Οι επιμέρους στόχοι του προγράμματος είναι:

- **Δημιουργικό clusters:** το «δημιουργικό μοντέλο πόλης» (που μέχρι σήμερα πάρα πολύ επικεντρώθηκε στις μεγάλες και μεσαίες μητροπόλεις), να μεταφερθεί σε αστικές περιοχές με χαμηλή πυκνότητα.
- Να ενοποιηθούν οι διάφορες ιδέες, σκέψεις και προσεγγίσεις πόλεων με κοινά σημεία για την ανάπτυξη των περιοχών της πόλης.

³⁶ <http://urbact.eu/>

Παράδειγμα: B. ACTIVE INCLUSION ENΤΑΞΗ & ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ



Εικόνα 18: URBACT/ ACTIVE INCLUSION ENΤΑΞΗ(<http://urbact.eu>)

Το κύριο θέμα του έργου είναι η παραγωγή 9 σχεδίων δράσης για την υλοποίηση συγκεκριμένων δράσεων για μια ολοκληρωμένη προσέγγιση για την αγορά εργασίας και τις κοινωνικές πολιτικές για τους ηλικιωμένους.³⁷ Το έργο ACTIVEAGE είναι θεματικά δίκτυα που επικεντρώνονται στη γήρανση του πληθυσμού που είναι χαρακτηριστικό όλων των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Επιδιώκει να αναπτύξει την ανταλλαγή εμπειριών μεταξύ 9 πόλεων που αντιμετωπίζουν τη γήρανση του πληθυσμού προκειμένου να αναπτύξει μεγαλύτερη επαγγελματική ικανότητα και, συνεπώς, να προσδιορίσει και να αναπτύξει καλές πρακτικές βοηθώντας τους να θέσουν σε εφαρμογή μια ολοκληρωμένη προσέγγιση για την αντιμετώπιση αυτού του ζητήματος.



Εικόνα 19: URBACT/ ACTIVE INCLUSION ENΤΑΞΗ. Ο Δήμος της Ρώμης (<http://urbact.eu/>)

Το πρόγραμμα τοπικής ανάπτυξης, κατάρτισης και απασχόλησης υλοποιεί ως πόλη leader ο **Δήμος της Ρώμης**. Διαθέτει μεγάλη εμπειρία στη διαχείριση κάθε είδους

³⁷ Στην ΕΕ το ποσοστό των ηλικιωμένων (65 ετών και άνω) θα αυξηθεί από 16,4% το 2004 σε 29,9% το 2050 και από 75,3 εκατομμύρια το 2004 σε 134.500.000 το 2050. Τα υψηλότερα ποσοστά των ηλικιωμένων το 2050 αναμένονται στην Ισπανία (35,6%), στην Ιταλία (35,3%) και στην Ελλάδα (32,5%).

δραστηριότητας, που προωθείται από το Δημοτικό Συμβούλιο, στο θέμα της κοινωνικής ένταξης, της απασχόλησης, του επαγγελματικού προσανατολισμού, ιδίως όσον αφορά τα ολοκληρωμένα έργα σε τοπικό επίπεδο. Το τμήμα έχει δημιουργήσει πολιτικές για την απασχόληση, όπου επικεντρώνονται στην αντικατάσταση της παλαιάς έννοιας της «θέσης εργασίας» με μια νέα έννοια της «αυτο-απασχόλησης». Από την άποψη αυτή ο Δήμος υλοποιεί ολοκληρωμένες δράσεις για την προώθηση της «Α ΤΙΥ στρατηγικής για την απασχόληση».

Επιμέρους στόχοι:

Ακόμη και αν ο αντίκτυπος της γήρανσης του πληθυσμού διαφέρει από πόλη σε πόλη και από περιοχή σε περιοχή, θα επηρεάσει σχεδόν κάθε τομέα της ζωής: τις αγορές εργασίας, τη στέγαση, τα συστήματα κοινωνικής ασφάλισης, τις υποδομές, τις αστικές πολιτικές / χωροταξικού σχεδιασμού, την εκπαίδευση, τους προϋπολογισμούς και τα οικονομικά. Οι εταίροι σε αυτό το δίκτυο έχουν τονίσει τα ακόλουθα κοινά υποθέματα που θα αποτελέσουν τη βάση της διακρατικής ανταλλαγής:

- Γήρανση και οικονομία (επιχειρήσεις και τα «ασημένια» της οικονομίας).
- Αντίκτυπος στην περίθαλψη - ρυθμίσεις.
- Η γήρανση και η ανασφάλεια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1. Η στρατηγική ως παράγοντας επιτυχίας μιας πόλης

2.1.1. Εισαγωγή

Ο χωρικός σχεδιασμός παραδοσιακά γίνεται σε εθνικό, περιφερειακό ή αστικό επίπεδο. Σύμφωνα με θεωρητικούς του σχεδιασμού³⁸³⁹ ο χωρικός σχεδιασμός αφορά την ύπαρξη μιας ποικιλότητας κυβερνητικών δράσεων με στόχο την ανάπτυξη και εφαρμογή συγκεκριμένων στρατηγικών, σχεδίων, πολιτικών και έργων σε συγκεκριμένο κάθε φορά χώρο, όπου υπάγεται σε μια στρατηγικά σχεδιασμένη μορφή ανάπτυξης. Οι δράσεις αυτές διαμορφώνονται μέσα από τις δυναμικές της οικονομικής και κοινωνικής αλλαγής. Το υπερεθνικό επίπεδο (ομάδων κρατών ή περιφερειών τους) προστέθηκε στα τρία κλασσικά επίπεδα εφαρμογής το τελευταίο μισό του 20ου αιώνα και ενθαρρύνεται από την δημιουργία σχημάτων που ξεπερνούν τα όρια απλής συνεργασίας κρατών (π.χ. Ευρωπαϊκή Ένωση) και από τις αυξανόμενες τάσεις παγκοσμιοποίησης. Ο «στρατηγικός χαρακτήρας του χωρικού σχεδιασμού δεν είναι δεδομένος, καθώς, σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να έχει περισσότερο το χαρακτήρα «έργου».

2.2. Στρατηγική Σχεδίαση

Ο Στρατηγικός Σχεδιασμός αναπτύχθηκε ιστορικά σαν μοντέλο συστηματοποίησης με απώτερο σκοπό την αξιολόγηση εναλλακτικών λύσεων/ σεναρίων και τη διαμόρφωση αποφάσεων αρχικά στο στρατιωτικό περιβάλλον και μετέπειτα στον κόσμο των επιχειρήσεων.⁴⁰⁴¹⁴²

³⁸ Healy P., Khakee A., Motte A., Needham B. (1997). Making strategic spatial plans: innovation in Europe. London: UCL Press.

³⁹ Mastop H. and Faludi A. (1997). Evaluation of Strategic Plans: The Performance Principle, Environment and Planning B: Planning and Design.

⁴⁰ Hopkins W.E. & Hopkins S.A. (1997) "Strategic Planning—financial performance relationships in banks: a causal examination", Strategic Management Journal, 18:635-652.

⁴¹ Miller D. & Holt-Jensen A. (1997) "Bergen and Seattle: a Tale of Strategic Planning in Two Cities", European Planning Studies, 5, no.2 pp 195-214.

⁴² Andersen J. T. (2000) "Strategic Planning, Autonomous Actions and Corporate Performance". Long Range Planning, 33: 184-200.

Η πρώτη φάση στην ανάπτυξη ενός Στρατηγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ είναι ο προσδιορισμός του οράματος. Είναι πολύ σημαντική ως φάση από την στιγμή που οι δημόσιες αρχές από την μια πλευρά και οι ιδιωτικοί φορείς από την άλλη συνεργάζονται προκειμένου να ορισθούν οι στόχοι και τα κίνητρα ανάπτυξης, τα οποία σε πολλές περιπτώσεις δεν είναι ταυτόσημα μεταξύ του δημόσιου τομέα και των ιδιωτών.⁴³ Η κάθε στρατηγική από μόνη της είναι δυνατόν να εξυπηρετεί την επίτευξη ενός ειδικού ή γενικού στόχου και την επίτευξη πολλών ειδικών στόχων.

Στη διαμόρφωση των κατάλληλων στρατηγικών στην περίπτωση του Μάρκετινγκ του Τόπου, ο Porter (1980) πρότεινε δυο γενικές στρατηγικές οι οποίες είναι δυνατόν να εφαρμοστούν. Οι στρατηγικές αυτές είναι: α) Η στρατηγική της διαφοροποίησης (differentiation strategy) και β) η στρατηγική της εστίασης (focus strategy). Στην περίπτωση της πρώτης αναδύονται τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και οι μοναδικότητες της πόλης, ενώ στη δεύτερη υπάρχει εστίαση σε μια συγκεκριμένη αγορά-στόχο στην οποία όμως καλούνται να εξυπηρετήσουν ιδιαίτερες ανάγκες. Επίσης οι Δέφνερ και Μεταξάς προτείνουν και δυο άλλες μορφές στρατηγικής, αυτές της διείσδυσης (penetration strategy) και του συνεργατικού μάρκετινγκ (co-operative marketing). Στη στρατηγική διείσδυσης καλούνται να εισέλθουν σε μια νέα αγορά στόχο με τα υπάρχοντα αγαθά ενώ η στρατηγική του συνεργατικού μάρκετινγκ, προϋποθέτει την από κοινού διαμόρφωση και υλοποίηση δράσεων προώθησης, μέσα από την εκπροσώπηση κοινών συμφερόντων από τις ομάδες της εκάστοτε πόλης.⁴⁴

2.2.1. Στρατηγική Ανάλυση-Αξιολόγηση δυνατοτήτων

Η ανάλυση του Εσωτερικού και Εξωτερικού περιβάλλοντος αναφέρεται στο περιβάλλον ενός οργανισμού, ο οποίος μπορεί να έχει την μορφή επιχείρησης, δημόσιου οργανισμού ή ενός τόπου/πόλης.⁴⁵ Οι κυριότεροι παράγοντες που

⁴³ Ashworth J.G και Voogd H. (1990) Selling the City, Belhaven Press.

⁴⁴ Promotion Methodology Report, National Marine Park of Northern Sporades, Interreg Ilc (2001)

⁴⁵ Όσον αφορά την εσωτερική διάγνωση (internal audit), αναφέρεται στους παράγοντες που μπορούν να επηρεαστούν από τις εκάστοτε πολιτικές των αστικών αρχών ενός τόπου/ πόλης. Η εξωτερική διάγνωση (external audit), αναφέρεται στην συλλογή στοιχείων και πληροφοριών για τον σχεδιασμό στρατηγικών ανάπτυξης και τον καθορισμό στόχων, στοιχεία τα οποία θα χρησιμοποιήσει η εσωτερική ανάλυση

συνθέτουν το Εσωτερικό και Εξωτερικό περιβάλλον: α) εσωτερικό περιβάλλον (Internal Environment): Δημογραφικά και γεωμορφολογικά στοιχεία, πολιτικοί παράγοντες σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο, παράγοντες Τοπικής Διοίκησης, ο χαρακτήρας και η φύση της τοπικής αγοράς (πρωτογενής, δευτερογενής, τριτογενής τομέας), υποδομές μεταφορών, κοινωνικές υποδομές και υπηρεσίες, τοπική οικονομία, η ποιότητα ζωής, το φυσικό περιβάλλον, οι ζώνες πρασίνου, χώροι ελεύθερου χρόνου, ο πολεοδομικός και χωροταξικός σχεδιασμός, το επίπεδο και ο χαρακτήρας εκπαίδευσης του πληθυσμού, ερευνητικά κέντρα, το πολιτιστικό περιβάλλον και η ιστορικότητα του τόπου/ πόλης, τουρισμός και ανάλυση των μορφών δράσης κ.ά. β) Εξωτερικό Περιβάλλον (External Environment): i. Μικροοικονομικό επίπεδο: Τοπικός ή περιφερειακός ανταγωνισμός, ύπαρξη ευκαιριών ανάπτυξης σε περιφερειακό περιβάλλον, συλλογή πληροφοριών για ανάπτυξη στρατηγικών δράσης από άλλες περιοχές, αποφυγή κινδύνων ή απειλών. ii. Μακροοικονομικό επίπεδο: Ανάλυση, Πολιτικών, Οικονομικών, Τεχνολογικών και Κοινωνικών Παραγόντων (PEST Analysis)⁴⁶ σε εθνικό, Ευρωπαϊκό ή διεθνές επίπεδο, δυνατότητες ανάπτυξης στον Ευρωπαϊκό χώρο, εκμετάλλευση ευκαιριών για την προσέλκυση δυνητικών δράσεων (ωφέλιμων για τον τόπο/ πόλη), συλλογή, επεξεργασία και αξιολόγηση στρατηγικών ανάπτυξης σε διεθνές επίπεδο κ.ά.

Η ανάλυση του περιβάλλοντος στοχεύει στο να δοθούν απαντήσεις στα τρία βασικά ερωτήματα του στρατηγικού σχεδιασμού: α) Πού βρισκόμαστε την παρούσα στιγμή; (παρούσα κατάσταση και δυναμική της πόλης), β) Που θέλουμε να φτάσουμε; (πως θέλουμε να γίνει η πόλη - όραμα και στόχοι), γ) Πώς και με ποια μέσα θα ικανοποιηθούν οι αρχικοί στόχοι; (μέθοδοι και πρακτικές για την επίτευξη των στόχων)⁴⁷

για την άσκηση πολιτικών προκειμένου να καλυφθούν οι απαιτήσεις των μελλοντικών χρηστών (Ashworth & Voogd, 1990: 47)

⁴⁶ PEST Analysis (Political, Economical, Social and Technological) factors

⁴⁷ Healy P., Khakee A., Motte A., Needham B. (1997). Making strategic spatial plans: innovation in Europe. London: UCL Press.

2.2.2. Στρατηγική Εφαρμογή

2.2.2.1. Ανάπτυξη διεθνούς επικοινωνιακής στρατηγικής

Με δεδομένο το γεγονός ότι το Μάρκετινγκ του τόπου/ πόλης, είναι μια στρατηγικά σχεδιασμένη διαδικασία, οι προϋποθέσεις επιτυχούς εφαρμογής αφορούν:

α) Την υιοθέτηση και αποδοχή του σχεδιασμού και εφαρμογή της διαδικασίας από την τοπική κοινωνία και ειδικότερα από τους λαμβάνοντες τις αποφάσεις στο περιβάλλον των πόλεων. Κάθε τι καινούργιο προκαλεί φόβο, αμφισβήτηση αλλά και περιέργεια. Ειδικότερα για τις ελληνικές πόλεις, αλλά και για όσες πόλεις η δράση αυτή είναι άγνωστη, η φάση αυτή είναι πολύ σημαντική όσον αφορά στην αποτελεσματικότητα του Μάρκετινγκ της πόλης.

β) Την ουσιαστική διάγνωση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της κάθε πόλης, έτσι ώστε να αποτελέσουν τους άξονες διαμόρφωσης πολιτικών σε συγκεκριμένους τομείς. Απώτερος στόχος είναι η προσέλκυση των δυνητικών αγορών στόχων που η κάθε πόλη επιθυμεί να προσελκύσει.

γ) Την επένδυση στις διαδικασίες της ανάλυσης και συλλογής στοιχείων του εξωτερικού περιβάλλοντος των πόλεων, εστιάζοντας τόσο στην μελέτη αντίστοιχων πολιτικών ανάπτυξης από άλλες πόλεις, αλλά και σε στοιχεία που αφορούν τάσεις, απαιτήσεις, και στάσεις στη διεθνή τουριστική, πολιτιστική ή επενδυτική αγορά.

δ) Την πιστή εφαρμογή των σταδίων του στρατηγικού σχεδιασμού, όπως αυτά αναλύθηκαν στη φάση του σχεδιασμού.

ε) Την ικανότητα των συμμετεχόντων και ειδικότερα των τοπικών φορέων διοίκησης, να σχεδιάζουν και να εφαρμόζουν στρατηγικές δράσεις προώθησης και υποστήριξης της εικόνας των πόλεων τους.⁴⁸

στ) Την ύπαρξη ενός ειδικού γραφείου ή οργανισμού Μάρκετινγκ της πόλης, αποτελεί μια βασική αναγκαιότητα. Το γραφείο αυτό θα έχει ως στόχο την ανάπτυξη όλων των φάσεων προώθησης και υποστήριξης της εικόνας της πόλης και θα είναι επανδρωμένο με εξειδικευμένο προσωπικό.

⁴⁸ Σύμφωνα με τον Van den Berg κ.ά. (1997, 1999) η «ικανότητα οργάνωσης» αναφέρεται ως η: «δυνατότητα εξασφάλισης της συμμετοχής όλων των εμπλεκόμενων φορέων αστικής ανάπτυξης, όπου μέσα από την ενεργό συμμετοχή τους, να παραχθούν νέες ιδέες, να σχεδιαστούν και να εφαρμοστούν πολιτικές, οι οποίες να ανταποκρίνονται στα κρίσιμα ζητήματα ανάπτυξης και να δημιουργούν παράλληλα τις συνθήκες για βιώσιμη ανάπτυξη».

ζ) Την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ των ομάδων που δραστηριοποιούνται στο περιβάλλον των πόλεων (δημόσιες αρχές, επιχειρήσεις, κάτοικοι, αναπτυξιακές εταιρίες κ.ά.), είναι ένα πολύ σημαντικό η έκβαση της διαδικασίας μάρκετινγκ. Στην ουσία κάνουμε λόγο για συνεργατικό μάρκετινγκ (corporate marketing), η εφαρμογή του οποίου προϋποθέτει την εκπροσώπηση κοινών συμφερόντων μεταξύ των συμμετεχόντων πλευρών.

Το βασικότερο στην ανάπτυξη στρατηγικών προώθησης είναι η «Αποτελεσματική Επικοινωνία»⁴⁹ η διαδικασία δηλαδή με την οποία το μήνυμα θα φτάσει στον τελικό καταναλωτή και ο σχεδιασμός της «εικόνας της πόλης/ τόπου»⁵⁰. Η ανάπτυξη ενός μοντέλου επικοινωνίας με τις υφιστάμενες αγορές-στόχους ή με τις δυνητικές θα πρέπει να βασίζεται στις εξής παραμέτρους:

- Στην αποσαφήνιση της «εικόνας» του τόπου/ πόλης
- Στην αποσαφήνιση των αλλαγών που θέλουμε να πετύχουμε για την πόλη/ τόπο
- Στον προσδιορισμό των αγορών στόχων που μας ενδιαφέρουν (Γιατί μας ενδιαφέρουν; Τι το ιδιαίτερο έχουν; Ποιο το προσδοκώμενο όφελος για την πόλη/ τόπο;)
- Στον σχεδιασμό, την επιλογή και την στρατηγική/ ες ανάπτυξης του μηνύματος
- Στη ψυχολογία του κοινού

2.2.2.2. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την είσοδο και προβολής σε ξένες αγορές

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιτυχία την ίδια τη διαδικασία ανάπτυξη της επωνυμίας είναι:

Εταιρική σχέση και ηγεσία: μια επωνυμία μπορεί να αναπτυχθεί και να υλοποιηθεί με επιτυχία από τους βασικούς φορείς του τόπου. Δεν είναι ένα καθήκον που πρέπει να αφηθεί στην κυβέρνηση και μόνο. Οι οργανώσεις που μπορούν να διαμορφώσουν το μέλλον του τόπου μέσα από τις δράσεις, τις επενδύσεις τους και των επικοινωνιών θα πρέπει να συνεργαστούν και θα πρέπει επίσης να επιδείξουν κοινή ηγεσία στον τομέα της ανάπτυξης και εφαρμογής της στρατηγικής τους. Σε πολλά μέρη, οι κρατικές υπηρεσίες επιφορτίζονται με την προσπάθεια δημιουργίας και διαχείριση της επωνυμίας, με ανάμικτα αποτελέσματα.

⁴⁹ (Schramm, 1995),

⁵⁰ Kotler P., Asplund C, Rein I. and Haider H.D. (1999) Marketing Places Europe. Prentice Hall

Όραμα και στρατηγική: το πρώτο πράγμα που οι παράγοντες της επωνυμίας χρειάζεται να κάνουν είναι να μοιραστούν και να συγκρίνουν τις απόψεις τους σχετικά με το μέλλον του τόπου και να βεβαιωθούν για την ανάπτυξη ενός κοινού οράματος τους σε μεγαλύτερο βαθμό από ό, τι το άθροισμα των ατομικών τους οραμάτων. Τα υπάρχοντα οράματα συχνά είναι υπερβολικά σχετικά με τον «τομέα εργασίας» του κάθε παράγοντα (σε μία περίπτωση κατεγράφησαν 23 οράματα για την ίδια πόλη) και δεν ήταν κάτι παραπάνω από του τύπου «μια καλύτερη πόλη για να ζήσει», με την καλύτερη δυνατή υγειονομική περίθαλψη, την εκπαίδευση και την εξασφαλισμένη απασχόληση για όλους». Από τη στιγμή που έχουν συμφωνήσει σε ένα κοινό όραμα, οι θεσμικοί παράγοντες ή εταίροι πρέπει να χαράξουν μια στρατηγική για την επωνυμία του τόπου τους ώστε να μπορούν να από κοινού να το εφαρμόσουν.

Αξιολόγηση και δημιουργικότητα: οι εταίροι πρέπει να είναι ρεαλιστές και να καταλάβουν τι έχει διαμορφώσει την επωνυμία του τόπου τους μέχρι στιγμής, και τι δούλεψε ή τι δεν δούλεψε στο παρελθόν. Αυτό, ωστόσο, δεν τους αποκλείει από το να βρουν νέους τρόπους να κάνουν πράγματα, από τις αναπτυσσόμενες πρωτότυπες ιδέες και από τη δημιουργία καινοτομιών για τον τόπο τους.

Εφαρμογή στην επωνυμία: Τέλος, οι εταίροι πρέπει να εμπλέξουν και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη για την υλοποίηση της στρατηγικής τους με δράσεις, επενδύσεις, προσέλκυση μέσω προγραμμάτων και εκδηλώσεις που επιδεικνύουν την επωνυμία «σε δράση». Υπάρχει ένα τεράστιο έργο διαχείρισης των φορέων, των δραστηριοτήτων τους και των επικοινωνιών, ώστε να εξασφαλιστεί ότι οι συμφωνηθείσες πρωτοβουλίες πραγματοποιούνται, με συνέπεια και με συνέπεια ως προς την επωνυμία. Οι εταίροι πρέπει, επομένως, να αποφασίσουν για τον καλύτερο τρόπο διοργάνωσης για να διασφαλίσουν την αποτελεσματική εφαρμογή των σχεδίων τους.⁵¹

Στο πλαίσιο αυτό οι πόλεις ανταγωνίζονται στην προσέλκυση δυνητικών αγορών στόχων από το εξωτερικό αλλά και το εσωτερικό τους περιβάλλον. Οι δυνητικές αγορές στόχοι αφορούν ξένες επενδύσεις, επικερδείς τουριστικές αγορές, ή ακόμα εξειδικευμένες ομάδες επισκεπτών καθώς και νέους δυνητικούς κατοίκους στις

⁵¹ Sicco(2008). Πώς θα βελτιωθούν οι πιθανότητες για μια επιτυχημένη ανάπτυξη και εφαρμογή μιας στρατηγικής για το brand ενός τόπου ; ανακοίνωση στο blog «Πόλεις και Πολιτικές»

περιοχές αυτές. Τα κριτήρια ελκυστικότητας για τις παραπάνω αγορές-στόχους διαφοροποιούνται ανάλογα με το τι επιζητά η κάθε αγορά στόχος από την περιοχή την οποία αποφασίζει να επιλέξει. Είναι πολύ σημαντικό το γεγονός ότι η εικόνα της κάθε πόλης, δεν απευθύνεται στις ίδιες αγορές στόχους με την ίδια ένταση και σχεδιασμό. Πολλές φορές είναι δυνατό να απευθύνεται σε εξειδικευμένες αγορές στόχους (Πίνακας 1) όπως τα μητροπολιτικά κέντρα (Παρίσι, Λονδίνο).⁵² Οποιαδήποτε όμως και αν είναι η προσέγγιση, πάντα θα πρέπει να ικανοποιεί τις απαιτήσεις και τις προσδοκίες των αγορών στόχων, έχοντας ως βάση το βαθμό της «ικανότητας των πόλεων» να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις αυτές αλλά και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των δυνητικών αγορών στόχων.

Οι τακτικές αφορούν τα βήματα τα οποία πρέπει να σχεδιαστούν, τα πλάνα δράσης που πρέπει να αναπτυχθούν προκειμένου να υλοποιηθούν οι στρατηγικές. Οι τακτικές είναι άμεσα συνυφασμένες, όπως και οι στρατηγικές, με τους στόχους που πρέπει να επιτευχθούν και ακολουθούν την πορεία που καθορίζεται με βάση τις στρατηγικές που επιλέχθηκαν.⁵³

Πέντε είναι τα κριτήρια που προσδιορίζουν μια αγορά στόχο ως «συμφέρουσα και επικερδή». Συγκεκριμένα: α) η ιδιαιτερότητα της αγοράς στόχου, β) το εύρος (μέγεθος) της αγοράς στόχου, γ) η προσβασιμότητα στο εσωτερικό της, δ) η ομοιογένεια στο εσωτερικό της και ε) η ανομοιογένεια με άλλες αγορές-στόχους.

| | |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ομάδες ενδιαφέροντος για Τεχνολογία και Πληροφορική | Επισκεφτείτε το CeBIT Conference στο Ανόβερο, όπου συνήθως συμμετέχουν 600.000 άτομα και 7.000 εκθέτες |
| Λάτρεις του κρασιού | Διαδρομές οινογένεσης με αφετηρία τη French Colmar 'The Capital of Alsace Wine' |
| Σχεδιαστές μόδας, αγοραστές και ομάδες με αντιστοιχία | Fashion shows στο Μιλάνο και στο Παρίσι |
| Λάτρεις των Cafe και τουόιotes | Επισκεφτείτε την Βιέννη και τα παραδοσιακά της Cafe |

⁵² Chevrant-Breton, M. (1997) Selling the world city: a comparison of promotional strategies in Paris and London, *European Planning Studies*, 5, pp. 137-161.

⁵³ Στα πλαίσια της επιδιωκόμενης ανάπτυξης της εκάστοτε πόλης, το ενδιαφέρον εστιάζεται τόσο στην προώθηση και στην «πώληση» του αγαθού («πόλη» ή «εικόνα της πόλης»), όσο και στο ποιοι θα «αγοράσουν» το αγαθό αυτό. Άρα κύριος στόχος είναι ο προσανατολισμός σε εκείνες τις αγορές στόχους που έχουν την αγοραστική δυνατότητα αλλά και την συνείδηση να θέλουν να αγοράσουν αυτό που προσφέρεται.

| | | |
|-----------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ειδήμονες ιταλικής | της καλής κουζίνας | Όμορφες γευστικές διαδρομές στην Τοσκάνη |
| Λάτρεις των τριαντάφυλλα | κήπων με | Ταξίδι στην Ευρώπη, στους πιο διάσημους κήπους με τριαντάφυλλα: Rome's Municipal Rose Garden, St Anne's Park - Dublin, Valbyparken - Copenhagen, Parc de la Tete d'Or - Lyons |
| Παιδιά | | Οικογενειακά ταξίδια της Legoland στο Billund, Δανία |

Πίνακας 1: Αγορές στόχοι για ειδικά ενδιαφέροντα (Christer Asplund,1999)

2.2.2.3. Ανάπτυξη δικτύων διανομής στο εξωτερικό

Ο Morrison (1999), προσδιορίζει δυο τύπους διανομής: την άμεση και την έμμεση διανομή. Η άμεση διανομή εκδηλώνεται όταν η πόλη (δυνάμεις της πόλης), αναλαμβάνει από μόνη της και με δική της ευθύνη την προβολή και την προώθηση της εικόνας της στις δυνητικές αγορές στόχους, ερχόμενη σε πράξεις συνεργασίας και συμφωνίες με προμηθευτές, μεταφορείς, αεροπορικές εταιρίες, ξενοδόχους, σε τοπικό, περιφερειακό, ευρωπαϊκό ή διεθνές. Η έμμεση διανομή αφορά στην διοχέτευση, μέρους της ευθύνης προβολής και προώθησης (εργολαβία) αλλά και της εκτελεστικής διαδικασίας, και σε άλλους φορείς ή οργανισμούς με στόχο την αποτελεσματική ενίσχυση και υποστήριξη της διαδικασίας προώθησης (γραφεία υποστήριξης -εξωτερικοί σύμβουλοι).

Η Ελβετία, για παράδειγμα, διαθέτει την οργάνωση, Η «Παρουσία της Ελβετίας»⁵⁴ για να συντονίζει διάφορους φορείς του δημόσιου-ιδιωτικού τομέα. Η « Παρουσία της Ελβετίας» συνεργάζεται με μια σειρά οργανισμούς στα πλαίσια της ομοσπονδιακής διοίκησης και με τρίτους στον τομέα της επικοινωνίας στο εξωτερικό, καθώς και με ελβετικές εταιρίες. Καθένας από τους οργανισμούς αυτούς έχει συγκεκριμένους στόχους και διακριτές στρατηγικές. Στην περίπτωση της Swissnex⁵⁵,

⁵⁴ www.image-switzerland.ch.

⁵⁵ Το μοντέλο swissnex είναι μια πρόωρη προσπάθεια κεφαλαιοποίησης σε μια συγκεκριμένη κατεύθυνση του nation branding για την προώθηση της επιστήμης και της τεχνολογίας, της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και της καινοτομίας. Παρά το γεγονός ότι τα έθνη έχουν μακρά παράδοση της διπλωματίας της επιστήμης, το μοντέλο swissnex προσφέρει μια «ανοικτού κώδικα» προσέγγιση στη δημιουργία συνδέσεων μεταξύ μιας συγκεκριμένης χώρας και των περιφερειών στις οποίες διατηρεί ένα παρατήριο της γνώσης. Καθώς το δίκτυο swissnex συνεχίζει να αναπτύσσεται, είναι σαφές ότι κάθε θέση θα έχει τις δραστηριότητές της το δικό, branding, τις συνδέσεις, τον πολιτισμό και το ταλέντο, αλλά οι περισσότεροι θα έχουν κοινά χαρακτηριστικά

παίρνει τη μορφή ενός δικτύου της επιστήμης και της τεχνολογίας ως παρατηρητήριο που αντιπροσωπεύει ένα βασικό στοιχείο της στρατηγικής πολιτικής της Ελβετίας στην προώθηση της τεχνολογίας της επιστήμης και της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, της έρευνας και της καινοτομίας.



Σχεδιάγραμμα 6: Δίκτυο Swissnex της Βοστώνης(www.image-switzerland.ch)

2.1.6.4. Πρακτικά εργαλεία και τεχνικές στο διεθνές brand management

Υπάρχουν πολλοί μεθοδολογικοί τρόποι καταγραφής της κοινής γνώμης οι οποίοι χρησιμοποιούνται ως εργαλεία για τη συγκέντρωση και τον συγκερασμό των απόψεων σχετικά με το προφίλ και την εικόνα της εκάστοτε χώρας. Ένας από αυτούς, και ο πιο γνωστός για περιπτώσεις κρατών, είναι το Nation Brands Index (NBI), επινοημένο από τον «γκουρού» του nation branding, Simon Anholt. Ο συγκεκριμένος κατάλογος αξιολόγησης κρατών δημιουργήθηκε το 2005 ως μια προσπάθεια καταγραφής των απόψεων του κοινού για το εθνικό brand μιας χώρας σε σχέση με τον τουρισμό της, την κουλτούρα της, την πολιτική της και όλων εν γένει των στοιχείων εκείνων που

εμπνευσμένα πάνω στην λίστα των αντανάκλασεων. Ο κύριος λόγος για την επιτυχία της swissnex μέχρι στιγμής είναι ότι οι ενδιαφερόμενοι έχουν καταλάβει γρήγορα την αξία του, καθώς τα περισσότερα από αυτά που είναι απαραίτητα προέρχονται από χρηματοδοτικούς πόρους. Δεν είναι μόνο το ότι συμβάλει στην οικοδόμηση νέων δραστηριοτήτων, αλλά σηματοδοτεί επίσης την αξία του τι παράγεται σε παρατηρητήρια swissnex σε όλο τον κόσμο. Τέλος, δεδομένου ότι έχει να ασχοληθεί με τη δημιουργία της γνώσης, η επιτυχία θα πρέπει να αξιολογηθεί με ένα ευρύ, αντισυμβατικό τρόπο. Σε αυτό το πλαίσιο, η έδρα για το δίκτυο swissnex αρνείται να προβεί σε επίσημη αξιολόγηση του συστήματος μέτρησης.

διαμορφώνουν την εικόνα και τη φήμη της. Στην πραγματικότητα, το NBI μετράει τη δύναμη και την έλξη που ασκεί η εικόνα ενός εθνικού brand στο κοινό και περιγράφεται ως «μοναδικό βαρόμετρο της διεθνούς κοινής γνώμης» στο συγκεκριμένο ζήτημα.⁵⁶

Full Index

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|-------------|----|---------------|----|----|-------------|----|----|---------------|----|----|-------------|----|----|-------------|----|----|-------------|-----|
| 1 | CANADA | 21 | UNITED STATES | 26 | 41 | INDIA | 55 | 61 | SAUDI ARABIA | 66 | 71 | RUSSIA | 77 | 81 | CHINA | 86 | 91 | ALGERIA | 91 |
| 2 | AUSTRALIA | 3 | GERMANY | 14 | 42 | MALAYSIA | 40 | 52 | INDONESIA | 47 | 53 | POLAND | 57 | 62 | FRANCE | 63 | 68 | NETHERLANDS | 68 |
| 3 | NEW ZEALAND | 4 | ITALY | 16 | 43 | FINLAND | 31 | 45 | VIETNAM | 53 | 58 | TURKEY | 77 | 82 | SPAIN | 72 | 78 | UKRAINE | 80 |
| 4 | NETHERLANDS | 1 | SPAIN | 7 | 44 | INDONESIA | 39 | 46 | INDIA | 54 | 59 | GERMANY | 64 | 69 | USA | 65 | 70 | ITALY | 89 |
| 5 | SWITZERLAND | 11 | NETHERLANDS | 1 | 45 | FRANCE | 32 | 47 | UNITED STATES | 56 | 61 | NETHERLANDS | 67 | 72 | UK | 66 | 71 | EL SALVADOR | 90 |
| 6 | JAPAN | 7 | FRANCE | 2 | 46 | NETHERLANDS | 1 | 48 | NETHERLANDS | 54 | 59 | NETHERLANDS | 65 | 70 | NETHERLANDS | 67 | 72 | NETHERLANDS | 94 |
| 7 | FRANCE | 5 | NETHERLANDS | 2 | 47 | NETHERLANDS | 1 | 49 | NETHERLANDS | 55 | 60 | NETHERLANDS | 66 | 71 | NETHERLANDS | 68 | 73 | NETHERLANDS | 95 |
| 8 | FINLAND | 15 | USA | 23 | 48 | MEXICO | 37 | 50 | NETHERLANDS | 56 | 61 | NETHERLANDS | 67 | 72 | NETHERLANDS | 68 | 73 | NETHERLANDS | 96 |
| 9 | UK | 8 | NETHERLANDS | 24 | 49 | NETHERLANDS | 38 | 51 | NETHERLANDS | 57 | 62 | NETHERLANDS | 68 | 73 | NETHERLANDS | 69 | 74 | NETHERLANDS | 97 |
| 10 | NETHERLANDS | 11 | NETHERLANDS | 25 | 50 | NETHERLANDS | 39 | 52 | NETHERLANDS | 58 | 63 | NETHERLANDS | 69 | 74 | NETHERLANDS | 70 | 75 | NETHERLANDS | 98 |
| 11 | NETHERLANDS | 12 | NETHERLANDS | 26 | 51 | NETHERLANDS | 40 | 53 | NETHERLANDS | 59 | 64 | NETHERLANDS | 70 | 75 | NETHERLANDS | 71 | 76 | NETHERLANDS | 99 |
| 12 | NETHERLANDS | 13 | NETHERLANDS | 27 | 52 | NETHERLANDS | 41 | 54 | NETHERLANDS | 60 | 65 | NETHERLANDS | 71 | 76 | NETHERLANDS | 72 | 77 | NETHERLANDS | 100 |
| 13 | NETHERLANDS | 14 | NETHERLANDS | 28 | 53 | NETHERLANDS | 42 | 55 | NETHERLANDS | 61 | 66 | NETHERLANDS | 72 | 77 | NETHERLANDS | 73 | 78 | NETHERLANDS | 101 |
| 14 | NETHERLANDS | 15 | NETHERLANDS | 29 | 54 | NETHERLANDS | 43 | 56 | NETHERLANDS | 62 | 67 | NETHERLANDS | 73 | 78 | NETHERLANDS | 74 | 79 | NETHERLANDS | 102 |
| 15 | NETHERLANDS | 16 | NETHERLANDS | 30 | 55 | NETHERLANDS | 44 | 57 | NETHERLANDS | 63 | 68 | NETHERLANDS | 74 | 79 | NETHERLANDS | 75 | 80 | NETHERLANDS | 103 |
| 16 | NETHERLANDS | 17 | NETHERLANDS | 31 | 56 | NETHERLANDS | 45 | 58 | NETHERLANDS | 64 | 69 | NETHERLANDS | 75 | 80 | NETHERLANDS | 76 | 81 | NETHERLANDS | 104 |
| 17 | NETHERLANDS | 18 | NETHERLANDS | 32 | 57 | NETHERLANDS | 46 | 59 | NETHERLANDS | 65 | 70 | NETHERLANDS | 76 | 81 | NETHERLANDS | 77 | 82 | NETHERLANDS | 105 |
| 18 | NETHERLANDS | 19 | NETHERLANDS | 33 | 58 | NETHERLANDS | 47 | 60 | NETHERLANDS | 66 | 71 | NETHERLANDS | 77 | 82 | NETHERLANDS | 78 | 83 | NETHERLANDS | 106 |
| 19 | NETHERLANDS | 20 | NETHERLANDS | 34 | 59 | NETHERLANDS | 48 | 61 | NETHERLANDS | 67 | 72 | NETHERLANDS | 78 | 83 | NETHERLANDS | 79 | 84 | NETHERLANDS | 107 |

© 2010 by FutureBrand. All rights reserved. In partnership with THE WORLD BRAND

Πίνακας 2: Ετήσια έκθεση με την επωνυμία Country Brand Index. (Future Brand: Country Brand Index)

Σε ένα όλο και πιο αλληλένδετο κόσμο, δεν είναι μόνο οι εταιρίες αλλά και οι χώρες που ασχολούνται με τον ανταγωνισμό για τους περιορισμένους διαθέσιμους πόρους. Οι κυβερνήσεις στρέφονται προς τεχνικές μάρκετινγκ και branding για τη διαφοροποίηση των χωρών τους στην παγκόσμια σκηνή, προκειμένου να καθοριστεί ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις χώρες ανταγωνισμού. Καθώς αυξάνεται ο ανταγωνισμός, τα έθνη πρέπει να αναπτύξουν διακριτά σήματα. Αυτό σημαίνει ότι για να μπορούν να διαφοροποιηθούν πρέπει να είναι κάτι περισσότερο από ένα λογότυπο, σύμβολο ή διαφημιστική εκστρατεία. Δεδομένου ότι πολλές χώρες έχουν αποκτήσει συνειδητοποίηση της σημασίας της διαχείρισης των σημάτων τους, έχουν θεσπίσει σχέδια και πρωτοβουλίες nation branding. Αρκετές έχουν θεσπίσει ακόμη και νομοθεσία για την προώθηση των εμπορικών σημάτων τους και έχουν καταρτίσουν οργανώσεις που είναι ειδικά επιφορτισμένες με τον συντονισμό ιδιωτικού και δημόσιου τομέα.

⁵⁶ <http://www.earthsspeak.com>. Ημερομηνία πρόσβασης:

| 2008 Anholt-GfK Roper Nation Brands Index SM Ranking (Top 20 of 50 Nations) | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----|---------------|
| 1 | Germany | 11 | Spain |
| 2 | France | 12 | Netherlands |
| 3 | United Kingdom | 13 | Norway (tie) |
| 4 | Canada | 13 | Austria (tie) |
| 5 | Japan | 15 | Denmark |
| 6 | Italy | 16 | Scotland |
| 7 | United States | 17 | New Zealand |
| 8 | Switzerland | 18 | Finland |
| 9 | Australia | 19 | Ireland |
| 10 | Sweden | 20 | Belgium |

Πίνακας 3: Κατάλογος με τις χώρες-μάρκες του Anholt (Anholt's NBI list)
(Έκθεση «FutureBrand 2010 Country Brand Index»)

Ο επόμενος πίνακας αφορά την κατάταξη των χωρών η οποία βασίζεται στην έρευνα σε 20 και από τις πιο αναπτυσσόμενες χώρες, σχετικά με τα στοιχεία που αφορούν: τις εξαγωγές, τη διακυβέρνηση, τον πολιτισμό, τους ανθρώπους, τον τουρισμό και τη μετανάστευση.

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Culture Brand Ranking</p> <p>1. France 2. Italy 3. United Kingdom 18. Egypt 20. India</p> | <p>Tourism Brand Ranking</p> <p>1. Italy 2. France 3. Spain 13. Brazil 31. Turkey</p> |
| <p>People Brand Ranking</p> <p>1. Canada 2. Australia 3. Italy 31. Russia 34. South Africa</p> | <p>Governance Brand Ranking</p> <p>1. Switzerland 2. Canada 3. Sweden 22. United States 50. Iran</p> |
| <p>Exports Brand Ranking</p> <p>1. Japan 2. United States 3. Germany 21. China 50. Nigeria</p> | <p>Immigration/Investment Brand Ranking</p> <p>1. Canada 2. United Kingdom (tie) 2. United States (tie) 10. Japan 29. United Arab Emirates</p> |

Πίνακας 4: Κατάταξη των χωρών-στοιχεία του Anholt (Anholt's NBI list) (Έκθεση «FutureBrand 2010 Country Brand Index»)

Παρ'όλα αυτά, το έθνος branding είναι μια πολυετή διαδικασία η οποία είναι σύνθετη και άκρως πολιτικοποιημένη που περιλαμβάνει πολλαπλά επίπεδα και διαστάσεις και άλλων επιστημονικών κλάδων πέρα από τις συμβατικές του branding (Johnston, 2008). Η έκθεση «FutureBrand 2010 Country Brand Index» ή «Έκθεση κατάταξης χωρών από

την FutureBrand⁵⁷ για το 2010» σε συνεργασία με το ειδησεογραφικό δίκτυο BBC World News είναι η έκτη και πιο περιεκτική μελέτη της επωνυμίας χωρών μέχρι τώρα. Είναι πλέον βασισμένη σε περισσότερες χώρες και με περισσότερες πληροφορίες. Μετά από πέντε (5) χρόνια μελετών, θεωρεί ότι η δυναμική της επωνυμίας μιας χώρας βασίζεται σε πέντε (5) σημαντικές διαστάσεις της χώρας αυτής: στον τουρισμό, στην παράδοση, στην κουλτούρα, στην επιχειρηματικότητα, στην ποιότητα ζωής και στο σύστημα αξιολόγησης.⁵⁸

⁵⁷Σημείωση: Η Futurebrand είναι μέρος του Γκρουπ εταιρειών Interpublic Group of Companies, Inc. Είναι μια πρωτοπόρος συμβουλευτική εταιρεία με διεθνή παρουσία σε 24 μεγάλες και σημαντικές πόλεις του εξωτερικού (Abu Dhabi, Beijing, Buenos Aires, Caracas, Dubai, Hamburg, Hong Kong, Kuala Lumpur, London, Madrid, Melbourne, Mexico City, Milan, Moscow, New York, Panama City, Paris, Rome, Santiago de Chile, São Paulo, Shanghai, Singapore, Sydney, Tokyo, Toronto). Σε συνεργασία με τις μεγαλύτερες εταιρείες στον κόσμο η FutureBrand βοηθάει τους πελάτες της (ArcelorMittal, P&G, Microsoft, Dubai World, Intel, Barclays Premier, Nokia, Nestlé, MasterCard, UPS and Unilever) στην ανάπτυξη των επωνυμιών τους για το παρόν και το μέλλον. Η ετήσια έρευνα CBI (Country Brand Index) που πραγματοποιείται από την FutureBrand, μια κορυφαία διεθνή εταιρεία συμβουλευτικών υπηρεσιών branding, σε συνεργασία με τον Τομέα Παγκόσμιου Τουρισμού της εταιρείας PR Weber Shandwick, μελετά από το 2005 τις χώρες ως μάρκες (brands) και εξετάζει τις τάσεις με τις οποίες συνδέονται, κυρίως στον τομέα του τουρισμού, ο οποίος, σύμφωνα με τους ερευνητές, είναι ο πιο προφανής και προβεβλημένος τομέας κάθε χώρας. Βεβαίως, η έρευνα εντοπίζει κι άλλους τομείς που καθορίζουν την εικόνα μιας χώρας, όπως για παράδειγμα τις επενδύσεις και τις εξαγωγές, και ενθαρρύνει τις χώρες να αντιμετωπίζουν την εικόνα τους ολιστικά και όχι με βάση την καθετοποίηση του δημόσιου τομέα ή των κυβερνητικών οργανισμών. Κάθε χρόνο η έρευνα εμπλουτίζει τα μεθοδολογικά της κριτήρια με νέες παραμέτρους, ώστε να γίνεται πιο επίκαιρη.

⁵⁸ **Μεθοδολογία 2008.** Η μεθοδολογία της έρευνας το 2008 της Futurebrand ενσωματώνει στοιχεία από παγκόσμια ποιοτική έρευνα με ερωτώμενους 2.700 ταξιδιώτες από εννέα χώρες, με τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: να ταξιδεύουν προς διεθνείς προορισμούς περισσότερο από μια φορά κάθε χρόνο, η ηλικία τους να είναι μεταξύ 21 και 65 ετών, ενώ αναλογική ήταν η κατανομή του δείγματος κατά φύλο. Τα θέματα του ερωτηματολογίου αφορούσαν την επιλογή του ταξιδιωτικού τους προορισμού, τους συνειρμούς για τη χώρα που επέλεξαν, τη συνολική γνώση για τη χώρα, την προθυμία τους να προτείνουν χώρες ως ιδανικούς ταξιδιωτικούς

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1. City Branding

3.1.1. Εισαγωγή

3.1.2. Ορισμοί

Στην εποχή της πληροφορίας, της κυριαρχίας των μέσων και της παγκοσμιοποίησης της αγοράς και του εμπορίου, το κλειδί για την επιτυχία ενός προϊόντος, μιας εταιρείας, ενός οργανισμού ή ακόμα και μιας χώρας είναι ο σχεδιασμός και η εφαρμογή μιας συστηματικής στρατηγικής επικοινωνίας.

Η έννοια του Brand/ Branding αποτελεί θεμελιώδη όρο στην θεωρία του μάρκετινγκ και πρακτικά θα μπορούσε να μεταφραστεί ως «μάρκα», «φίρμα», εμπορικό σήμα ή εμπορική ταυτότητα. Πρόκειται για ένα προϊόν, μια υπηρεσία ή έναν οργανισμό, που γίνονται αντιληπτά σε συνδυασμό με το όνομα, την ταυτότητα και την φήμη του brand. Επομένως, brand ονομάζεται ένα μείγμα από υλικά και άυλα χαρακτηριστικά, που συμβολίζονται συνήθως με ένα εμπορικό σήμα (trademark) και συνιστούν εμπορικές ιδιότητες, οι οποίες με την κατάλληλη διαχείριση μπορούν να αποφέρουν κέρδη καθώς και μεγάλη επιρροή στον ιδιοκτήτη του brand. Η διαφορά ανάμεσα στην έννοια της ταυτότητας και της εικόνας είναι: η πρώτη αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο μια εταιρεία επιθυμεί να τοποθετήσει το προϊόν της στην αγορά, ενώ η δεύτερη αφορά τον τρόπο με τον οποίο το κοινό αντιλαμβάνεται το εν λόγω προϊόν και την εταιρεία .⁵⁹

Ο όρος branding αναφέρεται στη διαδικασία σχεδιασμού και διαχείρισης του ονόματος και της ταυτότητας ενός προϊόντος, με στόχο την ανάδειξη του συγκριτικού του πλεονεκτήματος έναντι του ανταγωνισμού και της κατάκτησης της καλύτερης

προορισμούς. Επίσης, για την τελική κατάταξη των χωρών αξιολογούνται απόψεις που προκύπτουν από συνεντεύξεις ένας-προς-ένα (one-to-one interviews) σε 30 ειδήμονες της βιομηχανίας του τουρισμού, που ρωτήθηκαν για την εικόνα που έχουν για τις ισχυρότερες χώρες ως μάρκες. Τέλος, ενσωματώνονται στην έρευνα στατιστικά στοιχεία που αφορούν τον τομέα του τουρισμού, οικονομικά στοιχεία κάθε χώρας, στοιχεία που δημοσιεύει η Παγκόσμια Τράπεζα για κάθε χώρα, στατιστικά στοιχεία για τις επενδύσεις, τη διείσδυση των ξένων γλωσσών, τα έξοδα προβολής της τουριστικής βιομηχανίας κάθε χώρας και πολλά άλλα.

⁵⁹ Jaffe D, Eugene & Nebenzah D, Israel (2006). National Image and Competitive Advantage: The theory and the practice of Place Branding. CBS Press, p.15

δυνατής θέσης στη συνείδηση του κοινού και της ενδιαφερόμενης αγοράς. Όταν γίνεται λόγος για διαχείριση ταυτότητας (branding ή brand management) μπορούν να συμβαίνουν τέσσερις διαφορετικές διαδικασίες: η δημιουργία ταυτότητας, η προστασία ταυτότητας, η ενίσχυση ή (και) η αλλαγή της.

3.2. Θεωρητική αποσαφήνιση του τόπου branding / μάρκετινγκ

Στα πλαίσια αυτής της διαδικασίας οι πόλεις προσπαθούν να υιοθετήσουν και να εφαρμόσουν συγκεκριμένες πολιτικές ανταγωνιστικότητας και στρατηγικά σχέδια ανάπτυξης για να προσελκύσουν δυνητικές αγορές στόχους (επενδύσεις, τουρίστες, νέους κατοίκους, εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό κ.ά.. ⁶⁰ Επίσης προσπαθούν να διαμορφώσουν ή και να αναδιαμορφώσουν την εικόνας τους (city image) δίνοντας έμφαση στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους.

Το Μάρκετινγκ του Τόπου (πόλης) δεν αποτελεί κάτι το καινούργιο για την διεθνή και την ευρωπαϊκή πραγματικότητα. Απλά αποκτά μεγαλύτερο ενδιαφέρον στη διεθνή βιβλιογραφία τα τελευταία είκοσι χρόνια, όπου και παρατηρείται έντονα η τάση των πόλεων αλλά και των περιφερειών να αποκτήσουν μια περισσότερο ανταγωνιστική θέση στο αστικό σύστημα ιεραρχίας και να διαμορφώσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα έναντι άλλων ομοειδών πόλεων. ⁶¹

Η ανάλυση της διαδικασίας μάρκετινγκ στο περιβάλλον των πόλεων, πραγματοποιείται μέσα από τέσσερα βασικά στάδια: α) του προσδιορισμού β) του σχεδιασμού γ) της εφαρμογής και δ) της αποτελεσματικότητας της. Υπό την έννοια αυτή **Place branding** είναι το στρατηγικό πλάνο για τη βελτίωση της εικόνας ενός τόπου (πόλη, περιοχή ή χώρα). Το place branding είναι ουσιαστικά η δημιουργία πολιτικής για ένα τόπο.

Για τη χώρα μας το Μάρκετινγκ του Τόπου (πόλης) είναι μια διαδικασία νέα και σχεδόν άγνωστη, η οποία όμως για πολλές ευρωπαϊκές πόλεις, αποτελεί ένα αποτελεσματικό εργαλείο της ανάπτυξης και της ανταγωνιστικότητας τους.⁶²

⁶⁰ Kotler P. (2000) Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ: Ανάλυση, Σχεδιασμός, Υλοποίηση και Έλεγχος, 9η έκδ., Αθήνα: EMI Interbooks.

⁶¹Lever, F W., (1993, 1999). Competition within the European Urban System, Urban Studies, vol.30(6): 935-948

⁶² Το Μάρκετινγκ του Τόπου (πόλης) δεν αποτελεί κάτι το καινούργιο για την διεθνή και την ευρωπαϊκή πραγματικότητα. Απλά η διερεύνηση του αποκτά μεγαλύτερο

3.2.1. Τα βασικά χαρακτηριστικά του branding μιας πόλης

Σύμφωνα με τη λογική του marketing και αυτού που σήμερα ονομάζεται «city branding», μια πόλη δύναται, μεταφορικά τουλάχιστον, να αποτελέσει μια «επιχείρηση» και τα πλεονεκτήματα διαβίωσης σε αυτήν, τα «προϊόντα» της.

Για το λόγο ότι οι περισσότερες πόλεις διατηρούν κοινά ή παρόμοια χαρακτηριστικά, κυρίως σε επίπεδο υποδομών και παρεχόμενων υπηρεσιών που προσφέρουν στους επισκέπτες τους. Όμως για να αποκτήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα απέναντι στους ανταγωνιστές τους, οφείλουν να αποδείξουν και στη συνέχεια να προβάλουν το διαφορετικό ή το μη προφανές που τις κάνει τελικά να ξεχωρίζουν και να αυξάνουν την «πελατεία» τους.

Τα βασικά στοιχεία για τη διαμόρφωση της φυσιογνωμίας και γενικά της ταυτότητας είναι:

- Τα πολεοδομικά και αρχιτεκτονικά δεδομένα⁶³
- Τα μνημεία και τα ιστορικά γεγονότα(R. Krier)⁶⁴
- Πολεοδομικός ιστός(R. Krier)
- Η μορφή των πολεοδομικών στοιχείων(R. Krier)
- Το πλήθος και η μορφή των δρόμων των πλατειών(R. Krier)

ενδιαφέρον στη διεθνή βιβλιογραφία τα τελευταία είκοσι χρόνια (Bailey, 1989 Ashworth και Voogd, 1990 Kotler κ.ά., 1993, 1999 Duffy, 1995 Bramwell και Rawding, 1996' Selby και Morgan, 1996' Hope και Klemm, 2001' Avraham 2000, 2004' Urban, 2002, κ.ά.), όπου και παρατηρείται έντονα η τάση των πόλεων αλλά και των περιφερειών να αποκτήσουν μια περισσότερο ανταγωνιστική θέση στο αστικό σύστημα ιεραρχίας και να διαμορφώσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα έναντι άλλων ομοειδών πόλεων (Lever, 1993, 1999). Η εξ αρχής διαμόρφωση, ή η αναδιαμόρφωση της εικόνας τους (city image), βασιζόμενη στον προσδιορισμό και την αξιολόγηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους (local distinctive characteristics) (Johnson, 1995' McCarthy, 1998' Cochrane και Jones, 1999' Balsas, 2000), αποτελεί μείζονος σημασίας προτεραιότητα, κυρίως για τις ευρωπαϊκές πόλεις. Στα πλαίσια αυτής της προσπάθειας, οι πόλεις υιοθετούν και εφαρμόζουν συγκεκριμένες πολιτικές ανταγωνιστικότητας και στρατηγικά σχέδια ανάπτυξης προκειμένου να προσελκύσουν δυναμικές αγορές στόχους (επενδύσεις, τουρίστες, νέους κατοίκους, εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό κ.ά.) (Kotler κ.ά., 1999: 33 Roth-Zanker, 2001).

⁶³ A. Rossi. (1987), «Αρχιτεκτονική της πόλης»(1987), Σύγχρονα θέματα

⁶⁴ R. Krier «On Architecture», Architecture ed. St. Marine Press

- Τα κλασικά τμήματα της πόλης (R. Krier)
- Η φυσική αλυσίδα , φυσικά δεδομένα, χωρικά στοιχεία, κλπ (Cullen)⁶⁵
- Η ανθρώπινη αλυσίδα, διάρκεια σχέσεις εργασία ,κλπ
- Το κλίμα
- Το όνομα(Lynch, Στεφάνου)⁶⁶
- Τα ιστορικά σύμβολα (Verture)⁶⁷
- Η ατμόσφαιρα και ο χαρακτήρας (Schulz)⁶⁸

3.2.2. Εννοιολόγηση της ταυτότητας του τόπου

Οι τοποθεσίες και τα μέρη γενικότερα μπορούν να προωθήσουν στιγμιαίους δεσμούς για το brand. ⁶⁹Μέρη και χώρες συνδέονται με διαφορετικά επίπεδα ποιότητας και σε ειδικές κατηγορίες. Για παράδειγμα, η Τζαμάικα προκαλεί χαλαρές παραδεισένιες σχέσεις που ενίσχυσαν το επώνυμο brand PUMA στους Ολυμπιακούς αγώνες, καθώς επίσης η χώρα αυτή χρησιμοποιήθηκε επίσης σαν υπό-brand για τον φάσμα των αρωμάτων PUMA Jamaica, που λανσαρίστηκαν κατά την διάρκεια των Ολυμπιακών αγώνων στην Αθήνα 2004.



Εικόνα 20: Όνομα, χρώματα και επικοινωνία παραπέμπουν στην Jamaica(<http://www.citybranding.gr>)

Μία ισχυρή σχέση με ένα μέρος μπορεί επιπλέον να επιφέρει βελτίωση και στην εταιρική ταυτότητα και στην ποιοτική αντίληψη για τα προϊόντα. Επίσης μία σύνδεση

⁶⁵ G. Gullen.(1966) «The scanner». Alcan Industries Ltd. London

⁶⁶ K. Lynch, (1972) «Managing the sence of a region». Cambridge Mass, 1792- I .
Στεφάνου(2000) «Η φυσιογνωμία της πόλης ». Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο και ΥΠΕΧΩΔΕ.

⁶⁷ R.Verture(1967) «Complexity and Contrdiction in Architecture» New York

⁶⁸ N. Schulz(1980) « Towerds and Phenomenogy of Architecture. Academic Press. London

⁶⁹ (Kapferer, 2004).

με το μέρος μπορεί να ισχυροποιήσει τη σχέση με την ποιότητα. Για παράδειγμα η VERSACE δημιούργησε ολοκληρωμένες ποιοτικές σχέσεις για τα ρολόγια της και για το brand της, με τον απόλυτο δεσμό SWISS MADE που απέκτησε μέσω της μάρκας Ebel που ενίσχυσε τα ακριβά της ρολόγια (Uggla, 2002). Το brand NESCAFE frappé δημιουργεί σχέσεις με το ελληνικό κοινό συνδέοντας το brand με εκδηλώσεις για νέους στο γνωστό κοσμικό νησί της Μυκόνου (SPRINGBREAK MYKONOS 2009).

3.3. Κατευθύνσεις για citybranding

Τα τελευταία χρόνια πολύς λόγος γίνεται για το branding προορισμών, χωρών και πόλεων. Το ερώτημα που τίθεται είναι αν είναι δυνατό ένα πετυχημένο brand να συγκεντρώνει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά με ένα διαφανή και συμπυκνωμένο τρόπο και να επικοινωνεί άμεσα το μήνυμά που θέλει να περάσει στο κοινό για την εκάστοτε πόλη. Οι επιτυχημένοι προορισμοί, σε μια εποχή που ο όγκος πληροφοριών είναι τεράστιος και διαχέεται μέσω πολλαπλών και διαφοροποιημένων δικτύων διανομής στον παγκόσμιο πολίτη, είναι αυτοί που καταφέρνουν να αναδείξουν τα στοιχεία εκείνα που διαφοροποιούν την πόλη-προορισμό από τις υπόλοιπες και δημιουργούν στον υποψήφιο επισκέπτη την επιθυμία να γίνει συμμετοχός και κοινωνός της ζωής και της εμπειρίας που του προσφέρει η κάθε πόλη. Για να μπορούν να προσελκύουν περισσότερους επισκέπτες και ανθρώπους να ζήσουν σε αυτές, πρέπει να είναι λειτουργικές όσον αφορά τις συγκοινωνίες, τα ωράρια καταστημάτων, κοκ. Επιπλέον, πρέπει να δημιουργούν μέσα από τον τρόπο λειτουργίας και στους «καταναλωτές» τους την αίσθηση της προστιθέμενης αξίας με τις κυριότερες μορφές που προσλαμβάνει αναφορικά με μια πόλη και είναι:

- Οι εμπειρίες των επισκεπτών από την πόλη.
- Η αντίληψη που έχουν οι κάτοικοι για την πόλη τους.
- Η φήμη που έχει η πόλη, για την οποία είναι γνωστή στο ευρύ κοινό.
- Η φυσική εικόνα της πόλης

Με αυτές τις προϋποθέσεις οι πόλεις : α) δεν μπορούν απαραίτητα να ελέγξουν ούτε τη διαδικασία που οδηγεί στη δημιουργία του brand τους, ούτε να διασφαλίσουν ότι αυτή αποτελεί αποτέλεσμα συναίνεσης όλων των μερών που την αποτελούν (κοινωνικών εταίρων) β) παρουσιάζεται ένα εξ ορισμού σημαντικό πρόβλημα στην κατασκευή των αξιών, της ταυτότητας και των μοναδικών πλεονεκτημάτων που

απαιτούνται για τη δημιουργία ενός επιτυχημένου brand γ) η εναρμόνιση της εσωτερικής και της εξωτερικής διάστασης της διαδικασίας δημιουργίας του brand μιας πόλης δεν είναι πάντοτε επιτυχημένη. Για να είναι εναρμονισμένο το brand μιας πόλης οφείλει να παρουσιάζει ταυτόχρονα την αντίληψη που έχουν οι κάτοικοι για την πόλη τους και την εμπειρία που αποκτούν οι επισκέπτες της. Με άλλα λόγια, ένα πετυχημένο branding χρειάζεται πολύ περισσότερα από ένα όμορφο logo και ένα έξυπνο σύνθημα (motto).

Ο ρόλος του μάρκετινγκ της πόλης έχει όλο και μεγαλύτερη σημασία στην Ευρώπη, με στόχο τρεις γενικούς άξονες: τους κατοίκους, τους τουρίστες, καθώς και τις επιχειρήσεις / τους επενδυτές.

Σήμερα είναι απαραίτητο εργαλείο λόγω της πολλαπλότητας των διαδικασιών, π.χ. ο παγκόσμιος ανταγωνισμός των πόλεων, τα τουριστικά αξιοθέατα, της αστικής διαχείρισης, το branding πόλης και της αστικής διακυβέρνησης. Επίσης το branding της πόλης, όσον αφορά την εικόνα ή το εμπορικό σήμα της αποτελεί μια πρόκληση για τους πολεοδόμους αλλά και για τους αρχιτέκτονες.

3.3.1. Πως σχεδιάζεται, οικοδομείται και προβάλλεται η ταυτότητα μιας πόλης

Η τέχνη για το branding μίας πόλης ⁷⁰ είναι να κατανοήσουμε πλήρως το περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύχθηκε η ανάγκη για σύνδεση και προβολή των πόλεων με τις αρχές του marketing και του branding. Θα πρέπει να εξετάσουμε δυο σημαντικές παραμέτρους που ορίζουν το πλαίσιο διαμόρφωσής του. Η πρώτη αφορά τη δυνατότητα που ανέπτυξαν η επικοινωνία και το marketing να επιβάλλουν τη λογική και τις αρχές τους όχι μόνο στην ιδιωτική αλλά και τη δημόσια σφαίρα. Η δεύτερη παράμετρος αφορά την παγκοσμιοποίηση και τη διευρυμένη πλέον χρήση των νέων τεχνολογιών. Η δυνατότητα πρόσβασης στη γρήγορη πληροφόρηση όλο και περισσότερων ανθρώπων, η όλο και μεγαλύτερη χρήση της εικόνας, η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών που επιτρέπει σε όλο και περισσότερους ανθρώπους να εργάζονται σε διαφορετικό μέρος από αυτό που ζουν -και συνεπώς να επιλέγουν τον τόπο

⁷⁰ Καπόπουλος, Κωνσταντίνος και Μαζιώτης, Δημήτρης (2008). Οι σύγχρονες διαστάσεις της διπλωματίας των πόλεων. Διαθέσιμο στο: http://www.enthesis.net/index.php?option=com_content&view=article&id=140:enthesi5698&catid=7:internationalpolitic&Itemid=5

διαμονής τους με κριτήρια διαβίωσης- αποτελούν σήμερα βασικές συνιστώσες που μια πόλη που οφείλει να συνυπολογίζει το branding της.⁷¹

Στο **αρχικό στάδιο** αναπτύσσεται μια διαδικασία προβληματισμού με αρχικό πυρήνα την παρουσίαση όσο το δυνατόν μιας πιο ολοκληρωμένης εικόνας, ώστε αυτή να λειτουργήσει ως σημείο αναφοράς και να εμπλουτιστεί, να ιεραρχηθεί και τελικά να οδηγήσει στις βασικές επιλογές. Γίνεται η διερεύνηση της υπάρχουσας κατάστασης⁷² με την οργάνωση μιας διαδικασίας συγκέντρωσης απαντήσεων σε ερωτήσεις όπως: Τι είμαι, τι με κάνει ξεχωριστό, σε ποιόν απευθύνομαι, ποιοι είναι οι πελάτες μου, ιδέες δράσεις, και τελικά ποιος είναι ο στόχος;

⁷¹ <http://citybrand.org/about.swf>.

⁷² **Στη φάση αυτή προτείνεται η υλοποίηση μιας σειράς μελετών,** που θα παράγουν την γνώση αυτή και είναι:

α) Συγκέντρωση σχετικών μελετών από διάφορες πηγές (φορείς, παν/μιο, ..) Βιβλιογραφική έρευνα δευτερογενών στοιχείων β) Ποσοτικοποίηση τουριστικών μεγεθών στην περιοχή. Βιβλιογραφική έρευνα δευτερογενών στοιχείων, ώστε να προκύψει η ποσοτικοποίηση στοιχείων όπως ο αριθμός των επισκεπτών, το πλήθος των διανυκτερεύσεων, η κίνηση ανά χρονική περίοδο, ο αριθμός των κλινών και των δωματίων κτλ. γ) Καταγραφή απόψεων και στάσεων επισκεπτών- τουριστών δ) Στατιστική μελέτη – έρευνα πεδίου στον πληθυσμό των επισκεπτών της περιοχής με χρήση ερωτηματολογίου ε) Ανάλυση και συγκριτική αξιολόγηση καλών πρακτικών εντός και εκτός Ελλάδας ε) Βιβλιογραφικά: Μελέτη της διαδικτυακής παρουσίας της πόλης ως τουριστικού προορισμού: Αφορά στην καταγραφή και αξιολόγηση του προφίλ της περιοχής, όπως ήδη διαμορφώνεται μέσα από την παγκόσμια προβολή της, από site διαφόρων πηγών ζ) Δικτυακή συγκέντρωση κοινής γνώμης Brainstorming ενδιαφερομένων με την λειτουργία ιστότοπου η) Η θέση της πόλης στο εξωτερικό: Αφορά στην καταγραφή της εικόνας που έχει δημιουργήσει η πόλη στο εξωτερικό. Η συγκέντρωση των απόψεων θα γίνει μέσα από πηγές όπως γραφεία εξωτερικού – φορείς με συμμετοχή σε εκθέσεις εξωτερικού κτλ. θ) Μελέτη της γνώμης των «ειδικών» Ερωτηματολόγιο και συνεντεύξεις σε εκπροσώπους Εστίασης, Διαμονής, Εμπορίου, Πολιτισμού, ΜΜ Ενημέρωσης, τοπικών φορέων, αναγνωρίσιμων προσωπικοτήτων ι) Οργάνωση συζήτησης για τον εμπλουτισμό της πληροφορίας με την συμμετοχή των «ειδικών» της συμβουλευτικής επιτροπής. κ) Εργαστήριο διαμόρφωσης και αξιολόγησης της SWOT ανάλυσης. Με πυρήνα τα αποτελέσματα των παραπάνω μελετών, θα ζητηθεί να γίνει εμπλουτισμός των ευρημάτων και «νομιμοποίηση» της καταγραφής της υπάρχουσας κατάστασης.

Σε επόμενη φάση θα αναδειχθεί η ταυτότητα της περιοχής. Θα δημιουργηθεί το Brand name της περιοχής και θα οργανωθεί η καμπάνια προβολής. Βασικό για την διαδικασία αυτή αποτελεί και η ενεργή συμμετοχή όλων των εμπλεκομένων φορέων, των παραγόντων και των οργάνων. Η προτεινόμενη οργανωτική δομή για την υλοποίηση του σχεδίου, είναι η δημιουργία: α) τεχνικής επιτροπής, μιας μόνιμης ομάδας με ευθύνη τη δημιουργία της ταυτότητας της πόλης, και συμβουλευτικής επιτροπής, που θα αποτελείται από μια ομάδα «ειδικών» στο τομέα του τουρισμού, και θα συμβάλουν από κοινού στην υλοποίηση με παρατηρήσεις επί των μελετών, ιεραρχήσεις για τις προτεραιότητες, επιλογές για την έκφραση της ταυτότητας της πόλης και επιλογές για τις δράσεις.⁷³

⁷³ Για την ανάδειξη της ταυτότητας της περιοχής προτείνεται: Ιεράρχηση απαντήσεων στις ερωτήσεις: **A) Τι είναι η πόλη μου;** Η ιεράρχηση θα γίνει αρχικά με την ανάδειξη των βασικών χαρακτηριστικών της swot ανάλυσης, και στην συνέχεια με τον εμπλουτισμό τους ώστε να επιτευχθεί η μέγιστη δυνατή συναίνεση. Η ιεράρχηση θα γίνει με συμμετοχική διαβούλευση με την συμβουλευτική επιτροπή. Ανάδειξη της μοναδικότητας της πόλης. Αφορά στην σύνθεση μιας ενιαίας ταυτότητας με αξιοποίηση μόνο των στοιχείων και χαρακτηριστικών που έχουν προκύψει από την προηγούμενη συνάντηση. Η διαδικασία θα γίνει με διαβούλευση με την συμβουλευτική επιτροπή. Ιεράρχηση των βασικότερων ομάδων επισκεπτών Θα γίνει ποσοτικά, με αξιοποίηση των ευρημάτων των μελετών. Ιεράρχηση των στοιχείων που αναζητά ή θα ήθελε να βρει ο επισκέπτης Θα γίνει ποσοτικά, με αξιοποίηση των ευρημάτων των μελετών. Τελική συνάντηση εργασίας για την παρουσίαση και τελική συμφωνία των αποφάσεων που προέκυψαν. Η συνάντηση αφορά την συμβουλευτική επιτροπή. Το Brand. **B. Τι θα με εκπροσωπεί;** περιλαμβάνεται ενέργειες σχηματοποίησης του brand name. Οι ενέργειες αφορούν: Διατύπωση του μύθου – της ιστορίας που εκπροσωπεί το brand. Εντοπισμός των επιθυμητών πνευματικών, ψυχολογικών και συναισθηματικών δεσμών οι οποίοι θα απεικονίζονται στο City Branding της πόλης και θα παντρεύονται αρμονικά με συγκεκριμένα υπαρκτά φυσικά και άυλα στοιχεία/ ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της πόλης, ώστε να στηρίζουν επαρκώς το περιεχόμενο του νέου City Brand. Το παραπάνω θεωρείται επιβεβλημένο γιατί οι πόλεις διεκδικούν στο πέρασμα του χρόνου την δική τους θέση, μορφή, νόημα και περιεχόμενο στη σκέψη των ανθρώπων, μια διεργασία η οποία υπόκειται σε εξειδικευμένους χειρισμούς και συνεπώς απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό ώστε να έχει κατεύθυνση και οφέλη για την ίδια την πόλη και τον τουρισμό της .Διατύπωση του λεκτικού μηνύματος· Οπτικοποίηση του μηνύματος (logo, σήμα,...).Σχεδιασμός και ανάπτυξη του επιθυμητού νοηματικού / συμβολικού περιεχομένου που θα πρέπει να περικλείει το City Branding της πόλης, το οποίο θα

Οι πόλεις έχουν μια ευρεία επιλογή από εργαλεία που έχουν στη διάθεσή τους για να προωθήσουν την επωνυμία τους. Η χρησιμοποιούμενη προσέγγιση θα καθοριστεί από το στοχευόμενο ακροατήριο και φυσικά από τους διαθέσιμους πόρους. Ορισμένες τάσεις μπορούν να προσδιοριστούν από την άποψη του πώς οι πόλεις σήμερα προωθούν τις επωνυμίες τους:

Τα παραδοσιακά μέσα, όπως εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο και τηλεόραση. **Συγκεκριμένα γεγονότα**, όπου πολιτιστικές, αθλητικές ή οικονομικές δραστηριότητες φιλοξενούνται και χρησιμεύουν για την προώθηση του μηνύματος της πόλης σε μια στοχευόμενη ομάδα ανθρώπων.

Τα δίκτυα πρεσβευτών, που βοηθούν στην εξάπλωση των μηνυμάτων της πόλης σε όλη την υδρόγειο και είναι επίσης χρήσιμα για να κερδίσουν την υποστήριξη για την ταυτότητα της πόλης από μέλη της τοπικής κοινότητας, δίνοντάς τους το αξίωμα του Πρέσβη.

αποτελεί την βάση δημιουργίας συγκεκριμένων δράσεων/προγραμμάτων ολοκληρωμένου marketing της πόλης, ώστε σταδιακά η πόλη να αποκτήσει συγκεκριμένη και ελκυστική εικόνα τουριστικού προορισμού η οποία θα αντανακλά με επιχειρήματα τους λόγους για τους οποίους μπορεί να προσελκύσει τον επισκέπτη. Καθορισμός του ύφους των μέσων, που θα οπτικοποιήσουν το μήνυμα (εικόνες, φωτογραφίες, χρωματικοί τόνοι,...). Συγγραφή οδηγιών. **Γ. Πως θα με εκπροσωπεί;** Αφορά αναζήτηση νέων μεθόδων επανατοποθέτησης και παράλληλης προβολής υπάρχοντων μνημείων (landmarks), ιστορικών και σύγχρονων, στα πλαίσια της υλοποίησης μιας ολοκληρωμένης διαχείρισης του νέου City Branding με τουριστικό προσανατολισμό. Εντοπισμό απαραίτητων βελτιώσεων στο αστικό περιβάλλον της πόλης, οι οποίες θα ενισχύσουν την ελκυστικότητα της πόλης στους εσωτερικούς και εξωτερικούς επισκέπτες, συμπεριλαμβάνοντας εταιρίες και επενδύσεις. Ανάδειξη λειτουργικών και φυσικών χαρακτηριστικών της πόλης τα οποία είτε υπάρχουν και δεν έχουν αναδειχθεί επαρκώς, είτε πρέπει να δημιουργηθούν εκ νέου ώστε να στηρίξουν το νέο brand. Περιλαμβάνει πλάνο ενεργειών, που θα επικοινωνήσει το νέο brand name, με τις κατευθύνσεις, που έχουν καθοριστεί. Θα περιλαμβάνει καθορισμό προγράμματος δράσης, χρονοδιαγράμματος, κόστους ενεργειών, φορέων υλοποίησης και εντοπισμό συνεργιών μεταξύ σχετικών φορέων. Το παραπάνω υλικό θα αξιοποιηθεί επαρκώς στην εκπόνηση του στρατηγικού σχεδιασμού και την εξειδίκευση των δράσεων, οι οποίες θα στηρίξουν, σε ορίζοντα 4-ετίας, την προβολή της πόλης ως σύγχρονο αστικό τουριστικό προορισμό με ξεχωριστή ταυτότητα και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Κοινωνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης, τα οποία προσφέρουν όλο και περισσότερο τη δυνατότητα της επικοινωνίας με το νεανικό κοινό το οποίο μπορεί να μην έχει τόση πρόσβαση ή επαφή με τα πιο παραδοσιακά μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Εργαλεία εμπορευματοποίησης, τα οποία μπορεί να είναι ένας πολύ αποτελεσματικός τρόπος για την προώθηση της ανταγωνιστικής ταυτότητας μιας πόλης σε ένα μεγάλο ακροατήριο.

3.3.2. Η συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων και ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης στο branding / μάρκετινγκ μιας χώρας

Το **Nation branding** ως επικοινωνιακή στρατηγική για τη διαχείριση της εθνικής ταυτότητας ενός κράτους μελετά τα στοιχεία εκείνα που συμβάλλουν στη διαμόρφωση της εικόνας και της φήμης ενός κράτους και εμβαθύνει στους στόχους και τα οφέλη της συγκεκριμένης τακτικής, ενώ αναπτύσσει, εκτενώς, και τα στρατηγικά βήματα που πρέπει να ακολουθήσει για να στεφθεί με επιτυχία. Με νέα λογότυπα και με νέες διαφημιστικές εκστρατείες, το branding και το μάρκετινγκ μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της χώρας .

Ο ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, σήμερα στο πλαίσιο διαχείρισης της κρίσης (crisis management), καλείται να αναλάβει τοπικές αναπτυξιακές πρωτοβουλίες που θα υπερβαίνουν τα παραδοσιακά πλαίσια και πρότυπα και να επιδιώξει τη δημιουργία μιας ουσιαστικής επικοινωνίας με τους πολίτες και ενός ελάχιστου επιπέδου κοινωνικής εμπιστοσύνης προς τους τοπικούς θεσμούς. Καλείται να εκλογικεύσει και να αξιοποιήσει τους περιορισμένους οικονομικούς πόρους της, να αξιοποιήσει τις ευρύτερες δυνατές οικονομικές και κοινωνικές συνεργασίες, την ευρηματικότητα και δημιουργικότητα των στελεχών της, την οργανωτική και διοικητική ικανότητα του προσωπικού της και τις εθελοντικές οργανώσεις του τόπου της, προκειμένου να συμβάλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στον κοινωνικό και τον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας σε τοπικό επίπεδο και στη διατήρηση των υπηρεσιών της προς τους πολίτες, γενικότερα δε να συμβάλει στην τοπική οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική συνοχή.

Η επιτυχημένη διαχείριση της επωνυμίας μιας πόλης μπορεί πράγματι να τονώσει: α) την αύξηση της ανταγωνιστικότητας, με αποτέλεσμα τη θετική επίπτωση στις επενδύσεις, στους κάτοικους, στους επισκέπτες και στα τρέχοντα συμβάντα στη χώρα. β) τις υψηλότερες αποδόσεις σε επενδύσεις, σε ακίνητα, στις υποδομές και στις

διάφορες εκδηλώσεις γ) τη συνεκτική ανάπτυξη, καθώς οι φυσικές, οι κοινωνικές, οι οικονομικές και πολιτιστικές πτυχές συνδυάζονται για να προσφέρουν αυτά που υπόσχεται η επωνυμία της χώρας δ) τη μεγάλη δόση υπερηφάνειας για την χώρα, αφού οι κάτοικοι, οι επιχειρήσεις και τα θεσμικά όργανα αντιμετωπίζουν μια νέα αίσθηση το σκοπό και την κατεύθυνση.

Σε κάθε περίπτωση κάποια ερωτήματα παραμένουν όπως: για το πως θα έπρεπε να είναι μια στρατηγική επωνυμίας (branding strategy) και ποια μηνύματα θέλει η χώρα να διαδώσει;

3.3.3. Η χρήση του πολιτισμού στη θέση προώθησης του σήματος/ Μάρκετινγκ

Το αναπτυξιακό όραμα για τον πολιτισμό επικεντρώνεται στη βελτίωση της ποιότητας ζωής μέσα από την αειφόρο ανάπτυξη και την ανάδειξη της σύγχρονης δημιουργίας στην καθημερινότητα των Πολιτών, έτσι που η χώρα να αποκτήσει νέα αναβαθμισμένη διεθνή εικόνα. Μέσα στο πνεύμα των διεθνών εξελίξεων και της παγκοσμιοποίησης, είναι επιβεβλημένο ο πολιτισμός να πάρει μια άλλη ουσιαστικότερη θέση στον ευρύτερο δημόσιο χώρο. Οι βασικές αρχές του οράματος για τον Πολιτισμό μπορούν να συνοψίζονται: στην ενίσχυση της δημιουργικότητας, στην παροχή ίσων ευκαιριών για πρόσβαση και συμμετοχή στα πολιτιστικά αγαθά, στην ενίσχυση της διαπολιτισμικότητας και στην προβολή αλλά και διατήρηση της ιδιαίτερης πολιτισμικής ταυτότητας.

Στη χώρα μας οι στρατηγικές επιδιώξεις για τα έτη 2008-2010, διατυπώθηκαν στους άξονες: α) εκσυγχρονισμός και αναβάθμιση της πολιτιστικής διακυβέρνησης β) εμπλουτισμός των πολιτιστικών θεσμών και περαιτέρω ανάπτυξη των εθνικών έργων πολιτισμού, γ) προστασία, προβολή και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και του σύγχρονου πολιτισμού στην καθημερινότητα του σύγχρονου πολίτη και του επισκέπτη καθώς και ανάπτυξη των σχέσεων του πολιτισμού με την εκπαίδευση αλλά και ευρύτερα με την παιδεία δ) στήριξη, ενίσχυση και προώθηση της σύγχρονης καλλιτεχνικής και πνευματικής δημιουργίας ε) προβολή, προώθηση και διάδοση της σύγχρονης καλλιτεχνικής και πνευματικής δημιουργίας στο εξωτερικό.⁷⁴

Η πολιτιστική διακυβέρνηση μπορεί να αναπτύσσεται σε 3 επίπεδα, τα οποία έχουν υψηλό βαθμό συνέργειας: α) Εθνικό επίπεδο β) Περιφερειακό / Τοπικό επίπεδο γ) Άλλοι Πολιτιστικοί φορείς / Τρίτος Τομέας

3.3.4. City branding και η διαχείριση των τουριστικών Προορισμών

Στην πρόσφατη Ολομέλεια της Επιτροπής των Περιφερειών ορίστηκε το νέο πολιτικό πλαίσιο της ΕΕ για τον ευρωπαϊκό τουρισμό, «Η Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο - ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό». Τονίζεται ο ρόλος των τοπικών και των περιφερειακών αρχών στη βιώσιμη διαχείριση των τουριστικών προορισμών καθώς οι πρωτοβουλίες των τοπικών αρχών και των ευρωπαϊκών περιφερειακών δικτύων στην ανάπτυξη προτύπων βιώσιμου τουρισμού. Παράλληλα υπογραμμίζεται η ανάγκη διαμόρφωσης ενός συστήματος δεικτών για τη βιώσιμη διαχείριση των προορισμών με τη συνδρομή του Δικτύου των Ευρωπαϊκών Περιφερειών για ένα Βιώσιμο και Ανταγωνιστικό Τουρισμό (NECSTouR)⁷⁵

Οι δράσεις που είναι σε εξέλιξη είναι: α) Δράση 5.1.1. «Ευρωπαϊκών Τουριστικών προορισμών αριστείας» β) Δράση 6.1.1. «Βιώσιμος Τουρισμός γ) Δράση 7.1.1. «Ο Κοινωνικός Τουρισμός στην Ευρώπη – CALYPSO ⁷⁶



3.4. Μεταμορφώνοντας την εικόνα των τόπων (χώρες/πόλεις)

Σύμφωνα με τους Kotler κ.ά. (1999: 160)⁷⁷ η εικόνα των πόλεων είναι ένα σύνολο από πεποιθήσεις, ιδέες και εντυπώσεις που έχουν ή διαμορφώνουν οι άνθρωποι για

⁷⁵ Θεωρείται ότι οι τοπικές και περιφερειακές αρχές, και ειδικότερα το NECSTour, πρέπει να συμμετάσχουν στη διαμόρφωση των κριτηρίων προκειμένου να διασφαλιστεί η αξιοπιστία των κοινοτικών πρωτοβουλιών για το ευρωπαϊκό σήμα «Τουρισμός ποιότητας» και με την καθιέρωση επίσης και της επισήμανσης «Ευρωπαϊκή κληρονομιά».

⁷⁶ <http://www.necstour.eu/>.

την πόλη ή για ένα συγκεκριμένο προορισμό. Οι Selby και Morgan (1996) υποστήριξαν ότι οι εικόνες των πόλεων/ τόπων κατασκευάζονται με βάση τον όγκο, την πηγή και την αντικειμενικότητα της διαθέσιμης πληροφορίας για την εκάστοτε πόλη/τόπο, ειδικότερα όταν αναφερόμαστε σε τουριστικούς προορισμούς.

Η δημιουργία και κατασκευή μιας θετικής εικόνας της πόλης, αποτελεί έναν πολύ σημαντικό παράγοντα της οικονομικής της ανασυγκρότησης.⁷⁸ Με γνώμονα αυτό, οι πόλεις προσανατολίζονται για τη δημιουργία μιας όσο το δυνατό περισσότερο ανταγωνιστικής και ελκυστικής εικόνας, προκειμένου να αυξήσουν το μερίδιο τους στην αγοράς στα πλαίσια της διεθνοποιημένης οικονομίας.⁷⁹

Στον (πίνακα 5), παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας που διεξήχθη από την E.E., το 1996, σε ομάδες νέων ηλικιακά ευρωπαίων, και τους ζητήθηκε να γράψουν τις πέντε (5), πρώτες λέξεις (εικόνες) που τους συνδέουν άμεσα με την ονομασία 15 ευρωπαϊκών χωρών. Το πλαίσιο αυτό είναι φυσικά ευρύτερο των Πόλεων αλλά είναι σημαντικό να δούμε με ποιες λέξεις συνδέουν οι αγορές στόχοι, την κάθε ευρωπαϊκή χώρα. Οι πέντε αυτές πρώτες λέξεις, μπορούμε να πούμε, ότι αποτελούν και τα πέντε κύρια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των χωρών, όπως αυτά έχουν διαμορφωθεί στη συνείδηση των συγκεκριμένων αγορών στόχων. Αναφερόμαστε στην συγκεκριμένη αγορά στόχων «νέοι σε ηλικία ευρωπαίοι».

Ενδεχομένως αν η ίδια έρευνα γινόταν σε άλλη αγορά στόχο, π.χ επιχειρηματίες από τον ευρωπαϊκό χώρο, ή σε νέους αλλά όχι ευρωπαίους, τα αποτελέσματα να ήταν διαφορετικά.

| | | | | |
|----------|------------|------------|----------|-------------------|
| Belgium | Chocolates | Tintin | Beer | Capital of Europe |
| Brussels | | | | |
| Denmark | Hans | Copenhagen | Football | Legø |
| Vikings | Christian | | | |
| | Andersen | | | |
| Germany | Berlin | Motorways | Goethe | Serious |

⁷⁸ Hall, Peter (1996). Cities of Tomorrow: an intellectual history of urban planning and design in the twentieth century. Oxford: Blackwell

⁷⁹ Πόλεις όπως το Ρότερνταμ (ως εμπορικό και επιχειρησιακό κέντρο) (Jansen-Verbeke & Van Recom, 1996) και το Μπράντφορντ (ως βιομηχανική περιοχή) (Hope & Klemm, 2001) αναζητούν τρόπους για να αναπτύξουν πολιτιστικές, τουριστικές και ψυχαγωγικές πολιτικές και δράσεις, με στόχο την προσέλκυση των δυνητικών αγορών στόχων που τους ενδιαφέρουν και να τονώσουν την οικονομική τους ανάπτυξη

| | | | | | |
|-----------------|-------------|----------------------|-------------|------------------|-----------------------------------|
| Beer | | | | | |
| Greece | Islands | Parthenon | Onasis | Socrates | Moussaka |
| Spain | Barcelona | Bullfighting | Paella | Art | Juan Carlos |
| France | Paris | Fashion | Wine | Gerard Depardieu | Food |
| Ireland | Green | The Irish Pub | James Joyce | Celtic design | U2 |
| Italy | Rome | Pasta | Art | Shoes | Pavarotti |
| Luxembourg | | Banks | Small | Court of Justice | The Echternach dancing procession |
| The Netherlands | | Tulips | Drugs | Amsterdam | Flat |
| | Van Gogh | | | | |
| Austria | Vienna | Klimt | Sissi | Skiing | Mozart |
| Portugal | | The Cock of Barcelos | Lisbon | Explorers | Algarve |
| | Port wine | | | | |
| Finland | | Santa Claus | Forests | Saunas | |
| | Lapland | | | | Telecommunications |
| Sweden | | Cold | Nobel Prize | Ingmar Bergman | Pippi Longstocking |
| | Blondes | | | | |
| United Kingdom | | London | BBC | The Royals | |
| | Shakespeare | | | - Beatles | |

Πίνακας 5: Οι πέντε πρώτες λέξεις με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των χωρών στη συνείδηση των αγορών στόχων(www.citybranding.gr)

Στο μέλλον, είναι σχεδόν βέβαιο ότι οι τόποι (Places)⁸⁰ θα λειτουργούν με διαφορετικό τρόπο και οι διακυβερνήσεις τους αν και σχεδόν πάντα θα συμμετέχουν, θα είναι μόνο ένας από τους φορείς αυτών των νέων συμμαχιών και συνεργασιών.

Για παράδειγμα, στη δεκαετία του 1980 και του 1990, η πόλη της Γένοβας είδε σημαντικές αλλαγές, εξελισσόμενη από ένα βιομηχανικό λιμάνι σε μια πόλη του τουρισμού, των υπηρεσιών και της προηγμένης τεχνολογίας. Το 2007, ο Renzo Piano, ο διεθνούς φήμης αρχιτέκτονας και υπεύθυνος για την αναγέννηση της λιμενικής ζώνης της Γένοβας, προσκλήθηκε να εργαστεί για να δώσει μια νέα εικόνα στην πόλη. Ανέπτυξε την ιδέα ότι η Γένοβα μπορεί να προσδιοριστεί ως ένα αστικό εργαστήριο: ένα αναπτυσσόμενη και μεταβαλλόμενη πόλη που νοιάζεται για την ιστορική και καλλιτεχνική κληρονομιά της, αλλά είναι ανοικτή και έτοιμη για την καινοτομία, μια πόλη που αλλάζει με τους ανθρώπους της, μέσω του πολεοδομικού σχεδιασμού, ώστε να μετατραπεί σε τόπο συνάντησης, ανάπτυξης και κοινωνικής

⁸⁰ <http://www.citybranding.gr>.

ένταξης. Το αποτέλεσμα είναι το λογότυπο «Γένοβα Urban Lab», το οποίο έχει γίνει ένα σημαντικό στοιχείο της επωνυμίας της πόλης: ένας απλός αλλά επιβλητικός σχεδιασμός, που χαρακτηρίζεται από την ισχυρή παρουσία του ονόματος της Γένοβας, με ένα μόνο χρώμα να δηλώνει θερμή επικοινωνία. Το σύνθημα είναι εύκολο να το κατανοήσουν όλοι και μπορεί να διαβαστεί σε διάφορα επίπεδα: από το να αντανακλά μια μεταβαλλόμενη πόλη που πειραματίζεται με νέα δυναμική μέσα σε ένα εργαστήριο που σχεδιάζει λύσεις για τους ανθρώπους με νέες αστικές προτάσεις.



Εικόνα 21: Αναγεννημένη η λιμενική ζώνη της Γένοβας(<http://www.citybranding.gr>)

3.5. Citybrand, Διεθνείς τάσεις και δίκτυα

3.5.1. Εισαγωγή

Στις παλαιές πόλεις, οι άνθρωποι ζούσαν μέσα στα κτίρια, ήταν ο κυρίως χώρος διαμονής. Σήμερα τα κτίρια και η πόλη με την ευρύτερη έννοια είναι η προέκταση της σύγχρονης ζωής του ανθρώπου. Δεν καλύπτει μόνο τις στεγαστικές ανάγκες του, αποτελεί το δικό του χώρο που συνδέεται στενά με την προσωπικότητα του. Αυτή η ποιότητα ζωής του σύγχρονου ανθρώπου, μπορεί να καλυφθεί από ένα νέο μοντέλο πόλεων. Ο κόσμος σήμερα περνάει σε μεγάλο βαθμό σε μια αόρατη επανάσταση και σε μια σημαντική ιστορική καμπή. Για πρώτη φορά, περισσότεροι άνθρωποι ζουν σε πόλεις και κωμοπόλεις από ότι στην ύπαιθρο. Ο 21ος αιώνας μπορεί να χαρακτηριστεί πραγματικά ως ο **αιώνας της αστικής εποχής**. Οι πόλεις αναδεικνύονται σε κόμβους παγκόσμιων και τοπικών δικτύων καθώς οι εξουσίες μεταφέρονται διαρκώς από το εθνικό επίπεδο είτε σε υπερεθνικούς θεσμούς είτε σε τοπικούς θεσμούς. Η αναβάθμιση του ρόλου τους, τις καθιστά κέντρα πληθυσμιακών, πληροφοριακών, πολιτιστικών, τεχνολογικών και εμπορικών ροών.



Η ανοιχτή ή κλειστή υπόσταση των πόλεων καθορίζει σε μεγάλο βαθμό αν θα οδηγηθούν στην αξιοποίηση των νέων ευκαιριών που παρουσιάζονται ή θα εγκλωβιστούν σε μια αυτάρεσκη και φοβική αντίληψη στο εσωτερικό τους. Η ανοιχτή κοινωνία δημιουργεί νέους ορίζοντες στην πόλη, με την δημιουργική ενσωμάτωση των μεταναστών, τον σεβασμό στην διαφορετικότητα και την κοσμοπολίτικη οπτική, που μπορεί να οικοδομήσει μελλοντικά μια οικουμενικότητα αρχών και αξιών.

3.5.2. Οι διεθνείς τάσεις

Σχετικά με την αστική / οικιστική ανάπτυξη και τις επιλογές του (ΣΑΚΧ)⁸¹ οι διεθνείς τάσεις είναι⁸²: α) προώθηση ολοκληρωμένων στρατηγικών χωρικής ανάπτυξης, με την ενσωμάτωση των αντίστοιχων αγροτικών περιοχών και των μικρότερων οικισμών που βρίσκονται μέσα σε αυτές β) επέκταση του στρατηγικού ρόλου των μητροπολιτικών περιοχών και των πόλεων- πυλών, γ) προώθηση της συνετής διαχείρισης των αστικών οικοσυστημάτων δ) προώθηση βελτιωμένης προσπελασιμότητας, μέσω μιας κατάλληλης πολιτικής επιτόπου εγκατάστασης επιχειρήσεων, καθώς και μέσω επαρκούς σχεδιασμού χρήσεων γης ε) στήριξη αποτελεσματικών μεθόδων μείωσης της ανεξέλεγκτης αστικής επέκτασης στ) ενσωμάτωση της υπαίθρου που περιβάλλει τις μεγάλες πόλεις στις στρατηγικές χωρικής ανάπτυξης των αστικών περιφερειών για τον αποτελεσματικότερο σχεδιασμό

⁸¹ Σημείωση: Το ΣΑΚΧ είναι το Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου σχετικά με τη χωροταξία και το Σχέδιο ανάπτυξης του κοινοτικού χώρου [Επίσημη Εφημερίδα C 226, 20.07.1998].

⁸² Σημείωση: Γνώμη της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής επί του «Σχεδίου ανάπτυξης του κοινοτικού χώρου (ΣΑΚΧ) - πρώτο επίσημο σχέδιο» [Επίσημη Εφημερίδα C 407, 28.12.1998]. Γνώμη της Επιτροπής των Περιφερειών επί του Σχεδίου ανάπτυξης του κοινοτικού χώρου [Επίσημη Εφημερίδα C 93, 06.04.1999].

των χρήσεων γης ζ) μείωση των αρνητικών επιπτώσεων σε περιοχές που υφίστανται υψηλές πιέσεις από πλευράς κυκλοφορίας μέσω της ενίσχυσης των φιλικότερων προς το περιβάλλον μέσων μεταφοράς η) προώθηση οικιστικών διαρθρώσεων που ευνοούν την εξοικονόμηση ενέργειας θ) διατήρηση και δημιουργική ανάπτυξη της πολιτιστικής κληρονομιάς-διατήρηση και δημιουργικό ανασχεδιασμό αστικών συνόλων που αξίζει να προστατευθούν ι) προώθηση της κατασκευής σύγχρονων κτιρίων υψηλής αρχιτεκτονικής ποιότητας.

Η νέα πόλη στην Ευρώπη και στο διεθνές προσκήνιο θα αναζητά την μίξη διαφορετικών πολιτισμών, καθώς πλέον κινούμαστε σε πανευρωπαϊκό επίπεδο, με τον ρόλο του έθνους-κράτους να υποχωρεί. Συνεπώς το στοίχημα είναι να δημιουργήσουμε πόλεις και αντίστοιχα να διαπλάσουμε πολίτες, που θα είναι υπερήφανοι και ευχαριστημένοι με την πόλη που διαμένουν. Οι πόλεις της Ευρώπης θα διατηρήσουν την δική τους πολιτισμική ταυτότητα και κουλτούρα, που θα είναι μοναδική για κάθε μια αλλά ταυτόχρονα και ανοιχτή προς όλους τους πολίτες.

Στη χώρα μας, με το - Γενικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης (2002)⁸³- το οποίο τελικά δεν θεσμοθετήθηκε, έθεσε τις γενικές κατευθύνσεις για την οικιστική ανάπτυξη με βασικούς άξονες (α) την υιοθέτηση της αρχής της «συμπαγούς πόλης» (β) την αποφυγή περαιτέρω κλασικών επεκτάσεων (γ) την προώθηση νέου τύπου μορφών οικιστικής ανάπτυξης.

3.5.3. Δίκτυα: ανοιχτών, δημιουργικών και βιώσιμων πόλεων

3.5.3.1. OPENcities

Οι πόλεις είναι οι άνθρωποι τους. Οι πολίτες αποτελούν το σημαντικότερο κοινωνικό κεφάλαιο και η νέα γενιά την **αιχμή μιας συμμετοχικής πόλης**, που επενδύει στους ανθρώπους της γιατί αυτοί είναι η δύναμη της. Τα βασικά στοιχεία που τη χαρακτηρίζουν είναι: α) η συμμετοχή στην τοπική διακυβέρνηση, προσδίδοντας στην πόλη την ικανότητα της αυτό-ανανέωσης και της αναδημιουργίας,

⁸³ Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων (2002). Γενικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης. Πιλοτική δημόσια πολεοδομία περιοχών που δεν είναι ήδη δομημένες με διάσπαρτη δόμηση. Διαθέσιμο στο: <http://www.ypeka.gr/LinkClick.aspx?fileticket=?gBpAl7Ll0l%3D&tabid=514&language=el-GR>

κοινωνικοποιώντας την πολιτική εξουσία, κάνοντας τις πόλεις χώρους αναζήτησης της καινοτομίας και της αναζωογόνησης του δημόσιου πεδίου β) η ανάπτυξη και η εμβάθυνση θεσμών, που αποτελούν εγγύηση για την υπεράσπιση της ποιότητας ζωής γ) η αναζήτηση μιας νέας θεσμικής συγκρότησης ως πρώτη προτεραιότητα που να ενεργοποιεί το κοινωνικό κεφάλαιο και να κινητοποιεί τους πολίτες δ) η υπεράσπιση του δημόσιου χώρου, του τόπου συνάντησης, του διαλόγου, ακόμα και της δημιουργικής διαφωνίας, γιατί αυτός είναι ο κοινός χώρος, η υπεραξία της συνύπαρξης ε) το χτίσιμο της σύγχρονης γειτονιάς και η προώθηση σχεδιασμένης νέας αντίληψης για τη δημιουργική διαχείριση του ελεύθερου χρόνου στ) η ύπαρξη του δρόμου της αλληλεγγύης και της συνοχής, εκτός από αυτόν του ανταγωνισμού και της σύγκρουσης ζ) η δυνατότητα να εμπνέει, πρώτα στη νέα γενιά, μια πολιτισμική αλλαγή στο επίπεδο της καθημερινότητας, σφυρηλατώντας νέους κοινωνικούς δεσμούς, με αυτοσεβασμό και αλληλοβοήθεια, με τον εθελοντισμό και την κοινωνική προσφορά η) η υιοθέτηση μιας νέας στάσης ζωής

Το πρόγραμμα **OPENCities**⁸⁴ είναι ένα φιλόδοξο διερευνητικό πρόγραμμα που αποσκοπεί να κεφαλαιοποιήσει τους διάφορους πόρους από ένα ποικιλόμορφο πληθυσμό στις σύγχρονες μεγαλουπόλεις. Στόχος του είναι να συμμετάσχουν πάνω από 100 πόλεις και να αναπτύξουν OPENCities σε kitemark για τις πόλεις σε όλο τον κόσμο. Τα στοιχεία που συγκεντρώνονται ενημερώνονται κάθε δύο έτη, αρχής γενομένης από το 2012 και επιχειρείται και η έννοια της διαφάνειας στη συλλογή δεδομένων από τις 100 πόλεις που συμμετέχουν. Μερικά από τα δεδομένα λαμβάνονται από τις υπάρχοντες διαθέσιμες βάσεις και τα οφέλη μπορεί να είναι:

- Η σύντομη διαδραστική ανάλυση της διαφάνειας.
- Η μάρκα OPENCities – ως ένα εργαλείο μάρκετινγκ με τη δυνατότητα πρόσβασης σε ατελείωτες περιπτώσιολογικές μελέτες και συστάσεις για ανάλογες

⁸⁴ Σημείωση: Το πρόγραμμα OPENCities λαμβάνει χρηματοδότηση από την ΕΕ, στο πλαίσιο του προγράμματος URBACT II, υπό την ηγεσία του Belfast City Council. OPENCities είναι ένα βρετανικό έργο του Συμβουλίου σε συνεργασία με πόλεις σε όλο τον κόσμο.

πολιτικές που μπορούν να συνδεθούν και να ερμηνευτούν σύμφωνα με τα επιμέρους αποτελέσματα.

- Η άμεση πρόσβαση στις μεγάλες πρωτοβουλίες που έχουν επιλεγεί.
- Η συγκριτική αξιολόγηση της προόδου σχετικά με το χρόνο και την ανάλυση των αποτελεσμάτων της πολιτικής που έχει ασκηθεί.
- Η αναγνώριση για το άνοιγμα στο διεθνή πληθυσμό ως ένα μακροπρόθεσμο περιουσιακό στοιχείο για τις πόλεις που επιθυμούν να διαδραματίσουν διεθνή ρόλο.

Άλλα οφέλη

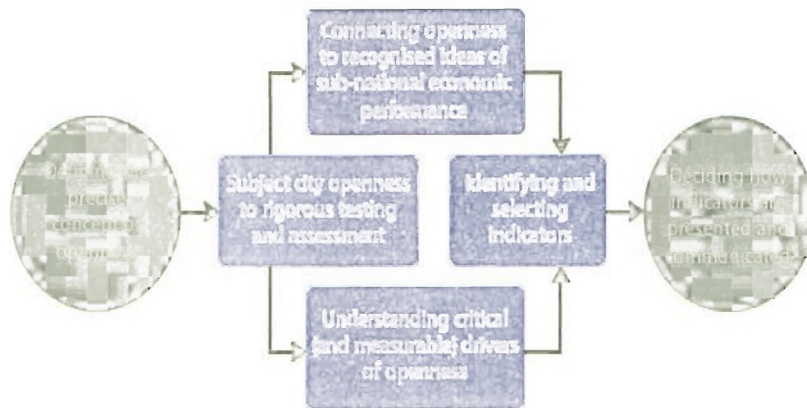
Η επικοινωνία με πολλές οργανώσεις που ενδιαφέρονται να μεταφέρουν την έννοια της διαφάνειας της πόλης και πώς αυτό μπορεί να βοηθήσει την κάθε πόλη να επιτύχει σε διεθνές επίπεδο τόσο στην οικονομική όσο και στην κοινωνική διάσταση. Οι υπηρεσίες που μπορούν να προσφέρουν οι συνεργαζόμενοι φορείς για τη βελτίωση της διαφάνειας της πόλης μπορεί να είναι :

- Υποστήριξη στο προσωπικό από στους υπαλλήλους του Δήμου, στις επιχειρήσεις καθώς και στις διάφορες πρωτοβουλίες πολιτών με τις οργανώσεις της πόλης.
- Δυνατότητα για επισκέψεις ειδικών για μια ανάλυση σε βάθος του ανοικτού χαρακτήρα της πόλης, συμπεριλαμβανομένων και των προτεινόμενων δράσεων.
- Βοήθεια από την εταιρική σχέση Company Ltd για τους αξιωματούχους της πόλης αλλά και για τους επιχειρηματίες, τους ηγέτες της μειονότητας, κλπ) οι οποίοι προωθούν το άνοιγμα.
- Δυνατότητα για Peer επισκέψεις για οργανωμένες πόλεις σε συνεργασία με το British Council.

❖ Διαφάνεια /μεθοδολογία

Η έρευνα OPENCities έχει υποστηριχθεί από τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων, τη διεθνή ανταλλαγή γνώσεων και την ταξινόμηση των μελετών περιπτώσεων για να καταλήξει σε μια μεθοδολογία για τη μέτρηση της διαφάνειας. Το παρακάτω απλοποιημένο διάγραμμα δείχνει αυτή τη μεθοδολογία κάτω από τον αυστηρό έλεγχο και με την αξιολόγηση της κάθε πόλης που είχε υποστεί τη διαδικασία του καθορισμού και της μέτρησης για **το άνοιγμά της**. «Η διαφάνεια είναι η ικανότητα

μιας πόλης για την προσέλκυση διεθνών πληθυσμών και για να μπορέσουν να συμβάλουν στη μελλοντική επιτυχία της πόλης



Σχεδιάγραμμα 7 : Διαδικασία καθορισμού και μέτρησης της διαφάνειας
OPENCities»(<http://opencities.britishcouncil.org/>)

❖ Δείκτες Διαφάνειας

Η ύπαρξη σχετικής μελέτης σκοπιμότητας αναγνωρίζει την καταλληλότητα και τη διαθεσιμότητα των προτεινόμενων δεικτών, και επαληθεύεται από τη διεθνή συγκρισιμότητα.⁸⁵

Συλλογή και Προετοιμασία των Δεδομένων: Η ΒΑΚΒΑΣΕΛ εξέτασε ένα μεγάλο αριθμό από επίσημες πηγές με στατιστικές σε (διεθνές, εθνικό, περιφερειακό επίπεδο ή σε επίπεδο πόλη), καθώς και από έρευνες και συνέλεξε πληροφορίες από ένα ευρύ φάσμα άλλων πηγών (ιδιωτικούς και δημόσιους οργανισμούς κ.λπ.) όπου προέκυψαν τρεις κατηγορίες δεδομένων από τις αναλυθείσες έρευνες:

⁸⁵ Οι πόλεις που περιλαμβάνονται στη μελέτη σκοπιμότητας είναι οι ευρωπαϊκές πόλεις: Μπέλφαστ, Μπιλμπάο, Βουκουρέστι, Κάρντιφ, Δουβλίνο, Ντίσελντορφ, Γκντανσκ, της Μαδρίτης, της Νίτρα, Πόζναν, Σόφια και Βιέννη. Όπως επίσης και οι πόλεις του Ηνωμένου Βασιλείου Μάντσεστερ, Νιούκασλ, Νότιγχαμ και του Εδιμβούργου, αλλά τα δεδομένα από τις πόλεις αυτές που εξετάστηκαν μακριά από το Λονδίνο, τη Νέα Υόρκη, το Σάο Πάολο, τη Σιγκαπούρη, και το Τορόντο.

- Διεθνώς συγκρίσιμα στοιχεία από επίσημες πηγές (Eurostat / Urban Audit, Ευρωπαϊκή Κοινωνική Έρευνα (ESS) και του ΟΟΣΑ).
- Τα δεδομένα που συλλέγονται από τη BAKBASEL τα οποία είναι από τα ερευνητικά προγράμματα και τις περιφερειακές στατιστικές. Η συλλογή δεδομένων και η διαδικασία επικύρωσης άρχισε σε συνεργασία με ευρωπαϊκές πόλεις, με στόχο τόσο τον έλεγχο της εγκυρότητας των στοιχείων που είχαν ερευνηθεί όσο και τη πλήρωση των κενών των δεδομένων. Τον Ιούνιο του 2009 έντεκα πόλεις είχαν αποστείλει στα στοιχεία που είχαν συλλεγεί. Η BAKBASEL⁸⁶ ελέγχει τη συμβολή κάθε πόλης και επικυρώνει αυτά τα δεδομένα όσον αφορά τη συγκρισιμότητά τους.
- Καταγραφή από τα ελλείποντα στοιχεία.

Τα περισσότερα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν για την κατασκευή των δεικτών των ομάδων του διεθνούς πληθυσμού είναι διαθέσιμα από επίσημες πηγές (όπως το Urban Audit ή την Ευρωπαϊκή Έρευνα Εργατικού Δυναμικού).

Το **OPENCities Monitor**, καλύπτει μια πολυδιάστατη έννοια της διαφάνειας χρησιμοποιώντας ένα μικτό σύστημα: πλήρης κατάλογος δεικτών, με υποδείκτες, όπου πρέπει το δείγμα να διαιρεθεί σε συγκρίσιμες υπο-ομάδες. Η συγκριτική αξιολόγηση θα αναλύσει τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες των επιμέρους πόλεων, μέσω της ατομικής αξιολόγησης από ομότιμους, καθώς και με προσεκτική παρακολούθηση. Η συγκριτική αξιολόγηση⁸⁷ μιας πόλης και η συνεχής σύγκριση, διευκολύνει την ανάπτυξη και τη διαρκή αναθεώρηση των οραμάτων και των δράσεων της πόλης να γίνει πιο ανοιχτή. Με τον καιρό, το σημείο αναφοράς των αποτελεσμάτων μπορεί να συμβάλει στον καθορισμό της προόδου που μια πόλη πρέπει να κάνει για να θέσει η ίδια μια «ανοιχτή πόλη» ως kitemark. Το εργαλείο

⁸⁶ **Σημείωση:** BAK Basel Economics Ltd (BAK Basel) είναι ένα ανεξάρτητο ερευνητικό ινστιτούτο που παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες σε εμπειρικό και ποσοτικό επίπεδο.

⁸⁷ Ένα βασικό στοιχείο της συγκριτικής αξιολόγησης είναι η επιλογή των πόλεων που πρέπει να συγκριθούν. Δεν έχει νόημα να συγκριθεί μια πόλη με όλες τις άλλες πόλεις. Είναι πιο χρήσιμο να περιορίσει τις συγκρίσεις σε ένα συγκεκριμένο «πρωτάθλημα» των περιοχών. Για παράδειγμα, σ' αυτές που είναι παρόμοιου μεγέθους και έχουν τον ίδιο βαθμό διεθνοποίησης ή είναι εξειδικευμένες σε ίδιους επιχειρηματικούς τομείς (όπως τα κέντρα γνώσης, προορισμοί επισκεπτών) και χωρικών οικονομικών λειτουργιών

αυτό μπορεί επίσης να επίσης ένα σημαντικό σε εκπαιδευτικές περιπτώσεις. Η πρόοδος στην ανάπτυξη σχεδίων δράσης, στρατηγικές και επενδυτικές αποφάσεις των πόλεων μπορεί να κριθούν και να αποτελέσουν και σημείο αναφοράς στις εκθέσεις που μπορούν να αναδείξουν τις προβληματικές περιοχές ή να υπογραμμίσουν τις ιδιαίτερα επιτυχίες. Τέλος η σαφής δέσμευση των εμπλεκόμενων πόλεων, η λήψη αποφάσεων σχετικά με το γιατί έχουν επιλεγεί **54 δείκτες**⁸⁸ (από πάνω από 150 που αποτελούν το αντικείμενο της έρευνας) βασίζεται στις ακόλουθες κατευθυντήριες ανησυχίες:

- Στη διασφάλιση της απλότητας και της οικονομικής προσιτότητας.
- Στη διασφάλιση της ταχείας συλλογής δεδομένων για μεγαλύτερο αριθμό πόλεων από αυτές που συμμετέχουν στο σχέδιο, ώστε να παρέχουν μια καλή βάση για την πρόσληψη και την αρχική σύγκριση.
- Στην ανάγκη για επιβεβαίωση ότι τα δεδομένα για την αντίληψη για τις πόλεις που θα συμμετέχουν θα μπορούν να ληφθούν υπόψη και θα σταθμιστούν εύκολα, καθώς και σε ορισμένες διαστάσεις της ανοικτότητας που μπορούν να μετρηθούν μόνο με δεδομένες αντιλήψεις.



3.5.3.2. Creative cities

3.5.3.2.1 Εισαγωγή

«Η Δημιουργική πόλη», περιγράφει μια νέα μέθοδο στρατηγικής για τον πολεοδομικό σχεδιασμό και προγραμματισμό και εξετάζει πως οι άνθρωποι μπορούν να σκέφτονται, να σχεδιάζουν και να δρουν δημιουργικά μέσα στην πόλη. Εξετάζει πως μπορούν να γίνουν οι πόλεις πιο βιώσιμες και ζωντανές, αξιοποιώντας την ανθρώπινη φαντασία και το ταλέντο. Δεν παρουσιάζει τελικές λύσεις αλλά επιθυμεί

⁸⁸ Στο Παράρτημα I δίνεται αναλυτική περιγραφή των δεικτών με τις θεματικές ενότητες: Μετανάστευση, Ελευθερία, Φραγμοί εισόδου, Διεθνείς εκδηλώσεις, Διεθνής παρουσία, Εκπαίδευση, Διεθνείς ροές, Υποδομές, Ποιότητα ζωής, Βιοτικό επίπεδο, Διαφορετικότητα – δράσεις

να ανοίξει μια «τράπεζα ιδεών» από όπου να μπορούν να ξεπηδήσουν μια σειρά καινοτομίες. Δεν είναι δυνατόν να λυθούν τα προβλήματα του 21ου αιώνα με τη σκέψη και τα εννοιολογικά εργαλείου του 19ου αιώνα: η δυναμική των πόλεων και τα αστικά συστήματα έχουν δραματικά αλλάξει.⁸⁹



Εικόνα 22: Μακέτα δημιουργικής πόλης (www.creativecities.com/)

Γενικότερα, είναι αναγκαίο να τονιστεί η σημασία τόσο των άυλων όσο και των υλικών υποδομών για τη διαμόρφωση δημιουργικών περιβαλλόντων. Αξίες και έννοιες από μόνες τους, μη όντας ικανές και επαρκείς για τη σύσταση επιτυχημένων παραδειγμάτων - πρακτικών, συνδυάζονται με υλικές υποδομές, όπως το αναβαθμισμένο δομημένο περιβάλλον και τις πολιτιστικές υποδομές.⁹⁰

Οι πόλεις έχουν πλέον έναν σημαντικό και κρίσιμο πόρο – τους ανθρώπους τους. Η ανθρώπινη ευφυΐα, οι επιθυμίες, οι δραστηριότητες, η φαντασία και η δημιουργικότητα, αντικαθιστούν τη χωροθέτηση, τους φυσικούς πόρους και την πρόσβαση σε αγορές, που ήταν κυρίαρχοι αστικοί παράγοντες. Η δημιουργικότητα των ανθρώπων που ζουν και δραστηριοποιούνται στις πόλεις θα καθορίσει τη μελλοντική τους επιτυχία.

Η έννοια της δημιουργικότητας οδηγεί τα αστικά κέντρα σε μια συνεχή προσπάθεια εκσυγχρονισμού και αναβάθμισης. Στο προσκήνιο έρχεται τώρα η συμβολική οικονομία, θέτοντας σε νέα βάση τον πολιτισμό καθώς συνδέεται με τον τουρισμό και τη διασκέδαση. Η επένδυση στην πολιτιστική πολιτική λειτουργεί θετικά για πολλές

⁸⁹ (Landry, Charles, 2000)

⁹⁰ Νικολακοπούλου, Χ. Με ποιιά κριτήρια κρίνουμε μια πόλη ως "Δημιουργική Πόλη"; blog «Πόλεις και Πολιτικές» Δευτέρα, Μάρτιος 28, 2011

ευρωπαϊκές πόλεις ενώ οι τοπικοί φορείς ευαισθητοποιούνται σχετικά με τις ανάγκες των κατοίκων.

Στις νέες ανάγκες του παγκόσμιου ανταγωνισμού, η δημιουργική πόλη είναι ικανή να ανταποκριθεί καθώς:

- Οι άνθρωποι γίνονται ο βασικός πυρήνας και υιοθετούν αξίες για τη δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος, όχι μόνο για τον αυτόχθονα πληθυσμό αλλά για τους επισκέπτες, τις επενδύσεις και τις επιχειρήσεις που προσελκύει.
- Οι κοινωνίες πλέον, επενδύουν στη γνώση, την καινοτομία και τον πολιτισμό και γίνονται χώροι δημιουργικής έκφρασης και ενασχόλησης. Σημαντικό στοιχείο για την οικονομική ζωή της πόλης είναι ο διευρυμένος τομέας των "παραδοσιακών" πολιτιστικών βιομηχανιών.
- Το λογισμικό, η επιστημονική έρευνα και ο προγραμματισμός προστίθενται στις οικονομικά επιτυχημένες βιομηχανίες με τις ήδη προϋπάρχουσες πολιτιστικές (οι κλασικές τέχνες, ο σχεδιασμός και οι εκδόσεις).⁹¹

Οικονομικό επίπεδο

- Στροφή προς οικονομίες "έντασης γνώσης" και συμβολική οικονομία
- Αναπτυσσόμενες δημιουργικές βιομηχανίες
- Οργάνωση 'χωρικών θυλάκων' (clusters) και διαμόρφωση οικονομιών κλίμακας

Κοινωνικό επίπεδο

- Αίσθημα ασφάλειας για τους πολίτες
- Ίσες ευκαιρίες σε όλους
- Προώθηση αξιών ανοχής προς τη διαφορετικότητα (μετανάστες, ομοφυλόφιλοι κ.ά.)
- Επίτευξη υψηλού μορφωτικού επιπέδου
- Η τοπική ιδιαιτερότητα ενδυναμώνεται από το παγκόσμιο

⁹¹ www.citybranding.gr

Πολιτιστικό επίπεδο

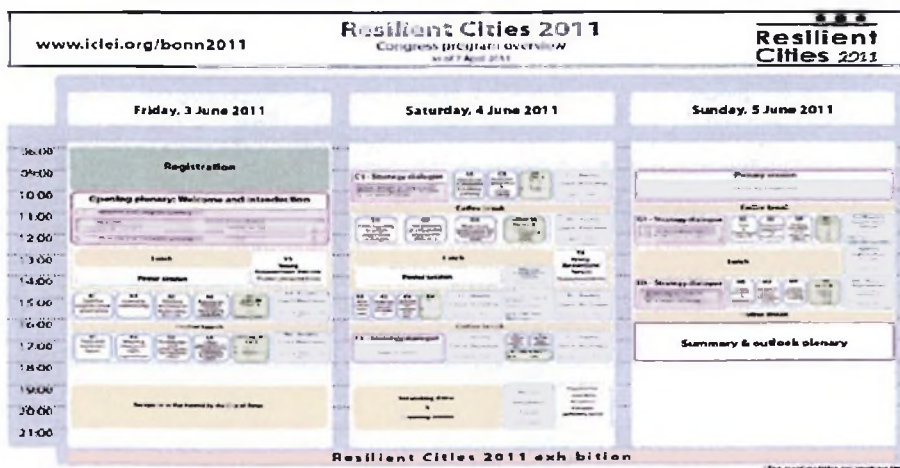
- Κατεύθυνση προς τον πολιτισμό (αυξανόμενο αριθμό υποδομών και διευρυμένο πνευματικό επίπεδο κατοίκων)
- Πολιτιστικές βιομηχανίες: πυρήνας δημιουργικών βιομηχανιών
- Η αρχιτεκτονική κληρονομιά γίνεται η βάση στον καθορισμό του οράματος της πόλης και συνδυάζεται με την πολυπολιτισμικότητα των κατοίκων

Πολεοδομικό επίπεδο

- Δημόσιοι χώροι προσβάσιμοι σε όλους
- Προβολή δημόσιου χώρου μέσα από διάφορες εκδηλώσεις και πολιτιστικά δρώμενα
- Αξιοποίηση καινοτόμου σχεδιασμού για την ανάδειξη της αστικής μορφολογίας

Διακυβέρνηση και χάραξη πολιτικής

- Καθορισμένη δράση φορέων και χάραξη συγκεκριμένης πολιτικής
- Δημόσιος τομέας σε άμεση συνεργασία με τον ιδιωτικό
- Συνεχή ενημέρωση των ατόμων που στελεχώνουν την τοπική αυτοδιοίκηση
- Συνεργασίες και συμμετοχή σε προγράμματα και δίκτυα διεθνούς χαρακτήρα
- Συμμετοχικός σχεδιασμός
- Χάραξη πολιτικής για τη διαμόρφωση ιδιαίτερου αστικού τοπίου και ξεχωριστής ταυτότητας της πόλης



The image shows a detailed program overview for the Resilient Cities 2011 Congress, held from Friday, 3 June 2011 to Sunday, 5 June 2011. The program is organized into three columns representing the days of the event. A vertical timeline on the left indicates the time slots from 06:00 to 21:00. The program includes various sessions such as Registration, Evening plenary, Plenary sessions, Lunch, and a Summary & outlook plenary. The website www.iclel.org/bonn2011 is mentioned at the top left, and the Resilient Cities 2011 exhibition is noted at the bottom.

Εικόνα 23: Resilient cities 2011 (www.creativecities.com/)

Το Έργο **Δημιουργικές Πόλεις** εξερευνά νέους τρόπους για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής στις αστικές κοινότητες, με τη συμμετοχή νέων επαγγελματιών από διαφορετικά υπόβαθρα. Το έργο τους επιτρέπει να αποκτούν τις γνώσεις, τα δίκτυα, τις δεξιότητες και τα εργαλεία για να ενισχύουν τη φωνή τους στη λήψη των αποφάσεων για το περιβάλλον που ζουν. Μέσα από συζητήσεις καλύπτει ένα φάσμα θεμάτων, συμπεριλαμβανομένων των δημόσιων χώρων, των τεχνών και των κοινωνικών δραστηριοτήτων, τη συμβολή των πολιτιστικών βιομηχανιών στην ανάπτυξη της πόλης, καθώς και το ρόλο της πολιτιστικής πολιτικής.⁹² Το έργο θα συνεχιστεί μέχρι το τέλος του 2011 και περιλαμβάνει τρία σκέλη

. Τα τρία σκέλη του προγράμματος Creative πόλεις είναι:

- Παιχνίδι με τις Μελλοντικές Πόλεις
- Ιδέες για Αστικό Αρτοποιείο
- Αστικό Φόρουμ

❖ **Μελλοντικές Πόλεις: remix Παιχνιδιού**

Μελλοντικές Πόλεις- remix Παιχνιδιού: Το παιχνίδι ως μέρος ενός ευρύτερου σχεδίου. Το έργο - παιχνίδι «Βαλτική Θάλασσα – Ασία, Ατζέντα για Περιφέρειες στην εποχή της παγκοσμιοποίησης (BASAAR)», διοργανώθηκε από το Βρετανικό Συμβούλιο, την εταιρία συμβούλων "Rode & Weiland", την πόλη Ρίγα και το Τμήμα Ανάπτυξης της πόλης. Το πλαίσιο του παιχνιδιού έχει σχεδιαστεί για να χρησιμεύσει ως ένα μεγαλύτερο ερευνητικό έργο. Είναι ένα έργο μεταξύ του Δημοτικού Συμβουλίου της Ρίγας, της Περιφέρειας Σχεδιασμού της Ρίγας και από δεκατέσσερις (14) άλλους εταίρους από τη Σουηδία, τη Φινλανδία και την Εσθονία. **Στόχος** του

⁹² Το έργο λειτουργεί σε συνεργασία με μια σειρά από πόλεις και οργανώσεις που δραστηριοποιούνται στην ανάπτυξη καινοτόμων προσεγγίσεων για την πολιτική της πόλης. Η συμμετοχή στο πρόγραμμα παρέχει μια ευκαιρία για τις πόλεις για τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για τον εαυτό τους και την προσέλκυση δημιουργικών ταλέντων, που θα συμβάλλει στη μελλοντική οικονομική ανάπτυξη τους. Είναι οργανωμένο με εταίρους στο πλαίσιο του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα και με τις ευρωπαϊκές πόλεις στο Ηνωμένο Βασίλειο, την Πολωνία, Τσεχική Δημοκρατία, Ουγγαρία, Σλοβακία, Σλοβενία, Ουκρανία, Σουηδία, Νορβηγία, Δανία, Φινλανδία, Εσθονία, Λετονία, Λιθουανία και τη Ρωσία.

είναι η προώθηση και ενίσχυση των συνεργασιών μεταξύ της κεντρικής περιοχής της Βαλτικής Θάλασσας, της Ασίας και της Κίνας ως παράδειγμα για όλους τους εταίρους. Στο τέλος του παιχνιδιού, τα αποτελέσματα θα εξεταστούν και θα αξιολογηθούν από όλα τα συμμετέχοντα ιδρύματα. Το έργο έχει ήδη παγκόσμιες και τοπικές προκλήσεις και κάπως επιθυμητό αστικό προφίλ. Στο επίκεντρο του έργου βρίσκεται ο τουρισμός και η εκπαίδευση. Παράλληλα οι συμμετέχοντες θα μπορούν να επιλέξουν άλλα θέματα και προκλήσεις. Η μορφή και το περιεχόμενο είναι προσανατολισμένα προς την εστιασμένη «σε κάθε περίπτωση» προσέγγιση. Ωστόσο, δεν αλλάζει η πρακτική της μεθοδολογίας, οι ομάδες και οι παίκτες εξακολουθούν να περνούν από την όλη διαδικασία.

❖ **Σχετικά Αστικό Φόρουμ**

Το Αστικό Φόρουμ προωθεί μια τρέχουσα συζήτηση για το ρόλο της δημιουργικότητας, της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στην αστική ανάπτυξη. Διευκολύνει τις εταιρικές σχέσεις μεταξύ των χωρών με διάφορες μορφές, συμπεριλαμβανομένων των σεμιναρίων, των τεχνών, των δραστηριοτήτων και των εκστρατειών ευαισθητοποίησης.

Έχει συγκεντρώσει νέους επαγγελματίες, ηγέτες της κοινότητας και τους εταίρους της πόλης από όλη την Ευρώπη για την εξέταση των σχετικών θεμάτων που σχετίζονται με την ανάπτυξη της πόλης, την καινοτομία το αστικό περιβάλλον, την πολεοδομία, και την δημιουργική οικονομία.





Εικόνα 24: Α.Φωτογραφία από Andrejs Zavadskis Β. Εικόνα 45: Η πόλη Πετς της Ουγγαρίας – έχει επιλεγεί στο πλαίσιο της προετοιμασίας για τη διατύπωση Ιδεών για το αστικό Αρτοποιείο(Αστικό Φόρουμ)

❖ **Ιδέες για το Αστικό Αρτοποιείο στην πόλη Πετς της Ουγγαρίας**

Η πόλη **Πετς** της Ουγγαρίας έχει επιλεγεί στο πλαίσιο της προετοιμασίας για τη διατύπωση Ιδεών για το αστικό Αρτοποιείο. Συμμετέχουν 16 τοπικά μέλη που αντιπροσωπεύουν διάφορους τομείς όπως: την πολεοδομία, την τέχνη, την αρχιτεκτονική, την χάραξη πολιτικής στην πόλη, με σκοπό να εντοπίσουν τα πιο επείγοντα ζητήματα αστικού Αρτοποιείου στη γενέτειρά τους. Το Ted Matthews από το Βρετανικό Συμβούλιο και η Νορβηγία διευκολύνουν και παρακολουθούν ως εμπειρογνώμονες το πρόγραμμα με τη συμμετοχή-διάθεση τριών μελών από την προηγούμενη εμπειρία στην πόλη Κάουνας Φούρνος.

Ο σκοπός που προγράμματος είναι να διερευνηθούν οι ανάγκες, οι προκλήσεις της πόλης, τα εμπόδια και οι πόροι από διάφορες πλευρές όπως είναι:

- Τα μέλη της τοπικής κοινότητας.
- Το πανεπιστήμιο.
- Το δομημένο περιβάλλον.
- Τη γεωγραφική θέση.
- Τους φυσικούς πόρους.
- Την ευκαιρία να καταστήσουν την Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης για το 2010.

Οι τοπικοί φορείς παρουσιάζουν τις καλύτερες εμπειρίες από το Πετς οι οποίες μπορεί να αφορούν: Slam ποίηση/δημιουργικό εργαστήρι (μια ευκαιρία να είναι δημιουργικοί), σύνταξη καταλόγου με οπτική τα σκουπίδια που αφορούσε ενδιαφέρουσες και καινοτόμες δράσεις για τις εργασίες ανακύκλωσης, πολιτιστικές εκδηλώσεις σε εργοστάσιο (χωρίς αποκλεισμούς και νέα προσέγγιση στην πόλη, νέα

πολιτιστική σημασία), ξεναγήσεις στον πύργο Σωλήνες (όπου βιώνουν τη φύση), χρήση ενός μικρού αεροπλάνου (για πτήση πάνω από την πόλη), απόλαυση του καφέ με φίλους (καθημερινές απολαύσεις). Οι εκδηλώσεις εντάσσονται σε δύο μεγάλες θεματικές ενότητες: **κοινοτικές θέσεις και κοινοτικές συνδέσεις**.

3.5.3. 3. Livable cities

Όταν οι πόλεις κατακλύζονται από την άσφαλτο, το θόρυβο, τη ρύπανση και τις δονήσεις γίνονται αφιλόξενοι χώροι και δημιουργούν καταστάσεις όπως σοβαρές απειλές για τη φυσική και διανοητική υγεία των αστών καθώς και για πολλά είδη φυτών και ζώων που δε μπορούν πλέον να υπάρξουν στο σύγχρονο αστικό περιβάλλον. Σ' αυτό συμβάλλουν η σκόνη και τα απορρίμματα όταν συσσωρεύονται κατά μήκος των οδών και των δημόσιων χώρων. Η κυκλοφορία, τα εργοστάσια, οι μονάδες καθαρισμού και οι μονάδες παραγωγής ενέργειας όταν παράγουν επικίνδυνες εκπομπές στον περιβάλλοντα αέρα και το νερό. Επίσης όταν οι κοινοτικές αξίες αποδυναμώνονται και οι πολίτες αισθάνονται ανασφαλείς και απειλούμενοι. Με περίπου το 50% του παγκόσμιου πληθυσμού να ζει στις αστικές περιοχές⁹³ οι πόλεις έχουν γίνει: οι μηχανές της σύγχρονης κοινωνίας, τα κέντρα της οικονομικής, πολιτικής, κοινωνικής και πολιτιστικής δραστηριότητας και ενεργούν ως μαγνήτες που προσελκύουν τους φτωχούς αγρότες. Παρά την ταχεία ανάπτυξη, οι δημόσιες υπηρεσίες όπως αυτές της παροχής νερού, της διαχείρισης των αποχετεύσεων και της παραγωγής και διάθεσης ηλεκτρικής ενέργειας δυσκολεύονται για να συμβαδίσουν με τις απαιτήσεις που συνεπάγεται αυτή η επέκταση. Σε αυτό το πλαίσιο, η βιώσιμη αστική διαχείριση είναι όχι μόνο απαραίτητη για τη βελτίωση της ποιότητας του αστικού περιβάλλοντος, αλλά και προϋπόθεση για την εξασφάλιση ενός υγιούς περιβάλλοντος διαβίωσης για τους αστούς.

Το «**Κέντρο Philips Livable Πόλεις**» πιστεύει ότι οι επιτυχείς πόλεις είναι οι βιώσιμες πόλεις. Επισημαίνει τρία σημαντικά και αλληλοσυνδεδεμένα συστατικά μιας βιώσιμης πόλης:

⁹³ Με αρχή τις αναπτυσσόμενες χώρες της Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής και τώρα στην Ασία, την Αφρική και τη Λατινική Αμερική, οι πόλεις επεκτείνονται προς όλες τις κατευθύνσεις, καταστρέφοντας τα αγροκτήματα και τους ανοιχτούς χώρους που βρίσκουν στην πορεία τους.

Ελαστικότητα: Επικεντρώνεται στην προσαρμοστικότητα, την ευελιξία και την ισορροπία. Πρόκειται για την ικανότητα της πόλης να «εφευρίσκει» ή να «εφευρίσκει εκ νέου» εν μέσω κλυδωνισμών και να προσπαθεί να φιλοξενήσει αρμονικά παλιές και νέες αξίες, να τις προσαρμόζει στις λειτουργίες και στις απαιτήσεις της πόλης. Καταδεικνύει την ικανότητα μιας πόλης που μπορεί να ισορροπεί συνέχεια με την αλλαγή, την καινοτομία και την κληρονομιά, το φυσικό χώρο και το αστικό περιβάλλον προς όφελος των κατοίκων.

Κάλυψη: Αφορά τη δημιουργία της κοινωνικής ένταξης και συνοχής και περιλαμβάνει τις πόλεις που είναι ανοιχτές για συμμετοχή όσο το δυνατόν σε πιο ευρύτερο φάσμα. Η κοινωνία των πολιτών, ανεξάρτητα από το φύλο, την ηλικία, την εθνικότητα, την πολιτιστική κληρονομιά, τις πεποιθήσεις, τη θρησκεία και την οικονομική κατάσταση αναφέρεται στις ίσες ευκαιρίες που πρέπει να έχουν οι κάτοικοι για να συμμετάσχουν στις δραστηριότητες μιας πόλης. Η κάλυψη ενισχύει τα αισθήματα κοινότητας, την αίσθηση της ιδιοκτησίας προς την πόλη, και την αίσθηση της συμμετοχής.

Αυθεντικότητα: Αναφέρεται στη δυνατότητα να διατηρείται ο τοπικός χαρακτήρας της πόλης για την τοπική κληρονομιά, τον πολιτισμό και το περιβάλλον. Ενώ παράλληλα μια πόλη μπορεί να φιλοξενεί κοινωνικές, οικονομικές και τεχνολογικές αλλαγές και να εξελίσσεται και η ίδια. Αυτή η εξέλιξη πρέπει να είναι βιώσιμη και να ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των πολιτών.⁹⁴

Είναι γεγονός ότι η δημιουργική διαχείριση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων μπορεί να μετεξελίξει τις πόλεις, από αστικούς πυρήνες υποβάθμισης του περιβάλλοντος σε χώρους αναζήτησης αειφόρων πρακτικών και λύσεων, με στόχο την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των πολιτών. Η αισθητική, αρχιτεκτονική, πολεοδομική και περιβαλλοντική επανασχεδίαση πόλεων και οικισμών εγκαινιάζει καινούργιες ανθρώπινες σχέσεις, οικοδομεί πολιτισμικές ταυτότητες με μέλλον στο παγκόσμιο χωριό, δημιουργεί μια πόλη για τους πολίτες, σε εταιρική σχέση με την ύπαιθρο και ισόρροπη σχέση με τον περιαστικό χώρο. Η αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων και η διατήρηση και ανάπτυξη της φυσικής κληρονομιάς αποτελούν τις προϋποθέσεις για την αρχιτεκτονική μιας βιώσιμης πόλης.

⁹⁴ (Insight Series for Livable Cities,Nr.1 Philips)

Έρευνα του Economist Intelligence Unit. Στη σχετική έρευνα του Economist Intelligence Unit ⁹⁵ η οποία κατατάσσει τις πόλεις με βάση **30 παράγοντες**, όπως περίθαλψη, πολιτισμός και περιβάλλον, εκπαίδευση και προσωπική ασφάλεια. κλπ., το Βανκούβερ καταλαμβάνει την πρώτη θέση. Στον πίνακα ...γίνεται αναφορά στον κατάλογο των **top 10 πιο κατοικήσιμων πόλεων**, όπως κατατάσσονται από το Economist Intelligence Unit:

| |
|----------------------------|
| 1. Βανκούβερ, Καναδάς |
| 2. Μελβούρνη, Αυστραλία |
| 3. Βιέννη, Αυστρία |
| 4. Τόροντο, Καναδάς |
| 5. Ουάσιγκτον, Καναδάς |
| 6. Ελσίνκι, Φινλανδία |
| 7. Σίδνεϊ, Αυστραλία |
| 8. (Ισο) Περθ, Αυστραλία |
| 8(Ισο) Adelaide, Αυστραλία |
| 10. Λακλάντ Νιου Ζηλανδία |
| Πηγή: Reuters |

Πίνακας 6: Οι πιο κατοικήσιμες πόλεις σύμφωνα με το Economist Intelligence Unit (Reuters)

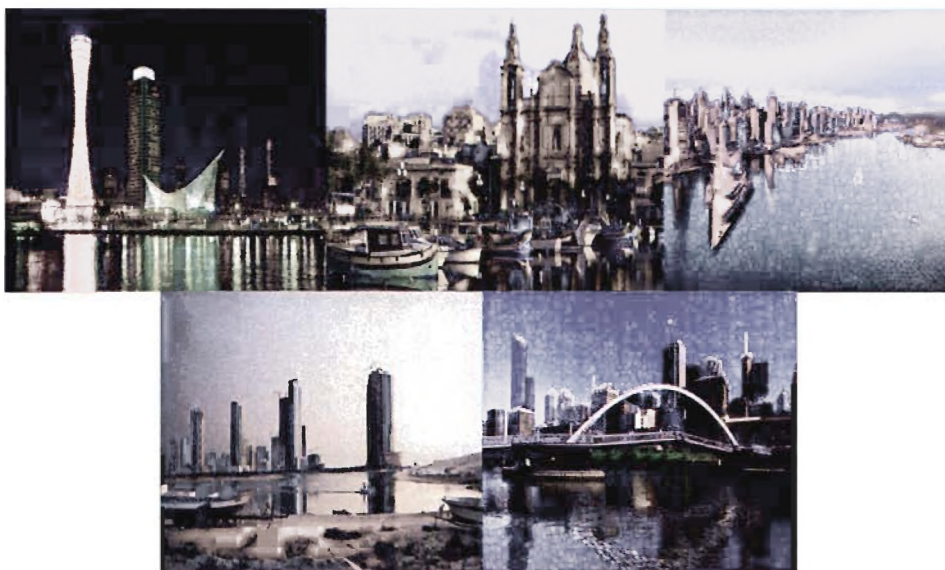
⁹⁵ <http://www.theage.com.au/travel/the-best-city-in-the-world>. Ημερομηνία πρόσβασης:

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1. Πόλεις Λιμάνια / εφαρμογή city branding

4.1.2. Εισαγωγή

Τα λιμάνια ανέκαθεν έχουν μια σπουδαία συμβολή στην οικονομία ενός τόπου και σε συνδυασμό με τα πλοία εξασφαλίζουν τις θαλάσσιες μεταφορές μέσω των οποίων προωθείται το μεγαλύτερο μέρος του εισαγωγικού και εξαγωγικού εμπορίου μιας χώρας. Αυτό το γεγονός έχει τεράστια σημασία για την οικονομική επιβίωση και ανάπτυξη ενός τόπου ή μιας χώρας. Επομένως δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζονται αποκλειστικά και μόνον σαν τεχνικές κατασκευές αλλά είναι απαραίτητο να τονιστεί και να κατανοηθεί ο έντονος οικονομικός και κοινωνικός χαρακτήρας τους .



Εικόνα 25: Μέτωπα αναπλάσεων σε μεγάλα λιμάνια ανά τον κόσμο

Τα σχεδόν 100000 χιλιόμετρα των ευρωπαϊκών ακτών είναι διάστικτα με περισσότερα από 1200 εμπορικά λιμάνια, αρκετές εκατοντάδες λιμάνια ακόμη είναι διάσπαρτα στα 36000 χιλιόμετρα των εσωτερικών πλωτών οδών. Αποτελούν βασικά σημεία μετάβασης από έναν τρόπο μεταφοράς σε άλλον και έχουν ζωτική σημασία για τη διακίνηση του 90% του διεθνούς εμπορίου της Ευρώπης. Επιπλέον – και αυτό δικαιολογεί τη γενική πολιτική μεταφορών της Ένωσης ⁹⁶μέσω των λιμένων διακινείται το 40% των τονοχιλιομέτρων του ενδοκοινοτικού εμπορίου.

⁹⁶ Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2006 : Η Ευρώπη σε συνεχή κίνηση Βιώσιμη κινητικότητα στην ήπειρό μας. Ενδιάμεση αναθεώρηση του 2001 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής της Λευκής Βίβλου, Ανακοίνωση της επιτροπής στο συμβούλιο, στο ευρωπαϊκό κοινοβούλιο COM(2006)314, Βρυξέλλες, 22.06.2006

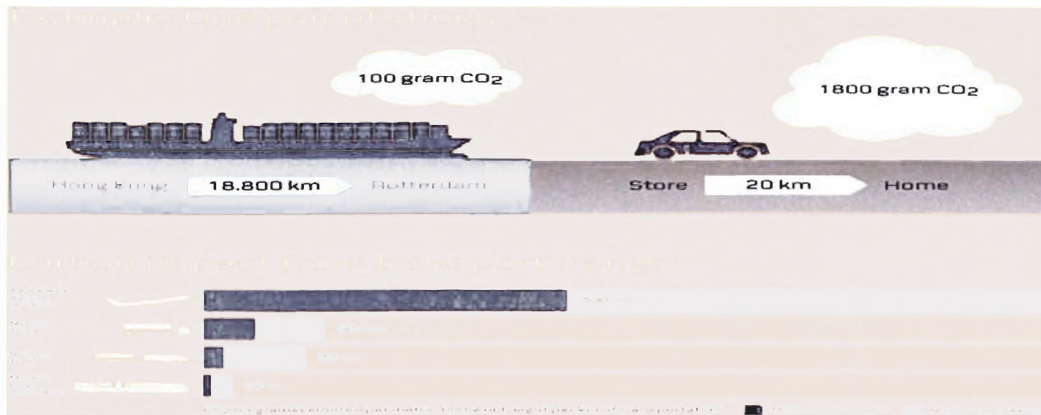
Οι λιμένες διαδραματίζουν καίριο ρόλο στη συνοχή της Ευρώπης, μέσω της ανάπτυξης υπηρεσιών επιβατικών μεταφορών και πορθμείων. Η ανάπτυξη του κλάδου των κρουαζιερών έχει μετατρέψει ορισμένους λιμένες σε επίκεντρα του τουρισμού για πόλεις και ολόκληρες περιοχές. Τα λιμάνια έχουν ουσιαστικό ρόλο στην ανάπτυξη των θαλάσσιων μεταφορών μικρών αποστάσεων και, σε πολλές περιπτώσεις, της εσωτερικής πλωτής κυκλοφορίας. Αυτοί οι δύο τρόποι μεταφοράς είναι οικονομικοί και μπορούν να υποκαταστήσουν λιγότερο αειφόρους τρόπους σε μεγάλες αποστάσεις.

Οι λιμένες είναι άμεση και έμμεση πηγή για περισσότερο από μισό εκατομμύριο θέσεις απασχόλησης και εξασφαλίζουν δυναμισμό και ανάπτυξη ολόκληρων περιοχών, συμπεριλαμβανομένων των πλέον περιφερειακών, σύμφωνα με τη στρατηγική της Λισαβόνας.

4.2. Η συμβολή των λιμένων στην εθνική, περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη και προβολή

Στα πλαίσια μιας σύγχρονης και περισσότερο σύνθετης αντίληψης για τη λιμενική λειτουργία, επιζητείται η σύνδεση λιμένα και αστικού ιστού, λιμένα και κοινωνικής λειτουργίας, ούτως ώστε ο λιμένας να αποτελεί ένα χώρο ανάπτυξης σημαντικών δραστηριοτήτων.

Οι λιμένες σήμερα προωθούν μια περισσότερο αειφόρο προσέγγιση της ανάπτυξης, ευνοώντας τις θαλάσσιες έναντι των κορεσμένων και ρυπογόνων χερσαίων μεταφορών, διαμεσολαβούν την οικονομική ανάπτυξη, εξασφαλίζουν τη συνδυασμένη μεταφορά επιβατών και εμπορευμάτων, συμβάλλουν ποικιλοτρόπως στην αύξηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και της απασχόλησης, εξυπηρετούν τις ανάγκες των τοπικών κοινωνιών στις οποίες βρίσκονται, αλλά και της ευρύτερης περιφέρειάς τους, γενικά αποτελούν πόλο ζωής και ανάπτυξης.



Εικόνα 26: Συγκριτικά στοιχεία για τις εκπομπές ρύπων των μέσων μεταφοράς(International Maritime Organization. IMO)

Σε επίπεδο χώρας προκειμένου να διατηρηθεί και να ενισχυθεί η ναυτιλιακή της ταυτότητα τα λιμάνια μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο, αφού για αιώνες έχουν λειτουργήσει όχι μόνον ως κομβικά σημεία για τις μεταφορές, αλλά και ως σημεία συνάντησης διαφορετικών πολιτισμών. Η διαδικασία αυτή μπορεί να συμβάλλει στην ενίσχυση της εικόνας της χώρας όπως επίσης και στην καλύτερη ενσωμάτωση των λιμανιών στις πόλεις τους και στη ζωή των πόλεων.

Η καθιέρωση οργανωμένου διαλόγου μεταξύ των λιμένων και των αντίστοιχων πόλεων επίσης είναι απαραίτητη καθώς οι πόλεις και τα λιμάνια τους έχουν σχέση αλληλεξάρτησης, η οποία πρέπει να διέπεται από μακροπρόθεσμη στρατηγική προοπτική και προγραμματισμό.

Είναι σημαντικό τόσο για το λιμάνι, όσο και για την πόλη να ενισχύσουν την ένωσή τους η οποία μπορεί να γίνει με την προώθηση της:

- Εικόνας των λιμανιών και την εξασφάλιση της καλύτερης πρόσβασης του κοινού
- Συνεργασίας με τις αρχές και όλους τους ενδιαφερομένους
- Ενσωμάτωσή τους στις πόλεις «τους».⁹⁷
- Συμπόρευσης των λιμενικών δραστηριοτήτων με τον πολιτισμό, το θαλάσσιο τουρισμό και την αστική ανάπτυξη

Επίσης τα λιμάνια εκτός από τις θαλάσσιες μεταφορές λειτουργούν και ως συγκοινωνιακός κόμβος για την ζεύξη των θαλασσιών με τις χερσαίες μεταφορές εμπορευμάτων και επιβατών, και επίσης ως κέντρο ανάπτυξης του εμπορίου, της βιομηχανίας και της απασχόλησης σε τοπικό επίπεδο (π.χ. μέσω της αλιείας, του

τουρισμού, της μεταποίησης, των ναυπηγοεπισκευών κλπ.) και, συνεπώς συντελούν άμεσα στην περιφερειακή ανάπτυξη σε όλες τις μορφές.

Ο προβληματισμός και η συζήτηση που ξεκίνησε στην υπόλοιπη Ευρώπη τις δύο τελευταίες δεκαετίες, για την αρμονική συνύπαρξη των δύο αυτών πόλων(λιμάνι/πόλη- πόλη/λιμάνι), ήταν εύλογο να επηρεάσει και τις απόψεις που έχουν κατά καιρούς εκφρασθεί για το θέμα και στη χώρα μας.

Οι Προκλήσεις σήμερα για το Ευρωπαϊκό Σύστημα Λιμένων:

Οι παραπάνω προκλήσεις σήμερα έχουν διαμορφωθεί στο πλαίσιο μιας ολοκληρωμένης θαλάσσιας πολιτικής⁹⁸ και αφορά: ⁹⁹

- Τη ζήτηση για διεθνείς μεταφορές, η οποία ενισχύεται από το χαμηλό τους κόστος και η οποία αυξάνεται ταχύτερα από την οικονομική ανάπτυξη. Είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι οι λαμπρές προοπτικές των λιμένων όντως προσελκύουν τώρα επενδυτές κάθε είδους και προελεύσεως.
- Την τεχνολογική αλλαγή, που σημειώθηκε με την ανάπτυξη των μεταφορών εμπορευματοκιβωτίων – που συνεπάγεται αποτελεσματικότερη, ταχύτερη, ασφαλέστερη και καθαρότερη λειτουργία για τα λιμάνια – αλλά για την οποία απαιτείται από τους λιμένες, και τις πόλεις που τους φιλοξενούν, σημαντική προσπάθεια προσαρμογής, όσον αφορά την απόκτηση και τη διαχείριση λιμενικών εκτάσεων, καθώς και όσον αφορά τεχνολογικά και κοινωνικά ζητήματα. Ταυτοχρόνως, η απαραίτητη χρήση ΤΠ, όπως και τεχνολογιών ναυσιπλοΐας και τηλεπικοινωνιών, προϋποθέτει προσαρμογή και κατάρτιση, ώστε οι λιμένες να συνεχίσουν να προσφέρουν προοπτικές παραγωγικότητας και νέων θέσεων απασχόλησης.
- Τη δέσμευση για μείωση των αερίων θερμοκηπίου και τα σημερινά προβλήματα ποιότητας του αέρα επιβάλλουν, αφενός, μείωση των επιβλαβών εκπομπών και των επιπτώσεων στην οδική συμφόρηση από κάθε τονοχιλιόμετρο και, αφετέρου, διαφοροποίηση των τρόπων μεταφοράς και προτίμηση των σιδηροδρομικών, των

⁹⁸ Για παράδειγμα σε επίπεδο πόλης να οργανωθούν ομαδικές μεταφορές αλλά και σε επίπεδο λιμανιού να διοργανωθούν επίσης εορταστικές εκδηλώσεις, ημερίδες ελεύθερης πρόσβασης ή άλλες παρεμφερείς δραστηριότητες για τους πολίτες

⁹⁹ Ευρωπαϊκή Ένωση (2007), Μια ολοκληρωμένη θαλάσσια πολιτική για την Ευρωπαϊκή Ένωση, Βρυξέλλες

εσωτερικών πλωτών και των θαλάσσιων μεταφορών. Αυτό θα οδηγήσει σε καλύτερη γεωγραφική κατανομή των χερσαίων μεταφορών και σε καλύτερη χρήση της υφιστάμενης δυναμικότητας των λιμένων.

- Την ανάγκη καθιέρωσης τακτικού διαλόγου σχετικά με τις επιδόσεις και την ανάπτυξη των λιμένων, μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών που δραστηριοποιούνται στους λιμένες και της πόλης, της περιοχής και περαιτέρω, εν ανάγκη. Ο διάλογος έχει καίρια σημασία, διότι μπορεί να εξασφαλίσει κοινωνική αποδοχή και αποτελεσματικότητα, να βελτιώσει την εικόνα των λιμένων, να συμβάλει σε καλύτερη οργάνωση του χώρου για τις αστικές λειτουργίες, την αναψυχή ή τον τουρισμό. Μια προσέγγιση βασισμένη στον διάλογο με τους ενδιαφερομένους μπορεί να συντελέσει σε βιώσιμες δραστηριότητες εντός των λιμένων, καθώς και σε καλύτερες ευκαιρίες και όρους απασχόλησης.
- Την ανάγκη να συμβιβάζονται η ανάπτυξη και η διαχείριση των λιμένων με τη διαφάνεια, τον ανταγωνισμό και, εν γένει, τους κοινοτικούς κανόνες.

Στην παραπάνω προοπτική η καθιέρωση ενός οργανωμένου διαλόγου μεταξύ των λιμένων και των πόλεων μπορεί να διέπεται από μια μακροπρόθεσμη στρατηγική προοπτική και προγραμματισμό. Είναι άρα σημαντικό τόσο για το λιμάνι, όσο και για την πόλη να ενισχύσουν την ένωσή τους. Η προώθηση της εικόνας των ευρωπαϊκών λιμανιών και η εξασφάλιση καλύτερης πρόσβασης του κοινού είναι θέματα που πρέπει να επαφίενται κυρίως στα ίδια τα λιμάνια, τις περιφέρειες και τα κράτη μέλη. Ωστόσο, η Επιτροπή θα εξετάσει πώς μπορεί να συνεργαστεί με αυτές τις αρχές και τους ενδιαφερομένους, με σκοπό να ενισχύσει τη συνεργασία μεταξύ τους, προκειμένου να βελτιώσει την εικόνα των λιμανιών και την ενσωμάτωσή τους στις πόλεις «τους». Πρέπει να γίνει προσπάθεια να συμβιβαστούν οι λιμενικές δραστηριότητες με τον πολιτισμό, με τον θαλάσσιο τουρισμό και την αστική ανάπτυξη εν γένει. Υπάρχει επίσης ανάγκη να διατηρηθεί η ναυτιλιακή ταυτότητα της Ευρώπης, ένα πεδίο στο οποίο τα λιμάνια μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο, αφού έχουν λειτουργήσει για αιώνες όχι μόνον ως κομβικά σημεία για τις μεταφορές, αλλά και ως σημεία συνάντησης διαφορετικών πολιτισμών. Η διαδικασία αυτή πρόκειται επίσης να συντελέσει στην καλύτερη ενσωμάτωση των λιμανιών στις πόλεις και στη ζωή των πόλεων.

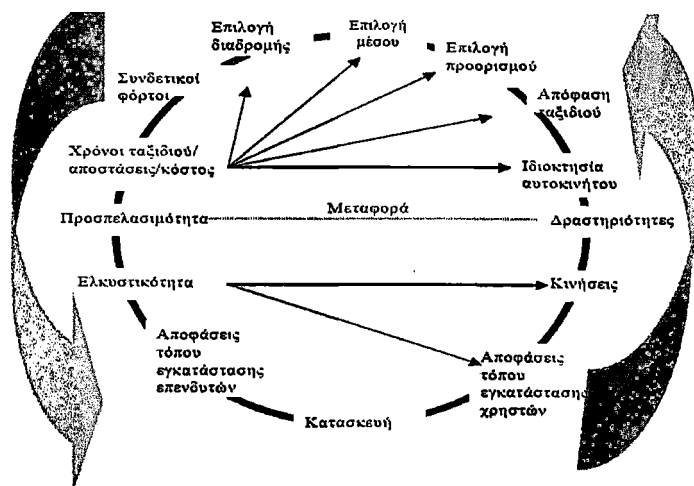
Επίσης ένας σημαντικός παράγοντας στο πλαίσιο του παραπάνω διαλόγου είναι και η **αλληλεπίδραση Χρήσεων Γης στα Συστήματα Μεταφορών** η οποία στην περίπτωση των λιμανιών αναφέρεται στο διαχωρισμό των χρήσεων γης σε οικιστικές, βιομηχανικές και εμπορικές ζώνες των αστικών περιοχών όπου καθορίζει τον τόπο εγκατάστασης των ανθρωπίνων δραστηριοτήτων¹⁰⁰ όπως κατοικία, εργασία, ψώνια, εκπαίδευση ή ψυχαγωγία και αφορά κυρίως α) τις χρήσεις γης β) τις μετακινήσεις γ) το σύστημα μεταφορών δ) την προσπελασιμότητα.

Τα παραπάνω προκύπτουν από την ανάγκη:

- Για το διαχωρισμό των ανθρωπίνων δραστηριοτήτων στον χώρο όπου απαιτούνται χωρικές αλληλεπιδράσεις.
- Για το διαχωρισμό της υποδομής του μεταφορικού συστήματος όπου δημιουργεί ευκαιρίες για χωρικές αλληλεπιδράσεις που μπορούν να μετρηθούν ως προσπελασιμότητα.
- Για το διαχωρισμό της προσπελασιμότητας στον χώρο όπου καθορίζει και τη λήψη αποφάσεων του τόπου εγκατάστασης με αποτέλεσμα να συντελεί σε αλλαγές του συστήματος χρήσεων γης.¹⁰¹

¹⁰⁰ Κατά καιρούς έχουν πραγματοποιηθεί μελέτες με σκοπό τη διερεύνηση των επιπτώσεων από επενδύσεις σε νέα συγκοινωνιακή υποδομή, όπως για παράδειγμα οι μελέτες για τις επιπτώσεις από την κατασκευή ταχείας κυκλοφορίας στην περιοχή Bay Area του San Francisco (BART), αλλά και στο Μόναχο. Στην πρώτη περίπτωση (BART) βρέθηκε πως η επίδραση της συγκοινωνιακής υποδομής στον τοπικό πληθυσμό και τα εργασιακά πρότυπα των κατοίκων ήταν πολύ μικρή, σε αντίθεση με την έρευνα του μονάχου όπου βρέθηκε πως μετά την κατασκευή της οδού ταχείας κυκλοφορίας οι υψηλές εισοδηματικές τάξεις έτειναν να μετακομίζουν στα προάστια, εντείνοντας έτσι και το διαχωρισμό κατοικίας και εργασίας.

¹⁰¹ (Wegener and Furst, 1999).



Σχεδιάγραμμα 8: Ο «κύκλος αλληλεπίδρασης χρήσεων γης και μεταφορών»
(Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα PORTAL, 2003)

Στην ίδια κατεύθυνση για το 2010, οι εμπειρογνώμονες προβλέπουν αύξηση κατά 50%, από την οποία το ήμισυ θα είναι απ' ευθείας μεταφορές έμφορτων κιβωτίων, περίπου 20% κενών κιβωτίων, το οποίο αντικατοπτρίζει ασύμμετρες ροές, και το υπόλοιπο μεταφορές με μία ή περισσότερες διελεύσεις από ενδιάμεσους λιμένες. Τα πλοία που εξυπηρετούν γραμμές κατ' ευθείαν γίνονται ολοένα και μεγαλύτερα, και ξεφορτώνουν τα εμπορεύματα σε λιμένες διαμετακόμισης με μεγάλο βάθος. Από εκεί, με μια ή περισσότερες φάσεις κατανομής/μεταφόρτωσης σε μικρότερα πλοία, εξασφαλίζεται η παράδοση διαμέσου μικρότερων λιμένων, πλησιέστερων προς τον τελικό αποδέκτη. Είναι σκόπιμο να προωθηθεί αυτή η εξέλιξη, διότι προσφέρει τη δυνατότητα να χρησιμοποιείται περισσότερο ο θαλάσσιος τρόπος μεταφοράς και να διαφοροποιούνται καλύτερα τα σημεία εκφόρτωσης, με μικρότερη χρήση των συνωστισμένων χερσαίων μεταφορών.¹⁰²

Το κόστος και τα τέλη που επικρατούν στους διάφορους τρόπους μεταφοράς, μαζί με τη διαθέσιμη προσφορά κατάλληλων υποδομών μεταφορών, εξηγούν, σε μεγάλο βαθμό, τη σημερινή μορφή των ροών του εμπορίου και των μεταφορών στην Ευρώπη.

Στην χώρα μας πριν αξιοποιήσουμε την εμπειρία αυτή της ΕΕ για την θαλάσσια πολιτική θα ήταν χρήσιμο να υιοθετήσουμε το δόγμα ότι το λιμάνι και η πόλη που το περιβάλλει, είναι δύο πόλοι αλληλένδετοι, που ο ένας ζει και αναπτύσσεται προς όφελος του άλλου. Ο ένας έχει την ανάγκη του άλλου, για την επιβίωση και την

ανάπτυξή του αφού η οικονομική ανάπτυξη του ενός (λιμανιού) προσδίδει ευημερία και καλύτερες συνθήκες διαβίωσης του άλλου (των κατοίκων της πόλης).

Οι θαλάσσιες μεταφορές

Μέχρι σήμερα, οι πολιτικές για τις θαλάσσιες μεταφορές, τη βιομηχανία, τις παραθαλάσσιες ζώνες, την προμήθεια ενεργειακών πόρων στην ανοικτή θάλασσα, την αλιεία, το θαλάσσιο περιβάλλον και άλλους σχετικούς τομείς αναπτύχθηκαν ξεχωριστά. Έγιναν προσπάθειες βέβαια να ληφθούν υπόψη οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ των διάφορων τομέων, αλλά κανείς δεν ασχολήθηκε με τη θεώρηση των ευρύτερων σχέσεων μεταξύ των εν λόγω τομέων. Κανείς δεν εξέτασε κατά συστηματικό τρόπο το πώς οι πολιτικές αυτές θα μπορούσαν να συνδυαστούν για να ενισχύσουν η μία την άλλη.

Παρά το γεγονός ότι υπήρξε σημαντική καθυστέρηση για τη διαμόρφωση κοινής ευρωπαϊκής λιμενικής πολιτικής αλλά και εθνικών λιμενικών πολιτικών η ΕΕ η Επιτροπή ενέκρινε στις 18 Οκτωβρίου 2007 την ανακοίνωση σχετικά με την Ευρωπαϊκή Λιμενική Πολιτική, η οποία αντικατοπτρίζει τα αποτελέσματα μιας ευρείας διαβούλευσης μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών. Ο απώτερος στόχος ήταν η δημιουργία ενός συστήματος λιμένων το οποίο θα συμβάλλει από κάθε άποψη στην αιεφόρο ανάπτυξη και στην αύξηση της απασχόλησης. Το σχέδιο δράσης προβλέπει, εν συντομία, τα εξής:¹⁰³

- Καλύτερες επιδόσεις των λιμένων και συνδέσεις με την ενδοχώρα
- Επέκταση της δυναμικότητας με σεβασμό προς το περιβάλλον
- Εκσυγχρονισμός των λιμενικών δραστηριοτήτων με την ανάπτυξη νέων συστημάτων θαλάσσιας ασφάλειας και τηλεπικοινωνιών
- Θέσπιση δίκαιων και διαφανών νομικών κανόνων για τους επενδυτές, τους φορείς εκμετάλλευσης και τους χρήστες
- Διεξαγωγή ενός διαρθρωτικού διαλόγου μεταξύ των λιμανιών και των πόλεων
- Προαγωγή του τομεακού διαλόγου για την εργασία στα λιμάνια

Η επίδραση στην τοπική κοινωνία και οι πολιτικές που προωθούνται. Η λειτουργία ενός λιμανιού δεν είναι αποκομμένη από το περιβάλλον και την ευρύτερη περιοχή στην οποία λειτουργεί, καθώς επηρεάζει την οικονομική ανάπτυξη και

¹⁰³ (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2007)

συμβάλλει στην απασχόληση της περιοχής αυτής. Όταν η Λιμενική Αρχή έχει δημόσια οντότητα και παρέχει τόσο την υποδομή όσο και την ανωδομή συμβάλλει σε μεγαλύτερο βαθμό στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας. Αντίθετα όσο αυξάνει η παρέμβαση του ιδιωτικού τομέα στις λιμενικές δραστηριότητες τόσο μικρότερες είναι οι θετικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία. Αυτό οφείλεται στους διαφορετικούς στόχους που θέτουν ιδιωτικές και δημόσιες επιχειρήσεις αντίστοιχα. Η διεθνής εμπειρία όπως προέκυψε από αποτελέσματα μελετών δείχνει ότι η μεγιστοποίηση του κοινωνικού οφέλους αποτελεί σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει τις αποφάσεις για το ιδιοκτησιακό καθεστώς στα λιμάνια, όπως και η αποτελεσματικότητα και κερδοφορία των επιχειρήσεων που αναλαμβάνουν την εκμετάλλευσή τους.

Επίσης στο πλαίσιο της ΕΕ έχει προταθεί να καθιερωθεί μια ευρωπαϊκή ναυτική ημέρα, από την οποία θα αρχίζει μια εβδομάδα εκδηλώσεων με σκοπό την προβολή και την ενίσχυση της εικόνας του ναυτιλιακού τομέα. Στην ίδια κατεύθυνση είναι και πρόταση για μια ευρωπαϊκή ημέρα ελεύθερης πρόσβασης στα λιμάνια με σκοπό το ευρύ κοινό να εκτιμήσει και να κατανοήσει καλύτερα τις συλλογικές εργασίες στα λιμάνια. Παράλληλα εξετάζει τις πιθανές πηγές χρηματοδότησης, στο πλαίσιο των υφισταμένων κονδυλίων, προκειμένου να υποστηριχθεί η βελτίωση της ενσωμάτωσης των λιμανιών στις πόλεις, ενώ έχει αξιολογήσει ως ιδιαίτερα σημαντικά δύο συγκεκριμένα θέματα που άπτονται της σχέσης μεταξύ λιμανιών και πόλεων όπως είναι: το περιβάλλον και η ασφάλεια.¹⁰⁴¹⁰⁵

¹⁰⁴ Όπως έχει ήδη αναγνωρισθεί από το Πρωτόκολλο του Κυότο, οι εκπομπές CO₂ από τη διεθνή ναυτιλία δεν μπορούν να αποδοθούν σε καμία συγκεκριμένη εθνική οικονομία λόγω των παγκόσμιων δραστηριοτήτων της και των πολύπλοκων λειτουργιών της. Σύμφωνα με τη Δεύτερη Μελέτη του IMO για τα GHG του 2009, η διεθνή ναυτιλία υπολογίσθηκε ότι έχει εκπέμψει το 2007 870 εκατ. τόννους, ή περίπου το 2,7% των παγκόσμιων ανθρωπογενών εκπομπών CO₂. Η μελέτη αναγνώρισε σημαντική δυνατότητα μείωσης εκπομπών CO₂ μέσω τεχνικών και λειτουργικών μέτρων. Αν και η διεθνή ναυτιλία είναι η ενεργειακά αποδοτικότερη μορφή μεταφοράς με μέτρια συμβολή στις συνολικές εκπομπές CO₂, απαιτείται παγκόσμια προσέγγιση για την περαιτέρω βελτίωση της ενεργειακής επίδοσής της και αποτελεσματικός έλεγχος εκπομπών, καθώς οι θαλάσσιες μεταφορές θα συνεχίσουν να αναπτύσσονται με την αύξηση του παγκόσμιου εμπορίου. Ως εκ τούτου, ο IMO επιδιώκει ενεργά τον περιορισμό και μείωση των εκπομπών GHG από την διεθνή ναυτιλία, αφού

Από την άλλη τα τελευταία χρόνια η Ένωση Ευρωπαϊκών Λιμένων¹⁰⁶, έχει θεσπίσει και απονέμει σε ένα Ευρωπαϊκό λιμάνι, το ετήσιο βραβείο για την καλύτερη ολοκληρωμένη πρόταση ανάδειξης του κοινωνικού προσώπου του και της συνεργασίας του με την πόλη, που το περιβάλλει.

Η Περιβαλλοντική διαχείριση λιμανιών

Ο πρωταρχικός στόχος μιας περιβαλλοντικής μελέτης ενός λιμενικού έργου, υφιστάμενου ή νέου, είναι η μείωση των περιβαλλοντικών οχλήσεων που συνοδεύουν τη λειτουργία του λιμένα με τις συνεχώς εντεινόμενες δραστηριότητες του και την ευαισθητοποίηση των σχετιζομένων φορέων για συμμόρφωση με τους κανονισμούς που έχουν θεσπισθεί σε διεθνές, σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο.

Η αποστολή όμως της περιβαλλοντικής διαχείρισης και το όραμά της εστιάζεται στην αναγνώριση, ότι το θαλάσσιο και παράκτιο περιβάλλον μπορεί να βελτιωθεί μόνο με τη συμβολή όλων των εμπλεκόμενων και ενδιαφερομένων μερών επ' ωφελεία των πολιτών που ζουν και εργάζονται μέσα ή δίπλα τα λιμάνια. Αυτό σημαίνει ότι η πολιτική για το περιβάλλον πρέπει να είναι κοινή για όλους τους λιμένες που συνδέονται μεταξύ τους με θαλάσσιες λεωφόρους.



αναγνωρίζει το μέγεθος της πρόκλησης της κλιματικής αλλαγής και την έντονη επικέντρωση στο θέμα.

¹⁰⁵ Ο Διεθνής Ναυτιλιακός Οργανισμός IMO, (International Maritime Organization) είναι ένας εξειδικευμένος οργανισμός στα πλαίσια του ΟΗΕ, με αντικείμενο τη θέσπιση μέτρων για τη βελτίωση της ασφάλειας στη διεθνή ναυτιλία και την αποφυγή της μόλυνσης του περιβάλλοντος από πλοία. Επιπλέον, είναι αρμόδιος για νομικά θέματα που αφορούν στην απόδοση ευθυνών και στην καταβολή αποζημιώσεων σε περιπτώσεις ναυτιλιακών ατυχημάτων, καθώς επίσης και για τη διευκόλυνση της διεθνούς ναυτιλιακής κίνησης. Ο IMO συστάθηκε με διεθνή σύμβαση, που υιοθετήθηκε υπό την αιγίδα του ΟΗΕ στη Γενεύη το 1948, και αριθμεί σήμερα 163 Κράτη-Μέλη.

¹⁰⁶ (ESPO - European Seaports Organisation)

Για τον παραπάνω λόγο αυτό σήμερα υπάρχουν τα συστήματα πιστοποίησης¹⁰⁷, στα οποία προτείνονται βέλτιστες πρακτικές και εντάσσουν κριτήρια προστασίας του περιβάλλοντος. Από την μέχρι σήμερα ευρωπαϊκή, αλλά και διεθνή πρακτική, η ολοκληρωμένη περιβαλλοντική διαχείριση των λιμένων είναι πρακτικά δύσκολη, δεδομένης της πολυπλοκότητας των λιμενικών λειτουργιών και της άγνοιας πραγματοποίησης εφαρμοσμένων περιβαλλοντικών δράσεων από τους περισσότερους λιμενικούς φορείς.¹⁰⁸

Το Περιβαλλοντικό Σύστημα “PERS”¹⁰⁹ εξετάζει σφαιρικά όλα τα περιβαλλοντικά ζητήματα που αφορούν τον λιμένα και αποτελεί, ουσιαστικά, μια σαφής απόδειξη της ορθής περιβαλλοντικής πολιτικής που ακολουθεί κάποιος λιμένας. Επίσης, αποτελεί τη σταθερή βάση ανάπτυξης ενός συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης και το ουσιαστικό βήμα για την εφαρμογή του EMAS ή του ISO 14001¹¹⁰ σε τμήματα του λιμένα, αφού βασίζεται σε απαιτήσεις αντίστοιχες με αυτές των προηγούμενων συστημάτων. Η εφαρμογή του PERS μπορεί να υιοθετηθεί από κάθε λιμενική αρχή σε χρονική κλίμακα που θα ορίσει η ίδια και προσαρμόζεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και απαιτήσεις κάθε λιμένα.¹¹¹

Συνεπώς, η εφαρμογή μιας ολοκληρωμένης περιβαλλοντικής πολιτικής στους λιμένες δεν είναι πρόσφορο να γίνει με τρόπο άμεσο και περιοριστικό, αλλά στο πλαίσιο μιας σταδιακής ενσωμάτωσης των περιβαλλοντικών αρχών σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων και λειτουργιών του λιμένα, με τρόπο οικονομικά και επιχειρησιακά

¹⁰⁷ Όπως το κοινοτικό Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου EMAS, το διαπεριφερειακό πρόγραμμα Ecoroute 8 και τα διεθνή Πρότυπα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης της σειράς ISO 14.000.

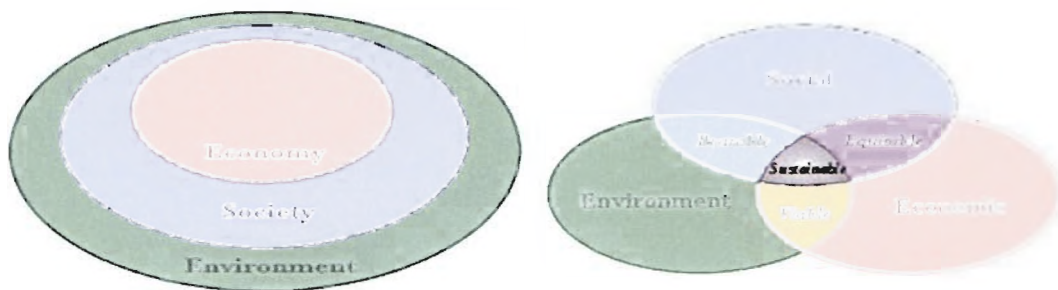
¹⁰⁸ Σ'αυτό άλλωστε οφείλεται η σχεδόν ανυπαρξία εφαρμογής στους λιμένες των διαδεδομένων στις υπόλοιπες εταιρείες προτύπων ISO 14001 και EMAS, και η ανάπτυξη ειδικού προτύπου (PERS) για αυτούς.

¹⁰⁹ (Port Environmental Review System) είναι αποτέλεσμα των ερευνητικών πρωτοβουλιών των ECOPORTS και του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Θαλασσιών Λιμένων (ESPO).

¹¹⁰ Η συντομογραφία “Κανονισμός EMAS” σημαίνει “Κανονισμός (EC) Νο 761/2001 ... 19 Μαρτίου 2001 που επιτρέπει την προαιρετική συμμετοχή οργανισμών σε ένα κοινοτικό πρόγραμμα οικολογικής διαχείρισης και ελέγχου (eco-management and audit scheme – EMAS)”.

¹¹¹ <http://www.ecosmes.net/cm/navContents?>

βιώσιμο¹¹². Η σχέση των τριών πυλώνων της αειφόρου ανάπτυξης αποτυπώνεται στο παρακάτω (σχεδιάγραμμα 9).



Σχεδιάγραμμα 9: Α. Η σχέση μεταξύ των τριών πυλώνων της αειφορίας που υποδηλώνει ότι οι δύο πυλώνες οικονομία και κοινωνία περιορίζονται από τα όρια που περιβάλλοντος (<http://el.wikipedia.org>). Β. Το Σχέδιο της βιώσιμης ανάπτυξης με τη συμβολή των τριών συστατικών μερών του πρώτου διαγράμματος (<http://el.wikipedia.org>)

Η περιβαλλοντική αλληλεπίδραση πόλης – λιμένα είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός, και σε γενικές γραμμές μπορεί να εστιαστεί στα εξής:

- Ο λιμένας, τις περισσότερες φορές ενισχυμένος με έργα κυματοπροστασίας, δημιουργεί με την υπόστασή του θαλάσσια υποπεριοχή, που δεν ανανεώνεται από τα ρεύματα, όσο η υπόλοιπη παράκτια ζώνη, με επακόλουθο την ευκολότερη υποβάθμιση της ποιότητας των νερών από τις αμέλειες στις λιμενικές δράσεις. Στην αναπόφευκτη αυτή κατάσταση, η πόλη με την κακή σχεδίαση του αποχετευτικού συστήματός της, πολλές φορές έρχεται να επιδεινώσει την κατάσταση αναίτια, με εκβολές αγωγών στο χώρο των νηοδόχων, ενώ αυτό θα πρέπει να αποφεύγεται αυστηρά.
- Ο λιμένας για την διαμετακόμιση φορτίων από τα πλοία στα αυτοκίνητα, προκαλεί μία ιδιαίτερη τοπική υπερφόρτωση του οδικού δικτύου. Η ανυπαρξία ανεξάρτητων οδούσεων για την μεταφορική κίνηση, που γεννιέται από την λιμενική δραστηριότητα και η ταυτόχρονη φόρτιση των οδικών αξόνων με αστική και λιμενογενή κίνηση οδηγεί σε πολλές περιπτώσεις σε κυκλοφοριακά προβλήματα με επακόλουθο την υποβάθμιση της ποιότητας ζωής των περιοχών

¹¹² Βαφάκη Ε. (2008), Λειτουργία Λιμένων, Περιβαλλοντικοί Περιορισμοί, Ολοκληρωμένη Περιβαλλοντική Διαχείριση, στην *Οι σημερινές τάσεις και εξελίξεις στην οργάνωση, λειτουργία και διαχείριση λιμένων*, Ημερίδα, Θεσσαλονίκη, Ιανουάριος

της πόλης πλησίον του λιμένα. Αντίθετα, η προσφορά του λιμένα να περιλάβει στην έκτασή του θέσεις στάθμευσης για τους κινούμενους στην πόλη, μπορεί να συμβάλει θετικά στην επίλυση προβλημάτων στάθμευσης της πόλης. Κατά συνέπεια, η συμβολή του λιμένα με τις χερσαίες εκτάσεις του, μπορεί να βοηθήσει στην επίλυση σοβαρών κυκλοφοριακών προβλημάτων της πόλης. Αντίστοιχα η προσφορά από μέρος της πόλης εγκαρσίων διόδων, για την σύνδεση του λιμένα με τα εθνικά οδικά και σιδηροδρομικά δίκτυα, δημιουργεί αναπτυξιακές διεξόδους και κυκλοφορικές εκτονώσεις σημαντικότερες και για τον λιμένα αλλά, και για το αστικό περιβάλλον.

- Ένα σημαντικό πρόβλημα εμφανίζεται σε λιμένες που διακινούν φορτία χύδην, που μπορούν υπό προϋποθέσεις να μουν σε αιώρηση κάτω από τη δράση από τον λιμένα προς την πόλη ανέμων. Η κατάσταση που δημιουργείται στην πόλη, από την αμέλεια του λιμένα να λάβει μέτρα για την αποφυγή της αιώρησης, μπορεί να είναι άσχημη καθώς το αιώρημα της σκόνης μπορεί να διανύσει μεγάλη απόσταση πριν επικαθίσει σε κτίρια, στη θάλασσα και ανθρώπους. Στην περίπτωση αυτή ο λιμένας έχει υποχρέωση να λάβει όλα τα απαραίτητα μέτρα για τα προβλήματα κυκλοφοριακής συμφόρησης κατά μήκος των κεντρικών οδικών αξόνων.¹¹³

Επίσης η περιβαλλοντική διαχείριση μέσω της επιστημονικής προσέγγισης και ανάλυσης των πραγματικών συνθηκών, αποβλέπει και επιδιώκει την ανάπτυξη και προώθηση νέων εργαλείων και μεθοδολογιών για την περιβαλλοντική και βιώσιμη διαχείριση του ιδιαίτερου αυτού τομέα, με τη φιλοδοξία ότι τα αποτελέσματα του Έργου θα δώσουν τη δυνατότητα για την ανάπτυξη και ενός νέου προτύπου για την πιστοποίηση των λιμένων.¹¹⁴ Ο ρόλος της τοπικής πανεπιστημιακής ερευνητικής κοινότητας στην παραπάνω κατεύθυνση είναι καθοριστικός.

Οι προσπάθειες που γίνονται σήμερα στον Πειραιά είναι να μεταμορφωθεί σε πράσινο λιμάνι μετά τις παρεμβάσεις που σχεδιάζει ο ΟΛΠ.¹¹⁵

¹¹³ Πιτσιάβα Μ. και Ζαχαράκη Ε. (2004), Συστήματα Μεταφορών και Χωρική Ανάπτυξη: Θεωρητικά Μοντέλα και Αξιολόγηση, στο Ζητήματα Χωρικής Ανάπτυξης, Θεωρητικές προσεγγίσεις και πολιτικές, Γ. Καυκαλάς (επιμ.), Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα, 133-168

¹¹⁴ Μανόλης Βουτυράκης, Φυσικός Περιβ/γος, Πρόεδρος Σ.Π.Α.Π.Ε.Κ.Ε.Ε.Κ.

ανακοίνωση στο blog πόλεις και πολιτικές

¹¹⁵ Συγκεκριμένα προχώρησε σε ανοιχτό διαγωνισμό για την προμήθεια φυτικού υλικού και τις εργασίες φύτευσης 996 δένδρων, θάμνων και αναρριχώμενων φυτών. Στο

Σήμερα η Ελλάδα έχει μεγάλα λιμάνια, για κάθε χρήση, μεγάλα εμπορικά και μικρά αλιευτικά, αλλά και Μαρίνες σκαφών αναψυχής. Για τα λιμάνια της Ελλάδας όπως είναι ο Πειραιάς έχουν γίνει περιβαλλοντικές μελέτες, που αφορούν όλες τις επιπτώσεις, τόσο στο ίδιο το λιμάνι, όσο και στην σύνδεσή του με την πόλη. Η διαχείριση αυτών των επιπτώσεων δεν είναι καθόλου εύκολη υπόθεση. Τα έσοδα από την χρήση των λιμανιών, είναι βασική πηγή οικονομικής ενίσχυσης της αιμοραγούσας σήμερα εθνικής οικονομίας.

4.3. Οι λιμένες σε ένα συνεχές καθεστώς βελτίωσης και ανάπτυξης των υπηρεσιών

Κάθε λιμάνι λειτουργεί ως ένας ζωντανός οργανισμός συνεχώς εξελισσόμενου και δυναμικού χαρακτήρα με στόχο την ευέλικτη ανταπόκριση στις σχεδόν καθημερινά μεταβαλλόμενες εξωτερικές συνθήκες, όπως π.χ. στις εμφανιζόμενες νέες μορφές και τύπους πλοίων, στα νέα είδη φορτωτικών μηχανημάτων και μονάδων φορτίου (π.χ. τα εμπορευματοκιβώτια), στις διαφαινόμενες τάσεις του τοπικού και διεθνούς εμπορίου, στις νέες πολιτικές και οικονομικές εξελίξεις κ.ο.κ.

Η παραπάνω πορεία ανάπτυξης και εξέλιξης των λιμανιών σχετίζονται άμεσα με τις αλλαγές που επέφερε η βιομηχανική επανάσταση που επηρέασαν τις λιμενικές δραστηριότητες. Επεκτάθηκαν οι αποβάθρες, κατασκευάστηκαν προβλήτες για να αντιμετωπιστεί ο ολοένα αυξανόμενος αριθμός επιβατών και εμπορευμάτων, αυξήθηκε η χωρητικότητα των πλοίων, κατασκευάστηκαν νέες αποβάθρες για την υποδοχή των νέων αυτών τύπων σκαφών. Επιπλέον, απαιτείτο η σιδηροδρομική σύνδεση του λιμανιού με την ενδοχώρα με στόχο τη γρηγορότερη μεταφορά των εμπορευμάτων. Γενικά, όλες αυτές οι νέες εγκαταστάσεις απαιτούσαν βαθύτερα ύδατα και γι' αυτό το λόγο σε πολλές περιπτώσεις είχαμε εκβάθυνση των λιμανιών. Σε επόμενη φάση επήλθε η κατασκευή ειδικών προβλητών, όπου θα φορτοεκφορτώνονται διαφορετικά εμπορεύματα, όπως εμπορευματοκιβώτια, ορυκτά καύσιμα, δημητριακά κ.ά.. Σε συνέχεια η ραγδαία αύξηση του διεθνούς εμπορίου απαιτούσε την ύπαρξη στο χώρο του λιμανιού ολοένα και μεγαλύτερων χώρων

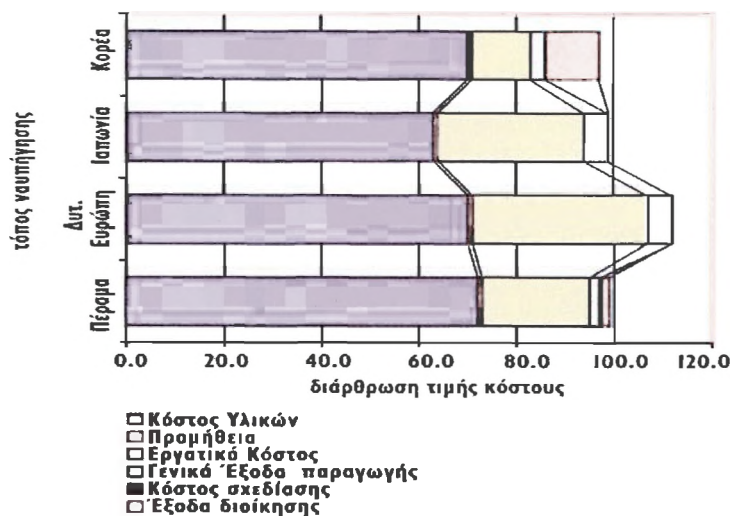
πλαίσιο των φιλοπεριβαλλοντικών παρεμβάσεων αναβάθμισης σε ecoport του Λιμένα Πειραιά συντάχθηκε μελέτη για την ανάπτυξη πρασίνου και τη δημιουργία φωτοβολταϊκού πάρκου.

αποθήκευσης των εμπορευμάτων. Παράλληλα, ναυπηγούνται συνεχώς νέου τύπου πλοία με μεγαλύτερη χωρητικότητα που απαιτούσαν πρόσβαση σε προβλήτες σε ολόενα και μεγαλύτερα βάθη. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα τη δραματική αύξηση των απαιτήσεων των λιμανιών σε χώρο (εκτάσεις γης και θαλάσσιο χώρο). Λόγω λοιπόν των νέων αυτών τεράστιων απαιτήσεων σε χώρο ο εκσυγχρονισμός των παλαιών λιμενικών εγκαταστάσεων στις πόλεις συχνά δεν ήταν εφικτός και μοιραία αυτές παρήκμασαν, ενώ οι λιμενικές δραστηριότητες εγκαταστάθηκαν σε κατάλληλες περιοχές γύρω και έξω από τις πόλεις. Έτσι, δημιουργήθηκαν πολλές ευκαιρίες από τις εγκαταλελειμμένες λιμενικές εγκαταστάσεις να μετατραπούν με τη μορφή των αναπλάσεων σε άλλες χρήσεις, όπως κατοικία, εμπορικές δραστηριότητες, πάρκα ψυχαγωγίας κ.λ.π.

Για τον λόγο αυτό, δεν θα ήταν υπερβολή να πούμε ότι ένα λιμενικό σύστημα βρίσκεται σε καθεστώς συνεχούς βελτίωσης, συμπλήρωσης, επέκτασης και επανασχεδίασης για την ικανοποίηση των νεοεμφανιζόμενων αναγκών.

Επομένως στο πλαίσιο μιας ορθολογικής, υπεύθυνης και τεκμηριωμένης λιμενικής πολιτικής επιδιώκονται μια σειρά στρατηγικοί στόχοι που αποσκοπούν στην προώθηση της τοπικής, περιφερειακής και εθνικής ανάπτυξης. Στους στόχους αυτούς συγκαταλέγονται η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των θαλασσίων μεταφορών και η παροχή σύγχρονων υπηρεσιών υψηλού επιπέδου, με ιδιαίτερη έμφαση στο τρίπτυχο **«ασφάλεια – ταχεία εξυπηρέτηση – χαμηλό κόστος»**, η ενίσχυση της οικονομικής και κοινωνικής συνοχής, η διασφάλιση της συνέχειας του εθνικού χώρου, η αξιοποίηση γεωπολιτικών πλεονεκτημάτων.

Το παρακάτω (σχεδιάγραμμα 10) αναφέρεται στη διάρθρωση του κόστους αναφορικά με τον τόπο ναυπήγησης.



Σχεδιάγραμμα 10: Διάρθρωση του κόστους που αντιστοιχεί σε τιμή αγοράς 100 νομισματικών μονάδων ανά τόπο ναυπήγησης(<http://www.greekscapes.gr>)

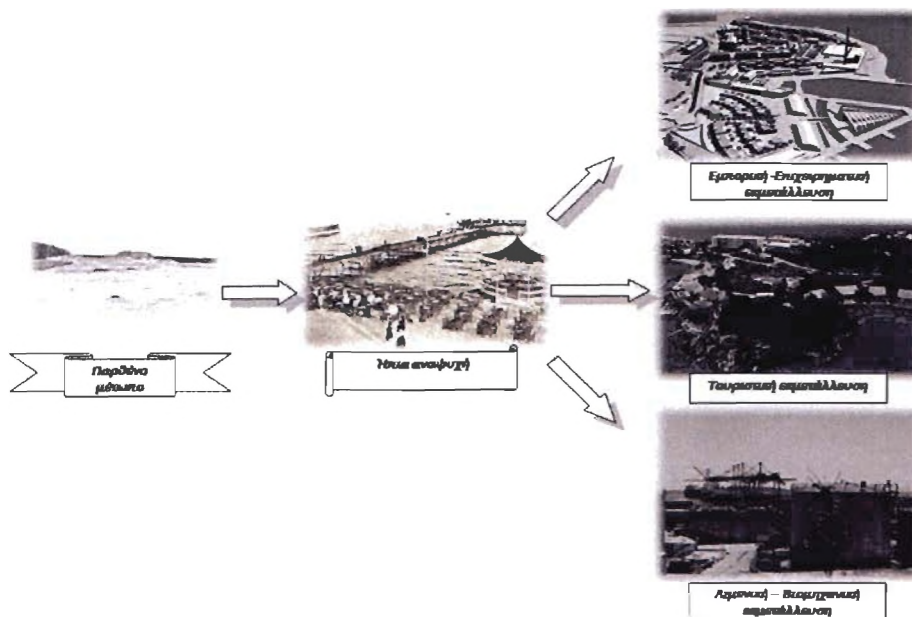
4.4. Πόλεις που διαθέτουν λιμάνια / Τα μεγάλα λιμάνια ανά τον κόσμο

Η φύση των θαλάσσιων μεταφορών έχει αλλάξει δραματικά κατά τις τελευταίες δεκαετίες και αυτό δεν θα μπορούσε παρά να έχει αντίκτυπο στις πόλεις-λιμάνια. Πολλά λιμάνια έχουν βιώσει μείωση πόρων μέσω της απώλειας της διακίνησης φορτίου, συρρίκνωσης των εθνικών αλιευτικών στόλων κλπ. Ωστόσο οι νέες τάσεις στη θαλάσσια κυκλοφορία (πλοία μεταφοράς χύδην φορτίου καυσίμων, χρήση εμπορευματοκιβωτίων, σύντομες θαλάσσιες διαδρομές, ανάπτυξη του τουρισμού στην κρουαζιέρα) έχουν δώσει σταθερή νέα ώθηση στον τομέα αλλά είναι επίσης και μια πηγή έντονου ανταγωνισμού (Ρότερνταμ-Αμβέρσα, Μασσαλία-Γένοβα ...).

| Rank 2006 | Port | 1997 | 2005 | 2006 | | | | | | | Growth rate 2005-2006 (%) | Average annual growth rate 1997-2006 (%) | |
|-----------------------------------|---------------------------|-------|---------|--------------|----------|---------|------------------------------|----------------|------------------|--------------------|---------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------|
| | | Total | Total | By direction | | | By type of cargo handled (%) | | | | | | |
| | | | | Inwards | Outwards | Total | Liquid bulk goods | Dry bulk goods | Large containers | Ro Ro Mobile units | | | Other cargo, not elsewhere specified |
| 1 | Rotterdam (NL) | 303.4 | 345.8 | 272.2 | 81.4 | 353.6 | 49% | 24% | 21% | 3% | 3% | +2.2% | +1.7% |
| 2 | Antwerpen (BE) | 104.6 | 145.8 | 83.8 | 67.9 | 151.7 | 25% | 17% | 43% | 4% | 12% | +4.0% | +4.2% |
| 3 | Hamburg (DE) | 69.6 | 108.3 | 68.9 | 46.7 | 115.5 | 12% | 25% | 61% | 0% | 2% | +6.7% | +5.8% |
| 4 | Marseille (FR) | 92.9 | 93.3 | 77.3 | 19.2 | 96.5 | 70% | 17% | 8% | 2% | 3% | +3.4% | +0.4% |
| 5 | Le Havre (FR) | 58.2 | 70.8 | 52.3 | 17.7 | 70.0 | 68% | 5% | 25% | 2% | 0% | -1.2% | +2.1% |
| 6 | Bergen (NO) | : | 73.9 | 14.2 | 53.7 | 67.9 | 93% | 4% | 0% | 0% | 3% | -8.1% | : |
| 7 | Immingham (UK) | 48.0 | 60.7 | 49.0 | 15.0 | 64.0 | 37% | 37% | 2% | 22% | 3% | +5.5% | +3.3% |
| 8 | Algeciras (ES) | 34.2 | 55.2 | 34.9 | 25.1 | 60.0 | 38% | 5% | 54% | 2% | 2% | +8.8% | +6.4% |
| 9 | Amsterdam (NL) | 36.9 | 47.1 | 39.2 | 17.6 | 56.8 | 43% | 47% | 6% | 1% | 4% | +20.5% | +4.9% |
| 10 | Bremen & Bremerhaven (DE) | 30.6 | 46.7 | 29.9 | 25.7 | 55.6 | 4% | 15% | 64% | 5% | 11% | +19.2% | +5.9% |
| 11 | Tees & Hartlepool (UK) | 51.2 | 55.8 | 19.5 | 33.9 | 53.3 | 65% | 23% | 2% | 6% | 4% | -4.4% | +0.4% |
| 12 | London (UK) | 55.7 | 53.8 | 43.3 | 8.7 | 51.9 | 37% | 27% | 12% | 17% | 7% | -3.6% | -0.8% |
| 13 | Taranto (IT) | 36.0 | 47.9 | 30.1 | 20.7 | 50.9 | 17% | 50% | 14% | 7% | 12% | +6.3% | +3.9% |
| 14 | Dunkerque (FR) | 36.4 | 48.5 | 37.1 | 13.3 | 50.4 | 28% | 55% | 3% | 0% | 14% | +3.9% | +3.7% |
| 15 | Trieste (IT) | 42.1 | 43.4 | 40.3 | 4.4 | 44.6 | 81% | 6% | 5% | 8% | 1% | +3.0% | +0.7% |
| 16 | Genova (IT) | 42.2 | 42.6 | 33.4 | 11.0 | 44.4 | 44% | 7% | 28% | 18% | 3% | +4.2% | +0.6% |
| 17 | Wilhelmshaven (DE) | 36.4 | 46.0 | 32.9 | 10.2 | 43.1 | 95% | 4% | 0% | 0% | 1% | -6.2% | +1.9% |
| 18 | Constanza (RO) | : | 44.6 | 23.1 | 19.8 | 42.9 | 29% | 38% | 23% | 0% | 9% | -3.7% | : |
| 19 | Tallinn (EE) | : | 38.8 | 5.6 | 35.6 | 41.2 | 58% | 26% | 3% | 0% | 13% | +6.3% | : |
| 20 | Valencia (ES) | 16.3 | 35.0 | 24.3 | 16.4 | 40.7 | 11% | 18% | 56% | 0% | 16% | +16.4% | +10.7% |
| Total top 20 ports ⁽¹⁾ | | : | 1 508.8 | 1 011.3 | 543.9 | 1 555.2 | 44% | 22% | 24% | 4% | 5% | +3.1% | : |

Πίνακας 7: Τα 20 ευρωπαϊκά λιμάνια με τη μεγαλύτερη διακίνηση φορτίου
(<http://ec.europa.eu>)

Από την άλλη οι συνθήκες για τα λιμάνια της ΕΕ σήμερα δεν είναι οι ίδιες με αυτές της μεταπολεμικής περιόδου που τροφοδοτούνταν από την "τοπική" βιομηχανική παραγωγή και την επέκταση των αγορών. Σήμερα στις περισσότερες περιπτώσεις η σχέση μεταξύ του λιμανιού και της πόλης έχει υποστεί ριζική μεταμόρφωση. α) η μετεγκατάσταση των λιμενικών δραστηριοτήτων σε βαθιά νερά, οι υπαίθριοι χώροι έξω από το λιμάνι, η μείωση της κυκλοφορίας από πολλές παράκτιες πόλεις και το πρόβλημα που προέκυψε με τις παραπάνω αλλαγές που αφορά στις τεράστιες περιοχές της εγκαταλελειμμένης γης, εγκαταλελειμμένα κτίρια και υποδομές στη καρδιά της πόλης κλπ. β) οι λειτουργικές σχέσεις και τα δίκτυα μεταφορών που έχουν χάσει τη σημασία αφού το λιμάνι-πόλη animation έπαψε να υπάρχει γ) επιπλέον, οι αλλαγές στο καθεστώς των λιμενικών αρχών καθώς έχουν αλλάξει ριζικά τα συστήματα διαχείρισης τα οποία ασχολούνται με το περιβάλλον της πόλης-λιμάνι, που καθιστά αναγκαία την ανάπτυξη του, ή επωφελούνται από νέες δομές εταιρικής σχέσης. Σε κάθε περίπτωση η συνήθης πορεία κατάστασης και αλλαγών του αστικού θαλάσσιου μετώπου αποτυπώνεται στο παρακάτω (σχεδιάγραμμα. 11).



Σχεδιάγραμμα 11: Συνήθης πορεία κατάστασης αστικού θαλάσσιου μετώπου (Καφούρος, 2007)

Όλες τις παραπάνω αλλαγές και τα μειονεκτήματα αυτών, οι περισσότερες πόλεις – λιμάνια προσπαθούν όλο και πιο πολύ να μετατρέψουν τις αλλαγές ως ευκαιρίες. Για παράδειγμα το Helsinki προσπαθεί να διαφοροποιήσει τις δραστηριότητες των κεντρικών λιμένων, για τις ανάγκες ενός ενεργού σχεδίου μετεγκατάστασης. Η Γένοβα προσπαθεί να εκμεταλλευτεί τη διαθεσιμότητα γης για την ανάπτυξη νέων και ελκυστικών "prime τοποθεσιών" στην προκυμαία. Το Μπέλφαστ, εστιάζει στην επαναχρησιμοποίηση των υποδομών για την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς. Επίσης σε πολλά λιμάνια της υπόλοιπης Ευρώπης (Βαρκελώνη, Άμστερνταμ, Αμβούργο, Αμβέρσα κ.ά), αλλά και σ' ολόκληρο τον κόσμο (Βανκούβερ, Σαν Φραγκίσκο, Μελβούρνη, κ.ά) τα παλιά και ιστορικά κομμάτια των λιμανιών, που δεν χρησιμοποιούνται πλέον για την εξυπηρέτηση των σύγχρονων λιμενικών εργασιών, αναπλάθονται με ευθύνη (μελέτη, χρηματοδότηση και κατασκευή) της Λιμενικής Αρχής, η οποία διαχειρίζεται αποκλειστικά την λιμενική ζώνη ενώ παράλληλα έχουν αναπτυχθεί πρωτοβουλίες στην κατεύθυνση της από κοινού ύπαρξης λιμανιού και πόλης. Έτσι, σημαντικά κομμάτια λιμανιών ανοίγουν και παραδίδονται για χρήση στους πολίτες με πρωτοβουλία των Λιμενικών Αρχών. Πρόκειται για μια διαδικασία που σηματοδοτήθηκε από τις αλλαγές στο θαλάσσιο εμπόριο τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες, αλλά συνεχίζει μέχρι σήμερα να αποτελεί μέρος των προβλημάτων και των αναπτυξιακών δυναμικών πολλών πόλεων-λιμανιών. Αποτελεί

έτσι μια πρώτη, ουσιαστική συνθήκη των μετασχηματισμών στα θαλάσσια μέτωπα των πόλεων-λιμανιών. Όσο πιο δυναμικό είναι -ή υπήρξε- ένα λιμάνι τόσο πιο εκτεταμένες τείνουν να είναι οι αναδιαρθρώσεις, οι εγκαταλελειμμένες περιοχές και άρα τα προγράμματα επανασχεδιασμού – αναπλάσεων. Αυτό τουλάχιστον δείχνουν τα παραδείγματα της Βαρκελώνης, του Αμβούργου, του Λίβερπουλ, του Ρότερνταμ κ.ά.¹¹⁶

Ένα παράδειγμα ορόσημο των αστικών αναπλάσεων εγκαταλελειμμένων λιμενικών εγκαταστάσεων αποτελούν τα Docklands του Λονδίνου στις αρχές της δεκαετίας του '80. Η δυναμική επέκταση των προβλητών χάρη στις τεχνικές δυνατότητες του 19ου αι. επέτρεψε την ενσωμάτωση του σιδηρόδρομου, δημιουργώντας νέες συνδέσεις μεταξύ του λιμανιού, της πόλης και της ενδοχώρας. Η αναζήτηση μεγαλύτερων εκτάσεων και η κατασκευή νέων προβλητών, που θα ικανοποιούν τις σημερινές ανάγκες ελλιμενισμού, φορτοεκφορτώσεων και αποθήκευσης, είναι προφανώς διαδικασίες με καθοριστικές συνέπειες για το μέλλον της πόλης. Συνήθως προβάλλονται οι ευκαιρίες που ανοίγονται για την αποκατάσταση της σχέσης της πόλης με τη θάλασσα, ή τα οφέλη από τη μεταφορά των βαρέων υποδομών εκτός των φορτισμένων λειτουργικά κεντρικών περιοχών. Σπανιότερα περιγράφονται οι συνέπειες για τις νέες θέσεις εγκατάστασης, συνήθως στην περιφέρεια της πόλης, όπου πιθανόν να αναπαράγεται η αποκοπή της πόλης από τη θάλασσα ή η περιβαλλοντική υποβάθμιση τους προκαθορίζοντας τις συνθήκες για την μελλοντική τους εξέλιξη.

Παραδείγματα πόλεων στα πλαίσια των παραπάνω αλλαγών και μετασχηματισμών από πόλεις λιμάνια που προσπαθούν να αναπτύξουν μια επωνυμία που θα διαφοροποιεί τη δική τους πόλη από τις άλλες πόλεις και θα διασφαλίζει την εύκολη πρόσβαση από την πόλη προς το λιμάνι, και κατ' επέκταση στο σύνολο της παράκτιας ζώνης είναι τα παρακάτω:

Η Βαρκελώνη. Το πιο αναγνωρισμένο επιτυχές παράδειγμα είναι, ίσως, αυτό της Βαρκελώνης, τις δεκαετίες του '80 και '90. Η Βαρκελώνη, με την επέμβαση στο Moll de la Fusta προχώρησε στην υπογειοποίηση της περιφερειακής οδού και σε επιφανειακές διαμορφώσεις, με στόχο τη σύνδεση του θαλάσσιου μετώπου με τον αστικό ιστό κατάφερε τον περιορισμό της κίνησης των αυτοκινήτων στο λιμάνι και απέδωσε μια μεγάλη παραθαλάσσια έκταση στους πεζούς. Χάρη σε ένα εκτεταμένο

¹¹⁶ Βεράνη, Ε(2008)

πρόγραμμα αστικών μετασχηματισμών, σημαντικό κομμάτι των οποίων αποτέλεσε η ανάπλαση του θαλάσσιου μετώπου και του παλιού λιμανιού, η πόλη κατάφερε μια ριζική αναμόρφωση της εικόνας της. Αντίθετα όμως από τις αποσπασματικές επεμβάσεις στα αμερικανικά λιμάνια, ο επανασχεδιασμός του θαλάσσιου μετώπου της Βαρκελώνης αποτέλεσε τμήμα ενός ευρύτερου προγράμματος επεμβάσεων σε όλη την πόλη, ακολουθώντας τις κατευθύνσεις του Σχεδίου της μητροπολιτικής περιοχής (Plan Metropolitano de Barcelona) και ενός ειδικού σχεδίου για το σύνολο της λιμενικής ζώνης (Plan Especial de Ordenacion Urbanistica). Στους βασικούς στόχους του προγράμματος ήταν η οργανική σύνδεση της νέας περιοχής με την πόλη και η εξασφάλιση εκτεταμένων κοινόχρηστων χώρων για την εκτόνωση των πυκνοδομημένων γειτονικών περιοχών. Οι στόχοι σε μεγάλο βαθμό επιτεύχθηκαν και το παλιό λιμάνι έγινε ένας από τους πλέον δημοφιλείς δημόσιους τόπους με μητροπολιτική ακτινοβολία. Στη Βαρκελώνη υπήρξε, επίσης, μια προσπάθεια δημιουργίας από το μηδέν ενός νέου παραθαλάσσιου προαστίου. Η αφορμή για την ανάκτηση της πρώην βιομηχανικής ζώνης, έκτασης 130 εκταρίων, δόθηκε με την ανάληψη από την πόλη της Ολυμπιάδας, το 1986. Ένα χρόνο μετά δημοσιεύτηκε το πρόγραμμα “New Centrality Areas”, που σηματοδοτεί και την στροφή προς μεγάλης κλίμακας έργα που είχαν στόχο, ακριβώς, να δημιουργήσουν τους μελλοντικούς τόπους κεντρικότητας της πόλης. Μεταξύ αυτών ήταν και η Nova Icaria, η περιοχή που θα λειτουργούσε για τις ανάγκες των αγώνων ως Ολυμπιακό χωριό και στην συνέχεια ως περιοχή κατοικίας υψηλών προδιαγραφών. Το πρόγραμμα περιελάμβανε την κατασκευή 2000 περίπου κατοικιών, τέσσερις νέες αστικές πλαζ, μαρίνες, υποδομή για θαλάσσιες δραστηριότητες, καθώς και δύο ουρανοξύστες-τοπόσημα, ένα κτίριο γραφείων και ένα ξενοδοχείο.

Το εγχείρημα της Βαρκελώνης, αντίθετα από αυτό του Άμστερνταμ, χαρακτηρίζεται από την προσπάθεια να ενταχθούν και να συνυπάρξουν οι δημόσιες χρήσεις υπερτοπικού χαρακτήρα (εμπόριο, αναψυχή) με την καθημερινότητα και τις ανάγκες της πόλης. Το κίνητρο της ανάληψης μιας μεγάλης διεθνούς διοργάνωσης, των Ολυμπιακών αγώνων του 1992, όπως και σε πολλές άλλες πόλεις, λειτούργησε ενισχυτικά στις διαδικασίες αστικού μετασχηματισμού. Στο ανοιχτό πρόσωπο της πόλης προς τη θάλασσα απεικονίστηκε η εξωστρέφεια, ο δυναμισμός και εν τέλει η ικανότητα ενός κέντρου με βιομηχανικό παρελθόν να δημιουργήσει μια νέα αναπτυσσόμενη οικονομία. Αυτή είναι η κυρίαρχη αντίληψη και σε αυτό το επίπεδο εντοπίζεται, συνθήτως, η επιτυχία του προγράμματος. Οι συνθήκες όμως που

επέτρεψαν αυτή την ταχύτατη μεταμόρφωση του αστικού χώρου δεν μπορούν να αποδοθούν μόνο στις επιτυχημένες στρατηγικές της δημοτικής αρχής και στον ευφάνταστο σχεδιασμό, που αποδέσμευσαν (ή προσέλκυσαν) κεφάλαια, ενέργεια και πνεύμα συνεργασίας.

Η εξέλιξή του και η μαζική του αποδοχή οφείλονται κυρίως σε πρακτικές που καθοδηγήθηκαν από την ιδέα ότι οι πόλεις είναι πεδία συνολικής προσέγγισης, ότι οι ιδιωτικές επενδύσεις μπορούν να ενταχθούν σε συνολικές δημόσιες πολιτικές, ώστε να αναδιανέμεται το πλεόνασμα των αγαθών για το δημόσιο καλό. Ένα από τα σημαντικά χαρακτηριστικά της νέας αυτής πραγματικότητας είναι η μετάβαση σε μια χωρική πολιτική που εδραιώνει τα κριτήρια της αγοράς, την ιδιωτική πρωτοβουλία, την επιχειρηματικότητα και ανταγωνιστικότητα σε τοπικό και διεθνές επίπεδο. Από τη δεκαετία του '80 και μέχρι σήμερα, έχουν δρομολογηθεί σε αυτή την κατεύθυνση σημαντικές αλλαγές στα αστικά συστήματα διακυβέρνησης.

Οι επεμβάσεις σε εγκαταλειμμένες παράκτιες ζώνες έδωσαν την ευκαιρία για μια σειρά νεοφιλελεύθερων πειραμάτων αφενός λόγω της οικονομικής σημασίας των χώρων αυτών και αφετέρου γιατί τα περισσότερα λιμάνια είχαν ήδη αυτονομηθεί διοικητικά και λειτουργούσαν με κριτήρια ιδιωτικών επιχειρήσεων. Ακολουθήθηκαν διαφορετικές στρατηγικές, από τις αποσπασματικές επεμβάσεις των οργανισμών διοίκησης λιμένων, ή άλλων επιχειρήσεων μέχρι τη σύσταση μικτών φορέων, με τη συμμετοχή και της τοπικής αυτοδιοίκησης, επιχειρηματιών, ομάδων ειδικών συμφερόντων κ.λ.π.



Εικόνα 27 : Βαρκελώνη: οι μεγάλες κυκλοφοριακές υποδομές ως φυσικό όριο μεταξύ της πόλης και του θαλάσσιου μετώπου(Σαμαρίνης, 2006)

Η Βοστώνη, προκειμένου να τροποποιήσει τις βαριές οδικές υποδομές της δεκαετίας του '70, επένδυσε περίπου επτά δισεκατομμύρια δολάρια για την κατεδάφιση και υπόγεια διάνοιξη του αυτοκινητόδρομου ταχείας κυκλοφορίας. Ο προβληματισμός και οι επιτυχημένες πολλές φορές λύσεις, που δόθηκαν σε ανάλογα παραδείγματα, αποτελούν σημείο αναφοράς για αντίστοιχα εγχειρήματα ανά τον κόσμο, συγκεντρώνοντας τεχνογνωσία, αλλά και εμπειρίες σε σχέση με την οικονομική βιωσιμότητα, την κοινωνική αποδοχή τους κ.λ.π.¹¹⁷

Το Αμβούργο

Η χανσεατική αυτή πόλη στις όχθες του Έλβα, δεύτερη σε μέγεθος στην ενοποιημένη Γερμανία και με πληθυσμό που πλησιάζει τα δύο εκατομμύρια επιχείρησε στα μέσα της δεκαετίας του '80 σημαντικές τομές στην οικονομία της, επαναπροσανατολίζοντας τους στόχους της προς τα media, τις εμπορικές εκθέσεις, τις υψηλές τεχνολογίες και τις σύγχρονες υπηρεσίες. Η «πόλη-επιχείρηση» για την οποία μίλησε ο δήμαρχος της πόλης το 1983 και το slogan που υιοθετήθηκε στη συνέχεια «from ship to chip», συνδέονται με την πρόθεση απαγκίστρωσης από τη βιομηχανία, η οποία σήμερα εξασφαλίζει στην πόλη μόνο το ένα πέμπτο της προστιθέμενης αξίας έναντι του διπλάσιου αυτού ποσού στα 1960 ή αντίστροφα, ενώ το 1960 ο τομέας των υπηρεσιών εξασφάλιζε το ένα δέκατο της προστιθέμενης αξίας, στη δεκαετία του '90 το ποσό αυτό είχε αυξηθεί κατά 25%, συμπεριλαμβάνοντας νέες υπηρεσίες συμβούλων, επικοινωνίας, διαφήμισης και πληροφορικής. Το λιμάνι του Αμβούργου μετέχει ενεργά σε αυτές τις οικονομικές ανακατατάξεις. Το 1970 το ένα πέμπτο των απασχολήσεων της πόλης βρίσκονταν στο λιμάνι. Από αυτές, το ένα τρίτο ήταν στο δευτερογενή τομέα και τα δύο τρίτα στον τριτογενή. Το 1985 όμως, το ποσοστό απασχολήσεων στο λιμάνι ως προς το σύνολο των απασχολήσεων στην πόλη μειώθηκε και οι μεγαλύτερες απώλειες καταγράφηκαν στη βιομηχανία.

Αυτό είναι το πλαίσιο μέσα στο οποίο εγγράφεται το πρόγραμμα ανάπτυξης Hafencity, που είναι από τα πλέον, ίσως, προγράμματα ανάπτυξης της λιμενικής ζώνης μητροπολιτικών ευρωπαϊκών κέντρων, μεταπολεμικά. Η κλίμακα παρέμβασης εδώ διευρύνεται και ο αστικός σχεδιασμός καλείται να ικανοποιήσει έναν εξορθολογισμό της συγκρότησης της λιμενικής ζώνης, ώστε να ανταποκριθεί αυτή

¹¹⁷ Σαμαρίνης, (2006).

στα νέα δεδομένα διακίνησης επιβατών και εμπορευμάτων, αλλά και να υπηρετήσει ευρείς αναπτυξιακούς στόχους, σύμφωνα με όσα προαναφέρθηκαν.



Εικόνα 28: Αμβούργο-το παραλιακό μέτωπο ανάπλασης

Στις προτάσεις του προγράμματος Hafencity, που ξεκίνησε το 1999, τη στρατηγική θέση στο σχεδιασμό κράτησε η περιοχή Speicherstadt, η οποία βρίσκεται ανάμεσα στη ζώνη ανάπλασης του λιμένα και το παλαιό ιστορικό κέντρο της πόλης. Η επιλογή αυτή δείχνει τη στενή σχέση που εκτιμήθηκε ότι θα πρέπει να υπάρξει ανάμεσα στις παρεμβάσεις που θα γίνουν στο παραλιακό μέτωπο και στο αστικό μέτωπο στο εσωτερικό. Η περιοχή ανάπλασης καλύπτει μια έκταση λιμένα 155 Ha (όπου συμπεριλαμβάνονται οι υδάτινες επιφάνειες), από την οποία ένα 40% υπολογίζεται ότι θα δοθεί στην κυκλοφορία και σε εγκαταστάσεις υποδομής και το υπόλοιπο 60% είναι εκείνο που θα δεχθεί τις βασικές πολεοδομικές λειτουργίες. Το πρόγραμμα προβλέπεται να ολοκληρωθεί στην επόμενη εικοσαετία. Η έκταση ανήκει κατά τα δύο τρίτα στην Εταιρεία του Λιμένα του Αμβούργου και κατά το ένα τρίτο στην Γερμανική Εταιρεία Σιδηροδρόμων. Ο Οργανισμός όμως που θα υλοποιήσει το πρόγραμμα ανάπλασης διασφαλίζει την καθοριστική συμμετοχή στο κύκλωμα λήψης αποφάσεων των δημοτικών αρχών της πόλης του Αμβούργου - κάτι που δίνει και το μέτρο της συναίνεσης που αναμένεται να υπάρξει ανάμεσα στον ιδιωτικό τομέα και τους δημόσιους φορείς.



Εικόνα 29 : Η περιοχή ανάπλασης Hafencity (www.hafencity.com)

Με 1200 χρόνια πλούσια και συναρπαστική ιστορία, **το Magdeburg** είναι μία από τις αρχαιότερες πόλεις της πρώην Ανατολικής Γερμανίας. Η πόλη θέλει να χρησιμοποιήσει την επιστήμη ως κινητήρια δύναμη για την αστική και την οικονομική ανάπτυξη και ως εκ τούτου χρησιμοποιείται η πλέον συμφέρουσα από οικονομική άποψη περιοχή του λιμανιού κοντά στο κέντρο της πόλης να είναι στο σχήμα με το «Λιμάνι Science», με πολύ χώρο για τις καινοτόμες επιχειρήσεις και τα επιστημονικά ιδρύματα.

Το Ρότερνταμ όπου μπορεί να δει κανείς την πιο εκτεταμένη ανάπτυξη αυτού του τύπου στο πρόγραμμα Maasvlakte 2. Εδώ δίνεται έμφαση κυρίως στην κατασκευή νέων τερματικών σταθμών εμπορευματοκιβωτίων, με σκοπό να διατηρηθεί η ηγεσία του Ρότερνταμ σε αυτόν τον τομέα και ένα μέρος των εκατοντάδων αυτών εκταρίων που θα επανακτηθεί από τη θάλασσα θα δοθεί επίσης σε λειτουργίες χημικής βιομηχανίας και σε υπηρεσίες logistics.



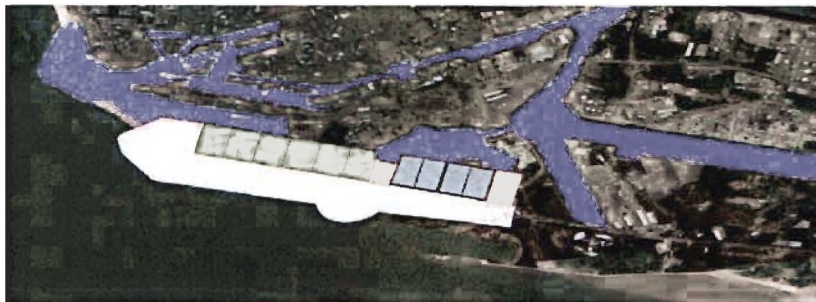
Εικόνα 30 : Το πρόγραμμα Maasvlakte 2 στο Ρότερνταμ (European Regional Development Fund, 2007)

Χάβρη¹¹⁸ το πρόσφατο παράδειγμα ανάπτυξης ενός λιμανιού προς τη θάλασσα ή κόλπο ή εκβολή ποταμού, αποτελεί το λιμάνι της Χάβρης όπου στο τέλος του προγράμματος Port 2000 στόχος είναι να δημιουργηθούν 12 νέα αγκυροβόλια εμπορευματοκιβωτίων σε ένα νέο εξωτερικό λιμάνι πέρα από τις εκβολές του Σηκουάνα. Αξίζει να σημειωθεί ότι η μεγάλη αύξηση της εμπορικής κίνησης στο λιμάνι της Χάβρης κατά τις δεκαετίες '70, '80 και '90 είχε ήδη οδηγήσει στην κατασκευή νέων εγκαταστάσεων μέσα στην περιοχή του λιμανιού (greenfield).

¹¹⁸ Το Hanse Passage είναι ένα περιφερειακό πρόγραμμα που υλοποιείται στα πλαίσια της κοινοτικής πρωτοβουλίας Interreg III C και σαν στόχο έχει την διακρατική συνεργασία σε θέματα αμοιβαίου ενδιαφέροντος. Οι συμμετέχοντες στο σχέδιο "PCP" (Plan the City with the Port) είναι η πόλη Gdansk στην Πολωνία, η Πόλη της Βρέμης στη Γερμανία, το λιμάνι της Ρίγας στη Λετονία, το λιμάνι του Άμστερνταμ και η πόλη Delfzijl στην Ολλανδία, καθώς και η IACP (Διεθνής Ένωση Πόλεων και Λιμένων - International Association of Cities and Ports). Το ερευνητικό αυτό έργο ολοκληρώθηκε το 2007 και παρουσιάστηκε ένας οδηγός «καλών πρακτικών», όπου μέσα δίνονται κατευθύνσεις για επιτυχείς αναπλάσεις της διεπαφής πόλης-λιμένα (city-port interface). Στη συνέχεια αναφέρονται οι στόχοι που θα πρέπει να τίθενται στην αρχή μιας τέτοιας ανάπλασης και προτείνονται δράσεις προς την επίτευξη αυτών των στόχων.



Εικόνα 31 : Οι εγκαταστάσεις στο λιμάνι της Χάβρης το 1967 (European Regional Development Fund, 2007)



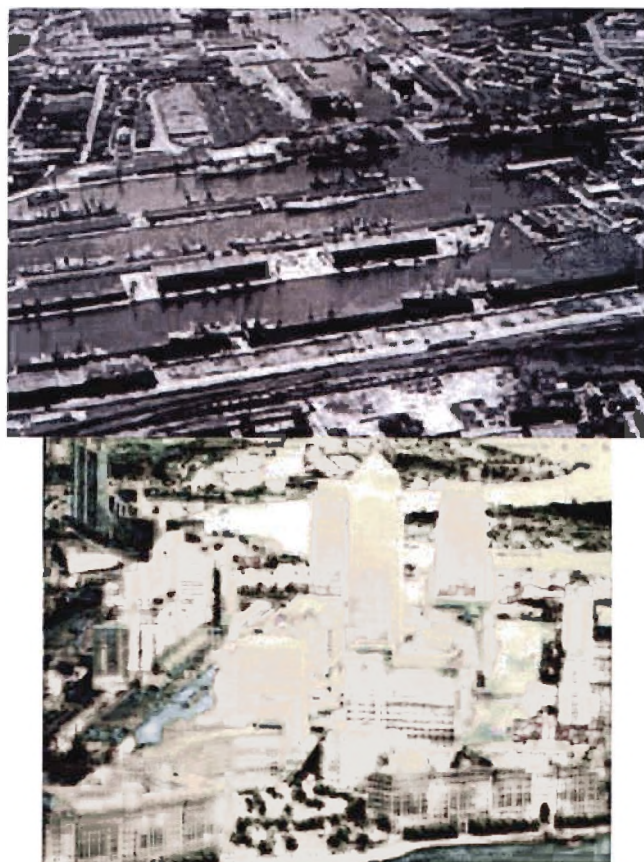
Εικόνα 32: Οι εγκαταστάσεις στο λιμάνι της Χάβρης στο τέλος του προγράμματος Port 2000 (European Regional Development Fund, 2007)

Η Αμβέρσα όσον αφορά τις αναπτύξεις τύπου greenfield, αυτές αποτελούν συνήθως επεκτάσεις των εσωτερικών λιμένων υπό τη μορφή λεκανών. Κατά κύριο λόγο τις συναντούμε σε μεγάλους εμπορικούς λιμένες, όπως για παράδειγμα η Αμβέρσα που με το πρόγραμμα Saeftingendoek που ακολουθεί το πρόγραμμα Eurgangdok (και τα δύο αφορούν την αριστερή όχθη του ποταμού Scheldt) και το Αμβούργο με το πρόγραμμα Marburg, προσπαθούν να προσαρμοστούν στις ολοένα και αυξανόμενες ανάγκες για καλύτερη διαχείριση των φορτίων, ιδιαίτερα των εμπορευματοκιβωτίων των οποίων η χωρητικότητα αυξάνεται συνεχώς με την κατασκευή νέων λιμενικών εγκαταστάσεων. Γενικά χαρακτηριστικό αυτού του τύπου των αναπτύξεων είναι ότι βασίζονται σε επεκτάσεις υπαρχόντων εγκαταστάσεων.

Τα Docklands του Λονδίνου αποτελούν ορόσημο ανάπλασης παλαιών αποβάθρων όπου μέσα σε τρεις δεκαετίες οι ερειπωμένες αποβάθρες μετατράπηκαν σε σύγχρονα κτίρια όπου σήμερα στεγάζεται ένα νέο διεθνές επιχειρηματικό κέντρο. Υπάρχουν τέσσερις περιοχές που συνθέτουν την έκταση των Docklands:

- Η περιοχή Wapping: έμφαση στην ανάπτυξη νέων ευκαιριών, κοινωνικών δραστηριοτήτων και περιβαλλοντικών βελτιώσεων.

- Οι αποβάθρες Surrey: σκοπός ήταν η δημιουργία μιας περιοχής για κατοικήσιμο και εργασιακό περιβάλλον για τον υπάρχοντα πληθυσμό και τον νέο.
- Το Isle of Dogs με την Enterprise Zone: Η σπουδαιότητα του οποίου προέρχεται απ' τις εταιρίες βιομηχανίας της τυπογραφίας, της διανομής και τα οικονομικά ιδρύματα.
- Οι αποβάθρες Royal: προβλέφθηκε ένα καινούργιο εμπορικό κέντρο νότια της περιοχής με κατοικίες και περισσότερη βιομηχανία.



Εικόνες 33: Το πριν και το μετά στα Docklands του Λονδίνου (European Regional Development Fund, 2007)¹¹⁹

4.5. Η Ελληνική Εμπορική Ναυτιλία. Και ενώ σήμερα διεθνώς οι ισορροπίες και τα όρια δικαιοδοσίας μεταξύ λιμανιών και πόλης έχουν επιλυθεί προς μία δημιουργική κατεύθυνση, στη χώρα μας οι παθογένειες ταλανίζουν την όποια ανάπτυξη με εμπόδια και καθυστερήσεις. Παρόλο που η χώρα μας με το νησιωτικό χαρακτήρα μοναδικό φαινόμενο στην Ευρωπαϊκή Ένωση, δημιουργεί ιδιαίτερες ανάγκες για επαρκείς και ποιοτικές συγκοινωνίες. Όμως παράλληλα μεγεθύνει την υποχρέωση της

¹¹⁹ Ibid. σελ. 107

πολιτείας να διασφαλίζει τον κοινωνικό χαρακτήρα της ακτοπλοΐας με σκοπό τη διατήρηση της εδαφικής συνέχειας και την εξασφάλιση των προϋποθέσεων για ισότιμη οικονομική ανάπτυξη των νησιών.

Σ' αυτήν την κατεύθυνση είναι φανερός ο τεράστιος ρόλος της εμπορικής ναυτιλίας που με τα επιβατηγά και τα επιβατηγά οχηματαγωγά ακτοπλοϊκά πλοία τα οποία λειτουργούν ως πλωτές γέφυρες και μεταφέρουν περίπου 30 εκατομμύρια επιβάτες και 7 εκατομμύρια οχήματα το χρόνο. Παράλληλα συνδέουν την ηπειρωτική χώρα με τα νησιά ικανοποιώντας τις ανάγκες των κατοίκων των νησιών, των μεταφορέων και του τουρισμού.

Η ελληνόκτητη ναυτιλία (πλοία υπό ελληνική και ξένη σημαία) είναι η πρώτη ναυτιλιακή δύναμη του κόσμου, διατηρώντας στόλο 3.480 πλοίων όλων των τύπων (άνω των 1000 gt), συνολικής χωρητικότητας 98.195.100 gt, αριθμός που μεταφράζεται στο 15,5% της παγκόσμιας ναυτιλιακής χωρητικότητας. Η υπό Ελληνική σημαία ναυτιλία, παραμένει επί σειρά δεκαετιών στις κορυφαίες θέσεις των μεγαλύτερων ναυτιλιακών δυνάμεων του κόσμου, διατηρώντας το 5% της παγκόσμιας χωρητικότητας και κατατάσσεται σήμερα στην τέταρτη θέση παγκοσμίως.

Με την ναυτιλιακή της δύναμη η Ελλάδα κατατάσσεται πρώτη μεταξύ των Κρατών-Μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπου κατέχει το 40% περίπου της συνολικής χωρητικότητας του εμπορικού στόλου της Ένωσης. Επιπρόσθετα παρατηρείται τα τελευταία χρόνια μια σταθερή σταδιακή ανανέωση του Ελληνικού εμπορικού στόλου με σύγχρονα νεότευκτα πλοία. Συγκεκριμένα διαπιστώνεται ότι ο μέσος όρος ηλικίας των εγγραφόμενων στα Ελληνικά νηολόγια πλοίων είναι 9,4 έτη έναντι των αντίστοιχα διαγραφομένων που είναι 20,7 έτη, παράγοντας που συμβάλλει στην ασφαλή και φιλική προς το περιβάλλον διενέργεια των θαλασσίων μεταφορών.¹²⁰

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σημαντική αύξηση τόσο στη μεταφορά προσώπων όσο και στη μεταφορά αγαθών (εμπορευματοκιβώτια). Έτσι, όπως και στις αεροπορικές μεταφορές η πρόκληση που θα πρέπει να αντιμετωπισθεί μελλοντικά είναι η διατήρηση της ισορροπίας ανάμεσα στην αύξηση της ικανότητας εξυπηρέτησης επιβατών και φορτίων από τους λιμένες της χώρας και της ικανότητας εξυπηρέτησης των λιμένων από τα επιφανειακά μέσα μεταφοράς λαμβάνοντας πάντα

¹²⁰ (www.yen.gr)

υπόψη τον περιβαλλοντικό παράγοντα. Θα υπάρξει επομένως σαφής ανάγκη υποστήριξης της βιώσιμης ανάπτυξης των σημαντικότερων λιμένων της χώρας.

Η Στρατηγική Ανάπτυξης των Θαλασσίων Μεταφορών αναπόφευκτα επηρεάζεται από τις τάσεις της αγοράς. Συνεπώς θα πρέπει να καταβληθεί μελλοντικά κάθε δυνατή προσπάθεια προκειμένου η χώρα να διατηρήσει και αν είναι δυνατόν να βελτιώσει τη βάση δεξιοτήτων και ικανοτήτων στον τομέα της Ναυτιλιακής Βιομηχανίας προκειμένου να παραμείνει σημαντικός φορέας στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Η Ελλάδα θα πρέπει να συνεργάζεται στενά με το Διεθνή Ναυτιλιακό Οργανισμό (ΙΜΟ), καθώς και με την Ε.Ε. για την ανάπτυξη αποτελεσματικότερων κανονισμών στον τομέα της ασφάλειας των θαλασσίων μεταφορών(ναυσιπλοΐα, λειτουργία λιμένων)¹²¹

Η Λιμενική βιομηχανία στη χώρα μας απαιτείται να σχεδιασθεί στο σύνολό της σε Εθνικό επίπεδο και σύμφωνα με τα σύγχρονα πρότυπα ώστε να είναι ένας ισχυρός μοχλός ανάπτυξης της Εθνικής και τοπικής οικονομίας και με ταυτόχρονη ανάδειξη του κοινωνικού του ρόλου προς όφελος των κατοίκων της πόλης που τα περιβάλλει. Ας μη ξεχνάμε ότι η Ελλάδα είναι ένα από τα ισχυρότερα και πιο σημαντικά ναυτικά κράτη του κόσμου και η εμπορική της ναυτιλία, μαζί με τον τουρισμό, αποτελούν τους στυλοβάτες της εθνικής οικονομίας. Επί σειρά ετών, ο ελληνόκτητος στόλος κατέχει την πρώτη θέση παγκοσμίως.¹²² Σημαντική είναι και η παρουσία των Ελλήνων πλοιοκτητών στους τομείς δεξαμενοπλοίων και πλοίων ξηρού φορτίου χύδην που μεταφέρουν το μεγαλύτερο μέρος του παγκοσμίου εμπορίου.¹²³

¹²¹ Τζαγκαρουλάκης, (2005).

¹²² Σύμφωνα με τα ετήσια στατιστικά στοιχεία που δημοσιεύει η Ελληνική Επιτροπή Ναυτιλιακής Συνεργασίας του Λονδίνου, ο ελληνόκτητος στόλος με 4.161 πλοία άνω των 1.000 κοχ τον Φεβρουάριο του 2009 αντιπροσώπευε το 8,2% του παγκοσμίου στόλου σε αριθμό πλοίων, το 15,2% σε DWT και το 13,2% σε κόρους ολικής χωρητικότητας. Επιπλέον, ο μέσος όρος ηλικίας του ελληνόκτητου στόλου το 2009 ήταν 11,9 χρόνια, ήτοι κατά ένα χρόνο μικρότερος της μέσης ηλικίας του παγκοσμίου στόλου. Η εντυπωσιακή μείωση της μέσης ηλικίας του ελληνόκτητου στόλου, δεδομένου ότι πριν από εννέα χρόνια ήταν 20,3 χρόνια, οφείλεται στις μεγάλες επενδύσεις των Ελλήνων πλοιοκτητών σε νέα πλοία υψηλών προδιαγραφών.

¹²³ <http://nee.ar/default.asp?t=GreekShipping>. Ημερομηνία πρόσβασης:

Οι προσπάθειες που γίνονται σήμερα στον Πειραιά είναι να μεταμορφωθεί σε πράσινο λιμάνι μετά τις παρεμβάσεις που σχεδιάζει ο ΟΛΠ.¹²⁴

Η Εθνική Πολιτική στις Θαλάσσιες Μεταφορές με το Στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης της συγκοινωνιακής υποδομής έθεσε τους βασικούς στόχους οι οποίοι είναι οι εξής:

- Αντιμετώπιση της «περιφερειακότητας» της χώρας ως προς την ΕΕ
- Ανάδειξη της χώρας σε κύρια βαλκανική πύλη της Μεσογείου
- Ένταξη της χώρας στο συγκοινωνιακό διάδρομο συνδυασμένων μεταφορών μεταξύ Ευρώπης και Αφρικής – Μ. Ανατολής
- Ένταξη της χώρας στο συγκοινωνιακό διάδρομο συνδυασμένων μεταφορών του βόρειου τόξου της Μεσογείου
- Αμεσότητα χερσαίας πρόσβασης της ηπειρωτικής Ελλάδας στις πύλες επικοινωνίας με την Ιταλία – Ευρώπη (Πάτρα, Ηγουμενίτσα, Αυλώνα, Δυρράχιο)
- Τόνωση της ανάπτυξης στη ζώνη ανάμεσα στο Ιόνιο και τη Πίνδο
- Ενίσχυση της προσπελασιμότητας των παραμεθόριων περιοχών με αποτελεσματική αντιμετώπιση των εμποδίων κατά μήκος των βασικών διαπεριφερειακών συνδέσεων της ηπειρωτικής χώρας.¹²⁵

Τα βασικά ζητήματα για τον τομέα των Μεταφορών έτσι όπως παρουσιάζονται στο Εθνικό Σχέδιο Ανάπτυξης¹²⁶ αποτελούν:

- Η ολοκλήρωση της ανάπτυξης του εθνικού συστήματος Μεταφορών και η ανάδειξη της χώρας σε κύρια Βαλκανική Πύλη και κόμβο Μεταφορών της Ανατολικής Μεσογείου.
- Ο ολοκληρωμένος εθνικός σχεδιασμός συνδυασμένων μεταφορών και συντονισμός όλων των μεταφορικών δικτύων.
- Η ολοκλήρωση της οργάνωσης και η εδραίωση του συστήματος υλοποίησης υποδομών με ιδιωτικούς πόρους όπου είναι εφικτό.

¹²⁴ Συγκεκριμένα προχώρησε σε ανοιχτό διαγωνισμό για την προμήθεια φυτικού υλικού και τις εργασίες φύτευσης 996 δένδρων, θάμνων και αναρριχώμενων φυτών. Στο πλαίσιο των φιλοπεριβαλλοντικών παρεμβάσεων αναβάθμισης σε ecopark του Λιμένα Πειραιά συντάχθηκε μελέτη για την ανάπτυξη πρασίνου και τη δημιουργία φωτοβολταϊκού πάρκου.

¹²⁵ Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης της Συγκοινωνιακής Υποδομής - Ελλάδα 2010

¹²⁶ Εθνικό Σχέδιο Ανάπτυξης των Μεταφορών 2007-2013

- Η διοικητική και οργανωτική αναδιάρθρωση του συστήματος σχεδιασμού, ελέγχου, και παρακολούθησης των μεταφορικών υπηρεσιών στη χώρα, ο εκσυγχρονισμός της δημόσιας διοίκησης και η αύξηση της ασφάλειας των μεταφορών.
- Η προστασία του περιβάλλοντος, η εξοικονόμηση ενέργειας και η συσχέτιση του σχεδιασμού των μεταφορών με το χωροταξικό σχεδιασμό.
- Η ανάπτυξη, βελτίωση και ο εκσυγχρονισμός των λιμενικών υποδομών, με ιδιαίτερη έμφαση σε επιλεγμένα εμπορευματικά και ακτοπλοϊκά λιμάνια και η ολοκλήρωση των δικτύων τους.
- Η ανάπτυξη, βελτίωση και ο εκσυγχρονισμός των μεταφορικών υποδομών στα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας.

Προϋπόθεση για την ανάπτυξη μιας πολιτικής μεταφορών με αυτά τα χαρακτηριστικά αποτελεί η ύπαρξη της κατάλληλης υποδομής που θα μπορεί να εξυπηρετήσει αφενός διαφορετικά μέσα μεταφοράς και αφετέρου τις ανάγκες για ανάπτυξη των συνδυασμένων μεταφορών. Η ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου εθνικού δικτύου μεταφορών, σε άμεση διασύνδεση με τα Διευρωπαϊκά και Πανευρωπαϊκά Δίκτυα, συνιστά κεντρικό στόχο της εθνικής πολιτικής μεταφορών.

Το ιδιοκτησιακό καθεστώς των λιμανιών. Η οργάνωση της διαχείρισης των λιμένων παρουσιάζει σημαντικές διαφορές στο εσωτερικό της Κοινότητας. Σε ορισμένα κράτη μέλη, τη διαχείριση των λιμένων έχουν αναλάβει ιδιωτικοί φορείς, οι οποίοι είναι ιδιοκτήτες λιμενικών εκτάσεων (ή διαθέτουν δικαιώματα παρόμοια με εκείνα του ιδιοκτήτη). Οι λιμένες αυτοί είναι απολύτως ιδιωτικές επιχειρήσεις. Στις άλλες περιπτώσεις – που αποτελούν τη συντριπτική πλειοψηφία στην ηπειρωτική Ευρώπη – τους λιμένες τους διαχειρίζονται δημόσιοι φορείς ή επιχειρήσεις. Οι εν λόγω φορείς, οι οποίοι μπορούν να χαρακτηριστούν ως «λιμενικές αρχές» (ανεξάρτητα από την ονομασία που έχουν στο εθνικό δίκαιο) διαθέτουν όλο και συχνότερα υψηλό βαθμό αυτονομίας όσον αφορά τη λήψη επιχειρησιακών αποφάσεων, καθώς και χρηματοοικονομική αυτονομία από τις δημόσιες αρχές. Εξάλλου, ενώ ορισμένες λιμενικές αρχές παρέχουν υπηρεσίες διακίνησης φορτίου ή/και τεχνικοναυτιλιακές υπηρεσίες, άλλες επικεντρώνονται στη διαχείριση και τα

έργα.¹²⁷ Ο παρακάτω (πίνακας..) αναφέρεται στα μοντέλα σχετικά με το ιδιοκτησιακό καθεστώς των λιμένων.

| Τύπος | Υποδομή (Infrastructure) | Υπερδομή (Superstructure) | Υπηρεσίες φορτοεκφόρτωσης (Stevedoring Labour) | Λοιπές λειτουργίες |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Αποκεντρωτικός τρόπος λειτουργίας (Landlord port) [Rotterdam, Antwerps, Hamburg, Barcelona] | Δημόσιο (Public) | Ιδιωτικό (Private) | Ιδιωτικό (Private) | Δημόσιο/Ιδιωτικό Public/Private |
| Public Service Port [Piraeus] | Δημόσιο (Public) | Δημόσιο (Public) | Δημόσιο (Public) | Πλειοψηφία Δημόσιου (Majority Public) |
| Private Service port [Felixstowe, Gioia Tauro] | Ιδιωτικό (Private) | Ιδιωτικό (Private) | Ιδιωτικό (Private) | Πλειοψηφία ιδιωτικού (Majority Private) |

Πίνακας 8: Μοντέλα ιδιοκτησίας λιμένων (lenia containair)

¹²⁷ Η ΕΕ δεν σκοπεύει να παρέμβει προκειμένου να εναρμονίσει αυτό το ετερογενές σενάριο. Πράγματι, το πλέον ενδεδειγμένο πλαίσιο για τη λιμενική διαχείριση μπορεί να διαμορφωθεί καλύτερα σε εθνικό/τοπικό επίπεδο. Παρόλα ταύτα, η Επιτροπή αναγνωρίζει ότι τα σημαντικά καθήκοντα των λιμενικών αρχών εκπληρώνονται καλύτερα, αν οι αρχές αυτές διαθέτουν επαρκή βαθμό αυτονομίας. Όσον αφορά, ειδικότερα, τη χρηματοοικονομική αυτονομία, η Επιτροπή υπενθυμίζει ότι αποτελεί προϋπόθεση για την αποτελεσματική κατανομή των επενδύσεων και, εν τέλει, για να καταστεί δυνατή η ανάπτυξη των λιμένων.

Εντέλει εμφανίζεται ότι σχετικά με το ιδιοκτησιακό καθεστώς σημαντικών λιμανιών, τη δομή και τις διάφορες λειτουργίες λειτουργεί παράλληλα ο ιδιωτικός με το Δημόσιο τομέα. Έχει διαπιστωθεί ότι η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στη λιμενική βιομηχανία παίρνει διάφορες μορφές και ποικίλει ανάλογα με το εύρος των λειτουργιών που εκτελούνται από τους ιδιώτες. Βέβαια η ιδιωτικοποίηση ενός λιμανιού δεν είναι πανάκεια. Οι παράγοντες που πρέπει να μελετηθούν σε μια τέτοια διαδικασία είναι:

- Το μέγεθος της χώρας που βρίσκεται το λιμάνι
- Η γενικότερη κατάσταση της οικονομίας
- Το μέγεθος του λιμανιού
- Η διαθέσιμη έκταση για την ανάπτυξη νέων τερματικών που θα οδηγήσει και στην ανάπτυξη του ενδολιμενικού ανταγωνισμού
- Η οικονομική κατάσταση του λιμανιού
- Η μορφή της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται το λιμάνι
- Η σημασία του για την ευρύτερη περιοχή, τη χώρα, κλπ.

Σε σχετική έρευνα¹²⁸ αναφορικά με το ιδιοκτησιακό καθεστώς των λιμανιών που διεξήχθητε το 1999¹²⁹ παρατηρείται ότι παρά τον αυξανόμενο ρόλο του ιδιωτικού τομέα στη λιμενική βιομηχανία, το δημόσιο παραμένει ισχυρό, αφού για παράδειγμα το 90% του θαλάσσιου εμπορίου της ΕΕ το διαχειρίζονται λιμάνια που οι επενδύσεις και οι αποφάσεις τιμολόγησης κύρια των υποδομών εξαρτώνται από τις χρηματοδοτήσεις των δημοσίων Λιμενικών Αρχών. Η κρατική ενίσχυση λαμβάνει ποικίλες μορφές π.χ. δάνεια με προνομιακούς όρους, φοροαπαλλαγές, προνομιακές μισθώσεις γης και παροχή βοηθητικών διοικητικών και τεχνικών υπηρεσιών.

¹²⁸ <http://www.creekshippingnews.gr/?a=node/179>

¹²⁹ IAPH (International Association of Ports and Harbours)(1999). Έρευνα αναφορικά με το ιδιοκτησιακό καθεστώς των λιμανιών

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1. Η περίπτωση του Πειραιά

5.1.2. Εισαγωγή

Ο Πειραιάς το αρχαίο λιμάνι της Αθήνας, το σπίτι της ελληνικής ναυτιλίας και το μεγαλύτερο λιμάνι των επιβατών στην Ευρώπη, μεταφέρει πάνω από 20 εκατομμύρια επιβάτες το χρόνο σε δεκάδες δρομολόγια που εξυπηρετούν τα πολλά ελληνικά νησιά και όχι μόνο. Σε συνδυασμό με το τρένο, το αεροπλάνο και τις οδικές συνδέσεις, ο Πειραιάς είναι ένας από τους σημαντικότερους κόμβους μεταφορών στην Ελλάδα.

Η πόλη του Πειραιά ανήκει στη

Περιφέρεια της Αθήνας και βρίσκεται 12 χιλιόμετρα από το κέντρο της Αθήνας. Σύμφωνα με την απογραφή του 2001 ο πληθυσμός του Πειραιά είναι 175.697 κάτοικοι, που τον τοποθετεί ως τρίτο μεγαλύτερο δήμο της Ελλάδος και το δεύτερο στη Περιφέρεια Αθηνών μετά το Δήμο της Αθήνας. Η μητροπολιτική περιοχή του Πειραιά εκτείνεται πέρα από τα όρια της Πόλης και περιλαμβάνει Δήμους όπως το Κερατσίνι, το Πέραμα, τη Νίκαια και άλλους Δήμους γύρω από το Πειραιά, έχει 551.065 κατοίκους σύμφωνα με την απογραφή του 2001.¹³⁰

Ο Πειραιάς εκτός από την εμπορική και οικονομική σημασία ως λιμάνι έχει μία σειρά από ιδιαίτερα κοινωνικά χαρακτηριστικά ως πόλη, όπως πρωταγωνιστικό ρόλο στην ανάπτυξη των εργατικών κινημάτων στην Ελλάδα με τα συνδικάτα του. Επίσης στη διαμόρφωση μιας σύγχρονης πολιτιστικής ταυτότητας στηριζόμενη στην αυθεντικότητα και στα καθημερινά προβλήματα των ανθρώπων που ζούσαν εκεί όπως για παράδειγμα η ανάπτυξη του ρεμπέτικου στη δεκαετία του '30 καθώς και η



¹³⁰ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ(2002),Ελληνική απογραφή 2001

λειτουργία διάφορων πολιτιστικών θεσμών όπως το Θέατρο του Πειραιά το οποίο για πολλά χρόνια αποτελούσε κέντρο υψηλής κουλτούρας.

Στις επόμενες ενότητες θα γίνει μια προσπάθεια να σκιαγραφήσουμε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της πόλης του Πειραιά και πως αυτά συνέβαλαν στη διαμόρφωση της πολιτιστικής ταυτότητας – branding της πόλης.

5.1.3. Ιστορία

5.1.3.1. Η γεωγραφική θέση



Η γεωγραφική του θέση έπαιξε καθοριστικό παράγοντα στην ανάπτυξη της πόλης κατά την μακρόχρονη ιστορία του, που σε πολλές περιπτώσεις συνδέθηκε με την ακμή της Αθήνας. Η περιοχή του Πειραιά χαρακτηρίζεται από φυσικούς κόλπους που δίνουν προστασία στα καράβια από τα φυσικά φαινόμενα.¹³¹

Η γεωγραφική θέση του Πειραιά τον βάζει και στο ενδιάμεσο των εμπορικών δρόμων προς τις πόλεις της Πελοποννήσου αλλά και προς τους γύρω δήμους όπως τα Μέγαρα και την Ελευσίνα ενώ αποτελεί το συνδετικό κρίκο της Αθήνας με τη νησιωτική Ελλάδα αλλά και τις θαλάσσιες οδούς που οδηγούν στα μεγάλα λιμάνια του κόσμου. Το αποτέλεσμα είναι ότι από την αρχαιότητα ως και σήμερα η γεωγραφική θέση του Πειραιά να του δίνει ένα σημαντικό στρατηγικό πλεονέκτημα.

¹³¹ Αποτελεί χερσόνησο στον μυχό του Σαρωνικού κόλπου, που εκτείνεται ανάμεσα στο Φαληρικό όρμο από τα Ανατολικά και φτάνει ως τη περιοχή του Κορυδαλλού στα Β.Δ.. Η γεωγραφική του θέση ορίζεται από τις συντεταγμένες 37'' 56' Β. πλάτος και 23'' 39'' Α. μήκος. Το κλίμα είναι εύκρατο και σαν κύρια χαρακτηριστικά έχει τη ξηρότητα της ατμόσφαιρας και τις περιορισμένες βροχοπτώσεις (Μαλλικούτη, 2004).



Εικόνα 34: Αναπαράσταση του αρχαίου Πειραιά (<http://www.limenoscone.ntua.gr>)

5.1.3.2. Χρονολόγιο¹³²-Ιστορική Αναδρομή Πόλεως και Λιμένος του Πειραιά

Αρχαίοι Χρόνοι 2600 π.Χ. - 267 μ.Χ 2600 - 2000 π.Χ. Ο Πειραιάς ήταν αποκομμένος και πραγματοποιείται η σταδιακή ένωσή του με την Αττική. Δημιουργία του λιμανιού του. **1300 π.Χ.** Οι πρώτοι κάτοικοι του Πειραιά. **507 π.Χ.** Ονομάζεται Δήμος της Αττικής. **493 π.Χ.** Οχυρώνεται με τα τείχη του. **483 π.Χ.** Οι Αθηναίοι μεταφέρουν το επίνειό τους από το Φάληρο στον Πειραιά. **480 π.Χ.** Γίνεται η ναυμαχία στη Σαλαμίνα κοντά στο λιμάνι του Πειραιά. **479 π.Χ.** Αρχίζει η κατασκευή του λιμένος Πειραιώς και των νεοσοίκων. **471 π.Χ.** Ο Πειραιάς καθίσταται όχι μόνο πολεμικό, αλλά και σπουδαίο εμπορικό λιμάνι. **451 - 431 π.Χ.** Ανοικοδομείται η πόλη του Πειραιά, βάσει σχεδίου του αρχιτέκτονα Ιπποδάμου. **448 - 431 π.Χ.** Ανεγείρονται στον Πειραιά στοές, η Αμφιόπολη, η Ιπποδάμειος Αγορά και άλλα κτίρια για τις κρατικές υπηρεσίες. Ο Πειραιάς εξελίσσεται σε σπουδαίο ναυτεμπορικό κέντρο. **411 π.Χ.** Ανεγείρονται στον Πειραιά η μεγάλη Στοά και το νέο, ισχυρότερο του ήδη υπάρχοντος, τείχος, στην Ηετιωνία Ακτή. **347 - 323 π.Χ.** Ανοικοδομούνται οι νεώσοικοι. **347 - 328 π.Χ.** Ιδρύεται η Σκευοθήκη του Φίλωνος. **146 π.Χ.** Υποτάσσεται μαζί με την υπόλοιπη Ελλάδα στη Ρωμαϊκή κυριαρχία.

¹³² <http://www.pireas.com/history/cronologia.htm>

Βυζαντινοί Χρόνοι 322 μ.Χ. - 1387 μ.Χ.322 μ.Χ. Χρησιμοποιείται ως ορμητήριο από το Μεγάλο Κωνσταντίνο. **551 μ.Χ.** Τα εναπομείναντα λιμενικά έργα του Πειραιά καταστρέφονται από μεγάλο σεισμό. **1205 μ.Χ.** Η Αθήνα και ο Πειραιάς περιέρχονται στην κατοχή των Φράγκων. **1317 μ.Χ.** Το λιμάνι αρχίζει να ονομάζεται "λιμνήν του Λέοντος" ή "Πόρτο Λεόνε" ή "Πόρτο Δράκο", λόγω του μεγάλου αγαλμάτινου λιονταριού που βρισκόταν στην είσοδο του. **1387 μ.Χ.** Οι Φράγκοι κυρίαρχοι της Αθήνας, κάνουν μικροεπισκευές στο λιμάνι του Πειραιά. **Οθωμανική Κυριαρχία 1456 μ.Χ. - 1824 μ.Χ. 456.** Ο Πειραιάς και η Αθήνα υποτάσσονται στους Τούρκους κατακτητές. **1687-1688.** Καταπλέει ο Ενετικός στόλος υπό τη διοίκηση του Μοροζίνι. Ακολουθεί κανονιοβολισμός και καταστροφή του Παρθενώνα και μεταφέρεται στη Βενετία και το μεγάλο μαρμάρινο λιοντάρι του λιμανιού. **1806.** Ο Σατωμπριάν επισκέπτεται τον Πειραιά. **1824.** Απελευθέρωση του Πειραιά από τον Καραϊσκάκη. **Νεώτεροι Χρόνοι 1833.** Ο Πειραιάς ανακηρύσσεται σε ανεξάρτητο Δήμο. **1834.** Ιδρύεται το Τελωνείο και το Υπολιμεναρχείο του Πειραιά. **1835.** Έμποροι από τη Χίο και την Ύδρα εγκαθίστανται στον Πειραιά. **1835.** Πραγματοποιείται η οικοδόμηση του ναού του Αγ. Σπυρίδωνα και έχουμε το ατμόπλοιο "Ανατολή". **1836.** Ολοκληρώνεται η κατασκευή της οδού Αθηνών – Πειραιώς. **1840.** Το πρώτο φορτηγό ατμόπλοιο "Δημήτριος - Χριστίνα", φθάνει στο λιμάνι του Πειραιά. **1848.** Γίνονται εκβαθύνσεις του λιμανιού, πλακοστρώσεις προκυμαίων κλπ. **1860.** Ιδρύονται στο λιμάνι τα Ναυπηγεία Βασιλειάδη. **1861.** Το λιμάνι τελεί υπό τον έλεγχο της Δημοτικής Αρχής. **1869.** Πραγματοποιείται η σιδηροδρομική σύνδεση της Αθήνας με τον Πειραιά. **1872.** Αντικαθίσταται η χρήση πετρελαίου για το φωτισμό του λιμανιού από φωταέριο. Χτίζεται το Χρηματιστήριο του Πειραιά, το επονομαζόμενο "Ρολόι". **1874.** Τα μηχανουργεία στον Πειραιά κατασκευάζουν τις πρώτες ατμομηχανές, δύναμης μέχρι 100 ίππων. **1876.** Εγκατάσταση του πρώτου γερανού στο λιμάνι. **1884.** Ιδρύεται στον Πειραιά η Σχολή Ναυτικών Δοκίμων. **1889.** Ο Πειραιάς έχει 34.527 κατοίκους. **1890.** Η κίνηση στο λιμάνι ανέρχεται στα 2.460 πλοία χωρητικότητας 1.500.000 τόνων περίπου ετησίως. **1893.** Διανοίγεται η διώρυγα της Κορίνθου και αυξάνεται η κίνηση του λιμανιού του Πειραιά. **1904.** Η ηλεκτρική ενέργεια χρησιμοποιείται για το φωτισμό του λιμανιού. **1908.** Αρχίζει ο εκβραχισμός της υφάλου του προλιμένος. **1911.** Συνιστάται η 15μελής "Επιτροπεία Λιμένος Πειραιώς". **1923.** Νέο σχέδιο διαρρύθμισης του λιμανιού, το οποίο καταρτίστηκε από τη Λιμενική Επιτροπή. **1924.** Εγκαίνια έναρξης των μεγάλων έργων του λιμανιού, από τον γαλλικό όμιλο Ερσάν. **1929.** Νέα σχέδια

διαρρύθμισης του λιμανιού-πρόταση για λιμενοποίηση του Φαλήρου.1930. Ίδρυση του "Οργανισμού Λιμένος Πειραιώς" (Ο.Λ.Π.).1932. Έναρξη λειτουργίας της Ελευθέρας Ζώνης. 1937. Εγκαίνια Σιταποθήκης (Σιλό) του λιμανιού και των αναρροφητήρων. 1939. Η έναρξη του Β' παγκοσμίου πολέμου. 1941. Εγκαθίσταται γερμανική στρατιωτική διοίκηση κατοχής στο λιμάνι. 1944. Οι Γερμανοί, αποχωρούν. 1951. Διαιρείται σε 6 Διαμερίσματα. 1953. Ολοκληρώνεται η επισκευή του κρηπιδώματος Ι-Κ του λιμανιού Αλών, καθώς και η μεγάλη προβλήτα του όρμου Δραπετσώνας. 1957. Εγκαινιάζονται και παραδίδονται προς εκμετάλλευση οι προβλήτες Καραϊσκάκη και Βασ. Κωνσταντίνου. 1958. Κατασκευάζονται δύο μεγάλα μεταλλικά υπόστεγα και αρχίζει η λειτουργία των Διυλιστηρίων πετρελαίων. 1959. Κατασκευάζεται Ναυτικός Επιβατικός Σταθμός και ανακαλύπτονται κοντά στο λιμάνι αρχαία αγάλματα χαρακτηριστικά της εξαιρετικής αρχαίας ελληνικής γλυπτικής. 1961. Κατασκευάζονται δύο νέες μεγάλες αποθήκες στην ακτή Βασιλειάδη. 1962. Κατασκευή του μόλου Φρεαττύδας και λιμενίσκου "Δέλτα" Φαλήρου. 964. Έναρξη της λειτουργίας της Ιχθυόσκαλας Κερατσινίου. 1966. Παραχωρούνται οι λιμενίσκοι Ζέας - Φρεαττύδας στον Ε.Ο.Τ. 1967. Λειτουργία των δύο πλωτών Δεξαμενών στο Πέραμα. 1968. Ο Ο.Λ.Π. στην εποπτεία του Υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας, ενώ τον ίδιο χρόνο κατεδαφίζεται το ιστορικό κτίριο του Δημαρχείου ("Ρολόι"). 1975. Λειτουργεί η πρώτη γερανογέφυρα για εμπορευματοκιβώτια στο σταθμό της Α 1976. Εκσυγχρονίζεται η νομοθεσία και γίνεται αναδιάρθρωση των υπηρεσιών του Ο.Λ.Π. ενώ οργανώνεται για πρώτη φορά η ναυτιλιακή έκθεση "Ποσειδώνια" στον επιβατικό σταθμό του Ο.Λ.Π. 1979. Αρχίζει η λειτουργία σταθμού εξυπηρέτησης εμπορευματοκιβωτίων - ψυγείων δυναμικότητας 240 θέσεων.1981. Ολοκληρώνεται η μελέτη του Βρετανικού Συμβουλευτικού Οργανισμού "Placon Ltd" για το λιμάνι του Πειραιά. 1982. Συγκροτείται το νέο Διοικητικό Συμβούλιο του Ο.Λ.Π. με 14μελή σύνθεση που καταρτίζει το πενταετές πρόγραμμα ανάπτυξης του λιμένα. Επίσης, πραγματοποιείται προμήθεια 17 ηλεκτροκίνητων γερανών και τριών ρυμουλκών των 500 HP.1983. Λαμβάνονται μέτρα για την ανάπτυξη της διαμετακόμισης των φορτίων τράνζιτ στο λιμάνι του Πειραιά. Παίρνονται οι πρώτες αποφάσεις για την μηχανοργάνωση των λιμενικών υπηρεσιών. 1984. Δεντροφυτεύεται η περιοχή του Κεντρικού λιμανιού και λαμβάνονται μέτρα για την ανάδειξη των ερειπίων του αρχαίου πειραιϊκού τείχους, στην περιοχή Παλατάκι. Επίσης, αξιοποιείται ο Κεντρικός Επιβατικός Σταθμός ως εκθεσιακός χώρος, με την οργάνωση διεθνών εκθέσεων. 1985. Διαμορφώνεται ο

εσωτερικός και εξωτερικός χώρος του Επιβατικού Σταθμού Αγίου Νικολάου. 1986. Παραδίδεται σε πλήρη εκμετάλλευση ο Σταθμός Εμπορευματοκιβωτίων Ακτής Βασιλειάδη. λιμάνι. 1992. Εγκαίνια νέου σύγχρονου Σταθμού Επιβατών Εξωτερικού στην Ακτή Ξαβερίου. 1995-96. Σύνδεση με "Σχιστό" και Εθνικό Οδικό Δίκτυο. Προμελέτες Ο.Λ.Π., ΟΣΕ για τη σιδηροδρομική σύνδεση μέσω Σχιστού - θριασίου. 1996. Μέγαρο υπηρεσιών Ο.Λ.Π. 2002. Υπογραφή σύμβασης παραχώρησης αποκλειστικού δικαιώματος χρήσης και εκμετάλλευσης, των γηπέδων, κτιρίων και εγκαταστάσεων της χερσαίας λιμενικής ζώνης του Λιμένος Πειραιώς στον Ο.Λ.Π. για 40 χρόνια . 2003. Εισαγωγή του Ο.Λ.Π. Α.Ε στο Χρηματιστήριο Αθηνών. 2004. Διαμονή της Ολυμπιακής Οικογένειας σε πλοία - πλωτά ξενοδοχεία στο λιμάνι του Πειραιά.

5.1.4. Η πόλη του Πειραιά

Η ιστορία της πόλης του Πειραιά διαμορφώνεται από τη μελέτη της τοπογραφίας του και από τις διάφορες επιγραφές, ευρήματα αρχαίων τάφων, θεμέλια ναών, νεωσοίκων, κτιρίων και τειχών και αρχαίων λιμενικών έργων, σε συνδυασμό πάντα με τις περικοπές αρχαίων συγγραφέων που αναφέρονται στον Πειραιά, σπουδαιότεροι των οποίων ήταν οι: Θουκυδίδης, Ξενοφών, Αριστοτέλης, Πλούταρχος, Ισοκράτης, Πλάτων, Λυκούργος, Δημοσθένης, Ηρόδοτος και Πολυδεύκης. Ο αρχαιότερος όμως αυτών ο Διόδωρος ο περιηγητής (4ος αιώνας π.Χ.).¹³³ Τα ονόματα που έλαβε κατά καιρούς από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα τόσο η πόλη του Πειραιά όσο και ο λιμένας της είναι κατά σειρά: α) **Ονομασίες πόλης:** "Πειραιεύς" (αρχαίοι χρόνοι μέχρι και τελευταία επίσημη ονομασία). "Δράκος" "Πειραιάς" (Στέφανος Βυζάντιος και σύγχρονη δημοτική), "Πειραιάς", "Περαίας", ή "Περαιάς", (κατά δημόδεις ονομασίες). Επίσης σε κείμενα του προηγούμενου αιώνα απαντώνται: "Πιραιάς", ή "Πιρεάς", ακόμη και "Πειρεάς", "Πειρέας", "Πιρέας" και "Περέας" ή "Περεάς" β)) **Ονομασίες λιμένα:** "Λιμήν του Πειραιώς" ή απλώς "Λιμήν" (αρχαίοι χρόνοι - τελευταία αρχαιολογική άποψη). "Κάνθαρος" ή "Λιμήν Κανθάρου" (ομοίως αρχαίοι χρόνοι). "Κωφός λιμήν" (μετά τον Πελοποννησιακό πόλεμο - τελευταία αρχαιολογική άποψη). "Λιμήν Αθηνών". "Λιμήν Λέοντος" ή γνωστότερα "Πόρτο Λεόνε"(τον 17ο αιώνα ένα λιοντάρι από μάρμαρο, φρόντιζε το

¹³³<http://www.oireasnet.gr/Default.aspx?tabid=670>

λιμάνι και ήταν το πρώτο πράγμα που έβλεπαν οι ταξιδιώτες όταν έφταναν στο λιμάνι, στην σύγχρονη εποχή υπάρχει ανακατασκευή από τον γλύπτη Μέγκουλα Γεώργιο. Το πρωτότυπο κλάπηκε από τον Φραντσέσκο Μοροζίνι(Morozini) και βρίσκεται στην Βενετία. "Πόρτο Δράκο" ή "Πόρτο Δρακόνε". "Πόρτο της Αθήνα" (Μελέτιος) την Ρωμαϊκή περίοδο, Μεσαίωνα, Ενετοκρατία, Τουρκοκρατία, έλαβε αντίστοιχα τα παρακάτω ονόματα: "Athenarum portus". "Portus de Sithines", ή "Sithines". "Porto Leone", ή "Porto Draco", ή "Porto Dracone". "Ασλάν Λιμάνι" (πριν και κατά το 1821).¹³⁴



Εικόνα 35: Ο Λέων του Πειραιώς (Μιχελή, 1988)¹³⁵

Η πρώτη φορά που ο Πειραιάς εμπλέκεται στους πολεοδομικούς σχεδιασμούς στους νεώτερους χρόνους¹³⁶ είναι κατά τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα όταν προτάθηκε από τον Gutensohn, αρχιτέκτονα του Λουδοβίκου του Α΄ της Βαυαρίας να γίνει η πρωτεύουσα του νεοσύστατου τότε Ελληνικού κράτους, λόγω του λιμανιού και να επεκταθεί σε συνέχεια και στην Αθήνα- πρόταση η οποία εντέλει δεν έγινε αποδεκτή. Το πρώτο πολεοδομικό σχέδιο καταρτίστηκε από τους Σταμάτη Κλεάνθη(1802-1862) και Eduard Schaubert.

Το σχέδιο του Πειραιά είχε καλύτερη τύχη από αυτό της Αθήνας δεδομένου ότι εφαρμόστηκε χωρίς αποκλίσεις. Οι λόγοι που συνέβαλαν σ' αυτό ήταν α) ο Πειραιάς ήταν μια έρημη χερσόνησος χωρίς οικισμό β) μεγάλο μέρος των εκτάσεων ανήκε στη Μονή του Αγίου Σπυρίδωνα που επήλθε στο Δημόσιο οπότε δεν αναπτύχθηκε το

¹³⁴ www.piraiasnet.gr

¹³⁵ Λίζα Μιχελή, «Πειραιάς» εκδ. «Δρώμενα», 1988

¹³⁶ Αξίζει να σημειωθεί ότι ο Πειραιάς είχε αντίστοιχο πολεοδομικό σχέδιο και κατά την αρχαιότητα.

παιχνίδι των ιδιωτών. Η τότε δημοτική αρχή επέδειξε αποφασιστικότητα(κ. Σερφιώτης και Π. Ομηρίδης). Προνοήθηκαν τα απαραίτητα δημόσια κτίρια (Λοιμοκαρτήριο, Τελωνείο, Διαμετακόμισης (κρατικές αποθήκες), το Χρηματιστήριο εμπορευμάτων (το αποκαλούμενο Ρολόι). Οι κατοικίες είχαν δύο μορφές κατοικίες εν σειρά και γωνιακές.

Η πόλη είναι χωρισμένη σε πέντε δημοτικά διαμερίσματα και όσον αφορά τη χρήση της γης κατά διαμέρισμα φαίνεται να υπερτερεί η κατοικία (χάρτης...). Πιο συγκεκριμένα : στο 1^ο διαμέρισμα ενώ από τη μια υστερεί σε πράσινο από την άλλη δεν περιέχει οχλούσες δραστηριότητες, στο 2^ο διαμέρισμα συγκεντρώνονται οι περισσότερες δραστηριότητες υπερτοπικού χαρακτήρα, στο 3^ο διαμέρισμα η βιομηχανία καταλαμβάνει το μεγαλύτερο, στο 4^ο διαμέρισμα συγκεντρώνεται το μεγαλύτερο ποσοστό των εγκαταστάσεων μαζικών μεταφορών και τέλος στο 5^ο διαμέρισμα με η βιοτεχνία και το χονδροεμπόριο καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο ποσοστό.

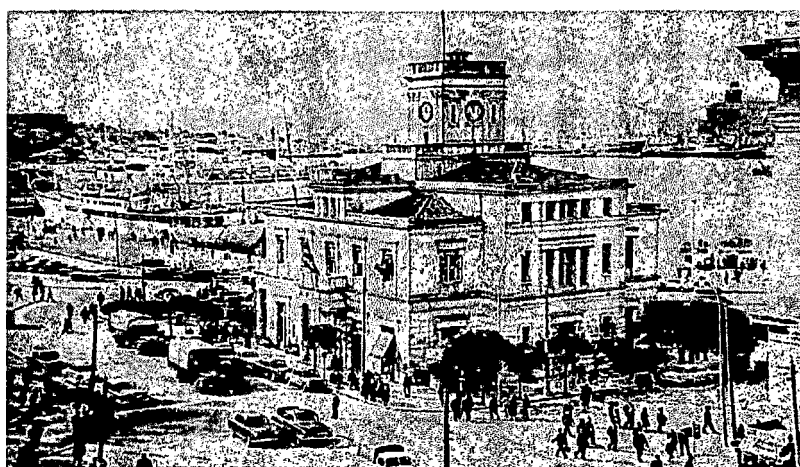
Με μια πρώτη παρατήρηση τη μεγαλύτερη χρήση τη έχει η γενική κατοικία, το οδικό δίκτυο καταλαμβάνει μεγάλο ποσοστό όπως και η βιομηχανία και η βιοτεχνία παρά την τάση αποβιομηχάνισης, η ανάπτυξη γίνεται κατά μήκος ων οδικών δικτύων, τα τοπικά κέντρα στοχεύουν στην εξυπηρέτηση των καθημερινών αναγκών και τέλος η έκταση του πρασίνου και των χώρων αναψυχής είναι πολύ μικρή.



Χάρτης 3: Τα βασικά διαμερίσματα του Δήμου Πειραιά/χρήσεις γης(Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δήμου Πειραιά: Α' φάση)

Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτει ο Πειραιάς:

- Κόμβος διεθνών μεταφορών το λιμάνι του Πειραιά με μοναδικά πλεονεκτήματα, λόγω της στρατηγικής θέσης και των υποδομών του.
- Φυσικό επίνειο της Αθήνας με μόλις 10 χλμ απόσταση, αποτελεί τη κυριότερη πύλη εισαγωγών και εξαγωγών της χώρας.
- Το μόνο Ευρωπαϊκό λιμάνι στην Ανατολική Μεσόγειο με τις απαραίτητες υποδομές για την εξυπηρέτηση του διαμετακομιστικού εμπορίου με μικρή απόκλιση ενώ παράλληλα κατέχει και κομβική γεωγραφική θέση από τους διεθνείς θαλάσσιους εμπορικούς δρόμους.



Εικόνα 36: Το Χρηματιστήριο εμπορευμάτων, το αποκαλούμενο «Ρολόι». Κατεδαφίστηκε στη δεκαετία του 1970(Ιστορικό Αρχείο Δήμου Πειραιώς)



Εικόνα 37: Το Δημοτικό θέατρο Πειραιώς¹³⁷ (Ιστορικό Αρχείο Δήμου Πειραιώς)

¹³⁷, Είναι το μεγαλύτερο ελληνικό θέατρο, έργο του Λαζάριμου και σύμβολο της Πόλης. Εγκαινιάστηκε στις 9 Απριλίου 1895 από τον τότε δήμαρχο Θ. Ρετσίνα. Με την

Ως τμήμα του πολεοδομικού συγκροτήματος Αθηνών εξυπηρετείται συγκοινωνιακά από πληθώρα μέσων: λεωφορεία, τρόλεϊ, τον Προαστιακό Σιδηρόδρομο, το Τραμ Αθήνας και το Μετρό Αθήνας, προς το παρόν από την παλαιά γραμμή του ηλεκτρικού σιδηροδρόμου και μελλοντικά από την επέκταση της γραμμής του μετρό, ενώ συνδέεται και με το σιδηροδρομικό δίκτυο του ΟΣΕ.

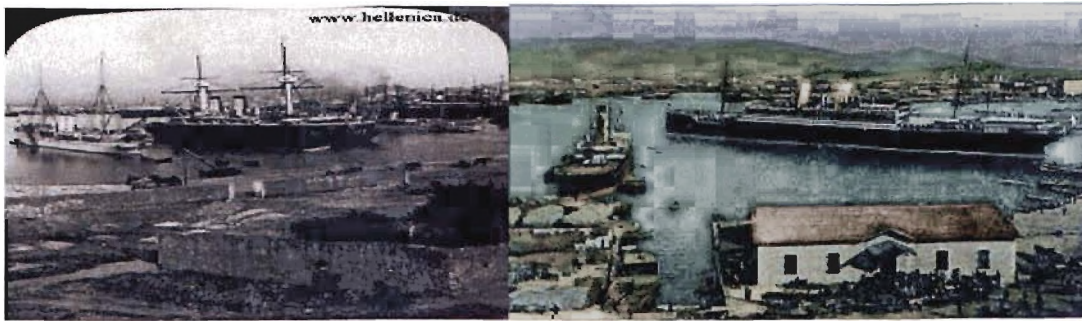


Χάρτης 4: Βασικοί άξονες εισόδου στο Λιμάνι του Πειραιά <http://www.greek-islands.us/athens/piraeus-port/>

Ο Πειραιάς στην σύγχρονη εποχή είναι το μεγαλύτερο βιομηχανικό κέντρο της χώρας, ενώ διαθέτει τον μεγαλύτερο λιμένα της Ευρώπης και τον τρίτο στον κόσμο σε επιβατική κίνηση, που τον καθιστά ως το μεγαλύτερο εμπορικό κέντρο της ελληνικής οικονομίας, ενώ μέσω αυτού συνδέεται ακτοπλοϊκά με τα νησιά του Αιγαίου.¹³⁸

ανέγερσή του ο αστικός κόσμος του Πειραιά είδε να εκπληρώνεται ένα μεγάλο όνειρό του.

¹³⁸ Δήμος Πειραιά (2002), Πειραιϊκό Λεύκωμα.



Εικόνα 38: Εξωτερικοί μόλοι των Μονίμων δεξαμενών: η πόλη στην αρχή 20ου (Πειραιϊκό Λεύκωμα,2002)



Εικόνα 39: Ο Πειραιάς στη δεκαετία του 1950 (Πειραιϊκό Λεύκωμα ,2002)

5.1.5. Το λιμάνι του Πειραιά

Η ανάπτυξη του λιμανιού πάντα συνδεόταν με την ακμή της πόλης ενώ όταν το λιμάνι βρισκόταν σε φάση παρακμής αυτό το γεγονός επηρέαζε την συνολική οικονομία και εικόνα της πόλης. Βρίσκεται 12 χιλιόμετρα Ν.Α. από το κέντρο της

Αθήνας και ήταν πάντα το διαμετακομιστικό κέντρο της πρωτεύουσας της Ελλάδας. Η σημασία του λιμανιού του Πειραιά σε εθνικό επίπεδο αφορά το γεγονός ότι αποτελεί το μέσο σύνδεσης της ηπειρωτικής ενδοχώρας με τα νησιά ενώ σε διεθνές επίπεδο η θέση του βρίσκεται στο σταυροδρόμι των



θαλάσσιων οδών που ενώνουν την Ευρώπη με την Αφρική και την Ασία του προσδίδει υπερεθνική σημασία.

Ο γεωγραφικός παράγοντας, είχε ιδιαίτερο ρόλο στην εξέλιξη του λιμανιού του Πειραιά για το λόγο ότι η Ελλάδα ως χώρα βρίσκεται δίπλα στο πρώην Ανατολικό Μπλοκ, τα Βαλκάνια, τη διώρυγα του Σουέζ, τη Βόρεια Αφρική και τη Μέση Ανατολή και αποτελεί την φυσική είσοδο των πλοίων που προέρχονται από αυτές τις περιοχές και θέλουν να προσεγγίσουν τις αγορές της Ε.Ε. Από το χρυσό αιώνα του Περικλή ως και σήμερα ο Πειραιάς ήταν η κύρια πύλη εισαγωγών και εξαγωγών στην Ελλάδα ¹³⁹

Όπως βλέπουμε στον επόμενο χάρτη το λιμάνι του Πειραιά έχει μία ιδιαίτερα σημαντική στρατηγική θέση ως η είσοδος στην Ευρώπη εξ ανατολάς. Σήμερα το λιμάνι του Πειραιά είναι το μεγαλύτερο της Μεσογείου¹⁴⁰ αλλά και τη Ευρώπης. Αποτελούσε και συνεχίζει να αποτελεί το κέντρο της οικονομικής δραστηριότητας του Δήμου Πειραιά και των γειτονικών Δήμων. Επίσης το 72% των ακτοπλοϊκών μεταφορών στην Ελλάδα γίνονται από το κεντρικό λιμάνι του Πειραιά¹⁴¹



Χάρτης 5: Η θέση του λιμανιού του Πειραιά στην χάρτη των διεθνών εμπορικών οδών (Πειραιϊκό Λεύκωμα,2002)

¹³⁹ Μαλλικούτη, Σ. (2004). Πειραιάς 1832 – 1912, λειτουργική συγκρότηση και πολεοδομική εξέλιξη, Αθήνα. Διαθέσιμο στο: www.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/.../panoroulou.pdf

¹⁴⁰ Το 1880 κατείχε την τέταρτη θέση ενώ το 1914 τη δεύτερη

¹⁴¹ www.openbudget.gr/peiraias/P1aParousiasikaixioloaisiyfistameniskatastasi

Το λιμάνι του Πειραιά χωρίζεται σε τρία τμήματα - ζώνες.¹⁴² Υπάρχει το κεντρικό λιμάνι που είναι ο επιβατικός σταθμός και αποτελεί το κεντρικό κομβικό άξονα μεταξύ της στερεάς Ελλάδας και των νησιών αλλά υπάρχει και η ζώνη γενικών φορτίων, ο σταθμός container και η ναυπηγοεπισκευαστική ζώνη.

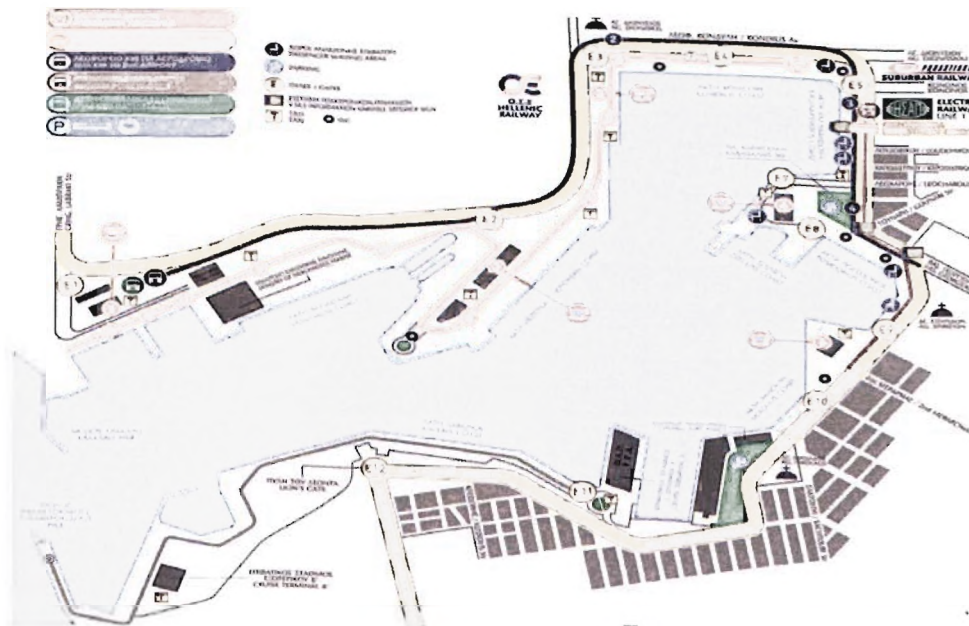


- | | |
|--------------------------------------|-----------------------|
| ■ Σταθμός Συμβατικού γενικού φορτίου | ■ Σταθμός Container |
| ■ Επιβατικός Σταθμός | ■ Μελλοντική Επέκταση |
| ■ Σταθμός Επισκευής πλοίων | |

Χάρτης 6: Ζώνες στο λιμάνι του Πειραιά (www.pireasnet.gr)

¹⁴² Ως ζώνη λιμένα καθορίζεται έκταση ξηράς ή θάλασσας, συνεχής ή διακεκομμένη στην οποία ο αρμόδιος φορέας διοίκησης και εκμετάλλευσης λιμένα μπορεί να εκτελέσει έργα που απαιτούνται για την εξυπηρέτηση της εμπορικής, επιβατικής, ναυπλιακής, τουριστικής, αλιευτικής κίνησης και γενικότερα της εύρυθμης λειτουργίας του λιμένα. Η ζώνη λιμένα διακρίνεται σε χερσαία και θαλάσσια. (Ν,2971/01, αρθ. 18) .

Το Κεντρικό Λιμάνι, έχει μήκος περίπου 2.400 μέτρα με όρια το μόλο Θεμιστοκλέους έως τη ναυπηγοεπισκευαστική βάση Περάματος. Το επιβατικό ανήκει στο Δήμο Πειραιά και το εμπορικό το οποίο εκτείνεται από την Δραπετσώνα έως το Νέο Ικόνιο.



Χάρτης 7: Πύλες στο κεντρικό Λιμάνι(<http://www.greek-islands.us/athens/piraeus-port/>)

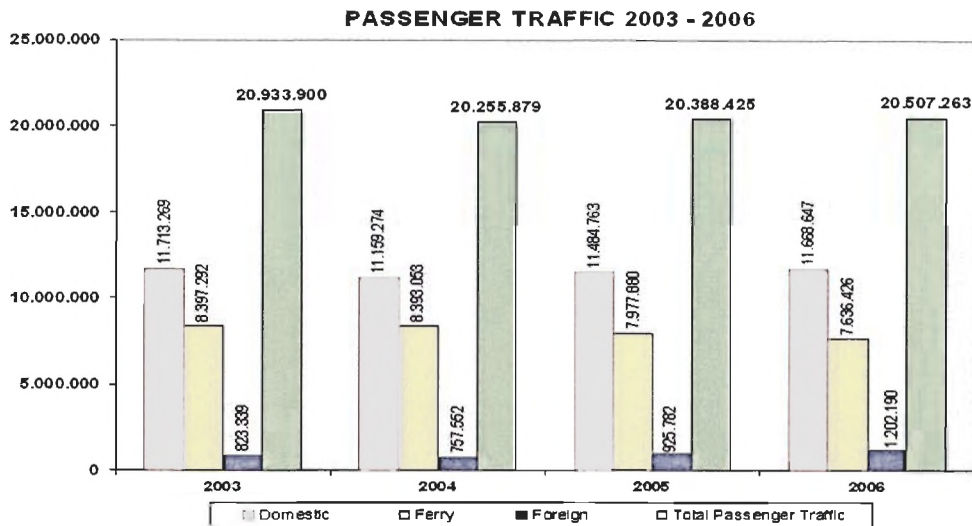
Το λιμάνι της Ζέας (Πασαλιμάνι), έχει μήκος 350 μέτρα και εκτείνεται από τη Φρεατίδα μέχρι την Πλατεία Αλεξάνδρας. Κατά μήκος του συγκεντρώνει μεγάλο μέρος δραστηριοτήτων του τριτογενή τομέα (θέατρα, κινηματογράφοι, καφετερίες κλπ). Επίσης το Πασαλιμάνι λειτουργεί και ως χώρος αναψυχής και περιπάτου.

Το Μικρολίμανο, έχει περίπου 100 μέτρα. Κατά μήκος του είναι χωροθετημένος ένας μεγάλος αριθμός εστιατορίων (ψαροταβέρνες) αλλά και καφετεριών τα οποία δίνουν ζωή στη περιοχή. Επίσης το μικρολίμανο είναι πολύ γραφικό και γι' αυτό το λόγο λειτουργεί και ως χώρος αναψυχής και περιπάτου.

Το κυρίως εμπορικό λιμάνι βρίσκεται σε μικρή απόσταση από το κέντρο της πόλης σε περιοχή δίχως παλίρροια και με βάθος που φτάνει ως και τα 18 μέτρα, που σημαίνει ότι μπορεί να εξυπηρετήσει όλα τα είδη των εμπορικών πλοίων. Στην ευρύτερη περιοχή του λιμανιού υπάρχουν ναυπηγεία με την μεγαλύτερη μόνιμη δεξαμενή της Μεσογείου που είναι στο Σκαρμαγκά και μία μεγάλη ναυπηγοεπισκευαστική ζώνη. Επίσης σε κοντινές περιοχές, όπως στον Ασπρόπυργο

και την Ελευσίνα, υπάρχουν Διυλιστήρια και μικρότερα λιμάνια και ναυπηγοεπισκευαστικές ζώνες.¹⁴³

PASSENGER PORT



Πίνακας 9: Κίνηση επιβατών 2003-2006



Εικόνα 40: Επιβατικό πλοίο στον κεντρικό λιμένα^{(1 www.olp.gr)}

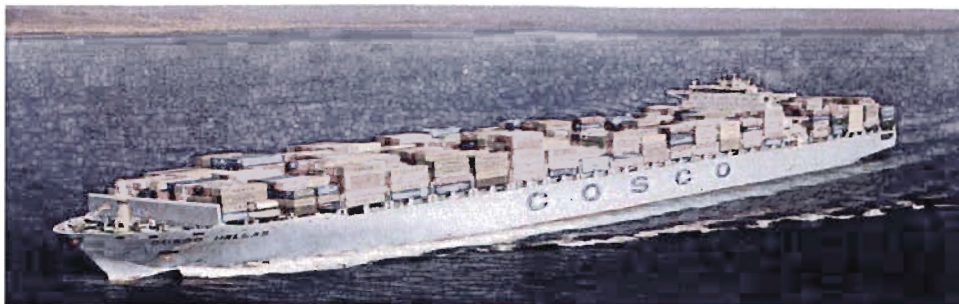
Το λιμάνι του Πειραιά ως το 1930 ήταν υπό τη διοίκηση των Λιμενικών Ταμείων. Από το 1930 η διαχείριση του λιμανιού περιήλθε στον Οργανισμό Λιμένος Πειραιώς (ΟΛΠ)¹⁴⁴¹⁴⁵ ενώ πρόσφατα μπήκε ως στρατηγικός επενδυτής η Κινεζικών

¹⁴³ ¹⁴³ www.olp.gr

¹⁴⁴ Διαφαίνεται ότι μέσα στο σύγχρονο λιμενικό γίνεσθαι ο ΟΛΠ θα μετεξελιχθεί σε σύγχρονη και δυναμική εταιρεία που θα παρέχει υψηλού επιπέδου υπηρεσίες, θα δικαιώνει τους επενδυτές, θα εξασφαλίζει μακροπρόθεσμα τις θέσεις εργασίας και θα εξυπηρετεί με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο τις εμπορικές συναλλαγές της χώρας προς όφελος της εθνικής οικονομίας και των καταναλωτών.

¹⁴⁵ Παρδαλή, Α. (1997). Οικονομική και Πολιτική των Λιμανιών, Interbooks

συμφερόντων COSCO που είναι από τους μεγαλύτερους διαχειριστές λιμανιών στο κόσμο.



Εικόνα 41: Εμπορικό πλοίο container της κινέζικης εταιρείας Cosco
(www.cosco.com)

Οργανισμός Λιμένος Πειραιώς. Οι υπηρεσίες που προσφέρει ο ΟΛΠ είναι οι εξής:

- 2 πλωτές και 2 μόνιμες δεξαμενές επισκευών και μετασκευών
- 12 θέσεις πρόσδεσης κρουαζιερόπλοιων, 2 σταθμούς επιβατών εξωτερικού και 50 θέσεις πούλμαν καθώς και ένα ελικοδρόμιο
- 31 θέσεις πλεύρισης και πρυμνοδέτησης πλοίων καθώς και θέσεις για υδροπτέρυγα και μικρά οχηματαγωγά
- 5 σταθμοί εξυπηρέτησης επιβατών, μεταφορά των επιβατών με λεωφορεία προς τον σταθμό του ΗΣΑΠ, wi - fi Internet, διευκολύνσεις για άτομα με ειδικές ανάγκες και υπόγειο πάρκινγκ στην πλατεία Κουμουνδούρου
- Υπηρεσίες τηλεειδοποίησης για τις αφίξεις και αναχωρήσεις των πλοίων
- Χώροι και εξοπλισμός (ηλεκτροκίνητοι γερανοί, αυτοκινούμενοι γερανοί, περνοφόρα, ελκυστήρες διαφόρων τύπων) για την εξυπηρέτηση του γενικού φορτίου, του ξηρού φορτίου και τη φορτοεκφόρτωση πλοίων τύπου RO-RO
- Ειδικός προβλήτας στο Νέο Ικόνιο για υγρά φορτία

Στο λιμάνι του Πειραιά λειτουργούν πάνω από 1200 ναυτιλιακές επιχειρήσεις¹⁴⁶ που εργάζονται πάνω από 12.000 άτομα ενώ υπάρχουν και μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που συνδέονται με τη ναυτιλία όπως οι μεγαλύτεροι νηογνώμονες στο κόσμο.

¹⁴⁶ Ορισμένες από τις ναυτιλιακές εταιρείες του Πειραιά: **Danaos Corporation**. Με ένα εμβληματικό κτίριο στην Ακτή Κονδύλη. Ο ιδιοκτήτης της εταιρείας Ιωάννης Κούστας είναι σήμερα ο τρίτος σε μέγεθος ανεξάρτητος μεταφορέας εμπορευματοκιβωτίων

Ο σταθμός αυτοκινήτων έχει ικανότητα αποθήκευσης 12.000 αυτοκινήτων και πέντε θέσεις εξυπηρέτησης πλοίων μεταφοράς αυτοκινήτων. Από το σταθμό αυτοκινήτων γίνονται μετακινήσεις καινούριων αυτοκινήτων προς την Ανατολική Ευρώπη και τα Βαλκάνια. Παράλληλα διαθέτει παροχή υπηρεσιών φύλαξης των φορτίων και μεταφοράς τους προς την ενδοχώρα επιφάνειας 626.00 τ.μ¹⁴⁷

Το εμπορευματικό κέντρο στο Θριάσιο. Τα τελευταία χρόνια υπάρχουν σημαντικές εξελίξεις με στόχο την αναβάθμιση του λιμανιού. Ενδεικτικά αναφέρουμε την επέκταση της προβλήτας Ι κατά 1.0 εκ. TEU, την προμήθεια πληροφοριακών συστημάτων, τη σιδηροδρομική σύνδεση του λιμανιού με το δίκτυο του ΟΣΕ και την προμήθεια 8 νέων γερανών στη προβλήτα Ι. Επίσης η COSCO σχεδιάζει την

στον κόσμο, διαθέτοντας 31 πλοία.**Capital Shipping** Στεγάζεται σε πιαώροφο υπερπολυτελές κτίριο στην καρδιά του Πειραιά. Ιδιοκτήτης ο Βαγγέλης Μαρινάκης, ο πρώτος Έλληνας εφοπλιστής που μυρίστηκε το ρώσικο πετρέλαιο στις βόρειες θάλασσες. Η Capital Shipping διαθέτει επίσης στο στόλο της και 10 γκαζάδικα. Έχει κι άλλη εταιρεία, την Barclay Shipping, ο στόλος της οποίας αποτελείται από 20 φορτηγά πλοία. **Golden Union** Στην οδό Αιγάλεω. Του εφοπλιστή Θεόδωρου Βενιάμη από τη Χίο, που συγκαταλέγεται στους 50 μεγαλύτερους Έλληνες εφοπλιστές. **Restis Enterprise** Στην Ακτή Κονδύλη. Του εφοπλιστή Σταμάτη Ρέστη. Ο στόλος του αριθμεί 51 πλοία. Ο Όμιλος έχει κάνει επενδύσεις σε ακίνητα, στα Ναυπηγεία του Περάματος και στο Athens Golf Club της Γλυφάδας. Το τελευταίο διάστημα ο Όμιλος Ρέστη επεκτάθηκε και στον τραπεζικό τομέα. **Aegean Marine Petroleum Network** Στη Χατζηκυριακού. Ιδιοκτήτης της ο Δημήτρης Μελισσανίδης - κάποτε ιδιοκτήτης σχολής οδηγών. Οδήγησε την εταιρεία του στο American Dream και στο χρηματιστήριο NYSE, πράγμα καθόλου εύκολο. Έχει κλείσει και συμβόλαια με τον αμερικανικό στόλο στη Μεσόγειο. **Chandris House** Στην Ακτή Μιαούλη. Με την αίγλη του ονόματος της γνωστής εφοπλιστικής οικογενείας.**Gourdomichalis Maritime** Επίσης στην Ακτή Μιαούλη. Κι αυτός από τα ονόματα-θρύλους στο City του Πειραιά. **Ntaifas Stavros Enterprises S.A.** Στην Ακτή Μιαούλη. Γνωστός από την ενασχόλησή του με τον Ολυμπιακό. Παραδοσιακό όνομα της ελληνικής ναυτιλίας.**Polembros Maritime CO. LTD.** Στην Ακτή Μιαούλη του εφοπλιστή Πολέμη. Από τις μεγαλύτερες εταιρείες, με πλοία άνω των 2 εκατομμυρίων τόνων. **Lemos Maritime** Στην Ακτή Ξαβερίου. Ένα από τα πιο παλιά κτίρια στην περιοχή στεγάζει τα γραφεία της εταιρείας μιας από τις μεγαλύτερες εφοπλιστικές οικογένειες διεθνώς.

¹⁴⁷ www.olp.gr

δημιουργία εμπορικού σταθμού logistics¹⁴⁸ στο Θριάσιο πεδίο που θα συνδέεται με τους οδικούς άξονες της Ελλάδας για να διευκολύνεται η μετακίνηση των φορτίων προς τους προορισμούς τους.

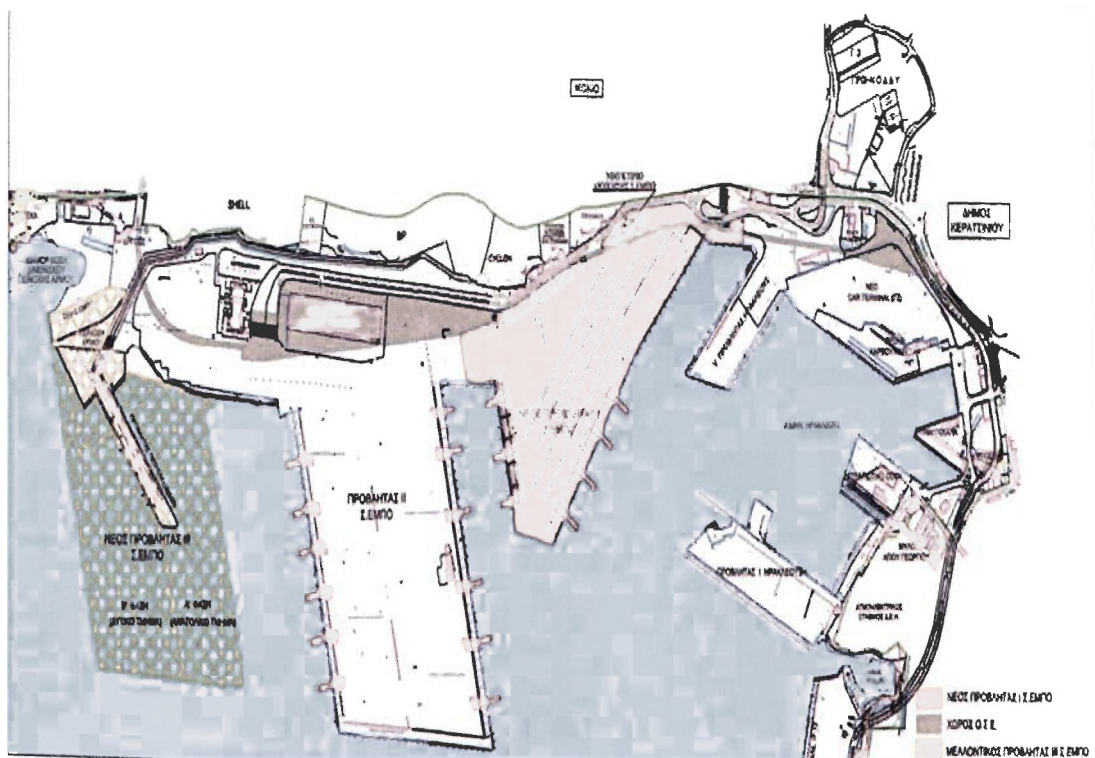


Εικόνα 42: Το σχέδιο της Cosco για το εμπορευματικό κέντρο στο Θριάσιο

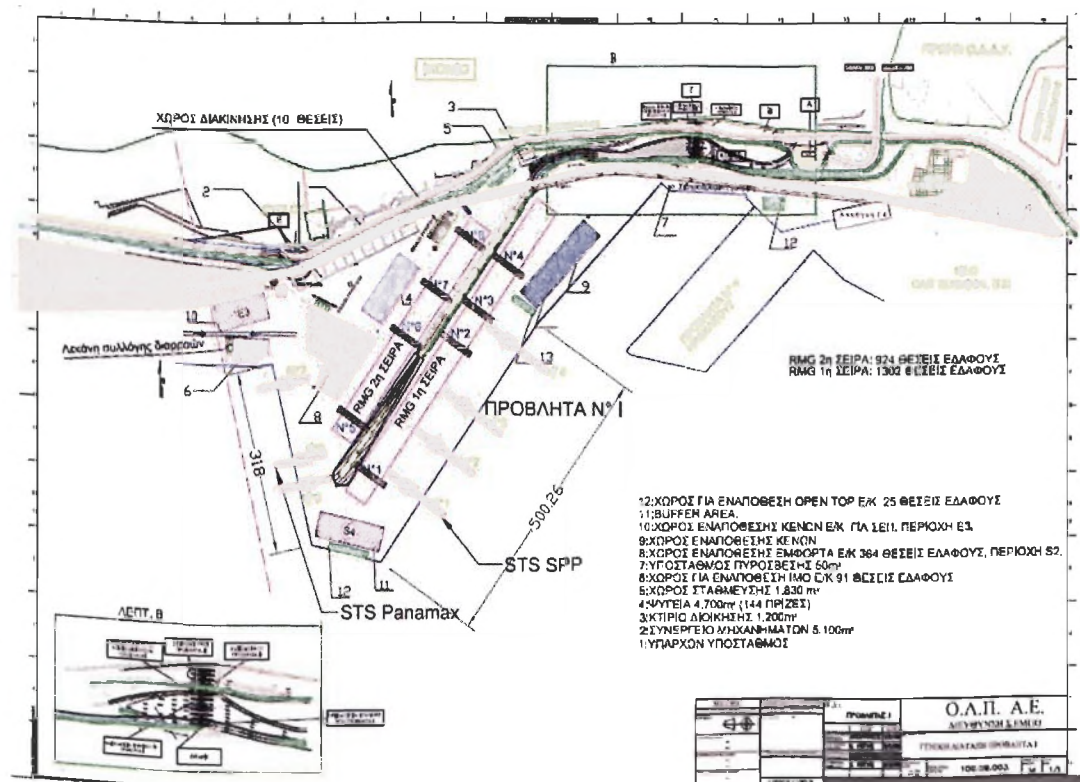
(<http://www.greekshippingnews.gr/>)

¹⁴⁸ Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα Διαχείρισης Σταθμού Εμπορευματοκιβωτίων. Το «Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα Διαχείρισης του Σταθμού Εμπορευματοκιβωτίων» αναπτύσσει τεχνολογικές εφαρμογές που βελτιστοποιούν τις υπάρχουσες υπηρεσίες της εταιρίας, και παράλληλα την εκσυγχρονίζουν και βελτιώνουν την ανταγωνιστικότητά της. Η αναβάθμιση της υποδομής και λειτουργίας του Σταθμού με το σύστημα επιτυγχάνεται μέσα από: Εγκατάσταση και χρήση προηγμένων τηλεπικοινωνιακών δικτύων. Εξασφάλιση αυτόματου και ασφαλούς ελέγχου των κινήσεων από και προς το Σταθμό από ξηρά και θάλασσα. Βελτιστοποίηση του χώρου και του χρόνου παραλαβής /παράδοσης Ε/Κ. Έλεγχος συλλογής / απόθεσης στο χώρο στοιβασίας. Γραφική παρακολούθηση της θέσης των Ε/Κ. (Γεωγραφικό Σύστημα Πληροφοριών ΓΣΠ-GIS). Αυτοματοποιημένη ολοκλήρωση των σχετικών ενεργειών.

Διάθεση εναλλακτικών επικοινωνιακών συστημάτων. Ηλεκτρονική κατάθεση επισήμων εγγράφων. Ηλεκτρονική πληροφόρηση των πελατών σχετικά με τη θέση και κατάσταση των Ε/Κ στο ΣΕΜΠΟ. Το Σ.ΕΜΠΟ διακρίνεται για : Την εξυπηρέτηση των πλοίων καθ' όλη τη διάρκεια του 24ώρου, 365 ημέρες το έτος με ενιαία τιμή (Flat Rates), Την υψηλή παραγωγικότητα στη φορτοεκφόρτωση και εξυπηρέτηση των πλοίων, Την ύπαρξη Τελωνιακού Κλιμακίου για ταχεία εξυπηρέτηση πελατών και φορτίου. Το Σταθμό Εμπορευματοκιβωτίων έχουν προορισμό ναυτιλιακές γραμμές όπως : MSC, Maersk, COSCO, EMES, Yang Ming Lines, CAN MAR, CMA CGM, SBS Lines, Evergreen, China Shipping, Hapag Lloyd, K-Line, Senator, Hanjin Shipping, NYK Lines, BULCON, Norasia.



Χάρτης 8: Τοπογραφική αποτύπωση Π1 (<http://www.olp.gr/>)



Χάρτης 9.: Τοπογραφική αποτύπωση Π1 (<http://www.olp.gr/>)

Το Κέντρο Διαμετακόμισης Οχημάτων. Εκτός όμως από τον Σταθμό



Εμπορευματοκιβωτίων, το λιμάνι του Πειραιά διαθέτει και ένα ισχυρό κέντρο διαμετακόμισης οχημάτων, από το οποίο περνούν ετησίως περισσότερα από 400.000 οχήματα, εκ των οποίων μόνο το 10% παραμένει στην Ελλάδα και το υπόλοιπο 90% επανεξάγεται προς

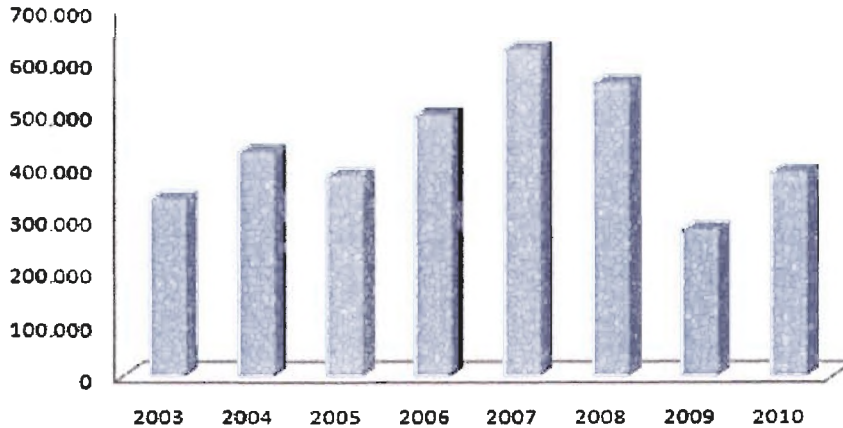
άλλους προορισμούς στην Ανατολική Μεσόγειο και στη Μαύρη Θάλασσα. Διαθέτει επίσης σε αντίθεση με πολλά άλλα ευρωπαϊκά λιμάνια, διαθέτει και έναν μεγάλο επιβατηγό σταθμό από τον οποίο διακινούνται ετησίως περισσότεροι από 12.000.000 επιβάτες, προς διάφορους προορισμούς.¹⁴⁹



Εικόνα 43: Το Κέντρο Διαμετακόμισης Οχημάτων.

¹⁴⁹ Το ΣΕΜΠΟ διαθέτει υποδομή και εξοπλισμό υψηλών προδιαγραφών και έχει την δυνατότητα να προσφέρει προηγμένες υπηρεσίες φορτοεκφόρτωσης εμπορευματοκιβωτίων. Ο μηχανολογικός εξοπλισμός είναι τελευταίας τεχνολογίας με οκτώ (8) γερανογέφυρες (4 SPP) και οκτώ (8) RMGs. Υπάρχουν δύο κρηπιδώματα, το Ανατολικό με μήκος 500m και βάθος 18m και το Δυτικό με μήκος 320m και βάθος 12m. Δίπλα στον Σταθμό, θα λειτουργήσει του ο νέος επιλιμένος τερματικός σταθμός του Οργανισμού Σιδηροδρόμων Ελλάδος, του οποίου η κύρια σιδηροδρομική γραμμή μήκους θα συνδέει το εμπορευματικό λιμάνι του Ν. Ικονίου με το νέο Εμπορευματικό Σταθμό Συνδυασμένων Μεταφορών Αττικής στο Θριάσιο Πεδίο της Ελευσίνας.

ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ 2003 - 2010



Πίνακας 10: Γραφική απεικόνιση διακίνησης αυτοκινήτων 2003-2010(<http://www.olp.gr/el/services/car-termina>)

Η Κρουαζιέρα είναι ένας σημαντικός τομέας στην ανάπτυξη του λιμανιού και απαιτεί μια εθνική πολιτική η οποία θα συνδυάζεται με υποδομές σύγχρονων υπηρεσιών Τουρισμού και Πολιτισμού καθώς και με υποδομές που θα διευκολύνουν τις ενδοεπικοινωνίες με την πόλη του Πειραιά, την Αθήνα και το αεροδρόμιο. Είναι σημαντικό ο Πειραιάς ως το μεγαλύτερο λιμάνι της χώρας να δημιουργήσει τις ανάλογες υποδομές όπου με τα έργα αυτά ο Πειραιάς θα στηρίξει την κρουαζιέρα και πανελλαδικά. Είναι γεγονός ότι δίχως ένα μεγάλο λιμάνι παροχής πολλαπλών υπηρεσιών (παράδοση λυμάτων, πετρέλευσης, παροχής νερού, τροφοφοδίων, επισκευών, λιπαντικών, συντήρησης κ.λπ.) δεν θα υπάρχει και περιφερειακή ανάπτυξη κρουαζιέρας, αφού κανένα άλλο λιμάνι δεν θα μπορεί να παράσχει συνολικά όλες τις πιο πάνω υπηρεσίες κρουαζιέρας. Με τις νέες θέσεις πρόσδεσης πλοίων κρουαζιέρας και τα συμπληρωματικά έργα υποδομών, ο Πειραιάς μέχρι το 2015 θα μετατραπεί στο μεγαλύτερο και σημαντικότερο λιμάνι κρουαζιέρας της Μεσογείου.¹⁵⁰

¹⁵⁰ Ο αντιπρόεδρος του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Κρουαζιέρας και διευθύνων σύμβουλος της MSC Cruises, Pierfrancesco Vago, κάλεσε όμως τις ελληνικές αρχές να αντισταθούν στην εσωστρέφεια και στις πολιτικές προστατευτισμού που θα μπορούσαν να αποθαρρύνουν τις εταιρείες κρουαζιέρας από το να επισκέπτονται την Ελλάδα. Αποκάλυψε ότι, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία μέτρησης της άμεσης



Παράλληλα με τις υποδομές απαιτείται και η δημιουργία ενός κεντρικού φορέα προβολής για την κρουαζιέρα που θα παρέχει στήριξη και συντονισμό, ώστε να ολοκληρωθεί η προσπάθεια και σε εθνικό επίπεδο, με την συμμετοχή και του κρατικού φορέα τουρισμού, αλλά κυρίως όλων των κλάδων και προορισμών που εμπλέκονται στην κρουαζιέρα.¹⁵¹

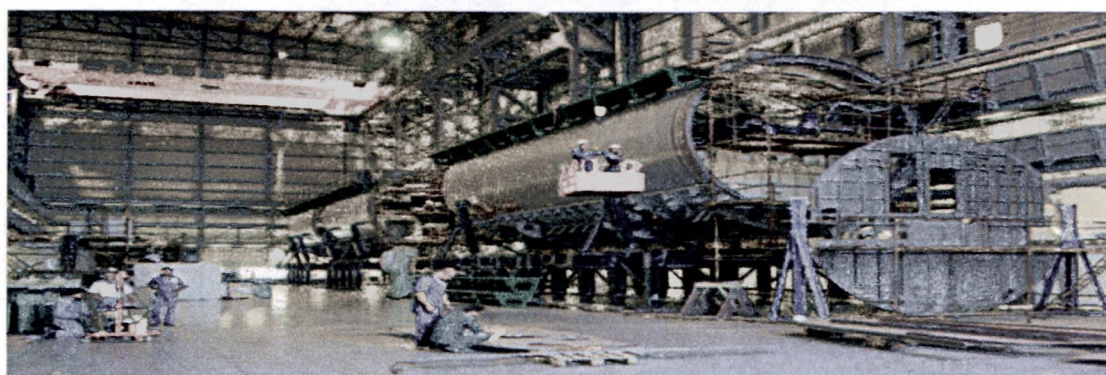
Ναυπηγεία: Σήμερα η χώρα που γέννησε τη μεγαλύτερη ναυτιλία του κόσμου κινδυνεύει να μείνει χωρίς καθόλου ναυπηγική βιομηχανία. Αν δεν αντιμετωπιστούν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα μεγάλα ναυπηγεία της χώρας, μαζί με αυτά θα μαραζώσει και η ναυπηγοεπισκευαστική ζώνη αλλά και η πόλη και η ευρύτερη περιφέρεια του Πειραιά. Γιατί, για να προσελκύσει κάποιος πλοία και να αναπτύξει πολιτικές, πρέπει πρώτα από όλα να υπάρχουν δεξαμενές που θα μπορούν να τα φιλοξενήσουν για επισκευές ή και για ναυπηγήσεις.¹⁵²

δαπάνης του κλάδου στην Ελλάδα (περιλαμβάνονται: αγορές που πραγματοποιούν οι επιβάτες και τα πληρώματα των πλοίων, αμοιβές εργαζομένων στη ναυπηγοεπισκευή και αγορές των εταιρειών κρουαζιέρας), αυτή ανήλθε, το 2010, σε 580.000.000 ευρώ. Το 2010 πραγματοποιήθηκαν σχεδόν 4,5 εκατομμύρια επισκέψεις επιβατών στα ελληνικά λιμάνια (σχεδόν 20% της συνολικής αγοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης).

¹⁵¹ Οι αφίξεις τουριστών στην Αθήνα από τα κρουαζιερόπλοια που φιλοξενεί ο Πειραιάς έχουν αυξηθεί κατά 20% και αυτό αποτυπώνεται μεταξύ άλλων και στα εισιτήρια του Μουσείου της Ακρόπολης.

¹⁵²

http://www.defencenet.gr/defence/index.php?option=com_content&task=view&id=5428&Itemid=48



Υποβρύχιο στη ναυπηγική κλίνη. (C) Ελληνικά Ναυπηγεία

Η απουσία κεντρικής ναυπηγοεπισκευαστικής πολιτικής και το υψηλό κόστος σε σχέση με τις γειτονικές χώρες, είναι δύο από τις βασικές αιτίες της παρακμής της ναυπηγοεπισκευαστικής ζώνης του Περάματος.¹⁵³

Βιώσιμη ανάπτυξη και Πειραιάς ως ένα λιμάνι με ηγετικό ρόλο στην περιοχή της Μεσογείου αλλά και της κομβικής του θέσης στον Ευρωπαϊκό χώρο, πρέπει να βρίσκεται διαρκώς σε μια διαδικασία ανάπτυξης, σύμφωνη με τις αρχές της αειφορίας και της προστασίας του περιβάλλοντος.

Ο Πειραιάς αναμένεται να μεταμορφωθεί σε πράσινο λιμάνι: Ο ΟΛΠ έχει διαμορφώσει και εφαρμόζει συγκεκριμένη περιβαλλοντική πολιτική σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή και Εθνική Περιβαλλοντική Νομοθεσία αλλά και τους Διεθνείς Κανονισμούς, ενώ έχει αναπτύξει έναν μηχανισμό για την περιβαλλοντική αξιολόγηση των δραστηριοτήτων του, και φιλοδοξεί να προχωρήσει σε ένα πλέον εξελιγμένο στάδιο οργάνωσης και διαχείρισης μέσω των ακόλουθων δράσεων:¹⁵⁴

¹⁵³ www.martrans.org

¹⁵⁴ www.olp.gr

- Σύστημα Περιβατολογικής Διαχείρισης
- Ποιότητα Περιβάλλοντος
- Σχέδιο Διαχείρισης Αποβλήτων Πλοίων
- Αντιμετώπιση Εκτάκτων Περιστατικών Θαλάσσιας Ρύπανσης

Η αύξηση του πρασίνου, η εγκατάσταση φωτοβολταϊκών πάρκων, ο συνεχής καθαρισμός των υδάτων, η εγκατάσταση αγωγών συλλογής λυμάτων από πλοία, ηλεκτρικών δικτύων για παροχή ενέργειας στα πλοία, η συνεχής λειτουργία Σταθμού Μέτρησης Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων καθώς και η εκπόνηση μελετών περιβαλλοντικών προγραμμάτων, έχουν αξιολογηθεί ως δείκτες και ο Πειραιάς είναι ένα από τα εννέα ευρωπαϊκά λιμάνια, το οποίο πιστοποιήθηκε και από τους Lloyd's με το Ευρωπαϊκό Πρότυπο Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (PERS) και από το Φεβρουάριο 2011 η Ευρωπαϊκή Ένωση Λιμένων (ESPO) είχε εντάξει το λιμάνι του Πειραιά στα Eco-ports της Ευρώπης.¹⁵⁵



Πειραιάς και το Δίκτυο REDIS – Restructuring districts into Science Quarters.

Το REDIS είναι ένα δίκτυο πόλεων το οποίο επικεντρώνεται στο πώς οι δήμοι μπορούν να αναδιαμορφώσουν περιοχές σε επιστημονικές συνοικίες. Το REDIS θέλει να βρει μια ισορροπία μεταξύ των πόλεων από όλη την Ευρώπη ώστε να συνδυάσουν διαφορετικές ιδέες, σκέψεις και προσεγγίσεις για την ανάπτυξη των συνοικιών της πόλης. Μέχρι σήμερα δεν έχει υπάρξει ανάλογη πρωτοβουλία σε ευρωπαϊκό επίπεδο

¹⁵⁵ Η πιστοποίηση PERS καλύπτει το σύνολο των λιμενικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών του Ο.Λ.Π. (εμπορικό λιμάνι, car-terminal, κρουαζιέρα, ακτοπλοία) Σήμερα αποτελεί το μοναδικό μεγάλο λιμάνι της Μεσογείου με πιστοποιητικό Περιβαλλοντικής Διαχείρισης κι αυτό είναι μια σημαντική κατάκτηση.

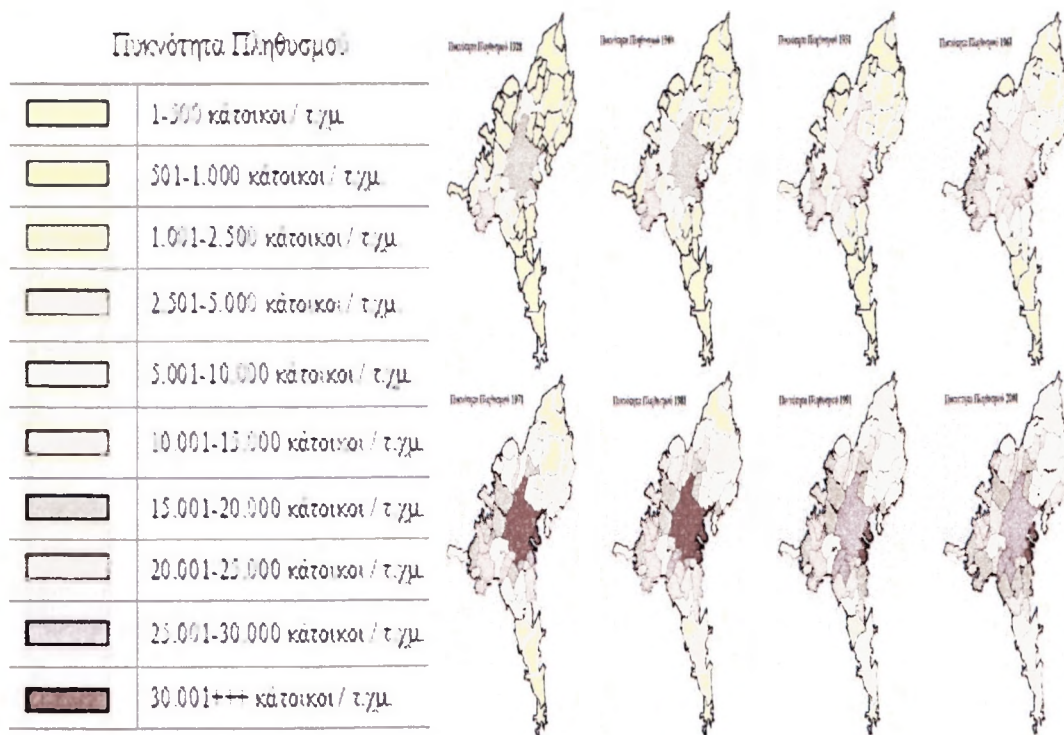
που καλύπτει αυτό το συγκεκριμένο θέμα.¹⁵⁶ Επομένως είναι πολύ σημαντικό για την πόλη του Πειραιά που μετέχει στο παραπάνω δίκτυο REBIS το οποίο έχει σαν στόχο να συμβάλει σε μια πιο αποτελεσματική εφαρμογή της γνώσης, της δημιουργικότητας και της καινοτομίας στις πόλεις και κατά συνέπεια στην ανάπτυξη της γνώσης με βάση την ευρωπαϊκή οικονομία. Το REDIS επικεντρώνεται στη διασύνδεση μεταξύ της αστικής ανάπτυξης της προώθησης της επιστήμης.

5.2. Η πειραιϊκή Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση

5.2.1. Οι συνοικίες του Πειραιά¹⁵⁷

5.2.2. Τοποθεσίες και μέρη

Η επόμενη εικόνα μας παρουσιάζει τη πληθυσμιακή κατανομή στον Πειραιά τα τελευταία χρόνια.¹⁵⁸



Σχεδιάγραμμα 12: Η πληθυσμιακή κατανομή στο Πειραιά από το 1928 ως το 2001

(www.pireasnet.gr)

Οι κύριες συνοικίες του Πειραιά είναι οι εξής:

¹⁵⁶ <http://urbact.eu/en/projects/innovation-credit-iv/redis/homepage/>

¹⁵⁷ www.pireasnet.gr

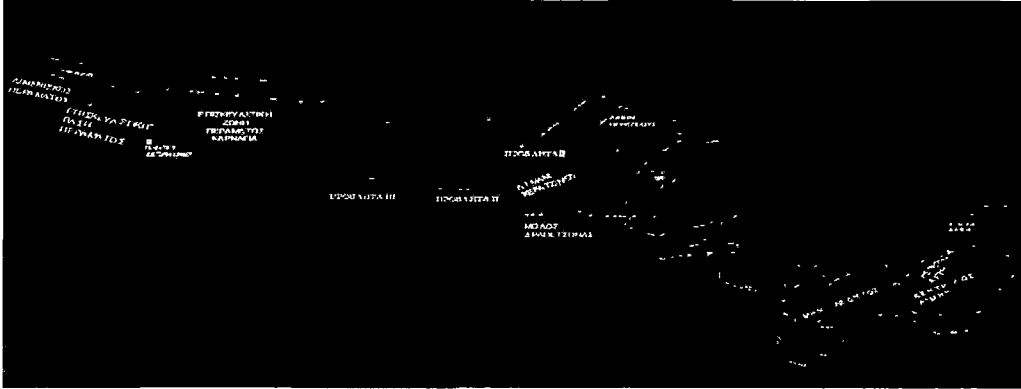
¹⁵⁸ www.wikipedia.org/

- Η **Αγία Σοφία** είναι συνοικία και περιοχή του 5^{ου} Διαμερίσματος του Πειραιά, που συνορεύει με την συνοικία των Καμινίων και δυτικά με τη Νίκαια. Η συνοικία λέγεται και **Μανιάτικα** λόγω του ότι οι κάτοικοι κατάγονται κυρίως από τη Μάνη. Η συνοικία της Αγία Σοφίας αποτελεί ισχυρή εκλογική δύναμη στον Πειραιά με την εκλογή Μανιατών βουλευτών και τοπικών αρχών (Βασίλειος Μιχαλολιάκος, Πέτρος Μαντούβαλος, Παναγιώτης Μελάς, Χρήστος Αγραπίδης κ.ά.). Μεταξύ των ετών 1898 και 1902 ανεγέρθηκε στην περιοχή ο ομώνυμος Ιερός Ναός της Αγίας Σοφίας.
- Ο **Άγιος Νείλος** είναι περιοχή και μέρος της συνοικίας του Χατζηκυριάκειου στην πόλη του Πειραιά. Σε αυτήν την περιοχή βρίσκεται ο ομώνυμος και μοναδικός ναός σε ολόκληρη την Ελλάδα που είναι αφιερωμένος στον Άγιο Όσιο Νείλο το Μυροβλήτη. Ο ναός βρίσκεται μεταξύ των οδών Γεωργίου Θεοτόκη, Ηροδότου, Αντωνίου Λεωχάρη και Σπυρίδωνος Τρικούπη. Χτίστηκε το 1928 ως μια μικρή εκκλησία, η οποία ανοικοδομήθηκε το 1956. Η περιοχή αυτή είναι γνωστή διότι γεννήθηκε και μεγάλωσε ο Δημήτρης Παπαμιχαήλ, αλλά και από τους στίχους του ομώνυμου τραγουδιού του Μπαγιαντέρα που τραγούδησε ο Βασίλης Τσιτσάνης.
- Η **Γούβα του Βάβουλα**, ή **Λάκκα του Βάβουλα** αποτελεί μία παλαιά λαϊκή συνοικία του Πειραιά κοντά και Β.ΒΑ. του κέντρου. Πρόκειται για μικρή σχετικά σε έκταση συνοικία, (περιοχή) που βρίσκεται απέναντι από το καπνεργοστάσιο Κεράνης προς τον Πειραιά. Η Γούβα του Βάβουλα ορίζεται βόρεια από την λεωφόρο Ομηρίδη Σκλυλίτση, που είναι παράλληλη της σιδηροδρομικής γραμμής Πειραιώς - Φαλήρου, δυτικά από τη λεωφόρο 34ου Συντάγματος ΠΖ, που είναι η απαρχή της λεωφόρου Ηρώων Πολυτεχνείου, (πρώην Βασιλέως Κωνσταντίνου), νότια από την κάθετη (στην προηγούμενη) οδό Ε. Βενιζέλου και ανατολικά με την κάθετη σ' αυτή οδό Π. Κουντουριώτη. Κεντρικοί δρόμοι της συνοικίας αυτής είναι οι παράλληλοι μεταξύ τους οδοί Πύλης και Ευαγγελιστριάς, με κατεύθυνση από ΒΔ. προς ΝΑ. κατά το ρυμοτομικό σχέδιο του κέντρου του Πειραιά που βασίστηκε στο αρχαίο σύστημα του Ιπποδάμου.¹⁵⁹

¹⁵⁹ Ibid., σ.129

5.2.3. Παραλιμένες ακτές

Ο Πειραιάς έχει ως κύριο στοιχείο τη θάλασσα και για το λόγο αυτό πολλές από τις πιο γνωστές συνοικίες του έχουν αναπτυχθεί γύρω από το θαλάσσιο μέτωπο. Ο πιο βασικές είναι:



Χάρτης 10: Κυρίαρχος πόλος κεντρικού λιμένα – Δραπετσώνας – Κερατσινίου

- Το **Νέο Φάληρο** είναι συνοικία του Πειραιά στην αρχή της περιοχής του Φαληρικού όρμου. Τα όρια της ξεκινούν από τον Ιερό Ναό Μυρτιδιώτισσης και τελειώνουν στον Κηφισό ποταμό ενώ συνορεύει ανατολικά με το δήμο Μοσχάτου, βόρεια με τον δήμο Αγίου Ιωάννη Ρέντη ενώ προς δυσμάς αποτελεί συνέχεια του Πειραιά. Η συνοικία του Νέου Φαλήρου το 1925 αποσχίστηκε από τον δήμο Πειραιά και αποτέλεσε ξεχωριστή κοινότητα ενώ το 1946 μετασηματίστηκε σε δήμο. Στην απογραφή του 1951 αριθμούσε 6.538 κατοίκους. Όμως το 1968 ενσωματώθηκε ξανά με τον Δήμο Πειραιά με την αιτιολογία του μικρού πληθυσμού της. Το Νέο Φάληρο αποτελούσε παλαιότερα τη πρώτη λουτρόπολη της Αθήνας που συνδεόταν και με γραμμή τραμ. Έχει δημόσια σχολεία μέσης εκπαίδευσης ενώ παλαιότερα είχαν αναπτυχθεί στη περιοχή πολλές βιοτεχνίες, κυρίως βυρσοδεψείας και αγγειοπλαστικής και βιομηχανίες, τα κλωστοϋφαντήρια Αιγαίου και Πειραιϊκής-Πατραϊκής, η μεγάλη χημική βιομηχανία "Χρωπεί", επίσης μεγάλη βιομηχανία χάρτου κ.ά. καθώς και εργοστάσιο παραγωγής ηλεκτρισμού. Το Νέο Φάληρο συνδέεται με την Αθήνα και τον Πειραιά με όλα τα οδικά μέσα συγκοινωνίας καθώς και με τον ηλεκτρικό σιδηρόδρομο (μετρό) ενώ αποτελεί αφετηρία των γραμμών του σύγχρονου τραμ. Στο άλλοτε παλιό μέγα ποδηλατοδρόμιο που είχε δημιουργηθεί για τους πρώτους σύγχρονους ολυμπιακούς αγώνες του 1896, είχε ανεγερθεί το σπουδαίο «Γήπεδο του Καραϊσκάκη» το οποίο τελευταία κατεδαφίστηκε και ανεγέρθηκε

σύγχρονο στάδιο με το αυτό όνομα που εντάχθηκε στους αγωνιστικούς χώρους των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.



Χάρτης 11: Φαληρικός όρμος¹⁶⁰(Πρόγραμμα Google Earth)

- Ο Λιμένας Ζέας ή παλαιότερα *Πασαλιμάνι* είναι ο δεύτερος σε μέγεθος λιμένας του Πειραιά με σχήμα κυκλικό. Κατά την αρχαιότητα ήταν ο μεγαλύτερος πολεμικός λιμένας της Αθήνας, εκ των τριών: Ζέας, Μουνιχίας και Κανθάρου, (ο σημερινός κεντρικός) αλλά και του ελλαδικού χώρου γενικότερα, αφού περιελάμβανε τους περισσότερους νεώσοικους, και από τους άλλους δύο, (αναφέρονται 196), σε ακτινωτή διάταξη επί της παραλίας του. Ο λιμένας αυτός

¹⁶⁰ **Πρόταση ανάπλασης.** Πρόκειται για την περιοχή, από το ΣΕΦ (Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας) στην εκβολή του Κηφισού μέχρι και το κλειστό γυμναστήριο Tae Kwon Do, η οποία σε συνδυασμό με τα 245 στρέμματα του παλαιού Ιπποδρόμου (μόνο 32 από αυτά καλύπτονται με δόμηση) θα δώσει στη Αθήνα έναν πνεύμονα πρασίνου περίπου 1.000 στρεμμάτων. Στο master plan, μεταξύ άλλων, προβλέπονται τα εξής: - Μετατόπιση της λεωφόρου Ποσειδώνος προς τη θάλασσα. Το παλιό τμήμα της θα υπογειοποιηθεί και θα καλυφθεί στο μεγαλύτερο μέρος του από το πάρκο. Επέκταση των κάθετων δρόμων προς τη θάλασσα, ως πεζόδρομοι, οι οποίοι θα καταλήγουν σε προκουμαίες, Τεράστια προστατευμένα πισίνα με θαλασσινό νερό σε συνέχεια της θάλασσας, Αλση, ποδηλατόδρομοι, Θεματικές ενότητες δραστηριοτήτων, όπως καταδυτικό πάρκο, Αξιοποίηση του κλειστού γυμναστήριου Tae Kwon Do ως συνεδριακό κέντρο - βρίσκεται ήδη σε εξέλιξη διεθνής διαγωνισμός.

λεγόταν από τους αρχαίους Αθηναίους «Ζέα», όπως εξακριβώθηκε από επιγραφή, που βρέθηκε στο μυχό του λιμένα, προ της σημερινής πλατείας Κανάρη και επί της οποίας υπήρχε το σύμβολο της «εν Ζέα Σκευοθήκης του Αττικού Ναυστάθμου».



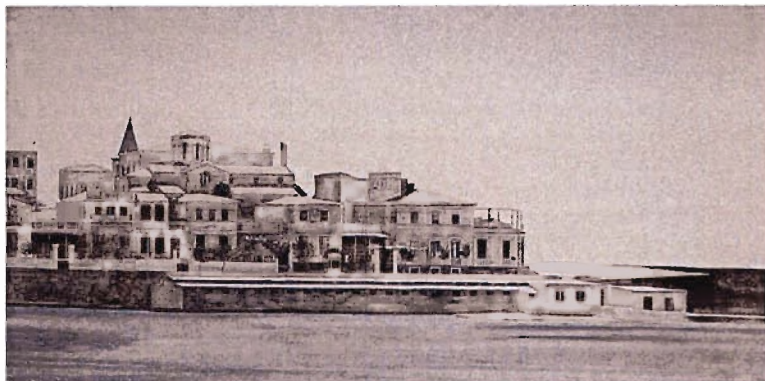
Εικόνα 44: Λιμένας Ζέας ή παλαιότερα Πασαλιμάνι (Πρόγραμμα Google Earth)

- Η **Καστέλλα** αποτελεί συνοικία του Πειραιά που περιλαμβάνει το περί το μικρό λιμένα της Μουνιχίας ή Τουρκολίμανο και σήμερα Μικρολίμανο τμήμα της πόλης καθώς και τον ομώνυμο λόφο, που κατά την αρχαιότητα λεγόταν Μουνιχία ή λόφος Μουνιχίας. Στη συνοικία αυτή υπήρχαν παλαιότερα υπέροχες επαύλεις. Ο Λόφος Καστέλλας έχει υψόμετρο περίπου 90 μέτρων. Από την συσταθείσα επιτροπή το 1925 προς διόρθωση των ονομάτων διαφόρων περιοχών και σημείων του Πειραιά ονομάστηκε λόφος Μουνιχίας περιλαμβανόμενος εντός των τειχών της πόλης που έμεινε όμως περισσότερο γνωστός με το όνομα Προφήτης Ηλίας από τον ομώνυμο Ναό που βρίσκεται στη κορυφή του. Στη κορυφή του λόφου υπάρχει δεξαμενή νερού για την ύδρευση της πόλης. Σημειώνεται ότι οι Πειραιώτες ονομάζουν Καστέλλα την ανατολική πλευρά του λόφου ενώ τη δυτική πλευρά που βλέπει προς τη πόλη του Πειραιά ονομάζουν λόφο του Προφήτη Ηλία. Κατά το 403 π.Χ. στο λόφο της Καστέλλας συσπειρώθηκαν οι υπό τον Θρασύβουλο Αθηναίο αφού κατέλαβαν τα υπό του Ιππία κατασκευασθέντα το 510 π.Χ. οχυρώματα και από εκεί εξορμούμενοι προς Αθήνα εξεδίωξαν τους Τριάκοντα τυράννους απελευθερώνοντας την Αθήνα.



Εικόνα 45:Ιερός Ναός Προφήτη Ηλία

Κατά τον Αγώνα του 1821 κατά την πολιορκία της Αθήνας από τα στρατεύματα του Κιουταχή στον λόφο αυτόν οχυρώθηκαν οι Έλληνες υπό τον Γεώργιο Καραϊσκάκη όπου και έκτοτε επεκράτησε το όνομα αρχικά Καστέλλια (μικρά φρούρια) και αργότερα Καστέλλα. Στο δυτικό μέρος του λόφου υπήρχε πυροβολείο που είχε ανεγερθεί κατά τον αποκλεισμό του Ουίλιαμ Πάρκερ, κατά τα γνωστά Παρκερικά. Στην Καστέλλα εγκαταστάθηκαν κατά πρώτον Κρήτες εξ ου και το όνομα «Κρητικά» και στη συνέχεια, παρά το Μικρολίμανο και δυτικά του λόφου, πρόσφυγες της Μικράς Ασίας. Επί της κορυφής, απ' όπου η θέα είναι πανοραμική, υφίστανται Δημοτικό αναψυκτήριο με εγκατάσταση Μπούλινγκ και το ανοικτό θέατρο (τύπου αρχαίου θεάτρου) «Βεάκειο» πρώην «Σκυλίτσειο», αμφότερα έργα επί δημαρχίας Αριστείδη Σκυλίτη.



Εικόνα 46: Γιάννης Τσαρούχης: Καστέλλα, τέμπρα, Καθημερινή «Επτά Ημέρες»

- Το **Μικρολίμανο** ή *Φανάρι*, ή λιμένας *Κουμουνδούρου*, πρώην *Τουρκολίμανο* και στην αρχαιότητα Λιμένας Μουνηχίας αποτελεί σήμερα τουριστική τοποθεσία και περιλαμβάνεται στην ευρύτερη συνοικία της Καστέλλας. Βρίσκεται στα βορειοανατολικά της Πειραιϊκής χερσονήσου συνορεύοντας με την συνοικία του Νέου Φαλήρου. Με το όνομα **Φανάρι** κατά τους βυζαντινούς χρόνους πιθανώς από την ύπαρξη φάρου ή φανού στην είσοδό του. **Τουρκολίμανο** ονομαζόταν από τους χρόνους της ελληνικής επανάστασης του 1821 και μετά, ενώ **λιμένας Κουμουνδούρου** λεγόταν στους νεότερους χρόνους επειδή στο νότιο άκρο του υπήρχε η έπαυλη του Κουμουνδούρου μετά την κατεδάφιση της οποίας ανεγέρθηκε ο Ναυτικός Όμιλος Ελλάδος. Το 1925 η ειδική επιτροπή που

συστάθηκε τότε για την διόρθωση τοπωνυμίων και σημείων του Πειραιά ονομάτισε επίσημα τον λιμένα αυτόν επαναφέροντας την αρχαία ονομασία Λιμένας Μουνιχίας. Η νέα όμως ονομασία δεν κατάφερε να καθιερωθεί, λόγω του κακόηχου στη νεοελληνική, έναντι του επικρατέστερου *Τουρκολίμανο* μέχρι το 1967 όταν ο τότε δήμαρχος Αριστείδης Σκυλίτσης με απόφασή του καθιέρωσε το νέο όνομα **Μικρολίμανο** μετά και από παρασχεθείσα συνδρομή Υπηρεσιών (Ταχυδρομείου, Τηλεγραφείου κλπ) που έπαψαν από τότε να εξυπηρετούν την περιοχή με προγενέστερη ονομασία.¹⁶¹



Χάρτης 12: Το Μικρολίμανο του Πειραιά (άποψη) (www.piraeasnet.gr)

Από τους Αρχαιολογικούς χώρους¹⁶² ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν:

Τα υπόγεια κατασκευάσματα μέσα σε βράχους, όπως το «**Σηράγγιο**» (κοινώς γνωστό ως «Σπηλιά του Παρασκευά»), στην Καστέλλα και η «Σπηλιά της Αρετούσας», στο λόφο της Μουνιχίας, (Προφήτη Ηλία), έργα των προηγμένων προϊστορικών κατοίκων του Πειραιά, των Μινυών, που όμως παραμένουν αναξιοποίητα. Αν και δεν υπάρχουν θετικές πληροφορίες για το σκοπό για τον οποίο κατασκευάστηκε, πιθανολογείται ότι ήταν ιερό, αφιερωμένο στον τοπικό ήρωα Σήραγγο. Στους ιστορικούς χρόνους δεν αποκλείεται να χρησιμοποιήθηκε ως «Ασκληπιείο» και ως «Πορφυρείο», για την κατεργασία των πολλών προφυρούχων κοχυλιών που αφθονούσαν στην Πειραιϊκή ακτή. Αργότερα, πάντως και ως τους ρωμαϊκούς χρόνους στο Σηράγγιο λειτούργησε «βαλανείο» (δημόσιο λουτρό) και τότε κατασκευάστηκαν τα δύο ψηφιδωτά που

¹⁶¹ Δήμος Πειραιά (2002), Πειραιϊκό Λεύκωμα.

¹⁶² www.piraeasnet.gr

υπήρχαν εκεί και, κατά περίεργο τρόπο, εξαφανίστηκαν στην περίοδο της Δικτατορίας (1967 - 1974).

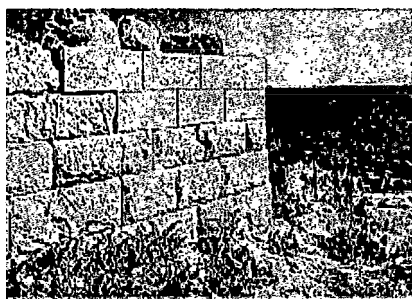
Η **Σπηλιά της Αρετούσας** ένα φυσικό όρυγμα που χρησιμοποιήθηκε για τις ανάγκες ύδρευσης των κατοίκων του λόφου με είσοδο στη δυτική πλευρά του λόφου της Μουνιχίας, στη γωνία των οδών Τσαμαδού και Ρήγα Φερραίου η οποία έχει και έχει φραχτεί από πολλά χρόνια, για λόγους ασφαλείας. Πρόκειται για τεχνητή γαλαρία σπηλαιού με 165 βαθμίδες, λαξευμένες στο βράχο - και οπωσδήποτε για υδρευτικό έργο σύμφωνα με τις απόψεις των ειδικών αλλά και από τα σχετικά ανασκαφικά ευρήματα.

Το **Αρχαίο Θέατρο της Ζέας**, που κατασκευάστηκε στους Μακεδονικούς χρόνους (τέλη 4ου ή αρχές 3ου αιώνα π.χ.) βρίσκεται δίπλα στο κτίριο του Αρχαιολογικού Μουσείου, σε χώρο μεταξύ των οδών Χαρ. Τρικούπη και Φιλελλήνων (του άλλου, παλαιότερου θεάτρου της Μουνιχίας δεν διασώθηκαν κατάλοιπα ως τις ημέρες μας).

Τα ερείπια από τα κτίσματα της αρχαίας πόλης, που βρίσκονται στο υπόγειο του καθεδρικού ναού της Αγίας Τριάδας. Ερείπια της κεντρικής Πύλης του αρχαίου Πειραιϊκού περιβόλου στη συνοικία «**Γούβα του Βάβουλα**», όπου προβλέπεται η δημιουργία αρχαιολογικού πάρκου

Τα κατάλοιπα κτισμάτων ρωμαϊκών χρόνων, που αποκαλύφθηκαν στο οικοδομικό τετράγωνο μεταξύ των οδών Πολυτεχνείου - Σκουζέ - Λεωσθένους - Φιλελλήνων.

Τα ερείπια του αρχαίου Πειραιϊκού Τείχους - το οποίο κακώς συγχέουν πολλοί με

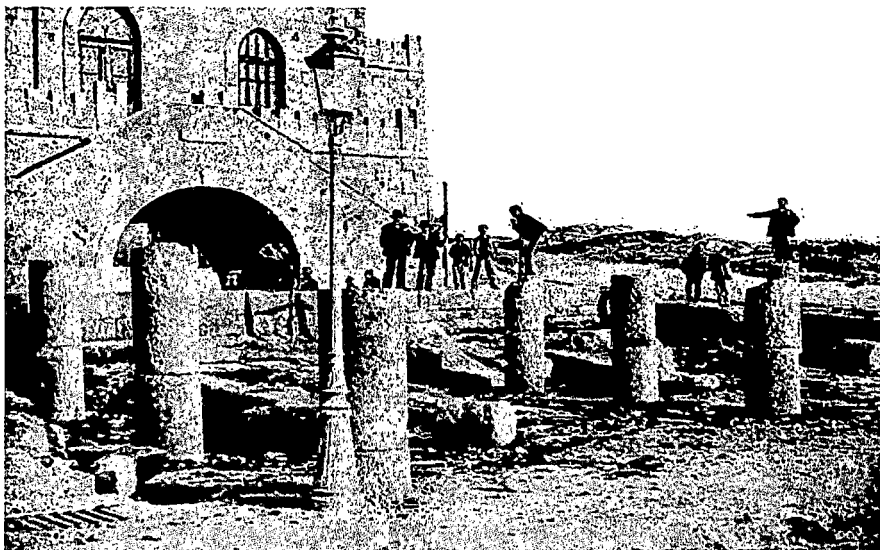


τα Μακρά Τείχη - που σώζονται στην Πειραιϊκή Χερσόνησο και σε άλλα σημεία της πειραιϊκής παραλίας, κυρίως στην Ηετιώνεια άκρα. Για την προστασία, την αξιοποίηση και ανάδειξη των καταλοίπων του αρχαίου τείχους καταβάλλονται, τα τελευταία χρόνια, προσπάθειες τόσο από το

Υπουργείο Πολιτισμού και το Δήμο, όσο και από τη Διοίκηση του ΟΛΠ.

Τα ερείπια των νεωσοϊκών από τα οποία σώζονται δυστυχώς ελάχιστα και ήταν παραθαλάσσια υπόστεγα, στα οποία αποσύρονταν τα πλοία όταν δεν ταξίδευαν και στην περίοδο της μεγάλης ακμής του πειραιϊκού λιμένα (5ος αιώνας π.χ.). Το σύνολο των νεωσοϊκών έφτανε τους 372 και π' αυτούς 196 βρίσκονταν στη Ζέα (Πασαλιμάνι), 82 στη Μουνιχία (Μικρολίμανο) και 94 στον πολεμικό ναύσταθμο Κανθάρου, μέσα στον Κεντρικό λιμένα.

Επιτύμβιοι κίονες και άλλα ταφικά ευρήματα, στην περιοχή της Πειραιϊκής Χερσονήσου και στο χώρο, όπου πιθανολογείται ότι είχε ταφεί ο Θεμιστοκλής. Η «**Σκευοθήκη**», έργο του αρχιτέκτονα Φίλωνα, χτίστηκε μεταξύ 346 - 328 π.χ. το οποίο ανακαλύφτηκε εντελώς τυχαία, το 1988, στη διάρκεια δοκιμαστικών εκσκαφών, στο τέρμα της οδού Πας Μεραρχίας (Πασαλιμάνι), για την κατασκευή υπόγειου «γκαράζ από το ΥΠΕΧΩΔΕ. Δυστυχώς όμως, ήταν ανέφικτη για καθαρά πρακτικούς λόγους, η διαμόρφωση του σημείου που βρέθηκαν τα κατάλοιπα της «**Σκευοθήκης**» σε αρχαιολογικό χώρο με ανάλογη προβολή τους. Μετά την αποτύπωσή τους από την Αρχαιολογική Υπηρεσία, αποκαταστάθηκε το τμήμα αυτό της οδού Πας Μεραρχίας στην προηγούμενη μορφή του και ελάχιστα από τα ερείπια της «**Σκευοθήκης**» διασώζονται σε υπόγειο οικοδομής, στην οδό Υψηλάντου.¹⁶³



Εικόνα 47: Νεόσοικοι στο Πασαλιμάνι μετά την καταστροφή τους το 1885 (Αρχείο του Γερμανικού Αρχαιολογικού Ινστιτούτου)

5.3. Η εξέλιξη της Πειραιϊκής οικονομίας

Η εξέλιξη της οικονομίας ενός τόπου αποτελεί βασικό στοιχείο για την ανάπτυξή του. Η πειραιϊκή οικονομία δια μέσου των αιώνων από την αρχαιότητα έως σήμερα ακολούθησε μια μεγάλη διαδρομή η οποία αποτυπώθηκε και στην ιστορική εξέλιξη της πόλης. Όπως εμφανίζεται και στον παραπάνω πίνακα – χρονολόγιο κατά την κλασική περίοδο στον Πειραιά εκτελούνταν μια σειρά από έργα υποδομής τα οποία

¹⁶³ *Επτά Ημέρες*, ένθετο περιοδικό της εφημερίδας *Η Καθημερινή*, Κυριακή 30 Απριλίου 1995.

σε συνδυασμό και με την ανάπτυξη του εμπορίου και της ναυτιλίας έδωσαν σημαντική ώθηση στην Πειραιϊκή οικονομία. Από το 86 πΧ. μετά την πυρπόληση του από το Σύλλα ο Πειραιάς άρχισε να παρακαμάζει και για 15 περίπου αιώνες βρίσκεται σε περίοδο παρακμής. Ο Πειραιάς άρχισε να αναπτύσσεται μετά την επιλογή της Αθήνας ως πρωτεύουσα του νεοσύστατου ελληνικού κράτους.¹⁶⁴ Στις τρεις πρώτες δεκαετίες μετά την απελευθέρωση η κίνηση στο λιμάνι αναπτυσσόταν σταδιακά και το εμπόριο ήταν ο κύριος άξονας γύρω από τον οποίο στρέφονταν η οικονομία της πόλης. Από το 1860 και μετά άρχισε να αναπτύσσεται και σε βιομηχανικό κέντρο και μέχρι το 1880 είχε αποκτήσει το προφίλ της βιομηχανικής πόλης. Η ραγδαία ανάπτυξη του πυρήνα της ελληνικής βιομηχανίας στον Πειραιά ήταν αποτέλεσμα της οικονομικής ισχυροποίησης της ήδη εγκατεστημένης εμπορικής αστικής τάξης, μέσα από τη συγκέντρωση του κεφαλαίου από τα υψηλά εμπορικά κέρδη που πετύχαινε. Την ίδια περίοδο στον Πειραιά βρίσκεται περίπου το 35% των βιομηχανικών εγκαταστάσεων της χώρας και κατοικεί το 51% των εργατών της χώρας. **Στις αρχές του 20ου αιώνα** αναπτύσσεται ως το πρώτο λιμάνι της χώρας και το 6^ο της Μεσογείου. Με την εγκατάσταση και αξιοποίηση των προσφύγων από τις πόλεις της μικρασιατών η πειραιϊκή οικονομία διατηρήθηκε ακμαία ως τις αρχές το Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου. Μετά την καταστροφή που υπέστη ο Πειραιάς τη δεκαετία του 50 στο πλαίσιο της ανασυγκρότησης του μετεξελίσσεται σ' ένα ισχυρό ναυτιλιακό κέντρο. Μετά την μεταπολίτευση ο τομέας του εμπορίου άρχισε να συνέρχεται αλλά ο βιομηχανικός τομέας οδηγήθηκε στην παρακμή με αποτέλεσμα να κλείνουν οι διάφορες βιομηχανικές μονάδες η μια μετά την άλλη.

Με το πέρασμα στον 21^ο αιώνα η οικονομία του Πειραιά περνάει την μεγαλύτερη κρίση στην πρόσφατη ιστορία του και η ανεργία μαστίζει την πόλη. Η τάση των τελευταίων ετών για αποκέντρωση και αποβιομηχάνιση ισχύουν και για τον Πειραιά. Η αποβιομηχάνιση ξεκίνησε με τις κλωστοϋφαντουργικές επιχειρήσεις, συνέχισε με τις μεταλλουργικές και συνεχίστηκε με τις ναυπηγοεπισκευαστικές.

Αν υπάρχει εκσυγχρονισμός αυτών που έχουν απομείνει και συνδυαστούν με τις λειτουργίες της πόλης και των κατοίκων του ο Πειραιάς θα μπορέσει να γίνει ξανά ένα σημαντικό βιομηχανικό κέντρο. Η ναυτιλία και το εμπόριο είναι οι σημαντικότεροι άξονες της Πειραιϊκής οικονομίας σήμερα. Προβλήματα όπως

¹⁶⁴Γ. Χατζημανωλάκης «Το χρονικό μιας πολιτείας. Πειραιάς 1835-2005 Εκδίδεται από το Δήμο Πειραιά σ. 18-139

έλλειψη χώρων στάθμευσης, καθυστέρηση των έργων του λιμανιού εμποδίζουν την εξέλιξη του Πειραιά. Είναι γεγονός ότι η Πειραιϊκή οικονομία πρέπει να επανασχεδιαστεί με διακριτούς ρόλους και στόχους στο τρίπτυχο (ναυτιλία – εμπόριο- βιομηχανία) όσον αφορά το διαχωρισμό των λειτουργιών των χώρων χρήσης και τον εκσυγχρονισμό της πόλης.

5.3.2. Το Πειραιϊκό εμπόριο

Το Πειραιϊκό εμπόριο άνθησε από το 1830 και ύστερα, οπότε και η Αθήνα έγινε πρωτεύουσα του νέου Ελληνικού κράτους και χρησιμοποιήθηκε το λιμάνι του Πειραιά για τις εμπορικές δραστηριότητες της Αθήνας. Με τη πάροδο του χρόνου επήλθε και η εγκατάσταση των πρώτων εμπόρων γύρω από το λιμάνι καθώς και πολλών ευρωπαϊών εμπόρων. Από το 1837 και ύστερα η εγκατάσταση της σχολής ευελπίδων έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του πληθυσμού και σταδιακά την αύξηση του εμπορίου για να ικανοποιήσει τις ανάγκες της νέας πόλης.

Το 1840 ιδρύεται ο πρώτος εμπορικός σύλλογος και το εμπόριο ανθεί κυρίως λόγω του λιμανιού αλλά και της ανάπτυξης των βιομηχανικών μονάδων πέριξ του λιμανιού. Το 1890 οι πολιτικές του δήμου και το «νοικοκύρεμα» στην αγορά δίνει μία σημαντική ώθηση και τα εμπορικά καταστήματα πολλαπλασιάζονται με αποτέλεσμα η αγορά του Πειραιά να έχει φτάσει στο σημείο να θεωρείται πιο σημαντική και από αυτή της Αθήνας. Η αγορά βέβαια δεν ειδικευόταν μόνο σε είδη για το ευρύ καταναλωτικό κοινό αλλά και σε βιομηχανικά είδη όπως και σε είδη για τη ναυτιλία. Μία ιδιαίτερη χροιά δόθηκε το 1924 με την εγκατάσταση μικρασιατικών. Οι περισσότεροι από αυτούς είχαν το εμπορικό δαιμόνιο μέσα τους και δημιούργησαν δεκάδες νέες επιχειρήσεις δίνοντας μία νέα ώθηση.

Μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, που το εμπόριο του Πειραιά έφερε σημαντική καταστροφή και λόγω των βομβαρδισμών αλλά κυρίως επειδή το λιμάνι του Πειραιά δεν μπορούσε να λειτουργήσει, οι εμπορικές δραστηριότητες σιγά σιγά μπήκαν στη φάση της παρακμής. Αν και ο Πειραιάς είναι σε μία ιδανική θέση για το εμπόριο δεν μπόρεσε να αντέξει την υποβάθμιση πολλών γειτονιών του, την φυγή των αριστοκρατικών οικογενειών προς άλλες περιοχές και τον ανταγωνισμό από την γειτονική αγορά της Αθήνας. Σε αυτά θα πρέπει να βάλουμε και το παραεμπόριο που ανθεί στο Πειραιά καθώς και την οικονομική κρίση που έχει οδηγήσει την αγορά σε αδιέξοδο.

5.3.3. Η Πειραιϊκή Βιομηχανία

Με τη σύσταση του Ελληνικού κράτους η βιομηχανική παραγωγή της χώρας αναπτύχθηκε γύρω από το Πειραιά ώστε η Αθήνα να παραμείνει μία αστική περιοχή. Από τα μέσα του 19ου αιώνα αρχίζει η εκβιομηχάνιση της πόλης με τα πρώτα βιομηχανικά εργαστήρια. Σε μεγάλο βαθμό την εκβιομηχάνιση της πόλης της στήριζαν οι βαυαροί άποικοι που έφεραν νέες μεθόδους παραγωγής.

Το 1875 λειτουργούν 24 εργοστάσια, το μεταξουργείο Λ. Ράλλη, δυο εκκοκιστήρια βάμβακα - των Εμμ. Μηταράκη και Ροδοχίλδ -, 8 ατμοκίνητοι αλευρόμυλοι των Β. Δανιήλ, Ι. Δημόκα, Ν. Ζέρβα, θ. Κανελλά, Π. Καπράνου, Κ. Παναγιωτοπούλου, Δ. Σεφερλή, Αδελφών Σταματοπούλου, το εργοστάσιο καρφοβελονών του Γ. Δημητριάδη, 4 μηχανουργεία των Γ. Βασιλειάδη, Τζών Μακ Δούαλ, Ν. Αργυρίου, Περών, 6 κλωστήρια των Γ. Δημόκα, Αδελφών Βολανάκη, Γ. Μπαρουζάκη, Κ. Αυγινού, Κ. Παναγιωτοπούλου, Αδελφών Ρετσίνα και δύο υφαντουργεία των Χ. Σταματοπούλου και Τρίπου-Πανά. Τα δυο σαπωνοποιεία, των Α. Κωστούροπούλου, Κ. Μουμουτζή και τα έξι οινοπνευματοποιεία, των Αδελφών Κορωναίου, Π. Κοριοναίου, Π. Κοτσώνη, Αφών Μπαρμπαρέσου, Θ. Μπαρμπαρέσου και Δ. Σεφερλή είναι ακόμα ουσιαστικά βιοτεχνίες, με περιορισμένο κύκλο εργασιών. Τα έξι κλωστήρια χρησιμοποιούν ατμομηχανές συνολικής δύναμης 295 ίππων, διαθέτουν συνολικά 23.428 αδράχτια και απασχολούν 650 εργάτες, από τους οποίους τους περισσότερους (186) το εργοστάσιο των Αδελφών Ρετσίνα. Η συνολική αξία παραγωγής της πειραιϊκής κλωστοϋφαντουργίας ανέρχεται (1874) σε 3.273.000 δρχ. και καλύπτει το 70% περί που της αξίας της συνολικής παραγωγής της ελληνικής κλωστοϋφαντουργίας (4.979.152 δρχ.).

Το 1883 λειτουργούν συνολικά 30 εργοστάσια που απασχολούν 3.000 εργάτες. Από αυτούς οι 750 απασχολούνται στα 4 πειραιϊκά μηχανουργεία των Γ. Βασιλειάδη (300), Τζων Μάκ Δούαλ (300), Ν. Αργυρίου (100) και Αχιλ. Κούππα (50). Τα ημερομίσθια των εργαζομένων στα μηχανουργεία, που είναι και τα υψηλότερα όλων, κυμαίνονται σε 7-8 δρχ. για τους εργατοτεχνίτες, σε 4,50-5 για τους απλούς τεχνίτες και σε 3,50-4 δρχ. για τους εργάτες. Το 1887-1890 ο αριθμός των πειραιϊκών εργοστασίων περιορίζεται σε 26 και των απασχολουμένων εργατών σε 2.5006.

Το 1906 μετά από μια ύφεση, είναι καταγεγραμμένες στην περιοχή του Πειραιά 101 μεγάλες και μικρές μονάδες, μεταξύ των οποίων 14 ατμόμυλοι-αλευρόμυλοι, 7 εργοστάσια ζυμαρικών, 10 μεγάλα μηχανοποιεία, 10 σαπωνοποιεία, 11

κλωστοϋφαντουργεία, 1 χρωματουργείο, 28 οινοπνευματοποιεία, το εργοστάσιο αερίοφωτος, ο ατμοηλεκτρικός σταθμός Νέου Φαλήρου, οι δύο σιδηροδρομικοί σταθμοί του εθνικού δικτύου και οι δύο σταθμοί του σιδηροδρόμου Αθηνών - Πειραιώς. Η πρώτη βιομηχανική ζώνη που είχε δημιουργηθεί από το 1850 και μετά εθεωρείτο κορεσμένη.



Εικόνα 48: Κυλινδρόμυλος αδελφών Σ. Κουμαντάρου) (Πειραιϊκό Λεύκωμα, 2002)

Από το 1909 ο Πειραιάς ήταν μια σχετικά νέα, αλλά ολοκληρωμένη πόλη, πρωτεύουσα της Ελληνικής βιομηχανίας. Ταυτόχρονα μετά από διαμάχη μισού αιώνα περίπου με τη Σύρο, είχε πάρει την πρωτοπορία και στη ναυτιλία. Κατείχε την τρίτη θέση σε Μεσογειακό επίπεδο μετά τη Μασσαλία και την Γένοβα και την όγδοη σε όλη την Ευρώπη. Η διάνοιξη της Διώρυγας της Κορίνθου το 1893 και η κατασκευή του σιδηροδρομικού δικτύου την περίοδο 1869-1904 άλλαξαν τη φορά των μετακινήσεων και τον ξεχώρισαν από άλλα λιμάνια.



Εικόνα 49:Υφαντήριο Κωσταντίνου Κουρτάλη (Πειραιϊκό Λεύκωμα,2002)

Μια σειρά νέων έργων από το 1893 και μετά, όπως κρηπιδώματα και μικρές αποβάθρες στο λιμάνι Αλών και την Ηετιωνία ακτή που ολοκληρώθηκαν το 1906, του έδωσαν νέα ώθηση στη βιομηχανία μιας και υπήρχε η δυνατότητα άμεσης αποστολής των εμπορευμάτων μέσω του λιμανιού. Στα χρόνια 1899-1904, τα

λιμενικά έργα επεκτάθηκαν παράλληλα προς την Τρούμπα και το Τελωνείο. Η εικόνα του λιμανιού άλλαξε ριζικά με την κατασκευή των μόνιμων δεξαμενών και των νέων λιμενοβραχιόνων.

Οι μόνιμες ναυπηγοεπισκευαστικές δεξαμενές χτίστηκαν στον Όρμο της Κρεμμυδαρούς το 1899 -1913 σε σχέδια Ηλία Αγγελόπουλου και γύρω από αυτές τις εγκαταστάσεις αναπτύχθηκαν πάμπολλες βιοτεχνίες παροχής προϊόντων που σχετίζονται με την ναυτιλία. Οι εξωτερικοί μόλοι Κράκαρη και Θεμιστοκλέους κατασκευάστηκαν το 1893-1906 με σχέδια Ε. Κέλλενεκ.¹⁶⁵



Εικόνα 50: Σταθμός ΗΣΑΠ (Πειραικό Λεύκωμα, 2002)

Η βιομηχανική ζώνη αναπτύχθηκε κυρίως στην περιοχή του έλους, δηλαδή από την σημερινή πλατεία Καραϊσκάκη μέχρι το ναό του Αγίου Διονυσίου. Αρχικά η χωροθέτηση ακολούθησε τους άξονες της Πειραιώς και των Θηβών. Μια άλλη χωροθέτηση ήταν εκείνη του αγγειοπλαστείου – τσιμεντοποιείου «Ζαβογιάννη, Ζαμάνη και Σία» το 1905-1907, που μετατράπηκε αργότερα, το 1911 σε «Γενική Εταιρία Τσιμέντων ΗΡΑΚΛΗΣ» του Ανδρέα Χατζηκυριάκου, στον όρμο Φωρών.

Κατά τον 19ο αιώνα, οι μεγάλες άδειες εκτάσεις στις ακτές της Δραπετσώνας και του Κερατσινίου έδειχναν να μην ενδιαφέρουν τους βιομηχάνους όπου και έγιναν τα πρώτα ναυπηγία. Θα πρέπει να αναφέρουμε και τη δημιουργία των καπνοβιομηχανιών, όπως του Κεράνη, που δημιούργησαν χιλιάδες θέσεις εργασίας και έφεραν ευημερία στον Πειραιά.

Σταδιακά όμως μετά τον Β΄ Π.Π. η βιομηχανική παραγωγή άρχισε να μειώνεται και να περιορίζεται σε μικρής κλίμακας επιχειρήσεις. Ο διεθνής ανταγωνισμός αλλά και

¹⁶⁵ Τράιου, Ε(1995) Ιστορική πορεία του Πειραιά: από το Θεμιστοκλή στον 21ο αιώνα. Ένθετο Εφημερίδα «Καθημερινή». Αθήνα, Κυριακή 30 Απριλίου.

μια σειρά λανθασμένων κινήσεων, οδήγησαν την βιομηχανία του Πειραιά στο μαρασμό. Βέβαια δεν πρέπει να ξεχνάμε και τις πολιτικές απόσυρσης των ρυπογόνων βιομηχανιών από τις πόλεις που ουσιαστικά οδήγησαν τις μεγάλες βιομηχανίες στο να φύγουν από την πόλη του Πειραιά.¹⁶⁶

5.3.4. Ο Πειραιάς και η Ελληνική Εμπορική Ναυτιλία

Η Ναυτιλία ίσως αποτελεί το σημαντικότερο κεφάλαιο του Πειραιά. Ο Πειραιάς μπορεί να ήταν εμπορικό και βιομηχανικό κέντρο αλλά ποτέ δεν έπαψε να είναι πάνω από όλα το μεγάλο λιμάνι της Ελλάδας. Η Ελλάδα επίσης πάντοτε ήταν μεγάλη ναυτιλιακή δύναμη και έπρεπε να έχει την έδρα της στο μεγαλύτερο λιμάνι της χώρας που ήταν ο Πειραιάς.



Εικόνα 51 : Η Ελληνική Εμπορική Ναυτιλία και οι Φορείς της
(www.piraeasnet.gr)

Πειραιάς και Ελληνική Εμπορική Ναυτιλία είναι έννοιες ταυτόσημες. Οι καλές ημέρες της πόλης, συναντούν τις καλές εποχές της ναυτιλίας.¹⁶⁷ Μετά την απελευθέρωση, αν και η βάση της ελληνικής ναυτιλίας ήταν τότε τα νησιά του Αιγαίου, άρχισαν να εμφανίζονται τα πρώτα ναυπηγία. Με την άνθηση του εμπορίου άρχισαν να χρησιμοποιούν το λιμάνι του Πειραιά όλο και περισσότερα καΐκια από τα νησιά που μετέφεραν εμπόρευμα για την αγορά της Αθήνας και του Πειραιά. Επίσης

¹⁶⁶ Ibid., σελ.157

¹⁶⁷ Είναι χαρακτηριστικό ότι στην Ελλάδα η ναυτιλία καλύπτει εύκολα μεγάλο τμήμα του ελλείμματος του ισοζυγίου εμπορικών συναλλαγών, ενώ ουσιαστικά είναι ο μεγαλύτερος πυλώνας της οικονομικής δραστηριότητας μαζί με τον τουρισμό φέρνοντας δεκάδες δισεκατομμύρια ευρώ σε συνάλλαγμα κάθε χρόνο. Σήμερα είναι ένας από τους πυλώνες της ανάπτυξης που μπορεί να συμβάλει στην επίτευξη του εθνικού μας στόχου.

η έλλειψη τραπεζών και άλλων υπηρεσιών στα νησιά οδήγησε τους καπετάνιους να αρχίσουν να μετακινούνται προς τον Πειραιά που μπορούσε να καλύψει αυτές τις ανάγκες τους.



Εικόνα 52: Κεντρικό Λιμάνι (πανοραμική άποψη)(www.pireasnet.gr)



Εικόνα 53: Η δύναμη του Ελληνικού στόλου(ΥΕΝ/ΔΝΠΙΑ(ΕΛ ΣΤΑΤ)

Με την ανάπτυξη του εμπορίου και της βιομηχανίας. Και με τη σταθερή αύξηση του πληθυσμού της πόλης που έφτασε το 1896 τους 51.020 κατοίκους. Εκτός από τα πρώτα δημόσια κτίρια, που οικοδομήθηκαν αμέσως μετά την ίδρυση του Δήμου (Τελωνείο, Λοιμοκαθακτήριο, Κρατικές Αποθήκες στην οδό Ευπλοίας - έργο του αρχιτέκτονα Κλεάνθη - κτίριο της Σχολής Ευελπίδων, η οποία λειτούργησε στον Πειραιά από το 1837 έως το 1894 κ.α.), έως τα τέλη του δεκάτου ενάτου αιώνα είχαν επίσης χτιστεί όλα τα απαραίτητα σχολικά κτίρια («Ράλλειο Παρθεναγωγείο», «Ιωνίδειες Σχολές» Γυμνάσιο - στην πλατεία Κοραή - και πολλά δημοτικά σχολεία) το μέγαρο του Χρηματιστηρίου, το γνωστό ως «Ρολόι» (1869-73). Η δημιουργία αυτών των υποδομών αλλά και η ανάγκη σταθερής παρουσίας κοντά στο διοικητικό

κέντρο της Αθήνας ώθησε τους καπετάνιους να έρθουν μόνιμα πλέον στο Πειραιά και να αρχίσουν να λειτουργούν τα πρώτα ναυτιλιακά πρακτορεία. Η πλειοψηφία αυτών ήταν από την Σαντορίνη, τη Μύκονο και τη Σύρο.



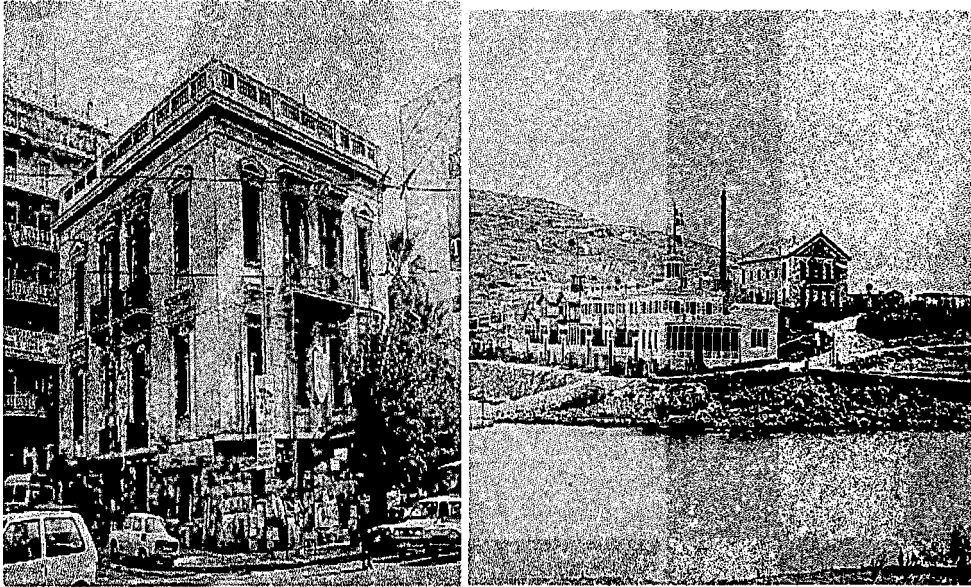
Εικόνα 54: Δημόσια κτίρια, κατοικίες, εργοστάσια και άνθρωποι σε αρμονική συνύπαρξη στον Πειραιά της νεοκλασικής περιόδου (Αρχείο Σπ. Μανουσάκη)
(Καθημερινή « Επτά Ημέρες» 30 Απριλίου, 1995)

Ένα νέο κεφάλαιο στο λιμάνι του Πειραιά θα ανοίξει με την λειτουργία των ατμόπλοιων. Η δρομολόγηση των ατμόπλοιων από το Πειραιά προς την Αμερική και αργότερα προς την Αυστραλία, όπως και προς τα νησιά του Αιγαίου, δημιούργησε νέες συνθήκες στο λιμάνι όπου δημιουργήθηκαν μεγάλες ναυτιλιακές εταιρείες και σταδιακά το λιμάνι του Πειραιά μετατράπηκε σε μεγάλο ναυτιλιακό κέντρο όχι μόνο σε εθνικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο.



Εικόνα 55: Το θρυλικό υπερωκεάνιο «Πατρύς»(Καθημερινή « Επτά Ημέρες», 30 Απριλίου, 1995)

Μετά το Β Π.Π. και τη συνεισφορά των συμμάχων με 100 πλοία τύπου liberty έδωσαν ώθηση στις ελληνικές ναυτιλιακές εταιρίες που λειτουργούσαν με βάση το λιμάνι του Πειραιά. Γνωστές οικογένειες όπως των Εμπειρικών, των Αγγελόπουλων, ο Νιάρχος, ο Λιβανός και άλλοι πολλοί είχαν την έδρα των γραφείων τους στον Πειραιά. Βέβαια σε πολλές περιπτώσεις μετά τη δεκαετία του '70 οι έδρες τους πήγαν είτε στο Λονδίνο είτε σε άλλες αγορές αλλά δεν σταμάτησε ο Πειραιάς να αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα κέντρα της Παγκόσμιας Ναυτιλίας.



Εικόνα 56: Η συνοικία Τσίλερ στα τέλη του 19ου αι.¹⁶⁸ (Εφημερίδα Καθημερινή. «Επτά Ημέρες», 30 Απριλίου 1995)

Το γεγονός ότι ο Πειραιάς έγινε κέντρο της παγκόσμιας ναυτιλίας οδήγησε και στη δημιουργία σχετικών φορέων όπως:

- Το Ναυτιλιακό Επιμελητήριο Ελλάδας
- Την Ένωση Ελλήνων Εφοπλιστών
- Μία σειρά συνδικαλιστικών φορέων όπως τη ΠΝΟ και άλλοι πολλοί φορείς που εκπροσωπούν τους εργαζόμενους στα πλοία
- Τον οίκο του Ναύτη που αποτελεί τον ασφαλιστικό φορέα των ναυτικών

¹⁶⁸ Τη φωτογραφία παραχώρησε στο φωτογραφικό αρχείο Μουσείου Μπενάκη ο Γ. Τσαρούχης.



Εικόνα 57: Τα κτίρια στην είσοδο του λιμανιού

(<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/be/Piraeus-collage-b.jpg>)

Ο Πειραιάς μεταφέρει περίπου 20 εκατομμύρια επιβάτες ετησίως και δίκαια αναφέρεται ότι είναι το μεγαλύτερο λιμάνι των επιβατών στην Ευρώπη και ένα από τα μεγαλύτερα επιβατικά λιμάνια στον κόσμο. **Το κεντρικό λιμάνι χωρίζεται σε δύο μέρη.** Το πρώτο χρησιμοποιείται για την ακτοπλοΐα και το δεύτερο για την υποδοχή των κρουαζιερόπλοιων. Σταθερά έργα έχουν βελτιώσει την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται από το λιμάνι του Πειραιά. Μερικά από τα έργα είναι επιπλέον μέτρα ασφαλείας για όλους τους επιβάτες πλοίων, ένα σύγχρονο τερματικό σταθμό επιβατών στο νέο Παράκτια Ζώνη Ναυτιλίας¹⁶⁹ της Ακτή Βασιλειάδη, την κατασκευή δύο νέων θέσεων ελλιμενισμού στην περιοχή μεταξύ της ξηράς και αποβάθρες Ακτή Βασιλειάδη και νέων υποδομών υδροδότησης καθώς και συστήματα αποχέτευσης. Επίσης επεκτάθηκε σε υποδομές για τις εσωτερικές μεταφορές και την αναδιαμόρφωση των λιμενικών ζωνών.

Οι Έλληνες εφοπλιστές. Είναι ένα σημαντικό τμήμα της ελληνικής εμπορικής ναυτιλίας γεγονός που φαίνεται από την πορεία των ελληνικών ναυτιλιακών επιχειρήσεων από τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια μέχρι και τις αρχές του 21ου

¹⁶⁹ Ο Εθνικός Σχεδιασμός για την παράκτια ζώνη προβλέπει: α) χωροθέτηση εγκαταστάσεων μεταφορών συγκοινωνιών στην Παράκτια Ζώνη μόνο σε περιπτώσεις όπου αυτό κρίνεται απολύτως αναγκαίο και υπό την προϋπόθεση εκπόνησης συνολικής μελέτης περιβαλλοντικών επιπτώσεων για τον περιορισμό των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον β) αποκατάσταση ή ελαχιστοποίηση όπου είναι δυνατόν, των αρνητικών επιπτώσεων από τις υφιστάμενες εγκαταστάσεις μεταφορών – συγκοινωνιών στο περιβάλλον γ) προστασία των περιοχών ιδιαίτερου οικολογικού ενδιαφέροντος από την εγκατάσταση δραστηριοτήτων για μεταφορές –συγκοινωνίες με σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον.

αιώνα. Η ναυτιλία που ελέγχεται από ελληνικά συμφέροντα αποτελεί τη μοναδική δύναμη που σχεδόν αδιάκοπα, χρόνο με το χρόνο, αναπτύσσεται και αυξάνει το μερίδιό της στην παγκόσμια ναυτιλία, έτσι ώστε, από το 1,5% που αποτελούσε το 1947, να φτάσει να αποτελεί το 17% της παγκόσμιας ναυτιλίας στις αρχές του 21ου αιώνα.

Η ελληνόκτητη ναυτιλία¹⁷⁰ έχει στηρίξει την ανάπτυξή της στον βασικό διαθέσιμο πόρο, το ανθρώπινο δυναμικό της. Αναδεικνύει έτσι την αξία του παραδείγματος της ναυτιλιακής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, το οποίο μάλιστα διεκδικεί στοιχεία μοναδικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο: πώς σε μια παγκοσμιοποιημένη βιομηχανία καταγράφεται σημαντικός αριθμός επιχειρηματιών και επιχειρήσεων με διάρκεια παρουσίας και διακριτό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις διεθνείς αγορές, που προέρχονται από συγκεκριμένο εθνικό χώρο, ο οποίος δεν εμφανίζει αντίστοιχες επιτυχίες σε άλλους τομείς οικονομικής δραστηριότητας;

Στο λιμάνι του Πειραιά λειτουργούν πάνω από 1200 ναυτιλιακές επιχειρήσεις¹⁷¹ που εργάζονται πάνω από 12.000 άτομα ενώ υπάρχουν και μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που συνδέονται με τη ναυτιλία όπως οι μεγαλύτεροι νηογνώμονες στο κόσμο.

¹⁷⁰ Με βάση τους Lloyd's (Φεβρουάριος 2007, για πλοία άνω των 1000 gt), ο Ελληνόκτητος εμπορικός στόλος διατηρεί υπό τον έλεγχο του 3.699 πλοία χωρητικότητας 129.765.470 gt., μεταφορικής ικανότητας 218.229.552 dwt και κατατάσσεται ως η σημαντικότερη πλοιοκτητική κοινότητα του κόσμου η οποία ελέγχει το 14,0% της παγκόσμιας χωρητικότητας (gt) και το 16,5% της μεταφορικής ικανότητας (dwt) του παγκόσμιου στόλου.

¹⁷¹ **Ορισμένες από τις ναυτιλιακές εταιρείες του Πειραιά: Danaos Corporation.** Με ένα εμβληματικό κτίριο στην Ακτή Κονδύλη. Ο ιδιοκτήτης της εταιρείας Ιωάννης Κούστας είναι σήμερα ο τρίτος σε μέγεθος ανεξάρτητος μεταφορέας εμπορευματοκιβωτίων στον κόσμο, διαθέτοντας 31 πλοία. **Capital Shipping.** Στεγάζεται σε επταώροφο υπερπολυτελές κτίριο στην καρδιά του Πειραιά. Ιδιοκτήτης ο Βαγγέλης Μαρινάκης, ο πρώτος Έλληνας εφοπλιστής που μυρίστηκε το ρώσικο πετρέλαιο στις βόρειες θάλασσες. Η Capital Shipping διαθέτει επίσης στο στόλο της και 10 γκαζάδικα. Έχει κι άλλη εταιρεία, την Barclay Shipping, ο στόλος της οποίας αποτελείται από 20 φορτηγά πλοία. **Golden Union** Στην οδό Αιγάλεω. Του εφοπλιστή Θεόδωρου Βενιάμη από τη Χίο, που συγκαταλέγεται στους 50 μεγαλύτερους Έλληνες εφοπλιστές. **Restis Enterprise** Στην Ακτή Κονδύλη. Του εφοπλιστή Σταμάτη Ρέστη. Ο στόλος του αριθμεί 51 πλοία. Ο Όμιλος έχει κάνει επενδύσεις σε ακίνητα, στα Ναυπηγεία του Περάματος και στο Athens Golf Club της Γλυφάδας. Το τελευταίο διάστημα ο Όμιλος Ρέστη επεκτάθηκε και στον

Η δυναμικότητα των 118 ναυτιλιακών επιχειρήσεων έχουν διάρκεια παρουσίας στην αγορά μεγαλύτερη των 30 χρόνων, και συγκρότησαν μια βάση δεδομένων με περισσότερες από 25.000 εγγραφές πλοίων για την περίοδο 1945-2000. Αποτέλεσμα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων 144 εφοπλιστικών οικογενειών.¹⁷²



Εικόνα 58: Οι Έλληνες εφοπλιστές ανοίγουν «πράσινο» δρόμο¹⁷³

τραπεζικό τομέα. **Aegean Marine Petroleum Network** Στη Χατζηκυριακού. Ιδιοκτήτης της ο Δημήτρης Μελισσανίδης - κάποτε ιδιοκτήτης σχολής οδηγών. Οδήγησε την εταιρεία του στο American Dream και στο χρηματιστήριο NYSE, πράγμα καθόλου εύκολο. Έχει κλείσει και συμβόλαια με τον αμερικανικό στόλο στη Μεσόγειο. **Chandris House** Στην Ακτή Μιαούλη. Με την αίγλη του ονόματος της γνωστής εφοπλιστικής οικογενείας. **Gourdomichalis Maritime** Επίσης στην Ακτή Μιαούλη. Κι αυτός από τα ονόματα-θρύλους στο City του Πειραιά. **Ntaifas Stavros Enterprises S.A.** Στην Ακτή Μιαούλη. Γνωστός από την ενασχόλησή του με τον Ολυμπιακό. Παραδοσιακό όνομα της ελληνικής ναυτιλίας. **Polembros Maritime CO. LTD.** Στην Ακτή Μιαούλη του εφοπλιστή Πολέμη. Από τις μεγαλύτερες εταιρείες, με πλοία άνω των 2 εκατομμυρίων τόνων. **Lemos Maritime** Στην Ακτή Ξαβεριού. Ένα από τα πιο παλιά κτίρια στην περιοχή στεγάζει τα γραφεία της εταιρείας μιας από τις μεγαλύτερες εφοπλιστικές οικογένειες διεθνώς.

Υπέρμαχοι της προστασίας του περιβάλλοντος από τις εκπομπές αέριων ρύπων είναι οι Έλληνες εφοπλιστές. Απορρίπτουν κάθε μέτρο το οποίο αντί να βοηθήσει στην κοινή προσπάθεια και στην ανάπτυξη φιλικών προς το περιβάλλον τεχνολογιών είναι πολύ πιθανό να αποτελέσει αφορμή για κερδοσκοπία σε βάρος τόσο της ναυτιλιακής βιομηχανίας όσο και του περιβάλλοντος.

¹⁷² <http://www.shipfriends.gr/forum/>

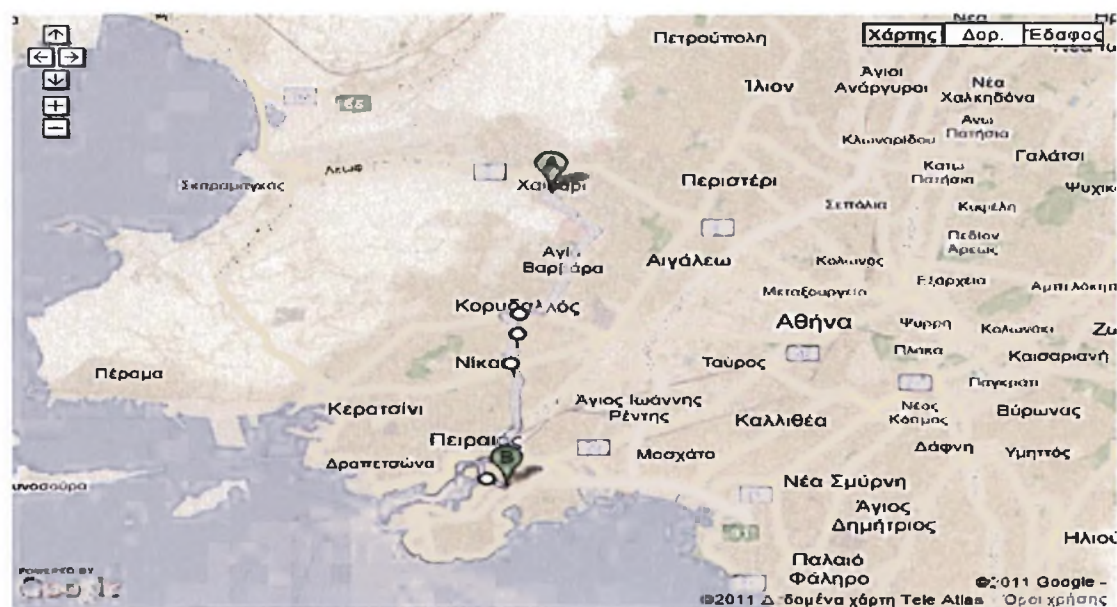
¹⁷³ Σε ειδική έκδοση που εξέδωσε, η Ένωση Ελλήνων Εφοπλιστών εξηγεί αναλυτικά τις αιτίες που υποστηρίζει την ανάπτυξη λειτουργικών και τεχνικών λύσεων, αλλά και την υπό προϋποθέσεις συγκατάβασή της στη δημιουργία ενός παγκόσμιου ταμείου που

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6.1. Ο Πειραιάς σήμερα

6.1.1. Εισαγωγή

Ο Πειραιάς όπως έχει προαναφερθεί είναι η πόλη της Αττικής στα νοτιοδυτικά της Αθήνας με το μεγαλύτερο και σημαντικότερο λιμάνι της Ελλάδας. Είναι έδρα της Νομαρχίας Πειραιά. Συνδέεται με την Αθήνα με πληθώρα λεωφορείων, τρόλεϊ, αλλά και με τον ηλεκτρικό σιδηρόδρομο, το τραμ, τον προαστιακό σιδηρόδρομο και στο μέλλον με τις γραμμές της Αττικό Μετρό. Οι πύλες του λιμανιού, μετά τον οριστικό προσδιορισμό του κυρίως λιμένος ως «επιβατηγού» έχουν πλέον διαμορφωθεί ανάλογα με τον προορισμό των επιβατηγών πλοίων που ελλιμενίζονται κοντά σε αυτές.



Χάρτης 13: Η ευρύτερη περιοχή του Πειραιά (Πρόγραμμα Google earth)

6.1.2. Η παράκτια ζώνη του Πολεοδομικού Συγκροτήματος του Πειραιά αποτελεί χώρο μοναδικό όπου συνυπάρχουν φυσικό περιβάλλον υψηλής οικολογικής

θα ελέγχεται από τα κράτη-μέλη του Διεθνούς Ναυτιλιακού Οργανισμού. Ένα ταμείο που οι πόροι του θα προέρχονται από ένα τέλος, το τέλος του άνθρακα, το ύψος του οποίου θα καθορίζεται από το Διεθνή Ναυτιλιακό Οργανισμό (International Maritime Organization, IMO).

ποιότητας, τοπία σπάνιου κάλλους, σημαντικοί αρχαιολογικοί χώροι, ποικίλες πολεοδομικές λειτουργίες. Συνιστά επομένως ένα συλλογικό αγαθό όπου η Πολιτεία οφείλει να διαφυλάξει και να αναδείξει κινητοποιώντας την κοινωνική υπευθυνότητα δημόσιων φορέων και ατομικών συντελεστών. Έως σήμερα η περιοχή αυτή έχει αντιμετωπισθεί από την κεντρική διοίκηση ως ένα “διαθέσιμο οικόπεδο προς ανοικοδόμηση” με αποτέλεσμα την τυχαία χωροθέτηση λειτουργιών που συχνά δεν έχουν καμία σχέση με την ανάπτυξη και ανάδειξη της παράκτιας ζώνης. Πιστεύουμε ότι παρά αυτή την πολιτική που εφαρμόζεται στη περιοχή η κατάσταση είναι αναστρέψιμη με την προϋπόθεση ότι θα υπάρχει ο κατάλληλος προγραμματισμός και ο ανάλογος σχεδιασμός. Έτσι η παράκτια ζώνη μπορούμε να πούμε ότι χαρακτηρίζεται από ποικιλία και πολυμορφία στην εικόνα και στην λειτουργία της αλλά και από χώρους αδιάρθρωτους αχρησιμοποίητους και απομακρυσμένους από το κοινό. Απαιτείται επομένως μέσω κατάλληλων πολεοδομικών παρεμβάσεων και κανονισμών ανασυγκρότηση των λειτουργιών ώστε να βελτιωθεί η προσβασιμότητας του κοινού και να προωθηθεί η εγκατάσταση νέων και ποικίλων δραστηριοτήτων. Ο Πειραιάς δεν είναι μόνο λιμάνι και μια πρώην βιομηχανική πόλη αλλά αποτελεί τη την κατοικία πάνω 200.000 ανθρώπων ενώ χιλιάδες άλλοι επισκέπτονται τον Πειραιά.

6.2. Η ευρύτερη περιοχή του Πειραιά αποτελείται από τον ομώνυμο δήμο και ακόμα έξι δήμους-προάστια, και αποτελεί το νοτιοδυτικό τμήμα του πολεοδομικού συγκροτήματος της Αθήνας που συγκροτεί την περιφέρεια πρωτεύουσας. Το πολεοδομικό συγκρότημα της πόλεως που περιβάλλουν το κέντρο, είναι η Νίκαια (πρώην Κοκκινιά), ο Κορυδαλλός, το Κερατσίνι (πρώην Ταμπούρια), το Πέραμα, η Δραπετσώνα, και ο Άγιος Ιωάννης Ρέντης. Η Νίκαια, ο Κορυδαλλός, και όλη τη παραλιακή ζώνη που είναι δήμοι που ανήκουν την λεγόμενη «εργατική ζώνη» αλλά και πλουσιότερες περιοχές όπως το Φάληρο.

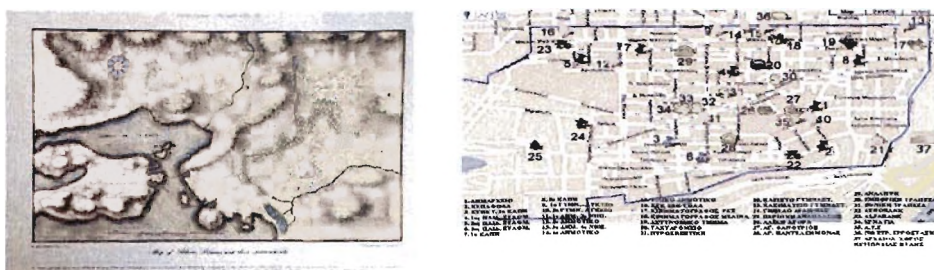




Χάρτες 14: Οι Δήμοι της Νομαρχίας Πειραιά

Ο πληθυσμός των επτά δήμων που αποτελούν την ευρύτερη περιοχή του Πειραιά και οι έξι δήμοι που κατά το παρελθόν αποσχίστηκαν από τον κεντρικό δήμο: Νίκαια, Κορυδαλλός, Κερατσίνι, Πέραμα, Δραπετσώνα και Άγιος Ιωάννης Ρέντης είναι **541.504** σύμφωνα με την τελευταία απογραφή. Η υπάρχουσα κατάσταση σε καθένα ξεχωριστά αναλυτικά έχει ως εξής:

Η **Δραπετσώνα** είναι προάστιο της βιομηχανικής πόλης του Πειραιά οικοδομημένη στις ακτές του Σαρωνικού. Η Δραπετσώνα αναγνωρίστηκε σαν κοινότητα το 1950, αφού αποσπάστηκε από το δήμο Πειραιά. Δήμος ανακηρύχτηκε το 1951. Η Δραπετσώνα, είναι χτισμένη στον όρμο της Δραπετσώνας, ο οποίος στην αρχαιότητα είχε στρατηγική σημασία και προέρχεται από τον αρχαίο δήμο «Θυμοιτάδαι». Αξίζει κανείς να επισκεφθεί τους αρχαιολογικούς χώρους στο Καστράκι και την Ηετιώνεια Πύλη, πάνω από το λιμάνι.



Χάρτες 15: Περιοχή Δραπετσώνας (<http://www.drapetsona.gov.gr>)

Οι αρχές της Δραπετσώνας, σε στενή συνεργασία με την Πολιτεία, δουλεύουν με εντατικούς ρυθμούς στοχεύοντας στην αναβάθμιση και ανάπτυξη της Δραπετσώνας. Η ανάπλαση της περιοχής του Αγίου Διονυσίου θεωρείται σημαντικό βήμα προς αυτή την κατεύθυνση. Αποτελεσματικές πρωτοβουλίες αποτελούν οι διοργανώσεις συναυλιών και

πολιτιστικών εκδηλώσεων, όπως το «Θέατρο δρόμου», οι οποίες μαρτυρούν την πρόθεση δήμου και πολιτών για μία ζωή βασισμένη στην ποιότητα.

Η παράκτια ζώνη της περιοχής μέχρι στιγμής δεν έχει αξιοποιηθεί, αλλά έχουν τεθεί σε εφαρμογή μελέτες τουριστικής αξιοποίησής της. Η βιομηχανική ζώνη περιλαμβάνει τις εγκαταστάσεις των Λιπασμάτων, του Τσιμεντάδικου, τα Γυψάδικα και την ΒΡ. Μεγάλο πρόβλημα ρύπανσης για την περιοχή επί σειρά ετών αποτελούσε το εργοστάσιο λιπασμάτων.¹⁷⁴

Προβλήματα αποτελούν: η αυξανόμενη με σταθερό ρυθμό κυκλοφορία των αυτοκινήτων και ιδιαίτερα μεγάλων οχημάτων, δημιουργεί έντονο πρόβλημα θορύβου στο μέτωπο από κατοικίες οι οποίες βρίσκονται πάνω από το συγκεκριμένο δρόμο β) τα πολύ ψηλά κτήρια που κατασκευάζονται λόγω του μεγάλου συντελεστή δόμησης και προκαλούν αρνητικές συνέπειες, όπως εγκλωβισμό αέριων ρύπων, έλλειψη ηλιακής ακτινοβολίας κ.α. γ) ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα είναι η παντελής έλλειψη χώρων πρασίνου και αναψυχής. Σήμερα έχει δρομολογηθεί η ανάπλαση της ζώνης, με στόχο την αναβάθμιση της περιοχής.

Δυτικά, είναι η ακτή Βασιλειάδη που οφείλει το όνομά της στο ναυπηγείο Βασιλειάδη που λειτουργούσε από τα τέλη του 19ου αιώνα μέχρι τον τελευταίο πόλεμο. Στα 1975 η περιοχή διαμορφώθηκε σε σταθμό εξυπηρέτησης εμπορευμάτων που διακινούνταν με εμπορευματοκιβώτια –κοντέϊνερς. Εκεί έγινε το 2006, το νέο κτίριο του YEN.

¹⁷⁴ (<http://www.drapetsona.gov.gr>)



Χάρτης 16: Θαλάσσιο μέτωπο δήμου Δραπετσώνας (Εικόνα από το πρόγραμμα Google Earth)



Χάρτης 17: Δήμος Δραπετσώνας – πολεοδομικό σχέδιο(<http://www.drapetsona.gov.gr>)

Το **Κερατσίνι** είναι ένα προάστιο του Πειραιά, στα νοτιοδυτικά του πολεοδομικού συγκροτήματος. Ο οικισμός, το όνομα του οποίου πρέπει να ήταν «Θυμοιάδα», χρονολογικά τοποθετείται στην 3η χιλιετία π.Χ. άποψη που στηρίζεται στις θεμελιώσεις που καταστράφηκαν με την ανέγερση του ναού του Αγ. Γεωργίου αλλά και με τα ευρήματα εκατέρωθεν της Λεωφόρου Δημοκρατίας την περίοδο 1933-1935. Η σημερινή μορφή του Κερατσινίου διαμορφώθηκε το 1934 και περιλαμβάνει τους οικισμούς Ταμπούρια, Ανάληψη, Αμφιάλη και Ευγένεια. Αστικοποιήθηκε έντονα, κυρίως μετά τη δεκαετία του 1950. Μετά την άφιξη των προσφύγων από την Σμύρνη

συστάθηκε ως δήμος. Το 1934 γεννήθηκε ο δήμος Ταμπουρίων με τις γύρω περιοχές ενώ αργότερα ονομάστηκε δήμος Αγίου Γεωργίου Κερατσινίου. Το 1936 ο τότε δήμαρχος κ. Φίλιππος ονόμασε τον δήμο σε δήμο Αμφιάλης ενώ το 1947 πήρε την τελική του ονομασία ως δήμος Κερατσινίου. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1930, στη βιομηχανική ζώνη που ουσιαστικά εκτεινόταν από τον Πειραιά μέχρι και το Πέραμα, βρισκόταν συγκεντρωμένη η βαριά βιομηχανία ολόκληρης της χώρας. Στο Κερατσίνι ειδικά υπήρχαν εκτός από το θερμοηλεκτρικό εργοστάσιο της αγγλικής POWER, οι εγκαταστάσεις τσιμέντων της ΑΓΕΤ ΗΡΑΚΛΗΣ. Τα βαγονέτα με τα πετρώματα από τα νταμάρια του Ζουγανέλη στο λόφο του Σελεπίτσαρι. Υπήρχε ακόμη η Εταιρεία Λιπασμάτων, που απασχολούσε περίπου 5.000 εργαζομένους, το εργοστάσιο ναφθαλίνης ΝΑΦΘΑ, το ναυπηγείο του Βασιλειάδη, οι Μύλοι του Αγίου Γεωργίου, το μεγάλο στρατιωτικό εργοστάσιο κατασκευής στρατιωτικών στολών ΚΟΠΗ με 2.000 εργαζομένους, μονάδες υφαντουργίας κ.λ.π. Σ' αυτό θα πρέπει να συνυπολογίσουμε και έναν ικανό αριθμό μικρότερων αλλά σημαντικών μονάδων, όπως τα σαπουνάδικα, τα ταμπάκικα, τα γυαλάδικα, τα γυψάδικα και τα μικρά υφαντήρια χαλιών. Η Δ.Ε.Η. Η επαναλειτουργία της Δ.Ε.Η. με τη χρήση φυσικού αερίου μπορεί να περιορίζει τις συγκεντρώσεις κάποιων ρύπων, όμως δεν τις εκμηδενίζει.¹⁷⁵



Χάρτης 18: Παράκτια ζώνη περιοχής Κερατσινίου (<http://www.keratsini-drapetsona.gr/>)

¹⁷⁵ (<http://www.keratsini-drapetsona.gr/>)

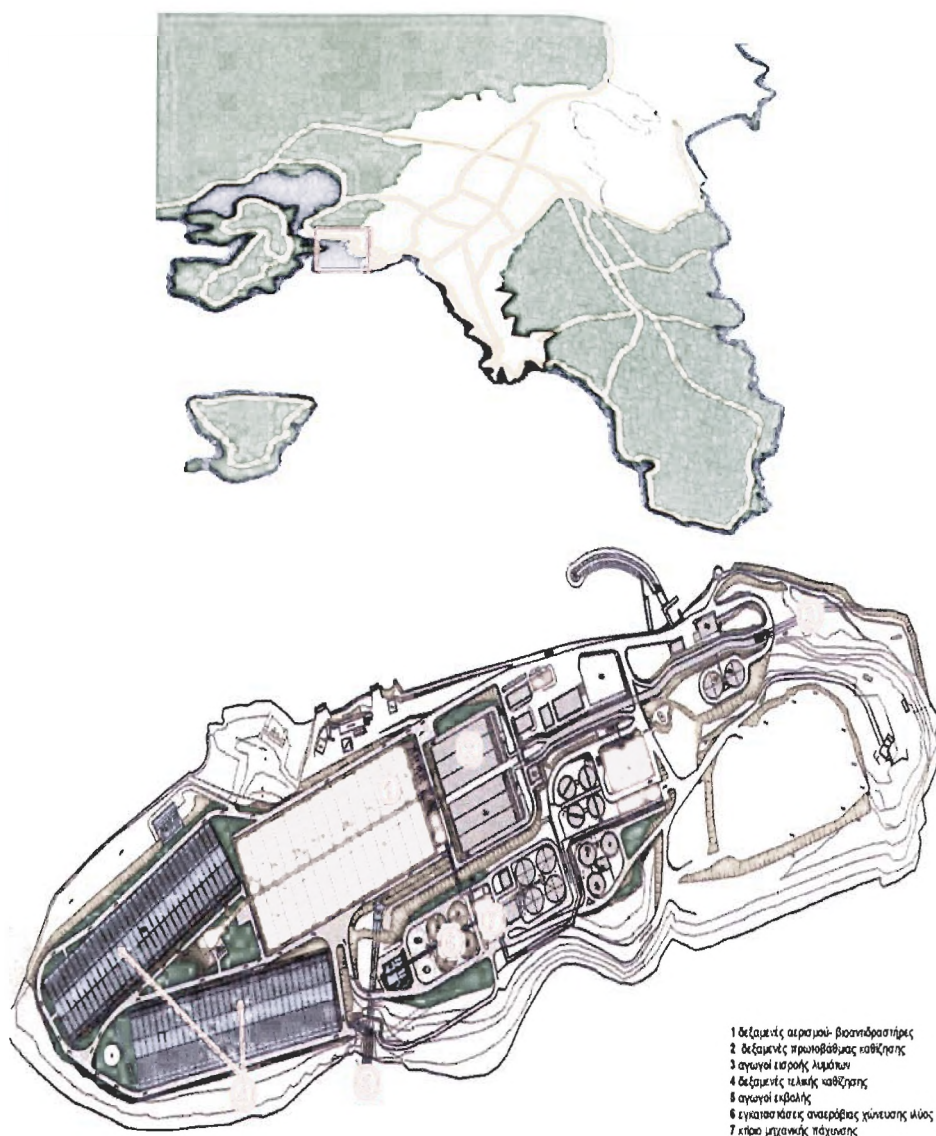
Η παραλιακή ζώνη του λιμένα του Κερατσινίου περιλαμβάνει 534.000 τ.μ ιδιοκτησίας του Ο.Λ.Π., 63.000 τ.μ. ιδιοκτησίας της Ε.Υ.Δ.Α.Π., 46.000 τ.μ . ιδιοκτησίας της Β.Ρ, 40.000 τ.μ. ιδιοκτησίας της εταιρείας τσιμέντου ΑΓΕΤ, 94.000 τμ ιδιοκτησίας της ΔΕΗ και 14.000 τ.μ. ιδιοκτησίας της εταιρείας "Μύλοι Αγίου Γεωργίου". Από τα παραπάνω στοιχεία, που προκύπτουν από μελέτη περιβαλλοντικών επιπτώσεων που έγινε το 1995 για τον Α.Η.Σ. Αγίου Γεωργίου, είναι πασιφανής ο αποκλεισμός του πολίτη του Κερατσινίου από το πολύτιμο αυτό αγαθό.

Το Κέντρο Επεξεργασίας Λυμάτων περιλαμβάνει διεργασίες επεξεργασίας των λυμάτων και της παραγόμενης ιλύος, που πραγματοποιούνται στον Ακροκέραμο και στη νήσο Ψυτάλεια.

Προβλήματα αποτελούν: α) η παραμονή της οργανικής λάσπης των λυμάτων στο νησί προκαλεί πολύ συχνά δυσάρεστες οσμές στις γύρω κατοικημένες περιοχές β) η μεταφορά της λάσπης από το νησί έως τη χωματερή των Άνω Λιοσίων, που γίνεται μέσα από τον οικιστικό ιστό γ) η διάχυση των αποβλήτων στο θαλάσσιο περιβάλλον σε περιπτώσεις εντόνων βροχοπτώσεων δ) το λιμάνι του Αγίου Γεωργίου η εικόνα ωστόσο που παρουσιάζει δεν ανταποκρίνεται στον τίτλο αυτό, αφού μοιάζει περισσότερο με θαλάσσια χωματερή όπου δεσπόζουν μισοβυθισμένα πλοία και σκουπίδια. Αποτελεί λοιπόν εστία μόλυνσης και αισθητικής υποβάθμισης για την περιοχή, γεγονός που ενισχύεται από τις άθλιες συνθήκες υγιεινής που επικρατούν στην ιχθυόσκαλα, όπου καθημερινά διακινούνται τόνοι θαλασσινών προϊόντων που τροφοδοτούν όλη την περιοχή των Αθηνών.



Χάρτης19: Θαλάσσιο μέτωπο δήμου Κερατσινίου. (Εικόνα από το πρόγραμμα Google Earth)

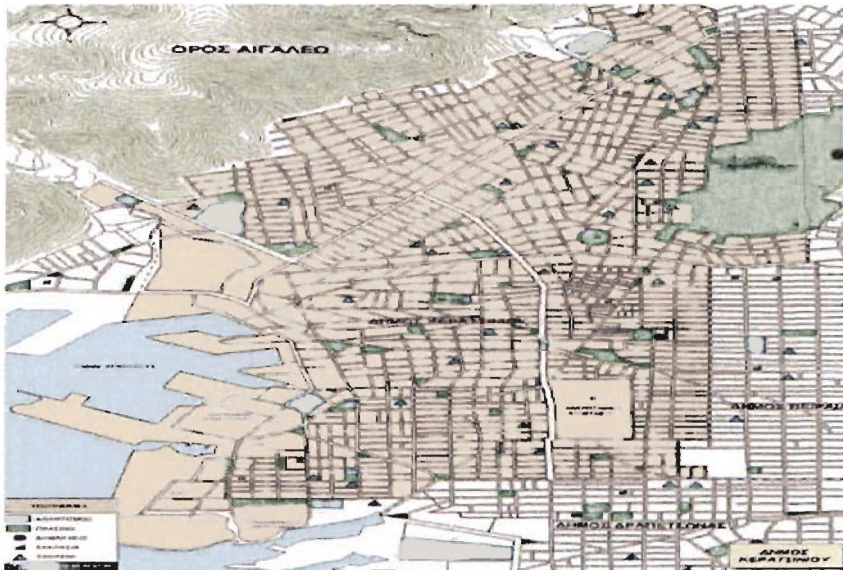


Σχεδιάγραμμα 13: Το Κέντρο Επεξεργασίας Λυμάτων στη νήσο
 Ψυτάλεια(www.flicker.com)

Τόσο η Δ.Ε.Η. όσο και οι υπόλοιπες βιομηχανικές, βιοτεχνικές και ναυτιλιακές δραστηριότητες καθώς και ο συνεπακόλουθος αυτών κυκλοφοριακός φόρτος μεγάλων φορτηγών, επιβαρύνει την πόλη με ατμοσφαιρική ρύπανση. Η Βιοτεχνική περιοχή που πρόκειται να δημιουργήσει η Ε.Τ.Β.Α. στο Σχιστό και που θα συγκεντρώσει μεγάλο αριθμό βιοτεχνιών, θα επιφέρει μία ακόμα περιβαλλοντική επιβάρυνση.

Ο Σ.Μ.Α. βρίσκεται στην περιοχή του Σχιστού και αποτελεί τον μεγαλύτερο της Ευρώπης, με αποτέλεσμα να διακινούνται καθημερινά μέσα από την πόλη όλα τα απορριμματοφόρα του λεκανοπεδίου

Παράλληλα, το Κερατσίνι προωθεί τον πολιτισμό στηρίζοντας τη λειτουργία του Δημοτικού Θεάτρου στα Ταμπούρια αλλά και διοργανώνοντας συναυλίες, εικαστικές εκθέσεις και ποικιλόμορφες πολιτιστικές εκδηλώσεις.¹⁷⁶¹⁷⁷



Χάρτης 20: Πολεοδομικό σχέδιο του Δήμου Κερατσινίου(<http://www.keratsini-drapetsona.gr/>)

Το **Πέραμα** κατά την αρχαιότητα είχε την ονομασία Αμφιάλη. Το σύγχρονο Πέραμα αποκτά τη μορφή μικρού οικισμού τη δεκαετία του 1920, όταν αρκετοί πρόσφυγες από την Κωνσταντινούπολη και τον Πόντο αναζητούν σε αυτή τη περιοχή την καινούργια τους ζωή. Το 1928 ιδρύονται τα πρώτα ναυπηγεία του Περάματος. Κάτι τέτοιο έχει ως αποτέλεσμα την άφιξη νέων κατοίκων, ως επί το πλείστον νησιωτών. Για αρκετές δεκαετίες από τότε, η ζωή στο Πέραμα είναι στενά συνδεδεμένη με την δραστηριότητα της ναυπηγοεπισκευαστικής ζώνης. Η πλειοψηφία των κατοίκων της περιοχής εργάζεται στα ναυπηγεία του Περάματος. Το 1934 ιδρύεται η Κοινότητα του Περάματος, με απόσπασή της από το Δήμο Πειραιά, ενώ 30 χρόνια αργότερα, το 1964, το Πέραμα αναγνωρίζεται ως Δήμος. Η εξέλιξη αυτή αντανακλά και την αύξηση του πληθυσμού των κατοίκων του Περάματος στο δεύτερο μισό του 20ου αιώνα.

¹⁷⁶ (www.flicker.com)

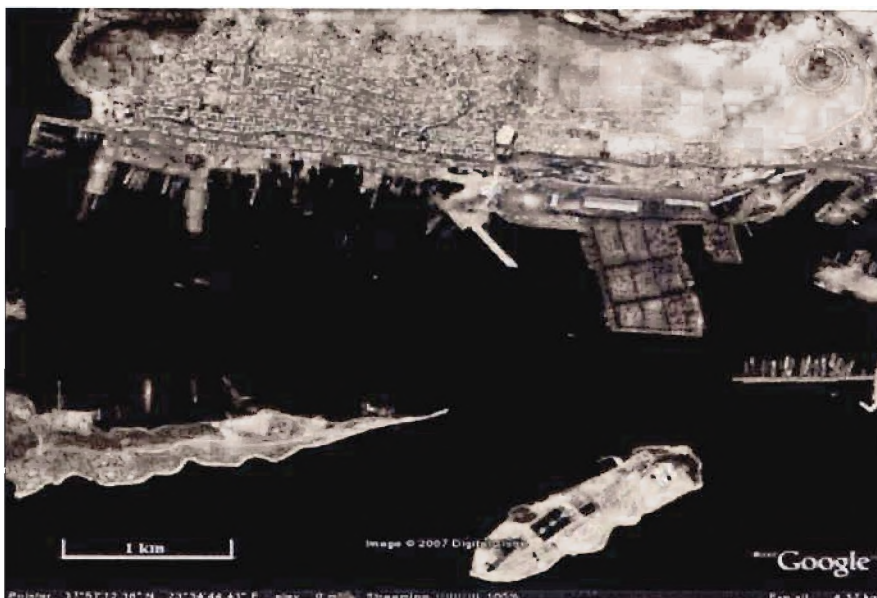
¹⁷⁷ (<http://www.keratsini-drapetsona.gr/>)

Τα προβλήματα τα οποία αντιμετωπίζει η πόλη του περάματος σήμερα είναι: α) η αποθήκευση και διακίνηση των πετρελαιοειδών στην περιοχή η οποία επιβαρύνει την ατμόσφαιρα με πτητικούς υδρογονάνθρακες β) οι μικρές παράνομες χωματερές στη Λεωφόρο Σχιστού, γ) οι παράνομες κατασκευές, δ) τα εγκαταλελειμμένα αυτοκίνητα ή εξαρτήματα αυτών, ε) τα σταθμευμένα φορτηγά κλπ. στ) ο φωσφογύψος, κατάλοιπο βιομηχανικών διεργασιών, ο οποίος λόγω προέλευσης της πρώτης ύλης είναι ραδιενεργός ζ) οι δυσάρεστες οσμές που προέρχονται από την λάσπη που προκύπτει σαν αποτέλεσμα της πρωτοβάθμιας καθίζησης των αστικών λυμάτων στη νήσο Ψυτάλλεια, η) οι με παράνομες επιχωματώσεις του Ο.Λ.Π. που αποκλείουν το Δήμο και τους δημότες του θ) η διακίνηση τοξικών πυρομαχικών και εύφλεκτων υλικών ι) τα εγκαταλελειμμένα πλοία και οι παράνομες αμμοβολές στη ναυπηγοεπισκευαστική ζώνη, κ) η επικινδυνότητα στη λεωφόρο Δημοκρατίας και Ειρήνης, η έλλειψη έργων υποδομής (οδικό δίκτυο, δίκτυο ύδρευσης και αποχέτευσης) στο Άνω Πέραμα Όλα τα παραπάνω συνθέτουν μια τριτοκοσμική εικόνα εξαθλίωσης.

Η έλλειψη πρασίνου λόγω της αυξημένης δόμησης είναι εμφανής. Η αποκατάσταση της χωματερής του Σχιστού με τη δημιουργία πάρκου 400 στρεμμάτων, καθώς και η αξιοποίηση του δασικού πάρκου της Χωράφα, μπορεί να προσφέρει ένα τόπο αναψυχής, άθλησης αλλά και εκπαίδευσης για τους κατοίκους.

Τούτη τη στιγμή στη περιοχή του Πέραματος διεκπεραιώνεται το μέγιστο διακομιστικό εμπόριο του λιμένα του Πειραιά. Η επιβάρυνση της Πόλης είναι αβάστακτη. Σταθμός στη ζωή της Πόλης πρέπει να θεωρηθεί η λειτουργία της γραμμής Πέραμα-Πειραιά με το τραινάκι που αποτέλεσε από τη δεκαετία του '30 (1937-38) το σύμβολό της.¹⁷⁸

¹⁷⁸ (<http://www.perama.gr>)



Χάρτης 21: Νότιο θαλάσσιο μέτωπο δήμου Περάματος (Εικόνα από το πρόγραμμα Google Earth)



Χάρτης 22: Πολεοδομικό σχέδιο του Δήμου Περάματος (<http://www.perama.gr>)

Νίκαια μετονομάστηκε τον Σεπτέμβριο του 1940 με το 271 Προεδρικό Διάταγμα, μέχρι τότε ο δήμος λεγόταν Κοκκινιά.¹⁷⁹ Η περιοχή πριν τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο αποτελούταν από καλλιεργήσιμα εδάφη. Η αστική ανάπτυξη αντικατέστησε ένα μεγάλο μέρος των καλλιεργήσιμων εδαφών μεταξύ της δεκαετίας του '30 και του '50. Σήμερα το μεγαλύτερο μέρος του δήμου είναι αστικοποιημένο και πυκνοκατοικούμενο. Η περιοχή που χρησιμοποιήθηκε ως λατομεία στη δεκαετία του '60 έχει μετασηματισθεί σε πάρκο, όπου βρίσκεται και το Ολυμπιακό συγκρότημα της Άρσης Βαρών.

Ο δήμος κατοικήθηκε από πρόσφυγες καταγόμενους από μέρη της Μικράς Ασίας και του Πόντου (Σμύρνη, Μαγνησία, Βιθυνία, Μούγλα, Τραπεζούντα κλπ) και μέχρι σήμερα διακατέχεται έντονα από το Μικρασιατικό στοιχείο. Στις 17 Αυγούστου 1944 η Κοκκινιά γνώρισε την βαρβαρότητα και μισαλλοδοξία των Γερμανών κατακτητών με την εκτέλεση δεκάδων πολιτών στο «Μπλόκο της Κοκκινιάς», στη Μάντρα της Οσίας Ξένης. Η Νίκαια έχει αναγνωριστεί επίσημα ως μαρτυρική πόλη.



Εικόνα 59: Τα Μπλόκο της Κοκκινιάς. 17 Αυγούστου, 1944 (www.polisnikaia.gr/)

¹⁷⁹ Για να αλλάξει το όνομα όμως έγινε πανελλήνιος διαγωνισμός με χρηματικά έπαθλα από τον τότε δήμαρχο Μήλιο. Στον διαγωνισμό συμμετείχαν 415 πολίτες απ' όλη την Ελλάδα, ακόμα και ομογενείς οι οποίοι έστειλαν την πρότασή τους. Μερικά από τα προταθέντα ονόματα ήταν τα Τροία, Φρυγία, Βασιλείας, Φοινίκη, Ανατολή, Τραπεζούντα κ.α.. Τελικά υπερίσχυσε το Νίκαια το οποίο είχαν προτείνει 56 άτομα.

Η Νίκαια είναι το διοικητικό κέντρο της Β΄ περιφέρειας του Πειραιά, έδρα πολλών οργανισμών και συλλόγων, Υποθηκοφυλακείου, Ειρηνοδικείου κλπ. Ο σημερινός επισκέπτης της Νίκαιας μπορεί να επισκεφτεί διάφορα μέρη που αναδεικνύουν την πρόσφατη της ιστορία: τα προσφυγικά τετράγωνα και το ανακαινισμένο Λουτρό - (Χαμάμ) δίνοντας μια εικόνα για το πως ζούσαν οι πρώτοι πρόσφυγες που την κατοίκησαν μετά το 1922. Άλλα μέρη που μπορεί κανείς να επισκεφτεί είναι η «Μάντρα» και το μικρό Μουσείο για το Μπλόκο της Κοκκινιάς, το συγκρότημα της Άρσης Βαρών, το Κατράκειο Θέατρο και ο Δημοτικός Κήπος με το Κηποθέατρο ή ο καταπράσινος λόφος της Δεξαμενής.¹⁸⁰

Στην Νίκαια έχει την έδρα του ο αθλητικός σύλλογος Ιωνικός Νικαίας ο οποίος αγωνίζεται στο Δημοτικό γήπεδο Νεάπολης Νικαίας. Την έδρα της στην Νίκαια έχει και η τοπική ομάδα μπάσκετ, Ε.Α. Νικαίας (Ένωση Αθλοπαιδιών Νικαίας).



Χάρτης 23: Πολεοδομικό σχέδιο του Δήμου Νικαίας (<http://www.polisnikaia.gr/>)

Ο Κορυδαλλός είναι ένας δήμος που τα ίχνη του εμφανίζονται στους προϊστορικούς χρόνους και στην Ελληνική μυθολογία. Ο μύθος ήθελε να κατοικεί εδώ, στους ανατολικούς πρόποδες του όρους Αιγάλεω, ο Προκρούστης, μέχρι τη μοιραία αναμέτρησή του με το Θησέα. Ξένοι ερευνητές θα εντοπίσουν κατάλοιπα του αρχαίου ηρώου, ίχνη δρόμων, τμήματα οικισμού και νεκροταφείου. Στην αρχαιότητα, ήταν ένας από τους 100 δήμους της Αττικής που ίδρυσε ο μεγάλος Αθηναίος πολιτικός Κλεισθένης, στο τέλος του 6ου αιώνα π.Χ.. Ανήκε στην Ιπποθωντίδα

¹⁸⁰ (www.polisnikaia.gr/)

φυλή. Η θέση του προσδιορίζεται στους ανατολικούς πρόποδες του Αττικού όρους Αιγάλεω, γνωστή από τον Στράβωνα.

Η ιστορία «χάνει» για ένα χρονικό διάστημα τα ίχνη του. Το όνομά του αναφέρει ξανά ο λόγιος, κληρικός και φιλόσοφος Θεόφιλος ο Κορυδαλλεύς (1563-1646). Διακόσια χρόνια μετά, ο Κορυδαλλός αποτελεί το κέντρο ενός μεγάλου τσιφλικιού που ανήκει στον Εμμανουήλ Κουτσικάρη, ο οποίος δίνει το όνομά του σε όλη τη περιοχή. Ο επόμενος ιδιοκτήτης βαπτίζει την περιοχή, με το δικό του όνομα, συνοικισμός Παχύ.

Το 1923, η περιοχή παίρνει ξανά το όνομα που είχε στην αρχαιότητα: Κορυδαλλός. Το 1928, 2500 κάτοικοι αναπτύσσουν τους πρώτους οικισμούς. Το 1934 με προεδρικό διάταγμα ο Κορυδαλλός γίνεται αυτόνομη κοινότητα και το 1946 αναγνωρίζεται ως Δήμος.

Η πόλη αναπτύχθηκε ραγδαία με το μεγάλο εσωτερικό μεταναστευτικό ρεύμα της πρώτης μεταπολεμικής δεκαετίας, για να φτάσει σήμερα σε ένα δήμο των 100.000 κατοίκων. Οι ρυθμοί ανάπτυξης του πληθυσμού υπήρξαν ιδιαίτερα έντονοι την περίοδο 1980-1990. Αποτέλεσμα, η ποιοτική και ποσοτική αύξηση του εμπορίου, που σε συνδυασμό με την γεωγραφική θέση της πόλης, την ύπαρξη μεγάλων πλατειών, που έχουν εξελιχθεί σε υπερτοπικούς πόλους αναψυχής, έχουν αναδείξει τον Κορυδαλλό σε περιοχή με υψηλές τιμές γης και υψηλότερο εισοδηματικό επίπεδο σε σύγκριση με άλλους Δήμους. Διαθέτει μια από τις σημαντικότερες αγορές της ευρύτερης περιοχής με κάθε είδους καταστήματα, ιδιαίτερα στον τομέα του λιανικού εμπορίου και της ψυχαγωγίας. Γενικά θεωρείται το κέντρο της ευρύτερης περιοχής του Πειραιά και της Δυτικής Αττικής.¹⁸¹

¹⁸¹ <http://www.korydallos.gr>



Χάρτης 24: Πολεοδομικό σχέδιο του Δήμου Κορυδαλλού (<http://www.korydallos.gr>)

6.3. Αξίες και πλεονεκτήματα για την σύγχρονη πόλη

6.3.1. Πρωτεύον εθνικός πόλος

Ο Πειραιάς θα πρέπει να οριοθετηθεί ως μία πόλη που μπορεί να δώσει το απαιτούμενο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην Ελλάδα. Ως πρωτεύον εθνικός πόλος μπορεί να είναι σημείο επαφής με την Ελλάδα για χιλιάδες τουρίστες που έρχονται για θαλάσσιο τουρισμό. Ο Πειραιάς όμως δεν θα είναι μόνο η «πύλη» με την έννοια του περάσματος για να πάνε οι τουρίστες στη Αθήνα ή στα Νησιά. Αντιθέτως θα πρέπει να μπορεί να λειτουργεί ανταγωνιστικά και να δίνει την ευκαιρία στον τουρίστα όχι μόνο να μείνει στον Πειραιά αλλά και να επισκεφτεί τους χώρους ενδιαφέροντος.

6.3.2. Στρατηγική γεωγραφική θέση

Η στρατηγική γεωγραφική θέση του Πειραιά αποτελεί ένα σημείο που δεν μπορεί να το ανταγωνιστεί κανείς. Το λιμάνι που λειτουργεί ως χώρος υποδοχής των τουριστών αλλά και η γεωγραφική θέση μόλις 10 χλμ. από την Αθήνα αλλά και ως σημείο σύνδεσης της Αθήνας με την Νότια Ελλάδα, τα νησιά του Σαρωνικού και το Αιγαίου δίνει στο Πειραιά ένα μοναδικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

6.3.3. Διοικητικό κέντροο

Αν και η διοικητική αναδιοργάνωση του Καλλικράτη μπορεί να «υποβάθμισε» τον Πειραιά σε επίπεδο αντιπεριφερειάρχη, δεν παύει όμως να είναι σημαντικό διοικητικό κέντρο με όλες τις αναγκαίες διοικητικές και δημόσιες υπηρεσίες ώστε να λειτουργήσει ως μία διοικητικά ανεξάρτητη πόλη. Σημαντικό στοιχείο είναι η παρουσία του Υπουργείου Ναυτιλίας αλλά και όλων των αρμόδιων υπηρεσιών που σχετίζονται με τη ναυτιλία όπως ο οίκος του Ναύτη και μία σειρά υπηρεσιών που σχετίζονται με τη διοίκηση της μεγαλύτερης βιομηχανίας στην Ελλάδα.

6.3.4. Συγκοινωνιακός κόμβος

Ο Πειραιάς αποτελεί το μεγαλύτερο θαλάσσιο συγκοινωνιακό κόμβο στην Ελλάδα καθώς διαθέτει από τα μεγαλύτερα λιμάνια στην Ευρώπη. Οι προηγούμενες σελίδες ανέφεραν το γεγονός ότι ο Πειραιάς ως λιμάνι διαθέτει ένα στρατηγικό πλεονέκτημα. Όμως για να μπορεί να αναδειχθεί ως προορισμός ο Πειραιάς θα πρέπει και να αποτελέσει και αστικό συγκοινωνιακό κόμβο. Στη παρούσα κατάσταση ο Πειραιάς έχει σοβαρές ελλείψεις διότι διαθέτει μόνο ένα σταθμό του ΗΣΑΠ και λεωφορειακές γραμμές. Η όποια προσπάθεια για επέκταση του ΤΡΑΜ στον Πειραιά έχει μείνει στάσιμη και το μοναδικό έργο που έχει σχεδόν δρομολογηθεί είναι η επέκταση του ΜΕΤΡΟ. Οι σταθμοί που θα κατασκευαστούν μετά το Χαϊδάρι είναι οι : Αγία Βαρβάρα, Κορυδαλλός, Νίκαια, Μανιάτικα, Πειραιάς, Δημοτικό Θέατρο.¹⁸²

¹⁸² Ο σταθμός «ΠΕΙΡΑΙΑΣ» θα κατασκευαστεί πλησίον του σημερινού σταθμού του ΗΣΑΠ και η όλη περιοχή θα λειτουργεί ως ένας τεράστιος συγκοινωνιακός κόμβος με τους σταθμούς του ΗΣΑΠ, του ΜΕΤΡΟ, του Προαστιακού που βρίσκεται 50 μέτρα πιο πέρα και του μελλοντικού σταθμού Monorail του ΟΛΠ. Όσον αφορά τον τερματικό σταθμό «ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ» αυτός θα γίνει στην σημερινή πλατεία Κοραή κάτω ακριβώς από το Δημαρχείο της πόλης φέρνοντας το Μετρό στο εμπορικό, διοικητικό και επιχειρηματικό κέντρο του Πειραιά ¹⁸²

6.4. Αξίες και πλεονεκτήματα για τον σύγχρονο πολίτη

6.4.1. Τουριστική Προβολή

Η πρόταση για τη τουριστική προβολή του Πειραιά είναι να μπορέσει να επενδύσει σε δράσεις προβολής του ως τουριστικού προορισμού. Για να μπορέσει να γίνει αυτό με επιτυχία θα πρέπει ο Δήμος του Πειραιά και η Περιφέρεια να προχωρήσουν σε ανάλογες δράσεις. Μία σημαντική δράση θα είναι η αναβάθμιση του οργανισμού τουρισμού του Πειραιά και η σύναψη συνεργασίας με διαφημιστικές εταιρείες στα πρότυπα των συνεργασιών που έχει κάνει ο ΕΟΤ.

Δεδομένου ότι το διαφημιστικό κονδύλι θα είναι πολύ περιορισμένο σε σχέση με τον ΕΟΤ ο Δήμος του Πειραιά και ο φορέας Τουρισμού θα πρέπει να αναζητήσουν συνεργασίες π.χ. με τα νησιά του Σαρωνικού ώστε να υπάρχει οικονομία κλίμακας στις διαφημίσεις και ευελιξία.

6.4.2. Προϊόντα

Ο Πειραιάς πρέπει να δημιουργήσει το ανάλογο μείγμα τουριστικών προϊόντων που θα στοχεύσει σε συγκεκριμένα κομμάτια της αγοράς. Για τα τουριστικά αγαθά που μπορεί να προωθήσει ο Πειραιάς γίνεται αναφορά στο κεφάλαιο 8 που αφορά την πρόταση ανάπλασης.

6.4.3. Πολιτική



Χάρτης 25: Το τμήμα της προέκτασης του Μετρό ΧΑΪΔΑΡΙ-ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ με τους ενδιάμεσους σταθμούς ΑΓΙΑ ΒΑΡΒΑΡΑ, ΚΟΡΥΔΑΛΛΟΣ, ΝΙΚΑΙΑ, ΜΑΝΙΑΤΙΚΑ και ΠΕΙΡΑΙΑΣ (ανταπόκριση με τη γραμμή 1) κάνει σιγά σιγά τα βήματα του προς την υλοποίηση η οποία θα διαρκέσει 5,5 χρόνια από την έναρξη των εργασιών.

<http://www.ypodomes.com/index.php/news>

Η πολιτική για να αναδειχθεί ο Πειραιάς σε προορισμό θα πρέπει να βλέπει ανταγωνιστικά τους άλλους προορισμούς και να εξάγει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της πόλης. Η πρόταση στο κεφάλαιο 8 εστιάζει στην παραπάνω κατεύθυνση.

6.4.4. Επενδύσεις

Αν και βρισκόμαστε εν μέσω μίας οικονομικής κρίσης που περιορίζει σε μεγάλο βαθμό τις επενδύσεις, ο Πειραιάς έχει ακόμα τη δυνατότητα να διαχειριστεί κεφάλαια από το ΕΣΠΑ αλλά και το πρόγραμμα «ΕΛΛΑΔΑ» που θα ξεκινήσει σε λίγους μήνες. Στις επενδύσεις θα πρέπει να έχει ενεργό ρόλο ο ιδιωτικός τομέας ώστε να δημιουργηθούν και θέσεις εργασίας αλλά και να υπάρχει η απαιτούμενη ευελιξία και αποδοτικότητα στις επενδύσεις.

6.4.5. Πολιτισμός

Όπως έχουμε αναφέρει ο πολιτισμός στον Πειραιά τα τελευταία χρονιά είχε υποβαθμιστεί σε μεγάλο βαθμό. Για να μπορέσει να αναδειχθεί ως προορισμός θα πρέπει να αναπτυχθεί και πολιτισμικά. Μεγάλο ενδιαφέρον έχει το Δημοτικό Θέατρο που θα πρέπει να αναβαθμιστεί.

6.4.6. Άνθρωποι

Για του Πειραιώτες αν κάνει το λάθος κάποιος να σταθεί στη φυσική ομορφιά της πόλης –θάλασσες, λόφοι, θέα και περατζάδα–, το νόημα του Πειραιά δεν θα το καταλάβει ποτέ. Γιατί ο Πειραιάς είναι πάνω απ’ όλα οι Πειραιώτες. Κι όπως είναι γνωστό, ο χαρακτήρας που διαμορφώνουν οι άνθρωποι σε ένα τόπο αλλάζει δύσκολα ή δεν αλλάζει ποτέ. Δεν μπορείς να ανακαλύψεις καμία πάλη των τάξεων στον Πειραιά γιατί οι προύχοντες του λιμανιού είναι οι εφοπλιστές, που, ως θαλασσινοί και караβοκώρηδες, είναι πιο λαϊκοί από τους αστούς της Αθήνας. Οι Πειραιώτες είναι όλοι ίδιοι. Και όταν κατοικούν στις συνοικίες της πόλης, είτε εκεί μεγάλωσαν είτε ήλθαν από τα νησιά, γιατί ο Πειραιάς έχει πολλούς νησιώτες, έχουν ως καταγωγή την ενιαία σκέπη της λέξης «Πειραιάς Συναντιούνται τα πρωινά στην πλατεία του

Δημαρχείου Πειραιώτες και δεν καταλαβαίνεις αν είναι από την Πειραιϊκή, τη Νίκαια, το Κερατσίνι ή το Πασαλιμάνι.¹⁸³

6.4.7. Αθλητισμός

Ο Πειραιάς αποτελεί κέντρο αθλητικών δραστηριοτήτων με κύριους πόλους τον Ολυμπιακό, τον Εθνικό και τους ιστιοπλοϊκούς ομίλους. Στο πλαίσιο αυτό μπορεί ο Πειραιάς να έχει όφελος από δραστηριότητες που σχετίζονται με την ιστιοπλοΐα. Με δεδομένο ότι το ποδόσφαιρο μπορεί να είναι δημοφιλές στον Πειραιά αλλά δεν μπορεί να αποτελέσει πόλο ανάπτυξης λόγω των προβλημάτων που έχουν δημιουργηθεί, ο Πειραιάς θα επικεντρωθεί στο πιο «ευγενή αθλήματα» με έμφαση στην ιστιοπλοΐα μιας και υπάρχουν και οι εγκαταστάσεις και έχει και την ανάλογη παράδοση ο Πειραιάς λόγω των ομίλων που βρίσκονται στο Μικρολίμανο και αλλού. Μπορεί βέβαια ο τουριστικός οργανισμός να έρθει σε συνεργασία με τον Ολυμπιακό και τον Εθνικό ώστε να μπορεί ο τουριστικός οργανισμός να χρησιμοποιεί τις εγκαταστάσεις τους.

¹⁸³ <http://www.lifo.gr/mac/features/50>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7.1. Ο Πειραιάς ως εικόνα του προορισμού

7.1.1. Εισαγωγή

7.2. Ο Πειραιάς στο πλαίσιο μιας στρατηγικής Nation Branding

7.2.1. SWOT ανάλυση: πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα για το brand στην πόλη του Πειραιά

Ο Πειραιάς όμως ως brand έχει καταξιωθεί τα τελευταία χρονιά ως μία εργατούπολη με υποβαθμισμένη ποιότητα ζωής. Το θαλάσσιο μέτωπο του δήμου Πειραιά παρουσιάζει πολυμορφία τόσο ως προς την παράκτια γεωμορφολογία που το χαρακτηρίζει, όσο και ως προς τις χρήσεις γης. Κυρίαρχη θέση κατέχει ο **Λιμένας του Πειραιά σήμα κατατεθέν της πόλης** με τις προβλήτες εξυπηρέτησης επιβατηγών/ οχηματαγωγών πλοίων.

Όπως γίνεται αντιληπτό ο Πειραιάς ως πόλη έχει να αναδείξει μία σειρά στρατηγικών πλεονεκτημάτων αλλά και μειονεκτημάτων. Το γεγονός ότι καθόλη την ιστορία του ο Πειραιάς αποτελούσε σημαντικό λιμάνι και εμπορικό κέντρο σημαίνει ότι αυτή η πόλη έχει πολλά να παρουσιάσει. Από την άλλη μεριά όμως ο Πειραιάς τα τελευταία χρόνια έχει υποβαθμιστεί δίχως να χάσει όμως τα ποιοτικά το προτερήματα όπως ότι είναι το παγκόσμιο κέντρο της ναυτιλίας και από τα σημαντικότερα λιμάνια της χώρας. Για το λόγο αυτό είναι αναγκαίο να δούμε την παρούσα κατάσταση με την μέθοδο του SWOT ως εργαλείου ανάλυσης.

7.2.1. SWOT ανάλυση

Ανάλυση Πλεονεκτημάτων Αδυναμιών Ευκαιριών και Απειλών (SWOT)

Η ονομασία SWOT προέρχεται από τα αρχικά των λέξεων:

S Strengths (Πλεονεκτήματα)

W Weaknesses (Αδυναμίες)

O Opportunities (Ευκαιρίες)

T Threats (Απειλές)

Η ανάλυση SWOT είναι ένα θεωρητικό διαχειριστικό εργαλείο το οποίο αποσκοπεί στην καταγραφή των πλεονεκτημάτων, των αδυναμιών, των ευκαιριών και των απειλών που εντοπίζονται στο υπό μελέτη σύστημα, όπως ορίζονται παρακάτω¹⁸⁴:

¹⁸⁴ Κουτσούμπα, 2003)

- S Πλεονέκτημα:** Μια πηγή ή ικανότητα του συστήματος η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί για εξυπηρέτηση των επιμέρους στόχων,
- W Αδυναμία:** Ένας περιορισμός ή μια έλλειψη του συστήματος το οποίο δυσχεραίνει την επίτευξη των επί μέρους στόχων,
- O Ευκαιρία:** Οποιαδήποτε κατάσταση η οποία θα μπορούσε να λειτουργήσει ευνοϊκά για την εξέλιξη του συστήματος,
- T Απειλή:** Οποιαδήποτε κατάσταση η οποία θα μπορούσε να λειτουργήσει εις βάρος του συστήματος.

| <u>Ισχυρά σημεία (Strengths)</u> | <u>Μειονεκτήματα (Weaknesses)</u> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Ποικιλία στη φυσική ομορφιά. - Σταυροδρόμι των θαλάσσιων οδών που ενώνουν την Ευρώπη με την Αφρική και την Ασία. - Στρατηγική θέση ως η είσοδος της Ευρώπης εξ ανατολάς. - Συνδέει το βόρειο με το και νότιο τμήμα στη χώρα. - Το μεγαλύτερο λιμάνι της Ανατολικής Μεσογείου. - Ένα από τα μεγαλύτερα λιμάνια ανά τον κόσμο(μεγάλο μήκος και βάθος). - Φυσικοί κόλποι(τρεις λιμένες)-προστασία στα καράβια και φυσικό κάλλος. - Κόμβος διεθνών μεταφορών. - Φυσικό επίνειο της πόλης των Αθηνών. - Κομβική γεωγραφική θέση από τους διεθνείς θαλάσσιους δρόμους. - Μεγάλη ναυτιλιακή παράδοση και | <ul style="list-style-type: none"> - Μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων μικρού και μέσου μεγέθους σε φθίνοντες βιομηχανικούς κλάδους. - Συρρίκνωση της μεταποιητικής βάσης. - Ελλιπής ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού(συνεδριακός, πολιτιστικός, εκπαιδευτικός κλπ. - Ελλείψεις σε αντίστοιχες ειδικές υποδομές για εναλλακτικές μορφές τουρισμού. - Ισχυρός ανταγωνισμός από γειτονικές χώρες που προσφέρουν χαμηλό κόστος εργασίας. - Ελλιπής αξιοποίηση των ΤΠΕ από τη δημόσια διοίκηση. |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ιστορία.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Μεγαλύτερο βιομηχανικό κέντρο της χώρας. - Τουριστική πύλη. - Κύριος προορισμός για τον θαλάσσιο τουρισμό. - Οριοθετεί την απανταχού δύναμη των Ελλήνων ναυτικών. - Συγκοινωνιακός κόμβος. - Σημαντικά δημόσια κτήρια. - Άνοιγμα στο διεθνή ανταγωνισμό (ναυτιλιακές, ξενοδοχειακές και τουριστικές εταιρείες). - Δημιουργία επενδύσεων σε έργα τουριστικής υποδομής και ανωδομής (μαρίνες, αεροδρόμια, ξενοδοχειακά συγκροτήματα, τουριστικά αγκυροβόλια κλπ). - Σημαντικός τουριστικός προορισμός παγκοσμίως (υψηλή θέση τόσο σε αφίξεις όσο και σε εισπράξεις). - Έντονη εμπορική δραστηριότητα. - Διαμετακομιστικό κέντρο της πρωτεύουσας της Ελλάδας. - Κύρια πύλη εισαγωγών - εξαγωγών για την Ελλάδα - Ύπαρξη και λειτουργία σημαντικού αριθμού ναυτιλιακών εταιρειών. - Κέντρο διαμετακόμισης οχημάτων (σταθμός container). - Προσφορά θέσεων εργασίας. - Σχετικά υψηλά ποσοστά απασχόλησης . | <ul style="list-style-type: none"> - Διεύρυνση του ψηφιακού χάσματος με χώρες που αναπτύσσονται ραγδαία στον τομέα. - Οικιστικό και φυσικό περιβάλλον που δέχεται σημαντικές πιέσεις από την υψηλή συγκέντρωση πληθυσμού και οικονομικών δραστηριοτήτων. - Ανεπάρκεια πολιτιστικών υποδομών σε σύγκριση με το διαθέσιμο πολιτιστικό απόθεμα και τις δυνατότητες αξιοποίησής του. - Αλλοίωση της ιστορικής και πολιτιστικής φυσιογνωμίας, λόγω περιβαλλοντικής υποβάθμισης και της οικιστικής ανάπτυξης. - Οδικοί άξονες σε κατάσταση κυκλοφοριακής ασφυξίας. - Συνεχιζόμενες σοβαρές ελλείψεις σε υποδομές διαχείρισης στερεών και υγρών αποβλήτων. - Πυκνή δόμηση. - Έλλειψη ελεύθερων χώρων και πρασίνου. - Έλλειψη χώρων στάθμευσης. - Έντονα κυκλοφοριακά προβλήματα. - Έλλειψη ποδηλατοδρόμων. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Ισχυρός εθνικός ρόλος σε χωροταξικό επίπεδο. - Προωθητική δύναμη για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας και την αναβάθμιση του συνόλου της χώρας. - Ολοκληρωμένες ή υπό ολοκλήρωση υποδομές άμβλυνσης των περιβαλλοντικών πιέσεων από τις αστικές λειτουργίες (ΚΕΕΛ Ψυτάλλειας, δίκτυο φυσικού αερίου κ.ά.) - Αξιοποίηση & ενσωμάτωση οικονομικών μεταναστών στον παραγωγικό ιστό. - Ισχυρές υποδομές(ναυπηγοεπισκευαστικές μονάδες, σταθμός εξυπηρέτησης πλοίων, εμπορευματοκιβωτίων κλπ). - Ένα από τα μεγαλύτερα εμπορικά λιμάνια στον κόσμο. - Σημαντικό επιβατικό λιμάνι. - Καθορισμένο ιδιοκτησιακό καθεστώς του φορέα διαχείρισης του λιμανιού. - Πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά. - Σημαντικά αρχαιολογικά μνημεία και ευρήματα. - Σημαντικό ιστορικό και πολιτιστικό απόθεμα. - Κέντρο αθλητικών δραστηριοτήτων(με κύριους πόλους τον Ολυμπιακό, τον Εθνικό και τους ιστιοπλοϊκούς ομίλους). | <ul style="list-style-type: none"> - Αλλοίωση της ιστορικής και πολιτιστικής φυσιογνωμίας λόγω περιβαλλοντικής υποβάθμισης και της οικιστικής ανάπτυξης. - Μη υιοθέτηση της αειφόρου ανάπτυξης, της αειφόρου διαχείρισης των φυσικών πόρων και της προστασίας του περιβάλλοντος ως πλαίσιο της περιφερειακής ανάπτυξης. - Ατμοσφαιρική ρύπανση με νέους ρύπους - Υποβάθμιση της ποιότητας ζωής (έντονη όχληση από ανθρωπογενής δραστηριότητες). - Έλλειψη σχεδιασμού πρόληψης ατυχημάτων στις ναυπηγοεπισκευαστικές ζώνες). - Ηχορύπανση. - Έλλειψη ενιαίου φορέα διαχείρισης του λιμανιού(Δήμος, δημόσιο & ιδιωτικός τομέας). - Εξάρτηση από εξωγενείς παραγόντων (όπως οι μεταβολές στις αγορές της Μεσογείου και των συνθηκών εμπορίου). - Έλλειψη σημαντικών αναπλάσεων. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Σύνδεση με σημαντικά πολιτιστικά και αθλητικά γεγονότα(ρεμπέτικο, Ολυμπιακός). | <ul style="list-style-type: none"> - Μη αξιοποίηση των διαθέσιμων παλαιών βιομηχανικών κτιρίων. - Ελλιπή συμμετοχή των πολιτών στη συζήτηση για το μέλλον. |
| <p><u>Ευκαιρίες (Opportunities)</u></p> | <p><u>Κίνδυνοι (Threats)</u></p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - Αξιοποίηση των εγκαταλελειμμένων εγκαταστάσεων της παραλιακής ζώνης. - Δημιουργία γειτονιών με δυναμική οικιστική ανάπτυξη ή με συρρίκνωση της κατοικίας. - Μείωση του βιομηχανικού τύπου δραστηριοτήτων(εγκαταστάσεις αποθήκευσης πετρελαιοειδών). - Βελτίωση της πρόσβασης στο θαλάσσιο μέτωπο. - Βελτίωση του οδικού δικτύου. - Δημιουργία ποδηλατοδρόμων. - Δημιουργία υποδομών για ΑΜΕΑ. - Εφαρμογή των κανονισμών ασφαλείας στις εγκαταστάσεις πετρελαϊκών και χημικών βιομηχανιών. - Ανάπτυξη δικτύου κοινωνικών υποδομών (Νοσ/μεία,, Δομές Κοινωνικής Μέριμνας, κλπ) - Ευαισθητοποίηση των πολιτών και των ομάδων σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος. | <ul style="list-style-type: none"> - Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός στο εξωτερικό από χώρες με χαμηλότερο κόστος (Μεσόγειος, Α.Ευρώπη, Α.Ανατολή). - Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από χώρες με αναβαθμισμένη ποιότητα και υψηλή διαφοροποίηση στα τουριστικά προϊόντα. - Κίνδυνος απελευθέρωσης παροχής υπηρεσιών φορτοεκφόρτωσης στο Λιμάνι του Πειραιά. - Εντατικοποίηση της επενδυτικής δραστηριότητας με στόχο το κέρδος. - Υψηλό κόστος ζωής. - Επιδείνωση κυκλοφοριακού προβλήματος. |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Μετάφραση της αυξανόμενης περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης σε συγκεκριμένες πρακτικές, όπως η ανακύκλωση, η αύξηση χρήσης Μέσων Μαζικής Μεταφοράς, κ.ά. - Αξιοποίηση των υποδομών και εγκαταστάσεων των Ολυμπιακών Αγώνων ως πόλων υπερτοπικής κοινωνικής και πολιτιστικής υποδομής. - Αξιοποίηση του τουρισμού της κρουαζιέρας. - Δημιουργία ενός ισχυρού brand name. | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

Αναλύοντας την πόλη του Πειραιά προκύπτει το ερώτημα σχετικά με την αναπτυξιακή στρατηγική για τη διαχείριση της επωνυμίας του. Στη σημερινή εποχή της παγκοσμιοποίησης, της οικονομικής κρίσης και του διαρκώς εντεινόμενου τουριστικού ανταγωνισμού: ποιες στρατηγικές επιλογές και τακτικές κινήσεις στο μίγμα marketing για τον Πειραιά θα μπορούσαν να εφαρμοστούν ώστε να συμβάλουν στην ενδυνάμωση της ανταγωνιστικότητας, και στην υιοθέτηση σύγχρονων μεθόδων αναβάθμισης της πόλης. Πως μπορεί να επιτευχθεί αν επιλεγεί το κατάλληλο μίγμα των παρεμβάσεων;

Ο Πειραιάς σήμερα έχει ένα brand name που σχετίζεται με δύο στοιχεία. Το πρώτο είναι το λιμάνι, που είναι το μεγαλύτερο στην Ελλάδα και οριοθετεί την απανταχού δύναμη των ελλήνων ναυτικών και το δεύτερο είναι ότι ο Πειραιάς είναι μια τουριστική πύλη. Κάθε χρόνο εκατομμύρια τουρίστες έρχονται και φεύγουν από τον Πειραιά. Επίσης τα τελευταία χρόνια ο Πειραιάς έχει αναδειχθεί σε κύριο προορισμό για τον θαλάσσιο τουρισμό αφού δεκάδες κρουαζιερόπλοια χρησιμοποιούν τον Πειραιά για τις εκδρομές τους στην Αθήνα. Παράλληλα ο Πειραιάς στην ιστορική του διαδρομή έχει υπάρξει ένα σημαντικό βιομηχανικό κέντρο με πολλά διαθέσιμα κτίρια της βιομηχανικής διαδρομής ή με άλλα που έχουν αλλαγή χρήσης. Από την άλλη οι ναυπηγοεπισκευαστικές μονάδες, ο σταθμός εξυπηρέτησης πλοίων

εμπορευματοκιβωτίων, το εμπορικό λιμάνι, το επιβατικό λιμάνι αποτελούν ισχυρές υποδομές που μπορούν να θεωρηθούν ως το μεγάλο πλεονέκτημα του.

Η οικονομία κάθε πόλης-προορισμού μπορεί να γίνει ανταγωνιστική, μέσα από τη συντονισμένη προσπάθεια όλων των κατοίκων, των φορέων, των οργανισμών και των επιχειρήσεων που ζουν και δημιουργούν εκεί, με απαραίτητη προϋπόθεση την ύπαρξη μίας σαφούς στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης, κοινά αποδεκτής και ορατής από όλους. Η χώρα μας σε περίοδο έντονης οικονομικής κρίσης, σε αντίθεση με άλλες ανταγωνίστριες τουριστικές δυνάμεις, δεν έχει εφαρμόσει ακόμη πρόγραμμα ανάπτυξιακής ταυτότητας προορισμού για καμία ελληνική πόλη ή τόπο και φυσικά ούτε και για τον Πειραιά παρά το γεγονός ότι παραμένει ένα σημαντικό εθνικό και διεθνές ναυτιλιακό κέντρο.

Ο Πειραιάς μπορεί να αποτελέσει μια πόλη σημείο αναφοράς στο nation branding της χώρας επειδή είναι μια πόλη με κομβική γεωγραφική θέση στους διεθνείς θαλάσσιους δρόμους και εξαιτίας των πολυάριθμων συγκριτικών πλεονεκτημάτων που διαθέτει ως περιοχή, τα οποία τον κάνουν ανταγωνιστικό τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Σημασία όμως έχει πως θα μπορέσει η πόλη του Πειραιά να εκμεταλλευτεί τα πλεονεκτήματα που ήδη έχει και σε ποια κατεύθυνση θα οδηγηθεί για να διαφέρει τελικά από άλλες πόλεις λιμάνια. Θα πρέπει λοιπόν να γίνουν οι απαραίτητες κινήσεις για την βελτίωση του ανταγωνιστικού του πλεονεκτήματος και της θέσης του στην διεθνή αγορά. Σ' αυτό θα συμβάλει και η αντίληψη που υπάρχει για την πόλη του Πειραιά.

Η αντίληψη του επιχειρηματικού κόσμου είναι ότι ο Πειραιάς είναι μια πόλη με πολλές ευκαιρίες «ανοιχτός» για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Από την άλλη για τον απλό πολίτη ο Πειραιάς έχει συνδεθεί με πολλά αθλητικά και πολιτιστικά γεγονότα. Από το ρεμπέτικο που ευδοκίμησε στον Πειραιά μετά τη Μικρασιατική καταστροφή ως τον Αθλητισμό με κυρίαρχο τον Ολυμπιακό, όλοι οι Έλληνες αλλά και πολλοί ξένοι δίνουν στο Πειραιά μία ιδιαίτερη αξία. Οπότε είτε οι σκηνές από την Στέλλα, είτε τα Παιδιά του Πειραιά, είτε η σύγχρονη μουσική σκηνή που εκφράζει την εργατική τάξη (π.χ. Active Member) είτε ο Ολυμπιακός, ο Πειραιάς διαμορφώνει μία ιδιαίτερη πολιτιστική ταυτότητα που τον βοηθάει και να διαφοροποιηθεί από την Αθήνα και άλλες πόλεις της Ελλάδας.

Όπως είδαμε, πολλές πόλεις όπως η Βαρκελώνη, κατάφεραν να βελτιώσουν την εικόνα του παραθαλάσσιου μετώπου τους και να αναβαθμιστούν ως κυριότεροι

προορισμοί. Ο Πειραιάς έχει μία παραλιακή ζώνη με πολλές εγκαταλειμμένες εγκαταστάσεις που θα μπορούσαν να γίνουν χώροι πολιτισμού και ψυχαγωγίας.

Κατά καιρούς έχουν εκφραστεί διάφορα σχέδια δίχως όμως και να εφαρμοστούν. Η συνολική αναβάθμιση που επιχειρείται στην Αθήνα, όπως το σχέδιο Αθηνά 2014, μπορεί να έχουν θετικές συνέπειες και στον Πειραιά. Η Δημοτική αρχή θα πρέπει να εκμεταλλευτεί την όλη αναβάθμιση που θα επιχειρηθεί στα επόμενα χρόνια στην Αθήνα και να έχει και ο Πειραιάς μερίδιο από την όλη αναβάθμιση.

Πρωταρχικός στόχος είναι, ο Πειραιάς, να προβάλλεται συστηματικά και επαγγελματικά και να αξιοποιεί αποτελεσματικά τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα είτε πρόκειται για τον τουρισμό, είτε για την αγορά, είτε για το λιμάνι.

Βασική επιδίωξη της τουριστικής πολιτικής της είναι η σημαντική αύξηση και επέκταση των εισοδημάτων και της απασχόλησης από τις τουριστικές υπηρεσίες, από τον εκσυγχρονισμό και τη βελτίωση των υπηρεσιών του λιμανιού, από την προσέλκυση επενδύσεων και την «πράσινη» ανάπτυξη στο επίκεντρο του στρατηγικού σχεδιασμού.

Η έλλειψη πράσινων ελεύθερων χώρων είναι σοβαρό μειονέκτημα. Ο Πειραιάς δεν διαθέτει πάρκα, πράσινο και γενικά ελεύθερους χώρους. Αυτό δημιουργεί μία θλιβερή εικόνα στους επισκέπτες ενώ δεν υπάρχει μέσα στο αστικό τοπίο ο χώρος εκείνος που θα τραβήξει το ενδιαφέρον του επισκέπτη όπως ένα πάρκο, ένα δίκτυο ποδηλατοδρόμων ή ένας προσεγμένος πεζόδρομος.

Η πολιτισμική ανεπάρκεια του Πειραιά αποτελεί ένα σημαντικό μειονέκτημα. Την ίδια στιγμή που όλες οι μεγάλες πόλεις έχουν να επιδείξουν μνημεία πολιτισμού, όπως η Ακρόπολη και το Μουσείο της Ακρόπολης στην Αθήνα, ο Πειραιάς δεν μπορεί να οριοθετήσει κάποιο μνημείο ιδιαίτερου πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Η ύπαρξη του Ναυτικού Μουσείου και το Δημοτικό Θέατρο, που και τα δύο είναι παραμελημένα και σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να έρθουν σε αντιπαράθεση με τα πολιτιστικά μνημεία που οριοθετούν άλλες πόλεις.

Η εμπέδωση του «τουριστικού κλίματος» στην κοινωνία και η διάχυση της ανάπτυξης παντού και κυρίως η σύνδεση της ζωής της πόλης με τις δραστηριότητες στο λιμάνι είναι επιβεβλημένη για τη δόμηση της ανταγωνιστικής ταυτότητας του Πειραιά. Σύμφωνα με την υφιστάμενη κατάσταση φαίνεται πως βρίσκεται ακόμα σε κατάσταση αναζήτησης. Οι δυνατότητες και οι ευκαιρίες που προσφέρει δεν έχουν αναδειχθεί ούτε στους πολίτες – κατοίκους της πόλης, ούτε στους επισκέπτες και προ πάντων στους έλληνες και ξένους επενδυτές. Ο Πειραιάς υπήρξε και θα παραμείνει

μια πόλη με τεράστια σημασία, μια πόλη που έχει πορευτεί μέσα από πολλούς και διαφορετικούς δρόμους ανάπτυξης.

Σημαντικό για την ιστορία του Πειραιά πως είναι μια πόλη που πάντα τα καταφέρνει καθώς αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την οικονομία της χώρας. Από την αρχαιότητα με τους νεοσοίκους, με την συμβολή του στην εκβιομηχάνιση της χώρας και την σημαντική εμπορική δραστηριότητα στους νεότερους χρόνους. Σήμερα οι συνθήκες υπάρχουν ώστε ο Πειραιάς, εφαρμόζοντας τις πρακτικές του creative city για το λιμάνι και του livable city για την πόλη να εξελιχθεί, επαναπροσδιορίζοντας την ταυτότητα του, σε ένα σημαντικό τόπο προορισμού με διακριτή ταυτότητα και όραμα.

Το νέο όραμα συνιστά τον Πειραιά «Ένα Διεθνές Ναυτιλιακό και Επιχειρηματικό κέντρο» με οδηγό την πράσινη ανάπτυξη και τον πολίτη στο επίκεντρο των αποφάσεων.

Το μίγμα των παραπάνω, δηλαδή, Πειραιάς(λιμάνι και πόλη) creative & livable city αντίστοιχα, πρόκειται να δώσει νέα ώθηση στην πόλη αλλά και στην χώρα καθώς ο Πειραιάς από τη θέση του (φυσική – ουσιαστική) αποτελεί ένα μοναδικό και σημαντικό τόπο για τη χώρα και όχι μόνο. Δημιουργώντας αυτό το μοντέλο ανάπτυξης της ανταγωνιστικής ταυτότητας, ικανοποιούνται αυτόματα δύο βασικές επιδιώξεις αφενός ο επαναπροσδιορισμός της ταυτότητας της πόλης του Πειραιά και αφετέρου η τοποθέτησή του ως πρεσβευτή της χώρας στις δύσκολες στιγμές της οικονομικής κρίσης σε ολόκληρο τον κόσμο.

Έτσι θα αντιμετωπιστεί και η κύρια απειλή για την πόλη του Πειραιά που είναι η αδράνεια. Η πόλη του Πειραιά σε ότι αφορά την ανάπτυξη της είναι σε αδράνεια εδώ και πολλά χρόνια, ίσως και δεκαετίες. Κανένα μεγάλο έργο δεν έχει γίνει που να οριοθετεί την αναβάθμιση της πόλης. Ενώ όλες οι άλλες μεγάλες πόλεις της Ελλάδας προχωράνε σε έργα αναβάθμισης π.χ. παραλιακή ζώνη της Θεσσαλονίκης, η περιοχή γύρω από την Ακρόπολη στην Αθήνα ή η πεζοδρόμηση και η δημιουργία ποδηλατοδρόμων στην Κηφισιά, στον Πειραιά υπάρχει μόνο η αδράνεια.

7.3. Στρατηγική Σχεδίαση

Προτείνεται αυτό το σημείο να αφορά τη δημιουργία του concept livable city στην πόλη και του concept creative city στο λιμάνι.

Σε ότι αφορά το λιμάνι περιοχή δημιουργίας (creative city). Το λιμάνι αποτελείται από πολλές εγκαταλελειμμένες αποθήκες αλλά και ζώνες δίχως κάποια χρήση. Μπορεί να γίνει σε μία περιοχή δημιουργίας που θα αναβαθμίσει την πόλη στα πρότυπα της Tate Gallery στο Λονδίνο, οι αποθήκες μπορεί να γίνουν γκαλερί και κέντρα υψηλής τέχνης.



Εικόνα 60: Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας(www.olp.gr)

Μπορεί να υπάρχουν και κέντρα διασκέδασης όπως bar κλπ αλλά θα δίνεται προσοχή στο περιεχόμενο τους ώστε να μην υποβαθμιστεί πολιτιστικά όπως έγινε τα παλαιότερα χρόνια.

Η περιοχή θα αναπροσδιοριστεί ως χώρος πολιτισμού και θα συνδέσει το λιμάνι, όπου χιλιάδες τουρίστες αναμένουν κάθε καλοκαίρι το καράβι, με τον πολιτισμό. Με το τρίο αυτό οι σκοτεινοί δρόμοι γύρω από τα λιμάνι θα γεμίσουν κόσμο και θα υπάρξει πολιτιστική ανάταση της περιοχής.

7.3.1. Ταυτότητα και μάρκετινγκ

Το Branding του Πειραιά θα στοχεύει στην επανατοποθέτηση της πόλης από μία πόλη που έχει καθαρά «διαδικαστικό» ρόλο, κυρίως για τη κίνηση των τουριστών από και προς την Αθήνα σε μία πόλη που θα μπορεί να ανταγωνιστεί από μόνη της τις άλλες πόλεις και να μετατραπεί σε πόλο έλξης. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να προσδιοριστεί η ταυτότητα του Πειραιά και να αποκτήσει αξία ως μία πόλη με αισθητικά πλεονεκτήματα και ως πόλος πολιτισμού.

Αυτό σημαίνει και ότι οι στρατηγικές μάρκετινγκ της πόλης θα πρέπει να εστιαστούν στο «νέο» και την «αλλαγή» το οποίο θα είναι εναρμονισμένο στο όραμα για τη δημιουργία του Πειραιά σ'ένα παγκόσμιο ναυτιλιακό και εμπορικό κέντρο. Το μάρκετινγκ θα πρέπει να επικεντρωθεί στη προώθηση του νέου μηνύματος ώστε στην αντίληψη του κοινού να γίνει η αλλαγή. Αυτό σημαίνει επίσης ότι οι αλλαγές θα πρέπει να είναι εμφανείς από τα έργα που θα γίνουν και να συνοδεύονται με τις ανάλογες προωθητικές ενέργειες.

7.4. Στρατηγική Ανάλυση-Αξιολόγηση δυνατοτήτων

Σίγουρα η εφαρμογή των μέτρων αυτών είναι δύσκολη. Θα γίνει μία αποτίμηση των δυνατοτήτων που έχει ο Πειραιάς. Ο Πειραιάς είναι ένας δήμος που σίγουρα έχει σημαντικά προβλήματα – ειδικά σε ότι αφορά τα οικονομικά του. Παρόλα αυτά όμως έχει και σοβαρούς πόρους όπως από το ΚΥΠ, τον ΟΛΠ ενώ με αξιώσεις να διεκδικήσει κονδύλια από το ΕΠΑ. Επίσης μπορεί να επιδιώξει τη συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα ώστε να μπορέσει να βρει συμμάχους στην προσπάθεια του για αναβάθμιση. Γνωρίζοντας ότι ζούμε περίοδο οικονομικής κρίσης είναι σημαντικό να τονιστεί η ανάγκη για συνεισφορά όλων των διαθέσιμων πόρων όπως οι επιδοτήσεις και η ιδιωτική συνεισφορά.

Από στρατηγικής άποψης η αλλαγή αυτή θα φέρει στον Πειραιά και στην Ελλάδα γενικά αυτό που λείπει από το τουριστικό χάρτη που είναι η δημιουργία μίας πόλης/λιμάνι ορόσημο με σύγχρονο προσανατολισμό. Τη στιγμή αυτή για να μπορέσει η Ελλάδα να έχει τουρισμό όλο το χρόνο θα πρέπει να έχει μία πόλη που θα τραβά το ενδιαφέρον των τουριστών όλο το χρόνο και θα δίνει μία σύγχρονη εικόνα. Αυτό σημαίνει όμως και αλλαγή όχι μόνο στα σχέδια αλλά και σε ζητήματα νοοτροπίας. Οι όποιες αλλαγές θα πρέπει να γίνουν σεβαστές από τους κατοίκους. Στο πλαίσιο της ευαισθητοποίησης θα πρέπει να υπάρξει και πρόγραμμα ενημέρωσης των κατοίκων ώστε να αλλάξουν συμπεριφορά και να σεβαστούν τις αλλαγές που έγιναν.

7.4.1. Αυθεντικότητα και καινοτομία

Για τα Ελληνικά δεδομένα αποτελεί σίγουρα μία καινοτομία. Είναι μία προσπάθεια να αναδειχθεί ένα νέο μοντέρνο προφίλ από μία Ελληνική πόλη που μπορεί να δώσει

ένα αέρα ανανέωσης στην Ελλάδα. Η καινοτομία είναι ότι θα έχουμε μία πόλη ορόσημο για πρώτη φορά στην Ελλάδα. Αν και η Αθήνα είναι ορόσημο, κυρίως λόγω της Ακρόπολης, θα έχουμε μία πόλη δεν θα στηρίζεται στο παρελθόν αλλά στο μέλλον της. Αυτό αποτελεί σίγουρα μία καινοτομία για τα Ελληνικά δεδομένα.

7.4.2. Βιωσιμότητα και ποιότητα

Η παρούσα κατάσταση στον Πειραιά δεν του επιτρέπει τη βιωσιμότητα ως πόλη. Πέρα από το λιμάνι και κάποιες επιχειρηματικές δραστηριότητες η πόλη αυτή τη στιγμή δεν έχει να δείξει κάτι το διαφορετικό και βιώσιμο. Για το λόγο αυτό είναι απαραίτητο να προβεί σε αυτό πλάνο που στηρίζεται εν μέρει στην πράσινη ανάπτυξη και μπορεί να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητα της πόλης αλλά και τη ποιότητα ζωής.

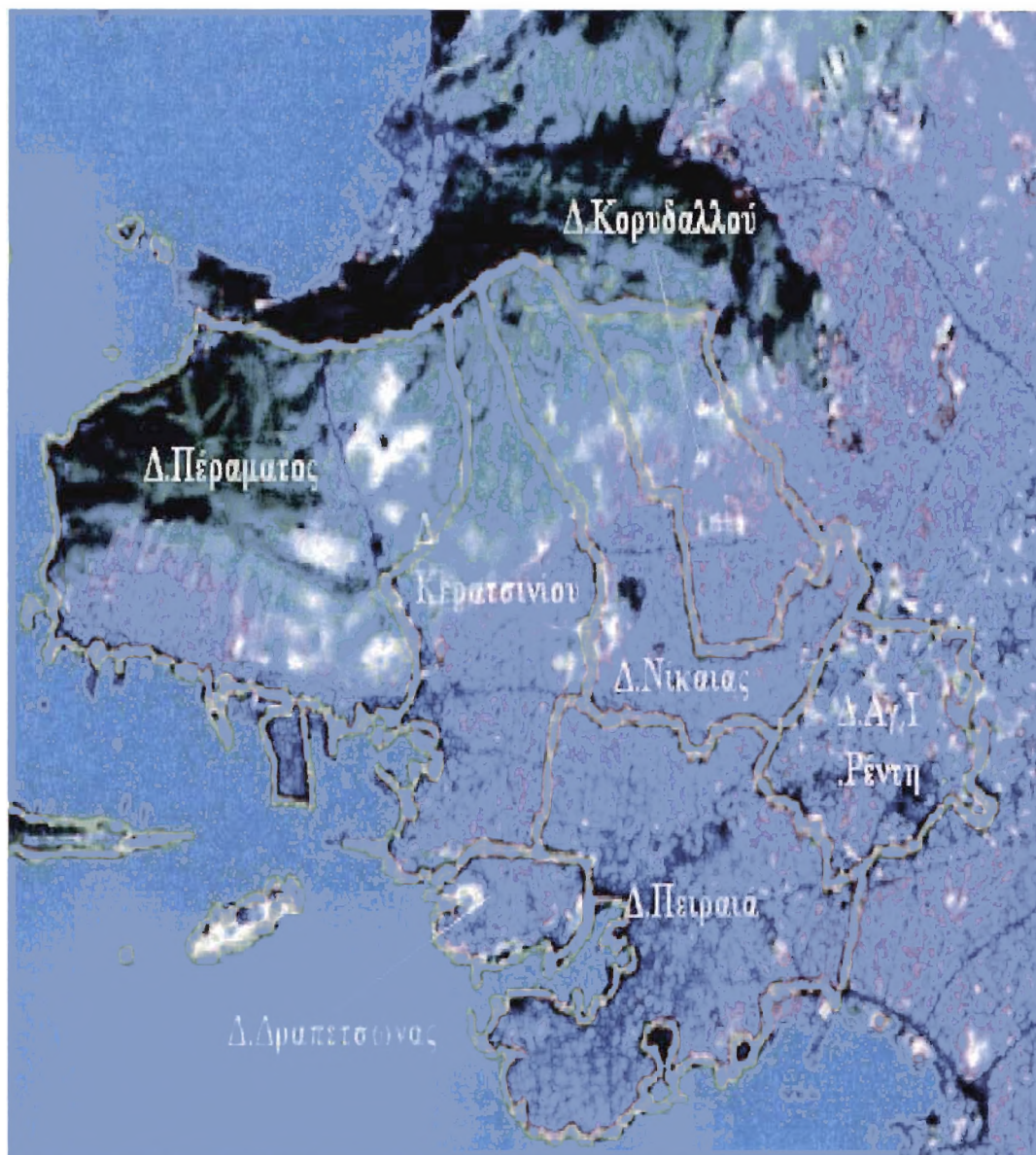
7.5. Στρατηγική Εφαρμογή- φορέας υλοποίησης

Η στρατηγική εφαρμογή του σχεδίου θα γίνει μέσω του φορέα που θα είναι η Δημοτική επιχείρηση τουρισμού. Ο φορέας θα έχει και την ευθύνη για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση του σχεδίου σε συνεργασία με τους εμπλεκόμενους φορείς.

7.6. Κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας και το μέλλον του Πειραιά

Οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας (Key Performance Indicators) είναι οι εξής:

- Αποδοχή των αλλαγών από τους κατοίκους
- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας
- Αλλαγή της εικόνας της πόλης
- Αύξηση των τουριστικών ροών



Χάρτης 26: Όρια δήμων Νομαρχίας Πειραιά (Νομαρχία Πειραιά.)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

8.1. Αναλυτική παρουσίαση της πρότασης

8.1.2. Εισαγωγή

Η εργασία εξέτασε τη περίπτωση του Πειραιά. Από την ανάλυση που έγινε προέκυψε το γεγονός ότι αν και ο Πειραιάς αποτελεί μία πόλη με εξαιρετικές προοπτικές έχει να αντιμετωπίσει επίσης σημαντικά προβλήματα. Αν και είναι σημαντικό λιμάνι και εμπορικό κέντρο τα τελευταία χρόνια η ποιότητα ζωής στον Πειραιά έχει υποβαθμιστεί ενώ δεν μπορεί να αποκτήσει μία «ταυτότητα» που θα τον βοηθήσει να διαφοροποιηθεί από τον ανταγωνισμό και να τοποθετηθεί στον τουριστικό χάρτη ως ένας μοναδικός προορισμός. Ο Πειραιάς δεν πρέπει να μείνει απλά ένα λιμάνι των Αθηνών. Πρέπει να σχηματίσει το χαρακτήρα του, να αξιοποιήσει τα πλεονεκτήματά του και να γίνει ένας διεθνής προορισμός.

Στην πραγματικότητα το πρόβλημα δεν αφορά μόνο τον Πειραιά αλλά όλη την Αττική και κατ'επέκταση και την χώρα. Τα μεγάλα μητροπολιτικά κέντρα αναζητούν το ρόλο τους στο διεθνή καταμερισμό εργασίας, όλα έχουν κάτι να δείξουν και όλα σε κάτι εξειδικεύονται. Η Αθήνα δεν είναι πια μόνο ο Παρθενώνας. Η Αττική έχει σοβαρό πρόβλημα ταυτότητας γιατί δεν έχει συγκεκριμένο διεθνή τομέα να προβάλλει όπως έχουν οι άλλες μεγάλες μεγαλουπόλεις. Τα σημείο αναφοράς της δεν είναι ο σύγχρονος πολιτισμός ούτε η μόδα, δεν είναι οι ναυτιλιακές υπηρεσίες, ούτε οι οικονομικές αλλά ούτε οι of shore εταιρείες. Επομένως η νέα ταυτότητα της Αττικής θα περνά αναγκαστικά πια από την πόλη του Πειραιά.

Ο Πειραιάς έχει το μοναδικό πλεονέκτημα ότι εκατομμύρια τουρίστες περνάνε από το λιμάνι κάθε χρόνο αλλά δίχως να παραμένουν στην ευρύτερη περιοχή του. Αυτό σημαίνει ότι στην αντίληψη των τουριστών ο Πειραιάς είναι ένα hub δηλαδή ένα διακομιστικό κέντρο προς τον τελικό προορισμό. Ακόμα και οι παραγωγικές τάξεις στον Πειραιά φαίνεται ότι είναι σε μία περίοδο παρακμής.

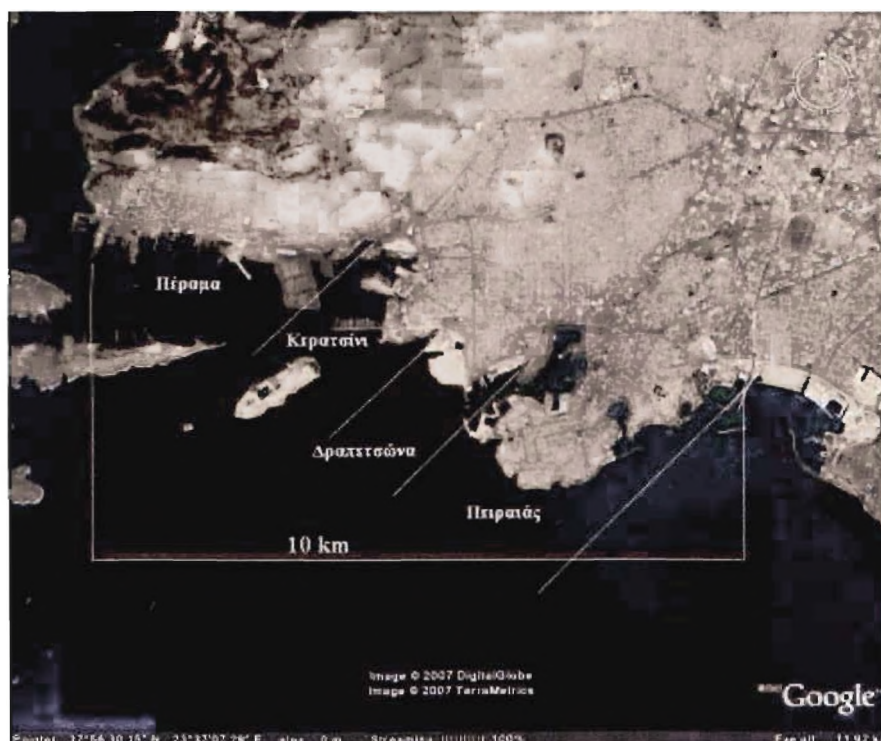
Το κυρίαρχο στοιχείο του Πειραιά είναι η Παράκτια Ζώνη μαζί με το Λιμάνι και εκεί πρέπει να δοθεί προτεραιότητα για την ανάπτυξη χωρίς να παραμεληθεί ο υπόλοιπος ιστός της πόλης.

Κυρίαρχος πόλος έλξης με την πλέον βαρύνουσα θεματική αναπτυξιακή δραστηριότητα είναι η παραλιακή τέως βιομηχανική ζώνη της **ακτής Ηετίωνος – Δραπετσώνας – Κερατσινίου – Περάματος**.

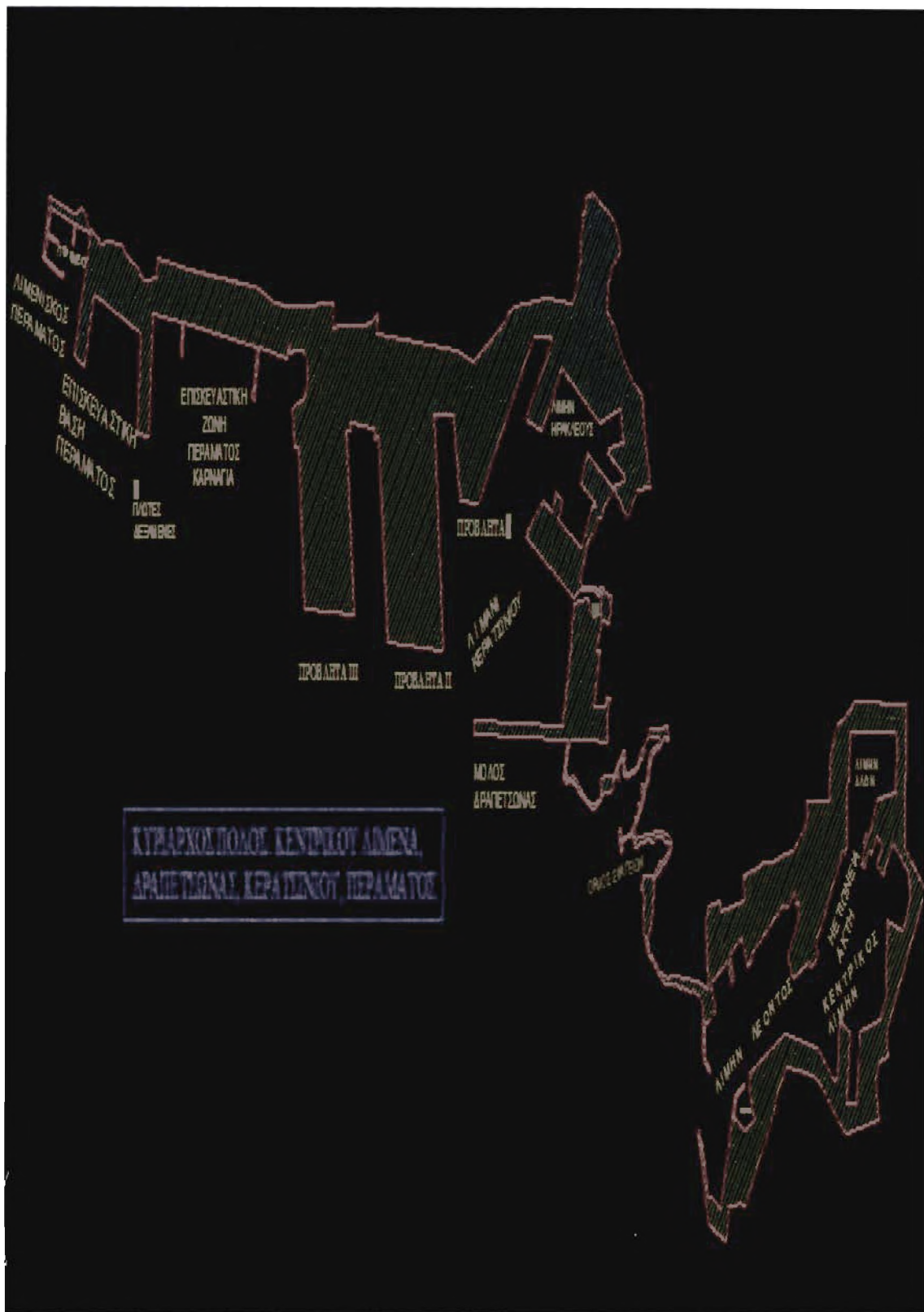
Η συγκεκριμένη ζώνη είναι σημαντική λόγω:

- Της απελευθέρωσης σημαντικών εκτάσεων γης, που είναι διαθέσιμες μετά την αποβιομηχάνιση της περιοχής.
- Της προσβασιμότητάς της προς κύριες εθνικούς οδικούς άξονες, μέσω της Λεωφόρου Παπανδρέου.
- Της προνομιακής θέσεώς της επί του θαλάσσιου μετώπου.
- Της γειτνίασης τους με την αναπτυξιακή δυναμική των προγραμματισμένων έργων του Οργανισμού Λιμένος Πειραιώς στην **Ηετιώνιο Ακτή**.
- Για την παραλιακή Ζώνη της Δραπετσώνας – Κερατσινίου – Περάματος στη συνέχεια προτείνεται ένας ολοκληρωμένος πολεοδομικός σχεδιασμός.

Τον ρόλο της κυρίαρχης δραστηριότητας, η οποία θα εξασφαλίσει το ειδικό βάρος που απαιτείται για την προσέλκυση των επιμέρους δραστηριοτήτων, προτείνεται να τον παίξει η δημιουργία ενός Διεθνούς Ναυτιλιακού Επιχειρηματικού Κέντρου, το οποίο θα αποτελεί ένα πυρήνα κτηρίων υψηλών αισθητικών και τεχνολογικών προδιαγραφών, με κεντρικό ένα κτήριο ορόσημο που θα ταυτιστεί με την ανάπτυξη του θαλάσσιου μετώπου Δραπετσώνας – Κερατσινίου – Περάματος.



Χάρτης 27: Περιοχή Μελέτης(Εικόνα από το πρόγραμμα Google Earth)



Σχεδιάγραμμα 14: Το θαλάσσιο μέτωπο Κεντρικού Λιμένα - Δραπετσώνας – Κερατσινίου – Περάματος(www olp .gr)

8.2. Η υφιστάμενη οικονομική κατάσταση

Η υφιστάμενη κατάσταση οικονομική κατάσταση χαρακτηρίζεται από την έλλειψη της ταυτότητας, οικονομική υστέρηση και αισθητική υποβάθμιση. Οι λόγοι συνέτειναν σε αυτό έχουν ήδη αναφερθεί και εν συντομία είναι:

- Η μεταφορά του Εμπορικού Στόλου των δραστηριοτήτων πέριξ αυτού στην περιοχή Ικόνιου – Περάματος.
- Η μαζική φυγή των Εφοπλιστών, με την ελευθερία επιλογής της έδρας που προσφέρει η σύγχρονη τεχνολογία, σε περιοχές με περισσότερα πλεονεκτήματα.
- Η αποβιομηχάνιση της ευρύτερης περιοχής με την απομάκρυνση των μεγάλων βιομηχανικών μονάδων και την εγκατάστασή τους σε ελκυστικότερα σημεία.
- Η μεταφορά της έδρας ναυπηγοεπισκευαστικών δραστηριοτήτων σε περιοχές όπως ο Σκαρामαγκάς και η Ελευσίνα απομακρυσμένες από τον Πειραιά.
- Η συρρίκνωση του εμπορίου γύρω από το λιμάνι, το οποίο παλιότερα εξυπηρετούσε τις συνοικίες του Πειραιά, όσο και τα νησιά.
- Η έλλειψη έργων υποδομής, όπως η αναβάθμιση των οδικών δικτύων για την εύκολη πρόσβαση στην πόλη και την ελεύθερη και άνετη μετακίνηση μέσα σε αυτή, καθώς και την απουσία αναβάθμισης των τεχνολογικών υποδομών στον Πειραιά με δίκτυα υψηλής τεχνολογίας κλπ.
- Η εγκατάσταση πολεοδομικού – αστικού ιστού με ελλειπίς ή άτολμες αναπλάσεις
- Η έλλειψη χώρων στάθμευσης.
- Η κυκλοφοριακή επιβάρυνση της πόλης, λόγω της έλλειψης χώρων στάθμευσης αλλά και λόγω της ύπαρξης πολλαπλών διαδρομών – προορισμών που δημιουργεί η διάσπαρτη εγκατάσταση δραστηριοτήτων σε όλο το εύρος της πόλης, με μεγαλύτερο ποσοστό στην επιβάρυνση αυτή, την έλλειψη μέσων μαζικής μεταφοράς αξιόπιστης λειτουργίας.
- Η αύξηση της ανεργίας κυρίως των νέων, το οποίο οφείλεται κατά πολύ στα παραπάνω.

Είναι γενικά παραδεκτό ότι η προσαρμογή των υποδομών, των μεταφορών και των επικοινωνιακών συστημάτων των σύγχρονων πόλεων σε πιο ενεργειακά αποδοτικές λύσεις και στις συνέπειες της κλιματικής αλλαγής συνεπάγεται, μεταξύ άλλων, και προώθηση της τοπικής οικονομίας, των τοπικών πόρων και προϊόντων. Επομένως και ο στρατηγικός σχεδιασμός όσον αφορά την προοπτική της οικονομικής ανάπτυξης και ανασυγκρότησης του Δήμου Πειραιά πρέπει να κινηθεί με γνώμονα τα παραπάνω.

8.3. Το Στρατηγικό Όραμα για τον Πειραιά

Η πρόταση με το Στρατηγικό Όραμά για τον Πειραιά διαπραγματεύεται την επαναδιατύπωση της ταυτότητας του με το logo

«Ο Πειραιάς ένα Διεθνές Ναυτιλιακό και Επιχειρηματικό Κέντρο»

Και έχει σαν στόχο:

- Να γίνει πόλος έλξης για όλους τους Έλληνες και Αθηναίους, αλλά και τους ταξιδιώτες που θα καταφτάνουν κατά χιλιάδες κάθε ημέρα, με τα κρουαζιερόπλοια, στο μεγαλύτερο λιμάνι της χώρας μας.
- Να υπάρξει οργανική διασύνδεση της πόλης με τη λιμενική ζώνη μέσω της δημιουργίας ενός πνεύμονα πρασίνου και συγκέντρωσης πολιτιστικών δραστηριοτήτων.
- Να αναδείξει τους αρχαιολογικούς χώρους
- Να αναπτύξει και βελτιώσει το οδικό δίκτυο με τη δημιουργία πεζοδρόμων – ποδηλατοδρόμων κλπ.
- Να αξιοποιήσει το υφιστάμενο κτιριακού απόθεμα μέσω της μετατροπής του σε πολυχώρους πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Για το λόγο αυτό προτείνουμε μία συνολική λύση η οποία περιλαμβάνει ένα πρόγραμμα ανάπτυξης σε βάθος χρόνου μιας δεκαετίας και εκτείνεται σε τρεις άξονες:

📌 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ

📌 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ

📌 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ

Η δημιουργία της κυρίαρχης αυτής δραστηριότητας του Διεθνούς Ναυτιλιακού – Επιχειρηματικού Κέντρου προτείνεται να πλαισιωθεί παράλληλα και από παρεμφερείς και υποστηρικτικές εμπορικές, οικονομικές δραστηριότητες, όπως ναυτιλιακοί πράκτορες, ναυτασφαλιστικές εταιρείες, τράπεζες, νηογνώμονες, πραγματογνώμονες, νομικές υπηρεσίες υποστήριξης και διαιτησίας, εταιρείες μεταφορών, διοικητικές υπηρεσίες και άλλες παρεμφερείς.

Προϋπόθεση για την εκπλήρωση του παραπάνω στόχου απαιτείται και η χάραξη μιας συγκεκριμένης στρατηγικής που θα αναβαθμίσει την ταυτότητα της πόλης μέσα από συγκεκριμένες δράσεις.

- ✦ Η πρώτη δράση αφορά το **concept livable city**, δηλαδή τη δημιουργία συνθηκών ποιότητας ζωής που θα αναβαθμίσουν όχι μόνο τη ζωή των κατοίκων αλλά και την πόλη γενικότερα. Ο Πειραιάς θα μετατραπεί σε πόλη υπόδειγμα με χώρους πρασίνου, ελεύθερους χώρους, πεζόδρομους αλλά και χώρους ποιοτικής διασκέδασης. Για το λόγο αυτό ο Πειραιάς θα χωριστεί σε «ζώνες ανάπτυξης» που η κάθε ζώνη θα έχει να προσφέρει και κάτι διαφορετικό.
- ✦ Η δεύτερη δράση είναι το **creative city**, όπου θα εφαρμοστεί στη περιοχή γύρω από το λιμάνι του Πειραιά. Στόχος είναι η μετατροπή του λιμανιού από μια περιοχή, σχεδόν, εγκαταλελειμμένη σε περιοχή παραγωγής πολιτισμού υψηλής ποιότητας.

Επίσης σε επίπεδο πολιτικής απαιτείται η **δημιουργία ενός διαδημοτικού φορέα** όπου θα εκπροσωπούνται: α) η πολιτεία β) οι ενδιαφερόμενοι Δήμοι γ) οι παραγωγικές τάξεις με τον επιχειρηματικό κόσμο κυρίως της ναυτοσύνης αλλά και άλλων τομέων παραγωγικής ανάπτυξης, η πανεπιστημιακή κοινότητα αλλά και άλλοι τοπικοί φορείς, σύλλογοι και απλοί πολίτες. Ο φορέας αυτός θα λαμβάνει τις αποφάσεις μετά από διαβούλευση με την τοπική κοινωνία.

Στόχος των παραπάνω δράσεων θα είναι ο Πειραιάς να εξελιχθεί σε τουριστικό προορισμό, να ξαναποκτήσει και να δημιουργήσει ένα ισχυρό brand name που θα ταξιδέψει την πόλη του Πειραιά αλλά και τη χώρα σε ολόκληρο τον κόσμο.

8.3.1. Οικονομικός τομέας

A. Οι προοπτικές της οικονομικής ανασυγκρότησης του Πειραιά είναι η δημιουργία πολλαπλών οικονομικών κέντρων, τα οποία με την επιλεγμένη και αυτοτελή δραστηριότητα τους, θα αποτελέσουν τις βάσεις της οικονομικής ανάπτυξης του Πειραιά:

Επένδυση στη γνώση με το Πανεπιστήμιο του Πειραιά ενταγμένο στην υπόθεση της οικονομικής αξιοποίησης – εκμετάλλευσης του λιμανιού με την κατάρτιση του

ανθρώπινου δυναμικού και τη δημιουργία σχετικών τμημάτων με στόχο και την προσέλκυση ξένων φοιτητών στην εκπαίδευση σε διάφορους τομείς της ναυτοσύνης για την οποία η χώρα μας έχει μακρά εμπειρία και παράδοση. Άλλωστε σήμερα αυτό είναι επιβεβλημένο από τις συνθήκες όπως έχουν διαμορφωθεί με τη συνεχή εξέλιξη της ναυτιλιακής τεχνολογίας η οποία απαιτεί συνεχή κατάρτιση του λιμενικού προσωπικού στις νέες τεχνολογίες.

Παράλληλα, η παγκοσμιοποίηση της διεθνούς οικονομίας και οι απαιτήσεις των διεθνών ρυθμίσεων για τη ναυτιλία αύξησαν τις ανάγκες για εξειδικευμένα και πολύπλευρα καταρτισμένα ναυτιλιακά στελέχη όπως οικονομολόγοι για τις ναυτιλιακές επιχειρήσεις (τμήματα οικονομικών, λογιστηρίου, προμηθειών, ασφαλίσεων και ασφαλιστικών απαιτήσεων, ναυλώσεων, πρακτόρων, ποιότητας, εσωτερικού ελέγχου, διαχείρισης προσωπικού, γραμματείας, δημοσίων σχέσεων, πρακτόρευσης πλοίων), τα ναυτιλιακά τμήματα Τραπεζών, η διοίκηση ναυπηγείων/επισκευαστηρίων, οι εθνικές και ευρωπαϊκές κρατικές υπηρεσίες, τους λιμενικούς οργανισμούς, τους ναυτιλιακούς οργανισμούς (Νηογνώμονες, Ασφαλιστικές επιχειρήσεις κ.ά.), οι επιχειρήσεις εξοπλισμού και προμήθειας πλοίων, οι επιχειρήσεις συνδυασμένων μεταφορών κ.λ.π.

Αυτό πρέπει να οδηγήσει στη δημιουργία προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων που θα παρέχουν την επιστημονική θεωρητική γνώση καθώς και την πρακτική κατάρτιση στους αποφοίτους για να σταδιοδρομήσουν σαν διοικητικά και οικονομικά στελέχη στο χώρο της Ναυτιλίας και των Μεταφορών.

Επενδύσεις. Η χώρα μας είναι ένα από τα ισχυρότερα και πιο σημαντικά ναυτικά κράτη του κόσμου και η εμπορική της ναυτιλία είναι ο δυναμικότερος κλάδος της εθνικής μας οικονομίας. Σημαντικό ρόλο στην όλη χρηματοοικονομική συνεισφορά της ναυτιλίας θα παίζει και η προσπάθεια για την ανάδειξη του Πειραιά ως διεθνούς ναυτιλιακού κέντρου.

Η παραπάνω προσπάθεια πρέπει να αποτελεί επιδίωξη τόσο της ελληνικής πολιτείας όσο και των ιδιωτικών ναυτιλιακών φορέων. Ειδικά για τις ναυτιλιακές επιχειρήσεις πρέπει να δοθούν κίνητρα από την πολιτεία έτσι ώστε να επαναφέρουν την έδρα τους στην πόλη του Πειραιά.

Στο τομέα των επενδύσεων η δημιουργία μιας «Ζώνης Καινοτομίας» παρέχει την δυνατότητα άμεσων δράσεων προς την κατεύθυνση :

- Της ανατροπής της εικόνας του οικονομικού μαρασμού της περιοχής.
- Της αντιστροφής των αρνητικών συνεπειών από την αποβιομηχάνιση της Αττικής
- Της ενθάρρυνσης των προσπάθειών ενίσχυσης των πρωτοβουλιών της νέας οικονομίας.
- Της δημιουργίας συμπληρωματικότητας δημόσιων και ιδιωτικών επενδύσεων.
- Της εξασφάλισης χώρων και υποδομών, διοργάνωσης και φιλοξενίας διεθνών πολιτικών, πολιτιστικών, τεχνολογικών και επιχειρηματικών γεγονότων που θα καταστήσουν τον Πειραιά ένα διεθνούς αναγνωρισιμότητας και υψηλής ανταγωνιστικότητας αστικό κέντρο με υπηρεσίες υψηλής αισθητικής και μοναδικής πρωτοτυπίας.

Ενισχυτικά στα παραπάνω θα αποτελέσουν δράσεις και συνεργασίες με φορείς και ιδρύματα όπως:

- Συνεργασία με φορείς όπως το ΕΜΠ και το ΥΠΕΚΑ για πεζοδρόμηση του κέντρου της πόλης και δημιουργία δικτύου ποδηλατοδρόμων που θα συνδεθούν με το υπο κατασκευή δίκτυο Κηφισιάς – Φαλήρου.
- Απαλλοτρίωση παλαιών κτιρίων ώστε να γίνουν πάρκα.
- Αναβάθμιση των συγκοινωνιών με επέκταση του TRAM και του METRO και συγχρόνως μείωση της κυκλοφορίας των ΙΧ ώστε να βελτιωθεί η εικόνα στο κέντρο της πόλης.
- Αναβάθμιση του εμπορικού κέντρου με προωθητικές ενέργειες και λειτουργία του και τις Κυριακές στα πρότυπα των ξένων χωρών.
- Πεζοδρόμηση της περιοχής εκτός από τους δρόμους που οδηγούν στο λιμάνι.
- Οι παλιές αποθήκες σε συνεργασία με το Δήμο να γίνουν κέντρα υψηλής τέχνης.
- Δημιουργία κέντρων πολιτισμού όπως γκαλερί, jazz bar, εστιατόρια πολυτελείας και μουσεία.
- Έμφαση στο φωτισμό και γενικότερα στον καλλωπισμό της περιοχής.
- Δημιουργία οικονομικών κινήτρων, όπως περιοχές δίχως δημοτικά τέλη και φόρους ώστε να μπορέσει να γένει και οικονομικό επίκεντρο και να έχει ζωή 24 ώρες το 24ωρο

8.3.2. Κοινωνία

Οι χωροταξικές και πολεοδομικές επιπτώσεις είναι σημαντικές για την κοινωνική συνοχή. Ειδικά για την πόλη του Περάματος η οποία είναι αποκομμένη από τον υπόλοιπο Πειραιά και η οποία εμφανίζει στοιχεία απομόνωσης και περιθωριοποίησης του πληθυσμού, ενώ ταυτόχρονα του αποστερείται ζωτικός χώρος για χρήσεις κοινωνικού εξοπλισμού.

Εκτός από τα οφέλη και τις πολύ σημαντικές ευνοϊκές επιπτώσεις για τον οικονομικό και περιβαλλοντικό τομέα που θα έχουν οι προτεινόμενες δράσεις θα έχουν και σημαντικές επιπτώσεις και για τους πολίτες με την βελτίωση της ποιότητας ζωής και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας που θα προέλθουν απ' την αύξηση της δραστηριότητας από τις νέες χρήσεις.

8.3.3. Περιβάλλον

Η πλέον περιβαλλοντικά βεβαρημένη περιοχή του Πειραιά είναι χωρίς αμφιβολία το Πέραμα με μία από τις πλέον οχλούσες δραστηριότητες που είναι η αποθήκευση χημικών και καυσίμων. Οι επιπτώσεις από την λειτουργία των δεξαμενών αποθήκευσης είναι σοβαρές για τους κατοίκους, ενώ ο κίνδυνος αποκλεισμού της περιοχής σε περίπτωση ατυχήματος είναι ορατός, γιατί οι δεξαμενές καυσίμων βρίσκονται αμφίπλευρα της κεντρικής αρτηρίας, που συνδέει την πόλη με τον υπόλοιπο Πειραιά.

Επίσης η ηχορύπανση είναι υψηλή, ενώ η κυκλοφοριακή φόρτιση μεγάλη. Στην ατμοσφαιρική ρύπανση, που η κυκλοφοριακή φόρτιση συνεπάγεται, θα πρέπει να προστεθεί και η περαιτέρω επιβάρυνση με υδρογονάνθρακες, που έχουν μετρηθεί αυξημένοι στην περιοχή, από τις δεξαμενές καυσίμων.

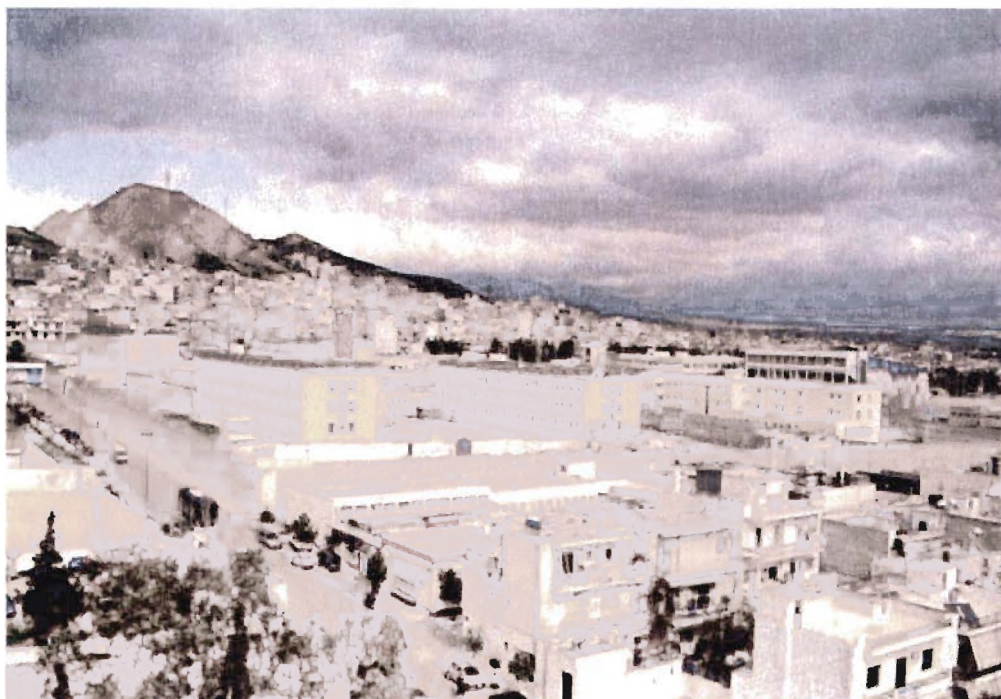
8.4. ΠΡΟΤΑΣΗ ΑΝΑΠΛΑΣΗΣ

Η πρόταση ανάπλασης αφορά τον **οικιστικό ιστό της πόλης** αλλά και την **παράκτια ζώνη** με κεντρικό πόλο έλξης το λιμάνι και την περιοχή από την Δραπετσώνα ως το Πέραμα. Για να είναι επιτυχής αυτή η παρέμβαση θα πρέπει να επιτευχθεί η **λειτουργική ενσωμάτωση της πρώην λιμενο-βιομηχανικής ζώνης** στον υφιστάμενο αστικό ιστό.

8.4.1. Οι επιμέρους προτάσεις για την ανάπλαση του Πειραιά

Α. Για τον οικιστικό ιστό προτείνεται περιφερειακά ανάπτυξη των **επιμέρους κέντρων – πόλων έλξης** τα οποία θα λειτουργήσουν δορυφορικά και σε απόλυτη συνεργασία με το **κυρίαρχο κέντρο – ναυαρχίδα το λιμάνι** συμπληρώνοντας και καλύπτοντας το ένα το άλλο δημιουργώντας έτσι ένα μοντέλο οικονομικής ανάπτυξης με διακριτές επιλεγμένες δραστηριότητες.

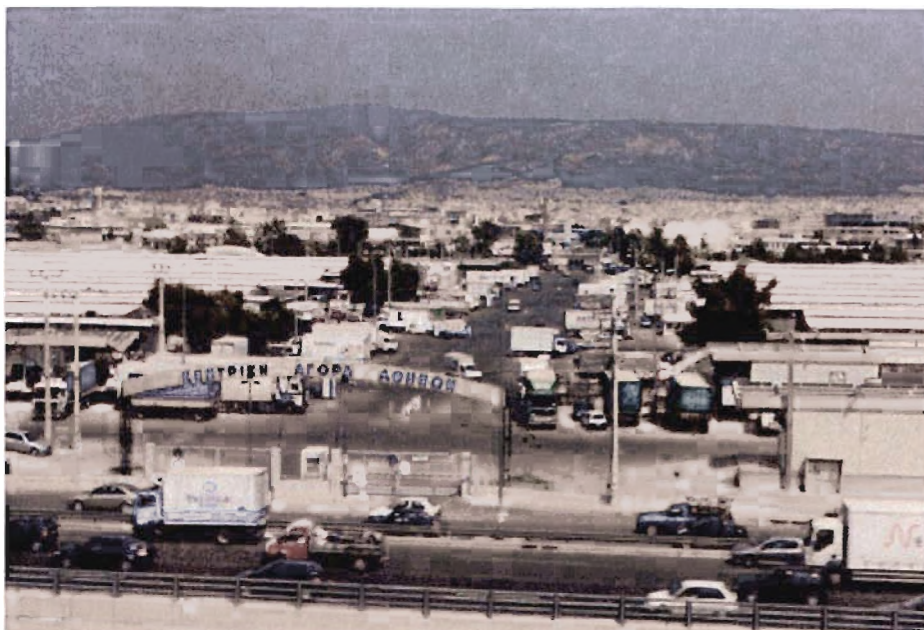
1. **Η απομάκρυνση των φυλακών Κορυδαλλού** και η αξιοποίηση του χώρου με χώρους πρασίνου, αναψυχής και πεζοπορίας.



Εικόνα 61: Οι Φυλακές Κορυδαλλού

2. Σταδιακή **μεταφορά της Κεντρικής Λαχαναγοράς του Ρέντη** στη Μεταφόρτωση και στη Βάρη Αττικής. Ο χώρος των 300 στρεμμάτων που θα

απελευθερωθεί να αξιοποιηθεί ανάλογα (π.χ για κατοικίες, εμπορικές χρήσεις, πράσινο) από τους εμπλεκόμενους φορείς ενός συνολικού σχεδιασμού ανάπλασης. Η πρόταση αυτή θα αποσυμφορήσει σημαντικά το Δήμο από την αυξημένη κυκλοφοριακή κίνηση των φορτηγών που προσεγγίζουν την περιοχή από όλο το λεκανοπέδιο και θα αφήσει χώρο κυκλοφορίας σε επισκέπτες και δημότες για τοπική χρήση.



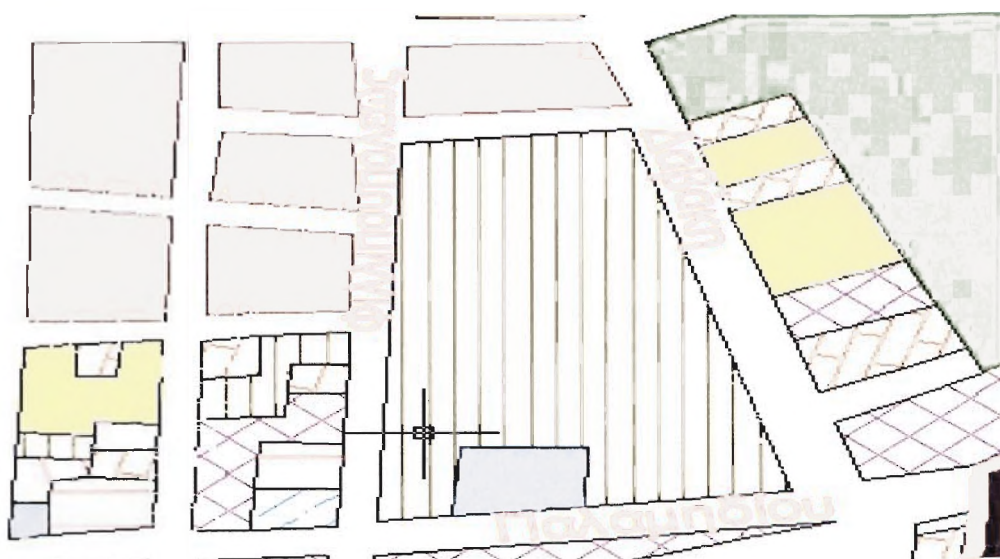
Εικόνα 62: Η Κεντρική Λαχαναγορά

3. Στην περιοχή του Πειραιά υπάρχουν τα στρατόπεδα «ΠΑΠΑΔΟΓΙΩΡΓΗ», έκτασης 12 στρεμμάτων και «ΣΑΚΕΛΙΩΝΑ», έκτασης 31 στρεμμάτων τα οποία αποδεσμεύτηκαν από τον στρατό λόγω της νέας αναδιοργάνωσης και αναδιάταξης του. Για να εκμεταλλευτούν σωστά οι εκτάσεις αυτές προτείνεται να διαμορφωθούν σε κοινόχρηστοι χώροι άθλησης, πολιτισμού, και αναψυχής, έτσι ώστε να προστατευθεί το περιβάλλον και να βελτιωθεί η καθημερινή ποιότητα ζωής δίνοντας μια ανάσα στις ήδη πυκνοκατοικημένες περιοχές.



Εικόνα 63: Α. Αποψη από τη δυτική είσοδο του Στρατοπέδου Β. Ο χώρος της πρώην στρατολογίας του « Παπαγιώργη»

4. Αφορά το **οικοδομικό τετράγωνο** στη περιοχή **Μανιάτικα** του που περικλείεται από τις **οδούς Παλαμηδίου– Φιλιππουπόλεως – Δαβάκη και Μαντούβαλου**, έκτασης 9.975 τ.μ. που παραχωρήθηκε το 1949 από το Ελληνικό Δημόσιο στην ΚΥΔΕΠ το 1993 με την 2695/93 απόφαση του Εφετείου Αθηνών σε καθεστώς ειδικής εκκαθάρισης με εκκαθαρίστρια την Αγροτική Τράπεζα. Οι πολιτικοί φορείς των δήμων του Πειραιά σε συνεργασία με τους κατοίκους της περιοχής αποφάσισαν τον αποχαρακτηρισμό του οικοδομικού τετραγώνου σε χώρο πρασίνου, άθλησης και πολιτισμού. Προτείνεται να αξιοποιηθεί ο εν λόγω χώρος σύμφωνα και με την ειλημμένη απόφαση των φορέων της περιοχής με κονδύλια από το Δήμο Πειραιά.



Σχεδιάγραμμα 15: Οικοδομικό τετράγωνο στην περιοχή Μανιάτικα

5. Αφορά την έκταση 47 στρεμμάτων ανάμεσα στο γήπεδο Καραϊσκάκη και **την οδό Ανδρέα Μουράτη στο Νέο Φάληρο**. Η έκταση έχει χαρακτηριστεί με το Ρυθμιστικό Σχέδιο Αθήνας (Ν.1512/85) και το Γενικό Πολεοδομικό Σχέδιο Πειραιά (ΦΕΚ 79/78) ως χώρος πρασίνου, αθλητικών και κοινωνικών χρήσεων. Προτείνεται οι αρμόδιοι φορείς (Δήμος, Γενική Γραμματεία Αθλητισμού) αφού διαθέσουν τα ανάλογα κονδύλια στο πλαίσιο μιας από κοινού σύμβασης – συμφωνίας να προχωρήσουν στην υλοποίηση της ήδη ειλημμένης απόφασης.



Εικόνα 64: Περιοχή στη συνοικία του Βάβουλα

6. Η ανάπλαση και δημιουργία χώρων αναψυχής και πρασίνου **στο Λόφο Σελεπίτσαρι και στον Λόφο Δεξαμενής στη Νίκαια**, καθώς και η ενοποίησή τους θα διαμορφώσουν επίσης μια αλυσίδα ελεύθερων χώρων πρασίνου και αναψυχής που τόσο έχουν ανάγκη οι αστικές αυτές περιοχές.



Σχεδιάγραμμα 16: Λόφος Σελεπίτσαρι – Λόφος Δεξαμενής

7. Η ανάπλαση του **Εμπορικού Κέντρου του Πειραιά** και η σύνδεση του Κέντρου με την Νότια πύλη του Πειραιά και την ανάπλαση της που έχουν δρομολογηθεί, είναι βήματα προς την σωστή κατεύθυνση για την ανάδειξη της ιστορικότητας της πόλης και τον επαναπροσδιορισμό της ταυτότητάς της.

Η ανάπλαση σημαντικών σημείων του Λόφου Καστέλας, η ανάπλαση του Εμπορικού Κέντρου του Πειραιά, η βελτίωση της εικόνας βασικών οδικών αξόνων, η ανάπλαση της Ακτής Πρωτοψάλτη, του μετώπου στο Μικρολίμανο, της Πλατείας Κανάρη και Κοραή με τη δημιουργία πεζοδρομίων και πρασίνου σε συνδυασμό με την ανάδειξη μνημείων του Αρχαίου Διπύλου, η ανάδειξη του Αρχαίου Θεάτρου της Ζέας αποτελούν έργα που θα έχουν ως αποτέλεσμα την απαραίτητη αναπτυξιακή δυναμική για το μέλλον της πόλης.



Εικόνα 65: Το Εμπορικό Κέντρο του Πειραιά

(http://www.charagionis.com/gr/activities_dvnt_piraeus.htm)

8. Μια άλλη περιοχή που μπορεί να καταστεί πόλος έλξης είναι η Νίκαια, το Κερατσίνι και η Δραπετσώνα που υπάρχουν ακόμη **Προσφυγικοί Οικισμοί**. Οι προσφυγικοί αυτοί συνοικισμοί στη Νίκαια, το Κερατσίνι και την Δραπετσώνα είναι ένας ζωτικός αστικός χώρος που απαιτεί συνολικό σχεδιασμό επεμβάσεις ανάπλασης, που θα δώσουν πνοή στα κέντρα των δήμων αυτών με την ανάπτυξη χρήσεων που θα επιλεγούν ειδικά για τις περιοχές και πάντοτε σε συνεργασία με τους τοπικούς δήμους και φορείς.

Οι χώροι αυτοί θα πρέπει να επαναπροσδιορίσουν την ύπαρξη τους και να αναπλαστούν κατάλληλα για την επανένταξή τους στο αστικό σύνολο. Κάποιες προτάσεις για την αξιοποίηση τους θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν τη δημιουργία χώρων πρασίνου σχολείων, νέων κατοικιών με σύγχρονες προδιαγραφές, αλλά και εμπορικές και πολιτιστικές χρήσεις και χώρους αναψυχής.

Λόγω της μεγάλης έκτασης που καταλαμβάνουν οι υφιστάμενοι προσφυγικοί οικισμοί, θα μπορούσαν να δοκιμαστούν πιλοτικά προγράμματα ανάπλασης σε επιμέρους τμήματα για την παρακολούθηση της εξέλιξης της εφαρμογής των προτάσεων ανάπλασης, πριν από την πλήρη εφαρμογή ενός συνολικού σχεδίου ανάπλασης.



Εικόνα 66: Τα προσφυγικά της Δραπετσώνας

9. Η δενδροφύτευση του Όρους Αιγάλεω, με την παράλληλη εγκατάσταση ήπιων χρήσεων εμπορικής εκμετάλλευσης (π.χ. αναψυκτήρια, καντίνες κ.λπ.) και η ανάδειξή του σε Περιφερειακό Πάρκο Αναψυχής με Ζωολογικό Πάρκο, Βοτανικό

Κήπο, ορεινά μονοπάτια που θα καταλήγουν στην Πάρνηθα, καθώς και με δραστηριότητες οικολογικού προσανατολισμού απευθυνόμενες στα παιδιά, θα δημιουργήσει ένα πνεύμονα πρασίνου για τις Δυτικές Συνοικίες της Αθήνας και θα προσέλκυε το ενδιαφέρον μεγάλου αριθμού επισκεπτών, σε ένα χώρο αναψυχής και διεξόδου από την καθημερινότητα.



Εικόνα 67 : Το Όρος Αιγάλεω

10. Η διαμόρφωση ενός **Ενιαίου Αρχαιολογικού Πάρκου** αποτελεί μια πολύ σημαντική παρέμβασή για την πολιτιστική προβολή της περιοχής του Πειραιά, έτσι ώστε να αναδειχθούν τα μνημεία των αρχαίων Αστικών Πυλών, το Αρχαίο Θέατρο Ζέας, το Κώνειο Τείχος, τα μνημεία της Ιπποδάμειας Πολεοδομίας και οι υπόλοιποι αρχαιολογικοί χώροι του Πειραιά.

Για την υλοποίηση των έργων ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων έχει προταθεί από την Νομαρχία Πειραιά σε συνεργασία με τον Δήμο Πειραιά και τους υπόλοιπους φορείς της περιοχής τη σύσταση εταιρείας κατά το πρότυπο της «Εταιρείας Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας Α.Ε.».





Εικόνα 68: Α. Πειραιϊκό Τείχος(τμήμα) Β. Το αρχαίο θέατρο της Ζέας Γ.
Αρχαιολογικά ευρήματα

11. Αναπαλαίωση των νεοκλασικών κτιρίων που έχουν εναπομείνει στο κέντρο της πόλης μετά την καταστροφή ενός μεγάλου αριθμού τέτοιων κτιρίων για τις ανάγκες της μεγάλης ανοικοδόμησης του 1960 στο Δήμου Πειραιά.



Εικόνα 69: Νεοκλασικά του Πειραιά

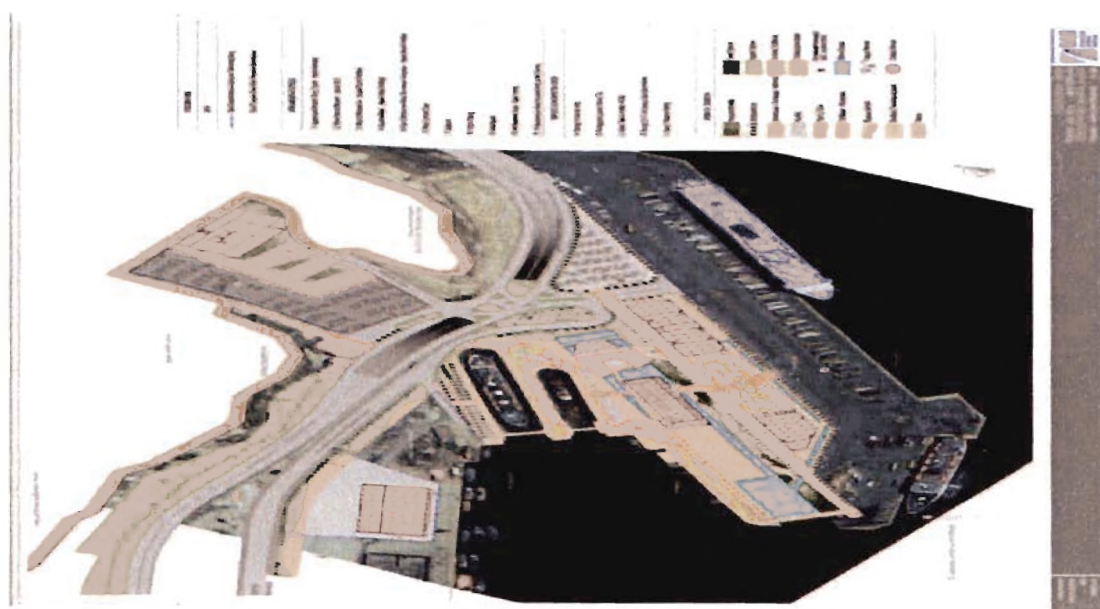
Β. Για την λιμενική ζώνη και ειδικά για τον επιβατικό λιμένα υπάρχει η **πρόταση του ΟΛΠ Master Plan « Πολιτιστική Ακτή Πειραιά »** για την ανάπλαση της Υετιώνειας Ακτής σε συνδυασμό με την Πύλη με βασικό στόχο τη δημιουργία της πολιτιστικής ακτής και αναπτύσσεται σε τέσσερις άξονες οι οποίοι είναι:

- Η οργανική διασύνδεση της πόλης με τη λιμενική ζώνη μέσω της δημιουργίας ενός πνεύμονα
- πρασίνου και συγκέντρωσης πολιτιστικών δραστηριοτήτων.

- Η ανάδειξη των αρχαιολογικών χώρων.
- Η δημιουργία δικτύου πεζοδρόμων – ποδηλατοδρόμων.
- Η αξιοποίηση του υφιστάμενου κτιριακού αποθέματος μέσω της μετατροπής του σε χώρους μουσείων και πολυχώρους πολιτιστικών εκδηλώσεων.¹⁸⁵



Εικόνα 70: Η Υετώνειος Πύλη

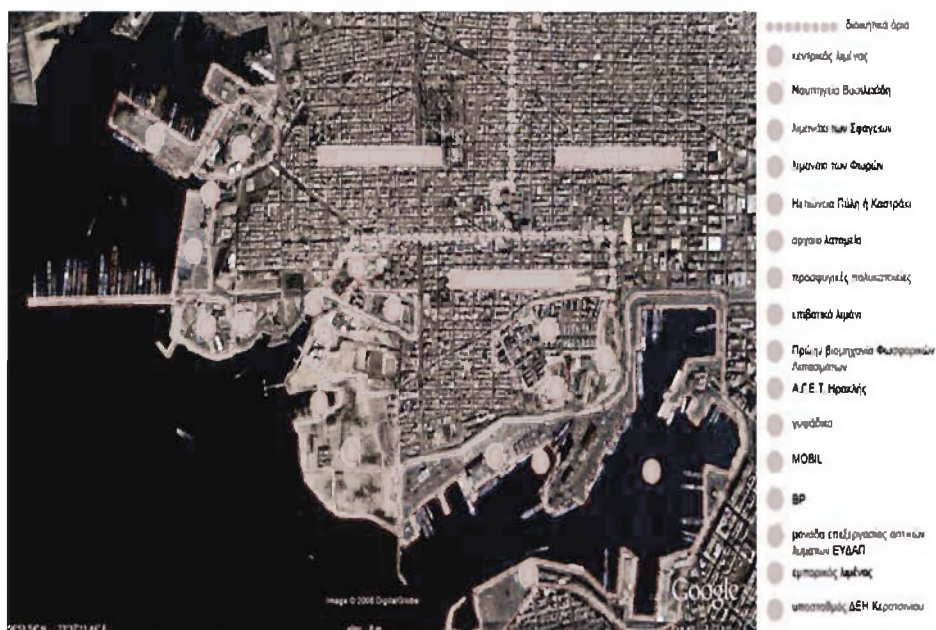


Σχεδιάγραμμα 17: Master Plan -Πολιτιστική Ακτή Πειραιά(www. olp.gr.)

¹⁸⁵ Πρόταση του ΟΛΠ Master Plan « Πολιτιστική Ακτή Πειραιά »

Η παραπάνω πρόταση όμως, η οποία είναι σε σωστή κατεύθυνση και δίνει βιώσιμες λύσεις για το λιμάνι και την πόλη, αφορά ένα μικρό τμήμα του λιμανιού στο ύψος της Δραπετσώνας.

Με την παρούσα μελέτη – εργασία προτείνεται μια συνολική λύση αναβάθμισης όλης της λιμενικής ζώνης στην παράκτια περιοχή, από τον Πειραιά ως το Πέραμα ξεκινώντας από την ανατολική πλευρά και καταλήγοντας στο δυτικό τμήμα του λιμανιού η οποία αναπτύσσεται στους παρακάτω άξονες:



Χάρτης 28: Η πρώην λιμενοβιομηχανική Ζώνη Δραπετσώνας και η σχέση της με τους όμορους δήμους ([http://www.greekscapes.gr./](http://www.greekscapes.gr/))

1. Απομάκρυνση της Σχολής Ναυτικών Δοκίμων και της Σχολής Λιμενοφυλάκων και μεταφορά τους για μεν τη Σχολή Ευελπίδων στη Βάρη για δε τη Σχολή Λιμενοφυλάκων στο Λαύριο. Στο χώρο που θα παραμείνει ελεύθερος να δημιουργηθούν χώροι πρασίνου, χώροι αναψυχής, πλατεία ώστε να αρθεί ο αποκλεισμός των κατοίκων από την ακτή και να ανεγερθεί πολυτελής ξενοδοχειακή μονάδα για την εξυπηρέτηση τουριστών στο πλαίσιο των city Break διακοπών όπως έχει προαναφερθεί στο θεωρητικό μέρος της πρότασης. Προτείνεται επίσης και η κατασκευή ελικοδρομίου για την εξυπηρέτηση του επιχειρηματικού κόσμου με τακτικές ημερήσιες πτήσεις προς και από το Αεροδρόμιο «Ελευθέριος Βενιζέλος».



Εικόνα 71: Α. & Γ. Περιοχή της Σχολής Ναυτικών Δοκίμων Β. Το κτίριο της Σχολής

2. **Επέκταση του χώρου υποδοχής των κρουαζιερόπλοιων και ταυτόχρονη ανάπλαση του χώρου με τη δημιουργία ζωνών πρασίνου, καθιστικών, χώρων αναψυχής και επιχειρήσεις περιορισμένης κλίμακας έτσι ώστε να κάνουν ευχάριστη την παραμονή των τουριστών.**



3. **Την ανακαίνιση της εξωτερικής όψης του εκθεσιακού κέντρου του ΟΛΠ που θα προσελκύσει μεγάλες διοργανώσεις από την τοπική & διεθνή αγορά, με μεγάλα οικονομικά και άλλα οφέλη, όχι μόνο για τον ΟΛΠ, αλλά και για την ευρύτερη τοπική κοινωνία.**



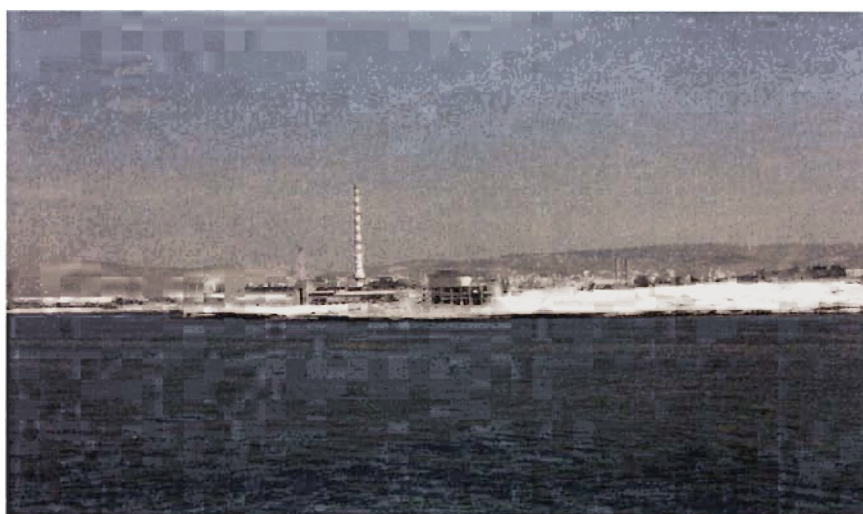
Εικόνα 72: Το κτίριο του Συνεδριακού Κέντρου του ΟΛΠ

3. Προτείνεται η απελευθέρωση σημαντικών εκτάσεων γης που είναι διαθέσιμες μετά την αποβιομηχανοποίηση στην **παράκτια ζώνη της Δραπετσώνας και του Κερατσινίου** όπως η περιοχή του πρώην εργοστασίου των λιπασμάτων αλλά και πίσω από την ακτή Κονδύλη στην περιοχή Αγίου Διονυσίου ώστε να δημιουργηθούν

παρκινγκ που λείπουν από την πόλη χώροι αναψυχής και αθλητισμού και κτίρια με χαμηλό συντελεστή δόμησης όπου θα φιλοξενοούνται διάφορες πολιτιστικές δραστηριότητες. Επίσης προτείνεται να κατασκευαστούν και να αναπτυχθούν κατοικίες υψηλών προδιαγραφών, ένα Εμπορικό Κέντρο υπέρ-τοπικής εμβέλειας, ένα πολυκατάστημα, κέντρα ψυχαγωγίας τύπου Village, ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων με χώρους συνεδριών, μαρίνες, εστιατόρια, café, μικρά εμπορικά καταστήματα, όπως και Σχολή Παραδοσιακής Ναυπηγικής, Μουσείο Βιομηχανίας και Έρευνας, Θαλάσσιο Πάρκο, θέατρα και πολιτιστικοί πολυχώροι με παράλληλη ανάπτυξη αθλητικών εγκαταστάσεων και Μητροπολιτικού Πάρκου Πρασίνου, καθώς επίσης και χώρων θαλάσσιου περίπατου με εκτεταμένη πεζοδρόμηση. Είναι αναγκαίο να αναφέρουμε ότι η προτεινόμενη αυτή ανάπτυξη μικτού τύπου χρήσεων θα πρέπει να υποστηριχθεί με τα απαραίτητα έργα υποδομών, όπως υποδομές πρόσβασης με μέσα μαζικής μεταφοράς.



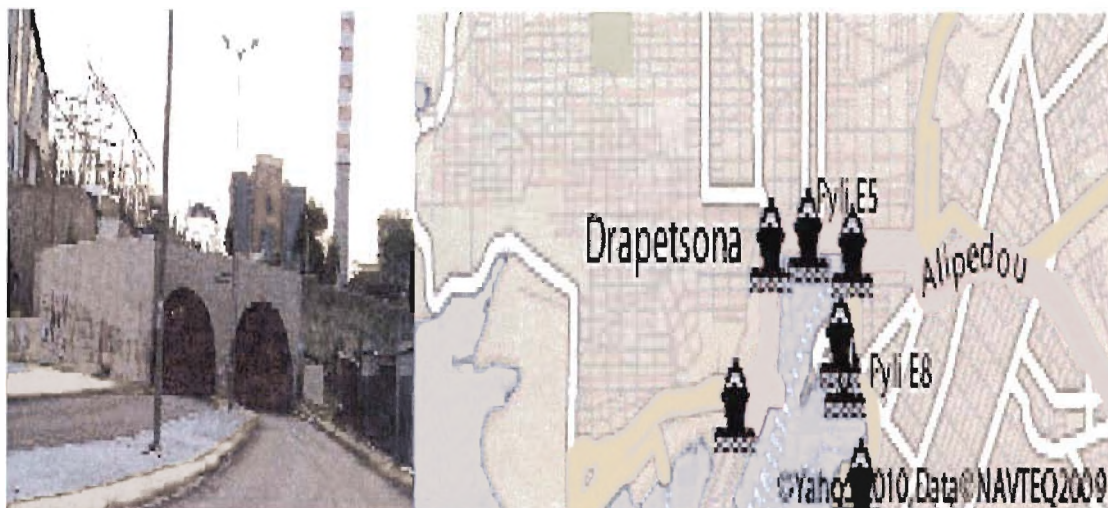
Χάρτης 29: Χρήσεις γης της περιοχής (www.flick.com)



Εικόνα 73: Το εργοστάσιο λιπασμάτων άποψη από τη θάλασσα(<http://www.greekscapes.gr>)



Εικόνα 74: Μακέτα με το σταθμό από το παλιό τριναίκι



Εικόνα 75: Α. Η Περιοχή Λιπάσματα στο Κερατσίνι

Γ. Χάρτης της Δραπετσώνας με τη διαδρομή που ακολουθούσε το παλιό τραινάκι

7. Προτείνεται η βελτίωση του εμπορευματικού λιμένα στο Κερατσίνι και συγκεκριμένα να απομακρυνθούν τα σκουπίδια και τα μισοβυθισμένα πλοία που θυμίζουν χωματερή.

Επίσης πρέπει να αναβαθμιστεί η ιχθυόσκαλα η οποία είναι εστία μόλυνσεως παρότι διακινούνται από εκεί καθημερινά τόνοι αλιευμάτων.



Εικόνα 76: Περιοχή η «Ιχθυόσκαλα»

6. Η αποθήκευση και διακίνηση πετρελαιοειδών των εταιρειών **BP, SHELL** και **ΕΤΕΚΑ** μέσα στον οικιστικό ιστό του Δήμου Περάματος επιβαρύνουν την ατμόσφαιρα με πτητικούς υδρογονάνθρακες, πολλοί από τους οποίους θεωρούνται καρκινογόνοι. Εκτός αυτού ο κίνδυνος ατυχήματος στις

εγκαταστάσεις είναι μια μόνιμη απειλή για τους κατοίκους διότι τα μέτρα ασφαλείας είναι ανεπαρκή και δεν τηρούνται οι απαιτούμενες από την κείμενη Ελληνική και Κοινοτική νομοθεσία, αποστάσεις ασφαλείας. Ως εκ τούτου πρέπει να απομακρυνθούν άμεσα.



Εικόνα 77: Δεξαμενές με πετρελαιοειδή στο Πέραμα, στο βάθος η οικιστική ζώνη(<http://www.greekscapes.gr>)

7. **Η δημιουργία υποθαλάσσιας σήραγγας Περάματος - Σαλαμίνας** καθώς και η βελτίωση της προβλήτας θα αναβαθμίσουν την περιοχή λόγω του ότι οι υπάρχουσες υποδομές για την εξυπηρέτηση οχημάτων και επιβατών στο λιμάνι είναι ελάχιστες ενώ η κίνηση είναι αυξημένη.



Εικόνα 78: Προβλήτα Περάματος

Τα έργα αναβάθμισης του Πειραιά παράλληλα πρέπει να υποστηριχθούν:

Με συγκεκριμένη πολιτική όπως είναι:

- Η μείωση των φόρων σε νέες επιχειρήσεις καθώς και επιχειρήσεις που σχετίζονται με την αναμόρφωση της πόλης. Με τη μείωση του δημοτικού φόρου μπορεί ο Πειραιάς να κινηθεί ανταγωνιστικά προς τις άλλες πόλεις
- Η βελτίωση των υπηρεσιών από μεριάς του Δήμου π.χ. ΚΕΠ με τη χρήση υπηρεσιών e-government, ελάττωση της γραφειοκρατίας και εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού.
- Η δημιουργία θέσης «manager» στο Δήμο του Πειραιά που θα διαχειρίζεται την αναμόρφωση της πόλης. Θα έχει σχετική εμπειρία και τεχνογνωσία. Η θέση θα καλυφθεί σε συνεργασία με το διαδημοτικό φορέα που προτείνεται να δημιουργηθεί και το τμήμα διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού η οποία και θα επανδρώσει τον εν λόγω φορέα.
- Ο διαδημοτικός φορέας να γίνει ΝΠΙΔ ώστε να έχει ευελιξία και να μην λειτουργεί με καθεστώς δημόσιας επιχείρησης που θα του δημιουργούσε γραφειοκρατικά προβλήματα. Η εταιρία θα λειτουργεί στα πρότυπα των οργανισμών του ιδιωτικού τομέα.

✚ Με τα τουριστικά αγαθά όπως είναι :

- **Πακέτα θαλασσιού τουρισμού:** Ο Πειραιάς μπορεί να χρησιμοποιήσει το λιμάνι του για την δημιουργία τουριστικών πακέτων όπως κρουαζιέρες στο Αιγαίο και στα νησιά του Σαρωνικού.
- **Ιστορικό τουρισμό:** Ο τουρίστας μπορεί να περιηγηθεί στα αρχαία τείχη, στα μουσεία καθώς και να επισκεφτεί το ναυτικό μουσείο στο Τροκαντερό. Στη περίπτωση αυτή θα πρέπει να ενισχυθεί το αρχαιολογικό μουσείο της πόλης αλλά και να υπάρχει μέριμνα για τη καθαριότητα του αρχαίου τείχους
- **City Break:** Ο Πειραιάς μπορεί να φιλοξενήσει τουρίστες που έρχονται για 2 ως 3 μέρες. Με έδρα το Πειραιά θα επισκέπτονται την Αθήνα και τις γύρω περιοχές ενώ θα χρησιμοποιούν το λιμάνι για ημερήσιες εκδρομές στα νησιά του Σαρωνικού.
- **Εμπορικό τουρισμό:** Με την χρήση του εκθεσιακού χώρου του ΟΛΠ αλλά και των ναυτιλιακών εταιριών που έχουν ως έδρα το Πειραιά μπορεί να προωθηθεί ο

εμπορικός τουρισμούς (business tourism) με στόχο να γίνει ο Πειραιάς επιχειρηματικό κέντρο.

⬇ **Με πολιτιστικά δρώμενα:** Για την πολιτιστική αναβάθμιση brand image του Πειραιά μεγάλο ενδιαφέρον έχουν:

- Το Δημοτικό Θέατρο που θα πρέπει να αναβαθμιστεί με το να δοθούν κίνητρα σε θιάσους ώστε να ανεβάζουν θεατρικά έργα σε αίθουσες του Πειραιά.
- Αντιθέτα η παρακμιακή εικόνα των διάφορων «κέντρων διασκέδασης» που υποβαθμίζουν την ποιότητα και την εικόνα της πόλης θα πρέπει να επανεξεταστεί και να σταματήσει η αδειοδότησή τους.
- Παράλληλα θα πρέπει να προάγεται η προώθηση μουσικών σκηνών αλλά και εκδηλώσεων που προάγουν την υψηλή τέχνη όπως κάποιο μουσικό γεγονός στο χώρο των αποθηκών του ΟΛΠ όπως φεστιβάλ jazz που θα έχει και διεθνές απόηχο
- Σημαντικό είναι να δημιουργεί μουσείο για το ρεμπέτικο που θα έχει διεθνείς ακτινοβολία μιας και το ρεμπέτικο άνθησε στον Πειραιά.

⬇ **Με το συγκοινωνιακό δίκτυο :**

- Με την βελτίωση των συγκοινωνιακών προσβάσεων, με την επέκταση δηλαδή της γραμμής του τραμ από τον τερματικό σταθμό του Παλαιού Φαλήρου μέχρι την ακτή στη Σχολή Ναυτικών Δοκίμων.
- Με την ενίσχυση του ιστορικού κέντρου της πόλης και τη βελτίωση των συγκοινωνιακών υποδομών της.
- Με την επαναλειτουργία της παραδοσιακής γραμμής Τραμ από τον Πειραιά στο Πέραμα, που θα ακολουθεί την ίδια ιστορική διαδρομή από και προς τις δυτικές συνοικίες του Πειραιά.

⬇ **Με στοχευμένες πολεοδομικές παρεμβάσεις:**

- Με την αρμονική ένταξη της πολεοδόμησης στον ιστό της πόλης.
- Με τη δημιουργία μιας Πλατείας – Ορόσημου, με δεντροφύτευση και πάρκο πρασίνου.
- Με τη δημιουργία ενός τερματικού πόλου έλξης- κατάληξης ο οποίος θα συνδέεται, μέσω του Τραμ, με το ιστορικό κέντρο του Πειραιά.

🏢 **Με έργα αειφόρου ανάπτυξης** ώστε να καταστεί ο Πειραιάς βιώσιμη πόλη όπως:

- Δημιουργία ζωνών πρασίνου.
- Δημιουργία ποδηλατοδρόμων.
- Επέκταση του TRAM στο κέντρο της πόλης.
- Χρήση βιοκλιματισμού στα νεοανεργεθέντα κτίρια και να είναι ενεργειακά αυτόνομα με χρήση της ηλιακής ενέργειας.
- Μονοδρομήσεις, διεύρυνση των πεζοδρομίων, ποδηλατοδρόμοι κλπ..
- Διευκόλυνση της διέλευσης, της πρόσβασης κλπ.
- Δημιουργία μεγάλων πλατειών και πάρκων καθώς και βελτίωση των υφιστάμενων, ανάκτηση δρόμων και δημιουργία χώρων στάθμευσης για τους δημόσιους χώρους.
- Δημιουργία και αναζωογόνηση -pedestrianize σοκάκια.
- Φιλικά κτίρια (προσοχή στο επίπεδο του δρόμου- αποκατάσταση ιστορικών κτιρίων -έλεγχος με βάση για νέα κτίρια- και ενθαρρύνει στην επισκευή των κτιρίων ώστε να καταστούν φιλικά στους πεζούς.).
- Χωρισμός των γειτονιών σε θεματικές ενότητες. Θα υπάρχουν γειτονίες που θα είναι καθαρά οικιστικές και κατοικίας, θα υπάρχουν περιοχές εμπορίου και περιοχές αναψυχής. Η κάθε περιοχή θα έχει μια ιδιαίτερη φυσιογνωμία και θα την καθορίζει ως γειτονιά. Αυτά μπορεί να είναι τα χρώματα, οι δρόμοι, το περιβάλλον και γενικά η ατμόσφαιρα που θα διαφέρει ανά δρόμο.

9.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Όπως παρουσιάστηκε στην παρούσα εργασία, η αστική ανάπτυξη είναι μια συνεχώς εξελισσόμενη έννοια. Οι πόλεις στο πλαίσιο της εφαρμογής της διαδικασίας συχνά προσπαθούν να αναπτύξουν μια επωνυμία που θα διαφοροποιεί τη δική τους πόλη από τις άλλες πόλεις. Προσδιορίζοντας με το city Branding το πνεύμα της πόλης και τα χαρακτηριστικά της δημιουργώντας την επωνυμία της, επιτρέπει στις πόλεις να αναδείξουν τα διακριτικά τους πλεονεκτήματα, να μεταδώσουν ένα σαφές μήνυμα, και για να προσελκύσουν επενδυτές, επιχειρήσεις, τουρίστες και εκδηλώσεις, τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.

Στην εργασία επίσης έγινε προσπάθεια να απαντηθούν ερωτήματα όπως: α) γιατί ο 21^{ος} αιώνας θεωρείται ο αιώνας της αστικής εποχής καθώς παρατηρούνται σημαντικές αλλαγές σε τοπικό, εθνικό και υπερεθνικό επίπεδο β) πως οροθετούνται οι πόλεις στο πλαίσιο μιας παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας μετά και τα μαζικά μεταναστευτικά ρεύματα γ) ο ρόλος των πόλεων ως δημόσιος χώρος σε ένα εθνικό και υπερεθνικό σύστημα ανάπτυξης και συνύπαρξης των πολιτών δ) πως μια στρατηγική city brand με την επιτυχή διαχείριση της επωνυμίας μιας πόλης μπορεί να τονώσει την αύξηση της ανταγωνιστικότητας, με θετική επίπτωση στις επενδύσεις, στους κατοίκους, στους επισκέπτες και στα τρέχοντα συμβάντα στη πόλη. Με την παρουσίαση καλών πρακτικών για το σχεδιασμό, την οικοδόμηση και την προβολή της ταυτότητας μιας πόλης στο πλαίσιο της υλοποίησης μιας στρατηγικής υλοποίησης του city branding έγινε προσπάθεια να απαντηθούν στα ερωτήματα: Τι είμαι, τι με κάνει ξεχωριστό, σε ποιόν απευθύνομαι, ποιοι είναι οι πελάτες μου, ιδέες δράσεις, και τελικά ποιος είναι ο στόχος;

Στην περίπτωση των πόλεων λιμανιών έγινε προσπάθεια να παρουσιαστεί για το πώς τα λιμάνια από απλά σημεία πρόσβασης από τη θάλασσα στη ξηρά, εξελίχθηκαν σε κέντρα μεταφορικών και εμπορικών υπηρεσιών και σήμερα πλέον το σύγχρονο λιμάνι θεωρείται ένας δυναμικός κόμβος στο διεθνές δίκτυο παραγωγής – κατανάλωσης. Εξετάζοντας τη σημαντική συμβολή του λιμανιού στην ανάπτυξη της οικονομίας ενός τόπου εξετάσαμε την περίπτωση της πόλης/λιμανιού του Πειραιά που αναφέρεται στο αστικό θαλάσσιο μέτωπο της πόλης του Πειραιά που αντιμετωπίζει όλα τα τυπικά παραδείγματα όλων των θαλάσσιων πόλεων: αλλαγή του χαρακτήρα ή μεταφορά λιμενικών ζωνών ή εγκατάλειψη μεγάλων βιομηχανικών – βιοτεχνικών εγκαταστάσεων παλαιότερων τεχνολογιών «νεκρές ζώνες» γης κατά τη διάρκεια της

αναζήτησης νέων δραστηριοτήτων που θα καταλάβουν τον απελευθερωμένο από τις παραδοσιακές λειτουργίες χώρο.

Αφού παρουσιάστηκαν «καλές πρακτικές» από αναπλάσεις λιμανιών στοιχειοθετήθηκε η πρόταση για το λιμάνι του Πειραιά τόσο για τις αναδιαρθρώσεις αναπλάσεις στις εγκαταλελειμμένες περιοχές όσο και για τη χρήση της ναυπηγοεπισκευαστικής ζώνης.

Προκειμένου να υπάρξει σύγκλιση της κατάστασης του θαλάσσιου μετώπου του ευρύτερου Πειραιά προς τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης - αστικοποίησης πρέπει να υπάρξει σχέδιο ανακατάληψης του μετώπου προς όφελος των κατοίκων, όχι μόνον των άμεσα θιγόμενων κατοίκων των παράκτιων δήμων, αλλά και όλης της δυτικής Αττικής που έχουν αποκοπεί από κάθε πρόσβαση στη θάλασσα. Από το επιβατικό λιμάνι και προς τα δυτικά, το μέτωπο χρησιμοποιείται μόνον ως πεδίο λιμενικών και βιομηχανικών δραστηριοτήτων. Σε ένα πρώτο επίπεδο, στόχος πρέπει να είναι η προσέγγιση ισορροπίας μεταξύ βιομηχανικών και ήπιων δραστηριοτήτων. Η πλήρης αποκατάσταση του μετώπου προς ένα φυσικό, ανοιχτό και ήπιου χαρακτήρα σύστημα είναι ζητούμενο για μια σταδιακή απόδοση ζωτικού χώρου στους κατοίκους.

Τα παραπάνω συμπεράσματα προέκυψαν αφενός από τη βιβλιογραφική έρευνα και αφετέρου από την προσωπική επαφή με την πόλη του Πειραιά. Πραγματοποιήθηκαν αρκετές επισκέψεις και σε διαφορετικές ώρες τόσο στο θαλάσσιο μέτωπο όσο και στις γειτονιές των αντίστοιχων δήμων που εντάσσονται στον ευρύτερο χώρο του Πειραιά. Παράλληλα υπήρξε και προσωπική επαφή με απλούς πολίτες και υπηρεσιακούς παράγοντες των αντίστοιχων δήμων. Από την επικοινωνία με τους απλούς πολίτες (Πειραιώτες) διαπιστώθηκε ότι θεωρούν: α) ο Πειραιάς έχει αφεθεί στην τύχη του από την πολιτεία (δήμος – κράτος) κυρίως μετά την αποβιομηχάνισή του αναπολώντας τις παλιές καλές μέρες του Πειραιά που έσφυζε από ζωή¹⁸⁶ β) θεωρούν αρνητικό το γεγονός ότι δεν υπήρξε σχεδιασμός για την αξιοποίηση ή την αλλαγή χρήσης των χώρων που προέκυψαν μετά την απομάκρυνση διαφόρων βιομηχανικών μονάδων που λειτουργούσαν στην περιοχή του Πειραιά. με τις αντίστοιχες προσφερόμενες θέσεις εργασίας γ) με τον ίδιο τρόπο θεωρούν ότι το λιμάνι με την απομάκρυνση των ναυτιλιακών εταιρειών αφαίρεσαν σημαντικό

¹⁸⁶ Αφορά κυρίως την προσφορά εργασίας

κομμάτι από την αίγλη που είχε ο Πειραιάς ως ένα σημαντικό ναυτιλιακό κέντρο¹⁸⁷ δ) έλλειψη πρασίνου και δραστηριοτήτων που θα αναβαθμίζουν την ποιότητα ζωής στην πόλη ε) ο ΟΛΠ στο σχεδιασμό της λιμενικής ζώνης δεν λαμβάνει υπόψη του τον παράγοντα άνθρωπο και εστιάζει κυρίως στην εξυπηρέτηση των εργασιών του λιμανιού.

Από την άλλη μεριά (υπηρεσιακοί παράγοντες, επαγγελματίες, εκπρόσωποι τοπικών συλλόγων κλπ) αφού συμφωνούν με τις παραπάνω διαπιστώσεις προσθέτουν τα παρακάτω: α) αποδίδουν σημαντική ευθύνη στους ίδιους τους Πειραιώτες οι οποίοι αδρανούν για το μέλλον του Πειραιά β) θεωρούν αρνητικό το γεγονός ότι δεν υπάρχει ένας διαδημοτικός φορέας που θα χειριστεί και θα διαχειριστεί την τύχη και το μέλλον του Πειραιά δ) εκτιμούν επίσης ως αρνητικό το γεγονός κυρίως ότι γύρω από το λιμάνι ο συντελεστής δόμησης είναι πάρα πολύ υψηλός.

Ο Πειραιάς είναι μια πόλη που έχει πολλά να προσφέρει όχι μόνο στους πολίτες του αλλά και στη χώρα. Δεν μένει παρά η πολιτεία (κράτος, δήμοι) αλλά και οι πολίτες να ξεκινήσουν το διάλογο για το μέλλον του Πειραιά.

Συνοπτικά:

- ⇒ Οι πόλεις αλλάζουν τον τρόπο λειτουργίας τους, προκειμένου να είναι ανταγωνιστικές, να λύσουν τα προβλήματα τους και να καινοτομούν πιο αποτελεσματικά.
- ⇒ Παρά την κρίση, μετά το έτος 2008 όπου το μέλλον φαίνεται να είναι αβέβαιο, το καθορισμένο Πλαίσιο πολιτικής για τις Ευρωπαϊκές πόλεις είναι ευνοϊκό, δίνοντας έμφαση στην αειφόρο και πολυκεντρική ανάπτυξη, στην διάθεση των πόρων των Διαρθρωτικών Ταμείων και στην θέσπιση σχετικής νομοθεσίας. Οι ρόλοι των πόλεων και των μητροπολιτικών περιοχών εξελίσσονται ως βασικοί παράγοντες περιφερειακής ανάπτυξης.
- ⇒ Οι ομάδες πολιτών, επιχειρήσεων και οργανώσεων που συμμετέχουν στο πλαίσιο μετατρέπονται ή τείνουν να μετατραπούν από παθητικοί αποδέκτες των αποφάσεων, των πολιτικών και των δημοσίων υπηρεσιών, σε παραγωγούς οι

¹⁸⁷ Η συγκεκριμένη αναφορά αφορά τις δυνατότητες που είχαν οι επαγγελματίες κυρίως που ασχολούνταν με τα ναυτιλιακά επαγγέλματα (καπετάνιοι, μηχανικοί, κλπ) «...να κατεβαίνουν στον Πειραιά και να βρίσκουν μεροκάματο...», αλλά και να επικοινωνούν στα σχετικά καφενεία τα οποία σήμερα δεν υπάρχουν.

οποίοι μπορούν να χειριστούν καλύτερα τα θέματα του τόπου τους και να διαμορφώσουν το μέλλον του. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη πιο στενά δεμένων κοινοτήτων στην εποχή της απομόνωσης και της απομάκρυνσης.

- ⇒ Οι πόλεις έχουν πλέον έναν σημαντικό και κρίσιμο πόρο τους ανθρώπους τους. Η ανθρώπινη ευφυΐα, οι επιθυμίες, οι δραστηριότητες, η φαντασία και η δημιουργικότητα, αντικαθιστούν τη χωροθέτηση, τους φυσικούς πόρους και την πρόσβαση σε αγορές, που ήταν κυρίαρχοι αστικοί παράγοντες. Η δημιουργικότητα των ανθρώπων που ζουν και δραστηριοποιούνται στις πόλεις θα καθορίσει και τη μελλοντική τους επιτυχία.
- ⇒ Τα νέα κοινωνικο-χωρικά φαινόμενα επιφέρουν ριζική αλλαγή στην εξέλιξη των μοντέλων αστικής διακυβέρνησης και ανάπτυξης για περιφερειακή πολιτική και εστιάζουν στα αστικά κέντρα των περιφερειακών αλλά και των εθνικών και υπερεθνικών επιπέδων.
- ⇒ Οι αναπτυγμένες και γοργά αναπτυσσόμενες πόλεις συνειδητά προγραμματίζουν και σχεδιάζουν τον χώρο για το σχηματισμό clusters νέων οικονομικών δραστηριοτήτων – δημιουργώντας Νέα Επίκεντρα.
- ⇒ Οι διάφορες μορφές μετανάστευσης επίσης είναι εξίσου αισθητές σε κάθε χώρα καθώς οι μετανάστες έχουν την νέα τάση τις τελευταίες δεκαετίες να συρρέουν στις αστικές περιοχές, αλλοιώνοντας τη σύνθεση των μεγάλων πόλεων.
- ⇒ Όσοι εμπλέκονται στη διαδικασία της αστικής ανασυγκρότησης είναι απαραίτητο πλέον να λαμβάνουν υπ' όψη τις αειφορικές αρχές και τα οικολογικά ζητήματα. Για το λόγο η «νέα γενιά» αστικής ανασυγκρότησης πλέον αναζητά λύσεις που ελαχιστοποιούν τις περιβαλλοντικές επιδράσεις, ευνοούν την περιβαλλοντική εκπαίδευση, υιοθετούν οικολογικά ζητήματα και διατηρούν τους φυσικούς πόρους.
- ⇒ Το πρόγραμμα URBACT II, αφορά την ολοκληρωμένη αστική ανάπτυξη και είναι ο πυρήνας της του οποίου η κύρια αποστολή είναι η προώθηση μιας νέας προσέγγισης για την αστική πολιτική. Στηρίζεται στην ιδέα των «τριών πυλώνων» της αειφόρου ανάπτυξης-οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό- οι οποίοι σήμερα αναγνωρίζονται ως αποτέλεσμα της πρωτοβουλίας URBAN, και ισχύουν και για την περίοδο προγραμματισμού 2007-2013.
- ⇒ Από τη άλλη η στρατηγική που ακολουθείται για την βιώσιμη ανάπτυξη προσανατολίζεται στο να παρέχει την δυνατότητα χρησιμοποίησης των

τεχνολογικών και επιστημονικών επιτευγμάτων με τέτοιο τρόπο ώστε να δημιουργηθούν εναλλακτικές πολιτικές προτάσεις οι οποίες θα διασφαλίζουν την αύξηση της παραγωγικότητας, της αποτελεσματικότητας, της κοινωνικής συνοχής και της συνετής διαχείρισης των φυσικών πόρων.

- ⇒ Ο στρατηγικός σχεδιασμός, σε αντίθεση με αυτό των αποσπασματικών μικροβελτιώσεων, παρέχει προοπτική για το μέλλον, ενώ με την έμφαση που δίνει στις συμμετοχικές διαδικασίες, υπερβαίνει τον συντηρητισμό του τελευταίου ο οποίος σε συνδυασμό με τις ευκαιρίες και τις απειλές για μια τοπική κοινωνία χαρακτηρίζεται από τον ρεαλισμό των επιδιώξεών του.
- ⇒ Το branding/marketing μια πόλης δεν αποτελεί σήμερα απλώς μια διαδικασία του marketing που αποσκοπεί στην προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών. Είναι -ή πρέπει να είναι- η μετουσίωση σε εικόνες του ίδιου του χαρακτήρα και του τρόπου λειτουργίας της πόλης. Σημαντικό του προτέρημα είναι ότι δύναται να καλύψει πολλές από τις αδυναμίες της πόλης, διογκώνοντας, κατά κάποιο τρόπο τα πλεονεκτήματά της. Το μόνο που δεν μπορεί σίγουρα να επιτύχει είναι να δημιουργήσει την ψευδαίσθηση του «ευ ζην» στους κατοίκους της. Μια στρατηγική place branding θα διαλέξει τα κύρια χαρακτηριστικά της ταυτότητας ενός τόπου και θα τα επικοινωνήσει με σωστό τρόπο, προσπαθώντας να δημιουργήσει ιδανικές καταστάσεις, μια «ιστορία» γύρω από αυτά.
- ⇒ Ο αστικός προγραμματισμός μπορεί να μετατρέψει την αρχιτεκτονική κληρονομιά, τον καινοτόμο σχεδιασμό και τον πολιτισμό σε βασικά εργαλεία προβολής του χώρου για την προσέλκυση νέου πληθυσμού. Αυτά τα στοιχεία πρέπει να διατηρούνται προστατεύοντας τη μοναδικότητα της πόλης αλλά και να προβάλλουν την αύξηση της τουριστικής ζήτησης, η οποία μπορεί να επιφέρει πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα.
- ⇒ Η ανάπτυξη των Πόλεων 2.0 σημαίνει ότι το μέλλον πολλών τόπων (χωρών / τόπων) θα είναι αρκετά διαφορετικό από τη σημερινή τους κατάσταση. Αντί να διοικούνται από μια κυβέρνηση, οι τόποι ολοένα και περισσότερο θα διέπονται από διάφορες και ποικίλες συμμαχίες, εταιρικών σχέσεων και συνασπισμών που θα αποτελούνται από μέλη του δημοσίου, του ιδιωτικού και του πολιτικού τομέα με τα διατυπωμένα ερωτήματα: Προτίθεται κυβέρνηση να χάσει τον έλεγχο σε όλο το πεδίο της; ποιος θα έχει την τελική ευθύνη για τις δραστηριότητές τους;

Πώς θα χρηματοδοτούνται οι δραστηριότητες αυτές; Πώς θα διατηρείται η δημοκρατική εποπτεία των δραστηριοτήτων τους;

- ⇒ Στο μέλλον, είναι σχεδόν βέβαιο ότι οι τόποι (Places) θα λειτουργούν με διαφορετικό τρόπο και οι διακυβερνήσεις τους αν και σχεδόν πάντα θα συμμετέχουν, θα είναι μόνο ένας από τους φορείς αυτών των νέων συμμαχιών και συνεργασιών.
- ⇒ Η σύγχρονη πόλη πρέπει να είναι ενεργειακά βιώσιμη, διοικητικά αυτόνομη, με την τεχνολογική πρόοδο αρωγό στην οικονομική και κοινωνική ζωή του τόπου, με την δική της ξεχωριστή πολιτισμική ταυτότητα. Θα πρέπει να ικανοποιεί τις ανάγκες των πολιτών και να προβάλλει μια νέα ηθική του σεβασμού στο φυσικό και ανθρώπινο περιβάλλον.
- ⇒ Όσον αφορά τις πόλεις/λιμάνια, η σχέση λιμανιού και πόλης έχει προβληματίσει τόσο τις Λιμενικές Αρχές όσο και την Τοπική Αυτοδιοίκηση σε Ευρωπαϊκό αλλά και σε διεθνές επίπεδο. Ιστορικά, η μεγάλη πλειοψηφία των Ευρωπαϊκών λιμανιών αναπτύχθηκαν στην επέκταση της πόλης που τα περιβάλλει, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται προβλήματα στη συνύπαρξή τους με την πάροδο των ετών, όσο ή ανάπτυξη αυτή απαιτούσε την επέκταση και των δύο, παράλληλα και δίπλα.
- ⇒ Η διαχείριση του χώρου στις πόλεις/λιμάνια που βρίσκονται σε διαδικασία οικονομικής αναδιάρθρωσης, δεν περιορίζεται βέβαια σε επεμβάσεις ανάπλασης εντός των λιμενικών περιοχών. Η χωροθέτηση και λειτουργία του λιμένα έχει συνέπειες στο ευρύτερο αστικό περιβάλλον, αλλά και στη συνολική διάρθρωση της πόλης.
- ⇒ Μια κοινή παράμετρος στις περισσότερες πόλεις-λιμάνια, η οποία θα δημιουργεί ερευνητικό ενδιαφέρον και σχεδιαστικό αντικείμενο, αφορά τα βασικά στοιχεία της σύγχρονης μεταφορικής υποδομής και την ένταξή τους στην πόλη. Εκτός από το σιδηροδρομικό δίκτυο, τις δεκαετίες '60 και '70, εντάχθηκαν στο πλαίσιο αυτό και οι μεγάλες οδικές αρτηρίες δημιουργώντας «τομές» στον αστικό ιστό, αλλά και φραγμούς που καθιστούν τη σχέση της πόλης με τη θάλασσα από δύσκολη ως αδύνατη. Το πρόβλημα αυτό αντιμετώπισαν οι περισσότερες πόλεις λιμάνια στις Η.Π.Α., αλλά και οι ευρωπαϊκές πόλεις όπως η Γένοβα, η Μασσαλία και η Βαρκελώνη.

- ⇒ Οι πόλεις/λιμάνια συχνά προσπαθούν να αναπτύξουν μια επωνυμία που διαφοροποιεί τη δική τους πόλη από τις άλλες πόλεις. Συλλαμβάνοντας το πνεύμα της πόλης και τα χαρακτηριστικά της, την επωνυμία της επιτρέπει να δείξει τα διακριτικά της πλεονεκτήματα, να μεταδώσει ένα σαφές μήνυμα, και για να προσελκύσει επενδυτές, επιχειρήσεις, τουρίστες και εκδηλώσεις, τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.
- ⇒ Ένα καθαρό και ευθύ λογότυπο – επωνυμίας μιας πόλης/λιμάνι βοηθά τους κατοίκους όσο και τους ανθρώπους από άλλα μέρη να κατανοήσουν τον χαρακτήρα μιας πόλης. Για παράδειγμα: Μια επωνυμία μπορεί να βοηθήσει στη δημιουργία μιας νέας εικόνας της πόλης, τονίζοντας το όραμα της για το μέλλον ή μια επωνυμία μπορεί να επιβεβαιώσει την υπάρχουσα εικόνα της πόλης, ενισχύοντας τα θετικά σημεία της, και να αποσπάσει την προσοχή από οποιαδήποτε αρνητικά σημεία.
- ⇒ Η συμφωνία σ' ένα τόπο ανάμεσα σε εθνικούς, τοπικούς και διεθνείς οργανισμούς με την παράλληλη συμβολή του ιδιωτικού τομέα αλλά και των φυσικών προσώπων σε μια «στρατηγική επωνυμίας της πόλης ή της πόλης/λιμάνι» ως μέρος των εργασιών ανάπτυξης της επωνυμίας είναι χρήσιμη: για να αναπτύξουν ένα μακροπρόθεσμο όραμα για τον εαυτό τους – σκεπτόμενες για το τι είναι η πόλη, τι θέλει η πόλη να γίνει, και πώς θέλει να φτάσει εκεί, να βοηθήσει τις πόλεις ή πόλεις/λιμάνια να επικεντρωθούν στο πώς επιθυμούν να αναπτυχθούν στο μέλλον, να ενθαρρύνει τις πόλεις ή πόλεις/λιμάνια να σκέφτονται πέρα από τη σημερινή τους κατάσταση προκειμένου να δημιουργηθούν νέες ευκαιρίες και εντέλει να δημιουργήσει ένα δυναμικό περιβάλλον, που θα προσελκύει και θα διατηρεί τα συλλογικά ή ατομικά ταλέντα.
- ⇒ Με δεδομένο τη γεωφυσική ιδιαιτερότητα της Ελλάδας, τη μακραίωνη ναυτική παράδοση του λαού μας και τις δυνατότητες που υφίστανται με την προώθηση της Ελληνικής ναυτιλίας, τόσο στο χώρο της Μεσογείου όσο και παγκοσμίως, θα πρέπει να προσανατολίζεται σε μια περισσότερο θαλασσοκεντρική προσέγγιση της ανάπτυξης στον τομέα των μεταφορών, στη οποία οι λιμένες γενικότερα και ο Πειραιάς ειδικότερα ως το πρώτο μεγάλο λιμάνι στη χώρα μας θα διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο.
- ⇒ Ο Πειραιάς μπορεί να συμβάλει στη διεθνή εικόνα της χώρας και μάλιστα εν μέσω οικονομικής κρίσης. Με βάση τη διεθνή πρακτική αυτό είναι εφικτό. Αυτό

μπορεί να γίνει με μια προσπάθεια για την ανάπτυξη μιας στρατηγικής α) να εντοπιστούν τα κρίσιμα σημεία για την ανάπτυξη της ταυτότητας της πόλης β) να καταδειχτούν οι τεχνικές για την αναγνώριση της πόλης και της προβολής της γ) να εντοπιστούν οι μελλοντικοί τομείς έρευνας και αναπτυξιακής προοπτικής.

⇒ Οι αλλαγές που προτείνονται για τον Πειραιά αφορούν στην κοινωνία και στο χώρο και είναι: α) αλλαγές στο τοπικό παραγωγικό σύστημα και «διαπεριφερειακές» συνεργασίες για την αξιοποίηση του λιμανιού β) διερεύνηση και προσδιορισμό των δυνατοτήτων ανάπτυξης των παραγωγικών δραστηριοτήτων στην πόλη και στην εξέλιξη του πληθυσμού της πόλης στα πλαίσια των στόχων και κατευθύνσεων γ) ανασυγκρότηση της πολεοδομικής δομής της πόλης και οργάνωσή της σε πολεοδομικές ενότητες δ) ορθολογική κατανομή των χρήσεων γης και ιδιαίτερα της κατοικίας, των παραγωγικών δραστηριοτήτων και του κοινωνικού εξοπλισμού ε) προστασία και ανάδειξη του πολιτιστικού περιβάλλοντος και της ιστορικής φυσιογνωμίας της πόλης στ) καθορισμό περιοχών του αστικού χώρου που χρειάζονται ειδικές παρεμβάσεις ζ) οργάνωση των δικτύων μεταφορικής και τεχνικής υποδομής η) αξιοποίηση των δυνατοτήτων για την τουριστική προβολή και ανάπτυξη του Πειραιά.

⇒ Βασική επιδίωξη στο πλαίσιο μιας μελλοντικής αναπτυξιακής στρατηγικής είναι η πόλη(Πειραιάς- livable city) και το λιμάνι(Πειραιάς- creative city) να συνεργαστούν ώστε να αναδείξουν και να κάνουν τον Πειραιά μια σύγχρονη πόλη ενεργειακά βιώσιμη, διοικητικά αυτόνομη, με την τεχνολογική πρόοδο αρωγό στην οικονομική και κοινωνική ζωή της πόλης, με την δική της ξεχωριστή πολυπολιτισμική ταυτότητα όπου θα ικανοποιούνται κυρίως οι ανάγκες των πολιτών, της ευρύτερης περιοχής αλλά και της χώρας .

Τέλος τα ερωτήματα που τίθενται προς διερεύνηση στο πλαίσιο μιας μελλοντικής στρατηγικής για τις πόλεις είναι: α) πως η ποιότητα ζωής του σύγχρονου άνθρωπου, μπορεί να καλυφθεί από ένα νέο μοντέλο πόλεων και αν ο στόχος των πολιτικών ανάπτυξης πρέπει να είναι η «συνεχής βελτίωση της ποιότητας ζωής και των συνθηκών διαβίωσης» των κατοίκων της πόλης β) στο πλαίσιο αυτής της πολιτικής κατά πόσο υπάρχει η δυνατότητα από-τοπικοποίησης ώστε να μην χαθεί η τοπική ταυτότητα με την παγκοσμιοποίηση να έχει πλέον διεισδύσει σε κάθε κοινωνική πτυχή του τοπικού.

Είναι γεγονός ότι από την ανάπτυξη της τεχνολογίας με την συνακόλουθη προσπάθεια ομογενοποίησης της πολιτιστικής και οικονομικής δραστηριότητας αμφισβητείται σε μεγάλο βαθμό η «από-τοπικοποίηση» ή «από-εδαφικοποίηση» τόσο σε οικονομικό όσο και σε πολιτιστικό επίπεδο, κυρίως λόγω της συρρίκνωσης του κόσμου από τις επικοινωνίες. Θα πρέπει το διαδίκτυο και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης να συμβάλουν έτσι ώστε να μετασχηματιστεί το τοπικό σε παγκόσμιο, διασφαλίζοντας παράλληλα την τοπική μοναδικότητα και ανεξαρτησία του.

Σε μια παγκόσμια οικονομία οι πόλεις πλέον σήμερα, ανταγωνίζονται δημιουργώντας τις κατάλληλες συνθήκες για την προσέλκυση επενδυτών και επιδίδονται στο μάρκετινγκ και στο branding για να βελτιώσουν την εικόνα και τη θέση τους στη διεθνή σκηνή.

10. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. (Anholt's NBI list) ,Έκθεση «FutureBrand 2010. (Country Brand Index)»
_en.pdf
2. Rossi. (1987), «*Αρχιτεκτονική της πόλης*»(1987), Σύγχρονα θέματα
3. Andersen J. T. (2000) «*Strategic Planning, Autonomous Actions and Corporate Performance*». Long Range Planning, 33: 184-200.
4. Anholt, Simon (2010). *Places: Identity, Image and Reputation*. New York: Palgrave Macmillan.
5. Ashworth J.G και Voogd H. (1990) «*Selling the City*», Belhaven Press.
6. Chevrand-Breton, M. (1997) «*Selling the world city: a comparison of promotional strategies in Paris and London*», European Planning Studies , 5, pp. 137-161.
7. ESPO - European Seaports Organisation
8. European Commission (2006). « *The Urban dimension in Community Policies for the period 2007-2013*», Interservice Group on Urban Development, Brussels. Διαθέσιμος στο: http://www.ec.europa.eu/comm./regional_policy
9. European Commission (2010). «*World and European Sustainable Cities: Insights from EU research*». Διαθέσιμο στο: <http://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/sustainable-cities-report>
10. European Regional Development Fund, 2007
11. G. Gullen.(1966) «*The scanner*». Alcan Industries Ltd. London
12. Golub S., Philippe. «*Από την πόλη κράτος στην παγκόσμια πόλη*». Διαθέσιμο στο: http://www.citybranding.gr/2011/04/blog-post_25.html
13. Hall, Peter (1996). *Cities of Tomorrow: an intellectual history of urban planning and design in the twentieth century*. Oxford: Blackwell
14. Hall, Tim (2005). «*Αστική Γεωγραφία*». Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική
15. Healy P., Khakee A., Motte A., Needham B. (1997). «*Making strategic spatial plans: innovation in Europe*». London: UCL Press.
16. Healy P., Khakee A., Motte A., Needham B. (1997). «*Making strategic spatial plans: innovation in Europe*». London: UCL Press.
17. Hopkins W.E. & Hopkins S.A. (1997) «*Strategic Planning—financial performance relationships in banks: a causal examination*», Strategic Management Journal,

18:635-652.

18. J.N.Kapferer(2004) «*The new strategic brand management: creating and sustaining brand equity long* ». London and Philadelphia
19. Jaffe D, Eugene & Nebenzah D, Israel (2006). «*National Image and Competitive Advantage: The theory and the practice of Place Brandin*»g. CBS Press, p.15
20. K. Lynch, (1972) «*Managing the sence of a region*». Cambridge Mass, 1792- I
Στεφάνου(2000) «*Η φυσιογνωμία της πόλης* ». Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο και ΥΠΕΧΩΔΕ.
21. Kotler P. (2000) «*Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ: Ανάλυση, Σχεδιασμός, Υλοποίηση και Έλεγχος*», 9η έκδ., Αθήνα: EMI Interbooks.
22. Kotler P., Asplund C, Rein I. and Haider H.D. (1999) «*Marketing Places Europe*». Prentice Hall
23. Landry, Charles(2000) *The Creative City* 2nd Edition: A toolkit for urban innovators. Comedia
24. Lever, F W., (1993, 1999). «*Competition within the European Urban System*», Urban Studies,vol.30(6): 935-948
25. Mastop H. and Faludi A. (1997). « *Evaluation of Strategic Plans: The Performance Principle*», Environment and Planning B: Planning and Design.
26. Miller D. & Holt-Jensen A. (1997) «*Bergen and Seattle: a Tale of Strategic Planning in Two Cities*», European Planning Studies, 5, no.2 pp 195-214.
27. N. Schulz(1980) « *Towerds and Phenomenogy of Architecture*». Academic Press. London
28. *PEST Analysis* (Political, Economical, Social and Technological) factors
29. *Promotion Methodology Report*, National Marine Park of Northern Sporades, Interreg IIc (2001)
30. R. Krier «*On Architecture*», Architecture ed. St. Marine Press
31. R.Verture(1967) «*Complexity and Contrdiction in Architecture*» New York
32. Sicco (2008). «*Πώς θα βελτιωθούν οι πιθανότητες για μια επιτυχημένη ανάπτυξη και εφαρμογή μιας στρατηγικής για το brand ενός τόπου*» On-line στη διεύθυνση: <http://www.citybranding.gr>
33. Wegener M. and Furst F. (1999), «*Land Use Transport Interaction: State of Art*», Deliverable 2a of the project TRANSLAND, Dortmund, November.

B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Ανακοίνωση της Επιτροπής «*Η Ευρώπη σε συνεχή κίνηση — Βιώσιμη κινητικότητα στην ήπειρό μας — Ενδιάμεση εξέταση της Λευκής Βίβλου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις μεταφορές*», [COM(2006) 314 της 22ας Ιουνίου 2006, σ. 21].
2. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, «*Πολιτική της Συνοχής για την ενίσχυση της ανάπτυξης και της απασχόλησης: Στρατηγικές κατευθυντήριες γραμμές της Κοινότητας, 2007 – 2013*», COM (2005) 0299, Βρυξέλλες 5.7.2005.
3. Αραβαντινός, Α (1997), «*Πολεοδομικός Σχεδιασμός. Για μια βιώσιμη ανάπτυξη του αστικού χώρου*». Αθήνα: Εκδόσεις Συμμετρία
4. Βαφάκη Ε. (2008), «*Λειτουργία Λιμένων, Περιβαλλοντικοί Περιορισμοί, Ολοκληρωμένη Περιβαλλοντική Διαχείριση, στην Οι σημερινές τάσεις και εξελίξεις στην οργάνωση, λειτουργία και διαχείριση λιμένων*», Ημερίδα, Θεσσαλονίκη, Ιανουάριος
5. Βεράνη, Ε(2008), «*Οι επιπτώσεις της λειτουργίας των λιμανιών στον αστικό χώρο: η περίπτωση της Θεσσαλονίκης*», Διπλωματική Εργασία για το Πρόγραμμα Προπτυχιακών Σπουδών του Τμήματος Πολιτικών Μηχανικών του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη.
6. Γ. Χατζημανωλάκης «*Το χρονικό μιας πολιτείας. Πειραιάς 1835-2005* Εκδίδεται από το Δήμο Πειραιά.
7. *Γνώμη της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής επί του "Σχεδίου ανάπτυξης του κοινοτικού χώρου (ΣΑΚΧ) - πρώτο επίσημο σχέδιο"* [Επίσημη Εφημερίδα C 407, 28.12.1998].
8. Γοσποδίνη, Α και Μπεράτος, Η (επιμ.) (2006). «*Τα νέα αστικά τοπία και η Ελληνική Πόλη*». Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική
9. Δήμος Πειραιά (2002),*Πειραιϊκό Λεύκωμα*.
10. Δήμος Πειραιά(2010). «*Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δήμου Πειραιά: Α΄φάση*». Πειραιάς.
11. Δήμος Πειραιά, *Γενικό Πολεοδομικό Σχέδιο (Τεύχος 1)*, Μάιος 1986
12. Δήμος Πειραιά. «*Ιστορικό Αρχείο*».
13. Εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος Λαρούς Μπριτάνικα.(1996), τ. 50, σελ. 65.
14. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ(2002), *Ελληνική απογραφή 2001*.
15. Ευρωπαϊκή Ένωση (2007), «*Μια ολοκληρωμένη θαλάσσια πολιτική για την Ευρωπαϊκή Ένωση*», Βρυξέλλες

16. Εφημερίδα «Η Καθημερινή»: (Ιούλιος 2008) «*Η τέχνη του branding μιας πόλης*» Ειδικές Εκδόσεις «The Economist».
17. Καπόπουλος, Κωνσταντίνος και Μαζιώτης, Δημήτρης (2008). *Οι σύγχρονες διαστάσεις της διπλωματίας των πόλεων*. On-line στη διεύθυνση: http://www.enthesis.net/index.php?option=com_content&view=article&id=140:enthesis5698&catid=7:internationalpolitic&Itemid=5
18. Λαγόπουλος, Α (2004). «*Η Ιστορία της Ελληνικής Πόλης*», Αθήνα: Αρχαιολογία & Τέχνες
19. Λίζα Μιχελή, «*Πειραιάς*» εκδ. «Δρώμενα», 1988
20. Μαλλικούτη, Σ. (2004). «*Πειραιάς 1832 – 1912, λειτουργική συγκρότηση και πολεοδομική εξέλιξη*», Αθήνα. On-line στη διεύθυνση: www.hua.gr:8080/cspace/bitstream/123456789/.../pano2004.pdf.
21. Μαλούτας, Θ. (2000). «*Κοινωνικός και Οικονομικός Άτλας της Ελλάδας*», Τόμος 1ος: Οι πόλεις Αθήνα – Βόλος. Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών- Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας
22. Νικολακοπούλου, Χ.(2011). *Με ποιά κριτήρια κρίνουμε μια πόλη ως "Δημιουργική Πόλη"* . On-line στη διεύθυνση: www.citybranding.gr
23. Παρδαλή, Α. (1997). «*Οικονομική και Πολιτική των Λιμανιών*», Interbooks.
24. Πιτσιάβα Μ. και Ζαχαράκη Ε. (2004). « *Συστήματα Μεταφορών και Χωρική Ανάπτυξη: Θεωρητικά Μοντέλα και Αξιολόγηση, στο Ζητήματα Χωρικής Ανάπτυξης, Θεωρητικές προσεγγίσεις και πολιτικές*», Γ. Καυκαλάς (επιμ.), Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα, 133-168
25. Σαμαρίνης Π. (2006), «*Ουδέν (;) νεώτερον από το θαλάσσιο μέτωπο*»: Μια διεθνής συζήτηση και η Θεσσαλονίκη ως «*ιδιαίτερο παράδειγμα*», Διπλωματική Εργασία στο Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «*Αρχιτεκτονική- Σχεδιασμός του χώρου*» του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου, Αθήνα.
26. Σαπουνάκη – Δρακάκη, Λυδία (2004). «*Ευρωπαϊκή Αστική Ιστοριογραφία, Τάσεις και Προοπτικές*». Αθήνα: Εκδόσεις Διόνικος, σελ. 33
27. ΣΑΧΚ. *Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου σχετικά με τη χωροταξία και το Σχέδιο ανάπτυξης του κοινοτικού χώρου* [Επίσημη Εφημερίδα C 226, 20.07.1998].
28. Τζαγκαρουλάκης Ε. (2005), «*Περιεχόμενο μιας νέας Εθνικής Πολιτικής Μεταφορών της Ελλάδας στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Πολιτικής Μεταφορών και της σημερινής γεωπολιτικής θέσης της χώρας,*» Διπλωματική Εργασία στο

Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Σχεδιασμός, Οργάνωση και Διαχείριση Συστημάτων Μεταφορών», Θεσσαλονίκη.

29. Τράιου, Ε(1995). *Ιστορική πορεία του Πειραιά: από το Θεμιστοκλή στον 21ο αιώνα*. Ένθετο Εφημερίδα «Καθημερινή». Αθήνα, Κυριακή 30 Απριλίου.
30. Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας, Γενική Γραμματεία Λιμένων και Λιμενικής Πολιτικής (2006), *Εθνική Λιμενική Πολιτική*, Πειραιάς, Ιανουάριος.
31. Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών, Διαχειριστική Αρχή ΕΠ ΣΑΑΣ (2006), *Σχέδιο Ανάπτυξης Μεταφορών Περιόδου 2007-2013 και Εικοσαετίας*.
32. Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων (2002). *Γενικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης. Πιλοτική δημόσια πολεοδόμηση περιοχών που δεν είναι ήδη δομημένες με διάσπαρτη δόμηση*. On-line στη διεύθυνση: <http://www.ypeka.gr/>
33. Φυλλάδιο του ΟΛΠ

B. ΠΗΓΕΣ

- ⇒ <http://www.citybranding.gr>.
- ⇒ http://findarticles.com/b/news-articles/new-straitstimes/mi_3016/is_20090501/brand-c.
- ⇒ http://www.ec.europa.eu/comm/regional_policy.
- ⇒ (www.europe-cities.com)
- ⇒ <http://www.ikarosnetwork.gr/>)
- ⇒ <http://www.urbact.eu>.
- ⇒ www.espa.gr.
- ⇒ www.urbact.eu.
- ⇒ <http://www.pact-carbon-transition.org/>
- ⇒ <http://ec.europa.eu/research/social-sciences/>
- ⇒ www.iniscoe.org.
- ⇒ <http://www.spyridon.gr>
- ⇒ <http://www.archive.gr/news.php?readmore=151>
- ⇒ <http://urbact.eu/e>.
- ⇒ www.image-switzerland.ch.
- ⇒ <http://www.earthspeak.com>.

- ⇒ <http://citybrand.org/about.swf>
- ⇒ <http://www.necstour.eu/>.
- ⇒ <http://opencities.britishcouncil.org/>)
- ⇒ http://www.bakbasel.ch/vEnglisch/competences/open_cities/opencitiesW3Dnav_anchorW261010153.shtml
- ⇒ http://www.huffingtonpost.com/2011/02/21/worlds-most-liveable-cities_n_825964.html
- ⇒ www.philips-thecenter.org/livable-cities/
- ⇒ <http://www.theage.com.au/travel/the-best-city-in-the-world>.
- ⇒ <http://www.imo.org/Pages/home.aspx>
- ⇒ http://www.eu-portal.net/material/downloadarea/ki9a_wm_gr.pdf
- ⇒ <http://www.ecosmes.net/cm/navContentis?>
- ⇒ <http://www.ecoport3.eu/>
- ⇒ (<http://www.greekscapes.gr>)
- ⇒ www.hafencity.com
- ⇒ <http://ec.europa.eu/ten/transport/mars>
- ⇒ <http://en.wikipedia.org>
- ⇒ (www.yen.gr)
- ⇒ <http://nee.gr/default.asp?t=GreekShipping>.
- ⇒ <http://www.minenv.gr/4/44/4405/g440501.html>
- ⇒ <http://www.greekshippingnews.gr/?q=node/179>
- ⇒ <http://www.pireasnet.gr/Default.aspx?tabid=670>
- ⇒ www.openbudget.gr/peiraias/Plarousiasikaiaxiologisiyfistameniskatastasi...
- ⇒ www.olp.gr
- ⇒ www.martrans.org
- ⇒ <http://urbact.eu/en/projects/innovation-creativity/redis/homepage/>
- ⇒ www.wikipedia.org/
- ⇒ http://www.defencenet.gr/defence/index.php?option=com_content&task=view&id=5428&Itemid=48
- ⇒ <http://www.shipfriends.gr/forum/>
- ⇒ (<http://www.drapetsona.gov.gr>)
- ⇒ (www.iefimerida.gr)

- ⇒ (<http://www.limnoscope.ntua.gr>)
- ⇒ <http://www.greek-islands.us/athens/piraeus-port/>
- ⇒ <http://www.greek-islands.us/athens/piraeus-port/>)
- ⇒ (www.cosco.com)
- ⇒ (<http://www.greekshippingnews.gr/>)
- ⇒ (<http://www.olp.gr/el/services/car-termina>)
- ⇒ (www.flicker.com)
- ⇒ (<http://www.keratsini-drapetsona.gr/>)
- ⇒ (<http://www.perama.gr>)
- ⇒ (www.polisnikaia.gr/)
- ⇒ <http://www.korydallos.gr>
- ⇒ <http://www.ypodomes.com/index.php/news>
- ⇒ <http://www.lifo.gr/mag/features/50>
- ⇒ <http://www.nomarhiapirraia.gr/>

11. ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ-ΠΙΝΑΚΩΝ-ΣΧΗΜΑΤΩΝ-ΧΑΡΤΩΝ

A. ΕΙΚΟΝΕΣ

- Εικόνα 1: «Ανώνυμοι οικισμοί (1)»..... σ. 13
- Εικόνες 2: Α. Προμοντέρνο αστικό τοπίο στις αρχές του 20^{ου} αιώνα.
B. Μεταμοντέρνο αστικό τοπίο '50,'60,'70. Γ. Μεταμοντέρνο αστικό
τοπίο..... σ. 16
- Εικόνα 3: «Ανώνυμοι οικισμοί (2)»..... σ. 16
- Εικόνα 4: «Ανώνυμοι οικισμοί (3)»..... σ. 17
- Εικόνα 5: Η ανάπλαση του παραλιακού μετώπου στην περιφέρεια της
Βαρκελώνης (πόλη/ λιμάνι)..... σ. 19
- Εικόνα 6: Α. Potsdamer Platz(Βερολίνο). Β. Περιοχή Milan Fair (Μιλάνο).
Γ. One North (Σιγκαπούρη)..... σ. 27
- Εικόνα 7: Α. Συνοικία Μουσείων (Βιέννη). Β. Συνοικία Μουσείων (Ρότερνταμ).
Γ. Συνοικία Μουσείων (Χάγη)..... σ. 27
- Εικόνα 8: Α. Temple Bar (Δουβλίνο), Β. Bagladcity, Brick Lane,(Λονδίνο).
Γ. Westergas-fabriek (Άμστερνταμ) Δ. Witte de Withstraat (Ρότερνταμ),
Ε. Ψυρρή (Αθήνα), ΣΤ.Λαδάδικα, Βαλαωρίτου (Θεσσαλονίκη)..... σ. 28
- Εικόνα 9: Α. Southbank(Λονδίνο), Β. Abandoibarra(Μπιλμπάο), Forum των
Πολιτισμών(Βαρκελώνη), Δ. Port Melbourne(Μελβούρνη), Ε. West
Kowloon(Χονγκ Κονγκ)..... σ. 29
- Εικόνα 10: Α. Εμπορικά κέντρα: (π.χ Bluewater, Thamesgate(Λονδίνο),
Mediterranean Cosmos(Θεσσαλονίκη) Β. θεματικά πάρκα: (Disney
Land)..... σ. 29
- Εικόνα 11: London Docklands..... σ. 33
- Εικόνα 12: Α.Βερολίνο περιοχή Potsdamer Platz Β. Το κτιριακό συγκρότημα και η
πλατεία Sony Centre..... σ. 34
- Εικόνα 13: Α. Μιλάνο, περιοχή Milan Fair Β. 'City life' – το 1ο βραβείο του διεθνούς
διαγωνισμού που κέρδισαν οι Zaha Hadid, Arata Isozaki Daniel Libeskind
and Pier Paolo Maggiora..... σ. 34
- Εικόνα 14: Α. Βαρκελώνη: Ανάπλαση κέντρου κοντά στο Ολυμπιακό χωριό στους
ολυμπιακούς αγώνες 1992 Β. Ο «Πύργος στην αμμουδιά» και το «Ψάρι»
γλυπτά του Frank O. Gehry σ. 34
- Εικόνα 15: Α. Βαλένθια – 'πόλη τεχνών & επιστημών' Β. 20. Bilbao – Guggenheim

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Museum..... | σ. 35 |
| Εικόνα 16: Η πόλη Τιανζίν στην Κίνα: η πιο εξελιγμένη πράσινη πόλη του κόσμου..... | σ. 40 |
| Εικόνα 17: URBACT/ <u>ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ & δημιουργικότητα</u> η πόλη Obidos... | σ. 43 |
| Εικόνα 18: URBACT/ <u>ACTIVE INCLUSION ENΤΑΞΗ</u> | σ. 44 |
| Εικόνα 19: URBACT/ <u>ACTIVE INCLUSION ENΤΑΞΗ</u> . Ο δήμος της Ρώμης | σ. 44 |
| Εικόνα 20: Όνομα, χρώματα και επικοινωνία παραπέμπουν στην Jamaica..... | σ. 61 |
| Εικόνα 21: Αναγεννημένη η λιμενική ζώνη της Γένοβας..... | σ. 72 |
| Εικόνα 22: Μακέτα δημιουργικής πόλης..... | σ. 80 |
| Εικόνα 23: Resilient cities 2011..... | σ. 82 |
| Εικόνα 24: Α.Φωτογραφία από Andrejs Zavadskis Β. Εικόνα 45: Η πόλη Πετς της Ουγγαρίας – έχει επιλεγεί στο πλαίσιο της προετοιμασίας για τη διατύπωση Ιδεών για το αστικό αρτοποιείο..... | σ. 85 |
| Εικόνα 25: Μέτωπα αναπλάσεων σε μεγάλα λιμάνια ανά τον κόσμο..... | σ. 89 |
| Εικόνα 26: Συγκριτικά στοιχεία για τις εκπομπές ρύπων των μέσων μεταφοράς | σ. 91 |
| Εικόνα 27: Βαρκελώνη: οι μεγάλες κυκλοφοριακές υποδομές ως φυσικό όριο μεταξύ της πόλης και του θαλάσσιου μετώπου..... | σ.109 |
| Εικόνα 28: Αμβούργο-το παραλιακό μέτωπο ανάπλασης..... | σ. 111 |
| Εικόνα 29: Η περιοχή ανάπλασης Hafencity..... | σ.112 |
| Εικόνα 30: Το πρόγραμμα Maasvlakte 2 στο Ρότερνταμ..... | σ. 113 |
| Εικόνα 31: Οι εγκαταστάσεις στο λιμάνι της Χάβρης το 1967..... | σ. 114 |
| Εικόνα 32: Οι εγκαταστάσεις στο λιμάνι της Χάβρης στο τέλος του προγράμματος Port 2000 | σ. 114 |
| Εικόνες 33: Το πριν και το μετά στα Docklands του Λονδίνου..... | σ. 115 |
| Εικόνα 34: Αναπαράσταση του αρχαίου Πειραιά..... | σ.124 |
| Εικόνα 35: Ο Λέων του Πειραιώς..... | σ.128 |
| Εικόνα 36:Το Χρηματιστήριο εμπορευμάτων, το αποκαλούμενο «Ρολόι»..... | σ. 130 |
| Εικόνα 37: Το Δημοτικό θέατρο Πειραιώς..... | σ. 130 |
| Εικόνα 38: Εξωτερικοί μολοι των Μονίμων δεξαμενών : η πόλη στην αρχή 20 ^{ου} | |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Αιώνα..... | σ.132 |
| Εικόνα 39: Ο Πειραιάς στη δεκαετία του 1950..... | σ. 132 |
| Εικόνα 40: Επιβατικό πλοίο στον κεντρικό λιμένα..... | σ. 137 |
| Εικόνα 41: Εμπορικό πλοίο (container) της κινέζικης εταιρείας Cosco..... | σ. 137 |
| Εικόνα 42: Το σχέδιο της Cosco για το εμπορευματικό κέντρο στο Θριάσιο... .. | σ.139 |
| Εικόνα 43 : Το Κέντρο Διαμετακόμισης Οχημάτων..... | σ. 141 |
| Εικόνα 44 : Λιμένας Ζέας ή παλαιότερα Πασαλιμάνι | σ. 150 |
| Εικόνα 45 : Ιερός Ναός Προφήτη Ηλία | σ. 151 |
| Εικόνα 46 : Γιάννης Τσαρούχης: Καστέλλα, τέμπερα, Καθημερινή..... | σ. 151 |
| Εικόνα 47 : Νεόσοικοι στο Πασαλιμάνι μετά την καταστροφή τους το 1885.. | σ. 154 |
| Εικόνα 48 : Κυλιδρόμυλος αδελφών Σ. Κουμαντάρου)..... | σ. 158 |
| Εικόνα 49 :Υφαντήριο Κωσταντίνου Κουρτάλη..... | σ. 158 |
| Εικόνα 50 : Σταθμός ΗΣΑΠ..... | σ. 159 |
| Εικόνα 51: Η Ελληνική Εμπορική Ναυτιλία και οι Φορείς της | σ. 160 |
| Εικόνα 52: Κεντρικό Λιμάνι (πανοραμική άποψη)..... | σ. 161 |
| Εικόνα 53: Η δύναμη του Ελληνικού στόλου..... | σ. 161 |
| Εικόνα 54: Δημόσια κτίρια, κατοικίες, εργοστάσια και άνθρωποι σε αρμονική συνύπαρξη στον Πειραιά της νεοκλασικής περιόδου..... | σ. 162 |
| Εικόνα 55: Το θρυλικό υπερωκεάνιο «Πατρίς»..... | σ. 162 |
| Εικόνα 56: Η συνοικία Τσίλερ στα τέλη του 19ου αι..... | σ. 163 |
| Εικόνα 57: Τα κτίρια στην είσοδο του λιμανιού..... | σ. 164 |
| Εικόνα 58: Οι Έλληνες εφοπλιστές ανοίγουν «πράσινο» δρόμο | σ. 166 |
| Εικόνα 59: Τα Μπλόκο της Κοκκινιάς. 17 Αυγούστου, 1944..... | σ. 179 |
| Εικόνα 60: Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας..... | σ. 196 |
| Εικόνα 61: Οι Φυλακές Κορυδαλλού..... | σ. 209 |
| Εικόνα 62: Η Κεντρική Λαχαναγορά..... | σ. 210 |
| Εικόνα 63: Α. Άποψη από τη δυτική είσοδο του Στρατοπέδου Β. Ο χώρος της πρώην στρατολογίας του « Παπαγιώργη»..... | σ. 211 |
| Εικόνα 64: Περιοχή στη συνοικία του Βάβουλα..... | σ. 212 |
| Εικόνα 65: Το Εμπορικό Κέντρο του Πειραιά..... | σ. 213 |
| Εικόνα 66: Τα προσφυγικά της Δραπατσώνας..... | σ. 214 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Εικόνα 67 : Το Όρος Αιγάλεω..... | σ. 215 |
| Εικόνα 68: Α. Πειραιϊκό Τείχος(τμήμα) Β. Το αρχαίο θέατρο της Ζέας Γ. Αρχαιολογικά ευρήματα..... | σ. 216 |
| Εικόνα 69: Νεοκλασικά του Πειραιά..... | σ. 216 |
| Εικόνα 70: Η Υετώνειος Πύλη..... | σ. 217 |
| Εικόνα 71: Α. & Γ. Περιοχή της Σχολής Ναυτικών Δοκίμων Β. Το κτίριο της Σχολής..... | σ. 219 |
| Εικόνα 72: Το κτίριο του Συνεδριακού Κέντρου του ΟΛΠ..... | σ. 220 |
| Εικόνα 73: Το εργοστάσιο λιπασμάτων άποψη από τη θάλασσα..... | σ. 221 |
| Εικόνα 74: Μακέτα με το σταθμό από το παλιό τραινάκι..... | σ. 221 |
| Εικόνα 75: Α. Η Περιοχή Λιπάσματα στο Κερατσίνι Γ. Χάρτης της Δραπετσώνας..... | σ. 222 |
| Εικόνα 76: Περιοχή η «Ιχθυόσκαλα»..... | σ. 222 |
| Εικόνα 77: Δεξαμενές με πετρελαιοειδή στο Πέραμα, στο βάθος η οικιστική ζώνη..... | σ. 222 |
| Εικόνα 78: Προβλήτα Περάματος..... | σ.223 |

Β. ΠΙΝΑΚΕΣ

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Πίνακας 1: Αγορές στόχοι για ειδικά ενδιαφέροντα..... | σ. 53 |
| Πίνακας 2: Ετήσια έκθεση με την επωνυμία Country Brand Index..... | σ. 55 |
| Πίνακας 3: Κατάλογος με τις χώρες-μάρκες του Anholt (Anholt's NBI list)..... | σ. 56 |
| Πίνακας 4: Κατάταξη των χωρών-στοιχεία του Anholt (Anholt's NBI list)..... | σ. 56 |
| Πίνακας 5: Οι πέντε πρώτες λέξεις με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των χωρών στη συνείδηση των αγορών στόχων..... | σ. 71 |
| Πίνακας 6: Οι πιο κατοικήσιμες πόλεις σύμφωνα με το Economist Intelligence Unit..... | σ. 88 |
| Πίνακας 7: Τα 20 ευρωπαϊκά λιμάνια με τη μεγαλύτερη διακίνηση φορτίου... | σ.105 |
| Πίνακας 8: Μοντέλα ιδιοκτησίας λιμένων..... | σ.120 |
| Πίνακας 9: Κίνηση επιβατών 2003-2006 | σ.136 |
| Πίνακας 10: Γραφική απεικόνιση διακίνησης αυτοκινήτων 2003- 2010..... | σ.142 |

Γ. ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Σχεδιάγραμμα 1: Ομαδοποίηση (clustering) και ανταγωνιστικότητα των πόλεων | σ.27 |
| Σχεδιάγραμμα 2: PACT: Island Sustainable Energy Action Plans (ISEAP=Island Sustainable Energy Action Plans)..... | σ. 31 |
| Σχεδιάγραμμα 3: Κατανομή πληθυσμού στην Ελλάδα, 1991-2001(αστικός, ημιαστικός, αγροτικός)..... | σ. 36 |
| Σχεδιάγραμμα 4: Η ικανοποίηση από την ποιότητα ζωής στις μεγάλες πόλεις της Χώρας..... | σ. 36 |
| Σχεδιάγραμμα 5. Α. Το URBACT σε ημερομηνίες, B.Το URBACT σε αριθμούς..... | σ. 41 |
| Σχεδιάγραμμα 6: Δίκτυο Swissnex της Βοστώνης..... | σ. 57 |
| Σχεδιάγραμμα 7 : Διαδικασία καθορισμού και μέτρησης της διαφάνειας OPENCities»..... | σ. 77 |
| Σχεδιάγραμμα 8: Ο «κύκλος αλληλεπίδρασης χρήσεων γης και μεταφορών»... Σχεδιάγραμμα 9: Η σχέση των τριών πυλώνων της αειφόρου ανάπτυξης..... | σ. 95 σ.100 |
| Σχεδιάγραμμα 10: Διάρθρωση του κόστους που αντιστοιχεί σε τιμή αγοράς 100 νομισματικών μονάδων ανά τόπο ναυπήγησης | σ.104 |
| Σχεδιάγραμμα 11: Συνήθης πορεία κατάστασης αστικού θαλάσσιου μέτωπου | σ.106 |
| Σχεδιάγραμμα 12: Η πληθυσμιακή κατανομή στο Πειραιά από το 1928 ως το 2001..... | σ.146 |
| Σχεδιάγραμμα 13: Το Κέντρο Επεξεργασίας Λυμάτων στη νήσο Ψυτάλεια.... | σ.175 |
| Σχεδιάγραμμα 14:Το θαλάσσιο μέτωπο Κεντρικού Λιμένα - Δραπετσώνας – Κερατσινίου – Περάματος..... | σ. 202 |
| Σχεδιάγραμμα 15: Οικοδομικό τετράγωνο στην περιοχή Μανιάτικα..... | σ. 211 |
| Σχεδιάγραμμα 16: Λόφος Σελεπίτσαρι – Λόφος Δεξαμενής..... | σ. 213 |
| Σχεδιάγραμμα 17: Master Plan -Πολιτιστική Ακτή Πειραιά..... | σ. 217 |

Δ. ΧΑΡΤΕΣ

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Χάρτης 1: Δίκτυο οικισμών: Αμβούργο (Γερμανία) και Λυών (Γαλλία)..... | σ. 20 |
| Χάρτης 2: Μετανάστευση της Ευρώπης από το 1950 έως το 1992..... | σ. 32 |
| Χάρτης 3: Τα βασικά διαμερίσματα του Δήμου Πειραιά/χρήσεις γης..... | σ.129 |
| Χάρτης 4: Βασικοί άξονες εισόδου στο Λιμάνι του Πειραιά..... | σ.131 |
| Χάρτης 5: Η θέση του λιμανιού του Πειραιά στην χάρτη των διεθνών εμπορικών Οδών | σ. 133 |

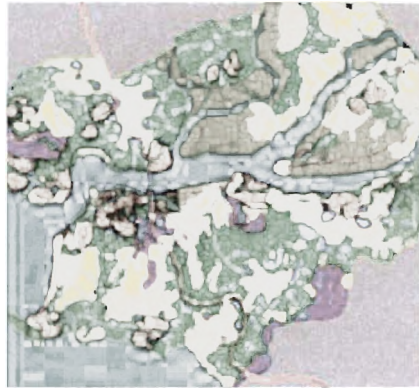
| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Χάρτης 6: Ζώνες στο λιμάνι του Πειραιά..... | σ. 134 |
| Χάρτης 7: Πύλες στο κεντρικό Λιμάνι..... | σ.135 |
| Χάρτης 8: Τοπογραφική αποτύπωση Π1..... | σ.140 |
| Χάρτης 9: Τοπογραφική αποτύπωση Π1..... | σ. 140 |
| Χάρτης 10: Κυρίαρχος πόλος κεντρικού λιμένα – Δραπετσώνας – Κερατσινίου..... | σ. 148 |
| Χάρτης 11: Φαληρικός όρμος | σ.149 |
| Χάρτης 12: Το Μικρολίμανο του Πειραιά (άποψη)..... | σ. 152 |
| Χάρτης 13: Η ευρύτερη περιοχή του Πειραιά | σ. 167 |
| Χάρτης 14: Οι Δήμοι της Νομαρχίας Πειραιά..... | σ. 169 |
| Χάρτης 15: Περιοχή Δραπετσώνας..... | σ. 169 |
| Χάρτης 16: Θαλάσσιο μέτωπο δήμου Δραπετσώνας..... | σ. 171 |
| Χάρτης 17: Δήμος Δραπετσώνας-πολεοδομικό σχέδιο..... | σ. 171 |
| Χάρτης 18: Παράκτια ζώνη περιοχής Κερατσινίου..... | σ. 172 |
| Χάρτης .19: Θαλάσσιο μέτωπο δήμου Κερατσινίου..... | σ. 174 |
| Χάρτης 20: Πολεοδομικό σχέδιο του Δήμου Κερατσινίου..... | σ. 176 |
| Χάρτης 21: Νότιο θαλάσσιο μέτωπο δήμου Περάματος..... | σ. 178 |
| Χάρτης 22: Πολεοδομικό σχέδιο του Δήμου Περάματος..... | σ. 178 |
| Χάρτης 23: Πολεοδομικό σχέδιο του Δήμου Νικαίας..... | σ. 180 |
| Χάρτης 24: Πολεοδομικό σχέδιο του Δήμου Κορυδαλλού | σ. 182 |
| Χάρτης 25: Το τμήμα της προέκτασης του Μετρό ΧΑΪΔΑΡΙ-ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ με τους ενδιάμεσους σταθμούς ΑΓΙΑ ΒΑΡΒΑΡΑ, ΚΟΡΥΔΑΛΛΟΣ, ΝΙΚΑΙΑ, ΜΑΝΙΑΤΙΚΑ και ΠΕΙΡΑΙΑΣ..... | σ. 184 |
| Χάρτης 26: Όρια δήμων Νομαρχίας Πειραιά..... | σ. 199 |
| Χάρτης 27: Περιοχή Μελέτης(Εικόνα από το πρόγραμμα Google Earth)..... | σ. 201 |
| Χάρτης 28: Η πρώην λιμενοβιομηχανική Ζώνη Δραπετσώνας και η σχέση της με τους όμορους δήμους..... | σ. 218 |
| Χάρτης 29: Χρήσεις γης της περιοχής | σ. 221 |

PARAPHTIMATA

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Livable cities in a rapidly urbanizing world

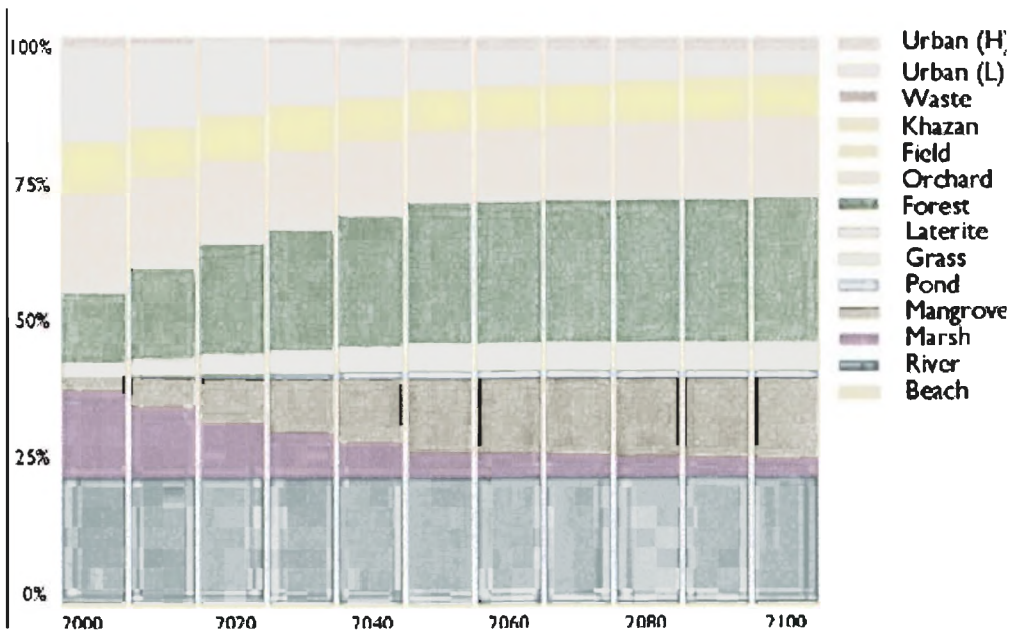
Urban Planning Advisory Team (UPAT) of the International Society of City and Regional Planners (ISOCARP)
For the *Philips Center of Health and*

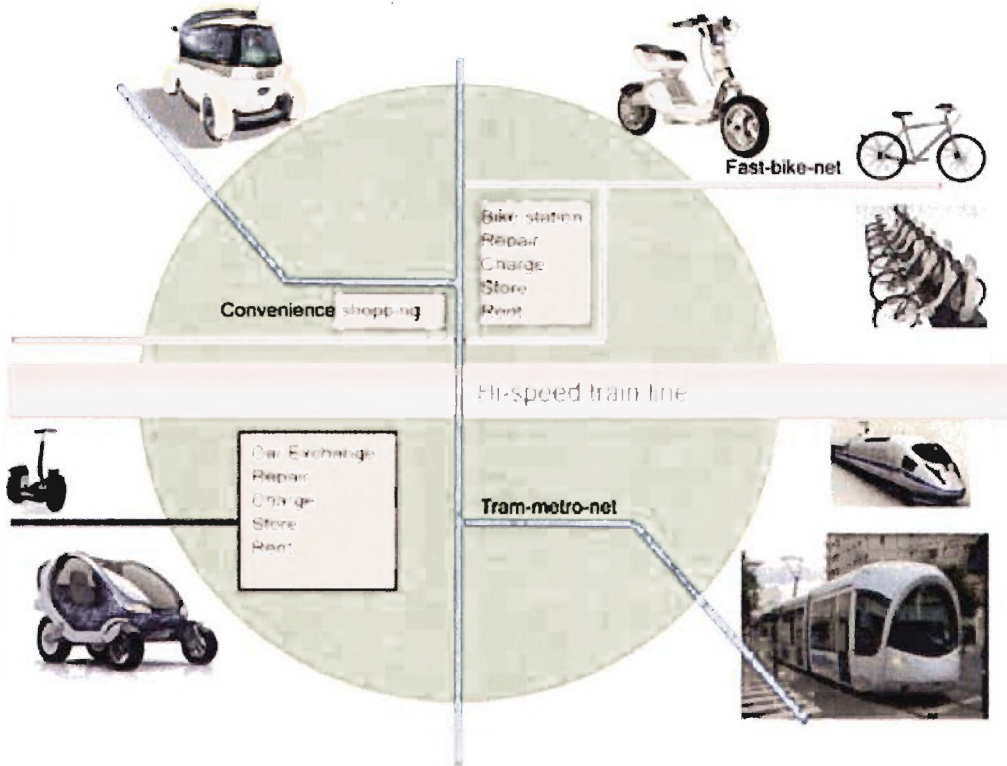


Philips Center for Health and Well-Being Think Tank identifies Framework for Livable Cities

.....

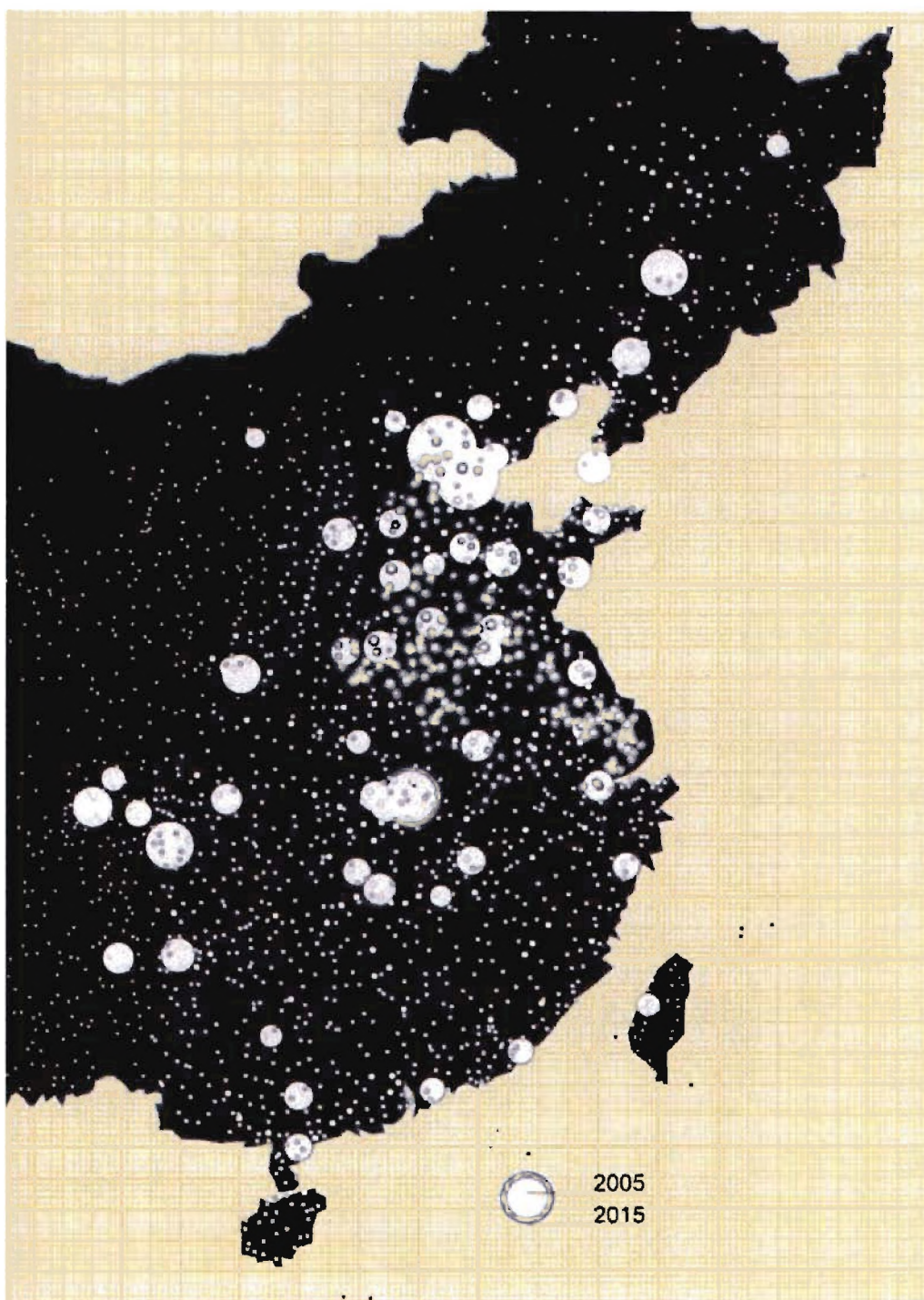
Knowledgesharing forum that provides a focal point to raise the level of discussion on what matters most to citizens and communities.

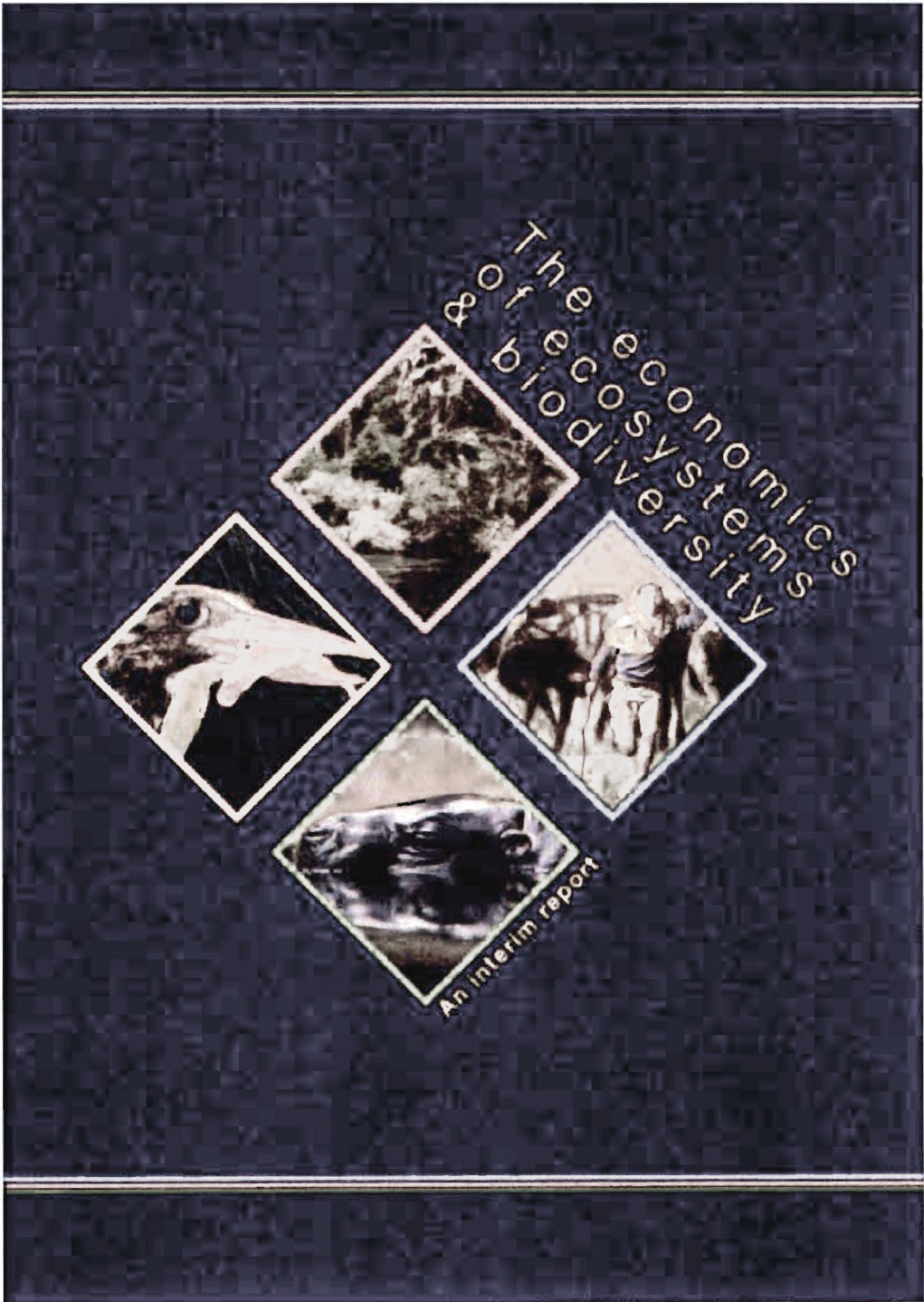




Practical solutions illustrated

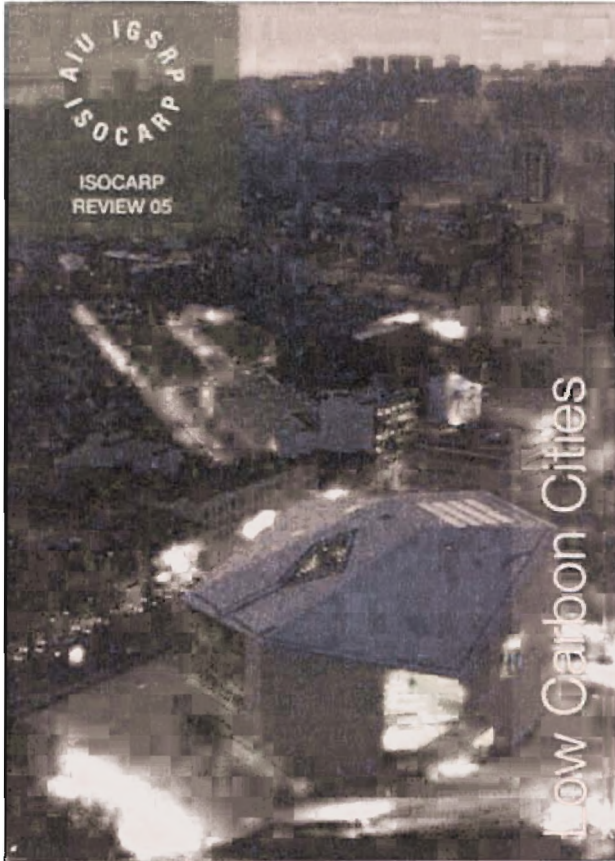
Non-city rapid urbanization in China





Consuming the planet

Towards low carbon cities



and ten 'first steps' to 'practical solutions'

practical solutions, on the pink background, relate primarily to the '10x10' subregion and the '1x1' urban areas. All ten practical solutions may be most likely to emerge in the dynamic and innovative conditions of rapidly urbanizing regions. They are equally applicable to mature cities, rapidly expanding cities and even shrinking cities, since these and similar 'practical solutions' are likely to be essential ingredients in responses to great global challenges.

| Practical solution | Action |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 'Regional leaders' | Without attempting to remove or restructure layers of governments, the highest level of government appoints a small leadership council or regional commission comprising wise, expert and highly respected people who have the moral authority, and scientific resources, to define strategic regional priorities, to plan patterns of development and to persuade and educate the decision makers and the public. The Phillips Think Tank on Livable Cities is an example of leadership through expertise and moral authority. The 1989-99 International Building Exhibition Emscher Park was an example of transformative regional leadership without changing existing governance structures. For information see http://www.iba-emscherpark.de/pageID_2507086.html |
| 'Landscape first' | Define the regional landscape framework and plant it prior to urbanization, to protect and recover biodiversity. Thirty years ago the Dutch city of Almere planted the landscape framework first: it is now one of the city's greatest assets. |
| 'Map the energy' | First map the potential wind, wave, hydro, solar, biomass, geothermal and other energy resources, to prevent their sterilization and to ensure that urbanization makes the most of these resources. Relevant techniques were described in the ISOCARP 2009 Congress paper 'Estimation of energy sustainability on the local scale' by Daniele Vettorato and Pietro Zambelli, available at www.isocarp.net . |
| 'Productive landscapes' | Use food plants for urban landscapes, public gardens, street trees and interim uses of land banks. |
| 'Mix to the max' | Planning controls should be based not on land use but on effects or performance, to encourage innovation and to allow every kind of low-impact use to become part of a rich urban living ecology. 'Mix to the max' is a possible subject for a master class or discussion paper by the Think Tank on Livable Cities. |
| 'Budget for the arts' | A significant share of the urban budget allocated to the arts will enable artists to be engaged on all major project teams, and enable off-beat spaces to be made available for artists' studios and for other cultural production. |
| 'Node for all modes' | All modes connect seamlessly in a purpose-built interchange integrated into the heart of <i>1x1 urban living areas</i> - see the diagram on page 21. |

'Urban playground'

Plan the new retail centers to fully integrate commercial activities with public areas, social spaces, entertainment, sports and active recreation - see the diagram on page 21.

'People to people'

Intervene in many ways to ensure that each *1x1 urban living area* has the broadest mix of employment types, income levels and cultural backgrounds, so that the area reasonably reflects the demographics of the whole region. The leading work on this subject is *The spirit level. Why equality is better for everyone* by Richard Wilkinson and Kate Pickett, Penguin Books, 2010. Given the strong correlation between urban structure and public health, 'People to people' could be the perfect subject for a joint master class or discussion paper by the two Philips Think Tanks.

Business to cities

Corporations and large agencies each form a close relationship with a community by 'adopting' a *1x1 urban living area* to better understand rapid urbanization, to gain insight into daily life, to test innovations and to assist the local community. 'Sustainable cities and successful commerce are interdependent. Companies must be ... invited to participate in city planning and assume responsibility for urban sustainability.' Ten principles for future sustainable governance – see page 26.

Ten selected ingredients of livable cities,

There are many principles that must apply to future urban environments, many ingredients of livable cities, and many 'practical solutions'. The ten original ideas described in the table are practical steps towards major transformations, but of course they are not the only ones, and may not be the most important steps. They are responses to the challenge to "to think 'out of the box' and to develop simple, practical and original solutions that improve the quality of peoples' lives and communities in sustainable cities in South East Asia...implementable within a few years".

Principle

Application to rapidly urbanizing regions

Strong regional governance Stable, credible, passionate regional leadership is essential to take responsibility for the whole region and the long term.

Regional leadership must have sufficient legitimacy and credibility to transcend fragmented layers of government, short term and parochial priorities, competing interests and a lack of strategic responsibility for a rapidly urbanizing region.

Natural capital It is imperative that in future the natural resources of a region are understood, conserved and valued as urbanization proceeds.

Maximising biodiversity in a rapidly urbanizing region requires a landscape framework to be designed based on excellent science, before indiscriminate development takes over.

Local energy Urban areas should maximize the local generation of low-carbon energy, through the efficient use of local energy resources.

All rapidly urbanizing regions have a unique endowment of potential energy resources distributed unevenly across the region, which can be fully employed only if researched, mapped and protected ahead of development.

Urban agriculture Food production, and agriculture generally, should be integrated throughout the urban environment.

Minimizing the separation between food production and urban living reduces energy use, improves urban metabolism, enriches daily life and improves well-being

Strategically certain, and tactically flexible Livable cities need strong strategies for the large scale patterns and networks, with greater creativity, flexibility and responsiveness at the smaller scale.

The planning of rapidly urbanizing regions is often typified by weak strategic regional frameworks but detailed local plans and rules, which are often used to simplify or standardize local development, usually by segregating land uses which might have negative impacts.

The more urban, the more innovation Cities generate innovation, through the intensity of interaction, the rate of change, and the market for creativity and art.

Rapidly urbanizing regions need to support the arts and enrich the cultural landscape, in order to create environments which attract and foster creativity and build stronger communities.

Mobility at all scales From local high-quality pedestrian routes to international bullet trains, livable cities provide mobility without compromising equity or environmental quality.

In the *1x1 urban living areas* of rapidly urbanizing regions, the quality of the pedestrian environment should come first, with all other modes, including private cars, performing their optimal role and interconnecting effortlessly.

Locally engaged citizens Livable cities foster health and community connectedness by providing multiple destinations and opportunities within walking and cycling distance of where people live, work and play.

To counter the tendency in rapidly urbanizing regions for important urban functions to be segregated and even inaccessible, the many destinations of 'daily life' should be co-located, and where possible integrated, in places of high accessibility.

Equity and social mix Livable cities improve life chances, health status and well-being by minimizing social division, exclusion and income inequality.

Whatever the level of inequality in income and opportunity in society, well-planned social mix in rapidly urbanizing regions can improve levels of trust and well-

being.

Corporate citizenship Large corporations can play an increasingly creative role – through their products, their innovations and their partnerships with governments and communities – to help make cities livable.

In rapidly urbanizing regions, corporations can be instrumental in driving innovation and raising standards, through their own developments and through direct relationships established with a local community for mutual benefit.

Ten principles for future sustainable governance

[Extracted from *Copenhagen agenda for sustainable cities: ten principles for future sustainable governance*]

Our cities are the key to a sustainable future. For this reason, the Danish foundation Realdania asked the Scandinavian think tank Monday Morning to create the initiative Copenhagen Agenda for Sustainable Cities. The initiative is supported by the Danish Minister of the Environment, Connie Hedegaard, who sees this as a good opportunity for putting cities on top of the global environmental agenda.

Over half the world's population – more than 3 billion people – now live in urban environments, making our cities the key to a sustainable future. This demands new approaches to how we understand, plan, build and use our cities, so that we can give city users better access to a sustainable life style. To learn more about what this involves, we have asked 48 of the world's most influential urban experts to share their thoughts about the key challenges facing urban leaders and to suggest a way forward.

Representing all parts of the world and a wide range of disciplines, these experts agree that to make our cities sustainable, we need a radical change of mindset, new planning strategies and new methods of governance to support development and foster a new generation of urban leadership. The ten principles for sustainable urban governance presented in this publication are the result of their considerations.

REDISCOVER THE CITY We need a radical change of mindset: A city is much more than a consumption exhaust. It must become a self-sustaining organism – complementary to nature, rather than hostile opposition.

REDEFINE CITY VALUE A sustainable city depends on the attitude and behavior of each urban individual and user. We must encourage a sense of citizenship and individual responsibility towards sustainable values rather than plain consumerism.

INVOLVE EVERYDAY EXPERTS Sustainable cities are participatory cities. We must encourage user-driven self-governance. Through new partnerships between city users, a common understanding of the sustainable city must be developed and initiatives agreed upon.

BREAK DOWN SILOS Sustainable city planning is inherently multidisciplinary. Therefore, old administrative structures should be abandoned in favor of innovative, cross-sector cooperation.

REDISTRIBUTE URBAN DECISION-MAKING Environmental changes do not respect city borders. Vertical cooperation between local, national and international public institutions is crucial to sustainable city planning.

DE-DESIGN URBAN PLANNING City planning should be people centered, rather than design centered. A city is a constantly evolving organism, and city planning must take a broader perspective than the design of individual buildings.

PROMOTE CORPORATE URBAN RESPONSIBILITY Sustainable cities and successful commerce are interdependent. Companies must be considered stakeholders, invited to participate in city planning and assume responsibility for urban sustainability.

GO GLOBAL Climate change is a global challenge. Global cooperation on the development of environmental technologies is essential, and a joint effort to solve the massive problems of the developing world's cities is urgently required.

EMBRACE CHAOS, CRISIS AND CHANGE A sustainable city must be adaptable to unexpected change. The ability to both fight current and future climate change is crucial. Flexible governance and an innovative mindset to overcome crisis is vital.

ENCOURAGE PASSION IN URBAN LEADERSHIP More will be expected of urban leaders of the future. They must be able to manage the complex interconnectedness of new institutions and partnerships. A mix of business management, political leadership and creativity is demanded from the future generation of urban

The document *Copenhagen agenda for sustainable cities: ten principles of for future sustainable governance* is available from the think tank Huset Mandag Morgen, whose contact details are Valkendorfsgrde 13, postboks 1127, DK 1009 København K, Tlf. +45 3393 9323, Fax +45 3314 1394, mm@mm.dk, www.mm.dk.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

Ευρωπαϊκό Βαρόμετρο Ανταγωνιστικών Ταυτοτήτων των Πόλεων

1. Γιατί να υπάρχει Ευρωπαϊκό Βαρόμετρο Ανταγωνιστικών Ταυτοτήτων Πόλεων;

Έχοντας συμβουλέψει χώρες, περιφέρειες και πόλεις για τις ανταγωνιστικές τους ταυτότητες, εμείς στο Saffron ενδιαφερόμαστε για τους παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστική ταυτότητα ενός τόπου. Οι επιπτώσεις της διεύρυνσης της ΕΕ, της ευκολότερης μετακίνησης και μια εκ νέου ανακάλυψη της περιφερειακής ταυτότητας και των πολιτισμών υποκινεί έναν εντονότερο ανταγωνισμό μεταξύ των ευρωπαϊκών πόλεων για ένα μερίδιο του διεθνούς τουρισμού, του εμπορίου και των επενδύσεων. Το πόσο αποτελεσματικά αυτές τις πόλεις προβάλλουν τα αξιοθέατα τους είναι θεμελιώδους σημασίας για τη μελλοντική τους επιτυχία.

Θέλαμε να διεξάγουμε μία έρευνα που συγκρίνει τα δυνατά σημεία των ανταγωνιστικών ταυτοτήτων και θεωρήσαμε ότι οι πόλεις θα προσφέρουν την καλύτερη διαδρομή. Το Ευρωπαϊκό Βαρόμετρο Ανταγωνιστικών Ταυτοτήτων Πόλεων προσφέρει ένα έγκυρο μέτρο σύγκρισης αποκαλύπτοντας πώς οι ανταγωνιστικές ταυτότητες των πόλεων συγκρίνονται μεταξύ τους.

Το Βαρόμετρο μέτρα έτσι τη δύναμη των ανταγωνιστικών ταυτοτήτων των πόλεων και αξιολογεί πόσο καλά οι πόλεις αξιοποιούν την ταυτότητα αυτή για να εκμεταλλευτούν τα αξιοθέατά τους. Διαπιστώνουμε ότι, ενώ οι ανταγωνιστικές ταυτότητες ορισμένων πόλεων είναι λιγότερο αποτελεσματικές σε σχέση με τις ιδιότητές τους, άλλες ξεπερνάνε κατά πολύ το τι πραγματικά έχουν να προσφέρουν.

Ποιοί λοιπόν είναι οι πιο σημαντικοί παράγοντες που καθορίζουν την εικόνα μιας πόλης; Η Saffron καταλήγει στο συμπέρασμα ότι υπάρχουν δέκα ποιοτικοί παράγοντες (τα κριτήρια ανταγωνιστικών ταυτοτήτων πόλεων της Saffron) στους οποίους κάθε πόλη θα πρέπει να εργαστεί εάν θέλει να αυξήσει το κύρος της στον κόσμο.

2. Τι σημαίνει ο όρος «ανταγωνιστική ταυτότητα» και τι σημασία έχει;

Πρώτα απ'όλα, ας ορίσουμε κάποιους όρους. Μία ανταγωνιστική ταυτότητα είναι μια συνολική εικόνα ή ένα σύνολο αντιλήψεων και σχέσεων που υπάρχουν στο μυαλό των ανθρώπων. Όταν μιλάμε για την «ανταγωνιστική ταυτότητα» ενός τόπου,

εννοούμε το μέσο όρο ή, οι κοινές αντιλήψεις που οι άνθρωποι σχετίζουν με αυτό το μέρος. Είναι πάντα κατά προσέγγιση και είναι πάντα υποκειμενική. Συνεπώς, λογικοί άνθρωποι μπορούν να διαφωνούν σχετικά με την «ανταγωνιστική ταυτότητα» ενός συγκεκριμένου τόπου, αλλά εξακολουθεί να έχει νόημα.

Η ανταγωνιστική ταυτότητα μιας πόλης, αν και είναι δύσκολο να γίνει αντιληπτή με ακρίβεια, προέρχεται από παράγοντες που μπορούν, αν και υποκειμενικά, να μετρηθούν και να αξιολογηθούν. Ορισμένα θετικά στοιχεία, όπως μια ζωντανή πολιτιστική σκηνή ή μία εξαιρετική αρχιτεκτονική, τείνουν αυτόματα να προσφέρουν ισχύ σε μία ανταγωνιστική ταυτότητα μιας πόλης. Τέτοιες ιδιότητες δίνουν ορισμένες πόλεις, όπως το Λονδίνο και τη Ρώμη, ένα «προβάδισμα» στην στον αγώνα των ανταγωνιστικών ταυτοτήτων, ενώ άλλες πόλεις, όπως η Βαρσοβία ή το Μπράντφορντ, ξεκινούν με φυσικό μειονέκτημα. Άλλες πόλεις, όπως το Δουβλίνο ή η Γλασκώβη, είναι κάπου στη μέση όσον αφορά τα χαρακτηριστικά τους, αλλά έχουν καταφέρει να σχηματίσουν ισχυρές ανταγωνιστικές ταυτότητες.

Αυτό μας οδηγεί στην δημιουργία της ανταγωνιστικής ταυτότητας. Η διαδικασία αυτή αποτελείται από σκόπιμες δράσεις που αναλαμβάνονται για να αλλάξει ή να βελτιωθεί μια εικόνα.

Αυτό περιλαμβάνει την προώθηση, αλλά περισσότερο, από την εμπειρία μας, αυτό σημαίνει βελτίωση και συντονισμός. Ως αποτέλεσμα, μια πόλη μαζεύει τους ηγέτες της, πραγματικά ή μεταφορικά, και λέει: «Έχουμε αυτά τα θετικά στοιχεία της πόλης, και αυτές τις ελλείψεις να διορθώσουμε. Ας ξεκινήσουμε τη δουλειά.» Ένα οργανωμένο και επίσημο «πρόγραμμα δημιουργίας ανταγωνιστικής ταυτότητας», όταν γίνει σωστά, είναι μακράν η πιο αποτελεσματική, και σίγουρα η πιο επίσημη μέθοδο για μια πόλη για να επιτύχει μια βελτίωση της ανταγωνιστικής ταυτότητας ναυρίτερα παρά αργότερα. Αλλά υπάρχουν και άλλοι τρόποι για να συμβεί αυτό, τρόποι που είναι πιο αυθόρμητοι ή τυχαίοι από τους άλλους.

Οι ανταγωνιστικές ταυτότητες έχουν σημασία επειδή είναι αυτό στο οποίο οι άνθρωποι βασίζονται τις αποφάσεις τους σχετικά με: το πού να ζήσουν, πού να πάνε για διακοπές, που να ιδρύσουν μια επιχείρηση, ακόμη και (αν και ίσως σε μικρότερο βαθμό, ή τουλάχιστον με έναν διαφορετικό τρόπο), που να επενδύσουν.

- Η ανταγωνιστική ταυτότητα = ουσία +συναίσθημα
- Η ανταγωνιστική ταυτότητα = πραγματικότητα +ιστορία
- Η ανταγωνιστική ταυτότητα = αλήθεια +φαντασία

- Η ανταγωνιστική ταυτότητα = γεγονός + εντύπωση

Πράγματι, μερικές φορές φαίνεται ότι θα συγχωρήσει κανείς τα πάντα σε μία πόλη εφόσον είναι ελκυστική και πηγαίνοντας εκεί μας προσφέρει ένα ενδιαφέρον θέμα συζήτησης όταν επιστρέφουμε στο σπίτι. Και στο άλλο άκρο του φάσματος, αν δεν γνωρίζουμε για έναν τόπο, αν δεν υπάρχει ιστορία εκείγια μας, τότε κάνουμε υποθέσεις σχετικά με το πόσο ενδιαφέρον ή σημαντικό ή ελκυστικό είναι.

3. Τι εξετάσαμε στα πλαίσια της μελέτης

Εξετάσαμε ευρωπαϊκές πόλεις με πληθυσμό 450.000 και άνω, καθώς και το Μάντσεστερ, το Μπρίστολ, το Κάρντιφ, το Λιντς και το Νιούκαστλ, (σημαντικές πόλεις του Ηνωμένου Βασιλείου με πληθυσμό μικρότερο από αυτό το μέγεθος). Συνολικά υπάρχουν 72 πόλεις στις αναλύσεις μας.

Η ανάλυσή μας εξετάζει δύο διαφορετικές ιδιότητες:

1 – Η ισχύ των θετικών στοιχείων μιας πόλης (η οποία, εξετάζοντας μόνο τα παρατηρήσιμα και μετρήσιμα χαρακτηριστικά της πόλης, αναλύει πόσο ισχυρό θα μπορούσε να είναι η ανταγωνιστική της ταυτότητα)

2 – Η ισχύ της ανταγωνιστικής ταυτότητας της πόλης (η οποία εξετάζει την πραγματική ισχύ της ανταγωνιστικής ταυτότητας της πόλης την συγκεκριμένη χρονική στιγμή).

1 - Η ισχύ των θετικών στοιχείων μιας πόλης.

Η ισχύ των θετικών στοιχείων μιας πόλης αποτελεί το σημείο αναφοράς της ανταγωνιστικής ταυτότητας της απεικονίζοντας το πως αξιολογείται όσον αφορά τα πράγματα που θέλουν οι άνθρωποι από αυτήν.

Η Saffron πραγματοποίησε μια δημοσκόπηση για να ανακαλύψει ποια είναι τα πιο επιθυμητά στοιχεία μιας πόλης και στη συνέχεια ανέλυσε το πώς συγκρίνονται οι πόλεις με τα επιθυμητά αυτά στοιχεία. Τα στοιχεία αυτά συνδυάζουν τους «αφηρημένους» πολιτιστικούς παράγοντες με τους «χειροπιαστούς» υπηρεσιακούς παράγοντες που θέλουν οι άνθρωποι από μια πόλη. Η Saffron περιλαμβάνεται επίσης το βαθμό στον οποίο η πόλη είναι σημαντική ή οικονομικά ευημερούσα.

Για να καθοριστεί το τι θέλουν οι άνθρωποι περισσότερο σε ένα τόπο, η Saffron ανέθεσε μια δημοσκόπηση 2.000 ανθρώπων στην YouGov στη Βρετανία. Κάναμε δύο ερωτήσεις με μια σειρά από απαντήσεις πολλαπλής επιλογής:

Πολιτισμικοί παράγοντες:

Προγραμματίζοντας μία εξόρμηση στην πόλη, ποια από τα ακόλουθα πράγματα είναι πιο σημαντικό για εσάς; (οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να επιλέξουν 3 απαντήσεις και να τις κατατάξουν σε σειρά σπουδαιότητας)

Παράγοντες Υπηρεσιών:

Αν είχατε κατά νου μία εξόρμηση στην πόλη, τι είδος πόλης θα ήταν πιο ελκυστική για σας; (οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να επιλέξουν 3 απαντήσεις και να τις κατατάξουν σε σειρά σπουδαιότητας)

Τα πιο επιθυμητά στοιχεία κατά σειρά προτεραιότητας ήταν:

Πολιτιστικά:

1. τουρισμός και ιστορικά αξιοθέατα
2. κουζίνα και εστιατόρια
3. φιλικοί και εξυπηρετικοί ντόπιοι
4. καλή εμπειρία στα ψώνια

Υπηρεσίες:

1. ιδιαίτερα χαμηλό κόστος
2. καλό καιρό
3. ευκολία στην μετακίνηση με τα πόδια και με τα μέσα μαζικής μεταφοράς

2. Η ισχύ της ανταγωνιστικής ταυτότητας της πόλης

Πόσο ισχυρή είναι η ανταγωνιστική ταυτότητα μιας πόλης αυτή τη στιγμή; Επειδή η ανταγωνιστική ταυτότητα ζει στα μυαλά εκατομμυρίων ανθρώπων, δεν είναι πραγματικά μετρήσιμο ως μια ενιαία οντότητα. Επίσης, όπως ένα πιάτο σε ένα εστιατόριο, δεν υπάρχει μία «μέση άποψη» που μπορεί να διακριθεί ουσιαστικά. Μερικούς τους αρέσει, μερικοί το μισούν, μερικοί δεν το έχουν δοκιμάσει. Αλλά ακριβώς όπως μπορούμε να συμπεράνουμε κάτι για τη δημοτικότητα ενός πιάτου βλέποντας τις πωλήσεις του, μπορούμε επίσης να αντιληφθούμε το πώς μια πόλη θεωρείται γενικά.

Εμείς επιλέξαμε τέσσερις παράγοντες, εξίσου σημαντικοί, για το Βαρόμετρο της τρέχουσας ισχύος της ανταγωνιστικής ταυτότητας μιας πόλης. Αυτά είναι

υποκειμενικά όσον αφορά το γεγονός ότι έχουν επιλεγεί ως παράγοντες από την Saffron, αλλά βασίζονται στην εκτεταμένη εμπειρία μας στον χώρο, και πιστεύουμε ότι είναι έγκυρη:

1 – Εικονική Αναγνωρισιμότητα – δηλαδή, μπορούν πολλοί άνθρωποι να αναγνωρίζουν την πόλη από μια καρτ ποστάλ χωρίς να χρειάζεται να διαβάσουνε την περιγραφή στο πίσω μέρος

2 – Η Ποσότητα και δύναμη των θετικών και ελκυστικών ιδιοτήτων – δηλαδή, τι αυθόρμητες σχέσεις δημιουργούνται στο μυαλό των ανθρώπων σχετικά με την πόλη;

3 – Αξία στη συζήτηση – δηλαδή, πόσο ενδιαφέρον θα ήταν σε μία παρέα κάποιος να πει «Ξέρετε, εγώ μόλις επέστρεψα από την πόλη _____.»)

4 – Αναγνωρισιμότητα από τα Media – που καθορίζεται στατιστικά , μετρώντας αναφορές των μέσων ενημέρωσης στην πόλη σε μια ορισμένη περίοδο.

Βαθμολογίες και αποτελέσματα

Υπολογίσαμε την ισχύ των θετικών στοιχείων των πόλεων (με ανώτατο όριο τα 100) και την ισχύ των ανταγωνιστικών τους ταυτοτήτων (επίσης, με ανώτατο όριο τα 100). Με αυτά τα αποτελέσματα, έχουμε δημιουργήσει το Ευρωπαϊκό Βαρόμετρο Ανταγωνιστικών Ταυτοτήτων Πόλεων, το οποίο απέφερε ένα σύνολο ποσοτικών αποτελεσμάτων:

- Ισχύ της ανταγωνιστικής ταυτότητας μιας πόλης: αποκαλύπτει το βαθμό της ταυτότητας και την κατάταξη για κάθε μία από τις 72 πόλεις

- Ισχύ των θετικών στοιχείων μιας πόλης: δείχνει βαθμό των θετικών στοιχείων και κατάταξη για κάθε μία από τις 72 πόλεις

- Αξιοποίηση της ανταγωνιστικής ταυτότητας: αποκαλύπτει ποσοτικά πόσο καλά οι πόλεις αξιοποιούν τις δυνατότητες της πόλης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικής ταυτότητάς τους(υπολογίζοντας την ισχύ της ανταγωνιστικής ταυτότητας ως ποσοστό της ισχύς των θετικών στοιχείων για κάθε πόλη).

Τα ποσοτικά στοιχεία στη συνέχεια χρησιμοποιήθηκαν για να δημιουργηθεί μια οπτική απεικόνιση των αποτελεσμάτων:

- Το Βαρόμετρο Ανταγωνιστικών Ταυτοτήτων Πόλεων: γραφική απεικόνιση του που βρίσκεται κάθε πόλη σε σχέση με τις άλλες (με τη γραφική αναπαράσταση της ισχύς της ανταγωνιστικής ταυτότητας έναντι της ισχύς των θετικών στοιχείων της).

4 . Τα αποτελέσματα και τι σημαίνουν

Δείτε τα παραρτήματα για τους πλήρη πίνακες των αποτελεσμάτων και την οπτική απεικόνιση, του Ευρωπαϊκού Βαρόμετρου Ανταγωνιστικών Ταυτοτήτων Πόλεων.

Οι πόλεις έχουν την ανταγωνιστική ταυτότητα που τους αξίζει... ως επί το πλείστον

Τα ευρήματα υποστηρίζουν την διαισθητική υπόθεση ότι όσο πιο ισχυρά είναι τα θετικά στοιχεία μιας πόλης, τόσο πιο ισχυρή είναι η ανταγωνιστική της ταυτότητα. Η γραμμική, θετικά επικλινή καμπύλη φαίνεται να αποδεικνύει ακριβώς αυτό που θα σκεφτείτε: ότι σε γενικές γραμμές, οι πόλεις έχουν τις ανταγωνιστικές ταυτότητες που τις αξίζουν. Αυτό που είναι ενδιαφέρον, όμως, είναι όταν αυτό δεν συμβαίνει.

Πράγματι, το βαρόμετρο δείχνει ότι ορισμένες πόλεις, όπως και τις υποτιμημένες μετοχές, φαίνεται να έχουν μια πραγματικότητα (ισχύ θετικών στοιχείων) που είναι πιο ελκυστική και υψηλότερης ποιότητας από ό, τι παρουσιάζεται από την ανταγωνιστική τους ταυτότητα (ισχύ ανταγωνιστικής ταυτότητας).

Δύο πόλεις των οποίων οι ταυτότητες εμφανίζονται μεταφορικά υποτιμημένες , για παράδειγμα, είναι τα Σόφια της Βουλγαρίας και η Λισαβόνα της Πορτογαλίας. Τα Σόφια έχουν το ίδιο βαθμό ισχύς θετικών στοιχείων με το Εδιμβούργο της Σκωτίας, αλλά έχουν βαθμό ισχύς της ανταγωνιστικής ταυτότητας μόλις 30 έναντι των 75 του Εδιμβούργου.

Εν τω μεταξύ η Λισαβόνα έχει το ίδιο βαθμό ισχύς θετικών στοιχείων με το Βερολίνο (70), αλλά μόνο περίπου 65% της ισχύς ανταγωνιστικής ταυτότητας της γερμανικής πρωτεύουσας.

Άλλες πόλεις με λιγότερες δυνατότητες από τα Σόφια και τη Λισαβόνα που αξιοποιούν ακόμα λιγότερο τις δυνατότητες των ανταγωνιστικών τους ταυτοτήτων

είναι η Βαρσοβία της Πολωνίας και το Βίλνιους της Λιθουανίας. Αυτές οι δύο τελευταίες πόλεις φαίνεται να αξιοποιούν μόνο περίπου 50% των δυνατοτήτων τους αυτή τη στιγμή.

Απαιτείται: καλύτερη ανάπτυξη ανταγωνιστικών ταυτοτήτων

Η Βιέννη, σύμφωνα με το βαρόμετρο, είναι η μόνη ευρωπαϊκή πόλη που έχει ακριβώς την ανταγωνιστική ταυτότητα που της αξίζει: η βαθμολογία της αξιοποίησης της ανταγωνιστικής ταυτότητας είναι 100%. Σχεδόν το ήμισυ των πόλεων στο Βαρόμετρο αξιοποιούν λιγότερο από 80% των δυνατοτήτων τους σε σχέση με την πραγματική ελκυστικότητα τους.

Τι σημαίνει αυτό; Υποδεικνύει ότι η αύξηση της ευαισθητοποίησης και του καλύτερου πλασαρίσματος θα βοηθήσει πολλές πόλεις, ιδιαίτερα τα «κρυμμένα διαμάντια», όπως τα Σόφια, τη Λισσαβόνα, το Βρότσλαβ και το Βίλνιους να αναδυθούν ως πολύ πιο σημαντικές από ό, τι είναι. Με άλλα λόγια, να αξιοποιήσουν καλύτερα τις δυνατότητες της ανταγωνιστικής τους ταυτότητας.

Η πεποίθησή μας είναι ότι η ενεργή ανάπτυξη της ανταγωνιστικής ταυτότητας, στις περισσότερες περιπτώσεις και στο κατάλληλο χρόνο, να βοηθήσει τον βαθμό αξιοποίησης της ανταγωνιστικής ταυτότητας μιας πόλης να αγγίζει, ή ακόμα και να ξεπεράσει το 100%.

Κέρδισε πρώτα τη φήμη σου, και μετά να καυχάσε

Ένα άλλο ενδιαφέρον εύρημα της Βαρόμετρο είναι ότι υπάρχει μια κατηγορία των πόλεων των οποίων η ισχύ της ανταγωνιστικής ταυτότητας υπερβαίνει την ισχύ των θετικών τους στοιχείων. Όσον αφορά το πόσο ισχυρή είναι η ανταγωνιστική ταυτότητα σε σχέση με τα πραγματικά θετικά στοιχεία μιας πόλης, ο νικητής είναι το Βερολίνο, ακολουθούμενη από την Στοκχόλμη, το Λίβερπουλ, την Πράγα και το Άμστερνταμ.

Το Βερολίνο έχει 137% ως ποσοστό αξιοποίησης της ανταγωνιστικής ταυτότητας, η Στοκχόλμη 118%, η Πράγα, το Λίβερπουλ και το Άμστερνταμ 115%, η Βαρκελώνη 112% και το Παρίσι 111%. Για όλες αυτές τις πόλεις, η ανταγωνιστική τους

ταυτότητα είναι καλύτερη από τα θετικά τους στοιχεία (ακόμα και αν τα στοιχεία αυτά είναι ισχυρά), που σημαίνει ότι πλασάρουν μια ιστορία πέρα από μια αστική εμπειρία.

Τι σημαίνει αυτό; Εάν είστε μια πόλη με πάνω από 100% ποσοστό αξιοποίησης της ανταγωνιστικής ταυτότητας, αυτό σημαίνει ότι πουλάτε με επιτυχία την εικόνα σας, καθώς και την πραγματικότητα σας. Αυτό σημαίνει ότι μέσα από την ιστορία και τον πολιτισμό σας έχετε δημιουργήσει μία αύρα γύρω σας.

Εκτός από την Λίβερπουλ, όλες οι πόλεις σε αυτή την κατηγορία έχουν μια καλή πραγματικότητα (υψηλή κατάταξη των θετικών στοιχείων), γεγονός που υποδηλώνει ότι είναι δύσκολο να πωλήσει κανείς μια ιστορία χωρίς να έχει τα προσόντα για να την υποστηρίξει. Πράγματι, ένα από τα θέματα που θέτει το Βαρόμετρο για το επάγγελμα της ανάπτυξης ανταγωνιστικών ταυτοτήτων τόπων είναι, μιλώντας μεταφορικά, πώς μπορείς να πουλήσεις ένα υποτιμημένο τσιτσίρισμα όταν η μπριζόλα είναι καλή, αλλά όχι τόσο καλή όσο οι άλλες;

Ένα συμπέρασμα στο οποίο καταλήγουμε είναι αντιφατικό: ότι ίσως ο καλύτερος τρόπος για μια πόλη να βελτιώσει την ταυτότητά της, ακόμη και όταν το πρόβλημα είναι η έλλειψη δημοσιότητας, δεν είναι με την αύξηση της δημοσιότητας (η τυπική άμεση μέθοδος της αύξησης της ευαισθητοποίησης), αλλά με την αύξηση της ελκυστικότητας. Με άλλα λόγια, ο καλύτερος τρόπος για να βελτιωθεί η εικόνα μιας πόλης είναι η συνεχισθεί η βελτίωση της πραγματικότητά της.

Αξιοποίησέ το, ή χάσε το

Από την άλλη πλευρά, οι πόλεις στο κάτω μέρος της κατάταξης της αξιοποίησης της ανταγωνιστικής ταυτότητας, γεγονός που υποδηλώνει ότι έχουν περισσότερα να προσφέρουν από ό,τι εκφράζουν στην ταυτότητά τους, είναι η Βαρσοβία, (Πολωνία), το Βίλνιους (Λιθουανία) και τα Σόφια (Βουλγαρία).

Αυτά τα «κρυμμένα διαμάντια», έχουν τα απαραίτητα προσόντα για να προσελκύσουν τουρισμό και επιχειρήσεις, αλλά δεν πλασάρουν αποτελεσματικά τις δυνατότητές τους. Άλλες πόλεις πριν από αυτούς έχουν αντιληφθεί την ανάγκη να αγωνιστούν για

την ανάπτυξη της ανταγωνιστικής ταυτότητας για να αξιοποιήσουν τις δυνατότητές τους: Η Βαρκελώνη είναι το μεγαλύτερο παράδειγμα μιας πόλης που διαθέτει ηγέτες που εστιάζουν σ' αυτά για τα οποία θέλουν να είναι γνωστή η πόλη τους με την βελτίωση των προσόντων της πόλης και την αξιοποίηση των θετικών της στοιχείων. Σε μικρότερο βαθμό το Λίβερπουλ επιτυγχάνει σ' αυτή τη προσπάθεια. Έχει αποφασίσει ότι θέλει να είναι μια μοντέρνα πόλη και έχει ένα σχέδιο για να το επιτύχει. Η επίτευξη της ιδιότητας ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2008 ήταν ένα μεγάλο βήμα στη διαδικασία αυτή.

Μην εκπλαγείτε αν ακούσετε περισσότερα για τη Βαρσοβία, το Βίλνιους (Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2009) και τα Σόφια τους επόμενους μήνες και χρόνια, καθώς, με τη βοήθεια εξελιγμένων στρατηγικών ανάπτυξης ανταγωνιστικών ταυτοτήτων, ελκύσουν τον κόσμο με την γοητεία τους.

5. Πώς να ενισχύσετε την ανταγωνιστική σας ταυτότητα – Τα κριτήρια του Saffron

Έχουμε σκεφτεί και έχουμε συζητήσει τους παράγοντες που θεωρούμε σημαντικούς για τον προσδιορισμό της εικόνας μιας πόλης. Έχουμε καταλήξει σε δέκα κριτήρια.

Τα κριτήρια προσδιορίζουν τις προοπτικές για έναν τόπο. Σαν ένας κυβιστικός πίνακας, μερικές φορές οι προοπτικές αυτές επικαλύπτονται, ταυτόχρονα παρουσιάζοντας περισσότερες από μία όψη, πάνω από μια πτυχή ενός τόπου. Οι παραδοσιακοί θα χαρακτήριζαν αυτή τη ταξινόμηση ως μη αντικειμενική δεδομένου ότι οι κατηγορίες δεν αλληλοαποκλείονται. Για παράδειγμα, το Μετρό του Λονδίνου δίνει βαθμούς στο Λονδίνο σε τρεις κατηγορίες: χαρακτηριστική αίσθηση του τόπου, εύκολη πρόσβαση και άνεση, και την σημερινή αναγνωρισιμότητα.

Όμως, αναγνωρίζοντας την επικαλυπτική φύση της αντίληψης, το μοντέλο Saffron είναι πιο ισχυρό, δημιουργώντας μια φυσική αίσθηση της αξιολόγησης που αντιστοιχεί στο τρόπο που οι άνθρωποι βιώνουν πραγματικά τις πόλεις τις οποίες επισκέπτονται (για λόγους επαγγελματικών, αναψυχής ή εκπαίδευσης) και στις οποίες ζουν. Πράγματι, κατά την άποψή μας, αυτά τα δέκα κριτήρια περιλαμβάνουν τις αντιλήψεις που έχουν σημασία.

Μια πόλη που θέλει να αυξήσει το κύρος του στον κόσμο θα πρέπει να εργαστεί στα κριτήρια στα οποία υστερεί.

Τα δέκα κριτήρια Saffron είναι:

01 – Η περηφάνια και η προσωπικότητα των ανθρώπων της

Αν ο κόσμος που ζει εκεί πιστεύει ότι είναι η καλύτερη πόλη στον κόσμο, αυτό μετράει για κάτι ακόμα κι αν πολλοί επισκέπτες δεν θα συμφωνούσαν. Από την άλλη πλευρά, πόλεις όπου οι άνθρωποι είναι απαισιόδοξοι γενικώς τείνει να επηρεάζει τα πάντα για την εμπειρία του επισκέπτη, έστω και με εμμέσους τρόπους.

02 – Χαρακτηριστική αίσθηση του τόπου (στο έδαφος)

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει χαρακτηριστικά αξιοθέατα όπως τα διάφορα λεωφορεία και τα μαύρα ταξί του Λονδίνου, τις πλατιές λεωφόρους του Παρισιού και η Γκαουντί αρχιτεκτονική της Βαρκελώνης... οποιαδήποτε σημεία που δεν μπορείς να αγνοήσεις τα οποία δηλώνουν ότι είσαι εκεί και δεν μπορείς να είσαι πουθενά αλλού. Αυτό περιλαμβάνει τον πολιτισμό και τους ανθρώπους, την αρχιτεκτονική και τα φυσικά ή κατασκευασμένα χαρακτηριστικά(π.χ. τα κανάλια του Άμστερνταμ).

03 – Η φιλοδοξία, ο οραματισμός (πολιτική) και το επιχειρηματικό κλίμα

Μία αυξανόμενη παλίρροια σηκώνει όλες τις βάρκες. Μεγάλα σχέδια, μεγάλη επένδυση, οικονομικά κίνητρα και πραγματικές προοπτικές ανάπτυξης. Επίσης, η διακυβέρνηση: οι επιτυχημένοι τόποι συνήθως κυβερνώνται αποτελεσματικά, προσφέρουν κερδοφορία και ευκολία στις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Παράδειγμα: Η Βουδαπέστη αδικείται από το γεγονός ότι βρίσκεται στην Ουγγαρία επειδή ανάπτυξη της Ουγγαρίας προχωράει με αργούς ρυθμούς.

04 - Η σημερινή αναγνώριση και αντιλήψεις

Αυτό είναι παρόμοιο με την μέθοδο «κεκτημένη ταχύτητα» στην επιλογή μετοχών. Και όπως γίνεται με τις μετοχές, αν ένας τόπος που πρόκειται να προοδεύει στο μέλλον θα πρέπει ήδη να παρουσιάζει σημάδια προόδου. Υπάρχουν ανεξάρτητοι

οδηγοί ταξιδιού; Αναφορά στα μέσα; Υπάρχουν κλασικά αναμνηστικά; Υπάρχει μεγάλη εκδήλωση, οργάνωση ή έκθεση (π.χ. Oktoberfest στο Μόναχο) για το οποίο πολύς κόσμος γνωρίζει;

05 - Αξίζει να το δεις; (το τεστ του Samuel Johnson)

Ο Samuel Johnson δήλωσε σχετικά με το λιθόστρωτο μονοπάτι του γίγαντα της Βόρειας Ιρλανδίας: «Αξίζει να δείτε; Ναι. Αλλά δεν αξίζει να ταξιδέψετε μέχρι εκεί για να το δείτε.»

06 – Ευκολία στην πρόσβαση και άνεση

Η Ρίγα θα είχε υψηλότερη βαθμολογία από το Βίλνιους γιατί έχει πτήσεις easyJet. Πολλά πράγματα στην κατηγορία Χαρακτηριστική αίσθηση του τόπου μπορούν να εγγραφούν σε αυτή την κατηγορία επίσης.

07 – Αξία συζήτησης (παράγοντας της παρέας)

Πρόκειται να αποτελέσει ενδιαφέρον θέμα συζήτησης όταν φτάσω σπίτι; Η Σόφια: ίσως όχι, γιατί κανείς δεν έχει ακούσει για αυτήν. Παρίσι: ίσως (από τη μία πλευρά, δεν είναι εξωτικός ή άγνωστος προορισμός, από την άλλη πλευρά οι άνθρωποι θα έχουν τις δικές τους ιστορίες να μοιραστούν για το Παρίσι).

08 – Πλαίσιο τοποθεσίας και αξία (πόσο αξίζει τελικά, απλά επειδή είναι εκεί όπου είναι)

Το τι σημαίνει αυτό πραγματικά εξαρτάται από τον τόπο. Θα μπορούσε να σημαίνει την οικονομική σημασία ή το γεγονός ότι η πόλη είναι πρωτεύουσα. Θα μπορούσε να σημαίνει ότι είναι κοντά σε άλλα ενδιαφέροντα μέρη. Ή θα μπορούσε να είναι ότι η απομόνωση της πόλης αξιοποιείται ως προσόν.

09 – Αξιοθέατα και ανωμαλίες

Πράγματα που δεν θα βρείτε πουθενά αλλού, πράγματα που είναι ιδιόμορφα ή εξωτικά. Αυτό θα μπορούσε να είναι σημαντικά αξιοθέατα της πόλης, ή απλά μία πανταχού αίσθηση του εξωτισμού στον αέρα. Περιλαμβάνεται σ' αυτό το παράγοντα

αναλύοντας τον αριθμό εστιατορίων, ταβερνών 24ωρων, ώρες λειτουργίας των καταστημάτων, κ.λ.π.

10 – «Ω! Θα μπορούσα να ζήσω εδώ!» (το φαινόμενο της Βαρκελώνης)

Ορισμένα μέρη έχουν αναμφίβολα την επιρροή αυτή στους ανθρώπους. Είναι ένας άγνωστος παράγοντας X που συλλαμβάνει έναν πλούτο χαρακτηριστικών ενός τόπου. Είναι ένας παράγοντας που περιγράφει την συνολική εμπειρία μιας πόλης.

8 πράγματα για μας:

1-Η Saffron, η οποία ιδρύθηκε το 2001, είναι μια ανεξάρτητη εταιρεία συμβούλων που εργάζεται για εταιρείες, πόλεις, χώρες και άλλες οντότητες σε θέματα ανταγωνιστικής ταυτοποίησης (branding).

2-Κάθε ομάδα έργου της Saffron είναι ειδικά διαμορφωμένη, και επανδρώνεται από τα γραφεία μας στο Ντουμπάι, στο Λονδίνο, στη Μαδρίτη, στη Βομβάη, στη Νέα Υόρκη, στο Σάο Πάολο και στη Βιέννη. Οι εργαζόμενοι από πολλές τοποθεσίες εργάζονται μαζί ως μια δημιουργική και στρατηγική ομάδα, κάπως σαν την παραγωγή μιας ταινίας.

3-Δουλεύουμε παντού για τους πελάτες απ' όλο τον κόσμο. Ανατολικό Τιμόρ; Βόρεια Ιρλανδία; Αυστραλία; Έχουμε κάνει έργα εκεί. Ρουμανία; Τουρκία; Μεξικό; Είχαμε μεγάλους πελάτες σε αυτά τα μέρη. Αρέσουμε ιδιαίτερα στις αεροπορικές εταιρείες και στα ξενοδοχεία.

4-Είμαστε αποτελεσματικοί στο μοναδικό προσαρμοσμένο παγκοσμιοποιημένο στυλ εργασίας μας επειδή γνωρίζουμε τον κόσμο. Είμαστε 54 εργαζόμενοι από 14 χώρες (αυτή την εβδομάδα). Μιλάμε Γιαπωνέζικα, μιλάμε αργκό της Καλιφόρνιας, και μιλάμε Schwabisch. Πιστεύουμε ότι αυτό είναι σημαντικό και νομίζουμε ότι μας κάνει διαφορετικούς. Γνωρίζουμε ότι μας κάνει καλύτερους σε αυτό που κάνουμε.

5-Οι πελάτες της Saffron, είτε είναι μια τράπεζα, μια αεροπορική εταιρεία, μια αλυσίδα ξενοδοχείων, ένα διοικητικό συμβούλιο τουριστικής ανάπτυξης ή μια ασφαλιστική εταιρεία, τείνουν να είναι πρωταγωνιστές στους τομείς τους. Και

τείνουν να είναι τολμηροί και φιλόδοξοι στις αποφάσεις τους που δεν κοιτάνε συχνά πίσω τους.

6-Ένας πελάτης είπε κάποτε για εμάς ότι ενσαρκώνουμε «τον τέλειο συνδυασμό της γοητείας και της βαρβαρότητας». Τώρα ξέρετε τι να περιμένετε.

7-Ο Wally Olins είναι πρόεδρος μας. Είναι αλήθεια ότι το επώνυμό του κοσμεί τα γραφεία μιας άλλης πρωτοποριακής συμβουλευτικής εταιρίας η οποία ιδρύθηκε στη δεκαετία του '60 πριν η έννοια της «ανταγωνιστικής ταυτότητας» γίνει γνωστή στην αγορά. Αλλά αυτό ανήκει στο παρελθόν, εμείς κοιτάμε το τώρα.

8-Είμαστε πλήρως συνειδητοποιημένοι ότι η ανταγωνιστική ταυτότητα δεν είναι πλέον αυτό που ήταν στο παρελθόν. Ένα ριζικά διαφορετικό πλαίσιο περιβάλλει σταδιακά όλα όσα έχουν να κάνουν με τις ανταγωνιστικές ταυτότητες και την ταυτοποίηση. Και έχουμε ιδέες για το τι πρέπει να κάνετε εσείς για αυτό.

@JeremyHildreth, υπεύθυνος του τμήματος ανταγωνιστικών ταυτοτήτων τόπων, της εταιρείας συμβούλων Saffron

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΑΚΤΗ ΠΕΙΡΑΙΑ. Έκθεση συνοδεύουσα την Πρόταση Γενικής Διάταξης - MASTER PLAN, Δεκέμβριος 2010





ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΑΚΤΗ ΠΕΙΡΑΙΑ

**ΕΚΘΕΣΗ
ΣΥΝΟΔΕΥΟΥΣΑ ΤΗΝ ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΕΝΙΚΗΣ ΔΙΑΤΑΞΗΣ
MASTER PLAN**

ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2010

Υπεύθυνος Ανάπτυξης Έργου
Γιώργος Αραχωβίτης, Αρχιτέκτων

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Ομιλία του Αντιπροέδρου της Κυβέρνησης κ. ΘΕΟΔΩΡΟΥ ΠΑΓΚΑΛΟΥ..... | 5 |
| Ομιλία του Υπουργού Πολιτισμού & Τουρισμού κ. ΠΑΥΛΟΥ ΓΕΡΟΥΛΑΝΟΥ..... | 7 |
| Ομιλία του Υπουργού Θαλασσίων Υποθέσεων, Νήσων & Αλιείας κ. ΓΙΑΝΝΗ ΔΙΑΜΑΝΤΙΔΗ | 9 |
| Ομιλία της Γενικής Γραμματέως Υπουργείου Πολιτισμού & Τουρισμού κ. ΛΙΝΑΣ ΜΕΝΔΩΝΗ | 11 |
| Εισαγωγική Ομιλία του Προέδρου & Διευθύνοντος Συμβούλου ΟΛΠ Α.Ε. κ. ΓΙΩΡΓΟΥ ΑΝΩΜΕΡΙΤΗ..... | 13 |
| A. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΚΘΕΣΗΣ | 15 |
| B. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ..... | 16 |
| Γ. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ | 18 |
| Δ. ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΑΤΑΞΗ MASTER PLAN..... | 19 |
| 1. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ..... | 20 |
| 2. ΧΡΗΣΕΙΣ..... | 20 |
| 2.1. ΧΡΗΣΕΙΣ ΚΤΙΡΙΑΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ | 20 |
| 2.2. ΧΡΗΣΕΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΟΥ ΧΩΡΟΥ | 21 |
| 3. ΕΦΙΚΤΟΤΗΤΑ MASTER PLAN..... | 21 |
| 4. ΦΑΣΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ MASTER PLAN..... | 21 |
| 5. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ MASTER PLAN..... | 23 |
| 5.1. ΧΡΗΣΕΙΣ ΚΤΙΡΙΑΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ | 23 |
| 5.1.1. Αρχαιολογικό Μουσείο | 23 |
| 5.1.2. Εθνικό Ναυτικό Μουσείο και Μουσείο Εναλίων Αρχαιοτήτων | 25 |
| 5.1.3. Μουσείο Μετανάστευσης | 27 |
| 5.1.4. Θεματικό Πάρκο | 28 |
| 5.1.5. Κτίριο Εκθέσεων & Πολιτιστικών Λειτουργιών | 29 |
| 5.1.6. Οριοθέτηση περιβάλλοντος χώρου των κτιρίων 5.1.4. & 5.1.5..... | 30 |
| 5.1.7. Μικρή Εμπορική Ζώνη | 30 |
| 5.1.8. Δεξαμενές..... | 30 |
| 5.1.9. Χώρος Parking | 31 |
| 5.2. ΧΡΗΣΕΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΟΥ ΧΩΡΟΥ | 32 |
| 5.2.1. Χώροι Πρασίνου | 33 |

| | |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 5.2.2. Πλατείες Καθιστικά | 35 |
| 5.2.3. Πεζόδρομοι Πεζοδρόμια Ποδηλατόδρομοι Περίπατοι | 36 |
| 5.2.4. Μικρές Εγκαταστάσεις..... | 36 |
| 5.2.5. Υδάτινες Επιφάνειες Κανάλια | 38 |
| 5.2.6. Υπαίθριο Parking..... | 38 |
| 5.2.7. Λειτουργία Monorail | 38 |
| 5.2.8. Προσβασιμότητα | 38 |
| 6. ΒΙΟΚΛΙΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ..... | 39 |



A. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΚΘΕΣΗΣ

Στηριγμένο στην ιδέα του Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου του Ο.Λ.Π. κ.Γ.Ανωμερίτη για την δημιουργία «Πολιτιστικής Ακτής» στην περιοχή του λιμανιού, από τον καιρό που ήταν υπουργός Εμπορικής Ναυτιλίας (2002), το ακόλουθο κείμενο περιγράφει και εξειδικεύει προτάσεις για τον σχεδιασμό της Γενικής Διάταξης (Master Plan).

Στοχεύει στον διαχωρισμό της Πολιτιστικής Ακτής από τη Λιμενική Ζώνη, στην οριοθέτηση των χρήσεων των περιοχών και τον καθορισμό των λειτουργιών τους, διαδικασία απαραίτητη για την περαιτέρω προώθηση του Έργου μέσω Αρχιτεκτονικών Διαγωνισμών.



Β. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Στόχος του Έργου της διαμόρφωσης της Πολιτιστικής Ακτής, του Αστικού Σχεδιασμού της και της πραγματοποίησής του είναι:

- **Η δημιουργία ενός συγκροτήματος «γειτονιάς» Μουσείων**, Θεματικού Πάρκου, χώρων έκθεσης και παραγωγής τέχνης, Πάρκου και ελεύθερων κοινόχρηστων χώρων.
- **Η δημιουργία ενός πνεύμονα παιδείας τέχνης και αναψυχής** στην καρδιά του Λιμανιού, την Ηετιώνεια Ακτή.

Το έργο της Πολιτιστικής Ακτής αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους κρίκους στην φιλόδοξη αλυσίδα μιας σειράς μεγάλης κλίμακας επεμβάσεων για το δεκαετές πλάνο της γενικότερης αναμόρφωσης του Λιμανιού.

Αφορά μια σημαντικής κλίμακας αστική ανάπλαση στην πόλη του Πειραιά που θα αποδώσει σημαντικό τμήμα του Λιμενικού Χώρου στο δημόσιο χώρο, μεταπλάθοντας παλιές εγκαταλελειμμένες λιμενικές εγκαταστάσεις σε χώρους πολιτισμού, αναβαθμίζοντας την αρχαιολογική περιοχή και ανοίγοντας την στο κοινό.

Θέτει τη βάση για την ενοποίηση της Ηετιώνειας Ακτής:

Από τη μια πλευρά με τις υπόλοιπες Πολιτιστικές και Τουριστικές δραστηριότητες του Λιμανιού, της Ακτής Λέοντος, (εκθεσιακό και συνεδριακό κέντρο του ΟΛΠ, αποβίβαση τουριστών από κρουαζιερόπλοια, ξενοδοχεία κλπ) μέσω μιας υποθαλάσσιας επικοινωνίας πεζών.

Από την άλλη πλευρά με τον Δήμο Δραπετσώνας μέσω της επέκτασης και της διαμόρφωσης ενός νέου Πάρκου και των συνδετήριων προτεινόμενων πεζογεφυρών πάνω από τη Λ. Κέκροπος.

Παράλληλα με συμφωνία ΟΛΠ–ΓΑΙΑΟΣΕ θα ενοποιηθούν οι χώροι του εγκαταληφθέντος σιδηροδρομικού σταθμού Πειραιά του ΟΣΕ, με τη δημιουργία Μουσείου Σιδηροδρόμων και σιδηροδρομικής βιομηχανικής τέχνης, ανάδειξης του παραδοσιακού κτιρίου του σιδηροδρομικού σταθμού Αγίου Διονυσίου – έργο του μεγάλου αρχιτέκτονα Ερνέστου Σίλλερ – και ενιαίου χώρου πρασίνου και επισκεψιμότητας.

Με την υλοποίηση του το Έργο αυτό θα αλλάξει τα δεδομένα της ευρύτερης περιοχής

Θα αναμορφώσει την τρέχουσα αντίληψη για το Λιμάνι κάνοντας το ελκυστικό και ιδιαίτερο, τοποθετώντας τον πολιτισμό στην καθημερινότητα του.

Θα αυξήσει την επισκεψιμότητα του και τη φήμη του, διαμορφώνοντας ένα σημείο αναφοράς και έναν τόπο προσορισμού ευρύτερων κοινωνικών ομάδων. Δεδομένου ότι οι αφιξεναχωρήσεις τουριστών κρουαζιέρας θα ανέλθουν το 2015 σε 4 εκατομμύρια επιβάτες, θα τοποθετήσει τον Πειραιά στην λίστα των σημαντικότερων και άξιων επισκέψεως Πόλεων – Λιμανιών του κόσμου.

Στόχος του ΟΛΠ είναι να γίνει ο Πειραιάς Πύλη Τουρισμού και Πολιτισμού.



Γ. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

Η κεντρική ιδέα της ανάπτυξης της Πολιτιστικής Ακτής πηγάζει από την ίδια τη ζωή και τη λειτουργία του λιμανιού, χώρου με διαρκή κίνηση και μεγάλη επισκεψιμότητα, διαφορετικών ανθρώπων, σε όλη τη διάρκεια του 24ώρου, με ανάμιξη λειτουργιών με διαρκή προβολή και οπτική έκθεση σε μεγάλο πλήθος ατόμων (ταξιδιώτες, εργαζόμενοι κλπ).

Είναι η ιδέα της ανάμειξης αντίστοιχα του πλήθους και της πολυμορφίας των λειτουργιών μιας Πολιτιστικής ενότητας σε όλες της τις εκφράσεις.

Εκφράζεται με:

- την ιδιαιτερότητα που έχει ο χώρος, της άμεσης σχέσης με την καθημερινή λειτουργία του λιμανιού
- την ανάμειξη των λειτουργιών και όχι το διαχωρισμό τους (χώροι μουσειακοί, εκθεσιακοί και συγχρόνως παράλληλοι χώροι για διδασκαλία και παραστάσεις διάφορων εκφράσεων τέχνης όπως: χορός, μουσική, ηχοληψίες, ζωγραφική, γλυπτική, τραγούδι, διαλέξεις κλπ)
- τη λειτουργία ταυτόχρονα σαν χώρος παραγωγής πολιτιστικής δραστηριότητας και όχι μόνο σαν έκθεση και διακίνηση παραγόμενων έργων τέχνης (π.χ. δυνατότητα διάθεσης χώρων εργασίας (studio) για μία περίοδο σε καλλιτέχνες, φιλοξενία καλλιτεχνών κλπ.
- την προώθηση και επέκταση του Αστικού Σχεδιασμού μέσα στο χώρο του λιμανιού με τη δημιουργία όλων αυτών των πολιτιστικών δραστηριοτήτων στις υπάρχουσες σημαντικής κλίμακας κτιριακές εγκαταστάσεις.

Με την παράλληλη δημιουργία κοινοχρήστων χώρων, δίκτυο πεζοδρόμων, πλατειών, περιοχών πρασίνου, που θα περιβάλλουν και θα ενοποιούν τις διάφορες λειτουργίες και θα διαμορφώνουν ένα ποιοτικά αναβαθμισμένο περιβάλλον, βασισμένο στη φιλικότητα και στις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης.



Δ. ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΑΤΑΞΗ (MASTER PLAN)

Για τη υλοποίηση της ιδέας της Πολιτιστικής Ακτής βασική προϋπόθεση είναι η εκπόνηση Προκαταρκτικής Μελέτης για το σύνολο της περιοχής όπου θα παρουσιάζεται η Γενική Διάταξη (Master Plan) όλων των προτεινόμενων δραστηριοτήτων.

Ειδικότερα στο MASTER PLAN θα προσδιορίζονται οι χρήσεις ανά περιοχή καθιστώντας έτσι σαφή τα όρια:

- Μεταξύ Πολιτιστικών και Λιμενικών δραστηριοτήτων.

Διάκριση αναγκαία από τη στιγμή που η Πολιτιστική Ακτή και η Λιμενική Ζώνη συνυπάρχουν και συλλειτουργούν παράλληλα και όχι ανταγωνιστικά η μία στην άλλη. Έχει σαν στόχο την εξασφάλιση κατά κύριο λόγο της απρόσκοπτης λειτουργίας του Λιμανιού.

- Μεταξύ των οικοπέδων των κτιρίων τα οποία θα εξυπηρετούν τις συγκεκριμένες χρήσεις και του κοινόχρηστου Περιβάλλοντα Χώρου.

Η έκταση της υπό διαμόρφωσης περιοχής νότια της λεωφόρου Κέκρωπος είναι περίπου 110.850,00 τ.μ. και βόρεια της λεωφόρου είναι 21.200,00 τ.μ.,

Η συνολική έκταση αθροίζει 132.050,00τ.μ.. στα οποία θα πρέπει να προστεθούν και 64 στρ., τα οποία αποτελούν το γειτονικό πάρκο και τους πρώην χώρους ΟΣΕ.

1. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

Η ευρύτερη ενότητα της Πολιτιστικής Ακτής του Οργανισμού Λιμένος Πειραιώς περιλαμβάνει:

- Το βασικό τμήμα της Ηετιώνειας Ακτής που περιβάλλει τα κτίρια των αποθηκών, το κτίριο του Silo και τις δύο δεξαμενές στην Α φάση, και ολόκληρη την Ηετιώνειας Ακτή, συμπεριλαμβανομένου του χώρου ελλιμενισμού νοτιοανατολικά στην τελική φάση.
- Τον σημερινό υπαίθριο χώρο στάθμευσης αυτοκινήτων δυτικά της εισόδου στις λιμενικές εγκαταστάσεις και νότια της Λ. Κέκροπος.
- Έκταση περιβάλλοντος χώρου γύρω από την Πέτρινη Αποθήκη
- Όλη την έκταση των εγκαταστάσεων της περιοχής Καστράκι
- Την περιοχή που καταλαμβάνει η Πυροσβεστική Υπηρεσία
- Την περιοχή βόρεια και κατά μήκος της Λ. Κέκροπος
- Την περιοχή του πρώην ΟΛΠ και ΟΣΕ μέχρι τον Άγιο Διονύσιο και φυσικά το ήδη υπάρχον πάρκο Δραπετσώνας.
- Την Ακτή Βασιλειάδη στη Β φάση

Ολόκληρη η περιοχή εκτιμάται ότι καταλαμβάνει επιφάνεια 196 στρ. Στην ανάλυση που ακολουθεί η έκταση της περιοχής περιγράφεται πιο συγκεκριμένα.

2. ΧΡΗΣΕΙΣ

2.1 Χρήσεις κτιριακών Εγκαταστάσεων

Οριοθετήθηκαν οι περιοχές των χρήσεων των πολιτιστικών κτιριακών χώρων και διακρίθηκαν οι ακόλουθες Κτιριακές Λειτουργικές Ενότητες

- Αρχαιολογικό Μουσείο της πόλης του Πειραιά
- Εθνικό Ναυτικό Μουσείο και Μουσείο Εναλίων Αρχαιοτήτων
- Μουσείο Μετανάστασης
- Θεματικό Πάρκο
- Κτίριο Εκθέσεων και άλλων Πολιτιστικών Λειτουργιών
- μικρή Εμπορική και Ψυχαγωγική Ζώνη
- Χώρος Parking

- Δεξαμενές
- Μουσείο Σιδηροδρόμων και Σιδηροδρομικής Βιομηχανικής Ιστορίας
- Ενυδρείο (στη Β φάση)

Ιδιαίτερος χώρος θα αποδοθεί για την εγκατάσταση του Μνημείου του «Ανώνυμου Ναυτικού» στην Ηετιώνεια Ακτή στη τελική φάση

2.2 Χρήσεις περιβάλλοντος Κοινοχρήστου Χώρου:

- Πάρκο
- Χώροι Πρασίνου
- Πλατείες, καθιστικά
- Πεζόδρομοι, περίπατοι, πεζοδρόμια, ποδηλατόδρομοι
- Μικρές εγκαταστάσεις
- Υδάτινες επιφάνειες, κανάλια
- Υπαίθριο Parking
- Λειτουργία monorail

3 ΕΦΙΚΤΟΤΗΤΑ MASTER PLAN

Για την εφικτότητα της λειτουργίας του Master Plan, όσον αφορά την απρόσκοπτη λειτουργία του Λιμανιού, τις διανοίξεις υδάτινων περιοχών, καναλιών κλπ, το συντονισμό της κυκλοφορίας αυτοκινήτων (έξοδοι – είσοδοι parking, στάθμευση τουριστικών λεωφορείων κλπ) θα χρειαστεί η συνδρομή και άλλων ειδικοτήτων όπως: Συγκοινωνιολόγου, Λιμενικού, Περιβαλλοντολόγου.

Για τα θέματα της αξιοποίησης του χώρου του πρώην ΟΛΠ/ΟΣΕ θα υπάρξει χωριστή έκθεση μετά την ίδρυση της εταιρείας εκμετάλλευσης ΟΛΠ/ΓΑΙΑΟΣΕ.

4 ΦΑΣΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ MASTER PLAN

Διαμορφώνεται σε τρεις φάσεις η υλοποίηση του Master Plan.

4.1 Η πρώτη φάση αφορά τη διατήρηση της λειτουργίας και του ελλιμενισμού των πλοίων στην Ακτή Βασιλειάδη.

Σε αυτή την περίπτωση διασπάται η ενιαία λειτουργία της Πολιτιστικής Ακτής, λόγω της αποκοπής της περιοχής του Μουσείου Μεταναστών από τον υπόλοιπο χώρο. Η ενιαία λειτουργία «αποκαθίσταται» με τη δημιουργία πλατιάς λουρίδας πεζών, ποδηλάτων και ζώνης πρασίνου γύρω στα 10-15 μ. παράλληλα της Λεωφόρου Κέκροπος σε όλη την έκταση της υπό μελέτη περιοχής περιλαμβανομένης και της Ακτής Βασιλειάδη.

Σε αυτή τη φάση προτείνεται επίσης η πεζοδρόμηση της οδού Οδ. Ανδρούτσου ώστε να διευκολυνθεί και να αναδειχθεί η λειτουργία του Αρχαιολογικού Μουσείου.

4.2 Η δεύτερη φάση αφορά την ενοποίηση όλου του χώρου της Πολιτιστικής Ακτής με κατάργηση της συγκεκριμένης περιοχής ελλιμενισμού στο τμήμα μπροστά από το Μουσείο Μεταναστών και παραχώρηση του χώρου της Ακτής Βασιλειάδη στην Πολιτιστική Ακτή. Καταργείται ακολούθως και η εντός της λιμενικής ζώνης λωρίδα κίνησης των αυτοκινήτων.

Στο νέο χώρο προτείνεται:

- δημιουργία ενυδρείου
- πλατεία και καθιστικά
- δημιουργία φυσικής διαμόρφωσης σ' όλη την έκταση της ακτής πίσω από το Μουσείο Μεταναστών με βράχια και διαμόρφωση χώρων εστίασης
- περιμετρικός πεζόδρομος γύρω από το Μουσείο Μεταναστών για την καλύτερη πρόσβαση προς την Ακτή.

Σε αυτή τη φάση θα εξεταστεί η δυνατότητα πεζοδρόμησης και της οδού Κανάρη μέχρι την οδό Οδ. Ανδρούτσου, ώστε το Αρχαιολογικό Μουσείο και ο παρακείμενος Αρχαιολογικός Χώρος να αποτελέσουν μία ενότητα, διαμορφώνοντας ένα Αρχαιολογικό Πάρκο.

4.3. Στην Τρίτη φάση κι εφόσον καταργηθεί εντελώς ο ελλιμενισμός πλοίων στην Ηετιώνεια Ακτή, αποδίδεται όλος ο χώρος, μέχρι τον εσωτερικό δρόμο κυκλοφορίας του λιμανιού, στην Πολιτιστική Ακτή.

Προτείνεται η δημιουργία:

- μεγάλης πλακόστρωτης πλατείας για μεγάλες υπαίθριες εκδηλώσεις
- χώρου φυσικού πρασίνου χαμηλού και υψηλού και διατήρηση των υπαρχόντων δέντρων
- πεζοδρόμων, καθιστικών, καναλιών
- μεγάλης περιμετρικής έκτασης – «κατάστρωμα», η οποία χαράζει ένα μεγάλο περιμετρικό στη θάλασσα πεζόδρομο σ' όλη την έκταση του χώρου
- χώρου για την εγκατάσταση μνημείου του «Ανώνυμου Ναυτικού»

Η φάση αυτή απαιτεί τη λειτουργία νέων θέσεων ελλιμενισμού μετά το μόλο Κράκαρη,

ως συνέχεια της Ακτής Βασιλειάδη, σε μέρος της θαλάσσιας ζώνης του ΟΛΠ σε μικρό μέρος της περιοχής πρώην Λιπασμάτων. Η μεταφορά των πλοίων προς την Κρήτη στην περιοχή αυτή, πρέπει να γίνει:

- α) λόγω του μεγέθους τους και
- β) λόγω υποχρέωσης εφαρμογής κανόνων ISPS.

5. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ MASTER PLAN

5.1. Χρήσεις Κτιριακών Εγκαταστάσεων

5.1.1. Αρχαιολογικό Μουσείο Πόλεως Πειραιά

Τοποθετείται στις εγκαταστάσεις του κτιρίου του ΟΛΠ στο «Καστράκι».

Καθορίζεται το όριο της περιοχής μελέτης του Μουσείου.

Το εμβαδόν της επιφανείας του οικοπέδου ορίζεται σε 9.760μ².

Προτείνεται η κατεδάφιση όλων των κτισμάτων και η διατήρηση μόνο του ισογείου του κτιρίου επί της οδού Οδ. Ανδρούτσου το οποίο λειτουργεί σήμερα σαν Συνεργείο, ίσως και μέρους της πυλωτής και ορόφου, αναλόγως των επιλογών της αρχαιολογικής υπηρεσίας.

Το εμβαδόν του ισογείου κτίσματος (σημερινό συνεργείο) είναι 3.200μ² και του συνολικού 7.000μ².

Ανάλογα με το λειτουργικό Πρόγραμμα που θα διαμορφωθεί και τις απαιτούμενες





ανάγκες σε επιφάνεια, οι χώροι του Μουσείου έχουν τη δυνατότητα να επεκταθούν ισόγεια προς τη νότια πλευρά του οικοπέδου, δημιουργώντας εσωτερικά αίθρια για φωτισμό, αερισμό και εκτόνωση.

Το λειτουργικό Πρόγραμμα και οι απαιτούμενες επιφάνειες θα εκπονηθούν σε συνεργασία με το Υπ. Πολιτισμού.

Προτείνεται όλα τα δώματα του κτιρίου του Μουσείου να διαμορφωθούν σε ένα ενιαίο βατό επισκέψιμο ελεύθερο χώρο, με θέα και πρόσβαση προς τον παρακείμενο Αρχαιολογικό Χώρο και το Λιμάνι.

Η πρόσβαση προς τον αρχαιολογικό χώρο επιτυγχάνεται με πεζογέφυρες πάνω από την οδό Κανάρη.

Πρόθεση είναι να δημιουργηθεί ένας περίπατος ο οποίος διερχόμενος μέσα από τις Ηεπώνιες Πύλες να ενοποιεί τον υπαίθριο χώρο του Μουσείου με τον Αρχαιολογικό Χώρο. Οι περιοχές αυτές είναι ελεγχόμενες. Προσβάσιμες γίνονται μόνο μέσα από το Αρχαιολογικό Μουσείο.

Στο φυτεμένο δώμα μπορεί να εγκατασταθεί το cafe- restaurant του Μουσείου.

5.1.2 Εθνικό Ναυτικό Μουσείο – Μουσείο Εναλίων Αρχαιοτήτων

Τοποθετείται στις εγκαταστάσεις που λειτουργούσαν οι διακομετακομιστικές αποθήκες των σιτηρών (Silo).

Εξαιρετικό κτίριο, εμβληματικής φυσιογνωμίας και σημείο αναφοράς (τοπόσημο) του Λιμένα του Πειραιά. Κρίνεται διατηρητέο το εξωτερικό του κελυφός. Εσωτερικά οι διαμορφώσεις θα γίνουν με μεγαλύτερη ελευθερία. Σημαντικό ζήτημα είναι η με ευφάνταστο τρόπο αξιοποίηση των κυψελών. Θα απαιτηθεί η διατήρηση ορισμένου αριθμού κυψελών ως δείγμα ιστορικής μνήμης της λειτουργίας του χώρου.

Το λειτουργικό Πρόγραμμα του Μουσείου θα εκπονηθεί σε συνεργασία με το Υπουργείο Πολιτισμού.



Το εμβαδόν της οριοθετημένης περιοχής μελέτης του Εθνικού Ναυτικού Μουσείου, κτίριο και ο περιβάλλον χώρος του, ορίζεται σε 8.130μ².

Το εμβαδόν της συνολικής επιφάνειας του κτιρίου που είναι άμεσα εκμεταλλεύσιμο καλύπτοντας τρεις ορόφους χωρίς τις εγκαταστάσεις των κυψελών είναι περίπου 7.400μ².

Η αξιοποίηση των κυψελών που καταλαμβάνουν όλη την επιφάνεια των ενδιάμεσων ορόφων (2400μ²) σε ύψος 27.00μ θα αυξήσουν κατά πολύ τη χωρητικότητα του.

Λόγω της ιδιομορφίας του στατικού φορέα θα απαιτηθεί ιδιαίτερη μελέτη για εναλλακτικές προσεγγίσεις κι επιλύσεις για την δυνατότητα της αξιοποίησής τους.

Ενδεικτικά στο Μουσείο μπορούν να χωροθετηθούν:

- Οι μόνιμες συλλογές του σημερινού μικρού Ναυτικού Μουσείου στη ΖΕΑ.
- Νέες συλλογές που θα προσφερθούν
- Αρχείο ναυτικών χαρτών
- Εκθετήριο ομοιωμάτων πλοίων
- Ενάλιες αρχαιότητες
- Διοίκηση, καφέ και εστιατόριο στο δώμα με καταπληκτική θέα
- Στην ενότητα του Ναυτικού Μουσείου μπορούν να εντάσσονται επίσης περιοδικές εκθέσεις και διάφορες εκδηλώσεις με συναφή θέματα (όπως πχ για τα Λιμάνια του Κόσμου -αφιέρωμα κάθε χρόνο σε ένα λιμάνι).

Ο υπαίθριος περιβάλλον χώρος του Μουσείου διαμορφώνεται κατ' επέκταση του κτιρίου μέχρι τη θάλασσα. Περιλαμβάνει και τον ισόγειο χώρο κάτω από τον διάδρομο με τους γεραμούς, του οποίου προτείνεται η κατεδάφιση των αμφίπλευρων περιμετρικών τοίχων.

Ο υπαίθριος χώρος αποτελεί συνέχεια του εκθετηρίου του Μουσείου.

Διαμορφώνονται:

- Υδάτινες περιοχές και κανάλια όπου μπορεί να ελλιμενιστεί συμβολικά ένα ιστορικό πλοίο.
- Υπαίθριες πλατφόρμες και υπόγειος θαλάσσιος χώρος για ανάδειξη εναλίων αρχαιοτήτων κλπ.



5.1.3 Μουσείο Μετανάστευσης

Τοποθετείται στο χώρο της «Πέτρινης» αποθήκης.

Χαρακτηρίζεται σαν κτίριο διατηρητέο. Είναι αξιόλογο δείγμα πετρόκτιστης αποθήκης του τέλους του 19ου αιώνα.

Το εμβαδόν του κτιρίου είναι 3500 μ²

Το εμβαδόν του οριοθετημένου περιβάλλοντος χώρου ορίζεται σε 9.580 μ²

Το εύρος του περιεχομένου του είναι ανοικτό σε διερεύνηση.

Ενδεικτικά μπορεί να αναφέρεται:

Στη μετανάστευση του εργατικού δυναμικού των αρχών του 20ου αιώνα.

Στη μεσοπολεμική μετανάστευση της διανόησης.

Στη μετανάστευση προσφύγων από Μ. Ασία και Κωνσταντινούπολη.

Στη ιστορία των αποικιών – πρώτοι μετανάστες και στη μυθολογία.

Γενικότερα μπορεί να επεκταθεί σε πεδία συνεννόησης των λαών, ιδιαίτερα κρίσιμα κι επίκαιρα σήμερα, με συνέδρια, εκδηλώσεις, εκθέσεις, μουσικές του κόσμου κλπ.

Μπορούν ακόμα να στεγαστούν αρχεία φωτογραφιών, μουσικά ντοκουμέντα, ρεμπέτικα κλπ.

Απαιτείται συνεργασία με το Υπ. Πολιτισμού και στη βάση του λειτουργικού προγράμματος θα καθορισθεί ο απαιτούμενος χώρος.

Αν απαιτηθεί επί πλέον χώρος θα κατασκευαστεί σε ανεξάρτητο κτίριο παράπλευρα του υπάρχοντος.

Θα διαμορφωθεί χώρος καφέ – αναψυκτηρίου στον υπαίθριο χώρο.



5.1.4 Θεματικό Πάρκο

Αναπτύσσεται στο χώρο που είναι γνωστός ως Μικρή Αποθήκη.

Έχει εμβαδόν συνολικής επιφάνειας κτίσματος 9.000 μ²

Θεωρείται διατηρητέο το περίγραμμα του κτιρίου, με ελευθερία χρήσης στο εσωτερικό και στη διαμόρφωση των όψεων. Στον χειρισμό της μορφολογίας του δεν πρέπει να χαθεί η ιστορική μνήμη της βιομηχανικής λειτουργίας του.

Μπορεί να έχει σαν ενδεικτική θεματολογία:

- Την ναυτική ιστορία της Χώρας και των λιμανιών της και ιδιαίτερα του Πειραιά σε όλες τις ιστορικές περιόδους.
- Την ναυτική ιστορία των χωρών της λεκάνης της Μεσογείου, της Μαύρης Θάλασσας και της σχέσης τους με την ελληνική ναυτιλία.
- Την ιστορία της Πόλης του Πειραιά από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα
- Αναπαραστάσεις με όλα τα σύγχρονα μέσα και τη χρήση της εικονικής πραγματικότητας πολιτισμών ναυτιλιακών χωρών, του υποθαλάσσιου ζωικού και φυτικού κόσμου, και της Μάχης της Σαλαμίνας.
- Να αποτελέσει ένα σύγχρονο και με την ευρύτερη έννοια «Μουσείο της Θάλασσας»



5.1.5 Κτίριο Εκθέσεων και άλλων Πολιτιστικών Λειτουργιών

Εμβαδόν συνολικής επιφάνειας κτίσματος 15.500 μ²

Τοποθετείται στο χώρο του κτιρίου που είναι σήμερα γνωστό ως Μεγάλη Αποθήκη.

Έχει τα ίδια χαρακτηριστικά με την Μικρή Αποθήκη. Αποτελούν ένα ενιαίο σύνολο και θα πρέπει αντιμετωπισθούν μορφολογικά από κοινού με την ίδια αντίληψη.

Περιεχόμενο λειτουργιών μπορεί να είναι:

- Εκθεσιακός χώρος περιοδικών εκθέσεων και Μπιενάλε Πειραιά
- Εκθεσιακός χώρος μόνιμων εκθέσεων (πχ συλλογών δωρητών κινηματογραφικών αρχείων κλπ)
- Μικρό συνεδριακό κέντρο χωρητικότητας έως 300 ατόμων
- Χώροι ανάπτυξης καινοτομιών
- Αίθουσες για σχολή χορού, ηχογραφήσεων ή άλλων παρεμφερών δραστηριοτήτων, studio καλλιτεχνών
- Διοίκηση, εστιατόριο, καφέ

5.1.6 Οριοθέτηση περιβάλλοντα χώρου των κτιρίων 5.1.3 και 5.1.4

Ο περιβάλλον χώρος των κτιρίων του Θεματικού Πάρκου και των Πολιτιστικών Εκδηλώσεων (5.1.3 και 5.1.4) είναι κοινός και περιλαμβάνει τον χώρο της Εμπορικής Ζώνης (5.1.6) και την πλατφόρμα που ενώνει τα κτίρια στη στάθμη +12.00μ (5.2.2.4).

Εμβαδό αντίστοιχα κάτω επιφάνειας (συμπεριλαμβανομένου των ισογείων των κτιρίων) 7.800μ² και άνω επιφάνειας (πλατφόρμα) 3.200μ².

5.1.7 Μικρή Εμπορική Ζώνη

Σήμερα λειτουργεί σαν σταθμός αναμονής επιβατών.

Ο σταθμός καθαιρείται και η περιοχή αναμορφώνεται. Δημιουργούνται αίθουσες για μικρά ισόγεια ή δώροφα καταστήματα.

Το εμβαδόν της συνολικής επιφάνειας των καταστημάτων είναι κατ' εκτίμηση 600- 800 μ².

Τέτοια καταστήματα μπορεί να είναι: βιβλιοπωλείο, μικροαντικείμενα, αναμνηστικά, ελληνική διατροφή, ποτά, χειροτεχνήματα, cafe, εστιατόριο, ζαχαροπλαστείο, φαρμακείο κλπ.

Στο σημείο αυτό τοποθετείται άμεση προσπέλαση προς το Λιμενικό Χώρο

5.1.8 Δεξαμενές

Είναι ιδιαίτερα σημαντικού μεγέθους πετρόχτιστες κατασκευές που χρησιμοποιούνται για τις επισκευές πλοίων.



Προστατεύονται ως διατηρητέες, αφού είναι ευρέως γνωστό ότι πολλές από τις πέτρες προέρχονται από το γειτονικό Τείχος του Κόνωνος.

Η ιδιομορφία τους και το μεγάλο ύψος τους μπορούν να δημιουργήσουν, με προσωρινές κατάλληλες και ευφάνταστες διαμορφώσεις, χώρους εξαιρετικού ειδικού ενδιαφέροντος όπου θα φιλοξενοούνται ποικίλες πολιτιστικές δραστηριότητες.

Τέτοιες μπορεί να είναι περιοδικές εκθέσεις πλοίων, εγκαταστάσεις, εκθέσεις, ήχος νερού, συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, εκθέσεις ενάλιων αντικειμένων και άλλα.

Έχουν επιφάνεια 4.100 μ² η μεγάλη και 2.000μ² η μικρή.

5.1.9 Χώρος Parking

Δημιουργείται υπόγειο δώροφο Parking σε λωρίδα (μέσου) πλάτους 35μ από Βορρά προς Νότο, σε τμήμα των σημερινών εγκαταστάσεων στο Καστράκι. Εκτείνεται μεταξύ των οδών Οδ. Ανδρούτσου προς βορρά, Αθανασίου Διάκου προς δυσμάς και μέχρι τα όρια του χώρου στάθμευσης της πυροσβεστικής προς νότο. Ανατολικά συνορεύει με το Αρχαιολογικό Μουσείο.

Το εν λόγω γήπεδο έχει εμβαδόν 9.800μ².

Μπορεί να έχει χωρητικότητα για 500 περίπου αυτοκίνητα, στα οποία θα πρέπει να προστεθούν και οι χιλιάδες υπαίθριες θέσεις Parking κάτω από τη Λ. Α.Παπανδρέου μέχρι την Ακτή Βασιλειάδη.



5.2 Χρήσεις Περιβάλλοντος Κοινόχρηστου Χώρου

Ο Περιβάλλον Χώρος περιλαμβάνει όλο τον ελεύθερο σε κοινή χρήση χώρο της Πολιτιστικής Ακτής, που περιβάλλει τις ανωτέρω οριοθετημένες περιοχές των κτιριακών εγκαταστάσεων.

Αναπτύσσεται και καταλαμβάνει τους ακόλουθους χώρους ή εκτάσεις:

- Την κοινόχρηστη έκταση νότια της Λ. Κέκροπος μεταξύ των χώρων λειτουργίας του Ο.Λ.Π., της Ηετιώνειας Ακτής και της Ακτής Βασιλειάδη που περιβάλλει τις αποθήκες, το silo και τις δεξαμενές (Πιν. 1-α).
- Μια λουρίδα 10-15μ που αναπτύσσεται παράλληλα της νότιας πλευράς του εσωτερικού αυτοκινητόδρομου του Λιμένος σε όλο του το μήκος καλύπτοντας τη βόρεια πλευρά της διατηρούμενης κατά την Α φάση Ακτής Βασιλειάδη μέχρι και το ανατολικό όριο του οικοπέδου του Μουσείου Μετανάστευσης (Πιν. 1-β).
- Όλο το χώρο πάνω από το υπόγειο Parking βόρεια της Λ. Κέκροπος μέχρι την οδό Οδ. Ανδρούτσου, δυτικά μέχρι τα όρια του Αρχαιολογικού Μουσείου και της οδού Κανάρη, και ανατολικά μέχρι την οδό Αθ. Διάκου (Πιν. 1-γ).
- Την περιοχή βόρεια και κατά μήκος της οδού Κέκροπος σε όλο το βάθος και μήκος της ιδιοκτησίας του Ο.Λ.Π., στα όρια με το Δήμο Δραπετσώνας (Πιν. 1-δ)
- Τον χώρο ο οποίος λειτουργεί σαν ελεύθερο parking του Λιμένος Ν.Α. της Λ. Κέκροπος (Πιν. 1-ε).
- Συνολική Επιφάνεια Περιβάλλοντα Χώρου κατά την Α φάση (δεν προσμετράται η ημιδιαμορφωμένη περιοχή βόρεια και κατά μήκος της οδού Κέκροπος, Πιν. 1-δ και οι επιφάνειες των οικοπέδων των κτιρίων και των δεξαμενών): περίπου 50.000τ.μ.
Κατά την τελική φάση 87.300τ.μ.

Όλοι οι ανωτέρω προτεινόμενοι προς διαμόρφωση χώροι (πράσινο, πλακόστρωτοι χώροι, πλατείες, εγκαταστάσεις κλπ) δημιουργούν ένα πλαίσιο ενιαίων αλληλοδιεισδύμενων περιοχών προσβάσιμων από πεζούς, ποδήλατα, εμποδιζόμενα άτομα. Διαμορφώνουν διαδρομές οι οποίες προσφέρουν ξεκούραση, χαλάρωση, θέα, πολύμορφες και πολύπλευρες φιλικές δραστηριότητες και εγκαταστάσεις.

Με τη σύγχρονη αντίληψη τους θέλουν να προσελκύσουν όλες τις ηλικίες για όλη τη διάρκεια της ημέρας και ιδιαίτερα να κεντρίσουν τη νεολαία

Στόχο έχουν να περιβάλλουν και να συμπληρώσουν με αντίστοιχη ποιότητα τα συγκροτήματα των Μουσείων, του Θεματικού Πάρκου και των άλλων λειτουργιών και να αναβαθμίσουν όλη την περιοχή.

Συγκεκριμένα περιλαμβάνουν:

5.2.1. Χώροι Πρασίνου

5.2.1.1. Πάρκο

Διαμορφώνεται σε όλο τον χώρο πάνω από το Parking.

Η συνολική του επιφάνεια ορίζεται σε εμβαδόν 9.800 μ².

Ξεκινάει από το υψόμετρο +6.00 επί της οδού Οδυσσέα Ανδρούτσου και διαμορφώνεται με βαθμιδωτή κλίση προς νότια και δυτικά προσφέροντας μια μοναδική θέα προς τη θάλασσα και τον αρχαιολογικό χώρο.

Μπορεί να έχει μικρές εγκαταστάσεις, όπως αναψυκτήριο, κατασκευές, μικρά καθιστικά, υδάτινες κατασκευές, χώρους υγιεινής και δίκτυα πεζοδρόμων και ποδηλατοδρόμων.

Συνδυάζει περιοχές με υψηλό και χαμηλό πράσινο.

Ενοποιείται και με το σημερινό ημιεγκαταλελειμμένο παρκάκι «Της Αγάπης» και το αναμορφώνει.

Ένας κεντρικός πεζόδρομος διασχίζει το Πάρκο από βορρά προς νότο, συνεχίζει σαν πεζογέφυρα πάνω από τη Λ. Κέκροπος και απολήγει την Ηετιώνεια Ακτή.

Δημιουργεί μαζί με τον υπαίθριο χώρο του Αρχαιολογικού Μουσείου, τον Αρχαιολογικό Χώρο, το Πάρκο της Δραπετσώνας, τον χώρο ΟΛΠ/ΟΣΕ και την Πολιτιστική Ακτή μια ενότητα ανοιχτού χώρου, πνεύμονα όλης της (σήμερα) υποβαθμισμένης περιοχής.





5.2.1.2. Περιοχές Φύτευσης

Περιοχές χαμηλού και ψηλού πρασίνου, πυκνών ή αραιών δενδροφυτεύσεων, σε μια πολυμορφία ελεύθερων ή γραμμικών σχηματισμών διαμορφώνονται διάσπαρτα στο χώρο.

5.2.1.3. Η κεκλιμένη περιοχή βόρεια της Λ. Κέκροπος

Βρίσκεται μέσα στα όρια της ιδιοκτησίας του Ο.Λ.Π. κάτω από το Πάρκο Ελευθερίας του Δήμου Δραπετσώνας. Συνορεύει με το Δήμο Δραπετσώνας και αναπτύσσεται σε όλο το μήκος της Λ. Κέκροπος.

Το εμβαδόν της περιοχής είναι 10.600μ².

Είναι μια ελεύθερη περιοχή ημιδιαμορφωμένη.

Τη διασχίζει σε όλο της το μήκος ένας ενδιαφέρων ξύλινος πεζόδρομος.

Ενσωματούμενη στην υπό μελέτη περιοχή θα βελτιωθεί με πλούσια φύτευση και καθιστικά.

Στο χώρο αυτό και στο ύψος του μελλοντικού Μουσείου Μεταναστών υπάρχει κλιμακοστάσιο που οδηγεί από το υψόμετρο του Πάρκου Ελευθερίας στον ξύλινο πεζόδρομο. Θα συμπληρωθεί με ανελκυστήρα για ΑΜΚ. Με μία πεζογέφυρα πάνω από την Κέκροπος θα ενώσει το Πάρκο και τα συγκροτήματα των πολυκατοικιών της Δραπετσώνας με το Μουσείο Μεταναστών και την υπόλοιπη Πολιτιστική Ακτή.

Επειδή στο χώρο αυτόν υπήρχε η παλαιά περιτοίχιση των Ηετιώνων Τειχών, προτείνεται να φωτιστεί κατάλληλα όλη η βραχώδης ακτή.

5.2.2. Πλατείες - Καθιστικά

5.2.2.1. Πλατεία εκδηλώσεων

Ο χώρος μπροστά από τις κερκίδες της πεζογέφυρας

Με εναλλακτικές ξύλινες πλατφόρμες μπορεί να χρησιμοποιείται για μικρότερες ή μεγαλύτερες εκδηλώσεις.

5.2.2.2. Πλατεία εμπορικής αγοράς

Ο χώρος της μικρής «εμπορικής» αγοράς μεταξύ των δύο αποθηκών.

Διαμορφώνεται με νησίδες πρασίνου, καθιστικά cafe κλπ. Εδώ τοποθετείται μια βασική πρόσβαση και επικοινωνία με το λιμάνι.

5.2.2.3. Η επιμήκης επιφάνεια κατά μήκος του καναλιού

Αναπτύσσεται κατά μήκος του καναλιού που περιβάλλει τη ΝΑ πλευρά του Εθνικού Ναυτικού Μουσείου. Έχει πλάτος 15μ

Διαμορφώνεται με ανάγλυφο πράσινο; πλακόστρωτα, καθιστικά και έχει σαν βάση την ιδέα της λειτουργίας μιας «παράκτιας όχθης» αναψυχής. Περιλαμβάνει και την υπάρχουσα δενδροφύτευση.

5.2.2.4. Η άνω πλατεία - πλατφόρμα που ενώνει τις δύο αποθήκες στη στάθμη + 12.00.

Αποτελεί μια όαση «κρεμαστού» πρασίνου σε αυτό το ύψος. Έχει απέραντη θέα προς όλη την περιοχή, με κερκίδες και καθιστικά, με αίθρια. Η ύπαρξη άνετης ράμπας πεζών κάνει άμεση την επικοινωνία και την πρόσβαση από το βασικό επίπεδο κυκλοφορίας του ισογείου και ενοποιεί την πλατεία με τον κάτω χώρο.

5.2.3. Πεζόδρομοι, πεζοδρόμια, ποδηλατόδρομοι, περίπατοι

5.2.3.1. Ο βασικός κεντρικός πεζόδρομος.

Ακολουθεί τα ίχνη του σημερινού υπάρχοντος δρόμου μεταξύ του silo και των αποθηκών. Αποτελεί τη βασική αρτηρία κυκλοφορίας πεζών.

Περιβάλλεται από τις αποθήκες από τη μια πλευρά και από την υπάρχουσα δενδροστοιχία από την άλλη. Διασχίζει όλη την Πολιτιστική Ακτή με έξοδο προς τη θάλασσα. Έχει πλάτος 10.00μ.

- Στην αρτηρία αυτή τοποθετούνται βασικές λειτουργίες της Πολιτιστικής Ακτής όπως: Οι κεντρικοί είσοδοι του Εθνικού Ναυτικού Μουσείου, του Θεματικού Πάρκου και του κτιρίου των Εκθεσιακών Χώρων.
- Η πλατεία εκδηλώσεων και η εμπορική πλατεία οι οποίες διαμορφώνονται στην επέκταση των ορίων της .
- Η εκκίνηση και κατάληξη των ραμπών προς την άνω πλατεία – πλατφόρμα και προς τον ταινιόδρομο.
- Το σημείο εξόδου – εισόδου της υποθαλάσσιας σύνδεσης με την απέναντι Ακτή Λέοντος.

5.2.3.2. Ο Μεγάλος Περίπατος

Ένα συνεχές δίκτυο πεζοδρόμων, ραμπών, επιπέδων και πεζογεφυρών δίνει τη δυνατότητα στον πεζό να διασχίσει ανεμπόδιστα όλο το χώρο από το πάρκο και όλη την Πολιτιστική Ακτή, με ποικιλία διαδρομών, ή στάσεων, όπως όλη η παραθαλάσσια διαδρομή, περάσματα σε διαφορετικά ή στο ίδιο επίπεδο, πάνω από τις δεξαμενές με κινητές γέφυρες, ανεβοκατεβάσματα, στάσεις με διαφορετικό περιεχόμενο και θέα.

Η βασική διαδρομή του Μεγάλου Περιπάτου μπορεί να είναι αναγνωρίσιμη με συγκεκριμένη επικάλυψη π.χ. ξύλο και με παράλληλη δενδροφύτευση.

5.2.3.3. Πεζοδρομήσεις

Προτείνεται σε πρώτη φάση να πεζοδρομηθούν οι οδοί Αρκαδίου και Δογάνη. Σε δεύτερη φάση να εξεταστεί η πεζοδρόμηση της οδού Κανάρη.

5.2.3.4. Πεζοδρόμια, ποδηλατόδρομοι

Τα υπάρχοντα πεζοδρόμια διευρύνονται περιλαμβάνοντας και διελεύσεις ποδηλάτων. Δημιουργείται συνεχές δίκτυο ποδηλατοδρόμων από την οικιστική περιοχή της οδού Οδ. Ανδρούτσου μέσω του πάρκου μέχρι τη Πολιτιστική Ακτή. Σημειώνεται ότι από την πρόταση του 2003 είχε αποφασισθεί η δημιουργία πεζοδρόμου – ποδηλατοδρόμου από τα Καμίνια (Ρετσίνα) μέχρι την Ηετιώνεια Ακτή κατά μήκος της σιδηροδρομικής γραμμής ΟΣΕ, η οποία εγκαταλείφθηκε, λύση την οποία υιοθετεί και το ΥΠΕΚΑ

5.2.4. Μικρές εγκαταστάσεις

5.2.4.1. Ταινιόδρομος

Είναι ο δώροφος διάδρομος όπου οι γερανοί κατέβαζαν τα σιτηρά από τα πλοία και μέσω του ταινιόδρομου τα προωθούσαν στο silo.



Είναι πολύ ενδιαφέρουσα κατασκευή. Κρίνεται διατηρητέα με τη διατήρηση ταυτόχρονα των υπαρχόντων γερανών.

Το ισόγειο και ο όροφος με τον ταινιόδρομο ενσωματώνονται στο χώρο του Ναυτικού Μουσείου. Το δώμα είναι χώρος κοινόχρηστος και αποτελεί τμήμα του Μεγάλου παραλιακού Περιπάτου με ανεμπόδιστη συνολική θέα της θάλασσας και του λιμανιού. Στο τέρμα του Α ορόφου και στο δώμα μπορεί να δημιουργηθεί χώρος για ρέμβη ή cafe

5.2.4.2. Ράμπες



Μια ενότητα ραμπών για πεζούς συμπληρώνει το δίκτυο πεζοδρόμων και δημιουργεί ανεμπόδιστη και συνεχή κυκλοφορία σε όλα τα επίπεδα (ταινιόδρομο, πλατεία πλατφόρμα, κερκίδες, πεζογέφυρες)

5.2.4.3. Πεζογέφυρες υπέργειες και υπόγειες

Μια μεγάλη πεζογέφυρα πάνω από τη Λεωφόρο Κέκροπος ενώνει το Πάρκο με την Πολιτιστική Ακτή. Έχει πλάτος 5.00 μ και καλύπτει και κυκλοφορία ποδηλάτων. Σημειακά μπορεί να διαμορφώνεται με μικρά καθιστικά ή μικρούς ανοιχτούς εκθεσιακούς χώρους. Απολήγει σε μια διαμόρφωση κερκίδων στην «πλατεία εκδηλώσεων» όπου η αριστερή και δεξιά πλευρά της αποτελούν τις απολήξεις της πεζογέφυρας- πεζοδρόμου.

Δεύτερη πεζογέφυρα προτείνεται μεταξύ του Πάρκου Ελευθερίας της Δραπετσώνας και του κοινόχρηστου χώρου μπροστά από το Μουσείο Μεταναστών

Οι πεζογέφυρες δίνουν έμφαση και αποτελούν βασικά στοιχεία της ενότητας του Δήμου Δραπετσώνας με τις εγκαταστάσεις της Πολιτιστικής Ακτής

5.2.4.4. Η είσοδος – έξοδος της υποθαλάσσιας ένωσης με την Ακτή Λέοντος

Η διασύνδεση αυτή κρίθηκε αναγκαία λόγω της κατασκευής στην περιοχή Λέοντος (Κρουαζιέρα – Πειραιϊκή) του Εκθεσιακού – Συνεδριακού Κέντρου και διευκόλυνσης μετακίνησης χιλιάδων επισκεπτών, αποσυμφορίζοντας κυκλοφοριακά τους κεντρικούς οδικούς άξονες του Πειραιά.

5.2.4.5. Κατακόρυφες επικοινωνίες

Σε συγκεκριμένα σημεία υπάρχουν κόμβοι με κλιμακοστάσια και ανελκυστήρες για να διευκολύνουν την κίνηση των Ατόμων Μειωμένης Κινητικότητας και τις τροφοδοσίες.



5.2.4.6. Κερκίδες, αναβαθμοί.

Ένας ικανός και ποικίλος σχηματισμός κερκίδων, αναβαθμών, πλατφορμών από ξύλο ή άλλα υλικά δημιουργούν χώρους αναψυχής, παιχνιδιών, χαλάρωσης ή χώρους παρακολούθησης εκδηλώσεων



5.2.5. Υδάτινες επιφάνειες – κανάλια

Το υδάτινο στοιχείο με τη μορφή καναλιών ή αβαθών λιμνών εισχωρεί στην περιοχή της Πολιτιστικής Ακτής πλαισιώνοντας κτίρια ή κατασκευές. Διαμορφώνει ιδιαίτερες περιοχές αναψυχής (όχθες) δημιουργώντας ταυτόχρονα ιδανικότερες συνθήκες μικροκλίματος

5.2.6. Υπαίθριο Parking

Διαμορφώνεται και οργανώνεται η σημερινή υπάρχουσα αδιαμόρφωτη σε χώρο παρκαρίσματος έκταση στη ΝΑ πλευρά της Λ. Κέκροπος.

Έχει εμβαδόν 5.900 μ².

5.2.7. Λειτουργία monorail

Προτείνεται η σχεδιαζόμενη διαδρομή του monorail να μην εισχωρεί στην Πολιτιστική Ακτή. Με μεταφορά εκτός από τους σταθμούς επιβίβασης επί της πεζογέφυρας της Κέκροπος επιτυγχάνεται η εξυπηρέτηση και των δύο ζωνών (Λιμανιού και Ακτής).

Άλλος σταθμός επιβίβασης μπορεί να είναι στην πεζογέφυρα στο ύψος του Μουσείου Μεταναστών.

5.2.8. Προσβασιμότητα

Όπως έχει ήδη διατυπωθεί, η πρόσβαση και η κίνηση Ατόμων Μειωμένης Κινητικότητας διασφαλίζεται σε όλους τους χώρους με ράμπες και ανελκυστήρες.

Σε όλα τα κτίρια υπάρχει πρόσβαση για ασηενοφόρα, πυροσβεστικά οχήματα, οχήματα τροφοδοσίας κλπ

Θέλουμε να επισημαίνουμε και τα εξής:

Δεξιά του Μουσειού Μεταναστών στα όρια με την Λ. Κέκροπος τοποθετείται ο χώρος του μελλοντικού αμαξοστασίου του monorail.

Προτείνουμε τμήμα του αμαξοστασίου να στεγαστεί και το δώμα του στεγάστρου να φυτευθεί, αναδιαμορφώνοντας το χώρο προς όφελος της περιοχής

Με τους πεζοδρόμους και τη δημιουργία μιας μεγάλης πεζογέφυρας δίνει τη δυνατότητα της ανεμπόδιστης και άμεσης πρόσβασης των κατοίκων της πάνω περιοχής στις εγκαταστάσεις της Πολιτιστικής Ακτής. Στην περίπτωση ανάδειξης της λιμενοβιομηχανικής περιοχής Λιπασμάτων, το αμαξοστάσιο του monorail θα μεταφερθεί στο εμπορικό λιμάνι, σε τμήμα του Κρηπιδώματος Δραπετσώνας (Γ1).

6. ΒΙΟΚΛΙΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Η όλη σύλληψη των επεμβάσεων στα κτίρια και του σχεδιασμού του Περιβάλλοντος χώρου της Πολιτιστικής Ακτής, ακολουθεί και εναρμονίζεται με τις σύγχρονες ενεργειακές και περιβαλλοντικές απαιτήσεις και τις δεσμεύσεις τις ισχύουσας κοινοτικής και ελληνικής νομοθεσίας. Με γνώμονα την περιβαλλοντική ευαισθησία τίθεται ως στόχος να γίνει ο Πειραιάς ένα «πρότυπο ECO PORT, το πιο σημαντικό περιβαλλοντικό λιμάνι της Μεσογείου». Έτσι θα δοθεί στους κατοίκους του Πειραιά και του λεκανοπεδίου ένας ακόμη χώρος που θα αξιοποιεί τις κλιματολογικές συνθήκες και θα συμβάλλει στην θερμική οπτική και ακουστική άνεση κατοίκων και χρηστών.

Για την θερμική άνεση θα αναλυθούν τα κλιματολογικά δεδομένα και θα προταθούν εφαρμόσιμες λύσεις αντιμετώπισης ή αξιοποίησης τους.

Για την ακουστική άνεση θα ληφθούν υπόψη ο θόρυβος του λιμανιού και ο θόρυβος από τη βαριά κυκλοφορία και θα εφαρμοστούν λύσεις όπως η τοποθέτηση ηχοπετασμάτων και η εκμετάλλευση της φύτευσης για τη δημιουργία φραγμάτων ήχου.

Η οπτική άνεση ως παράμετρος σχεδιασμού θα ενσωματωθεί τόσο στην αισθητική αξιολόγηση των παραπάνω εφαρμογών όσο και στην συνολική αντιμετώπιση της σύνθεσης της οποίας αποτελεί βασικό κριτήριο.

Ο σχεδιασμός των χώρων θα ασχοληθεί με τις επιστρώσεις, περιφράξεις, εξοπλισμό, φυτεύσεις, τεχνητά στοιχεία νερού και με τη διαμόρφωση του εδάφους. Η επιλογή και ο χειρισμός των παραπάνω στοιχείων επηρεάζει σημαντικά τη λειτουργικότητα, τον χαρακτήρα και την περιβαλλοντική συμπεριφορά του χώρου.

Βασικές παράμετροι θεωρούνται οι ακόλουθοι:

6.1. Αειφορία - εξοικονόμηση πόρων

Η αειφορία διασφαλίζει τη λειτουργία του χώρου στο διηνεκές με την ελάχιστη δυνατή κατανάλωση ενέργειας και πόρων. Σε αυτή την κατεύθυνση θα προταθούν μέτρα όπως:

- Εξοικονόμηση νερού μέσω της διαχείρισης των ομβρίων υδάτων, της δημιουργίας υπόγειων δεξαμενών, της επιλογής κατάλληλης φύτευσης κλπ
- Εξοικονόμηση ενέργειας με τη χρήση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (χρήση φωτοβολταϊκών στις στέγες των κτιρίων)
- Εξοικονόμηση πόρων και υλικών με τη διατήρηση των αξιόλογων κτισμάτων για τα οποία θα προβλεφθεί ενεργειακή αναβάθμιση .
- Αποκομιδή απορριμμάτων με σύγχρονο και ευέλικτο τρόπο με ταυτόχρονη χρήση ανακύκλωσης

6.2. Λειτουργικότητα και Δεδομένα σχεδιασμού

Σχετίζεται με τα τεχνητά στοιχεία του υπαίθριου χώρου, την επιλογή των υλικών τους, το χρώμα, την εμφάνιση και την περιβαλλοντική απόκριση τους. Αξιολογεί τις επικρατούσες συνθήκες και προτείνει λύσεις ή εφαρμογές τεχνικών με λεπτομερή λειτουργική και αισθητική θεώρηση.

6.3. Ταυτότητα (του τόπου)

Τα φυσικά υλικά και κυρίως αυτά που είναι διαθέσιμα σε μικρή απόσταση, η ενσωμάτωση φυσικών στοιχείων νερού και η αξιοποίηση της ενδημικής βλάστησης, είναι τα χαρακτηριστικά που δίνουν την αίσθηση της ταυτότητας, η οποία ενσωματώνει τα πολιτιστικά πρότυπα δίχως να αντιστρατεύεται το φυσικό περιβάλλον, για τη δημιουργία ευχάριστων συνθηκών διαβίωσης.

6.4. Πολιτισμικοί παράγοντες

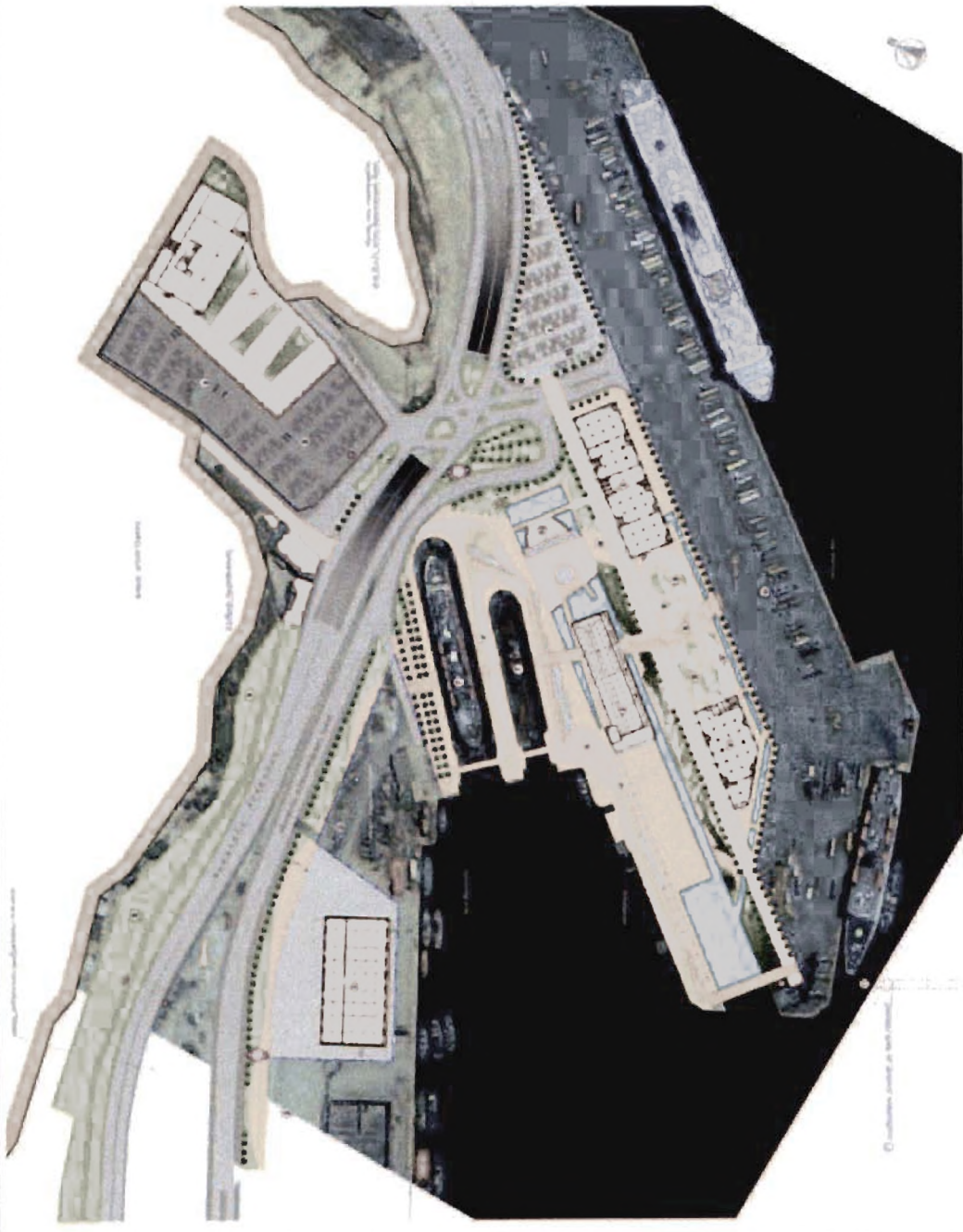
Η αφομοίωση των πολιτιστικών προτύπων θα εκφραστεί και στην τυποποίηση των επιμέρους στοιχείων του αστικού εξοπλισμού (urban equipment), όπως φωτιστικά, καθιστικά, σημάνσεις, περιφράξεις κλπ. Η ποιότητα αυτών των στοιχείων σε συνδυασμό με το βαθμό συντήρησής τους εκφράζουν το επίπεδο πολιτισμού των πόλεων.

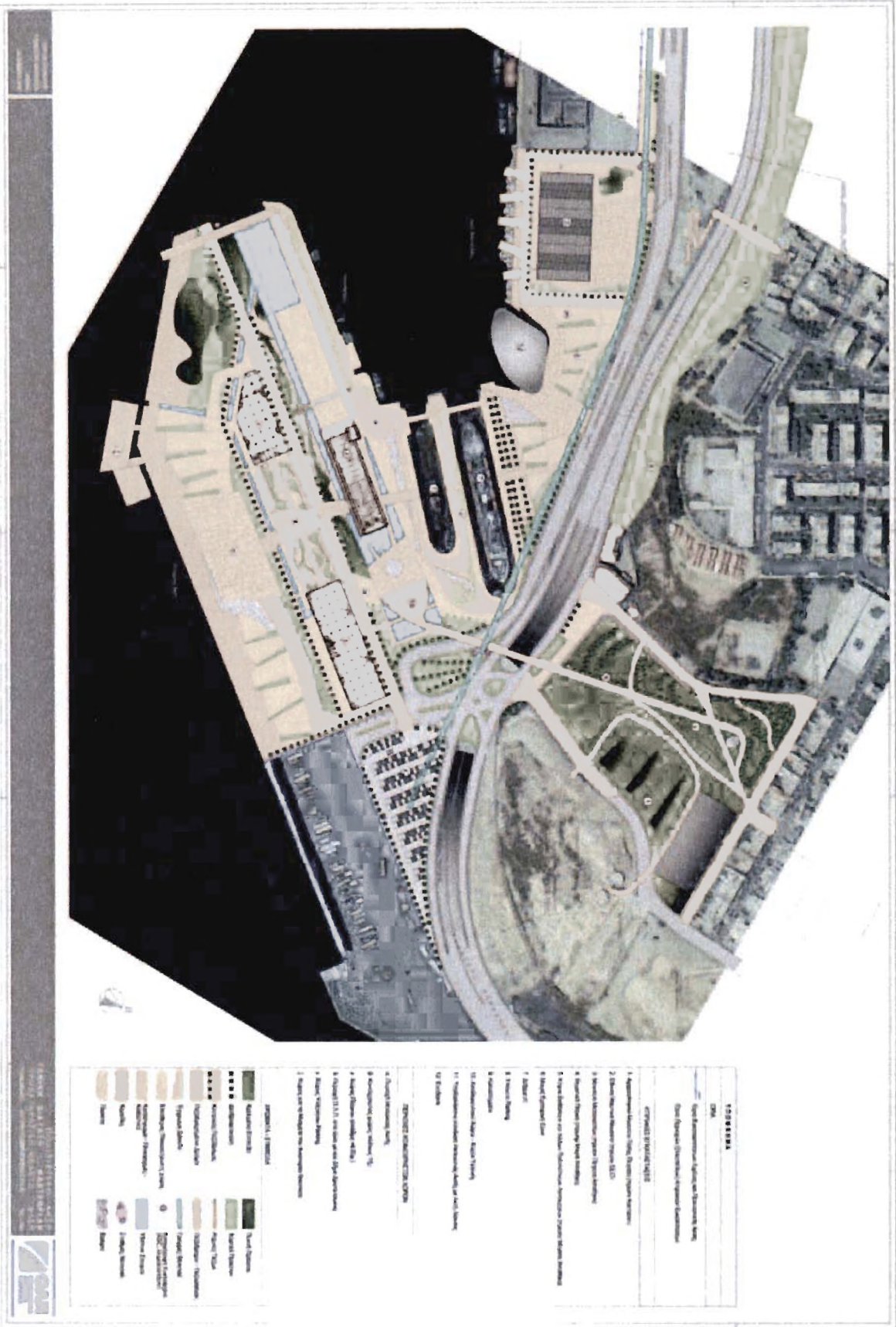
LEGENDA

1. Espazio Komunikatif (Ruang Terbuka Terbuka)
 2. Espasio Asimtotik (Ruang Terbuka Terbuka)
 3. Espasio Vertikal (Ruang Terbuka Terbuka)
 4. Espasio Horisontal (Ruang Terbuka Terbuka)
 5. Espasio Vertikal (Ruang Terbuka Terbuka)
 6. Espasio Horisontal (Ruang Terbuka Terbuka)

LEGENDA

1. Espasio Komunikatif (Ruang Terbuka Terbuka)
 2. Espasio Asimtotik (Ruang Terbuka Terbuka)
 3. Espasio Vertikal (Ruang Terbuka Terbuka)
 4. Espasio Horisontal (Ruang Terbuka Terbuka)
 5. Espasio Vertikal (Ruang Terbuka Terbuka)
 6. Espasio Horisontal (Ruang Terbuka Terbuka)







ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

Τηλ. 210 - 92 01 001

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ



14/5/2014

ΠΑΝΤΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ



002000098666