

το ζήτημα της μεθοδολογίας και  
της θεωρίας στο σχεδιασμό του χώρου

συντονίστρια: Ελίζα παναγιωτάτου

ομάδα εργασίας: ραβδία θεοφανίδου  
Ελλη ντρουκα  
ηρω σκεντζου  
διονυσης τζανετατος



θέμα εργασίας:

## το πρόβλημα βιωσιμότητας των μικρών εμπορικών επιχειρήσεων στον άξονα και τις στοές της Πανεπιστημίου

ως προς :

- \_την απαξίωση του κέντρου της Αθήνας
- \_την επέκταση του καπιταλιστικού υποδείγματος στη σφαίρα της κυκλοφορίας
- \_την εν γένει οικονομική κρίση

**&** η πρόταση πεζοδρόμησης  
της οδού Πανεπιστημίου

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ .....	1
<b>ΜΕΡΟΣ 1<sup>ο</sup> : ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ.....</b>	<b>3</b>
υπόθεση εργασίας.....	3
νέο εμπορικό υπόδειγμα.....	3
το κέντρο της Αθήνας.....	5
η συνεκτική πόλη.....	7
βιώσιμη κινητικότητα-αστική κινητικότητα .....	9
ιστορικότητα.....	10
οικονομική ανάπτυξη-παραγωγική ανασυγκρότηση .....	12
περί ασφάλειας.....	13
αντεπίλογος.....	14
απεικόνιση της Πανεπιστημίου .....	15
άξονες ημιδομημένων συνεντεύξεων.....	19
<b>ΜΕΡΟΣ 2<sup>ο</sup> : ΟΜΑΔΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΡΟΛΟΓΙΩΝ ΗΡΩ ΣΚΕΝΤΖΟΥ.....</b>	<b>20</b>
εισαγωγικά .....	20
η φυσιολογία του θύλακα .....	21
παράγοντες υποβάθμισης της Πανεπιστημίου.....	24
η πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου .....	25
αναδυόμενα συμπεράσματα.....	26
<b>ΜΕΡΟΣ 3<sup>ο</sup> : ΟΜΑΔΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΣΑΝΤΕΣ - ΑΠΟΣΚΕΥΕΣ ΔΙΟΝΥΣΗΣ ΤΖΑΝΕΤΑΤΟΣ .....</b>	<b>28</b>
πηγές.....	28
γενική περιγραφή - εντοπισμός .....	28
απεικόνιση στοάς .....	29
ιστορικά .....	33
περιγραφή δικτύου προμηθευτών - πελατών .....	35
ιδιοκτησία ακίνητου και εμπορικά καταστήματα.....	35
περιοριστικοί παράγοντες βιωσιμότητας .....	36

συμπεράσματα.....	36
<b>ΜΕΡΟΣ 4<sup>ο</sup> : ΟΜΑΔΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΚΥΛΙΚΕΙΑ – ΚΑΦΕ ΣΤΟΩΝ ΠΑΝΙΑ ΘΕΟΦΑΝΙΔΟΥ .....</b>	<b>38</b>
εισαγωγικά .....	38
φυσιογνωμία του θύλακα.....	39
χρονικές τομές.....	40
παράγοντες υποβάθμισης.....	41
η πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου .....	42
συμπεράσματα.....	43
<b>ΜΕΡΟΣ 5<sup>ο</sup> : ΟΜΑΔΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΟΠΤΙΚΑ ΕΛΛΗ ΝΤΡΟΥΚΑ.....</b>	<b>45</b>
λίγα λόγια .....	45
χαρακτηριστικά πελατών.....	46
παράγοντες υποβάθμισης των στοών της Πανεπιστημίου .....	49
για την πεζοδρόμηση.....	52
<b>ΜΕΡΟΣ 6<sup>ο</sup> : ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....</b>	<b>54</b>
για τον κλάδο του εμπορίου.....	54
για το κέντρο της Αθήνας.....	54
για την πεζοδρόμηση της πανεπιστημίου .....	55
αντί επιλόγου .....	55
βιβλιογραφικές αναφορές .....	57

## **ΜΕΡΟΣ 1<sup>ο</sup> : εισαγωγικά**

### **υπόθεση εργασίας**

Το κέντρο αποτελεί μια διαχρονική κεντρικότητα με μεγάλη εμπορική αξία.

Η απομάκρυνση, όμως, των βασικών καταναλωτικών ομάδων προς την περιφέρεια της πόλης στο πλαίσιο μιας οικονομίας που παράγει χώρο στα προάστια (Harvey, D., 2011) και η μη συγκέντρωση της ιδιοκτησίας συνθέτουν ένα τοπίο που χρήζει μετάλλασης, ώστε να συνίσταται στα πλαίσια της καπιταλιστικής ανάπτυξης.

Απαιτείται και παράγεται, επομένως, μια καταστροφική υλικότητα που λειτουργεί ως αφορμή για μια ριζική και συγκεκριμένη αναδιαμόρφωση του κέντρου. Αυτή η διαδικασία εξελίσσεται σταδιακά με:

\_τις πολιτικές απαξίωσης

\_τον κυρίαρχο λόγο

\_τα στοιχεία πρωταρχικής συσσώρευσης της μαύρης οικονομίας

\_τις αναδυόμενες πειραματικές παρεμβάσεις, όπως η πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου

Στο παραπάνω πλαίσιο η μικρή εμπορική επιχείρηση πλήττεται, ενώ ταυτόχρονα χρησιμοποιείται ως μοχλός πίεσης για ένα μέλλον στο οποίο η ίδια δεν έχει χώρο.

### **νέο εμπορικό υπόδειγμα**

Στον πυρήνα του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής (ΚΤΠ) ενυπάρχει η απαίτηση της διευρυμένης αναπαραγωγής του (Marx, 1979) που αντιστοιχεί επί της ουσίας στη διαρκή αύξηση των κύκλων εργασιών του και συνήθως αναφέρεται ως καπιταλιστική ανάπτυξη και κυρίαρχο λόγο υπονοείται απλώς με τον όρο ανάπτυξη.

Σε έναν καπιταλιστικό κοινωνικό σχηματισμό (ΚΚΣ) όπως η Ελλάδα ο ΚΤΠ δεν είναι ο μοναδικός τρόπος παραγωγής. Μια σειρά προκαπιταλιστικών κατάλοιπων, αλλά και σύγχρονων του τρόπων παραγωγής συνυπάρχουν. Όμως ο ΚΤΠ σε έναν ΚΚΣ είναι ο κυρίαρχος τρόπος<sup>1</sup> και οι άλλοι τρόποι παραγωγής στο βαθμό που δεν είναι ανταγωνιστικοί (και πρέπει να περιοριστούν) συντελούν βοηθητικά στην ανάπτυξη του.

Στην Ελλάδα οι οικογενειακές<sup>2</sup> και οι ατομικές<sup>3</sup> (ΟΑΕ) επιχειρήσεις ως κυρίως μεσοστρωματικά κατάλοιπα παλαιότερων περιόδων εντάχθηκαν, αναπτύχθηκαν και μεταλλάχθηκαν από την καπιταλιστική στρατηγική. Σημαντικός ήταν ο ρόλος τους και στον πρωτογενή, στον δευτερογενή και στο τριτογενή τομέα.

---

<sup>1</sup> Το γεγονός αυτό δεν συνεπάγεται απαραίτητα ότι διατηρεί και το μεγαλύτερο κύκλο εργασιών, αλλά ότι είναι πολιτικά κυρίαρχος της οικονομίας ελέγχοντας κρίσιμους κόμβους αυτής.

<sup>2</sup> Η επιχείρηση που η κύρια εργατική της δύναμη είναι μέλη της οικογένειας του ιδιοκτήτη της και ο ίδιος ο ιδιοκτήτης.

<sup>3</sup> Η επιχείρηση που η κύρια εργατική της δύναμη είναι ο ιδιοκτήτης της.

Η έκταση τους στην οικονομία ανέδειξε τα υποκείμενα τους σε σοβαρό πολιτικό παράγοντα, που όμως ανέκαθεν ήταν ετεροπροσδιορισμένα στην κυρίαρχη καπιταλιστική πολιτική.

Η οικονομική σχέση αυτών των δύο τρόπων παραγωγής εξελίχτηκε με τον ΚΤΠ να καταλαμβάνει μέρος της δραστηριότητας των ΟΑΕ και με την περαιτέρω πολυσιχδή ανάπτυξη του, να δημιουργεί (μικρότερους από τους προηγούμενους) νέους θύλακες πρόσκαιρης ανάπτυξης των ΟΑΕ.

Στην παρούσα εργασία θα ασχοληθούμε κυρίως με τον τριτογενή τομέα και ειδικότερα με τον κλάδο του λιανικού εμπορίου, χωρικά εντοπισμένο στο κέντρο της Αθήνας και με μελέτη περίπτωσης, τις οικογενειακές και ατομικές μικρές εμπορικές επιχειρήσεις της οδού Πανεπιστημίου.

Συνοψίζοντας, ο καπιταλισμός αναπτύσσεται πέραν των άλλων, αλώνοντας άλλα υποδείγματα παραγωγής-κυκλοφορίας (τρόπους παραγωγής) που αναπτύχθηκαν υπό αυτόν και βοήθησαν στην ανάπτυξη του, όπως οι μικρές οικογενειακές εμπορικές επιχειρήσεις.

Αυτή η διαδικασία είναι δυνατή, διότι η σφαίρα της κυκλοφορίας (εμπόριο) αποτελεί μέρος της παραγωγής, αυξάνοντας την αξία του προϊόντος όσον αφορά τα χωρικά, χρονικά, ποιοτικά και ιδεολογικά του χαρακτηριστικά. Υπό αυτή την έννοια η σφαίρα της κυκλοφορίας αποτελεί ένα χώρο που παράγεται αξία και εν δυνάμει υπεραξία.

Είναι προφανές πως στα πλαίσια των κλαδικών και ενδοκλαδικών ανταγωνισμών ο ΚΤΠ απομυζούσε υπεραξία από τις μικρές επιχειρήσεις έως ότου αυτό γίνει μια μη βιώσιμη πραγματικότητα για αυτή.

Έτσι ήδη από την δεκαετία του 90 ο ΚΤΠ αλώνει οργανωμένα το λιανικό εμπόριο περιορίζοντας το χώρο για τις μικρές εμπορικές επιχειρήσεις.

Το ότι η προαναφερθείσα διαδικασία εντάσσεται στην περίοδο από το 1990 και μετά δεν είναι ούτε άσχετο με τη διεθνή εμπειρία που προηγήθηκε σε χρονισμό, αλλά κυρίως δεν είναι άσχετη με μια σειρά χωρικών και ποιοτικών προϊόντων που προηγήθηκαν ή εξελίχθηκαν ταυτόχρονα.

Η προαστιοποίηση της Αθήνας κατά τα δυτικά πρότυπα δημιούργησε μια σειρά από νέες καταναλωτικές ανάγκες, αλλά και νέες κεντρικότητες, όπου επέτρεψαν αυτήν την αναδιοργάνωση της σφαίρας της κυκλοφορίας με όρους καπιταλιστικής κερδοφορίας.

Τα χαρακτηριστικά ανάπτυξης αυτού του νέου εμπορικού υποδείγματος και του ανταγωνισμού του με τις μικρές επιχειρήσεις είναι:

\_Διάλυση των δικτύων μικρομεσαίας βιοτεχνίας και μικρομεσαίας εμπορικής επιχείρησης που προηγήθηκε με την άλωση της μικρομεσαίας βιοτεχνίας.

\_Η συγκεντροποίηση μέρους της εμπορικής διαδικασίας, αλλά και η πολιτισμική πολιτική υπέρ του επώνυμου προϊόντος οδήγησε αργά ή γρήγορα στην επέκταση των επώνυμων και μη, αλυσίδων καταστημάτων.

\_Η διαδικασία εξάπλωσης των αλυσίδων βοηθήθηκε από την τεχνική του Franchise που η καπιταλιστική άλωση είναι περιορισμένη στο μέρος της συγκεντροποιημένης εμπορικής διαδικασίας

\_Οι πιέσεις απέναντι στην μικρή εμπορική επιχείρηση απαιτούσαν αυξημένα κεφάλαια που προθυμοποιήθηκαν να παραχωρήσουν οι τράπεζες μέσω δανεισμού. Εν τέλει δημιουργήθηκε ένα ακόμα πιο εξαρτημένο οικονομικό περιβάλλον για τις μικρές επιχειρήσεις που εντάθηκε ακόμα πιο βίαια στα πλαίσια της οικονομικής κρίσης

Μια σειρά επίσης νομοθετικών παρεμβάσεων αποδεικνύουν την συνειδητή επίθεση στις μικρές επιχειρήσεις όπως:

\_ η εξοντωτική αλλαγή ωραρίου καταστημάτων που απαιτήσε περισσότερες και πολλές φορές μη βιώσιμες εργατοώρες στα πλαίσια των μικρών επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου

\_ Η άρση συντεχνιακών νομοθεσιών όπως η αποκλειστική πώληση φαρμάκων από φαρμακοποιούς.

\_Οι πολιτικές επιδοτήσεων που ουδέποτε στήριξαν ανταγωνιστικές στο καπιταλιστικό κεφάλαιο επενδύσεις με την δικαιολογία ότι δεν είναι βιώσιμες.

Αλλά επίσης η επαναχωροθέτηση του εμπορίου:

\_Ως αποτέλεσμα των νέων κεντρικότητων που ανέπτυξε η περιφεριοποίηση της Αθήνας

\_Αλλά και ως απευθείας δημιουργίας καθαρών χώρων αποκλειστικής ανάπτυξης του νέου εμπορικού υποδείγματος (Mall, εμπορικά χωριά, πολυκαταστήματα).

Όμως μια σειρά κατάλοιπων του παλαιού υποδείγματος, όπως η φοροδιαφυγή και η μαύρη εργασία, αλλά κυρίως η καταναλωτική έκρηξη (που στηρίχθηκε και με το δανεισμό των τραπεζών) συγκρότησαν στοιχεία ανθεκτικότητας, έως και αντιφατικής ανάπτυξης του φαινομένου της μικρής εμπορικής επιχείρησης που προδόθηκε όμως από την οικονομική κρίση.

Προφανώς, η μικρή εμπορική επιχείρηση του λιανικού εμπορίου δεν αφανίζεται, αλλά περιορίζεται σαφώς ο εμπορικός της ρόλος.

### **το κέντρο της Αθήνας**

Το κέντρο της Αθήνας αποτελεί ένα ιδιαίτερο κεφάλαιο όσον αφορά την εξάπλωση του νέου εμπορικού υποδείγματος. Το κέντρο της πόλης για λόγους ιστορικούς και γεωγραφικούς αποτελεί την απόλυτη κεντρικότητα της πόλης. Η κεντρικότητα είναι κατεξοχήν χώρος προσέλκυσης του λιανικού εμπορίου, εντείνοντας παράλληλα και την αξία της ως τέτοια. Επομένως το κέντρο της Αθήνας και ειδικότερα τα σημεία αυτά που αποτελούν την βιτρίνα της πόλης, τις πιο εμβληματικές τις όψεις (όπως ο άξονας της Πανεπιστημίου), αποτελούν σημαντικότερα σημεία ανάπτυξης του λιανικού εμπορίου.

Όμως, το περιβάλλον του κέντρου έχει δομηθεί και αναπτυχθεί πάνω σε παλιότερα υποδείγματα γεγονός που το κάνει ακατάλληλο για άμεση εμπορική αξιοποίηση με βάση το νέο εμπορικό υπόδειγμα.

Με κυρίαρχους λόγους:

-τον πολεοδομικό και κτιριακό εξοπλισμό

-τη μη συγκέντρωση της ιδιοκτησίας γης και τη νομοθετική παράδοση (αποτέλεσμα της συμμαχίας των μεσοστρωμάτων με τον ΚΤΠ)

Το κέντρο της Αθήνας αποδεικνύεται όμως ακατάλληλο προς επενδύσεις και για μια σειρά άλλα νεοφιλελεύθερα οικονομικά υποδείγματα πέρα του λιανικού εμπορίου συνθέτοντας έτσι τους λόγους για την απαίτηση από πλευράς ΚΤΠ της ανατροπής των παραπάνω περιοριστικών παραγόντων.

Στο πλαίσιο αυτής της πολιτικής απαίτησης η κοινωνική συνοχή<sup>4</sup> τίθεται υπό επαναδιαπραγμάτευση από την πλευρά του ΚΤΠ και το κέντρο της Αθήνας τελεί υπό κρίση.

Στοιχεία αυτής της πολιτικής είναι:

\_ Οι πολιτικές απαξίωσης όπως:

Ο κυρίαρχος λόγος (έπεται ειδικό σχετικό κεφάλαιο) ή η περιφορά της πιάτσας των ναρκωτικών

\_ Τα στοιχεία πρωταρχικής συσσώρευσης της μαύρης οικονομίας (ναρκωτικά, trafficking, υπηρεσίες «προστασίας») έχουν διπλό ρόλο με την έννοια ότι και αποτελούν παράγοντα υποβάθμισης αλλά και την συγκέντρωση των κεφαλαίων που απαιτούνται για πιο ασύμβατες νομικά και υψηλού κινδύνου αφετηριακές επενδύσεις.

\_ Οι αναδυόμενες πειραματικές παρεμβάσεις όπως η πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου. Ενώ η φάση του σχεδίου της υποβάθμισης δεν έχει τελεστεί, οι προετοιμασίες για την επόμενη φάση των αναπλάσεων έχει ξεκινήσει, ιχνηλατώντας και τα στοιχεία της υπέρβασης της πρώτης φάσης.

Στα πλαίσια αυτής της συγκυρίας της τριπλής κρίσης:

-της επέκτασης του νέου εμπορικού υποδείγματος και τον περιορισμό της μικρής οικογενειακής επιχείρησης του λιανικού εμπορίου

-της κρίσης στο κέντρο της Αθήνας στα πλαίσια επαναδιαπραγμάτευσης των όρων της κοινωνικής συνοχής

-της εν γένει οικονομικής κρίσης

Οι μικρές εμπορικές οικογενειακές επιχειρήσεις του κέντρου της Αθήνας βρίσκονται στο μάτι του κυκλώνα.

Πάνω σε αυτή την συγκυρία στην παρούσα εργασία προσπαθούμε να απεικονίσουμε την πρωτόγενη όψη αυτής της πραγματικότητας.

---

<sup>4</sup> Η έννοια της κοινωνικής συνοχής υποδηλώνει την ένταξη των προσδοκιών και των κάθε αυτό υλικών όρων των κοινωνικών μερίδων υπό ένα ηγεμονικό (Peter, T., 2012) σχέδιο. Σε περιόδους κρίσης ή σε περιοχές σε κρίση το ηγεμονικό σχέδιο υπολείπεται και αίρεται η κοινωνική συνοχή και επομένως δημιουργούνται οι όροι για μια νέα ηγεμονία ή για τον επαναδιαπραγμάτευση των όρων της προηγούμενης είτε υπέρ του ηγεμόνα είτε υπέρ των ηγεμονευόμενων.

## **ο κυρίαρχος λόγος**

Η προκήρυξη του διεθνή αρχιτεκτονικού διαγωνισμού για την πεζοδρόμηση της Πανεπιστήμιου εντάσσεται στη συζήτηση για την αποκατάσταση και την αναζωογόνηση του υποβαθμισμένου κέντρου της Αθήνας. Οι πρόσφατοι κοινωνικό-οικονομικοί μετασχηματισμοί που οφείλονται στην κρίση καθώς και τα υφιστάμενα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τόσο το κέντρο της Αθήνας όσο και τα ελληνικά αστικά κέντρα, συνθέτουν ένα δυναμικό πεδίο βίαιων μεταλλαγών που χρήζει άμεσης αντιμετώπισης από τους αρμόδιους φορείς. Οι νέες λοιπόν πολιτικές στρατηγικού σχεδιασμού επικαλούνται τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης, προωθούν τη δομή της συνεκτικής πόλης, προβάλλουν τη βιώσιμη κινητικότητα, την ιστορικότητα και την ασφάλεια, σύμφωνα με το όραμα που έχουν για την πόλη. Οι πυλώνες αυτοί προσδιορίζουν προτεραιότητες και δομούν όλους τους στόχους του «Ρυθμιστικού Σχεδίου Αθήνας / Αττικής 2021», του Ερευνητικού Προγράμματος «Μεταλλασσόμενοι χαρακτήρες και πολιτικές στα κέντρα πόλης Αθήνας και Πειραιά» (ΥΠΕΚΑ\_ΕΜΠ, 2011) και του «Σχεδίου Δράσης για το Κέντρο της Αθήνας\_6 σημεία» (Δήμος Αθηναίων σε συνεργασία με την κυβέρνηση και το Υπουργείο Προστασίας του Πολίτη).

Ενώ λοιπόν αναζητούνται νέες πρακτικές σχεδιασμού και διερευνούνται εναλλακτικά σενάρια για την Αθήνα και το κέντρο της, τα αστικά ζητήματα ή τα «φαινόμενα» που αναγνωρίζονται από τον κυρίαρχο λόγο είτε ως οι φορείς της υποβάθμισης του κέντρου, είτε ως πεδία αξιοποίησης, απεικονίζουν μία συγκεκριμένη πραγματικότητα που είναι φορτισμένη με ένα συγκεκριμένο ιδεολογικό πρόσημο. Η αναγνώριση και η ανάδειξη επομένως εκείνων των στοιχείων που διαμορφώνουν την επίσημη απεικόνιση για το κέντρο και συνεπώς συγκροτούν τις επίσημες πολιτικές για την αναζωογόνηση του, καθώς και η αντιπαράβολή τους με τη δική μας απεικόνιση του κέντρου (αντι-απεικόνιση), είναι το ζητούμενο της ενότητας που ακολουθεί.

Καθώς θεωρούμε ότι κάθε ιδεολογία που αντιστρέφει την πραγματικότητα ή την παρουσιάζει μερικώς και υπό συγκεκριμένες οπτικές γωνίες, είναι ανίκανη να περιγράψει την πολλαπλότητα και τη δυναμική των σχέσεων, τις ανισότητες και τα αντικρουόμενα συμφέροντα, που αναπτύσσονται στο χώρο. Πόσο μάλλον να τα αμβλύνει και να τα επιλύσει.

## **η συνεκτική πόλη**

«Η σταδιακή υποβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος που καταγράφεται στον ασφυκτικό ιστό, η συνακόλουθη έλλειψη πρασίνου και ελεύθερων χώρων, η «άναρχη» και κατά κανόνα γραμμική ανάπτυξη, οι ελλείψεις κοινωνικές υποδομές, η περιβαλλοντική υποβάθμιση, η συγκοινωνιακή υποεξυπηρέτηση και η κυκλοφοριακή συμφόρηση» (ΡΣΑ, 2011, σελ. 7), είναι κάποια από τα σημεία που αρθρώνουν την εναλλακτική πρόταση της συνεκτικής πόλης. Με βασικές της θέσεις να είναι «ο περιορισμός και η ανάσχεση της αστικής διάχυσης, η προστασία του εξωαστικού χώρου, η τόνωση της κεντρικότητας, η αξιοποίηση των υφιστάμενων υποδομών και κτιρίων, η αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής, η πρόταση για μία συνεκτική αστική δομή» (ΡΣΑ, 2011, σλ. 9) παρουσιάζεται μία διαφορετική μορφή και δομή για την πόλη, στα πλαίσια του ευρωπαϊκού αστικού προτύπου.

Στόχος λοιπόν είναι η ανασυγκρότηση του αστικού ιστού της Αθήνας με σειρά από πολεοδομικές ρυθμίσεις και επεμβάσεις, που βασίζονται στην αναγνώριση και στην



αξιοποίηση των βασικών δεδομένων και δυναμικών που συγκροτούν την Αθήνα και την Αττική, σύμφωνα με τις αρχές της συνεκτικής πόλης.

Το σημαντικό ποσοστό κενού κτιριακού αποθέματος, παλαιού και νέου, που εντοπίζεται στις κεντρικές περιοχές της πρωτεύουσας και που δεν έχει απορροφηθεί και αξιοποιηθεί από την αγορά είναι ένα από τα βασικά στοιχεία που συγκροτούν την Αθήνα. Στη βάση αυτή αρθρώνεται η επιλογή να επιστρέψει η κατοικία στο κέντρο της Αθήνας.

Πιο συγκεκριμένα, τόσο το ΡΣΑ, όσο και το ερευνητικό πρόγραμμα, αναφέρονται στην επανάχρηση του κενού κτιριακού αποθέματος για κατοικία με την «άσκηση πολιτικών για την εξασφάλιση κοινωνικής κατοικίας ή κατοικίας προσιτής τιμής ειδικότερα για συγκεκριμένες ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού ή και στοχευμένες ομάδες» (ΡΣΑ, 2011,σελ. 25, ερευνητικό πρόγραμμα ΕΜΠ, Τουρνικιώτης, 2011,σελ. 463). Ευάλωτες ή στοχευμένες ομάδες φαίνονται να είναι «οι νέοι και οι φοιτητές» (ΡΣΑ, 2011,σελ. 25), τα νέα ζευγάρια, οι καλλιτέχνες, οι δημόσιοι υπάλληλοι, οι επαγγελματίες, που συνθέτουν τον κατάλογο των επιθυμητών χρηστών (/καταναλωτών).

Κατά τους ίδιους η κίνηση αυτή, δηλαδή η επαναφορά των κατοίκων στο κέντρο, είναι ικανή να επανατροφοδοτήσει το κέντρο και το τοπικό του εμπόριο, να αναβαθμίσει το κενό κτιριακό απόθεμα, καθώς και να ενισχύσει τη συνολική οικονομία και κατανάλωση με δραστηριότητες που αναφέρονται κυρίως «στον πολιτισμό και στη νέα δημιουργικότητα» (ΡΣΑ, 2011,σελ. 15).

Η επιστροφή λοιπόν της κατοικίας στο κέντρο αναδεικνύεται ως βασικός μοχλός ανασυγκρότησης τόσο της οικονομίας όσο και της φυσιογνωμίας του. Το γεγονός όμως ότι χιτίζεται πάνω στην ιδεολογία του κενού και έρημου κέντρου εγείρει πέρα από προβληματισμούς και συνειδητή κριτική. Διότι η πρόθεση των εμπλεκόμενων φορέων να επαναφέρουν την κατοικία στο κέντρο δεν αναγνωρίζει (συνειδητά ή μη) ότι το κέντρο δεν έπαψε ποτέ να κατοικείται.

Καθώς το κέντρο συγκεντρώνει ένα μείγμα από παλαιούς και νέους κατοίκους από διάφορες ιστορικές περιόδους. Την περίοδο '80 με '90, οι πληθυσμιακές ανακατατάξεις που έλαβαν μέρος τόσο στην Αθήνα όσο και στα υπόλοιπα αστικά κέντρα, λόγω της οργανωμένης αστικής διάχυσης (εργολαβικά συμφέροντα) επισφράγισαν και νομιμοποίησαν, με τη συμβολή του κράτους (σταδιακή νομιμοποίηση αυθαιρέτων), την εκτός ορίων δόμηση. Γεγονός που οδήγησε να μην στην αποκέντρωση χωρίς ωστόσο στην εγκατάλειψη του κέντρου από κατοίκους. Σε αυτό παρέμειναν οι γονείς και η τρίτη ηλικία, οι παλιοί του κάτοικοι, όσοι/ες δεν είχαν τη δυνατότητα να μεταστεγαστούν στα προάστια, οι μετανάστες από την επαρχία, λόγω της συμβολής των οικογενειακών, φιλικών και εργασιακών δικτύων<sup>5</sup>. Σε αυτούς σταδιακά προστέθηκαν οι μετανάστες από την Αλβανία, από το πρώην σοβιετικό μπλοκ μετά το '90, ενώ πολύ αργότερα και μετανάστες από την Ασία και την Αφρική, προσδίδοντας στις σημερινές γειτονίες της Αθήνας πολυπολιτισμικά χαρακτηριστικά με ότι αυτό συνεπάγεται για τη χρήση του δημόσιου χώρου (Εμμανουήλ, 2006).

Σε αντίθεση λοιπόν με τα συμπεράσματα που βγάζει ο κυρίαρχος λόγος για το κέντρο της πόλης, η πραγματικότητα αποτυπώνεται με διαφορετικό τρόπο. Αντί της εγκατάλειψης του κέντρου από τους κατοίκους, το κέντρο παραμένει ζωντανό και πυκνοκατοικημένο (Κυψέλη) από σύνολα που ίσως τελικά δε συνάδουν με τη

---

<sup>5</sup> πάνω στα οποία έχτισαν τη ζωή τους στις γειτονίες της Αθήνας

φυσιογνωμία του επιθυμητού χρήστη και κατοίκου που προβάλλεται από τον επίσημο λόγο, και στον οποίο μπορεί να βασιστεί οικονομικά ως καταναλωτή.

Από την άλλη, τόσο η πρόθεση της επιστροφής της κατοικίας στο κέντρο όσο και η απεύθυνση σε συγκεκριμένες πληθυσμιακές ομάδες χαρακτηρίζεται από επιπολαιότητα. Το ίδιο το κράτος και οι μηχανισμοί του είναι αυτοί που νομιμοποίησαν και προώθησαν το μοντέλο της περιαστικής μεζονέτας με ότι αυτό συνεπάγεται και νοείται (λάιφ στάιλ, ιδιωτικό σχολείο, μεγάλο αμάξι), το οποίο απευθύνθηκε κυρίως στους δημόσιους υπαλλήλους και τα νέα ζευγάρια με τη διευκόλυνση των τραπεζικών δανείων (άνοιγμα του τραπεζικού συστήματος). Από την άλλη το κράτος ήταν και πάλι αυτό που πρότεινε την αποκέντρωση των ανώτατων ιδρυμάτων (Πανεπιστημιούπολη) σε περιοχές όπως η Ζωγράφου, που ταυτίστηκαν ως φοιτητικές (χαμηλότερα ενοίκια, νέες τυπολογίες διαμερισμάτων).

### **βιώσιμη κινητικότητα-αστική κινητικότητα**

Στην έννοια της βιώσιμης κινητικότητας περιλαμβάνονται «πολιτικές και δράσεις με κατεύθυνση την εφαρμογή βιώσιμων μεταφορικών συστημάτων με κυρίαρχους άξονες μεταξύ άλλων να είναι η βελτίωση του δικτύου των ΜΜΜ και η προαγωγή ήπιων μορφών μετακίνησης, όπως είναι το ποδήλατο και το περπάτημα<sup>6</sup>». Ανώτεροι στόχοι είναι η προστασία του περιβάλλοντος, η προάσπιση της υγείας και εν γένει η ποιότητα ζωής των κατοίκων.

Οι αρχές της βιώσιμης κινητικότητας όπως ενδεικτικά αναφέρονται στο Πράσινο βιβλίο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής του 2007, αναδεικνύονται από τον επίσημο λόγο ως βασικός πυλώνας σχεδιασμού για την πόλη του αύριο. Στην κατεύθυνση αυτή εντάσσονται οι αστικές παρεμβάσεις όπως είναι οι πεζοδρομήσεις και οι ποδηλατοδρομήσεις. Σύμφωνα με τους ίδιους, η Αθήνα οφείλει να οικειοποιηθεί τις ευρωπαϊκές σχεδιαστικές συνταγές προκειμένου το κέντρο της να ενταχθεί στο δίκτυο των κέντρων-πόλεων που έχουν ήδη υλοποιήσει τις παραπάνω οδηγίες (κέντρο Βιέννης, Λισαβόνας, Βαρκελώνης, Λονδίνου κ.α.) (ερευνητικό πρόγραμμα ΕΜΠ, Καρλαύτης, 2011).

Η πρόταση επομένως για την πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου συγκαταλέγεται μεταξύ άλλων (πεζοδρόμηση της Αθηνάς, της Αμαλίας, κ.ά.) στο αναπτυξιακό όραμα που έχουν οι αρμόδιοι φορείς για την Αθήνα και το κέντρο της, σε ότι αφορά την αστική κινητικότητα. Τα χαρακτηριστικά του άξονα, όπως η κεντρικότητα του, η ιστορική του φυσιογνωμία και η αξία του ως κόμβος μετεπιβίβασης, επικαλούνται από τον κυρίαρχο λόγο ως βασικά δεδομένα για περαιτέρω αξιοποίηση και ανάδειξη, μέσω της πεζοδρόμησης του δρόμου.

Πέρα όμως από τα παραπάνω δεδομένα, η Πανεπιστημίου φέρει και άλλα χαρακτηριστικά που δεν αποτυπώνονται ή δεν απεικονίζονται από τον κυρίαρχο λόγο όπως είναι «οι ιστορικές καταβολές της λειτουργίας και του συμβολισμού της ως λεωφόρου και η αξία της ο βασικός συντελεστής διαμπερούς διέλευσης, τα μεγάλα πεζοδοδρόμια της και το γεγονός ότι είναι ένας από τους πιο φαρδείς δρόμους της

---

<sup>6</sup> ΥΠΕΚΑ, , «ΗΠΙΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, Στρατηγική για την Αστική Κινητικότητα»,  
πηγή : <http://www.ypeka.gr/Default.aspx?tabid=394>

πρωτεύουσας και η κοινωνική του διάσταση ως προς την κοινωνική αμφισβήτηση» (Χατζημιχάλης, 2011) .

Επιπρόσθετα, η επικείμενη πρόταση για την αντικατάσταση του δρόμου σε πεζόδρομο, αφενός παραβλέπει την πολυπλοκότητα των κοινωνικών διεργασιών που συντελούνται σε αυτόν αφετέρου αποβλέπει στη δημιουργία ενός άξονα-πεζόδρομου που θα αλλάξει ριζικά τη φυσιογνωμία τόσο των δραστηριοτήτων που τον πλαισιώνουν, όπως είναι τα δίκτυα των υφιστάμενων και φθίνουσων μικρομεσαίων επιχειρήσεων όσο και του κέντρου συνολικά, λόγω της έλλειψης ενός συνολικότερου σχεδιασμού αλλά αντ' αυτού της προώθησης ενός αποσπασματικού πολεοδομικού χειρισμού με «άγνωστες συνδέσεις με το υπό μελέτη νέο ρυθμιστικό» της πόλης (Χατζημιχάλης, 2011).

Πέρα τούτου, οι στρατηγικές της βιώσιμης κινητικότητας ενώ απευθύνονται στην πόλη και στην περιφέρεια της, καθώς συμπληρώνονται και ενισχύονται από τις αρχές της συνεκτικής πόλης, δηλαδή στον περιορισμό της αστικής διάχυσης και στην προστασία του εξωαστικού χώρου, οι όποιες ενδείξεις για πεζοδρόμηση ή για ποδηλατοδρόμηση στο ΡΣΑ, εντοπίζονται χωρικά στο κέντρο της πόλης, την ίδια στιγμή που αντικρουόμενες ως προς τις αρχές της βιώσιμης κινητικότητας, αντιλήψεις, προωθούνται στον περιαστικό χώρο, όπως είναι η κατασκευή και επέκταση οδικών αρτηριών, η χωροθέτηση χρήσεων αναψυχής και εμπορίου (το εκπαιδευτικό χωριό στα Σπάτα), κ.α..

Ενώ λοιπόν πρόθεση της βιώσιμης κινητικότητας είναι ο περιορισμός της χρήσης του αυτοκινήτου και η σταδιακή αντικατάσταση του από τα δίκτυα των μέσων μαζικής τροχιάς τόσο για το κέντρο των Αθηνών όσο και για την περιφέρεια του, πολιτικές ως προς το Ι.Χ. ενισχύουν την παρειτέρω χρήση του, την ίδια στιγμή που στο κέντρο προωθούνται οι ακριβώς αντίθετες.

Τα αντικρουόμενα συμφέροντα που αναπτύσσονται στο χώρο διαμορφώνουν μία διπλή συνθήκη, όπου από τη μία η πρόθεση της ανάσχεσης του αυτοκινήτου στο κέντρο συγκρούεται με αυτήν της ενίσχυσης και εν τέλει της κυριαρχίας του εκτός κέντρου.

Έτσι, οι στρατηγικές της βιώσιμης κινητικότητας εντοπίζονται χωρικά στο κέντρο και όχι στο σύνολο της πόλης, προωθώντας σχεδιαστικές παρεμβάσεις με σημειακό και τοπικό χαρακτήρα γεγονός που παραβλέπουν τη σύνθετη πολεοδομική δομή της πόλης (με τις επεκτατικές της λογικές) και συνεπώς τον όγκο, τη μορφή και την πολλαπλότητα των μετακινήσεων που τη συνοδεύουν.

Συνθήκη που, πόσο μάλλον στο τώρα, αφενός δεν καλύπτεται από το υπάρχον δίκτυο των Μ.Μ.Μ., αφετέρου το γεγονός ότι διακυβέβευεται ο δημόσιος χαρακτήρας τους (αύξηση του κομίστρου) και η περαιτέρω λειτουργική τους ισχύς (ιδιωτικοποιήσεις των ΔΕΚΟ, Μνημόνιο 2), εντείνει τους προβληματισμούς σχετικά με την προσβασιμότητα, τη λειτουργικότητα και την ποιότητα των υπηρεσιών που υπονοείται ότι προσφέρουν ως κοινωνικό αγαθό

## **ιστορικότητα**

Η ταύτιση της Πανεπιστημίου με την *Τριλογία* και την *αρχιτεκτονική μας κληρονομιά* αποτελεί μέρος της προσπάθειας για τη «δημιουργία μίας νέας συλλογικής ταυτότητας

της πόλης μας» (ερευνητικό πρόγραμμα ΕΜΠ, Τουρνικιώτης, 2011, σελ.11). Καθώς «ο πολιτισμός, ως έννοια-κλειδί διαπερνά και εμπεριέχει όλες τις επιμέρους εκφράσεις και συνιστώσες της κοινωνία» (ΡΣΑ, 2011, σελ.19), γεγονός που τον καθιστά βασικό πυλώνα για την επαναγγραφή της ιστορίας του χώρου και της μνήμης των ανθρώπων, από μία ενιαία εθνική και αστική σκοπιά. Η αξιοποίηση και η ανάδειξη επομένως του ιστορικού/πολιτιστικού τομέα εμφανίζεται από τον κυρίαρχο λόγο, ως βασική προτεραιότητα του συνολικού πλέγματος των στρατηγικών και πολιτικών που προωθούνται, ενώ παράλληλα αναγνωρίζεται και η σημασία του τομέα ως σημαντικός πόλος οικονομικής/τουριστικής ανάπτυξης για την πόλη.

Οι υφιστάμενες υποδομές ιστορικής και αρχιτεκτονικής φύσεως όπως είναι η εννοποίηση των αρχαιολογικών χώρων και το Μουσείο της Ακρόπολης, αποτελούν για τους αρμόδιους φορείς το «δυναμικό του κέντρου» (ΡΣΑ, 2011, σελ.16). Στην κατεύθυνση του περαιτέρω πολιτιστικού εμπλουτισμού του κέντρου, προτείνονται μία σειρά από νέες προτάσεις που αναζητούν συνδέσεις όπως της Τριλογίας με τον ιερό βράχο, του Μουσείου της Ακρόπολης με το Αρχαιολογικό, του Κεραμεικού με την Ακαδημία Πλάτωνος, και ούτο καθεξής, με τη δημιουργία και την επέκταση των δικτύων-πεζοδρομιοί/πολιτιστικές διαδρομές και με προγράμματα αναπλάσεων ελεύθερων χώρων και πλατειών. Η επικείμενη επομένως πρόταση για την πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου δεν αποτελεί μεμονομένη κίνηση αλλά εντάσσεται στις «διαδρομές πολιτισμικής διαχρονικότητας» (ο Μεγάλος Αρχαιολογικός Περίπατος, ΡΣΑ, 2011, σελ.57) που οραματίζεται ο κυρίαρχος λόγος για την πόλη του αύριο. Καθώς η ανάδειξη, η προστασία και ο συνδυασμός του ιστορικού και πολιτιστικού αποθέματος αποβλέπει στην ανάδειξη και ενίσχυση του χαρακτήρα του *Ιστορικού Κέντρου*, σε εθνικό, μεσογειακό και ευρωπαϊκό επίπεδο.

Η προτεραιότητα επίσης που δίνεται στον πολιτισμό και στη νέα *δημιουργικότητα*, δεν αποσκοπεί στο να καλλιεργήσει μόνο μία συλλογική ταυτότητα και να ενισχύσει την ιστορική ταυτότητα του κέντρου, αλλά ταυτίζεται με την αυξανόμενη σημασία που χαρακτηρίζει το πολιτιστικό κεφάλαιο για τις πόλεις και τον παγκόσμιο τουρισμό σήμερα. Στην ίδια κατεύθυνση εντάσσονται και τα έργα ναυαρχίδας όπως το Κέντρο Πολιτισμού στο Φαληρικό Δέλτα, στη θέση του παλιού ιπποδρόμου όπου θα κατασκευαστούν η Εθνική Βιβλιοθήκη και η Εθνική Λυρική Σκηνή (τη χρηματοδότηση του οποίου έχει αναλάβει το Ίδρυμα «Σταύρος Νιάρχος») και η ανάπλαση του Φαληρικού όρμου για τη δημιουργία ενός υπερτοπικού, μητροπολιτικού κέντρου αναψυχής, αθλητισμού και πολιτισμού<sup>7</sup>, που αποβλέπουν σε διεθνή αναγνωρισιμότητα.

Η επιδίωξη της διεθνούς αναγνωρισιμότητας και η ενδυνάμωση της πολιτιστικής ταυτότητας της Αθήνας για περαιτέρω τουριστική αξιοποίηση, αποτελούν επομένως πέρα από βασικό πυλώνα του στρατηγικού σχεδιασμού και το πλαίσιο που προτείνεται για τη νέα, ανανεωμένη, διεθνή εικόνα της πόλης. Επιπρόσθετα η αξιοποίηση των κοινών για τουριστική χρήση αποκαλύπτει ότι η έμφαση που δίνεται στην *ωραιοποίηση*<sup>8</sup> και στην αισθητική αναβάθμιση της πόλης, με άξονα τον πολιτισμό και την αρχιτεκτονική κληρονομιά, απευθύνεται κυρίως στο τουριστικό κοινό και σε αυτούς τους κατοίκους που έχουν και μπορούν να διαθέσουν τον ελεύθερο χρόνο τους σε

<sup>7</sup> Άρθρο της Real News (2012) «*Τέσσερα έργα δίνουν οξυγόνο στην Αθήνα*»,  
πηγή: <http://www.real.gr/DefaultArthro.aspx?page=arthro&id=124070&catID=5>

<sup>8</sup> Πρόκειται για μία ιδεολογία που εντάσσεται στο κίνημα «City beautiful» της περιόδου 1890-1930, που κυριάρχησε αρχικά στις ΗΠΑ και αργότερα παγκοσμίως. Βασικό διακύβευμα του κινήματος ήταν η αντιμετώπιση των προβλημάτων της πόλης (εγκληματικότητα, υποβάθμιση, μετανάστευση, μείωση των αξιών της γης, κ.ά.) με όρους ωραιοποίησης. Δηλαδή με τη δημιουργία μνημειακών αξόνων και εμβληματικών κτιρίων στα πρότυπα των Beaux-Arts (Χατζημιχάλης, 2011)

περιπλανήσεις, συγκροτώντας παράλληλα τη φυσιογνωμία και την ταυτότητα του νέου κατοίκου του κέντρου. Ιδιότητα που αφήνει εκτός περιεχομένου της και εν γένει εκτός προβληματισμού, τους καθημερινούς χρήστες του κέντρου, όσες/ους δηλαδή εργάζονται και κατοικούν σε αυτό, όσες/ους το χρησιμοποιούν για τις μετακινήσεις τους.

### **οικονομική ανάπτυξη-παραγωγική ανασυγκρότηση**

Βασική επιδίωξη του στρατηγικού σχεδιασμού για την πόλη και το κέντρο είναι η ανασυγκρότηση και η οργάνωση των παραγωγικών δραστηριοτήτων. Το νέο ΡΣΑ διέπεται από συγκεκριμένες κατευθύνσεις σε ότι αφορά τον πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή τομέα. Έτσι, για τον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα, οι αρχές της συνεκτικής πόλης επικαλούνται στο βαθμό που προστατεύουν τις γεωργικές εκτάσεις από την αστική εξάπλωση και διάχυση, ενώ για το δευτερογενή τομέα, οι ίδιες αρχές προωθούν τη χωροθέτηση νέων βιομηχανικών-βιοτεχνικών ζωνών με τη μετεγκατάσταση μεταποιητικών μονάδων σε αυτές.

Σε ότι αφορά τον τριτογενή τομέα, η έμφαση που δίνεται είναι συνδεδεμένη τόσο με την βιώσιμη κινητικότητα, δηλαδή την υποχρεωτική πρόσβαση μέσω μεταφορικών δικτύων (μετρό, τραμ, κ.ά.), όσο και με την ιστορικότητα, ως συνδυαστικός παράγοντας.

Πιο συγκεκριμένα, το νέο ΡΣΑ προτείνει «τη χωροθέτηση νέων εμπορικών κέντρων εντός του αστικού ιστού και ειδικότερα στις περιοχές των πολεοδομικών κέντρων, με ενθάρρυνση της επανάχρησης υφιστάμενων κελυφών. Επίσης προτείνονται να χωροθετούνται, στα πλαίσια προγραμμάτων αστικής ανασυγκρότησης, πάντοτε εντός του αστικού ιστού, αλλά εκτός των ήδη διαμορφωμένων πολεοδομικών κέντρων, σε περιοχές ανενεργών χρήσεων (brownfields) ή σε φθίνουσες και υποβαθμισμένες περιοχές, όπου μπορούν να λειτουργήσουν ως καταλύτες για την αναβάθμισή τους με τον προσδιορισμό νέων κεντρικών χρήσεων και με προϋπόθεση την εξυπηρέτησή τους από Μέσα Σταθερής Τροχιάς» (ΡΣΑ, 2011, σελ.71).

Για την υποστήριξη του μικρού / τοπικού εμπορίου στον αστικό ιστό, «προωθούνται συγκεκριμένα μέτρα που αφορούν την υποστήριξη της λειτουργίας συστάδων εμπορικών επιχειρήσεων, σε συνδυασμό με προγράμματα αναβάθμισης του περιβάλλοντος αστικού ιστού. Τη χωροθέτηση αυτών των συστάδων είτε στα πολεοδομικά κέντρα, είτε σε καθορισμένες τουριστικές περιοχές, είτε τέλος, σε περιοχές πολιτιστικού ενδιαφέροντος» (ΡΣΑ, 2011,σελ.71).

«Σε συνεργασία με την αυτοδιοίκηση, θα προωθούνται αντίστοιχα προγράμματα στα οποία θα περιλαμβάνονται μέτρα για την αναβάθμιση του δημόσιου χώρου, την επέκταση πεζόδρομων- ποδηλατόδρομων και τη λειτουργική και αισθητική αναβάθμιση των κτιρίων και των καταστημάτων» (ΡΣΑ, 2011,σελ.71).

Επίσης, προωθούνται στρατηγικές παρεμβάσεις «αναβάθμισης κεντρικών περιοχών, με θεματικούς θύλακες εμπορίου είτε μέσω της δημιουργίας θυλάκων νέων επιχειρήσεων με επανάχρηση κτιριακού δυναμικού σε υποβαθμισμένες περιοχές, είτε μέσω της ανάδειξης παραδοσιακών εμπορικών συγκεντρώσεων και του χαρακτηρισμού τμημάτων δρόμων ή συνόλων ως αξόνων εξειδικευμένης εμπορικής δραστηριότητας, όπως η ανάδειξη της Κεντρικής Αγοράς στην Αθηνάς και της οδού Ευριπίδου ως δρόμου των μπαχαρικών»(ΡΣΑ, 2011,σελ.71).

Η έμφαση επομένως που δίνεται σε ότι αφορά τις δραστηριότητες του τριτογενή τομέα, σχετίζεται κατά πολύ με τον πολιτιστικό και ιστορικό τομέα, καθώς ο συνδυασμός τους αναγνωρίζεται ότι μπορεί να συμβάλει στην οικονομική ανασυγκρότηση τόσο του τριτογενή τομέα όσο και της οικονομίας στο σύνολο της.

Η ανάδειξη όμως αυτού του διπόλου στη σημερινή οικονομική συγκυρία, αντιμετωπίζει μερικώς το ζήτημα της βιωσιμότητας των μικρών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων που πλαισιώνουν τους άξονες και τις περιοχές που πρόκειται να αναπλαστούν. Και αυτό διότι, αφενός η δημιουργία νέων εμπορικών κέντρων, αφετέρου η διαμόρφωση και αναβάθμιση του δημόσιου χώρου στα πλαίσια της κρίσης, αποτελούν τις εν δυνάμει αιτίες (αύξηση του ανταγωνισμού και αλλαγή της εμπορικής σφαίρας του υποδείγματος, αύξηση των αντικειμενικών αξιών κ.ά.) για το κλείσιμο των μικρών επιχειρήσεων. Επιπρόσθετα, το φαινόμενο της απομαγαζοποίησης επηρεάζει άμεσα τόσο την ταυτότητα ενός δρόμου όσο και μίας περιοχής (Πανεπιστημίου, Σταδίου), εφόσον οι μεταλλαγές που γίνονται έχουν πέρα από χωροοικονομικά και κοινωνικά αποτυπώματα.

Στο παράδειγμα της Πανεπιστημίου, η πρόταση για πεζοδρόμηση και η ανάδειξη του πολιτιστικού αποθέματος του άξονα, αποτελούν κινήσεις που ενδεχομένως αν υλοποιηθούν θα επιφέρουν σε μία ήδη φθίνουσα και προβληματική δραστηριότητα, όπως είναι οι οικογενειακές επιχειρήσεις (οπτικά, ρολογάδικα, τσαντάδικα, κ.ά.) βίαιους μετασχηματισμούς, είτε με τη σταδιακή και αναγκαστική μετεγκατάσταση τους σε άλλες περιοχές είτε με οριστικό λουκέτο. Τη θέση των οποίων όπως αποτυπώνονται τόσο από εγχώρια (Ερμού) όσο και από ευρωπαϊκά παραδείγματα, συνήθως καταλαμβάνουν μεγάλες αλυσίδες λιανικού εμπορίου (Zara, Bershka, Focas, κ.ά.).

## **περί ασφάλειας**

Για το ζήτημα της ασφάλειας, τόσο το ΡΣΑ όσο και το ερευνητικό πρόγραμμα, αναδεικνύουν τη σημασία που φέρει κυρίως σε επίπεδο σχεδιασμού μικροκλίμακας. Από την άλλη, αποτελεί στρατηγικό στόχο δράσης για την τοπική αυτοδιοίκηση και τη κυβέρνηση, «η περιφρούρηση του κέντρου από την υπερσυγκέντρωση ευάλωτων κοινωνικών ομάδων, την εγκληματικότητα, την παραβατικότητα και την ανασφάλεια που επικρατούν σε πολλές γειτονιές της πόλης» (Δελτίο Τύπου, 2012). Στην ίδια κατεύθυνση κινούνται οι δηλώσεις του ιδρύματος Ωνάση, που έχει αναλάβει το διαγωνισμό για την πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου.

Χρησιμοποιώντας το συγκεκριμένο παράδειγμα για την πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου και εστιάζοντας στη μικροκλίμακα, οι προθέσεις που αφορούν το ζήτημα τη ασφάλειας όπως εξίσου και της κοινωνικής συνοχής αφενός γίνονται πιο ορατές και ευδιάκριτες, αφετέρου αποκαλύπτουν τις γενικές προθέσεις της κυβέρνησης και του κράτους σε ότι αφορά τη συγκεκριμενοποίηση της ταυτότητας του επιθυμητού κατοίκου, καταναλωτή και περιπλανητή του κέντρου της πόλης. Με λίγα λόγια, αποσαφηνίζεται και αποκωδικοποιείται σε ποιον τελικά απευθύνονται οι αναπλάσεις και οι πεζοδρομήσεις που προωθούνται και πως ορίζεται η έννοια της κοινωνικής συνοχής.

Βασική παράμετρος για την υλοποίηση της πρότασης αποτελεί επομένως η ανάσχεση της πιθανής εξάπλωσης εκείνων των κοινωνικών ομάδων και των δραστηριοτήτων που δε συνάδουν με το επιθυμητό τοπίο όπως είναι οι τοξικομανείς, οι μετανάστες, το

παρεμπόριο και οι άστεγοι. Γεγονός που αναγνωρίζει ότι οποιαδήποτε κίνηση *ωραιοποίησης* από αρχιτεκτονική σκοπιά δεν είναι ικανή να περιφρουρήσει από μόνη της αυτά τα φαινόμενα, «διότι απαιτούνται και μέτρα κοινωνικού χαρακτήρα και αστυνόμευσης» (Δελτίο Τύπου, 2012). Το σημείο αυτό έχει ιδιαίτερη και βαρύνουσα σημασία καθώς αποκαλύπτεται ότι ο αρχιτεκτονικός και πολεοδομικός σχεδιασμός σε επίπεδο υλοποίησης διαμορφώνονται από τις κυρίαρχες και τις εκάστοτε πολιτικές, τις οποίες έρχεται να επιτελέσει. Δεν είναι λοιπόν τυχαίο ότι ενώ το νέο ΡΣΑ προβάλλει και προωθεί το ζήτημα της οικονομικής και κοινωνικής περιθωριοποίησης συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων, με σκοπό την επενάντησή τους στον κοινωνικό ιστό, οι προθέσεις του Δήμου Αθηναίων και του Υπουργείου Προαστιακής του Πολίτη, ακολουθούν μία αντίθετη και επιθετική πολιτική στοχοποίησης τους. Πρόσφατα παραδείγματα εκκαθάρισης του κέντρου αποτελούν τα πογκόμ μεταναστών, οι περιπολίες των ομάδων Δέλτα και Δίας, οι συλλήψεις των σεξεργατριών και η ξήλωση των παγκακίων της πλατείας Κλαθμώνος. Η αύξηση της αστυνόμευσης σε συνδυασμό με την τοποθέτηση περαιτέρω καμερών, οδηγεί βέβαια στο συμπέρασμα ότι τα ποσοστά των *επικίνδυνων φαινομένων* θα έπρεπε να έχουν μειωθεί. Κάτι τέτοιο βέβαια δεν αποτυπώνεται στην πραγματικότητα καθώς οι παράγοντες αυτοί εξακολουθούν να υφίστανται (πιθανή συσχέτιση). Πέρα δηλαδή από την εναντίωση της εξουσίας στην παραβατικότητα και το λαθρεμπόριο, το οργανωμένο έγκλημα και η παραοικονομία δεν φαίνονται να απειλούνται από αυτήν.

Στη βάση λοιπόν της αστικής νομιμότητας, της κοινωνικής συμφωνίας και της συνοχής, οι πολιτικές για το ζήτημα της ασφάλειας επικαλούνται τα παραπάνω φαινόμενα ως βασικές αιτίες υποβάθμισης του κέντρου και της ποιότητας της ζωής, αφήνοντας εκτός προβληματισμού τόσο τις γενεσιουργές αιτίες όσο και το γεγονός ότι πρόκειται για ανθρώπους που διαφυλάσσουν τη ζωντάνια, τη λειτουργικότητα και τη βιωσιμότητα του κέντρου, που άλλα στρώματα επέλεξαν να εγκαταλείψουν ακολουθώντας τα νέα πρότυπα κατοίκησης και κατοικίας, διασκέδασης, αναψυχής και κατανάλωσης.

### **αντεπίλογος**

Ο ιδεαλισμός της πρότασης για την πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου, η οποία εντάσσεται στη γενική αλλαγή του υποδείγματος για τον σχεδιασμό της πόλης, επικαλείται τις αρχές της συνεκτικής πόλης, της βιώσιμης κινητικότητας, την ιστορικότητα και την οικονομική αναβάθμιση για την υλοποίηση *στυλιστικών χειρισμών* (δημιουργία μεγάλων μνημειακών αξόνων για πεζούς και πράσινο) εκεί όπου συντελούνται άλλες κοινωνικές διεργασίες που δεν είναι επιθυμητές και δεν αποφέρουν οικονομικά κέρδη. Με άλλα λόγια, θεωρούμε ότι πρόκειται για ένα ιδεολογικό τέχνασμα, που ενώ προβάλλει ως βασικό του επιχειρήμα την κάλυψη και την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων, αφήνει εκτός προβληματισμού τα καθημερινά κοινωνικοοικονομικά ζητήματα που απασχολούν, για μία μεγάλη μερίδα, το κέντρο και τους κατοίκους της πόλης. Αντ' αυτού «δίνει προτεραιότητα και ταυτίζεται με αυτή των επισκεπτών του. Με τους τουρίστες, Έλληνες και ξένους, με τους «flâneurs» που περιπλανιούνται έχοντας ελεύθερο χρόνο στη διάθεσή τους. Όχι όμως και με όσους και όσες κατοικούν ή εργάζονται στο κέντρο, όχι με όσους το διασχίζουν καθημερινά, αναγκασμένοι και αναγκασμένες σε πολύωρα ταξίδια για να εργαστούν» (Χατζημιχάλης, 2011).

## απεικόνιση της Πανεπιστημίου

Η οδός Πανεπιστημίου είναι ένας από τους πλέον εμβληματικούς δρόμους της σύγχρονης Αθήνας, συνδέοντας τις δύο σημαντικότερες πλατείες της πόλης (Ομόνοια – Σύνταγμα). Βρίσκεται σε θέση ιδιαίτερης πολεοδομικής σημασίας, μεταξύ της δυτικής πλευράς του κέντρου (Εξάρχεια – Κολωνάκι) και του εμπορικού τριγώνου (ερευνητικό πρόγραμμα ΕΜΠ, Καρλαύτης, 2011), ενώ ταυτόχρονα αποτελεί το βασικό άξονα που συνδέει το βορειοδυτικό με το νοτιοανατολικό τμήμα της πόλης.

Είναι γεγονός ότι, η Πανεπιστημίου κατέχει ένα σημαντικό ρόλο στο μεταφορικό δίκτυο της πόλης. Εκτός από βασικό οδικό άξονα για τα ΙΧ, με ιδιαίτερο φόρτο, αποτελεί και κεντρικό τμήμα του δικτύου των ΜΜΜ. Εντοπίζονται περίξ αυτής τρεις σταθμοί μετρό (Σύνταγμα, Πανεπιστήμιο, Ομόνοια) και πλήθος στάσεων λεωφορείων και τρόλεϊ.



Εικόνα 1: Πηγή Ερευνητικό ΕΜΠ



Η σημερινή εικόνα της οδού περιλαμβάνει ένα ευθύγραμμο άξονα με πολύ μεγάλο πλάτος, αρκετά μεγάλα πεζοδρόμια παραπλεύρως, καθώς και αξιόλογους ελεύθερους χώρους. Όσον αφορά στο κτιριακό της δυναμικό, διαθέτει μεγάλο απόθεμα ιστορικών κτιρίων με μοναδική αρχιτεκτονική σημασία (τριλογία Βιβλιοθήκη, Πανεπιστήμιο, Ακαδημία κ.α.), νεοκλασικά, κτίρια του μεσοπολέμου καθώς και μεταπολεμικές πολυκατοικίες με στοές, που της προσδίδουν έναν μοναδικό και ιδιαίτερο χαρακτήρα.

Επίσης, η Πανεπιστημίου εξακολουθεί ακόμα και στις μέρες μας να αποτελεί πεδίο κοινωνικών συγκρούσεων και πολιτικής όσμωσης, καθώς λαμβάνουν χώρα σε αυτή, ήδη από τη δεκαετία του '50, πολιτικά καλέσματα και διαδηλώσεις. Ένα άλλο χαρακτηριστικό που απεικονίζει τη σημερινή πραγματικότητα του άξονα, είναι η συγκέντρωση ευπαθών ομάδων (ναρκομανείς, άστεγοι, επαίτες) κυρίως στα προπύλαια, αλλά και πλησιάζοντας προς την πλατεία της Ομόνοιας. «Η Ομόνοια είναι ένας χαρακτηριστικός τόπος διασταυρωνόμενων κινήσεων και άτυπων επαφών μεταναστών, δικηγόρων, φοιτητών και ανέργων, νέων και ηλικιωμένων. Είναι δε φυσικό το ότι η δυναμική αυτή σύνθεση των κοινωνικών ετεροτήτων εκφράζεται με πολεοδομική αναρχία και θύλακες "υποβάθμισης" στο χώρο» (Μαντουβάλου, 1996, σελ. 8).

Η διάρθρωση των χρήσεων κατά μήκος του άξονα παρουσιάζει ετερογένειες και ιδιαίτερα επιμέρους χαρακτηριστικά, τα οποία όμως αποτυπώνονται ομαδοποιημένα, γεγονός που μας οδήγησε στην ανάγνωση της περιοχής σε τρεις διαφορετικές ζώνες (χάρτης 1). Ως πρώτη (Α) ζώνη ορίζεται το τμήμα της οδού από το Σύνταγμα, ως τον πεζόδρομο Κοραή, ως δεύτερη (Β) από τον πεζόδρομο Κοραή, ως την οδό Σανταρόζα και ως Τρίτη (Γ) από την οδό Σανταρόζα, ως την πλατεία της Ομόνοιας. Επιπλέον και στις τρεις ζώνες, οι χρήσεις του ορόφου διαφοροποιούνται από αυτές του ισόγειου, ενώ απουσιάζει σχεδόν ολοκληρωτικά η κατοικία.

Στην πρώτη ζώνη, στο επίπεδο του ισόγειου, επικρατούν τα εμπορικά καταστήματα, που απευθύνονται σε ανώτερα κοινωνικά στρώματα και λειτουργούν στα πλαίσια του νέου εμπορικού υποδείγματος, εμβληματικό παράδειγμα αποτελεί το εμπορικό πολυκατάστημα Άττικα. Στα πλαίσια της ίδιας λογικής διακρίνουμε χρήσεις αναψυχής, με αντίστοιχο παράδειγμα το καφέ Ζόναρς, αλλά και χρήσεις πολιτισμού. Στους ορόφους στεγάζονται κάποιες διοικητικές υπηρεσίες ενώ η κυρίαρχη χρήση των ορόφων είναι γραφεία τραπεζών, στις οποίες συνήθως ανήκει και το σύνολο του κτηρίου.

Εν συνεχεία, στη δεύτερη ζώνη, στο ισόγειο, επικρατούν και πάλι τα εμπορικά καταστήματα, τα οποία όμως απευθύνονται σε μεσαία κοινωνικά στρώματα. Στο ισόγειο συναντάμε επίσης χρήσεις πολιτισμού και αναψυχής, αλλά σε πολύ λιγότερο βαθμό από αυτό της πρώτης ζώνης. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι, σε αυτή τη χωρική ενότητα εντοπίζονται τα περισσότερα κλειστά καταστήματα. Οι όροφοι χρησιμοποιούνται κυρίως από δικηγόρους και μικρομεσαίες επιχειρήσεις ως γραφεία, τα οποία επίσης σε μεγάλο βαθμό είναι κενά, καθώς και κάποιους χώρους διοίκησης. Τέλος, σε αυτή τη χωρική ενότητα συναντάμε και το Πανεπιστήμιο.

Στην τρίτη ζώνη, στο επίπεδο του ισόγειου, εντοπίζονται και πάλι κυρίως εμπορικά καταστήματα, τα οποία όμως απευθύνονται σε κατώτερα κοινωνικά στρώματα. Μεταξύ αυτών εμφανίζεται και ο θύλακας καταστημάτων ανταλλακτηρίων, που αναπτύσσεται ανταγωνιστικά και ταυτόχρονα συμβολικά, σαν γέννημα της

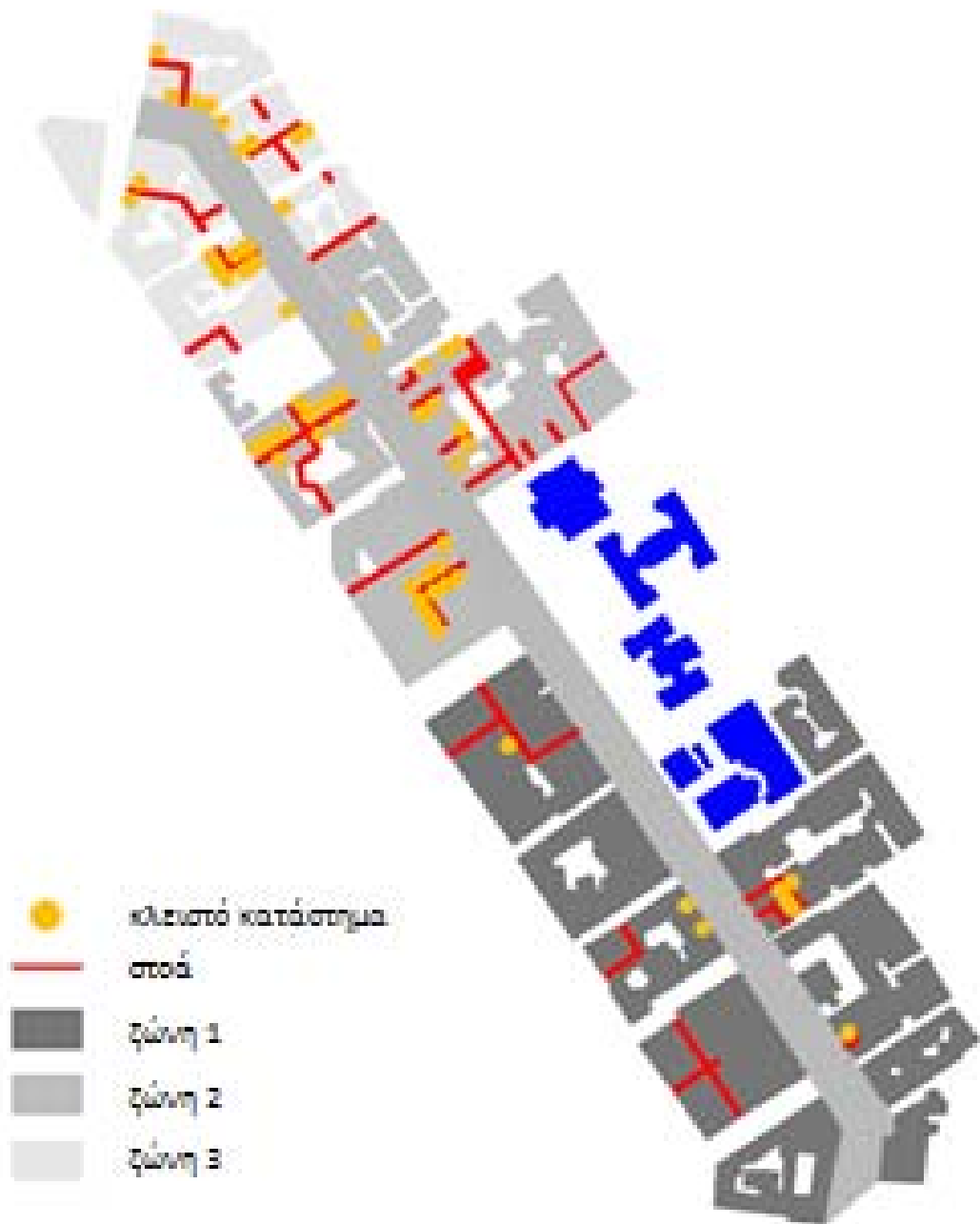
οικονομικής κρίσης, στην υπόλοιπη εμπορική ζώνη που παρουσιάζεται. Όσον αφορά στους ορόφους, εντοπίζονται όμοια χαρακτηριστικά με αυτά της δεύτερης ζώνης.

Συμπερασματικά, λοιπόν, θα μπορούσαμε να πούμε πως τόσο οι χρήσεις, όσο και το κτιριακό απόθεμα, επί της οδού Πανεπιστημίου, παρουσιάζουν στοιχεία ακμής στην πρώτη ζώνη, τα οποία όμως εξαλείφονται σταδιακά όσο πλησιάζουμε προς την πλατεία Ομόνοιας. Το φαινόμενο αυτό αποτυπώνεται ακόμα πιο έντονα εντός των στοών, μερικές από τις οποίες παρουσιάζουν εικόνες εγκατάλειψης, όσο γειτνιάζουν με την Ομόνοια. Το παραπάνω γεγονός αλληλεπιδρά άμεσα με το ιδιοκτησιακό καθεστώς, το οποίο ομοίως αλλάζει όσο περνάμε από τη πρώτη, στη δεύτερη και εν συνεχεία στην τρίτη ζώνη. Στη πρώτη ζώνη εμφανίζεται έντονα η συγκεντρωμένη ιδιοκτησία, ενώ στη δεύτερη και τρίτη ζώνη επικρατεί η μικροϊδιοκτησία, καθώς και το πύκνωμα των θυλάκων των κλειστών μονάδων.



**Εικόνα 2: Απεικόνιση στοών περίξ της οδού Πανεπιστημίου**

Στο πλαίσιο της οικονομικής κρίσης, εμφανίζεται το φαινόμενο, όπου η ιδιοκτησία, είναι συγκεντρωμένη, οι αξίες γης και κατά συνέπεια οι τιμές των ενοικίων, αντιστέκονται στην πτώση, σε αντίθεση με αυτές των μικροϊδιοκτησιών που σημειώνουν σημαντική κάθοδο. Το ζήτημα των αξιών γης είναι προφανώς σε άμεση συνάρτηση με τις τρεις τομές του άξονα, όπως έχουν ήδη απεικονιστεί (Ζώνη Α, Β, Γ). Σε κάποιο σημαντικό βαθμό το φαινόμενο των τομών, ταυτίζεται με τη συγκέντρωση ιδιοκτησίας.



Εικόνα 3: τριζωνική απεικόνιση του άξονα της Πανεπιστημίου & αποτύπωση κλειστών καταστημάτων \_πηγή: επεξεργασία από την ομάδα εργασίας

## άξονες ημιδομημένων συνεντεύξεων

Ιστορικά στοιχεία (χαρακτηριστικά μεταλλάξεων, χρονικές τομές)

Χαρακτηριστικά Επιχείρησης (οικογενειακή επιχείρηση, ιδιοκτησιακό καθεστώς ακινήτου, δίκτυα)

Χωρικοί Παράγοντες (Μετρό, Ολυμπιάδα πριν και μετά, Διαδηλώσεις 2006, διοικητική αποκέντρωση, εγκληματικότητα)

Οικονομικοί παράγοντες (Διοικητική αποκέντρωση, Mall, Μικροπωλητές , Μεγάλα καταστήματα, οικονομική κρίση)

Πελάτες (Χαρακτηριστικά, Ιστορική μετάλλαξη)

Εμπορεύματα (Χαρακτηριστικά, Ιστορική μετάλλαξη)

Αξίες γης (συγκεντρώσεις γης – κόστος ενοικίου και πορεία του)

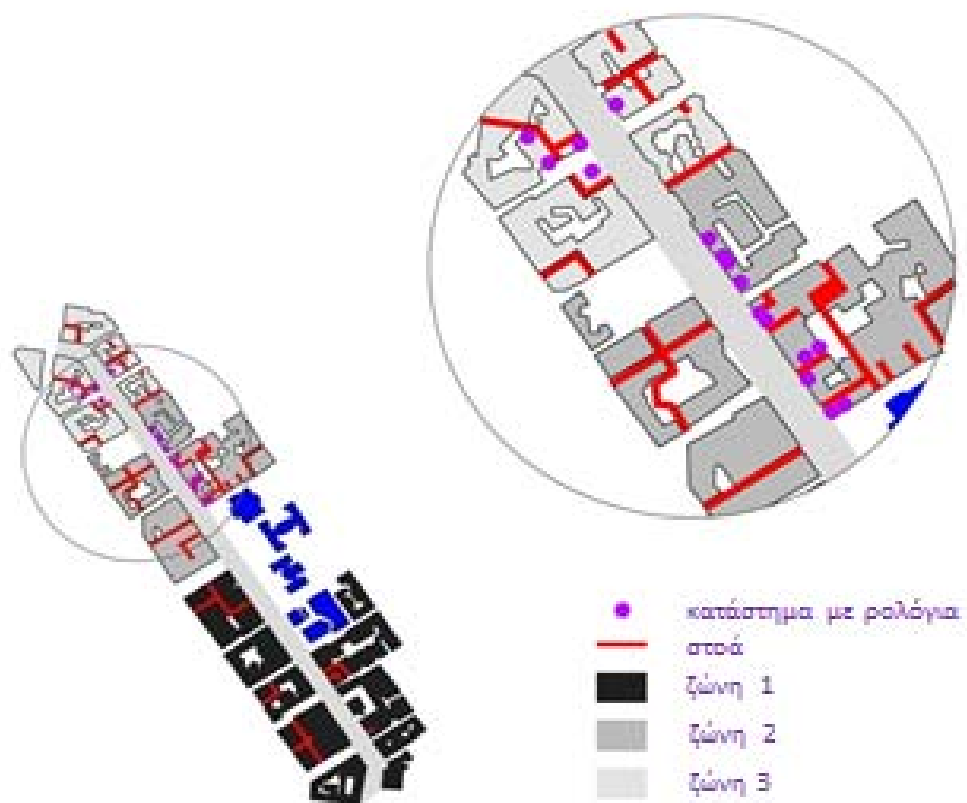
Πολιτισμικά και ταξικά χαρακτηριστικά (μέσο μετακίνησης, τόπος κατοικίας)

Πεζοδρόμηση (ενημέρωση, αξιολόγηση, τραμ, μορφή ανάπλασης, Σύνταγμα-Ομόνοια, φορείς)



Εικόνα 4: Απεικόνιση ομάδων καταστημάτων που πραγματοποιήθηκαν μελέτες περίπτωσης

**εισαγωγικά**



**Εικόνα 5: \_αποτύπωση καταστημάτων που σχετίζονται με την πώληση και επισκευή ρολογιών επί της οδού Πανεπιστημίου \_πηγή: επεξεργασία από την ομάδα εργασίας**

Στη δεύτερη και τρίτη ζώνη της οδού Πανεπιστημίου εντοπίζονται θύλακες καταστημάτων, που σχετίζονται με την πώληση και την επισκευή ρολογιών και παρελκόμενων και έχουν χαρακτηριστικά μικρών επιχειρήσεων. Η παραπάνω ομάδα καταστημάτων επιλέχθηκε για τη συλλογή στοιχείων, με σκοπό την έρευνα, για το πρόβλημα βιωσιμότητας των μικρών εμπορικών επιχειρήσεων στον άξονα και τις στοές της περιοχής μελέτης, καθώς και για την διερεύνηση της πρότασης της πεζοδρόμησης της Πανεπιστημίου. Στα πλαίσια της μεθοδολογίας ανάδειξης των

ερωτημάτων, πραγματοποιήθηκε επιτόπια έρευνα πεδίου και λήψη ημιδομημένων συνεντεύξεων από ανθρώπους κλειδιά.

Η δομή των συνεντεύξεων στηρίχθηκε σε βασικούς άξονες (οι οποίοι έχουν αναφερθεί παραπάνω), προσφέροντας παράλληλα τη δυνατότητα μιας ευρύτερης συζήτησης με τους συνεντευξιζόμενους. Επιλέχθηκαν τέσσερις άνθρωποι κλειδιά που κάλυπταν όλο το φάσμα της συγκεκριμένης ομάδας καταστημάτων, όπως εμφανίζονται σήμερα. Πιο συγκεκριμένα δύο ιδιοκτήτες καταστημάτων, που σχετίζονται με την επισκευή – πώληση ρολογιών (H1,H2), ένας ιδιοκτήτης καταστήματος που επισκευάζει ρολόγια και πουλάει εξαρτήματα του προϊόντος (H3) και τέλος μία ιδιοκτήτρια καταστήματος πώλησης κοσμημάτων και ρολογιών (H4).

## **η φυσιολογία του θύλακα**

Με βάση λοιπόν, τα παραπάνω και σε συνδυασμό με την απαραίτητη θεωρητική έρευνα, προκύπτει ότι, τα πρώτα καταστήματα εμφανίστηκαν μεταπολεμικά και πουλούσαν κοσμήματα και ρολόγια, καθώς, το ρολόι θεωρούταν το κατεξοχήν αντρικό κόσμημα. Έτσι δημιουργήθηκε μια πρώτη συγκέντρωση καταστημάτων, που στη συνέχεια, περί το 1980, προσέλκυσε μια άλλη ομάδα όμοιων επιχειρήσεων, αυτή της συντήρησης – επισκευής ρολογιών. Η παρουσία αυτών των θυλάκων διατηρείται ακόμα και σήμερα, στο μεγαλύτερο ποσοστό της, αφού, όπως και οι ίδιοι οι καταστηματάρχες ορίζουν, δημιουργήθηκε στην περιοχή μια «πιάτσα» επιχειρήσεων αυτού του είδους, που τις κράτησε ζωντανές με την πάροδο του χρόνου, παρόλο που η εμπορική κίνηση του δρόμου γνώρισε πολύ σημαντικές πτώσεις.

Αρχικά, το προϊόν έκανε την εμφάνισή του ως είδος πολυτελείας και ως τέτοιο πουλιόταν στα κοσμηματοπωλεία. Στη συνέχεια με την αλλαγή της τεχνολογίας μαζικοποιήθηκε η παραγωγή του, μετατρέποντας το σε πιο αναλώσιμο προϊόν, ώσπου τη δεκαετία του 1990 εμφανίζεται το κινητό, το οποίο σταδιακά έφερε μεγάλες αλλαγές στην κίνησή του ρολογιού στην αγορά. Από την αρχή της διάθεσής του στην αγορά έως και σήμερα είναι ένα εισαγόμενο προϊόν.

Οι επιχειρήσεις αυτές είναι, στην πλειοψηφία τους, μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις, που απασχολούν από κανένα, έως δύο υπαλλήλους. Τα καταστήματα είναι ιδιόκτητα ή ενοικιάζονται από μικρομεσαίους ιδιοκτήτες και τα ενοικιά τους, όπως έχει είδη αναφερθεί, λόγω του μικρού δείκτη ιδιοκτησίας διατηρούνται σε χαμηλά επίπεδα ή παρουσιάζουν μείωση. Οι καταστηματάρχες κατοικούν κυρίως εκτός του κέντρου και τόσο οι ίδιοι, όσο και οι υπάλληλοί τους, πηγαινοέρχονται σε αυτό, άρα και στο χώρο εργασίας τους, χρησιμοποιώντας τα ΜΜΜ. Συνεπώς, αναφερόμαστε σε μία ομάδα επιχειρήσεων που, ένα από τα βασικά κοινά τους χαρακτηριστικά είναι ότι, ως κομμάτι της παραγωγικής βάσης, συγκροτείται από μικρά - μεσαία στρώματα.

Τα βασικότερα κριτήρια, για την επιλογή της θέσης της επιχείρησής, ήταν η κίνηση που επικρατούσε εκείνη την περίοδο στην Πανεπιστημίου, καθώς και η συγκέντρωση ομοειδών καταστημάτων (πιάτσα). Ήδη από τη δεκαετία του 1960 οι στοές της διανύουν τη χρυσή τους περίοδο. Τη δεκαετία του 1980 η οδός Πανεπιστημίου εμφάνιζε περί τις 750.000 κόσμο, που περπατούσε επί του άξονά της, καθιστώντας την έτσι, έναν από τους πιο πολυσύχναστους, εμπορικούς, κεντρικούς δρόμους του κέντρου (συν/ξη H1). Συνέπεια αυτού, ήταν να αναπτυχθούν αρκετές εμπορικές επιχειρήσεις, κυρίως στο ισόγειο επίπεδο της οδού.

Όσον αφορά στο αγοραστικό κοινό είναι κυρίως μεσοστρώματα της αστικής κοινωνίας και σε ένα μηδαμινό ποσοστό τουρίστες. Η πελατεία δεν παρουσιάζει χαρακτηριστικά μόνιμης πελατείας, αλλά αντιθέτως, οι πελάτες των καταστημάτων είναι περαστικοί που επιλέγουν τα καταστήματα αυτά, γιατί έχουν την ευκαιρία να παρατηρήσουν την ποικιλία των προϊόντων που συγκεντρώνονται στην περιοχή, λόγω της ύπαρξης του θύλακα. Παρατηρείται ωστόσο, τα τελευταία χρόνια μια συνεχώς αυξανόμενη πτώση της κίνησης, γεγονός που έχει ως αποτέλεσμα το θέμα της βιωσιμότητας αυτών των επιχειρήσεων.



Εικόνα 6



Εικόνα 6



Εικόνα 7



Εικόνα 8



## παράγοντες υποβάθμισης της Πανεπιστημίου.

Αναζητώντας τα αίτια της υποβάθμισης της Πανεπιστημίου και κατά συνέπεια το πρόβλημα της βιωσιμότητας του θύλακα των επιχειρήσεων, που πραγματοποιήθηκε η παρούσα έρευνα, καταγράφηκαν οι παράγοντες όπως ορίστηκαν από τις συνεντεύξεις. Ως βασικότερη αιτία όλων αποτυπώθηκε η οικονομική κρίση. Ως δευτερεύοντες παρουσιάστηκαν οι χωρικοί παράγοντες των διαδηλώσεων και η χρήση και διακίνηση ναρκωτικών ουσιών και εν συνεχεία η κατασκευή του Μετρό και η πεζοδρόμηση της Ερμού. Τέλος, οικονομικοί παράγοντες όπως οι νέες κεντρικότητες, καθώς και η αλλαγή ωραρίου. Εκτός από την οικονομική κρίση, στην οποία δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση, οι αιτίες παρουσιάστηκαν με μια μικρή μεταξύ τους διαβάθμιση, σε σχέση με την ένταση της επιρροής τους στη διαμόρφωση της παρούσας κατάστασης.

«Η περιοχή αυτή ήταν η καλύτερη της Αθήνας. Είχε μαγαζιά με φωτογραφικά είδη, χρυσοχοΐα. Επόμενο είναι όπου υπάρχει κόσμος, πάει και ο έμπορος να στήσει το μαγαζί του. Είχε όλο είδη πολυτελείας, σε μια κοινωνία όμως που αναπτυσσότανε, από πού μας ήρθε αυτή η καρπαζιά δεν το καταλάβαμε. Από το Δεκέμβριο του 2008 είχαμε απότομη πτώση ... και κάθε φορά αυτογιατρευόμαστε ... » (συν/ξη Η4). Η οικονομική κρίση αποτυπώθηκε ως η βασικότερη αιτία για την πτώση του τζίρου των καταστημάτων αλλά και για τη γενικότερη κατάσταση που επικρατεί στο κέντρο της πόλης. «Το πρόβλημα είναι γενικό...» (συν/ξη Η2).

Στις γιορτές του 2008-9, μετά τις εξεγέρσεις του Δεκεμβρίου ξεκινάει μια σειρά διαδηλώσεων, ανά τακτά χρονικά διαστήματα, με πιο πρόσφατο παράδειγμα αυτό του Φλεβάρη του 2012. Κάποιες από αυτές έγιναν η αφορμή για να μετατραπεί η Πανεπιστημίου σε πεδίο συγκρούσεων, με άμεσους αποδέκτες των καταστροφικών συνεπειών τα καταστήματα της οδού. Ως συνέπεια των παραπάνω, είναι η αύξηση των ασφαλιστρών από τις ασφαλιστικές εταιρίες και έτσι οι μικρές επιχειρήσεις, που αδυνατούν να ανταπεξέλθουν σε αυτό το νέο καθεστώς εισφορών, είναι αυτές που πλήγονται περισσότερο. «Η καταστροφή άρχισε με τις διαδηλώσεις, 4-5 τη μέρα και να συνοδεύονται με τέτοιες καταστροφές...» συν/ξη Η4. Επίσης τις ημέρες που πραγματοποιούνται οι πορείες η εμπορική κίνηση είναι εμφανώς λιγότερη. «Αν κατέβεις εδώ μέρα που να έχει διαδήλωση δεν κυκλοφορεί άνθρωπος» (συν/ξη Η1).

Η χρήση και διακίνηση ναρκωτικών ουσιών που, πραγματοποιείται σε διάφορα σημεία κατά μήκος του άξονα, αναφέρθηκε από τους πληροφορητές ως μια ακόμη αιτία της υποβάθμισης της περιοχής μελέτης. «Πρώτα πρώτα το κράτος λείπει. Αν ερχόσουν εδώ πριν από καμιά ώρα θα έβλεπες μία κατάσταση... φφφ ... είναι άρρωστοι άνθρωποι αυτοί» (συν/ξη Η4). Αναγνωρίζεται λοιπόν ως μία αλλοίωση της εικόνας της οδού, που οι επιχειρηματίες τη μεταφράζουν ως ένα πρόβλημα που πρέπει να λαμβάνει χώρα σε ένα διαφορετικό πεδίο, αδιαφορώντας για την επίλυσή του και τονίζοντας την ανάγκη να μεταφερθεί σε άλλο χώρο. «...να τους πάρουν να τους πάνε παρά πέρα, πάντως να τους μαζέψουν από εδώ μπροστά, δεν είναι κατάσταση αυτή» (συν/ξη Η4).

Η κατασκευή του Μετρό το 2000 κρίθηκε επίσης, ως ένας από τους αρνητικούς παράγοντες, που συνέβαλλαν στην πτώση της επισκεψιμότητας της «πιάτσας», παρ' όλο που και οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες το χρησιμοποιούν, για να φτάσουν από το χώρο κατοικίας τους, στο χώρο εργασίας τους. «Πήρε τον κόσμο και τον κατέβασε στο υπόγειο. Πρώτα γινόταν εδώ χαμός, περπατούσε ο κόσμος, χάζευε τις βιτρίνες και με

την κίνηση έρχεται και ο πελάτης» (συν/ξη Η1). «Όταν έχει το Μετρό απεργία, μία στις τόσες, θα δείτε τον κόσμο πάνω κάτω» (συν/ξη Η4).

Η πεζοδρόμηση της Ερμού δημιούργησε ένα ισχυρό καταναλωτικό πόλο έλξης, ο οποίος κρίνεται ότι σε ένα μεγάλο βαθμό λειτούργησε ανταγωνιστικά προς τις υπό μελέτη επιχειρήσεις. Ένα μεγάλο ποσοστό της κίνησης μειώθηκε και μεταφέρθηκε στον νέο τότε πεζόδρομο. Στην παρούσα συγκυρία της κρίσης του κέντρου και στην προσπάθεια της επανακατάκτησης του αγοραστικού κοινού που έχει χαθεί, υπάρχει και μία δεύτερη ανάγνωση, αυτή του θεμιτού ανταγωνισμού, που συνηγορεί στη δημιουργία ενός ισχυρού εμπορικού κέντρου της πόλης.

«Από τη δεκαετία του '70, σ' αυτό το οικονομικά ακμαίο Κέντρο, που κρίνεται όμως υπερσυγκεντρωτικό και συμφορημένο, εισάγονται πολεοδομικοί σχεδιασμοί και πολιτικές για την απο-κέντρωση τόσο εντός Λεκανοπεδίου και Αττικής, όσο και προς τον ευρύτερο Ελλαδικό χώρο.» (Μαντουβάλου, 2010, σελ. 2 ). Την ίδια χρονική περίοδο συντελείται και η απομάκρυνση της κατοικίας από το κέντρο προς τα προάστια, καθώς και η αποκέντρωση των εγκαταστάσεων του Πανεπιστημίου, του Πολυτεχνείου αλλά και της μεταποίησης. Αποτέλεσμα των παραπάνω ήταν η δημιουργία νέων κεντρικότητων, οι οποίες λειτούργησαν ανταγωνιστικά ως προς το κέντρο, με καταλυτικές συνέπειες στον τομέα του εμπορίου. «Τώρα πια υπάρχουν άλλα κέντρα, ο καθένας πάει στο πιο κοντινό» (συν/ξη Η1).

Η αλλαγή του ωραρίου που πραγματοποιήθηκε τη δεκαετία του 2000 έπαιξε και αυτή με τη σειρά της σημαντικό ρόλο στη βιωσιμότητα των μικρών επιχειρήσεων και πολύ περισσότερο στις μικρές ατομικές επιχειρήσεις. Από τα στοιχεία των συνεντεύξεων διαπιστώνουμε ότι δεν είχαν όλες οι επιχειρήσεις τη δυνατότητα να υιοθετήσουν εξ' ολοκλήρου το νέο μοντέλο. Γεγονός που οδήγησε σε μια διαδικασία όπου η κάθε επιχείρηση έχει το δικό της ωράριο, συνήθως συνεχόμενο, ανάλογα με τις δυνατότητες της. Αποτέλεσμα αυτού ήταν να χαθεί αυτό το χαρακτηριστικό που καθιστούσε το θύλακα ελκυστικό ως προς το αγοραστικό κοινό. «Παλιά ήταν πιο καλά, πήγαινες το μεσημέρι σπίτι σου, ξεκουραζόσουν, ξαναερχόσουν το απόγευμα για δουλειά. Τώρα είμαι όλη μέρα εδώ. Να πριν από λίγο ήρθε κάποιος, εγώ έτρωγα, το έβαλα στην άκρη..τι να κάνεις» (συν/ξη Η1).

## **η πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου**

Η επικείμενη πρόταση της πεζοδρόμησης της Πανεπιστημίου ήταν ένα γνώριμο σενάριο για τους επιχειρηματίες, οι οποίοι ήταν όλοι ενημερωμένοι από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η θέση που υποστήριζαν ήταν κατά βάση αδιάφορη και σε μεγάλο βαθμό απαξιωτική, αφού αμφισβητούσαν την υλοποίηση του έργου, «...σιγά μη γίνει...» (συν/ξη Η3). Ωστόσο, υπό την ομπρέλα των παραπάνω όρων, αποτυπώθηκαν και αντιφατικές απόψεις θετικές «...ο πεζόδρομος είναι καλό, δε θα έχει αυτό το χάλι έξω» (συν/ξη Η3) και αρνητικές «..με βρίσκει αντίθετη, φαντάζεσαι τι έχει να γίνει εδώ αν το κάνουνε πλατεία; Όλα τα προβλήματά μας θα πολλαπλασιαστούν και μετά ποιος θα έρθει να τα μαζέψει!» (συν/ξη Η4).

Παράλληλα αναγνωριζόταν πως, λόγω των διαφορετικών συνθηκών που επικρατούν σήμερα, ακόμα και αν πραγματοποιηθεί η πεζοδρόμηση δε θα λειτουργήσει όπως η Ερμού και πως το πιθανότερο είναι πως οι ίδιοι δε θα έχουν θέση σε αυτή τη νέα πραγματικότητα.

Επίσης, επικρατούσε η άποψη πως το συγκεκριμένο έργο, ουδέ μία σχέση έχει με την επίλυση των πραγματικών προβλημάτων ,που βιώνει σήμερα το κέντρο της Αθήνας.

Τέλος, ένα σημείο, με ιδιαίτερο ενδιαφέρον, που αποτυπώθηκε, είναι η διαφορετική αντιμετώπιση, όσων αφορά στο χειρισμό των ενοικίων, από το εκάστοτε ιδιοκτησιακό καθεστώς. Παρατηρήθηκε ότι, όπου υπάρχει συγκεντρωμένη ιδιοκτησία, οι τιμές των ενοικίων αυξάνονται, στο όνομα της επικείμενης πεζοδρόμησης, γεγονός το οποίο όχι μόνο δεν συμβαίνει με τις μικροϊδιοκτησίες, αλλά αντιθέτως υπάρχει μείωση. «Εκεί που ανήκει σε ιδιώτες, ο ιδιώτης θα κατεβάσει το ενοίκιο, οι μεγάλες επιχειρήσεις ακολουθούν άλλη πολιτική» (συν/ξη Η4)

### **αναδυόμενα συμπεράσματα**

Η οικονομική κρίση αναδείχθηκε μέσα από τις αφηγήσεις της ομάδας πληροφορητών, που πραγματοποιήθηκε η έρευνα, ως η σημαντικότερη αιτία για το πρόβλημα της βιωσιμότητας των μικρών επιχειρήσεων, καθώς και αποτυπώθηκε ως η γενέτειρα μιας σειράς άλλων παραγόντων, που συμβάλουν προς την ίδια κατεύθυνση στη διαμόρφωση της σημερινής πραγματικότητας. Ως προεκτάσεις της οικονομικής κρίσης, αποτυπώθηκαν κοινωνικά και χωρικά χαρακτηριστικά της περιοχής, όπως οι διαδηλώσεις, η ύπαρξη ευπαθών ομάδων αλλά και η γενικότερη εικόνα του κέντρου της πόλης.

Τα αποτελέσματα της αποδελτίωσης των ημιδομημένων συνεντεύξεων, καθώς και η ανάλυση αυτών, επαληθεύουν τη θεώρηση ότι ο κυρίαρχος λόγος συντελεί σημαντικά στην απαξίωση της εικόνας του κέντρου της Αθήνας. «..από το '80 και μετά αρχίσανε να καίνε μαγαζιά, το Μινιόν, ο Κατράτζος.. μετά τους έφταιγε το νέφος και σήμερα ακούς και βλέπεις τι γίνεται. Δημιουργήθηκε μια δυσφήμιση του κέντρου και τώρα πια εδώ έχουμε βγάλει όνομα» (συν/ξη Η4). Επιπροσθέτως, είναι γεγονός ότι υπήρχε μία έντονη αναπαραγωγή του κυρίαρχου λόγου και από τους ίδιους τους πληροφορητές, αφού πολλές φορές οι αφηγήσεις ταυτιζόντουσαν περισσότερο με τις εικόνες που προωθούνται από τα ΜΜΕ, παρά με βιωματικές εμπειρίες.

Ένας από τους σημαντικούς παράγοντες της φθίνουσας πορείας των μικρών εμπορικών επιχειρήσεων του κέντρου της Αθήνας, είναι οι νέες κεντρικότητες (που αναπτύχθηκαν στο λεκανοπέδιο, είδη από τη δεκαετία του '70), καθώς και η κατασκευή μεγάλων εμπορικών συγκροτημάτων. Οι μικρές εμπορικές επιχειρήσεις του κέντρου υπέστησαν για πρώτη φορά τόσο έντονα τις συνέπειες της διάβρωσης της κεντρικότητας του (Μαντουβάλου, 2010).

Είναι γεγονός, ότι ενώ υπάρχει η γνώση της διεθνούς εμπειρίας ως προς το νέο εμπορευματικό μοντέλο και ιδιαίτερα αυτού της αλυσίδας καταστημάτων, παρατηρήθηκε μία δυσκολία, από τους πληροφορητές, στην ένταξή του στην ελληνική πραγματικότητα. «Εμείς τα φτιάχνουμε όλα οι ίδιοι, δεν έχει αλυσίδες το κόσμημα. Μόνο η Follie – follie είναι, που και αυτή είναι κάτι άλλο [...] Έξω ναι, εκεί είναι όλα αλυσίδες» (συν/ξη Η4). Ως αποτέλεσμα αυτού, εμφανίζεται η ελλιπής συγκρότηση πολιτικών, από τη μεριά του μικρομεσαίου εμπορίου, προς την αντιμετώπιση της νέας πραγματικότητας.

Εν κατακλείδι, στο θέμα της επικείμενης πρότασης της πεζοδρόμησης της Πανεπιστημίου, αυτό που αναδείχθηκε από την ανάλυση των στοιχείων της έρευνας,

ήταν ότι με πολεοδομικές και αρχιτεκτονικές παρεμβάσεις δεν μπορούν να λυθούν τα προβλήματα, που φέρει σήμερα ο άξονας και κατ' επέκταση το κέντρο της Αθήνας. Αυτή η παραδοχή, ωστόσο δεν εμποδίζει την προσδοκία των ιδιοκτητών των μικρών επιχειρήσεων, για μία αλλαγή της υφιστάμενης κατάστασης, έστω και μέσα από την πραγματοποίηση μιας τέτοιας παρέμβασης. Αφού «ο φυσικός σχεδιασμός ως υλική πραγματικότητα, αλλά πριν από αυτό ως οπτικοποιημένο μελλοντικό σενάριο καθιστά την εικόνα αυτή πιο αληθοφανή και ελκυστική διευκολύνοντας την αποδοχή της ανάπτυξης.» (Παγώνης, 2010, σελ. 7-8). Έτσι, η ωραιοποίηση που επιδιώκεται μέσα από την παρούσα πρόταση, βρίσκει γόνιμο έδαφος στην κατάσταση απόγνωσης που βρίσκονται αυτή τη στιγμή οι ιδιοκτήτες των μικρών επιχειρήσεων.

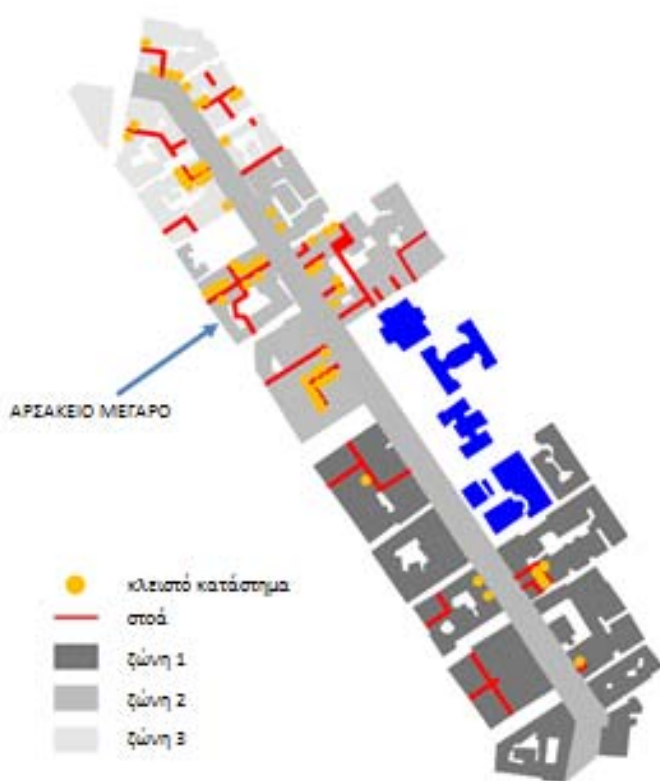
(οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν από 3 - 10/7/2012)

**πηγές**

Τα στοιχεία απεικόνισης συγκροτούνται από ημιδομημένες συνεντεύξεις, ιμπρεσιονιστικά δεδομένα και διαδικτυακή έρευνα (ιστορικά στοάς). Οι ημιδομημένες συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν είναι οι εξής:

- Ιδιοκτήτης Επιχείρησης 1, τσάντες-αποσκευές
- Ιδιοκτήτης Επιχείρησης 2, τσάντες-αποσκευές
- Υπάλληλος Καφετέριας Στοάς
- Ιδιοκτήτης Κοσμηματοπωλείου Στοάς
- Φύλακας Στοάς

**γενική περιγραφή - εντοπισμός**

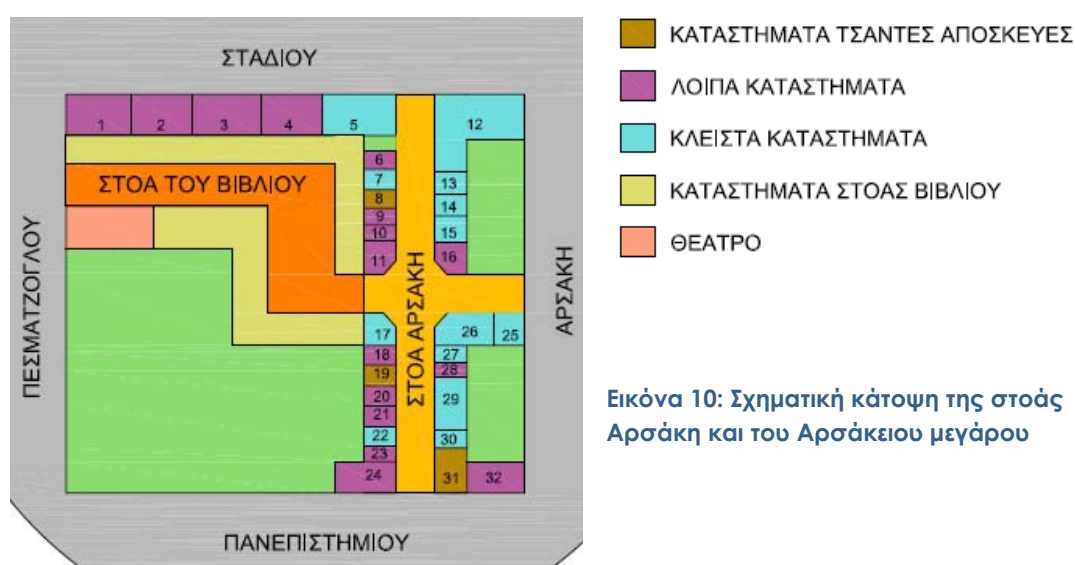


Τα καταστήματα λιανικού εμπορίου με τσάντες και αποσκευές συναντώνται αποκλειστικά στη στοά Αρσάκη (πρώην στοά Ορφέως) του Αρσάκειου Μεγάρου. Πρόκειται για μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις (με 0 έως 2 υπαλλήλους-οικογενειακά μέλη) σε ενοικιοστάσιο. Οι ιδιοκτήτες τους κατοικούν στην 1<sup>η</sup> περίμετρο προαστίων της Αθήνας (Ηλιούπολη, Χαλάνδρι κ.α.) και χρησιμοποιούν για να πάνε στην δουλειά τους τα ΜΜΜ αλλά και το Ι.Χ. για επαγγελματικές μεταφορικές ανάγκες.

### Εικόνα 9: Εντοπισμός Αρσακείου Μεγάρου επί της Πανεπιστημίου

Η συγκεκριμένη ομάδα καταστημάτων έχει πολύ πιο συγκεκριμένο χωρικό εντοπισμό από την 2<sup>η</sup> ζώνη της πανεπιστημίου, ένα συγκεκριμένο κτίριο προσδίδοντας της μια ακόμα πηγή ιδιαιτερότητας πέρα από το προϊόν της.

### απεικόνιση στοάς



Στο Αρσακείο μέγαρο στεγάζονται πέρα των καταστημάτων της στοάς:

- Η στοά του βιβλίου
- Το θέατρο τέχνης – Κάρολος Κουν (κάτωθεν του επιπέδου των στοών)
- Καφετέρια (άνωθεν του επιπέδου των στοών)
- Το Συμβούλιο της Επικρατείας (στους άνωθεν ορόφους του κτιρίου)
- Εμπορικά καταστήματα επί των όψεων του κτιρίου στην Πανεπιστημίου και την Σταδίου

Τα μισά καταστήματα της στοάς είναι κλειστά ως φαίνεται στην παραπάνω εικόνα. Σήμερα ο χαρακτηρισμός της στοάς ως «πιάτσα» καταστημάτων με τσάντες και αποσκευές είναι μάλλον παρωχημένος δεδομένου ότι έχουν μείνει μόνο 3 καταστήματα της ομάδας. Παρακάτω ακολουθεί αναλυτικός πίνακας με τα καταστήματα του κτιρίου (εξαιρούνται αυτά της στοάς του βιβλίου). Η πρόσβαση στη στοά επιτυγχάνεται από όλες τις κατευθύνσεις: την οδό Πανεπιστημίου, την οδό Σταδίου, την οδό Αρσάκη και δια μέσου της στοάς του Βιβλίου από την οδό Πεσματζόγλου.

1	ΡΟΥΧΑ
2	ΡΟΥΧΑ
3	ΡΟΥΧΑ
4	ΜΕΤΡΟΠΟΛΙΣ (CD) - ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ
5	ΚΛΕΙΣΤΟ: ΠΡΩΗΝ ΡΟΥΧΑ (ΦΩΚΑΣ)
6	ΡΟΥΧΑ
7	ΚΛΕΙΣΤΟ: ΠΡΩΗΝ ΤΣΑΝΤΕΣ – ΠΡΟΣΦΑΤΑ
8	ΤΣΑΝΤΕΣ
9	ΝΟΜΙΣΜΑΤΑ
10	ΚΟΣΜΗΜΑΤΟΠΩΛΕΙΟ
11	ΑΓΓΕΛΙΕΣ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ
12	ΚΛΕΙΣΤΟ: ΠΡΩΗΝ ΡΟΥΧΑ (ΑΝΑΓΝΩΤΟΠΟΥΛΟΣ) – ΠΡΟΣΦΑΤΑ
13	ΚΛΕΙΣΤΟ
14	ΚΛΕΙΣΤΟ: ΠΡΩΗΝ ΝΟΜΙΣΜΑΤΑ
15	ΚΛΕΙΣΤΟ: ΠΡΩΗΝ ΜΟΥΣΙΚΟΣ ΟΙΚΟΣ – ΜΕΤΑΦΕΡΘΗΚΕ
16	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ
17	ΚΛΕΙΣΤΟ: ΠΡΩΗΝ ΤΣΑΝΤΕΣ - ΠΡΟΣΦΑΤΑ - ΜΕΤΑΦΕΡΘΗΚΕ ΣΤΟ ΠΑΓΚΡΑΤΙ
18	ΑΝΘΟΠΩΛΕΙΟ
19	ΤΣΑΝΤΕΣ: ΠΡΙΝ ΔΥΟ ΧΡΟΝΙΑ
20	ΦΙΛΟΤΕΛΙΣΜΟΣ: ΠΡΩΗΝ ΤΣΑΝΤΕΣ – ΠΡΟΣΦΑΤΑ
21	ΚΥΠΕΛΑ, ΣΗΜΑΙΕΣ
22	ΚΛΕΙΣΤΟ: ΠΡΩΗΝ ΜΟΥΣΙΚΟΣ ΟΙΚΟΣ – ΜΕΤΑΦΕΡΘΗΚΕ
23	ΚΟΣΜΗΜΑΤΟΠΩΛΕΙΟ
24	ΒΙΒΛΙΑ
25	ΚΛΕΙΣΤΟ
26	ΚΛΕΙΣΤΟ: ΠΡΩΗΝ ΚΥΠΕΛΑ, ΣΗΜΑΙΕΣ - ΜΕΤΑΦΕΡΘΗΚΕ ΣΤΟ 22
27	ΚΛΕΙΣΤΟ: ΠΡΩΗΝ ΕΠΙΠΛΑ – ΠΡΟΣΦΑΤΑ
28	ΚΟΣΜΗΜΑΤΟΠΩΛΕΙΟ
29	ΚΛΕΙΣΤΟ: ΠΡΩΗΝ ΤΣΑΝΤΕΣ - ΠΡΟΣΦΑΤΑ ΕΞΩΣΗ
30	ΚΛΕΙΣΤΟ
31	ΤΣΑΝΤΕΣ
32	ΞΗΡΟΙ ΚΑΡΠΟΙ

**Εικόνα 11: Απογραφή των καταστημάτων του Αρσάκειο Μεγάρου (αρίθμηση ως εις την παραπάνω εικόνα)**



Εικόνα 12



Εικόνα 13





Εικόνα 14



Εικόνα 15

## ιστορικά

Το Αρσάκειο μέγαρο έχει χτιστεί τμηματικά στις αρχές του 20 αιώνα και έχει υποστεί πολλές μετατροπές (παρακάτω εικόνα).

Το 1937 το Αρσάκειο Παρθεναγωγείο μεταφέρεται στο Ψυχικό και όπως φαίνεται τότε άρχεται η εμπορική χρήση του κτιρίου που προπολεμικά ήταν πιάτσα με καταστήματα ρούχων και το κινηματοθέατρο Ορφεύς.

Μεταπολεμικά την δεκαετία του 50 και του 60 πρωτοεμφανίζονται στην στοά τα καταστήματα της ομάδας τσάντες – αποσκευές συγκροτώντας σταδιακά μια «πιάτσα» 10 με 12 καταστήματα.

Το 1991-2 το κτήριο ανακαινίσθηκε από την ΔΕΠΟΣ και μεταστεγάζεται εκεί το Συμβούλιο της Επικρατείας.

Το 1996 το κινηματοθέατρο Ορφεύς μετασκευάζεται στη στοά του βιβλίου.

Την δεκαετία του 2000 τα πρώτα σημάδια μη βιωσιμότητας της πιάτσας κάνουν την εμφάνιση τους και μέχρι το τέλος της έχουν απομείνει τα μισά καταστήματα της ομάδας.

Το 2012 και ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης έχουν απομείνει 3 καταστήματα ενώ τα 3 άλλα έκλεισαν ή μεταφέρθηκαν το τελευταίο χρόνο.

Η ιστορία μετά το 2000 και των υπόλοιπων καταστημάτων την στοάς είναι περίπου παρόμοια χαρακτηρίζεται από μεταφορές σε άλλα σημεία της στοάς ή και σε άλλα σημεία της Αθήνας, σφραγίσματα λόγω της μη επιβολή ενοικίων και κλεισίματα, με αποτέλεσμα σήμερα τα μισά καταστήματα της στοάς να είναι κλειστά.

## Νέο Αρσάκειο

**Περιοχή:** οδός Σταδίου 44-46

**Έτος:** 1900-1925

### Περιγραφή:

Το συγκρότημα του Νέου Αρσακείου της οδού Σταδίου, καταλαμβάνει τη θέση μιας σειράς παλαιότερων κτιρίων του 19ου αιώνα, τα οποία είχαν περιέλθει διαδοχικά στην ιδιοκτησία της Φιλεκπαιδευτικής Εταιρείας. Μεταξύ τους ξεχώριζαν το Τοσίτσειο Αλληλοδιδασκτικό Σχολείο (στη γωνία των οδών Σταδίου και Αρσάκη, οικοδομημένο το 1867 βάσει σχεδίων του αρχιτέκτονα Λύσανδρου Καυταντζόγλου, με δωρεά της Ελένης Τοσίτσα) το Νηπιαγωγείο των Απόρων (επί της οδού Σταδίου, σε οικόπεδο ιδιοκτησίας Πετσάλα, επίσης σχεδιασμένο από τον Καυταντζόγλου), η οικία Βούρου (στη γωνία των οδών Σταδίου και Πεσμαζόγλου) και η οικία Νικηφόρου Βάμβα (στη γωνία των οδών Αρσάκη και Πανεπιστημίου). Το σύνολο αυτών των κτιρίων κατεδαφίστηκε το 1900, προκειμένου να ανεγερθεί σε όλη την επιφάνεια του οικοδομικού τετραγώνου (με εξαίρεση την βορειοανατολική γωνία, όπου υψωνόταν ήδη το Αρσάκειο Παρθενγωγείο), ένα σύγχρονο μέγαρο, στη γραμμή των μεγάλης κλίμακας οικοδομών εμπορικής εκμετάλλευσης της εποχής. Η αρχική οικοδομή επί των οδών Σταδίου, Αρσάκη και Πανεπιστημίου, κτίστηκε από τον μηχανικό Αν. Θεοφιλά, βάσει σχεδίων του αρχιτέκτονα Κωνσταντίνου Μαρούδη. Το 1907 ο αρχιτέκτονας Ernst Ziller (1837-1923) ανέλαβε την πλήρη αναμόρφωση της πρόσοψης σε ρυθμό "colossal", με τους πυργοειδείς τρούλλους στις ελεύθερες γωνίες. Το 1925 οικοδομήθηκε και το κτίριο διοίκησης της Φιλεκπαιδευτικής Εταιρείας, στο τελευταίο ελεύθερο τμήμα του τετραγώνου επί της οδού Πεσμαζόγλου, ενώ η αξιοποίηση ολοκληρώθηκε με την ανέγερση του κινηματοθέατρου "Ορφεύς" στο εσωτερικό της στοάς (1936-1937) και την εγκατάσταση του "Θεάτρου Τέχνης" του Καρόλου Κουν στο υπόγειο. Στα τέλη του 20ού αιώνα πραγματοποιήθηκε μια ευρυντάτη αποκατάσταση και ανακαίνιση ολόκληρου του συγκροτήματος, στο πλαίσιο της οποίας κατεδαφίστηκε ο "Ορφεύς" (1989) και διευθετήθηκε η "Στοά του Βιβλίου" (από το 1996).

Εικόνα 16: Ιστορικά στοιχεία για το κτίριο (Πηγή ΕΘΝΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΕΡΕΥΝΩΝ [www.eie.gr/archaeologia](http://www.eie.gr/archaeologia))

## **περιγραφή δικτύου προμηθευτών - πελατών**

Παλαιότερα και σε μικρότερο βαθμό σήμερα οι προμηθευτές ήταν ελληνικές βιοτεχνίες κυρίως στην περιοχή του Ψυρρή. Το 1990 σχετικός σύλλογος βιοτεχνιών είχε περίπου 800 μέλη σήμερα έχει περίπου 20. Ένα από τα καταστήματα της ομάδας άνοιξε στην στοά ως αποτέλεσμα της ανάγκης ενός βιοτέχνη να διατηρήσει το σημείο διάθεσης των προϊόντων και του επί της στοάς, επειδή το κατάστημα που τροφοδοτούσε εκεί έκλεισε. Σήμερα όμως ο κύριος όγκος των προϊόντων εισάγονται από βιοτεχνίες και βιομηχανίες της νότιας Ιταλίας.

Τα καταστήματα της ομάδας έχουν κατά βάση παραδοσιακές σχέσεις με πελάτες είτε τους αντλούν επειδή αυτοί αναζητούν συγκεκριμένα την «στοά με τις τσάντες». Τα καταστήματα αυτά δεν λειτουργούν με τυχαίους περαστικούς ή τουρίστες και επομένως λίγο τους ενδιαφέρει η ύπαρξη της «περαντζάδας». Το ΣΤΕ όπως περιγράφουν οι καταστηματάρχες αποτελεί για αυτούς έναν πόλο έλξης αντίστοιχο με την κατηγορία των πελατών τους.

Η τριζωνική απεικόνιση της Πανεπιστημίου που ως τέτοια περιγράφηκε και σε μια από τις συνεντεύξεις τους εντάσσει στην κατηγορία καταστημάτων που αναφέρονται σε μικρομεσαία στρώματα και μαζί με την ιδιαιτερότητα που δημιουργεί το ΣΤΕ αποτελεί την συνολική και συνάμα μερικώς αντιφατική περιγραφή του πελατολογίου τους.

Χαρακτηριστικά αναφέρθηκε:

«Οι πελάτες της στοάς είναι διανοούμενοι-αρχοντικοί δεν είναι όπως στο κολωνάκι» (Σ2)

«Ο πελάτης της ζώνης είναι μικρομεσαίος θέλει τα προϊόντα του Κολωνακίου σε τιμή Αιόλου» (Σ1)

## **ιδιοκτησία ακινήτου και εμπορικά καταστήματα**

Τα καταστήματα καθώς και το σύνολο του κτιρίου είναι ιδιοκτησία της Φιλεκπαιδευτικής εταιρίας στην οποία ανήκουν και τα Αρσάκεια εκπαιδευτικά ιδρύματα. Υπάρχουν καταστήματα τα οποία βρίσκονται επί της στοάς πάνω από 50 χρόνια. Τα καταστήματα υποχρεώνονται να διατηρούν την ομοιόμορφη λαδί όψη που τους αποδόθηκε μετά την ανακαίνιση του 91-92 καθώς επίσης φαίνεται ότι το ΣΤΕ διαμορφώνει θέση και για το είδος των καταστημάτων της στοάς.

Ήδη από την εποχή της ανακαίνισης η οποία δεν χαρακτηρίζεται και ως ιδιαίτερα ποιοτική από τους καταστηματάρχες, η σχέση τους με τον ιδιοκτήτη του ακινήτου εντάθηκε εφόσον καθ' όλη την διάρκεια της ανακαίνισης τα καταστήματα άνευ αποζημιώσεων παρέμειναν κλειστά.

Η φιλεκπαιδευτική εταιρία κατά πως φαίνεται είναι πολύ τυπική όσον αφορά τα δικαιώματα της και έχει προχωρήσει επανειλημμένα σε σφραγίσματα καταστημάτων λόγω μη καταβολής ενοικίων. Ταυτόχρονα με αφορμή αλλά και δικαιολογία την αναγγελία της πεζοδρόμησης της οδού Πανεπιστημίου, η Φιλεκπαιδευτική Εταιρία δεν προχωρά σε ανανεώσεις συμβολαίων και σε μειώσεις ενοικίων όπως αντιθέτως παρατηρείται στην περιοχή.

## **περιοριστικοί παράγοντες βιωσιμότητας**

Οι απαντήσεις ιεράρχησης των περιοριστικών παραγόντων παρουσίασαν μεγάλη ομοιογένεια και θα μπορούσαν σχηματικά να περιγραφούν ως εξής:

Κυρίαρχος Παράγοντας: Η εν γένει οικονομική κρίση

Βασικός Παράγοντας: Η μη μείωση των ενοικίων και η υπογραφή συμβολαίων από πλευράς Φιλεκπαιδευτικής Εταιρίας, καθώς και το ευρύτερο κλίμα αβέβαιων σεναρίων που διαμορφώνει η δικαιολογία της πεζοδρόμησης της οδού Πανεπιστημίου.

Δευτερεύοντες Παράγοντες: Το παραεμπόριο, οι πολλαπλές διαδηλώσεις και η διακίνηση ναρκωτικών

Ενώ μικρότερης σημασίας παράγοντες είναι: το Μετρό που υπογειοποίησε την κίνηση, η εξάπλωση των εμπορικών κεντρικότητων πέρα από το κέντρο της Αθήνας, η πεζοδρόμηση της Ερμού και η αλλαγή του ωραρίου των καταστημάτων.

Αντίστοιχα για την βιοτεχνία το 1992 ΕΟΚ – Κατάργηση Δασμών Οικονομική κρίση, Εργασιακές σχέσεις Κίνας και παραεμπόριο, Εργασιακές σχέσεις Νότιας Ιταλίας

Οι δε πεζοδρόμηση της Ερμού και το Μετρό σήμερα δρουν ευνοϊκά με την έννοια ότι διευκολύνουν ως παράγοντες την κάθοδο των Αθηναίων στο κέντρο της πόλης.

## **συμπεράσματα**

Η ανάγνωση τόσο της αναφοράς των παραγόντων όσο και της ιεράρχησης τους αν πραγματοποιηθεί υπό τον παράγοντα της έλλειψης στρατηγικής για το μέλλον των επιχειρήσεων τους αναδεικνύεται η υπόθεση εργασίας μας. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι: «Το γωνιακό κατάστημά έκλεισε λόγω συνταξιοδότησης και εγώ αυτό περιμένω.» (Σ3)

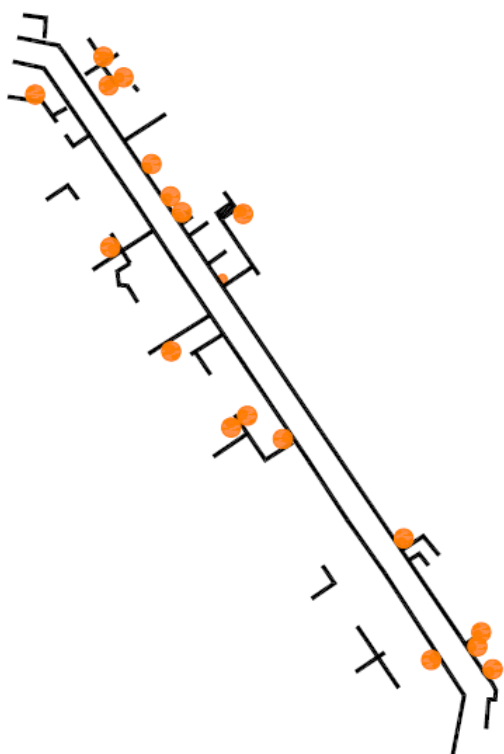
Υπό αυτό το πρίσμα είναι προφανές ότι η αναφορά των παραγόντων έχει μια κοντόθωρη ανάγνωση της πραγματικότητας, δεδομένου ότι οι παράγοντες που απορρέουν από την κρίση της Αθήνας (παραεμπόριο, ναρκωτικά, διαδηλώσεις) ως άμεσα περιοριστικοί στην επισκεψιμότητα της πελατείας τους είναι σημαντικότεροι από την κρίση της βιωσιμότητας τους που τους δημιουργεί στρατηγικά το νέο εμπορικό υπόδειγμα. Υπό αυτή την θνησιγενή δυναμική η ιεράρχηση φαίνεται να αναζητά μια λογική χρονισμών ανάμεσα στην επόμενη φάση της κρίσης του κέντρου και τον επεκτατισμό του εμπορικού υποδείγματος όπου θα τους επιτρέψει να ανασάνουν για λίγο, για μια φορά ακόμα.

Η ανυπαρξία ενός διαφορετικού ηγεμονικού εμπορικού υποδείγματος, οδηγεί τα μικροαστικά αυτά στρώματα ακόμα και στο κύκνειο άσμα τους δεμένα στο άρμα του ΚΤΠ. Χαρακτηριστική είναι:

«Η επιμονή στις υλικότητες που διαπερνούν τον κυρίαρχο λόγο για το κέντρο της Αθήνας και εν τέλει η αναπαραγωγή του και όχι στις γενεσιουργές αιτίες

\_Καθώς και αναγνώριση του σχεδίου της Πανεπιστημίου ως θετική προς αδιάφορη εξέλιξη παρά την όξυνση που δημιουργεί στην σχέση του με την ΦΕ.

### **εισαγωγικά**



Η κρίση, που ολοένα και βαθιάει, γίνεται ταυτόχρονα ολοένα και πιο φανερή στο κέντρο της Αθήνας. Οι μετασχηματισμοί σε κοινωνικό και συνεπακόλουθα σε χωρικό επίπεδο εντείνονται διαρκώς. Ο κοινωνικός-αστικός ιστός αποσυντίθεται. Τα συμπτώματα της κοινωνικής, οικονομικής και περιβαλλοντικής υποβάθμισης έχουν αυξητική τάση. Στο πλαίσιο αυτό, πεδίο της έρευνας μας αποτελεί η οδός Πανεπιστημίου και ειδικότερα οι στοές κατά μήκος της, οι οποίες συγκεντρώνουν πλήθος από μικρές επιχειρήσεις. Από την απεικόνιση της οδού, προκύπτει η ύπαρξη πολλών κενών καταστημάτων εντός των στοών. Τίθεται, λοιπόν, ζήτημα βιωσιμότητας των μικρών αυτών επιχειρήσεων.

Στο κεφάλαιο αυτό, εξετάζουμε τα καταστήματα που έχουν τη χρήση του καφενείου-κυλικείου. Η εργασία μας στηρίχτηκε σε πρωτογενή, αλλά και δευτερογενή έρευνα. Ερευνήθηκαν δευτερογενείς πηγές, όπως επιστημονικά άρθρα, ερευνητικά προγράμματα, πηγές στο διαδίκτυο, άρθρα εφημερίδων. Ταυτόχρονα, πραγματοποιήθηκε έρευνα πεδίου με ημιδομημένες συνεντεύξεις, καθώς και εμπειρική παρατήρηση.

Στόχος της εργασίας αποτελεί η μελέτη των μικρών επιχειρήσεων (καφενείων-κυλικείων) εντός των στοών της Πανεπιστημίου και συγκεκριμένα η φυσιογνωμία τους και η

βιωσιμότητά τους στη συγκυρία της κρίσης. Ερευνούμε τους παράγοντες που συντελούν στην υποβάθμιση της επιχειρηματικότητας στις στοές, παράλληλα με την πρόταση για την πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου.

### **φυσιογνωμία του θύλακα**

Οι στοές της Πανεπιστημίου μεταπολεμικά σφύζουν από ζωή. Αποτελούν σπουδαίο εμπορικό πέρασμα και τότε ανοίγουν κυλικεία-καφενεία σε κάθε μία από τις στοές προς εξυπηρέτηση των εμπόρων, των περαστικών και των γραφείων. Μάλιστα, οι επιχειρήσεις που ερευνούμε άνοιξαν όλες, με διαφορετικούς βέβαια ιδιοκτήτες από ό,τι σήμερα, το δεύτερο μισό της δεκαετίας του '50. Οι σημερινοί ιδιοκτήτες αγόρασαν τις επιχειρήσεις τους μεταξύ 1992-2006. Οι λόγοι που τους οδήγησαν στις συγκεκριμένες επιλογές είναι:

-Η κεντρικότητα και η ζωτικότητα της περιοχής: μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 2000 το κέντρο της Αθήνας αποτελεί τον κύριο πόλο έλξης, όσον αφορά το εμπόριο αλλά και τη διασκέδαση και την ψυχαγωγία. Πλήθος κόσμου συρρέει στις εμπορικές στοές για να κάνει τα ψώνια του. Κόσμος μπαινοβγαίνει στα γραφεία και τις υπηρεσίες στους ορόφους.

*«Παλιότερα είχε πάρα πολύ κόσμο, κίνηση. Είχαν διάφοροι βουλευτές γραφεία εδώ πάνω. Επρεπε να βάλεις μέσο για να νοικιάσεις. Δεν έβρισκες ούτε αποθήκη. Σήμερα είναι 3 όροφοι ξενοίκιαστοι.» (συνέντευξη P4)*

*«μη τη βλέπεις τώρα έτσι... εδώ γινόταν πανηγύρι. Δε χωρούσες να περάσεις. Εδώ στο μαγαζί είχα και 70 άτομα ταυτόχρονα. Και να οι καφέδες και τα ούζα και οι μεζέδες...» (συνέντευξη P2)*

-Το όνειρο για μια καλύτερη ζωή. Οι μικροεπαγγελματίες που θέλουν να αποκτήσουν το δική τους επιχείρηση, να μην είναι πια υπάλληλοι και να έχουν ένα ικανοποιητικό εισόδημα,

*«Όταν ήρθα εδώ, μου λέγαν οι φίλοι μου ότι κέρδισα το λαχείο» (συνέντευξη P2))*

*«Ήμουν οδοντοτεχνίτης με καλή δουλειά. Προτίμησα να την αφήσω και να αγοράσω την επιχείρηση. Ήταν μεγάλο το κέρδος τότε.» (συνέντευξη P1)*

-Το πλέγμα της πληθώρας των χρήσεων, εμπορικών και αναψυχής. Στους ορόφους στεγάστηκαν γραφεία ιδιωτών και εταιρειών, κρατικές υπηρεσίες. Στα ισόγεια ετερόκλητα προϊόντα και υπηρεσίες. Ρούχα, υποδήματα, ρολόγια, διακοσμητικά, υφαντά, βιβλιοπωλεία, εκδόσεις, κοσμηματοπωλεία, οπτικά, τσάντες, ηλεκτρικά είδη, κουρέια-κομμωτήρια, φωτογραφεία, είδη γραφείου και πολλά άλλα. Ανάμεσα σε όλα αυτά βρέθηκαν και τα καφενεία, μπαρ, εστιατόρια, θέατρα και κινηματογράφοι.

Στο σύνολο του αντικειμένου της έρευνας, πρόκειται για μικρές επιχειρήσεις με έναν έως 3 υπαλλήλους (συνήθως μέλη της οικογένειας). Να σημειωθεί ότι λόγω της διανομής των προϊόντων, όσο μειωμένη και να είναι η δουλειά, χρειάζεται τουλάχιστον ένας επιπλέον υπάλληλος. Όλοι μένουν εκτός κεντρου και χρησιμοποιούν τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς για να έρθουν στη δουλειά τους. Παλιότερα κάποιοι χρησιμοποιούσαν αυτοκίνητο, αλλά λόγω της οικονομικής στενότητας δεν έχουν πια αυτή τη δυνατότητα.



Όλοι οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων από τους οποίους πήραμε συνέντευξη νοικιάζουν τα καταστήματα. Σε όλους, λόγω της κρίσης, έχει γίνει μείωση ενοικίου 15-25% και έπεται και συνέχεια, όπως λένε. Προκύπτει ότι εντός των στοών κυριαρχεί η μικροϊδιοκτησία και δεν παρατηρείται κάποια συγκέντρωση ιδιοκτησίας.

Η πελατεία των καφενείων των στοών αποτελείται κυρίως από τους εργαζόμενους στα γυρω γραφεία και καταστήματα. Παλιότερα υπήρχαν και πολλοί περαστικοί, αλλά πλέον αυτοί είναι ελάχιστοι. Μόνο στο καφενείο της στοάς της οδού Αμερικής πλησίον της πλατείας Συντάγματος, οι πελάτες επισκέπτονται το μαγαζί επί τούτου.

*«Η πελατεία μας δεν είναι μόνο μέσα από τη στοά. Έρχονται γιατροί, δικηγόροι, πολιτικοί, δημοσιογράφοι, δημόσιοι υπάλληλοι... διάφοροι...»* (συνέντευξη P4)

## **Χρονικές τομές**

Από την προσωπική μας εμπειρία, τις συνεντεύξεις και τις βιβλιογραφικές αναφορές προκύπτουν κάποιες χρονικές τομές που έχουν επηρεάσει την κοινωνική και οικονομική ζωή, άρα και την καταναλωτική κίνηση των επιχειρήσεων που αποτελούν το αντικείμενο της έρευνας.

Από τον πόλεμο και μετά οι στοές αποτελούν κεντρικό πόλο έλξης του αθηναϊκού κοινού. Συγκεντρώνουν πλήθος διαφορετικών χρήσεων εμπορικών, υπηρεσιών, αναψυχής. Από τις αρχές του 2000 η κίνηση αρχίζει να μειώνεται. Κομβικό σημείο αποτελούν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 που έδωσαν στην πόλη μια νέα κατεύθυνση προς τα πρότυπα των μητροπόλεων του εξωτερικού. Παρατηρείται από εκείνο το σημείο αναδιάρθρωση της δομής της αθηναϊκής πρωτεύουσας με την απομάκρυνση της από το κεντρικό μοντέλο οργάνωσης. Συγκεκριμένα, οι τομείς που αφορούν την έρευνα μας, το εμπόριο και η αναψυχή, ξεκινούν να μεταφέρονται, με τη δημιουργία του mall, από το κέντρο της πόλης στην αστική περιφέρεια ακολουθώντας τις προσταγές της παγκοσμιοποίησης της οικονομίας.

Η πιο σημαντική χρονική τομή είναι η κρίση που ξεσπά και γίνεται εμφανής στην Αθήνα από το 2009. Η ανεργία, οι μειωμένοι μισθοί, η έλλειψη ρευστού, η ανασφάλεια και ο φόβος, συμπτώματα της κρίσης, που ολοένα και εντείνεται, οδηγούν τις μικρές επιχειρήσεις σε δραματική μείωση του τζίρου. Έτσι μαγαζιά και γραφεία κλείνουν το ένα μετά το άλλο, δε ξανανοικιάζονται και οι στοές ερημώνουν. Ήδη το Σεπτέμβριο του 2011 το 25% των καταστημάτων στις στοές έχει κλείσει (Γεωργιάς, 2011).

Οι μικρο-μεσαίες επιχειρήσεις πλήττονται βαθιά και ταυτόχρονα δημόσιες υπηρεσίες και μεγάλες ιδιωτικές εταιρίες φεύγουν από το κέντρο προς την περιφέρεια. Η κρίση, λοιπόν, οδηγεί σε κενούς χώρους, σε ένα κτιριακό απόθεμα που απαξιώνεται. Ο κόσμος της εργασίας αρχίζει να λείπει από το κέντρο της πόλης και αλυσιδωτά και πολλές λειτουργίες που συνδέονται με την παρουσία του σε αυτό (Βαΐου, 2010). Η δυναμική και η ζωτικότητα του έχουν δεχτεί και συνεχίζουν να δέχονται ένα τεράστιο πλήγμα.

## παράγοντες υποβάθμισης

Σε όλες τις συνεντεύξεις γίνεται ιδιαίτερος λόγος για την υποβάθμιση των στοών και για την έντονη μείωση της εμπορικής κίνησης τους. Η κίνηση έχει μειωθεί δραματικά, ειδικά τον τελευταίο χρόνο. Η μείωση της πελατείας, όπως μας λένε, από το 2009 μόνο, ξεκινά από 60% και φτάνει το 85%. Μία επιχείρηση οδεύει προς το κλείσιμο.

*«Δε μιλάμε για κάθετη πτώση. Μιλάμε για εξαϋλωση... μας έχουν τσακίσει. Είμαι 55χρονών και με ζει η μάνα μου. Κλέβω και κανένα γάλα από το supermarket... ας με πιάσουν. Δε με νοιάζει τίποτα. Και από εισφορές και χαρατσια δεν πληρώνω τίποτα. Δεν έχω. Ας με βάλουν φυλακή.»* (συνέντευξη P1)

Βασικός λόγος για όλους αποτελεί η κρίση. Η ανεργία, οι μειωμένοι μισθοί, η υψηλή φορολογία, τα γραφεία και τα μαγαζιά που κλείνουν.

*«Τι να κάνει κι ο κόσμος; δεν έχει λεφτά να χαλάσει.»* (συνέντευξη P2)

*«έχουν μειωθεί τόσο οι μισθοί και είναι τόσο μεγάλα τα έξοδα και αναπόφευκτα ο κόσμος έχει μαζευτεί πολύ.»* (συνέντευξη P4)

Γίνεται αναφορά στις απολύσεις και στο μειωμένο ωράριο που έχουν επιβάλλει οι μεγάλες επιχειρήσεις στους εργαζόμενους.

*«παλιότερα ήταν περισσότεροι οι εργαζόμενοι στα γυρω μαγαζιά και πολυκαταστήματα. Για παράδειγμα, από τα Bershka, ερχόντουσαν στο διάλειμμα 10 άτομα. Τώρα έχουν απολύσει κόσμο. Τους υπόλοιπους τους κάνανε 3ωρους, 5ωρους. Το ίδιο και στο Λαμπρόπουλο, στο Zara... αυτοί δε θα καταναλώσουν στο κέντρο. Ερχονται, δουλεύουν και φεύγουν κατευθείαν. Μόνο αν δουλεύεις 8ωρο, θα κάνεις το διάλειμμα σου και θα καταναλώσεις.»* (συνέντευξη P3)

Ακόμη ένας παράγοντας υποβάθμισης αποτελεί η εγκληματικότητα στην περιοχή, ειδικά όσο πλησιάζουμε προς την Ομόνοια. Σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, διαπράττονται κλοπές με μεγάλη συχνότητα, τόσο τσαντών στο δρόμο, όσο και εντός των μαγαζιών. Μάλιστα, τους έχουν κλέψει επανειλημμένα, είτε την ταμειακή μηχανή την ώρα λειτουργίας, είτε σπάζοντας τη τζαμαρία την ώρα που είναι κλειστά.

*«βέβαια, φοβάμαι. Έχουν μπει εδώ μέσα 4 φορές, με έχουν απειλήσει και με έχουν κλέψει. Φοβάμαι στο δρόμο, όταν φεύγω για να πάρω το μετρό. Περπατάω με σκυφτό το κεφάλι πια. Δεν κοιτάω κανέναν.»* (συνέντευξη P1)

Η χρήση και η διακίνηση ναρκωτικών αποτελεί και αυτή παράγοντα υποβάθμισης της περιοχής.

*«περιφέρονται εδώ κι εκεί, τρυπιούνται και κανείς δεν κάνει κάτι. Που να περάσει ο κόσμος...»* (συνέντευξη P2)

Οι μετανάστες που βρίσκονται στην περιοχή θεωρούνται μέρος του προβλήματος.

*«Οι αλλοδαποί είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα. Αυτοί εδώ είναι αλλοδαποί χειρίστου είδους. Δεν έχουν στον ήλιο μοίρα. Είναι βρώμικοι, τους βλέπει ό κόσμος και αλλάζει πεζοδρόμιο.»* (συνέντευξη P3)

Το άνοιγμα του μετρό το 2000 θεωρείται κι αυτό παράγοντας που συντέλεσε στη μείωση της πελατείας.

«Φταίει και το μετρό. Χασαμε πελάτες που περνούσαν. Π.χ. δούλευαν στο Κολωνάκι και περνούσαν από δω, παίρναν ένα καφέ, κάτι... τώρα θα μπουν από τον Ευαγγελισμό, από το Σύνταγμα, φεύγουν κατευθείαν. Παλιά την ώρα που σχολούσαν ήταν σαν να σχολάει γήπεδο. Χαμός γινόταν...Τόσος κόσμος κυκλοφορούσε...» (συνέντευξη P4)

Οι αλυσίδες επισιτισμού που βρίσκονται πάνω στον άξονα της Πανεπιστημίου δημιουργούν ανταγωνισμό στις μικρές επιχειρήσεις των στοών.

«Τα μικρά μαγαζιά στις στοές είναι καταδικασμένα από τα franchise μπροστά. Δεν υπάρχει πνεύμα αλληλεγγύης και ομαδικότητας. Αυτοί που είναι μέσα στη στοά πρέπει να παίρνουν από εδώ. Τουλάχιστον τα προϊόντα που έχω...που τα προσέχω όλα να είναι καλά και σε καλές τιμές.» (συνέντευξη P1)

Τέλος, θεωρούν κομβικό σημείο την εξέγερση του Δεκέμβρη του 2008. Από εκείνο το σημείο ξεκινούν και συνεχίζουν έως σήμερα πορείες και διάφορες διαμαρτυρίες σε τακτά χρονικά διαστήματα. Οι ερωτηθέντες πιστεύουν ότι οι διαδηλώσεις έχουν συμβάλει ιδιαίτερα στη μειωμένη εμπορική κίνηση. Τα στοιχεία δείχνουν ότι δε σημειώθηκε τότε συνολικά μεγάλη πτώση του εμπορικού τζίρου, αλλά έγινε αναδιανομή του υπέρ των περιφερειακών μεγάλων εμπορικών συγκροτημάτων (Μαντουβάλου, 2010).

«Μετά το θάνατο του Γρηγορόπουλου και τις πορείες και τα σπασίματα, τελείωσε... Φοβάται ο κόσμος να κατέβει.» (συνέντευξη P4)

«Πρέπει να σταματήσουν οι πορείες στην Πανεπιστημίου. Ή να φτιάξουν ένα μεγάλο πεζοδρόμιο να περπατούν εκεί πέρα. Οι πορείες και τα σπασίματα είναι καταστροφικά. Κλείσαν όλα τα μαγαζιά...» (συνέντευξη P1)

## **η πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου**

Οι ερωτηθέντες ήταν όλοι ενήμεροι για το σχέδιο για την επικείμενη πεζοδρόμηση της οδού από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Καμία επίσημη ενημέρωση δεν τους έχει γίνει. Γενικά, βλέπουν την πρόταση θετικά. Η κατάσταση είναι τόσο δύσκολη για αυτούς και πιστεύουν ότι οποιαδήποτε αλλαγή, μπορεί να λειτουργήσει προς το καλύτερο.

«Μπροστά θα έρθουν μεγάλες εταιρίες και θα πιάσουν τα πόστα. Οπότε για μένα μέσα στη στοά δε θα είναι τόσο καλό. Αλλά στο πολύ ψωμί μπορεί να φας κι εσύ κανένα ψιχουλάκι.» (συνέντευξη P1)

«Μπορεί να νοικιάσω κάποιο χώρο, να βγάλω τραπεζάκια έξω. Μπορεί να ανοίξει η δουλειά... σίγουρα θα είναι πολύ πιο ευχάριστη η εικόνα.» (συνέντευξη P4)

Υπήρξε και μία εντελώς αρνητική άποψη για την πεζοδρόμηση.

«Η Πανεπιστημίου έχει γραφεία και τράπεζες. Όταν κλείνουν αυτά τι γίνεται; Θα γεμίσει ναρκομανείς, άστεγους και ζητιάνους. Δεν υπάρχει κάτι να τραβήξει κόσμο. Θα κλείσουν οι τράπεζες και θα γίνουν μαγαζιά; Δεν ξέρω. Για μένα δε θα εξυπηρετήσει σε τίποτα. Ένα αλαλούμ θα δημιουργηθεί, γιατί είναι από τους πιο κεντρικούς δρόμους της πόλης. Θα είναι πεταμένα λεφτά. Θα γίνει ένα πανηγυράκι για λίγο... και μετά;» (συνέντευξη P3)

## συμπεράσματα

Τα συμπεράσματα της έρευνας συνοψίζονται στα εξής:

1.) Το υλικό της έρευνας μας αναδεικνύει την επιρροή του κυρίαρχου λόγου στις οπτικές-αναλύσεις των πληροφορητών μας. Η κρίση αναφέρεται ως βασική αιτία του προβλήματος της βιωσιμότητας των μικρών επιχειρήσεων. Αλλά ταυτόχρονα αναφέρονται ως αιτίες οι μετανάστες, τα ναρκωτικά, οι άστεγοι και οι πορείες. Δηλαδή, τα αποτελέσματα της κρίσης βαφτίζονται αιτίες από τον κυρίαρχο λόγο και αυτή την ανάλυση ακολουθούν και οι πληροφορητές μας. Επιπλέον, η προσέγγισή τους για την πόλη και το χώρο είναι εικονοκεντρική. Δεν αντιμετωπίζονται ως προβλήματα η απαράδεκτη μεταναστευτική πολιτική, το εμπόριο ναρκωτικών, η φτώχεια και η έλλειψη πολιτικής για τους άστεγους. Το πρόβλημα για τους πληροφορητές είναι η εικόνα που προκύπτει από αυτά.

2.) Οι στοές στέγασαν τα όνειρα των πρώτων καταναλωτών. Αποτέλεσαν πόλο έλξης του αγοραστικού κοινού της πόλης για δεκαετίες. Συνέδεσαν την κατανάλωση με την αναψυχή, καθώς στην καταναλωτική κοινωνία επινοούνται συνεχώς νέοι τρόποι προσέγγισης και δημοσιοποίησης της καταναλωτικής πράξης. Οι στοές έγιναν σύμβολα της προόδου και της αστικής κατανάλωσης και αποτέλεσαν πρόδρομοι των πολυκαταστημάτων (Μπένγιαμιν, 1939). Και πρόδρομοι των εμπορικών κέντρων-malls, θα συμπληρώναμε εμείς. Η παρακμή τους απεικονίζει την τάση του καπιταλισμού να τρέφεται από τις σάρκες του. Το νέο, το καινούριο γίνεται μόδα, συνήθεια και μετά απαξιώνεται και αντικαθίσταται από κάτι άλλο, εξίσου καινούριο και προσωρινό. Αυτό συνέβη και στις στοές της Πανεπιστημίου. Αποτελούν πόλο έλξης για τους αθηναίους μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 2000, όπου αρχίζει η μεταφορά κεντρικών λειτουργιών της πόλης εκτός του κέντρου της. Τα νέα εμπορικά κέντρα-malls στην αστική περιφέρεια συγκεντρώνουν πλέον τους καταναλωτές και γίνονται με τη σειρά τους σύμβολα της προόδου και της κατανάλωσης.

3.) Η πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου δε φαίνεται να λύνει τα προβλήματα που αντιμετωπίζει το κέντρο της Αθήνας και οι άνθρωποι που ζουν σε αυτό. Ούτε γενικευμένα, ούτε συγκεκριμένα όσον αφορά το αντικείμενο της έρευνας που είναι οι στοές και η βιωσιμότητα των μικρών επιχειρήσεων εντός.

*«Δεν μπορείς μέσα στη μαυρίλα να βάλεις κάτι άσπρο. Ένα λουλούδι στο πουθενά μόνο του θα μαραθεί.» (συνέντευξη P3)*

Η πρόταση είναι αποσπασματική και η λογική της εικονοκεντρική με ωραιοποιητική προσέγγιση. Δε λαμβάνει υπόψη τους κατοίκους και τους εργαζόμενους του κέντρου, αλλά δίνει προτεραιότητα και ταυτίζεται με τον επισκέπτη, τον τουρίστα. Αναδεικνύει την ιστορική και τουριστική βαρύτητα του ιστορικού κέντρου, αλλά αγνοεί τις περιοχές με τις οποίες γεινιάζει (βλ. Πλατεία Βάθης, πλατεία Βικτωρίας, Άγιος Παντελεήμονας κ.α.) και οι οποίες αντιμετωπίζουν πλήθος προβλημάτων. Πιθανώς, η υλοποίηση της πρότασης θα εντείνει τις κοινωνικές και χωρικές ανισότητες. Μοιάζει το έργο αναβάθμισης και ανασυγκρότησης της Αθήνας να συντελεί στην περαιτέρω υποβάθμιση του ευρύτερου κέντρου της.

Τα κοινωνικά προβλήματα δε λύνονται με αρχιτεκτονικές λύσεις. Η πολεοδομία δεν μπορεί να ασκήσει πρωτογενώς πολιτική, ειδικά με παρεμβάσεις που δεν

προσανατολίζονται προς μία κατεύθυνση χάραξης μιας ολοκληρωμένης πολιτικής ενίσχυσης της οικονομικής δραστηριότητας και της κοινωνικής συνοχής.

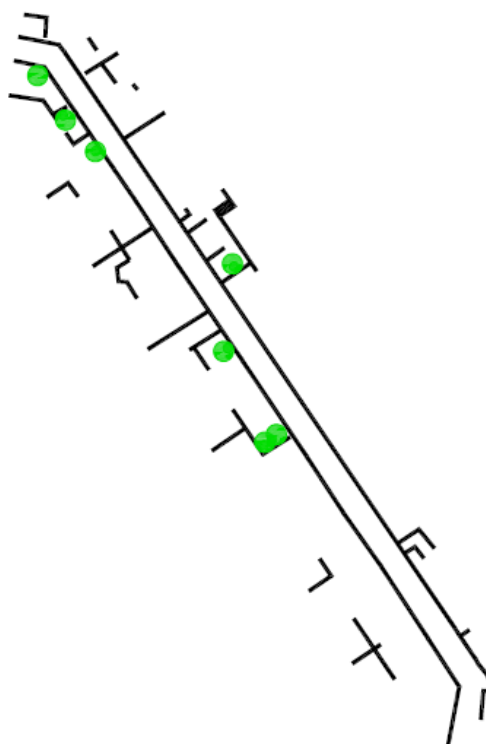
### Λίγα λόγια

Από την απεικόνιση του άξονα της Πανεπιστημίου και πιο συγκεκριμένα των στοών που τον πλαισιώνουν, προκύπτει μία συγκέντρωση παραδοσιακών μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων, όπως είναι τα τσαντάδικα, τα ρολογάδικα, τα οπτικάδικα και τα καφέ-κυλικεία. Πρόκειται για δραστηριότητες που λόγω της διαχρονικότητας τους, των υπηρεσιών και των προϊόντων που προσφέρουν, της εν γένει ταξικής τους φυσιογνωμίας, συγκροτούν την ταυτότητα της εμπορικής δραστηριότητας των στοών και του δρόμου μετά τα Προπύλαια και μέχρι την Ομόνοια. Επιπρόσθετα, οι κοινωνικές διεργασίες και τα δίκτυα των σχέσεων που συντελούνται στο χώρο των στοών, οφειλόνται κατά πολύ στην ύπαρξη αυτών των καταστημάτων.

Τα καταστήματα είναι λοιπόν βασικοί παράγοντες διασφάλισης της λειτουργικότητας και της βιωσιμότητας των στοών, καθώς πέρα από την εμπορική διάσταση την οποία προσδίδουν στο χώρο συγκροτούν και εγγράφουν σε αυτόν, κοινωνικά συμφραζόμενα.

Οι πρόσφατοι κοινωνικοοικονομικοί μετασχηματισμοί της κρίσης καθώς και τα υφιστάμενα προβλήματα που αντιμετωπίζει το μικροεμπόριο στο κέντρο της Αθήνας λόγω ποικίλων παραγόντων που έχουν διατυπωθεί σε προηγούμενη ενότητα, θέτουν σε προτεραιότητα το ζήτημα της βιωσιμότητας των υπό μελέτη καταστημάτων. Γεγονός που αναδεικνύεται από το μεγάλο αριθμό των ήδη κλειστών και κενών κελυφών στις στοές.

Στόχος του κεφαλαίου που ακολουθεί, και με ενισχυτή της συζήτησης την πρόταση για την πεζοδρόμηση του άξονα, αποτελεί με τη χρήση ημιδομημένων συνεντεύξεων, η ανάδειξη της φυσιογνωμίας των καταστημάτων, του ρόλου τους σε ό,τι αφορά τη βιωσιμότητα των στοών, οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανθεκτικότητά τους, καθώς και η στάση των ιδιοκτητών/καταστηματαρχών σχετικά με την πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου. Η ομάδα των καταστημάτων στην οποία επικεντρώνεται το κεφάλαιο που ακολουθεί είναι τα οπτικά. Τα στοιχεία που παραθέτονται έχουν προκύψει από τέσσερις ημιδομημένες συνεντεύξεις καταστηματαρχών.



Κοινά χαρακτηριστικά των καταστημάτων οπτικών

Όπως έχει ήδη σημειωθεί, πρόκειται για οικογενειακές μικρές επιχειρήσεις που απασχολούν μέχρι δύο υπαλλήλους, συνήθως συγγενικά μέλη (αδέρφια, παιδιά, ο/η σύζυγος). Στο πλαίσιο της κρίσης, το συγκεκριμένο εργασιακό καθεστώς-βοηθεί σε οικογενειακή επιχειρήση-βρίσκεται σε έξαρση καθώς οι έμποροι αδυνατούν να προσλάβουν μισθωτούς υπαλλήλους.

«το μαγαζί το δουλεύουμε μαζί με τη γυναίκα μου [...] δεν μπορώ να προσλάβω υπάλληλο [...] δε μου φτάνουν τα χρήματα» (συνέντευξη ε.1).

Κατά μεγάλη πλειοψηφία οι υπό μελέτη επιχειρήσεις βρίσκονται στις στοές από τη δεκαετία του '70. Πέρα από μία, που εγκαταστάθηκε πρόσφατα (τον τελευταίο χρόνο) οι υπόλοιπες χρονολογούνται στο πρώτο μισό του '70 ('71 με '75). Το γεγονός αυτό συνάδει με την επιλογή τους να ανοίξουν τα μαγαζιά τους στο κέντρο της Αθήνας. Τα κριτήρια που διαμόρφωσαν την παραπάνω επιλογή είναι τα εξής:

A. η κεντρικότητα και η δυναμική της περιοχής του κέντρου σε ότι αφορά την εμπορική δραστηριότητα τη συγκεκριμένη χρονική συγκυρία. Τις δεκαετίες του 1950, '60 και '70 οι στοές γύρω από την Ομόνοια, την Πανεπιστημίου και το Σύνταγμα έσφυζαν από ζωή. Ήταν η αποθέωση των μικροεπαγγελματιών, που πραγματοποίησαν το όνειρό τους να αποκτήσουν και αυτοί το δικό τους «μαγαζάκι» και να γίνουν αφεντικά του εαυτού τους.

«μόνο το κέντρο υπήρχε σαν αγορά τότε [...] ήταν δυνατό» (συνέντευξη ε.2).

B. η συγκέντρωση ίδιων καταστημάτων στην περιοχή που είχε χαρακτηριστικά παραδοσιακής πιάτσας οπικίων.

«30 χρόνια πιάτσα [...] αν ήθελες να βρεις ένα γυαλί ερχόσουν στη συγκεκριμένη πιάτσα οπικίων [...] έτσι λειτουργούσε το κέντρο με είδη συγκεκριμένων πιασών [...] όπως στην Ιπποκράτους πήγαινες για να αγοράσεις παπούτσια έτσι και εδώ είχαμε παράδοση στα γυαλιά» (συνέντευξη ε.1).

Γ. η πολυσύνθετη εμπορική δομή και δυναμική των στοών που λόγω της ποικιλίας των προϊόντων και των υπηρεσιών που πρόσφεραν τις καθιστούσε ελκυστικές για κατανάλωση, αναψυχή και περπάτημα.

«τα πάντα είχαν οι στοές, ήταν σαν ένα μεγάλο εμπορικό κέντρο [...] μπορούσες να βρεις πολλά και διάφορα προϊόντα, να κάνεις τη βόλτα σου, να πεις ένα καφέ ή μία πορτοκαλάδα [...]»(συνέντευξη ε.2).

Σε ότι αφορά το ιδιοκτησιακό καθεστώς, το σύνολο των ερωτηθέντων είναι ενοικιαστές. Οι ιδιοκτήτες των ακινήτων είναι, κατά πλειοψηφία, μικροιδιοκτήτες που τα αγόρασαν προκειμένου να αυξήσουν μέσω της ενοικιάσεως τους, τις αποδοχές τους.

«ο ιδιοκτήτης [...] με το που κτίστηκε η στοά, το ακίνητο αγοράστηκε από τον πατέρα του [...] αργότερα το έδωσε στον γιό του για να έχει ένα extra εισόδημα[...]» (συνέντευξη ε.2).

### **χαρακτηριστικά πελατών**

Βασικός παράγοντας προκειμένου να παρουσιαστούν τα χαρακτηριστικά που συγκροτούν το πελατολόγιο των υπό μελέτη επιχειρήσεων είναι η παράθεση

συγκεκριμένων χρονικών τομών στις οποίες συντελούνται κοινωνικοοικονομικοί και χωρικοί μετασχηματισμοί που επηρεάζουν τη φυσιογνωμία των πελατών/καταναλωτών. Ο προσδιορισμός των τομών κρίνεται αναγκαίος καθώς αποτελούν κοινές, με βάση τα στοιχεία των ημιδομημένων συνεντεύξεων, ιστορικές φάσεις που μετασχημάτισαν το καταναλωτικό κοινό. Η εμφάνιση επομένως της κρίσης σε επίπεδο πραγματικού μεγέθους της οικονομίας (μείωση των αποδοχών, της αγοραστικής δύναμης και κίνησης, αύξηση της ανεργίας, κ.ά.) το 2009 αποτελεί μία σημαντική χρονική τομή καθώς δημιουργεί δύο περιόδους, τις προ και μετά κρίση εποχές.

Επιπρόσθετα, οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Αθήνας το καλοκαίρι το 2004, αποτελούν και αυτοί με τη σειρά τους σημαντικό παράγοντα μεταβολής του καταναλωτικού κοινού (αν και η χρονική του διάσταση είναι μικρή), καθώς νέοι και ταυτόχρονα περιοδικοί καταναλωτές ενισχύουν την αγοραστική δύναμη εκείνη την περίοδο (τουρίστες). Γεγονός που ενισχύθηκε από την επιλογή να χωροθετηθεί στον πεζόδρομο της οδού Κοραή τα εκδοτήρια των Ολυμπιακών Αγώνων<sup>9</sup>.

Ανεξάρτητα από τις χρονικές τομές που παρατίθενται παρακάτω, το καταναλωτικό κοινό των επιχειρήσεων χωρίζεται σύμφωνα με τα εξής χαρακτηριστικά<sup>10</sup>: την τακτικότητα και τη μονιμότητα, που χαρακτηρίζουν το σταθερό πελατολόγιο, και την περιοδικότητα, που αντιστοιχεί στους περαστικούς καταναλωτές (στην ενότητα αυτή εντάσσονται οι τουρίστες). Για την πρώτη ενότητα, δηλαδή το σταθερό πελατολόγιο, το υποκείμενο του μόνιμου και τακτικού πελάτη προσδιορίζεται αφενός από τη φύση του προϊόντος που προσφέρεται (το γυαλί) αφετέρου από τη σχέση που αναπτύσσεται λόγω του εμπορεύματος μεταξύ καταστηματούρχη και πελάτη, που ξεπερνά την αμιγώς εμπορική διάσταση της.

«θα σου ζητήσει (ο πελάτης) την προσωπική σου άποψη για το εάν του πάει το γυαλί» (συνέντευξη ε. 4).

Στο σταθερό πελατολόγιο εντάσσονται πέρα από τους κατοίκους τόσο του κέντρου όσο και της περιφέρειας του, οι εργαζόμενοι των γραφείων στους ορόφους των στοών. Αν και η παρουσία τους συνδέεται άμεσα με την παραμονή των γραφειακών χώρων στους ορόφους.

Η περίοδος προ κρίσης (μέχρι το 2009)

Την περίοδο πριν τη κρίση, οι καταστηματούρχες ανέφεραν ότι πελάτες τους ήταν πέρα από το σταθερό πελατολόγιο (μέσω σύστασης) και περαστικοί.

«Παλιότερα δουλεύαμε με περαστικούς [...] ερχόντουσαν για βόλτα και ψωνίζανε» (συνέντευξη ε. 4).

Η καταναλωτική κίνηση εντός των στοών ήταν σε καλύτερο επίπεδο απ' ό,τι στο δρόμο.

«έμπενες στη στοά για να ψωνίσεις» (συνέντευξη ε. 1), γεγονός που ενισχύεται από την εμπορική φυσιογνωμία των στοών.

Σε αντίθεση με το δρόμο, η κίνηση στις στοές είχε συγκεκριμένη στόχευση και περιεχόμενο για τους περαστικούς. Τα καταστήματα επί της Πανεπιστημίου (όπως και

---

<sup>9</sup> Στις στοές της Αθήνας, άρθρο της Η.Γιάννου-Σιγαλά, πηγή: <http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=22733&subid=2&pubid=92437>

<sup>10</sup> Τα οποία προέκυψαν από τις ημιδομημένες συνεντεύξεις.



των υπολοίπων οδών) παρόλο που έχουν τα μέτωπα τους στο δρόμο, δεν προσελκύουν απαραίτητα το σύνολο των περαστικών. Η διαφοροποίηση αυτή αποτελεί βασικό και δομικό χαρακτηριστικό μεταξύ των καταστημάτων εντός και εκτός των στοών.

Παράλληλα, η χωροθέτηση των εισόδων των κτιρίων εντός των στοών λειτουργούσε ενισχυτικά ως προς την αύξηση της πελατείας, εφόσον είτε κατά τη διάρκεια του μεσημεριανού διαλείμματος, είτε στο τέλος της εργασιακής βάρδιας, οι εργαζόμενοι των ορόφων, κατανάλωναν στα καταστήματα εντός των στοών.

«το μεσημέρι γινόταν το αδιαχώρητο εντός της στοάς [...] δεν έβρισκες χώρο να καθήσεις [...]»(συνέντευξη ε. 3).

Το ολυμπιακό καλοκαίρι

Κατά τη διάρκεια των Αγώνων, η τουριστική κίνηση ενίσχυσε την κατανάλωση στις στοές, καθώς λόγω των εκδοτηρίων στην Κοραή και της ιστορικής και αρχιτεκτονικής φυσιογνωμίας της Πανεπιστημίου, οι τουρίστες περιπλανιόντουσαν στην ευρύτερη περιοχή. Βασικός παράγοντας που έδρασε συμπληρωματικά και ενισχυτικά ως προς την αύξηση της πελατείας ήταν η άσκηση συγκεκριμένων πολιτικών από την πλευρά της πολιτείας σε ό,τι αφορούσε το κέντρο της Αθήνας. Ενδεικτικά, στο κέντρο, η αύξηση της αστυνομικής παρουσίας και η απαγόρευση πορειών, η προσήλωση των τοπικών αρχών για καθαριότητα, η οργάνωση πολιτιστικών και καλλιτεχνικών δρόμων στην ευρύτερη περιοχή διαμόρφωσαν τις προϋποθέσεις για περαιτέρω ασφάλεια και κίνηση.

«μόνο για ένα καλοκαίρι είδαμε τουρίστες [...] όταν το κέντρο ήταν ασφαλές και καθαρό» (συνέντευξη ε. 2).

Μία κατάσταση που αφενός διήρκεσε μόνο κατά το πέρας της διοργάνωσης, αφετέρου μετασχηματίστηκε μετά τη λήξη της. Η σημειακή και χρονική παρέμβαση των αρμόδιων αρχών σχετικά με το κέντρο, αποκαλύπτει ότι προτεραιότητα και στρατηγικός στόχος της πολιτείας ήταν η ολοκλήρωση των ολυμπιακών εγκαταστάσεων και η διοργάνωση των αγώνων, χωρίς την πρόβλεψη και τη χάραξη ενός συνολικότερου και βραχυπρόθεσμου στρατηγικού σχεδίου για την Αθήνα. Με τη λήξη λοιπόν των Αγώνων, η τουριστική κίνηση στις στοές έπαψε να υφίσταται:

«οι τουρίστες εξαφανίστηκαν από εδώ [...] τους βρίσκεις μόνο στα τουριστικά μέρη, Πλάκα, Μοναστηράκι [...]» (συνέντευξη ε. 2).

Γεγονός που οφείλεται και στα δίκτυα συμφερόντων που έχουν αναπτυχθεί μεταξύ των τουριστικών γραφείων και των καταστημάτων ρουχισμού και αναψυχής, στις περιοχές προορισμού:

«όταν έρχονται οι τουρίστες με τα κρουαζιερόπλοια να δουν την Αθήνα σε δύο μέρες, οι ξεναγοί δεν θα τους φέρουν εδώ για να ψωνίσουν» (συνέντευξη ε. 4).

Η περίοδος μετά κρίσης (2009-τώρα)

Καταλυτικός παράγοντας στην πτώση της κατανάλωσης είναι η εμφάνιση της κρίσης το 2009. Ωστόσο, η φθίνουσα πορεία που χαρακτηρίζει τον κλάδο των οπτικών στις υπό μελέτη στοές, μοιάζει να εμφανίζεται από το 2000 και μετά:

«η πτώση ξεκινά το 2000 [...] εδώ και 10 χρόνια αντιμετωπίζουμε τη φθίνουσα πορεία [...] βέβαια τα ζόρια ήρθαν πριν 4-5 χρόνια [...] το ζήτημα της ρευστότητας στην αγορά λόγω της οικονομικής κρίσης» (συνέντευξη ε. 2).

Η οικονομική κρίση και τα παράγωγα της (Μνημόνιο 1 και 2) ενίσχυσαν και επιτάχυναν τη φθίνουσα πορεία των καταστημάτων:

«η μείωση της κίνησης είναι της τάξεως του 50-60% για τα καταστήματα ενός των στοών και 10-15% γι'αυτά επί του δρόμου» (συνέντευξη ε. 2), «τρώμε από τα έτοιμα, απλά προσπαθώ να διατηρήσω την επιχείρησή μου ζωντανή» (συνέντευξη ε. 4).

Επιπρόσθετα, η μετεγκατάσταση των γραφείων στους ορόφους ή και το οριστικό κλείσιμο τους λόγω της οικονομικής συγκυρίας, μείωσε σημαντικά την πελατεία των καταστημάτων. Ένδειξη αποτελεί ο μεγάλος αριθμός ενοικιαστήριων στους προθάλαμους των εισόδων των κτιρίων.

«Μείωση κατά 30% των γραφειακών χώρων στους ορόφους» (συνέντευξη ε. 4).

Στους παράγοντες που αναφέρονται παραπάνω, εντάσσονται και οι απεργίες/διαδηλώσεις, το λαθρεμπόριο, το εμπόριο ναρκωτικών και άλλα που παρατίθενται παρακάτω και που επηρέασαν σημαντικά την εμπορική κίνηση. Σε ό,τι αφορά τους περαστικούς, οι καταστηματάρχες ανέφεραν ότι δεν αποτελούν πλέον για τους ίδιους, πηγή εσόδων. Βασικό καταναλωτικό κοινό παραμένει το σταθερό πελατολόγιο τους, το οποίο έχει και αυτό με τη σειρά του μειωθεί αρκετά.

«η μεσαία τάξη, που είναι ο αιμοτοδότης μας έχει πληγεί πολύ από τη κρίση [...] ο κόσμος δεν έχει πια λεφτά να έρθει να αγοράσει» (συνέντευξη ε. 4).

### **παράγοντες υποβάθμισης των στοών της Πανεπιστημίου**

Οι παράγοντες υποβάθμισης χωρίζονται σε δύο κατηγορίες ανάλογα με το δείκτη και το βαθμό επιρροής που ασκεί ο κυρίαρχος λόγος (τα ΜΜΕ) στη διαμόρφωση των απαντήσεων. Στην πρώτη κατηγορία, εντάσσονται οι απαντήσεις που σε μεγάλο βαθμό είναι στερεοτυπικές, διαμορφωμένες από τα δελτία ειδήσεων και τους δημοσιογράφους, όπως η εγκληματικότητα και οι διαδηλώσεις/οι πορείες/οι απεργίες. Η επιρροή που ασκείται στη διαμόρφωση και κατ'επέκταση στην αναπαραγωγή συγκεκριμένων στοιχείων και δεδομένων ως τις αιτίες που υποβαθμίζουν το κέντρο, υπολογίζεται ενώ παράλληλα της ασκείται κριτική, καθώς η χειραγώγηση της κοινής γνώμης σε ό,τι αφορά την κατάσταση του κέντρου, έχει πολιτικές, ρατσιστικές, έμφυλες και ταξικές προεκτάσεις. Ωστόσο, η συμβολή των φαινομένων στην περαιτέρω υποβάθμιση του κέντρου, αναγνωρίζεται ως δεδομένο. Η ένταση της όμως τίθεται υπό αμφισβήτηση. Καθώς ένας εκ των στόχων της εργασίας αποτελεί η ανάγνωση και η παρουσίαση των έμμεσων αλλά ταυτόχρονα δομικών αιτιών που υποβοηθούν και συντηρούν την υποβάθμιση και εγκατάλειψη του κέντρου. Στη δεύτερη επομένως ενότητα, εντάσσονται οι παράγοντες εκείνοι που αποτελούν απόληξη πολιτικών κατευθύνσεων στα πλαίσια του καπιταλισμού και της κερδοφορίας του κεφαλαίου, ως προς την αλλαγή του εμπορικού υποδείγματος: αύξηση του ανταγωνισμού, επίθεση στις μικρές και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, κ.ά., και την αναδιοργάνωση του αστικού χώρου με κερδοσκοπικούς όρους.

Τη κατηγορία στερεοτυπικές, διαμορφωμένες αντιλήψεις

Η μετανάστευση και το παρεμπόριο (λαθρεμπόριο) ιεραρχούνται από τους καταστηματαρχες ως ένας εκ των βασικών παραγόντων που υποβαθμίζουν το κέντρο. Επιπρόσθετα, το λαθρεμπόριο εμφανίζεται να λειτουργεί ανταγωνιστικά ως προς τα υπό μελέτη καταστήματα. Οι μειωμένες τιμές, η ποικιλία των προϊόντων καθώς και χωροθέτηση των πάγκων σε κεντρικά περάσματα πεζών (Προπύλαια, είσοδοι του μετρό και στάσεις/αφετήριες των λεωφορείων, Ακαδημίας) προσελκύουν πιθανούς καταναλωτές.

«πουλάνε τα πάντα, από γυαλιά μέχρι παπούτσια, με 5 και 10 ευρώ [...] έχω εκτυπωμένη μια δικογραφία ενός αφρικανού πλανόδιου που τον έπιασαν για παράνομο εμπόριο cd. Είχε τζίρο, πρόσεχε! μόνο τους μήνες του καλοκαιριού που η κίνηση είναι μειωμένη 5.000 ευρώ! Κατάλαβες τώρα πόσα βγάζουν! Και εμείς κοντεύουμε να κλείσουμε!» (συνέντευξη ε. 1).

Ανεξάρτητα από το παρεμπόριο, οι μετανάστες αποτελούν εστίες εγκληματικότητας και μόλυνσης.

«φοβάσαι να περπατήσεις εδώ, ειδικά οι μεγάλοι άνθρωποι κρατάνε τη τζάντα τους με μανία [...] γιατί σου λέει τόσα περαστικά ακούς καθημερινά!» (συνέντευξη ε. 3).

Την περίοδο πριν και κατά τη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας, η κυβέρνηση του ΠΑΣΟΚ με τη συμβολή της αντιπρόλιτευσης και των μικρότερων δεξιών κομμάτων, μέσω του έντυπου λόγου και των δελτίων, στοχοποίησαν τους μετανάστες ως βασικοί φορείς ασθενειών και μεταδιδόμενων νοσημάτων, προσδίδοντας τους τον όρο υγειονομικές βόμβες : «Υγειονομική... βόμβα στο κέντρο από ένα εκατομμύριο μετανάστες», τίτλος άρθρου της Ημερησίας (30/3/2012), «Λοβέρδος: Η υγειονομική βόμβα του AIDS ξέφυγε από τα γκέτο των μεταναστών», ηλεκτρονικό άρθρο στο iNews (1/05/2012). Η στοχοποίηση επομένως από τη μεριά των καταστηματαρχών προς τους μετανάστες είναι άμεσα συσχετιμένη και επηρεασμένη από τον κυρίαρχο λόγο.

Η χρήση και διακίνηση ναρκωτικών ουσιών είναι ένας ακόμη παράγοντες για τους καταστηματαρχες που υποβαθμίζει την εικόνα του κέντρου.

«Η Πανεπιστημίου είναι το στολίδι της Ελλάδας [...] ξέρεις πόσοι έχουν περπατήσει εδώ, πολλές και μεγάλες προσωπικότητες [...] δεν επιτρέπεται να κάνουν οι άλλοι χρήση ηρωίνης εδώ! Έχεις δει εσύ πουθενά αλλού στον κόσμο, στη Βιέννη πχ. σε κεντρικές περιοχές, πρεζάκια να ψάχνουν τη δόση τους; Εγώ στην Ιταλία που πήγα δεν είδα αυτό το χάλι. Είναι ντροπή! Μας έχουν τελειώσει παρατημένους!» (συνέντευξη ε. 3).

Σε ό,τι αφορά τις διαδηλώσεις/πορείες/απεργίες, οι ερωτηθέντες απάντησαν ότι αποτελεί έναν παράγοντα που θέτει άμεσα υπό διακύβευση τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων τους. Ενώ, λοιπόν, αναγνωρίζεται η αναγκαιότητα των κοινωνικών αντιδράσεων, η ένταση και η βιαιότητα των τελευταίων πορειών, τους βρίσκει αντίθετους.

«Παλιά οι πορείες ήταν ειρηνικές. Μετά το 2009 αυτό άλλαξε, έγινες βίαιες [...] ξεσπάνε σε όλο το εμπορικό τρίγωνο!» (συνέντευξη ε. 1).

«Ηλίθιοι είναι αυτοί που αποφασίζουν στη βουλή, ηλίθιοι είναι και αυτοί που καίνε τα μαγαζιά μας» (συνέντευξη ε.2.).

«Περιμένουμε την αποζημίωση που δεν έχει εφαρμοστεί ακόμη και τη ρύθμιση για να μην πληρώνουμε δημοτικά τέλη για ένα χρόνο μετά το κάψιμο του μαγαζιού μας. Το Υπουργικό Συμβόλιο δεν έχει γίνει ακόμη.» (συνέντευξη ε.3.).

Το παραπάνω κατάστημα οπτικών κήκε κατά τη διάρκεια της πορείας της 12 Φλεβάρη. Παρά τις δηλώσεις των αρμόδιων φορέων για την οικονομική αποκατάσταση των μαγαζιών και των στοών που υπέστησαν υλικές ζημιές και βανδαλισμούς, η στάση της πολιτείας σε ό,τι αφορά το κέντρο, παραμένει απαξιοτική.

Επίσης, οι στάσεις εργασίας και οι απεργίες των ΜΜΜ, αποτελούν σημαντικό ανασταλτικό παράγοντα ως προς την πρόσβαση τόσο των καταναλωτών όσο και των υπαλλήλων των καταστημάτων, στο κέντρο. Καθώς, το δίκτυο των συγκοινωνιών είναι το βασικό μεταφορικό μέσο για την πλειοψηφία των ερωτηθέντων.

«Είμαι υπάλληλος εδώ και χρησιμοποιώ το μετρό. Όταν έχει απεργία δυσκολεύομαι να έρθω στη δουλειά μου [...] άσε που μία φορά δεν το ήξερα και δεν το είχα σχεδιάσει, να ξεκινήσω νωρίς [...] οπότε δεν πήγα στη δουλειά, έχασα ένα μεροκάματο! Και εγώ είμαι νέα! Μπορώ να περπατήσω, ο μεγάλος άνθρωπος πώς θα έρθει όταν δεν έχει μετρό;» (συνέντευξη ε.4.α).

Ο ρόλος των ΜΜΕ, όπως έχει προειπωθεί, διαδραματίζει ένα σημαντικό ρόλο. Σε ό,τι αφορά τις πορείες, οι αναφορές τους για το κέντρο της Αθήνας «πεδίο μάχης η Αθήνα», «Καμπούλ το κέντρο της Αθήνας», «η επόμενη μέρα και τα καμμένα» (τίτλοι άρθρων και δελτίων), κυρίως μετά τη 12 Φλεβάρη, δημιούργησαν ένα αρνητικό κλίμα για την καταναλωτική κίνηση στο κέντρο, καθώς και στην ψυχολογία των καταστηματαρχών.

«Δημιουργήθηκε ένα κλίμα μιζέριας μέσω της τηλεόρασης, ιδιαίτερα μετά την 12 Φλεβάρη! Ερχόντουσαν να δούμε τα καμένα, λες και ήμασταν αξιοθέατο! Ήταν άσχημο.» (συνέντευξη ε.4.α).

## 2η κατηγορία παραγόντων

Στην 2η κατηγορία εντάσσονται οι παράγοντες που απειλούν έμμεσα, αλλά δομικά τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και την εμπορική κίνηση του κέντρου. Οι νέες κεντρικότητες, η δημιουργία δηλαδή αφενός νέων συνοικιών εκτός κέντρου αφετέρου η κατασκευή εμπορικών κέντρων (malls), ενισχύουν τον εμπορικό ανταγωνισμό και την αποκέντρωση της εμπορικής δραστηριότητας, καθώς αρκετές επιχειρήσεις μετεγκαταστάθηκαν στα νέα κέντρα των προαστίων.

«Ανοίξανε μαγαζιά σε γειτονιές και τραβήξανε τον κόσμο από το κέντρο».

«Γυαλιά πλέον μπορείς να βρεις ακόμη και σ'ένα περίπτερο. Στα jumpo αγοράζεις σκελετό με 3€»

«Τα malls τραβάνε κόσμο. Ιδιαίτερα οι νέοι, ξέρεις εσύ, θα πάνε να ψωνίσουνε, να πιουν καφέ, να δουν σινεμά, να κάνουν, πώς το λένε ... socializing!» (συνέντευξη ε.2.).

Η ανέγερση των εμπορικών κέντρων τα τελευταία χρόνια έχει εντείνει τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων. Οι στοές αν και εμφανίζουν κοινά στοιχεία με αυτά, (ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών αναψυχής, στέγη, κ.ά.) αδυνατούν να τα συναγωνιστούν, τόσο λόγω της κλίμακας των καταστημάτων (απεύθυνση σε μεγαλύτερο κοινό) και της αναγνωρισιμότητας τους (γνωστές μάρκες), όσο και λόγω των υπηρεσιών που απευθύνονται σε ένα ευρύτερο ηλικιακό φάσμα (κινηματογράφοι). Επιπρόσθετα, η χωροθέτηση τους πάνω σε μεγάλους οδικούς άξονες και δίκτυα ΜΜΜ, δίνει τη δυνατότητα της επιλογής του μέσου καθώς επίσης αυξάνεται η ακτίνα επιρροής. Πρόκειται ενδεχομένως για τοπόσημα με υπερτοπική εμβέλεια.

Η οικονομική κρίση είναι ο εν γένει καταλύτης που θέτει υπό διακύβευση τη λειτουργία των καταστημάτων. Οι υλικές προεκτάσεις συνθέτουν ένα σύνολο από παράγοντες που επηρεάζουν σε καθημερινή βάση τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων. Τα υψηλά ενοίκια και η μηνιαία καταβολή τους είναι ένας σημαντικός παράγοντας άντλησης των δεδουλευμένων τη στιγμή που ήδη εμφανίζουν σημαντική μείωση.

«έχουν μειωθεί τα ενοίκια. Ωστόσο παραμένουν ακριβά! Έδινα πριν 2 χρόνια 2.000€ και μου το έκανε 1.800€. Η μείωση είναι πολύ μικρή για να γίνει αισθητή στην τσέπη μου!» (συνέντευξη ε.2.).

Η αύξηση του ΦΠΑ κατά 23% σε όλα τα είδη σε συνδυασμό με άλλες εισπρακτικές πολιτικές μειώνουν ακόμη περαιτέρω το καθαρό εισόδημα των αποδοχών.

«δίνω το 23% του ΦΠΑ, βάλε και ένα 45% γενικά στη φορολογία, μάντεψε τι μου μένει! Σχεδόν τίποτα!» (συνέντευξη ε.1.).

Τέλος, τα τραπεζικά δάνεια αποτελούν για τους καταστηματάρχες βασικό οικονομικό μέγεθος στο οποίο δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν. Η έξαρση των δανείων της τελευταίας δεκαετίας λόγω της προέκτασης της τραπεζικής πίστωσης κατέστησε την πρόσβαση για μία μεγάλη μερίδα του πληθυσμού πιο εύκολη.

«είναι θέμα χειρισμού. Αν είχες κάνει ανοίγματα προ κρίσης τώρα κήκες! Άντε να το αποπληρώσεις τώρα που είναι έτσι τα πράγματα» (συνέντευξη ε.4.).

## **για την πεζοδρόμηση**

Στην ενότητα που ακολουθεί παρατίθενται οι θέσεις των ερωτηθέντων σχετικά με την πρόταση για την πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου. Σε γενικές γραμμές, η πλειονότητα των καταστηματάρχων τάσσεται θετικά ως προς τη κίνηση αυτή. Το γεγονός ότι ήταν όλοι τους ενήμεροι αναδεικνύει αφενός το ενδιαφέρον αφετέρου την ανησυχία τους σχετικά με το μέλλον των επιχειρήσεών τους που συνδέεται και διαπλέκεται με την κατάσταση του κέντρου.

Συνέντευξη ε.1.

«θα αναβαθμιστεί το ιστορικό πρόσωπο του κέντρου, που είναι το στολίδι της Ελλάδας, [...]με παγκόσμια εμβέλεια όπως είναι η Βιέννη!»

«καλή κίνηση. Αλλά όχι μόνο καλλωπισμός. Χρειάζεται και περισσότερη ασφάλεια και αστυνόμευση για το λαθρεμπόριο και τα ναρκωτικά. Και να συντονιστούν οι φορείς για να μας βοηθήσουν οικονομικά [...]»

«θα έρθει ο κόσμος να περπατήσει και παράλληλα θα ψωνίσει [...] συνάρτηση δεδομένων [...]»

«δε φοβάμαι την αύξηση της αξίας των ακινήτων [...]»

Συνέντευξη ε.2.

«κίνηση που θα τονώσει το κέντρο [...] θα έρχονται να περπατάνε και να ψωνίζουνε. Το κέντρο θα είναι πιο ευχάριστο!»

«ένα χάπτι για τον πονοκέφαλο είναι βέβαια, αλλού είναι η ρίζα του προβλήματος!»

«πρέπει να γίνει αναβάθμιση, να πέσουν λεφτά [...] ας μη γίνει η πεζοδρόμηση»

«στοχευμένη υποβάθμιση[...] νομίζω είναι θέμα στρατηγικής. Πέφτουν οι αξίες [...] Έρχονται οι μεγάλοι [...] όχι ακόμη, αλλά θεωρώ ότι θα γίνει [...] συσσώρευση αξιών»

Συνέντευξη ε.3.

«πολύ καλή κίνηση. Θα γίνει ωραίος πεζόδρομος. Εχθές ήταν η γιορτή της μουσικής [...] εδώ δεν έγινε τίποτα!»

«έχω πάει Ιταλία, δεν είναι έτσι εκεί [...] ναρκωτικά [...] μετανάστες, πορείες»

Συνέντευξη ε.4.

«ωραία θα γίνει, θα σταματήσουν τα προβλήματα [...] θα είναι κάτι καινούργιο [...]»

«η κρίση δημιουργεί προβλήματα [...] στηΣταδίου εδώ και 1,5 χρόνο έχουν κλείσει πολλά μαγαζιά, μας επηρεάζει [...] η πεζοδρόμηση δεν μπορεί να τα λύσει όλα»

«στοχευμένη υποβάθμιση [...] μ και μετά κάποιοι αγοράζουν όπως έγινε στο Γκάζι»

Συμπερασματικά, η πεζοδρόμηση του άξονα ενώ αξιολογείται θετικά από τους καταστηματαρχες οπτικών, δεν αποτελεί ικανός παράγοντας διασφάλισης της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων σε βραχυπρόθεσμο επίπεδο. Και αυτό διότι οι αιτίες που θέτουν το ζήτημα της βιωσιμότητας είναι κυρίως οικονομικής φύσεως. Η λύση προϋποθέτει τη συμμετοχή της πολιτείας και του Κράτους με πολιτικές τόνωσης και ανάπτυξης της αγοράς και όχι παρεμβάσεις αρχιτεκτονικού και πολεοδομικού ενδιαφέροντος.

Ακριβώς επειδή η πόλη δεν είναι ένα σύνολο από πεζοδρόμους και δρώμενα, αλλά ένα διαπλεκόμενο και πολυεπίπεδο χωροκοινωνικό και οικονομικό σύμπλεγμα, τα ζητήματα που τίθενται έχουν οικονομική και κοινωνική διάσταση και αφήνουν χωρικά αποτυπώματα και ίχνη. Η επίλυση τους επομένως άπτεται στην κεντρική και δημόσια σφαίρα και όχι σε μία μεταμοντέρνα αφήγηση για την πόλη. Ενδεικτική είναι η φράση που υπόκειται στην τρίτη συνέντευξη «ένα χάπτι για τον πονοκέφαλο είναι βέβαια, αλλού είναι η ρίζα του προβλήματος!» καθώς αποτυπώνει με σαφήνεια και διορατικότητα ότι εν καιρώ κρίσης, καμία επιστημονική προσέγγιση δεν είναι ικανή να ασκήσει ουσιαστική πολιτική.

## **ΜΕΡΟΣ 6° : γενικά συμπεράσματα**

### **για τον κλάδο του εμπορίου**

Οι μεταλλάξεις στον εμπορικό κλάδο και οι πιέσεις στις μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου είναι πολύ προγενέστερες της κρίσης:

- οι boutique ρούχων τις δεκαετίες του 80 έχουν σχεδόν εξαφανιστεί
- η αγοράς του Αμαρουσίου διαλύθηκε από τον ανταγωνισμό του Mall
- το 50% των καταστημάτων στην αγορά του Χαλανδρίου έχουν ήδη μεταλλαχθεί σε καταστήματα αλυσίδες
- όχι πολύ καιρό μετά την πεζοδρόμηση της Ερμού οι οικογενειακές μικρές επιχειρήσεις εξαφανίστηκαν

Σε αυτά τα πλαίσια δεν είναι δύσκολο να φανταστεί σε 10 με 20 χρόνια αν όχι νωρίτερα πόσες επιχειρήσεις από αυτές που υπάρχουν σήμερα στην οδό Πανεπιστημίου θα συνεχίσουν να υπάρχουν. Η διακήρυξη της πεζοδρόμησης ακόμα και αν δεν είναι ώριμες ακόμα οι συνθήκες αποδεικνύει την αξία της Πανεπιστημίου για την επέκταση του νέου εμπορικού υποδείγματος.

Οι καταστηματάρχες όπως προκύπτει από τις συνεντεύξεις που άλλες φορές απωθούν ή μεταθέτουν το ερώτημα, άλλες κλείνουν ή μεταφέρουν την επιχείρησή τους κατεστραμμένοι οικονομικά από τις δανειοδοτήσεις που τους έτρεφαν πριν την οικονομική κρίση όταν ενυπήρχε ακόμα η φαντασίωση της ελπίδας χωρίς καμία εξαίρεση δεν φέρουν χνάρια μιας βιώσιμης στρατηγικής για την επιχείρησή τους.

### **για το κέντρο της Αθήνας**

Όπως αναφέραμε παραπάνω, το κέντρο της Αθήνας είναι η απόλυτη κεντρικότητα αυτής της πόλης με όρους οικονομικούς, πολιτικούς και ιδεολογικούς. Μια σειρά νεοφιλελεύθερες επιλογές διεκδικούν τη μετάλλαξη του κέντρου της Αθήνας με όρους καπιταλιστικής ανάπτυξης. Ένα τέτοιο σχέδιο που έχει εφαρμοστεί και θα εφαρμοστεί σε πολλές άλλες πόλεις, έχει κάθε φορά τις ντόπιες ιδιαιτερότητες του, αλλά και τις καθολικές αρχές του. Οι πολιτικές υποβάθμισης, η μαύρη οικονομία και οι εξωθητικές αναπλάσεις είναι τα κοινά χαρακτηριστικά. Στην Αθήνα όμως η μη συγκέντρωση της ιδιοκτησίας, η νομοθετική παράδοση και η εποχή της οικονομικής κρίσης κάνουν την συγκεκριμένη εκδοχή ιδιαίτερη.

Την ίδια ώρα

\_που οι κοινωνικές συμμαχίες έχουν ιδεολογικά ωριμάσει και κυρίαρχος λόγος έχει πραγματοποιήσει τις απαραίτητες εγγραφές του

\_που οι απαραίτητες νομοθετικές ρυθμίσεις παρουσιάζονται ήδη σαν απαιτήσεις στους εφαρμοστικούς νόμους και η εποχή χρήζει καταλληλότητας για συνταγματικά πραξικοπήματα

Την ίδια ώρα

\_αναζητούν το θετικό οικονομικό κλίμα των επενδύσεων που όμως έχει καταρρεύσει στο πλαίσιο της εν γένει οικονομικής κρίσης

Η αντιφατική αυτή πραγματικότητα και η έλλειψη στρατηγικής των μικρών επιχειρήσεων καταλήγει στην απόλυτη ή μερική αναπαραγωγή του κυριάρχου λόγου και με τον πολιτισμό «του μακριά από μένα και όπου θέλει ας πάει» την ένταξη των ιδιοκτητών τους στο παραπάνω σχέδιο καταστροφής τους.

### **για την πεζοδρόμηση της πανεπιστημίου**

Όταν πραγματοποιήθηκε η πεζοδρόμηση της Ερμού οι τότε καταστηματαρχές επί αυτής είχαν εκφράσει έντονες αντιδράσεις για τον πολεοδομικό χαρακτήρα της νέας τους αγοράς. Εν τέλει η αγορά λειτουργεί πιο αποτελεσματικά αλλά οι ίδιοι δεν είναι εκεί. Σήμερα 20 περίπου χρόνια μετά οι καταστηματαρχές της Πανεπιστημίου καταλαβαίνουν πλέον τα πολεοδομικά πλεονεκτήματα της νέας αγοράς, αλλά απωθούν το δικό τους μη μέλλον σε αυτή.

Από την άλλη και ολίγον αντιφατικά το τριπλό πλήγμα που δέχονται από το νέο εμπορικό υπόδειγμα, τη κρίση του κέντρου και την εν γένει οικονομική κρίση, που ακόμα και αν δεν συνειδητοποιούν οι καταστηματαρχές, το γενεσιουργό τους αίτιο αλλά την καθημερινή καταστροφική υλικότητα τους μετατρέπει αυτό το ερώτημα σε ανάξια λόγου παρέμβαση. Η ανάγνωση αυτή έρχεται να συναντήσει πολλές ακαδημαϊκές κριτικές για το σχέδιο πεζοδρόμησης καθώς και να θέσει το ερώτημα για το πολιτικό της υπόστρωμα.

Σε κάθε περίπτωση όμως μια ανάγνωση βολενταριστικού σχεδιασμού χωρία αντιφάσεις και με αποδεδειγμένη αποτελεσματικότητα της κυρίαρχης πολιτικής για το κέντρο της Αθήνας δε βοηθά να εξαχθούν συμπεράσματα. Η πραγματικότητα του κέντρου, που την ίδια ώρα που εξαγγέλλεται η πεζοδρόμηση εκτινάσσεται η μαύρη οικονομία, είναι εξέχουσα αντιφατική και καταδεικνύει τον πειραματισμό που ενέχει η κυρίαρχη πολιτική.

### **αντί επιλόγου**

Όσο πλησιάζει το σούρουπο, η Πανεπιστημίου ερημώνει, τα πεζοδρόμια αδειάζουν. Οι λιγοστοί περιπατητές της νύχτας υπολείμματα ανθρώπινου σώματος ταλαιπωρημένοι και αγριεμένοι από την πιθανή τους συνάντηση με κάποιον αστακό του νόμου. Τα αυτοκίνητα σπάνε την ησυχία και όσο βραδιάζει η σπανιότητα τους κάνει πιο αισθητή την ύπαρξη τους. Ο δρόμος που κάποτε το nightlife της διαφημιζόταν από την Βουγιουκλάκη πάνω σε ένα decarotable να την διασχίζει, σήμερα μοιάζει με τη νύχτα πριν την καταιγίδα. Ήσυχη αυτή, ανήσυχος εσύ. Ξέρεις καλά ότι για κάποιο λόγο αύριο ενώ όλα θα είναι εδώ τίποτα δεν θα μοιάζει με το χθες. Rethink, ξανασκέφτεσαι και



ελπίζεις ότι υπάρχει και η πιθανότητα αύριο να είμαστε όλοι μαζί δεμένοι με τα χέρια μας και να ανεβαίνουμε ανάποδα, γιατί απλά δεν υπήρχε άλλο τρόπος να πλησιάσουμε.

Κι όμως, μιλώντας σε ένα μικρό μαγαζάκι, πολύ μικρό, 3Χ1, μέσα σε ένα πλοκάμι του λαβύρινθου της, κατάλαβα ότι οι ελπίδες μου του ήταν ξένες, γιατί για άλλους το αύριο είναι αύριο και για άλλους το αύριο μια αιωνιότητα. Κι όμως, δεν τολμάς να πεις ότι είναι λίγος, απελπισμένος είναι.

## βιβλιογραφικές αναφορές

### ελληνική βιβλιογραφία

Βαΐου, Ντ., 2010, «Οι κάτοικοι, τα προβλήματα και η εικονογραφία του κέντρου», Αθήνα: ΕΜΠ

Εμμανουήλ Δ., 2006, «Ο ρόλος των αλλοδαπών», κεφ. 3 Κοινωνικός Διαχωρισμός, Πόλωση και Ανισότητες στην Γεωγραφία της Αθήνας: Ο ρόλος των Μηχανισμών της Αγοράς Κατοικίας και Οικιστικής Ανάπτυξης (1900-2000), τ. Μαλούτας Θ., Εμμανουήλ Δ., Παντελίδου-Μαλούτα Μ., Αθήνα, Κοινωνικές δομές, πρακτικές και αντιλήψεις: νέες παράμετροι και τάσεις μεταβολής 1980-2000, Αθήνα: ΕΚΚΕ

Hall, T., 2005, «Αστική γεωγραφία», Αθήνα: Κριτική

Harvey, D., 2011, «Το δικαίωμα στην πόλη», το Κομπρεσέρ, τ. 3, σελ. 7-22

Καρλαύτης, Μ., κ.α., 2010, «Διερεύνηση της δυνατότητας αποκλειστικής χρήσης της Πανεπιστημίου από δημόσιες συγκοινωνίες», Αθήνα: ΕΜΠ

Μαντουβάλου, Μ., 1996, «Κέντρο πόλης, κοινωνική ανισότητα και πολιτισμική ετερότητα», Τμήματά της δημοσιεύτηκαν στο περιοδικό «Μανδραγόρας», τεύχος 12-13 Μάϊος-Σεπτέμβριος 1996, σελ. 54-55 ή σε Εισήγηση με θέμα: «Κρίση του Κέντρου πόλης;» στο Εθνικό προσυνέδριο που οργάνωσε ο Δήμος Αθηναίων «Προς τη Νέα Χάρτα της Αθήνας; Από την «οργανική πόλη» στην πόλη των πολιτών». Μάϊος 1996.

Μαντουβάλου, Μ., 2010, «Κρίση του κέντρου της Αθήνας», Παρουσιάστηκε στην Επιστημονική Ημερίδα ΚΕΝΤΡΟ ΚΑΙ ΚΕΝΤΡΙΚΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΙΣΙ – ΑΘΗΝΑ : ΣΥΓΚΡΙΣΕΙΣ, 10/05/2010 Γαλλικό Ινστιτούτο Αθηνών

Μαρξ, Κ., 1979, «Το Κεφάλαιο», Αθήνα: Σύγχρονη Εποχή

Νικολαΐδου, Σ., 1993, «Κοινωνική οργάνωση του αστικού χώρου», Αθήνα: Παπαζήση

Παγώνης, Θ., 2010, «Ο φυσικός σχεδιασμός ως μέσο για την προβολή της πόλης: Η νέα φανταστική εικόνα της Αθήνας», Αθήνα: ΕΜΠ

Παναγιωτάτου, Ε., 1988, «Συμβολή σε μια ενιαία θεώρηση του χώρου και σε μια άλλη σχεδιαστική πρακτική», Αθήνα: ΕΜΠ

Σαρηγιάννης, Γ., 2000, «Αθήνα 1830 - 2000: Εξέλιξη – πολεοδομία - μεταφορές», Αθήνα: Συμμετρία

Ερευνητικό ΕΜΠ, Τουρνικιώτης, Π., κ.α., 2011, «Μεταλλασσόμενοι χαρακτήρες και πολιτικές στα κέντρα πόλης Αθήνας και Πειραιά», Αθήνα: ΥΠΕΚΑ\_ΕΜΠ

Ερευνητικό ΕΜΠ, Καρλαύτης, Μ., 2011, « Διερεύνηση της πρότασης αποκλειστικής χρήσης της λεωφόρου Πανεπιστημίου από δημόσιες συγκοινωνίες», Αθήνα: ΥΠΕΚΑ

### ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Gans, H., 1962, «The urban villagers: group and class in the life of Italian-Americans», USA: The free press of Glencoe, σελ. 336-350

## άρθρα

Γεωργιάς, Β., «Εμπορικά φαντάσματα», *Ελευθεροτυπία*, 9/9/2011

Γιάννου-Σιγαλά Η., «Στις στοές της Αθήνας», *Έθνος*

Μπασκόζο, Ι., «Λάθος η πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου», *Βήμα*, 19/6/2011

Peter, T., «Αντιμέτωποι με την κρίση: ο Γκράμσι και η πολιτική της ηγεμονίας σήμερα», Εκτός Γραμμής - [www.ektosgrammis.gr](http://www.ektosgrammis.gr), 05/06/12

Σιατίτσα, Δ., «Ένα όραμα για την Αθήνα: η περίπτωση της πεζοδρόμησης της Πανεπιστημίου», *Αυγή*, 22/5/2011

Σταθάκης, Γ, Χατζημιχάλης, Κ., 2004, «Αθήνα διεθνής πόλη: από την επιθυμία των ολίγων στην πραγματικότητα των πολλών», *Γεωγραφίες*, 7, σελ. 26-47

Χαϊνή Α., «Τέσσερα έργα δίνουν οξυγόνο στην Αθήνα», *Real News*, 13/2/2012

Χατζημιχάλης, Κ., «Η πεζοδρόμηση της Πανεπιστημίου και άλλες πολεοδομικές φαντασιώσεις για το κέντρο της πόλης», *Αυγή*, 15/05/2011, σελ. 27

## δελτία τύπου

03-04-2012:Ομιλία Υφυπουργού Προστασίας του Πολίτη Ελευθέριου Οικονόμου σε εκδήλωση του Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών με θέμα: *Εμπόριο και τοπική ανάπτυξη*, ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΗ, πηγή:  
[http://www.minocp.gov.gr/index.php?option=ozo\\_content&perform=view&id=4199&Itemid=540&lang=](http://www.minocp.gov.gr/index.php?option=ozo_content&perform=view&id=4199&Itemid=540&lang=)

## πηγές από το διαδίκτυο

Μπενγιαμιν, Β., 1939, «Παρίσι, πρωτεύουσα του 19ου αιώνα», πηγή:  
[www.disobey.net/hotel\\_des\\_entragers/ksi4.pdf](http://www.disobey.net/hotel_des_entragers/ksi4.pdf)

Οικονόμου, Ε., 2012, «*Εμπόριο και τοπική ανάπτυξη*», πηγή: [www.minocp.gov.gr](http://www.minocp.gov.gr)

ΥΠΕΚΑ, «ΗΠΙΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, *Στρατηγική για την Αστική Κινητικότητα*», πηγή : <http://www.ypeka.gr/Default.aspx?tabid=394>

Υπουργικό Συμβούλιο, 2011, «*Σχέδιο δράσης για το κέντρο της Αθήνας*», πηγή:  
<http://government.gov.gr/2011/05/17/13612/>

ΥΠΕΚΑ, ΟΡΣΑ, «*Αθήνα μεσογειακή πρωτεύουσα, Στρατηγικές και προτεραιότητες του Ρυθμιστικού Σχεδίου Αθήνας-Αττικής 2021*», πηγή:  
<http://www.organismosathinas.gr/userfiles/file/%CE%A1%CE%A3%CE%91%202021/athens%20RSA%202021%20.pdf>

