



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΑΓΡΟΝΟΜΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΓΡΑΦΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ

ΤΟΜΕΑΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

Τίτλος διπλωματικής εργασίας: Η διάχυτη πόλη. Η συμβολή των  
μεγάλων έργων μεταφορών στην αστική εξάπλωση

Εκπόνηση: Ηλέκτρα Μπαρούνη

Επίβλεψη: Ίων Σαγιάς

Αθήνα, Ιούλιος 2011

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	3
Abstract.....	4
Κεφάλαιο 1: Διάχυτη πόλη και δραστηριότητες του τριτογενούς τομέα	
1.1 Διάχυτη πόλη. Ορισμός και ιστορική εξέλιξη.....	5
1.2 Παράγοντες που συντέιναν στη δημιουργία και εξέλιξη της διάχυτης πόλης...10	
1.3 Προβλήματα από τη διάχυση της αστικοποίησης.....	11
1.4 Αποκέντρωση του τριτογενούς τομέα, οι τάσεις εξέλιξης και ανάπτυξης του εμπορίου.....	14
1.5 Παράγοντες που επηρεάζουν τη χωροθέτηση χρήσεων τριτογενούς τομέα (και ιδιαίτερα του εμπορίου) εκτός κέντρων πόλεων.....	16
Κεφάλαιο 2: Φάσεις ανάπτυξης και χωροθέτησης των εμπορικών κέντρων, η σχέση τους με τα δίκτυα μεταφορών και πως ο συνδυασμός τους συμβάλλει στην αστική εξάπλωση	
2.1 Φάσεις ανάπτυξης και χωροθέτησης των εμπορικών κέντρων στις ΗΠΑ.....	21
2.2 Εμπορικά κέντρα στο Ηνωμένο Βασίλειο.....	32
2.3 Χαρακτηριστικά της περιοχής εγκατάστασης των εμπορικών κέντρων.....	34
2.4 Εμπορικά κέντρα και δίκτυα μεταφορών.....	39
2.5 Ζώνη επιρροής εμπορικών κέντρων.....	41
2.6 Συγκοινωνιακές απαιτήσεις εμπορικών κέντρων.....	43
Κεφάλαιο 3: Εμπορικά κέντρα και δίκτυα μεταφορών στην ελληνική πραγματικότητα. Η περίπτωση των Μεσογείων	
3.1 Εμπορικά κέντρα στην Ελλάδα, ιστορική καταγραφή.....	45
3.2 Νέες υποδομές στα Μεσόγεια και υφιστάμενη κατάσταση.....	50
3.3 Προβλήματα και παράγωγα αποτελέσματα της αστικής εξάπλωσης στα Μεσόγεια.....	55
3.4 Η σχετική νομοθεσία για την πολεοδομική ανάπτυξη των Μεσογείων.....	65
3.5 Στατιστικοί δείκτες στην περιοχή μελέτης που αναδεικνύουν τις δημογραφικές αλλαγές και την επικράτηση του τριτογενούς τομέα.....	70
3.6 Αποτίμηση της κατάστασης και εντοπισμός προβλημάτων στην περιοχή μελέτης.....	83

## Κεφάλαιο 4: Συμπεράσματα

4.1 Κυκλική σχέση χρήσεων γης και δικτύων μεταφοράς.....	88
4.2 Ερωτήματα για περαιτέρω έρευνα.....	93
Βιβλιογραφία.....	97

## Περίληψη

Η αστική εξάπλωση σε περιαστικές ζώνες δεν είναι νέο φαινόμενο. Η ένταση όμως με την οποία πραγματοποιείται τα τελευταία χρόνια, καθώς και οι διαστάσεις που έχει λάβει, το έχουν ανάγει σε νέο φαινόμενο υπό την ονομασία «διάχυτη πόλη» καθιστούν αναγκαία τη διερεύνηση του. Η αποκέντρωση του τριτογενούς τομέα και η εξέλιξη ειδικότερα του εμπορίου, τα τελευταία χρόνια, σε συνδυασμό τα δίκτυα μεταφορών και κυρίως με τα μεγάλα έργα μεταφορών, έχουν κάνει όχι μόνο δυνατή αλλά και οικονομικά συμφέρουσα στους επενδυτές, την περαιτέρω κατάληψη περιαστικής γης από τριτογενείς δραστηριότητες. Το αποτέλεσμα είναι η άναρχη και διάσπαρτη ανάπτυξη περιαστικών περιοχών, συχνά χωρίς σχεδιασμό, η οποία οδηγεί δε διάφορα προβλήματα και αδιέξοδες καταστάσεις, τόσο κοινωνικής και οικονομικής φύσης, όσο και αισθητικής και περιβαλλοντικής. Στην ελληνική επικράτεια, ενώ αυτή η τάση εξέλιξης των περιαστικών περιοχών άργησε να κάνει αισθητή την παρουσία της, πλέον αποτελεί μια πραγματικότητα η οποία συνεχώς κερδίζει έδαφος και έχει ιδιαίτερα δυναμική παρουσία στην περιοχή των Μεσογείων Αττικής, χάρη στα μεγάλα έργα μεταφοράς που συγκεντρώνει η περιοχή.

## Abstract

Urban sprawl in suburban areas is not a new phenomenon. The intensity, however, and the dimensions it has taken lately, gave new characteristics to this phenomenon, now called "dispersed city", and makes it necessary to further investigate it. The decentralization of the tertiary sector, and the development of trade in particular, in recent years, combined with transport networks and especially with major transport projects, have made the further occupation of land by suburban tertiary activities not only possible but also economically attractive to investors. The result is unregulated and sparse development of suburban areas, often without planning, leading to various problems, both social and economic, as aesthetic and environmental. In Greece, although this trend in evolution of suburban areas has not been present for long, is already a reality which is constantly gaining ground and has a very strong presence in the region of Mesogeia (Attica), by means of major transport projects which are gathered in the region.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Διάχυτη πόλη και δραστηριότητες του τριτογενούς τομέα

## 1.1 Διάχυτη πόλη. Ορισμός και ιστορική εξέλιξη

Ο ορισμός της έννοιας της πόλης, εξελίσσεται παράλληλα με την ίδια την πόλη, ώστε να εκφράζει ακριβώς, όχι μόνο το τεχνικό και τεχνητό κομμάτι της αλλά και τα κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά της και τις σχέσεις που αναπτύσσονται μέσα σε αυτή.

Σύμφωνα με περιγραφή της Λεοντίδου (1989) οι πολεοδομικοί σχηματισμοί είναι «συγκεκριμένες συναρθρώσεις οικονομικών, πολιτικών, υλικών και κοινωνικών δυνάμεων συγκεντρωμένων στα αστικά συγκροτήματα, που παραλλάζουν με την ιστορική συγκυρία, την οικονομικά ανάπτυξη, την κοινωνική συγκρότηση, και μετασχηματίζονται στην ιστορική πορεία».

Η περιγραφή αυτή, σε συνδυασμό με την παρατήρηση του M. Bookchin (1996) στο βιβλίο του «Τα όρια της πόλης» πως η μητρόπολη, για πρώτη φορά στην ιστορία των πόλεων, ξεπέρασε τα φυσικά της όρια και οδήγησε τον ανταγωνισμό πόλης – υπαίθρου σε εκρηκτικό σημείο, κάνει σαφές ότι η διάχυτη πόλη γεννήθηκε για να εκφράσει ανάγκες και σχέσεις που δε βρήκαν τον απαιτούμενο χώρο μέσα στον αστικό ιστό.

Η διάχυτη πόλη είναι έκφραση/όψη της εποχής της, στο βαθμό που μπορούμε να ερμηνεύσουμε τις οικονομικές, πολιτικές, υλικές και κοινωνικές δυνάμεις που την έκαναν αναγκαιότητα, την εξέλιξαν και εξακολουθούν να δρουν προς όφελος της, και το πώς αυτές οι δυνάμεις αλληλεπιδρούν και αλλάζουν στο χρόνο.

Η δομή της, εκτός από τη διαδοχική εξέλιξη των χρήσεων γης, διαμορφώνεται και από την επέκταση της πόλης στον περιαστικό χώρο, η οποία υπαγορεύεται από την αύξηση του αστικού πληθυσμού αλλά και από το απόθεμα εκτάσεων που προσφέρει ο εξωαστικός χώρος.

Η επέκταση αυτή αρχικά (κατά κανόνα) ακολουθεί κατά μήκος σημαντικές αρτηρίες του οδικού δικτύου στοχεύοντας στην εύκολη προσβασιμότητα που κερδίζουν. Οι

χρήσεις εμπορίου και υπηρεσιών που εγκαθίστανται εκεί αρχίζουν να εξελίσσονται σε νέα, δευτερεύοντα (ως προς το κέντρο της πόλης) κέντρα, τα οποία με τη σειρά τους ελκύουν νέες επενδύσεις. Δημιουργούν μια ζώνη επιρροής έκαστο, η οποία έχει πλεονεκτήματα τόσο πρόσβασης όσο και ποικιλίας δραστηριοτήτων.



Εικόνα 1 Ο αυτοκινητόδρομος ως διάδρομος, γραμμική ανάπτυξη κατά μήκος σημαντικών αρτηριών  
Πηγή: *City edge: Case Studies in Contemporary Urbanism*, edited by Esther Charlesworth, 2005

Έτσι η πόλη εξαπλώνεται στην περιφέρειά της, μετατρέποντας την αγροτική γη σε αστική και αλλάζοντας τη σχέση κέντρου – περιφέρειας. Στο ξεκίνημα αυτής της αλλαγής είχαμε την επέκταση κατά μήκος των οδικών αξόνων, στη συνέχεια τα δευτερεύοντα κέντρα εμπορίου, αναψυχής και υπηρεσιών, τα οποία ενώνονται κάτω από τη γενικότερη υβριδική εμφάνιση της πολυκεντρικής πόλης. Αυτά τα

δευτερεύοντα κέντρα μετατρέπονται σε περιαστικούς οικισμούς οι οποίοι είτε ενσωματώνονται στην πόλη, συνήθως όταν βρίσκονται εγγύτερα στις παρυφές της πόλης, είτε σχηματίζουν σε συνδυασμούς ανεξάρτητες κεντρικότητες, ανταγωνιστικές προς την πόλη από την οποία προήλθαν.

Ουσιαστικά, πλέον, η εξάπλωση της πόλης πραγματοποιείται με βάση τα δίκτυα μεταφορών, τηλεπικοινωνίας και πληροφόρησης και όχι με βάση τη μέχρι τώρα ανάπτυξη με τη μορφή συνεχώς διευρυμένων κύκλων γύρω από το ιστορικό κέντρο (Γιάννης Αίσωπος, *Η διάχυτη πόλη*). Δεν υπάρχει πια το διοικητικό κέντρο γύρω από το οποίο κινούνταν οι σημαντικότεροι και ισχυρότεροι οικονομικοί, κοινωνικοί και επιχειρηματικοί φορείς. Ακόμα, η ιεραρχία των οικισμών και η σχέση τους με τον αστικό ιστό, δεν είναι πια συνάρτηση της απόστασής τους από την πόλη. Πλέον, οι αγροτικές εξωαστικές περιοχές μετασχηματίζονται σε περιοχές τριτογενών δραστηριοτήτων και αυξάνει η επαφή και η σύνδεσή τους με την πόλη.

Ο ρόλος των εξωαστικών κέντρων ολοένα και ενδυναμώνεται και αποτελούν σιγά-σιγά τους πυρήνες για μια νέα αστική δομή και ζωή. Όπως άλλωστε διαπιστώνουν οι περισσότεροι μελετητές (*Mumford, 1989, Bruegmann, 2005, Blumenfeld, 1979*) η ένταξη αστικών λειτουργιών στην ύπαιθρο και τα προάστια, αίρει σε μεγάλο βαθμό τις μεταξύ τους - παλαιότερα έντονες - λειτουργικές διαφορές. (*Δημόπουλος, 2006*). Με όλες αυτές τις αλλαγές που συντελούνται, είναι απαραίτητο να επαναπροσδιορισθεί η έννοια της αστικότητας και της περιφέρειας της πόλης.

Τα προάστια υπήρχαν σχεδόν σε κάθε εποχή, ως μια ενδιάμεση ζώνη μεταξύ του συμπαγούς αστικού ιστού και της υπαίθρου. Στην αυτοκρατορική Ρώμη, οι εκτός πόλης βίλες των πατρικίων, οι *villae suburbanae* (*Mumford, 1989*), συνυπήρχαν με τα προάστια των ανθρώπων που δεν άντεχαν το οικονομικό κόστος του να κατοικήσουν εντός των τειχών (*Bruegmann, 2005*), ο Κικέρωνας τον 1<sup>ο</sup> αιώνα π.Χ. αναφέρεται στα *suburbani* – μεγάλες εκτάσεις γης έξω από τη Ρώμη, ενώ ο Mumford (1989) θεωρεί ακόμα και τα μοναστήρια του Μεσαίωνα ως μια ιδιαίτερη μορφή προαστίων. Στην Ευρώπη, η διάκριση μεταξύ πόλης και περιφέρειας παρέμεινε ξεκάθαρη κατά το Μεσαίωνα και την Αναγέννηση, όπου για να υποδεχτούν τα μεγάλα κύματα νέων κατοίκων, τα τείχη επεκτείνονταν, ή όπως στο Λονδίνο, πυκνοκατοικημένοι οικισμοί και χωριά γύρω από την πόλη, στο τέλος



έγιναν κομμάτι της. Αυτά τα απομεινάρια των τειχών μας αποκαλύπτουν τις διάφορες φάσεις εξέλιξης των δυτικοευρωπαϊκών πόλεων. Έξω από αυτά βρίσκονταν τα *fauxbourg*, τα εξαθλιωμένα προάστια. Στην Αγγλία, οι εύρωστες οικονομικά τάξεις, οι οποίες διατηρούσαν εξοχικές κατοικίες – επαύλεις έξω από το Λονδίνο, σταδιακά μετέφεραν την κύρια κατοικία τους εκεί, και η μεσαία τάξη ακολούθησε το παράδειγμα. Ήδη από το 16<sup>ο</sup> και 17<sup>ο</sup> αιώνα, η συγκέντρωση αποθηκών, μονάδων παραγωγής και φτωχών στρωμάτων στα ανατολικά του Λονδίνου προάστια ήταν εντυπωσιακή. Στα μέσα του 19<sup>ου</sup> αιώνα, η κατανομή του πληθυσμού στο μητροπολιτικό Λονδίνο και Μάντσεστερ επιβεβαίωσε την προτίμηση στην προαστιακή ζωή. Η εσωτερική μετανάστευση από την κεντρική πόλη προς τα προάστια ευνοήθηκε από μια σειρά τεχνολογικών επιτευγμάτων στις μεταφορές κατά τον 19<sup>ο</sup> αιώνα και κατά πολύ τον 20<sup>ο</sup> αιώνα. Τα ατμοκίνητα πλοία, οι ιππήλατες άμαξες, οι σιδηρόδρομοι, τα ηλεκτροκίνητα τρόλεϊ, όλα αυτά επέτρεψαν την κάλυψη αποστάσεων απαγορευτικών και ασύμφορων παλιότερα. Η εξέλιξη και προσαύξηση των πόλεων γινόταν με δακτυλίους, με κέντρο το κέντρο της πόλης. Στο πρώτο επίπεδο ήταν το κέντρο με τις διοικητικές, οικονομικές, εμπορικές, πολιτικές και κοινωνικές δυνάμεις και φορείς, ακολουθούσαν τυχόν προσαυξήσεις και διευρύνσεις του κέντρου, μετά τα προάστια και ακόμα πιο απομακρυσμένα, η περιφέρεια η οποία συγκέντρωνε αγροτικές και βιομηχανικές χρήσεις γης.

Η μαζική παραγωγή του αυτοκινήτου έδωσε νέες διαστάσεις στην προαστιοποίηση των πρώτων δεκαετιών του 20<sup>ου</sup> αιώνα, επιτρέποντας όλο και μεγαλύτερες αποστάσεις. Το αυτοκίνητο εξάλειψε όλους τους περιορισμούς στις μετακινήσεις, επεκτείνοντας την πόλη κατά μήκος των οδικών αξόνων και δημιουργώντας πυκνώσεις με κριτήρια οικονομικά. Αυτές οι πυκνώσεις ενοποιούνται μεταξύ τους σε κάτι καινούριο, και από δίκτυο οικισμών/εμπορικών πόλων μεταλλάσσονται σε κάτι πιο ευρύ, τη διάχυτη πόλη.

Στη διάχυτη πόλη δηλαδή, οι προαστιακές κατοικίες συνυπάρχουν με εμπορικά κέντρα, μεγάλης κλίμακας κέντρα αναψυχής, βιομηχανικά πάρκα, εξειδικευμένες αγορές όπως υλικά οικοδομής, αποθήκες, μάντρες. Η βέλτιστη θέση εγκατάστασης όλων αυτών είναι κατά μήκος των οδικών αξόνων και σε μεγάλους κόμβους και

ανάμεσά τους βρίσκονται διασκορπισμένες οι κατοικίες χωρίς σχεδιασμό στη χωροθέτησή τους και συνήθως σχηματίζουν τοπικά πιο πυκνοκατοικημένα σημεία. Αυτή η αλλαγή στο αστικό τοπίο όλο και ενισχύεται από το αυτοκίνητο το οποίο επιμηκύνει το χώρο δράσης του χρήστη.

Γενικά υπάρχει η τάση η διάχυτη αστικότητα να αντιμετωπίζεται ως το αντίθετο της συμπαγούς πόλης. Έτσι, όποια αστική εμφάνιση έχει τα αντίθετα χαρακτηριστικά από αυτά της συμπαγούς πόλης χαρακτηρίζεται διάχυτη αστικότητα, με κίνδυνο γενίκευσης.

Για να ορίσουμε την έννοια της διάχυτης αστικότητας πρέπει να λάβουμε υπόψη τέσσερις παραμέτρους: την αστική μορφή, τις χρήσεις γης, την πυκνότητα και τις σχέσεις μεταξύ των επιμέρους μερών της (*Chin 2002, όπως αναφέρεται σε Δημόπουλος, 2006*).

Ένας ορισμός της “διάχυτης πόλης” και της “διάχυτης αστικότητας” προκύπτει από το συνδυασμό των παραπάνω παραμέτρων. Η διάχυτη πόλη θα μπορούσε να οριστεί ως μια περιοχή με προαστιακή γιγάντωση, διασκορπισμένη ανάπτυξη, χαμηλής πυκνότητας δομημένο περιβάλλον όταν πρόκειται για κατοικία, μεγάλα πολυκαταστήματα, χώρους γραφείων, αποθήκες και μάντρες (και γενικά επιχειρήσεις εξειδικευμένου ενδιαφέροντος που είτε λόγω έλλειψης χώρου, είτε λόγω οχλήσεων που προκαλούν, αναγκάζονται να εγκατασταθούν στην περιφέρεια και όχι μέσα στην πόλη) και βιομηχανικά πάρκα. Θα μπορούσε να προστεθεί και ως γνώρισμά της, η ασυνέχεια του αστικού ιστού, με κοντινές χρήσεις γης να είναι απροσπέλαστες η μία από την άλλη, και η ανυπαρξία λειτουργικών κοινόχρηστων χώρων, καθώς και η απόλυτη εξάρτησή της από το αυτοκίνητο (για τους κατοίκους και τους επισκέπτες) ή ένα πολύ καλό δίκτυο μέσων μαζικής μεταφοράς (για τους επισκέπτες ως επί τω πλείστο).

Σύμφωνα με τους Duany, Plater – Zyberk και Speck (2001), τα πέντε στοιχεία που χαρακτηρίζουν τη διάχυτη αστικότητα είναι περιοχές κατοικίας, εμπορικά κέντρα, πάρκα γραφείων ή γενικά επιχειρήσεων, αυτοκινητόδρομοι, δημόσια κτίρια είτε είναι οργανωμένη κατοικία, είτε εκκλησίες, είτε δημαρχεία ή σχολεία. (*Δημόπουλος, 2006*). Γενικά πρόκειται για ένα υβριδικό τοπίο, το οποίο η Λεοντίδου

διαχωρίζει από τα προάστια χαρακτηρίζοντας το ως αλλαγή των χρήσεων γης από αγροτική (είτε είναι καλλιέργειες, είτε δάση, είτε αιγιαλός και παραλία) σε αστική (βιομηχανική ή κατοικίας), σε αντίθεση με τα προάστια, τα οποία αναφέρονται σε μετακινήσεις πληθυσμού, και την πύκνωση περιοχών που είναι ήδη αστικές, και βρίσκονται πιο κοντά στην πόλη από ότι οι περιοχές διάχυτης αστικότητας.

Ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Περιβάλλοντος, ο οποίος είναι το επίσημο όργανο της Ευρωπαϊκής Ένωσης για παρακολούθηση του περιβάλλοντος της Ευρώπης, δίνει τον εξής ορισμό για την αστική διάχυση: «Η χαμηλής πυκνότητας επέκταση μεγάλων αστικών περιοχών, υπό τις συνθήκες της αγοράς, στις αγροτικές περιοχές που την περιβάλλουν. Η διάχυση προηγείται της αστικής ανάπτυξης, και προϋποθέτει ελάχιστο έλεγχο στα σχέδια της υποδιαίρεσης της γης. Η ανάπτυξη είναι ανομοιογενής και διάσπαρτη, και έχει την τάση να παρουσιάζει ασυνέχειες, διότι προσπερνά κάποιες περιοχές αφήνοντας αγροτικούς θύλακες» [[http://glossary.eea.europa.eu/terminology/concept\\_html?term=urban%20sprawl](http://glossary.eea.europa.eu/terminology/concept_html?term=urban%20sprawl)].

## 1.2 Παράγοντες που συντέιναν στη δημιουργία και εξέλιξη της διάχυτης πόλης

Το φαινόμενο της διάχυτης πόλης, σε συνδυασμό με την εμφάνιση των μεγάλων εμπορικών κέντρων σε εξωαστικές περιοχές αποτελούν δύο αλληλένδετες, αλληλοεξαρτούμενες πραγματικότητες οι οποίες γεννήθηκαν από την αναδιάρθρωση του εμπορίου και την ανάπτυξη των μεταφορών και δρώντας επικουρικά η μία στην άλλη έχουν δημιουργήσει αυτά τα νέα υβριδικά τοπία τα οποία δεν είναι ούτε πόλεις, ούτε εξοχή αλλά έχουν μια υβριδική υπόσταση με κύρια χαρακτηριστικά τις αραιοχτισμένες κατοικίες, τους μεγάλους οδικούς άξονες, μεσαίας και μεγάλης κλίμακας εμπορικά καταστήματα, σκόρπιες πράσινες νησίδες, κόμβους μετεπιβίβασης και σύνδεσης, και όλα αυτά με την ψευδαίσθηση του δημόσιου χώρου που μπορούν να απολαύσουν όλοι.

Οι διαδικασίες που προετοιμάζουν το έδαφος (κυριολεκτικά και μεταφορικά), ώστε να δεχτεί αυτή τη νέα πραγματικότητα ως φυσική εξέλιξη, αφορούν στην τεχνολογική πρόοδο στους τομείς των μεταφορών και της πληροφορικής (Γιάννης

Αίσωπος, Η διάχυτη πόλη) και στην εξάπλωση και εδραίωση σε παγκόσμια κλίμακα των ισχυρών οικονομικών φορέων που τείνουν να αντικαταστήσουν τον εκάστοτε κρατικό σχεδιασμό και αποκλείουν οποιοδήποτε έλεγχο από μέρους των κρατών στα οποία εμφανίζονται και δρουν.

### 1.3 Προβλήματα από τη διάχυση της αστικοποίησης

Μια πρώτη συνέπεια των αλλαγών αυτών, η οποία μάλιστα εντοπίζεται με απλή παρατήρηση, είναι η απουσία χαρακτήρα σε αυτές τις περιοχές. Δεν αποτελούν αστικές περιοχές, ούτε όμως αγροτικές. Δεν είναι ούτε κέντρο ούτε περιφέρεια. Τα κτίσματα, τόσο αρχιτεκτονικά, όσο πολεοδομικά δεν είναι αρμονικά μεταξύ τους, δε συνυπάρχουν, απλά «βρέθηκαν» στη ίδια περιοχή. Το ίδιο ισχύει και για τους κατοίκους και τους επισκέπτες τους. Δεν έχουν κοινά σημεία αναφοράς, δεν αποτελούν και δε νιώθουν συλλογικότητα.

Μια δεύτερη εμφανής συνέπεια είναι η καταστρατήγηση του δημόσιου χώρου είτε από το εντατικό κτίσιμο, είτε από την απομόνωση του (πράσινες νησίδες μεταξύ ανισόπεδων κόμβων οι οποίες είναι απροσπέλαστες από τον πεζό, πράσινες εκτάσεις παρόδιες οδών ταχείας κυκλοφορίας οι οποίες δεν μπορούν να προσεγγιστούν). Έτσι, ενώ βλέπουμε το δημόσιο χώρο δεν μπορούμε να τον οικειοποιηθούμε, παρά μόνο αν χτιστεί και μας επιτραπεί η πρόσβαση σε αυτόν, πάντα με άλλους όρους από τους φυσιολογικούς, δηλαδή με όρους εμπορικούς-πελατειακούς (είτε ως πελάτες των εμπορικών κέντρων, είτε ως αγοραστές κατοικιών). Και αυτό πάλι δε λειτουργεί με τον ίδιο τρόπο σε όλες τις κοινωνικές ομάδες αλλά ευνοεί τις οικονομικά πιο εύρωστες τάξεις.

Ένα χαρακτηριστικό ακόμα των περιοχών αυτών είναι η πλήρης εξάρτηση που έχουν από το αυτοκίνητο. Σίγουρα προσεγγίζονται από δίκτυα των μέσων μαζικής μεταφοράς αλλά ειδικά για τον κάτοικο η κατοχή αυτοκινήτου είναι απαραίτητη, προκειμένου να προσεγγίσει απομακρυσμένες περιοχές, ή το κέντρο της πόλης της οποίας αποτελεί την ευρύτερη περιφέρεια. Και αυτό συμβαίνει για δύο λόγους. Ο πρώτος είναι ότι οι αποστάσεις είναι μεγάλες, καθώς η διάχυτη πόλη είναι αραιοχτισμένη και δίχως σχεδιασμό και πρόνοια, οπότε οι καθημερινές ανάγκες για

μετακίνηση δεν εξυπηρετούνται σε επίπεδο γειτονιάς(σχολείο, σούπερ μάρκετ, εργασία, διασκέδαση). Ο δεύτερος λόγος είναι ακριβώς επειδή δεν υπάρχει η «γειτονιά», δεν υπάρχει και το αίσθημα του ανήκειν σε κάποιο κοινωνικό σύνολο, με αποτέλεσμα οι κάτοικοι αλλά και οι επισκέπτες να νιώθουν ανασφάλεια όταν κυκλοφορούν μόνοι, γεγονός το οποίο εντείνεται από τις αραιοχτισμένες εκτάσεις οι οποίες μάλιστα δε θυμίζουν τίποτα, ο κόσμος δεν έχει δεθεί μαζί τους, δεν έχει μνήμες.

Η ανάπτυξη των μεταφορών, πρώτον, αποτέλεσε αναγκαία συνθήκη για να υπάρξει αυτό που αποκαλούμε διάχυτη πόλη και δεύτερον, η εύκολη προσπελασιμότητα και προσέγγιση των νέων αυτών «ψευδο-αστικών» περιοχών προσελκύει και χρήσεις γης οι οποίες θα ήταν αδιανόητες αλλιώς και οι οποίες με τη σειρά τους δημιουργούν νέες ανάγκες για μεταφορές και αστική γη.

Αναγκαία συνθήκη: Η αύξηση των ταχυτήτων και των δικτύων μεταφοράς εκτός του ότι μείωσε τους χρόνους μετακίνησης και άρα και την «αντιληπτή» απόσταση, αύξησε παράλληλα και το χώρο στον οποίο κινούνται τα διάφορα μέσα μεταφοράς, επέκτεινε τις σφαίρες επιρροής τους, συνέδεσε περιοχές και τελικά αύξησε και ακόμα αυξάνει τις ανάγκες για αστική γη. Απαιτείται συνεχώς αστική γη είτε για κατασκευή νέων υποδομών, είτε για την προσαύξηση ήδη υπαρχόντων (σταθμοί ΜΜΜ, σιδηροδρομικές γραμμές, κίνηση και στάθμευση ιδιωτικών οχημάτων, αεροδρόμια). Χωρίς δηλαδή ένα σχετικά ανεπτυγμένο και άνετο σύστημα μεταφορών –είτε για χρήση από Ι.Χ. (οδικό δίκτυο), είτε για δημόσια χρήση (ΜΜΜ από τη σκοπιά της ταχύτητας, ασφάλειας, και του μεγέθους)- μια διάχυτη πόλη θα ήταν αδύνατο να δημιουργηθεί.

Νέες ανάγκες: Καθώς μια περιοχή από εξωαστική και αγροτική αρχίζει να μετατρέπεται σε περιοχή κατοικίας και εμπορίου, οι ανάγκες για μεταφορά αυξάνουν όσο αυξάνονται οι κάτοικοι και οι επισκέπτες. Επίσης, όσο ακόμα η περιοχή είναι σε μεταβατικό (αρχικό) στάδιο η γη είναι άφθονη και σε χαμηλές ακόμα τιμές, οπότε είναι ιδανική για χωροθέτηση μεγάλων εμπορικών κέντρων. Ακόμα, σε τέτοιες περιοχές, εξωαστικές αλλά με πολύ καλή σύνδεση με την μητροπολιτική περιοχή, προτιμάται να χωροθετούνται τα αεροδρόμια τα οποία απαιτούν τεράστιες εκτάσεις και η ηχητική και περιβαλλοντική ρύπανση που

προκαλούν τα κάνουν απαγορευτικά για την καρδιά της πόλης που εξυπηρετούν. Έτσι, καταλαμβάνουν χώρο, τόσο με τις εγκαταστάσεις και τις υποδομές καθαυτές για τη λειτουργία τους, όσο και με τις ανάγκες που έχουν για στάση και στάθμευση Ι.Χ. και σταθμούς ΜΜΜ για μεταφορά από και προς αυτά. Σε αυτά πρέπει να προσθέσουμε ότι λόγω της καλής εξυπηρέτησης τους από ΜΜΜ και οδικό δίκτυο και λόγω της μεγάλης επισκεψιμότητας που έχουν, δημιουργούν έναν εξαιρετικά κερδοφόρο πόλο εμπορικής ανάπτυξης. Διαθέτουν χώρο για χωροθέτηση μεγάλων εμπορικών καταστημάτων αλλά και για την κάλυψη των αναγκών σε στάθμευση, καλύπτονται από τη δημόσια συγκοινωνία και σημαντικούς οδικούς άξονες, οι αξίες γης είναι ακόμα χαμηλές και υπάρχει συνεχώς κόσμος-δυνητικοί πελάτες. Όλες αυτές οι επενδύσεις σε γη, και οι μετακινήσεις που προκαλούν, επιβαρύνουν τα δίκτυα μεταφοράς, των οποίων η ανάπτυξη έδωσε το έναυσμα για τις αλλαγές. Οι χωροθετήσεις δηλαδή, κόμβων μεγάλης υπερτοπικής σημασίας αποτελούν έναυσμα αστικής ανάπτυξης, και εξελίσσονται στη συνέχεια σε νέο πόλο οικονομικής και επιχειρηματικής/εμπορικής ανάπτυξης, αφού γύρω τους πραγματοποιούνται συνέχεια επενδύσεις σε γη.

Τη σχέση μεταξύ της αύξησης της προσφοράς οδικής υποδομής και αστικής διάχυσης επιβεβαίωσε και ο Zahavi (αναφ. στο *Wegener και Furst, 1997:17-18 – από Βλαστός Πολεοδομία vs Μεταφορές*), ο οποίος διατύπωσε τη θεωρία ότι ο χρόνος και το χρήμα που ένα άτομο είναι διατεθειμένο να δαπανήσει για τις μετακινήσεις του είναι σταθερά και συγκεκριμένα, και επομένως το ζητούμενο είναι η αύξηση του αριθμού των δραστηριοτήτων που μπορούν να πραγματοποιηθούν με αυτούς τους προκαθορισμένους πόρους.

Εκτός από το εμπόριο, στη μορφή και την εξέλιξη της διάχυτης πόλης, παίζει ρόλο και η προτίμηση που δείχνουν στον περιαστικό χώρο οι υπόλοιπες τριτογενείς δραστηριότητες – εκπαιδευτήρια, εκθεσιακοί χώροι, γραφεία εταιριών κλπ - όσον αφορά στην εγκατάστασή τους, για τους ίδιους λόγους.

## 1.4 Αποκέντρωση του τριτογενούς τομέα, οι τάσεις εξέλιξης και ανάπτυξης του εμπορίου

Η μεταβολή του χαρακτήρα της εξωαστικής περιοχής, καθώς και το άμορφο άπλωμα της αστικής περιοχής προς τα έξω, σηματοδοτείται από την εγκατάσταση στις εν λόγω περιοχές, δραστηριοτήτων του τριτογενούς τομέα. Ο τομέας αυτός περιλαμβάνει επιχειρήσεις και υπηρεσίες οι οποίες έχουν ως αντικείμενο την παραγωγή και παροχή παντός είδους υπηρεσιών τόσο στο καταναλωτικό κοινό όσο και στις επιχειρήσεις των άλλων δύο τομέων (πρωτογενής και δευτερογενής). Περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν για να φτάσει το τελικό προϊόν στον καταναλωτή. Εδώ ανήκουν το εμπόριο, η εκπαίδευση, οι τραπεζικές συναλλαγές, οι μεταφορές, η διαφήμιση, η ενημέρωση, οι υπηρεσίες υγείας, το ηλεκτρονικό εμπόριο, η διανομή προϊόντων/πρώτων υλών, τα ξενοδοχεία, υπηρεσίες αναψυχής κλπ. Βλέπουμε ότι πρόκειται για έναν ανομοιογενή τομέα, πράγμα το οποίο καθιστά τη μελέτη του ως «ένα» ιδιαίτερη και δύσκολη. Όμως, ο βαθμός ανάπτυξης αυτού του τομέα αποτελεί δείκτη του βαθμού ανάπτυξης της εκάστοτε πόλης, κράτους κλπ.

Η εγκατάσταση μιας οποιαδήποτε λειτουργίας (είτε είναι κατοικία, είτε κατάστημα, είτε σχολείο κλπ) σε μια περιοχή, είναι ένας πόλος που ελκύει και παράγει μετακινήσεις. Όσο πιο ισχυρή και «ανοιχτή» είναι αυτή η λειτουργία τόσο πιο ισχυρός πόλος μετακινήσεων γίνεται. Η μορφή της κατανομής των παραπάνω πόλων στην πολεοδομική επιφάνεια προσδιορίζει και τη μορφή στο χώρο, των μετακινήσεων που αναπτύσσονται ανάμεσά τους (*Αραβαντινός, πολεοδομικός σχεδιασμός*). Προφανώς, οι δραστηριότητες του τριτογενούς τομέα αποτελούν ισχυρούς πόλους μετακινήσεων απευθυνόμενοι τόσο σε αυτούς που εργάζονται σε αυτές, όσο και σε αυτούς που εξυπηρετούνται από αυτές.

Ο τομέας αυτός έχει επιστρατεύσει τα τελευταία χρόνια τις νέες τεχνολογίες της πληροφορικής και της τηλεματικής προς την κατεύθυνση της εδραίωσης νέων μορφών συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων αλλά και μεταξύ επιχειρήσεων και πελατών. Για παράδειγμα, δεν απαιτείται η εγγύτητα μεταξύ των συναλλασσομένων στο εμπόριο (π.χ. ηλεκτρονικό εμπόριο), ούτε η φυσική επαφή

μεταξύ συναλλασσομένων (π.χ. περαίωση τραπεζικών υποχρεώσεων μέσω διαδικτύου) κλπ.

Η επίδραση των νέων τεχνολογιών εκτός από τις νέες μορφές συνεργασίας, προωθεί και τη δυνατότητα εγκατάστασης οπουδήποτε στο χώρο. Δεν είναι πια αναγκαίο οι υπηρεσίες ή το εμπόριο να βρίσκονται στο αστικό κέντρο όπως ήταν αρχικά, όπου το βέλτιστο σημείο χωροθέτησης ήταν το κέντρο της πόλης, το οποίο συγκέντρωνε την πλειονότητα των καταστημάτων λιανικού εμπορίου, σημαντικές υπηρεσίες, και τα καταστήματα που βρίσκονταν εκεί απευθύνονταν όχι μόνο στους κατοίκους της άμεσης γειτονιάς αλλά και στο σύνολο της πόλης.

Πλέον, πολλές επιχειρήσεις επιλέγουν την εγκατάσταση στην περιφέρεια της πόλης, στον περιαστικό χώρο, με κύριο εκπρόσωπο αυτής της τάσης τα εμπορικά κέντρα – mall, τα οποία τείνουν να χαρακτηρίζουν τελικά το περιβάλλον που τα υποδέχεται, αντί να χαρακτηρίζονται από αυτό.

Γενικά, το εμπόριο, επηρεάζεται από την οργάνωση και τη μορφή του αστικού χώρου, καθώς καλείται να καλύψει ανάγκες των ανθρώπων που διαβιούν σε αυτό το χώρο. Αύξηση του πληθυσμού, πιθανόν να σημαίνει αύξηση των ευκαιριών για επέκταση της ζώνης επιρροής των ήδη υπάρχοντων καταστημάτων. Είναι όμως πιθανόν μια αλλαγή να δώσει το έναυσμα για μια νέα μορφή εμπορίου όπως είναι τα εμπορικά πολυκαταστήματα. Με τη σειρά της, αυτή η εξέλιξη και η ανάπτυξη γενικά του εμπορίου, επηρεάζει την αστική μορφή, είτε κάνοντας πιο θελκτική μια περιοχή και προσελκύοντας κατοίκους και επιπλέον επενδυτές, είτε αλλοιώνοντας το τοπίο με τη χωροθέτηση μεγάλης κλίμακας ή ασύμβατων με την περιοχή κτισμάτων, είτε επηρεάζοντας την απόφαση εγκατάστασης υποδομών (οδικό δίκτυο, μέσα σταθερής τροχιάς), είτε επωφελούμενη από τις ήδη υπάρχουσες.



## 1.5 Παράγοντες που επηρεάζουν τη χωροθέτηση χρήσεων τριτογενούς τομέα (και ιδιαίτερα του εμπορίου) εκτός κέντρων πόλεων

Η οργάνωση του αστικού χώρου σε συνδυασμό με την οργάνωση του εμπορίου και των τριτογενών δραστηριοτήτων εν γένει, επηρεάζει την καθημερινότητα και τη ζωή των κατοίκων, ιδιαίτερα στο μέτρο που αυτές συνυπάρχουν με περιοχές κατοικίας. Για το λόγο αυτό κρίνεται σκόπιμο να εξεταστούν οι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την επιλογή χωροθέτησης καθώς και οι μεταξύ τους σχέσεις.

Ο παράγοντας που παίζει πρωταρχικό ρόλο αφορά στην ίδια τη φύση της δραστηριότητας, και είναι το μέγεθος της αγοράς που καλείται να καλύψει η συγκεκριμένη δραστηριότητα, ποιο ποσοστό του πληθυσμού δηλαδή θα πρέπει να μπορεί να εξυπηρετήσει.

Άλλος ένα παράγοντας πρωταρχικής σημασίας εφόσον έχει απαντηθεί το προηγούμενο ερώτημα, είναι η απόσταση που θα πρέπει να καλυφθεί από το χρήστη της δραστηριότητας προκειμένου να εξυπηρετηθεί.

Οπότε, είναι λογικό συμπέρασμα ότι η ιδανική περίπτωση για τη χωροθέτηση μιας τριτογενούς δραστηριότητας, είναι η εύρεση μιας κεντρικής θέσης, η οποία να γειτνιάζει με τις σημαντικότερες πυκνότητες κατοικίας, ώστε να αυξηθεί κατά το δυνατόν το μερίδιο της αγοράς στο οποίο απευθύνεται η δραστηριότητα αλλά και να ελαχιστοποιηθεί η απόσταση ή χρόνος που θα πρέπει να δαπανήσει ο χρήστης, με αποτέλεσμα να γίνει ελκυστική αυτή η θέση σε σχέση με κάποια άλλη.

Στην προσπάθεια να βελτιστοποιηθεί το σύστημα μέγεθος αγοράς – απόσταση, υπεισέρχονται διάφοροι άλλοι παράγοντες, οι οποίοι «αναβαθμίζουν» τους προηγούμενους δύο, και όταν ληφθούν υπ' όψιν οδηγούν σε τοποθεσίες άλλες από τις κεντρικές, και συντελούν στη μετατόπιση του εμπορίου σε περιφερειακές και εξωαστικές περιοχές.

Αυτοί οι παράγοντες είναι το κόστος γης, η διαθεσιμότητα γης, οι αλλαγές στον τρόπο αγοράς, και το μέσο προσέγγισης της εκάστοτε τριτογενούς δραστηριότητας με τα χαρακτηριστικά του.

Το κόστος γης καθώς και η διαθεσιμότητα σε γη είναι δύο παράμετροι οι οποίες δίνουν ένα μεγάλο μειονέκτημα στα - σχεδόν πάντα - υπερκορεσμένα κέντρα των πόλεων. Το κόστος γης είναι αυξημένο σε σχέση με την περιφέρεια, λόγω της κεντρικότητας που προσφέρει η περιοχή. Προσθέτοντας σε αυτό και τη μικρή διαθεσιμότητα σε γη, συγκρίνοντας με τη "νέα" περιαστική ζώνη, το κόστος γης αυξάνει κι άλλο. Έτσι, μερικά καταστήματα, συνήθως σούπερ μάρκετ και μεγάλες αλυσίδες πολυκαταστημάτων, αρχίζουν να αναζητούν περιοχές όπου η διαθεσιμότητα σε γη είναι μεγάλη, και το κόστος της σχετικά χαμηλό.

Η αλλαγή των καταναλωτικών συνθηκών έγκειται στην αλλαγή της συχνότητας με την οποία πραγματοποιούμε αγορές. Έχει εγκαταλειφθεί πλέον η καθημερινή αγορά μικρών ποσοτήτων έναντι της αγοράς μεγάλων ποσοτήτων σε εβδομαδιαία βάση. Το φαινόμενο αυτό, σε συνδυασμό με την αύξηση της απασχόλησης στις γυναίκες, την αύξηση της κινητικότητας στις οικογένειες, τη χρησιμοποίηση καταψυκτών κτλ, οδήγησε και στην αλλαγή του τρόπου, εκτός της συχνότητας, των αγορών. Στο πλαίσιο των σύγχρονων καταναλωτικών προτύπων, τα ψώνια εκτός από υποχρέωση μετατρέπονται πια και σε μια οικογενειακή «αναψυχή» το Σαββατοκύριακο ή τα απογεύματα. (Λαμπριανίδης 2002). Στις αλλαγές των καταναλωτικών προτύπων, πρέπει να προστεθεί και η εμφάνιση και εδραίωση της αυτό-εξυπηρέτησης (self service) στα καταστήματα λιανικού εμπορίου, καθώς και οι μαζικότερες παραγωγές αυτών. Αυτού του είδους η σχέση με το κατάστημα εντείνει το αίσθημα «ψυχαγωγίας» έναντι της πραγματικής ανάγκης για αγορές.

Το μέσο προσέγγισης μπορεί σε αδρές γραμμές να είναι είτε ιδιωτικό όχημα, είτε μέσο μαζικής μεταφοράς, είτε τα πόδια. Κάθε τρόπος έχει τα χαρακτηριστικά του και ανάλογα με την περίπτωση επιλέγεται το καταλληλότερο. Αυτή η παράμετρος, το μέσο, επίσης συντελεί στην προτίμηση που δείχνουν στον περιαστικό χώρο οι τριτογενείς δραστηριότητες και ιδιαίτερα το εμπόριο. Η προσέγγιση του κέντρου, από τους επισκέπτες του και όχι τους κατοίκους του, λόγω του κυκλοφοριακού φόρτου και των περιορισμένων θέσεων στάθμευσης, είναι δύσκολη. Τα MMM αντίθετα προσφέρουν μια πιο γρήγορη διαδρομή χωρίς της έγνοια της οδήγησης. Έχουν όμως το μειονέκτημα ότι δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν για μεταφορά βαρέων ή ογκωδών αντικειμένων και η διαδρομή τους είναι συγκεκριμένη. Στον

εξωαστικό χώρο αντιθέτως, όπου η προσφορά σε γη είναι άφθονη, ο χρήστης μπορεί να βρει θέση στάθμευσης ευκολότερα και το κατάστημα το ίδιο μπορεί να προσφέρει στάθμευση στους πελάτες του.

Σύμφωνα με τους P. Fillion, Tr. Bunting και K. Warriner (1999: 1319), οι παράμετροι που επηρεάζουν τη χωροθέτηση των δραστηριοτήτων και τη διάχυσή τους στον περιαστικό χώρο είναι τρεις:

1. Η χωρική προσβασιμότητα (πρόσβαση στη μητροπολιτική περιοχή ή στον αστικό πυρήνα)
2. Η τοποθεσία (κατοικία και γειτονιά)
3. Η εγγύτητα (ικανότητα για γρήγορη πρόσβαση στην αγορά, την εργασία, τις δραστηριότητες).

Οι παραπάνω τρεις παράγοντες αναλύθηκαν από τους P. Fillion, Tr. Bunting και K. Warriner ως παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν όχι μόνο τη χωροθέτηση δραστηριοτήτων, αλλά και της κατοικίας στη διάχυτη πόλη, σε συνδυασμό και με συμπληρωματικούς παράγοντες (όπως το κοινωνικό status της γειτονιάς, η ησυχία, η αισθητική των κτιρίων κλπ). Εδώ θα αναλυθούν μόνο από τη σκοπιά της χωροθέτησης των τριτογενών δραστηριοτήτων.

Η χωρική προσβασιμότητα έγκειται στην ανάγκη που γεννιέται από τη διάχυση των δραστηριοτήτων, για ικανότητα πρόσβασης αυτών των δραστηριοτήτων από χρήστες προερχόμενους από το σύνολο της μητροπολιτικής περιοχής και όχι μόνο από τους περίοικους. Επιδιώκεται δηλαδή, οι εν λόγω δραστηριότητες να προσελκύουν πελάτες από όλα τα σημεία του αστικού ιστού (υπερτοπική ακτινοβολία), και γι' αυτό το λόγο επιλέγονται θέσεις εύκολα προσβάσιμες είτε από το οδικό δίκτυο, είτε από τα δίκτυα μαζικής μεταφοράς, είτε, στη βέλτιστη περίπτωση για την εκάστοτε δραστηριότητα, από συνδυασμό τους.

Η τοποθεσία, αφορά στην ίδια τη φύση της περιοχής χωροθέτησης, από σκοπιά αρχιτεκτονικής, ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του τοπίου, κοινωνικού προφίλ της περιοχής και λοιπών χαρακτηριστικών που οδηγούν στην προτίμηση μιας περιοχής με κριτήριο την «εμφάνισή» της και τα συναισθήματα που αυτή γεννάει στον επισκέπτη.

Η εγγύτητα, αφορά στην εγγύτητα μεταξύ των διασκορπισμένων τριτογενών δραστηριοτήτων στον περιαστικό χώρο και όσο μεγαλύτερη είναι, τόσο περισσότερο αλληλεπιδρούν αυτές οι δραστηριότητες και υποβοηθούνται οικονομικά. Ο χρήστης δηλαδή, προτιμά να διεκπεραιώσει όσο το δυνατόν περισσότερες υποθέσεις σε έναν τόπο παρά να μετακινείται συνεχώς, και η εγγύτητα του το προσφέρει. Η επιτυχία των mall οφείλεται ακριβώς σε μια τέτοια συγκέντρωση μεγάλου αριθμού καταστημάτων που παρέχουν γρήγορη πρόσβαση σε μεγάλο «πλάτος αγοράς». Επίσης, κάθε καινούρια επένδυση προσβλέπει στο «δανεισμό» πελατών από μια κοντινή της, προϋπάρχουσα.

Ένας παράγοντας, ο οποίος «δένει» μεταξύ τους, τους προηγούμενους τρεις, είναι η ευρεία χρήση του αυτοκινήτου το οποίο επιτρέπει τη μετακίνηση του κάθε χρήστη ξεχωριστά, ανεξάρτητα και άνετα. Σε συνδυασμό με τις κατάλληλες υποδομές σε οδικό δίκτυο, η ιδιωτική μετακίνηση ανάγεται σε πανάκεια. Επιτρέπει την προσέγγιση οποιασδήποτε δραστηριότητας, τη μεταφορά αντικειμένων-αγορών, και δεν έχει περιορισμό στη διαδρομή, ούτε στο χρόνο. Έτσι, ενώ ιστορικά το λιανικό εμπόριο συγκεντρώνονταν στο κέντρο μιας πόλης, με την έλευση του αυτοκινήτου μετακινήθηκε προς την περιφέρεια ακολουθώντας το πρώτο ρεύμα προαστιοποίησης (δεκαετία του '50, Β. Αμερική), κατά μήκος των μεγάλων οδικών αξόνων για να φτάσει σήμερα στις σποραδικές εμφανίσεις στον εξωαστικό χώρο.

Ένας τελευταίος παράγοντας και σχετικά καινούριος είναι οι τεχνολογικές πρόοδοι, καθώς και η γρήγορη αφομοίωση τους από τους χρήστες. Η φυσική επαφή μεταξύ των συναλλασσομένων δεν είναι απαραίτητη, οι εργασίες και η επικοινωνία διεκπεραιώνονται μέσω του διαδικτύου και έτσι η γεωγραφική απόσταση γεφυρώνεται. Αυτή η αποδέσμευση από το χώρο δίνει την ελευθερία στις τριτογενείς δραστηριότητες να εγκατασταθούν οπουδήποτε, χωρίς να απαιτείται κάποια εγγύτητα στις παραδοσιακές κεντρικότητες. Με αυτό τον τρόπο τα κριτήρια για τη χωροθέτηση της δραστηριότητας περιορίζονται στο κριτήριο της διαθεσιμότητας και του κόστους γης, και ο εξωαστικός χώρος προς το παρόν παρέχει μια ενδιαφέρουσα και συμφέρουσα οικονομικά επιλογή.

Συνοψίζοντας, οι παράγοντες που παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή του τόπου χωροθέτησης μιας τριτογενούς δραστηριότητας είναι η διαθεσιμότητα και το κόστος γης, η εύκολη πρόσβαση και η εγγύτητα με άλλες τριτογενείς δραστηριότητες. Σε αυτούς τους παράγοντες επιδρούν και άλλοι που αφορούν στην επικράτηση του αυτοκινήτου μεταξύ των τρόπων μετακίνησης, στην αλλαγή των καταναλωτικών προτύπων και στις νέες τεχνολογίες. Οι τρεις επικουρικοί παράγοντες ουσιαστικά αποδέσμευσαν τον τριτογενή τομέα από την ανάγκη να βρίσκεται όσο το δυνατόν πιο κοντά στις παραδοσιακές κεντρικότητες, και να δημιουργήσει νέες (αποκέντρωση).

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Φάσεις ανάπτυξης και χωροθέτησης των εμπορικών κέντρων, η σχέση τους με τα δίκτυα μεταφορών και πως ο συνδυασμός τους συμβάλλει στην αστική εξάπλωση**

## **2.1 Φάσεις ανάπτυξης και χωροθέτησης των εμπορικών κέντρων στις ΗΠΑ**

Εμπορικά κέντρα σε κάποια μορφή έχουν υπάρξει για περισσότερα από χίλια χρόνια, όπως οι αρχαίες κεντρικές αγορές, τα παζάρια ή η εμπορική ζώνη επιρροής των λιμανιών. Η γένεση του σύγχρονου εμπορικού κέντρου, το οποίο περιλαμβάνει από μικρά προαστιακά κέντρα μέχρι τα υπερτοπικά εμπορικά κέντρα, τοποθετείται στη δεκαετία του 1920.

Η έννοια της ανάπτυξης μιας εμπορικής περιοχής μακριά από το κέντρο της πόλης, αποδίδεται συνήθως στον Jesse Clyde Nichols από το Kansas City, MO (Missouri), ο οποίος το 1922 άνοιξε το Country Club Plaza δίπλα σε μια προγραμματισμένη προαστιακή περιοχή κατοικίας του Kansas City. Κατασκευάστηκε ως η επιχειρηματική περιοχή μιας μεγάλης κλίμακας οικιστικής ανάπτυξης. Το χαρακτήριζε η ενιαία αρχιτεκτονική, οι πλακοστρωμένοι και φωτισμένοι χώροι στάθμευσης, και η διαχείριση και λειτουργία του ως μία ενιαία μονάδα.

Στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του 1920, καθώς τα αυτοκίνητα άρχισαν να φράσσουν τις επιχειρηματικές περιοχές των κέντρων των μεγάλων πόλεων, μικρά κέντρα-λωρίδες άρχισαν να κατασκευάζονται στις παρυφές των πόλεων. Αυτά τα κέντρα συνήθως ξεκινούσαν από ένα σούπερ μάρκετ ή ένα φαρμακείο και συμπληρώνονταν από άλλα καταστήματα τύπου παντοπωλείου (convenience store). Ο συνήθης σχεδιασμός ήταν μια ευθεία γραμμή από καταστήματα με χώρο στάθμευσης μπροστά. Το Grandview Avenue Shopping Center, στο Columbus, Ohio το οποίο άνοιξε το 1928, περιελάμβανε 30 καταστήματα και χώρο στάθμευσης για 400 αυτοκίνητα.



Εικόνα 2 Κέντρο - λωρίδα (strip mall)

Πηγή: <http://www.costosperu.com/ap-site-noticias-informacion.php?seccion=&noticia=2402>

Ωστόσο, πολλοί ειδικοί θεωρούν ως το πρώτο προγραμματισμένο εμπορικό κέντρο, το Highland Park Shopping Village στο Ντάλας του Τέξας, το οποίο κατασκευάστηκε από τον Hugh Prather, το 1931. Όπως και το Country Club Plaza, τα καταστήματά του κατασκευάστηκαν με ενιαίο στιλ (εμφάνιση/ αρχιτεκτονική), και το διαχειριζόταν ένας και μόνο ιδιοκτήτης. Η πρωτοπορία του έγκειται αφενός στο ότι καταλάμβανε μία ενιαία περιοχή, και δε χωριζόταν από δημόσιους δρόμους, και αφετέρου στον επαναστατικό για τότε σχεδιασμό του, ώστε τα καταστήματα να έχουν το «πρόσωπο» προς το εσωτερικό, όπου βρισκόταν ο χώρος στάθμευσης, μακριά από τους δρόμους.

Στις δεκαετίες του 1930 και 1940, οι Sears Roebuck & Co και Montgomery Ward, δημιούργησαν μεγάλες αυτόνομες εμπορικές μονάδες με χώρο στάθμευσης, μακριά από τα κέντρα των πόλεων. Τα νυχτερινά ψώνια εγκαινιάστηκαν στο Town & Country Shopping Center στο Columbus, Ohio, όταν ο ιδρυτής του εμπορικού κέντρου Don Casto προσέλαβε μια γυναίκα, την Grandma Carver, να εκτελέσει το νούμερο της (πηδούσε από βατήρα που βρισκόταν στα 27 μέτρα και βουτούσε σε

μια πισίνα γεμάτη φλεγόμενο νερό, διαμέτρου 1.2 μέτρων) στο φωταγωγημένο παρκινγκ, φέρνοντας την διαφημιστική προώθηση των εμπορικών κέντρων σε νέα επίπεδα.

Οι αρχές του 1950 σηματοδότησαν το άνοιγμα των πρώτων δύο εμπορικών κέντρων, εξοπλισμένα με υποκαταστήματα των μαγαζιών του κέντρου. Το 1950 άνοιξε το Northgate στο Seattle, Washington, με δύο αντικριστές λωρίδες καταστημάτων που τις διάσχιζε ένας πεζόδρομος, και την επόμενη χρονιά εγκαινιάστηκε το πρώτο εμπορικό κέντρο με δύο ορόφους, το Shoppes World στο Framingham της Μασαχουσέτης. Η ιδέα (concept) βελτιώθηκε το 1954, όταν το Northland Center στο Detroit, Michigan χρησιμοποίησε τη διάταξη σε cluster, με ένα πολυκατάστημα στο κέντρο και ένα «δαχτυλίδι» καταστημάτων γύρω του. Επίσης, ο χώρος στάθμευσης περικύκλωνε το εμπορικό κέντρο και ήταν το πρώτο κέντρο που είχε κεντρικό κλιματισμό και θέρμανση.

Το 1956, άνοιξε το πρώτο πλήρως κλειστό εμπορικό κέντρο με ένα σχεδιασμό δύο επιπέδων, το Southdale Center στην Edina, Μινεσότα, έξω από την Μινεάπολη. Είχε κεντρικό κλιματισμό και θέρμανση, άνετο κοινόχρηστο χώρο και, το σημαντικότερο, είχε δύο ιδιαίτερα ανταγωνιστικά πολυκαταστήματα ως στηρίγματα. Το Southdale θεωρείται από τους περισσότερους επαγγελματίες της βιομηχανίας ως το πρώτο σύγχρονο περιφερειακό εμπορικό κέντρο.

Το 1964 υπήρχαν 7.600 εμπορικά κέντρα στις Ηνωμένες Πολιτείες. Η προαστιακή ανάπτυξη και η αύξηση του πληθυσμού μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο δημιούργησε την ανάγκη για περισσότερη στέγαση και πιο βολικά καταστήματα λιανικής πωλήσεως. Τα περισσότερα από τα κέντρα που χτίστηκαν το 1950 και 1960 ήταν τα κέντρα-ταινίες που εξυπηρετούσαν τις νέες εξελίξεις στη στέγαση.

Μέχρι το 1972 ο αριθμός των εμπορικών κέντρων είχε διπλασιαστεί σε 13.174. Τα περιφερειακά mall, είχαν αρχίσει να προσαρτούνται σε μεγαλύτερες αγορές, και οι Αμερικανοί άρχισαν να απολαμβάνουν την άνεση και την ευχαρίστηση των αγορών στα εμπορικά κέντρα. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1970, ξεπετάχτηκε μεγάλος αριθμός νέων μορφών και τύπων εμπορικών κέντρων.



Το 1976, η Rouse Co. ίδρυσε το Faneuil Hall Marketplace στη Βοστώνη, Μασαχουσέτης, το οποίο ήταν το πρώτο εμπορικό κέντρο τύπου «festival marketplace<sup>1</sup>» στις Ηνωμένες Πολιτείες. Το έργο, το οποίο έδωσε πάλι ζωή στην προβληματική αγορά στο κέντρο της πόλης, επικεντρώθηκε στα τρόφιμα και στα είδη λιανικής. Παρόμοια έργα χτίστηκαν στη Βαλτιμόρη (Μέρυλαντ), Νέα Υόρκη (Νέα Υόρκη), και το Μαϊάμι (Φλόριντα), και έχουν αποτελέσει παράδειγμα προς μίμηση.

Το έτος 2000 έκανε το ντεμπούτο του το πρώτο «κάθετο» εμπορικό κέντρο, εντός αστικής περιοχής, της Β. Αμερικής, το Water Tower Place, που άνοιξε στο Σικάγο του Ιλινόις, στη Michigan Avenue. Για πολλούς ειδικούς, το Water Tower Place με τα ακριβά και καλαίσθητα καταστήματα, ξενοδοχεία, γραφεία, πολυκατοικίες και γκαράζ, παραμένει το πλέον διαπρεπές έργο μικτής χρήσης στην κατηγορία του, στις Ηνωμένες Πολιτείες. Με τα εγκαίνια του Water Tower Place και του Faneuil Hall, η βιομηχανία των εμπορικών κέντρων, άρχισε να επιστρέφει στις αστικές ρίζες της.

Το 1980, είδε μια πρωτοφανή αύξηση της βιομηχανίας των εμπορικών κέντρων, καθώς περισσότερα από 16.000 κέντρα κατασκευάστηκαν μεταξύ του 1980 και του 1990. Αυτή ήταν επίσης η περίοδος όπου τα υπερτοπικής εμβέλειας εμπορικά κέντρα, άρχισαν να γίνονται όλο και πιο δημοφιλή στους αγοραστές.

Μεταξύ 1989 και 1993, η ανάπτυξη νέων εμπορικών κέντρων μειώθηκε σχεδόν κατά 70%, πέφτοντας από τις 1.510 νέες κατασκευές το 1989 στις 451 το 1993. Αυτή η απότομη πτώση αποδόθηκε στην κρίση στις Τράπεζες και τα Δάνεια, η οποία βοήθησε στην επίσπευση της πιστωτικής κρίσης. Παρόλα αυτά, κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, τα εμπορικά κέντρα παρέμειναν η κτηματομεσιτική κατηγορία ακινήτων με τις πιο ελκυστικές και υψηλές επιδόσεις, για τους επενδυτές.

Το έτος 1993 χαρακτηρίστηκε από τη μετάβαση πολλών ιδιωτικών, οικογενειακών εταιρειών ανάπτυξης εμπορικών κέντρων (Simon, Taubman, κλπ.) σε publicly traded real estate investment trusts (REITs). Η πρόσβαση σε κεφάλαια της Wall Street προσέφερε ένα οικονομικό τράνταγμα σε έναν κλάδο που ακόμα δεν είχε ανακάμψει πλήρως από την πιστωτική κρίση.

Μία από τις νεότερες μορφές λιανικής πώλησης που γίνεται όλο και περισσότερο δημοφιλής στις Ηνωμένες Πολιτείες είναι το Power Center, το οποίο σε αδρές γραμμές ορίζεται ως ένα κέντρο με επιφάνεια μεταξύ των 23.000 και των 70.000 τετραγωνικών μέτρων, με περίπου 75% έως 90% του χώρου να καταλαμβάνεται από ιδιαίτερα ανταγωνιστικά και κερδοφόρα καταστήματα (category killers<sup>2</sup>). Τα Power Centers συχνά χωροθετούνται κοντά σε τοπικά και υπερτοπικά εμπορικά κέντρα. Το «280 Metro Center» στο Colma της Καλιφόρνια, το οποίο ξεκίνησε να λειτουργεί το 1986, πιστώνεται την πρωτιά σε αυτό το concept. Το 1993 δεκαέξι power centers άνοιξαν στις Ηνωμένες Πολιτείες, εν αντιθέσει με μόνο τέσσερα υπερτοπικής σημασίας εμπορικά κέντρα.

Στη δεκαετία του 1990, ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους της βιομηχανίας των εμπορικών κέντρων ήταν τα Factory outlets. Το 1990, υπήρχαν 183 καταστήματα outlet και σήμερα, υπάρχουν πάνω από περίπου 312 στις Ηνωμένες Πολιτείες. Τα εμπορικά κέντρα Outlet μισθώνονται από τους κατασκευαστές, οι οποίοι πωλούν τα δικά προϊόντα τους σε μειωμένες τιμές. Ορισμένα μεγάλα έργα συνδυάζουν τα καταστήματα outlet με τα παραδοσιακά καταστήματα λιανικών τιμών, όπως η Marshalls. Ένα τέτοιο έργο, το Sawgrass Mills στο Sunrise, Φλόριντα, είναι μεγαλύτερο από 2 εκατομμύρια τετραγωνικά πόδια και διαθέτει καταστήματα τύπου outlet, εκπτωτικά καταστήματα λιανικής πώλησης και καταστήματα εκκαθάρισης (clearance).

Το μεγαλύτερο εμπορικό κέντρο στις Ηνωμένες Πολιτείες είναι σήμερα το Mall of America στο Bloomington, Μινεσότα, το οποία περιλαμβάνει ένα πάρκο ψυχαγωγίας επτά στρεμμάτων, νυχτερινά κέντρα διασκέδασης, εστιατόρια και καλύπτει 4,2 εκατομμύρια τετραγωνικά πόδια (με περίπου το μισό της συνολικής επιφάνειας αφιερωμένο στην λιανική πώληση). Το κέντρο θεωρείται οiwνός για την εξέλιξη των εμπορικών κέντρων λόγω της καινοτόμας μίξης της διασκέδασης με τη λιανική πώληση. Ο πρόδρομος του Mall of America, και το μεγαλύτερο εμπορικό κέντρο στη Βόρεια Αμερική, είναι το West Edmonton Mall στην Αλμπέρτα του Καναδά, το οποίο καταλαμβάνει 5,5 εκατομμύρια τετραγωνικά πόδια.

Η ψυχαγωγία έγινε γρήγορα τσιτάτο της βιομηχανίας στις αρχές του 1990 καθώς η τεχνολογική πρόοδος επέτρεψε στα εμπορικά κέντρα να προσφέρουν την ίδια

μαγευτική εμπειρία που μέχρι τότε ήταν δυνατή (διαθέσιμη) μόνο στα εθνικά πάρκα αναψυχής, όπως η Disney World. Από την έναρξη αυτού του κύματος με επίκεντρο την ψυχαγωγία, οι πωλητές έχουν επικεντρωθεί στη δημιουργία και συντήρηση ενός συναρπαστικού προφίλ, και οι ιδιοκτήτες εμπορικών κέντρων έχουν προσπαθήσει σκληρά ώστε να αποκτήσουν το «μείγμα» εκείνο καταστημάτων/μισθώσεων το οποίο προσελκύει κίνηση και επισκέπτες, από όσο το δυνατόν ευρύτερο κοινό. Κάτω από μία στέγη ή σε έναν αντίστοιχο σχηματισμό εξωτερικού χώρου, οι καταναλωτές απολαμβάνουν παιδότοπους, παιχνίδια εικονικής πραγματικότητας, συναυλίες, ταινίες σε κινηματογραφικές αίθουσες, μια ποικιλία τροφίμων σε εστιατόρια, εντυπωσιακό τεχνικές merchandising, και διαδραστικές επιδείξεις. Πολλά εμπορικά κέντρα εστιάζουν επίσης στην εύρεση ενοικιαστών/μισθωτών οι οποίοι να προσφέρουν υπηρεσίες τέτοιες οι οποίες να προσφέρουν στον πολυάσχολο, σύγχρονο καταναλωτή τη δυνατότητα να διεκπεραιώσει εβδομαδιαίες υποχρεώσεις ή να συμμετάσχει σε μια ποικιλία άλλων δραστηριοτήτων. Ανάμεσα στις πολλές τέτοιου είδους υπηρεσίες συγκαταλέγονται εκκλησίες, σχολεία, ταχυδρομικές υποκαταστήματα, δημοτικά γραφεία, βιβλιοθήκες και μουσεία.

Προς το τέλος της δεκαετίας του 1990, το λιανικό εμπόριο μέσω Internet είχε αναδειχθεί στο κύμα του μέλλοντος αλλά και σε απειλή για τη σταθερότητα της βιομηχανίας των εμπορικών κέντρων. Τον Ιούλιο του 1998, το περιοδικό Time προέβλεψε τον ξεπεσμό του εμπορικού κέντρου. Με έντονους χαρακτήρες, το εξώφυλλο συμβούλευε τους αναγνώστες του να "Αποχαιρετήσουν το mall τους: Οι αγορές μέσω Διαδικτύου είναι φθηνότερες, ταχύτερες και καλύτερες." Η βιομηχανία των εμπορικών κέντρων τελούσε υπό επίθεση, για άλλη μια φορά, από μια εναλλακτική μορφή αγορών. Αρκετά χρόνια νωρίτερα, παρόμοιοι ισχυρισμοί είχαν γίνει σχετικά με τις τηλεοπτικές αγορές.

Σε αντίθεση με τα ψώνια από την τηλεόραση στο σπίτι, το λιανικό εμπόριο στο Διαδίκτυο τράβηξε γρήγορα την προσοχή του κοινού, των μέσων μαζικής ενημέρωσης και της Wall Street, καθώς εταιρείες έσπευδαν να δημιουργήσουν ιστοσελίδες για να πωλούν απευθείας στους καταναλωτές. Μπροστά στον ενθουσιασμό, το γεγονός ότι πολλές από αυτές τις εταιρίες είχαν από ελάχιστη ως

καθόλου εμπειρία στις λιανικές πωλήσεις, δεν έδειξε να προβληματίζει αρκετά. Φοβούμενοι για το μέλλον των πωλήσεων (cannibalization<sup>3</sup>) στο κατάστημα, οι – έχοντες και φυσική υπόσταση- πωλητές λιανικής, στην αρχή δίσταζαν να πωλήσουν απευθείας στο κοινό μέσω Διαδικτύου. Ωστόσο, όταν έγινε προφανές ότι υπήρχαν κάποια σαφή πλεονεκτήματα σε σχέση με τους αμιγώς διαδικτυακούς πωλητές (αναγνωρισιμότητα του ονόματος της μάρκας, προϋπάρχουσες εγκαταστάσεις διανομής, σχέσεις με τους προμηθευτές, κ.λπ.), δημιούργησαν τις δικές τους ιστοσελίδες.

Οι παραδοσιακοί πωλητές ανακάλυψαν ότι εκτός από αγορές μέσω διαδικτύου, οι πελάτες τους έκαναν και έρευνα μέσω διαδικτύου, προκειμένου να ενημερωθούν για προϊόντα και υπηρεσίες και κατόπιν έκαναν τις αγορές τους στα «κανονικά» καταστήματα. Έτσι, το Διαδίκτυο έχει μετατρέψει ένα μεγάλο, και συνεχώς αυξανόμενο αριθμό εμπόρων λιανικής πώλησης, σε λιανοπωλητές "πολλαπλών καναλιών" με όλα τα κανάλια πώλησης (καταστήματα, ιστοσελίδα, κατάλογοι) να εργάζονται ως ένα, προκειμένου οι εταιρείες λιανικής πώλησης να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους και την αξία των εμπορικών σημάτων τους.

Συνειδητοποιώντας τη μεγάλη και σημαντική συνέργια μεταξύ διαδικτύου και παραδοσιακού καταστήματος, τα εμπορικά κέντρα έχουν δημιουργήσει τις δικές τους ιστοσελίδες, με σκοπό να δημιουργήσουν τέτοια κανάλια διανομής για την ικανοποίηση του καταναλωτή, ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να εξυπηρετηθεί είτε επιλέξει να ψωνίσει στο εμπορικό κέντρο, είτε μέσω διαδικτύου ή και τα δύο.

Το 1999, η Simon Property Group, η μεγαλύτερη κατασκευαστική εμπορικών κέντρων στις ΗΠΑ, δημιούργησε δύο ξεχωριστές επιχειρησιακές μονάδες, την [clixnmortar.com](http://clixnmortar.com) και την [TenantConnect](http://TenantConnect.com). Μέσω της [TenantConnect](http://TenantConnect.com), η Simon εγκαθιστά ευρυζωνικές συνδέσεις στο Διαδίκτυο τόσο στα δικά της εμπορικά κέντρα, όσο και σε άλλων εταιριών, έτσι ώστε τα καταστήματα να έχουν πρόσβαση σε Internet υψηλών ταχυτήτων. Επίσης, οι έμποροι λιανικής στα εμπορικά κέντρα της Simon μπορούν να λάβουν μέρος σε δύο πρωτοβουλίες της [clixnmortar](http://clixnmortar.com): την [FastFrog.Com](http://FastFrog.Com) και την [YourSherpa](http://YourSherpa.com). Και στα δύο προγράμματα, οι καταναλωτές φέρουν σαρωτές χειρός μέσα στο εμπορικό κέντρο, και σαρώνουν τα αντικείμενα που τους ενδιαφέρουν να αγοράσουν. Όταν οι καταναλωτές έχουν τελειώσει, οι

πληροφορίες φορτώνονται σε κιόσκια υπολογιστή. Από το περίπτερο της FastFrog, οι καταναλωτές μπορούν να προωθήσουν τον κατάλογο των αντικειμένων που επέλεξαν σε φίλους ή συγγενείς. Στο περίπτερο της YourSherpa, οι χρήστες μπορούν να πληκτρολογώντας τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας τους να κάνουν επιτόπου τις αγορές. Οι εργαζόμενοι του mall συλλέγουν τα σαρωμένα στοιχεία από τα καταστήματα του εμπορικού κέντρου και οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα είτε να παραλάβουν απευθείας τις αγορές τους, είτε να τους παραδοθούν στο σπίτι.

Η General Growth Properties, η δεύτερη μεγαλύτερη κατασκευαστική εμπορικών κέντρων στις ΗΠΑ, ενσωματώνει επίσης το Διαδίκτυο στα malls που της ανήκουν. Ο ιστότοπος Mallibu.com της εταιρίας, διαθέτει links για τα καταστήματα που εδράζονται μέσα στα mall της, ώστε οι καταναλωτές να μπορούν να αγοράζουν απευθείας από το κατάστημα που τους ενδιαφέρει και να τους παραδίδονται τα προϊόντα στο σπίτι.

Καθώς εισερχόμαστε στον 21ο αιώνα, τα εμπορικά κέντρα συνεχίζουν να εξελίσσονται για να εξυπηρετήσουν τις κοινωνικές και οικονομικές ανάγκες. Με το συνδυασμό μόδα-φαγητό-διασκέδαση-υπηρεσίες, τα εμπορικά κέντρα έχουν διευρύνει σημαντικά το ρόλο τους.

Αυτή η στροφή στη διασκέδαση που έκαναν τα εμπορικά κέντρα της Β. Αμερικής είχε ήδη ξεκινήσει μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, και αντικατόπτριζε τις αλλαγές που λάμβαναν χώρα μέσα στην αμερικανική κοινωνία και τον αμερικανικό τρόπο ζωής: οικονομική ευμάρεια, δημογραφικές αλλαγές λόγω του baby boom, επέκταση στα προάστια, δραματική αύξηση της κατανάλωσης, εξάπλωση της τηλεόρασης.

Αυτές οι αλλαγές έδειχναν ότι ο κόσμος διέθετε περισσότερο χρόνο και χρήμα για να ξοδέψει στην ψυχαγωγία, τη διασκέδαση, τα ταξίδια και την ομορφιά τόσο του ιδίου όσο και της κατοικίας του.

Ο παράγοντας όμως ο οποίος πυροδότησε τη μετατροπή των αγορών σε ψυχαγωγική δραστηριότητα, ήταν η εισροή των Αμερικανών στα προάστια μετά τη λήξη του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου και οι αλλαγές στον τρόπο ζωής που αυτό

επέφερε. Οι επιστροφή των στρατευμάτων το 1945, και το επακόλουθο baby boom, οδήγησαν σε έντονες ελλείψεις σε οικιστικό απόθεμα στις πόλεις. Με τη βοήθεια των επιδοτήσεων από το κράτος, της εφαρμογής χαμηλών επιτοκίων στις υποθήκες και των φοροαπαλλαγών, νέες οικογένειες που μέχρι τότε αναγκάζονταν να μείνουν με τους γονείς-παππούδες, μετακόμισαν στα προάστια. Η κατασκευαστική βιομηχανία επιδόθηκε με τρελούς ρυθμούς στο κτίσιμο στα προάστια, ντύνοντας το Αμερικανικό τοπίο με ένα χαλί από χαμηλού κόστους, ισόγειες μονοκατοικίες, περικυκλωμένες από ευχάριστους κήπους (πίσω αυλές) και μονοπάτια (είσοδοι γκαράζ). Οι προσφερόμενες συμφωνίες, οι οποίες επέτρεπαν την αγορά κατοικίας χωρίς να χρειάζεται προκαταβολή, και οι χαμηλές μηνιαίες δόσεις, έκαναν τους ρυθμούς ανάπτυξης στα προάστια να εκτιναχθούν στα ύψη. Το 1954, ήδη εννέα εκατομμύρια Αμερικανοί έμεναν σε προαστιακές περιοχές, και το ποσοστό της μητροπολιτικής περιοχής που αποτελούσε προάστιο αυξήθηκε θεαματικά μέσα στα επόμενα 20 χρόνια: Στο Detroit, τα προάστια αποτελούσαν το 64% του χώρου το 1970, έναντι του 38.7% το 1950 – Στη Φιλαδέλφεια το ποσοστό αυτό, αυξήθηκε από 30.8% το 1950, σε 51.8% το 1970. Οι κατοικίες ήταν μεγαλύτερες, και οι κάτοικοί τους ήταν διατεθειμένοι να τις γεμίσουν με υλικά αγαθά, καθώς απομακρύνονταν από την αστική κουλτούρα και τον αστικό τρόπο ζωής, και επικεντρώνονταν στην καινούριες αξίες, το σπίτι και την οικογένεια.

Αυτή η δημογραφική έκρηξη στα προάστια μετά το 1945, οδήγησε σε μια πιο γενικευμένη αποκέντρωση. Ανακαλύπτοντας τις χαμηλές τιμές γης στα προάστια, οι έμποροι λιανικής, εγκατέλειψαν το κέντρο της πόλης, για να εγκατασταθούν σε παρθένα εδάφη, ανεκμετάλλευτους χώρους στις παρυφές της πόλης, που προσεγγίζονταν εύκολα με αυτοκίνητο. Δεκάδες εμπορικά κέντρα φύτρωσαν στις περιμέτρους των Αμερικανικών πόλεων, αφήνοντας έρημα τα κέντρα των πόλεων. Το αυτοκίνητο έπαιξε κεντρικό ρόλο σε αυτή τη συγκυρία, αφού εισήγαγε την έννοια του ταξιδιού σε «προορισμούς», θεματικά πάρκα, εμπορικά κέντρα και θέρετρα διακοπών, με σκοπό την κατανάλωση ψυχαγωγίας και αγαθών. Η χρήση του αυτοκινήτου εισήγαγε την ιδέα ότι οι άνθρωποι θα ταξιδεύουν για να αγοράσουν, πράγμα το οποίο προκάλεσε μεγάλη αναταραχή στην αγορά ακινήτων και το κόστος γης. Οι έμποροι ανακάλυψαν περιοχές εκτός πόλης, δημιουργώντας θύλακες τεχνητής πυκνότητας έξω από τις πόλεις, και αφήνοντας τις πόλεις

ερημωμένες. Μέχρι τη δεκαετία του 1950, οι κατασκευαστές των εκτός πόλης εμπορικών κέντρων επικεντρώθηκαν στην εύκολη πρόσβαση με αυτοκίνητο και στην πρόνοια για ελεύθερη στάθμευση. Ο J.C. Nichols, ο «πατέρας του εμπορικού κέντρου» και σχεδιαστής του πρώτου εμπορικού κέντρου, δημοσίευσε το 1945 το κείμενο «Λάθη που κάναμε στη δημιουργία των εμπορικών κέντρων» (“Mistakes We Have Made in Developing Shopping Centers”), όπου απαριθμεί 105 αποφθέγματα που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε ανάπτυξη επιτυχημένων εμπορικών κέντρων. Το κλειδί, σύμφωνα με αυτόν, βρίσκεται στη δημιουργία τεράστιων χώρων στάθμευσης γύρω από τα mall.

Όμως, ήδη από το 1950, οι σχεδιαστές είχαν καταλάβει ότι η βόλτα για ψώνια μπορούσε να εξελιχθεί σε κάτι παραπάνω από ένα απλό parking και μία λωρίδα καταστημάτων. Εμπνευσμένο από τα Ευρωπαϊκά πολυκαταστήματα (department stores) του 19<sup>ου</sup> αιώνα, στο οποίο κυριαρχούσε το θεατρικό στοιχείο, το Αμερικανικό mall άρχισε να ενσωματώνει στοιχεία τα οποία θα προσέλκυαν πελάτες και θα τους έκαναν να ξοδέψουν περισσότερο χρόνο εκεί. Ο αυστριακός πολεοδόμος Victor Gruen, ήταν από τους πρώτους που εισήγαγαν το στοιχείο της ψυχαγωγίας στο εμπόριο των Η.Π.Α. Ήταν υπεύθυνος για το σχεδιασμό μερικών από τα πρώτα mall της Β. Αμερικής τις δεκαετίες του 1950 και του 1960, και στόχευε στη συγκέντρωση όσο το δυνατόν περισσότερων λειτουργιών στην εμπειρία των αγορών, έχοντας την άποψη ότι το ιδανικό εμπορικό κέντρο θα ήταν “ένα μέρος συνάντησης, περίπατου και ξεκούρασης σε ένα διαμορφωμένο σκηνικό μακριά από την κίνηση στους δρόμους”. Δικό του ήταν και το σχέδιο για το Southdale Mall, το πρώτο σκεπαστό mall στις Ηνωμένες Πολιτείες, το οποίο επηρεάστηκε από την Ευρωπαϊκή εμπορική στοά.

Υπάρχει όμως, μια βασική διαφορά μεταξύ της ιδέας του Gruen για τα εμπορικά κέντρα και της Ευρωπαϊκής στοάς, η οποία έγκειται στο ότι αντί να προσαρτάται στις παρακείμενες οδούς και στον αστικό ιστό, το mall του Gruen ήταν εξαιρετικά εσωστρεφές, με κλειστούς χώρους και καμία σύνδεση με τον περιβάλλοντα χώρο. Από αυτή την άποψη, διέφερε και από το Παρισινό πολυκατάστημα, το οποίο παρά τον αποκλειστικό του χαρακτήρα, εξακολουθούσε να αποτελεί μέρος της αστικής δυναμικής και αποτέλεσε ορόσημο. Για αυτό το λόγο οι επικριτές του, φοβούμενοι

τις κοινωνικές επιπτώσεις λόγω αποκλεισμού και ιδιωτικοποίησης του χώρου, το χαρακτήρισαν ως «ένα εμπορικό κέντρο, το οποίο στρέφεται προς τα μέσα, και έχει εγκαταλείψει το κέντρο για τα προάστια, και του οποίου το εξωτερικό κομμάτι που μοιάζει με φρούριο, περικυκλωμένο από την τάφρο – parking, μοιάζει να γυρνάει την πλάτη στον περιβάλλοντα χώρο».

Οι έμποροι, από τη δημιουργία τοπίων και θεατρικών σκηνικών στα mall, σύντομα προχώρησαν στη δημιουργία αστικών τοπίων και αστικής ατμόσφαιρας στα mall. Οι σχεδιαστές άρχισαν να προσθέτουν γυάλινους ανελκυστήρες, και κυλιόμενες σκάλες, δημιουργώντας κάθετες και διαγώνιες τομές στο χώρο.

Ακόμα, χρησιμοποίησαν το χώρο και το φως, μιμούμενοι την πολύβουη καρδιά της πόλης, και έτσι δημιούργησαν μια αστικότητα απαλλαγμένη από τα αρνητικά της πόλης, όπως η ατμόσφαιρα, η κυκλοφορία στους δρόμους, οι φτωχοί. Αυτό άλλαξε και τη φύση του εμπορικού κέντρου, του οποίου οι προσφορές σε αγαθά άλλαξαν, και από μικρά παντοπωλεία και σουπερ μάρκετ, τώρα αναβαθμίστηκαν σε καταστήματα εξειδικευμένων και πολυτελών αγαθών. Το εμπορικό κέντρο στις Ηνωμένες Πολιτείες έγινε ψυχαγωγική δραστηριότητα και προορισμός αυτό καθαυτό, όπου οι πελάτες δεν το επισκέπτονταν για αγαθά πρώτης ανάγκης, αλλά για να διασκεδάσουν, περιπλανώμενοι για ώρες μέσα στα εκπληκτικά τοπία, αποδρώντας από την πραγματικότητα.

Τίποτα δεν έδειχνε να περιορίζει την επιτυχία και εξάπλωση των εμπορικών κέντρων στις Η.Π.Α. Στα πρώτα 25 χρόνια της ανάπτυξής τους, λιγότερο από 1% των εμπορικών κέντρων απέτυχε, καθώς οι καταναλωτές κατέκλυζαν τα mall, και οι λίγοι επιχειρηματίες που τα είχαν στην ιδιοκτησία τους, εξελίχθηκαν σε πλούσιους κατασκευαστές.

<sup>1</sup> Είδος εμπορικού κέντρου, η ιδέα του οποίου αναπτύχθηκε στις ΗΠΑ στα τέλη του 20<sup>ου</sup> αιώνα από τον James W. Rouse και τη Rouse Company, προκειμένου να αντιστραφούν τα αρνητικά συναισθήματα προς τα κέντρα των πόλεων, τα οποία ήταν στιγματισμένα ως βρώμικα και επικίνδυνα. Σκοπός ήταν η δημιουργία ενός ασφαλούς και ελκυστικού περιβάλλοντος, προκειμένου να λειτουργήσει ως μαγνήτης για περεταίρω ανάπτυξη.



<sup>2</sup> Όρος του μάρκετινγκ για την περιγραφή κάποιου προϊόντος (ή υπηρεσίας/ μάρκας/ εταιρίας) το οποίο έχει τόσο προφανές και μεγάλο προβάδισμα στον ανταγωνισμό ώστε να είναι σχεδόν αδύνατο για τους ανταγωνιστές του να είναι κερδοφόροι στο συγκεκριμένο τομέα/κλάδο.

<sup>3</sup> Η μείωση των πωλήσεων, των εσόδων ή του μεριδίου στην αγορά, ενός προϊόντος, εξαιτίας της εμφάνισης στην αγορά ενός νέου προϊόντος από την ίδια όμως εταιρία.

## 2.2 Εμπορικά κέντρα στο Ηνωμένο Βασίλειο

Στο μεταξύ, το εμπόριο στο Ηνωμένο Βασίλειο είχε στραφεί στην Αμερική για έμπνευση και βάσισε τα πρώτα σχέδια εμπορικών κέντρων στο Αμερικανικό μοντέλο των δεκαετιών του 1940 και του 1950. Η μεταπολεμική ανοικοδόμηση όμως έδωσε προτεραιότητα στην ανέγερση νέων κατοικιών, υποδομών και βιομηχανίας, και τα πρώτα εμπορικά κέντρα κατασκευάστηκαν στα τέλη της δεκαετίας του 1950. Σε πρώτη φάση, κατασκευάστηκαν ανοιχτά εμπορικά κέντρα σε πόλεις όπως το Coventry και το Bristol. Τα πρώτα κλειστά/σκεπαστά εμπορικά κέντρα, όπως το Bull Ring στο Birmingham (1956) και το Elephant and Castle στο Λονδίνο (1965), ήταν αδέξιες προσπάθειες να δημιουργηθεί το ευχάριστο κλίμα των «shopping towns», που είχε συλλάβει ο Gruen στις Ηνωμένες Πολιτείες. Αυτοί οι χώροι, ήταν επηρεασμένοι από τα κινήματα του Μοντερνισμού και του Μπρουταλισμού, και σύντομα έγιναν παλιομοδίτικα, καθώς οι άκαμπτες γραμμές στα σχέδια και η χρήση του τσιμέντου, οδήγησε σε σκληρούς, αφιλόξενους, μονότονους χώρους που το πέρασμα του χρόνου τους έκανε ακόμα πιο άσχημους.

Η χρυσή εποχή για τα εμπορικά κέντρα της Βρετανίας ήρθε στη δεκαετία του 1970, όταν οι σχεδιαστές άρχισαν να γίνονται πιο ευαίσθητοι και να δίνουν περισσότερη προσοχή στη λεπτομέρεια, ενώ οι τοπικές κυβερνήσεις άρχισαν να στηρίζουν την εξάπλωση σε περιοχές εκτός πόλης. Τεράστια νέα τοπικά εμπορικά κέντρα, τα οποία ενθάρρυνε η συντηρητική ιδεολογία της ελεύθερης αγοράς, ξεπετάχθηκαν σε όλη την επικράτεια, αναγγέλλοντας μια νέα κουλτούρα στα ψώνια. Αλλά ο αντίκτυπος που είχαν στα κέντρα των πόλεων και τους κατοίκους τους, ήταν θανατηφόρα, καθώς δημιουργήθηκε το δίπολο των «εχόντων» που μπορούσαν να προσεγγίσουν τα εκτός πόλης εμπορικά κέντρα, και των «μη εχόντων», οι οποίοι

ήταν αναγκασμένοι να κάνουν τα ψώνια τους στην ερημωμένη πόλη. Στη Βρετανία όμως, τα εμπορικά κέντρα δεν ακολούθησαν ακριβώς το Αμερικανικό πρότυπο, καθώς με κρατική παρέμβαση, τη δεκαετία του 1990 τέθηκαν περιορισμοί στην ανάπτυξη τέτοιων έργων σε περιοχές εκτός πόλης. Πολιτικοί και κυρίως περιβαλλοντικοί παράγοντες – μόλυνση από τα αυτοκίνητα και αστική σήψη – οδήγησαν την κυβέρνηση να ορίσει κάποιες κατευθυντήριες γραμμές προκειμένου να περιοριστεί η χρήση του αυτοκινήτου και να στηριχθεί η ανάπτυξη έργων μικτών χρήσεων, στα κέντρα των πόλεων.

Στο μεταξύ, στην ηπειρωτική Ευρώπη, το άνοιγμα των κρατών του πρώην Ανατολικού Μπλοκ, είχε οδηγήσει σε πυρετώδεις ρυθμούς την εμπορική ανάπτυξη στις μεγαλύτερες πόλεις, και οι Ανατολικοευρωπαίοι αγκάλιασαν μετά χαράς τις δυτικές μάρκες και τα δυτικά καταστήματα, που πλημμύριζαν πια τους δρόμους τους. Δυτικοί και ντόπιοι επιχειρηματίες ασχολήθηκαν με την ανέγερση εμπορικών κέντρων εκτός πόλης, στο Αμερικανικό πρότυπο, τα οποία έγιναν ιδιαίτερα δημοφιλή αμέσως.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, πάντως, τα έργα ανάπλασης στις αρχές της δεκαετίας του 1990, βοήθησε το εμπόριο να αρχίσει να επιστρέφει στους κεντρικούς δρόμους, και τους έμπορους-επιχειρηματίες να επενδύσουν σε περιοχές εντός πόλης.

Φαίνεται από τα παραπάνω, ότι εκτός από την εμφάνιση και τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό, και άλλοι παράγοντες βοήθησαν στην επιτυχία των εμπορικών κέντρων και των πολυκαταστημάτων : μέθοδοι πώλησης, τεχνολογική πρόοδος και βελτιωμένα συγκοινωνιακά δίκτυα.

Η συμβολή των συγκοινωνιακών δικτύων στα πολυκαταστήματα, ήταν ήδη αντιληπτή από το 1855, όταν ο Haussmann προέβη σε αναδιοργάνωση των δικτύων δημόσιας μεταφοράς, η οποία με την επακόλουθη επέκταση του σιδηροδρομικού δικτύου, οδήγησε σε δυνατότητα για μεταφορά περισσότερων αγαθών, και ευκολότερη μετάβαση/πρόσβαση στους νέους εμπορικούς χώρους για τους υποψήφιους πελάτες.

## 2.3 Χαρακτηριστικά της περιοχής εγκατάστασης των εμπορικών κέντρων

Μετά την παράθεση της ιστορίας της εμφάνισης και εξέλιξης των mall στις Ηνωμένες Πολιτείες και το Ηνωμένο Βασίλειο, μπορούν να βγουν κάποια συμπεράσματα σχετικά με τα χαρακτηριστικά της περιοχής εγκατάστασης των εμπορικών κέντρων.

Το στοιχείο που απαιτείται αρχικά, είναι η διαθεσιμότητα σε γη, κάτι το οποίο τα προάστια και οι εκτός πόλης περιοχές γενικά, μπορούν να προσφέρουν απλόχερα. Σε κάθε περίπτωση, το μέγεθος του οικοπέδου πρέπει να διαθέτει απλή μορφή/σχήμα και ικανοποιητικό μέγεθος, ώστε να μπορέσουν να καλυφθούν οι ανάγκες σε υποδομές, τόσο της στέγασης των καταστημάτων, όσο και των χώρων στάθμευσης.

Ένα άλλο στοιχείο είναι το κόστος γης, το οποίο σε συνδυασμό με τις απαιτήσεις για μεγάλες, ομαλές επιφάνειες, ωθεί τους ενδιαφερόμενους επενδυτές στους εξωαστικούς χώρους, όπου οι αξίες γης δεν έχουν φτάσει ακόμα στα υψηλά επίπεδα των κέντρων των πόλεων, και η διαθεσιμότητα σε γη είναι υψηλή. Ακόμα, κάθε υποψήφια τοποθεσία θα πρέπει να περιβάλλεται από ένα σημαντικό πληθυσμιακό μέγεθος. Η χωροθέτηση ενός εμπορικού κέντρου στο γεωμετρικό κέντρο μιας περιφερειακής κατοικημένης ζώνης είναι βασική. Ένα περιφερειακό εμπορικό κέντρο έχει τη δυνατότητα να προσελκύει 2-8 φορές περισσότερο πληθυσμό από την «εξωτερική» απομακρυσμένη πλευρά, που μεσολαβεί ανάμεσα από αυτό και το κέντρο της πόλης, το οποίο λειτουργεί ανταγωνιστικά (*Καραμάνου Ζ. , Ροδολάκης Ν.*).

Ένας τελευταίος παράγοντας καθοριστικής σημασίας είναι η εύκολη πρόσβαση στο εμπορικό κέντρο, πράγμα που εξασφαλίζεται από τους οδικούς άξονες που οδηγούν προς αυτό και το οδικό δίκτυο γενικά, αλλά και από τα δίκτυα των μέσων μαζικής μεταφοράς.

Οι Gollner και Wimmer (2004), όπως αναφέρεται στη διπλωματική εργασία της *Κυριακοπούλου*, αναλύοντας τους μετασχηματισμούς του λιανικού εμπορίου από

τα μέσα της δεκαετίας του 1970, διακρίνουν τρεις φάσεις ανάπτυξης των εμπορικών κέντρων στις Ευρωπαϊκές πόλεις:

1. Χωροθέτηση μεγάλων αλυσίδων λιανικού εμπορίου στην αστική περιφέρεια (υπεραγορές τροφίμων)
2. Προσθήκη χώρων αναψυχής στις ήδη εγκατεστημένες συγκεντρώσεις (urban entertainment centers, outlets)
3. Προσθήκη γραφείων, κατοικίας και υπηρεσιών στις εμπορικές συγκεντρώσεις (edge town centers)

Στην πρώτη φάση, η οποία περιλαμβάνει τη μεταφορά του εμπορίου από το κέντρο στην περιφέρεια των πόλεων, διαμορφώνονται νέα επιχειρηματικά σχήματα, συχνά υπερεθνικού χαρακτήρα, που υιοθετούν στρατηγικές χωροθέτησης, όπως αναφέρθηκαν, και εμπλέκονται στην αστική κτηματαγορά. Η περιοχή εξακολουθεί να έχει τοπική εμβέλεια και αυτό φαίνεται από την εγκατάσταση των εμπορικών συγκεντρώσεων σε μικρή απόσταση από τον αστικό ιστό. Η φάση αυτή αποτελεί την «εσωτερική αναδιάρθρωση του λιανικού εμπορίου της πόλης».

Η προσθήκη δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την αναψυχή και τον ελεύθερο χρόνο στις ήδη εγκατεστημένες συγκεντρώσεις αποτελεί ένα φαινόμενο που εμφανίζεται τη δεκαετία του 1990, και σηματοδοτεί το πέρασμα στη δεύτερη φάση ανάπτυξης των εμπορικών κέντρων. Τα νέα πολύ-λειτουργικά κέντρα (urban entertainment centers) σταδιακά απευθύνονται σε ένα ευρύτερο αγοραστικό/καταναλωτικό κοινό, που ξεπερνά τα όρια της πόλης, αποτελώντας πόλο και προορισμό για μία ευρύτερη γεωγραφική περιφέρεια (Α. Σακελλαρίδου, Ε. Χατζηκωνσταντίνου, 2006). Σύμφωνα με τον Λαμπριανίδη 2002, τα μεγάλα εμπορικά κέντρα διαφοροποιούνται ανάλογα με τη χωρική τους εμβέλεια σε υπέρ-περιφερειακής εμβέλειας (super regional), περιφερειακής (regional), τοπικής (community), και εμβέλειας γειτονιάς (neighborhood).

Στην Τρίτη φάση, και την πλέον σύγχρονη, η νέα τάση που σημειώνεται στην ανάπτυξη των malls είναι η δημιουργία εμπορικών συγκεντρώσεων, όπου οι καταναλωτές μπορούν εκτός από το να καταναλώσουν, να ζήσουν και να δουλέψουν. Τα νέα πολυκέντρα σχεδιάζονται υπό το πρίσμα της ένταξης της

καθημερινής ζωής του καταναλωτή στη λειτουργία τους, έτσι ώστε να είναι πραγματικά φιλικά στο χρήστη (user friendly). Οι υπεύθυνοι για την ανάπτυξη τέτοιων πολύ-κέντρων, αναγκάζονται να αναπτύξουν καινοτόμες μεθόδους για να συνδέσουν τα εμπορικά μεγαθήρια με τα προάστια των πόλεων αλλά και με τους καταναλωτές, μέσω ενός σχεδιασμού που βασίζεται στη μίξη των χρήσεων. Το βασικό ζητούμενο για τους διαχειριστές των εμπορικών πολύ-κέντρων είναι η αύξηση του χρόνου παραμονής του καταναλωτή στους χώρους τους. Την προηγούμενη δεκαετία, οι ιδιοκτήτες προσπάθησαν να το πετύχουν με την προσθήκη χώρων διασκέδασης και ψυχαγωγίας, συχνά με τη μορφή θεματικών πάρκων και τομέων.

Πλέον, για την εξασφάλιση της επίσκεψης σε τακτά χρονικά διαστήματα, οι επιπρόσθετες χρήσεις περιλαμβάνουν σταθμούς μετεπιβίβασης, υπηρεσίες, πολιτιστικά κέντρα, γραφεία, ξενοδοχεία και εκκλησίες, ενώ παράλληλα προωθείται και η οικιστική ανάπτυξη, με στόχο τη συγκρότηση ενός νέου περιφερειακού κέντρου δραστηριοτήτων.

Σε άμεση σχέση με την εξέλιξη της ανάπτυξης των malls και των δραστηριοτήτων που αυτά φιλοξενούν, υπό σχηματισμό βρίσκεται και η αρχιτεκτονική τους. Η εσωστρεφής λογική και η ασύμβατη με την πόλη κλίμακα των πρώτων εμπορικών κέντρων, δίνουν σταδιακά τη θέση τους σε μορφές, που στο επίπεδο της αρχιτεκτονικής οργάνωσης, ανταποκρίνονται περισσότερο σε οικείες αστικές δομές (χαρακτηριστική είναι η μορφή των εκπτωτικών χωριών – outlets που δημιουργούνται στην περιφέρεια των πόλεων τα τελευταία χρόνια). Καθώς το κτίριο διαχωρίζεται οπτικά και λειτουργικά σε μικρότερες μονάδες, ο τρόπος επικοινωνίας των επιμέρους ενοτήτων του επιτελείται μέσω ενός δικτύου υπαίθριων πεζοδρόμων που προσομοιώνουν το δημόσιο χώρο, σε παραλληλισμό με τους αστικούς δρόμους (Α. Σακελλαρίδου, Ε. Χατζηκωνσταντίνου, 2006). Παρά το σταδιακό άνοιγμα της μορφής τους, τα περιφερειακά εμπορικά κέντρα καθίστανται όλο και πιο απομονωμένα. Παραμένουν στο σύνολό τους αυτοαναφορικές, εσωστρεφείς και σαφώς οριοθετημένες χωρικές οργανώσεις.

Η χωροθέτηση των μεγάλων εμπορικών πολύ-κέντρων εντοπίζεται σήμερα κυρίως σε περιοχές εκτός σχεδίου, όπου οι κατατμήσεις είναι μεγάλες και η πρόσβαση

επιτυγχάνεται εύκολα από το δίκτυο των αυτοκινητοδρόμων της αστικής περιφέρειας. Εξαιτίας της τυπολογίας των αυτοκινητοδρόμων και των μεγάλων ταχυτήτων που αναπτύσσονται σε αυτές, η μετάβαση στις εμπορικές συγκεντρώσεις γίνεται σημειακά μέσω κόμβων που έχουν κατασκευαστεί αποκλειστικά για αυτό το σκοπό. Με τον τρόπο αυτό, παρατηρεί κανείς, ότι οι νέες αυτές αναπτύξεις επιδιώκουν να ανεξαρτητοποιούνται πλήρως από το τοπικό οδικό δίκτυο αλλά και από τη ζωή των περιοχών στις οποίες δραστηριοποιούνται. Όμως, με τον τρόπο αυτό, το εμπορικό πολύ-κέντρο δεν ενσωματώνεται στην υφιστάμενη κοινωνική και χωρική δομή, αλλά εμφανίζεται απροειδοποίητα και αλλοιώνει το χώρο, αγνοώντας τα προϋπάρχοντα χαρακτηριστικά της περιοχής που το υποδέχεται. Και καθώς οι οδικοί άξονες πρόσβασης στα νέα εμπορικά κέντρα τερματίζουν στους οργανωμένους, υπαίθριους και μη, χώρους στάθμευσης, η διάβρωση του συνεκτικού ιστού της πόλης επιταχύνεται και επίσης περιορίζεται η επικοινωνία και αλληλεπίδραση των μερών/επιμέρους περιοχών της.

Ο παραπάνω τρόπος ανάπτυξης έχει ως αποτέλεσμα τη μετατροπή των malls καθαυτών, σε αυτόνομους προορισμούς, οι οποίοι λειτουργούν ως θύλακες μιας νέας αστικότητας. Στην ουσία αυτά τα εμπορικά κέντρα εξελίσσονται σε νέες κεντρικότητες και συμπαρασύρουν σε αυτή τη νέα συσπείρωση την περιοχή που τα έχει υποδεχτεί. Όπως επισημαίνει και η Α. Γοσποδίνη (*Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη*), οι σύγχρονες τάσεις ανάπτυξης του περιαστικού χώρου τείνουν να δημιουργούν νέα υβριδικά τοπία. Η μορφολογία του χώρου και τα κτιριακά κελύφη που φιλοξενούν εμπορικά κέντρα, επιχειρηματικά πάρκα, θεματικά πάρκα κλπ, συντάσσουν *αποσπάσματα κέντρου πόλης* τα οποία όμως είναι ασύνδετα μεταξύ τους και διασκορπισμένα στον υπαίθριο χώρο, χωρίς δομή, χωρίς περιφερειακό ιστό που να τα συνδέει σε ενιαίο σύνολο. Υπό αυτή την έννοια, αποτελούν *διάσπαρτα αστικά αποσπάσματα στον περιαστικό χώρο* και μπορούν να οριστούν ως *εξωαστικές νέες κεντρικότητες*. Τέτοιου είδους νέες κεντρικότητες αλλάζουν ριζικά το τοπίο του περιαστικού χώρου δημιουργώντας ένα τοπίο *διάχυτης αστικότητας στον εξωαστικό χώρο*.

Συνεχίζει και εντοπίζει ως το πιο κοινό, και ως εκ τούτου και σημαντικότερο, στοιχείο των εξωαστικών νέων κεντρικοτήτων, τα εμπορικά κέντρα, και σχολιάζει

την ανεπάρκεια του όρου «εμπορικά κέντρα» προκειμένου να περιγραφεί το φαινόμενο των εμπορικών κέντρων, καθώς δε δηλώνεται έτσι ο πολύπλευρος, οικονομικός, χωρικός και κοινωνικός χαρακτήρας αυτών των clusters εμπορικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων.

Για τον Garreau, οι διάχυτες πόλεις που διαμορφώνονται από τη διάσπαρτη οικιστική ανάπτυξη στον εξωαστικό χώρο, «δεν έχουν δήμαρχο ή δημοτικό συμβούλιο, ούτε θεσμοθετημένα διοικητικά όρια πάνω στο χάρτη», αλλά ωστόσο, έχουν αστικό πυρήνα και αυτός δεν είναι άλλος από τα πολύ-κέντρα εμπορίου και αναψυχής που «λειτουργούν ως νέου τύπου αστικές πλατείες».

Η Γοσποδίνη, δίνει επίσης και έναν ορισμό-περιγραφή για αυτές τις νέες κεντρικότητες: Τα τοπία των εξωαστικών νέων κεντρικότητων συναντώνται στον περιαστικό χώρο κοντά στους αυτοκινητοδρόμους και τις περιφερειακές οδούς. Συντάσσονται από διάσπαρτα νέα κτιριακά συγκροτήματα που φιλοξενούν εμπορικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες – franchising εμπορικά καταστήματα διεθνών αλυσίδων, πολυκινηματογράφους, καφετέριες, μπαρ και εστιατόρια, θεματικά πάρκα και πάρκα αναψυχής. Οι συμπληρωματικές χρήσεις γης και δραστηριότητες περιλαμβάνουν συγκροτήματα γραφείων, εκθεσιακά κέντρα, ξενοδοχεία, κέντρα άθλησης και αισθητικής. Ο χώρος είναι προϊόν νέας ανάπτυξης και χαρακτηρίζεται από διεθνοποιημένη αστική αρχιτεκτονική μορφολογία.

Συνεχίζει, διαπιστώνοντας ότι η δημιουργία των τοπίων διάχυτης αστικότητας στον περιαστικό χώρο της μεταβιομηχανικής πόλης έχει τις ρίζες της, αφενός στην ανάπτυξη σύγχρονων μεταφορικών υποδομών (προαστιακός σιδηρόδρομος, περιφερειακοί αυτοκινητόδρομοι) και, αφετέρου στην ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών που επιτρέπουν την ηλεκτρονική πρόσβαση του ατόμου σε πληροφορίες και υπηρεσίες.

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο παράγοντας που συμβάλλει περισσότερο στην εξάλειψη της ανάγκης για εγγύτητα με το κέντρο μιας πόλης είναι η μείωση της απόστασης και του χρόνου των διαδρομών λόγω βελτίωσης των μεταφορικών υποδομών, και η εγγύτητα με τις νέες κεντρικότητες, οι οποίες προσελκύουν εκτός από κατοίκους, και νέους επενδυτές.

## 2.4 Εμπορικά κέντρα και δίκτυα μεταφορών

Η ανάπτυξη των προαστίων, συνεπώς η δυνατότητα για «άπλωμα» της πόλης και των δραστηριοτήτων της σε εκτός πόλης περιοχές και στην ύπαιθρο, έγινε δυνατή με την ανάπτυξη και εξέλιξη των μεταφορών.

Στην Ευρώπη, αυτή η δυνατότητα δόθηκε με την εμφάνιση του προαστιακού σιδηρόδρομου, στο δεύτερο μισό του 19<sup>ου</sup> αιώνα, και τα πρωτεία ανήκουν στο Λονδίνο με το εκτεταμένο δίκτυο υπόγειου και προαστιακού σιδηρόδρομου, που εισχωρούσε στην ύπαιθρο και έβαλε στο χάρτη των καθημερινών μετακινήσεων των ανθρώπων, πολλές απομακρυσμένες, ως τότε, περιοχές.

Από την αναδρομή στις φάσεις εξέλιξης και εξάπλωσης των malls, αυτό που προκύπτει είναι πως ενώ η προαστιοποίηση ευνοήθηκε αρχικά από την ανάπτυξη της δημόσιας συγκοινωνίας, αυτό που εκτίναξε τους ρυθμούς της στα ύψη, και ευνόησε και τη μεταφορά των τριτογενών δραστηριοτήτων στον εξωαστικό χώρο, είναι η ευρεία χρήση του αυτοκινήτου.

Αυτό που συμβάλλει περισσότερο στις τοπικές συγκεντρώσεις σε εκτός πόλης περιοχές, είναι η χωροθέτηση κόμβων μεγάλης υπερτοπικής σημασίας, οι οποίοι αποτελούν έναυσμα αστικής ανάπτυξης και οι οποίοι συνήθως εγκαθίστανται σε περιφερειακές περιοχές για τους λόγους που αναφέρθηκαν προηγουμένως. Όμως, τα δίκτυα μεταφοράς, είτε αφορούν στα δίκτυα των μέσων μαζικής μεταφοράς είτε στην ιδιωτική μετακίνηση, τελικά δε συμβάλλουν μόνο στη μείωση του χρόνου ταξιδιού, αλλά και στην αύξηση της αστικής γης, καθώς αποτελούν πόλο έλξης επενδυτών, τόσο οικιστικής ανάπτυξης όσο και εμπορικών επενδύσεων. Έτσι, δημιουργείται ένας φαύλος κύκλος ανάπτυξης, αύξηση πληθυσμού – αύξηση οικοδομικής δραστηριότητας – αύξηση καταναλωτικού κοινού – επέκταση υπαρχόντων δικτύων μεταφοράς – δυνατότητα για αύξηση πληθυσμού κ.ο.κ.

Τα malls δεν αποτελούν εξαίρεση σε αυτή την αλληλουχία γεγονότων. Εφόσον οι χρήσεις γης και τα δίκτυα μεταφοράς είναι αλληλοεξαρτούμενα, τα malls, ως χρήση γης, παράγουν μεγάλο αριθμό μετακινήσεων (εργαζόμενοι,



πελάτες, τροφοδοσία), και συνεπώς αυτή η αύξηση των μετακινήσεων επιτάσσει όχι μόνο την αναβάθμιση και προσαύξηση των ήδη υπαρχόντων υποδομών μεταφοράς αλλά και τη δημιουργία νέων.

Καθώς οι νέες τριτογενείς δραστηριότητες εμφανίζονται, αυξάνεται η ζήτηση και η ανάγκη για νέες υποδομές, και συνεπώς αυξάνεται και η εισροή πελατών σε αυτές. Οι ροές αυτές, με τη σειρά τους, δημιουργούν προϋποθέσεις για επενδυτικό/επιχειρηματικό ενδιαφέρον, το οποίο οδηγεί στην ανάπτυξη παρόμοιων επιχειρήσεων οι οποίες εντάσσονται στο ίδιο μοτίβο ανάπτυξης.

Αυτή η ανάπτυξη, επηρεάζοντας τόσο το χαρακτήρα της περιοχής εγκατάστασης όσο και τα δίκτυα μεταφοράς που την εξυπηρετούν, είναι σαφές ότι θα έπρεπε να αποτελεί προϊόν σχεδιασμού και μελέτης. Επειδή όμως το μοτίβο της διάχυτης αστικότητας είναι το αποτέλεσμα μιας μακρόχρονης διαδικασίας, και λόγω της επικράτησης του αυτοκινήτου, το αποτέλεσμα που προκύπτει είναι απρογραμμάτιστη και σποραδική ανάπτυξη στις περιαστικές περιοχές με κύριο πρόβλημα το κυκλοφοριακό. Η κατάσταση αυτή εντείνεται με τη δημιουργία μεγάλης κλίμακας εμπορικών κέντρων τα οποία παράγουν πρόσθετες και υπερπολλαπλάσιες μετακινήσεις και ροές, οι οποίες απαιτούν εκτός από ικανά οδικά δίκτυα (ιεράρχηση οδικού δικτύου, οδικοί άξονες σχεδιασμένοι για την απρόσκοπτη χρήση του οδικού δικτύου, βοηθητικές οδοί) και χώρους στάθμευσης.

Τα εμπορικά κέντρα που είναι εγκατεστημένα σε περιφερειακές περιοχές εξαρτώνται άμεσα από το υπάρχον δίκτυο μεταφορών και κυρίως από το υπάρχον οδικό δίκτυο. Για να επιτευχθεί το βέλτιστο αποτέλεσμα για αυτά, επιδιώκεται η εγκατάσταση πλησίον δρόμων μεγάλης κυκλοφορίας με εύκολους κόμβους εισόδου και εξόδου, σε κόμβους μετεπιβίβασης, σε μεγάλους σταθμούς υπερτοπικής σημασίας (π.χ. προαστιακός σιδηρόδρομος), και πλησίον άλλων δραστηριοτήτων οι οποίες προσελκύουν μεγάλο αριθμών ατόμων και μετακινήσεων (προϋπάρχοντα εμπορικά κέντρα ή καταστήματα λιανικού εμπορίου). Το αποτέλεσμα είναι μια συνεχής ροή ατόμων και αγαθών μέσω αυτών των προϋπαρχόντων δικτύων μεταφοράς, τα οποία καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας παρουσιάζουν κυκλοφοριακό φόρτο δυσανάλογο του φόρτου για τον οποίο είχαν σχεδιαστεί.

## 2.5 Ζώνη επιρροής εμπορικών κέντρων

Για να προσδιοριστούν οι συγκοινωνιακές απαιτήσεις των εμπορικών κέντρων, είναι απαραίτητο να προσδιορισθεί η ζώνη επιρροής τους πριν τη δημιουργία τους, ώστε να εξασφαλιστεί ότι το μέγεθός τους και οι υπηρεσίες που θα προσφέρουν σε συνδυασμό με τις συγκοινωνιακές απαιτήσεις των χρηστών τους, να είναι βιώσιμα από οικονομική, κοινωνική και συγκοινωνιακή σκοπιά.

Πιο αναλυτικά, οι παράγοντες που καθορίζουν τη ζώνη επιρροής των malls είναι οι εξής (Καραμάνου Ζ., Ροδολάκης Ν., 1991):

1. Ο τύπος και το μέγεθος του εμπορικού κέντρου.

Ένα περιφερειακό εμπορικό κέντρο, το οποίο καλύπτει είδος εμπορίου σπάνιο ή ανώμαλο (ορολογία ΕΠΑ, 1983), έχει μεγαλύτερη σφαίρα επιρροής από ένα τοπικό κέντρο το οποίο καλύπτει πιο συνηθισμένες αγορές. Επίσης, ο δυνητικός πελάτης, θα μετακινηθεί ευκολότερα πιο μακριά από τον τόπο κατοικίας του όταν πρόκειται για την πρώτη κατηγορία αναγκών, παρά για τη δεύτερη.

2. Ο χαρακτήρας και η ποιότητα του οδικού δικτύου.

Καθώς ένα μεγάλο ποσοστό των πελατών του εμπορικού κέντρου θα το προσεγγίσουν με ιδιωτικό αυτοκίνητο, είναι λογικό να επιλεγθεί ως βέλτιστη, η τοποθεσία που θα προσφέρει τις ιδανικότερες συνθήκες – άρτιο οδικό δίκτυο, εύκολες προσβάσεις.

3. Η ύπαρξη ορισμένων φυσικών ή τεχνητών εμποδίων.

Για παράδειγμα δάση, ποτάμια, σιδηροδρομικές γραμμές κλπ. Όλα αυτά αποτελούν εμπόδιο στην απρόσκοπτη πρόσβαση στο εμπορικό κέντρο.

4. Η απόσταση και η διάρκεια των μετακινήσεων με αυτοκίνητο.

Συνήθως, η απόσταση που καλύπτει τα όρια της ζώνης επιρροής είναι ανάμεσα στα 15 έως 20 χιλιόμετρα, δηλαδή ένα μέγιστο δρομολόγιο διαρκεί περίπου 20 λεπτά με το αυτοκίνητο.

5. Η πυκνότητα και η κατανομή του πληθυσμού.

Η εγγύτητα με περιοχές οικιστικής ανάπτυξης είναι θετική καθώς μπορούν να αποτελέσουν δεξαμενές καταναλωτικού κοινού.

6. Η ύπαρξη ανταγωνιστικών εμπορικών συγκεντρώσεων και η ακτινοβολία τους. Αυτό από τη μία σημαίνει ότι οι εμπορικές συγκεντρώσεις στο – συχνά κορεσμένο – κέντρο πόλης δρουν αποτρεπτικά για την ανάπτυξη νέων κέντρων μεγάλης κλίμακας λιανικού εμπορίου, από την άλλη όμως, οι ήδη εγκατεστημένες εμπορικές συγκεντρώσεις σε περιαστικές περιοχές δρουν επικουρικά καθώς μπορούν να προμηθεύσουν τα νέα εγχειρήματα με πελάτες που έχουν ήδη δείξει προτίμηση στην περιοχή και στον τρόπο αγοράς.

7. Το είδος των καταστημάτων.

Προκειμένου να εξασφαλιστεί η συνεχής ροή πελατείας και η επιμήκυνση του χρόνου παραμονής της, είναι επιθυμητή η χωροθέτηση διαφόρων καταστημάτων και υπηρεσιών, όπως πολυκαταστήματα, αγορές τροφίμων, εστιατόρια, κινηματογράφοι αλλά και άλλες υπηρεσίες όπως ταξιδιωτικά πρακτορεία, ταχυδρομικά καταστήματα, τράπεζες κλπ.

Στους παραπάνω παράγοντες πρέπει να προσθέσουμε και τα επαρκή δίκτυα μαζικής μεταφοράς. Είναι προτιμότερο να μπορεί να προσεγγιστεί το εμπορικό κέντρο και από τα μέσα μαζικής μεταφοράς, εκτός από το ιδιωτικό αυτοκίνητο. Έτσι, επιτυγχάνεται η προσέλκυση πελατών που είτε δε διαθέτουν ιδιωτικό μέσο, είτε δε διαθέτουν δίπλωμα οδήγησης λόγω ηλικίας – η συγκεκριμένη κατηγορία πελατών μάλιστα, διαθέτει μεγάλη αγοραστική δύναμη και αυτό δεν μπορεί να αγνοηθεί από τους επιχειρηματίες. Έτσι, η χωροθέτηση ενός mall πλησίον σταθμού ΜΜΜ, εξασφαλίζει και την εισροή πελατών νεαρής ηλικίας, οι οποίοι έχουν εντάξει το εμπορικό κέντρο στην κουλτούρα τους.

## 2.6 Συγκοινωνιακές απαιτήσεις εμπορικών κέντρων

Από τη στιγμή που η χωροθέτηση ενός εμπορικού κέντρου έχει αποφασιστεί να γίνει σε περιαστική περιοχή, και θεωρώντας ότι αυτή η περιοχή μπορεί να καλύψει τις ανάγκες σε γη και πληθυσμό, η τελική απόφαση για την περιοχή μένει να γίνει με βάση την επάρκεια του δικτύου μεταφοράς που πρόκειται να εξυπηρετεί το mall.

Αυτή η επάρκεια κρίνεται με γνώμονα την πρόβλεψη για το πώς θα κατανέμονται οι μετακινήσεις στα διάφορα μέσα, πράγμα που επηρεάζεται από τις αποφάσεις/προτιμήσεις των μετακινούμενων γενικά, αλλά και ειδικά για το εκάστοτε εμπορικό κέντρο.

Οι προτιμήσεις αυτές είναι το αποτέλεσμα τριών παραγόντων κατά τους C. Jotin Khisty και B. Kent Lall (1998):

1. Τα χαρακτηριστικά του ατόμου που μετακινείται (αριθμός διαθέσιμων αυτοκινήτων, μέγεθος οικογένειας, οικογενειακή οικονομική επιφάνεια, πυκνότητα κατοίκησης στην περιοχή που διαμένει, ηλικία)
2. Τα χαρακτηριστικά της μετακίνησης (απόσταση μετακίνησης, κατάσταση οδικού δικτύου, ώρα της ημέρας)
3. Τα χαρακτηριστικά του συγκοινωνιακού συστήματος (συνολικός χρόνος μετακίνησης, κάλυψη, προσβασιμότητα)

Σε κάθε περίπτωση, η ανάλυση και μελέτη αυτών των παραγόντων μπορεί να οδηγήσει σε διαφορετικά συμπεράσματα και διαφορετικά μοτίβα μετακίνησης, ανάλογα με τη χώρα, την πόλη, την περιοχή.

Για παράδειγμα, κατά την εξέταση 33 εμπορικών κέντρων στις ΗΠΑ από τον Keffer το 1966 (*Χ. Μπάκα, Ε. Παπαπαναγιώτου, Α. Πούλιου, 2007:40*), προέκυψε ότι σε δύο μόνο από τα 33, το ποσοστό μετακινήσεων με λεωφορείο ξεπέρασε το 5%. Στη Βραζιλία, η μελέτη του Goldner (1994) σε 14 εμπορικά κέντρα, απέδωσε στις μετακινήσεις με αυτοκίνητο το 53.1% (μέσος όρος), όπου στα εμπορικά κέντρα που ήταν χωροθετημένα στο κέντρο και εξυπηρετούνταν επαρκώς από τα δίκτυα μαζικής μεταφοράς αυτό το ποσοστό πέφτει κάτω από το 50%, ενώ αντίθετα τα

εξωαστικά εμπορικά κέντρα υπερβαίνει το 50%. Τα συμπεράσματα που εξάχθηκαν από αυτή τη μελέτη, καταδεικνύουν ως παράγοντες επιλογής μέσου το εισόδημα του καταναλωτή και τις επαρκείς θέσεις στάθμευσης ως ανάλογα της πιθανότητας χρήσης αυτοκινήτου. Επίσης συμπέρανε ότι καθώς αυξάνει η απόσταση του εμπορικού κέντρου από το κέντρο πόλης, μειώνεται η πιθανότητα χρήσης λεωφορείου.

Παρόλο που τα ποσοστά χρήσης αυτοκινήτου διαφέρουν από περιοχή σε περιοχή, ένα κοινό στοιχείο είναι ότι η εγγύτητα του εκάστοτε εμπορικού κέντρου με το κέντρο πόλης, γενικά μειώνει την πιθανότητα χρήσης του αυτοκινήτου (είτε λόγω κυκλοφοριακού προβλήματος που είναι αποτρεπτικό, είτε λόγω δυσκολίας εύρεσης χώρου στάθμευσης κλπ), αλλού λιγότερο και αλλού περισσότερο. Το συμπέρασμα είναι πως τα εξωαστικά εμπορικά κέντρα είναι άμεσα εξαρτημένα από το οδικό δίκτυο κυκλοφορίας που αφορά στο ιδιωτικό αυτοκίνητο. Για το λόγο αυτό τα εξωαστικά εμπορικά κέντρα τείνουν να χωροθετούνται κοντά σε αρτηρίες μεγάλης κυκλοφοριακής ικανότητας και ταχύτητας, με επαρκείς κατευθείαν οδικές συνδέσεις με αυτά (*Φραντζεσκάκης Ι.Μ., 2003*). Αυτή η έντονη εξάρτηση των εξωαστικών εμπορικών συγκεντρώσεων από το αυτοκίνητο επιτάσσει, εκτός από την εύκολη προσπελασιμότητα, και τη δημιουργία μεγάλων χώρων στάθμευσης, οι οποίοι πρέπει να είναι επαρκείς, ασφαλείς, και ευανάγνωστοι στο χρήστη, προκειμένου να εξασφαλιστεί η άρτια εξυπηρέτηση των πελατών.

Προκειμένου λοιπόν να είναι επιτυχημένος ο σχεδιασμός ενός εμπορικού κέντρου, επιβάλλεται η πρόβλεψη και ο σχεδιασμός ικανού αριθμού θέσεων στάθμευσης όπως ορίζονται από μελέτες ή νομοθεσίες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Εμπορικά κέντρα και δίκτυα μεταφορών στην ελληνική πραγματικότητα. Η περίπτωση των Μεσογείων

### 3.1 Εμπορικά κέντρα στην Ελλάδα, ιστορική καταγραφή

Το λιανικό εμπόριο , έχει αρχίσει να αλλάζει πρόσωπο τα τελευταία πενήντα χρόνια παγκοσμίως, δείχνοντας μια στροφή στη μαζικοποίηση, τις τεράστιες κατασκευές, και την ενσωμάτωση σε αυτό της διασκέδασης. Έχει πάρει το χαρακτήρα μορφής ψυχαγωγίας και οδεύει προς την κατάληψη όλο και μεγαλύτερου χώρου περιαστικής γης για να το πετύχει, εκμεταλλευόμενο τα χαρακτηριστικά των περιοχών αυτών.

Στην Ελλάδα, από τη δεκαετία του 1990, το λιανικό εμπόριο άρχισε να έρχεται σε επαφή με τους οίκονους αυτής της πραγματικότητας. Το μικρής κλίμακας εμπόριο ήρθε αντιμέτωπο με την περαιτέρω ανάπτυξη πολυκαταστημάτων που βασίζονται σε επενδύσεις ελληνικών κεφαλαίων ( Φωκάς, Λαμπρόπουλος, Hondos Center), τα οποία με τη σειρά τους επισκιάστηκαν από την είσοδο μεγάλων διεθνικών αλυσίδων (IKEA, Zara inditex, Saturn, Media Markt) οι οποίες έθεσαν υπό αναδιαμόρφωση τα μερίδια της αγοράς. Οι εξελίξεις αυτές συντέλεσαν δραστικά στη μεταμόρφωση της αγοράς, και σε συνδυασμό με την εγκατάσταση(χωροθέτηση) μεγάλων εμπορικών κέντρων – πολυχώρων, τα οποία συνδυάζουν την ψυχαγωγία με τα ψώνια, αλλάζουν τις καταναλωτικές συνήθειες, τον τρόπο διάθεσης του ελεύθερου χρόνου και φυσικά αλλάζουν τη φυσιογνωμία του «τοπίου» που τα φιλοξενεί.

Η χρονιά – ορόσημο για την ελληνική αγορά υπήρξε το 2005. Στις 21 Οκτωβρίου 2005, εγκαινιάζεται το Mediterranean Cosmos, στην Πυλαία Θεσσαλονίκης, ένα σύγχρονο εμπορικό και ψυχαγωγικό κέντρο. Σχεδόν ένα μήνα αργότερα, εγκαινιάστηκε το πρώτο mall στην Ελλάδα, το «The Mall». Η επιτυχία του «The Mall» σε συνδυασμό με τις χωροταξικές διευθετήσεις έδωσε το παράδειγμα σε άλλους επενδυτές ώστε τα τελευταία πέντε χρόνια να έχουν δημιουργηθεί στην ελληνική επικράτεια τα εξής εμπορικά κέντρα : «Golden Hall», «City Link», «The

Athens Heart», «West Plaza», «Mediterranean Cosmos», «Olympia Mall» (Τρίκαλα), «Pantheon Plaza» (Λάρισα) «Gaea Lifestyle Center» (Λάρισα), κ.ά.

Όπως στην Β. Αμερική και την Ευρώπη, έτσι και στην Ελλάδα, το λιανικό εμπόριο έχει αρχίσει να κατευθύνεται προς εξωαστικές περιοχές, προκαλώντας ισχυρό οικονομικό πλήγμα στα συνοικιακά καταστήματα εντός του αστικού ιστού.

Η κυκλοφοριακή συμφόρηση του κέντρου, η έλλειψη ελεύθερων και μεγάλων οικοπέδων, και οι υψηλές τιμές γης σε αυτό, έχουν οδηγήσει το λιανικό εμπόριο στην περιφέρεια. Σε αυτή τη λογική, συνδράμουν και οι νέες αξίες του καταναλωτισμού και του θεάματος. Η πρωτεύουσες είναι συνήθως αυτές που πλήττονται πρώτες από αυτό το μοντέλο ανάπτυξης, γεγονός που συνέβη και στην Ελλάδα.

Στην περίοδο του Μεσοπολέμου κατασκευάστηκε το Μετοχικό Ταμείο Στρατού στην Αθήνα, ο πρόδρομος των malls όπως τα γνωρίζουμε σήμερα. Πενήντα χρόνια περίπου αργότερα, το 1992, αναθεωρήθηκε το Ρυθμιστικό Σχέδιο Αθήνας (Νόμος 1515/1985), με τη θέσπιση τεσσάρων ακόμα «κέντρων χωροταξικών υποενοτήτων», στο Μαρούσι, στο Μενίδι, στο Χαϊδάρι και στο Ελληνικό (Άρθρο 22), επιπλέον των δύο μητροπολιτικών κέντρων σε Αθήνα και Πειραιά, όπως και τεσσάρων «κέντρων των υπόλοιπων χωροταξικών υποενοτήτων» σε Μέγαρο, Καπανδρίτι, Λαύριο και Αίγινα. Ακόμα, θεσπίστηκαν ως «Κέντρα δήμου με υπερτοπική σημασία» σε Αγίους Αναργύρους, Περιστερί, Αιγάλεω, Κορυδαλλό, Νίκαια, Μοσχάτο, Καλλιθέα, Νέα Σμύρνη, Γλυφάδα, Κηφισιά, Ζωγράφου, Αγία Παρασκευή, Χαλάνδρι, Νέα Ιωνία, Ελευσίνα, Ασπρόπυργο, Αυλώνα, Νέα Μάκρη, Ραφήνα, Κορωπί και Μαρκόπουλο Μεσογαίας ([http://www.domiki.gr/kpn/text\\_1b/0.htm](http://www.domiki.gr/kpn/text_1b/0.htm)). Κοινό στοιχείο και των τεσσάρων «κέντρων χωροταξικών ενοτήτων» ήταν η άφθονη δημόσια γη ή η προσφερόμενη γη με ευνοϊκούς όρους. Διερευνήθηκε επίσης το Ολυμπιακό Χωριό στους Θρακομακεδόνες, στο οποίο είχε προβλεφθεί και ο «διεθνής χώρος» για χρήση υπερτοπικών εμπορικών κέντρων. Παρόλα αυτά, ο χώρος αυτός θεωρήθηκε από τους επενδυτές ως μη άμεσα προσπελάσιμος και κρατήθηκε ως μελλοντική προοπτική ανάπτυξης, και το 2009, κατατέθηκαν δύο προσφορές για την ανέγερση εμπορικού κέντρου, στα πρότυπα του “The Mall Athens” (<http://www.kerdos.gr/default.aspx?id=1011205&nt=103>). Το Ολυμπιακό Χωριό Τύπου

από την άλλη πληρούσε όλες τις προϋποθέσεις καθώς βρίσκεται στην τομή τεσσάρων ισχυρών συγκοινωνιακών δικτύων: Προαστιακός, ΗΣΑΠ, Αττική Οδός, Λεωφόρος Κηφισίας. Η γη πουλήθηκε στην LD – Lamda Development και ύστερα στην θυγατρική της, LOV – Lamda Olympia Village μέσα από διαδικασίες αμφίβολης νομιμότητας

[<http://www.blogal.gr/facthemall/2009/05/05/%CF%87%CE%AC%CF%81%CF%84%CE%B7%CF%82-%CF%84%CE%BF-%CF%87%CF%89%CF%81%CE%B9%CF%8C-%CF%84%CF%8D%CF%80%CE%BF%CF%85/>],

γεγονός που οδήγησε στην κατασκευή του “The Mall Athens”, του οικισμού «Ήλιδα», ενός οικοδομικό τετραγώνου στέγασης γραφείων, και στη διατήρηση του τεράστιου παρκινγκ (αντί του πάρκου που υποτίθεται ότι θα κατασκευαζόταν) .



Εικόνα 3 Ολυμπιακό χωριό τύπου. Α. The Mall Athens Β. Οικισμός «Ήλιδα» της Lamda Γ. Πάρκινγκ Δ. Γραφεία  
Πηγή:<http://www.blogal.gr/facthemall/2009/05/05/%CF%87%CE%AC%CF%81%CF%84%CE%B7%CF%82-%CF%84%CE%BF-%CF%87%CF%89%CF%81%CE%B9%CF%8C-%CF%84%CF%8D%CF%80%CE%BF%CF%85/>



Αυτές οι διαδικασίες εντάσσονται στην ευρύτερη προσπάθεια μεγάλων κατασκευαστικών εταιριών να αποκτήσουν γη για μελλοντική αξιοποίηση, γη με πρόσβαση σε μεγάλα δίκτυα μεταφοράς, η οποία ξεκίνησε στη δεκαετία του 1990.

Η πορεία εξέλιξης του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα, σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα, η σύνδεση του δηλαδή με το θέαμα και τη διασκέδαση, ξεκίνησε με τη δημιουργία πολυκινηματογράφων με τρεις έως τέσσερις αίθουσες από την Assos-Odeon στο Μαρούσι, και ακολούθησε η κατασκευή του Village Center στον Παράδεισο Αμαρουσίου, το 1997, με δέκα αίθουσες προβολής, ο πρώτος πραγματικός πολυκινηματογράφος (multiplex) το οποίο και έκλεισε το 2007, λόγω της δημιουργίας του νέου Village Cinemas, με 14 αίθουσες, τον Νοέμβριο του 2005, στο εμπορικό κέντρο “The Mall Athens”, γεγονός το οποίο επηρέασε αρνητικά την κίνηση του πρώτου πολυκινηματογράφου (της ίδιας εταιρίας) και επέφερε σημαντική μείωση των εσόδων. Η επιτυχία που είχαν πάντως οι πρώτες απόπειρες, είχαν ως αποτέλεσμα να υπάρχουν πλέον στην Αττική πέντε πολυκινηματογράφοι της ίδιας εταιρίας, οι οποίοι διαθέτουν από 5 έως 20 αίθουσες – κατά μέσο όρο 10 –, ένας στο Βόλο με τέσσερις αίθουσες, ένας στη Θεσσαλονίκη με έντεκα αίθουσες μέσα στο εμπορικό κέντρο Mediterranean Cosmos, και οι θερινοί κινηματογράφοι «Village Cool» στο Ρέντη, στο Πόρτο Ράφτη, στην Παραλία Μαραθώνα (τρεις κινηματογράφοι) και στη Θεσσαλονίκη, επίσης στο εμπορικό κέντρο Mediterranean Cosmos. Ταυτόχρονα, και άλλες εταιρίες άρχισαν να δραστηριοποιούνται στο πεδίο των πολυκινηματογράφων, με αποτέλεσμα να λειτουργούν πλέον στην Αττική 22 αίθουσες multiplex.

Ενώ στην αρχή οι πολυκινηματογράφοι ήταν αυθύπαρκτοι προορισμοί, στη συνέχεια άρχισαν να ενσωματώνονται σε εμπορικά κέντρα, συνειδητοποιώντας τις μεγαλύτερες πιθανότητες βιωσιμότητας και για τους δύο (εμπορικό κέντρο και κινηματογράφος), προσφέροντας έτσι στο καταναλωτικό κοινό ενισχυμένες δυνατότητες για διασκέδαση και κατανάλωση.

Το απαύγασμα αυτής της στροφής στο συνδυασμό fun-food-fashion ήταν το εμπορικό κέντρο «The Mall Athens», το μεγαλύτερο κέντρο εμπορίου και αναψυχής στα Βαλκάνια, (και το μεγαλύτερο αυθαίρετο στην Ευρώπη), το οποίο κατασκευάστηκε στο Ολυμπιακό Χωριό Τύπου, άρχισε τη λειτουργία του το 2005,

και περιλαμβάνει 148 καταστήματα λιανικού εμπορίου, 23 εστιατόρια, πέντε αίθουσες ψυχαγωγίας και 20 αίθουσες κινηματογράφου, με 58.500 τ.μ. Διαθέσιμου Ενοικιάσιμου Χώρου (GLA) και 90.000 τ.μ. υπόγειων χώρων καθώς και 2.100 θέσεις στάθμευσης σε τρία επίπεδα. Πιστό στις αντιλήψεις για μίξη χρήσεων, που διευκολύνουν την περαιώση καθημερινών υποχρεώσεων και την κάλυψη πιο «πεζών» αναγκών και οδηγούν σε επιμήκυνση του χρόνου παραμονής του επισκέπτη, έχει συμπεριλάβει και τις εξής υπηρεσίες: κατάστημα ΕΛΤΑ, φαρμακείο, super market, τράπεζα, μηχανήματα αυτόματης ανάληψης χρημάτων, παιδότοπο, ιδιωτικό χώρο φύλαξης παιδιών κλπ. , με σκοπό – όπως ξεκάθαρα αναφέρεται στην επίσημη ιστοσελίδα του- «να αλλάξει ριζικά τις καταναλωτικές συνήθειες του αθηναϊκού κοινού» ([http://www.themallathens.gr/index.php?option=com\\_content&task=view&id=13&Itemid=39](http://www.themallathens.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=13&Itemid=39)).

Επίσης πιστό και στις επιταγές για εγγύτητα με ισχυρά μεταφορικά/ συγκοινωνιακά δίκτυα, είναι χωροθετημένο στις παρυφές της Αττικής Οδού, και δίπλα στο σταθμό Νεραντζιώτισσα που εξυπηρετείται από τον Προαστιακό Σιδηρόδρομο και τον ΗΣΑΠ, και τη Λεωφόρο Κηφισίας.

Έκτοτε, ακολουθώντας το παράδειγμα του “The Mall Athens” διάφοροι σχηματισμοί εμπορικών πολυκέντρων ψυχαγωγίας και κατανάλωσης έχουν εμφανιστεί. Το Golden Hall, το συγκεκριμένο με ιδιαίτερος πολλά κοινά στοιχεία με το Mall, το Athens Metro Mall στον Άγιο Δημήτριο, το οποίο είναι πάνω στο σταθμό του μετρό Άγ. Δημήτριος, το Mediterranean Cosmos στην νοτιοανατολική περιαστική ζώνη της Θεσσαλονίκης, και σε άλλες πόλεις όπως η Λάρισα, τα Τρίκαλα, η Πάτρα.

Παρόλο που δεν υπάρχει παράδοση σε τόσο μεγάλες εμπορικές συγκεντρώσεις στην Ελλάδα, τα mall ήρθαν για να μείνουν.

Χαρακτηριστικό τους και εδώ είναι η προτίμηση που δείχνουν σε περιαστικές ή εξωαστικές περιοχές, ή σε περιοχές πιο υποβαθμισμένες (Ρέντης, Αγ. Δημήτριος, Αιγάλεω κλπ), οι οποίες μπορούν επίσης να παρέχουν φθηνή γη – προς το παρόν.

Άλλο χαρακτηριστικό, κοινό με τα Αμερικανικά και Ευρωπαϊκά πρότυπα, είναι η χωροθέτησή τους πλησίον μεγάλων οδικών αρτηριών και σταθμών δικτύων μέσω μαζικής μεταφοράς.

Το αποτέλεσμα και εδώ, είναι η δημιουργία νέων κεντρικότητων και η αναγωγή τους σε σημεία αναφοράς στο χώρο.

Από τότε μέχρι σήμερα, «τα εμπορικά πολυκέντρα εμπορίου και αναψυχής αποτελούν μια πραγματικότητα καθόλα ενσωματωμένη στην καθημερινότητα των πολιτών» (Κυριακοπούλου, 2008).

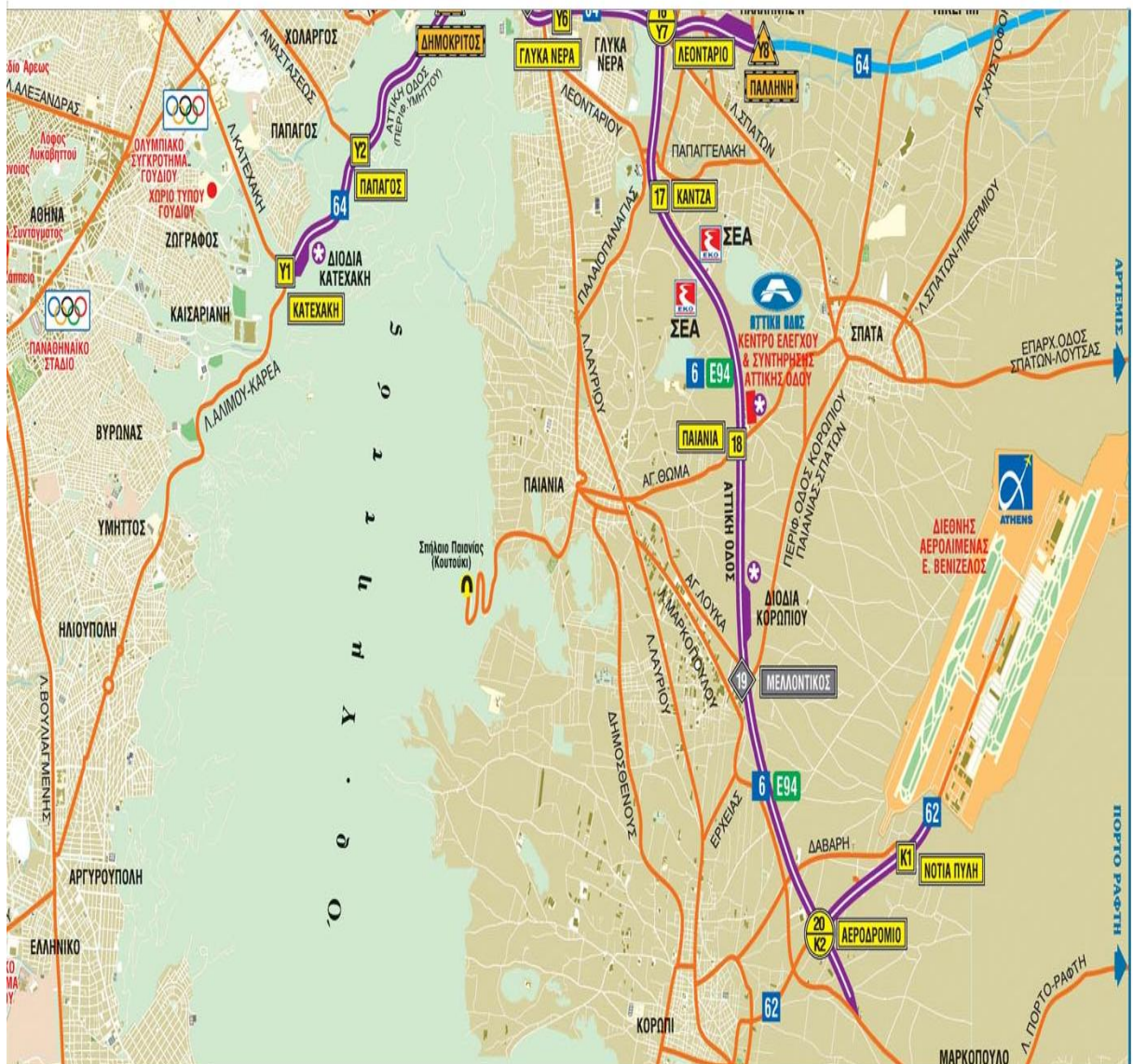
### 3.2 Νέες υποδομές στα Μεσόγεια και υφιστάμενη κατάσταση

Οι παραπάνω εξελίξεις, σε συνδυασμό με την τωρινή πραγματικότητα στην περιοχή των Μεσογείων, με κεντρικό έργο το Αεροδρόμιο κάνουν σαφείς νύξεις για την πορεία της συγκεκριμένης περιοχής. Επίσης καθιστούν αναγκαία την καταγραφή στην περιοχή, παραμέτρων που σχετίζονται με τις αλλαγές στο εμπόριο.

Συγκεκριμένα, η περιοχή μελέτης αποτελείται από τους Δήμους Γλυκών Νερών, Κρωπίας, Παιανίας, Μαρκόπουλου Μεσογαίας και Σπάτων, δηλαδή από τους Δήμους των Μεσογείων οι οποίοι εκτός του ότι βρίσκονται σε μεγαλύτερη εγγύτητα με το Αεροδρόμιο, ακολουθούν την Αττική Οδό (κόμβος Γλυκών Νερών, κόμβος Παιανίας, Διόδια Κορωπίου) και τον Προαστιακό Σιδηρόδρομο (Σταθμός Παιανία-Κάντζα, Σταθμός Κορωπί, Τερματικός Σταθμός Αεροδρόμιο). Και αυτό, επειδή όπως υποστηρίζει και η Λεοντίδου στο Athens Sprawl, η διάχυτη αστικότητα στα Μεσόγεια γεννήθηκε από μεγάλα έργα υποδομής.



Εικόνα 4 Τα Μεσόγεια φαίνονται με σκούρο πράσινο και μπλε διαγράμμιση



Εικόνα 5 Σύνδεση Αττικής Οδού με Μεσόγεια, οι Δήμοι της περιοχής μελέτης αναπτύσσονται κατά μήκος της  
 Πηγή: [http://media.feed.gr/pegasus/Multimedia/jpg/ATT\\_ODOS\\_id2320.jpg](http://media.feed.gr/pegasus/Multimedia/jpg/ATT_ODOS_id2320.jpg)

Τα Μεσόγεια εκτείνονται ανατολικά του αστικού συγκροτήματος της Αθήνας με φυσικό όριο το όρος Υμηττός, αλλά συνδέονται με την Αθήνα μέσω μεγάλων συγκοινωνιακών αξόνων, τη Λεωφόρο Αθηνών-Λαυρίου και τη Λεωφόρο Μεσογείων-Ραφήνας, και οριοθετούνται από τους ορεινούς όγκους του Υμηττού, της Πεντέλης και της Μερέντας. Τα Μεσόγεια, μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του '80 ήταν κυρίως αγροτική περιοχή, με ελαιώνες και αμπελώνες, και η περιοχή ήταν διάσπαρτη από χωριά και μικρές κωμοπόλεις.

Η έναρξη της «διάχυτης αστικότητας λόγω υποδομών» στα Μεσόγεια, μπορεί να αποδοθεί στα βιομηχανικά πάρκα των οποίων η ανάπτυξη ξεκίνησε με τη θεσμοθέτηση χωροταξικού της περιοχής για τη βιομηχανία, όπως αναφέρεται στο *Urban Sprawl in Europe. Landscapes, Land-Use & Policy* (Wassenhoven et al, 1988?. Βλιάμος et al, 1992). Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1980 έγινε μια ευρύτερη στροφή προς το σχεδιασμό, σε μια προσπάθεια εναρμόνισης με τα Ευρωπαϊκά πρότυπα ενόψει της ένταξης στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Kourliouros, 1995, κεφάλαιο 3). Μετά την ένταξη της Ελλάδας στην ΕΕ, το 1981, ο αναπτυξιακός σχεδιασμός απογειώθηκε με τα «Ολοκληρωμένα Μεσογειακά Προγράμματα» το 1984-86, τα οποία περιελάμβαναν και την Αττική. Στον απόηχο της Ενιαίας Ευρωπαϊκής Πράξης [[http://europa.eu/legislation\\_summaries/institutional\\_affairs/treaties/treaties\\_singleact\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/treaties/treaties_singleact_el.htm)], η Ελλάδα ήταν μια περιοχή χαρακτηρισμένη ως “Objective 4” και ως εκ τούτου χρηματοδοτήθηκε για την περιφερειακή ανάπτυξη, καθώς και για την ανάπτυξη περιφερειακής αστικής υποδομής. Στα πλαίσια αυτής της ανάπτυξης, το Ρυθμιστικό Σχέδιο Αθηνών στα μέσα της δεκαετίας του 1980 (ν.1515/85) πρότεινε τη δημιουργία βιομηχανικών πάρκων, διασκορπισμένων στην περιοχή της Αττικής, κατά μήκος των κυριότερων συγκοινωνιακών αξόνων, σε περιοχές όπου υπήρχαν ήδη βιομηχανικές συσσωρεύσεις. Έτσι, προτάθηκε η χωροθέτηση δύο βιομηχανικών πάρκων σε περιοχές εντός πόλης (Ελαιώνας, Περιστερί), δύο προτάθηκαν σε βόρεια προάστια (Μεταμόρφωση, Αυλώνα), πέντε στο Θριάσιο Πεδίο και τρία στην περιοχή των Μεσογείων – Παιανία, Κορωπί και Λαύριο.

Τα αναπτυξιακά προγράμματα αυτής της περιόδου στην Αττική, σχετίζονται με δημιουργία υποδομών και την αστική διάχυση. Τα ακολούθησε αύξηση πληθυσμού ως συνέπεια της μετεγκατάστασης των βιομηχανιών, η οποία εισήγαγε την «προερχόμενη από υποδομές» αστική διάχυση, μετατρέποντας την Ανατολική Αττική από αγροτική περιοχή σε υβριδικό τοπίο.

Ενώ η πεδιάδα των Μεσογείων έχει πάντα αντιμετωπιστεί ως μια περιοχή δυνητικής ανάπτυξης στα Ρυθμιστικά Σχέδια Αθηνών, μόνο πρόσφατα άρχισε να εξελίσσεται σε περιοχή διάχυσης και να επιτείνει τη διαδικασία του commuting, μια διαδικασία που αποτελεί αιτία και αποτέλεσμα της αστικής διάχυσης. Ο πληθυσμός ακολουθεί την οικονομική δραστηριότητα και vice versa, μέσω του

commuting, το οποίο εξαρτάται κυρίως από το βαθμό προσβασιμότητας που προσφέρει η κάθε περιοχή, ανάλογα με τις συγκοινωνιακές υποδομές της και τα ποσοστά ιδιοκτησίας αυτοκινήτου. Στην περίπτωση των Μεσογείων δηλαδή, όπως αναμένεται από τη διεθνή εμπειρία, οι υποδομές μεταφοράς είναι αυτές που επέτρεψαν την αστική διάχυση, προσελκύοντας τόσο επενδυτές όσο και κατοίκους, χάρη στον υψηλό βαθμό προσβασιμότητας που προσφέρουν.

Η συγκεκριμένη ανάπτυξη υποδομών υποβοηθήθηκε και από τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, των οποίων τα έργα σχεδιάστηκαν, κατασκευάστηκαν και επιβλέφτηκαν από μια πλειάδα κατακερματισμένων παραγόντων, κρατικών και τοπικών αρχών παράλληλα με μεγάλες οικονομικές επιχειρήσεις και συνεργασίες δημοσίου-ιδιωτών. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004, δημιούργησαν ένα νέο απόθεμα αστικών δομών και δυναμικών, καθώς οι οικοδόμηση των Ολυμπιακών υποδομών, του νέου Αεροδρομίου, των αυτοκινητοδρόμων και της επέκτασης του δικτύου του Προαστιακού Σιδηρόδρομου, οδήγησε σε ένα κύμα αστικής διάχυσης αφού ο πληθυσμός και η οικονομική δραστηριότητα, ακολούθησαν αυτές τις νέες υποδομές.

Το μεγαλύτερο έργο υποδομής στην περιοχή, είναι ο νέος Διεθνής Αερολιμένας της Αθήνας, Ελ. Βενιζέλος, του οποίου η χωροθέτηση στα Σπάτα επιλέχθηκε στη δεκαετία του 1980, και η περιοχή αυτή, στην καρδιά της πεδιάδας των Μεσογείων, και οι ιδιοκτησίες που βρίσκονταν σε αυτή απαλλοτριώθηκαν παρά τις αντίθετες τοπικές κινητοποιήσεις.

Οι διαδικασίες προς την αστική διάχυση με επίκεντρο τα Σπάτα, επιταχύνθηκαν με τα παρελκόμενα των Ολυμπιακών Αγώνων έργα, τα οποία ξεκίνησαν στα Μεσόγεια, προσελκύοντας κατοίκους και εργατικό δυναμικό.

Το νέο αεροδρόμιο ξεκίνησε να λειτουργεί το 2001, σχεδόν ταυτόχρονα με το εντός πόλης τεράστιο έργο υποδομής, το Αττικό Μετρό.

Δύο ακόμη έργα συνέβαλλαν στην ένταση με την οποία επιτελέστηκε/συντελέστηκε η διάχυτη αστική εξάπλωση στα Μεσόγεια: ο Προαστιακός Σιδηρόδρομος και η ολοκλήρωση του αυτοκινητόδρομου, της Αττικής Οδού, η οποία αναφερόταν στα

ΡΣΑ ως Λεωφόρου Σταυρού – Ελευσίνας, και η οποία ήδη από το 2007, τρία χρόνια μετά την έναρξη της λειτουργίας της, είχε αρχίσει να προκαλεί αστική διάχυση.



Εικόνα 6 Αστική διάχυση στην Αττική: Αεροφωτογραφία της πεδιάδας των Μεσογείων, 2005 [Πηγή: *Urban Sprawl in Europe: Landscapes, Land-use change & Policy*, edited by Chris Couch, Lila Leontidou and Gerhard Petschel-Held, Εικόνα 3.4, σελ.90]

### 3.3 Προβλήματα και παράγωγα αποτελέσματα της αστικής εξάπλωσης στα Μεσόγεια

Ωστόσο, η πρόβλεψη για υποδομές εξαντλήθηκε στις μεταφορές, και τα αθλητικά κέντρα που θα εξυπηρετούσαν τους Ολυμπιακούς Αγώνες, οπότε και η Ανατολική Αττική παραμένει χωρίς ολοκληρωμένο σύστημα ύδρευσης και αποχέτευσης, παρά την καταδίκη της Ελλάδας από το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο, το 2007, για την έλλειψη βιολογικών καθαρισμών και αποχετεύσεων σε 23 δήμους [<http://www.skai.gr/news/environment/article/103920/%CE%93%CF%85%CE%BC%CE%BD%CE%AC-%CE%B1%CF%80%CF%8C-%CF%85%CF%80%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CE%BC%CE%AD%CF%82-%CF%84%CE%B1-%CE%9C%CE%B5%CF%83%CF%8C%CE%B3%CE%B5%CE%B9%CE%B1/>]. Σχετιζόμενα με αυτό είναι η υποβάθμιση του περιβάλλοντος, η αποψίλωση δασών, και η επακόλουθη διάβρωση του εδάφους. Το ανεπαρκές/ ελλιπές σύστημα αποχέτευσης όμβριων της



Αττικής προκαλεί συχνά υπερχείλιση τόσο μέσα στην πόλη όσο και στις περιαστικές περιοχές, με αποτέλεσμα σοβαρές καταστροφές. Αποψίλωση των δασών και διάβρωση του εδάφους, προκαλούν και οι συχνές πυρκαγιές στην Ανατολική Αττική, κάτι που απεφεύχθη το 2004, πιθανόν λόγω των αυξημένων μέτρων ασφαλείας ενόψει Ολυμπιακών Αγώνων. Αρκετά πιθανή αιτία για τις πυρκαγιές φαίνεται να είναι ο εμπρησμός με σκοπό την ιδιωτική εκμετάλλευση της γης, γεγονός που οδηγεί σε εντατικό χτίσιμο και συμβάλλει στην αστική διάχυση.

Αυτή η πραγματικότητα, σε συνδυασμό με την έλλειψη αξιόπιστου και ολοκληρωμένου Κτηματολογίου, αφήνει χώρο για παράνομη ανάπτυξη και μίξη ασύμβατων χρήσεων γης, με αποτέλεσμα, την όλο και πιο γρήγορη υβριδοποίηση του τοπίου των Μεσογείων, και έτσι κάνει αυτή την ανεξέλεγκτη και μη βιώσιμη μετάλλαξη των περιαστικών χρήσεων γης, ιδιαίτερα ελκυστική και κερδοφόρα για τους εμπλεκόμενους. Στα περιβαλλοντικά προβλήματα που προκύπτουν περιλαμβάνονται ο αφανισμός γεωργικών και δασικών εκτάσεων, η ατμοσφαιρική ρύπανση λόγω βιομηχανιών και αεροδρομίου και η μόλυνση των υδάτων. Έτσι, μέσω αυτής της ανάπτυξης ο αγροτικός χαρακτήρας της πεδιάδας των Μεσογείων μεταλλάσσεται σε ψευδό-αστικό, εξέλιξη στην οποία ο ρόλος των μεγάλων έργων συγκοινωνιακής υποδομής ήταν καταλυτικός.

Τα μεγάλα αυτά έργα συγκοινωνιακής υποδομής, όπως ήταν αναμενόμενο, δεν αρκέστηκαν στην εξυπηρέτηση αμιγώς μεταφορικών απαιτήσεων, αλλά προσέλκυσαν και πλήθος οικονομικών, εμπορικών επενδύσεων γύρω από αυτά. Συγκεκριμένα, γύρω από τον νέο Διεθνή Αερολιμένα της Αθήνας και τους αντίστοιχους σταθμούς του Μετρό, του Προαστιακού και των Λεωφορείων, υπάρχει μια συσσώρευση καταναλωτικών προορισμών: στο Εμπορικό Πάρκο, το οποίο περιλαμβάνει τις επιχειρήσεις Factory Outlet, IKEA, Κωτσόβολος και Leroy Merlin, και στο Εμπορικό Κέντρο το οποίο περιλαμβάνει 60 καταστήματα λιανικής, κατάστημα αφορολόγητων ειδών, 20 εστιατόρια/καφετέριες, παντοπωλείο, φαρμακείο, Ταχυδρομείο, τράπεζα, κομμωτήριο, παιδότοπο, ταξιδιωτικά γραφεία, πρακτορεία ενοικίασης αυτοκινήτων, ακόμα και πολυθρόνες μασάζ. Επίσης, από το 2009 λειτουργεί το εκθεσιακό και συνεδριακό κέντρο METROPOLITAN EXPO. Πρόκειται για το μεγαλύτερο συγκρότημα του είδους του στην Ελλάδα, με 50.000

τ.μ. συνολικών στεγασμένων χώρων και αποτελείται από 4 μεγάλες αίθουσες εκθέσεων, 2 συνεδριακές αίθουσες δυναμικότητας 600 ατόμων, 2 εστιατόρια και 7 καφετέριες. Το Εμπορικό Κέντρο, το οποίο στεγάζεται εντός του αεροδρομίου, τα Εμπορικό Πάρκο, καθώς και το METROPOLITAN EXPO, εξυπηρετούνται από τα μέσα μαζικής μεταφοράς που εξυπηρετούν το αεροδρόμιο – Μετρό, Προαστιακός, Λεωφορεία – και στην περίπτωση της χρήσης αυτοκινήτου, ο κύριος άξονας πρόσβασης είναι η Αττική Οδός. Το METROPOLITAN EXPO μάλιστα, διαθέτει και χώρο δωρεάν στάθμευσης συνολικής χωρητικότητας 3.500 θέσεων, κατά 1.300 περισσότερες από το “The Mall Athens”, και το Εμπορικό Πάρκο διαθέτει 2700 θέσεις, 600 θέσεις περισσότερες από το “The Mall Athens”.

Στόχος του ΔΑΑ είναι η περαιτέρω εκμετάλλευση και αξιοποίηση της ακίνητης περιουσίας του, και αυτό, όπως αναφέρεται στην επίσημη ιστοσελίδα του, χάρη στα πλεονεκτήματα που προσφέρει το αεροδρόμιο σε σχέση με την ευρύτερη αγορά ακινήτων. Σύμφωνα πάντα με την ιστοσελίδα του, ο ΔΑΑ «οραματίζεται τη δημιουργία μιας Αεροδρομικής Πόλης, που θα μετατρέψει την εικόνα του αεροδρομίου από έναν συμβατικό συγκοινωνιακό κόμβο, σε έναν αυτούσιο προορισμό επιχειρηματικών δραστηριοτήτων» [<http://www.aia.gr/pages.asp?pageid=858&langid=1>].

Προς αυτή την κατεύθυνση έχουν μέχρι στιγμής υλοποιηθεί τα προαναφερόμενα έργα (Εμπορικό Κέντρο, Εμπορικό Πάρκο, Εκθεσιακό & Συνεδριακό Κέντρο), ενώ μέσω τις ιστοσελίδα του, ο ΔΑΑ κάνει κάποιες προτάσεις για πιθανές χρήσεις των οικοπέδων του. Ο συνδυασμός χρήσεων είναι ο εξής: Επιχειρηματικό Πάρκο (κτίρια γραφείων), Αποθήκες & Κέντρα Διανομής, Διασκέδαση/Αθλητισμός/Ψυχαγωγία, πρατήριο καυσίμων και συνεργείο αυτοκινήτων. Για το λόφο Ζάγανη ως προτεινόμενη χρήση, κάτω από την «ομπρέλα» Διασκέδαση/Αθλητισμός/Ψυχαγωγία, απαριθμούνται τα εξής: Γήπεδο Γκολφ, Water Park, Γήπεδα Ποδηλασίας & Trekking, Χώροι Ψυχαγωγίας & Διασκέδασης, Bungalows, Ξενοδοχείο, Εστιατόρια-Cafe. Επίσης στις φιλοδοξίες του ΔΑΑ είναι και η κατασκευή complex κινηματογράφων, πίστας αυτοκινήτων και θεματικών πάρκων. Οι επιχειρήσεις αυτές που δραστηριοποιούνται εντός η περί του αεροδρομίου, έχουν εξασφαλισμένα κάποια πλεονεκτήματα λόγω τοποθεσίας τα οποία αναφέρονται στην ιστοσελίδα του ΔΑΑ [<http://www.aia.gr/pages.asp?pageid=973&langid=1>] και

αφορούν κυρίως στην τοποθέτηση των καταστημάτων εντός των επιβατικών ροών, στην αγοραστική συμπεριφορά των επιβατών η οποία χαρακτηρίζεται ως «θετική», στην αυξητική τάση της επιβατικής κίνησης και των άλλων χρηστών του αεροδρομίου και στην εύκολη πρόσβαση.

Όπως στην Αμερική και την Ευρώπη, και στην περίπτωση των Μεσογείων Ανατολικής Αττικής, οι συγκοινωνιακές υποδομές σε συνδυασμό με την αφθονία γης και το κόστος της σε σχέση με το κέντρο της Αθήνας, κατόρθωσαν να προσελκύσουν πληθώρα εμπορικών και οικονομικών επενδύσεων, καθώς και κατοίκους.

Γίνεται σαφές ότι οι νέες υποδομές, τόσο σε δίκτυα μεταφοράς, όσο και σε υπερτοπικά κέντρα, που πραγματοποιήθηκαν τα τελευταία χρόνια, έφεραν αλλαγές στην περιοχή των Μεσογείων.



Εικόνα 7 Νέες κατασκευές, στην παράπλευρη ζώνη της Αττική Οδού και κυρίως γύρω από τους κόμβους, 2007

Πηγή: Γενικό Σχέδιο Μεταφορών Αττικής

Η κατασκευή του νέου οδικού άξονα ο οποίος ενώνει εγκάρσια την Αττική, η Αττική Οδός, συντέλεσε στην ανάπτυξη και αναπροσαρμογή της περιοχής, αφού πλέον οι αποστάσεις έχουν ελαττωθεί χρονικά, και η πρόσβαση στην περιοχή έχει αδιαμφισβήτητα βελτιωθεί σε σχέση με το παρελθόν. Καταλυτικό επίσης ρόλο στην αλλαγή του χαρακτήρα της περιοχής έπαιξε και ο νέος εθνικός αερολιμένας, ο οποίος τόνισε το ρόλο της Αττικής ως πύλη εισόδου στη χώρα. Με τα νέα αυτά δεδομένα, η ευρύτερη περιοχή των Μεσογείων αποκτά νέα προγράμματα και δραστηριότητες, με λίγα λόγια ανακατατάσσεται.

Βασικό και εκ των ων ουκ άνευ ρόλο στην ανάπτυξη της περιοχής έπαιξαν τα δίκτυα μεταφορών. Η Αττική Οδός, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, έκανε εύκολη την πρόσβαση στην περιοχή για τους κατοίκους όλου του λεκανοπεδίου. Εκτός από την Αττική Οδό, και ο Προαστιακός ήρθε για να εξυπηρετήσει το αεροδρόμιο. Τέλος, και το μετρό, το οποίο ακολουθεί το δίκτυο του Προαστιακού μετά το σταθμό Δουκίσσης Πλακεντίας με κατεύθυνση το αεροδρόμιο, προσαύξησε το δίκτυό του προσφέροντας πρόσβαση στην περιοχή, κάνοντας στάση στο αεροδρόμιο. Συνεπώς, τόσο το οδικό δίκτυο όσο και το σιδηροδρομικό έρχονται να εξυπηρετήσουν την περιοχή, αλλά και να ενωθούν με το εναέριο του αεροδρομίου. Έτσι, η περιοχή μεταμορφώνεται σε ένα πλέγμα δικτύων, αλληλοτομούμενα και αλληλοεξαρτώμενα, τα οποία αλλάζουν την κλίμακα αντίληψης της περιοχής και θέτουν νέα δεδομένα για αυτήν. Ενδεικτικά, ο αερολιμένας Ελ. Βενιζέλος υπολογίζεται ότι δέχεται 13 εκατομμύρια επιβάτες ετησίως, ενώ η εμπορευματική του κίνηση ανέρχεται στους 150.000 τόνους. (Μελέτη: «Γενικό Σχέδιο Μεταφορών Αττικής»).

Η αυξημένη κίνηση στην περιοχή συντέλεσε στη δημιουργία προγραμμάτων, τα οποία μεταλλάσσουν το τοπίο της περιοχής, και ιδιαίτερα των τοπικών κέντρων της, σε εμπορικές συγκεντρώσεις μεγάλης κλίμακας αλλά και τεχνολογίας-βιοτεχνίας-βιομηχανίας που προσελκύουν μαζικά καταναλωτικό/αγοραστικό κοινό και νέους κατοίκους. Το νέο αυτό τοπίο είναι ασύμβατο, τόσο λειτουργικά, όσο και αισθητικά με τον αγροτικό χαρακτήρα που διατηρούσε η περιοχή μέχρι πρότινος. Μάλιστα, ο Θ. Βλαστός, σε άρθρο του στο περιοδικό *Αρχιτέκτονες*, αναφέρει ως προϋπόθεση για τη θετική εξέλιξη της αντικατάστασης του Ελληνικού από το Ελ. Βενιζέλος, την

αποφυγή καταστάσεων που θα «φέρουν το σύνολο των Μεσογείων σε μια κατάσταση ανεξέλεγκτης κλίμακας δόμησης κάθε κατηγορίας χρήσεων, ασύμβατων μεταξύ τους» και εφιστά την προσοχή στην κερδοσκοπία, η οποία, στις περιπτώσεις κατασκευής αεροδρομίων, θεωρείται αυτονόητη και μπορεί να οδηγήσει στην οικοδόμηση μιας «δεύτερης Αθήνας» στα πρότυπα του λεκανοπεδίου των προηγούμενων δεκαετιών [Θάνου Βλαστού, «Το αεροδρόμιο των Σπάτων», Αρχιτέκτονες, Μάιος/Ιούνιος 2001].

Ενδεικτικά, προβλέπεται να κατασκευαστούν τα εξής: Επιχειρηματικό Πάρκο (Σπάτα), Τεχνολογικό ή Επιστημονικό Πάρκο (Κορωπί), Πάρκο Εμπορίου και ήπιων παραγωγικών δραστηριοτήτων, καθώς και πάρκο πολιτιστικών δραστηριοτήτων (Γλυκά Νερά, Παιανία) και τέλος, πάρκο εταιριών μεταφορών και αποθηκών (Μαρκόπουλο, Καλύβια, Κουβαράς) [Οικονομική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός Πεδιάδας Μεσόγειων 1995-2020]. Οι νέες αυτές εγκαταστάσεις, κάποιες από τις οποίες θα δραστηριοποιηθούν στην ευρύτερη περιοχή του νέου αεροδρομίου, και οι περισσότερες στην περιοχή μελέτης, θα αυξήσουν την εισροή επιβατών σε όλα τα δίκτυα συγκοινωνίας/ μεταφοράς, ακόμα περισσότερο.

Οι επενδύσεις που έχουν προσελκύσει ο νέος αερολιμένας και τα νέα δίκτυα μεταφοράς, και η προβλεπόμενη ανάπτυξη της περιοχής, κάνουν σαφές ότι η κίνηση πρόκειται να αυξηθεί περισσότερο. Οι νέες εγκαταστάσεις που έρχονται να τοποθετηθούν στους άξονες των νέων δικτύων μεταφοράς, καθώς και πλησίον της σημαντικότερης πύλης εισόδου της χώρας, τον Διεθνή Αερολιμένα Αθήνας, αποτελούν τόπο εργασίας για χιλιάδες άτομα/ανθρώπους, τα/οι οποίοι κάνουν χρήση αυτών των δικτύων καθημερινά για να προσεγγίσουν την εργασία τους. Μάλιστα, η αύξηση της ανάπτυξης της περιοχής, οδηγεί και στην περαιτέρω αύξηση των χώρων εργασίας, το οποίο σημαίνει πως ο αριθμός των εργαζόμενων της περιοχής από 58.000 που ήταν το 1991, το 2020 προβλέπεται να φτάσει τους 170.000 (Γενικό Σχέδιο Μεταφορών Αττικής), αριθμός κατά πολύ μεγαλύτερος από αυτόν των υπόλοιπων περιοχών του λεκανοπέδιου. Σε συνδυασμό με τα νέα προγράμματα και την νέα μορφή που αποκτά η περιοχή, παρατηρείται και αύξηση του αριθμού των κατοίκων των Μεσογείων, περίπου κατά 7.000 ετησίως. Παρατηρώντας τη χωροθέτηση των εγκαταστάσεων βιομηχανίας-βιοτεχνίας και

εμπορίου βλέπουμε πως χωροθετούνται γειτονικά προς το Μαρκόπουλο και το Κορωπί αλλά και το αεροδρόμιο κατά μήκος της Αττικής οδού και της οδού Μαρκοπούλου και στους σταθμούς του Μετρό – Προαστιακού. Το πρόβλημα που θα δημιουργηθεί στο οδικό δίκτυο από την λειτουργία αυτών των εγκαταστάσεων πέρα από την αύξηση του κυκλοφοριακού φόρτου της συνδετήριας οδού (Αττική οδός- Οδός Μαρκοπούλου, Κορωπίου κλπ) είναι η πρόσβαση. Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία (ΠΔ143/89, Π.Δ 1224/81, ΒΔ 465/70 , ΠΔ 209/1998/Α-609) η ελάχιστη απόσταση των κτιρίων από τους άξονες των οδών δεν αφήνει περιθώριο ανάπτυξης βοηθητικού τοπικού οδικού δικτύου εξυπηρέτησης της πρόσβασης ιδίως στην περιοχή των κόμβων.

Γίνεται σαφές, ότι οι νέες θέσεις οικισμών, καθώς και η έντονη παρουσία των ΒΙΟΠΑ πρόκειται να εντείνουν τα κυκλοφοριακά δίκτυο της περιοχής. Κυρίως στις περιοχές πλησίον του αεροδρομίου, έχουν προβλεφθεί χρήσεις βιομηχανίας, εγκαταστάσεων δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα, καθώς και κατοικίας. Αυτά, σε συνδυασμό με την ανεξέλεγκτη επέκταση των χώρων του αεροδρομίου (το οποίο δεν λειτουργεί και σύμφωνα με τους ελληνικούς όρους δόμησης), καθώς και την επικείμενη δημιουργία πάρκων, προβλέπεται να αυξήσουν την αριθμό των επισκεπτών της περιοχής, όπως επίσης και των μόνιμων κατοίκων.

Μεγάλο ρόλο στην κίνηση της περιοχής παίζουν και οι χρήσεις εμπορικού χαρακτήρα, οι οποίες με την δημιουργία του Ελ. Βενιζέλος και των δικτύων μεταφοράς (Αττική Οδός, μέσα μαζικής μεταφοράς) επωφελήθηκαν του αυξημένου αριθμού επισκεπτών της περιοχής. Εκτός αυτού εξασφαλίζουν εύκολη, αξιόπιστη, και μαζική πρόσβαση των πελατών τους και συγχρόνως εύκολη και γρήγορη πρόσβαση με ΙΧ και άνετη τροφοδοσία. Συμβαίνει δηλαδή, μια μονομερής εκμετάλλευση των έργων του δικτύου μεταφοράς – μετακίνησης, τα οποία αποτελούν κοινωνικό αγαθό χωρίς να αποδίδεται παράλληλα στο κράτος το ισότιμο της επιβάρυνσης σε χρήματα προκειμένου να κατασκευαστούν πρόσθετα έργα για την ανακούφιση της επιβάρυνσης της κυκλοφορίας που επιφέρει η λειτουργία τους, ή έστω για συχνότερη συντήρηση των υπαρχόντων.

Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις οι οποίες εδράζονται στην ευρύτερη περιοχή του νέου αεροδρομίου, εκμεταλλεύονται όχι μόνο τη δυνατότητα εύκολης πρόσβασης,

αλλά και τις απέραντες εκτάσεις που διατίθενται προς εκμετάλλευση από το ΔΑΑ, με αποτέλεσμα την εκτίναξη της κλίμακας αυτών των εμπορικών χώρων (Factory Outlet, IKEA, Κωτσόβολος, Leroy Merlin). Στην ίδια λογική, τον Ιούνιο του 2009 εγκαινιάστηκε το πρώτο Εκπαιδευτικό χωριό στην Ελλάδα, εγκατεστημένο στα Σπάτα, σε μια τεράστια έκταση 21.000 τ.μ., στη μέση του πουθενά, αλλά αρκετά κοντά στο Αττικό Πάρκο, μέσα στο οποίο εδράζονται 110 καταστήματα και 10 εστιατόρια/καφέ, και διαθέτει 2.000 θέσεις στάθμευσης. Και αυτό επίσης εξυπηρετείται από τη δημόσια συγκοινωνία (Σταθμός Παλλήνη του Προαστιακού, σταθμός Δουκίσσης Πλακεντίας του μετρό, λεωφορειακές γραμμές 305, 319, 320) και την Αττική Οδό, και η σύγχυση περί της κλίμακας αντίληψης του χώρου στα Μεσόγεια, υπάρχει και εδώ. Ενδεικτικά, στην επίσημη ιστοσελίδα της εταιρίας λειτουργίας, στα αξιοθέατα της περιοχής αναφέρονται η Ακρόπολη και η Βαρβάκειος Αγορά [<http://www.mcarthurglenathens.gr/el/local-attractions>].

Αυτές οι εγκαταστάσεις εκτός από την περαιτέρω συρρίκνωση του πρωτογενούς τομέα στα Μεσόγεια, είναι πιθανόν να επιφέρουν σημαντικές αλλαγές και στη χωροθέτηση και λειτουργία των χρήσεων εμπορίου και στην τάση εξέλιξης του συγκεκριμένου Δήμου.

Εξετάζοντας τη χωροθέτηση των υπερτοπικών κέντρων εμπορίου, και τριτογενούς τομέα εν γένει, με την πολεοδομική ανάπτυξη της Αττικής, ως βασικό κριτήριο επιλογής περιοχής εγκατάστασης, προκύπτει η γρήγορη και άνετη πρόσβαση. Οπότε, ως ιδανική τοποθεσία για τη χωροθέτηση αυτών των δραστηριοτήτων, αναδεικνύεται ο παρόδιος χώρος κατά μήκος των μεγάλων οδικών αξόνων, και οι περιοχές γύρω από τους κόμβους και τους σταθμούς των ΜΜΜ και κυρίως των μέσων σταθερής τροχιάς, τα οποία είναι τα πλέον αξιόπιστα και γρήγορα. Καθώς το μέγεθος αυτών των νέων εγκαταστάσεων, και η ένταση της λειτουργίας του είναι κατά πολύ μεγαλύτερη του μέσου όρου του μεγέθους και της λειτουργίας των μέχρι πρότινος συνηθισμένων εγκαταστάσεων, είναι δύσκολο να προβλεφθούν και να ενσωματωθούν σωστά στα δίκτυα μεταφοράς. Επομένως, αλλοιώνουν τα δεδομένα προέλευσης – προορισμού, και επιβαρύνουν τη μέση ταχύτητα κυκλοφορίας των οδικών αξόνων, αφού τους προσαυξάνει κατά πολύ τον κυκλοφοριακό φόρτο, και δημιουργούν τοπικές υπερσυγκεντρώσεις επισκεπτών

και εργαζομένων οι οποίες επιβαρύνουν κι άλλο τα δίκτυα. Το αποτέλεσμα είναι η μείωση της ικανότητας του δικτύου μεταφοράς – μετακίνησης σε χρόνο μικρότερο του προβλεπόμενου χρόνου κορεσμού τους, και συνεπώς και η επιβάρυνση του κράτους για πρόσθετα βελτιωτικά έργα.

Άλλη μία συνέπεια των μεγάλων αυτών εγκαταστάσεων είναι ότι ελκύουν και άλλες παρόμοιες χρήσεις (εμπόριο, γραφεία, αναψυχή), εις βάρος της κατοικίας με αποτέλεσμα να αλλοιώνεται η, προ της παρουσίας τους, σύνθεση των χρήσεων γης. Συνέπεια αυτού είναι η εμφάνιση οικισμών με σχεδόν πλήρη απουσία κατοικίας και μονομέρεια χρήσεων (εμπορικές, αναψυχής, τριτογενούς τομέα εν γένει), οι οποίοι όμως απαιτούν κατοίκους, με αποτέλεσμα να γίνεται έντονη η ανάγκη/πίεση για επιπλέον δόμηση, σε περιοχές μέχρι πρότινος γεωργικές. Σε αυτό συμβάλλει η χωροθέτηση σταθμών MMM, χωρίς παράλληλη θεσμική αντιμετώπιση ή έστω αντιμετώπιση με έργα, των αλλαγών που επιφέρουν στη σύνθεση των χρήσεων γης, οι οποίες μπορούν να αλλοιώσουν το τοπίο της περιοχής και την εξελικτική πορεία της. Οι εγκαταστάσεις του τριτογενούς τομέα προσελκύονται με δυναμικό ρυθμό, εκδιώκουν την κατοικία και ταυτόχρονα ανεβάζουν τις αξίες γης στην ευρύτερη περιοχή, και αλλάζει η σύνθεση του πληθυσμού.

Έτσι, παρατηρείται ότι τα τέσσερα μεγάλα έργα που έγιναν στα Μεσόγεια, (Αεροδρόμιο, Αττική Οδός, Μετρό, Προαστιακός) επηρεάζουν και αλλάζουν συνεχώς την περιοχή, η οποία από γεωργική γη, με μικρούς οικισμούς, έχει εξελιχθεί σε περιοχή μεγάλων οικισμών επιπέδου προαστίων (προαστιακής εμφάνισης), με διάσπαρτους θύλακες γεωργικής γης. Αυτή η διαφοροποίηση της εξέλιξης της περιοχής, επηρεάζει και τα δεδομένα που χρησιμοποιούνται για την πρόβλεψη αναγκών και μεγέθους κίνησης των MMM, και ιδιαίτερα την αξιοπιστία τους ως προς το χρόνο ταξιδιού, κυρίως στα υπέργεια MMM.

Επίσης, όσον αφορά στο νέο αεροδρόμιο καθεαυτό, υπάρχουν μια σειρά γνωμοδοτήσεων, πριν ακόμα από το 1950, έως και το 1957, όπου οι ειδικοί, ICAO (Διεθνής Οργάνωση Πολιτικής Αεροπορίας), επιτροπές υπουργείων, Ένωση Ιπταμένων της Ολυμπιακής κ.ά. επισημαίνουν ότι τα Σπάτα είναι γεωγραφικώς ακατάλληλα διότι περιβάλλονται από ορεινούς όγκους και έχουν δυσμενείς μετεωρολογικές συνθήκες. Οι ανησυχίες αυτές, ως προς τους ορεινούς όγκους που



περιβάλλουν το αεροδρόμιο, από την ICAO εκφράζονται εκ νέου το 1988 [β. Τελειώνη, «Το αεροδρόμιο εφιάλτης για την Ανατολική Αττική», Η Πρώτη, 1 Απριλίου 1988], και το 1995 παρουσιάζονται συγκεντρωτικά στοιχεία από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (ανακοινώθηκαν από τον επιμελητή αεροπλοΐας της Ολυμπιακής Αεροπορίας κ. Α. Παπαγεωργίου και τον καθηγητή κ. Κ. Χέλμη), όπως η ύπαρξη ανώμαλου ανάγλυφου στην πεδιάδα, η γεινίαση με υψηλά όρη και η δημιουργία ισχυρών στροβιλισμών, αστάθειας ανέμων και ισχυρών αναταράξεων, και ταχύτατες κατακόρυφες μεταφορές αερίων μαζών σε χαμηλά ύψη (50-100 μέτρων), καθώς επίσης και οι πρωινές και βραδινές ομίχλες στην κλειστή πεδιάδα των Σπάτων. Οι ελεγκτές εναέριας κυκλοφορίας προέβησαν σε παρόμοιες καταγγελίες, τονίζοντας ότι λόγω του Υμηττού, η δυναμικότητα του νέου αεροδρομίου, δεν θα μπορούσε να ξεπεράσει τη δυναμικότητα του Ελληνικού, το οποίο οι ειδικοί ICAO (Διεθνής Οργάνωση Πολιτικής Αεροπορίας), επιτροπές υπουργείων, Ένωση Ιπταμένων της Ολυμπιακής κ.ά. είχαν κρίνει κατάλληλο, και με περαιτέρω δυνατότητες ανάπτυξης. Άλλο ένα προβληματικό σημείο του νέου Αεροδρομίου είναι ότι το στρατιωτικό αεροδρόμιο της Τανάγρας αποκλείει τη χρήση από τα Σπάτα μιας γωνίας 30° μοιρών. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις παραπάνω μελέτες, οδήγησαν τους ειδικούς στο συμπέρασμα ότι τα καυσαέρια από την κίνηση των αεροσκαφών που εκβάλλονται σε χαμηλά ή μεσαία ύψη να διοχετεύονται μέσω Σταυρού, Βάρης αλλά και πάνω από τον Υμηττό, στο Λεκανοπέδιο/ στην Αττική [Χρήστου Προυκάκη, «Έρχεται νέφος από τα Σπάτα», με αναφορά σε στοιχεία που ανακοινώθηκαν στο Συνέδριο της 3-5 Μαΐου 1993 στην Αθήνα, και Χαράς Τζαναβάρα, «Τα Σπάτα περιμένουν εννέα απαντήσεις», με στοιχεία από Έρευνες του Εργαστηρίου Μετεωρολογίας του Πανεπιστημίου Αθηνών, το Δημόκριτο και το Εθνικό Αστεροσκοπείο, Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 7 Αυγούστου 1994, Χ. Τζαναβάρα-Άρη Χατζηγεωργίου «Κόλπα με την περιβαλλοντική μελέτη», Ελευθεροτυπία, 18 Αυγούστου 1993, Μαρίας Δεληθανάση, «Διάδρομος ευάλωτος στους ανέμους», Καθημερινή, 23 Ιουλίου 1995]. Επίσης προβληματικό στοιχείο είναι ότι η οκτάτομη Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων που εγκρίθηκε από τους τότε αρμόδιους υπουργούς, δεν περιλαμβάνει την έρευνα διασποράς και μεταφοράς αερίων ρύπων προς το Λεκανοπέδιο, και δεν διεξάχθηκε ποτέ τέτοια μελέτη, παρόλο που οι συντάκτες της το είχαν επισημάνει [ίδια πηγή με προηγούμενο]. Ακόμα, η λειτουργία του αεροδρομίου, με τα παρελκόμενα όπως αναφέρονται σε προηγούμενες παραγράφους, αυξάνει τη ρύπανση, λόγω της γενικότερης

αστικοποίησης και της αύξησης της κυκλοφορίας (Γεωργίου Μ. Σαρηγιάννη, «Το αεροδρομίο των Σπάτων και η Αθήνα», *Αρχιτέκτονες, Μάρτιος/Απρίλιος 2001*).

Εν ολίγοις, τα προβλήματα και οι αλλαγές στα Μεσόγεια λόγω της αστικής διάχυσης, είναι η ανομοιογενής δημογραφική μεταβολή και οι οικιστική επέκταση της πόλης στα Μεσόγεια, εις βάρος της γεωργικής γης και του περιαστικού πρασίνου. Αυτά με τη σειρά τους υποβαθμίζουν την ικανότητα των δικτύων μεταφοράς σε πολύ μικρότερο χρονικό διάστημα από το προβλεπόμενο και δημιουργούν πρόσθετες ανάγκες για αναβάθμιση των δικτύων μεταφοράς. Ακόμα, σημαντική επίπτωση είναι η άρδην αισθητική υποβάθμιση της περιοχής και η απώλεια της ιδιαίτερης φυσιογνωμίας των επιμέρους περιοχών της, καθώς και η ανεξερεύνητη ακόμα περιβαλλοντική υποβάθμιση των Μεσογείων. Φυσικά δε θα πρέπει να παραλειφθεί και το πιθανό κενό ασφαλείας που προκύπτει από τα φυσικά και μετεωρολογικά χαρακτηριστικά της περιοχής εγκατάστασης του νέου αεροδρομίου.

### 3.4 Η σχετική νομοθεσία για την πολεοδομική ανάπτυξη των Μεσογείων

Τη σχετική νομοθεσία που καθορίζει την οικιστική ανάπτυξη και τις παραγωγικές δραστηριότητες στην περιφέρεια της Ανατολικής Αττικής, και στους Δήμους που εξετάζονται εδώ, μπορούμε να την κατατάξουμε σε δύο μεγάλες ενότητες. Αυτήν που αναφέρεται σε γενικούς κανονισμούς ή κατευθύνσεις που αφορούν το σύνολο της περιφέρειας Αττικής και αυτήν που αναφέρεται σε κατευθύνσεις και οδηγίες για επιμέρους τμήματα του λεκανοπεδίου.

Στην πρώτη περίπτωση υπάγονται οι νόμοι:

- 1) το ρυθμιστικό σχέδιο της Αθήνας ν. 1515/1985
- 2) Σχεδιασμός, ολοκληρωμένη ανάπτυξη και εκτέλεση Ολυμπιακών Έργων και άλλες διατάξεις ν 2730/1999 ΦΕΚ 130 Α΄
- 3) Π.Δ. 209/1998 (ΦΕΚ 169Α΄) «Μέτρα ασφαλείας υπεραστικής συγκοινωνίας»

Στην δεύτερη περίπτωση υπάγονται οι νόμοι:

1)2338/1995 (ΦΕΚ 202Α') ο οποίος ρυθμίζει το Αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος

2)ΖΟΕ Μεσογείων και Λαυρεωτικής

3) ΓΠΣ των δήμων της Αττικής

<b>ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ</b>	<b>Περιοχή που αφορά</b>	<b>ΦΕΚ</b>
ΖΟΕ	ευρύτερη περιοχή Μεσογείων Νομού Αττικής	199/Δ/6-3-03
ΓΠΣ	ΠΑΙΑΝΙΑ	1062 Δ'/1986
ΓΠΣ	ΜΑΡΚΟΠΟΥΛΟ	916 Δ'/1987
ΓΠΣ	ΓΛΥΚΑ ΝΕΡΑ	860 Δ'/1988
ΓΠΣ	ΣΠΑΤΑ	652 Δ'/1989
ΓΠΣ	ΚΟΡΩΠΙ	899 Δ'/2004

Όπως είδαμε και παραπάνω, η περιοχή των Μεσόγειων παρουσιάζει έντονο ενδιαφέρον και πρόκειται να εμπλουτισθεί ακόμα περισσότερο με νέες εγκαταστάσεις και προγράμματα υπέρ-τοπικού χαρακτήρα, εξυπηρετώντας την Αττική, αλλά και ολόκληρη τη χώρα με τα πάρκα που πρόκειται να δημιουργηθούν, ενώ εγκαταστάσεις όπως το αεροδρόμιο και τα συνεδριακά κέντρα θα εξυπηρετούν και χώρες του εξωτερικού.

Σύμφωνα με το ΦΕΚ Δ199 (2003), ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι εξής περιοχές:

α. Περιοχές με στοιχείο Δ (ζώνες περιαστικής κατοικίας)

Οι ζώνες αυτές εντοπίζονται στην κοινότητα Ανθούσης, καθώς και στα Γλυκά Νερά, στις οποίες και προβλέπεται η κατασκευή κτηρίων εκπαίδευσης και κοινωνικής

πρόνοιας, αθλητικές εγκαταστάσεις, εστιατόρια, αναψυκτήρια και πολιτιστικές εγκαταστάσεις.

β. Περιοχές με στοιχείο Ε (περιοχές εντός ορίων ΓΠΣ)

Οι ζώνες αυτές βρίσκονται στους εξής δήμους: Κίτσι, Μαρκόπουλο, Βραυρώνα, Κορωπί, Καρελάς, Γλυκά Νερά, Παιανία, Σπάτα, Παλλήνη, Πικέρμι, Γέρακας και λιγότερο στην κοινότητα Ανθούσης. Εδώ τα προγράμματα που προβλέπονται είναι κατοικία, εκπαίδευση και κοινωνική πρόνοια, καθώς και αθλητικές εγκαταστάσεις. (Δ270 και Δ538)

γ. Περιοχές με στοιχείο Ζ (τουριστικές εγκαταστάσεις)

Τουριστικές εγκαταστάσεις προβλέπονται στον δήμο του Μαρκόπουλου. Σε συνδυασμό με αυτές τις περιοχές, προβλέπονται και από τον ΓΠΣ ζώνες τουρισμού στην Βραυρώνα (παιδικές κατασκηνώσεις κλπ) και στο Πόρτο Ράφτη. (Δ538/78).

δ. Περιοχές με στοιχείο Ι (ζώνη χονδρεμπορίου)

Εντοπίζονται στο δήμο Μαρκόπουλου, καθώς και στην Παλλήνη.

Χρήσεις	Κάλυψη %	Συντελεστής Δόμησης	Ύψος
Χονδρικό εμπόριο, εμπορικές εκθέσεις, κτίρια αποθήκευσης	20	0,3	11
Κτίρια στάθμευσης	10	0,2	7,5
Πρακτορεία διακίνησης, χώροι στάθμευσης βαρέων οχημάτων	20	0,2	11

Ενδεικτικά, αν υποθέσουμε πως η ζώνη με στοιχείο Ι που βρίσκεται στο δήμο Μαρκόπουλου εμβαδού 900,000m<sup>2</sup> καταληφθεί από εγκαταστάσεις εμπορικές, τότε, σύμφωνα με τους όρους δόμησης της περιοχής, θα καλυφθούν τα 180.000m<sup>2</sup> της περιοχής, από τα οποία τα 270.000 m<sup>2</sup> θα αποτελέσουν κτισμένη επιφάνεια, μέγιστου ύψους 11 μέτρων.

ε. Περιοχές με στοιχείο K1 (ζώνη εγκαταστάσεων δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα)

Τέτοιες ζώνες συναντάμε στον δήμο Σπάτων, Κρωπίας, Μαρκόπουλου και Παιανίας.

Αν επιλέγαμε την ζώνη στο Δ. Μαρκόπουλου, η οποία είναι εμβαδού 680.000 m<sup>2</sup>, και χτίζαμε εκεί γραφεία, τράπεζες κλπ, σύμφωνα με τους όρους δόμησης το κτισμένο περιβάλλον θα ανερχόταν στα 272.000 m<sup>2</sup>.

στ. Περιοχές με στοιχείο K2 (Επιχειρηματικό Πάρκο)

Το επιχειρηματικό πάρκο προβλέπεται να τοποθετηθεί πλησίον του Αττικού Πάρκου στην περιοχή των Σπάτων. Στο χώρο αυτό επιτρέπεται η κατασκευή βιομηχανικών και βιοτεχνικών μονάδων, γραφείων, τραπεζών, ασφαλειών, κοινωφελών οργανισμών, διοίκησης, τουριστικών εγκαταστάσεων, εστιατορίων και αναψυκτηρίων ως συμπληρωματικά των υπόλοιπων χρήσεων. Οι όροι δόμησης έχουν ως εξής: ποσοστό κάλυψης 10%, συντελεστής δόμησης 0,2 και το μέγιστο επιτρεπόμενο ύψος είναι 7,5m.

ζ. Περιοχές με στοιχείο K3 (Ζώνη Υψηλής Τεχνολογίας)

Στη ζώνη αυτή, η οποία εντοπίζεται στο δήμο των Σπάτων, επιτρέπεται η δημιουργία Πάρκου Υψηλής Τεχνολογίας (Τεχνόπολης), σε συνδυασμό με εγκαταστάσεις ΑΕΙ – ΤΕΙ. Σημαντικό στοιχείο της ζώνης αυτής, είναι ότι προβλέπεται η κατασκευή δύο ελεύθερων λεωφόρων, η Υμηττού – Αεροδρόμιου και η Σταυρού Ραφήνας. Ο συντελεστής δόμησης της περιοχής ορίζεται σε 0,3.

η. Περιοχές με στοιχείο M (Ζώνη βιομηχανικών βιοτεχνικών εγκαταστάσεων)

Οι ΒΙΟΠΑ εντοπίζονται στους δήμους Μαρκόπουλου, Σπάτων, Πικερμίου, Παλλήνης, Γέρακα και Καρέλα.

Οι παραπάνω περιοχές που αναφέρθηκαν, έχει προβλεφθεί να έχουν τέτοιες χρήσεις, οι οποίες θα εντείνουν την κίνηση στην περιοχή, τον αριθμό των διερχόμενων καθημερινά, αλλά και τον χαρακτήρα της περιοχής. Η προβλεπόμενη κατασκευή εμπορικών χώρων, θεματικών πάρκων καθώς και αθλητικών

εγκαταστάσεων αποτελούν πόλο έλξης όχι μόνο για τους κατοίκους των γύρω δήμων, αλλά και περιοχών ολόκληρου του λεκανοπέδιου.

Ένα επιπλέον πρόβλημα δημιουργείται με τις τουριστικές εγκαταστάσεις οι οποίες σύμφωνα και με το νέο σχέδιο ειδικού χωροταξικού για τον τουρισμό είναι ιδιαίτερα μεγάλης κλίμακας για τα ελληνικά δεδομένα (*Γενικό Σχέδιο Μεταφορών Αττικής*). Όπως προβλέπεται μάλιστα και τουριστική κατοικία μέσα σε αυτές θα πρέπει να υπολογισθεί πρόσθετη κυκλοφοριακή επιβάρυνση επίπεδου Β' (παραθεριστικής) κατοικίας. Με το Π.Δ.αρ.9573/1846 (ΦΕΚ210/2000) «τροποποίηση ΓΠΣ του Δήμου Μαρκοπούλου Μεσογαίας (Ν. Αττικής) φαίνεται η επέκταση των ορίων του ΓΠΣ και η ενίσχυση των τουριστικών εγκαταστάσεων.

Συγκεκριμένα, φαίνεται ότι στην περιοχή των Μεσογείων, οι νέες θέσεις οικισμών, καθώς και η έντονη παρουσία των ΒΙΟΠΑ πρόκειται να εντείνουν τα κυκλοφοριακό δίκτυο της περιοχής, κατά βάση το οδικό. Κυρίως στις περιοχές πλησίον του αεροδρομίου, έχουν προβλεφθεί χρήσεις βιομηχανίας, εγκαταστάσεων δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα, καθώς και κατοικίας. Αυτά, σε συνδυασμό με την ανεξέλεγκτη επέκταση των χώρων του αεροδρομίου (το οποίο δεν λειτουργεί και σύμφωνα με τους ελληνικούς όρους δόμησης), καθώς και την επικείμενη δημιουργία πάρκων, προβλέπεται να αυξήσουν την αριθμό των επισκεπτών της περιοχής, όπως επίσης και των μόνιμων κατοίκων. Σίγουρα, μεγάλο ρόλο στην κίνηση της περιοχής παίζουν και οι χρήσεις εμπορικού χαρακτήρα, οι οποίες με την δημιουργία του Ελ. Βενιζέλος και των δικτύων μεταφοράς (Αττική Οδός, μέσα μαζικής μεταφοράς) επωφελήθηκαν του αυξημένου αριθμού επισκεπτών της περιοχής. Παρατηρείται η αύξηση των μεγάλων εμπορικών καταστημάτων και προβλέπεται αυτά να πληθύνουν, κάτι το οποίο θα πρέπει να γίνει με γνώμονα την ομαλή και εύκολη μετακίνηση τόσο των επισκεπτών, όσο και των ατόμων που αυτές οι νέες εγκαταστάσεις απασχολούν.

### 3.5 Στατιστικοί δείκτες στην περιοχή μελέτης που αναδεικνύουν τις δημογραφικές αλλαγές και την επικράτηση του τριτογενούς τομέα

Το εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε, προκειμένου να αποκτήσει και ποσοτική υπόσταση η υφιστάμενη κατάσταση στην περιοχή μελέτης, είναι η Habitat Agenda. (Από ΥΠΕΧΩΔΕ, Διεύθυνση Οικιστικής Πολιτικής και Κατοικίας, «Οδηγός Εκπόνησης Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων Βιώσιμης Ανάπτυξης σε Εφαρμογή της Habitat Agenda», Αθήνα, Ιούλιος 2002).

Η Habitat Agenda είναι απόρροια της Δεύτερης Παγκόσμιας Συνδιάσκεψης των Ηνωμένων Εθνών για τους Ανθρώπινους Οικισμούς (HABITAT II), η οποία έλαβε χώρα στην Κωνσταντινούπολη τον Ιούνιο του 1996. Ως δέσμευση των κυβερνήσεων και των εθνικών αντιπροσωπειών, των χωρών μελών του ΟΗΕ, προέκυψε ένα πλαίσιο αρχών, προτεραιοτήτων και δράσεων, με στόχο την εξασφάλιση βιώσιμων οικισμών και επαρκούς στέγης για όλους τους πολίτες τους. Αυτό εντάσσεται στο γενικότερο πλαίσιο προβληματικής και δράσης του ΟΗΕ για βιώσιμους ανθρώπινους οικισμούς, και αποτελεί συνέχεια της Πρώτης Συνδιάσκεψης HABITAT I για τους ανθρώπινους οικισμούς (Vancouver, 1976), της Απόφασης 43/181/1988 της Γενικής Συνέλευσης του ΟΗΕ για την «Παγκόσμια Στρατηγική για την Κατοικία για το έτος 2000», και της Συνδιάσκεψης του Rio (Βραζιλία, 1992) για τη μετάβαση στη βιώσιμη ανάπτυξη (Agenda 21).

Συγκεκριμένα, η Habitat Agenda αποτελεί το Παγκόσμιο Σχέδιο Δράσης για τους Ανθρώπινους Οικισμούς, με στόχο να επισημαίνει όλες τις παραμέτρους που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη προκειμένου η ανάπτυξη των πόλεων και οικισμών να εγγυάται την ασφαλή, υγιεινή, και ισόνομη διαβίωση των κατοίκων και την επαρκή και ικανοποιητική στέγη για όλους σε ένα βιώσιμο οικιστικό περιβάλλον.

Οι κυβερνήσεις των χωρών που συμμετείχαν στη Συνδιάσκεψη της Κωνσταντινούπολης καλούνται να εξειδικεύσουν αυτό το Παγκόσμιο Σχέδιο Δράσης σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Σε κάθε περίπτωση, οι βασικοί στόχοι αυτού του σχεδίου δράσης, και κεντρικοί άξονες της Habitat Agenda, είναι η επαρκής στέγη για όλους, η βιώσιμη ανάπτυξη οικισμών, η δόμηση ικανοτήτων και θεσμική ανάπτυξη –περιλαμβάνει την ανάπτυξη της τεχνογνωσίας που αφορά σε

αστικά ζητήματα, τη λαϊκή συμμετοχή, τη συνεργασία μεταξύ ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, καθώς και μεταξύ τοπικής αυτοδιοίκησης και μη κυβερνητικών οργανισμών, την εξεύρεση χρηματοδοτικών πόρων και τις νέες τεχνολογίες στην πληροφορική και την επικοινωνία – , η διεθνής συνεργασία και συντονισμός, και η υλοποίηση και παρακολούθηση της εφαρμογής της Habitat Agenda.

Η Ελλάδα έχει δεσμευθεί για την προώθηση των στόχων της Habitat Agenda, μέσω του Εθνικού Σχεδίου Δράσης (ΕΣΔ), το οποίο παρουσιάστηκε το 1996 στη Συνδιάσκεψη της Κωνσταντινούπολης. Θεμελιώδης επιδίωξη του ΕΣΔ αποτελεί η κατά το δυνατόν μεγαλύτερη ανταπόκριση της χώρας στους δύο κύριους στόχους της Habitat Agenda, τη βιώσιμη ανάπτυξη των οικισμών και την επαρκή στέγη για όλους, μέσα στα πλαίσια που προσδιορίζουν οι ιδιαιτερότητες του ελληνικού χώρου, της ελληνικής κοινωνίας και της πολιτιστικής της ταυτότητας. Στο επίσημο κείμενο του 1996 παρουσιάζονται οι βασικές αρχές του ΕΣΔ, οι οποίες είναι:

- α. Εθνικό φυσικό περιβάλλον και ρύπανση
- β. Φυσικοί πόροι και διαχείριση τους
- γ. Οικισμοί και αειφόρος, υγιεινή και ασφαλής διαβίωση
- δ. Οικιστική ανάπτυξη και προκλήσεις από σύγχρονες τάσεις αλλαγής της λειτουργίας των πόλεων, του επιπέδου διαβίωσης και του τρόπου συμπεριφοράς ατόμων και νοικοκυριών
- ε. Πρόσβαση σε επαρκή, κατάλληλη και προσιτή σε όλους κατοικία
- στ. Αξιοποίηση και ανάπτυξη του δυναμικού όλων των κοινωνικών και οικονομικών τομέων
- ζ. Δημοκρατικοί θεσμοί: αποδοχή και εφαρμογή τους
- η. Ισότητα ατόμων και ομάδων πολιτών
- θ. Κοινωνική συνοχή, κοινωνική μέριμνα και κοινωνική δικαιοσύνη
- ι. Διεθνής συνεργασία



Ο κύριος στόχος της ανάλυσης μιας περιοχής σύμφωνα με τη Habitat Agenda είναι η κάλυψη όλων των σημείων της θεματικής της Habitat Agenda, επιστημονικά τεκμηριωμένα. Ο πυρήνας της ανάλυσης είναι τα σημεία εκείνα που συνδέονται με τους βασικούς δείκτες, οι οποίοι περιλαμβάνονται στον «Οδηγό Εκπόνησης Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων Βιώσιμης Ανάπτυξης σε Εφαρμογή της Habitat Agenda» του ΥΠΕΧΩΔΕ. Αυτοί οι δείκτες έχουν χρησιμοποιηθεί και στην εξέταση της περιοχής μελέτης.

Η περιοχή μελέτης αποτελείται από τους εξής πέντε δήμους: Δήμος Γλυκών Νερών, Δήμος Κρωπίας, Δήμος Μαρκόπουλου Μεσογαίας, Δήμος Παιανίας και Δήμος Σπάτων. Η έκταση του κάθε Δήμου και ο πληθυσμός δίνεται από τον παρακάτω πίνακα:

### Πίνακας 1

Πίνακας Α: Ταυτότητα Περιοχής Μελέτης

Πολεοδομικές Ενότητες	Έκταση (km <sup>2</sup> )	(Π,Η,Ο)*	Πληθυσμός 2001
			Πραγ/κός
Δήμος Γλυκών Νερών	9,3	Η	6.770
Δήμος Κρωπίας	103,2	Η	24.453
Δήμος Μαρκόπουλου	81,8	Π	15.608
Δήμος Παιανίας	42,8	Π	13.013
Δήμος Σπάτων	52,5	Π	10.203
<b>ΣΥΝΟΛΟ Περιοχής Μελέτης</b>	<b>289,5</b>		<b>70.047</b>

(Πηγή στοιχείων: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

\*πεδινός, ημιορεινός, ορεινός

Οι απογραφές του 1991 και 2001 δείχνουν τεράστια διαφορά στην ποσοστιαία μεταβολή του πληθυσμού μεταξύ της Νομαρχίας Αθηνών και της Νομαρχίας Ανατολικής Αττικής, και κυρίως σε σύγκριση με τους συγκεκριμένους Δήμους, όπως φαίνεται και στον πίνακα που ακολουθεί:

## Πίνακας 2

Δείκτης Α1: πληθυσμός

Χαρακτηριστικά πληθυσμού	ΣΥΝΟΛΟ Περιοχής Μελέτης	ΔΗΜΟΙ					ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	
		Γλυκών Νερών	Κρωπιά ς	Μαρκό πουλου	Παιανία ς	Σπάτων	Ν. Αθηνών	Ν. Αν. Αττικής
Μόνιμος πληθυσμός 1991	48.821	5.753	16.239	9.356	9.765	7.708	2.665.065	277.207
Μόνιμος πληθυσμός 2001	70.047	6.770	24.453	15.608	13.013	10.203	2.805.262	386.067
Μεταβολή μόνιμου πληθυσμού 1991-2001	43,5%	17,7%	50,6%	66,8%	33,3%	32,4%	5,3%	39,3%

(Πηγή στοιχείων: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

Βλέπουμε δηλαδή, ότι ενώ ο πληθυσμός στη Νομαρχία Αθηνών, στο διάστημα της δεκαετίας 1991-2001, έχει αυξηθεί κατά 5,3%, στη Νομαρχία Ανατολικής Αττικής έχει αυξηθεί κατά 39,3%, και της περιοχής μελέτης κατά 43,5%, με το Δήμο Μαρκόπουλου να κατέχει τα πρωτεία με αύξηση 66,8%.

Το ίδιο μοτίβο ακολουθούν και τα νοικοκυριά, τα οποία στην ίδια δεκαετία, στη Ν. Αθήνας αυξήθηκαν κατά 13,1%, σε αντίθεση με την Αν. Αττική που παρουσίασε αύξηση 48,1%, και την περιοχή μελέτης που είχε αύξηση 49,9%. Άλλη μία διαφοροποίηση εντοπίζεται στο μέσο μέγεθος νοικοκυριού, το οποίο παρόλο που παρουσιάζει μείωση, στη δεκαετία 1991-2001, τόσο στην περιοχή μελέτης, όσο και στη Ν. Αθήνας, παραμένει μεγαλύτερο στους εξεταζόμενους Δήμους κατά 0,5 άτομα σταθερά. Επίσης, ενδιαφέρον παρουσιάζει και η αναλογία των νοικοκυριών με ένα μέλος, η οποία, στη μεν Ν. Αθήνας αποτελεί το 23,6%, σχεδόν το ένα τέταρτο, ενώ στην περιοχή μελέτης αποτελεί το 13%. Τα νοικοκυριά με 2 και 3-4 μέλη, κατέχουν παρόμοια ποσοστά, και τα νοικοκυριά με πέντε ή περισσότερα

άτομα αποτελούν το 14% των νοικοκυριών στην περιοχή μελέτης, και το 6,7% της Ν. Αθήνας, ποσοστό υποδιπλάσιο.

Ένα συμπέρασμα που βγαίνει από το μέσο μέγεθος νοικοκυριού, είναι ο οικογενειακός χαρακτήρας της περιοχής, ο οποίος μπορεί να δηλώνει οικογένειες με πλέον του ενός παιδιού ή πιο παραδοσιακό μοντέλο συγκατοίκησης συγγενών πρώτου βαθμού (π.χ. συγκατοίκηση παππούδων και γιαγιάδων με την οικογένεια των παιδιών).

Τα στοιχεία αυτά παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί

### Πίνακας 3

Δείκτης A3: Χαρακτηριστικά νοικοκυριών

Χαρακτηριστικά νοικοκυριών	ΣΥΝΟΛΟ Περιοχής Μελέτης	ΔΗΜΟΙ					ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	
		Γλυκών Νερών	Κρωπίας	Μαρκόπουλου	Παιανίας	Σπάτων	Ν. Αθήνας	Ν. Αττικής
<b>Νοικοκυριά - Πραγματικός πληθυσμός (π.π) 1991-2001</b>								
Αριθμός νοικοκυριών, π.π. 1991	13648	1404	4706	2703	2614	2221	884733	78639
Μέλη νοικοκυριών π.π. 1991	44864	4723	15152	8651	9020	7318	2443349	255312
Αριθμός νοικοκυριών π.π. 2001	20452	2154	7125	4323	3760	3090	1000529	116462
Μέλη νοικοκυριών π.π. 2001	63277	6654	22210	12629	12099	9635	2617974	354687
Μεταβολή αριθμού νοικοκυριών (π.π.) 1991-2001	49,9%	53,4%	51,4%	59,9%	43,8%	39,1%	13,1%	48,1%
Μέσο Μέγεθος Νοικοκυριού (π.π) 1991	3,3	3,4	3,2	3,2	3,5	3,3	2,8	3,2
Μέσο Μέγεθος Νοικοκυριού (π.π.) 2001	3,1	3,1	3,1	2,9	3,2	3,1	2,6	3,0
<b>Μέγεθος Νοικοκυριών - Μόνιμος πληθυσμός 2001</b>								
Αναλογία νοικοκυριών με 1 μέλος, μ.π. 2001	13,0%	14,4%	12,5%	15,6%	10,9%	12,0%	23,6%	13,9%
Αναλογία νοικοκυριών με 2 μέλη, μ.π. 2001	25,5%	22,8%	25,1%	28,5%	23,8%	26,2%	27,6%	25,7%
Αναλογία νοικοκυριών με 3-4 μέλη, μ.π. 2001	47,5%	49,0%	48,2%	43,8%	49,8%	47,2%	42,1%	47,2%
Αναλογία νοικοκυριών με 5+ μέλη, μ.π. 2001	14,0%	13,8%	14,2%	12,1%	15,6%	14,6%	6,7%	13,2%

(Πηγή στοιχείων: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και ο δείκτης που αφορά στη διάρθρωση της οικονομικής δραστηριότητας, συγκρίνοντας τα αντίστοιχα στοιχεία της Ν. Αθήνας με την Ν. Ανατολικής Αττικής και της περιοχής μελέτης, από τις απογραφές του 1991 και του 2001. Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει αυτά τα στοιχεία:

#### Πίνακας 4

Δείκτης Α6: Διάρθρωση οικονομικά ενεργών

Διάρθρωση οικονομικής δραστηριότητας 1991-2001	ΣΥΝΟΛΟ Περιοχής Μελέτης	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	
		Ν. Αθήνας	Ν. Αν. Αττικής
Αναλογία του Πρωτογενή τομέα στους οικον. ενεργούς 1991	11,3%	0,3%	6,8%
Αναλογία του Δευτερογενή τομέα στους οικον. ενεργούς 1991	30,2%	23,4%	29,5%
Αναλογία του Τριτογενή τομέα στους οικον. ενεργούς 1991	47,6%	65,6%	84,3%
Αναλογία του Πρωτογενή τομέα στους οικον. ενεργούς 2001	6,6%	0,5%	4,7%
Αναλογία του Δευτερογενή τομέα στους οικον. ενεργούς 2001	28,6%	20,9%	26,4%
Αναλογία του Τριτογενή τομέα στους οικον. ενεργούς 2001	51,5%	68,9%	56,2%
Μεταβολή οικονομικά ενεργών στον Πρωτογενή 1991-2001	-4,9%	109,3%	19,3%
Μεταβολή οικονομικά ενεργών στον Δευτερογενή 1991-2001	54,4%	11,4%	53,7%
Μεταβολή οικονομικά ενεργών στον Τριτογενή 1991-2001	76,6%	30,9%	14,5%
Α-Β. Γεωργία, κτηνοτροφία, θήρα, δασοκομία & Αλιεία	6,6%	0,5%	4,7%
Γ. Ορυχεία, λατομεία	0,3%	0,1%	0,2%
Δ. Μεταποιητικές βιομηχανίες	16,0%	12,6%	14,2%
Ε. Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, νερού	0,7%	0,8%	0,7%
ΣΤ. Κατασκευές	11,6%	7,4%	11,4%
Ζ. Εμπόριο, επισκευές	14,6%	16,4%	15,6%
Η. Ξενοδοχεία, εστιατόρια	3,6%	4,7%	4,7%
Θ. Μεταφορές, αποθήκευση, επικοινωνίες	7,0%	7,7%	7,2%
Ι. Ενδιάμεσοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί	2,1%	4,3%	2,7%
Κ. Διαχείριση ακίνητης περιουσίας εκμισθώσεις, επιχειρημ. δραστηριότητες	5,9%	8,5%	6,7%
Λ. Δημόσια διοίκηση, άμυνα, υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση	6,2%	8,7%	6,2%
Μ. Εκπαίδευση	4,0%	6,1%	4,2%
Ν. Υγεία, κοινωνική μέριμνα	3,4%	5,5%	3,9%
Ξ. Δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών κοινωνικού ή ατομικού χαρακτήρα	3,5%	4,2%	3,4%
Ο. Ιδιωτικά νοικοκυριά που απασχολούν προσωπικό	1,4%	2,7%	1,7%
Π. Εταιρόδικοι οργανισμοί και όργανα	0,0%	0,1%	0,0%
Δήλωσαν ασαφώς ή δε δήλωσαν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας	7,3%	5,8%	8,2%
"Νέοι"	0,0%	4,0%	4,4%

(Πηγή στοιχείων: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

Τα στοιχεία αυτά δείχνουν σαφώς την πτώση του πρωτογενούς τομέα στη συγκεκριμένη περιοχή μελέτης, μείωση 4,9%, παρόλο που στη Ν. Αθήνας και Ν. Αν. Αττικής δεν παρατηρείται κάτι τέτοιο. Μάλιστα παρατηρείται τεράστια αύξηση στην Ν. Αθήνας και στην Ν. Αν. Αττικής. Επίσης φαίνεται και η κατακόρυφη άνοδος του τριτογενούς τομέα στην περιοχή μελέτης, 76,6%, η οποία είναι υπερδιπλάσια αυτής της Ν. Αθήνας (30,9%), και πέντε φορές μεγαλύτερη της Ν. Αν. Αττικής (14,5%).

Σε σύμπνοια με τα παραπάνω στοιχεία είναι και τα στοιχεία που αφορούν στο εργατικό δυναμικό και στην απασχόληση: Η περιοχή μελέτης παρουσιάζει στη δεκαετία 1991-2001, ποσοστιαία αύξηση του εργατικού δυναμικού κατά 63,2% και ποσοστιαία αύξηση της απασχόλησης, την ίδια χρονική περίοδο, κατά 60,0%. Τα αντίστοιχα νούμερα για τη Ν. Αθήνας είναι 24,8% και 25,0%, και για την Ν. Αν. Αττικής 71,7% και 70,9%. Υπάρχει δηλαδή σαφές προβάδισμα της ευρύτερης περιοχής των Μεσογείων, έναντι του πυρήνα της Αττικής, όσον αφορά στην απασχόληση. Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει αυτά τα στοιχεία.

## Πίνακας 5

Δείκτης Α7: Απασχόληση – Ανεργία

Απασχόληση	ΣΥΝΟΛΟ Περιοχής Μελέτης	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	
		Ν. Αθήνας	Ν. Αν. Αττικής
Οικονομικά ενεργοί (εργατικό δυναμικό) 1991	17.875	1.030.793	99.605
Οικονομικά ενεργοί (εργατικό δυναμικό) 2001	29.174	1.286.015	171.008
Ποσοστιαία μεταβολή εργατικού δυναμικού 1991-2001	63,2%	24,8%	71,7%
Σύνολο απασχολούμενων 1991	17.149	988.055	95.652
Σύνολο απασχολούμενων 2001	27.431	1.234.687	163.509
Ποσοστιαία μεταβολή της απασχόλησης 1991-2001	60,0%	25,0%	70,9%

(Πηγή στοιχείων: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

Ο δείκτης Α6α ο οποίος εξετάζει τη θέση στο επάγγελμα, δείχνει ότι ενώ το 1991 το ένα τρίτο των εργαζομένων ήταν εργαζόμενοι για δικό τους λογαριασμό, το 2001 το αντίστοιχο ποσοστό είναι σχεδόν ένα δέκατο (12,7%). Αντίθετα, οι μισθωτοί, από το 55,4% των οικονομικά ενεργών το 1991, ανεβαίνουν το 2001 στο 66,7% του συνόλου των οικονομικών ενεργών, το ένα τρίτο δηλαδή. Αυτή η αλλαγή οφείλεται,

από τη μία, στην εγκατάσταση πολλών δραστηριοτήτων τριτογενούς τομέα στην περιοχή, που όπως είναι φυσικό προσέλκυσαν τους κατοίκους στην αναζήτηση εργασίας, και από την άλλη, στη μη βιώσιμη οικονομικά κατάσταση που δημιούργησαν τα μεγαθήρια λιανικού εμπορίου στους μικρές και τοπικής κλίμακας λιανέμπορους.

Παρατίθεται ο πίνακας με τα παραπάνω στοιχεία:

### Πίνακας 6

Δείκτης Α6α: Επάγγελμα – θέση στο επάγγελμα

Επάγγελμα – θέση στο επάγγελμα	ΣΥΝΟΛΟ Περιοχής Μελέτης	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	
		Ν. Αθήνας	Ν. Αν. Αττικής
<i>Αναλογία οικονομικά ενεργών 1991 που είναι :</i>			
Εργοδότες	9,7%	8,4%	10,1%
Εργαζόμενοι για δικό τους λογαριασμό	27,9%	17,6%	23,7%
Μισθωτοί	55,4%	68,2%	59,2%
Συμβοηθούντα & μη αμειβόμενα μέλη	2,9%	1,6%	3,0%
Δεν δήλωσαν επάγγελμα & Νέοι	4,1%	4,1%	4,0%
<i>Αναλογία οικονομικά ενεργών 2001 που είναι :</i>			
Εργοδότες	12,0%	10,1%	13,5%
Εργαζόμενοι για δικό τους λογαριασμό	12,7%	9,7%	11,3%
Μισθωτοί	66,7%	75,1%	68,6%
Συμβοηθούντα & μη αμειβόμενα μέλη	2,6%	1,1%	2,2%
Δεν δήλωσαν επάγγελμα & Νέοι	6,0%	4,0%	4,4%

(Πηγή στοιχείων: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

Καταγράφοντας τα βασικά χαρακτηριστικά του κτιριακού αποθέματος, προκύπτουν διαφορές μεταξύ της περιοχής μελέτης και της Ν. Αθήνας, οι οποίες υποδηλώνουν και διαφορές στη φυσιογνωμία και το τοπίο μεταξύ των.

Στην περιοχή μελέτης, η πλειοψηφία των κτιρίων, με ποσοστό 67,1%, είναι μόνο ισόγεια. Στην Ν. Αθήνας αντίθετα, η πλειοψηφία των κτιρίων (49,4%) είναι κτίρια με 1-2 ορόφους, και η αναλογία των κτιρίων «μόνο ισόγεια» είναι 25,3%, ίδια με αυτή των κτιρίων που διαθέτουν τουλάχιστον τρεις ορόφους. Στην περιοχή μελέτης τα κτίρια που διαθέτουν από τρεις ορόφους και πάνω αντιπροσωπεύουν μόλις το 1,6% του συνόλου των κτιρίων.

Μια ακόμα διαφορά, εντοπίζεται στην ηλικία των κτιρίων, με το μεγαλύτερο ποσοστό των κτιρίων στο Ν. Αθήνας (47,9%) να έχει κτιστεί το διάστημα μεταξύ 1961-1980, ενώ στην περιοχή μελέτης το μεγαλύτερο ποσοστό των κτιρίων (46,5%) να έχει χτιστεί μεταξύ 1981 και 2000.

Τα υλικά κατασκευής είναι ένα ακόμη χαρακτηριστικό των κτιρίων που παρουσιάζει αξιοσημείωτες διαφορές μεταξύ της περιοχής μελέτης και της Ν. Αθήνας. Το μπετόν είναι το επικρατέστερο υλικό, τόσο στην Ν. Αθήνας, όσο και στην περιοχή μελέτης, με διαφορετικά όμως ποσοστά επί του συνόλου των υλικών. Στην Ν. Αθήνας καταλαμβάνει το 87,3 %, έναντι του 69,2% στην περιοχή μελέτης. Άλλη μία διαφοροποίηση μεταξύ των δύο περιοχών είναι ότι σχεδόν το ένα τέταρτο (22,1%) των κτιρίων της περιοχής μελέτης έχουν ως δομικό υλικό τούβλα καιτσιμεντόλιθους, ενώ στην Ν. Αθήνας αυτά τα υλικά αντιπροσωπεύουν μόλις το 6,9% των κτιρίων.

Το εύλογο συμπέρασμα εδώ είναι πως τα Μεσόγεια και η περιοχή μελέτης διατηρούν ακόμα το χαρακτήρα υπαίθρου (κυρίως κτίρια-ισόγεια, όχι πολλοί όροφοι, υπάρχουν αρκετά κτίρια από τούβλα καιτσιμεντόλιθους), αλλά υπάρχει μια σαφής ένδειξη για την οικοδομική δραστηριότητα στην περιοχή, καθώς σχεδόν τα μισά κτίρια έχουν κτιστεί το διάστημα 1981-2000, γεγονός το οποίο εν μέρει εξηγείται από την αύξηση του πληθυσμού στην περιοχή.

Τα στοιχεία αυτά παρουσιάζονται αναλυτικά στον πίνακα που ακολουθεί.

## Πίνακας 7

Δείκτης Γ1: Απόθεμα Κτιρίων

Χαρακτηριστικά κτιρίων	ΣΥΝΟΛΟ Περιοχής Μελέτης	ΔΗΜΟΙ					ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	
		Γλυκών Νερών	Κρωπία ς	Μαρκό πουλου	Παιανία ς	Σπάτων	Ν. Αν. Αττικής	Ν. Αθήνας

### Ύψος κτιρίων 2000

Αναλογία κτιρίων ο.τ.χ. 2000 - μόνον Ισόγεια	67,1%	58,6%	70,3%	65,2%	61,9%	72,0%	62,5%	25,3%
Αναλογία κτιρίων ο.τ.χ. 2000 - με 1-2 ορόφους	31,3%	39,2%	28,9%	32,1%	36,9%	26,7%	35,0%	49,4%
Αναλογία κτιρίων ο.τ.χ. 2000 - με 3+ ορόφους	1,6%	2,2%	0,8%	2,6%	1,2%	1,3%	2,5%	25,3%

### Ηλικία κτιρίων 2000

Αναλογία κτιρίων ο.τ.χ. 2000 κτισμένα έως το 1945	2,4%	0,5%	2,5%	2,5%	2,7%	2,8%	2,2%	5,0%
Αναλογία κτιρίων ο.τ.χ. 2000 κτισμένα το 1946-60	8,7%	8,6%	9,3%	7,5%	8,5%	9,9%	6,0%	18,9%
Αναλογία κτιρίων ο.τ.χ. 2000 κτισμένα το 1961-1980	38,8%	38,7%	33,2%	50,8%	36,3%	28,4%	39,2%	47,9%
Αναλογία κτιρίων ο.τ.χ. 2000 κτισμένα το 1981-2000	46,5%	48,0%	51,4%	36,7%	48,4%	53,9%	49,0%	25,6%
Αναλογία κτιρίων 2000 υπό κατασκευή και ΔΔ	3,6%	4,2%	3,6%	2,5%	4,1%	5,0%	3,7%	2,4%

### Υλικά κατασκευής κτιρίων 2000

Αναλογία κτιρίων ο.τ.χ. 2000 κατασκευή μπετόν	69,2%	75,1%	75,8%	60,5%	75,5%	64,5%	70,3%	87,3%
Αναλογία κτιρίων ο.τ.χ. 2000 κατασκευή τούβλα-τσιμεντόλιθοι	22,1%	19,9%	15,8%	28,9%	17,0%	27,9%	21,7%	6,9%
Αναλογία κτιρίων ο.τ.χ. 2000 κατασκευή πέτρα	4,4%	0,9%	5,5%	3,6%	5,0%	4,5%	3,2%	4,7%
Αναλογία κτιρίων ο.τ.χ. 2000 κατ. μέταλλο, ξύλο, άλλα υλικά	4,2%	3,8%	2,9%	6,9%	2,4%	3,0%	4,5%	1,0%
Αναλογία κτιρίων ο.τ.χ. 2000 κατασκευή δεν δηλώθηκε	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,3%	0,1%
Αναλογία κτιρίων με pilotis 2000	3,7%	4,6%	3,9%	3,2%	3,3%	4,1%	4,0%	6,9%

(Πηγή στοιχείων: Ελληνική Στατιστική Αρχή)



Πέρα από τις διαφορές στα κτίρια, εξετάζοντάς τα στο σύνολο των χρήσεων, υπάρχουν διαφορές και στο απόθεμα κατοικιών.

Στην περιοχή μελέτης, η αναλογία κανονικών κατοικιών σε μονοκατοικίες, επί του συνόλου των κανονικών κατοικιών για το έτος 2001 είναι 63,2%, ενώ στον αστικό πυρήνα της Αθήνας το αντίστοιχο ποσοστό είναι 6,6%. Αντίθετα, στη Ν. Αθήνας η πλειοψηφία των κανονικών κατοικιών (57,7%) συναντάται σε πολυκατοικίες, και στην περιοχή μελέτης το αντίστοιχο νούμερο είναι 16,9%.

Η χρήση των κατοικιών, εκτός από τις διαφορές μεταξύ Μεσογείων και Ν. Αθήνας, αναδεικνύουν και τις τάσεις εξέλιξης της περιοχής. Το 1991, στην περιοχή μελέτης, οι κύριες κατοικίες αποτελούσαν το 42,3% και οι εξοχικές ή δευτερεύουσες το 57,7%, και στην Αθήνα το 76,2% και 23,8% αντίστοιχα, γεγονός που επισημαίνει το χαρακτήρα υπαίθρου της περιοχής, καθώς η πλειοψηφία των κατοικιών ήταν εξοχικά. Το 2001, στην περιοχή μελέτης, η αναλογία των κύριων κατοικιών έχει αυξηθεί σχεδόν 12 ποσοστιαίες μονάδες (54,6%), και αποτελούν πλέον την πλειοψηφία, ενώ οι εξοχικές ή δευτερεύουσες κατοικίες έχουν μείωση της τάξης των 18 περίπου ποσοστιαίων μονάδων (39,5%), ενώ στη Ν. Αθήνας τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 88,0% και 2,9%.

Ένα συμπέρασμα που μπορεί να συναχθεί από αυτά τα στοιχεία, για την περιοχή μελέτης, είναι η αύξηση της οικοδομικής δραστηριότητας για στέγαση, και η μετατροπή ενός ποσοστού των εξοχικών κατοικιών σε κύρια κατοικία. Επίσης γίνεται σαφές ότι η ένταση της οικοδομικής δραστηριότητας στα Μεσόγεια, είναι μεγαλύτερη της αντίστοιχης στην Αθήνα, αφού η αύξηση του ποσοστού των κυρίων κατοικιών στην Αθήνα κατά τη διάρκεια της δεκαετίας 1991-2001, είναι μόλις τέσσερις ποσοστιαίες μονάδες (στην περιοχή μελέτης είναι 12), και η μείωση του ποσοστού των εξοχικών κατοικιών είναι 20 ποσοστιαίες μονάδες – παραπλήσια αυτής των Μεσογείων (18 ποσοστιαίες μονάδες). Ο οικοδομικός κορεσμός του αστικού ιστού της Αθήνας και η ελκυστικότητα της περιοχής των Μεσογείων, για τους γνωστούς προαναφερθέντες λόγους εξηγεί αυτές τις διαφορές στην εξέλιξη των

δύο περιοχών. Ο δείκτης Γ2 του Habitat, παρουσιάζει αυτά τα στοιχεία και παρατίθεται εδώ:

## Πίνακας 8

Δείκτης Γ2α: Απόθεμα κατοικιών (συμπλήρωμα)

Χαρακτηριστικά κατοικιών	ΣΥΝΟΛΟ Περιοχής Μελέτης	ΔΗΜΟΙ					ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	
		Γλυκών Νερών	Κρωπία ς	Μαρκόπ ουλου	Παιανία ς	Σπάτων	Ν.Αθήν ας	Ν.Αν.Ατ τικής
<b>Τύποι κατοικιών, 2001</b>								
Αναλογία κανονικών κατοικιών σε μονοκατοικίες (2001)	63,2%	35,8%	69,2%	57,9%	64,3%	70,8%	6,6%	25,8%
Αναλογία κανονικών κατοικιών σε διπλοκατοικίες (2001)	19,1%	30,4%	19,4%	16,2%	22,2%	17,5%	11,2%	11,3%
Αναλογία κανονικών κατοικιών σε Πολυκατοικίες (2001)	16,9%	17,1%	40,6%	25,5%	13,1%	11,0%	57,7%	10,4%
<b>Χρήση κατοικιών 1991, 2001</b>								
Αναλογία κύριων κατοικιών (κατοικούμενων+απόντων) 1991	42,3%	75,2%	43,7%	21,5%	73,1%	62,3%	76,2%	41,0%
Αναλογία εξοχικών ή δευτερευουσών (κατοικ. + κενών) 1991	57,7%	24,8%	56,3%	78,4%	26,9%	37,7%	23,8%	60,4%
Αναλογία Κενών για ενοικίαση ή πώληση 1991	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Αναλογία Κενών για άλλο λόγο 1991	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Αναλογία κύριων κατοικιών (κατοικούμενων+απόντων) 2001	54,6%	77,0%	60,9%	31,3%	81,1%	68,9%	88,0%	53,9%
Αναλογία εξοχικών ή δευτερευουσών (κατοικ. + κενών) 2001	39,5%	10,5%	32,8%	64,4%	10,5%	24,4%	2,9%	37,9%
Αναλογία Κενών για ενοικίαση ή πώληση 2001	3,3%	7,4%	3,1%	3,0%	2,1%	3,6%	4,3%	4,0%
Αναλογία Κενών για άλλο λόγο 2001	2,5%	5,0%	3,2%	1,4%	2,4%	3,0%	4,7%	4,1%

(Πηγή στοιχείων: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

Εκτός από το ποσοστό του είδους της κατοικίας επί του συνόλου των κανονικών κατοικιών, άλλος ένας δείκτης ο οποίος καταλήγει στα ίδια συμπεράσματα, είναι ο δείκτης Γ3 ο οποίος αφορά στη μεταβολή του οικιστικού αποθέματος. Και εδώ φαίνεται σαφώς η αύξηση του οικιστικού αποθέματος στην περιοχή μελέτη, τόσο στις κανονικές κατοικίες, όσο και στις κύριες, αλλά και η πτώση που παρουσιάζουν οι εξοχικές ή δευτερεύουσες κατοικίες. Ενώ ποσοτικά συμβαίνει το ίδιο και στην Ν. Αθήνας, ο ρυθμός μεταβολής της αύξησης του οικιστικού αποθέματος είναι χαμηλότερος του μισού της περιοχής μελέτης.

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει αυτά τα στοιχεία.

### Πίνακας 9

Δείκτης Γ3: Μεταβολές κτιριακού και οικιστικού αποθέματος

Μεταβολές κτιριακού και οικιστικού αποθέματος	ΣΥΝΟΛΟ	ΔΗΜΟΙ					ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	
	ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ	Γλυκών Νερών	Κρωπιάς	Μαρκόπουλου	Παιανίας	Σπάτων	Ν. Αθήνας	Ν. Αττικής

#### Κατοικίες 1991-2001

Μεταβολή αποθέματος (κανονικών) κατοικιών 1991-2001	29,7%	72,2%	21,6%	27,1%	34,7%	36,1%	12,3%	29,1%
Μεταβολή κύριων κατοικιών (κατοικ+απόντων) 1991-2001	67,7%	76,5%	69,7%	84,8%	49,5%	50,7%	29,6%	69,8%
Μεταβολή εξοχικών ή δευτερ (κατοικούμ. + κενών) 1991-2001	-11,3%	-27,4%	-29,2%	4,3%	-47,1%	-11,9%	-86,4%	-19,0%

(Πηγή στοιχείων: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

Το καθεστώς ενοίκησης είναι ακόμη ένα χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί τα Μεσόγεια από τη Ν. Αθήνας. Συγκεκριμένα, το έτος 2001, στην περιοχή μελέτης, το 77,7% (περισσότερο από τα τρία τέταρτα) των νοικοκυριών διαμένουν σε ιδιόκτητες κανονικές κατοικίες, έναντι του 61,5% (λιγότερο από τα δύο τρίτα) στην Ν. Αθήνας. Αντίστοιχα, οι αναλογίες των νοικοκυριών που διαμένουν σε ενοικιαζόμενες κανονικές κατοικίες είναι 13,9% στην περιοχή μελέτης και 29% στην

Ν. Αθήνας, ποσοστό υπερδιπλάσιο. Ο δείκτης Γ6 ασχολείται με αυτά τα στοιχεία και ο αντίστοιχος πίνακας παρατίθεται εδώ.

### Πίνακας 10

Δείκτης Γ6: Συνθήκες χρήσης κατοικιών

Χαρακτηριστικά κατοίκησης	ΣΥΝΟΛΟ Περιοχής Μελέτης	ΔΗΜΟΙ					ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	
		Γλυκών Νερών	Κρωπίας	Μαρόκο υλου	Παιανίας	Σπάτων	Ν. Αθήνας	Ν. Αν. Αττικής
<i>Καθεστώς ενοίκησης, μόνιμος πληθυσμός 2001</i>								
Αναλογία νοικοκυριών που διαμένουν σε ιδιόκτητες κανονικές κατοικίες, 2001	77,7%	78,4%	77,3%	76,5%	78,9%	78,6%	61,5%	74,1%
Αναλογία νοικοκυριών που διαμένουν σε ενοικιαζόμενες κανονικές κατοικίες, 2001	13,9%	12,8%	14,7%	15,6%	13,0%	11,3%	29,0%	16,0%
Αναλογία νοικοκυριών σε μη κανονικές κατοικίες, 2001	0,3%	0,0%	0,4%	0,2%	0,6%	0,3%	0,0%	0,0%

(Πηγή στοιχείων: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

### 3.6 Αποτίμηση της κατάστασης και εντοπισμός προβλημάτων στην περιοχή μελέτης

Σε αυτήν την ενότητα, βασικό εργαλείο για την αποτίμηση της υφιστάμενης κατάστασης στην περιοχή μελέτης, καθώς και για τον εντοπισμό προβλημάτων και των γενεσιουργών αιτιών τους, αλλά και την για ανάγνωση των τάσεων εξέλιξης της, αποτελεί το *Παράρτημα 3, Βασικοί άξονες διάγνωσης Προβλημάτων, του Οδηγού Εκπόνησης Ολοκληρωμένων Τοπικών Προγραμμάτων Βιώσιμης Ανάπτυξης σε Εφαρμογή της Habitat Agenda*, το οποίο αποτελεί εξειδίκευση της πλήρους θεματολογίας του Habitat προς την κατεύθυνση της διάγνωσης προβλημάτων σε τοπικό επίπεδο.

Όσον αφορά στα χαρακτηριστικά του πληθυσμού, η κατανομή και η εξέλιξή του είναι οι τομείς που χρίζουν περαιτέρω έρευνα, προκειμένου να εκτιμηθεί η μελλοντική εξέλιξη του πληθυσμού της περιοχής μελέτης. Συγκεκριμένα, κοινό χαρακτηριστικό όλων των Δήμων που μελετούνται, είναι η συνεχής αύξηση του

πληθυσμού τις τελευταίες δεκαετίες. Ως βασικοί παράγοντες αυτής της πληθυσμιακής αύξησης αναγνωρίστηκαν ο υπερκορεσμός του κέντρου και οι υψηλές τιμές γης και ενοικίου που παρουσιάζει, σε συνδυασμό με την ελκυστικότητα της περιοχής σε σχέση με την αφθονία γης και τις χαμηλές τιμές γης και ενοικίου που προσφέρει, φυσικά ιδωμένα μέσα από το πρίσμα της ανάπτυξης των μεταφορών στην περιοχή.

Η οικονομική ανάπτυξη και συγκεκριμένα η διάρθρωση της οικονομικής δραστηριότητας στους Δήμους που μελετούνται, είναι ένας ακόμα τομέας ο οποίος απαιτεί προσοχή. Ενώ η περιοχή μέχρι τις αρχές τις δεκαετίας του 1980 ήταν αγροτική, με τους ελαιώνες και τους αμπελώνες να αποτελούν τους βασικούς κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, μέσα στη δεκαετία 1991-2001 σημειώθηκε πτώση της τάξης του 4,9% στην αναλογία του Πρωτογενούς τομέα στους οικονομικά ενεργούς. Πιο αναλυτικά, στην απογραφή του 1991, περισσότεροι από έναν στους δέκα οικονομικά ενεργούς (11,3%) απασχολούνταν στον Πρωτογενή τομέα, ενώ στην απογραφή του 2001, περίπου ένας στους 20 (6,6%). Τα ποσοστά του δευτερογενούς τομέα, και στις δύο απογραφές κυμαίνονται περί το 30%. Ο τριτογενής τομέας από την άλλη, στη δεκαετία 1991-2001 κέρδισε πολύ έδαφος, συγκεκριμένα είχε αύξηση 76,6% του ποσοστού του στους οικονομικά ενεργούς. Η οικονομική δραστηριότητα απαιτεί επίσης προσοχή, και στο ζήτημα των σημαντικότερων δραστηριοτήτων στα όρια της περιοχής μελέτης, της οποίας η ευρύτερη περιοχή στην οποία εντάσσεται, κατακλύζεται από ογκώδη καταστήματα λιανικού εμπορίου, τα οποία μοιάζουν πιο πολύ με αποθήκες. Αυτά τα καταστήματα δημιουργούν τέτοιο ανταγωνισμό στις τοπικές οικονομίες, και τέτοια άνοδο στις αξίες γης, που τα τοπικής εμβέλειας καταστήματα λιανικού εμπορίου δε θα καταφέρουν να επιβιώσουν λόγω έλλειψης κερδών, αφού τα «υπερμοντέρνα», αμφίβολης ποιότητας, και μαζικής παραγωγής προϊόντα των πολυεθνικών αλυσίδων έχουν κατακλύσει όλα τα νοικοκυριά, εις βάρος των αντίστοιχων της τοπικής οικονομίας. Επίσης, ταυτόχρονα αποθαρρύνονται/αποτρέπονται νέες επενδύσεις μικρής κλίμακας, είτε διότι δεν μπορούν να αντεπεξέλθουν στον ανταγωνισμό, είτε διότι οι αξίες γης είναι απαγορευτικές για τον λιανέμπορο του ενός καταστήματος. Στην ίδια λογική, λόγω της ανόδου της αξίας γης στην περιοχή, οι κάτοικοι θα αναγκαστούν να αναζητήσουν περιοχές πιο οικονομικές, και νέου

είδους κάτοικοι θα εγκατασταθούν στην περιοχή. Επίσης, η τοπική οικονομία παρουσιάζει μεταβολές και στα «βασικά χαρακτηριστικά απασχόλησης ως προς τη θέση στο επάγγελμα» [σελ.7 από Παράρτημα 3 – Βασικοί Άξονες Διάγνωσης Προβλημάτων του Habitat], όπου η κατηγορία των μισθωτών κερδίζει έδαφος και οι εργαζόμενοι για δικό τους λογαριασμό όλο και λιγοστεύουν, γεγονότα τα οποία σχολιάστηκαν σε προηγούμενη παράγραφο. Τα προβλήματα που διαφαίνονται από τη μέχρι τώρα οικονομική ανάπτυξη της περιοχής μελέτης, καθώς και των Μεσογείων εν γένει, αφορούν στην αισθητική υποβάθμιση της περιοχής (ογκώδεις και ασύνδετες κατασκευές, συνύπαρξη υπερσύγχρονων εγκαταστάσεων με αγροτικές εκτάσεις κλπ. ) και στην οικονομική και κοινωνική αλλοίωση της σύνθεσης του πληθυσμού.

Ένα άλλο σημείο, το οποίο χρίζει προσοχής, είναι αυτό που αφορά στις χρήσεις γης, και συγκεκριμένα στις «πιέσεις στην περιιαστική γη για οικιστική ή βιομηχανική ανάπτυξη» καθώς και στην «απώλεια γεωργικής γης, λόγω οικιστικής ή τουριστικής ανάπτυξης» [σελ.11 από Παράρτημα 3 – Βασικοί Άξονες Διάγνωσης Προβλημάτων του Habitat ]. Και οι δύο καταστάσεις που αναφέρονται, υπάρχουν ήδη στα Μεσόγεια. Η γεωργική γη και ο πρωτογενής τομέας συρρικνώνονται, και η οικιστική ανάπτυξη ανθεί στην περιοχή μελέτης, αλλά και στην ευρύτερη περιοχή. Αν μάλιστα πραγματοποιηθούν τα σχέδια του ΔΑΑ, η νέα αεροδρομική πόλη που θα προκύψει, θα μετατρέψει τα Μεσόγεια σε έναν προορισμό ψυχαγωγίας, εμπορικών κέντρων, πολυτελών τουριστικών μονάδων, και γενικά σε ένα πόλο επενδύσεων και χρήσεων που θα εκδιώξουν τους προϋπάρχοντες κατοίκους, παρασύροντας τους ίσως και στο να πουλήσουν τις ιδιοκτησίες τους, σε «συμφέρουσες» τιμές. Ακόμα, η υφιστάμενη κατάσταση μπορεί να περιγραφεί και από έναν άλλο άξονα διάγνωσης προβλημάτων του Παραρτήματος 3 του Habitat, αυτόν που εφιστά την προσοχή στις «αντικρουόμενες ή ανταγωνιστικές χρήσεις γης» » [σελ.11 από Παράρτημα 3 – Βασικοί Άξονες Διάγνωσης Προβλημάτων του Habitat].

Η τεχνική υποδομή είναι μια άλλη θεματική ενότητα προβλημάτων που απατούνται στην περιοχή μελέτης και στα Μεσόγεια γενικά. Συγκεκριμένα, όπως αναφέρεται και σε άρθρο της διαδικτυακής πύλης του ΣΚΑΙ, το 2009, μόνο το 10% της Αν. Αττικής διέθετε δίκτυο αποχέτευσης, και η στάση του γ .γ. του ΥΠΕΧΩΔΕ ήταν πλήρης αδιαφορία απέναντι στα αιτήματα του τότε νομάρχη Αν. Αττικής

(<http://www.skai.gr/news/greece/article/109434/%CE%95%CE%BA%CF%84%CF%8C%CF%82-%CE%95%CE%A3%CE%A0%CE%91-%CF%84%CE%B1-%CE%AD%CF%81%CE%B3%CE%B1-%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%87%CE%AD%CF%84%CE%B5%CF%85%CF%83%CE%B7%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%91%CE%BD%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%91%CF%84%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE/>). Και όλα αυτά μετά την παραπομπή, από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, και καταδίκη της Ελλάδας από το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο, το 2007, εξαιτίας της απουσίας αποχετευτικού συστήματος σε 24 οικισμούς, έργα τα οποία έπρεπε να είχαν υλοποιηθεί ήδη από το 2000 ([http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w\\_articles\\_ell\\_2\\_21/10/2007\\_245837](http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_ell_2_21/10/2007_245837)). Το 2010 προκηρύχθηκε από τη Διεύθυνση Δημοσίων Έργων της Περιφέρειας Αττικής το έργο «Συλλογή, Μεταφορά, Επεξεργασία και Διάθεση Ακαθάρτων των περιοχών Κορωπίου – Παιανίας», το οποίο εντάσσεται σε μια ευρύτερη πρωτοβουλία του Υπουργείου Περιβάλλοντος Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής, μέσω της Ειδικής Γραμματείας Υδάτων και της Περιφέρειας Αττικής, σε συνεργασία με το Υπουργείο Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων, την ΕΥΔΑΠ και τους φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης. Στους στόχους αυτής της πρωτοβουλίας εντάσσεται και η αναβάθμιση της ΕΕΛ (Εγκατάσταση Επεξεργασίας Λυμάτων) Μαρκόπουλου, ώστε να καταστεί δυνατή η επαναλειτουργία της. Στο δελτίο τύπου που εξέδωσε το Υπουργείο Περιβάλλοντος Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής αναφέρεται ότι βάσει του αναθεωρημένου σχεδίου θα είναι δυνατή η σταδιακή ολοκλήρωση των έργων μέχρι το 2014 ([http://www.ypeka.gr/Default.aspx?tabid=389&snif\[524\]=659&language=el-GR](http://www.ypeka.gr/Default.aspx?tabid=389&snif[524]=659&language=el-GR)). Κρίνοντας από τις εξελίξεις και τη μέχρι τώρα κατάσταση, παρόλο που εν έτι 2011 ένα δίκτυο αποχέτευσης λαμβάνεται ως δεδομένο, η πρωτοβουλία αυτή είναι θετική, και θα κριθεί όταν ολοκληρωθούν τα έργα.

Όσον αφορά στις μεταφορές και τις μετακινήσεις, η περιοχή μελέτης εμπίπτει στη θεματική που εφιστά την προσοχή σε περιοχές ή οδικούς άξονες με ιδιαίτερα αυξημένη κυκλοφορία αυτοκινήτων και στη σύνθεση της κυκλοφορίας [σελ.14 από Παράρτημα 3 – Βασικοί Άξονες Διάγνωσης Προβλημάτων του Habitat]. Η Αττική Οδός, στις πλευρές της οποίας βρίσκονται και οι Δήμοι που εξετάζονται, έχει αυξήσει ιδιαίτερα, όπως αναφέρεται και σε παραπάνω, την κίνηση στα Μεσόγεια, κυρίως με τη συμβολή των εμπορικών κέντρων και των λοιπών μεγαθηρίων λιανικού εμπορίου. Επίσης η αύξηση της οικοδομικής δραστηριότητας, εκτός από επενδυτές έφερε και κατοίκους, και τώρα αυτή η μίξη μετακινήσεων, από κατοίκους μέχρι

τροφοδοσίες, καλείται να συνυπάρξει σε κλίμακες άγνωστες στο προηγούμενο προφίλ της περιοχής και ασύμβατες με αυτό.

Οι παρατηρήσεις οι οποίες εντάσσονται στη θεματική Γ1 του Παραρτήματος 3 του Habitat, δίνουν τα χαρακτηριστικά του κτιριακού και οικιστικού αποθέματος στην περιοχή μελέτης. Προκύπτει πως η πλειοψηφία των κτιρίων έχει κτιστεί την περίοδο 1981-2000, περισσότερο από τα δύο τρίτα των κτιρίων έχει μόνο ισόγειο, και ενώ το επικρατέστερο δομικό υλικό είναι το μπετόν, υπάρχει ένα σημαντικό ποσοστό κτιρίων -22,1%, σχεδόν το ένα τέταρτο- που ως δομικό υλικό έχουν τούβλα-τσιμεντόλιθους. Άλλη μία διαπίστωση είναι η υψηλή αναλογία (63,2%) των μονοκατοικιών στο σύνολο των κανονικών κατοικιών, καθώς και ότι ενώ το 1991 η πλειοψηφία των κατοικιών ήταν εξοχικές και όχι κύριες, το 2001 συνέβαινε το αντίθετο. Από μία πιο γενική θεώρηση, από τον πίνακα Γ3 του Παραρτήματος 3 του Habitat, βλέπουμε την εντυπωσιακή αύξηση των κυρίων κατοικιών (67,7%), και την πτώση των εξοχικών κατοικιών (-11,3%). Οι Δήμοι Γλυκών Νερών και Μαρκόπουλου Μεσογαίας είναι η Δήμοι με τη μεγαλύτερη αύξηση κύριων κατοικιών, και ο Δήμος Παιανίας είναι αυτός που εμφανίζει τη μεγαλύτερη πτώση σε εξοχικές κατοικίες.



## Κεφάλαιο 4: Συμπεράσματα

### 4.1 Κυκλική σχέση χρήσεων γης και δικτύων μεταφοράς

Ενώ οι περιαστικές και εξωαστικές ζώνες, όπως αναφέρθηκαν και σε προηγούμενα, είχαν ανέκαθεν κάποιο ρόλο, συνήθως ήπιας έντασης, όσο πλησίαζε ο παρατηρητής την πόλη οι διαφορές μεταξύ αστικού πυρήνα και υπαίθρου γίνονταν σαφείς. Στο δεύτερο μισό όμως του 20<sup>ου</sup> αιώνα, εντατικοποιήθηκε η χρήση των περιαστικών περιοχών, οι οποίες έγιναν τόπος εγκατάστασης δραστηριοτήτων του τριτογενούς τομέα, και μάλιστα οι νέες δραστηριότητες που προσέλκυσαν και προσελκύουν αποκτούν μητροπολιτική εμβέλεια με αποτέλεσμα τη μαζική εισροή εργαζομένων και πελατών. Βασικός παράγοντας για την προτίμηση στις περιαστικές περιοχές ήταν η έλλειψη μεγάλων χώρων εντός του αστικού ιστού γενικά, και ειδικότερα όταν αναλογιζόμαστε το μέγεθος των πολυχώρων λιανικού εμπορίου και ψυχαγωγίας. Αυτή η επέκταση της ακτίνας της πόλης, μέσω του «γεμίσματος» του περιαστικού χώρου, με την εγκατάσταση νέων δραστηριοτήτων και χρήσεων γης, με τη σειρά της δημιούργησε νέες κεντρικότητες και δευτερεύοντα κέντρα με χρήσεις εμπορίου και υπηρεσιών.

Άλλος ένας παράγοντας, ο οποίος έπαιξε και κύριο ρόλο στην τελική επιλογή της περιοχής χωροθέτησης αυτών των νέων εγκαταστάσεων ήταν η εγγύτητα σε μεγάλους οδικούς άξονες ή σταθμούς Μέσων Μαζικής Μεταφοράς. Σε συνδυασμό με τη στροφή στον καταναλωτισμό, το υψηλό κόστος γης στο κέντρο της πόλης, τη δυσκολία μετάβασης με αυτοκίνητο και εξεύρεσης χώρου στάθμευσης στο κέντρο της πόλης, η εκμετάλλευση της περιαστικής ζώνης φάνηκε ως μία καλή λύση. Ένας ακόμα βασικός παράγοντας ήταν η ανάπτυξη της τεχνολογίας των επικοινωνιών, η οποία έκανε σαφές το ότι η τριτογενής δραστηριότητα δεν έχει ανάγκη την τοπική οικονομία και ως εκ τούτου μπορεί να μεταφερθεί οπουδήποτε τη συμφέρει οικονομικά, και το κοινό «θα ακολουθήσει».

Οι ίδιες προϋποθέσεις και συνθήκες επικράτησαν και στην Ελλάδα, η οποία, χάρη στη χαλαρότητα και τα προβληματικά σημεία του κρατικού ελέγχου όσον αφορά σε θέματα σχεδιασμού και οργάνωσης του χώρου, κατάφερε να αναπληρώσει το

χαμένο χρόνο, μέχρι να φτάσει και σε εκείνη, αυτή η νέα τάση οργάνωσης του χώρου.

Το αποτέλεσμα είναι οι εξωαστικές νέες κεντρικότητες, οι οποίες εντοπίζονται κοντά στους αυτοκινητοδρόμους και τις μεγάλες αρτηρίες καθώς και πλησίον μεγάλων σταθμών ΜΜΜ. Αποτελούνται από διάσπαρτα κτιριακά συγκροτήματα εμπορικών κυρίως χρήσεων ή/και ψυχαγωγίας, τα οποία σε συνδυασμό με τα μεγάλα συγκοινωνιακά έργα επιφέρουν οικονομική και οικιστική ανάπτυξη στην περιοχή, με τρόπο όμως άναρχο και απρογραμματίστο και οδηγούν τελικά σε τοπία αστικής διάχυσης.

Υπό αυτές τις συνθήκες, η περιαστική ζώνη αλλάζει μορφή και εντάσσει αστικές χρήσεις και εξωαστικά κέντρα εμπορίου και αναψυχής, ενώ ταυτόχρονα διατηρεί κάποιο ποσοστό του προηγούμενου χαρακτήρα της. Έτσι βλέπουμε να συνυπάρχουν εξωαστικά κέντρα εμπορίου και αναψυχής με αγροτικές περιοχές, αλάνες, αποθήκες, πολυτελείς νεόδμητες κατοικίες κλπ. Όλες αυτές οι χρήσεις γης είναι φυσικά ασύμβατες και αλληλοσυγκρουόμενες και η συνύπαρξή τους υποβαθμίζει αισθητικά το τοπίο, το οποίο στην καλύτερη περίπτωση χαρακτηρίζεται ως «αδιάφορο», και καταλήγει να εξαρτά την εξέλιξη του από την ιδιωτική πρωτοβουλία, η οποία αλλοιώνει τη δομή και τη σύνθεση του περιαστικού χώρου με μοναδικό κριτήριο το κέρδος.

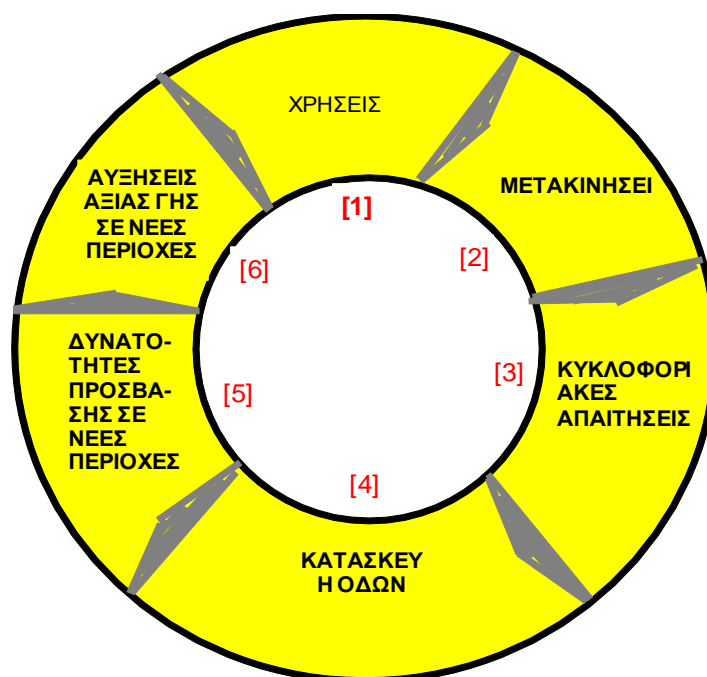
Η κυριότερη και πιο επιβλητική δραστηριότητα, και συχνά ο πρόδρομος όλων των άλλων, στον περιαστικό χώρο σήμερα, είναι το εμπόριο. Η εξάπλωση του εμπορίου εκτός των τειχών του αστικού ιστού ξεκίνησε δυναμικά στις ΗΠΑ τη δεκαετία του 1950 και στην Ευρώπη τη δεκαετία του 1960. Στην Ελλάδα η δεκαετία του 1990 ήταν η αφετηρία αυτού του φαινομένου. Αρχικά χωροθετήθηκαν μεγάλες αλυσίδες λιανικού εμπορίου στην αστική περιφέρεια (κυρίως υπεραγορές τροφίμων), αργότερα, στις ήδη υπάρχουσες συγκεντρώσεις, προστέθηκαν χώροι αναψυχής και περισσότεροι χώροι λιανικού εμπορίου (θεματικά πάρκα, πολύ-κινηματογράφοι, outlets), και τέλος, στις προϋπάρχουσες εμπορικές συγκεντρώσεις, προστέθηκαν γραφεία, κατοικία και υπηρεσίες.

Κοινό χαρακτηριστικό των εμπορικών κέντρων είναι η εσωστρέφεια και η απομάκρυνση από την πραγματικότητα. Είναι χτισμένα «προς τα μέσα», η θερμοκρασία και ο κλιματισμός ελέγχονται, διαθέτουν χώρο δωρεάν στάθμευσης στους πελάτες τους, το περιβάλλον είναι ευχάριστο, και είναι κυρίως κλειστά. Γενικά, ο στόχος είναι, μέσα από το ευχάριστο, ελεγχόμενο κλίμα και την πληθώρα καταστημάτων, ο πελάτης να νιώθει ασφάλεια και να περιορίζει το οπτικό του πεδίο στις βιτρίνες και την κατανάλωση (Κυριακοπούλου, 2008).

Επιχειρείται επίσης η προσομοίωση αυτής της επίπλαστης πραγματικότητας («πολυτελείς» και εντυπωσιακές κατασκευές, εκκεντρικός σχεδιασμός, ψευδο-δημόσιος εσωτερικός χώρος) με το αστικό κέντρο, προκειμένου ο επισκέπτης να νιώσει οικειότητα, αλλά παρόλα αυτά, παραμένουν απρόσωπα.

Όσον αφορά στην κυκλοφοριακή σύνδεση των εξωαστικών εμπορικών κέντρων, εφόσον παράγουν και ελκύουν μετακινήσεις, αλλά και μεταφορές αγαθών (τροφοδοσία, αγορές), έχουν μεγάλες κυκλοφοριακές απαιτήσεις και είναι απαραίτητο να έχουν εξασφαλισμένη τη σύνδεση τόσο με το κέντρο της πόλης από την οποία εξαρτώνται (αντλούν πελάτες/επισκέπτες), όσο και με τους γύρω σε αυτά οικισμούς, οπότε απαιτείται η δημιουργία υποδομών όπως οδικό δίκτυο, κάλυψη της περιοχής από ΜΜΜ και χώροι στάθμευσης, και όσο αυξάνει η κίνηση απαιτούνται νέες υποδομές ή/και αναβάθμιση των υπαρχουσών. Αυτό με τη σειρά του δίνει και σε άλλους επενδυτές τη δυνατότητα πρόσβασης στις νέες αυτές εξωαστικές περιοχές οι οποίες αποκτούν οικονομικό και επενδυτικό ενδιαφέρον και ελκύουν νέες εντατικές χρήσεις γης (νέα εμπορικά κέντρα, θεματικά πάρκα, outlets, και τελικά γραφεία, κατοικίες και λοιπές υπηρεσίες και δραστηριότητες του τριτογενούς τομέα). Το αποτέλεσμα είναι η αύξηση της αξίας γης στις νέες περιοχές που οδηγεί πάλι σε χρήσεις γης και μετακινήσεις κοκ. Το σχήμα που παρατίθεται δείχνει αυτή την κυκλική σχέση χρήσεων γης και οδικού δικτύου.

Διάγραμμα 1 : Κυκλική σχέση χρήσεων γης και οδικού δικτύου



ΠΗΓΗ: N.C.H.R.P.R. Report 121, "Protection of Highway Utility", H.Marks, Gruen Associates, Los Angeles, California, N.R.B/N.R.C./N.A. of Science 1971

Η υποδομή η οποία κρίνεται ως πρωταρχικής σημασίας είναι το οδικό δίκτυο, για την εξυπηρέτηση των πελατών που προσεγγίζουν το mall με αυτοκίνητο, καθώς τα εμπορικά κέντρα εξαρτώνται περισσότερο από αυτούς τους επισκέπτες, δεδομένης της αύξησης της χρήσης του αυτοκινήτου τις τελευταίες δεκαετίες. Η προτίμηση που δείχνεται προς το αυτοκίνητο, μαζί με τη γρήγορη μετατροπή των περιαστικών ζωνών σε περιοχές επιχειρηματικότητας, εμπορίου και αναψυχής οδήγησαν σε καταστάσεις όπου η ανάπτυξη προηγείται του σχεδιασμού, με αποτέλεσμα τη διάσπαρτη και απρογραμματίστη ανάπτυξη των εν λόγω περιοχών. Αυτό με τη σειρά του οδηγεί σε κυκλοφορικά προβλήματα, ανάγκη για νέες υποδομές (που θα κορεσθούν εξίσου σύντομα), αισθητική υποβάθμιση και ρύπανση. Όσο δίνεται προτεραιότητα στις κυκλοφοριακές απαιτήσεις του αυτοκινήτου δεν μπορεί να υπάρξει κάποια ουσιαστική λύση, παρά μόνο περιστασιακές λύσεις μέχρι να καταρριφθούν και αυτές.

Στα Μεσόγεια, η περίπτωση των οποίων ανταποκρίνεται στις παραπάνω γενικότερες περιγραφές, παρατηρούμε τα τελευταία χρόνια μία γρήγορη ανάπτυξη, η οποία προήλθε από τις συγκοινωνιακές υποδομές, οι οποίες έφεραν την πεδιάδα των Μεσογείων πολύ κοντά στην Αθήνα. Τα τέσσερα μεγάλα έργα συγκοινωνιακής υποδομής, Διεθνής Αερολιμένας Αθήνας, επέκταση μετρό, Προαστιακός και Αττική Οδός, έδωσαν νέο ενδιαφέρον στη, μέχρι πρότινος, αγροτική περιοχή με ένα αραιό δίκτυο μικρών οικισμών.

Το ενδιαφέρον αυτό εκφράστηκε με την κατασκευή τεράστιων εγκαταστάσεων εμπορίου και αναψυχής, τα οποία εκμεταλλεύονται τα δίκτυα μεταφορών, χωρίς αντάλλαγμα και τα ακολούθησε η οικιστική ανάπτυξη, η οποία φαίνεται στη σύγκριση πληθυσμών στους Δήμους που μελετούνται. Ο αγροτικός χαρακτήρας της πεδιάδας των Μεσογείων εγκαταλείπεται σταδιακά και όλα δείχνουν πως τα Μεσόγεια θα εξελιχθούν σε μια πόλη ανταγωνιστική της Αθήνας και δομημένης με τους ίδιους δυσμενείς όρους με αυτή.

Τελικά, η διάχυτη αστικότητα είναι καταδικασμένη να προκαλεί προβλήματα είτε αισθητικής φύσης (υποβάθμιση του τοπίου, ασύμβατες χρήσεις γης σε εγγύτητα, μεγάλης κλίμακας ακαλαίσθητα κτίρια), είτε οικονομικής και κοινωνικής (αλλοίωση σύνθεσης του πληθυσμού, αύξηση στις αξίες γης που οδηγούν παλιούς κατοίκους σε αναζήτηση οικονομικότερης στέγης, συρρίκνωση της τοπικής οικονομίας), είτε κυκλοφοριακής και συντήρησης υποδομών (προσαύξηση κυκλοφοριακού φόρτου, οι κυκλοφοριακοί φόρτοι αιχμής των διαφόρων τριτογενών δραστηριοτήτων συμπιπτουν, μείωση της ικανότητας του δικτύου μεταφοράς – μετακίνησης σε χρόνο μικρότερο του προβλεπόμενου χρόνου κορεσμού τους). Ακόμα δεν πρέπει να παραλειφθεί και η περιβαλλοντική υποβάθμιση, καθώς η περιαστική ύπαιθρος όλο και συρρικνώνεται, με ότι αυτό συνεπάγεται.

Στην Ελλάδα, εκτός από τα παραπάνω, δρα και το φαινόμενο της χαλαρότητας του σχεδιασμού, ή και η έλλειψη του ακόμα, γεγονός το οποίο υπερτονίζει τα παραπάνω προβλήματα, επιταχύνει την εκδήλωσή τους και δυσχεραίνει την έγκαιρη αντιμετώπισή τους.

Ακόμα και αν υπήρχε σχεδιασμός, ο οποίος να προβλέπει και να προγραμματίζει μια τέτοια αστικότητα, τη διάχυτη αστικότητα, το αποτέλεσμα θα ήταν το ίδιο, ίσως σε πιο εύπεπτο περιτύλιγμα. Όσο το κέρδος, και η προάσπιση και αύξηση του, αποτελεί βασική/τη μόνη προϋπόθεση για ανάπτυξη, θα οδηγούμαστε σε τέτοιες καταστάσεις. Το εμπορικό κέντρο ή το κέντρο αναψυχής ή ο συνδυασμός τους, έχει ως μοναδικό λόγο ύπαρξης το οικονομικό όφελος και ως τέτοιο αντιμετωπίζεται από τους εμπλεκόμενους φορείς. Αυτή η αντίφαση κοινωνικών αγαθών (μεταφορές, περιαστική ύπαιθρος) και κέρδους είναι αναπόφευκτη στο υπάρχον οικονομικό σύστημα και μεταλλάσσει τις κοινωνικές σχέσεις.

Πιο αναλυτικά, δημιουργούνται ερωτήματα σχετικά με τι μέλλον των περιαστικών περιοχών, των δραστηριοτήτων που τις επιλέγουν για εγκατάσταση και με τις κοινωνικές σχέσεις που αυτές προωθούν.

#### 4.2 Ερωτήματα για περαιτέρω έρευνα

Ένα ερώτημα είναι το μέχρι που θα εξαπλωθούν οι πόλεις. Δεδομένης της ραγδαίας αστικής εξάπλωσης γίνεται επιτακτική η ανάγκη για κάποιο έλεγχο προκειμένου να διασφαλιστεί κάποιο, έστω, ποσοστό περιαστικής γης. Είναι λοιπόν απαραίτητο να προηγηθεί της ανάπτυξης ο σχεδιασμός, και να καθοριστούν σαφείς περιορισμοί, προτού οι αστικές χρήσεις στην περιαστική γη εξελιχθούν από διάσπαρτες σε κανόνα. Επίσης επιτακτική είναι η ανάγκη για επικαιροποίηση του σχεδιασμού προκειμένου να ανταποκρίνεται σε πραγματικές ανάγκες.

Άλλο ένα ερώτημα αφορά στη χωροθέτηση των εξωαστικών κέντρων εμπορίου στις περιαστικές ζώνες σε σχέση με το ποιος αποφασίζει και ποιος ελέγχει αυτή την εγκατάσταση. Ειδικότερα στην Ελλάδα, καθώς δεν υπάρχει κάποιο master plan το οποίο να προβλέπει τη χωροθέτηση των τριτογενών δραστηριοτήτων, η χωροθέτηση αυτών των δραστηριοτήτων λαμβάνει ως κριτήριο μόνο το οικονομικό όφελος του επενδυτή, και τελικά νομιμοποιείται (περίπτωση The Mall Athens). Ερωτήματα επίσης εγείρει και η υπερ-εκμετάλλευση των δικτύων μεταφοράς, αφού η εγγύτητα σε μεγάλους οδικούς κόμβους και σταθμούς ΜΜΜ αποτελεί κύρια προϋπόθεση για τη βιωσιμότητα ενός mall. Το κατά πόσο είναι δίκαιο το

κοινωνικό σύνολο να συντηρεί ένα έργο υποδομής προκειμένου να κάνουν «χρυσές δουλειές» τα mall χωρίς κανένα αντάλλαγμα, είναι ένα σημαντικό ζήτημα.

Ένα ζήτημα που απαιτεί επίσης προσοχή, είναι το μοντέλο ζωής και οι κοινωνικές σχέσεις που προωθούνται, κυρίως μέσω των τεράστιων εμπορικών συγκεντρώσεων, αλλά και από το μοντέλο της διάχυτης πόλης γενικότερα. Αυτό που διαπιστώνεται πρώτο από την παρατήρηση ενός τέτοιου εμπορικού κέντρου, είναι η προώθηση του καταναλωτισμού. Αυτό που έχει σημασία είναι να αγοράσεις, να δεις, να εντυπωσιαστείς και να ξαναπάς. Οι ασύνδετες και συχνά ανταγωνιστικές χρήσεις γης, οι διάσπαρτες και απροσπέλαστες νησίδες πράσινου, τα απρόσωπα μεγαθήρια του καταναλωτισμού, όλα αυτά, δίνουν την αίσθηση του «αποκομμένου» από την κοινωνική ζωή και το γίνεσθαι. Το άτομο καλύπτει καθημερινά αποστάσεις προκειμένου να μετακινηθεί, είτε από και προς το χώρο εργασίας, είτε για τις αγορές, και τις περισσότερες φορές με το αυτοκίνητο, και έτσι επιτείνεται αυτή η ψυχολογία της «φούσκας». Ο κάτοικος και ο επισκέπτης της διάχυτης πόλης δε δένεται με αυτή, την αντιμετωπίζει διεκπεραιωτικά, και απομονώνεται ευκολότερα.

Άλλο ένα προβληματικό σημείο των περιαστικών περιοχών εμπορικής ανάπτυξης αφορά στο κατά πόσο ωφελείται από αυτήν την πραγματικότητα η τοπική κοινωνία και οικονομία. Φυσικά οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται δεν είναι αμελητέες, αλλά αφού η κατασκευή και η διαχείριση των mall γίνονται από εταιρίες, αυτές οι θέσεις, όσο εύκολα κερδήθηκαν, τόσο εύκολα μπορούν να χαθούν. Επίσης τα mall δεν αφήνουν χώρο για ανάπτυξη τοπικής επιχειρηματικότητας μικρής κλίμακας, και συχνά εξαφανίζουν την προϋπάρχουσα, με αποτέλεσμα να χάνονται εκεί θέσεις εργασίας. Η ανάπτυξη δηλαδή που υποτίθεται ότι φέρνουν τα έργα υποδομής είναι μία επίφαση που εξυπηρετεί συγκεκριμένους ανθρώπους.

Ακόμα ένα σημείο στο οποίο πρέπει να δοθεί προσοχή είναι η εξάρτηση που έχουν αυτά τα εμπορικά κέντρα από το αυτοκίνητο. Η εξάπλωση της χρήσης του αυτοκινήτου ήταν το γεγονός που έκανε δυνατή τη χωροθέτηση των εμπορικών κέντρων εκτός του κέντρου της πόλης. Από την άλλη όμως οι τεχνολογικές εξελίξεις θα μπορούσαν να αν όχι να καταστήσουν άχρηστη, τουλάχιστον να περιορίσουν

στο ελάχιστο, τη χρήση του αυτοκινήτου. Παρόλα αυτά, βλέπουμε τώρα ότι αντί να «παράγει» το αυτοκίνητο τα mall, να συμβαίνει το αντίθετο και έτσι οδηγούμαστε στα γνωστά κυκλοφοριακά προβλήματα.

Εφόσον η κατάσταση είναι αυτή που είναι, και η αστική εξάπλωση με τη συμβολή των μεγάλων έργων μεταφορών, είναι προς το παρόν, αναπόφευκτη πραγματικότητα, θα πρέπει τουλάχιστον να διασφαλιστούν κάποια σημεία σχετικά με τα συστήματα μεταφοράς και τη χωροθέτηση των χρήσεων γης.

Προκειμένου να υπάρξει ακρίβεια και αξιοπιστία στην πρόβλεψη της ικανοποιητικής λειτουργίας του συστήματος μεταφοράς για το χρόνο που προβλέπεται από τις αντίστοιχες μελέτες, απαιτείται ενιαία αντιμετώπιση, πολεοδομική και κυκλοφοριακή, των έργων του μεταφορικού δικτύου και των περιοχών που εντάσσονται, ώστε να υλοποιούνται οι προβλέψεις και οι κατευθύνσεις για την περιοχή αλλά και να διατηρείται η κυκλοφοριακή ικανότητα του συστήματος μεταφοράς, για το χρονικό διάστημα που έχει προβλεφθεί από τις μελέτες. Επίσης, είναι απαραίτητος ο συντονισμός των διαφόρων μεταφορικών συστημάτων με τις προτάσεις χωροθέτησης χρήσεων γης και έργων ανάπτυξης.

Μία πρόταση για τα Μεσόγεια είναι η ανάπτυξη ενός συστήματος ελέγχου των εγκαταστάσεων που χωροθετούνται στις παραπάνω περιοχές και παρακολούθησης και ελέγχου της πρόσβασης στις περιοχές αυτές, ώστε να εξελίσσονται σύμφωνα με τα προβλεπόμενα. Να εξασφαλίζεται δηλαδή η ισορροπία μεταξύ όλων των ενδιαφερόμενων μερών (παρόδιοι ιδιοκτήτες, κάτοικοι, εργαζόμενοι, κυκλοφορία δρόμου, επηρεαζόμενες οικιστικές περιοχές).

Θα πρέπει να εκπονηθούν πολεοδομικές – κυκλοφοριακές μελέτες για τις χρήσεις που χωροθετούνται δυναμικά κατά μήκος των οδικών αξόνων, κόμβων, σταθμών (με τα σύγχρονα χαρακτηριστικά τους που είναι η αύξηση του μεγέθους, των επισκεπτών, του δυναμικού, συνδυασμός με άλλες χρήσεις κλπ.). Οι μελέτες θα προσδιορίσουν την κυκλοφοριακή επιβάρυνση αυτών των νέου τύπου εγκαταστάσεων εμπορίου και αναψυχής και θα εκπονήσουν μια συνδυασμένη μεθοδολογία πολεοδομική – κυκλοφοριακή, η οποία θα ακολουθείται κατά τη θεσμοθέτηση των χωροθετήσεων των παραπάνω χρήσεων στις κρίσιμες περιοχές



του δικτύου μεταφορών, των κόμβων, αξόνων, σταθμών ΜΜΜ, προκειμένου να περιοριστούν, όσο είναι δυνατόν, τα προβλήματα της διάχυτης πόλης τόσο αυτά καθαυτά, όσο και αυτά που επιφέρει στα συστήματα μεταφοράς.

## Βιβλιογραφία

- Αίσωπος Γιάννης, *Η διάχυτη πόλη*. Βιβλίο: Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη. Αθήνα: Κριτική, 2006
- Αραβαντινός Αθανάσιος, *Πολεοδομικός σχεδιασμός*. Αθήνα: Συμμετρία, 2007
- Βλαστός Θάνος, «*Το αεροδρόμιο των Σπάτων*», Περιοδικό Αρχιτέκτονες, Μάιος/Ιούνιος 2001
- Βλαστός Θάνος και Μηλάκης Δημήτρης, *Πολεοδομία vs Μεταφορές*. Αθήνα, 2006
- Γοσποδίνη Άσπα, *Σκιαγραφώντας, ερμηνεύοντας και ταξινομώντας τα νέα τοπία της μεταβιομηχανικής πόλης*, Βιβλίο: Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη. Αθήνα: Κριτική, 2006
- Δημόπουλος Κωνσταντίνος, *Διπλωματική Εργασία: Προσεγγίσεις της μητρόπολης στο σχεδιασμό*, 2006
- Καραμάνου Ζωή και Ροδολάκης Νίκος, *Οργάνωση και Αρχιτεκτονική των Εμπορικών Συγκεντρώσεων*. Εκδόσεις Γιαχούδη, 1995
- Κυριακοπούλου Δήμητρα-Φωτεινή, *Περιοδική Διαμόρφωση και σύγχρονα Πολυκέντρα Εμπορίου και Αναψυχής – Malls*. Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία, ΑΠΘ, 2008
- Λαμπριανίδης Λόης, *Οικονομική Γεωγραφία – Στοιχεία Θεωρίας και Εμπειρικά Παραδείγματα*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη (Γ' Έκδοση), 2002
- Λεοντίδου Λίλα, *Πόλεις της Σιωπής: Εργατικός εποικισμός της Αθήνας και του Πειραιά, 1909-1940*. Αθήνα: Πολιτιστικό Τεχνολογικό Ίδρυμα ΕΤΒΑ. (1989)
- Μαράτου Θεοδώρα, *Παρόδιος Χώρος και Κυκλοφορία*. Διδακτορική διατριβή, ΕΜΠ, 1994
- Μπάκα Χ., Παπαπαναγιώτου Ε. και Πούλιου Α., *Χωροθέτηση και κυκλοφοριακή σύνδεση εμπορικών κέντρων με την πόλη – Η περίπτωση εμπορικού κέντρου Cosmos*, Διπλωματική εργασία, Τμήμα Πολιτικών Μηχανικών ΑΠΘ, 2007
- Σακελλαρίδου Α. και Χατζηκωνσταντίνου Ε., «*Το εμπορικό κέντρο ως αστικός προορισμός*», περιοδικό Αρχιτέκτονες, τεύχος 58, Ιούλιος/Αύγουστος 2006
- Σαρηγιάννης Γεώργιος, «*Το αεροδρόμιο των Σπάτων και η Αθήνα*», Περιοδικό Αρχιτέκτονες, Μάρτιος/Απρίλιος 2001

Φραντζεσκάκης Ι.Μ., *Κυκλοφοριακή Πολιτική και Διαχείριση*, Ημερίδα ΣΥΠΟΚ «Περιαστικά Εμπορικά Συγκροτήματα: Τάσεις, Προβλήματα, Αντιμετώπιση», 2003

Bookchin Murray, *Τα Όρια της Πόλης*. Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής. (1996)

Bruegmann Robert *Sprawl: A Compact History*. Chicago, London: The University of Chicago Press, 2005

Blumenfeld Hans, *Metropolis...and Beyond*. Massachusetts, Cambridge, London: M.I.T. Press, 1979

*City edge: Case Studies in Contemporary Urbanism*, edited by Esther Charlesworth, Architectural Press, Elsevier 2005

Couch Chris, Lila Leontidou and Gerhard Petschel-Held, *Urban Sprawl in Europe Landscapes, Land-Use & Policy*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2007

De Chatel Francesca and Hunt Robin, *Retailisation. The here, there, and everywhere of retail*. London: Europa Publications, 2003

Duany Andres, Plater-Zyberk Elizabeth και Speck Jeff, *Suburban Nation: The rise of Sprawl and the Decline of the American Dream*. New York: North Point Press, 2001

Fillion P., Bunting T., and Warriner K, *The entrenchment of urban dispersion: residential preferences and location patterns in the dispersed city*. Urban Studies 36(8), 1317-1347, 1999

Garreau J., *Edge City: Life in the New Frontier*, New York: Anchor Books, 1991

Goldner L.G., Portugal L.D.S., *Trip generation by Brazilian and Spanish Shopping Centers*. Portugal, International Planning Studies, Volume 7, Number 3. Publisher: Routledge, 2002

Jotin Khisty C. and Kent Lall B., *Transportation engineering: an introduction*. Prentice Hall, 1998

Mumford Lewis, *The City in History: Its Origins, its transformations, and its prospects*. San Diego, New York, London: Harcourt, 1989

Οργανισμός Ρυθμιστικού Σχεδίου και Προστασίας Περιβάλλοντος Αθήνας, *Οικονομική Ανάπτυξη και Χωροταξικός Σχεδιασμός Πεδιάδας Μεσογείων 1995-2020*, Χωρικές ρυθμίσεις περιοχής Αεροδρομίου Ελευθέριος Βενιζέλος. Πρόταση Χωροταξικής Διάρθρωσης χρονικού ορίζοντα 2020. Μελέτη: ΙΠΑ – ΕΠΙ Πάντειου Πανεπιστημίου (1995-1998). Επιστημονικός Υπεύθυνος: Καθ. Παύλος Λουκάκης

*Less is Mall*, εργασία έρευνας πάνω στην μετά-ολυμπιακή Αθήνα για το μάθημα Διάχυτη Αθήνα από τους φοιτητές: Γκοβάτσος Αναστάσιος, Καλαϊτζίδη Ελένη, Κασιμίδη Μαριαλένα, Κοτσίκου Νικολέτα (Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Ιούνιος 2006)

Μελέτη: *Γενικό Σχέδιο Μεταφορών Αττικής* για λογαριασμό του ΟΑΣΑ. Εκπονήθηκε από: IBI GROUP (UK) LIMITED, NAMA ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΜΗΧΑΝΙΚΟΙ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΗΤΕΣ ΑΕ, Θ. Μαράτου

*Παρόδιες χρήσεις γης στο κύριο οδικό δίκτυο, Μέρος Α: Το πρόβλημα και προκαταρκτικές κατευθύνσεις*. Ερευνητικό πρόγραμμα για το Υπουργείο Περιβάλλοντος Χωροταξίας & Δημοσίων Έργων, Αθήνα 1997

ΦΕΚ 199Δ/ 2003 (ΖΟΕ Μεσογείων)

ΦΕΚ 860Δ/1988 (ΓΠΣ Δήμου Γλυκών Νερών)

ΦΕΚ 899Δ/2004 (ΓΠΣ Δήμου Κρωπίας)

ΦΕΚ 210Δ/2000 (ΓΠΣ Δήμου Μαρκόπουλου)

ΦΕΚ 1062Δ/1986 (ΓΠΣ Δήμου Παιανίας)

ΦΕΚ 652Δ/1989 (ΓΠΣ Δήμου Σπάτων)

<http://www.icsc.org/srch/about/impactofshoppingcenters/briefhistory.html>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Cannibalization>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Festival\\_marketplace](http://en.wikipedia.org/wiki/Festival_marketplace)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Category\\_killer](http://en.wikipedia.org/wiki/Category_killer)

<http://www.blogal.gr/facthemall/%CF%87%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BF/>

<http://www.blogal.gr/facthemall/2009/05/05/%CF%87%CE%AC%CF%81%CF%84%CE%B7%CF%82-%CF%84%CE%BF-%CF%87%CF%89%CF%81%CE%B9%CF%8C-%CF%84%CF%8D%CF%80%CE%BF%CF%85/>

[http://www.domiki.gr/kpn/text\\_1b/0.htm](http://www.domiki.gr/kpn/text_1b/0.htm)

<http://government.gov.gr/2010/11/17/2748/>

[http://www.heritage.nsw.gov.au/docs/A\\_Lot\\_In\\_Store\\_ch2.pdf](http://www.heritage.nsw.gov.au/docs/A_Lot_In_Store_ch2.pdf)

[http://www.estatereview.gr/dm\\_documents/2009-04-13\\_Sxedio\\_nomou\\_-HnPI.pdf](http://www.estatereview.gr/dm_documents/2009-04-13_Sxedio_nomou_-HnPI.pdf)

[http://glossary.eea.europa.eu/terminology/concept\\_html?term=urban%20sprawl](http://glossary.eea.europa.eu/terminology/concept_html?term=urban%20sprawl)

<http://www.kerdos.gr/default.aspx?id=1011205&nt=103>

[http://www.themallathens.gr/index.php?option=com\\_content&task=view&id=13&Itemid=39](http://www.themallathens.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=13&Itemid=39)

[http://media.feed.gr/pegasus/Multimedia/jpg/ATT\\_ODOS\\_id2320.jpg](http://media.feed.gr/pegasus/Multimedia/jpg/ATT_ODOS_id2320.jpg)

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/institutional\\_affairs/treaties/treaties\\_singleact\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/treaties/treaties_singleact_el.htm)

<http://www.skai.gr/news/environment/article/103920/%CE%93%CF%85%CE%BC%CE%BD%CE%AC-%CE%B1%CF%80%CF%8C-%CF%85%CF%80%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CE%BC%CE%AD%CF%82-%CF%84%CE%B1-%CE%9C%CE%B5%CF%83%CF%8C%CE%B3%CE%B5%CE%B9%CE%B1/>

<http://www.skai.gr/news/greece/article/109434/%CE%95%CE%BA%CF%84%CF%8C%CF%82-%CE%95%CE%A3%CE%A0%CE%91-%CF%84%CE%B1-%CE%AD%CF%81%CE%B3%CE%B1-%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%87%CE%AD%CF%84%CE%B5%CF%85%CF%83%CE%B7%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%91%CE%BD%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%91%CF%84%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE/>

<http://www.aia.gr/pages.asp?pageid=858&langid=1>

<http://www.aia.gr/pages.asp?pageid=973&langid=1>

<http://www.mcarthurglenathens.gr/el/local-attractions>

[http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w\\_articles\\_ell\\_2\\_21/10/2007\\_245837](http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_ell_2_21/10/2007_245837)

[http://www.ypeka.gr/Default.aspx?tabid=389&sni\[524\]=659&language=el-GR](http://www.ypeka.gr/Default.aspx?tabid=389&sni[524]=659&language=el-GR)