

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ
ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

**CITY MARKETING - ΑΝΑΔΕΙΞΗ
ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ
ΣΤΟ ΑΣΤΙΚΟ ΤΟΠΙΟ ΤΗΣ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ**



**ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΟΥ ΧΡΥΣΑ
ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ ΓΟΣΠΟΔΙΝΗ ΑΣΠΑ**

ΒΟΛΟΣ 2012

στους γονείς μου

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της παρούσας μελέτης δράττομαι της ευκαιρίας να ευχαριστήσω ιδιαίτερω την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου για τη συνεργασία μας, τις ιδέες της και τις γνώσεις της σε πολεοδομικά θέματα που αποτέλεσαν την αφορμή για να ασχοληθώ με το θέμα αυτό.

Ευχαριστώ τους φίλους μου Γεωργία, Σοφία, Παναγιώτη, Αγάπη, Βαγγέλη, Μαρία, Μαριάννα, Δέσποινα, Σοφία, Μαργαρίτα και Ελένη για τη στήριξή τους όλο το εικοσιτετράωρο, τη βοήθεια και την υπομονή που έδειξαν αυτόν τον καιρό.

Ευχαριστώ τη Φωτεινή και το Νίκο για τη βοήθειά τους, όποτε κι αν τη ζήτησα.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου για τη δυνατότητα που μου έδωσαν να διευρύνω τους ορίζοντές μου μέσα από τις σπουδές μου.

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ.....	7
<i>Διαμόρφωση της εικόνας της πόλης.....</i>	7
<i>Οικειοποίηση του χώρου.....</i>	7
<i>Παράγοντας μοναδικότητας.....</i>	8
<i>Τάση δημιουργίας ή βελτίωσης της εικόνας της πόλης.....</i>	8
<i>Παράγοντας ανταγωνιστικότητας.....</i>	10
<i>Αρμόδιοι για την εικόνα της πόλης.....</i>	10
<i>Τομείς εστίασης.....</i>	11
<i>Πολιτισμός - μοχλός δημιουργικότητας.....</i>	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ / MARKETING.....	13
<i>Βασική θεωρία για το (city-)marketing.....</i>	13
<i>Ανάγκη για city marketing.....</i>	13
<i>Κυριότεροι παράγοντες που απασχολεί το city marketing.....</i>	14
<i>Πεδία δράσης του city marketing.....</i>	15
<i>Εσωτερικό marketing.....</i>	16
<i>Επιτυχημένα παραδείγματα εφαρμογής city marketing.....</i>	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 BRANDING.....	22
<i>Ορισμός του brand.....</i>	22
<i>Σύγκριση place / product brand.....</i>	22
<i>Ορισμοί του (city-)branding.....</i>	22
<i>City branding μια περίπλοκη διαδικασία.....</i>	23
<i>City branding μια απαραίτητη διαδικασία.....</i>	24
<i>Branding tricks.....</i>	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΓΝΩΡΙΜΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΠΕΡΙΟΧΗ ΜΕΛΕΤΗΣ.....	29
<i>Γενικά στοιχεία Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.....</i>	29
<i>Γενικά στοιχεία Περιφερειακής Ενότητας Ροδόπης.....</i>	33
<i>Γενικά στοιχεία Δήμου Κομοτηνής.....</i>	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΑΣΤΙΚΟΥ ΤΟΠΙΟΥ ΤΗΣ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ.....	41
<i>Γενικά χαρακτηριστικά.....</i>	41
<i>Ιστορικά στοιχεία.....</i>	42
<i>Η προέλευση του ονόματος.....</i>	45

<i>Γενική πολεοδομική οργάνωση</i>	46
<i>Τα αξιοθέατα της πόλης</i>	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΕΝΤΟΣ ΑΣΤΙΚΟΥ ΙΣΤΟΥ	61
<i>Δίκτυο κίνησης ποδηλάτου</i>	64
<i>Πολιτιστική διαδρομή</i>	67
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	75
παράρτημα.....	76
ΠΗΓΕΣ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ.....	89

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η σύγχρονη γενικευμένη κατάσταση της παγκοσμιοποίησης έχει προκαλέσει σε πολλά αστικά κέντρα την έντονη ανάγκη για διαφοροποίηση. Ο προσδιορισμός μιας ξεχωριστής εικόνας μιας πόλης που θα της προσδώσει μοναδική ταυτότητα είναι μία περίπλοκη διαδικασία που επηρεάζει πολλούς τομείς της κοινωνίας.

Μια οργανωμένη προσπάθεια συνοδεύεται από σχέδια marketing και branding πόλεων , οργανωμένα, δηλαδή, προγράμματα ανάπτυξης των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών ενός αστικού τοπίου.

Η ανάπτυξη αυτή αγγίζει και την χωρική διάσταση της πόλης. Η πολιτιστική της κληρονομιά διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο σε συνδυασμό πολεοδομικές παρεμβάσεις προς ανάδειξη της. Κτίρια, διαδρομές και εκδηλώσεις συνθέτουν το προφίλ ενός συγκροτημένου σχεδίου.

Λέξεις κλειδιά: εικόνα της πόλης, city marketing, city branding, πολιτισμός, ταυτότητα.

CITY MARKETING – A CHANCE TO SET OFF THE CULTURAL IDENTITY OF THE CITY OF KOMOTINI

ABSTRACT

The generalized state of contemporary globalization has generated to many urban centers the strong need for diversification. The specification of a special image of a city, which will lend a unique identity, is a complex process that affects many sectors of society.

An organized effort is accompanied by organized marketing and branding cities plans, programs that encourage the development of an urban-landscape's particular characteristics.

This development approximates the spatial dimension of the city as well. A city's cultural heritage, in combination with urban interventions, plays an important role in making the city known. Buildings, routes and events make up the profile of a structured plan.

Key words: image of city, city marketing, city branding, culture, identity

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Κάθε τόπος είναι διαφορετικός, έχει κάτι ξεχωριστό να δώσει, κάτι μοναδικό να θυμίσει. Είναι τα φυσικά χαρακτηριστικά που τον προσδιορίζουν, τα τεχνητά χαρακτηριστικά και οι άνθρωποι που κατοικούν εκεί. Υπό το πρίσμα μιας κοινής στρατηγικής διαχείρισης όλων των παραπάνω, δύναται να προκύψει μια ελκυστική πόλη, ανταγωνιστική προς άλλες με απόρροια την ανάπτυξη.

Βασικός πόρος προς αξιοποίηση είναι ο πολιτισμός. Η πολιτιστική κληρονομιά που διαθέτει κάθε πόλη μέσα από το πέρασμα των χρόνων μπορεί να αποτελέσει κινητήριο μοχλό ανάπτυξης της μοναδικής της ταυτότητας. Στην προσπάθεια αυτή προγραμματίζονται και χωρικές παρεμβάσεις, πολεοδομικού επιπέδου με στόχο την ενοποίηση χώρων, τη δημιουργία νέων, την ανάδειξη των υπαρχόντων και την ενσωμάτωσή τους στις πορείες των χρηστών του εκάστοτε τόπου.

Κάτι τέτοιο πρόκειται να επεξεργαστεί και η παρούσα μελέτη, στόχος της οποίας είναι η εισαγωγή σε βασικές έννοιες της εικόνας της πόλης, του city marketing και branding, ώστε να αντιλαμβάνεται κανείς τους μηχανισμούς τους και έπειτα, έχοντας τα παραπάνω ως θεωρητική βάση, να γίνει μία προσέγγιση για μια ενδεχόμενη πρόταση μικρής πολεοδομικής παρέμβασης στην πόλη της Κομοτηνής.

Στο κεφάλαιο 1 γίνεται αναφορά στην έννοια της εικόνας της πόλης και τον τρόπο που αυτή διαμορφώνεται. Επίσης δηλώνεται ότι ο χώρος μπορεί να αποτελέσει διαφορετικό υπόβαθρο για τις κοινωνικές ομάδες, κάτι που εμπεριέχει το στοιχείο της μοναδικότητας. Εν συντομία αναλύονται οι λόγοι για τους οποίους είναι απαραίτητη η δημιουργία ιδιαίτερης εικόνας για μια πόλη και πώς αυτό λειτουργεί ανταγωνιστικά με τη βοήθεια του πολιτισμού και αναφέρονται οι αρμόδιοι διαχείρισης της εικόνας.

Ακολούθως παρατίθενται οι βασικές έννοιες για το city marketing και οι λόγοι που το καθιστούν αναγκαίο. Αναλύονται οι κυριότεροι παράγοντες που απασχολεί και τα πεδία δράσης του, ενώ δίνονται ενδεικτικά δύο επιτυχημένα παραδείγματα εφαρμογής στρατηγικών σχεδίων marketing, αυτό στη Γλασκώβη και στην Ούνα.

Ομοίως, γίνονται γνωστοί οι ορισμοί για το city branding και οι διαφορές του με το product branding, που είναι περισσότερο διαδεδομένο και ευνόητο. Γίνεται ξεκάθαρο ότι δεν πρόκειται για μια απλή διαδικασία όμως συνάμα απαραίτητη για την ανάπτυξη μιας πόλης σε οποιονδήποτε τομέα, ενώ δίνονται και κάποιες έξυπνες συμβουλές για την ορθότερη διαχείρισή του, όπως έχει δείξει μέχρι τώρα η εμπειρία.

Έχοντας όλα τα παραπάνω ως θεωρητικό υπόβαθρο γίνεται προσπάθεια, στα πλαίσια εφαρμογής ενός δυναμικού στρατηγικού σχεδίου, στο κομμάτι των πολεοδομικών παρεμβάσεων για την πόλη της Κομοτηνής. Πρωτίστως, όμως, αναφέρονται ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά για την ευρύτερη περιοχή, καθώς δεν πρέπει να εξετάζεται μεμονωμένα μία περίπτωση. Περνώντας στο αστικό τοπίο, μελετώνται όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά της πολιτιστικής κληρονομιάς που την κάνουν ιδιαίτερη ώστε να μπορέσουν να αξιοποιηθούν με αποτελεσματικό τρόπο.

Στο επίπεδο της μελέτης αυτής γίνονται προτάσεις διαμόρφωσης πολιτιστικής διαδρομής και δικτύου κίνησης ποδηλάτου και κατευθύνσεις για ανάδειξη αστικού πρασίνου, με τέτοιον τρόπο ώστε να αποτελούν μια εφικτή πραγματικότητα από κατασκευαστικής και οικονομικής άποψης, χωρίς να χρειαστεί να αλλάξει κάτι ριζικά στην πόλη και στις συνήθειες των κατοίκων

κεφάλαιο 1

η εικόνα της πόλης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ

Διαμόρφωση της εικόνας της πόλης

Ο 21^{ος} αιώνας χαρακτηρίζεται, σύμφωνα με τον Charles Landry, ως αιώνας των πόλεων, αφού πάνω από το 50% του πληθυσμού ζει στις πόλεις και συγκεκριμένα στην Ευρώπη αγγίζει το 75%. Αν αναλογιστεί κανείς ότι το 87% των ερωτηθέντων σε έρευνα θα επιθυμούσαν να ζουν σε ένα μικρό χωριό ενώ μόλις το 4% ζούσε εκεί, αυτό θα σήμαινε ότι το ιδανικότερο θα ήταν να δημιουργηθούν πολλά μικρά χωριά για όλους αυτούς. Αντ' αυτού το πλέον εφικτό είναι η οργάνωση μεγάλων βιώσιμων αστικών συγκροτημάτων, που θα καλύπτουν τις ανάγκες των σύγχρονων ανθρώπων (Landry, 2011). Οι εν λόγω ανάγκες δεν περιορίζονται μόνο στις τεχνικές υποδομές, όπως ολοκληρωμένο δίκτυο μεταφορών, ύδρευσης και αποχέτευσης αλλά και σε ένα ανεπτυγμένο σύστημα ΜΜΜ, στην πλήρη αντιστοίχιση ελεύθερων και πράσινων δημόσιων χώρων σε κάθε κάτοικο, στην πνευματική καλλιέργεια και τη δημιουργική απασχόληση των πολιτών.

Έτσι, για να καταστεί μία πόλη βιώσιμη και επιθυμητή οφείλει να διαχειριστεί την εικόνα της. Η εικόνα μίας πόλης απαρτίζεται από τα προφανή, όπως το μέγεθος, την τοποθεσία, τα γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά, το φυσικό περιβάλλον. Παρόλα αυτά παράγοντες που τη διαμορφώνουν είναι και οι πολιτιστικές δραστηριότητες (παράδοση, υλική και άυλη πολιτιστική κληρονομιά, αθλήματα, κινηματογράφος, σημαίνοντα πρόσωπα και άλλα.), η τουριστική βιομηχανία, τα παραγόμενα προϊόντα με ονομασία προέλευσης που εξάγονται, οι πολιτικές αποφάσεις της τοπικής διοίκησης, ο τρόπος που διαχειρίζονται οι κτιριακές αλλά και οι ανθρώπινες επενδύσεις καθώς και οι ίδιοι οι άνθρωποι της πόλης (συμπεριφορά, συμμετοχή σε έρευνες και άλλα) (Anholt, 2007).

Οικειοποίηση του χώρου

Όμως, η εικόνα της πόλης εμπεριέχει και προσωπικό στοιχείο πέρα από τη γενική διαπίστωση, γίνεται αντιληπτό ότι η ερμηνεία της ποικίλει μεταξύ των διαφόρων κοινωνικών ομάδων. Για παράδειγμα, η αντίληψη που έχει ένας βιομήχανος διαφέρει από αυτή ενός άλλου επιχειρηματία που ασχολείται με τον τομέα των υπηρεσιών και της έρευνας, είναι άλλη από αυτή ενός συλλόγου που ασχολείται με τα κοινά, άλλη από αυτή των φοιτητών της πόλης. Ταυτόχρονα, η σημασία του αστικού χώρου εξαρτάται και από την απασχόληση που βρίσκουν οι άνθρωποι μέσα σε αυτόν. Οι εκάστοτε χρήστες καθορίζουν το χώρο με βάση τις συνήθειες και τις συμπεριφορές τους. Λόγου χάρη οι κάτοικοι που επαναλαμβάνουν ορισμένα δρομολόγια σε καθημερινή βάση οικιοποιούνται



διαφορετικά το χώρο από τους τουρίστες. Επίσης, άλλοι είναι οι δημόσιοι χώροι για τους νέους κατοίκους και άλλοι για τους ηλικιωμένους. Πολλές φορές υπάρχουν τέτοιες διακρίσεις ανάλογα και με θρησκευτικές πεποιθήσεις. Επομένως, είναι λογικό να δίνουν άλλη ερμηνεία και να διαμορφώνουν άλλη αντίληψη για την εικόνα τη πόλης (Βανδώρος κ.α. 2011).

Παράγοντας μοναδικότητας

Με τον έναν ή με τον άλλο τρόπο, για κάθε άνθρωπο κάθε πόλη έχει κάτι ιδιαίτερο, κάτι διαφορετικό ή τουλάχιστον θα πρέπει να έχει. Όσο δύσκολο κι αν είναι στην εποχή της παγκοσμιοποίησης, οικονομικής και κοινωνικής, και της ταχύρυθμης τεχνολογικής ανάπτυξης οι πόλεις δεν θα πρέπει να προσφέρουν ομοιότητα και μονοτονία. Έρευνες έχουν δείξει ότι τα αστικά τοπία γίνονται ολοένα και πιο απρόσωπα, ανώνυμα και κατά συνέπεια ακατάλληλα για κατοίκηση. Όπως αναφέρει ο Florian οι πόλεις χρειάζονται ψυχή. Η κατασκευή μιας ταυτότητας χάνεται την ώρα που ακμάζει η παγκόσμια ομογενοποίηση, ενώ σύμφωνα με τον Mommaas οι άνθρωποι αναμένουν ένα περιβάλλον κατάλληλο για κατοίκηση που να αντικατοπτρίζει την προσωπικότητά τους (Tayebi, 2006).

Έτσι, λοιπόν, κάθε πόλη οφείλει να διαμορφώσει ή να δημιουργήσει εκ του μηδενός μία και μοναδική ταυτότητα. Να συνδυαστεί και να ταυτιστεί με κάτι ξεχωριστό που θα έρχεται κατευθείαν στο μυαλό των καταναλωτών – χρηστών (unique selling proposition) (Avraham, Ketler, 2008). Αν και το ανθρώπινο κοινό είναι αρκετά ευαίσθητο με τις πεποιθήσεις του και γενικά θέλει χρόνο για να αλλάξει άποψη για ένα μέρος, είναι σημαντική η προσπάθεια βελτίωσης και αξιοποίησης της εικόνας μίας πόλης (Anholt, 2007).

Τάση δημιουργίας ή βελτίωσης της εικόνας της πόλης

Η ανανέωση της εικόνας των πόλεων είναι στις μέρες μας μία διαδικασία ενταγμένη στα προγράμματα διοίκησης των δυτικών χωρών, στην οποία μάλιστα δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα. Περιλαμβάνει την αναζήτηση ενός νέου τρόπου δημιουργίας της πόλης του αύριο. Μέσω του αστικού σχεδιασμού, των μοντέρνων κτιρίων και των πολιτιστικών οικοδομημάτων οι πόλεις βρίσκονται σε μία διαδικασία μετάλλαξης με στόχο να προβάλλουν ένα άλλο πρόσωπο, πολλές φορές γεννημένο από τι στάχτες του (Tayebi, 2006). Υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους αξίζει να βελτιωθεί ή να διαμορφωθεί μία συγκεκριμένη εικόνα για την πόλη, οποιαδήποτε κι αν είναι αυτή: 1) οι εξωτερικοί καταναλωτές (τουρίστες, επενδυτές, μετανάστες), 2) η προώθηση μιας μεταβιομηχανικής εικόνας, θέλοντας να αντικαταστήσουν τη βιομηχανική, βελτιώνοντας την



ποιότητα ζωής και αξιοποιώντας όλα τα παλιά βιομηχανικά κτίρια, τα πάρκα, τις πλατείες, 3) η επανένταξη και ανοικοδόμηση των αστικών τμημάτων, 4) η απόκτηση εθνικού κύρους μέσα από διοργάνωση εκθέσεων ή αθλητικών γεγονότων, που έχουν παγκόσμια απήχηση (Avraham, Ketler, 2008).



[1] **Dan Mountford**

Πηγή : <http://trendland.com>

Πιο αναλυτικά, ένας τόπος και κατ' επέκταση μία πόλη με οργανωμένη και πλήρως διαμορφωμένη ταυτότητα ενδέχεται να αποτελέσει πρώτη προτίμηση εγκατάστασης επιχειρήσεων, ανάλογες με τον προσανατολισμό της εικόνας της, επίσκεψης τουριστών σχετικών με το είδος που προωθείται από την εικόνα που έχει διαμορφωθεί κοκ. Για παράδειγμα, εφόσον μία πόλη είναι γνωστή για την παραγωγή δερμάτινων και γούνινων ενδυμάτων, πρόκειται να προσελκύσει τόσο τους αντίστοιχους επιχειρηματίες όσο και ευκατάστατους τουρίστες που ενδιαφέρονται για αγορές. Επίσης, ίσως όχι τόσο στην Ελλάδα αλλά περισσότερο στο εξωτερικό, είναι πολλές οι πόλεις που σχετίζονται άμεσα με τη βιομηχανική παραγωγή. Έτσι, φτάνοντας στο τέλος αυτής παρατηρείται μία τάση αποχαρακτηρισμού τους σε σύγχρονες πόλεις, που έχουν αφήσει πίσω τους το παρελθόν. Ακόμη, σε μια εποχή όπου το φαινόμενο της αστικοποίησης δίνει τη σκυτάλη στην προαστιοποίηση, η αναδιαμόρφωση και ο επαναπροσδιορισμός του χαρακτήρα της πόλης είναι από τα βασικότερα βήματα που πρέπει να περιλαμβάνει ο αστικός σχεδιασμός. Τέλος, σε περιπτώσεις όπου μία πόλη καλείται να φιλοξενήσει ένα μεγάλο γεγονός, όπου απαιτούνται συγκεκριμένες υποδομές, βελτιώσεις και εκσυγχρονισμοί και αφήνουν μετά το πέρας προστιθέμενη αξία, οφείλει η εν λόγω πόλη να φροντίσει ως προς τη βέλτιστη εκμετάλλευσή τους για μια νέα ταυτότητα.

Προκύπτει, επομένως, ότι η εικόνα μιας πόλης επιδέχεται παρεμβάσεις σε πολλούς τομείς, όπως η πολιτική, η τεχνολογία, η μετατροπή από βαριά βιομηχανία σε υψηλή τεχνολογία, οι μεταφορές όπως ο σιδηρόδρομος, το λιμάνι και άλλα, οι συμπεριφορές των καταναλωτών - χρηστών και οι τουριστικές τάσεις όπως ο οικολογικός τουρισμός. Ένας τόπος μπορεί να γίνει ξαφνικά ελκυστικός προς κοινό που προηγουμένως δεν αφορούσε. Οι τόποι που γίνονται επιθυμητοί από ευρύ κοινό απολαμβάνουν μία ποικιλία νέων πόρων, την είσοδο νέων βιομηχανιών, την κατασκευή



τουριστικών εγκαταστάσεων και αξιοθέατων, την αύξηση της ζήτησης της αγοράς (real estate) και τη γενική βελτίωση της ποιότητας ζωής (Avraham, Ketler, 2008).

Παράγοντας ανταγωνιστικότητας

Για να αποτελέσει μακροχρόνιο προνόμιο αυτή η έλξη του επιθυμητού κοινού, θα πρέπει η ταυτότητα της πόλης, που προκύπτει από την αντιληπτική εμπειρία του περιβάλλοντός της, να κρατήσει στο χρόνο και να δηλώνει την επιτυχημένη περιγραφή του προφίλ της, να αντέξει στον σκληρό ανταγωνισμό της σημερινής εποχής (Σαπουνάκης, 2009). Κι αυτό γιατί η αντιγραφή στην οποία υποκύπτουν ορισμένες πόλεις ως εύκολος τρόπος, δεν αναδεικνύει τη μοναδικότητα που μπορεί να διαρκέσει. Κάθε πόλη έχει τη δική της φυσιογνωμία αλλά και τους δικούς της ανταγωνιστές· άλλα είναι τα πλεονεκτήματά της και άλλες οι σχέσεις της με τις υπόλοιπες πόλεις. Η ανταγωνιστική ταυτότητα μπορεί να βασιστεί στον τουρισμό, την εκπαίδευση, τα αθλητικά γεγονότα, τον πολιτισμό, όπως παράδοση, ιστορία, υλική και άυλη κληρονομιά, θέατρο, κινηματογράφο, τα παραγόμενα προϊόντα με ονομασία προέλευσης, σε επιτυχίες ορισμένων ανθρώπων καθώς και σε μεμονωμένα γεγονότα που έχουν προκαλέσει εντυπώσεις και αποτελούν πλέον χαρακτηριστικό της πόλης (Anholt, 2007).

Αρμόδιοι για την εικόνα της πόλης

Με την προϋπόθεση ότι έχουν συγκεντρωθεί όλα αυτά τα χαρακτηριστικά που ενδυναμώνουν την εικόνα της πόλης προς τα έξω, είναι η σειρά της διοίκησης σε συνεργασία με τις επιχειρήσεις και τους κατοίκους να χαράζουν μία κοινή, σύμφωνη πορεία πάνω στην οποία θα αναδεικνύονται όλα τα δυνατά σημεία και αυτά που είναι παραγωγικά για την αποκόμιση θετικών σχολίων. Έτσι, δύναται να κερδίσει τη φήμη που αξίζει η πόλη. Άλλωστε για να δημιουργηθεί το προβάδισμα στον σκληρό ανταγωνισμό της εικόνας των πόλεων αρκεί να αφιερωθεί το 80% της προσπάθειας στην καινοτομία, το 15% στη συνεργασία των αρμόδιων φορέων και το 5% στην επικοινωνία. Το ελάχιστο αλλά επαρκές που πρέπει να κάνουν οι επιμέρους παράγοντες είναι να αποφασίσουν την στρατηγική ταυτότητα, να έχουν έναν επαρκή αριθμό επενδυτών, οι οποίοι θα βοηθήσουν στη δημιουργία ενός κλίματος καινοτομίας και θα τους δείξουν πώς αυτές οι καινοτομίες μπορούν πραγματικά να ωφελήσουν στο σχηματισμό της επιθυμητής ανταγωνιστικής ταυτότητας (Anholt, 2007).



Τομείς εστίασης

Αυτή η κοινή πορεία περιλαμβάνει παρεμβάσεις σε συγκεκριμένους κλάδους. Και μάλιστα, όσο πιο συγκεκριμένο είναι το σχέδιο δράσης τόσο πιο στοχευμένες είναι και οι αλλαγές που καθορίζονται. Για την αλλαγή ή τη δημιουργία της εικόνας μίας πόλης οι αρμόδιοι οφείλουν να επαναπροσδιορίσουν ενδεχομένως την οικονομία του τόπου (τομέα παραγωγής, πηγές χρηματοδότησης και άλλα) και το εμπόριο, το σύστημα μεταφορών (ενίσχυση κάποιου, εκσυγχρονισμό κάποιου άλλου), τον αστικό σχεδιασμό ως προς τα κέντρα, τους ελεύθερους χώρους, τη διάχυση, την κοινωνική ζωή των χρηστών της, το περιβάλλον (προστασία και ανάδειξή του), τη διαχείριση του ελεύθερου χρόνου, του τουρισμού και του αθλητισμού και τέλος την πολιτιστική διάσταση του σχεδιασμού (διαδρομές, πολιτιστικά clusters και άλλα) και την εκπαίδευση, με την ευρεία έννοια (επαγγελματική κατάρτιση, επιμόρφωση, εξειδίκευση και άλλα).



[2] Logo της πόλης Μίνσκ

Πηγή : <http://maryzen.com>

Πολιτισμός - μοχλός δημιουργικότητας

Όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω, ο πολιτισμός αποτελεί βασικό στοιχείο της εικόνας μίας πόλης. Είτε πρόκειται για «σκληρό» παράγοντα (μουσεία, βιβλιοθήκες, ιστορικές συνοικίες), είτε για «ήπιο» παράγοντα (πολιτιστικές δραστηριότητες, νυχτερινή ζωή, συναυλίες, έθιμα, παραδόσεις) δύναται να μετατραπεί σε βασικό αστικό πόρο (Παναγιάρης, 2012). Ο νέος στόχος των πολεοδόμων και των αρμόδιων θεσμικών και μη οργάνων της πόλης είναι να ανακαλύψουν, να αναγνωρίσουν και να ενδυναμώσουν την πολιτιστική της ταυτότητα. Άλλωστε η δύναμη του πολιτισμού για να δημιουργήσει μια εικόνα και να πλαισιώσει μία οπτική της πόλης γίνεται πιο σημαντική όσο οι παραδοσιακοί θεσμοί γίνονται λιγότερο σχετικοί μηχανισμοί έκφρασης της ταυτότητας του τόπου (Evans, 2004).

Όσον αφορά τα δομημένα στοιχεία του πολιτισμού (κτίρια, μουσεία, τείχη, θέατρα, μνημεία) μπορεί να διακριθούν σε αυτά που έχουν διασωθεί από το παρελθόν και αποτελούν την κληρονομιά



του τόπου, αλλά και στα σύγχρονα αρχιτεκτονικά επιτεύγματα καινοτόμου σχεδιασμού. Και οι δύο περιπτώσεις προκαλούν εντυπώσεις και θετικά συναισθήματα τόσο στους μόνιμους κατοίκους της πόλης όσο και στους τουρίστες, οι οποίοι θεωρούν ότι το καθένα από αυτά μπορεί να αποτελέσει ή σημείο κατατεθέν, ή ότι ενσωματώνεται πλήρως στο τοπίο, ή αποτελεί κάτι ξεχωριστό για την πόλη, ακόμα και τη χώρα, ότι είναι ένα σημείο πνευματικής ανάτασης και ελευθερίας, ότι αποτελεί βασικό στοιχείο για την οικονομική και εμπορική κίνηση του τόπου, κ.α. (Gospodini, 2004).

Η υλική, λοιπόν, κληρονομιά έχει υπάρξει εδώ και καιρό ένα αποτελεσματικό εργαλείο προς όφελος της ταυτότητας ενός τόπου με δύο τρόπους : 1) κάνοντας αναφορά στην εθνική ταυτότητα και την παράδοση της πόλης έχει επικαλεσθεί κοινά στοιχεία μεταξύ των «μονάδων» της πόλης και των κοινωνικών οργανώσεων, προσφέροντας ένα είδος χωρικής συμμετοχικότητας και 2) με την προσθήκη της στο φυσιογνωμικό τοπίο της πόλης, η υλική κληρονομιά έχει συμβάλει και προωθήσει την οικονομική ανάπτυξη της πόλης ως τουριστικό μέρος και / ή επενδυτικό κέντρο (Gospodini, 2004).

Και οι παραδόσεις ενός τόπου έχουν αποτελέσει στο παρελθόν αφορμή για προσδιορισμό του χαρακτήρα ενός τόπου κάτι που μπορούν να συνεχίσουν και στο μέλλον. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις όπου μία πόλη έχει ταυτιστεί με ένα γεγονός αναβίωσης της παράδοσης (απόκριες, φεστιβάλ κ.α.), με τη γαστρονομία, με μία ετήσια εκδήλωση ή με ένα έθιμο, κάτι που συμβάλει και στη διαμόρφωση της εικόνας της. Είναι κάτι στο οποίο οι ίδιοι οι κάτοικοι ενδεχομένως να δραστηριοποιούνται και να συμβάλουν στην προβολή του και αντίστοιχα να αποτελεί για τους τουρίστες μία αφορμή επίσκεψης.

Γενικότερα ο πολιτισμός σε οποιαδήποτε μορφή του αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της δομής της πόλης. Δε μπορεί να υπάρξει εάν δεν εντάσσεται στον αστικό σχεδιασμό. Οι προσπάθειες για επιτυχή ενσωμάτωση του στο σχέδιο με στόχο την ανάδειξη του «πνεύματος του τόπου», στο οποίο βασίζεται η ταυτότητα της πόλης, πρέπει να έχει ως γνώμονα την αναγνωσιμότητα, την προσαρμογή στον άνθρωπο, την ισορροπία μεταξύ ηρεμίας και έντασης, την ποικιλία (Σαπουνάκης, 2009)



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ / MARKETING

Βασική θεωρία για το (city-)marketing

Η κεντρική ιδέα του marketing συνίσταται στο συνδυασμό των δυνατοτήτων μιας εταιρείας με τις επιθυμίες των πελατών, με σκοπό να επιτυγχάνονται οι στόχοι των δύο πλευρών. Η έννοια του marketing υποδηλώνει ότι όλες οι δραστηριότητες μιας επιχείρησης διέπονται από την επιθυμία ικανοποίησης των αναγκών του πελάτη, σε αντίθεση με τη λειτουργία του marketing η οποία σχετίζεται με τη διαχείριση του μίγματος marketing. Η διαχείριση του μίγματος περιλαμβάνει τη χρησιμοποίηση των διαφόρων μέσων και τεχνικών που βρίσκονται στη διάθεση των διευθυντών με σκοπό την εφαρμογή της έννοιας του marketing (McDonald, 2009).

Για το city marketing ένας ορισμός που έχει δοθεί από τους Kotler, Haider και Rein είναι ότι αποτελεί τη διαδικασία μέσω της οποίας ενδυναμώνεται η ικανότητα των πόλεων να προσαρμόζονται στη συνεχώς εξελισσόμενη αγορά, να εκμεταλλεύονται ευκαιρίες και να διατηρούν τη ζωτικότητα τους (Τσεγενίδη, 2001). Ή αλλιώς, το city marketing περιγράφεται ως ένα σύνολο δραστηριοτήτων που έχουν σκοπό να μετατρέψουν κατά τρόπο βέλτιστο την τάση προσφοράς των αστικών λειτουργιών σε τάσεις ζήτησης για αυτές από τους κατοίκους, τις επιχειρήσεις, τους τουρίστες και άλλους επισκέπτες (Δέφνερ κ.ά, 2011).

Το marketing εκτός από προϊόντα έχει αναφορά και στην πόλη. Είναι μία ενιαία και συντονισμένη ενέργεια παραγόντων του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος, μία διαδικασία κατά την οποία οι αστικές δραστηριότητες προσαρμόζονται στις ανάγκες του κοινού στόχου για να μεγιστοποιηθεί η κοινωνικοοικονομική λειτουργία του τόπου (Avraham, Ketler, 2008). Εφόσον, λοιπόν, πρόκειται για μία διαδικασία που συσχετίζει όλους τους χρήστες μίας πόλης, η αποτελεσματικότητα και η επιτυχία ενός σχεδίου city marketing κρίνεται από το πόσο ικανοποιημένοι μένουν οι παραπάνω και από το κατά πόσο ανταποκρίνεται αυτό στις προσδοκίες τους.

Ανάγκη για city marketing

Σε εθνικό επίπεδο η ανάγκη για marketing έχει αυξηθεί εξαιτίας πολλών παραγόντων, όπως μικρότερη τοπική χρηματοδότηση, μεγαλύτερη σχέση εξάρτησης των τοπικών διοικήσεων και της κεντρικής, αυξανόμενη ανάμειξη των κατοίκων σε θέματα ποιότητας ζωής. Η γενικότερη ανάπτυξη των τελευταίων χρόνων έχει δημιουργήσει ένα κλίμα ανταγωνισμού μεταξύ διαφόρων τόπων ανά την υφήλιο για την κατάκτηση ενός εθνικού και διεθνούς κύρους, με σκοπό την προσέλκυση



κατοίκων και τουριστών υψηλού κοινωνικού επιπέδου, τη φιλοξενία μεγάλων αθλητικών γεγονότων, την προτίμηση από επιχειρηματίες και επενδυτές, βιομηχανίες και εταιρείες και γενικά από παγκόσμια κεφάλαια (Avraham, Ketler, 2008).

Κυριότεροι παράγοντες που απασχολεί το city marketing

Όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω, το city marketing για να είναι επιτυχημένο χρειάζεται τη διαχείριση και το συντονισμό αρκετών παραγόντων που έχουν να κάνουν τόσο με τον άνθρωπο όσο και με τις λειτουργίες της πόλης. Συγκεκριμένα, την έννοια του city marketing πρέπει να αφομοιώσουν βασικές υπηρεσίες και υποδομές που ικανοποιούν τις επιχειρήσεις, τους πολίτες και τους επισκέπτες, οι νέοι πόλοι έλξης θα πρέπει να είναι μέρος μιας ολοκληρωμένης διαχείρισης του σχεδιασμού προς όφελος της ανάδειξης της ταυτότητας της πόλης, της βελτίωσης της ποιότητας ζωής, της συγκράτησης των υπαρχόντων επενδύσεων και προσέλκυση νέων και παράλληλα να υπάρχει κι ένα πρόγραμμα παρουσίασης βελτιωμένων χαρακτηριστικών της εικόνας της πόλης όπως, σαφώς, κύριος αρωγός και υποστηρικτής σε αυτήν την προσπάθεια να είναι οι ίδιοι οι πολίτες (Τσεγενίδη, 2001).



[3] Involvement

Πηγή : <http://www.mindjumpers.com>

Όπως προκύπτει από τις συσχετίσεις, η «διάρκεια ζωής» μιας πόλης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την αποτελεσματική και επιτυχημένη συνεργασία του δημόσιου με τον ιδιωτικό τομέα. Ακόμη πιο σημαντική είναι η απόδοση των αρμοδίων του σχεδίου city marketing, αφού πρώτα αφουγκραστούν τους χρήστες (τους πολίτες, τους εμπόρους, τις δημόσιες επιχειρήσεις, του τουρίστες, τη διοίκηση, τους συλλόγους κ.α.) και τις ανάγκες της ίδιας της πόλης.



Πεδία δράσης του city marketing

Ως απόρροια των παραπάνω το city marketing βρίσκει εφαρμογή σε διάφορους τομείς που στόχο έχουν να διαμορφώσουν μια βιώσιμη πόλη για τους κατοίκους, μια πόλη που θα καταστεί πρώτη στις προτιμήσεις των εν δυνάμει νέων εργαζομένων και επενδυτών, που θα αποτελέσει μια ξεχωριστή εμπειρία για τους επισκέπτες, οποιοδήποτε ενδιαφέρον κι αν έχουν αυτοί και έναν τόπο που θα χαρακτηρίζεται για την καινοτομία και τη μοναδικότητά του.

Τα πεδία δράσης του city marketing είναι αρκετά, ώστε να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες του. Πρώτη και κύρια είναι η **οικονομία**, όπου φροντίζει για την ανάπτυξη και την οικονομική ευφορία του τόπου, δίνοντας μια άλλη διάσταση στην εκάστοτε παραγωγή και τον τριτογενή τομέα (εμπόριο και υπηρεσίες). Έπειτα είναι οι **μεταφορές**, που το marketing στοχεύει σε μια ευκολότερη και πληρέστερη πρόσβαση από και προς την πόλη, καθώς και την προώθηση ενός οργανωμένου συστήματος μέσω μαζικής μεταφοράς. Κάτι τέτοιο αποσκοπεί και στη διαμόρφωση ενός ποιοτικού **περιβάλλοντος**, που επίσης αποτελεί πεδίο δράσης του city marketing. Στην παρούσα εποχή αλλά ακόμη περισσότερο στο μέλλον, η ποιότητα του περιβάλλοντος θα αποτελεί βασικό κριτήριο εγκατάστασης και διαβίωσης σε έναν τόπο.

Ακόμη, στο πλαίσιο του αστικού σχεδιασμού, το city marketing βρίσκει εφαρμογή στη διαμόρφωση, διαχείριση και ανάδειξη τόσο του βασικού **κέντρου** μίας **πόλης** όσο και των **τοπικών κέντρων** – κέντρων γειτονιάς. Η αναζωογόνηση της πόλης σε όλη την έκτασή της έχει ως απώτερο σκοπό την αστική ανάπτυξη, την εξάλειψη κοινωνικών ανισοτήτων. Αυτό έχει αντίκτυπο και στην **κοινωνική ζωή** του τόπου, η οποία απαρτίζεται από κοινωνικές ομάδες, οργανώσεις, συλλόγους, σωματεία, που δραστηριοποιούν τους πολίτες και τους κάνουν ακόμη πιο ενεργά μέλη. Αποκτούν φωνή και εκφράζουν άποψη, συμμετέχουν σε προσπάθειες της διοίκησης και επομένως η ενσωμάτωσή τους σε ένα σχέδιο city marketing αποτελεί βασικό βήμα .

Πέρα από αυτά, όμως, το city marketing δύναται να εφαρμοστεί και στον τομέα του **ελεύθερου χρόνου**, του τουρισμού και αυτόν του αθλητισμού. Οι χρήστες μιας πόλης περνούν τον ελεύθερό τους χρόνο με δραστηριότητες εντός αυτής. Ζουν και κινούνται στους ελεύθερους δημόσιους χώρους της (δρόμους, πάρκα, πλατείες) αλλά και σε οργανωμένους (θέατρα, γήπεδα, και άλλα), ενώ σε πολλές περιπτώσεις ιδιαίτερα δημοφιλείς είναι οι δημοτικές εγκαταστάσεις αθλητισμού. Παρατηρείται, δηλαδή, μια άμεση σχέση, κυρίως, του ελεύθερου χρόνου των κατοίκων και της πόλης, κάτι που το city marketing μπορεί να αφουγκραστεί και να διαχειριστεί καταλλήλως και επιτυχώς. Ένα καλό αποτέλεσμα σχεδιασμού και προγραμματισμού μπορεί να δράσει ενισχυτικά και στον τομέα του **τουρισμού**.



Τέλος, όπως έχει αναλυθεί και στο πρώτο κεφάλαιο, ο **πολιτισμός** με την **εκπαίδευση** και την καινοτομία μπορούν να αποτελέσουν από τα κυρίαρχα αντικείμενα εφαρμογής του city marketing. Σε αυτά ο άνθρωπος είναι ο πυρήνας και οι χώροι δημιουργικής έκφρασης και ενασχόλησης είναι από τους πλέον διαδεδομένους τρόπους δημιουργίας ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος για κατοίκους, επισκέπτες και επενδυτές (Νικολακοπούλου, 2011).



[4] and then the city knew it wasn't alone

Πηγή : <http://www.flickr.com>

Εσωτερικό marketing

Σκοπός όλων των προαναφερθέντων είναι να γίνει μία πόλη ανταγωνιστική. Έρευνες έχουν δείξει ότι οι αρμόδιοι για το place marketing πρέπει να εστιάσουν στα φυσικά χαρακτηριστικά μιας πόλης, δίχως να εννοούν το περιβάλλον αλλά τα στοιχεία που απαρτίζουν τη φυσιογνωμία της. Ωστόσο, οι διαφορετικοί προσδιοριστικοί παράγοντες σε συνδυασμό με αυτόν του ανθρώπινου, αφού η πόλη κατασκευάζεται για τους ανθρώπους και επηρεάζεται από αυτούς, καθιστούν το place marketing μια πολύπλοκη διαδικασία.

Παράλληλα, μπορεί να λάβει χώρα εκτός από το εξωτερικό και το εσωτερικό marketing, που απευθύνεται στους παροδικούς κατοίκους (φοιτητές, εργαζόμενους). Στόχος του είναι να πείσει και αυτούς τους κατοίκους ότι οι τοπικές αρχές παρέχουν μία μεγάλη ποικιλία από υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, υπηρετούν τους κατοίκους, ενισχύουν και βελτιώνουν τις τοπικές κατασκευές, συντηρούν και ανακαινίζουν παλιά κτίρια και δημιουργούν πάρκα και δημόσιους χώρους. Ένας άλλος στόχος είναι να δημιουργηθεί μία τοπική υπερηφάνεια και ένας ενθουσιασμός στους ντόπιους κατοίκους, να εμπλακούν στη διαμόρφωση της όψης του αστικού τοπίου, να αυξηθεί η



συνείδηση για το βαθμό σημαντικότητας της τουριστικής βιομηχανίας και να αυξηθεί η συμμετοχή των πολιτών στα κοινά (Avraham, Ketler, 2008).

Συμπερασματικά, το marketing στο πλαίσιο εφαρμογής του στον αστικό σχεδιασμό περιλαμβάνει όλους εκείνους τους παράγοντες, που προαναφέρθηκαν στο παρόν κεφάλαιο, που διαμορφώνουν εμμέσως την καθημερινή πραγματικότητα ενός χρήστη μίας πόλης: από τη μορφή της γειτονιάς του, το σύστημα μεταφορών, τον ελεύθερο χρόνο του, την κοινωνική του δράση, τις εμπορικές του κινήσεις και την πολιτιστική του διαπαιδαγώγηση έως τις ενέργειες τις τοπικής διοίκησης και των αρμοδίων για όλα αυτά. Με μοναδικό σκοπό τη βελτίωση της ελκυστικότητας της πόλης και του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων.

Επιτυχημένα παραδείγματα εφαρμογής city marketing

Glasgow (Γλασκώβη)

Η πόλη της Γλασκώβης βρίσκεται στη Σκωτία και αποτελεί τη μεγαλύτερη πόλη της χώρας, με πληθυσμό 600.000 κατοίκους, ενώ στην ευρύτερη περιοχή κατοικούν περίπου 2 εκατομμύρια άνθρωποι. Για πολλά χρόνια αποτελούσε μια πόλη που, αν και διέθετε πολιτιστική κουλτούρα, περιοριζόταν στη βιομηχανική παραγωγή, μετά την ύφεση της οποίας περιήλθε σε οικονομικό μααρασμό. Ωστόσο, το 1990 η πόλη ανακηρύχθηκε Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Πολιτισμού και η χρονιά αυτή αποτέλεσε ορόσημο για την μετέπειτα ανάπτυξή της. Το δημοτικό συμβούλιο της Γλασκώβης είδε το 1990 ως τμήμα ενός ευρύτερου στρατηγικού επενδυτικού προγράμματος, το οποίο θα εξασφάλιζε το μακροπρόθεσμο μέλλον της στον πολιτιστικό τομέα και θα συνέβαλε τα μέγιστα στην οικονομική και κοινωνική αναγέννηση της περιοχής (Γκατζή, 2001).

Οι υπεύθυνοι των εκδηλώσεων κατέληξαν σε δύο στρατηγικές αποφάσεις : 1) ότι το πολιτιστικό πρόγραμμα θα λαμβάνει χώρα καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και όχι για λίγες εβδομάδες ή μήνες όπως συνέβαινε έως τότε και 2) ότι μέσα από τις εκδηλώσεις θα επιχειρούσαν να αναδείξουν όλες τις πτυχές της πόλης, μεταξύ των οποίων την ιστορία, την αρχιτεκτονική, τη μουσική, το θέατρο κ.α.. Όπως κι έγινε. Κατά τη διάρκεια της χρονιάς πάνω από 3.000 εκδηλώσεις έλαβαν χώρα με συμμετοχή καλλιτεχνών από 23 χώρες. Παράλληλα πραγματοποιήθηκαν έργα εικαστικών





[5] McLellan Galleries

Πηγή : <http://www.glasgowarchitecture.co.uk>

τεχνών, παγκόσμιες πρεμιέρες θεάτρου και χορού, εκθέσεις και αθλητικά γεγονότα, η έναρξη του Glasgow Royal Concert Hall και η ανακαίνιση των McLellan Galleries (Γκατζή, 2001).

Όλα τα παραπάνω είχαν σαν αποτέλεσμα την αύξηση της επισκεψιμότητας σε θέατρα, μουσεία και γενικότερα αίθουσες τέχνης κατά 40% (6,6 εκατομμύρια) ενώ συνυπολογίζοντας τις υπαίθριες κοινοτικές εκδηλώσεις, τότε ο αριθμός φτάνει τα 8,3 εκατομμύρια επισκέπτες. Επιπρόσθετα τη χρονιά αυτή η Γλασκώβη συγκέντρωσε μεγάλο ενδιαφέρον από τα διεθνή μέσα μαζικής ενημέρωσης με ιδιαίτερα επαινετικά σχόλια για τη συλλογική προσπάθεια της πόλης (Γκατζή, 2001).

Όσον αφορά τις οικονομικές επιπτώσεις στην περιοχή κατά τη διάρκεια της χρονιάς, η καθαρή οικονομική απόδοση υπολογίζεται σε 10,3 – 14,1 εκατομμύρια λίρες, η δημιουργούμενη απασχόληση σε 5.350 – 5.580 νέες θέσεις εργασίας και η συμβολή του ιδιωτικού τομέα στις εκδηλώσεις σε 6,1 εκατομμύρια από συνολικά 350 επιχειρήσεις (Γκατζή, 2001).



[6] Glasgow jazz festival

Πηγή : <http://www.dealzippy.co.uk>

[7] The West End festival

Πηγή : <http://www.rampantscotland.com>

Ιδιαίτερα σημαντικά κρίνονται και τα αποτελέσματα που επέφερε αυτή η χρονιά και για τις επόμενες, καθώς η Γλασκώβη εκμεταλλεύτηκε σε μεγάλο βαθμό τον τίτλο της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας, ώστε να συνεχίσει την ανάπτυξή της και τα επόμενα χρόνια. Η κληρονομιά που άφησε αυτός ο χρόνος έγκειται σε πλήθος φεστιβάλ και εκδηλώσεων, όπως το Celtic Connections,



το International Jazz Festival, το The West End, το Inspiration School Festival κ.α.. Εν τέλει, πέρα από ορισμένες αρνητικές εντυπώσεις, η αλλαγή αυτή της πόλης προκάλεσε θετικές αντιλήψεις σε διάφορους τομείς που αφορούν τη ζωή και τις συνθήκες που επικρατούν στην πόλη, κυρίως όσον αφορά την οικονομική ευρωστία που προήλθε από τον αυξημένο τουρισμό και τη συνολικά βελτιωμένη εικόνα τόσο προς τους πολίτες όσο και προς τους επισκέπτες (Gomez, 1998).

Unna (Ούνα)

Η Ούνα ανήκει στο κρατίδιο Nordrhein – Westfalen της Γερμανίας και αποτελεί τμήμα του μεγαλύτερου πολεοδομικού συγκροτήματος της Ευρώπης, περιοχή Ruhrgebiet. Ο πληθυσμός της είναι γύρω στους 69.000 κατοίκους και το σχέδιο marketing που εκπονήθηκε το 1997 αποτελεί ένα καλό παράδειγμα εφαρμογής του city marketing (Τσεγενίδη, 2001).

Η πόλη της Ούνα γνώριζε κάποτε ιδιαίτερη άνθιση στον κλάδο της εξόρυξης, της γεωργίας, της ζυθοποιίας και της παρασκευής οινοπνευματωδών. Ωστόσο πέρασε κι αυτή μία περίοδο βιομηχανικής παρακμής και έλλειψης κατευθύνσεων ανάπτυξης (Τσεγενίδη, 2001).

Για τη δημιουργία του σχεδίου marketing συνεργάστηκαν διάφορα ιδρύματα, σύνδεσμοι και σύλλογοι ενώ την πρωτοβουλία ανέλαβε ο δήμος. Όλοι μαζί κατέληξαν στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της πόλης, που δεν είναι άλλα από την οικειότητα που προσφέρει στους κατοίκους της, την προσφορά πολλών δυνατοτήτων, δίχως να αγγίζει τη χαώδη μορφή μιας μεγαλούπολης, την καινοτομία της, την αναψυχή αλλά και τη στενή σχέση που έχουν οι πολίτες με το δήμο (Τσεγενίδη, 2001).



[7] Το εμπορικό κέντρο της πόλης

Πηγή : <http://www.tripadvisor.com>

Όπως έχει προκύψει, η οικονομία της Ούνα πλέον βασίζεται στον τριτογενή τομέα, καθώς διαθέτει ένα από τα πρώτα βιομηχανικά πάρκα της περιοχής, προωθεί και στηρίζει πολιτιστικές εκδηλώσεις, ενώ σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η εγγύτητα με τα πανεπιστήμια του Dortmund. Γενικά



υπάρχουν διαθέσιμα εδάφη για να στεγαστούν και άλλες οικονομικές δραστηριότητες (Τσεγενίδη, 2001).

Ανεξάρτητα από αυτό, το περιβάλλον που προσφέρεται στους κατοίκους της υπό μελέτης πόλης φαίνεται να καλύπτει τις ανάγκες τους και να τους χαρίζει μία αξιόλογη ποιότητα ζωής, με οργανωμένο και ανθρωποκεντρικό πολεοδομικό σχεδιασμό, μία σχέση αλληλεπίδρασης και αλληλεξάρτησης πολιτών και διοίκησης (Τσεγενίδη, 2001).



[8] Το εμπορικό κέντρο της πόλης

Πηγή : <http://www.globetrottingtips.com>

Προφανώς, στο πλαίσιο του οράματος και της υλοποίησης του σχεδίου συμπεριλαμβάνονται βελτιώσεις σε τομείς που αφορούν τη ζωή των κατοίκων στην πόλη, στοχεύοντας στη μεγιστοποίηση της ικανοποίησής τους (βελτίωση οδικού δικτύου, πολιτιστικές δραστηριότητες, ανάπτυξη καινοτομίας και εκπαιδευτικού προτύπου κ.α.). Φυσικά τίποτα από τα παραπάνω δε θα μπορούσε να γίνει πραγματικότητα εάν δεν υπήρχε άρρηκτη συνεργασία των πολιτών και των εμπλεκόμενων μελών της οικονομικής και κοινωνικής ζωής της πόλης και της αρμόδιας διοικητικής αρχής (Τσεγενίδη, 2001).



κεφάλαιο 3

branding

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 BRANDING

Ορισμός του brand

Το brand είναι ένα σύμβολο (λογότυπο, χρώμα, σχήμα, πακέτο, σχεδιασμός), ένα αντικείμενο, μια ιδέα και θέμα ή και ο συνδυασμός αυτών, που στοχεύει σε αναγνωρίσιμα αγαθά ή υπηρεσίες που θα τα κάνει να ξεχωρίσουν από τους ανταγωνιστές τους. Μία διαδικασία του να πειστεί ο καταναλωτής να επιλέξει το συγκεκριμένο προϊόν όχι μόνο μέσα από την κοινή λογική αλλά και μέσα από το συναίσθημα (Anraham, Ketler, 2008).

Σύμφωνα με τον Anholt (2007) το brand είναι το προϊόν ή υπηρεσία ή ο οργανισμός που σχετίζεται και συνδυάζεται με το όνομά του, την ταυτότητά του και τη φήμη του. Η ταυτότητα του brand (brand identity) είναι ο πυρήνας της ιδέας του θέματος του προϊόντος ξεκάθαρα και επακριβώς διατυπωμένο και εκφρασμένο. Αντίστοιχα, η εικόνα του brand (brand image) είναι η προσδοκία του τι θα μείνει στο μυαλό του καταναλωτή – κοινού.

Σύγκριση place / product brand

Οι χώρες, και κατ' επέκταση οι πόλεις δε μπορούν να ταυτιστούν με μία μόνο ιδέα, καθώς δεν είναι ατομικά προϊόντα και έχουν πολλά χαρακτηριστικά. Σε τέτοιες περιπτώσεις το brand περιλαμβάνει μια σειρά από συσχετίσεις, αναμνήσεις, προσδοκίες και άλλα συναισθήματα που είναι συνδυασμένα με την πόλη. Αυτά τα συναισθήματα είναι σημαντικοί οδηγοί για τη συμπεριφορά των ανθρώπων, γι' αυτό και έπειτα το branding είναι κρίσιμο όταν αναφερόμαστε σε χώρες, περιφέρειες ή πόλεις (Anholt, 2007), (Tayebi, 2006) (Economides, 2012).

Ορισμοί του (city-)branding

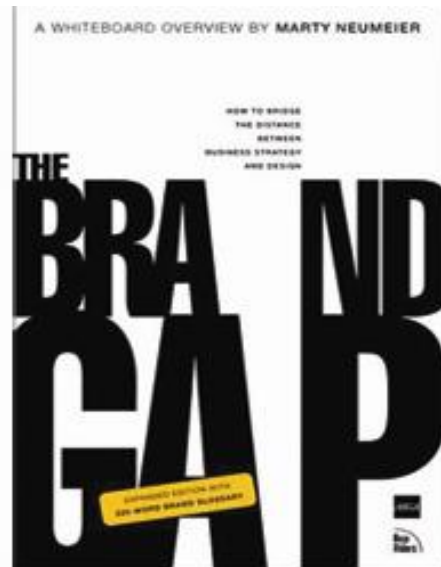
Το branding, γενικά, είναι η διαδικασία σχεδιασμού, προγραμματισμού και επικοινωνίας του ονόματος και της ταυτότητας ώστε να στηθεί ή να οργανωθεί η φήμη (Anholt, 2007).

Σύμφωνα με τον Kavaratzis (2004) το city branding γίνεται ευρέως κατανοητό ως το μέσο για να πετύχει μία πόλη συγκριτικό πλεονέκτημα, με σκοπό να αυξήσει την εισροή επενδύσεων και τουρισμό και για να πετύχει κοινωνική ανάπτυξη, ενίσχυση της τοπικής ταυτότητας, ταύτιση των κατοίκων με την πόλη τους και ενεργοποίηση όλων των κοινωνικών πιέσεων για να αποφευχθεί ο κοινωνικός αποκλεισμός.



αποτελούν εμπόδιο στην αποτελεσματικότητα μιας στρατηγικής city branding. Και σε συνδυασμό με το ότι δεν υπάρχει ένα συγκεκριμένο πρόσωπο να αναλάβει την ευθύνη των αποφάσεων, ξεπερνώντας τις διαμάχες μεταξύ των διαχειριστών, των γραφειοκρατών και των πολιτικών, η εφαρμογή της υπό εξέταση στρατηγικής γίνεται ολοένα και πιο αδύνατη (Tayebi, 2006).

[10] The Brand Gap
Πηγή : <http://colorjolt.com>



City branding μια απαραίτητη διαδικασία

Μολονότι η διαδικασία του city branding είναι αρκετά συγκεχυμένη, η χρησιμότητα και η αναγκαιότητά του είναι δεδομένη. Πέραν του ότι πρόκειται για οικονομικές αποδόσεις στην πόλη, αποφέρει και κοινωνικά οφέλη, ενώ υπάρχει και το ενδεχόμενο ενός όχι και τόσο εξορθολογικού αποτελέσματος, που να καταφεύγει σε συνηθισμένες λύσεις.

Παρόλα αυτά υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους η προσέγγιση του city branding δεν είναι απλά επιθυμητή αλλά αναγκαία. Ένας από τους βασικούς είναι η ύπαρξη της δημοκρατίας και των ευγενών διακρατικών σχέσεων που οδηγούν στην ανάγκη για περισσότερη «κοινή αντίληψη», η οποία να προσεγγίζει την πολιτική, τη διπλωματία και τις διεθνείς σχέσεις. Επίσης, η αύξηση της δύναμης των διεθνών MME που καθοδηγούνται από μη κυβερνητικές οργανώσεις οδηγεί σε μια σχεδιασμένη διαμόρφωση μοναδικής ταυτότητας για την πόλη (Anholt, 2007).

Επιπρόσθετα, η μείωση του κόστους των διεθνών ταξιδιών, η αύξηση της μεσαίας κοινωνικής τάξης και η αναζήτηση για νέες εμπειρίες κάνουν ολοένα και περισσότερα μέρη να εμπορεύονται την ταυτότητα τους ως τουριστικοί προορισμοί. Η κατηγορία του αστικού τουρισμού είναι μία συνεχώς αυξανόμενη βιομηχανία, εξαιτίας της οποίας η διαδικασία προσδιορισμού μίας καθαρής



και διακριτής εικόνας της πόλης είναι βασικό τμήμα του προγραμματισμού των τοπικών διοικήσεων. Στόχος είναι μια αποτελεσματική στρατηγική branding.

Ακολουθώντας, σε ένα στενά όσο ποτέ παγκόσμιο οικονομικό σύστημα και ένα περιορισμένο κοινό ταμείο από επενδυτές, οι οποίοι βομβαρδίζονται από αυξανόμενες βιομηχανικές περιοχές και επιχειρηματικά πάρκα απαιτούν παρόμοια πίεση προς τις επιχειρήσεις για επένδυση. Σε κάθε τέτοια κίνηση θα πρέπει η πόλη να αποτελεί τόπο έλξης εγκατάστασης. Επιπρόσθετα, για τις αναπτυσσόμενες χώρες η τάση για ανταγωνισμό διεθνών αγορών, μεταφοράς – μετάδοσης τεχνολογίας, ανθρώπινου δυναμικού και γνώσης, επενδύσεις, εξωτερικές αγορές και εμπόριο καθιστά την καλή εικόνα για οικονομικά, κοινωνικά και πολιτικά θέματα της χώρας και επιμέρους της πόλης, άκρως απαραίτητη (Anholt, 2007).

Σε άλλο επίπεδο, ορισμένες πόλεις επιθυμούν τη διαμόρφωση μιας καλής εικόνας, την επίδειξη ενός φιλόξενου χαρακτήρα σε άτομα από άλλες χώρες, προκειμένου αυτοί να σπουδάσουν ή να εργαστούν εκεί. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη τόσο του ανθρώπινου δυναμικού, όσο και του μαθησιακού, εργασιακού και αποδοτικού επιπέδου. Μία πόλη στην οποία οι επαγγελματικές δυνατότητες και ευκαιρίες αναπτύσσονται με γρήγορους ρυθμούς. Τέλος και σε συνδυασμό με τα παραπάνω, η αυξανόμενη ζήτηση για περισσότερες πολιτισμικές εμπειρίες πλέον και μέσω του διαδικτύου κάνει ακόμα και τις περιοχές με τις πιο ιδιαίτερες παραδόσεις να μπουκν στη διαδικασία ανταγωνισμού και προσέλκυσης κοινού.



[11] Logo της πόλης Lyon

Πηγή : <http://www.estri.fr>

[12] Logo της πόλης Utrecht

Πηγή : <http://jeroenscholman.wordpress.com>



Γενικά, μία θετική εικόνα ενός τόπου σε συνδυασμό με μία ολοκληρωμένη στρατηγική branding είναι ένα πολύ δυναμικό εργαλείο ανάπτυξης, σε αντίθεση με άλλες, σχετικές με την οικονομία, δραστηριότητες. Άλλωστε πολλά μέρη στον κόσμο προσφέρουν ίδια προϊόντα και ο μόνος τρόπος για να επιζήσουν μέσα σ' αυτόν τον διεθνή ανταγωνισμό είναι να αναπτύξουν μοναδική ταυτότητα. Το place branding είναι ένας συνδυασμός από τοπικά χαρακτηριστικά και από την προστιθέμενη αξία. Οι υπεύθυνοι για το marketing ασχολούνται με τη μοναδικότητα του τόπου και πώς αυτός



μπορεί να ικανοποιήσει τις συγκεκριμένες ανάγκες του κοινού – στόχου. Το branding πρέπει να περιλαμβάνει ένα σλόγκαν, ένα λογότυπο και γενικά τα οπτικά μέσα (Avraham, Ketler, 2008).

Branding tricks

Οι τεχνικές που χρησιμοποιήθηκαν στις μέχρι τώρα περιπτώσεις δείχνουν ότι το θέμα του city branding δεν είναι απλό και δεν υπάρχει ένα συγκεκριμένο πλαίσιο. Κατά την Sarah Tayebi (2006) το πρώτο και βασικότερο βήμα είναι να υπάρχει ένας καλός έλεγχος, ο οποίος θα περιγράφει το πορτρέτο της πόλης : ποιες είναι οι δυνατότητές της, οι αδυναμίες της, οι ευκαιρίες και οι απειλές της και ποια η ουσία, το κεντρικό νόημα της πόλης ` αυτή η κεντρική ιδέα που κάνει την πόλη μοναδική και διαφορετική. Για να προκύψει αυτό, θα πρέπει να αναζητηθούν ορισμένα σημεία – κλειδιά στον επιχειρηματικό κλάδο, το τουριστικό κομμάτι της πόλη καθώς και στην καθημερινή ζωή των κατοίκων της. Ούτως ή άλλως αυτοί οι παράγοντες αποτελούν τη βάση της λειτουργίας της πόλης.



[13] Marketing de ciudad

Πηγή : <http://www.ondho.com>

Κατά γενική ομολογία το city branding πρέπει να είναι προσανατολισμένο ως προς τον άνθρωπο και να έχει αυτόν ως κέντρο των αποφάσεων. Οι πόλεις να είναι ανθρωποκεντρικές αντί να στρέφονται προς τις επιχειρήσεις καθ' αυτές ή στις αποδόσεις της τουριστικής κίνησης ή στο σχεδιασμό μεγαλοπρεπών κτιρίων απλά για να τα διαφημίζουν. Πρέπει πρώτα να ενθαρρύνουν, για παράδειγμα, τη συμμετοχή των ανθρώπων στη ζωή της πόλης ώστε να βελτιώσουν την κοινωνική δραστηριότητα και έπειτα να τους επιστραφεί ως οικονομική ανάπτυξη του τόπου (Tayebi, 2006).

Η πλειοψηφία των ανθρώπων στην παρούσα εποχή θα δεχόταν να δουλέψει και να εγκατασταθεί σε μία πόλη μόνο εάν υπήρχε καλό επίπεδο ζωής, καλό εκπαιδευτικό σύστημα για τα παιδιά τους, καλό σύστημα υγείας κ.ο.κ. Κατά την προσωπική άποψη της Sarah Tayebi (2006) εάν αυτή η μίξη των παραπάνω αποτελεί ικανή συνθήκη για την ικανοποίηση των αναγκών των κατοίκων μίας πόλης, τότε αυτοί οι κάτοικοι θα μπορούσαν να πάνε οπουδήποτε. Οι άνθρωποι είναι αυτοί που χτίζουν την πόλη και η πόλη χωρίς τους κατοίκους δεν είναι τίποτα.



Υπό την προϋπόθεση ότι έχει περιγραφεί ο χαρακτήρας της πόλης, αυτός που την καθιστά μοναδική και ξεχωριστή, το brand πρέπει να προσδιορίσει αρχές, συναισθήματα, ιδέες και όχι «φυσικές λέξεις». Με το brand προσδιορίζονται «ιστορίες», «τρόπος ζωής» και αξίες και γύρω από αυτές θα διαμορφωθεί και το οπτικό αποτέλεσμα της διαδικασίας προώθησης (Tayebi, 2006).

Επιγραμματικά, λοιπόν, για τη διαμόρφωση του city branding θα πρέπει 1) να επιλεγεί προσεκτικά ένας αρχηγός με ένα μείγμα ανθρώπων προερχόμενων από διαφορετικά υπόβαθρα και διαφορετικής εμπειρίας από την πόλη, 2) να «ακούσουν» την πόλη και τον παλμό της πραγματικής ζωής που εκτυλίσσεται μέσα σε αυτήν, 3) να είναι δημιουργικοί και να ενθαρρύνουν έναν νέο τρόπο αστικής καθημερινότητας, 4) να είναι μια «ομπρέλα» προστασίας και συγκέντρωσης όλων των ταυτοτήτων της πόλης (οικονομικής, κοινωνικής, τουριστικής) και τέλος 5) να επιμερίσουν την ταυτότητά της χωρίς όμως να τη διαιρέσουν και να την εξετάσουν ξεχωριστά (Tayebi, 2006).



κεφάλαιο 4

γνωριμία με την
ευρύτερη περιοχή
μελέτης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΓΝΩΡΙΜΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΠΕΡΙΟΧΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

Γενικά στοιχεία Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης

Η Περιφέρεια Αν. Μακεδονίας και Θράκης βρίσκεται στο βορειοανατολικό άκρο της χώρας, με έκταση 14.157,2 τ.χλμ., και περιλαμβάνει τους νομούς Δράμας, Καβάλας, Ξάνθης, Ροδόπης και Έβρου, με έδρες τη Δράμα, την Καβάλα, την Ξάνθη, την Κομοτηνή και την Αλεξανδρούπολη αντίστοιχα. Στη γεωγραφική ενότητα περιλαμβάνονται και οι νήσοι Θάσος (Περιφερειακή ενότητα Καβάλας) και Σαμοθράκη (Περιφερειακή ενότητα Έβρου). Σύμφωνα με τα προσωρινά αποτελέσματα της ΕΛ.ΣΤΑΤ. της απογραφής του 2011 ο πληθυσμός της ανέρχεται στους 606.170 κατοίκους (ΕΛΣΤΑΤ, 2011). Το οικιστικό δίκτυο χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό διασποράς και χαμηλή πυκνότητα. Πρωτεύουσα της περιφέρειας είναι η Κομοτηνή και χαρακτηρίζεται οικισμός πρώτου επιπέδου, ενώ τα υπόλοιπα αστικά κέντρα δευτέρου. Ο πληθυσμός είναι περίπου ισοκατανομημένος σε όλες τις περιφερειακές ενότητες, με μεγαλύτερο αυτόν του νομού Έβρου (147.530 κάτοικοι) και μικρότερο αυτό του νομού Δράμας (98.540 κάτοικοι) (ΕΛΣΤΑΤ, 2012).

Σε συνδυασμό με τα 246 χλμ. της Εγνατίας Οδού, τις θαλάσσιες και εναέριας πύλης εισόδου και εξόδου και τις τέσσερις κάθετες διακρατικές διόδους προς τη Βουλγαρία, τα αστικά κέντρα αποτελούν πόλους εξέλιξης πάνω σ' αυτόν τον άξονα ανάπτυξης. Ακόμη, εξαιτίας της γεωγραφικής της θέσης έχει την ευκαιρία να λειτουργεί και ως ενεργειακό σταυροδρόμι, αφού αποτελεί τη μόνη ευρωπαϊκή σύνδεση με τα κοιτάσματα της Κασπίας και του Αζερμπαϊτζάν και προκειμένου να υπάρξει σύνδεση αυτού με την Ιταλία, έχει μετατραπεί σε διάυλο μεταφοράς φυσικού αερίου (Σειμανίδη, 2008).



[14] Λίμνη Βιστωνίδα, Ξάνθη

Πηγή : <http://www.airphotos.gr>



[15] Δάσος Δαδιάς, Έβρος

Πηγή : <http://photosoflights.blogspot.gr>

Όπως είναι λογικό, σε όλη αυτήν την έκταση της περιφέρειας μπορεί να διακρίνει εύκολα κανείς το πλούσιο φυσικό και πολιτιστικό της περιβάλλον. Στην υπό μελέτη περιοχή υπάρχουν πολλές προστατευόμενες περιοχές από εθνικές διατάξεις και διεθνείς συμβάσεις (συνθήκη Ramsar, Δίκτυο Natura 2000, καταφύγια άγριων ζώων, Εθνικά Πάρκα, διατηρητέα μνημεία της φύσης, βιογενετικά



αποθέματα), υγρότοποι, σημαντικά δέλτα ποταμών (Δέλτα Νέστου, Δέλτα Έβρου), παραδοσιακοί οικισμοί, αρχαιολογικοί χώροι και ιστορικοί τόποι.

Το Περιφερειακό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για την ΑΜΘ και το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα για τη ΜΘ στοχεύουν στην προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, ώστε αυτό με τη δημιουργία των κατάλληλων υποδομών να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης της χώρας και θεμέλιο για την προσέλκυση τουριστικών δραστηριοτήτων και επενδύσεων. Πάντα, όμως, σε συγκερασμό με τον παράγοντα της αειφορίας και την ορθολογική διαχείριση των πόρων (ΓΠΧΣΑΑ, 2008), (ΠΠΧΣΑΑ, 2003), (ΠΕΠ ΜΘ, 2007).



[16] Αρχαιολογικό Μουσείο Αβδήρων, Ξάνθη

Πηγή : <http://www.thracehotels.gr>



[17] Αρχαίο Θέατρο Φιλίππων, Καβάλα

Πηγή : <http://www.kpe-philippi.gr>

Η συγκεκριμένη περιφέρεια διακρίνεται και για τον πλούσιο ορυκτό υπ-έδαφός της, καθώς διαθέτει χρυσό, γεωθερμικά πεδία, μάρμαρα και πετρέλαιο (Κορώνη, 1999). Επίσης διαθέτει έναν από τους μεγαλύτερους συγκεντρωμένους σταθμούς ηλεκτροπαραγωγής από αιολική ενέργεια στον Έβρο και θερμοηλεκτρικό εργοστάσιο στη ΒΙΠΕ Κομοτηνής. Σε συνδυασμό με τους κάθετους άξονες και τα εμπορικά λιμάνια Καβάλας και Αλεξανδρούπολης, την καθιστούν ενεργειακό πόλο και ενισχύουν την κρίσιμη γεωπολιτική της θέση.

Σύμφωνα με το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τη Βιομηχανία, επιδιώκεται η ισόρροπη ανάπτυξη όλων των περιφερειακών ενοτήτων. Για τον λόγο αυτό χωρίζει το σύνολο της περιφέρειας, έχοντας εντοπίσει κοινά χαρακτηριστικά, σε δύο υποπεριοχές, αυτήν του τριπόλου Δράμα – Καβάλα – Ξάνθη, η οποία χαρακτηρίζεται ως περιοχή εντατικοποίησης, δηλαδή τόνωση της ελκυστικότητας και της προοπτικής βάσει συγκριτικών πλεονεκτημάτων και του διπόλου Κομοτηνής – Αλεξανδρούπολης, η οποία χαρακτηρίζεται περιοχή επέκτασης της βιομηχανίας. Πρακτικά, κάτι τέτοιο σημαίνει εφαρμογή πολιτικών και κατευθύνσεων που αποσκοπούν στην ενίσχυση της βιομηχανικής επιχειρηματικότητας, την ανάπτυξη και την ενδυνάμωσή της. Σε αυτό πρόκειται να συμβάλουν οι δικτυώσεις της περιφέρειας (ΕΠΧΣΑΑ για τη Βιομηχανία, 2008).





[18] Πλατφόρμα εξόρυξης πετρελαίου, Καβάλα

Πηγή : <http://www.airphotos.gr>

[19] Κόμβος Αρδανίου Εγνατίας Οδού, Καβάλα

Πηγή : <http://www.egnatia.eu>

Αντίστοιχα, το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό περιγράφει όλη την περιφέρεια ως τουριστικά αναπτυσσόμενη για εναλλακτικές μορφές τουρισμού και συγκεκριμένα δίνεται κατεύθυνση στο βόρειο τμήμα της για εναλλακτικές μορφές τουρισμού του ορεινού όγκου, παρόλο που βασίζεται στον πρωτογενή τομέα και όλο το παραλιακό μέτωπο για ανάπτυξη θαλάσσιου τουρισμού (ΕΠΧΣΑΑ για τον Τουρισμό, 2008).



[20] Βάθρες, Σαμοθράκη

Πηγή : <http://www.visitevros.gr>

[21] Χιονοδρομικό Κέντρο Φαλακρού, Δράμα

Πηγή : <http://www.dramini.gr>



Όλα τα παραπάνω υποστηρίζονται από ένα αξιόλογο σύστημα υποδομών που υπάρχει σε όλη την έκταση της περιφέρειας. Το μεγαλύτερο οδικό έργο, αυτό της Εγνατίας οδού, διασχίζει όλα τα αστικά κέντρα των νομών, πλην της Δράμας, η σιδηροδρομική γραμμή το ίδιο, πλην της Καβάλας, ενώ υπάρχουν δύο αεροδρόμια (‘Μέγας Αλέξανδρος’ στην Καβάλα και ‘Δημόκριτος’ στην Αλεξανδρούπολη), οκτώ λιμάνια τοπικής και εθνικής εμβέλειας. Τα έξι από τα λιμάνια βρίσκονται στο ηπειρωτικό τμήμα της ΑΜΘ ενώ τρία από αυτά είναι εμπορικά (Καβάλα, Αλεξανδρούπολη και Πόρτο Λάγος).



(κάτω)

[22] Σιδηροδρομικός Σταθμός
Αλεξανδρούπολης

Πηγή : <http://www.alexandroupoli.net>

(επάνω)

[23] Επιβατικό Λιμάνι Καβάλας

Πηγή : <http://www.tourismos-kavala.gr>



Συμπερασματικά, η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης είναι ένας αξιόλογος τόπος, με προοπτικές και δυνατότητες, με υπόβαθρο που να στηρίζει οποιαδήποτε οικονομική δραστηριότητα επέκτασης. Αξιοποιώντας τη θέση της όχι ως μειονέκτημα αλλά ως δυνατό σημείο, δίνεται η ευκαιρία σε όλους τους τομείς παραγωγής για περαιτέρω ανάδειξη.



Γενικά στοιχεία Περιφερειακής Ενότητας Ροδόπης

Η Περιφερειακή Ενότητα Ροδόπης ανήκει στο γεωγραφικό διαμέρισμα της Θράκης μαζί με αυτές της Ξάνθης και του Έβρου, δυτικά και ανατολικά αντίστοιχα και περιλαμβάνει τέσσερεις δήμους, Κομοτηνής, Αρριανών, Ιάσμου, Μαρώνειας και Σαπών. Στο βόρειο τμήμα του νομού, που συνορεύει με τη Βουλγαρία, εκτείνεται η οροσειρά της Ροδόπης ενώ το νότιο τμήμα βρέχεται από το Θρακικό πέλαγος. Διαθέτει, δηλαδή, μία ποικιλία στο ανάγλυφό της καθώς από το υψόμετρο των 1.800 μ. περίπου του Παπίκιου όρους φτάνει κανείς στην εκτεταμένη και εύφορη πεδιάδα της (Κατσάρη-Βαφειάδη, 2008).

Έχει πληθυσμό 111.610 κατοίκους (ΕΛΣΤΑΤ, 2012), με έμφαση στον πρωτογενή τομέα παραγωγής, γεωργία (σιτηρά, βαμβάκι, καπνό, ζαχαρότευτλα, ηλιάνθο, βιομηχανική τομάτα), κτηνοτροφία, δασοκομία και αλιεία και λιγότερο στους άλλους δύο, με εξαίρεση τον Δήμο Κομοτηνής. Αν και αυτό με το πέρασμα του χρόνου αλλάζει καθώς η βιομηχανική και μεταποιητική παραγωγή παρουσιάζει αυξητικές τάσεις. Άμεση επίπτωση, όμως, έχει η παραγωγική διάρθρωση στη διαμόρφωση του επιπέδου εκπαίδευσης του νομού, όπου ένα μεγάλο ποσοστό των κατοίκων είναι απόφοιτοι του δημοτικού, σύμφωνα με την απογραφή του 2001.



[24] Γέφυρα Ποταμού Κομφάτου

Πηγή : <http://www.pomakohoria.blogspot.com>



[25] Αναστασιούπολη

Πηγή : προσωπικό αρχείο



[26] Θρακικά Μετέωρα

Πηγή : <http://www.eoskomotinis.blogspot.com>

Ο περιφερειακή ενότητα έχει να επιδείξει ένα πολυποίκιλο φυσικό και πολιτιστικό απόθεμα. Διαθέτει ένα σύνολο υγροτοπικών σχηματισμών στα παράλια και συγκεκριμένα τις λίμνες και λιμνοθάλασσες Μητρικού (Ισμαρίδα), Ξηρολίμνη, Καρατζά, Αλκή (Μέση) και Πτελέα. Επίσης, κοιλάδες που φιλοξενούν σπάνια είδη χλωρίδας και ορνιθοπανίδας στο εσωτερικό της οροσειράς, σπήλαια και σπάνια δάση συμπληρώνουν τη φυσιογνωμία της περιοχής. Πλούσιος χαρακτηρίζεται και ο πολιτισμός που αποτυπώνεται με οποιαδήποτε μορφή, πετρόχτιστα γεφύρια, παραδοσιακοί οικισμοί, αρχαία θέατρα, ναοί, επέτειοι, καλλιτεχνικές εκδηλώσεις. Ιδιαίτερο στοιχείο της περιοχής



αποτελούν τα άγνωστα σε πολλούς Θρακικά Μετέωρα αλλά και τα εναπομείναντα τμήματα της Αναστασιούπολης (4^{ος} – 5^{ος} αιώνας μ.Χ) (Τριανταφυλλίδου, 2010).

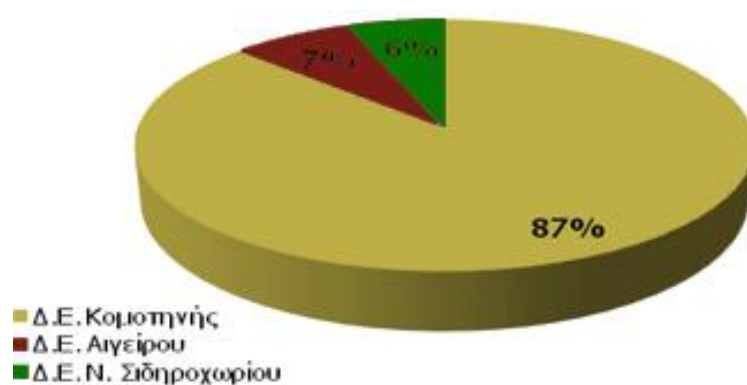
Γενικά δεν παρατηρείται ιδιαίτερη οικονομική ανάπτυξη, η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι πιο συντηρητική σε σχέση με το υπόλοιπο της χώρας, λόγω των πληθυσμιακών και παραγωγικών ιδιαιτεροτήτων, την απομόνωση και τη γραφειοκρατία και η τουριστική δραστηριότητα περιορισμένη. Η ένταση που δίνεται στον πρωτογενή τομέα ίσως αποτελέσει ευκαιρία για μία διαφορετική εκμετάλλευση, με περισσότερη καινοτομία και εξειδίκευση, ενώ η διαχείριση της γεωγραφικής του θέσης είναι ιδιαίτερα σημαντική υπόθεση διότι αποτελεί σύνορο μίας αρκετά μεγάλης ευρωπαϊκής ενδοχώρας, με ό, τι αυτό συνεπάγεται (Παπαγιαννάκης, 2012).

Γενικά στοιχεία Δήμου Κομοτηνής

Ο νέος Καλλικρατικός Δήμος Κομοτηνής αποτελείται από τις Δημοτικές Ενότητες Κομοτηνής, Αιγείρου και Ν. Σιδηροχωρίου, με έκταση 288,5 τ.χλμ. και πληθυσμό 66.580 κατοίκους, σύμφωνα με την απογραφή του 2011. Εκτείνεται στα βόρεια από μέρος της οροσειράς της Ροδόπης και τα ελληνοβουλγαρικά σύνορα έως τις ακτές του Θρακικού Πελάγους. Δυτικά συνορεύει με τον Δήμο Ιάσμου και ανατολικά με τους δήμους Μαρώνειας – Σαπών και Αρριανών (Σειμανίδη, 2008).

Ο δήμος, ως κατώτερο επίπεδο επεξεργασίας δημογραφικών στοιχείων¹, φαίνεται να διαμορφώνεται ως εξής:

Διάγραμμα 1 Κατανομή πληθυσμού Δήμου Κομοτηνής ανά Δ.Ε. 2001



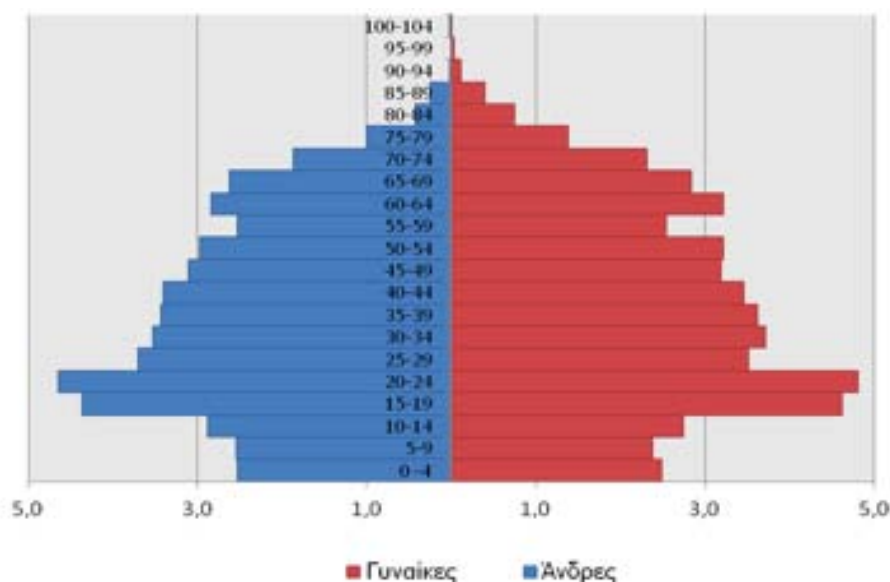
Πηγή : Δήμος Κομοτηνής, www.komotini.gr [ανάκτηση στις 31.05.2012]

¹ Τα δημογραφικά οικονομικά στοιχεία που παρατίθενται είναι αποτελέσματα της απογραφής της ΕΣΥΕ για τα έτη 1991-2001, καθώς αυτά της απογραφής του 2011 δεν έχουν ολοκληρωθεί ακόμα.



Από το διάγραμμα¹ προκύπτει, δηλαδή, ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού του δήμου κατοικεί στην Κομοτηνή, ενώ ελάχιστοι συγκριτικά είναι αυτοί που κατοικούν στους οικισμούς της υπαίθρου. Επίσης, όπως είναι γενικό φαινόμενο για όλη την περιφέρεια και το νομό, έτσι και ο δήμος συνίσταται από περισσότερες γυναίκες απ' ότι άνδρες με ποσοστά 51% και 49% αντίστοιχα.

Διάγραμμα 2 Πυραμίδα ηλικιών ανά φύλο Δήμου Κομοτηνής κατά το 2001



Πηγή : Δήμος Κομοτηνής, www.komotini.gr [ανάκτηση στις 31.05.2012]

Όπως φαίνεται και από το διάγραμμα της πυραμίδας των ηλικιών, οι παραγωγικές ηλικίες 15 – 64 αντανakλούν το 74% του συνολικού πληθυσμού, ο παιδικός πληθυσμός ηλικίας 0 – 14 μόνο το 15,5% και ο ηλικιωμένος, δηλαδή οι ηλικίες 65 και άνω, το 14%. Με άλλα λόγια ο πληθυσμός του δήμου κατά την απογραφή του 2001 παρουσιάζει τάσεις γήρανσης, κάτι που ενισχύεται μερικώς και από τις δύο νέες Δημοτικές Ενότητες του Αιγείου και του Ν. Σιδηροχωρίου, αφού οι δείκτες γήρανσης είναι πάνω από τη μονάδα και το μέσο όρο της χώρας (συγκεκριμένα 1,53 και 1,56 αντίστοιχα (Δήμος Κομοτηνής, ανάκτηση στις 31.05.2012).

Με βάση την απογραφή του 2001, ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός του Δήμου Κομοτηνής αντιπροσωπεύει το 40,4% του συνολικού πληθυσμού του. Πιο ειδικά, ανά δημοτική ενότητα, το υψηλότερο ποσοστό ενεργού πληθυσμού παρατηρείται στη Δ.Ε. Νέου Σιδηροχωρίου ενώ το χαμηλότερο στην Δ.Ε. Αιγείου. Παράλληλα, ο υψηλότερος αριθμός ανέργων εντοπίζεται στη Δ.Ε. Κομοτηνής και ακολουθούν η Δ.Ε. Ν. Σιδηροχωρίου και Αιγείου, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα.



Πίνακας 1 Κατανομή ενεργού πληθυσμού ανά Δ.Ε. κατά το 2001

	Ενεργός Πληθυσμός		Απασχολούμενοι		Άνεργοι	
	άτομα	% (επί του συνολικού πληθυσμού)	άτομα	% (επί του ενεργού πληθυσμού)	άτομα	% (επί του ενεργού πληθυσμού)
Δ.Ε. Κομοτηνής	21108	40,08	18980	89,92	2128	10,08
Δ.Ε. Αιγείρου	1708	38,66	1567	91,74	141	8,26
Δ.Ε. Ν. Σιδηροχωρίου	1642	46,95	1490	90,74	152	9,26
Σύνολο Δήμου	24458	40,38	22037	90,10	2421	9,90

Πηγή : Δήμος Κομοτηνής, www.komotini.gr [ανάκτηση στις 31.05.2012]

Όσον αφορά στην απασχόληση στον τόπο κατοικίας, το 2001, οι απασχολούμενοι στον πρωτογενή τομέα αποτελούσαν το 23,2% του συνόλου των απασχολούμενων, με τη Δ.Ε. Κομοτηνής να συγκεντρώνει μόλις το 16,5% και τη Δ.Ε. Νέου Σιδηροχωρίου να φτάνει το 76,5% επί των απασχολούμενων εντός αυτής. Στον δευτερογενή τομέα, το ποσοστό των απασχολούμενων για το σύνολο του Δήμου ανέρχεται σε 22,3%, με υψηλότερο επιμέρους ποσοστό αυτό της Δ.Ε. Κομοτηνής και τις Δ.Ε. Αιγείρου και Ν. Σιδηροχωρίου να ακολουθούν. Οι απασχολούμενοι στον τριτογενή τομέα αποτελούσαν το 54,5% σε επίπεδο Δήμου, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό διαμορφώθηκε σε 59,2% για την Κομοτηνή, 28,8% για τον Αίγειρο και 18,5% για το Ν. Σιδηροχώρι.

Πίνακας 2 Κατανομή απασχολούμενων ανά παραγωγικό τομέα ανά Δ.Ε. κατά το 2001

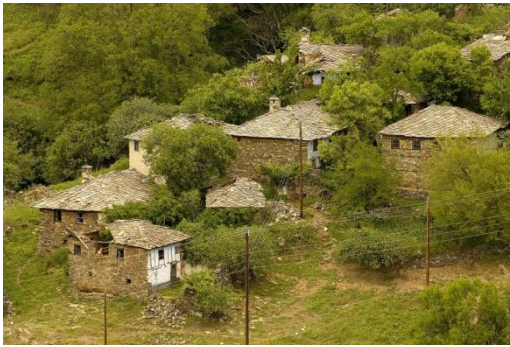
Χωρική Ενότητα	Πληθυσμός	Απασχολούμενοι	Αριθμός απασχολούμενων (εξαιρουμένων όσων δεν απάντησαν)				Ποσοστό (%) επί του συνόλου των απασχολούμενων (εξαιρουμένων όσων δεν απάντησαν)			
			Πρωτογενής	Δευτερογενής	Τριτογενής	Σύνολο	Πρωτογενής	Δευτερογενής	Τριτογενής	Σύνολο
Δ.Ε. Κομοτηνής	52659	18980	2963	4362	10645	17970	16,49	24,27	59,24	100,00
Δ.Ε. Αιγείρου	4418	1567	893	207	445	1545	57,80	13,40	28,80	100,00
Δ.Ε. Ν.Σιδηροχωρίου	3497	1490	952	62	230	1244	76,53	4,98	18,49	100,00
Σύνολο Δήμου	60574	22037	4808	4631	11320	20759	23,16	22,31	54,5	100,0
Ν.Ροδόπης	110828	44505	22076	6840	14121	43037	51,30	15,89	32,81	100,00
Σύνολο χώρας	10964020	4102091	591669	892189	2401831	3885689	15,23	22,96	61,81	100,00

Πηγή : Δήμος Κομοτηνής, www.komotini.gr [ανάκτηση στις 31.05.2012]



Εξετάζοντας τον τομέα των υποδομών ο Δήμος Κομοτηνής διασχίζεται από την Εγνατία Οδό, με δύο κόμβους εισόδου και εξόδου για την πόλη της Κομοτηνής, ενώ από τα βόρεια αυτής έχει κατασκευαστεί ένας από τους κάθετους άξονες που ενώνουν τη χώρα με τη Βουλγαρία. Το υπόλοιπο οδικό δίκτυο του δήμου είναι ικανοποιητικό, καθιστώντας δυνατή την πρόσβαση σε όλη την έκτασή του και με εναλλακτικές διαδρομές. Επίσης, η πόλη της Κομοτηνής διαθέτει και σιδηροδρομικό σταθμό, που ανήκει στη γραμμή του ΟΣΕ Αθήνας – Ορμενίου. Ως προς το σύστημα αποχέτευσης να σημειωθεί ότι μόνο η πρωτεύουσα του δήμου διαθέτει οργανωμένο και σύγχρονο δίκτυο, ενώ οι οικισμοί χρησιμοποιούν ακόμα σηπτικούς βόθρους. Επίσης, παρόλο που η ΒΙΠΕ Κομοτηνής διαθέτει, όπως έχει προαναφερθεί, θερμοηλεκτρικό εργοστάσιο, που αξιοποιεί το φυσικό αέριο που περνά από την Τουρκία προς τη Ιταλία, δεν διαθέτει εγκαταστάσεις χρήσης του (Σεϊμανίδη, 2008).

Για να γνωρίσει κανείς την ευρύτερη περιοχή της Κομοτηνής δεν θα πρέπει να μείνει στις παραπάνω περιγραφές αλλά να ανακαλύψει τις κρυφές ομορφιές της. Παρόλο που δεν είναι από τους ιδιαίτερα δημοφιλείς προορισμούς, είναι αξιοσημείωτη η φυσική και πολιτιστική της κληρονομιά με το πέρασμα των αιώνων. Εναρμονισμένη με το υπόλοιπο τοπίο και τη φυσιογνωμία γενικά του νομού και της περιφέρειάς της, ο Δήμος Κομοτηνής μπορεί να προσφέρει μία ολοκληρωμένη εμπειρία στους κατοίκους αλλά και τους επισκέπτες.



[27] Οικισμός Νυμφαίας

Πηγή : <http://www.remthtourism.gr>

Μελετώντας την περιοχή θα δει κανείς οικολογικά και πολιτιστικά αποτυπώματα από όλες τις χρονικές περιόδους. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Νυμφαίας, ενός οικισμού ο οποίος διαθέτει ερείπια βυζαντινού τείχους, έγινε όμως γνωστός από το Οχυρό της γραμμής Μεταξά το 1941, μετά την εισβολή των Γερμανών κατά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Είναι ένας οικισμός, χωρίς σχέδιο και όρια, με κτίρια που εναρμονίζονται πλήρως με το ανάγλυφο και τα χαρακτηριστικά της φύσης, κυρίως κατοικίες, ενώ υπάρχει ένα σχολείο, ένα καφενείο κι ένα τζαμί που δε λειτουργούν για τους ελάχιστους κατοίκους. Χαρακτηριστικό της Νυμφαίας είναι η απουσία οδικού δικτύου,



παρά μόνο ορισμένοι χωματόδρομοι από την είσοδο του χωριού (πλάτωμα) έως το βόρειο κεντρικό του σημείο (Κατσιμίγας, 1984).



[28] Περιαστικό δάσος Νυμφαίας

Πηγή : προσωπικό αρχείο Κασαμπαλή Ζ.



[29] Στρατιωτικό Μουσείο Οχυρού Νυμφαίας

Πηγή : thrakilive.blogspot.com

Πέρα από αυτό, όμως, η ευρύτερη περιοχή της Νυμφαίας λειτουργεί ως περιαστικό δάσος, έναν πνεύμονα για τους κατοίκους της πόλης της Κομοτηνής και τους επισκέπτες, καθώς η πρόσβαση σε αυτό είναι εύκολη, μόλις σε 14 χλμ. Είναι κατάλληλη περιοχή για περίπατο, γυμναστική αλλά και αναψυχή μέσα στους διαμορφωμένους από το δασαρχείο, χώρους. Διαθέτει χώρους ανάπαυσης, ανοιχτά γήπεδα μπάσκετ και τέννις, ενώ στο βορειότερο άκρο του δάσους βρίσκεται και το Τουριστικό Περίπτερο της Νυμφαίας. Μετά από αυτό, ακολουθώντας μία πορεία πάντα προς τα βόρεια 14 χλμ. ασφάλτου ή 20 χλμ. καλού χωματόδρομου και σε ύψος 1050 μ. βρίσκεται το καταφύγιο «Χαράλαμπος Δήμου» του Ελληνικού Ορειβατικού Συλλόγου Κομοτηνής. Από εκεί, με πεζοπορία μίας ώρας περίπου φτάνει κανείς στα ελληνοβουλγαρικά σύνορα, ενώ στα 14 χλμ. συναντά το Οχυρό της Νυμφαίας, όπου και βρίσκεται το ομώνυμο Στρατιωτικό Μουσείο.

Το ορεινό τμήμα του δήμου προσφέρεται για οδοιπορικά και πεζοπορία στο ευρωπαϊκό μονοπάτι E6, για mountain bike ανάμεσα σε φλαμουριές, καρυδιές, φτελιές, κέδρους, φουντουκιές και ποτάμια με καταρράκτες. Το τοπίο έρχεται να συμπληρώσει η άγρια πανίδα της περιοχής, με άλογα, ελάφια και αγριογούρουνα που μπορεί κανείς να θαυμάσει (Περιφέρεια ΑΜΘ, 2005)

Σημαντικό κεφάλαιο του Δήμου Κομοτηνής είναι και οι υδροβιότοποι. Η λίμνη Ισμαρίδα (Μητρικού) είναι το ανατολικότερο άκρο ενός προστατευόμενου από τη συνθήκη Ramsar συμπλέγματος λιμνοθαλασσών που από τα ανατολικά προς τα δυτικά είναι οι Έλος, Πτελέα, Αλυκή



(Μέση), Αρωγή (Καρατζά) και Ξηρολίμνη (Φαναρίου). Όλες έχουν αλμυρό νερό ενώ η λίμνη Ισμαρίδα είναι η μοναδική αβαθής με γλυκό νερό στη βόρεια Ελλάδα. Η πλούσια χλωρίδα της περιοχής περιλαμβάνει αρμυρίκια, παρόχθια βλάστηση, ελόβια και επιπλέουσα βλάστηση ενώ πέρα από θηλαστικά και ερπετά η ορνιθοπανίδα που παρατηρείται συνίσταται από αγριοτσικνιάδες, χαλκόκοτες, μουστακογλάρους, μερικά δηλαδή από τα απειλούμενα είδη (ΕΜΕ, 2002).

Η οικονομική προσφορά του υγροτοπικού συμπλέγματος είναι αξιόλογη, αφού προσφέρει αλιευτικό πλούτο και συνεισφέρει στη γεωργία και την κτηνοτροφία. Επιπρόσθετα αποτελεί έναν πόλο έλξης για τους φυσιολάτρεις της περιοχής και όχι μόνο διότι παρέχει μέσω δραστηριοτήτων, όπως, παρατήρηση πουλιών (bird watching) και κανό λίμνης τη διασκέδαση με τη γνώση.



[30] Παραλία Φαναρίου

Πηγή : <http://www.tripadvisor.com.gr>



[31] Παραλία Αρωγής

Πηγή : <http://www.airphotos.gr>

Κατευθυνόμενοι προς το νότο και το παραλιακό μέτωπο του Δήμου Κομοτηνής διαπιστώνει κανείς ότι όλη η ακτογραμμή μπροστά τις λιμνοθάλασσες περιλαμβάνει οργανωμένες και μη παραλίες για μπάνιο. Τα τελευταία χρόνια η περιοχή έχει σημειώσει σημαντική ανάπτυξη, καθώς σε συνδυασμό με την προστασία του περιβάλλοντος (προστατευόμενες περιοχές) και τα αναγνωρισμένα καταγάλανα νερά του Θρακικού Πελάγους, προσφέρονται υπηρεσίες και σύγχρονες υποδομές για την ικανοποίηση των επισκεπτών. Αξίζει να σημειωθεί ότι στο λιμάνι του οικισμού Φανάρι υπάρχει η δυνατότητα προσάραξης τουριστικών σκαφών και ιστιοφόρων, ενώ και το οργανωμένο camping του ΕΟΤ αποτελεί μία εναλλακτική επιλογή. Τέλος, υπάρχει διαμορφωμένη διαδρομή για περπάτημα και ποδηλασία ανάμεσα στη θάλασσα και τις λίμνες από το Φανάρι έως και τον οικισμό της Παραλίας Μέσης.



κεφάλαιο 5

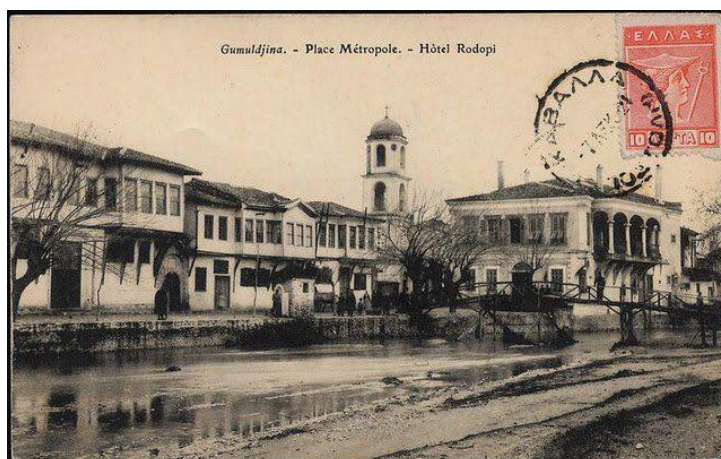
ιδιαίτερα
χαρακτηριστικά
του αστικού τοπίου
της Κομοτηνής

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΑΣΤΙΚΟΥ ΤΟΠΙΟΥ ΤΗΣ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ

Γενικά χαρακτηριστικά

Η Κομοτηνή, η πρωτεύουσα της Θράκης, με πληθυσμό περίπου 43.000 (προσεγγιστικά σύμφωνα με τη μεταβολή του 2001), είναι έδρα της διοικητικής Περιφέρειας Αν. Μακεδονίας και Θράκης, της διευρυμένης νομαρχιακής αυτοδιοίκησης Ροδόπης – Έβρου, της Νομαρχιακής Ενότητας Ροδόπης, έδρα του ομώνυμου δήμου. Είναι σπουδαίο εμπορικό, οικονομικό, πολιτιστικό, διοικητικό κέντρο και προσφέρει όλες τις σύγχρονες ανέσεις που θα έβρισκε κάποιος σε οποιαδήποτε άλλη επαρχιακή πόλη. Είναι, επίσης, έδρα της Μητρόπολης Μαρώνειας και Κομοτηνής, του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης², διανομαρχιακών δημόσιων υπηρεσιών, οργανισμών, τραπεζών, επιχειρήσεων κτλ. (ΕΜΕ, 2002)

Η πόλη κτισμένη σε υψόμετρο 32-38 μ. Είναι επίπεδη με εξαίρεση τις βόρειες συνοικίες (Αγία Βαρβάρα), απ' όπου αρχίζουν τα ομαλά υψώματα για να καταλήξουν στα νότια κράσπεδα της οροσειράς της Ροδόπης. Η ρυμοτομία είναι ακανόνιστη και δαιδαλώδης, κυρίως στην παλιά πόλη, σε αντίθεση με τις προσφυγικές συνοικίες και τον οικισμό Νέα Μοσυνούπολη. Παλαιότερα διέρρεε την πόλη ο χειμάρρος Μπουκλουτζάς, οι πλημύρες του οποίου προκαλούσαν σημαντικές ζημιές. Το έτος 1960 μετά από μία καταστροφική πλημύρα, έγινε η εκτροπή του χειμάρρου και ακολούθησε το 1970 η επικάλυψη της κοίτης του, πάνω στην οποία διαμορφώθηκε μακρά λεωφόρος, που φέρει διαδοχικά τα ονόματα (με αρχή την είσοδο της Ξάνθης) Υψηλάντου, Δημοκρίτου, Ορφέως και Δημοκρατίας (Κοτσίλας, 2012).



[32] Card Postal εποχής

Πηγή : προσωπικό αρχείο Παπαδάκη Γ.

² Τα τμήματα του πανεπιστημίου που λειτουργούν στην Κομοτηνή είναι τα εξής : Νομικής, Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Ιστορίας και Εθνολογίας, Ελληνικής Φιλολογίας, Κοινωνικής Διοίκησης, Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Ανάπτυξης, Γλωσσών Φιλολογίας και Πολιτισμού Παρευξείνιων Χωρών, Πολιτικών Επιστημών και Διοίκησης Επιχειρήσεων



Μαζί με τον Μπουκλουτζά, όμως, θάφτηκε και το παρελθόν της πόλης, η οποία ακολουθώντας το ρεύμα του «εξευρωπαϊσμού» απέβαλε όλα τα παραδοσιακά της στοιχεία και ιδιαίτερα τις ανατολίτικες επιρροές. Μαζί με τα λιθόστρωτα δρομάκια χάνεται οριστικά η ανάμνηση της άλλης Κομοτηνής, της άγνωστης στους νεότερους, με τη σκεπαστή αγορά, τα παλιά χάνια, τα λουτρά, τα βυρσοδεψία και τις παραδοσιακές κοινωνικές σχέσεις. Η σπουδή για τον κακώς εννοούμενο εκσυγχρονισμό δεν επέτρεψε να εκτιμηθούν τα στοιχεία εκείνα που χαρακτηρίζουν τη μακραίωνη ιστορία της πόλης (Κοτσίλας, 2012).

Ιστορικά στοιχεία

Τα τεκμήρια για την ύπαρξη αρχαίου πολισίματος στη θέση της σημερινής Κομοτηνής, οδηγούν στα πρωτοχριστιανικά χρόνια : το φρούριό της (βλέπε σχετικά φρούριο Κομοτηνής), ο επιτύμβιος βωμός του 4^{ου} αι. μ.Χ., το ελληνιστικής εποχής δωρικό κιονόκρανο και η εικονιστική κεφαλή του χρονολογείται στο τελευταίο τέταρτο του 2^{ου} αι. μ.Χ. Είναι, όμως, πολύ πιθανό στο σημείο αυτό να συγκλίνουν οι απόψεις πολλών ιστορικών για το ότι η Κομοτηνή διαθέτει ιστορία δύο χιλιετιών, ακόμα και ως ατείχιστος οικισμός (ΕΡΤ αρχείο 1, 1998).

Η θέση της πάνω στην Εγνατία Οδό που συνέδεε το Δυρράχιο με την Κωνσταντινούπολη, της έδινε προνόμια – ιδιαίτερα οικονομικού χαρακτήρα – ώστε σταδιακά εξελίχθηκε και εμφανίστηκε στον ορίζοντα της τοπικής ιστορίας, στη σκιά βέβαια της γειτονικής Μαξιμιανούπολης (σημερινή Μοσυνούπολη), η υπεροχή της οποίας μέχρι την καταστροφή της από τους Βούλγαρους ήταν αδιαμφισβήτητη (ΕΡΤ αρχείο 1, 1998).

Οι επόμενες χρονικά μαρτυρίες θα καταγραφούν πολύ αργά, στον 14^ο αι. μ.Χ., όταν η ακρωτηριασμένη οθωμανική αυτοκρατορία σπαρασσόταν από τις εμφύλιες διαμάχες και τις εχθρικές επιθέσεις στα σύνορά της. Το έτος 1343 μ.Χ. η Κομοτηνή, όπως και οι υπερασπιστές των γειτονικών φρουρίων Ασωμάτων, Παραδημής, Κρανοβουνίου και Στυλαρίου προσχωρούν στον Ιωάννη Στ' Κατακουζηνό για να συμμετέχουν στον καταστροφικό εμφύλιο πόλεμο, ο οποίος διήρκεσε έως το 1347 μ.Χ. και ουσιαστικά προετοίμασε το έδαφος για την κατάληψη της περιοχής από τους Τούρκους (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ροδόπης, 2005).

Στα 1363 μ.Χ., κατά την πιθανή σήμερα εκδοχή, ο εξισλαμισμένος Γαζή Εβρενός Μπέη, στην κατακτητική του πορεία από τα Ύψαλα προς τη Θεσσαλονίκη, εισέρχεται στην Κομοτηνή και εγκαθιδρύει την οθωμανική κυριαρχία, η οποία επρόκειτο να διαρκέσει πεντέμισι αιώνες. Όπως μαρτυρεί το οθωμανικό κατάστιχο, η διαδικασία αλλαγής του εθνικού χαρακτήρα της πόλης δεν



ήταν μία εύκολη και γρήγορη διαδικασία. Στα 1530 μ.Χ., σχεδόν δύο αιώνες μετά την κατάκτηση, στην πόλη λειτουργεί μόνο ένα τζαμί και μερικά μετζίτια. Στα 1548 μ.Χ. ο περιηγητής Pierre Belon, που την επισκέφτηκε, μας πληροφορεί ότι κατοικείται από Έλληνες και λίγους Τούρκους. Θα χρειαστεί να ακολουθήσουν στους επόμενους αιώνες μαζικοί εποικισμοί με μουσουλμάνους της Ανατολίας, εξισλαμισμοί εντόπιων χριστιανών αλλά και Πομάκων, για να αλλοιωθεί η φυσιογνωμία της Κομοτηνής και της περιφέρειάς της (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ροδόπης, 2005). Οι συνθήκες ζωής των χριστιανών, κατά τις διασωθείσες μαρτυρίες, ήταν αφόρητες. Σύμφωνα με περιστατικό που κατέγραψε ο Άγγλος περιηγητής Clark (1801), ο ίδιος και η συνοδεία του λιθοβολήθηκαν στους δρόμους της Κομοτηνής από τουρκικό όχλο και από χριστιανούς που έπρεπε να συμμερίζονται τις ορέξεις των δυναστών τους. Όταν δε εισήλθε σε ένα κατάστημα Έλληνα αργυροχόου, αυτός προς δημιουργία εντυπώσεων, ύψωσε τη φωνή του και τους απέπεμψε με άσχημο τρόπο, ψιθυρίζοντάς τους, όμως, ότι μπορούν αν βρεθούν στο χάνι. Αυτό, μαζί με άλλα περιστατικά δίνουν μία αμυδρή και στιγμιαία εικόνα του ψυχολογικού κλίματος μέσα στο οποίο ζούσαν οι Έλληνες (ΕΡΤ αρχείο 1, 1998).

Στη διάρκεια του 19^{ου} αι., σημαντικές εξελίξεις όπως η ελληνική επανάσταση, οι μεταρρυθμίσεις του Χάτι Χουμαγιούν και η προοδευτική εξασθένιση της οθωμανικής παντοδυναμίας, δίνουν περιθώριο προόδου στα υπόδουλα έθνη. Στο τελευταίο τέταρτο του αιώνα και στις αρχές του 20^{ου} η ελληνική αστική κοινότητα της Κομοτηνής κατέχει τα σκήπτρα του εισαγωγικού και εξαγωγικού εμπορίου, που διενεργείται πλέον και μέσω του σιδηροδρόμου. Τα άφθονα προϊόντα της πεδιάδας (καπνός, σιτηρά κ.α.) διακινούνται από Έλληνες εμπόρους, οι οποίοι σύντομα πλουτίζουν και αγοράζουν μεγάλα αγροκτήματα (τσιφλίκια) που συναπαρτίζουν εκτάσεις χιλιάδων στρεμμάτων



[33] Αρχοντικό οικ. Στάλιου και ο αλευρόμυλός της

Πηγή : προσωπικό αρχείο Ιωάννου Α.



και σημαντικό ποσοστό καλλιεργήσιμης γης. Χτίζουν τους ατμόμυλους, το αλεύρι των οποίων καλύπτει τις ανάγκες της περιοχής. Όμορφα αρχοντικά – ορισμένα εκ των οποίων σώζονται μέχρι και σήμερα – ιδιοκτησίες πλουσίων της πόλης δίνουν το μέτρο της οικονομικής προόδου (αρχείο ΕΡΤ 1, 1998).

Αν και ο ρωσοτουρκικός πόλεμος (1877-1878) προκαλεί την εγκατάσταση δεκάδων χιλιάδων μουσουλμάνων προσφύγων (τότε ιδρύονται νέες συνοικίες), εν τούτοις η πρόοδος των χριστιανών δεν αναχαιτίζεται. Στον πνευματικό τομέα έχουν, επίσης, να επιδείξουν θεαματικά αποτελέσματα. Στα 1885 λειτουργεί ο Σύλλογος «Ομόνοια», στους κόλπους του οποίου οι νέοι της Κομοτηνής δίνουν θεατρικές παραστάσεις και συναυλίες, ενώ παράλληλα πολυποίκιλη δραστηριότητα ασκεί και η Αδελφότης Κυριών. Στην πόλη κυκλοφορούν αδιάλειπτα όλες οι ελληνικές εφημερίδες της Κωνσταντινούπολης. Μεγάλοι ευεργέτες φροντίζουν με δωρεές τους την εύρυθμη λειτουργία των σχολείων (Λιάπης, 1993).

Οι φιλομαθέστεροι μαθητές συνέχιζαν τις σπουδές τους στα εκπαιδευτήρια της Αδριανούπολης και στη συνέχεια στα πανεπιστήμια της Ευρώπης. Ενδεικτικό της πνευματικής κίνησης είναι το γεγονός ότι από την Κομοτηνή καταγόταν μία από τις πρώτες γυναίκες γιατρούς της Θράκης, η Βικτώρια Μαργαριτοπούλου. Ο εμπορικός Οδηγός Annaire de commerce Didot – Rottin του 1912 καταγράφει 33 Έλληνες επιστήμονες, τραπεζίτες και εμπόρους, 6 Αρμένιους, 4 Ιουδαίους, 3 Οθωμανούς και κανένα Βούλγαρο (Λιάπης, 1993).

Το σύντομο χρονικό της βουλγαρικής κατοχής αρχίζει με τον Α' Βαλκανικό Πόλεμο (1912-1913), την ήττα της Τουρκίας και την κατάληψη της Κομοτηνής από βουλγαρικά στρατεύματα. Οι υπερβολικές αξιώσεις της Βουλγαρίας σε βάρος των συμμάχων της οδηγούν στον Β' Βαλκανικό Πόλεμο και τη συντριβή της από ελληνικά σερβικά στρατεύματα. Στις 14 Ιουλίου 1913 εισέρχεται



[34] Βουλγαρική κατοχή 1912

Πηγή : προσωπικό αρχείο Παπαδάκη Τ.



[35] Είσοδος ελληνικού στρατεύματος το 1920

Πηγή : προσωπικό αρχείο Παπαδάκη Τ.



στην πόλη, μέσα σε ατμόσφαιρα ξέφρενου ενθουσιασμού, ο ελληνικός στρατός και στο Διοικητήριο κυματίζει η σημαία της πόλης. Η συνθήκη του Βουκουρεστίου (28 Ιουλίου 1913), όμως, επιδικάζει την πόλη στην ηττημένη Βουλγαρία και τη χαρά διαδέχεται η απόγνωση. Ενώπιον του κινδύνου του βουλγαρικού στρατού, χριστιανοί και μουσουλμάνοι ενωμένοι ιδρύουν για λόγους πολιτικής σκοπιμότητας η βραχύβια Δημοκρατία της Γκιουμουλτζίνας, με πρωτεύουσα την Κομοτηνή. Η βουλγαροτουρκική συνθήκη της Κωνσταντινούπολης στις 16 Σεπτεμβρίου 1913 αίρει τα τελευταία εμπόδια για τη στρατιωτική κατάληψη της πόλης (Λιάπης, 1993).

Τον Οκτώβριο τα βουλγαρικά στρατεύματα εισέρχονται στην πόλη · άλλοι θα εκτοπιστούν στο εσωτερικό της Βουλγαρίας, άλλοι θα φυλακιστούν και άλλοι θα καταφέρουν να μεταβούν στις ελεύθερες ελληνικές πόλεις. Στις 14 Μαΐου 1920, μετά την έκρηξη του Α' Παγκόσμιου Πολέμου, την ήττα των δυνάμεων του λεγόμενου Άξονα και την κατάληψη της Θράκης από τα διασυμμαχικά στρατεύματα, το νοτιοδυτικό τμήμα της Μεγάλης Θράκης ενσωματώνεται στην Ελλάδα (Λιάπης, 1993).

Η προέλευση του ονόματος

Το πρόβλημα της προέλευσης του ονόματος «Κομοτηνή» ταλαιπώρησε αρκετούς ιστορικούς, εγχώριους και μη, οι δε εκδοχές που προτάθηκαν ξεκινούν από το χώρο της μυθοπλασίας, όπως του Οθωμανού περιηγητή Εβλιγιά Τσελεμπί (δήθεν εγκατάσταση στην περιοχή ενός Εβραίου με το όνομα Κουμλου – Τσιν ...), διατρέχουν την περίοδο της ελληνικής αρχαιότητας (η Κομοτηνή ήταν η κόρη του περίφημου ζωγράφου Παράσσιου) για να καταλήξουν στη βυζαντινή εποχή, όπου ο καθηγητής Στίλπων Κυριακίδης εντόπισε χρονικά την προέλευσή του. Σύμφωνα με την άποψη αυτή, η οποία θεωρείται η εγκυρότερη από όσες διατυπώθηκαν, το βυζαντινό όνομα Κουμουτζηνά υποδηλώνει τα κτήματα κάποιου με το επίθετο Κουμουτζής (ΕΜΕ, 2002).



[36] Γραμματόσημα εποχής

Πηγή : προσωπικό αρχείο Παπαδάκη Τ.

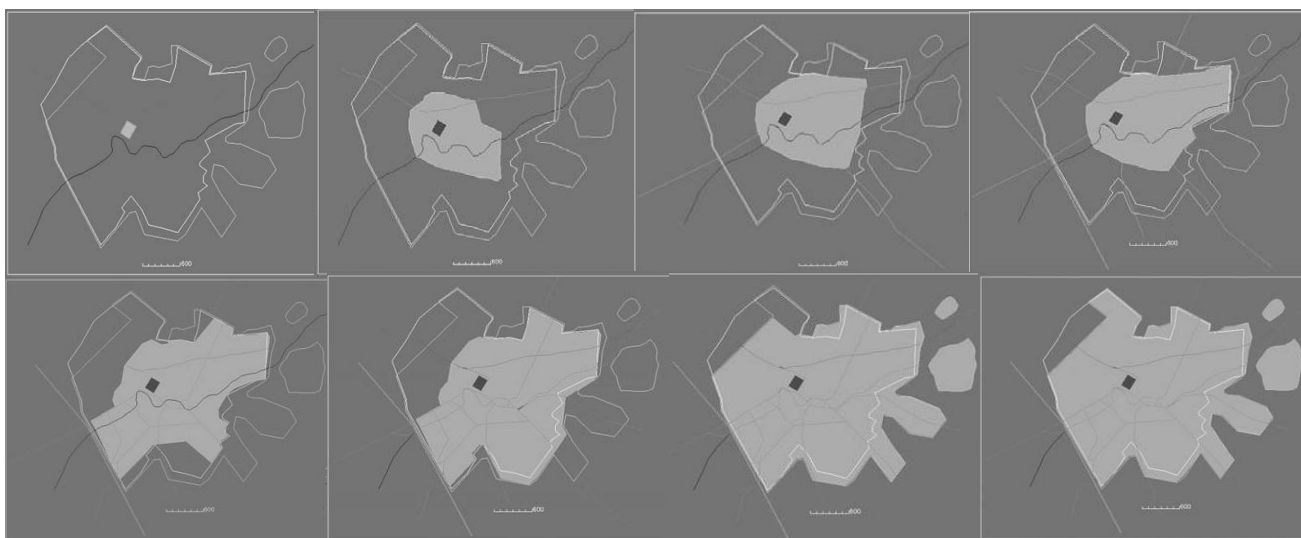
Η ονομασία, όπως άλλωστε και η ίδια η πόλη, δοκιμάστηκε σκληρά στη διάρκεια της οθωμανικής κατάκτησης. Η φθορά άγγιξε και τη λέξη Κουμουτζηνά, την οποία οι ορδές των κατακτητών αδυνατούσαν να προφέρουν ορθά και μετά από διαδοχικές αλλοιώσεις κατέληξε στον κακόηχο



τύπο Γκιουμουλτζίνε στα οθωμανικά και Γκιουμουλτζίνα στα ελληνικά, με τους οποίους είναι γνωστή σε όλη τη διάρκεια της Τουρκοκρατίας. Με την απελευθέρωση (1920) η ονομασία αποκαταστάθηκε στη λόγια μορφή της όπως και μας την παρέδωσε ο βυζαντινός ιστορικός Νικηφόρος Γρηγοράς και η οποία χρησιμοποιείται έως σήμερα (ΕΜΕ, 2002).

Γενική πολεοδομική οργάνωση

Ο αστικός ιστός της Κομοτηνής εμφανίζει ανομοιογένεια στις διάφορες συνοικίες. Ξεχωρίζει το κέντρο της πόλης, που έχει δαιδαλώδη ιστό με ακανόνιστου μεγέθους και σχήματος οικοδομικά τετράγωνα. Περιμετρικά του κέντρου και κυρίως στα νότια του, υπάρχουν συνοικίες με Ιπποδάμειο σύστημα. Οι περιοχές που βρίσκονται νότια και δυτικά του κέντρου έχουν πυκνό αστικό ιστό και μικρού μεγέθους οικοδομικά τετράγωνα, ενώ στα βόρεια ο αστικός ιστός αραιώνει. Η ρυμοτομία δεν είναι υλοποιημένη σε μεγάλο βαθμό, κυρίως στο ανατολικό και βορειανατολικό τμήμα της πόλης όπου διαμένουν αθίγγανοι και μουσουλμάνοι αντίστοιχα. Επιπλέον, η πόλη έχει πρόβλημα αυθαίρετης δόμησης (Αναπτυξιακή Ροδόπη, 2006).



[37] Διαχρονική εξέλιξη του πολεοδομικού ιστού της Κομοτηνής από τον 4^ο αι. έως το 2004

Πηγή : προσωπικό αρχείο Κατσιμίγας Κ.

Η δυναμικότητα του κέντρου της Κομοτηνής είναι αξιοσημείωτη για πόλη παρόμοιου μεγέθους και εκφράζεται με το μεγάλο ποσοστό των απασχολούμενων στον τριτογενή τομέα, την εξάπλωση και την μεγάλη διασπορά των κεντρικών λειτουργιών. Αυτό οφείλεται αφενός στο γεγονός ότι η πόλη είναι έδρα της περιφέρειας και διοικητικό κέντρο με δυναμική κρατική παρουσία (στρατόπεδα, σχολή αστυνομίας, κρατικές υπηρεσίες περιφέρειας, πανεπιστήμιο, επιμελητήρια) και αφετέρου στη μορφή της ενδοχώρας που εξυπηρετεί η πόλη (πολλοί και μικροί οικισμοί, απουσία ενός



δεύτερου αστικού κέντρου, πλήθος εξυπηρέτησης σχεδόν διπλάσιο από αυτόν της Κομοτηνής, παραμεθόρια περιοχή) (Αναπτυξιακή Ροδόπη, 2006).

Οι περιοχές κεντρικών λειτουργιών καταλαμβάνουν ένα μεγάλο ποσοστό της έκτασης της πόλης. Παρατηρείται διάχυση των κεντρικών λειτουργιών, του εμπορίου και των υπηρεσιών στον αστικό ιστό σε μια μεγάλης επιφάνειας περιοχή γύρω από το χωρικό κέντρο της πόλης, αλλά και κατά μήκος των κυριότερων οδικών αξόνων που καταλήγουν στο κέντρο. Οι λόγοι της διασποράς των κεντρικών λειτουργιών είναι 1. ο μεγάλος αριθμός των κεντρικών λειτουργιών, 2. ο λειτουργικός κορεσμός, 3. το μεγάλο εύρος ηλικιών και αρχιτεκτονικών μορφών των κτιρίων, 4. το γεγονός ότι



[38] Χάρτης πολεοδομικού σχεδίου της Κομοτηνής και τάσεις διάχυσης κεντρικών λειτουργιών

Πηγή : Δήμος Κομοτηνής, ίδια επεξεργασία

τα κτίρια στο κέντρο είναι χαμηλά (τα περισσότερα διώροφα) και 5. δεν υπάρχει οργανωμένη ανάπτυξη του περιαστικού χώρου (Αναπτυξιακή Ροδόπη, 2006).

Δεν είναι, όμως, μόνο οι κεντρικές λειτουργίες που αντιμετωπίζουν πρόβλημα χωροθέτησης. Οι συγκοινωνιακοί σταθμοί (σιδηροδρομικός και σταθμός υπεραστικών λεωφορείων) βρίσκονται μακριά από το κέντρο, με αποτέλεσμα να καθιστούν την πρόσβαση των πεζών σε αυτούς, αν όχι αδύνατη, σίγουρα προβληματική. Ακόμη, το δίκτυο αστικής συγκοινωνίας, έπειτα από ειδική μελέτη, διαπιστώθηκε ότι αναπτύσσεται αποκλειστικά στους βασικούς άξονες ` στους ίδιους άξονες που βρίσκονται και οι αφετηρίες των γραμμών.

Επομένως, το παραπάνω κυκλοφοριακό ζήτημα, σε συνδυασμό με το ότι η κίνηση των οχημάτων γίνεται σε δύο συγκεκριμένους δρόμους και ότι οι θέσεις στάθμευσης δε μπορούν να καλύψουν την υπάρχουσα ζήτηση, δυσχεραίνει την οδική πραγματικότητα. Παρόλα αυτά η κυκλοφορία γίνεται με δυσκολία μόνο το κέντρο και μόνο σε ώρες αιχμής. Μπορεί το πρωτεύον οδικό δίκτυο να είναι περιορισμένο, ωστόσο οι εναλλακτικές διαδρομές που διακλαδώνονται από αυτόν τον «κορμό» είναι πολλές (απόρροια του δαιδαλώδους ιστού).



Τέλος, η ποικιλομορφία και στο κτιριακό απόθεμα είναι ένα από τα εμφανή χαρακτηριστικά της πόλης. Η διαφορετικότητα όσον αφορά την ποιότητα, τον τύπο, την ηλικία αλλά και τη σχέση δομημένου και αδόμητου χώρου. Σε όλη την έκταση της πόλης εμφανίζονται πολλοί τύποι κατοικίας και αρχιτεκτονικές μορφές κτιρίων : μεταπολεμικές πολυκατοικίες, νεοκλασικά κτίρια, παραδοσιακά μουσουλμανικά κτίρια, τσιγγάνικοι καταυλισμοί κ.α. Η γειτνίαση αυτών είναι ένα πολύ σύννηθες φαινόμενο για τα δεδομένα της Κομοτηνής. Είναι ένα βασικό δείγμα της συνύπαρξης του διαφορετικού.

Τα αξιοθέατα της πόλης

Το Φρούριο

Το μεγαλύτερο και αρχαιότερο μνημείο της πόλης. Χτίστηκε περί τον 4^ο αι. μ.Χ. για οικονομικοστρατιωτικούς λόγους, μιας και από εδώ περνούσε η Εγνατία Οδός. Με την πάροδο των αιώνων και την καταστροφή των γειτονικών οικισμών, χάρη στην προστασία που προσέφερε, έγινε πόλος έλξης για τους πληθυσμούς της περιοχής. Είναι χτισμένο με λίθους και ισχυρά κεραμοκονία. Οριζόντιες στρώσεις τεσσάρων βησάλων ενισχύουν τη συνοχή του. Η πρώτη απέχει από το σημερινό έδαφος περίπου 1 μ., ενώ η επόμενη επαναλαμβάνεται μετά από 2 μ. Είχε συνολικά δεκαέξι πύργους, εκ των οποίων οι δώδεκα ήταν ορθογωνικοί και οι τέσσερις κυκλικοί στις γωνίες του. Το ύψος τους έφτανε τα 9,60 μ. Είχε δύο κύριες εισόδους στη ΝΔ και την ΝΑ πλευρά, ενώ υπήρχαν και δύο μικρότερες. Δυστυχώς το φρούριο δε διατηρήθηκε ακέραιο, αλλά έχει καταστραφεί από το 1910 και εξής σε αρκετά σημεία του. Μέσα στα όριά του, στ βορειοδυτικό άκρο, είναι χτισμένο το Μητροπολιτικό Μέγαρο σε Βυζαντινό ρυθμό (ΕΜΕ, 2002).



[39] Βυζαντινό Φρούριο

Πηγή : προσωπικό αρχείο Ζαβαλινού Σ.



Ο Ναός Κοιμήσεως της Θεοτόκου

Βρίσκεται στο εσωτερικό του φρουρίου, στην ανατολική του περά. Είναι τετράκλιτος με νάρθηκα, ξυλόστεγος και το δάπεδό του βρίσκεται σε χαμηλότερο επίπεδο από αυτό του γύρω χώρου. Χτίστηκε την εποχή της τουρκοκρατίας (1800) πάνω στα θεμέλια βυζαντινού ναού. Ο ναός στη σημερινή του μορφή είναι αναστηλωμένος και έχει κηρυχθεί ιστορικό διατηρητέο μνημείο. Σημαντική, από καλλιτεχνική και ιστορική άποψη είναι η θαυματουργή εικόνα της Παναγίας, που μπορεί να χρονολογηθεί μεταξύ του 15^{ου} και 16^{ου} αιώνα. Το περίτεχνο τέμπλο με το δαντελωτό διάκοσμο ακολουθεί την ηπειρώτικη σχολή. Ακόμη, αξιόλογα έργα των αρχών του 19^{ου} αι. αποτελούν ο δεσποτικός θρόνος και ο άμβωνας (Λιάπης, 1993).

[40] I.N. Κοιμήσεως της Θεοτόκου

Πηγή : προσωπικό αρχείο Ζαβαλινού Σ.



Η Ελληνική Αστική Σχολή Νέστορος Τσανακλή

Επιβλητικό οικοδόμημα της τελευταίας περιόδου του εκλεκτικισμού στη οδό Δημοκρίτου, που ανεγέρθηκε για να χρησιμεύσει ως εκπαιδευτήριο με δαπάνες του απόδημου Κομοτηναίου ευεργέτη Νέστορα Τσανακλή. Ο ίδιος έστελνε, κάθε χρόνο, από την Αίγυπτο 200 χρυσές λίρες για τη μισθοδοσία των δασκάλων της ελληνικής κοινότητας στα δύσκολα χρόνια του οθωμανικού ζυγού. Στην Τσανάκλειο στεγαζόταν η Γενική Διοίκηση Θράκης (1922-1954), η Νομαρχία Ροδόπης (1954-1972) και η Πρυτανεία του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης έως το 1995. Έκτοτε τα κτίριο παραμένει δίχως χρήση και εγκαταλελειμμένο, αν και περιλαμβάνεται σε πρόγραμμα του δήμου για την αξιοποίησή του εδώ και δύο χρόνια (ΕΜΕ, 2002).



[41] [42] Ελληνική Αστική Σχολή Νέστορος Τσανακλή (παλαιότερα και σήμερα)

Πηγή : προσωπικό αρχείο Τεφρωνίδη Τ., Ζαβαλινού Σ.



Τα αρχοντικά της πόλης

Τα παλιά αρχοντικά της Κομοτηνής αποτελούν αδιάψευστο μάρτυρα της οικονομικής και πνευματικής ανάπτυξης των Ελλήνων της πόλης στον 19^ο αι. και στις αρχές του 20^{ου}. Τα πρώτα χτίζονται στα μέσα του 19^{ου} αι. και κυριαρχούν έως ότου εμφανιστεί ο νέος τύπος των νεοκλασικών. Μεταξύ αυτών που απέμειναν ξεχωρίζουν του εμπόρου Πεΐδη, ανακαινισμένο στη οδό Αγίου Γεωργίου – στεγάζει το Λαογραφικό Μουσείο του Μορφωτικού Ομίλου Κομοτηνής – σε μικρή απόσταση από το οποίο σώζεται το αρχοντικό Ζ. Α. Τσανακλή, χτισμένο το 1891, το οποίο παραχωρήθηκε από τον Δήμο Κομοτηνής στο Σύλλογο Σαρακατσάνων. Στην οδό Γ. Κονδύλη σώζεται το νεοκλασικό τύπου αρχοντικό του αλευρομήχανου Ζαφείρη Στάλιου, χτισμένο το 1900. Χαρακτηρίζεται από τους ειδικούς σαν ένα από τα ομορφότερα της Θράκης. Η Δημοτική Βιβλιοθήκη στεγαζόταν στο ανακαινισμένο αρχοντικό του Ηπειρώτη εμπόρου Μαλιόπουλου κατασκευασμένο στα 1910, ενώ τώρα στεγάζεται δημοτική υπηρεσία. Αξιόλογα αρχοντικά διατάσσονται και στις οδούς Αθ. Διάκου, πατριάρχου Ιωακείμ Γ', Δημοκρίτου, Ανδρ. Δημητρίου, Μιχ. Καραολή, Ύδρας, Βενιζέλου και σε άλλα σημεία της πόλης (Λιάπης, 1993).



[43] [44] Αρχοντικά της πόλης

Πηγή : προσωπικό αρχείο Ζαβαλινού Σ.

Ο Δημοτικός Κήπος (Πάρκο Αγίας Παρασκευής)

Ο Δημοτικός Κήπος βρίσκεται πίσω από το κεντρικό ηρώο της πόλη και καλύπτει έκταση 21 στρεμμάτων. Είναι από τους ωραιότερους της Βόρειας Ελλάδας, με υψηλόκορμα δέντρα και όμορφα λουλούδια. Τους καλοκαιρινούς μήνες λειτουργεί αναψυκτήριο, ενώ οι πίδακες με πολύχρωμα νερά δημιουργούν τις νυχτερινές ώρες ένα υπέροχο θέαμα. Για πολλά χρόνια φιλοξενούσε ζαρκάδια, σκίουρους, παγόνια και άλλα ζώα. Με τον καιρό, όμως, και με την απουσία φροντίδας, το άλσος δεν αποτελούσε τόπο συγκέντρωσης των κατοίκων αλλά της



εγκληματικότητας. Με την ανάπλασή του το 2008 επανέφερε τη ζωή και τη ροή μέσα από αυτά, και τώρα αποτελεί και πάλι πνεύμονα για της πόλη και τους κατοίκους της. Στο νότιο άκρο του Δημοτικού Κήπου συναντά κανείς το παρεκκλήσι της πολιούχου της πόλης, Αγίας Παρασκευής. Είναι χτισμένο κοντά στα θεμέλια ομώνυμου βυζαντινού ναού, τον οποίο γκρέμισαν οι Τούρκοι και μετέτρεψαν τον χώρο σε μουσουλμανικά νεκροταφεία.



[45] Δημοτικός Κήπος

Πηγή : προσωπικό αρχείο Ζαβαλινού Σ.

Ο Πύργος του Ωρολογίου – Το Γενί Τζαμί

Στο κέντρο της πόλης δεσπόζει ο Πύργος του Ωρολογίου που χτίστηκε το 1884, την εποχή του σουλτάνου Αμπντούλ Χαμίτ. Στη δεκαετία του 1950 έγιναν αρχιτεκτονικές επεμβάσεις και πήρε τη σημερινή του μορφή. Πίσω από τον πύργο υψώνεται ο μιναρές του τεμένους Γενί Τζαμί, από τον εξώστη του οποίου ο μουεζίνης καλεί τους πιστούς του Ισλάμ σε προσευχή. Στον προαύλιο χώρο του στεγάζεται η θρησκευτική αρχή των μουσουλμάνων της Ροδόπης, η Μουφτεία Κομοτηνής. Το εσωτερικό του Γενί Τζαμί είναι ανοιχτό στους επισκέπτες, αρκεί να τηρήσουν ορισμένους τυπικούς κανόνες, όπως αφαίρεση υποδημάτων κ.α. (Λιάπης, 1993).



[46] [47] [48] Πύργος του Ωρολογίου και τα τενεκετζίδικα

Πηγή : προσωπικό αρχείο Ζαβαλινού Σ.



Το Αρχαιολογικό Μουσείο

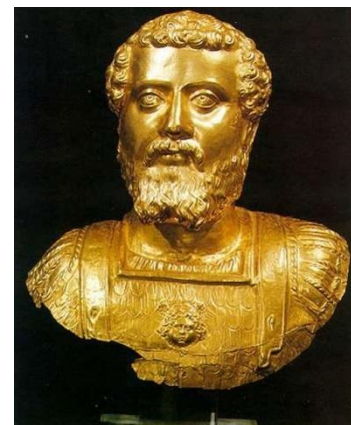
Το αρχαιολογικό Μουσείο Κομοτηνής εγκαινιάστηκε το 1976. Οι εκθέσεις του καλύπτουν το χρονικό διάστημα από τη Νεολιθική μέχρι τη Βυζαντινή περίοδο. Η παρουσίαση των εκθεμάτων γίνεται με χρονολογική ακολουθία, χωρίς όμως τη διάσπαση των κατά τόπους ανασκαφικών συνόλων. Στόχος της έκθεσης ήταν να παρουσιαστούν επιλεγμένα και αντιπροσωπευτικά ευρήματα από τους σημαντικότερους αρχαιολογικούς χώρους, τα οποία μπορούν να προσφέρουν στον επισκέπτη όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για την προϊστορία και την ιστορία της Θράκης του Αιγαίου. Όλα τα εκθέματα αποκαλύπτουν την σημασία της παρουσίας των Ελλήνων στο βόρειο Αιγαίο και τη δημιουργική πορεία της ελληνικής τέχνης και του ελληνικού πολιτισμού σε μια απομακρυσμένη κατά την αρχαιότητα περιοχή του βορρά. Το πιο εντυπωσιακό έκθεμα, αναμφισβήτητα, είναι η χρυσή προτομή του Σεπτιμίου Σεβήρου (193-211 μ.Χ.) (Υπ. Πολιτισμού, Odysseus (1), 2012).

Το κτίριο του Μουσείου είναι έργο του αρχιτέκτονα Άρη Κωνσταντινίδη και θεωρείται ως προς την αρχιτεκτονική του μορφή το πιο εντυπωσιακό από τα σύγχρονα κτήρια της πόλης. Χαρακτηριστικά στοιχεία του είναι η γεωμετρική διάρθρωση των όγκων και των επιφανειών του, οι ανισοϋψείς στέγες με φεγγίτες και παράθυρα, τα αίθρια, τα εσωτερικά και εξωτερικά υπόστεγα, τα παράθυρα με τους χωριστούς φεγγίτες, τα ξύλινα κουφώματα με τις μεταλλικές περσίδες, οι οροφές με τα εμφανή αποτυπώματα των ξυλοτύπων και το χαμηλό τοιχίο-φράχτης που περιβάλλει τον κήπο με τα πεύκα. Η κυρίως έκθεση του Μουσείου περιλαμβάνει αντικείμενα από προϊστορικές θέσεις (Νεολιθικές και εποχής Σιδήρου), από ελληνικές αποικίες, ιερά, ρωμαϊκούς οικισμούς και νεκροταφεία. Από το 1987 λειτουργούν στο Μουσείο εκπαιδευτικά προγράμματα για μαθητές Δημοτικού και Γυμνασίου, τα οποία συνοδεύονται από εποπτικό υλικό και ειδικά φυλλάδια (Υπ. Πολιτισμού, Odysseus, (1), 2012).



[49] Αρχαιολογικό Μουσείο

Πηγή : προσωπικό αρχείο Ζαβαλινού Σ.



[50] Χρυσή προτομή του Σεπτιμίου Σεβήρου

Πηγή : <http://www.archaiologia.gr>



Το Ίδρυμα Νικολάου Ζ. Παπανικολάου

Το ίδρυμα και το κτίριο που το στεγάζει είναι προσφορά του ευεργέτη της πόλης Νικολάου Ζ. Παπανικολάου και φέρει την ονομασία «Ίδρυμα οικογενείας Νικολάου Ζ. Παπανικολάου, συμβολαιογράφου Κομοτηνής – Βυζαντινό Μουσείο, Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών». Συστάθηκε το 1988, ενώ το μουσείο εγκαινιάστηκε στις 3 Μαρτίου του 1991. Το κτίριο βρίσκεται παραπλεύρως του νομαρχιακού μεγάρου και αποτελείται από ημιυπόγειο και δύο ορόφους (Λιάπης, 1993).

Στον πρώτο όροφο βρίσκεται το αμφιθέατρο 420 θέσεων με επικλινείς βαθμίδες σε σχήμα πετάλου. Στο ημιυπόγειο στεγάζονται βιβλιοθήκες, αναγνωστήριο, αίθουσα καλλιτεχνικών εκθέσεων, εργαστήριο βυζαντινής αιογραφίας κ.α. Στον δεύτερο όροφο, εμβαδού 886 τ.μ., στεγάζεται το μουσείο με σπάνια εκθέματα, όπως χειρόγραφα σε πάπυρο ή περγαμινή, κεραμικά καθώς και εκθέματα των πρώτων μεταβυζαντινών χρόνων, μέσα σε μια εντυπωσιακή διάταξη 120 μεγάλων υάλινων βιτρινών (Λιάπης, 1993).



[51] Βυζαντινό Μουσείο

Πηγή : προσωπικό αρχείο
Ζαβαλινού Σ.

Το Λαογραφικό Μουσείο

Ανήκει στον Μορφωτικό Όμιλο Κομοτηνής και λειτουργεί από το 1962. Από το 1989 στεγάζεται στο αρχοντικό Πεΐδη, που είναι χαρακτηριστικό δείγμα τοπικής λαϊκής αρχιτεκτονικής και αναστηλώθηκε υποδειγματικά. Μέσα από τα εκθέματά του αναβλύζει η ζωντάνια και η ομορφιά της θρακιώτικης τέχνης των πόλεων και της υπαίθρου. Τα αντικείμενα της πλούσιας συλλογής του απλώνονται στους δύο ορόφους, το υπόγειο και το υπόστεγο της αυλής. Πολλά από αυτά προέρχονται και από την Ανατολική και Βόρεια Θράκη καθώς και τις αλησμόνητες περιοχές της Μ. Ασίας (Λιάπης, 1993).





[52] Λαογραφικό Μουσείο

Πηγή : προσωπικό αρχείο Ζαβαλινού Σ.

Το Εκκλησιαστικό Μουσείο - Πτωχοκομείο (Ιμαρέτ)

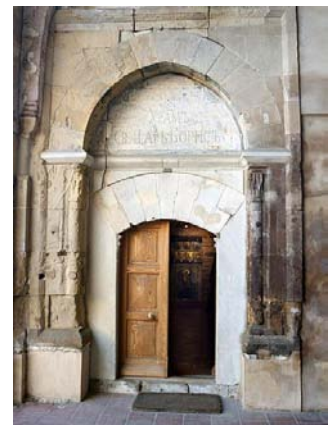
Αξιόλογο κτίσμα με ιστορική και αρχιτεκτονική σημασία επί της οδού Ξενοφώντος. Σύμφωνα με παλιά τοπική παράδοση στο σημείο αυτό υπήρχε ναός της Αγίας Σοφίας, μετόχι του Αγίου Όρους, ο οποίος πιθανότατα ενσωματώθηκε στο κτίσμα του Ιμαρέτ (πτωχοκομείου), που ιδρύθηκε από τον πορθητή της Κομοτηνής, Γαζή Εβρενό Μπέη. Η λειτουργία του συνεχίστηκε έως το 1912. Έχει κηρυχθεί διατηρητέο μνημείο και εκεί στεγάζεται πλέον το Εκκλησιαστικό Μουσείο Ιεράς Μητροπόλεως Μαρώνας και Κομοτηνής Μαρώνας (Υπ. Πολιτισμού, Odysseus, (2), 2012).

Φιλοξενεί τη συλλογή εκκλησιαστικών αντικειμένων (φορητές εικόνες, ιερά σκεύη, ιερατικά άμφια, χειρόγραφα και λειτουργικά βιβλία) τα οποία συγκεντρώθηκαν από τους ναούς της εκκλησιαστικής επαρχίας της οικείας Μητροπόλεως καθώς και από τις δωρεές των προσφύγων οι οποίοι εγκαταστάθηκαν στην περιοχή της Κομοτηνής. Τα εκθέματα καλύπτουν το χρονικό διάστημα από τον 16ο έως τις αρχές του 20ου αι. και αποτελούν μάρτυρες της μεταβυζαντινής εκκλησιαστικής τέχνης της περιοχής. Σκοπός του μουσείου είναι η περισυλλογή, διαφύλαξη, συντήρηση, έκθεση και προβολή των πάσης φύσης αντικειμένων που προβάλλουν την εκκλησιαστική τέχνη και ιστορία της Ιεράς Μητροπόλεως Μαρώνας και Κομοτηνής. Το μουσείο τελεί υπό την άμεση εποπτεία της Ιεράς Μητρόπολης Κομοτηνής και Μαρώνας (Υπ. Πολιτισμού, Odysseus (2), 2012).



[53] [54] Εκκλησιαστικό Μουσείο

Πηγή : προσωπικό αρχείο Ζαβαλινού Σ.



Το Μουσείο Καλαθοπλεκτικής των Ρωμά

Η εμφάνιση του πλαστικού και η μεταβολή των κοινωνικοοικονομικών συνθηκών στις δεκαετίες 1950 και 1960 έθεσαν την καλαθοπλεκτική σε τροχιά παρακμής, ώστε να έχει εκλείψει από τα πολλά παραδοσιακά της κέντρα. Το Μουσείο Καλαθοπλεκτικής των Ρωμά ιδρύθηκε και διοικείται από την Θρακική Εταιρεία. Στην Α΄ αίθουσα εκτίθενται οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται από τους καλαθοποιούς, τα εργαλεία τους, μήτρες καλαθιών, ενώ ταυτόχρονα παρουσιάζονται οι φάσεις της πλοκής ενός καλαθιού από τη βάση μέχρι την ολοκλήρωσή του. Στην Β΄ αίθουσα έχουν τοποθετηθεί καλάθια ποικίλου μεγέθους και χρήσεων από διάφορα μέρη της Θράκης. Στην Γ΄ αίθουσα αναπαρίσταται μία γωνιά κατοικίας ενός καλαθοποιού με αντικείμενα καθημερινής χρήσης κατασκευασμένα από Ρωμά τεχνίτες. Στην Δ΄ αίθουσα παρουσιάζονται καλάθια των Ελλήνων του Εύξεινου Πόντου, των Πομάκων της ορεινής Ροδόπης καθώς και δείγματα ειδών πλεκτικής από την Ανατολική Θράκη (Σύνδεσμος Ξενοδόχων Θράκης, 2012)

Το Μουσείο Καραθεοδωρή

Η Κομοτηνή άνοιξε την πόρτα της στον μεγαλύτερο έλληνα μαθηματικό από την αρχαιότητα, θέτοντας σε λειτουργία το Μουσείο “Κ. Καραθεοδωρή”. Το μουσείο στεγάζεται σε χώρο που έχει παραχωρηθεί από το δήμο για το σκοπό αυτό. Είναι το μοναδικό μουσείο που υπάρχει στον κόσμο αφιερωμένο στο διακεκριμένο επιστήμονα του προηγούμενου αιώνα και δάσκαλο του Αϊνστάιν που κόσμησε με την παρουσία του τις αίθουσες διδασκαλίας των σπουδαιότερων πανεπιστημίων Ευρώπης και Αμερικής. Βρίσκεται στην πρώτη θέση από άποψη υλικού ανάμεσα στα 700 σημεία σε όλο τον κόσμο (Ινστιτούτα, πανεπιστημιακές βιβλιοθήκες, ιδιωτικές συλλογές), στα οποία υπάρχουν ευρήματα για τον Καραθεοδωρή. Ένα ζωντανό πνευματικό και ερευνητικό κέντρο για τη Θράκη και την Ελλάδα γενικότερα (Δημοσιογραφικό Συγκρότημα Μακεδονία, 2012).



[55] Μουσείο Καραθεοδωρή

Πηγή : προσωπικό αρχείο
Ζαβαλινού Σ.



Το Θρακικό Μουσείο Παιδείας

Ιδρύθηκε το 1992 με σκοπό τη συλλογή και έκθεση σχολικών αντικειμένων, εντύπων και βιβλίων ιστορικής σημασίας, κυρίως του Θρακικού και ευρύτερου χώρου. Είναι, ίσως, το μοναδικό με πλούσιο φωτογραφικό υλικό και μία σειρά υπέροχων σωσμένων σχολικών αντικειμένων που μετρούν περί τους δύο αιώνες. Σκοπός της ιδρύσεώς του είναι η συλλογή όλου του διάσπαρτου υλικού και εντύπων, που έχει ιστορική σημασία, και παρουσιάζει την ιστορικότητα αυτού του τόπου (EME, 2002).

[56] Θρακικό Μουσείο Παιδείας

Πηγή : προσωπικό αρχείο
Ζαβαλινού Σ.



Το παραχωρηθέν κτίριο από τον Δήμο Κομοτηνής αναγέρθηκε το 1882 από τον ευεργέτη Χατζηκωνσταντή Ζωΐδη και τη σύζυγό του, «Ηπειρωτών», όπως αναγράφεται στην εντοιχισμένη μαρμάρινη πλάκα μαζί με την χαρακτηριστική επιγραφή «Νηπιαγωγείον». Βρίσκεται στον περίβολο του Ιερού Ναού Αγίου Γεωργίου Κομοτηνής. Χρησιμοποιήθηκε ως δημοτικό και έπειτα ως νηπιαγωγείο μέχρι το 1995, και σήμερα καλείται να συνεχίσει την προσφορά του ως μουσείο πλέον. Έχει δύο ορόφους και η όλη διαρρύθμισή του επιτρέπει την εγκατάσταση βιβλιοθήκης στο ισόγειο και μουσειακού υλικού στον πρώτο όροφο (EME, 2002).

Το Μέγαρο Μουσικής

Το 2003 παραχωρήθηκε το οικόπεδο στην Αναπτυξιακή Ροδόπης Α.Ε. και εντάχθηκε στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Πολιτισμός», ενώ 4 χρόνια αργότερα εγκρίθηκε η οικοδομική άδεια. Το κτίριο από το 2011 φιλοξενεί τις μεταδόσεις την Metropolitan Opera της Νέας Υόρκης, ενώ



στον ίδιο χώρο πραγματοποιούνται συναυλίες σπουδαίων καλλιτεχνών (Κραουνάκης, Πλέσσας, Φραγκούλης κ.α.). Ενδείκνυται, επίσης, για συνεδριακές δραστηριότητες (Μέγαρο Μουσικής Κομοτηνής, 2012).



[57] Μέγαρο Μουσικής

Πηγή : προσωπικό αρχείο
Παροτίδης Α.

Η Λέσχη Κομοτηνίων

Το κτίριο της Λέσχης Κομοτηνίων «Η Ένωσις», ήταν το σημείο αναφοράς της πολιτικής και πολιτιστικής ζωής της Κομοτηνής. Ένα εξαιρετικό δείγμα νεοκλασικής αρχιτεκτονικής, χτισμένο στα τελευταία χρόνια της τουρκοκρατίας. Κηρυγμένο μνημείο πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας, που μαρτυρά την ιστορία της πόλης. Η ιστορία του συλλόγου ξεκινά το 1885 όταν ιδρύθηκε με το όνομα «Ομόνοια» (βλέπε ιστορικά στοιχεία). Ο πολιτιστικός χαρακτήρας και οι ευεργεσίες του είχαν ως στόχο τη συσπείρωση και την εξύψωση του φρονήματος και του μορφωτικού επιπέδου των κατοίκων της πόλης. Όταν κατά το 1908 άρχισαν οι πιέσεις για διείσδυση του βουλγαρικού στοιχείου στη Θράκη, ο σύλλογος μετατρέπεται σε πολιτική λέσχη με το όνομα «Ένωσις», λέξη φορτισμένη, με προσδοκία για την Ένωση με την Μητέρα.



[58] Λέσχη Κομοτηνίων

Πηγή : προσωπικό αρχείο
Ζαβαλινού Σ.



Έπειτα από απόφαση του Διοικητικού Συλλόγου της Λέσχης, όπως τελικά λέγεται, κηρύχθηκε διαγωνισμός για την αναμόρφωση του κτιρίου και παραχωρήθηκε η χρήση του σε δύο αναδόχους για 15 χρόνια. Τον Απρίλιο του τρέχοντος έτους πραγματοποιήθηκαν τα εγκαίνια της λειτουργίας του και από τότε και έπειτα ο χώρος αποτελεί σημείο συνάντησης για μικρούς και μεγάλους, από νωρίς το πρωί έως και αργά το βράδυ.

Σιδηροδρομικός Σταθμός

Επί Οθωμανικής Αυτοκρατορίας τις γραμμές της Βορείου Ελλάδας διαχειριζόταν η εταιρεία Ανατολικών Σιδηροδρόμων (Chemis de Fer Orientaux). Το 1984 ολοκληρώθηκε η γραμμή Θεσσαλονίκη – Κωνσταντινούπολη με τη βοήθεια των σταθμών της Θράκης. Το κτίριο του σταθμού είναι όπως τα αντίστοιχα των ελληνικών επαρχιακών πόλεων παρόμοιου μεγέθους. Το μεσαίο τμήμα είναι διώροφο και υπερυψωμένο από τις πλευρικές πτέρυγες και καταλαμβάνει την αίθουσα υποδοχής των επιβατών και την έκδοση των εισιτηρίων. Οι πλευρικές πτέρυγες στεγάζουν τις αίθουσες αναμονής και τα γραφεία των σιδηροδρομικών υπαλλήλων. Οι διαστάσεις και οι αναλογίες αντιστοιχούν στο μέγεθος του κοινού που καλούνται να εξυπηρετήσουν. Ο όροφος προοριζόταν για την κατοικία του σταθμάρχη. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι, όπως όλοι οι σταθμοί της Βορείου Ελλάδας, υπό την ιδιοκτησία της Γαλλικής εταιρείας Ανατολικών Σιδηροδρόμων δε διαθέτει κανένα τοπικό ιδίωμα στην πρόσοψή του και ακολουθεί την κεντροευρωπαϊκή σφραγίδα, αποστασιοποιημένος από κάθε παρέμβαση που να δηλώνει διαφοροποίηση (Ανδρουλιδάκης, 1995).



[59] Σιδηροδρομικός Σταθμός

Πηγή : προσωπικό αρχείο Ζαβαλινού Σ.

Παπαδριέλλειος Πινακοθήκη

Η Δημοτική Πινακοθήκη εγκαινιάστηκε το 2009 και εφοδιάστηκε με μια αξιόλογη δωρεά της Κ.Ε.Δ.Κ.Ε.. Το κτήριο στο οποίο στεγάζεται η Πινακοθήκη χτίστηκε από τον Ζαφείριο Στάλιου μεταξύ 1903-1905(6) ως οικεία. Λίγα χρόνια πριν, στις αρχές τις δεκαετίας 1880, είχε αρχίσει να



λειτουργεί ο ατμοκίνητος αλευρόμυλος της οικογένειας στο ακριβώς απέναντι οικόπεδο. Το κτήριο ανήκει στη γενιά εκείνη των αρχοντικών που εισάγουν νέα στοιχεία στην εξωτερική και εσωτερική διακόσμηση των κατοικιών, με πλούσιο εσωτερικό διάκοσμο, τοιχογραφίες και οροφωγραφίες. Είναι χαρακτηριστικό των θρακιώτικων κατοικιών να κοσμούνται με τοιχογραφίες κυρίως οι άνω όροφοί τους. Στην πόλη μας δυστυχώς, το κτήριο αυτό είναι ένα από τα ελάχιστα δείγματα της τέχνης αυτής που σώζονται ως τις μέρες μας. Δεν είναι λοιπόν τυχαίο το γεγονός ότι ένα κτήριο, τόσο συνδεδεμένο με την ζωγραφική τέχνη, κρίθηκε κατάλληλο για να φιλοξενήσει τη Δημοτική Πινακοθήκη, εις μνήμη του δημάρχου Παπαδριέλη Γ. για τον οποίο αποτελούσε όραμα (Δήμος Κομοτηνής, ανάκτηση στις 31.05.2012).



[60] Δημοτική Πινακοθήκη

Πηγή : προσωπικό αρχείο Ζαβαλινού Σ.



[61] Κεντρικό Ηρώο

Πηγή : προσωπικό αρχείο Ζαβαλινού Σ.

Κεντρικό Ηρώο

Το κεντρικό Ηρώο βρίσκεται στην δυτική εξωτερική πλευρά του δημοτικού άλσους. Στο κέντρο ορθώνεται ογκώδεις στήλη ύψους 14μ., που φέρει τεράστιο μεταλλικό ομοίωμα ξίφους, τοποθετημένο κατακόρυφα. Όλη η επιβλητική κατασκευή καλύπτεται από λευκό μάρμαρο. Το Ηρώο είναι το επίκεντρο του εορτασμού των εθνικών και άλλων επετείων. Εδώ πραγματοποιούνται οι καταθέσεις στεφάνων, ενώ κάθε Κυριακή γίνεται η έπαρση και υποστολή της ελληνικής σημαίας με τη συνοδεία στρατιωτικού αγήματος και φιλαρμονικής (Δήμος Κομοτηνής, ανάκτηση στις 31.05.2012).



κεφάλαιο 6

προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή εντός αστικού ιστού

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΕΝΤΟΣ ΑΣΤΙΚΟΥ ΙΣΤΟΥ

Κατά κοινή ομολογία η πόλη της Κομοτηνής διαθέτει έναν ιδιαίτερο χαρακτήρα, ένα ξεχωριστό χρώμα πολιτισμού, ιστορίας και κοινωνικής σύνθεσης. Αφήνει την εντύπωση μιας επαρχιακής πόλης, πολύ κοντά στα σύνορα με τη Βουλγαρία και την Τουρκία, μιας πόλης που συνδυάζει επίσημα τουλάχιστον δύο πολιτισμούς και κουλτούρες. Παρά την ακριτική της τοποθεσία και την προκατάληψη για το τι μπορεί κανείς να αντικρίσει εκεί, η Κομοτηνή είναι αρκετά γνωστή για τη φοιτητική της ζωή, τους τρόπους διασκέδασης, τις ακτές και τον ορεινό όγκο, με τα οποία έχει άμεση εγγύτητα, για τους ήρεμους ρυθμούς ζωής (μικρές χρονοαποστάσεις, δίχως κυκλοφοριακό πρόβλημα κ.α.) και την καλή και ποιοτική γαστρονομική της παράδοση. Και όχι άδικα, καθώς συνδυάζει την ποντιακή, τη σαρακατσάνικη, την τούρκικη μαγειρική και ζαχαροπλαστική, αυτήν από την Καπαδοκία και την Ανατολική Ρωμυλία.

Για το μέγεθός της μπορεί κανείς να πει ότι διαθέτει πληθώρα χαρακτηριστικών που μπορεί να την κάνει επιλέξιμο προορισμό για επίσκεψη αλλά και για μόνιμη κατοίκηση. Δύναται να προσφέρει, ακόμα, φυσιολογική καθημερινότητα, δίχως κοινωνικές εντάσεις, ευκαιρίες γνωριμίας των πολιτών με κάθε σπιθαμή της πόλης, εφόσον μπορεί κανείς να διασχίσει πεζός από τη μία άκρη μέχρι την άλλη. Προσφέρει μνήμες από όλες τις εποχές, συνδυάζει κάθε είδους απόδραση σε πολύ μικρή απόσταση και ικανοποιεί σε απροσδόκητο βαθμό την ψυχαγωγία των χρηστών της.

Προφανώς και επιδέχεται βελτιώσεις και από άποψη πολεοδομικών παρεμβάσεων αλλά και από θέμα αποδοχής και ανταπόκρισης των πολιτών. Παρατηρείται ότι τα τελευταία δύο χρόνια οι κάτοικοι εκφράζουν και δηλώνουν, πλέον, την αγάπη τους για την πόλη όλο και πιο έντονα. Εμφανίζονται, λοιπόν, κοινωνικοί σύλλογοι με διάφορες εκδηλώσεις, πολλές από τις οποίες πραγματοποιούνται στους δημόσιους ελεύθερους χώρους της πόλης. Σε αυτές λαμβάνουν μέρος ολοένα και περισσότεροι πολίτες, με εναλλακτικές δράσεις και γενικά καθιστούν την παρουσία τους στα κοινά πιο ενεργή από παλιά. Σε αυτό, βέβαια, συμβάλλει και το πρόγραμμα του δήμου, ο οποίος προσπαθεί να καταστήσει την πόλη πιο ελκυστική, προσιτή και οικεία στους χρήστες της (κυρίως απευθύνεται στους μόνιμους κατοίκους) και να δείξει ότι αυτή η αλλαγή είναι αμφίδρομη.

Έπειτα από την καταγραφή των σημαντικότερων πολιτιστικών στοιχείων της πόλης αλλά και της ευρύτερης περιοχής μπορεί να πει κανείς πως η πόλη, ό,τι μπόρεσε να διασώσει μέσα από την ιστορία της, κατάφερε και προσπαθεί ακόμα να αναδείξει και να αξιοποιήσει τα πολιτιστικά της αποθέματα. Κάποια έγιναν αυτόματα και κάποια άλλα έπειτα από σχεδιασμό, αναπόσπαστα κομμάτια της ζωής της πόλης.



Οι τρόποι πολλοί ` είτε με επανάχρηση κτιρίων που ανήκαν εξ' αρχής στο δήμο ή τα απέκτησε από αγοραπωλησία, όπως το Λαογραφικό Μουσείο, το κτίριο που στεγάζει τον Πολιτιστικό Σύλλογο Σαρακατσάνων, τη ΔΕΠΑΚ, τη Λέσχη Κομοτηναίων, το Πνευματικό Κέντρο της πόλης, το Εκκλησιαστικό Μουσείο, τη Δημοτική Βιβλιοθήκη και γενικά τα παλαιά αρχοντικά, είτε με ανάδειξη ορόσημων σημείων της πόλης, όπως το Κεντρικό Ηρώο, το Βυζαντινό Φρούριο, ασχέτως αν πρόκειται για σημειακό ή εκτατικό μνημείο. Κάτι παραπλήσιο είναι και οι πολεοδομικές παρεμβάσεις του δήμου που πραγματοποιήθηκαν στην κεντρική πλατεία της Κομοτηνής (Πλατεία Ειρήνης), το Πάρκο της Αγίας Παρασκευής και το Δημοτικό Πάρκο στο Παλαιό Ηρώο. Τέλος, η δημιουργία οικονομικών κλίμακας και cluster εμπορικών χρήσεων στις οδούς Βενιζέλου και Ερμού, με τα πλακόστρωτα σκεπαστά δρομάκια, αποτελούν χαρακτηριστικά σημεία του πολεοδομικού ιστού της πόλης.

Πέρα όμως, από την υλική πολιτιστική κληρονομιά, η περιοχή διαθέτει μοναδικά ήθη και έθιμα τα οποία λαμβάνουν χώρα εντός (το έθιμο της γυναικοκρατίας, των Μωμόγερων, τα ελευθέρια Θράκης) αλλά και εκτός (το αντάμωμα των Σαρακατσάνων σε διαμορφωμένο παραδοσιακό οικισμό, τα Παρχάρια των Ποντίων στη Νυμφαία) του αστικού μορφώματος, με χωρικό αποτύπωμα τους δρόμους και τις πλατείες της πόλης.

Ό,τι μορφή και να έχει, η πολιτιστική κληρονομιά έχει συνδεθεί άρρηκτα με τη ζωή στην πόλη, αφού μπορεί ένα σημειακό ή εκτατικό στοιχείο της (κτίριο ή πλατεία) να αποτελεί σημείο συνάντησης, συγκοινωνιακός κόμβος (Κεντρικό Ηρώο, Τσανάκλειος Σχολή), χώρος ανάπαυσης (πάρκα), εκπαίδευσης (μουσεία), τμήματα της πόλης που χαράσσουν αναμνήσεις τόσο στους μόνιμους κατοίκους όσο και στους παροδικούς και τους επισκέπτες. Όλα τα παραπάνω δημιουργούν αισθήματα και μνήμες, ενεργοποιούν τις αισθήσεις του ανθρώπου που χαράσσουν μια μοναδική εικόνα και εμπειρία στο μυαλό του και είναι αυτά που την κάνουν να ξεχωρίζει από άλλες.

Αυτός, άλλωστε είναι και ο σκοπός της σύγχρονης πόλης, λόγω της κρίσης ταυτότητας που τη διακατέχει. Οι περισσότερες προσπαθούν αν εντοπίσουν κάτι που να βασίζεται στην ιστορία και τον πολιτισμό τους για να διατηρήσουν την ταυτότητά τους γιατί έτσι νιώθουν ασφαλείς στο φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης. Βασική επίπτωση αυτού είναι οι παρεμβάσεις στο χώρο ` έτσι αποτυπώνεται αυτή η προσπάθεια. Τα αρχιτεκτονικά επιτεύγματα και ο καινοτόμος σχεδιασμός γίνονται αντικείμενα επένδυσης στη διαδικασία ανάδειξης της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, με έργα αποκατάστασης, συντήρησης ιστορικών μνημείων, επανάχρησης σπουδαίων κτιριακών κελυφών, έργα ανάπλασης ιστορικών χώρων εντός του πολεοδομικού ιστού, με δίκτυα πεζοδρόμων



και ποδηλατοδρόμων αλλά και με πρωτοποριακές κατασκευές σύγχρονης αρχιτεκτονικής και τεχνολογίας, που καθιστούν την πόλη ευρέως γνωστή (Γοσποδίνη, Μπεριάτος, 2006).

Η παραπάνω προσπάθεια, όμως, ενδέχεται να αποβεί άκαρπη αν εξεταστεί μεμονωμένα και είναι στείρα από κάθε άλλο παράγοντα. Διότι μία ολοκληρωμένη διαδικασία ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς μιας πόλης με οποιονδήποτε από τους παραπάνω τρόπους οφείλει να συμπεριλάβει και άλλες διαστάσεις της, όπως οικονομική, χωρική, κοινωνική κ.α. Για παράδειγμα, πέρα από τα τεχνικά, θα πρέπει να εξετάζεται και να προβλέπεται η επίπτωση που θα έχει μία παρέμβαση στην κοινωνία, αν δηλαδή θα θίγει ένα μέρος του πληθυσμού, αν δημιουργεί ή ενισχύει κοινωνικές ανισότητες, θα πρέπει να είναι προσβάσιμη και διαθέσιμη σε όλους τους χρήστες της πόλης ανεξαιρέτως. Ή, από χωρικής άποψης, δεν θα πρέπει να αμβλύνεται η πληθυσμιακή συγκέντρωση και να απομονώνονται περιοχές λόγω απόστασης από την παρέμβαση. Είναι σημαντική η μείωση των χωρικών ανισοτήτων, για την αποφυγή των αντίστοιχων κοινωνικών, ώστε η πόλη να διαμορφώσει μία ολοκληρωμένη και απεγάδιαστη ταυτότητα που θα την καταστήσει ανταγωνιστική προς άλλες (Κοσμόπουλος, 1994).

Για τη δημιουργία εκ του μηδενός ή τη διαμόρφωση, όπως στην περίπτωση της Κομοτηνής, μιας συγκεκριμένης και μοναδικής εικόνας και ταυτότητας της πόλης απαιτείται ένα ολοκληρωμένο στρατηγικό σχέδιο προβολής της πόλης. Προφανώς διαπραγματεύεται και άλλα ζητήματα πέρα από την πολιτιστική κληρονομιά, όπως την τοπική οικονομία, τις διασυνδέσεις, τις σχέσεις των τοπικών φορέων, το παραγωγικό σύστημα, κ.α., που σε μικρό ή μεγάλο βαθμό αλληλοεπηρεάζονται. Επειδή, όμως, η διαδικασία του city marketing έχει επιπτώσεις στο αστικό τοπίο, οφείλει να συνοδεύεται από επεμβάσεις σε πολεοδομικό επίπεδο, υποδομές και αστικό σχεδιασμό. Στο κομμάτι αυτό και στο πλαίσιο του σχεδίου marketing που επιδιώκεται η ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας της πόλης, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η οργάνωση ενός ολοκληρωμένου δικτύου χώρων με πολιτιστικό, αρχιτεκτονικό, ιστορικό ενδιαφέρον, η εξασφάλιση της προσβασιμότητας και κατ' επέκταση της επισκεψιμότητας σε όλα αυτά και την ουσιαστική και καταλυτική συμμετοχή των κατοίκων.

Διαχειριστής της πολιτικής αστικών παρεμβάσεων και city marketing προτείνεται μία εταιρεία αποτελούμενη αφενός από αρμόδιους αρχαιολόγους, αρχιτέκτονες, πολεοδόμους, τοπογράφους και συγκοινωνιολόγους για το πρώτο κομμάτι και αφετέρου από κοινωνιολόγους, διαφημιστές, τοπικές εταιρείες, συλλόγους επιχειρηματιών και τον ίδιο τον δήμο για το δεύτερο. Μία τέτοια συνεργασία θα μπορούσε να κηρύσσει διαγωνισμούς, αρχιτεκτονικούς ή σχεδίων marketing, να λαμβάνει την τελική απόφαση και ακολούθως να φροντίζει για αυτές τις παρεμβάσεις. Αυτό σημαίνει είτε ότι θα



αναλαμβάνει η ίδια είτε θα αναθέτει σε αναδόχους, άτομα ή εταιρείες, για ορισμένα χρόνια ή εφ' όρου ζωής, τη συντήρησή τους, έχοντας, όμως, πάντα τη συνολική εποπτεία για μία ολοκληρωμένη και κοινή στρατηγική.

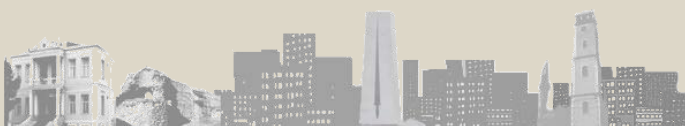
Στην περίπτωση της Κομοτηνής, κάνοντας μία σύντομη αναφοράς τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ευρύτερης περιοχής και μια πιο εκτενή στην ιστορία και τα αξιοθέατα της ίδιας της πόλης, πραγματοποιείται πρόταση οργάνωσης δικτύου κίνησης ποδήλατου και πολιτιστικής διαδρομής για τους πεζούς χρήστες στον πολεοδομικό ιστό της. Με ήπιες παρεμβάσεις, σύμφωνες με το Γενικό Πολεοδομικό Σχέδιο, επιδιώκεται η προβολή του ιδιαίτερου χαρακτήρα της πόλης, συνδυάζοντας την ιστορία, την παράδοση, τη σύγχρονη μορφή της πόλης και της κοινωνίας της αλλά και της τεχνολογίας προς όφελος του σχεδιασμού.

Δίκτυο κίνησης ποδηλάτου

Τα τελευταία χρόνια οι ελληνικές πόλεις προσπαθούν να εντάξουν το ποδήλατο ως μέσω επίτευξης της βιώσιμης αστικής κινητικότητας και ως παράγοντα συμβολής στην προοπτική ανάπτυξης των αστικών περιοχών. Η εισαγωγή ενός δικτύου ποδηλάτου σε μία πόλη συμβάλει στη βελτίωση της βιωσιμότητας με βάση τόσο την ανθρώπινη κλίμακα όσο και τις συνθήκες ήπιας κυκλοφορίας και την εντατικοποίηση των δραστηριοτήτων για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας.

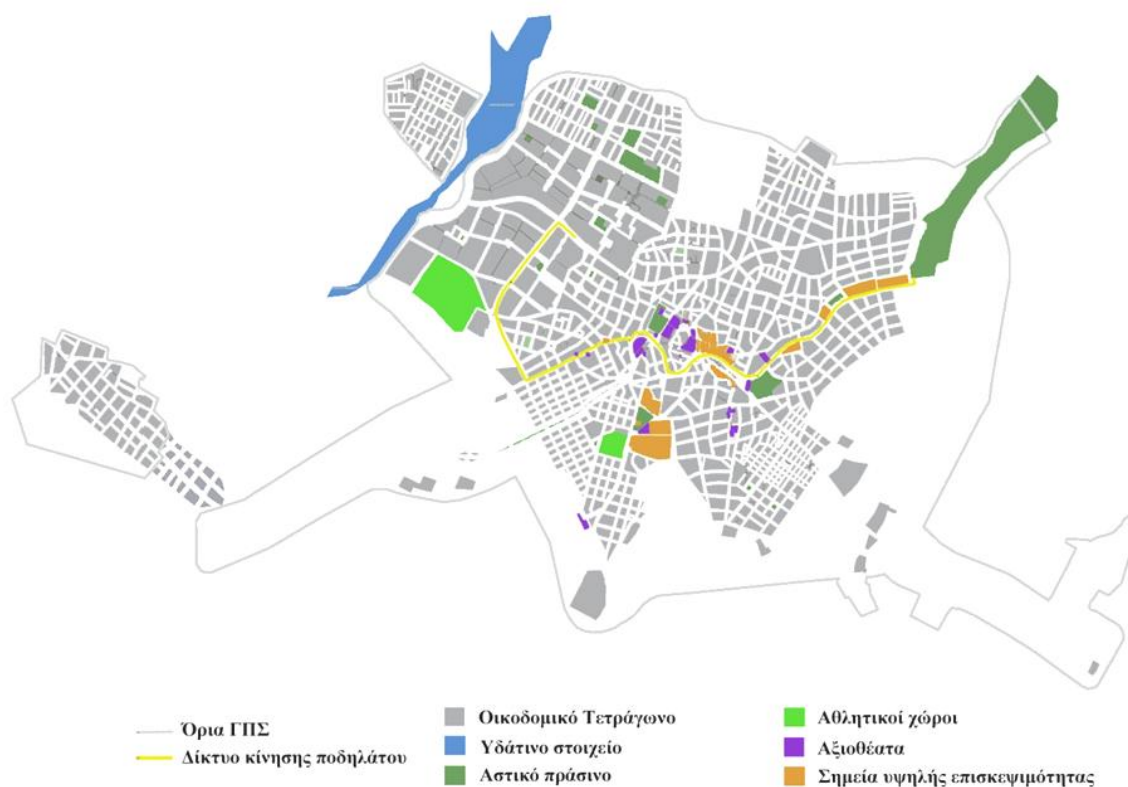
Οι βασικές αρχές σχεδιασμού ενός αστικού δικτύου ποδηλάτου είναι η συνεχής επαφή μεταξύ οδηγού αυτοκινήτου και οδηγού ποδηλάτου και η προσαρμογή δικτύου στα πολεοδομικά, γεωμετρικά, κυκλοφοριακά χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής. Για μια περισσότερο ολοκληρωμένη διαχείριση, απαραίτητη χαρακτηρίζεται και η άσκηση συνολικής πολιτικής βελτίωσης της οδικής ασφάλειας των ποδηλατιστών, στο πλαίσιο της οποίας εντάσσεται η κατασκευή και συντήρηση υψηλής ποιότητας οδικής υποδομής. Και ιδιαίτερα σε πόλεις χωρίς παράδοση στο ποδήλατο απαιτείται η αφαίρεση οδικού χώρου από τα ΙΧ και απόδοση στο ποδήλατο, πλήρη προστασία από το αυτοκίνητο και αισθητή η παρουσία του ποδηλάτου στο δρόμο (Γαλάνης, 2011).

Με το ποδήλατο μπορούν αν γίνουν όλες οι εσωτερικές μετακινήσεις σε μια αστική περιοχή σε ακτίνα 1,5 – 2 χλμ. για εργασία, αναψυχή, εκπαίδευση και κατανάλωση. Αρκεί να διατίθεται ο απαραίτητος χώρος για τους ποδηλάτες για μία ασφαλή μετακίνηση. Σύμφωνα με ειδικούς για έναν ποδηλατόδρομο μονής κατεύθυνσης το απαιτούμενο πλάτος είναι 1 μ. ενώ για διπλής 2μ. , με δυνατότητα περιορισμού του στο 1,60 μ.. Επίσης χρωματίζεται ή διαγραμμίζεται, συνοδεύεται από



οριζόντια ή/και κάθετη σήμανση, ενώ ειδικές διαμορφώσεις γίνονται σε πεζοδρόμια και νησίδες για την ασφαλέστερη μετακίνηση του ποδηλάτη (Γαλάνης, 2011).

ΧΑΡΤΗΣ 2 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΔΙΚΤΥΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΠΟΔΗΛΑΤΟΥ



Στην περίπτωση της Κομοτηνής προτείνεται δίκτυο κίνησης ποδήλατου από την αρχή της οδού Δημοκρατίας – Ορφέως – Δημοκρίτου – Γ. Κονδύλη – Ν. Πλαστήρα – Ξάνθης – Λεωφόρος Γεωργίου Παπανδρέου – Λεωφόρος Εθνικής Αντιστάσεως (έως το ύψος του εμπορικού κέντρου Cosmopolis) ή εναλλακτικά έως το Πανθρακικό Εθνικό Στάδιο Κομοτηνής (βλέπε Παράρτημα, χάρτη 1 και χάρτη 4). Η συγκεκριμένη διαδρομή επιλέχθηκε διότι συνδέει έναν πόλο αθλητισμού ή το εμπορικό κέντρο, που είναι σημεία αυξημένης επισκεψιμότητας από τους πολίτες με ορισμένα σημεία ενδιαφέροντος και αξιοθέατα της πόλης και το αστικό οικολογικό άλσος. Ουσιαστικά διασχίζει κεντρικά και οριζοντίως την πόλη, κατά το μεγαλύτερο μέρος της παλιάς ροής του ποταμού, δίνοντας τη δυνατότητα σε όλες τις συνοικίες για άμεση πρόσβαση.

Αναλυτικότερα, ξεκινώντας τη διαδρομή από το αστικό οικολογικό άλσος (χώρος προς διαμόρφωση) συναντά κανείς τη συγκέντρωση των δημοτικών αθλητικών υποδομών (κλειστό γυμναστήριο, κλειστό κολυμβητήριο, γήπεδα αντισφαίρισης (tennis), καλαθοσφαίρισης (basket), λίγο πιο πέρα το πάρκο κυκλοφοριακής αγωγής, επί της οδού Δημοκρατίας το Ίδρυμα Παπανικολάου, περνά δίπλα από τον Δημοτικό Κήπο και το Κεντρικό Ηρώο. Έπειτα, επί της οδού



Ορφέως έχει τη δυνατότητα να διεισδύσει στα στενά παραδοσιακά σοκάκια της Ερμού, ενώ ακολουθώντας την πορεία του δρόμου συναντά τη Λέσχη Κομοτηναίων και το Φρούριο από τη μία πλευρά και την Τσανάκλειο Σχολή από την άλλη. Μπαίνοντας στην οδό Γ. Κονδύλη, περιοχή που απομακρύνεται από το κέντρο και οι χρήσεις τείνουν αποκλειστικά σχεδόν στη κατοικία, αντικρίζει το κτίριο που στεγάζει το ΔΗ.Π.Ε.ΘΕ. Κομοτηνής και σε μικρή απόσταση την Παπαδριέλλειο Δημοτική Πινακοθήκη. Στρίβοντας προς την οδό Ξάνθης την εμπειρία του ποδηλάτου συμπληρώνει η ανοιχτή θέα προς τον ορεινό όγκο της Ροδόπης, καθώς η περιοχή δεν έχει αναπτυχθεί οικιστικά ακόμη. Επόμενο σημείο αναφοράς της διαδρομής είναι ο κυκλικός κόμβος που οδηγεί στο Πανθρακικό Εθνικό Στάδιο Κομοτηνής ή στη Λεωφόρο Γ. Παπανδρέου, όπου ουσιαστικά διασχίζει περιμετρικά την πρότυπη συνοικία πολεοδομικής οργάνωσης, γνωστή ως ΕΚΤΕΝΕΠΟΛ, λόγω της κατασκευαστικής εταιρείας. Τελικός προορισμός είναι το νέο εμπορικό κέντρο Cosmopolis, στη Λεωφόρο Εθνικής Αντίστασης.



[62] Πρότυπη διάταξη δρόμων υιοθέτησης ποδηλατόδρομου

Πηγή : προσωπικό αρχείο

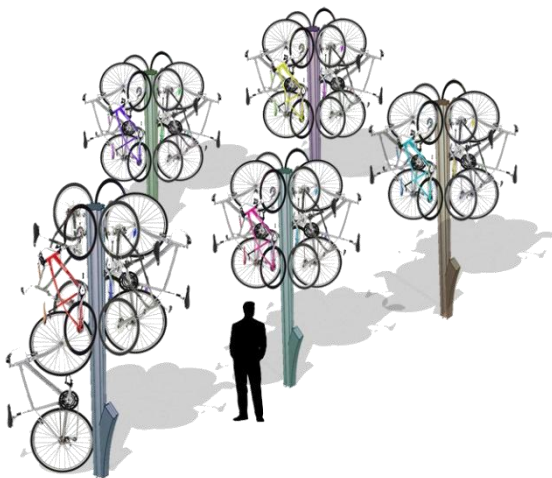
Για το δίκτυο αυτό προβλέπεται αρχικά η απομάκρυνση των σταθμευμένων αυτοκινήτων στην άκρη των εν λόγω δρόμων και έπειτα η οριοθέτησή του σύμφωνα με διεθνείς προδιαγραφές με διαγράμμιση, χρωματισμό, φωτισμό και ειδική σήμανση. Μάλιστα, προτείνεται η χρήση κοινής λωρίδας για τη δημοτική συγκοινωνία και τα ποδήλατο με πλάτος περίπου 5 μ. (Γαλάνης, 2011). Κάτι τέτοιο είναι εφικτό, καθώς ήδη οι γραμμές των λεωφορείων της πόλης εμπεριέχονται στο προτεινόμενο δίκτυο και οι διαστάσεις των δρόμων μπορούν να το υποστηρίξουν, δίχως να δημιουργείται κυκλοφοριακό πρόβλημα στα διερχόμενα οχήματα.

Επίσης, θεωρείται απαραίτητη και η διαμόρφωση χώρων στάθμευσης των ποδηλάτων σε ειδικούς χώρους σε συγκεκριμένα σημεία της πόλης, όπως την Τσανάκλειο Σχολή, την κεντρική πλατεία



και το δημοτικό κολυμβητήριο για να επιμεριστεί η συγκέντρωση των σταθμευμένων ποδηλάτων, να ενθαρρυνθεί η χρήση του, να μειωθούν οι πιθανότητες κλοπής ή φθορών, να μειωθούν τα προβλήματα κινητικότητας των πεζών κ.α. (Γαλάνης, 2011).

Από την πρόταση δεν προβλέπεται κάποιος οργανωμένος χώρος στάθμευσης οχημάτων, καθώς για την εξυπηρέτηση, τουλάχιστον, του κέντρου υπάρχει ο διαμορφωμένος δημοτικός χώρος (έναντι Δημοτικού Κήπου). Επίσης τα σταθμευμένα οχήματα είναι των χρηστών του κέντρου και όχι των κατοίκων του, επομένως η απομάκρυνσή τους δε θα δημιουργήσει ιδιαίτερο πρόβλημα. Άλλωστε κατεύθυνση της πρότασης είναι ο περιορισμός της χρήσης του ΙΧ σε μία πόλη τέτοιου μεγέθους και η προώθηση των δημόσιων συγκοινωνιών και πιο ήπιων μέσων για μια καλύτερη ποιότητα ζωής.



[63] Θέσεις στάθμευσης ποδηλάτων

Πηγή : <http://www.bakfiets-en-meer.nl>



[62] Προτεινόμενη διαδρομή ποδηλατόδρομου (οδός Σοφούλη)

Θεωρείται ότι μέσα από αυτή τη διαδρομή η χρήση του ποδηλάτου καθίσταται ιδιαίτερα πρόσφορη, καθώς δεν υπάρχει έντονη έως και μηδενική εναλλαγή του ανάγλυφου, η απόσταση μπορεί να καλυφθεί σε λίγο περισσότερο από μισή ώρα, οι δρόμοι που τον φιλοξενούν έχουν μεγάλο πλάτος διατομής και διαθέτει ενδιαφέροντα σημεία στάσης και θέασης. Προφανώς δύναται να αποκτήσει και άλλα τμήματα ποδηλατόδρομων, έχοντας τον ρόλο του κεντρικού – κορμού του διευρυμένου δικτύου. Ακόμη, ο αυξημένος νεανικός πληθυσμός της πόλης πρόκειται να συμβάλει ιδιαίτερα στη άμεση ανταπόκριση και υιοθέτηση της χρήσης του ποδήλατου στην πόλη.

Πολιτιστική διαδρομή

Παρόμοια με το δίκτυο κίνησης ποδηλάτου είναι η πολιτιστική διαδρομή που προτείνεται από την παρούσα μελέτη. Σκοπός της διαμορφωμένης αυτής πορείας είναι η επαφή του πεζού χρήστη με όλα τα αξιοθέατα και τα σημεία υψηλής επισκεψιμότητας της πόλης, μέσα από μία σχεδιασμένη



ροή. Σημαντικό ρόλο σε αυτή διαδραματίζουν τα ορόσημα του πολεοδομικού ιστού της Κομοτηνής αφού είναι αυτά που σηματοδοτούν την καθημερινή πορεία των πολιτών και όχι οι δρόμοι.

Ξεκινώντας τη διαδρομή από τον Σιδηροδρομικό Σταθμό (βλέπε Παράρτημα χάρτη 1 και χάρτη 5), που κατά το παρελθόν αποτέλεσε σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης, και ακολουθώντας την οδό Παναγή Τσαλδάρη, έναν δρόμο με φαρδιά πεζοδρόμια υπό τη σκιά από συστάδα φλαμουριών, που αποτελεί μία νοητή «αναγκαστική» πορεία παράλληλα με τον κεντρικό δρόμο πλάι στην παλαιά συνοικία της πόλης με τα διατηρούμενα κτίρια, οδηγείται κανείς στην παλαιά Νομική Σχολή του ΔΠΘ. Από εκεί δίνεται η δυνατότητα να προσεγγίσει κανείς το συγκρότημα των κτιρίων από τις οδούς Κούμπαρη – Κοσμίου – Χρήστου Τσουντα και να βρεθεί στην Κακουλίδη, κάτω από, επίσης, συστάδες υψηλόκορμων πλάτανων ή απλά να συνεχίσει στην ευθεία, όπου καταλήγει και πάλι στην Κακουλίδη και στο κτίριο της Περιφέρειας ΑΜΘ και στο διαμορφωμένο πάρκο του Παλαιού Ηρώου, στο οποίο έχει την είσοδό του το Αρχαιολογικό Μουσείο και το Θερινό Δημοτικό Θέατρο.

[65] Προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή (οδός Παναγή Τσαλδάρη)



[66] Προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή (Σιδηροδρομικός Σταθμός)



Έχοντας πάντα τον κεντρικό δρόμο ως άξονα και πορευόμενος κανείς όπως ορίζουν τα πεζοδρόμια, συναντά έναν από τους βασικότερους κόμβους στην δυτική είσοδο της πόλης, με τη χαρακτηριστική πράσινη νησίδα και το άγαλμα του Ελευθέριου Βενιζέλου. Εκμεταλλεζόμενοι τους δρόμους του κόμβου με τη χαμηλότερη ροή, οδηγείται κανείς στην οδό Δημοκρίτου που, επίσης, διαθέτει δύο ελεύθερες λωρίδες ανά κατεύθυνση, με διαμορφωμένη νησίδα στη μέση. Αντικρίζοντας την επιβλητική Τσανάκλειο Σχολή, υπάρχει το ενδεχόμενο να ακολουθήσει κανείς τον πεζόδρομο της οδού Σοφούλη μέσα από τη διατηρητέα αρχοντικά ή να συνεχίσει στην οδό Δημοκρίτου και να στρίψει στην οδό Γ. Κονδύλη, όπου και θα συναντήσει τον διαμορφωμένο ποδηλατόδρομο και την πορεία που αυτός ορίζει ως το τέλος (εμπορικό κέντρο Cosmopolis).

Ένα τρίτο ενδεχόμενο είναι να προσπεράσει και αυτόν τον κόμβο και να φτάσει μπροστά στο κτίριο της Λέσχης Κομοτηναίων, που έπειτα από την επανάχρησή του αποτελεί σημείο συνάντησης των πολιτών. Από εκεί, δύναται να περπατήσει παραπλεύρως του Βυζαντινού Τείχους, στην οδό Νικηφόρου Γρηγορά μέχρι το τέλος και από εκεί να βγει στην οδό Φρουρίου (παράλληλη της Δημοκρίτου), ειδάλλως να απολαύσει την ίδια διαδρομή από την άλλη μεριά του τείχους από όπου δεσπόζει και ο Ναός Κοιμήσεως της Θεοτόκου, έως την οδό Φρουρίου. Από εκεί, μετά το παλαιό, πέτρινο σχολείο, επί της Φρουρίου το Θρακικό Ωδείο και επί της Ξενοφώντος το ένα από τα κεντρικότερα και μεγαλύτερα μουσουλμανικά τεμένη, προδιαθέτει την είσοδο σε στενά, πέτρινα δρομάκια, ένα σύμπλεγμα των οδών Κιλκίς, Οδυσσέα Ανδρούτσου, Κων/νου Κανάρη, Λαχανά, Σερρών και τον βασικότερο τον πεζόδρομο της Ερμού. Αποτελούν το ιστορικό κέντρο της πόλης, με παλαιά, διώροφα κτίρια, όπου στο ισόγειο υπάρχει το κατάστημα και στον όροφο η αποθήκη με μικρά παράθυρα, παρόμοιες προσόψεις, με κληματαριές κατά μήκος τους και το χαρακτηριστικό Ρολόι της Κομοτηνής, δίπλα στο Γενί Τζαμί. Αυτή η διαφορετική εμπειρία έχει κάνει τον χρήστη να φτάσει στο κέντρο της πόλης, πίσω από την κεντρική πλατεία.



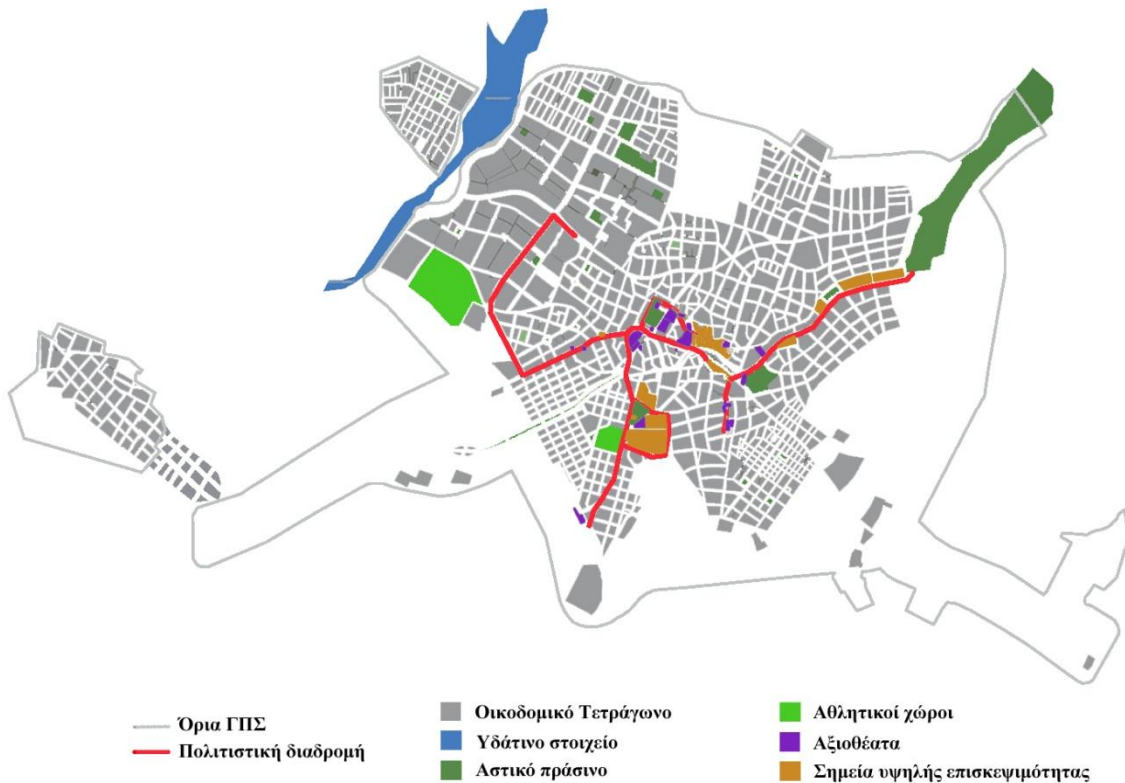
[67] Προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή (οδός Νικηφόρου Γρηγορά)



[68] Προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή (Ερμού)



ΧΑΡΤΗΣ 3 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ



Στην Πλατεία Ειρήνης (κεντρική πλατεία), όμως, μπορεί κανείς να φτάσει στο πλαίσιο της προτεινόμενης διαδρομής εάν από την οδό Δημοκρίτου και τη Λέσχη Κομοτηναιών ακολουθήσει τον εμπορικό πεζόδρομο της οδού Βενιζέλου. Με οποιονδήποτε τρόπο φτάσει κανείς στην πλατεία, οδηγείται από τη διαμόρφωσή της προς το Κεντρικό Ηρώο και τον Δημοτικό Κήπο, με τα οποία υπάρχει σύνδεση με όμοια υλικά, διασχίζοντας τον κεντρικό δρόμο Δημητρίου Μπλέτσα. Από εκεί, παραπλεύρως του πάρκου η πολιτιστική διαδρομή της πρότασης ακολουθεί το δίκτυο κίνησης ποδήλατου έως το τέλος της. Να σημειωθεί ότι μία εναλλακτική πορεία είναι από το τέλος της πλατείας προς τον Ναό το Αγ. Γεωργίου, όπου μπορεί κανείς να επισκεφτεί το Λαογραφικό Μουσείο, το Θρακικό Μουσείο Παιδείας και να έρθει σε επαφή με παραδοσιακά αρχοντικά.

Ενδεχομένως, στο πλαίσιο της πρότασης το κομμάτι των παρεμβάσεων να είναι περιορισμένο και να βασίζεται σε νοητική συνέχεια κατά βάση. Προτείνονται, όμως, και ορισμένες επεμβάσεις σε κτίρια και δρόμους για να συμβάλουν σε ένα πιο ολοκληρωμένο αποτέλεσμα.

Συγκεκριμένα, όσον αφορά το κομμάτι των διαδρομών προτείνεται η απομάκρυνση των σταθμευμένων οχημάτων στις οδούς Δημοκρατίας, Ορφέως, Δημοκρίτου και Γ. Κονδύλη, όπου και παρουσιάζεται έντονο πρόβλημα με σκοπό την εκμετάλλευση του χώρου αυτού προς όφελος της



λεωφοριολωρίδας και του ποδηλατόδρομου (βλέπε Δίκτυο κίνησης ποδηλάτου). Επιπρόσθετα, γίνεται πρόταση για επαναπροσδιορισμό του υλικού των πεζοδρομίων στα τμήματα της διαδρομής για να δηλώνεται εμμέσως η συνέχεια της πορείας. Παράλληλα, το ίδιο να γίνει και στους δύο εμπορικούς πεζόδρομους.

[69]
Προτεινόμενη
πολιτιστική
διαδρομή (Αγ.
Γεωργίου)



[70]
Προτεινόμενη
πολιτιστική
διαδρομή
(Ιμαρέτ)



Απαραίτητη θεωρείται η ανακατασκευή και συντήρηση της Τσανάκλειου Σχολής και ο επαναπροσδιορισμός της χρήσης της για στέγαση διοικητικών υπηρεσιών για να αποκτήσει ξανά την παλιά της αίγλη, εξυπηρετώντας τις ανάγκες της τοπικής αυτοδιοίκησης και αποφορτίζοντας τις νεόδμητες πολυκατοικίες του κέντρου. Ακόμη, προτείνεται η εξωτερική διαμόρφωση των χαρακτηριστικών κτιρίων της Ερμού, μέσω της συντήρησής τους και χρωματισμού της πρόσοψης, σύμφωνα με τους κανόνες του ΓΟΚ για το ιστορικό κέντρο της πόλης. Η κίνηση αυτή έχει ως στόχο την ανάδειξη της ομοιομορφίας τους, αναδεικνύοντας τον ιδιαίτερο τόνο της περιοχής.

Σταθμός της πολιτιστικής διαδρομής και του δικτύου κίνησης ποδηλάτου αποτελεί ο πολύ μεγάλος χώρος στα βορειοανατολικά της πόλης, στην αρχή της οδού Δημοκρατίας, που από το ΓΠΣ προβλέπεται ως χώρος αστικού πρασίνου με υπόγεια στάθμευση. Ο Δήμος Κομοτηνής σχεδιάζει να τον μετατρέψει σε ένα αστικό οικολογικό πάρκο με εγκαταστάσεις αξιοποίησης της ηλιακής ενέργειας προς όφελος της δημοτικής ηλεκτροδότησης και του νερού για τις δημόσιες διακοσμητικές κατασκευές.

Στο επίπεδο της συγκεκριμένης πρότασης και όσον αφορά το περιεχόμενό της, δίνεται κατεύθυνση για νοητικό διαχωρισμό της έκτασης σε τρεις ενότητες : την εμπορική, της αναψυχής και της εκπαίδευσης (βλέπε Παράρτημα χάρτη 6). Επίσης προτείνεται η δενδροφύτευση ταχέως



αναπτυσσόμενων δέντρων προς άμεση χρήση του πάρκου, καθώς προς το παρόν δεν καλύπτεται από βλάστηση, ο επαρκής φωτισμός με τη βοήθεια των φωτοβολταϊκών και γενικότερα η χρήση της τεχνολογίας στον σχεδιασμό του χώρου επιδιώκοντας τη βιωσιμότητα και την προώθηση της οικολογικής συνείδησης.

Αναλυτικότερα, προτείνεται στην εμπορική ενότητα η φιλοξενία ορισμένων παράλληλων δραστηριοτήτων της Έκθεσης της Θράκης, της ΔΕΘ ΑΕ ή άλλων εμπορικών εκθέσεων, με ελαφριές κατασκευές. Κάτι τέτοιο προκύπτει από το γεγονός ότι αυτό που θα χαρακτήριζε την πόλη από την πάροδο του χρόνου είναι το εμπόριο ` είναι αυτό που τη διατήρησε και την διέκρινε ακόμα και κατά τη διάρκεια της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας. Επιπρόσθετα, το τμήμα της οδού Δημοκρατίας από την οδό Αλέξανδρου Παπαναστασίου έως την οδό Αγαμέμνονος έχει χαρακτηριστεί ως δημοτικός χώρος λαϊκής αγοράς, με στέγαστρα, επομένως η περιοχή είναι ταυτισμένη με το εβδομαδιαίο παζάρι.

Στην ενότητα της αναψυχής προτείνεται η δημιουργία χώρων συνάθροισης του κοινού, αναψυκτήρια ακόμη και αμφιθέατρα εκδηλώσεων (πολιτιστικών ή άλλων) σύμφωνα με τις επιτρεπόμενες χρήσεις του ΦΕΚ 166Δ 6/3/1987 για το αστικό πράσινο. Με αυτόν τον τρόπο και σε συνέχεια με τις διαδρομές εντός του πολεοδομικού ιστού δημιουργείται ένα πλέγμα δημόσιων τόπων, ισχυρά διαφοροποιημένων ως προς τη μορφή αλλά και τη χρήση τους που ολοκληρώνουν την έκφραση των πολιτών (Κολιγιάννη, Παπασταματάκη, 2008).

Τέλος, στην τρίτη ενότητα, αυτή της εκπαίδευσης θα μπορούσαν να υπάρχουν ειδικά διαμορφωμένοι χώροι εκμάθησης αθλημάτων της υπαίθρου , για παράδειγμα τοξοβολία, αναρρίχηση και άλλα, σε συνεργασία με σχετικούς τοπικούς συλλόγους (ΕΟΣ Κομοτηνής, κα.). Αυτό στοχεύει στην άμεση επαφή με τη φύση, ακόμα και μέσα στον αστικό ιστό και σε οργανωμένες αποδράσεις στον ορεινό όγκο του νομού.

Χαράσσοντας μία τέτοια διαδρομή στοχεύεται η ένταξη ολοένα και περισσότερων σημείων του αστικού ιστού στη ζωή της πόλης ` τα κτίρια και οι δημόσιοι χώροι να αποκτήσουν ψυχή, να αποτελέσουν προτάσεις της ανάγνωσης της πόλης, να προκαλέσουν ερεθίσματα στους χρήστες, να είναι αυτά δημιουργούν μνήμες, που θα βοηθήσουν, ίσως περισσότερο τους επισκέπτες να προσαρμοστούν στην πόλη (Σαπουνάκης, 2009). Η γνώση διαδρομών χαρακτηρίζεται σαν μια σειρά διαδικαστικών περιγραφών, η οποία περιλαμβάνει μια συνεχή καταγραφή των σημείων αφητηρίας, των ορόσημων που ακολουθούν και των σημείων προορισμού σε σχέση με ένα συγκεκριμένο δρόμο (Κοσμόπουλος, 1994).



Αυτή παραχωρεί τους δομημένους όγκους, την αρχιτεκτονική, τους δρόμους, τους ελεύθερους χώρους, την ιστορία της, την παλιά και νέα εικόνα ως βάση για τις παρεμβάσεις που θα ικανοποιούν άλλες απαιτήσεις. Επομένως, από την πόλη αξιοποιούνται όλα τα αξιόλογα κτιριακά αποθέματα, τα εναπομείναντα υλικά κατασκευάσματα των περασμένων χρόνων και ή ήδη διαμορφωμένη εικόνα της (δαιδαλώδης, σκεπασμένη κοίτη ποταμού) για τη δημιουργία μιας πορείας που θα τα αναδεικνύει, θα τα γνωστοποιεί και θα τα κάνει να αποτελέσουν κομμάτι όχι μόνο του πολεοδομικού ιστού αλλά και της ανθρώπινης καθημερινότητας.

Οι συγκεκριμένες προτεινόμενες διαδρομές, όπως και κάθε παρέμβαση στο πάρκο της πόλης, γίνεται για τους χρήστες της πόλης, κατοίκους και επισκέπτες. Κατά ένα μεγάλο βαθμό επηρεάζεται από τις προτιμήσεις και τις συνήθειες των πρώτων, αλλά είναι αυτοί που θα τη χαρακτηρίσουν πετυχημένη ή όχι. Οι πορείες θα πρέπει να καλύπτουν τις επιθυμίες των εκάστοτε χρηστών, να εναλλάσσονται οι εικόνες, να κυμαίνονται μεταξύ έντασης και ηρεμίας, να κρατούν αμείωτο το ενδιαφέρον του για να τον προκαλέσουν να συνεχίσει (Σαπουνάκης, 2009, Νικολαΐδου, 1993).

Θεωρείται ότι με το σχεδιασμό μιας διαδρομής ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς προπάντων οι κάτοικοι πρόκειται να γνωρίσουν σημεία της πόλης που μέχρι πριν τους ήταν άγνωστα. Ενδέχεται να εμπνευστούν από αυτά, να καλύψουν ένα κενό ικανοποίησης από την ίδια τους την πόλη. Τώρα πλέον έχουν ακόμη ένα λόγο να βγουν να περπατήσουν στον ελεύθερό τους χρόνο. Μπορούν ελεύθεροι, αφού δεν υπάρχει κλειστή διαδρομή, σαφώς οριοθετημένη, να διευρύνουν την ανάγνωση της πόλης και να συνδέσουν την καθημερινή τους ζωή με στοιχεία της, δομημένα ή έθιμα και παραδόσεις. Χωρίς αυτά να χάνουν τη σπουδαιότητά τους με την πάροδο του χρόνου, απεναντίας να αποκτούν ολοένα και περισσότερο κύρος. Μέσω ενός ποδηλατόδρομου πιθανόν να καλυφθούν κυκλοφοριακές ανάγκες των πολιτών και να συμβάλει στην εξυπηρέτησή τους. Έτσι προκύπτει μια ακούσια για τους χρήστες αλλά εκούσια από τον σχεδιαστή σύνδεση των συνοικιών της πόλης και δημιουργούνται νέες ροές κίνησης στον αστικό ιστό.



κεφάλαιο 7

συμπεράσματα

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η πόλη ως χώρος κατοίκησης, εργασίας, εκπαίδευσης, έκφρασης, αλληλεπίδρασης, επικοινωνίας, ελεύθερου χρόνου, μετακίνησης και προορισμού αποτελεί τον πυρήνα της ανθρώπινης καθημερινότητας. Οφείλει να διαχειρίζεται από σχέδια και ανθρώπους που αντιλαμβάνονται και θέλουν να της δώσουν μια ιδιαίτερη μορφή. Μία τέτοια ενέργεια πρόκειται να αλλάξει ή να διαμορφώσει μια διαφορετική συνήθεια χρήσης της για τους κατοίκους και τους επισκέπτες, προσαρμοσμένη στις δικές τους ανάγκες, τα δικά τους «θέλω», χρησιμοποιώντας ό,τι καλύτερο μπορεί να δώσει το δομημένο περιβάλλον.





Αυτή η αλλαγή έχει και χωρικό αποτύπωμα, κάνοντας παρεμβάσεις σε πολεοδομικό επίπεδο : διαμόρφωση χώρων, πεζοδρομήσεις, ενοποιήσεις, ποδηλατόδρομοι, αναπλάσεις. Όλα αυτά συμβάλουν στο σχηματισμό μιας νέας εικόνας μιας πόλης που συνοδεύεται από αντίστοιχες συμπεριφορές και οργανωμένες κινήσεις. Διαφημιστικές καμπάνιες, λογότυπα, οργανωμένες κινήσεις τοπικών επιχειρηματιών, συντονισμένες δράσεις συλλόγων, συνεργασία με πανεπιστήμια, νοοτροπία είναι μόνο κάποιες από τις παράλληλες δράσεις που πρέπει να γίνουν για να αποτελεί αυτή η επιθυμητή εικόνα καθρέφτισμα της εκάστοτε κοινωνίας.




Στην Ελλάδα τα πράγματα γίνονται όλο και πιο δύσκολα λόγω απουσίας της φιλοσοφίας της ταυτότητας των πόλεων και των διαδικασιών που απαιτεί από αρμόδια άτομα. Ωστόσο, γίνεται φανερό η τάση και η θέληση ακόμα και μικρών πόλεων για τέτοιου είδους παρεμβάσεις, υπό τη σκέπη, πλέον, μιας οργανωμένης διαχείρισης και όχι απλά ως ενέργειας ενός προγράμματος δήμου. Μάλιστα δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που οι ίδιοι οι κάτοικοι δίνουν το «σήμα», κάνουν την πρώτη κίνηση για να υλοποιηθούν ορισμένες αλλαγές. Όταν ο χρήστης ζητάει την αλλαγή τότε δεν πρέπει να χάνεται η ευκαιρία και να γίνονται έργα παρεμβάσεων που να προσδιορίζουν την ταυτότητα της πόλης.

Όπως και στην περίπτωση της Κομοτηνής, αφενός το δημοτικό πρόγραμμα είχε δρομολογήσει εδώ και χρόνια παρεμβάσεις σε διάφορα σημεία του πολεοδομικού ιστού, αφετέρου οι κάτοικοι είναι αυτοί που τα τελευταία χρόνια δίνουν το έναυσμα στις διαχειριστικές αρχές να στρέψουν και αλλού τις ενέργειές και τις προσπάθειές τους, να δώσουν έναν διαφορετικό και ασυνήθιστο, μέχρι τώρα, τόνο στην εικόνα της πόλης

παράρτημα





Πίνακας 1 Μητρώο Αξιοθέατων

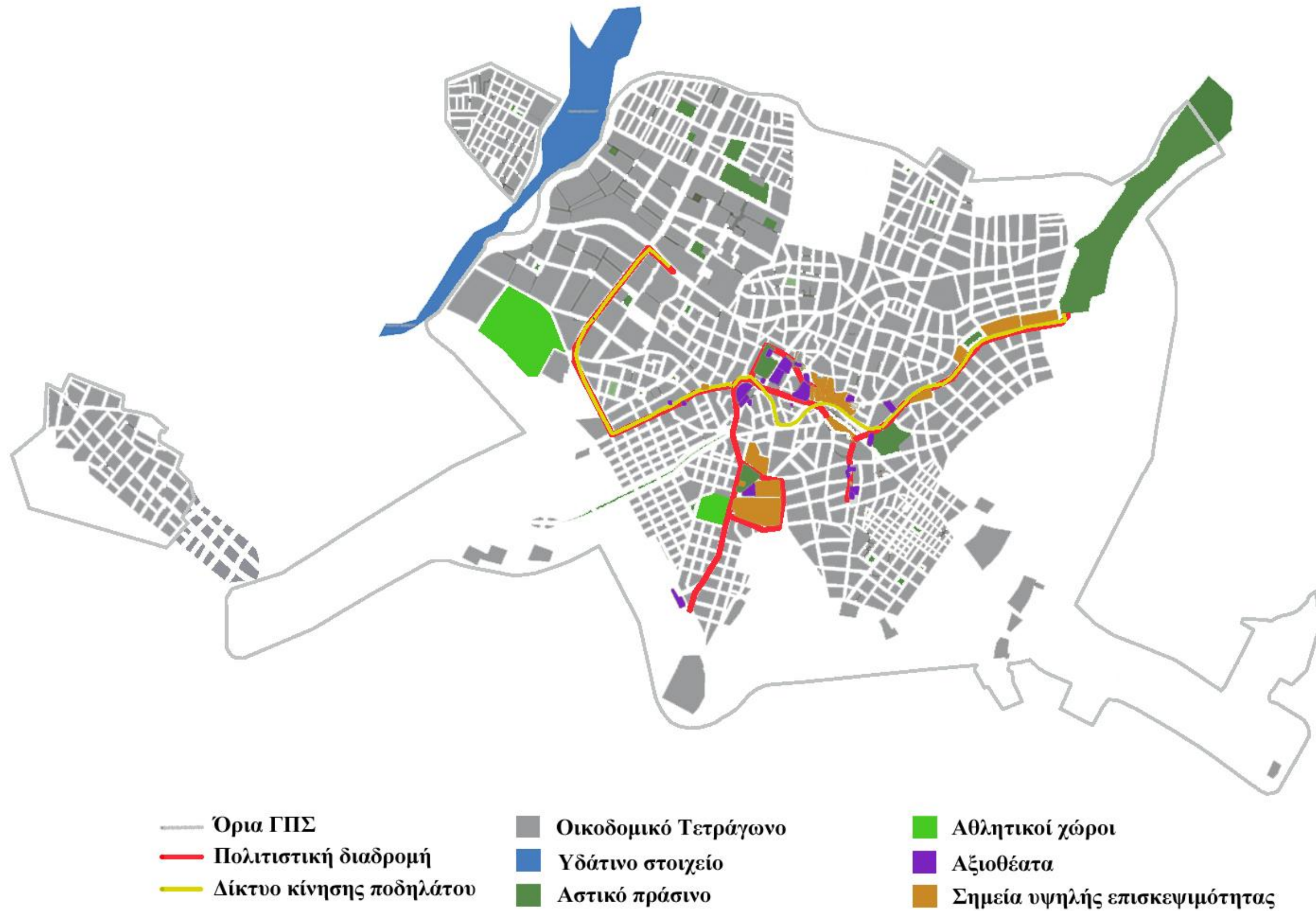
Α/Α	ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ
1	 <p data-bbox="408 741 724 779">Το Βυζαντινό Φρούριο</p>	<p data-bbox="903 456 1406 674">Χρονολογείται από τον 4^ο αι. μ.Χ. για οικονομικο-στρατιωτικούς λόγους. Είχε 16 πύργους και το ύψος τους πλησίαζε τα 10 μ. Μέσα στα όριά του βρίσκεται κτισμένο το Μητροπολιτικό Μέγαρο, σε βυζαντινό ρυθμό.</p>
2	 <p data-bbox="368 1070 804 1108">Ναός Κοιμήσεως της Θεοτόκου</p>	<p data-bbox="903 797 1406 1048">Είναι τετράκλιτος με νάρθηκα, ξυλόστεγος και το δάπεδό του βρίσκεται σε χαμηλότερο επίπεδο από αυτό του γύρω χώρου. Χτίστηκε 1800 πάνω στα θεμέλια βυζαντινού ναού. Αναστηλωμένος, έχει κηρυχθεί ιστορικό διατηρητέο μνημείο.</p>
3	 <p data-bbox="336 1529 823 1568">Αστική Σχολή Νέστορος Τσανακλή</p>	<p data-bbox="903 1245 1406 1462">Επιβλητικό οικοδόμημα της τελευταίας περιόδου του εκλεκτικισμού. Χρησιμοποιούνταν ως εκπαιδευτήριο με την προσφορά του Ν. Τσανακλή. Τελευταία του χρήση η Πρυτανεία του ΔΠΘ (1995).</p>
4	 <p data-bbox="504 1966 655 2004">Αρχοντικό</p>	<p data-bbox="903 1760 1406 1832">Αξιόλογο αρχοντικό επί της οδού Δημοκρίτου. Διατηρείται ως κατοικία.</p>

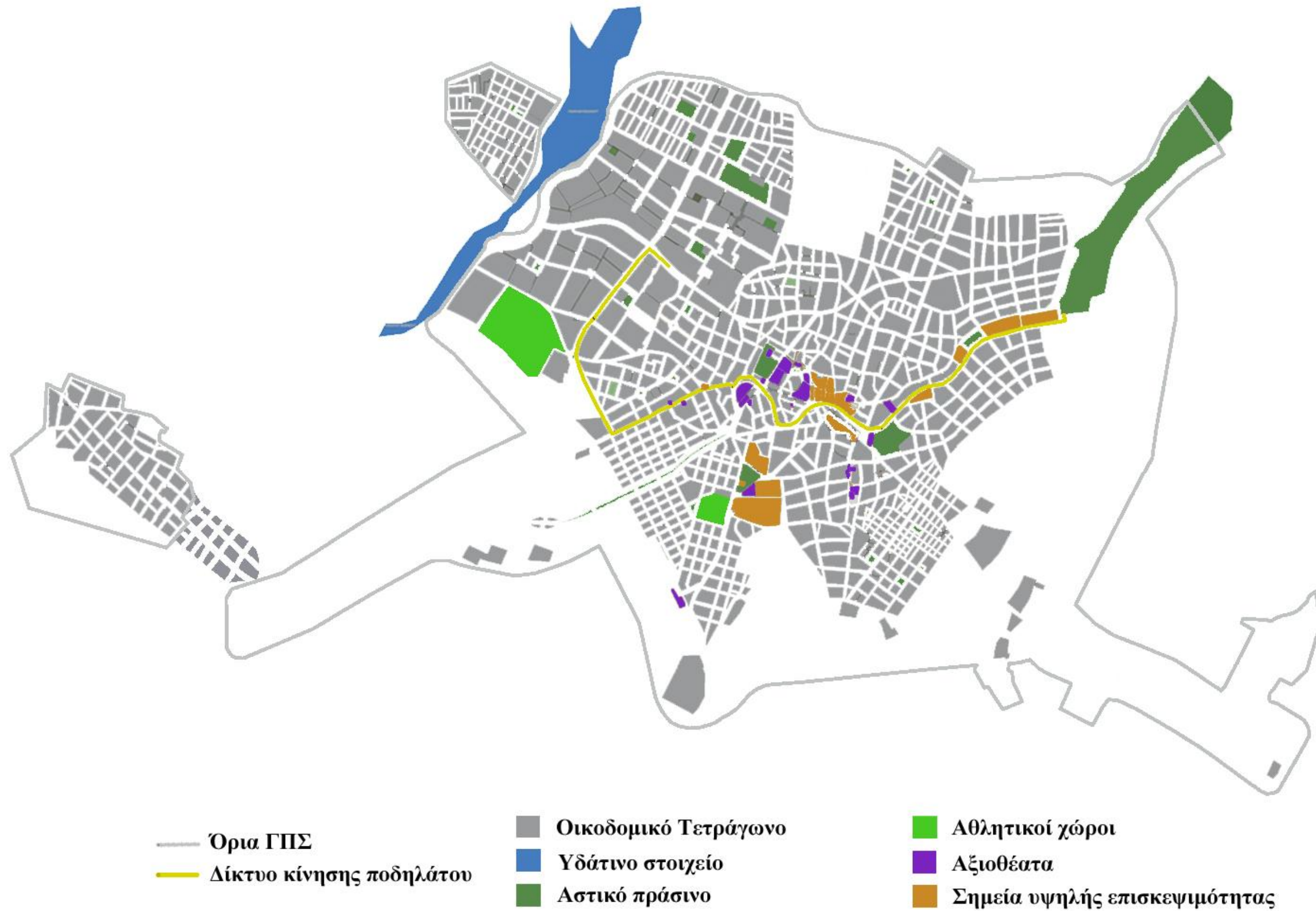
Α/Α	ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ
5	 <p data-bbox="403 667 751 696">Αρχοντικό Μαλιόπουλου</p>	<p data-bbox="903 389 1412 607">Κατασκευασμένο στα 1910 το αρχοντικό του Ηπειρώτη εμπόρου Μαλιόπουλου. Έπειτα από ανακαίνιση στεγαζόταν η Δημοτική Βιβλιοθήκη, ενώ τώρα στεγάζεται δημοτική υπηρεσία.</p>
6	 <p data-bbox="384 1115 826 1144">Πύργος Ωρολογίου – Γενί Τζαμί</p>	<p data-bbox="903 779 1412 1070">Χτίστηκε το 1884, επί του σουλτάνου Αμπντούλ Χαμίτ. Το 1950 ξεκίνησαν αρχιτεκτονικές επεμβάσεις μέχρι τη σημερινή του μορφή. Πίσω υψώνεται ο μιναρές του τεμένους Γενί Τζαμί, που είναι ανοιχτό σε επισκέπτες, ενώ στον προαύλιο χώρο στεγάζεται η Μουφτεία Κομοτηνής.</p>
7	 <p data-bbox="432 1541 683 1570">Δημοτικός Κήπος</p>	<p data-bbox="903 1227 1412 1518">Έχει έκταση 21 στρεμμάτων και αποτελεί πνεύμονα για την πόλη. Παλαιότερα φιλοξενούσε και ιδιαίτερη πανίδα της περιοχής. Το 2008 έγινε ανάπλαση και έχει τη σημερινή μορφή. Εντός του βρίσκεται η πολιούχος της πόλης Αγ. Παρασκευή.</p>
8	 <p data-bbox="395 1951 719 1980">Αρχαιολογικό Μουσείο</p>	<p data-bbox="903 1682 1412 1899">Εγκαινιάστηκε το 1976, κτίσμα του Α. Κωνσταντινίδη, από τα εντυπωσιακά της πόλης. Περιλαμβάνει εκθέματα από τη Νεολιθική έως τη Βυζαντινή περίοδο για όλη τη Θράκη και το Βόρειο Αιγαίο.</p>

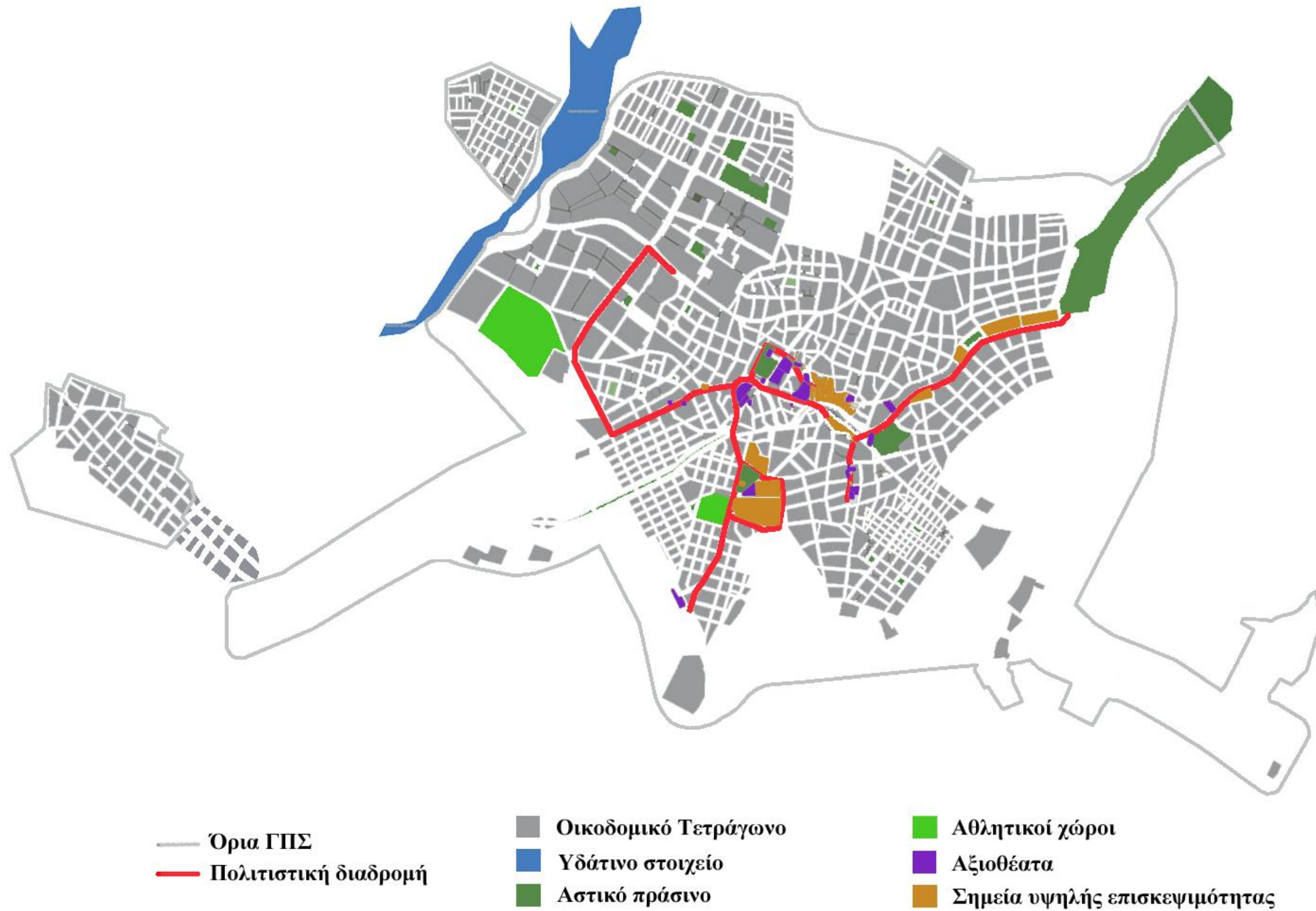
Α/Α	ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ
9	 <p data-bbox="347 633 807 667">Ίδρυμα Νικολάου Παπανικολάου</p>	<p data-bbox="903 376 1412 593">Προσφορά του ευεργέτη Ν. Παπανικολάου, λειτουργήσε ως Στέγη Γραμμάτων από το 1988. Περιλαμβάνει το Βυζαντινό Μουσείο, εκθεσιακό χώρο, αμφιθέατρο, αναγνωστήρια και βιβλιοθήκες.</p>
10	 <p data-bbox="343 1122 807 1155">Εκκλησιαστικό Μουσείο - Ιμαρέτ</p>	<p data-bbox="903 808 1412 1025">Παλαιά Μονή Αγ.Σοφίας η οποία ενσωματώθηκε στο πτωχοκομείο (Ιμαρέτ) επί του Γαζή Εβρενού Μπέη μέχρι το 1912. Τώρα φιλοξενεί το Εκκλησιαστικό Μουσείο της Μητρόπολης.</p>
11	 <p data-bbox="422 1559 727 1592">Λαογραφικό Μουσείο</p>	<p data-bbox="903 1267 1412 1485">Το αρχοντικό Πεΐδη ανήκει από το 1962 στο ΜΟΚ και από το 1989 στεγάζει το Λαογραφικό Μουσείο. Πλούσια εκθέματα από όλη την περιοχή αλλά και την Ανατολική και Βόρεια Θράκη.</p>
12	 <p data-bbox="327 1939 855 1973">Μουσείο Καλαθοπλεκτικής των Ρωμά</p>	<p data-bbox="903 1682 1412 1899">Ιδρύθηκε και διοικείται από την Θρακική Εταιρεία. Εκθέματα για την ιστορία αλλά και δείγματα καλαθοπλεκτικής από τον Πόντο, τους Πομάκους της Ροδόπης και τη Ανατολική Θράκη.</p>

Α/Α	ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ
13	 <p data-bbox="411 701 738 734" style="text-align: center;">Μουσείο Καραθεοδωρή</p>	<p data-bbox="906 409 1412 622">Το μοναδικό μουσείο αφιερωμένο στον δάσκαλο του Αϊνστάιν με σπουδαίο υλικό από πολλά σημεία του κόσμου. ζωντανό πνευματικό και ερευνητικό κέντρο για τη Θράκη και την Ελλάδα.</p>
14	 <p data-bbox="387 1104 770 1137" style="text-align: center;">Θρακικό Μουσείο Παιδείας</p>	<p data-bbox="906 835 1412 1048">Χτίστηκε το 1882 και λειτούργησε ως δημοτικό, ως νηπιαγωγείο μέχρι το 1995 και από τότε στεγάζει το Μουσείο Παιδείας κυρίως με υλικά από την περιοχή. Το μοναδικό στην Ελλάδα με το περιεχόμενο αυτό.</p>
15	 <p data-bbox="443 1485 707 1518" style="text-align: center;">Μέγαρο Μουσικής</p>	<p data-bbox="906 1261 1412 1440">Το 2003 έγινε παραχώρηση του οικοπέδου στην Αναπτυξιακή Ροδόπης και από το 2011 λειτουργεί για τη φιλοξενία συναυλιών, εκθέσεων κ.</p>
16	 <p data-bbox="435 1966 722 2000" style="text-align: center;">Λέσχη Κομοτηναίων</p>	<p data-bbox="906 1641 1412 1921">Χτισμένο στα τελευταία χρόνια της τουρκοκρατίας αποτέλεσε σημείο αναφοράς της πολιτικής και πολιτιστικής ζωής της πόλης. Παραχωρήθηκε η χρήση του σε δύο αναδόχους για 15 χρόνια και από το 2012 λειτουργεί ως πολιτιστικός χώρος και χώρος αναψυχής.</p>

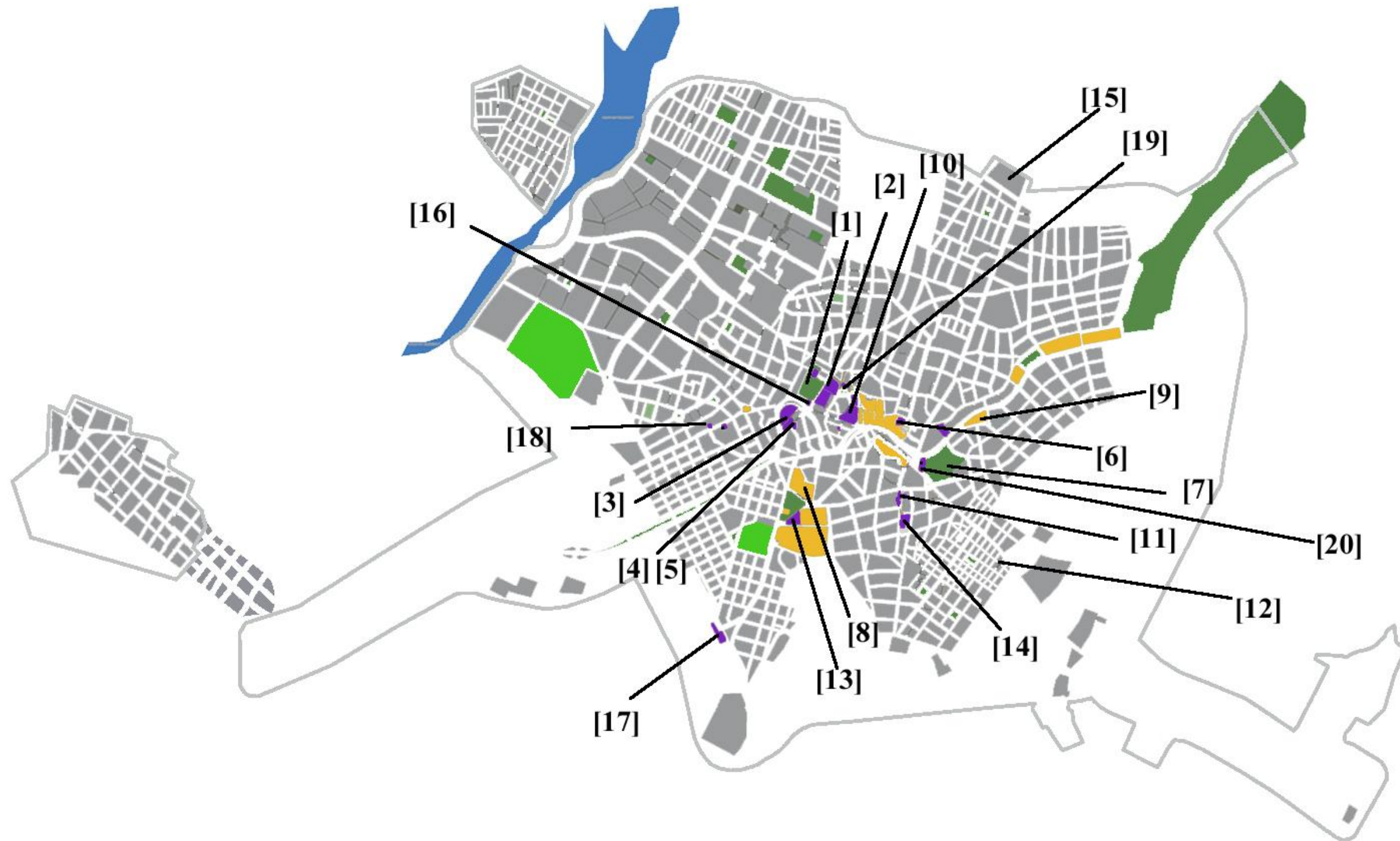
Α/Α	ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ
17	 <p data-bbox="459 703 815 741">Σιδηροδρομικός Σταθμός</p>	<p data-bbox="970 479 1361 696">Αποτελεί μέρος της γραμμής Θεσ/νίκη – Κων/πόλη που ολοκληρώθηκε το 1894. Όμοιο με τα υπόλοιπα κτίρια της βορείου Ελλάδας, δίχως τοπικό ιδίωμα.</p>
18	 <p data-bbox="418 1182 831 1220">Παπαδριέλλειος Πινακοθήκη</p>	<p data-bbox="970 822 1361 1220">Αρχοντικό της οικογένειας Στάλιου, χτίστηκε γύρω στο 1905 και φέρει πρωτότυπα στοιχεία εσωτερικής (τοιχογραφίες, οροφωγραφίες) και εξωτερικής διακόσμησης. Στεγάζεται από το 2009 τη Δημοτική Πινακοθήκη εις μνήμη του πρώην δήμαρχου Γ. Παπαδριέλη.</p>
19	 <p data-bbox="512 1547 740 1585">Θρακικό Ωδείο</p>	
20	 <p data-bbox="523 1951 745 1989">Κεντρικό Ηρώο</p>	<p data-bbox="970 1644 1361 1933">Βρίσκεται τη δυτική εξωτερική πλευρά του δημοτικού κήπου. Έχει ύψος 14μ. και φέρει στην πρόσοψη ένα μεταλλικό ομοίωμα σπαθιού. Αποτελεί επίκεντρο εορτασμού εθνικών και άλλων επετείων.</p>

ΧΑΡΤΗΣ 1 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

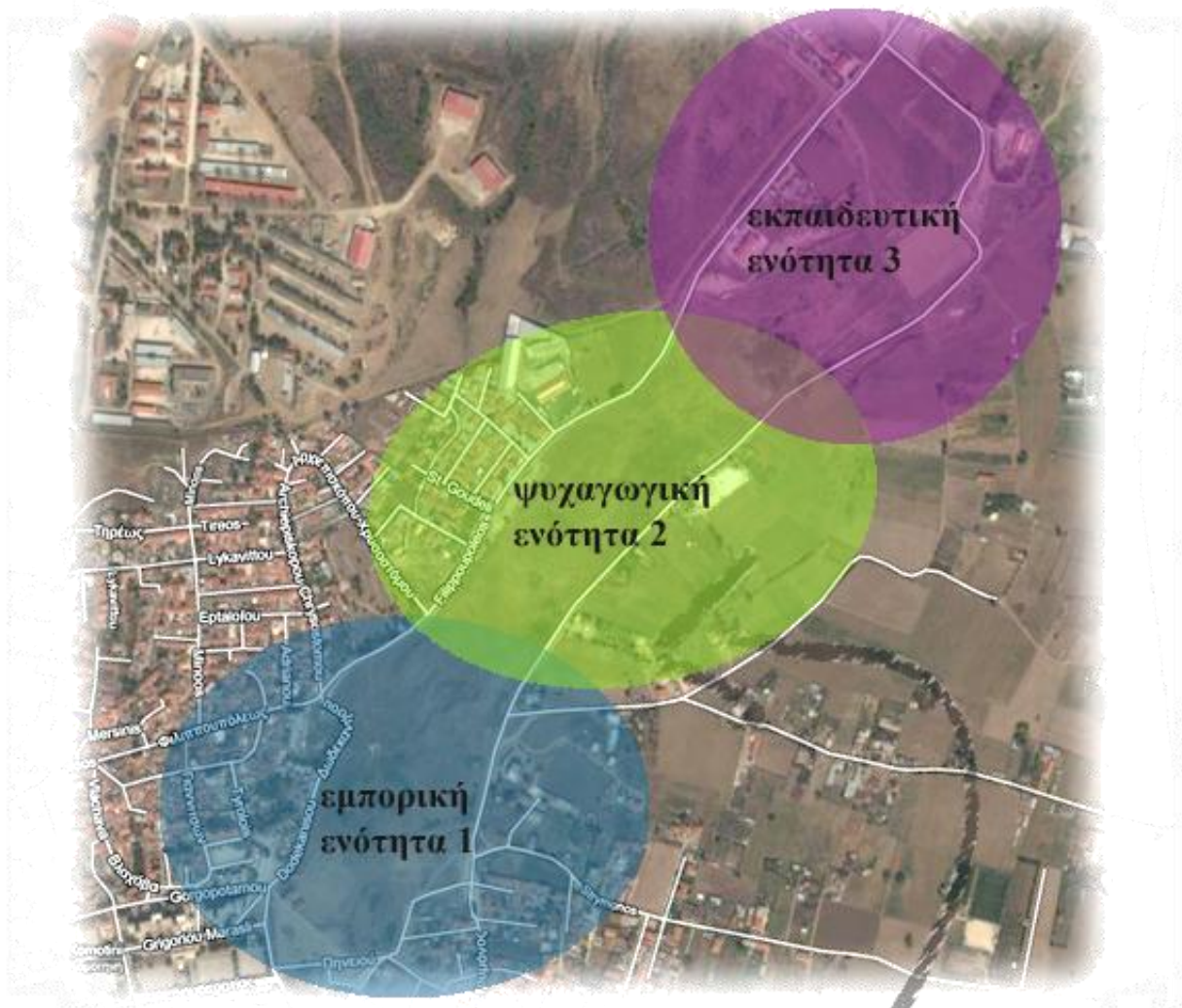
ΧΑΡΤΗΣ 2 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΔΙΚΤΥΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΠΟΔΗΛΑΤΟΥ

ΧΑΡΤΗΣ 3 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ

ΧΑΡΤΗΣ 6 ΧΩΡΙΚΗ ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΜΗΤΡΩΟΥ ΑΞΙΟΘΕΑΤΩΝ



ΧΑΡΤΗΣ 7 ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΑΣΤΙΚΟ ΠΑΡΚΟ



ΠΗΓΕΣ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣΕλληνόγλωσση Βιβλιογραφία

Αναπτυξιακή Ροδόπης ΑΕ, (2006), *Νομός Ροδόπης : στόχος για βιώσιμη ανάπτυξη και κοινωνική συνοχή*, διαθέσιμο στο [<http://www.anro.gr/downloads/documents/0020.pdf>], ανάκτηση στις 10/5/2012

Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Μακεδονίας Θράκης, (2007), Αθήνα

Γαλάνης Α., (2011), *Αστική οδική υποδομή για το ποδήλατο, η έννοια του δικτύου*, σημειώσεις μαθήματος Ειδικά Θέματα Οδοποιίας, Τμήμα Πολιτικών Μηχανικών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος

Γοσποδίνη Α., Μπεριάτος Η., (2006), *Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη*, Κριτική, Αθήνα

Γκατζή Μ., (2001), *Event marketing : η συνεισφορά των εκδηλώσεων στον τουρισμό και την ανάπτυξη μιας πόλης*, Μεταπτυχιακή εργασία, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη

Δέφνερ Α., Καραγάλης Ν., Ψαθά Ε.,(2011), *Μάρκετινγκ του τόπου (Place marketing)*, διάλεξη ομώνυμου μαθήματος, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος

Κατσάρη – Βαφειάδη Τ., (2008), *Του τόπου τα επιφανή*, Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΕ, Κομοτηνή

Κατσιμίγας Κ., (1984), *Αναζητώντας την Αρχιτεκτονική φυσιογνωμία των αγροτικών οικισμών του Νομού Ροδόπης*, Θρακική Επετηρίδα, Τόμος 5^{ος}, Εκδ. ΜΟΚ, 247 – 286, Κομοτηνή

Κορώνη Μ. και Συνεργάτες, (1999), *Χωροταξικό Σχέδιο Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης*, Γ' φάση μελέτης, Θεσσαλονίκη

Κοσμόπουλος Π., (1994), *Περιβαλλοντική αντίληψη του αστικού χώρου, έρευνα για το κέντρο της Θεσσαλονίκης*, Σειρά : Άνθρωπος και Χώρος, University Studio Press, Θεσσαλονίκη

Λιάπης Α., (1993) *Η Κομοτηνή και η περιφέρειά της ` ιστορική – περιηγητική – αρχαιολογική σκιαγραφία*, Μορφωτικός Όμιλος Κομοτηνής, Κομοτηνή

Νικολαΐδου Σ., (1993) *Η κοινωνική οργάνωση του αστικού χώρου*, Παπαζήση, Αθήνα

Νικολακοπούλου Χ., (2010), *«Δημιουργική πόλη», Διεθνής εμπειρία και ελληνική πραγματικότητα*, Διπλωματική εργασία, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος

Σειμανίδη Α., (2008), *Ανατολική Μακεδονία και Θράκη ` Από το μετάξι τους δρόμους της ενέργειας*, Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, SCRIPTA, Αθήνα

Τριανταφυλλίδου Φ., (2010), *Ζητήματα Ανάπτυξης, Περιβάλλοντος και Βιωσιμότητας στην ευρύτερη περιοχή Βιστωνίδας – Πόρτο Λάγους*, Διπλωματική εργασία, Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο, Ξάνθη

Τσεγενίδη Κ., (2001), *Marketing πόλεων : από τη γερμανική εμπειρία στην ελληνική πραγματικότητα*, Διπλωματική εργασία, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία διαθέσιμη στο διαδίκτυο

Βανδώρος Α., Καλλιάγρα Σ., Αναγνώστου Μ., (2011), *Δημόσιος χώρος και αρχιτεκτονικός τουρισμός*, διαθέσιμο στο : URL <<http://www.greekarchitects.gr/gr/architraveling>>, [πρόσβαση 18/4/2012]

Κολιγιάννη Α., Παπασταματάκη Ε. (2008), *Το γλυπτό στην πλατεία: το παράδειγμα των πλατειών της Αθήνας*, Διάλεξη, Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, διαθέσιμο στο : URL <http://courses.arch.ntua.gr/el/dialejeis_2008/periodos_febroyariou-1.html> , [πρόσβαση 18/4/2012]

Παναγιάρης Γ., *Η αναπτυξιακή διάσταση της πολιτιστικής κληρονομιάς : πολιτικές προστασίας και ανάδειξης*, διάλεξη, ΤΕΙ Αθήνας, διαθέσιμο στο : URL <<http://www.moke.teiath.gr/documents/11076/ed3b47fe-a46a-4bc1-8d5d-966735a3ec82>>, [πρόσβαση 2/5/2012]

Σαπουνάκης Α., (2009), *Η σχέση της ταυτότητας των πόλεων με το σχεδιασμό*, εισήγηση σε ημερίδα «Πόλεις με ταυτότητα, εφαλτήριο ανάπτυξης στον 21^ο αιώνα», Ηράκλειο, διαθέσιμο στο : URL <http://www.heraklion.gr/files/404/10498/sapounakis_taftotita_polewn+_sxediasmos.pdf?rnd=1258701472>, [πρόσβαση 30/4/2012]

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Anholt S., (2007), *Competitive identity ` the new brand management for nations, cities and regions*, Palgrave Macmillan, NY

Avraham E. and Ketler E. ,(2008), *Media strategies for marketing places in crisis ` improving the image of cities, countries and tourist destinations*, Butterworth Heinemann, Great Britain

Economides P., (2012), *Everything communicates*, εισήγηση σε συνέδριο «1^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Μάρκετινγκ και Branding Τόπου», Βόλος

Landry C., (2011), *Η Δημιουργική Πόλη*, διαθέσιμο στο [<http://www.citybranding.gr/2011/06/charles-landry.html>], ανάκτηση στις 10/5/2012

McDonald M., (2009), *Σχέδια Μάρκετινγκ (Marketing Plans) · Προετοιμασία και χρήση*, Κλειδάριθμος, Αθήνα

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία διαθέσιμη στο διαδίκτυο

Evans G., (2004), *Culture Cities : Planning or Branding?*, Cities Institute, London Metropolitan University, UK, διαθέσιμο στο : URL <http://www-etsav.upc.es/personals/iph2004/pdf/054_p.pdf>, [πρόσβαση 10/5/2012]

Gomez M., (1998), *Reflective images : the case o regeneration in Glasgow and Bilbao*, Blackwell Publishers, UK, διαθέσιμο στο : URL <<http://www.scholars-on-bilbao.info/fichas/1MVictoriaGomezIJURR1998.pdf>>, >, [πρόσβαση 20/4/2012]

Tayebi S.,(2006), *How to design the brand of the contemporary city*, διαθέσιμο στο : URL <<http://www.urbanitude.com/citybranding.pdf>>, [πρόσβαση 12/4/2012]

Άρθρα

Ανδρουλιδάκης Κ., (1995), ‘Η ιστορία των Σιδηροδρόμων · Από τη δημιουργία του πρώτου δικτύου έως τον Ο.Σ.Ε.’, *Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*, Αφιέρωμα, διαθέσιμο στο : URL <<http://wwk.kathimerini.gr/kath/7days/1995/10/15101995.pdf>>, [πρόσβαση 15/06/2012]

Gospodinh A., (2004), ‘Urban morphology an place identity in European cities : built heritage and innovative design’, *Journal of Urban Design*, vol9. (2), 225-248, Carfax Publishing

Kavaratzis M., (2004), ‘From city marketing to city branding : Towards a theoretical framework for developing city brands’, *Place branding*, vol 1 (1) 58-73, Henry Stewart Publications

Θεσμικά κείμενα

(ΦΕΚ 166Δ 6/3/1987), *Κατηγορίες και περιεχόμενο χρήσεων γης*

(ΦΕΚ 1471/Β’ 09.10.2003), *Έγκριση Περιφερειακού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης*

(ΦΕΚ 128/Α 03.07.2008), *Γενικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης*

(ΦΕΚ 151 ΑΑΠ/ 18.02.2009), *Έγκριση Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τη Βιομηχανία*

(ΦΕΚ 1138 Β/11.06.2009), *Έγκριση Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό*

Διαδικτυακοί τόποι

Δήμος Κομοτηνής, διαθέσιμο στο [www.komotini.gr], ανάκτηση στις 10/5/2012

Δημοσιογραφικό Συγκρότημα Μακεδονία, διαθέσιμο στο [<http://www.makthes.gr/news/reportage/35863/>], ανάκτηση στις 10/5/2012

Μέγαρο Μουσικής Κομοτηνής, διαθέσιμο στο [<http://www.megarokomotinis.com>], ανάκτηση στις 10/05/2012

Υπ. Πολιτισμού, odysseus,(1) διαθέσιμο στο [http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3423], ανάκτηση στις 18/5/2012

Υπ. Πολιτισμού, odysseus,(2) διαθέσιμο στο [http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3525], ανάκτηση στις 18/5/2012

Σύνδεσμος Ξενοδόχων Θράκης διαθέσιμο στο [<http://www.thracehotels.gr/portal/museums/el/mkalathoplektikisroma>], ανάκτηση στις 18/5/2012

Συνεντεύξεις

Κοτσίλας Γ., (2012), προσωπική συνέντευξη κατοίκου οικισμού Μέσης, Παπαγιαννάκης Α., (2012), προϊστάμενος του Τμήματος Περιβαλλοντικού και Χωροταξικού Σχεδιασμού ΑΜ-Θ

Υλικό σε ηλεκτρονική μορφή

ΕΡΤ, (1998), Οι πόλεις των συνόρων μας ` Κομοτηνή η πρωτεύουσα της Θράκης, Ντοκιμαντέρ Επιμορφωτικό (ιστορικό, πολιτιστικό), διαθέσιμο στο [<http://www.ert-archives.gr/V3/public/main/page-assetview.aspx?tid=0000008502&tsiz=0&autostart=0>], ανάκτηση 05/05/2012

ΕΜΕ, (2002), *Υδροβιότοποι – Ιστορική και Αρχιτεκτονική Κληρονομιά*, 19^ο Πανελλήνιο Συνέδριο ΕΜΕ, Κομοτηνή

Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, (2005), *Νομός Ροδόπης ` Οδοιπορικό στη γη του Ορφέα και του Διονύσου*

Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ροδόπης, (2005), *Ροδόπη, Η γη των θρύλων σας προσκαλεί*

