

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ & ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΔΡΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ
ΚΑΙ ΣΤΟ ΑΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ



ΦΟΙΤΗΤΗΣ: ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΔΕΦΝΕΡ ΑΛΕΞΙΟΣ

ΒΟΛΟΣ, 2012

Περίληψη

Τα σύγχρονα ποδοσφαιρικά γήπεδα έχουν σαφώς επηρεαστεί από το παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον των τελευταίων δύο δεκαετιών. Η μετάβαση από το φορντικό-μοντέρνο στο μεταφορντικό-μεταμοντέρνο μοντέλο οργάνωσης της παραγωγής, η ενίσχυση της σημασίας των κλάδων της ψυχαγωγίας και του τουρισμού και η παγίωση νεοφιλελεύθερων οικονομικών πολιτικών, προσέδωσαν στα σύγχρονα Ευρωπαϊκά γήπεδα τη φυσιογνωμία που διαθέτουν. Επίσης, η νέα γενιά γηπέδων συνδέεται στενά με το μάρκετινγκ και έχει σημαντικές επιδράσεις στην οικονομία και στο αστικό περιβάλλον.

Στην παρούσα εργασία αναλύονται τέσσερις περιπτώσεις γηπέδων που αποτελούν ιδιαίτερα επιτυχημένα και αναγνωρίσιμα παραδείγματα της νέας γενιάς γηπέδων στην Ευρώπη: το Amsterdam ArenA, το Emirates Stadium, το Wembley Stadium και το Allianz Arena. Επιπλέον, γίνεται αναφορά στα υφιστάμενα και στα μελλοντικά ποδοσφαιρικά γήπεδα στην Ελλάδα.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η θεώρηση των σύγχρονων Ευρωπαϊκών γηπέδων από διαφορετική σκοπιά και η κατανόηση του πλαισίου εντός του οποίου αυτά δημιουργούνται και λειτουργούν.

Λέξεις κλειδιά: γήπεδα, παγκοσμιοποίηση, μάρκετινγκ, επίδραση, οικονομία, αστικό περιβάλλον

Abstract

Contemporary football stadiums have undoubtedly been influenced by the globalized environment of the last two decades. The transition from fordist/modern model of production to post-fordist/post-modern one, the enhancement of importance of entertainment and tourism sectors and the consolidation of neoliberal economic policies, have attributed to the character of contemporary European football stadiums. In addition, the new generation of football stadiums is connected closely to marketing and has significant impacts on economy and urban environment.

In the present thesis four cases are analyzed, which constitute highly successful and famous examples of new generation football stadiums. These stadiums are: Amsterdam ArenA, Emirates Stadium, Wembley Stadium and Allianz Arena. Also, there is a suggestion of the existing and future football stadiums in Greece.

It is the objective of the present study to review the contemporary European football stadiums from a different perspective and the understanding of the context within which these are created and function.

Key words: football stadiums, globalization, marketing, impacts, economy, urban environment

ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ.....	7
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	7
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ	7
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	8
ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΑ-ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	11
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	12
1. Η ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ	15
1.1. ΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	15
1.2. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΟΔΗΓΗΣΑΝ ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΣ	19
1.2.1. ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ.....	19
1.2.2. Η ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΜΕΓΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΣΟΔΩΝ.....	20
1.3. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΜΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ	23
1.4. ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΓΗΠΕΔΑ ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ	25
1.5. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	26
1.6. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟ ΑΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	28
1.7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	31
2. ΓΗΠΕΔΑ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	32
2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	32
2.1.1. ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ-ΤΟΠΟΥ (CITY-PLACE MARKETING)	32
2.1.2. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΕΡΓΩΝ- ΝΑΥΑΡΧΙΔΩΝ (FLAGSHIP PROJECTS).....	35
2.2. ΤΑ ΓΗΠΕΔΑ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	38
3. Η ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ ΣΤΑΔΙΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ.....	41
3.1. ΚΟΙΝΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΑ ΓΗΠΕΔΑ.....	41
3.2. ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΣ	43
3.3. ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	44
3.3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	44
3.3.2. ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗΝ ΘΕΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ	45

3.3.3. <i>ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΥΠΕΡ ΤΗΣ ΘΕΤΙΚΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ</i>	46
3.3.4. <i>ΑΝΑΔΙΑΝΟΜΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ</i>	49
3.4. <i>ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΟ ΑΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ</i>	50
4. Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ	53
4.1. <i>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</i>	53
4.2. <i>ΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ</i>	53
4.2.1. <i>Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΠΡΩΤΗΣ ΓΕΝΙΑΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ</i>	54
4.2.2. <i>Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΔΕΥΤΕΡΗΣ ΓΕΝΙΑΣ ΓΗΠΕΔΩΝ</i>	55
4.2.3. <i>Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΤΡΙΤΗΣ ΓΕΝΙΑΣ ΓΗΠΕΔΩΝ- ΜΟΝΤΕΡΝΑ ΓΗΠΕΔΑ</i>	56
4.3. <i>ΤΑ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΑ ΓΗΠΕΔΑ</i>	57
4.3.1. <i>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</i>	57
4.3.2. <i>Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΤΕΤΑΡΤΗΣ ΓΕΝΙΑΣ ΓΗΠΕΔΩΝ</i>	57
4.4. <i>ΤΑ ΓΗΠΕΔΑ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ</i>	60
5. ΤΑ ΓΗΠΕΔΑ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ	61
5.1. <i>Η ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ</i>	61
5.2. <i>ΓΗΠΕΔΟ Γ. ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗΣ</i>	63
5.3. <i>ΤΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΓΗΠΕΔΑ</i>	67
5.3.1. <i>ΤΟ ΝΕΟ ΓΗΠΕΔΟ ΤΗΣ ΑΕΚ</i>	67
5.3.2. <i>ΤΟ ΝΕΟ ΓΗΠΕΔΟ ΤΟΥ ΠΑΝΑΘΗΝΑΪΚΟΥ</i>	70
5.4. <i>ΣΥΝΟΨΗ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</i>	73
6. ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΔΞΙΟΛΟΓΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ	74
6.1. <i>AMSTERDAM ARENA</i>	74
6.1.1. <i>ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ</i>	74
6.1.2. <i>ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ-ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ</i>	75
6.1.3. <i>ΠΟΛΥΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ</i>	79
6.1.4. <i>ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟ ΑΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ</i>	80
6.1.4.1. <i>Η ΠΕΡΙΟΧΗ ARENA BOULEVARD</i>	80

6.1.4.2. Η ΠΕΡΙΟΧΗ AMSTEL III	87
6.1.4.3. ΤΟ ΓΗΠΕΔΟ ΩΣ ΚΑΤΑΛΥΤΗΣ ΓΙΑ ΑΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ BIJLMERMEER.....	90
6.2. EMIRATES STADIUM.....	99
6.2.1. ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ.....	99
6.2.2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ-ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	99
6.2.3. ΤΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ ΑΝΑΠΛΑΣΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ISLINGTON ..	104
6.2.3.1. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ-ΣΤΟΧΟΙ.....	104
6.2.3.2. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ.....	106
6.2.3.4. ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	111
6.2.3.5. ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟ ΑΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	112
6.2.3.6. ΕΡΓΑ ΓΙΑ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	112
6.2.3.7. ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ.....	113
6.2.4. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ ΣΤΟ ΣΥΛΛΟΓΟ.....	113
6.2.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	114
6.3. WEMBLEY STADIUM	116
6.3.1. ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ.....	116
6.3.2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ-ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	117
6.3.3. ΠΟΛΥΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ.....	119
6.3.4. Η ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ BRENT.....	120
6.3.4.1. Η ΥΠΟΒΑΘΜΙΣΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΧΗ.....	120
6.3.4.2. ΤΟ WEMBLEY ΩΣ ΚΑΤΑΛΥΤΗΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	121
6.3.4.3. ΣΤΟΧΟΙ-ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ.....	122
6.3.4.4. WEMBLEY CITY.....	125
6.3.5. ΣΥΝΟΨΗ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	125
6.4. ALLIANZ ARENA	127
6.4.1. ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ.....	127
6.4.2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ-ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	129

<i>6.4.3. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΕΝΗ ΓΙΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ</i>	132
<i>6.4.4. Η ΣΧΕΣΗ ALLIANZ ARENA-MONACHOU</i>	132
6.4.4.1. ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ	132
6.4.4.2. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ	133
7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	135
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΙΝΑΚΩΝ	139
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	151

ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΟΝΟΜΑΤΟΔΟΣΙΑΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ ΚΑΤΟΠΙΝ ΧΟΡΗΓΙΚΩΝ ΣΥΜΦΩΝΙΩΝ.....	139
ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2. ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ ΕΜΒΛΗΜΑΤΙΚΟΥ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ.....	140
ΠΙΝΑΚΑΣ 1.3. ΜΕΓΑΛΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΓΗΠΕΔΑ.	141
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1. ΣΤΑΔΙΑ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΑΘΛΗΜΑΤΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ.....	143
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1. ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΑ ΓΗΠΕΔΑ.	145
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2. ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΓΗΠΕΔΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ.....	149

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

ΣΧΗΜΑ 1.1. ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΡΟΕΣ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ, ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ, ΓΝΩΣΗΣ, ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ.	16
ΣΧΗΜΑ 6.1. Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ Δ.Δ. ΖΥΙΔΟΟΣΤ ΣΤΟ ΑΜΣΤΕΡΝΤΑΜ.....	75
ΣΧΗΜΑ 6.2. ΤΑ ΜΕΣΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΗΣ ΑΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΛΑΣΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΒΙJLMΕRΜΕΕR.....	95
ΣΧΗΜΑ 6.3. ΚΑΤΕΔΑΦΙΣΕΙΣ ΜΕΧΡΙ ΤΟ 2010.....	96
ΣΧΗΜΑ 6.4. ΝΕΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1992-2012.....	97
ΣΧΗΜΑ 6.5. Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΝΑΠΛΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΒRΕNΤ.....	123

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

ΕΙΚΟΝΑ 5.1. ΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΧΩΡΟΥ ΤΟΥ ΑΕΛ FC ARENA.....	62
ΕΙΚΟΝΑ 5.2. Η ΚΥΡΙΑ ΕΙΣΟΔΟΣ ΚΑΙ Ο ΠΕΡΙΒΑΛΛΩΝ ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ ΑΕΛ FC ARENA.....	62
ΕΙΚΟΝΑ 5.3. Ο ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ ΑΕΛ FC ARENA.	63
ΕΙΚΟΝΑ 5.4. ΤΟ ΓΗΠΕΔΟ Γ. ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗΣ	64
ΕΙΚΟΝΑ 5.5. Ο ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ Γ. ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗΣ	64
ΕΙΚΟΝΑ 5.6. Ο ΠΕΡΙΒΑΛΛΩΝ ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ Γ. ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗΣ ΣΤΟ ΝΕΟ ΦΑΛΗΡΟ.	66
ΕΙΚΟΝΑ 5.7. ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ ΤΗΣ ΑΕΚ.....	69
ΕΙΚΟΝΑ 5.8. ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ ΤΟΥ ΠΑΝΑΘΗΝΑΪΚΟΥ.	71
ΕΙΚΟΝΑ 6.1. ΔΟΡΥΦΟΡΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ AMSTERDAM ARENA ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ARENA BOULEVARD (ΜΩΒ ΧΡΩΜΑ), ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ BIJLMERMEER (ΚΟΚΚΙΝΟ) ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ AMSTEL III (ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ).	76
ΕΙΚΟΝΑ 6.2. ΤΟ ΓΗΠΕΔΟ AMSTERDAM ARENA.....	77
ΕΙΚΟΝΑ 6.3. ΤΟ AMSTERDAM ARENA ΤΗ ΝΥΧΤΑ.	78
ΕΙΚΟΝΑ 6.4. Ο ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ AMSTERDAM ARENA.	78
ΕΙΚΟΝΑ 6.5. Ο ΠΟΛΥΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ RATHE ARENA.....	82
ΕΙΚΟΝΑ 6.6. HEINEKEN MUSIC HALL.....	82
ΕΙΚΟΝΑ 6.7. VILLA ARCADE.....	83
ΕΙΚΟΝΑ 6.8. VILLA ARENA.....	83
ΕΙΚΟΝΑ 6.9. Ο ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ ZIGGO DOME.	84
ΕΙΚΟΝΑ 6.10. Ο ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ ZIGGO DOME.....	85
ΕΙΚΟΝΑ 6.11. LIVING TOMORROW PAVILION.....	85
ΕΙΚΟΝΑ 6.12. Η ΠΕΡΙΟΧΗ AMSTERDAMSE POORT.....	86

EΙΚΟΝΑ 6.13. Η ΠΕΡΙΟΧΗ AMSTEL III ΠΡΙΝ ΤΙΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΑΝΑΠΛΑΣΗΣ.....	88
EΙΚΟΝΑ 6.14. Η ΠΕΡΙΟΧΗ AMSTEL III ΜΕΤΑ ΤΙΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΑΝΑΠΛΑΣΗΣ.....	89
EΙΚΟΝΑ 6.15. ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ AMSTEL III ΜΕΤΑ ΤΙΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΑΝΑΠΛΑΣΗΣ.....	90
EΙΚΟΝΑ 6.16. «ΜΟΝΤΕΡΝΟ» ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ ΣΤΗ ΠΕΡΙΟΧΗ BIJLMERMEER.....	92
EΙΚΟΝΑ 6.17. «ΜΟΝΤΕΡΝΟ» ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ.....	93
EΙΚΟΝΑ 6.18. ΝΕΕΣ ΚΑΤΟΙΚΙΕΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ BIJLMERMEER.....	97
EΙΚΟΝΑ 6.19. ΤΟ EMIRATES STADIUM ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ.....	100
EΙΚΟΝΑ 6.20. ΤΟ EMIRATES STADIUM ΤΗ ΝΥΧΤΑ.....	101
EΙΚΟΝΑ 6.21. ΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΤΟΥ EMIRATES STADIUM.....	101
EΙΚΟΝΑ 6.22. ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ “ARSENALISATION”.....	103
EΙΚΟΝΑ 6.23. ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ “ARSENALIZATION”.....	104
EΙΚΟΝΑ 6.24. Η ΟΙΚΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ QUEENSLAND ROAD.....	107
EΙΚΟΝΑ 6.25. HIGHBURY SQUARE- ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ.....	108
EΙΚΟΝΑ 6.26. HIGHBURY SQUARE- ΟΙ ΠΑΛΙΕΣ ΕΞΕΔΡΕΣ ΜΕΤΑΤΡΑΠΗΚΑΝ ΣΕ ΚΑΤΟΙΚΙΕΣ.	108
EΙΚΟΝΑ 6.27. Η ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΕΞΕΔΡΑ ΤΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ HIGHBURY.....	109
EΙΚΟΝΑ 6.28. HIGHBURY SQUARE- ΑΠΟΨΗ ΤΗΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΠΛΑΤΕΙΑΣ.....	110
EΙΚΟΝΑ 6.29. HIGHBURY SQUARE- Η ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΠΛΑΤΕΙΑ ΤΗ ΝΥΧΤΑ.....	111
EΙΚΟΝΑ 6.30. ΑΠΟΨΗ ΤΟΥ WEMBLEY STADIUM ΤΗ ΝΥΧΤΑ.....	118
EΙΚΟΝΑ 6.31. ΑΠΟΨΗ ΤΟΥ WEMBLEY STADIUM ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ.....	119
EΙΚΟΝΑ 6.32. Η ΠΕΡΙΟΧΗ BRENT (ΚΟΚΚΙΝΟ ΧΡΩΜΑ) ΕΝΤΟΣ ΤΗΣ ΜΕΙΖΟΝΟΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ (ΡΟΖ ΧΡΩΜΑ).	120
EΙΚΟΝΑ 6.33. ΤΟ ΓΗΠΕΔΟ ALLIANZ ARENA.....	128
EΙΚΟΝΑ 6.34. ΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΤΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ ALLIANZ ARENA.....	128

EIKONA 6.35. TO ALLIANZ ARENA AKTINOBOΛΩNTΑΣ ΜΠΛΕ ΧΡΩΜΑ ΤΗ ΝΥΧΤΑ. 130

EIKONA 6.36. TO ALLIANZ ARENA AKTINOBOΛΩNTΑΣ ΚΟΚΚΙΝΟ ΧΡΩΜΑ ΤΗ ΝΥΧΤΑ. ... 130

EIKONA 6.37. TO ALLIANZ ARENA AKTINOBOΛΩNTΑΣ ΛΕΥΚΟ ΧΡΩΜΑ ΤΗ ΝΥΧΤΑ. 131

ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΑ-ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΑΕΚ- ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΈΝΩΣΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΕΩΣ

ΓΠΣ- ΓΕΝΙΚΟ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Δ.Δ.- ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ

ΕΟΕ- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

ΟΑΚΑ- ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΘΗΝΑΣ

ΠΑΕ- ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ

ΠΔ- ΠΡΟΕΔΡΙΚΟ ΔΙΑΤΑΓΜΑ

ΣΕΦ- ΣΤΑΔΙΟ ΕΙΡΗΝΗΣ ΚΑΙ ΦΙΛΙΑΣ

ΥΑ- ΥΠΟΥΡΓΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ

ΥΠΕΚΑ- ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΚΛΙΜΑΤΙΚΗΣ ΑΛΛΑΓΗΣ

ΦΕΚ- ΦΥΛΛΟ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΧΡΩ.ΠΕΙ- ΧΡΩΜΑΤΟΥΡΓΕΙΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΣΕΛ.- ΣΕΛΙΔΑ

ΕΚ.- ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΟ-Α/ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΩΝ

Τ.Μ.- ΤΕΤΡΑΓΩΝΙΚΑ ΜΕΤΡΑ

ΑΡ.- ΑΡΘΡΟ

ΠΑΡΑΓΡ.- ΠΑΡΑΓΡΑΦΟΣ

FA- (ENGLISH) FOOTBALL ASSOCIATION

L.A.- LOS ANGELES

UDP- UNITARY DEVELOPMENT PLAN

UEFA- UNION OF EUROPEAN FOOTBALL ASSOCIATIONS

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ποδόσφαιρο είναι ένα από τα δημοφιλέστερα αθλήματα στον κόσμο, συγκεντρώνοντας την προσοχή εκατομμυρίων ανθρώπων. Ο ποδοσφαιρικός αγώνας αποτελεί την έκφραση του αθλήματος και πραγματοποιείται εντός του γηπέδου, μαγνητίζοντας την προσοχή των φιλάθλων. Το ποδοσφαιρικό γήπεδο αποτελεί έναν χώρο ανέκαθεν στενά συνδεδεμένο με τις έντονες συγκινήσεις και τα όνειρα εκατομμυρίων φιλάθλων. Παραδοσιακά, εκεί οι οπαδοί εκφράζουν την υποστήριξή τους προς την προσπάθεια του αγαπημένου τους συλλόγου να νικήσει αγώνες και να κατακτήσει τίτλους.

Τα σύγχρονα Ευρωπαϊκά γήπεδα εξακολουθούν να είναι στενά συνδεδεμένα με τους φιλάθλους και τους συλλόγους, έχουν αναπτύξει όμως καινούργια χαρακτηριστικά που τα διαφοροποιούν πολύ από τα παλαιότερα. Αυτά έχουν πλέον σημαντικές επιδράσεις στο χώρο, στην οικονομία των πόλεων όπου βρίσκονται και γύρω από την κατασκευή τους έχει αναπτυχθεί μια διαλεκτική που σχετίζεται με τη θετική ή όχι επίδρασή τους σε αυτούς τους τομείς.

Στο πρώτο κεφάλαιο, επιχειρείται μια προσέγγιση του παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος εντός του οποίου πραγματοποιήθηκε η εμφάνιση των σύγχρονων γηπέδων ποδοσφαίρου, αναλύονται οι παράγοντες που οδήγησαν σε αυτή και το πώς έχουν εξαπλωθεί πλέον σε παγκόσμιο επίπεδο. Η παγκοσμιοποίηση των ανθρώπινων δραστηριοτήτων έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην εμφάνιση των σύγχρονων γηπέδων και στην εξάπλωσή τους σε όλο τον κόσμο. Ταυτόχρονα, κομβικό σημείο στην εμφάνιση της νέας γενιάς γηπέδων αποτέλεσε το γεγονός ότι οι σύλλογοι συνειδητοποίησαν, πως τα γήπεδα που διέθεταν τότε, δεν ήταν λειτουργικά και είχαν πολλά μειονεκτήματα. Στα τέλη της δεκαετίας του 1980, τρεις μεγάλες τραγωδίες με εκατοντάδες θύματα απέδειξαν ότι τα μοντέρνα γήπεδα που υπήρχαν εκείνη την εποχή, αντιμετώπιζαν σοβαρά προβλήματα ασφάλειας. Επιπλέον, εκείνη την περίοδο είχε ήδη εκδηλωθεί η κρίση του φορντικού μοντέλου οργάνωσης της παραγωγής και η παγκόσμια κοινότητα έμπαινε σε μια εποχή έντονου ανταγωνισμού σε διεθνές επίπεδο που διαρκεί μέχρι σήμερα και που απαιτεί μεγιστοποίηση των εσόδων προκειμένου να μπορέσει κάποιος να ανταπεξέλθει στον ανταγωνισμό. Ακόμα, περιγράφεται το θεωρητικό πλαίσιο που αφορά τις

επιδράσεις των σύγχρονων γηπέδων στο οικονομικό και αστικό περιβάλλον, οι οποίες είναι ευρείες και σημαντικές.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, αναλύεται η σχέση των σύγχρονων γηπέδων με την έννοια του μάρκετινγκ (marketing) και ειδικότερα της προώθησης των τόπων/πόλεων (place/city marketing) και περιγράφονται οι τρόποι με τους οποίους τα παραπάνω συνδέονται. Οι πόλεις έχουν ανάγκη την προσεκτική διαμόρφωση και την επιτυχή προώθηση μιας ταυτότητας που ενστερνίζεται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και τις κάνει πιο ελκυστικές, στο πλαίσιο του υφιστάμενου παγκόσμιου ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Η ταυτότητα αυτή πρέπει να είναι αυθεντική και για την επιτυχή υιοθέτησή της από την πόλη, πρέπει να συνεργαστούν όλοι όσοι σχετίζονται με αυτή: οι τοπικές δημόσιες αρχές, ο ιδιωτικός τομέας (επιχειρήσεις) και οι κάτοικοι. Οι πόλεις στην προσπάθεια να ενισχύσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, κατασκευάζουν έργα-ναυαρχίδες, τα οποία λόγω του εμβληματικού σχεδιασμού τους είναι διεθνώς διάσημα και συνεπώς μπορούν να προωθήσουν αποτελεσματικά την ταυτότητα των πόλεων προς τον υπόλοιπο κόσμο. Τα σύγχρονα γήπεδα αποτελούν έργα-ναυαρχίδες και είναι ιδιαίτερα δημοφιλή σύμβολα των πόλεων που τις βοηθούν να διαμορφώσουν την ταυτότητά τους, τις κάνουν πιο ελκυστικές για τους επισκέπτες ή για την πραγματοποίηση επενδύσεων, συνεπώς ενισχύουν την ανταγωνιστικότητά τους.

Στο τρίτο κεφάλαιο, εξετάζεται η νέα γενιά σταδίων στις ΗΠΑ, η οποία έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά με τα σύγχρονα Ευρωπαϊκά γήπεδα, παρά το γεγονός ότι η πλειοψηφία των σταδίων εκεί φιλοξενεί αθλήματα διαφορετικά από το ποδόσφαιρο. Σε αυτή την ενότητα θα γίνει κατανοητό ότι τα αθλητικά στάδια λόγω της παγκοσμιοποίησης και των κοινών σκοπών που υπηρετούν, παρουσιάζουν μεγάλες ομοιότητες ανεξάρτητα από το άθλημα για το οποίο προορίζονται. Επίσης, υπάρχει μεγάλος όγκος βιβλιογραφίας που έχει εξετάσει τη φυσιολογία, τη λειτουργία και τις επιδράσεις που έχουν τα στάδια στην οικονομία και το αστικό περιβάλλον των Αμερικάνικων πόλεων. Η εμπειρία των Αμερικάνικων σταδίων θα φανεί πολύ χρήσιμη στην προσπάθεια να γίνουν κατανοητές η λειτουργία και οι επιδράσεις των Ευρωπαϊκών γηπέδων.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, περιγράφεται συνοπτικά η τυπολογία των Ευρωπαϊκών γηπέδων του παρελθόντος, του παρόντος αλλά και του μέλλοντος. Σε αυτό, αναφέρεται η διαχρονική εξέλιξη

των Ευρωπαϊκών γηπέδων, από τα πρώτα γήπεδα που εμφανίστηκαν στις βιομηχανικές πόλεις του Ηνωμένου Βασιλείου μέχρι τα σημερινά. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις τελευταίες δύο δεκαετίες, όπου κυριαρχούν τα σύγχρονα γήπεδα που μελετά η παρούσα εργασία, ενώ γίνεται αναφορά και στα μελλοντικά γήπεδα που ακολουθούν τη συγκεκριμένα τυπολογία, τα οποία είναι πολλά, δείχνοντας ότι η τυπολογία δεν έχει ολοκληρώσει τον κύκλο της. Αντίθετα, δείχνει ότι επεκτείνεται στο μέλλον σε χώρες με μεγάλη ποδοσφαιρική παράδοση αλλά και σε άλλες με μικρότερη, οι οποίες έχουν ήδη αρχίσει να κατασκευάζουν νέα γήπεδα.

Στη συνέχεια, ακολουθεί το πέμπτο κεφάλαιο, όπου γίνεται μια συνοπτική παρουσίαση της κατάστασης των υφιστάμενων γηπέδων στον ελληνικό χώρο. Αυτή είναι απογοητευτική για μια χώρα με έντονη ποδοσφαιρική παράδοση και με σημαντικές διακρίσεις στο ποδόσφαιρο σε εθνικό και συλλογικό επίπεδο. Τα ελληνικά γήπεδα είναι πολύ παλιά, χαμηλής ποιότητας και δεν διαθέτουν λειτουργικό σχεδιασμό, μη μπορώντας να προσελκύσουν πολλούς φιλάθλους στους ποδοσφαιρικούς αγώνες. Αυτά αποτελούν, μεταξύ άλλων, μια αιτία της σταδιακής υποβάθμισης του ελληνικού ποδοσφαίρου. Στη συνέχεια, διερευνώνται οι προοπτικές δημιουργίας νέων γηπέδων στο μέλλον και παρουσιάζονται δύο πιθανές περιπτώσεις μελλοντικών γηπέδων.

Στο έκτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται διεξοδικά τέσσερις περιπτώσεις αξιόλογων Ευρωπαϊκών γηπέδων που ξεχωρίζουν από τα υπόλοιπα λόγω των χαρακτηριστικών και των πολυδιάστατων επιδράσεών τους. Αυτά είναι το Amsterdam ArenA, το Emirates Stadium, το Wembley Stadium και το Allianz Arena. Το καθένα από αυτά αποτελεί διάσημο σύμβολο της πόλης στην οποία βρίσκεται και δέχεται εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως. Επίσης, κάποια από αυτά συνδέονται με αστικές αναπλάσεις υποβαθμισμένων περιοχών.

1. Η ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ

Σε αυτό το κεφάλαιο, παρουσιάζεται το παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον το οποίο παίζει σημαντικό ρόλο στη λειτουργία των σύγχρονων γηπέδων και στη διαμόρφωση των χαρακτηριστικών τους και περιγράφονται οι επιδράσεις των νέων γηπέδων στην οικονομία και αστικό περιβάλλον.

1.1. ΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Το σύγχρονο στάδιο παρουσιάζεται ως μια εκδήλωση των παγκοσμιοποιημένων οικονομικών ροών οι οποίες συγκεντρώνονται γύρω από το επαγγελματικό ποδόσφαιρο κατευθύνοντας προς μια μετατροπή των κοινωνικών και πολιτικών ιεραρχιών. Το νέο Ευρωπαϊκό γήπεδο αντιπροσωπεύει την εμφάνιση νέων κοινωνικών και πολιτικών συσχετισμών στην Ευρώπη και αποτελεί το σύμβολο πολύ ευρύτερων εξελίξεων σε αυτή. Αυτό εμφανίστηκε καθώς ξεκινούσε η μετατόπιση από τον Μοντερνισμό στον Μεταμοντερνισμό· διακρίνονται παραλληλισμοί μεταξύ των θέσεων για καθήμενους θεατές, των μετακινούμενων οροφών, των γυάλινων προσόψεων των σύγχρονων ποδοσφαιρικών γηπέδων και των κοινωνικών και πολιτικοοικονομικών ιεραρχιών των μεταμοντέρνων κοινωνιών. Ενώ το μοντέρνο στάδιο με τις εντυπωσιακές εξέδρες του ήταν μία ογκώδης, ξεκάθαρα καθορισμένη, λειτουργική και εσωστρεφής κατασκευή, το μεταμοντέρνο στάδιο αναπαριστά έναν ευκρινή χώρο που χαρακτηρίζεται από τη δύναμη των παγκόσμιων κεφαλαιακών ροών (Frank και Steets, 2010: 9, 21).

Τα σύγχρονα στάδια, πλέον, απευθύνονται στα κοινωνικά στρώματα που διαθέτουν χρήματα για την πραγματοποίηση σχετικών με εκείνα δραστηριοτήτων και την επιθυμία για ανέσεις, αντικαθιστώντας το αρχικό κοινωνικό περιβάλλον των φιλάθλων. Ακόμα, πρέπει να σημειωθεί ότι τα νέα στάδια δεν διαθέτουν θέσεις για όρθιους θεατές αλλά μόνο για καθήμενους για λόγους ασφαλείας, ταυτόχρονα διαθέτουν συστήματα παρακολούθησης υψηλής τεχνολογίας, ώστε να διασφαλίζεται ο αποτελεσματικός έλεγχος του κοινού. Το γεγονός αυτό αποτελεί απαίτηση των δημόσιων αλλά και των ποδοσφαιρικών αρχών. Παράλληλα, οι εντυπωσιακές μετακινούμενες

οροφές και οι εντυπωσιακότερες προσόψεις που φωτίζονται συνδέονται με το μάρκετινγκ (marketing) και έχουν ενισχύσει την αναμφισβήτητη επιβλητικότητα των σταδίων, αντανakλώντας την αυξανόμενη δύναμη των ομάδων, των χορηγών, των ΜΜΕ και του κεφαλαίου, δηλαδή του καπιταλισμού (Frank και Steets, 2010: 9).

Επιπλέον, ο τύπος του ευρωπαϊκού σταδίου έχει αναπαραχθεί σε παγκόσμια κλίμακα ως συνέπεια των διεθνών διοργανώσεων και κυρίως του Παγκόσμιου Κυπέλλου. Έτσι, μπορεί να βρεθούν τέτοια μεταμοντέρνα γήπεδα από την Ιαπωνία και τη Ν. Κορέα μέχρι τη Νότια Αφρική και τη Βραζιλία. Επεκτείνοντας το συλλογισμό, η τυπολογία του σύγχρονου ποδοσφαιρικού σταδίου έχει καταστεί γενικό πρότυπο και για τα υπόλοιπα αθλητικά στάδια, με αυτά που κατασκευάστηκαν στις δύο πιο πρόσφατες Ολυμπιάδες να το αποδεικνύουν περίτρανα. Τα ποδοσφαιρικά στάδια ανέκαθεν αντανakλούσαν τις πολιτικές, κοινωνικές και οικονομικές διαδικασίες που βρίσκονταν σε εξέλιξη τη δεδομένη χρονική περίοδο κατασκευής τους. Έτσι και σήμερα, το Ευρωπαϊκό ποδοσφαιρικό στάδιο αντιπροσωπεύει τις σύγχρονες διαδικασίες, παρέχοντας μια ευδιάκριτη εικόνα για την κατανόηση των θεμελιωδών αλλαγών που συντελούνται και οι οποίες επιταχύνονται από την παγκοσμιοποίηση όχι μόνο του ποδοσφαίρου αλλά και της οικονομίας και των κοινωνιών (Frank και Steets, 2010: 21).

Σχήμα 1.1. Παγκόσμιες ροές κεφαλαίων, τεχνολογίας, γνώσης, ανθρώπινων δραστηριοτήτων.



Πηγή: Ψυκάκος, 2010.

Στη σύγχρονη εποχή ο ρόλος των δημόσιων αρχών έχει αλλάξει εκ βάθρων. Παλιότερα οι αρχές λειτουργούσαν ως διαχειριστές της πόλης και παρείχαν ουσιαστικές δημόσιες υπηρεσίες για την υγεία, την ασφάλεια και την εκπαίδευση και επιδίωκαν να εφαρμόζουν αναδιανεμητικές πολιτικές που στόχευαν στην πλήρη απασχόληση και σε ένα βασικό εθνικό ελάχιστο επίπεδο διαβίωσης (Cook, 2004). Όπως επισημαίνει ο Harvey (1989), οι αρχές των πόλεων έχουν αποκτήσει διαφορετικό ρόλο ακολουθώντας επιχειρηματικές πολιτικές για την ανάπτυξη που είναι παρόμοιες με τις πρακτικές που συναντώνται στον ιδιωτικό τομέα. Αυτές οι πολιτικές πολύ συχνά εμφανίζονται ως αποτελεσματικές και ικανές στο να προωθήσουν την οικονομική ανάπτυξη και την ευημερία, αλλά εξίσου συχνά αντιμετωπίζονται από ορισμένους με σκεπτικισμό που τις κατηγορούν ως ρινοκίνδυνες, κερδοσκοπικές και σχεδιασμένες να δημιουργήσουν το κατάλληλο κλίμα για επενδύσεις με τις οποίες θα επωφεληθεί τελικά το διεθνές καπιταλιστικό κεφάλαιο, παρά να προωθήσουν την αναδιανομή του πλούτου και της κοινωνικής πρόνοιας (Boyle και Hughes, 1994· MacLeod, 2002 σε Doucet, 2007).

Τα προαναφερθέντα στοιχεία χαρακτηρίζουν το κυρίαρχο μοντέλο της εποχής μας στη μορφολογία των πόλεων, την “επιχειρηματική πόλη” (Harvey, 1990). Σε αυτή κυριαρχούν πρωτοβουλίες αναπλάσεων-αναζωογόνησης του κέντρου της, ώστε αυτό να αλλάξει εικόνα και να «εξευγενιστεί» (gentrification), προκειμένου να πωληθεί η πόλη στην διεθνή ανταγωνιστική αγορά. Οι πρωτοβουλίες αυτές συνδέονται στενά με το μάρκετινγκ, συνήθως πηγάζουν από τις οικονομικές ελίτ αλλά στηρίζονται ουσιαστικά και από τις δημόσιες αρχές, ενώ προκειμένου να υλοποιηθούν υποστηρίζονται με άφθονο δημόσιο χρήμα σε συμπράξεις δημόσιου-ιδιωτικού τομέα (Swyngedouw κ.ά., 2002· Ψυκάκος, 2010).

Η μεταστροφή αυτή των δημόσιων αρχών από τις πολιτικές που ακολουθούσαν παλιότερα και η υιοθέτηση των νέων πρακτικών έχει τις ρίζες της στην παγκοσμιοποίηση της οικονομίας, στην επικράτηση της νεοφιλελεύθερης ιδεολογίας σε αυτή και στη συνεπακόλουθη υποχώρηση του ρόλου των εθνικών κρατών, με αποτέλεσμα οι πόλεις να εμφανίζονται ελάχιστα προστατευμένες από εξωγενείς δυνάμεις. Για αυτό το λόγο, οι αρχές των πόλεων συγκεντρώνουν τις προσπάθειές τους στην προσέλκυση επενδύσεων σε ένα πλαίσιο αυξημένου ανταγωνισμού (Quilley, 1999 σε Doucet, 2007· Swyngedouw κ.ά., 2002).

Αυτό το παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον έχει σημαντική επίδραση στις Δυτικές οικονομίες με επακόλουθη αύξηση της σημασίας των επιχειρήσεων που βασίζονται στη γνώση και στην παροχή υπηρεσιών. Αυτό σημαίνει για τις πόλεις τη μετατροπή τους από τόπους παραγωγής σε τόπους κατανάλωσης (Fainstein και Judd, 1999), γεγονός που οδηγεί στην αυξανόμενη σημασία τομέων, όπως αυτών της αναψυχής, του ελεύθερου χρόνου, του τουρισμού, του εμπορίου και της παροχής υπηρεσιών (Hall, 2000). Η μετάβαση αυτή είναι πιο αργή σε πόλεις με ισχυρή βιομηχανική βάση και έντονο βιομηχανικό παρελθόν, παρά στις πόλεις εκείνες που έχουν παραδοσιακά μια διαφοροποιημένη οικονομία (Hall, 2000· Loftman και Nevin, 1996· Murie και Musterd, 2004 σε Doucet, 2007).

Ο ανταγωνισμός μεταξύ των πόλεων για θέσεις εργασίας, επενδύσεις και τουρίστες έχει επίσης ενταθεί και επεκταθεί πέραν των τοπικών ή εθνικών συνόρων με την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας. Αυτός ο ανταγωνισμός εστιάζει ολοένα και περισσότερο σε συντελεστές κατανάλωσης, όπως είναι η ποιότητα ζωής, το δομημένο περιβάλλον, οι τοπικές ανέσεις, οι πολιτιστικοί και κοινωνικοί παράγοντες παρά σε συντελεστές παραγωγής, όπως είναι το κόστος εργασίας και η ποιότητα, η πρόσβαση ή η εγγύτητα σε πρώτες ύλες (Hall, 2000· Healey κ.ά., 1992). Ως αποτέλεσμα, η χρησιμοποίηση του χώρου και του περιβάλλοντος για τη δημιουργία τόπων που δίνουν έμφαση στην κατανάλωση, έχει καταστεί ένας δημοφιλής τρόπος όχι μόνο για την αναζωογόνηση της αστικής οικονομίας και την ενθάρρυνση των επενδύσεων αλλά και για την αλλαγή της εικόνας μιας περιοχής ή μιας πόλης (Doucet, 2007).

1.2. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΟΔΗΓΗΣΑΝ ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΣ

1.2.1. ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες η φυσιογνωμία των γηπέδων έχει αλλάξει ριζικά. Οι λόγοι για τους οποίους κατασκευάζονται, το τι αντιπροσωπεύουν ως κατασκευές και οι επιδράσεις που έχουν τα σύγχρονα γήπεδα έχουν διαφοροποιηθεί από το παρελθόν. Τα σύγχρονα γήπεδα που κατασκευάζουν οι ποδοσφαιρικές ομάδες είναι πολυλειτουργικά, δίνοντας έμφαση στην εξεύρεση τρόπων για την οικονομική εκμετάλλευσή τους, έτσι ώστε να αυξήσουν τα έσοδά τους, ενώ αποτελούν σύμβολα για τις πόλεις στις οποίες βρίσκονται, έχοντας πολλαπλές επιδράσεις σε αυτές.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1980 συνέβησαν τρία καταστροφικά γεγονότα που σχετιζόνταν με την ασφάλεια των θεατών των ποδοσφαιρικών αγώνων. Πιο συγκεκριμένα, τα γεγονότα αυτά ήταν η τραγωδία του Δημοτικού Σταδίου του Μπράντφορντ όπου τυλίχθηκαν στις φλόγες οι ξύλινες κερκίδες του το 1985, η τραγωδία του Γηπέδου Heysel την ίδια χρονιά που σχετιζόταν με το εντεινόμενο φαινόμενο του χουλιγκανισμού και η τραγωδία του Hillsborough το 1989 που σχετιζόταν, όπως πρόσφατα αποκαλύφθηκε (Σεπτέμβριος 2012), με ελλιπή ασφάλεια και λανθασμένη διαχείριση του πλήθους εκ μέρους της αστυνομίας. Λόγω αυτών των γεγονότων που στοίχισαν τη ζωή σε εκατοντάδες ανθρώπους, εκδόθηκε κατόπιν έρευνας από την Κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου η Αναφορά Taylor (Taylor Report) το 1990. Η έκθεση αυτή εισήγαγε νέα αυστηρότερα μέτρα ασφαλείας και διαχείρισης του πλήθους στα γήπεδα και οι ομάδες αναγκάστηκαν να τα υιοθετήσουν, αλλάζοντας την φυσιογνωμία των γηπέδων.

Η εφαρμογή των προτάσεων της Αναφοράς Taylor έτυχε καθολικής αποδοχής όχι μόνο στο Ηνωμένο Βασίλειο αλλά και στην υπόλοιπη Ευρώπη, αλλάζοντας το χαρακτήρα των Ευρωπαϊκών γηπέδων, οδηγώντας τα προς το μέλλον. Οι σύλλογοι συνειδητοποίησαν, ότι προκειμένου να υιοθετηθούν οι νέες συνθήκες ασφαλείας και διαχείρισης δεν αρκούσαν τα παλιά γήπεδά τους, επομένως έπρεπε αυτά να αναβαθμιστούν ριζικά ή να κατασκευαστούν καινούργια. Η επένδυση χρημάτων που απαιτούνταν και στις δύο περιπτώσεις ήταν πολύ μεγάλη

και σε συνδυασμό με το νέο οικονομικό περιβάλλον που είχε αρχίσει να διαμορφώνεται, οδήγησε ένα μεγάλο τμήμα των συλλόγων στην απόφαση να κατασκευάσουν νέα γήπεδα.

1.2.2. Η ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΜΕΓΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΣΟΔΩΝ

Όπως προαναφέρθηκε, στις αρχές της δεκαετίας του 1990 οι Ευρωπαϊκές ομάδες συνειδητοποίησαν ότι τα υφιστάμενα γήπεδά τους δεν πληρούσαν τις προϋποθέσεις για να ικανοποιήσουν τις νέες απαιτήσεις που υπήρχαν, καθότι τα περισσότερα ήταν παλιά και μη λειτουργικά. Πολλά από αυτά είχαν μικρή χωρητικότητα, υποτυπώδεις εμπορικές χρήσεις και χρησιμοποιούνταν μόνο την ημέρα του αγώνα περιορίζοντας σημαντικά τα έσοδα, ενώ αρκετά διέθεταν στίβο γύρω από τον αγωνιστικό χώρο. Το τελευταίο αποτελούσε μειονέκτημα κυρίως για δύο λόγους: αφενός ο στίβος μείωνε την χωρητικότητα, συνεπώς και τα έσοδα, αφετέρου η ατμόσφαιρα εντός του γηπέδου επηρεαζόταν από το μεγάλο διάστημα μεταξύ των κερκίδων και του αγωνιστικού χώρου, αφαιρώντας σημαντικό μέρος από τον παλμό των φιλάθλων.

Έτσι, στα νέα γήπεδα που σύντομα άρχισαν να κατασκευάζονται δεν εισήχθησαν απλά τα νέα μέτρα ασφάλειας αλλά ουσιαστικά εμφανίστηκε ένας νέος τύπος γηπέδων που εκτός από μεγαλύτερη ασφάλεια παρείχε καλύτερη προσβασιμότητα, μεγαλύτερη εγγύτητα των κερκίδων στον αγωνιστικό χώρο για βελτίωση της εμπειρίας του θεατή, μεγαλύτερες ανέσεις και τη δυνατότητα ανάπτυξης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων: μουσεία, εμπορικά κέντρα, ξεναγήσεις, συνεδριακοί χώροι, εστιατόρια ακόμα και ξενοδοχεία έγιναν αναπόσπαστο κομμάτι του νέου τύπου γηπέδων. Όλα τα παραπάνω συνέβαλαν στην βελτίωση της εμπειρίας που βιώνει ο επισκέπτης των σύγχρονων γηπέδων.

Επιπλέον, μεγάλη δημοφιλία γνώρισαν και οι χώροι ψυχαγωγίας εντός και εκτός γηπέδου, εισάγοντας τελικά έναν εντελώς καινούργιο τρόπο διαχείρισής του. Πλέον, αυτό θεωρείται ένας πολυλειτουργικός χώρος ανοικτός στο κοινό όχι μόνο τις ημέρες του αγώνα αλλά και τις υπόλοιπες ημέρες της εβδομάδας.

Αυτή η νέα γενιά των μεταμοντέρνων γηπέδων με εμπορικές χρήσεις γνώρισε και εξακολουθεί να γνωρίζει πολύ μεγάλη επιτυχία, καθώς εκμεταλλεύεται αποτελεσματικά τις δυνατότητες που παρέχει το τεράστιο πλήθος ανθρώπων που συρρέει σε αυτά για να υποστηρίξει την αγαπημένη

του ομάδα, να αγοράσει προϊόντα και υπηρεσίες και να διασκεδάσει. Με αυτόν τον τρόπο, τα σύγχρονα γήπεδα διαφοροποιούνται ριζικά από τα παλαιότερα και σε ότι αφορά τη χρήση τους μπορούμε να πούμε ότι πλέον αποτελούν χώρους επίσκεψης του κοινού που θέλει να ψυχαγωγηθεί, χωρίς αυτά να συνδέονται απαραίτητα με την ημέρα διεξαγωγής του αγώνα.

Στην εποχή των νέων καταναλωτικών προτύπων, της επιδιωκόμενης μεγιστοποίησης της κατανάλωσης και της παγκοσμιοποίησης, η αρχιτεκτονική και η λειτουργία των σύγχρονων γηπέδων επηρεάζονται σαφώς από τις υπάρχουσες συνθήκες.

Με αυτή την άποψη συμφωνούν αρκετοί ερευνητές. Οι αλλαγές σε αυτούς τους δύο τομείς σε σχέση με το παρελθόν εξηγείται από τον Horne (2011: 205), ο οποίος τονίζει ότι «ο χώρος αναδιαρθρώνεται σε κοινή πορεία με τις αλλαγές στον καπιταλισμό». Με τη σειρά του ο Harvey (1982) υποστηρίζει ότι οι ρυθμοί ανάπτυξης του δομημένου περιβάλλοντος συνδέονται αρμονικά με τις διακυμάνσεις της καπιταλιστικής οικονομίας, ενώ ο Lefebvre (1974) αντιλαμβάνεται το χώρο ως ένα παραγόμενο προϊόν, η κατανάλωση του οποίου αποτελεί στοιχείο παραγωγής του. Συνεπώς, εφόσον μεταβάλλεται ο χώρος, αλλάζουν και τα γήπεδα αφού αποτελούν στοιχεία του.

Τα νέα γήπεδα ποδοσφαίρου κατασκευάζονται με κύριο σκοπό την προώθηση της ομάδας στην οποία ανήκει το γήπεδο, των (πολλών) χορηγών της, της αύξησης της κατανάλωσης εντός και εκτός γηπέδου με στόχο τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από αυτή τόσο για την ομάδα όσο και για την τοπική κοινότητα. Επίσης, αυτά παίζουν σημαντικό ρόλο στην προώθηση του τόπου, δηλαδή την προβολή της εικόνας της περιοχής ή/και της πόλης όπου είναι κτισμένο το γήπεδο στην παγκόσμια συνείδηση για την προσέλκυση επισκεπτών, γεγονός που σημαίνει νέα οικονομικά οφέλη και αύξηση του κύρους.

Μία ακόμα έκφανση της εμπορευματοποίησης της νέας γενιάς γηπέδων είναι η συνηθισμένη πρακτική της ονομασίας τους κατόπιν σχετικής συμφωνίας με τους χορηγούς τους προκειμένου να επιτευχθεί η αποτελεσματικότερη προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών που αυτοί προσφέρουν. Η συγκεκριμένη πρακτική έρχεται σε αντιδιαστολή με ότι συνέβαινε παλαιότερα όταν τα γήπεδα έπαιρναν την ονομασία τους από παίκτες ή παράγοντες-θρύλους που κατέκτησαν σημαντικά τρόπαια με τον σύλλογο και τον έβγαλαν από την αφάνεια, συνδέοντας

άρρηκτα το όνομά τους με αυτόν. Αυτή όμως, εξασφαλίζει στους συλλόγους σημαντικά έσοδα που είναι απαραίτητα για να ανταπεξέλθουν στον ανταγωνισμό που υπάρχει στη σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη εποχή. Παραδείγματα συμφωνιών ονοματοδοσίας των νέων γηπέδων με σημαντικούς χορηγούς υπάρχουν πολλά στην Ευρώπη, ενώ στις ΗΠΑ αυτή η πρακτική είναι ο κανόνας με την πλειοψηφία των εκεί σταδίων να ονομάζεται κατά αυτόν τον τρόπο. Στον πίνακα 1.1 (Παράρτημα) παρατίθενται τα πιο σημαντικά παραδείγματα Ευρωπαϊκών ποδοσφαιρικών γηπέδων που έχουν ονομαστεί κατόπιν χορηγικών συμφωνιών.

Οι Kearns και Philo (1993:18-19) σημειώνουν με ακρίβεια ότι «η πώληση των τόπων είναι τώρα ένα πολύ χαρακτηριστικό γνώρισμα των σύγχρονων αστικών κοινωνιών» και ότι «οι τόποι έχουν μετατραπεί σε προϊόντα για να πωλούνται σε ανταγωνιστικές αγορές». Πολλές πόλεις ανταγωνίζονται για την προώθηση των τόπων ως ευκαιρίες για αναζήτηση κεφαλαίων. Οι τόποι έχουν εμπορευματοποιηθεί και έχουν μετατραπεί σε αγαθά αποτελώντας όχι κέντρα παραγωγής, όπως παλιότερα, αλλά χώρους ψυχαγωγίας. Με τη σειρά τους τα ποδοσφαιρικά γήπεδα αποτελούν τόσο σύμβολα αναγνωρισιμότητας σε παγκόσμιο επίπεδο, όσο και χώρους ψυχαγωγίας, προσδίδοντας οικονομικά οφέλη στις περιοχές όπου βρίσκονται και στις ομάδες στις οποίες ανήκουν (Horne, 2011).

Μάλιστα, η βαρύτητα που δίνει ο σχεδιασμός των σύγχρονων γηπέδων στις οικονομικές-εμπορικές δραστηριότητες και στην κατανάλωση είναι τέτοια που για την ακριβέστερη περιγραφή τους έχει εισαχθεί ο όρος «tradiums», συνδυάζοντας στις λέξεις της αγγλικής γλώσσας για το εμπόριο (trade) και για τα στάδια (stadiums) (Bale, 2000: 93· Hannigan, 1998· Rutheiser, 1996 σε Walters, 2011).

1.3. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΜΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ

Ένα γνώρισμα των σύγχρονων γηπέδων είναι ο εμβληματικός αρχιτεκτονικός σχεδιασμός τους που έχει στόχο να τα καταστήσει σύμβολα με παγκόσμια αναγνώριση και κύρος. Τα μέσα για να επιτευχθεί αυτή η εμβληματικότητα είναι το γήπεδο να φέρει την υπογραφή διάσημων αρχιτεκτόνων, των λεγόμενων «starchitects» ή να αποτελεί χώρο με ισχυρή συμβολική και αισθητική σημασία ή και τα δύο (Skclair, 2005).

Τα αρχιτεκτονικά γραφεία που σχεδιάζουν ποδοσφαιρικά γήπεδα και άλλους αθλητικούς και πολιτιστικούς χώρους (στην εποχή μας, αθλητισμός και πολιτισμός συνδέονται στενά), αξιοποιούν τη φήμη τους προκειμένου να προσδώσουν κύρος και αναγνωρισιμότητα στις κατασκευές τους. Επίσης, υπάρχει η τάση των αρχιτεκτόνων να ακολουθούν κοινές πρακτικές στον σχεδιασμό, διαμορφώνοντας έτσι ένα κοινό πλαίσιο σε αυτόν. Ο σχεδιασμός αυτός πολύ συχνά περιλαμβάνει φουτουριστικά σχήματα, εντυπωσιακές προσόψεις που φωτίζονται και καινοτόμα τεχνολογικά συστήματα (μετακινούμενες οροφές και αγωνιστικοί χώροι, οθόνες υψηλής ευκρίνειας κ.ά.) που προσελκύουν το ενδιαφέρον των φιλάθλων και των επισκεπτών. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιου αρχιτεκτονικού σχεδιασμού αποτελούν το Emirates Stadium, το Allianz Arena και το Wembley Stadium.

Μερικά από τα πιο γνωστά αρχιτεκτονικά γραφεία διεθνώς είναι τα: Herzog & de Meuron, Populous (πρώην HOK), Foster+Partners και Arup Sport. Αυτά έχουν σχεδιάσει πολλά από τα κορυφαία γήπεδα στην Ευρώπη αλλά και στον υπόλοιπο κόσμο, ενώ παράλληλα είναι υπεύθυνα για το σχεδιασμό δεκάδων πασίγνωστων πολιτιστικών χώρων, όπως μουσεία, βιβλιοθήκες, πανεπιστημιακά κτίρια κ.ά. που μοιράζονται κοινά σχεδιαστικά χαρακτηριστικά με τα σύγχρονα γήπεδα.

Η εμβληματική αρχιτεκτονική των σύγχρονων γηπέδων ακολουθεί το επιτυχημένο παράδειγμα άλλων πολιτιστικών χώρων που καινοτόμησαν έχοντας μια συμβολική και αισθητική σημασία που δεν είχε παρουσιαστεί στο παρελθόν (Πίνακας 1.2, Παράρτημα). Συχνά, αυτά τα γήπεδα αποτελούν κεντρικό στοιχείο ευρύτερων αστικών αναπλάσεων για την αναζωογόνηση και την ανάδειξη υποβαθμισμένων περιοχών. Ήδη από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι πολλά

πολιτιστικά κτίρια όπως μουσεία, βιβλιοθήκες, κέντρα πολιτισμού και πανεπιστήμια έχουν ενστερνιστεί τις προτάσεις της εμβληματικής αρχιτεκτονικής καθιστώντας τα σύμβολα με παγκόσμια αναγνώριση και που συχνά λειτουργούν ως οχήματα για αστική αναζωογόνηση και οικονομική ανάπτυξη. Έτσι και τα ποδοσφαιρικά στάδια δεν θα μπορούσαν να αποτελούν εξαίρεση.

Η παραγωγή εμβληματικών γηπέδων εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο παραγωγής μνημειακών κατασκευών που σύμφωνα με τον Sklair (2001, 2002, 2005, 2006) εξυπηρετεί τη διεθνή καπιταλιστική τάξη και η εμφάνισή της είναι αποτέλεσμα των μετατροπών στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών, στην τεχνολογία, στην προώθηση, στην επικοινωνία και στη σύγχρονη αρχιτεκτονική. Αυτές με τη σειρά τους είναι συνέπειες της καπιταλιστικής παγκοσμιοποίησης. Μάλιστα, φαίνεται ότι στην εποχή της παγκοσμιοποίησης η κυρίαρχη δύναμη που οδηγεί τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό είναι η «διεθνής καπιταλιστική τάξη» (Sklair, 2005: 45) και όχι το κράτος ή η θρησκεία όπως συνέβαινε παλαιότερα.

Η εμβληματική αρχιτεκτονική που παρατηρείται στα σύγχρονα γήπεδα συνδέεται στενά με το μάρκετινγκ και έχει στόχο να τα καταστήσει σύμβολα της εποχής μας με παγκόσμια ακτινοβολία, ικανά να διαφημίσουν τις πόλεις στις οποίες είναι κτισμένα, προσελκύοντας πλήθος επισκεπτών. Οι επισκέπτες θα προσέρχονται για να θαυμάσουν αυτά τα σύγχρονα αστικά μνημεία που συνδυάζουν τις τελευταίες τεχνολογικές καινοτομίες και τις ανέσεις με τους εκτενείς χώρους για εμπορικές δραστηριότητες και τις αναπλασμένες περιοχές. Έτσι, τα γήπεδα λειτουργούν ως διεθνείς χώροι κατανάλωσης, γεγονός που αντανακλά τις διαδικασίες που βρίσκονται σε εξέλιξη στις πόλεις. Αυτές αφορούν την αναδημιουργία των πόλεων ως κέντρα κατανάλωσης αντί παραγωγής, τη δημιουργία αστικών ψυχαγωγικών προορισμών και την κατασκευή χώρων κατανάλωσης που βασίζονται στην «εμπειρία» που ζει κάποιος σε αυτούς, όπως αθλητικά γεγονότα και συναυλίες.

Ορισμένα γήπεδα βέβαια, πέραν της εμβληματικής αρχιτεκτονικής τους και της λειτουργίας τους ως μνημεία του σύγχρονου καπιταλισμού και του καταναλωτισμού, δεν παραλείπουν να προβάλλουν την κουλτούρα και την ιστορία της ομάδας που φιλοξενούν τονώνοντας έτσι το

αίσθημα υπερηφάνειας των φιλάθλων της και δημιουργώντας ισχυρότερους δεσμούς μεταξύ αυτών και του γηπέδου αλλά και συνθέτοντας μία μοναδική εμπειρία για τους επισκέπτες του.

1.4. ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΓΗΠΕΔΑ ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ

Τα γήπεδα είναι από ανέκαθεν στενά συνδεδεμένα με τα μεγάλα ποδοσφαιρικά γεγονότα, τα οποία συχνά αποτελούν αφορμή για την κατασκευή τους. Τα εντυπωσιακά σύγχρονα γήπεδα δεν αποτελούν εξαίρεση, αφού υπάρχουν πολλά παραδείγματα σύνδεσής τους με τις μεγάλες ποδοσφαιρικές διοργανώσεις, οι οποίες έχουν συμβάλει καθοριστικά στην εξάπλωσή τους εντός και εκτός Ευρώπης.

Τα τρία τελευταία Ευρωπαϊκά Ποδοσφαιρικά Πρωταθλήματα (2004, 2008 και 2012) και το Παγκόσμιο Κύπελλο 2006 έχουν συνδεθεί με τη δημιουργία πολλών σύγχρονων γηπέδων σε όλη την Ευρώπη, συνεπώς και με την ανανέωση των Ευρωπαϊκών γηπέδων κυρίως σε Πορτογαλία, Γερμανία, Αυστρία και Πολωνία (Πίνακας 1.3, Παράρτημα).

Επιπλέον, το Euro 2012 είναι κομβικής σημασίας γιατί προώθησε τη νέα γενιά γηπέδων στην Ανατολική Ευρώπη, δηλαδή σε μια περιοχή που μέχρι πρόσφατα παρουσίαζε έλλειψη τέτοιων. Η Διοργάνωση πολύ πιθανόν να παίζει ρόλο στην αύξηση των νέων γηπέδων που πρόκειται να κατασκευαστούν τα επόμενα χρόνια στην ευρύτερη περιοχή, γεγονός που ενισχύεται και από τη φιλοξενία του Παγκόσμιου Κυπέλλου 2018 από τη Ρωσία.

Το Παγκόσμιο Κύπελλο διέδωσε τα σύγχρονα ποδοσφαιρικά γήπεδα σε Ασία και Αφρική, όπου πλέον συναντώνται αρκετά τέτοια και προγραμματίζεται να κατασκευαστούν ακόμα περισσότερα στο εγγύς μέλλον. Εξάλλου, η διοργάνωση του Παγκόσμιου Κυπέλλου 2022 από το Κατάρ ενισχύει αυτή την προοπτική. Η σχέση μεταξύ των σύγχρονων γηπέδων και των μεγάλων γεγονότων επιβεβαιώνεται ξεκάθαρα και στην περίπτωση της Βραζιλίας, που θα διοργανώσει το Παγκόσμιο Κύπελλο 2014 αλλά και τους Ολυμπιακούς Αγώνες 2016. Τα γήπεδα που κατασκευάζονται εκεί (Πίνακας 1.3, Παράρτημα) διαθέτουν όλα τα χαρακτηριστικά της νέας γενιάς γηπέδων, όπως η επιβλητική παρουσία, οι εντυπωσιακές προσόψεις και οι μεγάλοι εμπορικοί χώροι, ενώ κάποια συνδέονται με εκτεταμένες αναπλάσεις του περιβάλλοντος χώρου τους. Πριν την ανάληψη του Παγκόσμιου Κυπέλλου η χώρα δεν διέθετε ούτε ένα σύγχρονο

γήπεδο, αντίθετα τα περισσότερα ήταν τρίτης γενιάς, όπως το θρυλικό Maracana. Μέχρι και το 2013 η Βραζιλία θα διαθέτει μερικά από τα πιο σύγχρονα και εντυπωσιακά γήπεδα παγκοσμίως.

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω, τα μεγάλα ποδοσφαιρικά γεγονότα έχουν συμβάλλει στην παγκοσμιοποίηση του ποδοσφαίρου και συνεπακόλουθα των σύγχρονων γηπέδων, έτσι ώστε να μπορούμε να μιλήσουμε για τη διαμόρφωση όχι μόνο του ευρωπαϊκού αλλά και του παγκόσμιου γηπέδου.

1.5. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η χρησιμοποίηση των γηπέδων για οικονομική ανάπτυξη και αστική ανάπλαση έχει αποκτήσει υποστηρικτές τα τελευταία χρόνια στην ακαδημαϊκή κοινότητα και στα κέντρα χάραξης αστικών πολιτικών. Παρόλα αυτά, τα στοιχεία που εμφανίζουν την αποτελεσματικότητα των γηπέδων για τους συγκεκριμένους σκοπούς ποικίλλουν αρκετά (Davies, 2008).

Για να εξακριβωθεί η οικονομική επίδραση ενός γηπέδου, απαιτείται να διερευνηθούν οι άμεσες και οι έμμεσες δαπάνες που είναι πιθανό να έχει προκαλέσει αυτό. Οι άμεσες δαπάνες είναι τα χρήματα που ξοδεύονται από τον διαχειριστή του γηπέδου, τους υπαλλήλους που απασχολούνται στις εγκαταστάσεις του και τους επισκέπτες του. Κάποιο ποσοστό αυτών των χρημάτων ξοδεύεται σε προϊόντα και υπηρεσίες που παράγονται τοπικά, γεγονός που επιφέρει με τη σειρά του περαιτέρω δαπάνες προς την τοπική οικονομία (έμμεσες οικονομικές επιδράσεις). Στη συνέχεια, η παρουσία του γηπέδου και των σχετιζόμενων με αυτό γεγονότων (π.χ. ποδοσφαιρικοί αγώνες, συναυλίες, ξεναγήσεις) φαίνεται να υποστηρίζει την παραγωγή, τα εισοδήματα και την απασχόληση άμεσα και έμμεσα στην τοπική οικονομία. Ένα κρίσιμο στοιχείο αξιολόγησης, είναι πρώτον η εκτίμηση των άμεσων επιδράσεων του γηπέδου και δεύτερον, η σχέση μεταξύ των άμεσων και έμμεσων οικονομικών επιδράσεων (Econactive, 2007).

Γεγονός είναι ότι μετά από διάστημα μεγαλύτερο των είκοσι χρόνων εξακολουθεί να υπάρχει ασυμφωνία στους κύκλους των ακαδημαϊκών και των πολιτικών για το εάν τα σύγχρονα στάδια έχουν ξεκάθαρα θετικά αποτελέσματα στην τοπική οικονομία σε μακροπρόθεσμη βάση (Davies, 2008). Στην πραγματικότητα, υπάρχει έντονη αντιπαράθεση σχετικά με τις οικονομικές

επιδράσεις των νέων σταδίων. Από τη μία πλευρά υπάρχει σειρά μελετών (Davies, 2008· Econactive, 2007· Ladd, 2003· Nelson, 2001) που δείχνουν πως τα στάδια τονώνουν τις τοπικές οικονομίες των πόλεων στις οποίες βρίσκονται ως αποτέλεσμα της αύξησης της επισκεψιμότητας και της κατανάλωσης που συντελείται λόγω αυτών.

Από την άλλη πλευρά υπάρχουν πολλοί (Baade, 1994, 1996· Baade και Dye, 1990, Chaplin, 2002· Humphreys, 2001· Noll και Zimbalist, 1997, Rosentraub, 1997) που αντιμετωπίζουν τις οικονομικές επιδράσεις των σταδίων με σκεπτικισμό και κριτική διάθεση, εγείροντας ερωτήματα σχετικά με τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση των επιδράσεων αυτών και με την έκταση των τυχόν θετικών επιδράσεων υποστηρίζοντας ότι αυτές συχνά μεγεθύνονται (Econactive, 2007).

Βέβαια, όπως προκύπτει από τη σχετική βιβλιογραφία, ένα μεγάλο μέρος της κριτικής για τα οικονομικά οφέλη των σταδίων προέρχεται από τις ΗΠΑ, όπου εμφανίστηκαν τα πρώτα μεταμοντέρνα στάδια και όπου το πλαίσιο της κατασκευής τους διαφέρει από αυτό της Ευρώπης. Στις ΗΠΑ οι πόλεις και οι πολιτείες ανταγωνίζονται έντονα η μία την άλλη για την προσέλκυση της αθλητικής βιομηχανίας και των επενδύσεων που αυτή συνεπάγεται, προσπαθώντας να προσελκύσουν ομάδες από άλλες πόλεις με τη δημιουργία νέων, υπερσύγχρονων, εντυπωσιακών και ιδιαίτερα ακριβών σταδίων. Για την κατασκευή τους επενδύονται από τις δημόσιες αρχές τεράστια ποσά από δημόσια χρήματα, εγείροντας ισχυρά ερωτήματα για το αν αξίζει η συγκεκριμένη επένδυση. Στην Ευρώπη η κατάσταση διαφέρει κάπως, αφού οι περισσότερες ομάδες χρηματοδοτούν οι ίδιες την ανέγερση των γηπέδων τους (Davies, 2008), όμως οι δημόσιες αρχές δαπανούν σημαντικά ποσά για τις αστικές αναπλάσεις που συνήθως συνδέονται με τα γήπεδα αυτά. Μια άλλη σημαντική διαφορά μεταξύ αμερικάνικων και ευρωπαϊκών σταδίων έγκειται στο ότι οι Ευρωπαϊκές ομάδες είναι πολύ περισσότερο ταυτισμένες και δεμένες με τις πόλεις όπου βρίσκονται με συνέπεια να μην υπάρχει δυνατότητα μετακίνησής τους.

Ολοένα και μεγαλύτερος αριθμός επιστημόνων που ασχολείται με τον σχεδιασμό, υποστηρίζει και προωθεί πολιτικές αναπλάσεων βασισμένες στον αθλητισμό ως μέσο για την αναζωογόνηση υποβαθμισμένων αστικών περιοχών, συνεπώς τα γήπεδα αποτελούν ένα δημοφιλές εργαλείο των

πολιτικών αυτών. Η κατασκευή των γηπέδων πραγματοποιείται με την ελπίδα ότι αυτά θα βελτιώσουν το αστικό περιβάλλον και θα επιφέρουν οικονομική ανάπτυξη (Davies, 2008).

Επίσης, η κατασκευή των σύγχρονων σταδίων σε υποβαθμισμένες περιοχές στα κέντρα των πόλεων αποτελεί συνηθισμένη πρακτική, καθώς αυτά χρησιμοποιούνται ως μέσο για την ανάπλαση των περιοχών αυτών με στόχο την αναστροφή της οικονομικής συρρίκνωσης και των κοινωνικών προβλημάτων που αντιμετωπίζουν. Σε ευρύτερο πλαίσιο, οι πόλεις που φιλοξενούν στάδια θα μπορέσουν να διαφοροποιήσουν με αυτό τον τρόπο την οικονομική βάση τους και να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους για επενδύσεις και θέσεις εργασίας σε εθνικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο.

Πραγματικά, ο Nelson (2001: 255-256) τονίζει ότι τα στάδια που κατασκευάζονται στα κέντρα των πόλεων συμβάλλουν στην αύξηση της παραγωγής πλούτου, επειδή εκεί δημιουργούνται οικονομίες συγκέντρωσης, με συμπλέγματα αλληλοσυμπληρούμενων επιχειρήσεων. Για να έχουν τα στάδια θετικά αποτελέσματα δεν αρκεί απλώς η κατασκευή τους στο αστικό κέντρο αλλά πρέπει να επιτευχθεί η ουσιαστική ενσωμάτωσή τους στον αστικό ιστό της περιοχής.

Επιπρόσθετα, τα στάδια που είναι ενταγμένα στο πλαίσιο των στρατηγικών μάρκετινγκ γίνονται αντιληπτά ως σύμβολα επιτυχίας, κύρους και ως πόλοι έλξης εγκατάστασης νέων επιχειρήσεων, συνεπώς συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη και εξελίσσονται στις ζητούμενες πολυλειτουργικές εγκαταστάσεις που συνδυάζουν τον αθλητισμό με το εμπόριο και την ψυχαγωγία (Bale, 1995).

1.6. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟ ΑΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Οι επιδράσεις που έχουν τα σύγχρονα γήπεδα στο αστικό περιβάλλον είναι σημαντικές και ποικίλες. Αυτά πολύ συχνά συνδέονται με σχέδια αναπλάσεων υποβαθμισμένων περιοχών και αποτελούν κεντρικό τμήμα αυτών των σχεδίων. Ο συνδυασμός των γηπέδων με αναπλάσεις αντιμετωπίζεται από τις δημόσιες αρχές ως μια ευκαιρία να αναζωογονηθούν περιοχές που πλήττονται από έντονα οικονομικά και αστικά προβλήματα. Στις περιοχές αυτές, τα παρακμασμένα κτίρια (συνήθως πρώην βιομηχανικά) αντικαθίστανται από νέα υψηλής ποιότητας, δημιουργούνται καινούργιες οικιστικές περιοχές και αναπτύσσονται εγκαταστάσεις

που σχετίζονται με τον πολιτισμό, τον αθλητισμό και την ψυχαγωγία. Επίσης, βελτιώνονται οι υποδομές μεταφορών, κοινωνικής πρόνοιας και οι δημόσιοι χώροι, αλλάζοντας την ταυτότητα της αναπλασθείσας περιοχής και κάνοντάς την πιο ελκυστική.

Η αλλαγή ταυτότητας των πόλεων αποτελεί σημαντικό στόχο των αστικών αναπλάσεων, καθώς αυτές προσπαθούν να αποβάλλουν το βιομηχανικό τους παρελθόν και να το αντικαταστήσουν με ένα παρόν που χαρακτηρίζεται από μίξη των χρήσεων, εκτεταμένους εμπορικούς χώρους και έμφαση στις υπηρεσίες ψυχαγωγίας. Τα σύγχρονα γήπεδα με την εμβληματική αρχιτεκτονική τους, αποτελούν αστικά σύμβολα που προβάλλουν αποτελεσματικά τις πόλεις και συμβάλλουν στην εκπλήρωση των στόχων τους.

Τα παραδείγματα σύγχρονων γηπέδων που συνδέονται με αστικές αναπλάσεις είναι πολλά, με πιο χαρακτηριστικά τα ακόλουθα: Amsterdam Arena-ανάπλαση της περιοχής Bijlmermeer, Emirates Stadium-ανάπλαση της περιοχής Islington, Wembley Stadium-ανάπλαση της περιοχής Brent και Etihad Stadium-ανάπλαση της Ανατολικής περιοχής του Μάντσεστερ. Για τα τρία πρώτα γίνεται εκτενής αναφορά στο κεφάλαιο 6, ενώ για το τελευταίο θα γίνει συνοπτική αναφορά παρακάτω.

Υπάρχει η πρόσφατη απόφαση από τη διοίκηση της Manchester City, για την υλοποίηση επενδυτικού σχεδίου ύψους £1 δις για την ανάπλαση της περιοχής γύρω από το Γήπεδο Etihad. Το σχέδιο θα περιλαμβάνει τη δημιουργία ενός συμπλέγματος αθλητισμού και ψυχαγωγίας παγκόσμιας εμβέλειας που θα έχει στόχο την ανάπλαση 800 στρεμμάτων αστικής γης στο Ανατολικό τμήμα της πόλης (Eastlands), που είναι μια από τις φτωχότερες περιοχές της. Πιο συγκεκριμένα, θα πραγματοποιηθεί αύξηση της χωρητικότητας του υφιστάμενου γηπέδου κατά 12.000 θέσεις και θα κατασκευαστεί το Carrington Training Centre, ένα νέο υπερσύγχρονο προπονητικό κέντρο για την ομάδα στα πρότυπα αυτών της Milan και της Barcelona. Επίσης, θα κατασκευαστούν πολλά εμπορικά καταστήματα, εστιατόρια και ένα πολυτελές ξενοδοχείο. Το σχέδιο έχει λάβει άδεια για να υλοποιηθεί από τις τοπικές αρχές και έχει την αμέριστη στήριξή τους, καθώς φιλοδοξεί να καταστεί σημαντικός τουριστικός προορισμός παγκόσμιου βεληνεκούς στοχεύοντας, σύμφωνα με τους επενδυτές, στην έμπρακτη υποστήριξη της τοπικής

κοινότητας, δημιουργώντας πολλές θέσεις εργασίας και πολλαπλά οικονομικά οφέλη (Herbert, 2010· Linton, 2010α, 2010β· Vital City, 2010· Καραμάνος, 2012).

Παρά τα οφέλη που υποστηρίζεται ότι έχουν τα γήπεδα στο αστικό περιβάλλον λόγω των αναπλάσεων, ορισμένοι εναντιώνονται σε αυτή την άποψη, τονίζοντας ότι οι αναπλάσεις αυτές προωθούν τον «εξευγενισμό» (gentrification) των περιοχών. Ο «εξευγενισμός» συνδέεται με την μετακίνηση μεσαίων και υψηλών κοινωνικών στρωμάτων σε αναπλασμένες περιοχές, όπου πριν τη διαδικασία αυτή κυριαρχούσαν τα κοινωνικά στρώματα με χαμηλά εισοδήματα. Μετά την διαδικασία της ανάπλασης οι αξίες των ακινήτων αυξάνονται, καθώς η περιοχή έχει βελτιώσει τις υποδομές και την εικόνα της, με αποτέλεσμα οι τάξεις χαμηλών εισοδημάτων να μην μπορούν να αντεπεξέλθουν στις αυξημένες τιμές ακινήτων (για ενοικίαση ή αγορά) και συνεπώς να αναγκάζονται να εγκαταλείψουν την περιοχή. Οι πρώην υποβαθμισμένες περιοχές γίνονται ιδιαίτερα ελκυστικές για τα στρώματα υψηλών εισοδημάτων αλλά και για τις επιχειρήσεις που συνδέονται με την ψυχαγωγία και το εμπόριο, εξωθώντας τα φτωχότερα στρώματα σε έξοδο από αυτή.

Ο «εξευγενισμός» υποστηρίζεται ότι αποτελεί μια επιβλαβή, επιθετική και ρεβανσιστική διαδικασία, που έχει σχεδιαστεί για να «κερδίσει» τα αστικά κέντρα από τις φτωχότερες τάξεις και να τα «παραδώσει» στις μεσαίες και υψηλότερες. Ακόμα, αρκετοί ερευνητές υποστηρίζουν ότι ο «εξευγενισμός» οδηγεί σε εκτόπιση των φτωχότερων στρωμάτων από τις αναπλασμένες περιοχές και ότι ενισχύει τον χωρικό και κοινωνικό διαχωρισμό αντί να τον αμβλύνει, καθώς η εργατική τάξη και οι μειονότητες αναγκάζονται να φύγουν από αυτές. (Atkinson, 2004· Gospodini, 2006· Lees, 2008· Smith 1996· Wyly και Hammel, 2004).

Όπως προκύπτει από τα προαναφερθέντα, η συζήτηση για τις επιδράσεις των γηπέδων και των συνδεόμενων με αυτά αστικών αναπλάσεων είναι ακόμη ανοικτή, χωρίς οριστικό αποτέλεσμα.

1.7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Είναι εμφανές ότι το πολιτικό και κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον έχει παίξει σπουδαίο ρόλο στη διαμόρφωση της φυσιογνωμίας των σύγχρονων γηπέδων. Η σύγχρονη καπιταλιστική οργάνωση της παραγωγής, στην οποία κυριαρχεί η παγκοσμιοποίηση οικονομικών και ανθρώπινων δραστηριοτήτων, ορίζει την επικρατούσα προσέγγιση του ποδοσφαίρου και συνεπακόλουθα της κατασκευής των γηπέδων.

Ο χώρος, συνεπώς και τα γήπεδα ως στοιχεία αυτού, αντιμετωπίζεται ως προϊόν προς πώληση για την παραγωγή κερδών. Έτσι, τα σύγχρονα γήπεδα είναι χώροι που υπηρετούν σαφώς ορισμένους οικονομικούς σκοπούς και όπου πραγματοποιούνται σημαντικές οικονομικές δραστηριότητες. Η διαδικασία εμπορευματοποίησης των γηπέδων υποστηρίζεται από τις δημόσιες αρχές, οι οποίες ακολουθούν το μοντέλο της «επιχειρηματικής πόλης». Σε αυτό το πλαίσιο, οι αρχές των σύγχρονων πόλεων στηρίζουν τον ιδιωτικό τομέα συμπράττοντας μαζί του στην κατασκευή γηπέδων, επιδιώκοντας να αποκομίσουν οφέλη από αυτά. Η επιδιωκόμενη μεγιστοποίηση της κατανάλωσης και η αύξηση της οικονομικής σημασίας τους, τα έχουν μετατρέψει από αθλητικές εγκαταστάσεις σε εμπορικά κέντρα.

Παράλληλα, έχουν ξεχωριστή σημασία για τις πόλεις και λειτουργούν ως τοπόσημα σε αυτές, λόγω του εμβληματικού αρχιτεκτονικού σχεδιασμού που αποκτήσκει. Η μεγάλη επισκεψιμότητα που διαθέτουν, τα έχει μετατρέψει σε σημαντικά τουριστικά αξιοθέατα, τα οποία συγκεντρώνουν γύρω τους χρήσεις εμπορίου και ψυχαγωγίας.

Επίσης, τα σύγχρονα γήπεδα λειτουργούν ως καταλύτες για αστική αναζωογόνηση υποβαθμισμένων κεντρικών περιοχών. Παρά την αντίθετη άποψη, τέτοιες στρατηγικές έχουν ως αποτέλεσμα την ανάσχεση χρόνιων προβλημάτων του οικονομικού και του αστικού περιβάλλοντος αυτών των περιοχών και την μεταμόρφωσή τους σε περιοχές που υποστηρίζουν υψηλή ποιότητα ζωής.

2. ΓΗΠΕΔΑ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το μάρκετινγκ (marketing) είναι κάτι περισσότερο από διαφήμιση και πώληση, ουσιαστικά είναι εκείνες οι διαδικασίες που δημιουργούν αξία για τους πελάτες. Ο στόχος, επομένως, του μάρκετινγκ είναι ο καταναλωτής (Harrison-Hill και Chalip, 2005: 302). Η επίτευξη των στόχων του απαιτεί από τη μία προσδιορισμό των αναγκών και των επιθυμιών των αγορών-στόχων (συνεπώς των καταναλωτών) και από την άλλη την αποτελεσματικότερη ικανοποίηση των επιθυμιών αυτών. Το μάρκετινγκ θεωρείται ότι περιλαμβάνει 5 διαδικασίες που είναι γνωστές ως τα 5p: προϊόν (product), τόπος (place), προώθηση (promotion), τιμή (price) και προσωπικό (personnel) (Kotler κ.ά., 2002).

2.1.1. ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ-ΤΟΠΟΥ (CITY-PLACE MARKETING)

Η έννοια του μάρκετινγκ του τόπου ακολουθεί τις αρχές του μάρκετινγκ, δηλαδή σημαίνει τη διαδικασία σχεδιασμού ενός τόπου που να ικανοποιεί τις ανάγκες των αγορών στις οποίες απευθύνεται. Η διαδικασία αυτή είναι επιτυχής όταν οι πολίτες είναι ευχαριστημένοι με την κοινότητά τους, το ίδιο και όταν οι επιχειρήσεις και οι προσδοκίες των επισκεπτών και των επενδυτών εκπληρώνονται. Απαραίτητη κρίνεται η ανάπτυξη μιας συστηματικής και μακροπρόθεσμης στρατηγικής προώθησης για έναν τόπο, ώστε να αναπτύξει τα χαρακτηριστικά του (Kotler κ.ά., 2002).

Η σημασία του ρόλου του μάρκετινγκ του τόπου έχει ενισχυθεί στην Ευρώπη σε βαθμό που θεωρείται απαραίτητο, στο πλαίσιο του διεθνούς ανταγωνισμού και της διαχείρισης των πόλεων. Η στενή σύνδεση μάρκετινγκ και σχεδιασμού είναι αναγκαία, προκειμένου οι πόλεις να είναι επιτυχημένες (Deffner και Metaxas, 2006). Οι πόλεις προσπαθούν να δημιουργήσουν την ταυτότητα και να διαμορφώσουν την εικόνα τους, προκειμένου να γίνουν πιο ελκυστικές, αυξήσουν το μερίδιο αγοράς που κατέχουν σε μια παγκοσμιοποιημένη οικονομία και να ενισχύσουν την οικονομική ανάπτυξή τους (Metaxas, 2009).

Παρόλα αυτά το μάρκετινγκ του τόπου δεν υποκαθιστά, αλλά συμπληρώνει τον αστικό σχεδιασμό. Τα κύρια πεδία όπου υπάρχει συμπλήρωση είναι τα εξής (Deffner και Metaxas, 2006):

- ✚ Αστική ανάπτυξη
- ✚ Αστική διαχείριση
- ✚ Αστική διακυβέρνηση
- ✚ Πολιτιστικός σχεδιασμός
- ✚ Η διαδικασία του city branding
- ✚ Ο σχεδιασμός δράσεων προβολής
- ✚ Αστική αναζωογόνηση
- ✚ Αστική πολιτική

Επίσης, η προώθηση των τόπων εμπεριέχει την αναγνώριση του οράματος μιας πόλης και την υιοθέτησή του από την τοπική κοινότητα, τη συνεργασία μεταξύ των τοπικών δημόσιων αρχών, των επιχειρήσεων και των κατοίκων, την ύπαρξη ενός γραφείου προώθησης της πόλης με συγκεκριμένο προϋπολογισμό, την οικονομική υποστήριξη από τον ιδιωτικό τομέα, τον ορισμό των βασικών αναπτυξιακών στόχων, τις Αναλύσεις Πλεονεκτημάτων-Μειονεκτημάτων-Ευκαιριών-Απειλών (SWOT Analysis) και Πολιτικών, Οικονομικών, Κοινωνικών, Τεχνολογικών παραγόντων (PEST Analysis), καθώς και την αναγνώριση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της πόλης (Deffner και Metaxas, 2005)

Η προώθηση των τόπων δεν είναι τόσο καινούργιο φαινόμενο όσο συχνά νομίζουμε και πρωτοεμφανίστηκε στις ΗΠΑ. Ήδη από τη δεκαετία του 1850 η «πώληση» τόπων χρησιμοποιήθηκε για την προσέλκυση αποίκων στις τότε νέες ακριτικές περιοχές της «Άγριας Δύσης». Επίσης, στις αρχές του 20^{ου} αιώνα Βρετανικά και Γαλλικά παραθαλάσσια θέρετρα διαφημίζονταν εντατικά για να προσελκύσουν τουρίστες (Arnold και Kuusisto, 2000· Gold και Ward, 1994). Αυτή η τακτική ήταν πιο πρακτική και άμεση στην προώθηση και στηριζόταν πολύ στις διάφορες μορφές διαφήμισης. Στη σύγχρονη εποχή, το μάρκετινγκ του τόπου έχει καταστεί ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της στρατηγικής για οικονομική ανάπτυξη, της ανάπτυξης τόπων (Rainisto, 2003).

Η προώθηση των τόπων περιλαμβάνει και τη δημιουργία μιας άυλης αξίας σε αυτό που προσφέρει ο κάθε τόπος, η οποία μπορεί να είναι ένας συνδυασμός προϊόντων, υπηρεσιών, πληροφοριών και εμπειριών, συνθέτοντας μία ταυτότητα (Kotler, 2003). Πλέον, στο συνεχώς μεταβαλλόμενο και παγκοσμιοποιημένο πλαίσιο των αγορών και στον ανταγωνισμό των τόπων (Kotler κ.ά., 2002), οι τελευταίοι πρέπει να αναπτύξουν μια στρατηγική μάρκετινγκ προκειμένου να είναι αποτελεσματικοί απέναντι σε αυτόν.

Η προώθηση των τόπων χρησιμοποιείται για την επίτευξη πολλαπλών στόχων, όπως είναι η δημιουργία μιας θετικής εικόνας για τον τόπο και η προσέλκυση επιχειρήσεων, τουριστών, οργανισμών, γεγονότων κ.ά. Για να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι απαιτείται η υιοθέτηση εργαλείων διαχείρισης στρατηγικού μάρκετινγκ και αναγνωρίσιμων συμβόλων (Kotler και Gertner, 2002: 253). Οι πιο συνήθεις στρατηγικές μάρκετινγκ είναι η δημιουργία ταυτότητας ενός τόπου (city branding), το χτίσιμο εντυπωσιακών κατασκευών (flagship projects), η φιλοξενία μεγάλων γεγονότων (mega-events) και οι τεχνικές εικονικής πραγματικότητας (Deffner και Liouris, 2005).

Ο όρος «city branding» περιγράφει την υιοθέτηση διακεκριμένων συμβόλων από τις πόλεις. Παρά την αντίθετη άποψη που υποστηρίζει οι πόλεις δεν μπορούν να αντιμετωπιστούν ως προϊόντα, βάζοντας τους ετικέτες λόγω της πολυπλοκότητάς τους, ούτε οι κυβερνήσεις ως παραγωγοί και οι χρήστες τους ως πελάτες, ο Ashworth πιστεύει ότι η δημιουργία ξεχωριστών ταυτοτήτων για τις πόλεις είναι όχι μόνο εφικτή αλλά βρίσκει και εφαρμογή από τη στιγμή που αυτές ανταγωνίζονται μεταξύ τους για εμπόριο, κατοίκους, πλούτο, κύρος και δύναμη. Η υιοθέτηση ενός συμβόλου θα μπορούσε να δημιουργήσει στην πόλη-προϊόν ξεχωριστή ταυτότητα, πράγμα που, εν τέλει, αποτελεί τον στόχο του μάρκετινγκ των πόλεων (Ashworth, 2004).

Η δημιουργία μιας ξεχωριστής ταυτότητας για τις πόλεις και τις περιοχές είναι παρόμοια με τη διαδικασία που ακολουθείται για τα προϊόντα αλλά πολύ πιο σύνθετη και πολύπλευρη. Προκειμένου η ταυτότητα να είναι επιτυχημένη, πρέπει να επιλεγθούν λίγα και συγκεκριμένα και κοινωνικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά σύμβολα της πόλης. Αυτή πρέπει να συνδέεται στενά με την πόλη, να είναι πρωτότυπη και να προβάλλει τη αυθεντικότητά της. Εάν η

διαδικασία είναι επιτυχής, τότε θα δώσει στην πόλη ένα σημαντικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της, προσδίδοντάς της μια ξεχωριστή εικόνα και μια πολιτιστική σημασία που θα της προσθέσουν συμβολική και οικονομική αξία. Η ταυτότητα αυτή θα συμβάλλει στην ενίσχυση της θέσης και του κύρους της πόλης ως τουριστικού προορισμού ή ως περιοχής ελκυστικής για κατοίκηση ή εγκατάσταση επιχειρήσεων (Deffner και Liouris, 2005).

Βέβαια, εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι μπορεί να υπάρχουν και μειονεκτήματα σε αυτή τη διαδικασία, όπως είναι ο κίνδυνος εκλογίκευσης της ταυτότητας εάν αυτή γενικευθεί πάρα πολύ, φτάνοντας στο σημείο να καταστεί κλισέ. Συνέπεια αυτού θα είναι η πόλη να αναγνωρίζεται ότι έχει μόνο αυτό να προσφέρει, χάνοντας τελικά τη σύνδεση της με την ίδια. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, είναι δύσκολο για την πόλη να αφήσει αυτή την ταυτότητα και να υιοθετήσει μια άλλη στο πλαίσιο μιας διαφορετικής στρατηγικής ή ανανέωσης. Επίσης, υπάρχει και η πιθανότητα μια ταυτότητα να ενθαρρύνει χωρικές και κοινωνικοοικονομικές ανισότητες και διαχωρισμό, να μην αντανακλά την πραγματική ζωή στην πόλη ή οι κάτοικοί της να διαφωνούν με αυτή (Deffner και Liouris, 2005). Για να αποφευχθεί αυτό, η διαδικασία υιοθέτησης μιας ταυτότητας πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο ανοικτή προς την κοινωνία (Ejigu κ.ά., 2004 σε Deffner και Liouris, 2005).

2.1.2. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΕΡΓΩΝ- ΝΑΥΑΡΧΙΔΩΝ (FLAGSHIP PROJECTS)

Στη δημιουργία και στην προβολή μιας ταυτότητας για την πόλη σημαντικό ρόλο παίζουν και τα έργα-ναυαρχίδες ή εντυπωσιακές κατασκευές. Τέτοια έργα μπορούν να είναι μουσεία, βιβλιοθήκες, στάδια και άλλα κτίρια που σχετίζονται με τον πολιτισμό και τον αθλητισμό. Παντού σε πανευρωπαϊκό αλλά και παγκόσμιο επίπεδο μπορούν να εντοπιστούν τέτοια έργα (Deffner και Liouris, 2005). Πολύ δημοφιλή παραδείγματα αποτελούν το Μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο, ο Πύργος Khalifa ή Dubai στο Ντουμπάι και τα Γήπεδα Emirates, Wembley, Amsterdam ArenA και Allianz Arena.

Συχνά η κατασκευή έργων-ναυαρχίδων συνδέεται με αναπλάσεις περιοχών των πόλεων. Εξαιτίας της ανάμειξης του ιδιωτικού τομέα και της ύπαρξης ισχυρού κινήτρου για αποκόμιση κερδών στην κατασκευή τους, οι τοποθεσίες που επιλέγονται για τη δημιουργία τους έχουν

συνήθως υψηλό προφίλ, όπως είναι τα αστικά κέντρα ή τα παραλιακά μέτωπα. Η επιλογή των τοποθεσιών όπως προκύπτει δεν βασίζεται πάντα στην μεγαλύτερη ανάγκη για την πόλη αλλά στο μεγαλύτερο πιθανό κέρδος (Doucet, 2007).

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες τα έργα-ναυαρχίδες έχουν καταστεί μια συνήθης μέθοδος για την ανάπλαση περιοχών των πόλεων. Το πρώτο τέτοιο έργο εμφανίστηκε στις ΗΠΑ και ήταν ο Εσωτερικός Λιμένας της Βαλτιμόρης. Το παράδειγμά αυτό ακολούθησαν εκατοντάδες άλλες πόλεις στην Ευρώπη. Σήμερα, έχουν καταφέρει να γίνουν τόσο κοινό μέσο για την αναζωογόνηση περιοχών των πόλεων που θεωρείται ότι μια πόλη χωρίς έργα-ναυαρχίδες παρουσιάζει έλλειψη στρατηγικής για αναπλάσεις (Ο' Toole και Usher, 1992). Επίσης, συχνά οι πόλεις προωθούν αυτόν τον τύπο ανάπλασης επειδή δεν έχουν άλλη επιλογή· εάν δεν το κάνουν αυτές, θα το πραγματοποιήσουν άλλες πόλεις αποκτώντας πλεονέκτημα έναντι των πρώτων στην προσέλκυση κεφαλαίων και επισκεπτών (Doucet, 2007).

Διερευνώντας τη σχετική βιβλιογραφία, προκύπτει ότι τα έργα-ναυαρχίδες έχουν αναδειχθεί σε ιδιαίτερα σημαντικό εργαλείο για την επίτευξη της αστικής αναζωογόνησης και της αλλαγής της ταυτότητας των πόλεων. Χρησιμοποιούνται ευρέως για την δημιουργία και την προβολή της εικόνας της οικονομικής ανάτασης, της καινοτομίας, της επιχειρηματικότητας και της ανταγωνιστικότητας σε μια εποχή εντεινόμενης παγκοσμιοποίησης (Cook, 2004· Swynegaww κ.ά., 2002). Ακόμα, τα έργα αυτά έχουν αξιοσημείωτες επιδράσεις στους αστικούς πληθυσμούς αλλά υποστηρίζεται πως η βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της πόλης με τα χαμηλότερα εισοδήματα δεν αποτελεί το υψηλότερο κίνητρο και προτεραιότητα για αυτόν τον τύπο αστικής ανάπλασης (Doucet, 2007).

Η ευρεία χρησιμοποίηση των έργων-ναυαρχίδων ως πρότυπο για αστική ανάπλαση, έγκειται στο γεγονός ότι ορισμένοι, όπως οι πολιτικές και αστικές ελίτ πιστεύουν πως αυτά θα έχουν θετικές επιδράσεις στις πόλεις. Αυτό προκύπτει από την υφιστάμενη ανάγκη για τον ανασχεδιασμό και την πώληση των πόλεων σε παγκόσμια κλίμακα και τα εντυπωσιακά έργα αποτελούν εξαιρετικό μέσο για τη δυναμική υποστήριξη και προβολή εκστρατειών ανασχεδιασμού. Όμως, ο συγκεκριμένος τύπος αστικής ανάπλασης αποτελεί μια νεοφιλελεύθερη πολιτική για τον σχεδιασμό του χώρου, σαφώς επηρεασμένη από ανάλογες νεοφιλελεύθερες ιδεολογίες, οι οποίες

επικεντρώνονται στην απελευθέρωση των αγορών, στις ιδιωτικές επενδύσεις, στις ιδιωτικοποιήσεις και στην κατανάλωση. Στο πλαίσιο του νεοφιλελευθερισμού, υπάρχει η άποψη οι εντυπωσιακές κατασκευές μπορούν να προωθήσουν μια επιχειρηματική κουλτούρα στις πόλεις και να οδηγήσουν σε πιο εφευρετικές στρατηγικές για αστική ανανέωση (Doucet, 2007).

Επιπλέον, οι αστικές ελίτ και οι πολιτικοί αξιωματούχοι συνδέουν τα έργα-ναυαρχίδες με την ενίσχυση της εικόνας και του κύρους τους (Loftman και Nevin, 1995), οπότε μπορούμε να πούμε ότι χρησιμοποιούνται ως μέσο για την προσέλκυση κατοίκων υψηλών εισοδημάτων και επιχειρήσεων υψηλού προφίλ. Ένα παράδειγμα τέτοιων έργων είναι τα γήπεδα που χρησιμοποιούνται για να διασφαλίσουν τη φιλοξενία επαγγελματικών ομάδων στην πόλη, γεγονός που είναι ιδιαίτερα σημαντικό για πολλές αστικές ελίτ, ενώ υπογραμμίζεται ότι για τους ίδιους ανθρώπους η επίλυση προβλημάτων όπως η φτώχεια στην πόλη δεν βρίσκονται τόσο ψηλά στην ατζέντα τους (Searle, 2002).

Η επιχειρηματολογία υπέρ των έργων-ναυαρχίδων δεν στερείται στοιχείων. Η γρήγορη και αποτελεσματική ανάπλαση υποβαθμισμένων περιοχών των πόλεων παρέχει ορατά και ισχυρά σημάδια αλλαγής που μπορούν εύκολα να αναγνωριστούν από τους κατοίκους και τους πιθανούς επισκέπτες και επενδυτές. Μάλιστα, συχνά λειτουργούν ως καταλύτες για την ισχυροποίηση της τουριστικής βιομηχανίας ή για την εμφάνιση μιας τέτοιας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το Μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο της Ισπανίας, το οποίο ήταν ενταγμένο στην προσπάθεια των τοπικών αρχών για αναζωογόνηση της περιοχής. Αμέσως μετά τα εγκαίνιά του έγινε ένα πολύ δημοφιλές τουριστικό αξιοθέατο, προσελκύοντας επισκέπτες από όλο τον κόσμο. Στα πρώτα τρία χρόνια λειτουργίας του το επισκέφθηκαν σχεδόν τέσσερα εκατομμύρια τουρίστες, προκαλώντας οικονομική δραστηριότητα αξίας 500 εκατομμυρίων ευρώ, περιλαμβάνοντας δαπάνες σε εστιατόρια, ξενοδοχεία, εμπορικά καταστήματα και μεταφορές, δίνοντας σημαντική ώθηση στην οικονομία της πόλης, ενώ και η τοπική δημοτική αρχή είχε έσοδα αξίας €100 εκατομμυρίων, ποσό που ξεπέρασε το κόστος κατασκευής του Μουσείου. Είναι τέτοια η συμβολή του στην μεταμόρφωση της πόλης που έχει αναπτυχθεί ο όρος «Guggenheim effect» για να περιγράψει τη συγκεκριμένη κατάσταση (Wikipedia, 2012a).

Ένα ακόμα γνώρισμα των έργων-ναυαρχίδων που εντοπίζεται στη βιβλιογραφία πέραν της αύξησης των επενδύσεων και της συντελούμενης ανάπτυξης, είναι η τόνωση της υπερηφάνειας των πολιτών. Τα συγκεκριμένα έργα όπως νέα στάδια ή πολιτιστικές εγκαταστάσεις υπηρετούν και ως αστικοί χώροι που οι κάτοικοι της πόλης θα επισκέπτονται, θα θαυμάζουν και θα απολαμβάνουν (Cook, 2004· Eisinger, 2000· Loftman και Nevin, 1995 σε Doucet, 2007).

Η επένδυση σε εντυπωσιακές κατασκευές που λειτουργούν ως τοπόσημα στην πόλη και συμβάλλουν στην αύξηση της αναγνωρισιμότητάς της, αποτελεί ένα εργαλείο δημιουργίας και προώθησης της εικόνας που χρησιμοποιείται από τον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα. Οι εντυπωσιακές κατασκευές συγκεντρώνουν λειτουργίες, όπως επικοινωνία, ανταλλαγή τεχνογνωσίας και εμπειρίας, υψηλή τεχνολογία, προηγμένες υπηρεσίες και επιχειρηματική κουλτούρα, οι οποίες είναι σημαντικές στη λειτουργία του κόσμου σήμερα. Όσον αφορά τα αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά, η επιβλητικότητα και η κυριαρχία στο τοπικό περιβάλλον είναι ένα από τα πιο διεισδυτικά στοιχεία των έργων-ναυαρχίδων (Temelova, 2004 σε Deffner και Liouris, 2005).

2.2. ΤΑ ΓΗΠΕΔΑ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω τα γήπεδα αποτελούν ένα εργαλείο του μάρκετινγκ για την προώθηση και προβολή της ταυτότητας μιας πόλης ή μιας περιοχής. Τώρα, στο πλαίσιο μιας παγκοσμιοποιημένης οικονομίας, είναι ευρέως διαδεδομένη η άποψη ότι οι αρχές της κάθε πόλης πρέπει να έχουν ενεργό ρόλο στην προώθησή της, εάν προσδοκούν να ακολουθήσουν τον εντεινόμενο ανταγωνισμό μεταξύ των πόλεων παγκοσμίως. Έτσι, στο πλαίσιο της επιχειρούμενης αλλαγής της εικόνας των πόλεων, η οποία συχνά συνδέεται με το βιομηχανικό τους παρελθόν, τα γήπεδα μπορούν να φανούν πολύ χρήσιμα (Thornley, 2002).

Ορισμένες φορές τα γήπεδα γίνονται πόλοι έλξης λόγω των χαρακτηριστικών τους, όπως είναι η εγγενής σχεδιαστικής τους αξία και η φιλοξενία μιας φημισμένης ομάδας. Πόλεις με σημαντικό βιομηχανικό παρελθόν που διέθεταν υποβαθμισμένες περιοχές, όπως το Μάντσεστερ, το Μπόλτον, το Σάντερλαντ κ.ά. επένδυσαν στην κατασκευή νέων ποδοσφαιρικών γηπέδων

έχοντας ως στόχο την οικονομική τους ανάπτυξη και την αστική τους ανάπτυξη (Thornley, 2002).

Παρόλο που οι Ευρωπαϊκές πόλεις έχουν συνειδητοποιήσει τη σημασία των γηπέδων και υπάρχει πολύ μεγάλος αριθμός υφιστάμενων σύγχρονων γηπέδων και ακόμα μεγαλύτερος σχεδιαζόμενων, εντούτοις πρώτες ήταν οι πόλεις των ΗΠΑ που χρησιμοποίησαν τα στάδια, συνήθως για διαφορετικά από το ποδόσφαιρο αθλήματα, ως μοχλούς για οικονομική ανάπτυξη. Οι Αμερικάνικες πόλεις ανταγωνίζονται έντονα η μία την άλλη για εισροή επενδύσεων σε αυτές και ένας τρόπος να το πετύχουν αυτό είναι η κατασκευή νέων, σύγχρονων σταδίων. Η αθλητική βιομηχανία στις ΗΠΑ είναι σημαντικός κλάδος της οικονομίας, με δραστηριότητες δισεκατομμυρίων δολαρίων και γι' αυτό οι πόλεις επιδιώκουν μέσω της φιλοξενίας μιας φημισμένης ομάδας στο νέο γήπεδο, να αποκομίσουν τα οικονομικά οφέλη ενός τμήματος αυτών των δραστηριοτήτων. Οι δημόσιες αρχές παίζουν σημαντικό ρόλο στην κατασκευή των σταδίων αυτών στο πλαίσιο της επιχειρηματικής προσέγγισης των πόλεων (“επιχειρηματική πόλη”) και της αυτονομίας τους στη χάραξη της οικονομικής και αναπτυξιακής πολιτικής τους. Οι στρατηγικές που προωθούν τα στάδια ως εργαλεία ανάπτυξης υποστηρίζουν ότι αυτά είναι μέρος των απαραίτητων υποδομών που χρειάζονται οι πόλεις για να διευρύνουν την οικονομική δραστηριότητά τους σε νέους και «ζωντανούς» τομείς, με συνέπεια να αποκτήσουν μια νέα εικόνα. Ως αποτέλεσμα προσδοκάται ότι θα υπάρξει φαινόμενο διάχυσης σε όλη την οικονομική δραστηριότητα της πόλης (Thornley, 2002: 813-814).

Τα σύγχρονα γήπεδα κατασκευάζονται με στόχο να λειτουργήσουν ως πόλοι έλξης τουριστών και συχνά αναφέρονται σαν εργαλεία του αθλητικού τουρισμού. Με τον όρο «αθλητικός τουρισμός» περιγράφεται το ταξίδι αναψυχής που φέρνει τα άτομα έξω από τις κοινότητες στις οποίες διαμένουν για να συμμετάσχουν σε αθλητικές δραστηριότητες, να παρακολουθήσουν αθλητικά γεγονότα ή να επισκεφθούν αξιοθέατα που σχετίζονται με αυτά (Gibson, 1998 παρατίθεται σε Harrison-Hill και Chalip, 2005).

Οι βασικοί στόχοι του αθλητικού τουρισμού είναι πρώτον, η προσέλκυση νέων πελατών μέσω της παροχής ανώτερης αξίας προϊόντος και δεύτερον, η διατήρηση των υφιστάμενων πελατών διατηρώντας την ικανοποίησή τους με έναν αποτελεσματικό τρόπο. Η επακόλουθη πρόκληση,

λοιπόν, είναι η δημιουργία εμπειριών σε αξιοθέατα που να ικανοποιούν με τον καλύτερο τρόπο τις ανάγκες και τις επιθυμίες των τουριστών. Συχνά, δεν αρκεί η δυνατότητα επίσκεψης σε έναν εντυπωσιακό αθλητικό χώρο (π.χ. ένα γήπεδο), αλλά πρέπει η εμπειρία την οποία θα βιώσει ο επισκέπτης να είναι έντονη και μεγάλη σε διάρκεια. Για παράδειγμα, μια πιο μεστή εμπειρία για τους υποστηρικτές μιας ομάδας από την απλή επίσκεψη στο γήπεδό της είναι η ξενάγηση σε χώρους του που δεν έχουν τη δυνατότητα να βρεθούν κατά τη διάρκεια του αγώνα, όπως είναι τα αποδυτήρια όπου αλλάζουν τα ινδάλματά τους ή και ο ίδιος ο αγωνιστικός χώρος. Τέτοιες δραστηριότητες κάνουν πιο έντονη την εμπειρία που ζουν οι τουρίστες, αυξάνοντας την έξαψη και την ικανοποίησή τους κατά τη διάρκεια της επίσκεψης στο γήπεδο (Harrison-Hill και Chalip, 2005).

Τα σύγχρονα γήπεδα αντιμετωπίζονται ως προϊόντα στο πλαίσιο του αθλητικού μάρκετινγκ και της σημερινής παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας και οικονομίας και όσοι επενδύουν χρήματα σε αυτά, προσβλέπουν στο να τους δώσουν προστιθέμενη αξία, ώστε να καταστούν περισσότερο ελκυστικοί προορισμοί. Η προστιθέμενη αυτή αξία αντλείται από την εμπειρία συμμετοχής και σύνδεσης των επισκεπτών σε δραστηριότητες του γηπέδου (O' Sullivan και Spangler, 1998) στις οποίες μπορούν να συμμετέχουν σωματικά, συναισθηματικά ή πνευματικά. Πράγματι, υποστηρίζεται ότι η συμμετοχή των επισκεπτών, που τους μετατρέπει από παθητικούς παρατηρητές σε ενεργούς συμμετέχοντες, θα βελτιώσει και θα κάνει πιο αυθεντική την εμπειρία που θα ζήσουν (Pine και Gilmore, 1999 σε Harrison-Hill και Chalip, 2005).

3. Η ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ ΣΤΑΔΙΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

3.1. ΚΟΙΝΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΑ ΓΗΠΕΔΑ

Αν και ο σκοπός αυτής της εργασίας είναι η διερεύνηση της επίδρασης των ποδοσφαιρικών γηπέδων στην Ευρώπη, εντούτοις, η σχετική εμπειρία από τις ΗΠΑ, όπου έχει κατασκευαστεί μεγάλος αριθμός σύγχρονων σταδίων τις τελευταίες δύο δεκαετίες, θα φανεί χρήσιμη για την κατανόηση της επίδρασης των πρώτων. Σχετικά με τα Αμερικάνικα στάδια, είναι γεγονός ότι υπάρχει μεγάλος όγκος βιβλιογραφίας που ασχολείται με την επίδρασή τους στις πόλεις όπου βρίσκονται.

Σε αυτό το σημείο, πρέπει να διευκρινιστεί ότι τα στάδια στις ΗΠΑ χρησιμοποιούνται κυρίως για τα αθλήματα του μπέιζμπολ (baseball), του Αμερικάνικου ποδοσφαίρου (American football) και της καλαθοσφαίρισης (basketball). Λίγα είναι αυτά που προορίζονται αμιγώς για το ποδόσφαιρο, υπάρχει όμως μια τάση για την κατασκευή νέων ποδοσφαιρικών γηπέδων ή τη χρησιμοποίηση για ποδοσφαιρικούς αγώνες σύγχρονων, πολυλειτουργικών σταδίων Αμερικάνικου ποδοσφαίρου, καθώς το άθλημα αποκτά συνεχώς μεγαλύτερη δημοφιλία στη χώρα. Τα Αμερικάνικα ποδοσφαιρικά γήπεδα (πίνακας 3.1, παράρτημα) έχουν κατασκευαστεί τα τελευταία χρόνια και ακολουθούν τις αρχές των υπόλοιπων σύγχρονων γηπέδων και έχουν μάλιστα αποσπάσει βραβεία και αναγνώριση όπως το Livestrong Sporting Park που επιλέχθηκε το καλύτερο γήπεδο του 2012 και αυτό με τη μεγαλύτερη επίδραση στην τοπική κοινότητα (Stadium Business Awards, 2012). Διακρίνονται όμως, για την μικρή χωρητικότητά τους σε σχέση με τα αντίστοιχα Ευρωπαϊκά. Η εξήγηση σε αυτό είναι ότι το ποδοσφαιρικό κοινό στις ΗΠΑ, αν και αυξάνεται, παραμένει πολύ μικρό ακόμα για αυτό και δεν χρειάζονται μεγαλύτερα γήπεδα.

Τα σύγχρονα Αμερικάνικα στάδια παρουσιάζουν σημαντικές ομοιότητες με τα Ευρωπαϊκά ποδοσφαιρικά γήπεδα όσον αφορά τα χαρακτηριστικά τους και τις επιδράσεις που έχουν στην οικονομία και στο αστικό περιβάλλον. Το γεγονός αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα ότι τα στάδια νέας γενιάς ακολουθούν τις ίδιες αρχές, «πηρετούν» τους ίδιους σκοπούς και παρουσιάζουν

παρόμοιες επιδράσεις ανεξαρτήτως του αθλήματος για το οποίο είναι προορισμένα. Αυτό σημαίνει ότι μπορούν να αντληθούν συμπεράσματα από τη βιβλιογραφία που ασχολείται με τις επιδράσεις των σύγχρονων Αμερικάνικων σταδίων που θα χρησιμεύσουν στην επισήμανση και στην κατανόηση των αντίστοιχων συνεπειών των Ευρωπαϊκών ποδοσφαιρικών γηπέδων.

Όπως προκύπτει, οι δύο τύποι αθλητικών εγκαταστάσεων απαιτούν τη δαπάνη μεγάλων χρηματικών ποσών και χαρακτηρίζονται από σχεδιασμό που συνδυάζει την υψηλή αρχιτεκτονική ποιότητα (αποσπώντας συχνά σχετικά βραβεία) με τις πιο σύγχρονες τεχνολογικές καινοτομίες (εντυπωσιακές φωτιζόμενες προσόψεις, μετακινούμενες οροφές, συστήματα ασφάλειας και διαχείρισης), λειτουργούν ως τοπόσημα, έχουν εκτεταμένες λειτουργίες εμπορίου, ψυχαγωγίας και πολιτισμού, φιλοξενούν μεγάλο αριθμό διαφορετικών γεγονότων (πολυλειτουργικότητα) και προσελκύουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Ακόμα, και στις δύο περιπτώσεις παρατηρούνται αξιοσημείωτες επιδράσεις στο οικονομικό και αστικό περιβάλλον, που συνήθως συνδέονται με αναπλάσεις υποβαθμισμένων περιοχών, ενώ η ονοματοδοσία γίνεται συνήθως στο πλαίσιο χορηγικών συμφωνιών με επιχειρήσεις ή οργανισμούς.

Για παράδειγμα, το University of Phoenix Stadium στο Φοίνιξ αποτελεί αναγνωρισμένο αρχιτεκτονικό σύμβολο της πόλης του και παράλληλα έχει επιλεγεί ως μία από τις σημαντικότερες αθλητικές εγκαταστάσεις παγκοσμίως από το οικονομικό περιοδικό Bloomberg BusinessWeek (Wikipedia, 2012b). Το στάδιο συνδυάζει την υψηλή αρχιτεκτονική με το μετακινούμενο αγωνιστικό χώρο και την οροφή και ορισμένοι το συγκρίνουν με το ποδοσφαιρικό γήπεδο Veltins Arena Schalke στη Γερμανία. Το Staples Center στο Λος Άντζελες αποτελεί το κέντρο ενός συμπλέγματος αθλητικών, εμπορικών και ψυχαγωγικών εγκαταστάσεων, φιλοξενεί πάνω από 250 γεγονότα και 4 εκ. επισκέπτες ετησίως (Wikipedia, 2012c) και βραβεύτηκε ως το στάδιο της χρονιάς για το 2011 λόγω της επιτυχούς παρουσίας του και της επίδρασής του σε αρκετούς τομείς (Stadium Business Awards, 2011). Επίσης, το Barclays Center στη Νέα Υόρκη θα αποτελέσει το κεντρικό έργο της δημιουργίας ενός συμπλέγματος αθλητικών και εμπορικών εγκαταστάσεων και οικιστικών περιοχών αξίας \$5 δις

(Wikipedia, 2012d). Ο πίνακας 3.1 (Παράρτημα) αναφέρει συνοπτικά τα πιο σημαντικά στάδια στις ΗΠΑ, στα οποία εντοπίζονται ομοιότητες με τα Ευρωπαϊκά ποδοσφαιρικά γήπεδα.

3.2. ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΣ

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να αποσαφηνιστεί η κατάσταση που επικρατεί στις ΗΠΑ σχετικά με την κατασκευή καινούργιων σταδίων. Τις τελευταίες δυο δεκαετίες οι Αμερικάνικες πόλεις έχουν εμπλακεί σε μια πολύπλοκη διαδικασία κατά την οποία προσπαθούν να αναδιαμορφώσουν την εικόνα τους, αξιοποιώντας ορισμένες στρατηγικές που έχουν ως επίκεντρο τον πολιτισμό και τον αθλητισμό για να δημιουργήσουν νέες αστικές ταυτότητες. Στο πλαίσιο των συγκεκριμένων στρατηγικών, οι δημόσιες αρχές των πόλεων έχουν λάβει και εξακολουθούν να λαμβάνουν πολυάριθμες πρωτοβουλίες που στοχεύουν στην αναζωογόνηση του αστικού περιβάλλοντός και την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.

Αυτή η διαδικασία αποτελεί την απάντηση των πόλεων στις δημοσιονομικές πιέσεις και άλλες κοινωνικοοικονομικές δομικές αλλαγές που δέχτηκαν, αναγκάζοντάς τες να αλλάξουν την εικόνα που συνδεόταν με το συχνά υποβαθμισμένο παρελθόν τους. Προκειμένου να επιτευχθεί αυτός ο στόχος, επέλεξαν να επενδύσουν σε σχέδια που προωθούσαν τις υποδομές ψυχαγωγίας-ελεύθερου χρόνου και τουρισμού, όπως είναι τα μουσεία, οι ανανεωμένοι δημόσιοι χώροι, τα συνεδριακά κέντρα, οι περιοχές με παραδοσιακά πολιτιστικά χαρακτηριστικά και φυσικά τα στάδια (Spirou, 2010).

Η κατασκευή των σύγχρονων σταδίων στις ΗΠΑ πραγματοποιείται με σύμπραξη του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα. Ο ρόλος των δημόσιων αρχών στην υλοποίηση αυτών των σχεδίων είναι ιδιαίτερα σημαντικός αλλά και αμφιλεγόμενος, καθώς συγκεντρώνει πολλούς επικριτές. Η κατασκευή των σταδίων είναι πολυδάπανη (ποσά που κυμαίνονται από \$400 εκ. μέχρι \$1.6 δις) και δεν μπορεί να υλοποιηθεί μόνο από τον ιδιωτικό τομέα, που περιλαμβάνει συνήθως τις αστικές ελίτ (ιδιοκτήτες επαγγελματικών ομάδων, εταιρίες κατασκευών και διαχείρισης ακινήτων). Απαραίτητη είναι η δημόσια επιχορήγηση ενός σημαντικού ποσοστού του συνολικού ποσού, δηλαδή η διοχέτευση σε αυτά τα σχέδια πολλών εκατομμυρίων δολαρίων που αποτελούν

χρήματα φορολογουμένων. Υπολογίζεται από τον Santo (2005: 177) ότι έχουν δαπανηθεί για αυτό το σκοπό πάνω από \$10 δις δημοσίων χρημάτων.

Αυτές οι ελίτ συνήθως απαιτούν τη δημόσια συμμετοχή στα σχέδιά τους και συχνά υποστηρίζουν ότι εάν αυτή δεν υπάρξει, θα μεταφέρουν την επαγγελματική ομάδα που κατέχουν σε άλλη πόλη, όπου οι αρχές θα είναι πρόθυμες να υποστηρίξουν οικονομικά τα σχέδιά τους. Αυτό στις ΗΠΑ είναι εφικτό, καθώς εκεί οι ομάδες δεν έχουν τη σχέση που έχουν οι αντίστοιχες Ευρωπαϊκές με τις πόλεις που τις φιλοξενούν. Οι Coates και Humphreys (1999: 1) αναγνωρίζουν τη μονοπωλιακή δύναμη που έχουν οι επαγγελματικές ομάδες, την οποία και χρησιμοποιούν για να αποσπάσουν δημόσια χρήματα.

3.3. ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

3.3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε επέκταση όσων προαναφέρθηκαν, υπάρχουν πολλοί πολιτικοί και δημόσιοι αξιωματούχοι (πολιτική ελίτ) οι οποίοι συνεργάζονται με την οικονομική ελίτ για την κατασκευή σύγχρονων και εντυπωσιακών σταδίων, προωθώντας παράλληλα την άποψη ότι τα στάδια αυτά έχουν αξιοσημείωτες θετικές επιδράσεις στην οικονομία και στο αστικό περιβάλλον. Η άποψη αυτή υποστηρίζεται και από τμήμα της σχετικής βιβλιογραφίας, αφού αρκετοί ερευνητές θεωρούν ότι τα στάδια έχουν θετικές επιδράσεις στην οικονομία της περιοχής ή της πόλης όπου βρίσκονται.

Παρόλα αυτά η κατασκευή σταδίων στις ΗΠΑ αποτελεί ένα αμφιλεγόμενο θέμα δημόσιας πολιτικής, καθώς υπάρχουν αρκετοί ερευνητές που ασκούν κριτική σε αυτή την άποψη και υποστηρίζουν ότι τα στάδια παράγουν ελάχιστα οικονομικά οφέλη σε σχέση με τα δημόσια χρήματα που δαπανώνται για την κατασκευή τους. Επίσης, θέτουν το ερώτημα εάν τέτοιες δαπάνες δημοσίων χρημάτων δικαιολογούνται, γιατί υποστηρίζουν ότι δεν ωφελούνται τόσο οι κάτοικοι των πόλεων όπως προβάλλουν οι πολιτικοί αλλά κυρίως οι ελίτ του κεφαλαίου, αυξάνοντας τα κέρδη τους από τις νέες βελτιωμένες αθλητικές και εμπορικές εγκαταστάσεις.

Σε αυτούς τους ερευνητές έρχονται να προστεθούν ορισμένοι άλλοι, οι οποίοι πιστεύουν ότι η επίδραση των σταδίων επεκτείνεται πέρα από το αν έχουν απλώς θετική ή αρνητική οικονομική

επίδραση. Αυτοί υποστηρίζουν ότι με την κατασκευή ενός σταδίου σε μια περιοχή προωθείται η αναδιανομή της οικονομικής δραστηριότητας από άλλες περιοχές της πόλης προς αυτή, άρα όπως προκύπτει το στάδιο επηρεάζει αρνητικά τις πρώτες και θετικά τη δεύτερη.

Η οικονομική επίδραση των σταδίων στις ΗΠΑ, όπως προαναφέρθηκε, αποτελεί πεδίο αντιπαράθεσης μεταξύ των ερευνητών. Το βασικό ερώτημα που προσπαθούν να απαντήσουν είναι εάν τα στάδια συνεισφέρουν ουσιαστικά στην βιωσιμότητα και στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας. Η βιβλιογραφία που επιχειρεί να απαντήσει σε αυτό το ερώτημα διακρίνεται σε δύο κατηγορίες: στους συγγραφείς που μελετούν και προβλέπουν εκ των προτέρων την οικονομική επίδραση των σταδίων και σε αυτούς που αναλύουν εκ των υστέρων αυτά που θεωρούν ως οικονομικά αποτελέσματα. Η πρώτη κατηγορία συνιστά ότι υπάρχουν σημαντικά οφέλη από την κατασκευή νέων σταδίων, ενώ η δεύτερη υποστηρίζει ότι υπάρχουν λίγα πειστικά στοιχεία για μεγάλα οφέλη στην παραγωγή εισοδήματος και θέσεων εργασίας από τα στάδια και ότι στην καλύτερη περίπτωση παράγουν ελάχιστα οφέλη σε σχέση με τα δημόσια χρήματα που δαπανώνται για αυτά (Coates, 2007).

3.3.2. ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗΝ ΘΕΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Ορισμένοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι δεν υπάρχουν πειστικά δεδομένα που να δείχνουν ότι τα στάδια έχουν σημαντική θετική οικονομική επίδραση στις πόλεις όπου είναι κτισμένα. Αντίθετα, συνηγορούν υπέρ της άποψης ότι αυτά έχουν μικρή επίδραση στο εισόδημα και στην απασχόληση και ότι οι οικονομικοί δείκτες στις περισσότερες περιπτώσεις δεν δικαιολογούν την επένδυση μεγάλων ποσών δημοσίων χρημάτων για την κατασκευή σταδίων (Baade, 1996, 2000· Baade και Dye, 1990· Baade και Sanderson, 1997· Coates και Humphreys, 1999· Lasley και Turner, 2010, Noll και Zimbalist, 1997· Rosentraub, 1997· Santo, 2007· Siegfried και Zimbalist, 2002).

Επίσης, το μεγαλύτερο τμήμα των επικριτών των οικονομικών οφελών των σταδίων θεωρεί ότι η αύξηση της κατανάλωσης και συνεπώς τα οφέλη που προκύπτουν από αυτή συχνά μεγεθύνονται υπερβολικά από τους υποστηρικτές των σταδίων σε επίπεδα που δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα προκειμένου να προωθηθούν ορισμένα συμφέροντα.

Οι Baade και Dye (1990) σε μια έρευνα που διεξήγαγαν και που αποτελεί σημαντικό παράδειγμα αναφοράς για τους επικριτές των οφελών των σταδίων, ανακάλυψαν ότι μόνο σε δύο από τις εννιά εξεταζόμενες μητροπολιτικές περιοχές υπήρχε αξιοσημείωτη θετική σχέση μεταξύ των σταδίων και του εισοδήματος, ενώ μάλιστα σε πέντε από αυτές φάνηκε να υπάρχει αρνητική σχέση μεταξύ των δύο. Ακόμα, ο Baade (1996) σε νέα έρευνά του, διαπίστωσε εκ νέου ότι μόνο η Ιντιανάπολις είχε σημαντικά θετικά οικονομικά αποτελέσματα λόγω της κατασκευής νέου σταδίου, ενώ μικρή θετική επίδραση υπήρχε στο Σινσινάτι και στο Πίτσμπουργκ. Σε άλλες πέντε πόλεις η έρευνα έδειξε ότι τα στάδια επηρέαζαν αρνητικά την οικονομία.

Αξίζει να τονιστεί εδώ ότι τα στοιχεία στα οποία βασίστηκαν ορισμένες από τις προαναφερθείσες έρευνες (π.χ. Baade, 1996· Baade και Dye, 1990· Coates και Humphreys, 1999) αναφέρονται αποκλειστικά ή εν μέρει σε παλιότερα γήπεδα, κτισμένα πριν το 1990, που ήταν προηγούμενης γενιάς από αυτά που εξετάζει η παρούσα εργασία, με διαφορετικά χαρακτηριστικά και συνεπώς διαφορετικές επιδράσεις. Επομένως, παύουν να στρέφονται κατά των θετικών επιπτώσεων των σύγχρονων σταδίων.

Επιπρόσθετα, αρκετοί ερευνητές απορρίπτουν τον ισχυρισμό ότι τα στάδια αποτελούν καταλύτες για οικονομική αναζωογόνηση και ανάπτυξη, θεωρώντας πως προβάλλονται ως τέτοιοι από συγκεκριμένες ομάδες (πολιτικές και οικονομικές ελίτ) προκειμένου να προωθήσουν τα δικά τους συμφέροντα. Μάλιστα, οι Lasley και Turner (2010) τονίζουν ότι οι αποφάσεις για την κατασκευή σταδίων έχουν περισσότερο πολιτική παρά οικονομική φύση.

3.3.3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΥΠΕΡ ΤΗΣ ΘΕΤΙΚΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Παρόλα αυτά, αρκετοί ερευνητές θεωρούν ότι η θετική επίδραση των σταδίων στην τοπική οικονομία μπορεί να τεκμηριωθεί ικανοποιητικά. Υποστηρίζουν ότι οι επικριτές αυτής της άποψης στηρίζονται σε έρευνες που βασίζονται σε δεδομένα προερχόμενα από παλαιότερα στάδια και συνεπώς παρωχημένα. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό καθώς τα νέα στάδια που κατασκευάστηκαν μετά το 1990 διαφέρουν πολύ από τα παλιότερα, αφού είναι σχεδιασμένα ως σύμβολα υψηλής αρχιτεκτονικής ποιότητας και λειτουργούν ως τοπόσημα για τις πόλεις, με στόχο μεταξύ άλλων την προσέλκυση τουριστών.

Επιπλέον, τα σύγχρονα πολυλειτουργικά στάδια αποτελούν σημαντικά εργαλεία αστικής οικονομικής πολιτικής και έχουν σχεδιαστεί για να προωθούν την αστική αναζωογόνηση και την οικονομική ανάπτυξη περιοχών των πόλεων. Συνήθως βρίσκονται εντός του κέντρου αυτών, ώστε να προωθούν την οικονομική συνέργεια, σε αντίθεση με τα στάδια των δεκαετιών του 1960, του 1970 και του 1980 που κατασκευάζονταν βάσει διαφορετικού σχεδίου, κυρίως σε προάστια, μακριά από τον αστικό ιστό και κοντά σε περιφερειακές λεωφόρους, ώστε να εξασφαλίζουν την άμεση αποχώρηση των φιλάθλων και την ελάχιστη όχληση των κατοίκων της περιοχής.

Την ανάγκη διαχωρισμού της νέας γενιάς σταδίων από τα παλιότερα, υποστηρίζει και ο Chema (1996: 20) ο οποίος αναφέρει ότι «ο Baade έχει ερευνήσει μη αστικές υποδομές οι οποίες δεν σχεδιάστηκαν για να αποτελέσουν εργαλεία οικονομικής ανάπτυξης. Οι υποδομές που πολλαπλασιάστηκαν στις δεκαετίες του 1960 και του 1970, σχεδιάστηκαν ώστε να βρίσκονται στα προάστια, εκτός αστικού ιστού. Τα χαρακτηριστικά σχεδιασμού τους έδιναν περισσότερο την εντύπωση ενός φρουρίου παρά μιας αγοράς». Αυτή την ανάγκη διαχωρισμού αναγνωρίζει και ο Coates (2007: 567) λόγω του διαφορετικού τους περιεχομένου και της διαφορετικής επίδρασής τους στην τοπική ανάπτυξη.

Ορισμένοι (Nelson, 2001· Wassmer, 2001) υποστηρίζουν ότι τα στάδια που κατασκευάζονται στο αστικό κέντρο συγκεντρώνουν περισσότερες πιθανότητες να παράγουν οικονομικά οφέλη από αυτά που κατασκευάζονται στα προάστια. Αυτό συμβαίνει γιατί εκεί υπάρχουν οικονομίες συγκέντρωσης και υπηρεσίες που δρουν σε συνέργια με αυτά. Ακόμα, η επιτυχημένη ενσωμάτωση των σταδίων στα αστικά κέντρα είναι πολύ σημαντική για την παραγωγή οφελών· οι πεζόδρομοι, η βελτίωση των υποδομών, οι ευκαιρίες για αγορές, φαγητό και διαμονή, καθώς και η διευκόλυνση της πρόσβασης από μακριά (π.χ. τα προάστια) συμβάλλουν στο προσδοκώμενο οικονομικό αποτέλεσμα. Ουσιαστικά με αυτόν τον τρόπο αφενός προσελκύονται οι κάτοικοι των προαστίων που επιθυμούν να δαπανήσουν χρήματα για υπηρεσίες ψυχαγωγίας και αναψυχής, αφετέρου «προτρέπονται» οι κάτοικοι του κέντρου της πόλης να το επισκεφθούν για τον ίδιο λόγο.

Εδώ, αξίζει να αναφέρουμε την περίπτωση της Ιντιανάπολις (Indianapolis) που είναι η μοναδική τέτοια για την οποία ο Baade (1996) βρήκε ότι το τότε στάδιο της RCA Dome αύξησε το κατά κεφαλήν εισόδημα των κατοίκων της πόλης. Το συγκεκριμένο εύρημα δεν είναι τυχαίο, αφού η πόλη επένδυσε συνειδητά και συστηματικά στη δημιουργία αθλητικών υποδομών ως τμήμα μιας ευρύτερης στρατηγικής ανάπτυξης στις δεκαετίες του 1970 και του 1980, πολύ πριν αυτές καταστούν κυρίαρχη τάση. Η ολοκληρωμένη στρατηγική των αρχών της πόλης φιλοδοξούσε να την καταστήσει πρωτεύουσα του αθλητισμού στη χώρα, έχοντας ως στόχο να αναζωογονήσουν το υποβαθμισμένο κέντρο της. Το στάδιο συνδυάστηκε με την ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών φιλοξενίας και ψυχαγωγίας (π.χ. Συνεδριακό Κέντρο Ιντιάνα, ξενοδοχεία) διαμορφώνοντας ένα νέο τοπίο, ωθώντας τις επιχειρήσεις να μεταφερθούν εκεί. Το σχέδιο λειτούργησε με επιτυχία, αφού ανασχέθηκε η αποκεντροποίηση, το κέντρο έγινε ελκυστικό για τους επισκέπτες και τις επιχειρήσεις, ενώ οι επενδύσεις συνεχίστηκαν και τα επόμενα χρόνια.

Το δυναμικό επενδυτικό κλίμα που επικρατούσε τότε στο κέντρο της πόλης συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Το 1999 κατασκευάστηκε το Bankers Life Fieldhouse, έδρα των Indiana Pacers (που επιλέχθηκε ως το στάδιο της χρονιάς την τριετία 2005-2007 από το περιοδικό Sports Business Journal) και το 2008 εγκαινιάστηκε το Lucas Oil Stadium, έδρα των Indianapolis Colts, ενώ παράλληλα κτίστηκαν και αρκετά δημόσια κτίρια όπως το Πολιτειακό Πανεπιστήμιο της Ιντιάνα. Συνολικά για την ανάπτυξη του κέντρου της πόλης επενδύθηκαν πάνω από \$2 δις εκ των οποίων το 1/3 είναι δημόσια χρήματα (Austrian και Rosentraub, 2002). Τη συγκεκριμένη στρατηγική έχουν ακολουθήσει πολλές άλλες πόλεις (Santo, 2005).

Ένα τμήμα της βιβλιογραφίας υποστηρίζει ότι υπάρχει η πιθανότητα τα στάδια να παράγουν και μη μετρήσιμα-άυλα δημόσια οφέλη πέραν των μετρήσιμων οικονομικών (Private-Public Consumption benefits) που ενδεχομένως να δικαιολογούν σε κάποιο βαθμό την επένδυση σημαντικών ποσών δημόσιου χρήματος σε αυτά. Σε αυτά περιλαμβάνονται η τόνωση της περηφάνιας των κατοίκων, η ενίσχυση της συνοχής της κοινότητας και της σχέσης μεταξύ των κατοίκων και της πόλης, η βελτίωση του αστικού περιβάλλοντος, η δυνατότητες για αναψυχής-ψυχαγωγία και η προβολή της πόλης σε εθνικό και διεθνές επίπεδο μέσω του σταδίου. Ακόμη, έχουν παρατηρηθεί θετικές επιδράσεις από τη διάχυση τέτοιων ωφελειών οι οποίες έχουν

υποτιμηθεί συστηματικά από πολλούς ερευνητές, οι οποίοι δεν τις λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους σαν συνέπεια των σταδίων. Τα δημόσια οφέλη που περιγράφηκαν παραπάνω μπορούν σε κάποιο βαθμό να θεωρηθούν οφέλη για την ποιότητα ζωής των κατοίκων και πιθανόν να αποτελούν καλύτερη αιτιολόγηση της κατασκευής σταδίων από τα συμβατικά οικονομικά οφέλη (Carlino και Coulson, 2004· Irani, 1997· Johnson κ.ά., 2001· Johnson και Whitehead, 2000· Lasley και Turner, 2010· Santo, 2007).

3.3.4. ΑΝΑΔΙΑΝΟΜΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Μια εναλλακτική προσέγγιση της διαλεκτικής για τα στάδια είναι εκείνη που υποστηρίζει ότι με την κατασκευή τους προωθείται η αναδιανομή της οικονομικής δραστηριότητας και κατ' επέκταση του εισοδήματος από μια περιοχή της πόλης σε μια άλλη. Σε αυτό το φαινόμενο αποδίδεται η τόνωση της οικονομίας μιας κεντρικής περιοχής που φιλοξενεί ένα στάδιο, καθώς αυτό ενισχύει την μεταφορά της οικονομικής δραστηριότητας από τα συχνά πλουσιότερα προάστια προς το φτωχότερο και υποβαθμισμένο κέντρο. Με αυτή την άποψη συμφωνούν κάποιοι ερευνητές (Coates, 2007· Siegfried και Zimbalist, 2002· Wassmer, 2001).

Ο Wassmer (2001: 268) για παράδειγμα αναφέρει ότι είναι πιθανό τα στάδια που έχουν κατασκευαστεί σε αστικά κέντρα να ενισχύουν το “φαινόμενο Ρομπέν των Δασών” (“Robin Hood effect”), κατά το οποίο η οικονομική δραστηριότητα μεταφέρεται από τις πιο πλούσιες περιοχές προς τις πιο φτωχές ώστε να μειωθεί η οικονομική ανισότητα. Οι Siegfried και Zimbalist (2002) συνεχίζουν στο ίδιο πλαίσιο τονίζοντας ότι με την κατασκευή σταδίων δεν αυξάνεται η οικονομική δραστηριότητα συνολικά στην πόλη, αλλά οι καταναλωτικές δαπάνες που συνδέονται με τον αθλητισμό και την ψυχαγωγία ανακατανέμονται και μεταφέρονται από μια περιοχή σε μια άλλη, σε βάρος της τελευταίας. Επιπρόσθετα, θεωρούν πως η ανάμιξη των δημόσιων αρχών στην κατασκευή σταδίων με μεγάλες επιχορηγήσεις αποτελούν οικονομική πολιτική τύπου «κλέψε τον γείτονά σου» (“beggar-thy-neighbour” policy) (σελ. 363). Η συγκεκριμένη πολιτική χαρακτηρίζεται από έντονο κρατικό παρεμβατισμό με στόχο την άμβλυνση της ύφεσης και της ανεργίας και δεν δικαιολογείται με οικονομικούς όρους γιατί κάποιοι (κάτοικοι ή επιχειρήσεις) ευνοούνται έναντι άλλων με κρατική παρέμβαση.

Δικαιολογείται όμως, με πολιτικούς όρους εφόσον ωφελούνται συγκεκριμένοι πολιτικοί ευνοούμενοι.

Συνεχίζοντας, ο Coates (2007), αν και θεωρεί ότι η συζήτηση για τις οικονομικές επιδράσεις των σταδίων δεν έχει ακόμα οριστικό αποτέλεσμα, αντιμετωπίζει με δυσπιστία τα ευρήματα όσων υποστηρίζουν ότι εκείνα ωφελούν συνολικά τις πόλεις που τα φιλοξενούν. Παραδέχεται ότι τα σύγχρονα στάδια που κατασκευάζονται σε αστικά κέντρα έχουν θετικά αποτελέσματα σχετικά με την ανάπτυξη των περιοχών αυτών, όμως πιστεύει πως η οικονομία του αθλητισμού είναι πολύ μικρή συγκρινόμενη με τη συνολική οικονομική δραστηριότητα της μητροπολιτικής περιοχής και ίσως δεν μπορεί να μετρηθεί αποτελεσματικά η οικονομική επίδραση των σταδίων.

Ο ίδιος πιστεύει πως η πραγματικότητα είναι ότι η οικονομική δραστηριότητα μεταφέρεται από τα προάστια στο κέντρο χωρίς να υπάρχει διάχυση των οικονομικών ωφελειών σε όλη τη μητροπολιτική περιοχή, αναδιανέμοντας το εισόδημα στη διάρκεια της διαδικασίας, συμφωνώντας έτσι, με την άποψη του Wassmer (2001). Μάλιστα, διακρίνει και την αλλαγή πλευσης των υποστηρικτών των σταδίων, οι οποίοι υιοθετούν τώρα την οικονομική αναδιανομή ως τον στόχο των αναπτυξιακών σχεδίων τους.

3.4. ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΟ ΑΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, οι επενδύσεις σε στάδια υποστηρίζονται και από το γεγονός ότι οι άνθρωποι δαπανούν περισσότερα χρήματα από ποτέ για την ψυχαγωγία και για τον ελεύθερο χρόνο τους. Αυτό οδήγησε τις αρχές των πόλεων, που είναι υπεύθυνες για τη χάραξη στρατηγικής, στην αύξηση των δαπανών που αφορούν τον πολιτισμό και τον αθλητισμό και τις σχετικές εξειδικευμένες υπηρεσίες προκειμένου να ενισχυθεί η προσφορά τους για να ανταποκριθούν στην αυξανόμενη ζήτηση από το κοινό. Το αποτέλεσμα αυτής της τάσης ήταν η δημιουργία μιας οικονομίας αστικού τουρισμού, που συνεχίζεται μέχρι και σήμερα, με τις πόλεις να στρέφουν την προσοχή τους στην ανάδειξη και στην προβολή της κληρονομιάς και της πολιτιστικής ταυτότητάς τους, προσδοκώντας ως αντάλλαγμα την εισροή εσόδων που θα επιφέρουν οικονομική και κοινωνική μεταμόρφωση (Spirou, 2010).

Πρέπει να σημειωθεί ότι δημιουργήθηκε έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των πόλεων για επενδύσεις στους τομείς του πολιτισμού-αθλητισμού, του τουρισμού και της ψυχαγωγίας με την ελπίδα ότι θα ανανεωθούν οι προβληματικές περιοχές τους, αλλάζοντας εικόνα και προσελκύοντας μεγάλο αριθμό επισκεπτών.

Με βάση όσα διατυπώθηκαν παραπάνω, οι αρχές των Αμερικάνικων πόλεων ξεκίνησαν να διαθέτουν τεράστια ποσά για την ανάπτυξη των κέντρων τους μέσω της κατασκευής σταδίων, συγχρηματοδοτώντας τέτοια σχέδια σε σύμπραξη με τον ιδιωτικό τομέα. Πολλά από αυτά τα στάδια δημιουργήθηκαν λόγω της υπάρχουσας τάσης που συνδέει την ύπαρξή τους με οικονομική ευημερία και δημιουργεί ελπίδες για οικονομική διάσωση και αναζωογόνηση παρηκμασμένων περιοχών και αναστροφή της χρόνιας έλλειψης επενδύσεων σε αυτές. Δηλαδή, μπορούμε να πούμε ότι η δημιουργία νέων σταδίων, στο πλαίσιο των πολιτιστικών στρατηγικών, λειτουργεί ως εργαλείο αστικής αναζωογόνησης και γίνεται ολοένα και κεντρικότερη πτυχή των πρωτοβουλιών του σύγχρονου αστικού σχεδιασμού (Spirou, 2010).

Επίσης, ομοιότητες υπάρχουν και στον έντονο ρυθμό κατασκευής μεταξύ των Αμερικάνικων σταδίων και των Ευρωπαϊκών γηπέδων. Εξετάζοντας τα στοιχεία για τη δημιουργία της νέας γενιάς σταδίων, παρατηρούμε ότι υπάρχει πραγματική εκτόξευση του ρυθμού κατασκευής τους, ενώ και το κόστος τους είναι τεράστιο και συχνά μεγαλύτερο από το αντίστοιχο των Ευρωπαϊκών γηπέδων. Από το 1990 μέχρι το 2012 έχουν κατασκευαστεί περισσότερα από 100 νέα στάδια και πρόκειται να κατασκευαστούν τουλάχιστον άλλα 5, συνολικής αξίας άνω των \$25 δις. Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο κατασκευάστηκαν μόνο 12 νέα στάδια στα προάστια. Τα υπόλοιπα, που αποτελούν και την μεγάλη πλειοψηφία κτίστηκαν στα αστικά κέντρα. Εδώ, γίνεται ευκολότερα αντιληπτή η στρατηγική των πόλεων που προωθεί σαφώς την κατασκευή των σύγχρονων σταδίων εντός του συχνά υποβαθμισμένου κέντρου τους (Spirou, 2010: 1426-1429).

Τα σύγχρονα στάδια, λοιπόν, κατασκευάζονται κυρίως εντός του πυρήνα των πόλεων, δίνοντας έτσι έμφαση στην αναζωογόνηση προβληματικών περιοχών και στην προσέλκυση επισκεπτών (Newsome και Comer, 2000). Όπως προκύπτει λοιπόν, αυτά τα στάδια είναι σχεδιασμένα για να λειτουργήσουν ως καταλύτες για οικονομική ανάπτυξη, προσελκύοντας επενδύσεις και

αναδιαμορφώνοντας το αστικό τοπίο, ξεπερνώντας τα στενά όρια του αθλητισμού γιατί όπως σημειώνει ο Chema (1996) «δεν πρόκειται για το αθλητικό γεγονός, αλλά για το ευρύτερο πλαίσιο».

Ακόμα, υποστηρίζεται ότι ένα στάδιο που βρίσκεται χωροθετημένο εντός του κέντρου μιας πόλης είναι πιθανότερο να προσελκύσει επισκέπτες από μια ευρύτερη περιοχή, οι οποίοι θα μπορούν να παραμείνουν περισσότερο εκεί και να πραγματοποιήσουν συμπληρωματικές δραστηριότητες και δαπάνες, πέραν της παρακολούθησης του αγώνα. Επομένως, μπορούμε να μιλήσουμε για επισκέπτες-πελάτες των σύγχρονων σταδίων και όχι αποκλειστικά για φιλάθλους, καθώς πρόκειται για ανθρώπους που τα επισκέπτονται συχνά εκτός της ημέρας του αγώνα της ομάδας και είναι πρόθυμοι να δαπανήσουν επιπλέον χρήματα πέραν του εισιτηρίου, για αγορές σε εμπορικά κέντρα και καταστήματα που προσφέρουν υπηρεσίες εστίασης ή πωλούν αναμνηστικά της ομάδας.

4. Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ

4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα ποδοσφαιρικά στάδια βρίσκονται διαρκώς σε μια διαδικασία εξέλιξης, από τα πρώτα γήπεδα που κατασκευάστηκαν στη Βρετανία στα τέλη του 19^{ου} αιώνα έως τα σύγχρονα πολυλειτουργικά στάδια. Η δημιουργία των γηπέδων είναι στενά συνδεδεμένη διαχρονικά με τις κοινωνικοοικονομικές αρχές που επικρατούν σε μια δεδομένη περίοδο. Για να εκφράσουν τόσο τις ανάγκες των θεατών και τους στόχους των κυβερνώντων αρχών, όσο και αυτές του ίδιου του ποδοσφαίρου το οποίο αύξανε το κύρος του. Η εξελισσόμενη φύση τους, παρόλα αυτά, έχει γίνει πιο εμφανής τις τελευταίες δύο δεκαετίες που η οικονομική παγκοσμιοποιημένη πραγματικότητα σε συνδυασμό με τις αυξημένες ανάγκες για ασφάλεια και ανέσεις έχουν συνεισφέρει στην εγκατάλειψη της κατασκευής «μοντέρνων» γηπέδων και συνεπακόλουθα στην εμφάνιση ενός νέου τύπου γηπέδων, τεχνολογικά προηγμένων, με εκτεταμένους εμπορικούς χώρους, που συχνά αναφέρονται ως «μεταμοντέρνα». Συμπληρωματικά σε αυτή την συνεχιζόμενη διαδικασία, οι διάφοροι εμπλεκόμενοι, από τις κυβερνητικές αρχές μέχρι τους αρχιτέκτονες, δίνουν μεγαλύτερη έμφαση σε θέματα όπως είναι η υψηλή αρχιτεκτονική ποιότητα, ο καινοτόμος σχεδιασμός, η ασφάλεια, οι προσφερόμενες ανέσεις, η δυνατότητα προσαρμογής σε αθλητικά και μη γεγονότα, η βέλτιστη προσβασιμότητα και φυσικά η οικονομική βιωσιμότητα του γηπέδου, η οποία είναι απαραίτητη προκειμένου να εξασφαλιστεί κέρδος από την λειτουργία του γηπέδου.

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες παρατηρείται μια δυναμική αύξηση στην κατασκευή γηπέδων στην Ευρώπη. Οι σύνθετοι παράγοντες που έχουν αναλυθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο έχουν ως αποτέλεσμα τη δημιουργία τουλάχιστον 95 ποδοσφαιρικών γηπέδων και τον προγραμματισμό κατασκευής πάνω από 20 νέων στο εγγύς μέλλον. Όπως προκύπτει ο ρυθμός κατασκευής νέων γηπέδων είναι πολύ μεγάλος και δείχνει την τάση που υπάρχει ανάμεσα στους συλλόγους για την απόκτηση σύγχρονων εντυπωσιακών γηπέδων.

4.2. ΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ

4.2.1. Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΠΡΩΤΗΣ ΓΕΝΙΑΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ

Αποτελεί κοινή παραδοχή ότι ο πρώτος τύπος «μοντέρνων» γηπέδων αρχικά εμφανίστηκε στα τέλη του 19^{ου} αιώνα στη Βρετανία και αργότερα σε άλλες χώρες επικρατώντας μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1920. Αυτά τα πρώτα γήπεδα αποτελούσαν την αντανάκλαση των κοινωνικοοικονομικών και πολιτικών αρχών της καπιταλιστικής οργάνωσης της παραγωγής εκείνη την περίοδο, όπως επίσης και της εξέλιξης των λαϊκών παιχνιδιών στο σύγχρονο άθλημα του ποδοσφαίρου.

Πραγματικά, είναι γεγονός ότι το μεγαλύτερο τμήμα αυτής της γενιάς ποδοσφαιρικών γηπέδων ήταν συγκεντρωμένο στις βόρειες κυρίως αλλά και στις δυτικές πόλεις της Αγγλίας (όπως το Μάντσεστερ, το Σέφιλντ, το Νιουκάστλ, το Μπόλτον, το Πρέστον, το Μπέρμιγχαμ και το Λίβερπουλ), πόλεις που είχαν μακρά και ισχυρή βιομηχανική παράδοση. Η διαδικασία κατασκευής γηπέδων ήταν ξεκάθαρα συνδεδεμένη με τις νέες συνθήκες παραγωγής, που συμπεριελάμβαναν την κατασκευή εργοστασίων και την επέκταση της βιομηχανοποίησης και της αστικοποίησης των Βρετανικών πόλεων. Ως αντανάκλαση αυτής της σχέσης οι αρχιτεκτονικές αρχές, στον σχεδιασμό και στην κατασκευή που ακολουθούσαν τα γήπεδα, είχαν επηρεαστεί από τον καπιταλιστικό σχεδιασμό των βιομηχανικών κτιρίων, με βασικά χαρακτηριστικά τον χαμηλό προϋπολογισμό, την λειτουργικότητα της κατασκευής και την φιλοξενία μεγάλου πλήθους φιλάθλων για τη μεγιστοποίηση του κέρδους. Όπως είναι αναμενόμενο, τα κριτήρια ασφάλειας, ανέσεων, φιλοξενίας, πρόσβασης και υγιεινής για τους παίκτες, το τεχνικό προσωπικό και τους θεατές ήταν απολύτως στοιχειώδη, αφού όπως προαναφέρθηκε οι προσπάθειες εστιάζονταν στη μεγιστοποίηση της δυνατότητας στέγασης των φιλάθλων και όχι στις ανέσεις και στην αισθητική καλαισθησία.

Επιπρόσθετα, η βελτίωση των υποδομών μεταφορών και ιδιαίτερα η ανάπτυξη του πρώτου Βρετανικού σιδηροδρομικού δικτύου το 1860 συνέβαλλε στην εξάπλωση των γηπέδων σε όλη τη χώρα, διότι κατέστησε ευκολότερη την μετακίνηση των φιλάθλων στα στάδια των βόρειων πόλεων. Ένας άλλος καθοριστικός παράγοντας στην εμφάνιση των πρώτων ποδοσφαιρικών σταδίων ήταν η ίδρυση της Αγγλικής Ποδοσφαιρικής Ομοσπονδίας (FA) το 1863 και η καθιέρωση Εθνικού Πρωταθλήματος το 1888. Πολλά σημαντικά Βρετανικά γήπεδα ανήκουν σε

αυτή την πρώτη γενιά όπως είναι το Old Trafford, το Stamford Bridge, το Highbury, το Goodison Park, το Ibrox Park και το Villa Park (Paramio κ.ά., 2008).

Η επέκταση της εκβιομηχάνισης και σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες συνετέλεσε στην εξάπλωση του ποδοσφαίρου και των γηπέδων, συνεπώς και στην ανάπτυξη μιας αρχιτεκτονικής σταδίων διεθνώς. Έτσι, οι Ευρωπαϊκές ομάδες, σε χώρες όπως η Ιταλία, η Ισπανία και η Γερμανία, υιοθέτησαν τα βασικά αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά των Βρετανικών σταδίων προσθέτοντας ορισμένα νέα, πάντα όμως αντανακλώνοντας την επίδραση της βιομηχανικής παράδοσης (χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το πρώτο γήπεδο της Barcelona που ονομαζόταν Camp de la Indústria, δηλαδή Γήπεδο της Βιομηχανίας) (Paramio κ.ά., 2008).

4.2.2. Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΔΕΥΤΕΡΗΣ ΓΕΝΙΑΣ ΓΗΠΕΔΩΝ

Στις αρχές της δεκαετίας του 1920 δημιουργήθηκε η ανάγκη για την κατασκευή νέων γηπέδων, καθώς αρκετά είχαν καταστραφεί στη διάρκεια του Πρώτου Παγκόσμιου Πολέμου και όσα δεν είχαν αυτή την κατάληξη είχαν ξεπεραστεί από την τεχνολογική πρόοδο. Ακόμα, ορισμένες τραγωδίες που είχαν συμβεί λόγω των ανεπαρκών μέτρων ασφαλείας συνέτειναν σε αυτή την εξέλιξη. Βασικό χαρακτηριστικό του νέου τύπου γηπέδων ήταν η κατεδάφιση των παλιών ξύλινων εξεδρών, η χρησιμοποίηση ενισχυμένου τσιμέντου και ατσαλιού στην κατασκευή των νέων και η έμφαση στην αύξηση της χωρητικότητάς τους με παράλληλη βελτίωση της ασφάλειας, αφοτό εισήχθησαν συγκεκριμένοι κανονισμοί για τα υλικά κατασκευής και τον έλεγχο των εισερχόμενων οπαδών. Μάλιστα, η μετάβαση των νέων γηπέδων από τις ξύλινες εξέδρες στις τσιμεντένιες αποτέλεσε κομβική αλλαγή προτύπου, αφού οι δεύτερες θα κυριαρχούσαν σε όλες τις μεταγενέστερες γενιές σταδίων μέχρι και σήμερα. Αυτή η κατασκευαστική εξέλιξη, επέτρεψε στους αρχιτέκτονες των σταδίων να δώσουν μεγαλύτερη έμφαση στην αύξηση της χωρητικότητας, την παροχή μεγαλύτερης ασφάλειας και ανέσεων από την προηγούμενη γενιά και τη δημιουργία συμπληρωματικών εγκαταστάσεων (Paramio κ.ά., 2008).

Ένα νέο χαρακτηριστικό των ποδοσφαιρικών γηπέδων αυτής της περιόδου αποτελεί η εισαγωγή βασικών εμπορικών πρακτικών που περιελάμβαναν την πώληση εισιτηρίων και την προσφορά

στοιχειωδών υπηρεσιών φιλοξενίας τις ημέρες του αγώνα. Μάλιστα, η αύξηση των εσόδων έγινε κεντρικό θέμα για τις ομάδες, καθώς αυτές προσπαθούσαν να αυξήσουν την χωρητικότητα των γηπέδων τους. Παρόλα αυτά, η χρησιμοποίησή τους εξακολουθούσε να πραγματοποιείται μόνο την ημέρα του αγώνα και ως εκ τούτου δεν υπήρχαν σημαντικές επιδράσεις, χωρικές ή οικονομικές. Τέλος, πολλά γήπεδα αυτής της γενιάς κατασκευάστηκαν στη Βρετανία και στην Ισπανία όπως το Wembley, το San Mames, το Mestalla, το Chamartin και το Les Corts (Paramio κ.ά., 2008).

4.2.3. Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΤΡΙΤΗΣ ΓΕΝΙΑΣ ΓΗΠΕΔΩΝ- ΜΟΝΤΕΡΝΑ ΓΗΠΕΔΑ

Αυτός ο τύπος ποδοσφαιρικών γηπέδων εμφανίστηκε μεταπολεμικά, στις αρχές του 1950 και κυριάρχησε στην πλειονότητα των ευρωπαϊκών χωρών, εκτός της Μεγάλης Βρετανίας, όπου στο διάστημα μεταξύ 1945 και 1987 κατασκευάστηκαν μόνο τρία στάδια. Το έναυσμα για την δημιουργία των νέων γηπέδων έδωσε η αύξηση της προσέλευσης των θεατών, οι οποίοι άρχισαν να προσέρχονται μαζικά στα υφιστάμενα γήπεδα προκειμένου να ψυχαγωγηθούν, αφήνοντας πίσω τους τα χρόνια του πολέμου και της δυστυχίας.

Οι αρχές των γηπέδων της τρίτης γενιάς συνίστανται στην εντονότερη ενσωμάτωση των τεχνολογικών καινοτομιών στο σχεδιασμό και στη λειτουργία τους, όπως είναι η ζωντανή μετάδοση των αγώνων από την τηλεόραση, στην επέκταση των κερκίδων προκειμένου να αυξηθεί η χωρητικότητα, η βελτίωση των υποδομών ασφάλειας, υγιεινής, των πληροφοριακών συστημάτων και των υπηρεσιών φιλοξενίας. Αυτά ήταν απαραίτητα να γίνουν αφού με την ζωντανή τηλεοπτική μετάδοση των αγώνων το άθλημα αύξησε περαιτέρω τη δημοφιλία του και κατά συνέπεια αυξήθηκαν και οι θεατές-πελάτες. Τα χρήματα από τα τηλεοπτικά δικαιώματα και η εμφάνιση ορισμένων πρακτικών πωλήσεων εξασφάλιζαν αρκετά έσοδα για τις ομάδες, όχι όμως και για την ευρύτερη περιοχή.

Η λειτουργία και αυτών των σταδίων, όπως και των προηγούμενων, περιοριζόταν στην ημέρα διεξαγωγής του αγώνα παράγοντας οικονομικά κέρδη μόνο για τις ομάδες, αφού οι τιμές των εισιτηρίων άρχισαν να αυξάνονται, χωρίς αξιόλογα οικονομικά οφέλη στην ευρύτερη περιοχή. Τα περισσότερα από τα πιο αξιόλογα ισπανικά γήπεδα κτίστηκαν αυτή την περίοδο όπως είναι

το Santiago Bernabeu, το Camp Nou, το Vicente Calderon και το Schez Pizjuan (Paramio κ.ά., 2008).

4.3. ΤΑ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΑ ΓΗΠΕΔΑ

4.3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στη δεκαετία του 1970, το επόμενο στάδιο στην καπιταλιστική οργάνωση της παραγωγής ξεκίνησε με την αμφισβήτηση του «φορντικού» μοντέλου οργάνωσής της. Λόγω της πετρελαϊκής κρίσης του 1973, της εμφάνισης του φαινομένου της παγκοσμιοποίησης, της αύξησης του ανταγωνισμού από τις χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας και της αυξανόμενης ιδιωτικοποίησης της παραγωγής, το «φορντικό» μοντέλο κατέστη αναποτελεσματικό και παρωχημένο. Έτσι, η παραγωγή οδηγήθηκε αναπόφευκτα στο «μεταφορντικό» ή «μεταμοντέρνο» μοντέλο οργάνωσής της. Με τον όρο «μεταμοντέρνο» αναφερόμαστε στις αλλαγές που επήλθαν στους τομείς της κατανάλωσης, της αισθητικής, του σχεδιασμού, του πολιτισμού και γενικότερα του τρόπου ζωής των κατοίκων των δυτικών κοινωνιών. Με αιτία αυτή την αλλαγή της νέας κοινωνικοοικονομικής κατάστασης καθώς και τις αυξημένες απαιτήσεις για ασφάλεια, έκανε την εμφάνισή του λίγο αργότερα ένας νέος τύπος γηπέδων, που εμπεριείχαν ορισμένα στοιχεία των σύγχρονων «μεταμοντέρνων» γηπέδων που εξελίσσονται έως και σήμερα. (Paramio κ.ά., 2008).

4.3.2. Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΤΕΤΑΡΤΗΣ ΓΕΝΙΑΣ ΓΗΠΕΔΩΝ

Οι προαναφερθείσες κοινωνικοοικονομικές αλλαγές που επήλθαν έπαιξαν ξεκάθαρα ρόλο στην ανάδυση των μεταμοντέρνων σταδίων, όπως και σε όλες τις προηγούμενες γενιές σταδίων, αφού αυτά αποτελούν ουσιαστικά αντανάκλασή τους, με συνέπεια να σχετίζονται στενά. Παράλληλα με αυτές, ένας άλλος παράγοντας συνέβαλλε στη δημιουργία τους και αυτός ήταν το μέγεθος των τραγωδιών που σημειώθηκαν μέσα στα στάδια και συνδέονταν με τον κακό σχεδιασμό και συντήρηση, την πλημμυλή φύλαξη και διαχείριση του πλήθους των θεατών και φυσικά την αύξηση των βίαιων περιστατικών ανάμεσα σε οπαδούς (φαινόμενο χουλιγκανισμού). Λόγω αυτών των περιστατικών, οι Ποδοσφαιρικές Αρχές και οι Εθνικές Κυβερνήσεις έλαβαν

σημαντικές αποφάσεις επιβάλλοντας αυστηρά κριτήρια ασφαλείας για τους χώρους εντός και εκτός των γηπέδων. Η σημαντικότερη απόφαση ανήκε στη Βρετανική Κυβέρνηση που το 1990 εξέδωσε την Αναφορά Taylor, ένα ντοκουμέντο-σταθμό στη ιστορία του ποδοσφαίρου, η οποία ουσιαστικά με τις ρυθμίσεις ασφαλείας που πρότεινε αποτέλεσε την αφετηρία για την ανάπτυξη της νέας γενιάς των σύγχρονων σταδίων (Paramio κ.ά., 2008).

Έτσι, στη δεκαετία του 1990, οι διοικήσεις των ποδοσφαιρικών συλλόγων πιεζόμενες από τα νέα κριτήρια ασφαλείας αλλά και από την συνεχώς φθίνουσα προσέλευση των φιλάθλων στα γήπεδα, αντιλήφθηκαν την ανάγκη που υπήρχε για ριζική αλλαγή στον τρόπο προσέγγισης του ίδιου του ποδοσφαίρου, με σκοπό να μεγιστοποιήσουν τα οικονομικά οφέλη τους. Έγινε προφανές ότι η αντιμετώπιση του ποδοσφαίρου από μια πιο ολοκληρωμένη σκοπιά, δηλαδή ως «προϊόντος» το οποίο περιλαμβάνει το γήπεδο, τους παίκτες, την ομάδα και την ιστορία αυτής και απευθύνεται στους οπαδούς της ομάδας, οι οποίοι παράλληλα αποτελούν και τους πελάτες, θα μπορούσε να εκτοξεύσει οικονομικά τους συλλόγους. Για να συμβεί αυτό όμως, έγινε κατανοητή η ανάγκη δημιουργίας σύγχρονων ποδοσφαιρικών γηπέδων που θα εξυπηρετούσαν πιο αποτελεσματικά τη νέα, καπιταλιστική προσέγγιση και που θα ξέφευγαν οριστικά από τα παλαιότερα μονοδιάστατα γήπεδα που αξιοποιούνταν αποκλειστικά και μόνο κατά τη διάρκεια της ημέρας του αγώνα.

Πλέον, τα νέα γήπεδα είναι πολυλειτουργικά και προορισμένα να γίνουν μεγάλα κέντρα κατανάλωσης, ψυχαγωγίας και προσέλκυσης τουριστών, έχοντας εκτεταμένες εμπορικές χρήσεις που απευθύνονται στους επισκέπτες-πελάτες πολύ πέραν της ημέρας του αγώνα. Επίσης, οι περιοχές που είναι κτισμένα τα «μεταμοντέρνα» αυτά γήπεδα προσελκύουν επιχειρήσεις που προσφέρουν ποικίλες υπηρεσίες στους επισκέπτες που συρρέουν και συνδέονται κυρίως με τον τομέα του εμπορίου και της ψυχαγωγίας-ελεύθερου χρόνου, αλλάζοντας την εικόνα τους. Ακόμα, ένα σημαντικό χαρακτηριστικό των σύγχρονων γηπέδων είναι η εισαγωγή αρχιτεκτονικών καινοτομιών στο σχεδιασμό τους. Πλέον, τα νέα γήπεδα κατασκευάζονται από φημισμένους αρχιτέκτονες με στόχο να καταστούν εμβλήματα στις πόλεις τους, σύμβολα επιτυχίας και καταξίωσης σε παγκόσμιο επίπεδο, έχοντας παράλληλα πολλαπλές επιδράσεις σε εκείνες (Paramio κ.ά., 2008).

Τα τελευταία χρόνια ο σχεδιασμός και η κατασκευή σταδίων έχουν γίνει πιο σημαντικά από ποτέ. Αυτό καταδεικνύεται και από το γεγονός ότι η κατασκευή σταδίων έχει καταστεί θέμα έντονου ενδιαφέροντος και συζήτησης από πολλές πλευρές (Thornley, 2002). Στάδια όπως είναι το Wembley, το Emirates, το Amsterdam ArenA και το Allianz Arena βρίσκονται στην πρώτη γραμμή του ενδιαφέροντος λόγω της επίδρασης που έχουν σε ορισμένους τομείς (οικονομία, αστικό περιβάλλον, τουρισμό) στις περιοχές όπου είναι κτισμένα. Αποτελεί πραγματικότητα ότι η κατασκευή των γηπέδων έχει πάψει να αφορά αμιγώς το ποδόσφαιρο και συνδέεται ολοένα και περισσότερο με τα πιθανά οικονομικά οφέλη που μπορούν να έχουν οι ομάδες και οι πόλεις που τα φιλοξενούν.

Επιπλέον, ολοένα και περισσότερο η δημιουργία γηπέδων, που διαθέτουν υψηλή αρχιτεκτονική ποιότητα, συνδέεται με την προώθηση τόπων/ πόλεων (place/city marketing), διότι αυτά τείνουν να αποτελούν σύμβολα για την εκάστοτε πόλη και συχνά χρησιμεύουν ως τουριστικά αξιοθέατα για την προσέλκυση επισκεπτών. Έτσι, πολλά από τα γήπεδα που κατασκευάζονται, συχνά εντάσσονται σε ευρύτερα σχέδια αναπλάσεων που προωθούν τις υποδομές ψυχαγωγίας και τουρισμού.

Από τον πίνακα 4.1 (Παράρτημα) που περιλαμβάνει τα νέα Ευρωπαϊκά γήπεδα ποδοσφαίρου προκύπτει ότι στις χώρες με ισχυρή ποδοσφαιρική παράδοση έχει κατασκευαστεί πληθώρα τέτοιων γηπέδων που ακολουθούν τις αρχές που περιγράφονται παραπάνω. Μοναδική εξαίρεση αποτελεί η Ισπανία η οποία διαθέτει μόνο ένα σύγχρονο γήπεδο, το Cornellà-El Prat. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι στην χώρα υπάρχουν πολλά γήπεδα τρίτης γενιάς τα οποία έχουν ανακαινιστεί αρκετές φορές στο παρελθόν αλλά βέβαια δεν καλύπτουν πλέον τις υφιστάμενες ανάγκες των συλλόγων, των φιλάθλων και των επισκεπτών. Αυτό έχει γίνει αντιληπτό από τους συλλόγους οι οποίοι έχουν ξεκινήσει ή επεξεργάζονται την κατασκευή νέων, σύγχρονων γηπέδων. Πιο συγκεκριμένα, οι ομάδες Valencia, Atletico Madrid και Athletic Bilbao θα μετακομίσουν εντός των προσεχών ετών σε νέα γήπεδα, ενώ και οι διοικήσεις των συλλόγων-κολοσσών Real Madrid και Barcelona έχουν κατά καιρούς δηλώσει ότι είναι πιθανή η κατασκευή νέων γηπέδων για αυτές.

Από τον πίνακα προκύπτει και ο σημαντικός ρόλος των μεγάλων γεγονότων στη δημιουργία σύγχρονων γηπέδων. Όσες χώρες φιλοξένησαν τέτοια γεγονότα επένδυσαν στην κατασκευή νέων γηπέδων, αφενός επειδή ήταν απαραίτητα για τη διοργάνωση, αφετέρου λόγω της προβολής που αυτά συγκεντρώνουν αποτελούν μια εξαιρετική ευκαιρία για την προβολή της εικόνας που υιοθετούν οι χώρες αυτές.

Επιπρόσθετα, από τον ίδιο πίνακα είναι φανερός ο ισχυρός ρυθμός κατασκευής σύγχρονων γηπέδων στις χώρες τις Ανατολικής Ευρώπης και στην Τουρκία τα τελευταία χρόνια. Όλες οι παραπάνω χώρες άργησαν να υλοποιήσουν τέτοια γήπεδα λόγω της πολιτικής αστάθειας και των έντονων οικονομικών προβλημάτων που βίωσαν στη δεκαετία του 1990 και στις αρχές αυτής του 2000. Τώρα, με το άνοιγμά τους προς τη Δύση, έχουν κατασκευάσει και έχουν προγραμματίσει να κατασκευάσουν στο μέλλον γήπεδα που υιοθετούν τις μεταμοντέρνες αρχές προωθώντας μέσω αυτών στον υπόλοιπο κόσμο τη νέα εικόνα τους.

4.4. ΤΑ ΓΗΠΕΔΑ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ

Στο εγγύς μέλλον πρόκειται να ολοκληρωθούν αρκετά γήπεδα στην Ευρώπη (Πίνακας 4.2, Παράρτημα), τα οποία θα διαπνέονται από τις αρχές του μεταμοντέρνου αρχιτεκτονικού σχεδιασμού που δίνει έμφαση στις εμπορικές δραστηριότητες, την εμβληματική παρουσία και τη λειτουργία του γηπέδου ως τοπόσημου και τουριστικού αξιοθέατου. Όπως φαίνεται και από τον σημαντικό αριθμό των μελλοντικών γηπέδων, αυτές οι αρχές θα συνεχίσουν να παίζουν κεντρικό ρόλο στην κατασκευή γηπέδων τουλάχιστον για την επόμενη δεκαετία, ενώ με τη συμβολή του Παγκόσμιου Κυπέλλου Ποδοσφαίρου θα επεκτείνουν περαιτέρω την παρουσία τους στις υπόλοιπες ηπείρους.

5. ΤΑ ΓΗΠΕΔΑ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ

5.1. Η ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Η Ελλάδα έχει χάσει σημαντικό έδαφος στην ανάπτυξη σύγχρονων γηπέδων. Πολλές από τις ομάδες που αγωνίζονται στην πρώτη εθνική κατηγορία (Super League) αγωνίζονται σε γήπεδα που είναι μόλις δεύτερης ή τρίτης γενιάς, επομένως είναι πολύ παλιά, χαμηλής ποιότητας, μικρής χωρητικότητας και παρωχημένου σχεδιασμού, παρά το γεγονός ότι έχουν υποβληθεί κατά καιρούς σε ανακαινίσεις. Επίσης, αρκετά από αυτά διαθέτουν στίβο περιμετρικά του αγωνιστικού χώρου, ενώ δεν χρησιμοποιούνται για δραστηριότητες εκτός του ποδοσφαίρου. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτών των γηπέδων είναι τα εξής: Γήπεδο Τούμπας, Γήπεδο Απόστολος Νικολαΐδης, Γήπεδο Νέας Σμύρνης, Γήπεδο Περιστερίου και Γήπεδο Κλεάνθης Βικελίδης. Την άσχημη κατάσταση που επικρατεί στα ελληνικά γήπεδα συμπληρώνει το γεγονός ότι δύο από τους μεγαλύτερους ελληνικούς συλλόγους, η ΑΕΚ και ο Παναθηναϊκός, δεν διαθέτουν γήπεδο και αναγκάζονται να αγωνίζονται στο εντυπωσιακό μεν, μη λειτουργικό δε ΟΑΚΑ. Αναφορά για τα γήπεδα αυτών των δύο συλλόγων θα γίνει σε επόμενο σημείο του κεφαλαίου.

Εξαιρέσεις όσον αφορά την ποιότητα των ελληνικών ποδοσφαιρικών σταδίων αποτελούν τα ακόλουθα: Skoda Ξάνθη Arena, AEL FC Arena, Γεώργιος Καραϊσκάκης, Ολυμπιακό Στάδιο, Παγκρήτιο, Παμπελοποννησιακό, Πανθεσσαλικό και Καυτατζόγλειο. Τα προαναφερθέντα αποτελούν τα πιο ποιοτικά ποδοσφαιρικά στάδια στη χώρα, τα περισσότερα όμως εξ' αυτών δεν πληρούν όλες τις προϋποθέσεις ώστε να χαρακτηριστούν σύγχρονα γήπεδα τέταρτης γενιάς, εφάμιλλα των αντίστοιχων ευρωπαϊκών. Κύριο πρόβλημά τους αποτελεί ο μη λειτουργικός σχεδιασμός τους. Το πρώτο αν και διαθέτει σύγχρονες εγκαταστάσεις έχει πολύ μικρή χωρητικότητα (μόλις 7.000 θέσεις θεατών), ενώ τα πέντε τελευταία που κατασκευαστήκαν ή ανακαινίστηκαν ριζικά λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 διαθέτουν στίβο, συνεπώς μεγάλη απόσταση μεταξύ κερκίδων και αγωνιστικού χώρου και δεν παρουσιάζουν ανάπτυξη εμπορικών χώρων. Επομένως, μόνο το AEL FC Arena και το Γ. Καραϊσκάκης (Εικόνες 5.1, 5.2 και 5.3)

μπορούν να χαρακτηριστούν ως γήπεδα νέας γενιάς, ενώ την εργασία αυτή θα απασχολήσει μόνο το δεύτερο.

Εικόνα 5.1. Σχέδιο του γηπέδου και του περιβάλλοντος χώρου του AEL FC Arena.



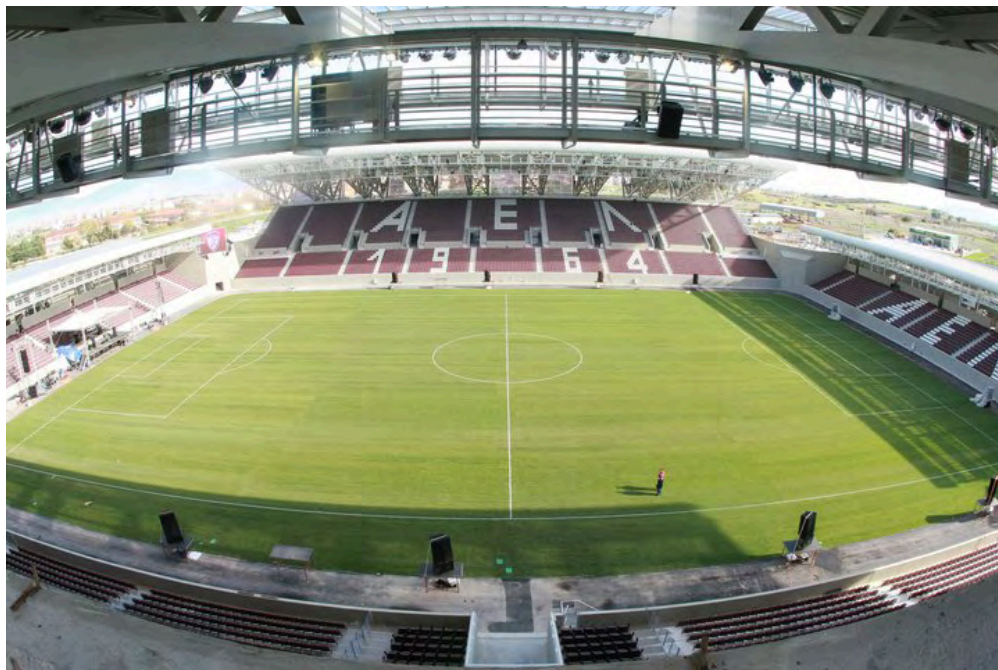
Πηγή: Google.

Εικόνα 5.2. Η κύρια είσοδος και ο περιβάλλον χώρος του AEL FC Arena.



Πηγή: Google.

Εικόνα 5.3. Ο εσωτερικός χώρος του AEL FC Arena.



Πηγή: Google.

Ειδική αναφορά πρέπει να γίνει στο Ολυμπιακό Στάδιο, το οποίο αν και υποβλήθηκε σε εντυπωσιακή ανακαίνιση λόγω των Αγώνων, εξακολουθεί να μην πληροί τα κριτήρια για την ένταξή του στα σύγχρονα, πολυλειτουργικά στάδια τέταρτης γενιάς. Αυτό συμβαίνει γιατί διαθέτει στίβο, δεν διαθέτει εμπορικούς χώρους και αποτελεί τμήμα του ΟΑΚΑ, ενός αθλητικού κέντρου που χρησιμοποιείται σποραδικά και αντιμετωπίζει μεγάλα προβλήματα διαχείρισης και συντηρήσεις των εγκαταστάσεων.

5.2. ΓΗΠΕΔΟ Γ. ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗΣ

Το συγκεκριμένο γήπεδο (Εικόνες 5.4 και 5.5) εγκαινιάστηκε το 2003 (στον χώρο του παλιού ομώνυμου σταδίου που κατεδαφίστηκε), έχει χωρητικότητα 33.000 θέσεων και αποτελεί την έδρα του Ολυμπιακού Πειραιώς και της Εθνικής Ομάδας Ποδοσφαίρου. Το ιδιοκτησιακό καθεστώς του γηπέδου είναι περίπλοκο, καθώς αυτό ανήκει στην Ελληνική Ολυμπιακή Επιτροπή (ΕΟΕ), η οποία το 2003 παραχώρησε την εκμετάλλευσή του στον Ολυμπιακό για 49 χρόνια. Αυτό συνέβη γιατί ο χώρος ανέγερσης του γηπέδου ανήκει στην ΕΟΕ, όμως ο

Ολυμπιακός ανέλαβε την κατασκευή του νέου γηπέδου, κόστους €60 εκ. με δικές του δαπάνες. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι δικαίωμα χρήσης του γηπέδου διατηρεί και ο Εθνικός Πειραιώς.

Εικόνα 5.4. Το Γήπεδο Γ. Καραϊσκάκης



Πηγή: Google.

Εικόνα 5.5. Ο εσωτερικός χώρος του Γηπέδου Γ. Καραϊσκάκης



Πηγή: Google.

Το Γήπεδο Γ. Καραϊσκάκης ήταν το πρώτο γήπεδο που κατασκευάστηκε στην Ελλάδα σύμφωνα με τις αρχές των σύγχρονων γηπέδων (τέταρτης γενιάς) και παραμένει το κορυφαίο τέτοιο σε αυτή. Η υψηλή ποιότητά του πιστοποιείται και από το γεγονός ότι αξιολογείται ως γήπεδο κατηγορίας 4 αστέρων από την UEFA στη σχετική διαδικασία (World Stadium Database, 2012). Τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό του γηπέδου ανέλαβε το γραφείο του Στέλιου Αγιοστρατίτη. Το γήπεδο διαθέτει χώρους υψηλής ποιότητας φιλοξενίας, εστιατόρια για VIP επισκέπτες και για το κοινό, καφετέριες και άλλα εμπορικά καταστήματα, όπου οι επισκέπτες μπορούν να πραγματοποιήσουν αγορές. Η συνολική έκταση εμπορικών χώρων του γηπέδου ξεπερνά τα 7.500 τ.μ. Ακόμα, οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να ξεναγηθούν σε χώρους του γηπέδου και μεταξύ αυτών στο Μουσείο του Ολυμπιακού, που στεγάζεται εντός αυτού (Κολοβός, 2010). Το Γ. Καραϊσκάκης έχει υιοθετήσει την πολυλειτουργική φύση των γηπέδων τέταρτης γενιάς, αφού σε αυτό φιλοξενούνται πολύ συχνά συναυλίες Ελλήνων ή ξένων καλλιτεχνών.

Το γήπεδο βρίσκεται σε μια περιοχή (Νέο Φάληρο) που χαρακτηρίζεται ως προβληματική (Εικόνα 5.6). Στη γύρω περιοχή βρίσκονται η Λεωφόρος Ποσειδώνος, το δίκτυο (γραμμές και σταθμοί) του ηλεκτρικού σιδηροδρόμου και του τραμ, το ΣΕΦ, πολλά αυθαίρετα αναψυκτήρια, ένας μεγάλος αδόμητος χώρος και το ακίνητο έκτασης 47 στρεμμάτων της πρώην βιομηχανίας ΧΡΩ.ΠΕΙ. Ειδικά το τελευταίο ακίνητο έχει μεγάλη αστική και πολιτιστική σημασία, γιατί εντός του βρίσκεται ένα από τα σημαντικότερα μνημεία της βιομηχανικής μας κληρονομιάς, το κτίριο της βιομηχανίας ΧΡΩ.ΠΕΙ. που χρονολογείται στα τέλη του 19^{ου} αιώνα. Ταυτόχρονα αποτελεί έναν από τους ελάχιστους ελεύθερους χώρους του Πειραιά και θα μπορούσε να αξιοποιηθεί κατάλληλα προκειμένου να ανακουφίσει τα προβλήματα της περιοχής (Κολοβός, 2010· Η Καθημερινή, 2007).

Εικόνα 5.6. Ο περιβάλλον χώρος του Γηπέδου Γ. Καραϊσκάκης στο Νέο Φάληρο.



Πηγή: Google.

Πρέπει να τονιστεί ότι η συγκεκριμένη έκταση δεν είναι δημόσια αλλά ανήκει στον Όμιλο Επιχειρήσεων Χαραγκιώνη, καθώς αγοράστηκε το 1999 από την Εθνική Τράπεζα. Η αξιοποίηση του χώρου δεδομένης και της σημασίας του είναι απαραίτητη, αλλά η πραγματοποίησή της παραμένει ακανθώδης, με αποτέλεσμα να έχει ουσιαστικά μετατραπεί σε χωματερή. Η έκταση έχει χαρακτηριστεί ως χώρος πρασίνου, αθλητισμού και πολιτισμού τόσο από το Ρυθμιστικό Σχέδιο Αθήνας όσο και από το ΓΠΣ Πειραιά. Παρόλα αυτά, ορισμένα επιχειρηματικά σχέδια έχουν στόχο τον αποχαρακτηρισμό του χώρου και την δημιουργία εντός αυτού ενός υπερτοπικού εμπορικού πόλου. Σε αυτή την προοπτική εναντιώνεται η τοπική κοινότητα, η οποία θεωρεί ότι θα υποβαθμίσει περαιτέρω την περιοχή, θα στερήσει ζωτικούς χώρους πρασίνου και αναψυχής από τον Πειραιά και θα αυξήσει τα υφιστάμενα κυκλοφοριακά προβλήματα (Κολοβός, 2010· Η Καθημερινή, 2007).

Ακολουθώντας την πρακτική που εφαρμόζεται στην υπόλοιπη Ευρώπη, το Γήπεδο Γ. Καραϊσκάκης θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως το μέσο για την ανάπτυξη της περιοχής με στόχο την βελτίωση του αστικού και οικονομικού περιβάλλοντός της. Η ανάπτυξη χώρων μικτών χρήσεων και ανοικτών χώρων, και η αξιοποίηση των μεγάλων αδόμητων χώρων σε συνδυασμό με το υφιστάμενο γήπεδο, ίσως θα μπορούσε να δώσει λύση στα έντονα προβλήματα που αντιμετωπίζει η περιοχή, αν λάβουμε υπόψη ανάλογες περιπτώσεις υποβαθμισμένων περιοχών στην Ευρώπη που υποβλήθηκαν σε επιτυχείς αναπλάσεις.

5.3. ΤΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΓΗΠΕΔΑ

Δεδομένης της επικρατούσας ύφεσης στην ελληνική οικονομία, η κατασκευή νέων γηπέδων στο εγγύς μέλλον δεν συγκεντρώνει πολλές πιθανότητες. Πιθανή αντιστροφή του άσχημου οικονομικού κλίματος θα ενισχύσει την προοπτική κατασκευής νέων γηπέδων. Εάν συμβεί αυτό, τα γήπεδα που θα υλοποιηθούν πρώτα αναμένεται να είναι αυτά της ΑΕΚ και του Παναθηναϊκού, λόγω της ύπαρξης σχετικών πλάνων και της έντονης ανάγκης αυτών για την απόκτηση γηπέδου.

5.3.1. ΤΟ ΝΕΟ ΓΗΠΕΔΟ ΤΗΣ ΑΕΚ

Αυτή τη στιγμή η ΑΕΚ, μία από τις κορυφαίες ελληνικές ομάδες δεν διαθέτει ιδιόκτητο γήπεδο, καθώς το Γήπεδο Νίκος Γκούμας που αποτελούσε την ιστορική της έδρα κατεδαφίστηκε το 2003, από λανθασμένους χειρισμούς της τότε διοίκησης του συλλόγου. Από τότε μέχρι και σήμερα, ο σύλλογος αγωνίζεται στο Ολυμπιακό Στάδιο, γεγονός που έχει πολλά μειονεκτήματα. Μερικά από αυτά είναι το υψηλό κόστος ενοικίασης και συντήρησης του σταδίου λόγω του μεγάλου μεγέθους του και η απουσία εμπορικών χώρων γύρω από αυτό που θα εξασφάλιζαν επιπλέον έσοδα στην ομάδα. Τα συγκεκριμένα μειονεκτήματα δεν επιτρέπουν στην ομάδα να εξασφαλίσει τα αναγκαία έσοδα για την ομαλή λειτουργία και την ανταγωνιστικότητά της. Επιπλέον, η μη πλήρωση της μεγάλης χωρητικότητας (70.000 θέσεις) του σταδίου και η μεγάλη απόσταση μεταξύ των κερκίδων και του αγωνιστικού χώρου λόγω της ύπαρξης στίβου,

μειώνουν δραματικά την δημιουργούμενη ατμόσφαιρα εντός του σταδίου και την εμπειρία των θεατών, με αποτέλεσμα να μην πληρούνται οι προϋποθέσεις για την δημιουργία ισχυρής έδρας.

Η ΑΕΚ από την επόμενη μέρα της κατεδάφισης του παλιού γηπέδου της, αναζητούσε ένα σχέδιο για τη δημιουργία νέου. Κατά καιρούς έχουν δημοσιευθεί διάφορα σχέδια για την κατασκευή νέου γηπέδου στον ιστορικό χώρο της Νέας Φιλαδέλφειας αλλά και σε άλλες περιοχές. Τα σχέδια που αφορούσαν την ανέγερση νέου γηπέδου στη Νέα Φιλαδέλφεια, αντιμετώπισαν δύο κύρια προβλήματα: το πρώτο είναι η περιπλοκότητα του ίδιου του εγχειρήματος λόγω της γειννίας του χώρου με Άλσος, της πυκνής δόμησης της περιοχής και των υφιστάμενων περιορισμών του Κτιριοδομικού Κανονισμού και το δεύτερο είναι η έλλειψη χρημάτων από την ΠΑΕ ΑΕΚ.

Το τελευταίο και επικρατέστερο σχέδιο της ΑΕΚ αναφέρει την κατασκευή γηπέδου με χωρητικότητα 28.000 θέσεις που θα διαθέτει εμπορικές χρήσεις στον ιδιόκτητο χώρο 30 περίπου στρεμμάτων, ο οποίος παραχωρήθηκε στην ομάδα το 1934. Τον σχεδιασμό έχει αναλάβει και σε αυτή την περίπτωση ο γνωστός αρχιτέκτονας Σ. Αγιοστρατίτης (Εικόνα 5.7). Σημαντικά προβλήματα του παρελθόντος που σχετίζονταν με το Άλσος Νέας Φιλαδέλφειας (που έχει χαρακτηριστεί δασικό και αναδασωτέο) έχουν ξεπεραστεί, γιατί το σχέδιο δεν απαιτεί για την υλοποίησή του να παραχωρηθεί έκταση από το Άλσος.

Εικόνα 5.7. Το σχέδιο του νέου γηπέδου της ΑΕΚ.



Πηγή: Google.

Το ίδιο συνέβη και με τα προβλήματα που υπήρχαν στο παρελθόν και αφορούσαν το μέγεθος του γηπέδου σε σχέση με την περιοχή. Προκειμένου να ξεπεραστούν και να μειωθούν οι συνέπειες του γηπέδου, η χωρητικότητα που προβλέπει το τελευταίο σχέδιο, έχει μειωθεί σαφώς από τα προηγούμενα και δεν προβλέπει τη δημιουργία σταδίου καλαθοσφαίρισης.

Επίσης, στις αρχές του τρέχοντος έτους το ΥΠΕΚΑ έκανε αποδεκτή την τροπολογία που κατέθεσε ομάδα βουλευτών, μέσω της οποίας παρέχεται στην ΑΕΚ η άδεια να προχωρήσει στην κατασκευή γηπέδου. Η τροπολογία αυτή αναφέρει ότι στην περίπτωση κατασκευής νέου γηπέδου, δεν θα εφαρμοστούν οι περιορισμοί δόμησης του αρ.3, παραγρ.2 του Κτιριοδομικού Κανονισμού, δηλαδή της ΥΑ 3046/304/89 (ΦΕΚ 55/Δ/89) όπως τροποποιήθηκε με την ΥΑ 31252/09 (ΦΕΚ 396/Α/09) (Το Βήμα, 2012α· Econews, 2012).

Είναι ξεκάθαρο ότι η συγκεκριμένη εξέλιξη είναι ιδιαίτερα θετική για την προοπτική κατασκευής νέου γηπέδου από την ΑΕΚ στη Νέας Φιλαδέλφεια και επανασύνδεση με τις προσφυγικές ρίζες της. Οι περιορισμοί στους οποίους θα έπρεπε να υποβληθεί το νέο γήπεδο και οι εμπορικοί χώροι άρθηκαν, επομένως ξεπεράστηκε το σημαντικότερο μέχρι σήμερα εμπόδιο.

Εξάλλου, η κατασκευή ενός σύγχρονου γηπέδου πιθανόν να έχει τις ποικίλες θετικές επιδράσεις που εντοπίζονται σε άλλα γήπεδα στην Ευρώπη.

Όσον αφορά την έλλειψη χρηματοδότησης, η ΑΕΚ βρίσκεται σε δεινή οικονομική κατάσταση, έχοντας συσσωρεύσει πολλά χρέη. Βέβαια, η κατάσταση αυτή μπορεί να αλλάξει άρδην εάν βρεθεί ένας επενδυτής που θα αναλάβει το κόστος ανέγερσης του γηπέδου ή κερδηθεί η δικαστική μάχη κατά του πρώην προέδρου Μάκη Ψωμιάδη, ο οποίος κατηγορείται για υπεξαίρεση ποσού ύψους άνω των €80 εκ., το οποίο διεκδικείται επίσης (Το Βήμα, 2012β· Το Βήμα, 2012γ). Όπως είναι κατανοητό εάν δικαιωθεί η ΑΕΚ μπορούν να προκύψουν άμεσα σημαντικά οικονομικά οφέλη που θα της επιτρέψουν να κατασκευάσει το νέο της γήπεδο.

5.3.2. ΤΟ ΝΕΟ ΓΗΠΕΔΟ ΤΟΥ ΠΑΝΑΘΗΝΑΪΚΟΥ

Τα τελευταία σχέδια για το νέο γήπεδο του Παναθηναϊκού ανάγονται στο 2005, όταν ο σύλλογος συμφώνησε με το Δήμο Αθηναίων για το σχέδιο διπλής ανάπλασης των περιοχών Βοτανικού-Λεωφόρου Αλεξάνδρας. Το σχέδιο προέκυψε από την ανάγκη του συλλόγου να κατασκευάσει νέο γήπεδο, το οποίο όμως δεν μπορούσε να υλοποιηθεί στο χώρο του παλιού (Γήπεδο Απ. Νικολαΐδης) στην περιοχή της Λεωφόρου Αλεξάνδρας λόγω της μικρής έκτασης του χώρου. Αυτό προβλέπει την αποδέσμευση της προαναφερθείσας έκτασης και την ανταλλαγή της με άλλη στην περιοχή του Βοτανικού, που ήταν στην ιδιοκτησία του Δήμου Αθηναίων, προκειμένου να κατασκευαστεί εκεί το γήπεδο. Πιο αναλυτικά, στον Βοτανικό σχεδιάζεται να δημιουργηθούν γήπεδο ποδοσφαίρου χωρητικότητας 40.000 θέσεων (Εικόνα 5.8), στάδια καλαθοσφαίρισης και πετοσφαίρισης, εκτεταμένοι εμπορικοί χώροι που θα εκμεταλλεύονται από τον Παναθηναϊκό και ιδιώτες επιχειρηματίες και χώροι πρασίνου, ενώ στη Λεωφόρο Αλεξάνδρας ο Δήμος Αθηναίων θα δημιουργούσε το νέο του Δημαρχιακό Μέγαρο, ένα πολυλειτουργικό δημοτικό κτίριο (με χώρους γραφείων και καταστήματα), χώρους στάθμευσης και χώρους πρασίνου (Βενετσάνου κ.ά., 2010).

Εικόνα 5.8. Το σχέδιο του νέου γηπέδου του Παναθηναϊκού.



Πηγή: Google.

Το σχέδιο θεωρείται εξαιρετικής γιατί αφορά τη διπλή ανάπλαση δύο περιοχών του κέντρου της Αθήνας που αντιμετωπίζουν έντονα προβλήματα. Η Λεωφόρος Αλεξάνδρας και γενικότερα η ευρύτερη περιοχή των Αμπελοκήπων παρουσιάζει έντονη συμφόρηση και πυκνή δόμηση, ενώ ο Βοτανικός είναι μια από τις πιο υποβαθμισμένες οικιστικές περιοχές της πόλης, με μεγάλη και ισχυρή βιομηχανική παράδοση (Βενετσάνου κ.ά., 2010)

Το σχέδιο διπλής ανάπλασης μέχρι σήμερα δεν έχει υλοποιηθεί, λόγω των συνδυασμένων προβλημάτων νομικής και οικονομικής φύσης. Το νέο γήπεδο δεν έχει ακόμα κατασκευαστεί στον Βοτανικό, αφενός γιατί αντιμετωπίζονται νομικά και περιβαλλοντικά προβλήματα που αφορούν τους εκτεταμένους χώρους που σχετίζονται με το γήπεδο, αφετέρου γιατί ο σύλλογος του Παναθηναϊκού αντιμετωπίζει σημαντικά οικονομικά προβλήματα που σε συνδυασμό με το γενικότερο οικονομικό κλίμα αναβάλλουν την υλοποίησή του. Την κατάσταση συμπληρώνει η άσχημη κατάσταση των δημόσιων οικονομικών της χώρας είναι ο βασικός λόγος μη υλοποίησης

των προβλεπόμενων επενδύσεων του Δήμου Αθηναίων. Αξίζει να σημειωθεί, πάντως, πως προκειμένου να ξεπεραστούν τα προβλήματα νομικής φύσης, θα υπάρξει μείωση των δομημένων χώρων κατά 60% που θα αφορά την ακύρωση της κατασκευής των δύο σταδίων καλαθοσφαίρισης και πετοσφαίρισης και την σημαντική μείωση των εμπορικών χώρων (Βενετσάνου κ.ά., 2010).

Παρόλα αυτά, ένα σημαντικό βήμα στην πορεία του σχεδίου διπλής ανάπλασης προς υλοποίηση είναι η πρόσφατη (Σεπτέμβριος 2012) υπογραφή από τον Υπουργό και Υφυπουργό ΥΠΕΚΑ του ΠΔ για την «Έγκριση της Στρατηγικής Μελέτης Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων και του Προγράμματος Διπλής Ανάπλασης των περιοχών της Λεωφόρου Αλεξάνδρας και του Βοτανικού, του Δήμου Αθηναίων». Με αυτό:

προσδιορίζονται τα απαιτούμενα μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος και το σύστημα περιβαλλοντικής παρακολούθησης, καθορίζονται οι ειδικότερες χρήσεις γης και όροι δόμησης, εγκρίνεται η γενική διάταξη κτιρίων, εγκαταστάσεων, χώρων στάθμευσης, ο τρόπος διαμόρφωσης ελεύθερων χώρων και χώρων πράσινου καθώς και το Ρυμοτομικό Σχέδιο, ενώ ορίζεται το πλαίσιο της σταδιακής υλοποίησης των έργων και δικτύων υποδομής με προώθηση των απαιτούμενων μελετών από τους Φορείς Υλοποίησης του Προγράμματος της διπλής ανάπλασης» (Τα Νέα, 2012).

Ολοκληρώνοντας, είναι δεδομένο πως εάν το σχέδιο διπλής ανάπλασης τελικά υλοποιηθεί, θα δημιουργηθούν δύο μητροπολιτικοί πόλοι στην Αθήνα, αποτελώντας τη μεγαλύτερης κλίμακας παρέμβαση στη νεότερη ιστορία της πόλης (Αντωναρόπουλος κ.ά., 2008· Γοσποδίνη, 2006 σε Βενετσάνου κ.ά., 2010).

5.4. ΣΥΝΟΨΗ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Όπως προκύπτει από τα προαναφερθέντα, η κατάσταση της πλειοψηφίας των γηπέδων στη χώρα είναι πολύ κακή, που είναι συνέπεια της σημαντικής υστέρησης στην κατασκευή νέων γηπέδων. Πολλές ομάδες είναι αναγκασμένες να αγωνίζονται σε παλιά και μη λειτουργικά γήπεδα, δύο από τις κορυφαίες εντός συνόρων δεν διαθέτουν γήπεδο, ενώ ακόμα και τα καινούργια που δημιουργήθηκαν λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων 2004, δεν ακολούθησαν τις αρχές των σύγχρονων ευρωπαϊκών, αντίθετα έχουν παρωχημένο σχεδιασμό και παραπέμπουν σε γήπεδα τρίτης γενιάς. Αυτό υποδηλώνει και την αδυναμία έγκαιρης ενσωμάτωσης στα ελληνικά γήπεδα των νέων τάσεων που υφίστανται στην Ευρώπη εδώ και 20 περίπου χρόνια. Η κακή κατάσταση των υφιστάμενων ελληνικών γηπέδων και η μη κατασκευή νέων συμβάλλει σαφέστατα στην χαμηλή ποιότητα του εγχώριου ποδοσφαίρου, το οποίο απαξιώνεται σταδιακά, γεγονός που αποτυπώνεται και στη χαμηλή προσέλευση φιλάθλων στα γήπεδα. Τέλος, τα σύγχρονα ευρωπαϊκά γήπεδα πέρα από τις θετικές επιδράσεις που έχουν στην οικονομία και στο αστικό περιβάλλον, ωφελούν και τις ιδιοκτήτριες ομάδες τους, οι οποίες λαμβάνουν από αυτά σημαντικά έσοδα αλλά και δυναμική, γεγονός που με τη σειρά του τους επιτρέπει να είναι πιο ανταγωνιστικές σε αγωνιστικό επίπεδο. Αυτά τα οφέλη εκλείπουν από τις ελληνικές ομάδες, οι οποίες σταδιακά έχουν πάψει να πετυχαίνουν αξιόλογες πορείες στις Ευρωπαϊκές Διοργανώσεις.

6. ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΞΙΟΛΟΓΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ

6.1. AMSTERDAM ARENA

6.1.1. ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ

Το συγκεκριμένο ποδοσφαιρικό γήπεδο εγκαινιάστηκε το 1996 για να φιλοξενήσει το σύλλογο του Ajax, καθώς το προηγούμενο γήπεδο δεν εξυπηρετούσε τον αυξανόμενο όγκο των φιλάθλων του, τις νέες ανάγκες ασφάλειας και διαχείρισης των γηπέδων και την απαίτηση για μια σύγχρονη εγκατάσταση που θα ενσωματώνει τεχνολογικές καινοτομίες, θα υποστηρίζει εκτεταμένες εμπορικές δραστηριότητες, αποφέροντας σημαντικά έσοδα στην ομάδα και που θα αποτελεί σύμβολο κύρους και αναγνωρισιμότητας τόσο για την ομάδα όσο και για την πόλη (Markerink και Santini, 2004).

Η προσπάθεια για την κατασκευή του γηπέδου ξεκίνησε το 1990 αλλά είχαν προηγηθεί άλλες δύο αποτυχημένες. Η πρώτη ήταν το 1983 στο πλαίσιο της διεκδίκησης των Ολυμπιακών Αγώνων του 1992, όμως η υποψηφιότητα απέτυχε (τους Αγώνες φιλοξένησε με ιδιαίτερη επιτυχία η Βαρκελώνη) και η επόμενη το 1987 που αν και έφερε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για τη δημιουργία γηπέδου με στόχο την προώθηση του αθλητισμού ανώτατου επιπέδου στην περιοχή του Άμστερνταμ, ματαιώθηκε λόγω ασυμφωνίας των εμπλεκόμενων μερών. Έτσι, το σχέδιο του 1990 περιείχε ορισμένα στοιχεία από τα δύο προηγούμενα αλλά και νέα και οι αρχικοί βασικοί επενδυτές ήταν η Δημοτική Αρχή του Άμστερνταμ, η ομάδα του Ajax και ο Ολλανδικός τραπεζικός οίκος ABN AMRO. Στη συνέχεια, βέβαια, λόγω του υψηλού ενδιαφέροντος που προσέλκυσε το έργο, στους αρχικούς χρηματοδότες προστέθηκαν οι ακόλουθες 7 επιχειρήσεις-επενδυτικά σχήματα: Phillips Netherlands, Grolsche Brewery, KPN Telecom, Amsterdam Stadium Partnership, Amsterdam RAI, Coca-Cola Netherlands, Operating Foundation of Dutch State Lottery (Markerink και Santini, 2004).

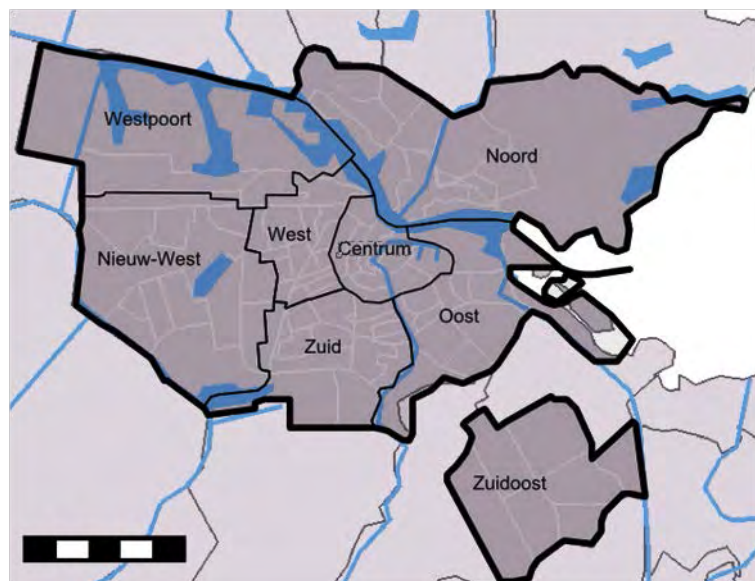
Σημαντικό ρόλο στην υλοποίηση του γηπέδου έπαιξε η κρατική χρηματοδότηση που άγγιξε το 30% της συνολικής αξίας του έργου (που ανήλθε σε περίπου €140 εκατομμύρια), με το κράτος να έχει το μεγαλύτερο ποσοστό συμμετοχής και τα υπόλοιπα χρήματα να προέρχονται από τον

Ajax (μόλις 7%), τις προαναφερθείσες επιχειρήσεις (16%), από δάνειο (26%) και από άλλες πηγές (21%). Ο λόγος που οι δημόσιες αρχές είχαν τόσο μεγάλη ανάμιξη στη χρηματοδότηση ήταν ότι αυτές αντιμετώπιζαν το Amsterdam ArenA ως μοχλό αστικής και οικονομικής ανάπτυξης που θα δημιουργούσε ένα νέο, δεύτερο κέντρο στην πόλη του Άμστερνταμ (Markerink και Santini, 2004· Amsterdam ArenA, 2012)

6.1.2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ-ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

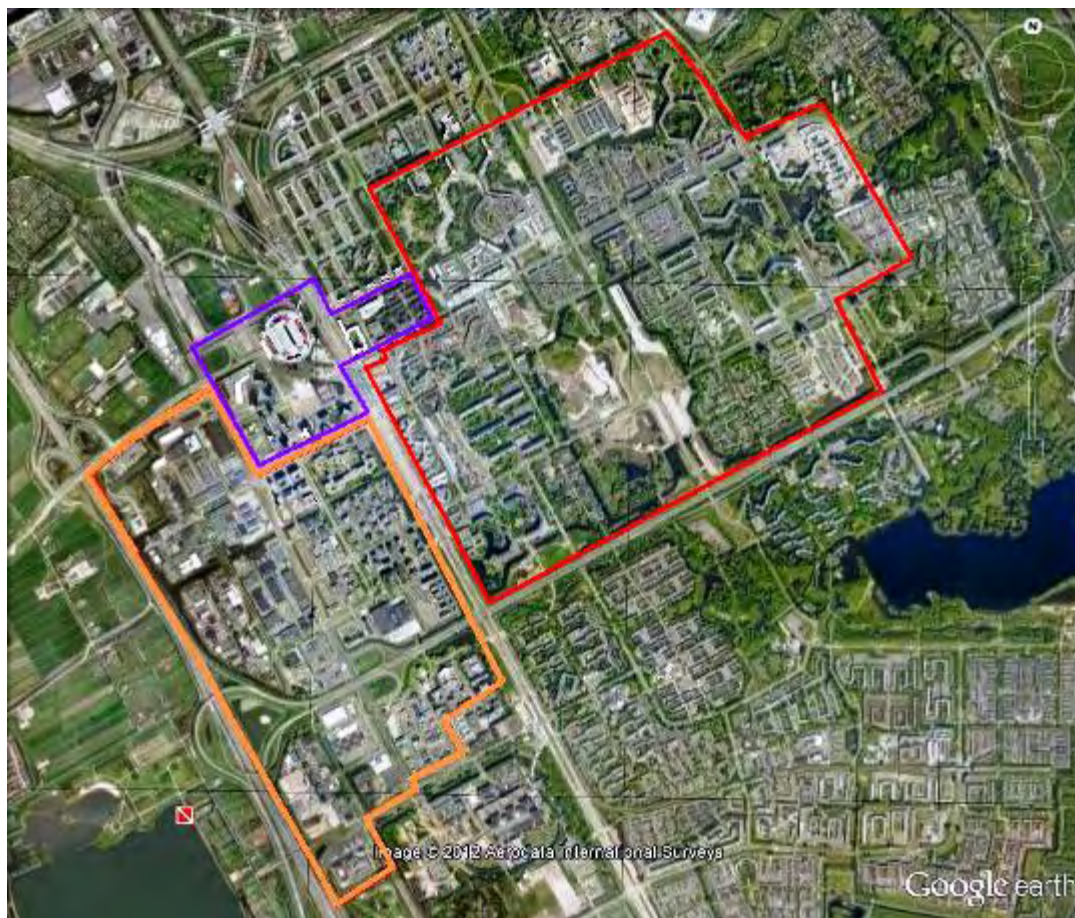
Το γήπεδο έχει κατασκευαστεί στο Δημοτικό Διαμέρισμα Zuidoost, που σημαίνει νοτιοανατολικά λόγω της θέσης του (Σχήμα 6.1) και περιλαμβάνει τις ακόλουθες περιοχές κατοικίας: Bijlmermeer, Venserpolder, Gaasperdam Driemond, την περιοχή επιχειρήσεων Amstel III και την περιοχή ArenA Boulevard (Wikipedia, 2012e). Από αυτές, το ενδιαφέρον της παρούσας εργασίας προσέλκυσαν οι περιοχές ArenA Boulevard, Bijlmermeer και Amstel III (Εικόνα 6.1).

Σχήμα 6.1. Η θέση του Δ.Δ. Zuidoost στο Άμστερνταμ



Πηγή: Wikipedia

Εικόνα 6.1. Δορυφορική εικόνα του γηπέδου Amsterdam ArenA και της περιοχής Arena Boulevard (μωβ χρώμα), της περιοχής Bijlmermeer (κόκκινο) και της περιοχής Amstel III (πορτοκαλί).



Πηγή: Google Earth, Ιδία επεξεργασία.

Το Amsterdam ArenA (Εικόνες 6.2, 6.3 και 6.4) θεωρείται ένα από τα κορυφαία σύγχρονα γήπεδα στην Ευρώπη και ένα από τα πρώτα μεταμοντέρνα-πολυλειτουργικά γήπεδα σε αυτή, υιοθετώντας πολλά βασικά χαρακτηριστικά αυτής της γενιάς γηπέδων, για αυτό και θεωρείται ένα πρότυπο γήπεδο. Έχει χωρητικότητα 52.000 θεατών παρέχοντας σε αυτούς ανέσεις και υψηλού επιπέδου υπηρεσίες, ενώ ο σχεδιασμός του είναι τέτοιος ώστε οι κερκίδες να βρίσκονται πολύ κοντά στον αγωνιστικό χώρο, γεγονός που ενισχύει την εμπειρία που βιώνουν οι θεατές. Επιπλέον, το συγκεκριμένο γήπεδο ήταν το πρώτο στην Ευρώπη που είχε μετακινούμενη οροφή,

που αποτελούσε πρωτοποριακό χαρακτηριστικό την εποχή που κατασκευάστηκε. Ακόμα, διαθέτει πολλούς χώρους πολύ υψηλών ανέσεων και υπηρεσιών (π.χ. σουίτες), εκτεταμένους χώρους εστίασης (3.000 τ.μ.) υψηλής ποιότητας για εταιρική φιλοξενία κατά τη διάρκεια των αγώνων αλλά και για εταιρικές δραστηριότητες τις ημέρες που δεν υπάρχει αγώνας (Markerink και Santini, 2004).

Εικόνα 6.2. Το γήπεδο Amsterdam Arena.



Πηγή: Google

Εικόνα 6.3. Το Amsterdam ArenA τη νύχτα.



Πηγή Google.

Εικόνα 6.4. Ο εσωτερικός χώρος του Amsterdam ArenA.



Πηγή Google.

Επίσης, η εμπορική εκμετάλλευση του ονόματος του Ajax, της πιο επιτυχημένης ποδοσφαιρικής ομάδας στη χώρα και μία εκ των κορυφαίων στην Ευρώπη, δεν σταματάει στα προαναφερθέντα. Η διοργάνωση τουριστικών ξεναγήσεων στο γήπεδο αποτελεί καθημερινό φαινόμενο και μάλιστα τις παρακολουθεί μεγάλος αριθμός επισκεπτών, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να περιηγηθούν σε όλους τους χώρους όπως στην αίθουσα Τύπου, στην αίθουσα ασφαλείας, στα δημοσιογραφικά θεωρεία, ακόμα και στα αποδυτήρια της ομάδας, να απολαύσουν τη θέα από τις

θέσεις VIP και τις σουίτες και να παρακολουθήσουν τους παίκτες να προπονούνται στο προπονητικό κέντρο που βρίσκεται πολύ κοντά. Ακόμα, ο Ajax διαθέτει ένα Μουσείο στο οποίο εκτίθενται ενθύμια από την πλούσια ιστορία του. Μεταξύ άλλων εκτίθενται οι φανέλες και τα συμβόλαια παικτών-συμβόλων της ομάδας και τα πολυάριθμα τρόπαια που έχει κατακτήσει, ενώ με τη βοήθεια σύγχρονων τεχνολογικών μέσων πραγματοποιείται η αφήγηση της ιστορίας του συλλόγου μέσα στο χρόνο (Amsterdam Info, 2012· I Amsterdam, 2012). Οι παραπάνω δραστηριότητες προσελκύουν πάρα πολλούς επισκέπτες ετησίως (μόνο το 2002 το γήπεδο και την ευρύτερη περιοχή επισκέφθηκαν 4.1 εκατομμύρια τουρίστες) και όπως προκύπτει εξασφαλίζουν στην ομάδα πολύ σημαντικά έσοδα (Markerink και Santini, 2004). Από αυτή την άποψη μπορούμε να πούμε ότι πρόκειται για ένα εξαιρετικά επιτυχημένο γήπεδο που εκπληρώνει τους στόχους που είχαν τεθεί κατά τη δημιουργία του.

Επιπρόσθετα, ο σχεδιασμός του Amsterdam ArenA έχει συμβάλλει καθοριστικά στην απαιτούμενη προσαρμοστικότητα που πρέπει να επιδείξει για τη φιλοξενία τόσων πολλών και συχνά διαφορετικών γεγονότων. Ο σχεδιασμός του σε συνδυασμό με την εισαγωγή καινοτόμων τεχνολογικών συστημάτων έχει συμβάλλει στην αποτελεσματική αντιμετώπιση τυχόν προβλημάτων κατά τα γεγονότα αυτά. Ενδεικτικά, είναι χρήσιμο να αναφερθεί ότι η ανασυρόμενη οροφή του γηπέδου, που αποτελεί ένα ιδιαίτερα αναγνωρίσιμο χαρακτηριστικό του, παίζει σημαντικό ρόλο στην εύρυθμη λειτουργία του, καθώς αποτρέπει την ακύρωση γεγονότων λόγω κακοκαιρίας, ενώ και τα υψηλής ποιότητας συστήματα ασφάλειας και διαχείρισης που αυτό διαθέτει διασφαλίζουν την ασφαλή ψυχαγωγία των επισκεπτών. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, πρέπει τονίσουμε ότι το συγκεκριμένο γήπεδο μπορεί να φιλοξενήσει όλων των ειδών τα γεγονότα, από διοργανώσεις τένις ή βόλεϊ μέχρι παραστάσεις χορού και μικρές ή μεγάλες εταιρικές δραστηριότητες (Markerink και Santini, 2004).

6.1.3. ΠΟΛΥΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ

Το Amsterdam ArenA αποτελεί ένα πρότυπο πολυλειτουργικό γήπεδο που εκτός από τα παιχνίδια του Ajax προσελκύει επισκέπτες και για πολλά άλλα γεγονότα. Αυτά περιλαμβάνουν:

- ο Τα παιχνίδια της Εθνικής Ποδοσφαιρικής Ομάδας της Ολλανδίας (KNVB),

- ο Τον αγώνα για το Ολλανδικό Σούπερ Καπ ποδοσφαίρου (Super Cup),
- ο Τις συναυλίες που διοργανώνουν οι εταιρίες Mojo Concerts, Rocket και ID&T, με την πρώτη να αποτελεί μία από τις σημαντικότερες Ολλανδικές εταιρίες στο συγκεκριμένο τομέα. Στο γήπεδο έχουν δώσει συναυλίες οι πιο σημαντικοί σύγχρονοι καλλιτέχνες διεθνώς.

Συνολικά, το γήπεδο φιλοξενούσε (2004) περίπου 70 σημαντικά γεγονότα ετησίως, δεχόμενο πάρα πολλούς επισκέπτες. Εδώ αξίζει να σημειωθεί ότι τα μη ποδοσφαιρικά γεγονότα αυξάνονται σε αριθμό με την πάροδο των ετών, αποτελώντας για το 2004 το 58% του συνόλου των γεγονότων (από 44% το 1997), ενισχύοντας την εικόνα του σταδίου ως πολυλειτουργικού χώρου. Παράλληλα, η προσέλκυση τόσων επισκεπτών συμβάλλει στην τόνωση της τοπικής οικονομίας, γεγονός που περιγράφεται ακολούθως αναλυτικότερα.

6.1.4. ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟ ΑΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

6.1.4.1. Η ΠΕΡΙΟΧΗ ARENA BOULEVARD

Η κατασκευή του Amsterdam ArenA δεν πραγματοποιήθηκε μόνο για να παρέχει στην ομώνυμη πόλη ένα σύγχρονο γήπεδο και έναν χώρο για τη φιλοξενία παντός είδους γεγονότων αλλά κυρίως για να δημιουργήσει γύρω του ένα δεύτερο, νέο αστικό κέντρο για την πόλη· το κέντρο αυτό αποτελείται από τις περιοχές ArenA Boulevard, Amstel III και Bijlmermeer. Η ευρύτερη περιοχή είναι μία από τις πιο αναπτυγμένες όχι μόνο στο Άμστερνταμ αλλά και σε ολόκληρη την Ολλανδία και αποτελεί ένα πολύ αξιόλογο παράδειγμα ενοποίησης ενοτήτων με διαφορετικές χρήσεις όπως αθλητισμού, εμπορικών δραστηριοτήτων, ψυχαγωγίας, διαμονής και απασχόλησης. Η βασική θεματοποίηση της περιοχής παραμένει, βέβαια, η παροχή ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων-γεγονότων στους επισκέπτες, δίνοντας έμφαση στην προώθηση της κατανάλωσης προϊόντων και υπηρεσιών (Markerink και Santini, 2004).

Η ArenA Boulevard έχει πλέον καταστεί διεθνώς ένας πολύ δημοφιλής τουριστικός προορισμός που περιλαμβάνει πέραν του γηπέδου πολλές ψυχαγωγικές αλλά και εμπορικές εγκαταστάσεις που απευθύνονται στους πολυάριθμους επισκέπτες της περιοχής. Συνολικά, στην περιοχή

βρίσκονται πάνω από 350 εμπορικά καταστήματα. Αυτές οι εγκαταστάσεις περιλαμβάνουν (Markerink και Santini, 2004):

- Τον πολυκινηματογράφο Pathé ArenA (Εικόνα 6.5) που είναι ένας από τους μεγαλύτερους στη χώρα και που εγκαινιάστηκε το 2000 και διαθέτει 14 αίθουσες συνολικής δυναμικότητας 3.250 θέσεων,
- Το Heineken Music Hall (Εικόνα 6.6), που άνοιξε το 2001 φιλοξενώντας μια μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων από συναυλίες μέχρι πάρτι και happenings, έχει δυναμικότητα 5.500 θέσεις και επισκεψιμότητα 600.000 επισκέπτες ετησίως,
- Τον χώρο Villa Arcade (Εικόνα 6.7), ο οποίος φιλοξενεί 4 πολυκαταστήματα που είναι τα: MediaMarkt, Decathlon, Perry Sport και Prenatal,
- Το μεγαλύτερο κέντρο επίπλων παγκοσμίως, το Villa Arena (Εικόνα 6.8), που άνοιξε το 2001 και περιέχει 70 περίπου εμπορικά καταστήματα συνολικού εμβαδού 180.000 τ.μ.,
- Το Ziggo Dome (Εικόνες 6.9 και 6.10), ένας πολυλειτουργικός εσωτερικός συναυλιακός χώρος που διαθέτει και μπαρ και εστιατόρια, εγκαινιάστηκε πρόσφατα (2012) και ήδη έχει 27 προγραμματισμένες συναυλίες σημαντικών σύγχρονων καλλιτεχνών,
- Το Living Tomorrow Pavilion (Εικόνα 6.11) που αποτελεί έναν χώρο όπου οι επισκέπτες μπορούν να θαυμάσουν πολλές καινοτόμες εφαρμογές προηγμένης τεχνολογίας σε οικιακό και εργασιακό περιβάλλον. Επίσης, μεταξύ άλλων περιλαμβάνει και Πλανητάριο. Οι εταιρίες που συμμετέχουν είναι μεταξύ άλλων οι ακόλουθες: Microsoft, HP, Phillips, Siemens, Panasonic, Bosch και Volvo,
- Το Μουσείο του Ajax, που στεγάζει σημαντικά εκθέματα του συλλόγου και το οποίο αποτελεί σημαντικό τουριστικό προορισμό.

Εικόνα 6.5. Ο πολυκινηματογράφος Pathé Arena.



Πηγή: Google.

Εικόνα 6.6. Heineken Music Hall.



Πηγή: Google.

Εικόνα 6.7. Villa Arcade.



Πηγή: Google.

Εικόνα 6.8. Villa Arena.



Πηγή: Google.

Εικόνα 6.9. Ο εξωτερικός χώρος του Ziggo Dome.



Πηγή: Google.

Εικόνα 6.10. Ο εσωτερικός χώρος του Ziggo Dome.



Πηγή: Google.

Εικόνα 6.11. Living Tomorrow Pavilion.



Πηγή: Google.

Επιπλέον, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι περιοχές Amsterdamse Poort και Arena Gate. Η πρώτη είναι μια περιοχή με πολλές εμπορικές εγκαταστάσεις αποτελώντας το μεγαλύτερο εμπορικό κέντρο του Άμστερνταμ (Εικόνα 6.12) και προϋπήρχε της κατασκευής του γηπέδου, αλλά λόγω αυτής ανακαινίσθηκε ριζικά και επεκτάθηκε σημαντικά (Markerink και Santini, 2004). Η δεύτερη είναι μια περιοχή που συνδέει τις περιοχές ArenA Boulevard και Amsterdamse Poort, περιέχοντας εμπορικά μαγαζιά, χώρους εστίασης και ψυχαγωγίας και σε αυτήν πρόκειται να γίνουν επενδύσεις σε χώρους ψυχαγωγίας, εστίασης, αθλητισμού και κατοικίας.

Εικόνα 6.12. Η περιοχή Amsterdamse Poort.



Πηγή: Wikipedia.

Πέρα από τις υφιστάμενες εγκαταστάσεις, υπήρχε η πρόθεση για επένδυση στη δημιουργία ενός συμπλέγματος ψυχαγωγίας-λιανικής πώλησης μεγάλης κλίμακας που θα ονομαζόταν GETZ και θα περιελάμβανε θέατρο 2.500 θέσεων, καζίνο, κλαμπ-κέντρα ψυχαγωγίας, εμπορικά καταστήματα, εστιατόρια, ξενοδοχείο, γραφεία, ένα υψηλού επιπέδου κέντρο κατοικίας και δύο κοινωνικά και πολιτιστικά κέντρα. Η εξέλιξη του έργου έμεινε στάσιμη γιατί η εξεύρεση των

απαραίτητων κεφαλαίων κατέστη αδύνατη, λόγω της εμφάνισης της οικονομικής κρίσης. Παρόλα αυτά, ο σχεδιασμός του έργου δείχνει τη διάθεση που υπάρχει για επενδύσεις στην περιοχή, ενώ έχουν εκφραστεί σκέψεις για διάσπαση του έργου σε μικρότερα τμήματα, με μικρότερο κόστος, για να γίνει πιο πιθανή η εξεύρεση πόρων για την πραγματοποίησή τους.

Επιπλέον, οι τοπικές αρχές θεωρούσαν τη δημιουργία του γηπέδου ως το μέσο για την αστική ανάπλαση της περιοχής γύρω από αυτό, παρέχοντας νέα κοινωνικά και οικονομικά ερεθίσματα σε μια υποβαθμισμένη περιοχή, την Bijlmermeer. Πραγματικά, το γήπεδο έχει σημαντική οικονομική και δημοσιονομική επίδραση στην πόλη του Άμστερνταμ. Οι αξίες της γης στην περιβάλλουσα περιοχή έχουν αυξηθεί κατακόρυφα, προσφέροντας σημαντικά κέρδη, ειδικά στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αγορά ακινήτων (πρόκειται για μια αγορά που παρουσιάζει ιδιαίτερη άνθηση στην περιοχή), ενώ πολλές εταιρίες έχουν δείξει ενδιαφέρον για να εγκατασταθούν στην ανανεωμένη περιοχή που αποπνέει κύρος και επιτυχία. Προκύπτει ότι το γήπεδο Amsterdam ArenA λειτουργεί σαν μαγνήτης στην προσέλκυση επιχειρήσεων στην ευρύτερη περιοχή (Markerink και Santini, 2004, van Dam, 2000), οι οποίες δημιουργούν καινούργιες θέσεις εργασίας και έχουν θετικά οικονομικά αποτελέσματα, με ωφέλειες για το κράτος και τους ιδιώτες και προκαλούν τεράστια κατανάλωση από τους επισκέπτες της. Λόγω ακριβώς αυτής της επιλογής των επιχειρήσεων να εγκατασταθούν στην περιοχή, έχει δημιουργηθεί σε αυτή το δεύτερο οικονομικό κέντρο του Άμστερνταμ, που ονομάζεται Amstel III και αποτελείται από αρκετά κτίρια που στεγάζουν τις έδρες σημαντικών εγχώριων και πολυεθνικών εταιριών.

6.1.4.2. Η ΠΕΡΙΟΧΗ AMSTEL III

Η συγκεκριμένη περιοχή 2.500 στρεμμάτων, δίπλα στην ArenA Boulevard είχε ως βασικό της πρόβλημα την έλλειψη ζωντανίας και την μονοδιάστατη χρήση γης. Σε αυτό συνέβαλαν ο σχεδιασμός των δημόσιων και ιδιωτικών εξωτερικών χώρων, που έδιναν έμφαση στη μετακίνηση με αυτοκίνητο και η αμιγής χρήση της περιοχής για χώρους γραφείων. Επίσης, πολλά κτίρια γραφείων λόγω παλαιότητας κατέστησαν παρωχημένα, με αποτέλεσμα αρκετές επιχειρήσεις να εγκαταλείψουν την περιοχή, ενώ υπήρχαν και αρκετοί αδόμητοι χώροι. Έτσι, το επιχειρηματικό κλίμα σε αυτή είχε επιδεινωθεί (Εικόνα 6.13) (Amsterdam European, 2011).

Εικόνα 6.13. Η περιοχή Amstel III πριν τις πρωτοβουλίες ανάπλασης.



Πηγή: Amsterdam European, 2011.

Προκειμένου να αντιστρέψουν αυτό το αρνητικό κλίμα, οι Αρχές του Άμστερνταμ προσπάθησαν με καινοτόμες πρωτοβουλίες να μετατρέψουν τη μονολειτουργική περιοχή σε μια σύγχρονη ζωντανή αστική περιοχή και η δημιουργία του γηπέδου Amsterdam ArenA και της γύρω περιοχής βοήθησαν σε αυτό. Οι πρωτοβουλίες αυτές περιελάμβαναν την εισαγωγή νέων χρήσεων, όπως φιλοξενίας (ξενοδοχεία), εμπορίου, δημόσιων υποδομών, κατοικίας και τη βελτίωση του εξωτερικού χώρου (Projectbureau Zuidoostlob, 2011).

Έτσι σήμερα, η περιοχή έχει καταστεί ιδανική για την εγκατάσταση επιχειρήσεων (Εικόνες 6.14 και 6.15), αφού περιλαμβάνει σύγχρονους και άνετους χώρους γραφείων, ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, εστιατόρια και δίνει έμφαση στη βιωσιμότητα με σεβασμό στο περιβάλλον, που αποδεικνύεται και από τον ευχάριστο περιβάλλοντα χώρο, ο οποίος διαθέτει στοιχεία πρασίνου και νερού. Μάλιστα, την περιοχή Amstel III έχουν επιλέξει για έδρα τους οι εξής Ολλανδικές και πολυεθνικές επιχειρήσεις: TMF Group, American Express, ABN Amro, Adidas, Reebok, ECCO, ING, Cargemini, Endemol, De Bijenkorf, Cisco Systems, Ikea, Hi-Tec. Όπως προκύπτει

από το μέγεθος των επιχειρήσεων που έχουν εγκατασταθεί στην Amstel III, αυτή έχει μεταμορφωθεί σε ένα νέο δυναμικό οικονομικό κέντρο για το Άμστερνταμ (Projectbureau Zuidoostlob, 2012).

Εικόνα 6.14. Η περιοχή Amstel III μετά τις πρωτοβουλίες ανάπλασης.



Πηγή: Projectbureau Zuidoostlob, 2012

Εικόνα 6.15. Το οικονομικό κέντρο Amstel III μετά τις πρωτοβουλίες ανάπλασης.



Πηγή: Projectbureau Zuidoostlob, 2012.

6.1.4.3. ΤΟ ΓΗΠΕΔΟ ΩΣ ΚΑΤΑΛΥΤΗΣ ΓΙΑ ΑΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ BIJLMERMEER

Η περιοχή Bijlmermeer γειτνιάζει με την Boulevard ArenA και αποτελεί πρότυπο αστικής ανάπλασης μιας πρώην υποβαθμισμένης περιοχής, με το γήπεδο να παίζει ενεργό και πολύ σημαντικό ρόλο σε αυτή.

Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥ ΜΟΝΤΕΡΝΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ

Από το 1968 μέχρι το 1975 υπήρξε μια φιλόδοξη προσπάθεια για την κατασκευή πολλών πολυώροφων κτιρίων που προορίζονταν για οικιστική χρήση. Η κατασκευή αυτού του οικιστικού συνόλου (Εικόνες 6.16 και 6.17) που περιείχε 31 κτιριακά σύνολα και 13.000 κατοικίες με στόχο την στέγαση 50.000 ανθρώπων, αποτέλεσε το πιο μεγάλο, εντυπωσιακό και ακριβό παράδειγμα Μοντέρνας οικιστικής ανάπτυξης στην Ολλανδία και προβλήθηκε ως ένα από τα πιο σύγχρονα και ελκυστικά μέρη για διαμονή χάρη στον καινοτόμο σχεδιασμό του. Στόχος των σχεδιαστών ήταν η προσέλκυση οικογενειών της μεσαίας τάξης (Helleman και Wassenberg, 2004).

Ο σχεδιασμός αυτών των κτιρίων υιοθετούσε τις αρχές του Μοντερνισμού που αποτελούσαν ο διαχωρισμός των λειτουργιών, η κανονικότητα και η συμμετρία των μορφών, οι ευθείες γραμμές, η χρήση «ανοικτών» και μεγάλης κλίμακας οικοδομικών τετραγώνων, η ομοιομορφία, οι μεγάλοι ανοικτοί χώροι, η χρήση μοντέρνων μεθόδων και υλικών κατασκευής και η δημιουργία εγκαταστάσεων για τις τοπικές κοινότητες (Mentzel, 1990: 369 σε Helleman και Wassenberg, 2004: 4). Όλα τα προαναφερθέντα είχαν στόχο τη δημιουργία της «λειτουργικής πόλης» (functional city), όπου η εργασία, η διαμονή και η αναψυχή ήταν αυστηρά διαχωρισμένες στο χώρο (Markerink και Santini, 2004: 20, Helleman και Wassenberg, 2004: 4, Leeming και Shakur, 2004: 63).

Εικόνα 6.16. «Μοντέρνο» συγκρότημα κατοικιών στη περιοχή Bijlmermeer.



Πηγή: Helleman and Wassenberg, 2004.

Εικόνα 6.17. «Μοντέρνο» συγκρότημα κατοικιών.



Πηγή: Google Earth, Ιδία επεξεργασία.

ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΥΠΟΒΑΘΜΙΣΗΣ

Παρά τις αρχικές προθέσεις των εμπνευστών του έργου, πολλές από τις ιδέες τους εξελίχθηκαν σε μειονεκτήματα για την περιοχή. Η ιδιωτικότητα εξελίχθηκε σε ανωνυμία, οι ιδέες για συλλογικότητα και ισότητα δεν λειτούργησαν και οι πολυάριθμοι δημόσιοι και ημι-δημόσιοι χώροι γέμισαν με απορρίμματα, εμπόρους ναρκωτικών και αστέγους. Επίσης, πολλά έργα όπως εμπορικά καταστήματα, χώροι αθλητισμού και αναψυχής και υποδομές μεταφορών, δεν υλοποιήθηκαν λόγω έλλειψης χρηματοδότησης. Η Bijlmermeer, παίρνοντας υπόψη τα παραπάνω, υπέφερε από έλλειψη ζωντανίας και δεν προσέλκυσε ποτέ αυτούς που στόχευε, αντίθετα προσέλκυσε φτωχές κοινωνικές ομάδες, εθνοτικές μειονότητες μεταναστών (κυρίως από το Σουρινάμ και τις Ολλανδικές Αντίλλες) και παράνομους μετανάστες. Κατ' αυτόν τον

τρόπο μετατράπηκε σταδιακά από σημαίνον παράδειγμα του Μοντερνισμού σε μια προβληματική περιοχή και χώρο φτώχειας, ανεργίας, εγκληματικότητας, χρήσης ναρκωτικών ουσιών και ανασφάλειας (Blair και Hulsbergen, 1993: 289 παρατίθεται σε Helleman και Wassenberg, 2004: 6, Markerink και Santini, 2004: 20, Leeming και Shakur, 2004: 63).

Η ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

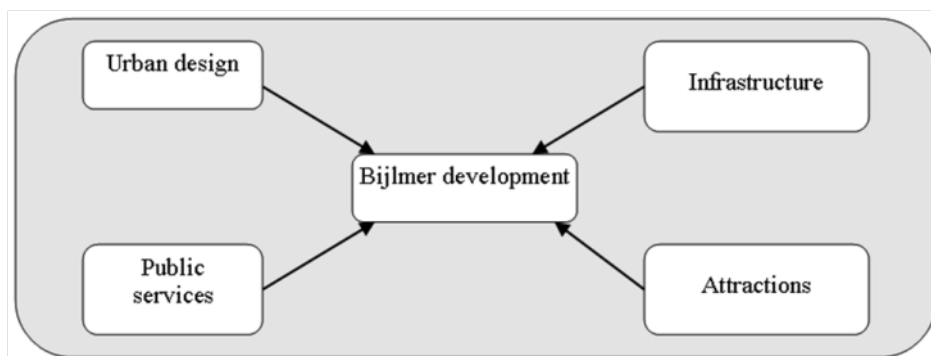
Μετά από χρόνια διαλόγου, πειραμάτων και ημιμέτρων, έγινε σαφές ότι ο σχεδιασμός της περιοχής έπρεπε να αλλάξει δομικά. Το 1990 εισήχθησαν ορισμένα ριζοσπαστικά σχέδια, ενώ την ίδια χρονιά, όπως έχει αναφερθεί σε προηγούμενο σημείο, ξεκίνησε και ο σχεδιασμός του νέου γηπέδου του Ajax και αυτό δεν θεωρείται τυχαίο γεγονός. Οι ερευνητές συμφωνούν με αυτή την άποψη αναγνωρίζοντας ότι το Amsterdam ArenA συνέβαλε αποφασιστικά στην απόφαση των Αρχών για την αναζωογόνηση της περιοχής Bijlmermeer. Τονίζουν μάλιστα, ότι το γήπεδο χρησιμοποιήθηκε ως το κύριο μέσο για την αστική ανάπλασή της (Markerink και Santini, 2004: 20,22, Helleman και Wassenberg, 2004: 8).

Από την κατασκευή του προέκυψαν πολλά θετικά στοιχεία όπως είναι η θεαματική βελτίωση της εικόνας της περιοχής και των υποδομών της, η ενίσχυση της περιφερειακής κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης και της ελκυστικότητας της περιοχής για την εγκατάσταση επιχειρήσεων (Markerink και Santini, 2004: 20). Τα παραπάνω συνέβαλαν στη μετατροπή της περιοχής από μια απομονωμένη «πόλη-δορυφόρο» σε ένα δημοφιλές κέντρο ενός «δικτύου πόλεων» στο πλαίσιο της πολυκεντρικής πόλης (Kloos, 1997: 71 παρατίθεται σε Helleman και Wassenberg, 2004: 8). Η λειτουργία του Amsterdam ArenA ως καταλύτη για αστική και οικονομική ανάπτυξη στη συγκεκριμένη περιοχή κατέδειξε τη σημασία των σύγχρονων γηπέδων ως ισχυρά εργαλεία των αστικών πολιτικών (Markerink και Santini, 2004: 22).

Πιο συγκεκριμένα, η ανάπλαση πραγματοποιήθηκε εντός ενός ολοκληρωμένου πλαισίου. Εκτός από τη ριζική αλλαγή των οικιστικών υποδομών, επίσης βελτιώθηκαν οι υποδομές μεταφορών, η διαχείριση της περιοχής και οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες όπως η απασχόληση, η εκπαίδευση και η ασφάλεια. Η διαδικασία ενισχύθηκε και από το “URBAN Bijlmermeer Program”, ένα σχέδιο αστικής ανανέωσης που εγκρίθηκε από την Ε.Ε. το 1995 και αφορούσε τη βελτίωση των ευκαιριών απασχόλησης και της ποιότητας ζωής στην περιοχή. Το σχέδιο

συγχρηματοδοτήθηκε από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ERDF), το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ESF), την Ολλανδική Κυβέρνηση και από ιδιώτες, συγκεντρώνοντας πόρους €65 εκατομμυρίων. Οι στόχοι όλων των προσπαθειών ήταν η ενίσχυση της ζωντανιάς και της επισκεψιμότητας και η βελτίωση των όρων διαμονής και του επιχειρηματικού περιβάλλοντος της περιοχής. Τα μέσα για να επιτευχθούν αυτοί, όπως φαίνονται στο ακόλουθο σχήμα, ήταν η βελτίωση του αστικού σχεδιασμού, των δημόσιων υπηρεσιών, των υποδομών και η δημιουργία τουριστικών προορισμών (Markerink και Santini, 2004: 20, Helleman και Wassenberg, 2004: 7).

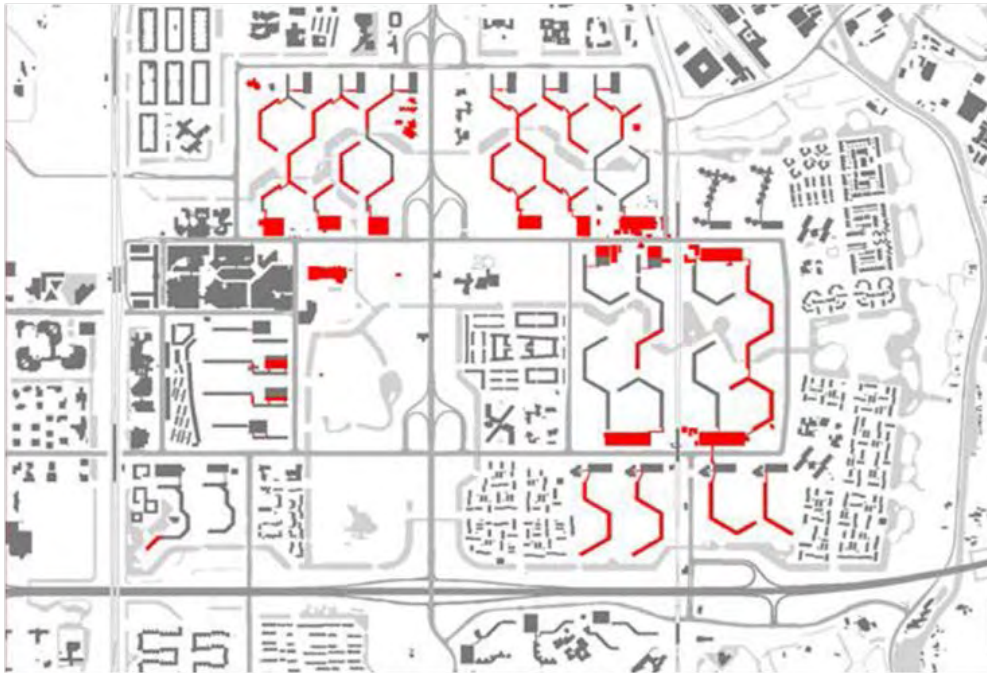
Σχήμα 6.2. Τα μέσα για την επίτευξη της αστικής ανάπλασης της περιοχής Bijlmermeer.



Πηγή: Markerink και Santini, 2004

Στο πλαίσιο των στόχων που τέθηκαν, η αναμόρφωση της περιοχής περιελάμβανε την κατεδάφιση σχεδόν 6.500 παλαιών κατοικιών και την αντικατάστασή τους με 7.340 νέες (Σχήματα 6.3 και 6.4) που είχαν διαφορετικό σχεδιασμό, με χαρακτηριστικό γνώρισμα το χαμηλό ύψος (Εικόνα 6.18), ενώ το 25% όσων δεν κατεδαφίστηκαν πουλήθηκε στον ιδιωτικό τομέα. Οι εναπομείνουσες κατοικίες υποβλήθηκαν σε ανακαίνιση. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι κάτοικοι των οποίων οι κατοικίες επρόκειτο να κατεδαφιστούν λάμβαναν αποζημίωση €3000-4500 για τη μετεγκατάστασή τους και τους δινόταν η δυνατότητα να επιλέξουν κατοικία σε οποιαδήποτε άλλη περιοχή του Άμστερνταμ ή στις νεοανεγερθείσες στην περιοχή Bijlmermeer. Σκοπός αυτής της διαδικασίας ήταν να παραμείνουν ορισμένοι από τους υφιστάμενους κατοίκους σε βελτιωμένες συνθήκες και να προσελκυστούν νέοι (Markerink και Santini, 2004, Helleman και Wassenberg, 2004).

Σχήμα 6.3. Κατεδαφίσεις μέχρι το 2010.



Πηγή: Wahlin, 2011.

Σχήμα 6.4. Νέες κατασκευές την περίοδο 1992-2012.



Πηγή: Wahlin, 2011.

Εικόνα 6.18. Νέες κατοικίες στην περιοχή Bijlmermeer.



Πηγή: Wahlin, 2011.

Επίσης, η σημαντική βελτίωση των υποδομών που πραγματοποιήθηκε, οδήγησε στη δημιουργία του σιδηροδρομικού σταθμού Amsterdam Bijlmer ArenA, που είναι ένας από τους σημαντικότερους μεταφορικούς κόμβους στο Άμστερνταμ καθώς διαθέτει 6 τροχιές για τρένα και 2 για μετρό, ενώ εξυπηρετείται και από σταθμό λεωφορείων.

Επιπρόσθετα, ξεκίνησαν πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της εκπαίδευσης στην περιοχή. Η Σχολή Οικονομικών Σπουδών (HES) με περισσότερους από 6.000 φοιτητές και η Περιφερειακή Σχολή Εκπαίδευσης του Άμστερνταμ (ROCA) με 3.000 φοιτητές μετεγκαταστάθηκαν στην περιοχή. Οι πρωτοβουλίες αυτές είχαν αποτέλεσμα: το 2003 το 95% των κατοίκων της τοπικής κοινότητας ήταν απόφοιτοι τουλάχιστον της μέσης εκπαίδευσης, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για ολόκληρο το Άμστερνταμ ήταν 90% (Markerink και Santini, 2004: 21).

Η ανεργία μειώθηκε με ταχείς ρυθμούς, ενώ τα νέα τουριστικά αξιοθέατα δημιούργησαν καινούργιες θέσεις εργασίας, προκάλεσαν μεγάλη αύξηση των επισκεπτών και προσέλκυσαν επενδύσεις. Τέλος, ένα ακόμα γεγονός που δείχνει την επιτυχή έκβαση της ανάπλασης στην περιοχή Bijlmermeer είναι το επίπεδο ικανοποίησης των κατοίκων της σχετικά με τη διαμονή σε αυτή. Σε έρευνα του 2003 το ποσοστό ικανοποίησης ήταν 63% (αν συμπεριληφθούν και ορισμένοι άλλοι παράγοντες έφτανε το 70%), ενώ το 1997 ήταν μόλις 51% και πριν την ανάπλαση ήταν δραματικά μικρότερο (Markerink και Santini, 2004: 21).

6.2. EMIRATES STADIUM

6.2.1. ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ

Τη δεκαετία του 1990 ξεκίνησε η εμπορευματοποίηση του ποδοσφαίρου, την οποία προκάλεσε το παγκοσμιοποιημένο πολιτικό, κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον, ενώ στις αρχές του 21^{ου} αιώνα η αντιμετώπισή του ως επιχείρησης, που περιγράφεται με τη φράση “football as business”, έχει καταστεί συνήθης πρακτική. Με την ποδοσφαιρική βιομηχανία να αποτελεί ένα σημαντικό οικονομικό τομέα, οι σύλλογοι λειτουργούν ως επιχειρήσεις και η ομάδα της Arsenal δεν αποτελεί την εξαίρεση (Demil και Lecocq, 2010).

Η Arsenal από τα τέλη του προηγούμενου αιώνα συνειδητοποίησε ότι προκειμένου να ανταγωνιστεί τους κορυφαίους συλλόγους εντός και εκτός Αγγλίας χρειαζόταν να κατασκευάσει ένα νέο, μεγαλύτερης χωρητικότητας, σύγχρονο γήπεδο που θα της εξασφάλιζε αυξημένα έσοδα από πολλαπλές πηγές, τα οποία θα διασφάλιζαν τη βιωσιμότητα και την ανταγωνιστικότητά της. Η τότε υφιστάμενη έδρα της, το Highbury, ήταν μόλις πρώτης γενιάς ποδοσφαιρικό γήπεδο (βλ. κεφάλαιο 5), που σήμαινε ότι ήταν πολύ παλιά (είχε κατασκευαστεί το 1913) και παρωχημένη, καθώς είχε μη λειτουργικό σχεδιασμό, διαθέτοντας μόνο 38.000 θέσεις θεατών και ανύπαρκτες εμπορικές χρήσεις. Τελικά, με την έγκριση των τοπικών αρχών, κατέληξαν στο χώρο του Ashburton Grove, που βρίσκεται 500 μέτρα μακριά από το παλιό γήπεδο, θέλοντας να τονίσουν τη διατήρηση των ισχυρών δεσμών του συλλόγου με την τοπική κοινότητα του Islington και την επέκτασή τους στο μέλλον (Designbuild Network, 2011).

6.2.2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ-ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Ο σύλλογος της Arsenal εγκαινίασε το 2006 το Emirates Stadium, που είναι ένα από τα καλύτερα, διασημότερα και πιο εντυπωσιακά Ευρωπαϊκά γήπεδα (Εικόνες 6.19, 6.20 και 6.21). Ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός του γηπέδου έγινε από το διάσημο γραφείο Populous (πρώην HOK), που έχει σχεδιάσει πολλά άλλα γήπεδα. Το γήπεδο είναι κτισμένο σε χώρο 170 στρεμμάτων και διαθέτει 60.000 θέσεις (είναι το τρίτο μεγαλύτερο σε χωρητικότητα στην Αγγλία μετά το Wembley και το Old Trafford), πολυάριθμους χώρους υψηλής ποιότητας

φιλοξενίας και εκτεταμένους εμπορικούς χώρους. Επίσης, στις προσφερόμενες υπηρεσίες υπάρχει και η δυνατότητα εκτενών ξεναγήσεων σε όλους τους χώρους του γηπέδου (ακόμα και στα αποδυτήρια των παικτών) και στο Μουσείο του συλλόγου.

Εικόνα 6.19. Το Emirates Stadium την ημέρα.



Πηγή: Google

Εικόνα 6.20. Το Emirates Stadium τη νύχτα.



Πηγή: Google

Εικόνα 6.21. Το εσωτερικό του Emirates Stadium.



Πηγή: Google

Το κόστος του ανήλθε σε £390 εκατομμύρια, όμως προσφέρει στο σύλλογο έσοδα ύψους £3.1 εκ. ανά ημέρα αγώνα και συνολικά πάνω από £100 εκ. ετησίως, ποσό που είναι σχεδόν τριπλάσιο από το αντίστοιχο του παλιού γηπέδου. Η λειτουργία του γηπέδου όμως δεν περιορίζεται μόνο στις ημέρες αγώνων αλλά επεκτείνεται και στις υπόλοιπες, όπως συμβαίνει σε όλα τα σύγχρονα πολυλειτουργικά γήπεδα, συνεισφέροντας μάλιστα το υψηλότερο ποσοστό (41%) στα συνολικά έσοδα του συλλόγου.

Επιπλέον, η κατασκευή του Emirates Stadium δεν χρηματοδοτήθηκε από την Κυβέρνηση ή άλλο δημόσιο φορέα αλλά εξ' ολοκλήρου από την Arsenal και περιελάμβανε ένα πρωτοποριακό χρηματοδοτικό πλάνο: ο σύλλογος, που είναι εισηγμένος στο χρηματιστήριο του Λονδίνου, διέθεσε προς πώληση πολυετή ομόλογα συνολικής αξίας £260 εκατομμυρίων στο κοινό. Το υπόλοιπο ποσό διατέθηκε από το ταμειακό απόθεμα του συλλόγου. Το εγχείρημα αυτό ήταν το πρώτο του είδους του για έναν Ευρωπαϊκό ποδοσφαιρικό σύλλογο (Wikipedia, 2012f).

Επιπρόσθετα, ο εξωτερικός χώρος του γηπέδου έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να είναι ελεύθερος προς χρήση για τους πολίτες και να χρησιμοποιείται ως δημόσιος χώρος. Η συνολική ελλειπτική κατασκευή είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακή, το ίδιο και η φωτιζόμενη πρόσοψή του που αποτελείται από γυαλί και ατσάλι λάμποντας την ημέρα και ακτινοβολώντας τη νύχτα, προσφέροντας ένα εξαιρετικό θέαμα και υπογραμμίζοντας τη φιλοδοξία του συλλόγου να γίνει παγκόσμια ποδοσφαιρική δύναμη.

Ακόμα, λόγω του σχεδιασμού του το γήπεδο αποτελεί τοπόσημο και σημαντικό τουριστικό αξιοθέατο της περιοχής Islington, σεβόμενο όμως την κλίμακα των κτιρίων του περιβάλλοντος χώρου και χωρίς να βρίσκεται εκτός αυτής. Με μέγιστο ύψος 46 μέτρα το Emirates ούτε κυριαρχεί υπερβολικά στην περιοχή, ούτε επισκιάζει τον περιβάλλοντα χώρο. Επίσης, το γήπεδο έχει υιοθετήσει προηγμένα τεχνολογικά συστήματα για την ασφάλεια, τη διαχείριση, την εξυπηρέτηση και την ψυχαγωγία των επισκεπτών και ήταν η πρώτη αθλητική εγκατάσταση στην Ευρώπη που εξοπλίστηκε με οθόνες υψηλής ευκρίνειας (HDTV), μετά από συμφωνία της ομάδας με την εταιρία Sony (Sony, 2012).

Επιπλέον, ο σύλλογος προκειμένου να δείξει την αφοσίωσή του στην ιστορία και στην παράδοσή του ξεκίνησε το 2009 το πρόγραμμα “Arsenalisation” του Emirates, μετά από

ανταπόκριση των οπαδών σε σχετική έρευνα της ομάδας. Ο σκοπός του προγράμματος αυτού είναι να μετατραπεί το γήπεδο σε ένα «ορατό φρούριο όλων των χαρακτηριστικών της Arsenal μέσω μιας ποικιλίας καλλιτεχνικών και δημιουργικών μέσων» (Wikipedia, 2012g). Οι μετατροπές που έγιναν στο γήπεδο περιλάμβαναν την τοποθέτηση λευκών καθισμάτων (με τα υπόλοιπα να είναι κόκκινα) ώστε να δημιουργηθεί η μορφή ενός κανονιού, που αποτελεί το έμβλημα της ομάδας. Επίσης, τοποθετήθηκε έξω από το γήπεδο ένα μνημείο που ονομάζεται «Πνεύμα του Highbury», εφόσον το Highbury ήταν το παλιό γήπεδο της ομάδας πριν μετακομίσει στο Emirates και το οποίο απεικονίζει όλους ανεξαιρέτως τους ποδοσφαιριστές της Arsenal που έπαιξαν στο συγκεκριμένο γήπεδο στα 93 χρόνια παραμονής της σε εκείνο, υπενθυμίζοντας την ύπαρξη του και υπογραμμίζοντας τη σημασία του. Η πιο σημαντική και εντυπωσιακή μετατροπή, όμως, είναι οι 8 τεράστιες τοιχογραφίες στο εξωτερικό περίβλημα του γηπέδου που απεικονίζουν 32 παίκτες-θρύλους του συλλόγου από διαφορετικές εποχές της ιστορίας του, οι οποίοι είναι αγκαλιασμένοι σχηματίζοντας ένα «πηγαδάκι» το οποίο με τη σειρά του «αγκαλιάζει» ολόκληρο το γήπεδο (Εικόνες 6.22 και 6.23).

Εικόνα 6.22. Το πρόγραμμα “Arsenalisation”.



Πηγή: Google.

Εικόνα 6.23. Το πρόγραμμα “Arsenalisation”.



Πηγή: Google.

Με τις επεμβάσεις αυτές έρχεται σε πρώτο πλάνο η ιστορία της ομάδας προκειμένου να θυμούνται οι μεγαλύτεροι και να μαθαίνουν οι νεότεροι, δημιουργώντας ένα πανίσχυρο δεσμό ανάμεσα στους επισκέπτες, την ομάδα και το γήπεδο.

Τέλος, στο πλαίσιο του μάρκετινγκ και ακολουθώντας τη συνήθη πρακτική για την ονοματοδοσία των σύγχρονων γηπέδων, το Emirates πήρε το όνομά του από την αεροπορική εταιρία Emirates Airlines, αφοτου αυτή εξασφάλισε το σχετικό δικαίωμα, ερχόμενη σε συμφωνία με το σύλλογο για δεκαπενταετή χορηγία αξίας £100 εκατομμυρίων συνολικά.

6.2.3. ΤΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ ΑΝΑΠΛΑΣΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ISLINGTON

6.2.3.1. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ-ΣΤΟΧΟΙ

Η περίπτωση του Emirates είναι αξιοπρόσεκτη όχι μόνο για την καθεαυτή κατασκευή ενός υπερσύγχρονου ποδοσφαιρικού γηπέδου, αλλά και για τις επιδράσεις που έχει στο τοπικό αστικό περιβάλλον και στην οικονομία. Ταυτόχρονα με την ανέγερση του γηπέδου υπήρξε η πρωτοβουλία του συλλόγου να επενδύσει πάνω από £150 εκατομμύρια σε ένα σχέδιο ανάπλασης της περιοχής Islington, με τις παρεμβάσεις να πραγματοποιούνται σε χώρους συνολικής έκτασης 240 στρεμμάτων. Το Islington βρίσκεται στο κεντρικό Λονδίνο, συνεπώς πρόκειται για ένα σημαντικό πρόγραμμα ανανέωσης του αστικού κέντρου της πόλης ακολουθώντας την

γενικότερη τάση για συνδυασμό της κατασκευής γηπέδων και σταδίων με προγράμματα αναζωογόνησης των υποβαθμισμένων κέντρων των πόλεων.

Στο συγκεκριμένο σχέδιο ανάπλασης, που είναι ένα από τα μεγαλύτερα στην Ευρώπη, συμμετείχαν εκτός του συλλόγου και άλλα ιδιωτικά επενδυτικά σχήματα και πραγματοποιήθηκε με σκοπό την αναβάθμιση του Islington και την αποκόμιση ωφελειών σε πολλούς τομείς για την τοπική κοινότητα. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι τα περισσότερα έργα που περιελάμβανε το σχέδιο έχουν ολοκληρωθεί, ενώ ορισμένα βρίσκονται κοντά στην ολοκλήρωσή τους (Walters, 2011: 57).

Πιο αναλυτικά, το σχέδιο ολοκληρωμένης ανάπλασης “Arsenal Regeneration Program” (ARP) στο Islington είχε τους εξής στόχους:

- ✚ Την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής και την ενίσχυση της απασχόλησης σε αυτή μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας,
- ✚ Την προσφορά στην τοπική κοινότητα με τη δημιουργία νέων σύγχρονων κατοικιών με αρχιτεκτονική καλαισθησία, οι οποίες θα είναι σύμφωνες με τα ισχύοντα περιβαλλοντικά κριτήρια,
- ✚ Την αναζωογόνηση του υποβαθμισμένου αστικού περιβάλλοντος, που περιείχε πρώην βιομηχανικά κτίρια, με την κατασκευή του υψηλής αρχιτεκτονικής ποιότητας σταδίου και των σύγχρονων κατοικιών,
- ✚ Την προστασία του περιβάλλοντος και την ενίσχυση της τοπικής οικολογικής συνείδησης μέσω ποικίλων δράσεων,
- ✚ Τη βελτίωση των υφιστάμενων τοπικών υποδομών κοινωνικής πρόνοιας, μεταφορών και αθλητισμού και τη δημιουργία νέων,
- ✚ Τη γενικότερη και πολυδιάστατη προσφορά προς την τοπική κοινωνία

6.2.3.2. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ

Το σχέδιο ARP προέβλεπε τη δημιουργία περισσότερων από 2.800 νέων κατοικιών με σύγχρονη αρχιτεκτονική αισθητική. Αυτές οι κατοικίες κατασκευάστηκαν στις εξής 7 περιοχές του Islington (Newlon Housing Trust, 2012):

- ✚ Queensland Road,
- ✚ Ashburton Triangle,
- ✚ Hornsey Street,
- ✚ Highbury Square,
- ✚ Carronade Court,
- ✚ Lough Road,
- ✚ Drayton Park

Το 40% του συνόλου των κατοικιών είναι οικονομικά προσιτές, ενώ οι υπόλοιπες απευθύνονται σε άτομα ή οικογένειες με υψηλότερο εισόδημα και η κατασκευή τους ανανεώνει το οικιστικό απόθεμα της ευρύτερης περιοχής (Walters, 2011: 57).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η οικιστική ανάπτυξη στην περιοχή Queensland Road, που βρίσκεται ακριβώς απέναντι από το γήπεδο Emirates. Οι 700 κατοικίες που έχουν κατασκευαστεί εκεί είναι διαρθρωμένες σε 4 σύγχρονους οικιστικούς πύργους και έχουν άμεση οπτική επαφή με το γήπεδο (Εικόνα 6.24).

Εικόνα 6.24. Η οικιστική ανάπτυξη στην περιοχή Queensland Road.



Πηγή: Google

Αναμφισβήτητα όμως, το κεντρικότερο και πιο προβεβλημένο έργο σε ολόκληρο το σχέδιο ανάπλασης είναι αυτό στην περιοχή Highbury Square. Πρόκειται για την πλήρη και καινοτόμα αναδιαμόρφωση του παλιού γηπέδου της Arsenal για τη δημιουργία 700 καινούργιων κατοικιών στο χώρο του (Εικόνες 6.25 και 6.26).

Εικόνα 6.25. Highbury Square- Μετά την αναδιαμόρφωση



Πηγή: Πηγή: Google

Εικόνα 6.26. Highbury Square- Οι παλιές εξέδρες μετατράπηκαν σε κατοικίες.



Πηγή: Πηγή: Google

Με αυτό τον τρόπο αξιοποίησης του παλιού σταδίου της ο σύλλογος θέλησε εκφράσει το σεβασμό του προς εκείνο και κατ' επέκταση προς την ιστορία του, αφού πλέον ο ανακατασκευασμένος χώρος συνεχίζει να υπάρχει, αποτελώντας μάλιστα παράδειγμα αξιοποίησης προς μίμηση. Η βόρεια και η νότια εξέδρα κατεδαφίστηκαν προκειμένου να δημιουργηθεί χώρος για τις νέες κατοικίες, ενώ οι υπόλοιπες διατηρήθηκαν. Στην απόφαση αυτή του συλλόγου συνέβαλε και το γεγονός ότι η πρόσοψη της ανατολικής εξέδρας του γηπέδου είχε σχεδιαστεί με την αρχιτεκτονική τεχνοτροπία Art Deco (Εικόνα 6.27), με αποτέλεσμα να ανακηρυχθεί προστατευόμενη από το κράτος κατασκευή (Βαθμού II) λόγω της αρχιτεκτονικής της σημασίας. Το σχέδιο της ανακατασκευής του παλιού γηπέδου έλαβε υπόψη την εμπορική αξία των νέων κατοικιών λόγω της ιστορικής σημασίας του χώρου ως έδρα της Arsenal και της αρχιτεκτονικής σημασίας του, με την ομάδα να έχει αποκομίσει σημαντικά οικονομικά οφέλη από την πώληση των κατοικιών αυτών (Wikipedia, 2012h· The Stadium Guide, 2012).

Εικόνα 6.27. Η Ανατολική εξέδρα του γηπέδου Highbury.



Πηγή: Google

Επιπλέον, οι κατοικίες έχουν θέα προς τον παλιό αγωνιστικό χώρο του γηπέδου, ο οποίος έχει μετατραπεί σε μια εντυπωσιακή πλατεία (Εικόνες 6.28 και 6.29) που διαθέτει πράσινο καθώς και στοιχεία νερού και γυαλιού, δημιουργώντας έτσι έναν ανοικτό χώρο που είναι απαραίτητος στην περιοχή.

Εικόνα 6.28. Highbury Square- Άποψη της εσωτερικής πλατείας.



Πηγή: Google

Εικόνα 6.29. Highbury Square- Η εσωτερική πλατεία τη νύχτα.



Πηγή: Google

6.2.3.4. ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Το σχέδιο ARP δημιούργησε περισσότερες από 2.600 θέσεις εργασίας σε μεσοπρόθεσμο χρονικό πλαίσιο και άλλων 1.800 μακροπρόθεσμα. Επίσης, λόγω της ανάπλασης η περιοχή έχει προσελκύσει επιχειρήσεις που θέλουν να επενδύσουν σε αυτή, ενώ έχουν δημιουργηθεί χώροι για εμπορικά καταστήματα, ψυχαγωγία και εστιατόρια συνολικού εμβαδού άνω των 25.000 τ.μ. αυτοί οι χώροι θα προσφέρουν υπηρεσίες στους πολυάριθμους επισκέπτες του γηπέδου που όπως προκύπτει θα τονώσουν την τοπική οικονομία (Arsenal, 2012α).

Επιπρόσθετα, το επενδυτικό κλίμα έχει βελτιωθεί, αφού ήδη έχουν επενδυθεί τεράστια χρηματικά ποσά στην περιοχή, ενώ πρόκειται να επενδυθούν και άλλα σε διάφορους οικονομικούς τομείς στο μέλλον. Ακόμα, οι νέοι κάτοικοι που πρόκειται να εγκατασταθούν στις καινούργιες κατοικίες θα επηρεάσουν θετικά τις τοπικές επιχειρήσεις, ενώ μια μελέτη που εκπονήθηκε από την εταιρία KPMG αξιολόγησε ότι το γήπεδο θα αποφέρει οικονομικά οφέλη αξίας £35 εκατομμυρίων για την τοπική κοινότητα (Arsenal, 2012α).

Τέλος, έχει δημιουργηθεί μια καινοτόμα επιχείρηση παροχής οικονομικών υπηρεσιών που ονομάζεται Islington Business Enterprise Team που έχει σκοπό την υποστήριξη τοπικών επιχειρήσεων κατά το στάδιο της ανάπτυξής τους (Arsenal, 2012α).

6.2.3.5. ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟ ΑΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Το αστικό περιβάλλον της περιοχής έχει αναβαθμιστεί με την υλοποίηση του σχεδίου ανάπλασης. Το πρώτο βήμα ήταν η κατασκευή του ίδιου του γηπέδου σε έναν υποβαθμισμένο χώρο που περιείχε διάσπαρτα κτισμένα πρώην βιομηχανικά κτίρια, ενώ πριν την κατασκευή του αφαιρέθηκαν 25.000 κυβικά μέτρα ρυπαρού εδάφους και ερειπίων (Arsenal, 2012β).

Στη συνέχεια, για την υλοποίηση της ανάπλασης αφαιρέθηκαν από όλους τους χώρους πολλά κακοσχεδιασμένα και μη λειτουργικά, σε οικονομικούς και περιβαλλοντικούς όρους βιομηχανικά κτίρια και εγκαταστάσεις διαχείρισης αποβλήτων που αντικαταστάθηκαν από νέες. Ακόμα, η δημιουργία νέων χώρων εμπορίου, ψυχαγωγίας και κατοικιών, ειδικά σε συνοικίες που ήταν παραμελημένες (π.χ. Lough Road) βελτίωσε αναμφισβήτητα το αστικό τοπίο στην περιοχή Islington, που κάποτε βρισκόταν ανάμεσα στις 10 πιο υποβαθμισμένες περιοχές του Ηνωμένου Βασιλείου. Επίσης, πολύ σημαντική ήταν και η δημιουργία καινούργιων δημόσιων χώρων, πεζοδρόμων και πάρκων έκτασης 20 στρεμμάτων (Arsenal, 2012β).

6.2.3.6. ΕΡΓΑ ΓΙΑ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Ο σύλλογος αναγνωρίζοντας ότι η υλοποίηση του σχεδίου ανάπλασης και η κατασκευή του γηπέδου επηρεάζουν το περιβάλλον, δεσμεύτηκε ότι θα ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα ώστε οι επιδράσεις αυτές να ελαχιστοποιηθούν. Όλες οι νέες κατασκευές πληρούν αυστηρά περιβαλλοντικά κριτήρια και διερευνάται η δυνατότητα επένδυσης σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, ενώ θα χρησιμοποιηθεί το όνομα και το κύρος του συλλόγου για να ενθαρρυνθούν οι επισκέπτες και οι κάτοικοι της περιοχής να δρουν με οικολογική συνείδηση (Arsenal, 2012β).

Στο πλαίσιο της βελτίωσης του τοπικού περιβάλλοντος, κατά τη διάρκεια της ανάπλασης αφαιρέθηκε από την περιοχή μεγάλη ποσότητα αποβλήτων που ήταν επιβλαβή για αυτό, ενώ κατασκευάστηκε ένα καινούργιο κέντρο ανακύκλωσης αποβλήτων που εξυπηρετεί την περιοχή Islington και τις γειτονικές περιοχές Camden, Hackney και Haringey. Η συγκεκριμένη

εγκατάσταση έχει αναπτύξει από το 2004 ένα βραβευμένο κέντρο διαδραστικής εκπαίδευσης σε περιβαλλοντικά θέματα σε συνεργασία με το Μουσείο Επιστημών, αυξάνοντας το ρυθμό ανακύκλωσης της περιοχής (Arsenal, 2012β).

6.2.3.7. ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ

Σημαντική προσφορά στην τοπική κοινότητα είναι και η δημιουργία νέων υποδομών κοινωνικής πρόνοιας. Έχουν κατασκευαστεί νέες κοινοτικές εγκαταστάσεις υγείας στις συνοικίες Queensland Road, Drayton Park, Lough Road, Highbury και παιδικοί σταθμοί σε Lough Road και Highbury (Arsenal, 2012β).

Επίσης, έγιναν επενδύσεις αξίας £57 εκατομμυρίων για τη βελτίωση των δημόσιων μεταφορών για την αποτελεσματικότερη πρόσβαση στο στάδιο, με συνέπεια μόνο το 30% των επισκεπτών να επιλέγει την πρόσβαση σε αυτό με αυτοκίνητο. Βελτιώσεις έγιναν στους σταθμούς τρένων Holloway, Drayton Park και Finsbury Park, δημιουργήθηκαν νέοι πεζόδρομοι και ένας μεγάλος υπόγειος σταθμός στάθμευσης αυτοκινήτων στο Ashburton Grove. Τέλος, δημιουργήθηκαν πολλές αθλητικές εγκαταστάσεις για το κοινό και ειδικά για τα παιδιά (Arsenal Kickz, Positive Future) οι οποίες συνεργάζονται στενά σε πολλά επίπεδα με την Arsenal και τους αθλητές της (Arsenal, 2012β).

6.2.4. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ ΣΤΟ ΣΥΛΛΟΓΟ

Η επίδραση που έχει το Emirates στην ομάδα της Arsenal είναι πολύ σημαντική και έχει πολλές διαστάσεις. Πέραν όσων αναφέρθηκαν παραπάνω, υπάρχει και η διάσταση της εμπορικής αξίας της ομάδας, η οποία αποτελεί συνήθως συνάρτηση των επιτυχιών εντός αγωνιστικών χώρων, του γηπέδου και της δημοφιλίας της. Η Arsenal βρίσκεται σε παρατεταμένη αγωνιστική κάμψη και έχει να κατακτήσει κάποιο σημαντικό τρόπαιο εδώ και 8 χρόνια (από το Αγγλικό Πρωτάθλημα του 2004). Παρόλα αυτά, ο σύλλογος, σύμφωνα με σχετικό πίνακα του περιοδικού Forbes για το 2012, έχει εμπορική αξία μεγαλύτερη του €1 δις και βρίσκεται στην τέταρτη θέση της σχετικής κατάταξης, σε κοντινή απόσταση ή ξεπερνώντας πολύ πετυχημένες αγωνιστικά και με μεγαλύτερη βάση φιλάθλων ομάδες όπως είναι η Barcelona, η Bayern Munich και η Milan. Η εξήγηση σε αυτό το γεγονός είναι απλή και έχει όνομα: Emirates Stadium.

Τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από το συγκεκριμένο γήπεδο είναι πολύ υψηλά με την ομάδα κάθε χρονιά να επωφελείται από αυτά. Μάλιστα, η Arsenal είναι η μοναδική ομάδα που τα προερχόμενα από το γήπεδο έσοδα (μεταξύ €251-285 εκ.) αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος των συνολικών εσόδων (41%) (Deloitte, 2012· Forbes, 2012). Αυτό συμβαίνει διότι προσελκύει μεγάλο αριθμό επισκεπτών και σχεδόν όλοι οι αγώνες της ομάδας σε αυτό είναι sold out. Επίσης, τα έσοδα από τις εμπορικές δραστηριότητες που συνδέονται με το νέο γήπεδο είναι ομοίως πολύ σημαντικά.

Το γήπεδο με τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από αυτό συμβάλλει ώστε ο σύλλογος να παραμένει αφοσιωμένος στο μακροπρόθεσμο στόχο του, που είναι η οικονομική αυτάρκεια και ασφάλεια. Το οικονομικό μοντέλο που ακολουθεί η Arsenal και στηρίζεται στην οικονομική βιωσιμότητα του συλλόγου και στην βελτίωση των υποδομών του είναι σπάνιο στην Ευρώπη και θα πρέπει να υιοθετηθεί και από άλλες ομάδες, ειδικά λόγω του Πλαισίου Οικονομικού Ελέγχου (Financial Fair Play) που ήδη έχει αρχίσει να εφαρμόζεται από την Ένωση Ευρωπαϊκών Ποδοσφαιρικών Ομοσπονδιών (UEFA) από την περίοδο 2011-12 και αναφέρεται στην οικονομική βιωσιμότητα των Ευρωπαϊκών συλλόγων.

6.2.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Arsenal αναγνωρίζοντας την ανάγκη για μια σύγχρονη και πολυλειτουργική εγκατάσταση κατασκεύασε το 2006 το Γήπεδο Emirates. Το γήπεδο επειδή συνοδεύτηκε από μια ολοκληρωμένη και μεγάλης κλίμακας αστική ανάπλαση στην περιοχή του Islington του Λονδίνου, είχε και εξακολουθεί να έχει ευρείες επιδράσεις τόσο για την ίδια την ομάδα, όσο και για την περιβάλλουσα περιοχή. Η ανάπλαση αυτή επέδειξε την επιτυχή σύμπλευση των φιλοδοξιών του συλλόγου και της κοινότητας για ανάπτυξη.

Το Islington αναζωογονήθηκε και μετατράπηκε από μια έντονα υποβαθμισμένη, πρώην βιομηχανική περιοχή σε μια περιοχή-πρότυπο επιτυχούς ανάπλασης με ζωντάνια, μικτές χρήσεις γης και βελτιωμένες ή νέες υποδομές μεταφορών, κοινωνικής πρόνοιας και διαχείρισης περιβάλλοντος. Επιπλέον, βάσει του σχεδίου ανάπλασης κατασκευάστηκαν πολλές νέες κατοικίες υψηλής ποιότητας που ήταν απαραίτητες στην περιοχή, ενώ δημιουργήθηκαν αρκετοί

ανοικτοί χώροι για το κοινό. Το Islington άλλαξε εικόνα, έχει μετατραπεί σε πόλο έλξης επισκεπτών με κύριο αξιοθέατο την περιοχή του γηπέδου, έχει βελτιώσει τις οικονομικές επιδόσεις της (θέσεις απασχόλησης, μέσο εισόδημα, επενδύσεις) και οι κάτοικοι του είναι ικανοποιημένοι με αυτά τα αποτελέσματα.

Ο σύλλογος, από την πλευρά του, με το νέο γήπεδο αύξησε θεαματικά τα έσοδα και το κύρος του, αποκτώντας μια εμβληματική εγκατάσταση που θα συμβάλει στη διασφάλιση ενός βιώσιμου και σταθερού μέλλοντος. Ταυτόχρονα, η ακτινοβολία του Γηπέδου Emirates σε διεθνές επίπεδο υπερκαλύπτει τη μακρά αγωνιστική κάμψη της Arsenal και για αυτό η ομάδα συνεχίζει να συγκαταλέγεται μεταξύ των κορυφαίων στην Ευρώπη.

Τέλος, η κατασκευή του συγκεκριμένου γηπέδου και η υλοποίηση της ανάπλασης αποδεικνύει ότι τα γήπεδα μπορούν να έχουν ιδιαίτερα θετικές επιδράσεις στις κοινότητες που τα φιλοξενούν, αρκεί ο σχεδιασμός τους να λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες των τελευταίων.

6.3. WEMBLEY STADIUM

6.3.1. ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ

Στα τέλη της δεκαετίας του 1990 η Αγγλική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία (F.A.) αποφάσισε ότι το Γήπεδο Wembley στο Λονδίνο λόγω της παλαιότητας (είχε κατασκευαστεί το 1923) και του παρωχημένου σχεδιασμού του έπρεπε να αντικατασταθεί από ένα καινούργιο και σύγχρονο γήπεδο που θα ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των επισκεπτών για ανέσεις και ψυχαγωγία και των ιθυνόντων για εκτεταμένους χώρους εμπορίου και αναψυχής.

Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι το Wembley ήταν το Εθνικό Γήπεδο της Αγγλίας και ένα από τα πιο φημισμένα γήπεδα σε ολόκληρη την Ευρώπη, διαθέτοντας πλούσια ιστορία και παράδοση και αποτελούσε πραγματικό σύμβολο του Αγγλικού Ποδοσφαίρου. Λόγω των συγκεκριμένων παραγόντων η αντικατάστασή του αποτέλεσε ζήτημα εθνικού ενδιαφέροντος και προσέλκυσε μεγάλη δημοσιότητα, εστιάζοντας στο γεγονός ότι το νέο γήπεδο θα έπρεπε να διαθέτει χαρακτηριστικά που θα του επέτρεπαν να είναι ανάλογα εντυπωσιακό και διάσημο, συμβολίζοντας την είσοδο του Αγγλικού Ποδοσφαίρου στον 21^ο αιώνα.

Παράλληλα, η κατασκευή του νέου γηπέδου αντιμετωπίστηκε από τις αρχές της περιοχής Brent του Λονδίνου ως καταλύτης για την απαραίτητη ανάπλασή της. Αυτή η αντίληψη αποτυπώνεται ξεκάθαρα σε πλειάδα επίσημων σχεδίων και εγγράφων που περιλαμβάνει τα εξής:

- ✚ Το έγγραφο «Όραμα για ένα Νέο Wembley» (“Vision for a New Wembley” document) το 2002,
- ✚ Τις Συμπληρωματικές Οδηγίες Σχεδιασμού «Προορισμός Wembley» (“Destination Wembley”) το 2003,
- ✚ Το Αναθεωρημένο Σχέδιο Ανάπτυξης του Brent (Replacement UDP of Brent) το 2004,
- ✚ Το Ρυθμιστικό Σχέδιο για το Wembley (Wembley Masterplan) το 2004,
- ✚ Το Έγγραφο «Όραμα προς την Πραγματικότητα» (“Vision Reality” document) το 2007,
- ✚ Το Αναθεωρημένο και Επεκταμένο Σχέδιο Ρυθμιστικό Σχέδιο για το Wembley (Updated and Extended Wembley Masterplan) το 2009,
- ✚ Τη Στρατηγική για το Κέντρο του Brent (Brent Core Strategy) το 2010.

Το τελευταίο αποτελεί έγγραφο-κλειδί του Πλαισίου Τοπικής Ανάπτυξης του Brent (Brent's Local Development Framework) αναγνωρίζοντας την περιοχή του Wembley ως τη μεγαλύτερη περιοχή ανάπτυξης του Brent (Brent Council, 2012), ενώ πρέπει να σημειωθεί ότι ορισμένα έργα της ανάπλασης δεν έχουν ολοκληρωθεί ακόμα.

6.3.2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ-ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Το Νέο Wembley (Εικόνες 6.30 και 6.31) που εγκαινιάστηκε το 2007 είναι ένα από τα πιο σύγχρονα και εντυπωσιακά γήπεδα στην Ευρώπη και για το σχεδιασμό του συνεργάστηκαν τα φημισμένα αρχιτεκτονικά γραφεία Populous (πρώην HOK) και Foster and Partners, που έχουν σχεδιάσει πολλά άλλα στάδια και πολιτιστικά κτίρια σε όλο τον κόσμο. Το γήπεδο διαθέτει εντυπωσιακή χωρητικότητα 90.000 θέσεων κάνοντάς το το δεύτερο μεγαλύτερο στην Ευρώπη (μετά το Camp Nou), ενώ η κατασκευή του κόστισε £757 εκατομμύρια. Το κόστος του είναι τεράστιο και υπερβαίνει κατά πολύ το αντίστοιχο των υπόλοιπων σύγχρονων Ευρωπαϊκών γηπέδων, κάνοντας το Wembley το πιο δαπανηρό ανάμεσά τους.

Πέρα από τη μεγάλη χωρητικότητα και το τεράστιο κόστος του, ένα άλλο εντυπωσιακό χαρακτηριστικό του γηπέδου είναι η τοξωτή αψίδα που έχει κατασκευαστεί πάνω από αυτό, η οποία με ύψος 133 μ. και πλάτος 315 μ. μεταξύ των δύο βάσεων της είναι η μεγαλύτερη του είδους στον κόσμο και ορατή από ολόκληρο το Λονδίνο. Επιπλέον, το Wembley διαθέτει μια μεγάλη μετακινούμενη οροφή που του επιτρέπει να λειτουργεί σε όλες τις καιρικές συνθήκες, γεγονός ουσιώδες για την φιλοξενία και άλλων γεγονότων εκτός του ποδοσφαίρου.

Το Wembley έχει γίνει σημείο αναφοράς για το Ευρωπαϊκό ποδόσφαιρο, με τα προαναφερθέντα χαρακτηριστικά να του προσδίδουν εμβληματικότητα και μνημειακότητα, κάνοντάς το τοπόσημο όχι μόνο του Brent, αλλά ολόκληρου του Λονδίνου.

Εικόνα 6.30. Άποψη του Wembley Stadium τη νύχτα.



Πηγή: Google.

Εικόνα 6.31. Άποψη του Wembley Stadium την ημέρα.



Πηγή: Google.

6.3.3. ΠΟΛΥΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ

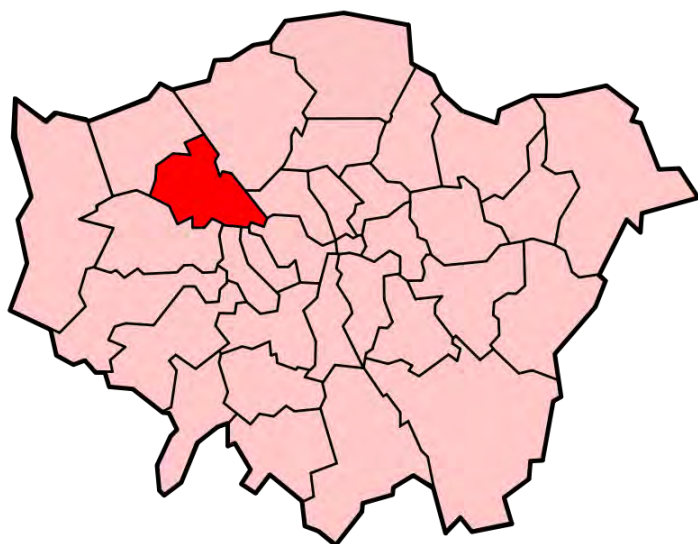
Το Wembley διακρίνεται για τη φιλοξενία πολλών γεγονότων πέραν των αγώνων της Εθνικής Αγγλίας. Εκεί διεξάχθηκε ο τελικός Champions League 2011, ενώ έχει προγραμματιστεί η διεξαγωγή και του επόμενου τελικού το 2013. Επίσης, το γήπεδο αποτέλεσε κεντρική εγκατάσταση των φετινών Ολυμπιακών Αγώνων και στο πλαίσιο τους διεξάχθηκαν εκεί ποδοσφαιρικοί αγώνες ανδρών και γυναικών. Ακόμα, εκεί διεξάγονται συχνά αγώνες μηχανοκίνητου αθλητισμού, ράγκμπι και αμερικάνικου ποδοσφαίρου. Μάλιστα, εκεί θα διεξαχθούν αγώνες στο πλαίσιο του Παγκόσμιου Κυπέλλου Ράγκμπι 2015. Τέλος, εκμεταλλευόμενοι την πολύ μεγάλη χωρητικότητά του γηπέδου, πολλοί καλλιτέχνες διεθνούς εμβέλειας πραγματοποιούν συναυλίες εκεί.

6.3.4. Η ΑΝΑΠΛΑΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ BRENT

6.3.4.1. Η ΥΠΟΒΑΘΜΙΣΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΧΗ

Η περιοχή παρέμβασης της ανάπλασης περιλαμβάνει τον περιβάλλοντα χώρο του Wembley αλλά και την ευρύτερη περιοχή και ειδικά το κέντρο του Brent. Το Brent αποτελεί προάστιο στα δυτικά του Λονδίνου, ανήκοντας στη Μείζονα Περιοχή του Λονδίνου (Εικόνα 6.32). Η συγκεκριμένη περιοχή πριν την ανάπλαση αντιμετώπιζε μεγάλη υποβάθμιση της οικονομίας και του αστικού περιβάλλοντός της.

Εικόνα 6.32. Η περιοχή Brent (κόκκινο χρώμα) εντός της Μείζονος Περιοχής του Λονδίνου (ροζ χρώμα).



Πηγή: Wikipedia

Πρόκειται για μια περιοχή που είχε βιώσει έντονη αποβιομηχάνιση στην περίοδο 1986-2006 όταν χάθηκαν 4.000 θέσεις εργασίας, η ανεργία βρισκόταν στο 7.4% και μόνο το 40% των κατοίκων διέθετε μόνιμη απασχόληση. Άλλα χαρακτηριστικά του αρνητικού κλίματος στο Brent είναι η κατάληψη της 4^{ης} χαμηλότερης θέσης στο Λονδίνο όσον αφορά το επίπεδο εισοδήματος και η κατάταξή του ανάμεσα στις πιο υποβαθμισμένες περιοχές της χώρας. Πιο συγκεκριμένα, ως δήμος κατέλαβε την 53^η θέση ανάμεσα σε 354 άλλους στον εθνικό δείκτη υποβάθμισης, κάποια τμήματά του βρίσκονται εντός του 10% των πιο υποβαθμισμένων στη χώρα, ενώ είναι ο

4^{ος} χειρότερος δήμος στα επίπεδα παιδικής φτώχειας. Επίσης, ο δήμος κυριαρχείται από μετανάστες (κυρίως από Αφρική, Ινδία, Πακιστάν και Καραϊβική), οι οποίοι αποτελούν 56% του συνολικού πληθυσμού του (Brent Council, 2009: 26· Wikipedia, 2012i).

Το αστικό περιβάλλον και οι υποδομές αντιμετώπιζαν παρόμοια υποβάθμιση με την οικονομία. Ο χώρος γύρω από το γήπεδο είχε πολλά βιομηχανικά κτίρια που δεν χρησιμοποιούνταν και ήταν σε κακή κατάσταση. Το δημόσιο σύστημα μεταφορών αντιμετώπιζε το χαμηλό φόρτο επιβατών και τη χαμηλή ποιότητα των σταθμών των τρένων. Η ποιότητα του φυσικού περιβάλλοντος ήταν εξίσου κακή, ειδικά στο κέντρο του Brent (Brent Council, 2004)

6.3.4.2. ΤΟ WEMBLEY ΩΣ ΚΑΤΑΛΥΤΗΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Αυτή η κατάσταση υποβάθμισης δεν ήταν κατάλληλη ούτε για το Brent, ούτε για το ιστορικό Wembley. Το νέο γήπεδο που κατασκευάστηκε συνδέθηκε με την ανάπλαση, γιατί αντιμετωπίστηκε από τις δημόσιες αρχές ως καταλύτης για την προσέλκυση επενδύσεων στην περιοχή. Η ανάπλαση θα παρέχει σημαντικές εγκαταστάσεις αθλητισμού, ψυχαγωγίας, εμπορίου και φιλοξενίας, ενισχύοντας τη θέση του Λονδίνου ως Παγκόσμιας Πόλης (World City). Ακόμα, η τοπική κοινότητα ήδη επωφελείται από τη δημιουργία νέων κατοικιών, τη βελτίωση των υποδομών μεταφορών, κοινωνικής πρόνοιας και του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς και από τη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης (Brent Council, 2004). Στο σχέδιο ανάπλασης καίριο ρόλο έπαιξαν και οι επενδύσεις ιδιωτικών εταιριών ανάπτυξης και διαχείρισης ακινήτων.

6.3.4.3. ΣΤΟΧΟΙ-ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

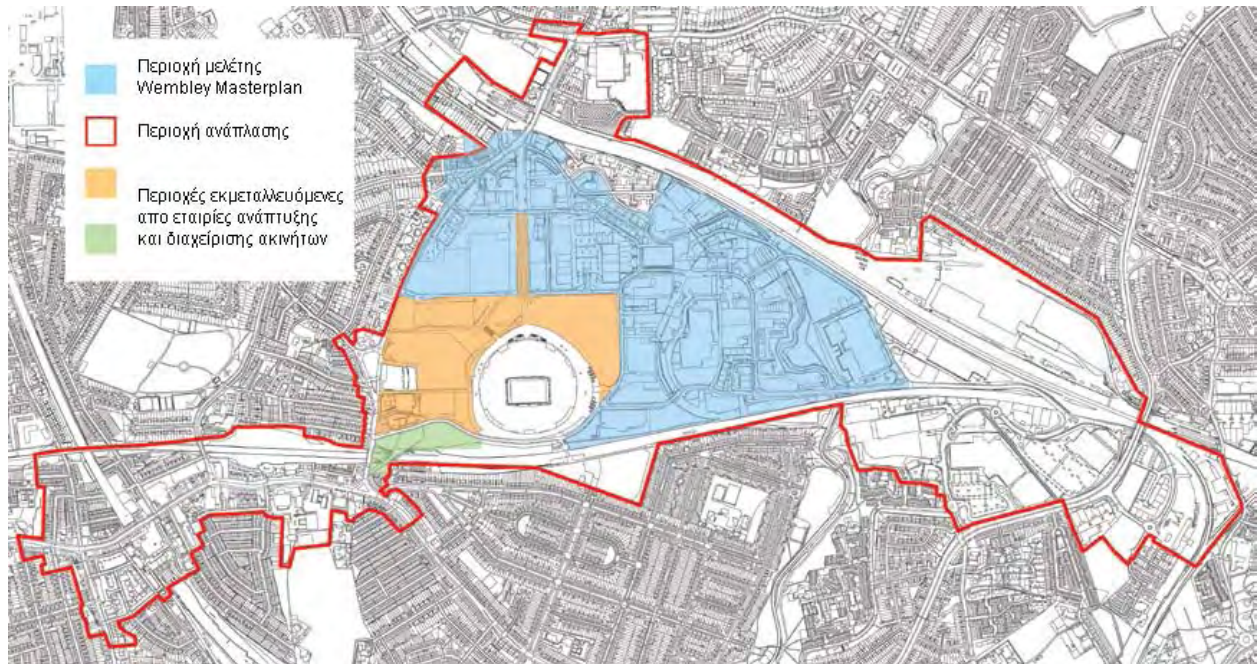
Γενικά, η ανάπλαση του Wembley δίνει έμφαση στην ύπαρξη μικτών χρήσεων γης που θα εξασφαλίζουν την απαραίτητη ζωντάνια και διαφοροποίηση στο οικονομικό και αστικό περιβάλλον (Brent Council, 2009: 42-45). Οι επιθυμητές χρήσεις γης είναι οι εξής:

- ✚ Κατοικία,
- ✚ Εμπόριο,
- ✚ Υπηρεσίες τουρισμού και φιλοξενίας (ξενοδοχεία, συνεδριακά κέντρα)
- ✚ Υπηρεσίες πολιτισμού, ψυχαγωγίας και ελεύθερου χρόνου,
- ✚ Χώροι γραφείων για δημιουργικές επιχειρήσεις,
- ✚ Υπηρεσίες κοινωνικής πρόνοιας και λοιπά δημόσια κτίρια.

Η ανάπλαση του Wembley έχει 9 βασικούς στόχους (Brent Council, 2004: 255-256, 2009: 17, 2010: 18-20):

- ✚ Να προωθήσει την οικονομική ανάπτυξη,
- ✚ Να ενισχύσει την απασχόληση και να βοηθήσει την ανάπτυξη επιχειρήσεων,
- ✚ Να ενισχύσει τη ζωντάνια και τη βιωσιμότητα του κέντρου της περιοχής,
- ✚ Να προωθήσει τις τέχνες και τις δημιουργικές επιχειρήσεις,
- ✚ Να ικανοποιήσει τις ανάγκες οικιστικής ανάπτυξης,
- ✚ Να προωθήσει τον αθλητισμό και άλλες δραστηριότητες αναψυχής,
- ✚ Να ικανοποιήσει τις ανάγκες για βελτίωση των υποδομών κοινωνικής πρόνοιας, μεταφορών και διαχείρισης αποβλήτων,
- ✚ Να προστατεύσει και να βελτιώσει τον περιβάλλον, να δημιουργήσει ανοικτούς χώρους καθώς και να προωθήσει τη βιώσιμη ανάπτυξη,
- ✚ Να προωθήσει την υγιεινή ζωή εντός ενός ασφαλούς περιβάλλοντος.

Σχήμα 6.5. Η περιοχή ανάπλασης στην περιοχή Brent.



Πηγή: Brent Council, 2009.

Πιο συγκεκριμένα, δημιουργούνται 5 κύριες περιοχές ανάπτυξης μικτών χρήσεων (Wembley, Alperton, South Kilburn, Church End και Burnt Oak/Colindale), με τη μεγαλύτερη να είναι αυτή του Wembley, η οποία εκτιμάται ότι θα είναι ο οδηγός για οικονομική ανάπτυξη. Εκεί θα κυριαρχούν οι χρήσεις εμπορίου, ψυχαγωγίας, αναψυχής και φιλοξενίας και έχει προγραμματιστεί η κατασκευή 3 μεγάλων ξενοδοχείων, ενώ οι εμπορικοί χώροι του γηπέδου θα αυξηθούν κατά 25%. Στην ίδια περιοχή στόχος είναι να δημιουργηθούν 10.000 νέες θέσεις απασχόλησης εντός 20 χρόνων από την κατασκευή του γηπέδου, δηλαδή μέχρι το 2026. Η δημιουργία πολλών έργων λόγω του σχεδίου ανάπλασης θα παρέχει αρκετές ευκαιρίες απασχόλησης, μειώνοντας την ανεργία στην ευρύτερη περιοχή (Brent Council, 2010).

Προωθείται η ενίσχυση των κεντρικών περιοχών εμπορίου με την ολοκλήρωση νέων εμπορικών χώρων στις περιοχές Willesden και Harlesden. Παράλληλα, λόγω της αύξησης της σημασίας των δημιουργικών επιχειρήσεων, θα δημιουργηθούν χώροι κατάλληλοι για την εγκατάστασή τους στις περιοχές ανάπτυξης (Brent Council, 2010).

Η τοπική κοινότητα παρουσιάζει ανάγκες για οικιστική ανάπτυξη, καθώς οι υφιστάμενες υποδομές κατοικίας είναι παλιές και χαμηλής ποιότητας. Για αυτό το λόγο έχει προβλεφθεί η δημιουργία τουλάχιστον 18.500 νέων κατοικιών στην περίοδο 2007-2026 (με τις 11.200 να τοποθετούνται στην περιοχή του Wembley), εκ των οποίων το 25% θα προορίζεται για οικογένειες, το 50% θα αφορά οικονομικά προσιτές κατοικίες και το υπόλοιπο αναμένεται να πωληθεί σε εταιρίες ανάπτυξης και διαχείρισης ακινήτων. Το 85% των κατοικιών θα κατασκευαστεί εντός των 5 περιοχών ανάπτυξης, ενώ το συνολικό σχέδιο οικιστικής ανάπτυξης έχει έντονο κοινωνικό χαρακτήρα, λόγω των πολλών οικονομικά προσιτών κατοικιών που θα κατασκευαστούν και θα συμβάλλει στη βελτίωση του αστικού περιβάλλοντος και στην προσέλκυση νέων κατοίκων. Ταυτόχρονα, οι λειτουργίες αθλητισμού και αναψυχής θα ενισχυθούν λαμβάνοντας υπόψη την αναμενόμενη αύξηση του τοπικού πληθυσμού. Θα δημιουργηθούν ένα νέο δημοτικό κολυμβητήριο και 8 αθλητικές περιοχές που θα φιλοξενούν διάφορους αγώνες (Brent Council, 2010).

Επίσης, θα κατασκευαστούν 6 νέα σχολεία, εγκαταστάσεις υγείας και δημοτικών υπηρεσιών που είναι απαραίτητες δεδομένων των ιδιοτεροτήτων του τοπικού πληθυσμού. Έμφαση θα δοθεί στη βελτίωση της πρόσβασης μέσω δημόσιων μεταφορών, ποδηλάτου και περπατήματος με αναβάθμιση των μεταφορικών κόμβων Wembley, Alperton, First Central, Queen's Park, των πεζοδρόμων και των ποδηλατοδρόμων. Ακόμα, υπάρχει συνεργασία με τις άλλες αρχές του Δυτικού Λονδίνου για τη διασφάλιση ενός κατάλληλου δικτύου εγκαταστάσεων διαχείρισης αποβλήτων (Brent Council, 2010).

Πέρα από τις εγκαταστάσεις διαχείρισης αποβλήτων, οι ανοικτοί δημόσιοι χώροι που θα δημιουργηθούν (τουλάχιστον 24 στρέμματα μόνο στο Wembley) θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες των κατοίκων και θα βελτιώσουν την οικολογική αξία της περιοχής. Θα υλοποιηθούν εκτεταμένη δενδροφύτευση στην περιοχή και επανασχεδιασμός των τοπικών ποταμών προς τη φυσική τους ροή, θα ληφθούν μέτρα για τον περιορισμό των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των έργων όπως είναι η προώθηση της ενεργειακής εξοικονόμησης και της μείωσης εκπομπών CO₂ των κτιρίων. Έχει σχεδιαστεί η κατασκευή τουλάχιστον δύο έργων χαμηλής εκπομπής CO₂ και

δύο μονάδων παραγωγής ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές μέχρι το 2017 (Brent Council, 2010).

Τέλος, το σχέδιο ανάπτυξης προωθεί έναν τρόπο ζωής που δίνει έμφαση στη σωματική άσκηση (περπάτημα, ποδηλασία) εντός ενός περιβάλλοντος με πολλούς ανοικτούς χώρους στο οποίο παράλληλα διασφαλίζεται η ασφάλεια (μείωση εγκληματικότητας).

6.3.4.4. WEMBLEY CITY

Το μεγαλύτερο και πιο σημαντικό έργο στην περιοχή είναι το σύμπλεγμα Wembley City, που περιλαμβάνει (Wembley City, 2012):

- ✚ το Γήπεδο Wembley,
- ✚ το ιστορικό κλειστό στάδιο Wembley Arena που ανακαινίστηκε ριζικά,
- ✚ το τουριστικό αξιοθέατο Square of Fame που είναι παρόμοιο με το Grauman's Chinese Theatre του Hollywood,
- ✚ τις εμπορικές περιοχές Wembley Park Retail, Stadium Retail Park και London Designer Outlet,
- ✚ την υπαίθρια αγορά Sunday Market,
- ✚ τα πολυτελή ξενοδοχεία Hilton London Wembley και Wembley Plaza Hotel,
- ✚ εστιατόρια και μπαρ,
- ✚ εκτεταμένη οικιστική περιοχή με υψηλής ποιότητας κατοικίες.

Το συγκεκριμένο σύμπλεγμα είναι αντιπροσωπευτικό της ανάπτυξης που προωθείται στο Brent, όπως αυτή περιγράφεται στους στόχους της ανάπτυξής του, αποτελώντας μια επένδυση τεράστιων χρηματικών ποσών, δημόσιων και ιδιωτικών.

6.3.5. ΣΥΝΟΨΗ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το Νέο Wembley στα λίγα χρόνια ύπαρξής του έχει καταφέρει να αποτελέσει όχι μόνο ένα σύγχρονο και πολύ εντυπωσιακό γήπεδο αλλά και ένα σύμβολο παγκόσμιας φήμης για ολόκληρη την Αγγλία. Το γήπεδο συνδέεται άρρηκτα με την επιτυχή διοργάνωση και την κληρονομιά των Ολυμπιακών Αγώνων του 2012 αλλά και με την μεγάλης κλίμακας ανάπτυξη

μιας εκ των πιο υποβαθμισμένων περιοχών στη χώρα. Το μέχρι τώρα αποτέλεσμα αυτής (καθώς βρίσκεται σε εξέλιξη) είναι εντυπωσιακό και πολύ επιτυχές, καθώς ανασχέθηκε η υποβάθμιση και βελτιώθηκε το οικονομικό και αστικό περιβάλλον, δίνοντας νέο όραμα για το μέλλον στην περιοχή του Brent.

Καταλήγοντας, η κληρονομιά, η φήμη και η επίδραση του Wembley ξεπερνούν τα όρια του ποδοσφαίρου και επεκτείνονται σε πολλούς τομείς πέραν αυτού.

6.4. ALLIANZ ARENA

6.4.1. ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ

Το Allianz Arena (Εικόνες 6.33 και 6.34) αποτελεί και αυτό ένα από τα εντυπωσιακότερα και πιο σύγχρονα γήπεδα στην Ευρώπη και ξεχωρίζει στη Γερμανία μαζί με το Veltins Arena της Schalke 04. Βρίσκεται στο Μόναχο, αποτελώντας από κοινού την έδρα της Bayern München και της 1860 München και είναι διάσημο για τον καινοτόμο σχεδιασμό του σε διεθνές επίπεδο.

Η κατασκευή του γηπέδου υλοποιήθηκε γιατί η προηγούμενη κοινή έδρα των δύο συλλόγων, το Ολυμπιακό Στάδιο του Μονάχου, είχε κριθεί ως παλιά και παρωχημένου σχεδιασμού. Η άποψη αυτή ανταποκρινόταν στην πραγματικότητα, καθώς το Ολυμπιακό Στάδιο αν και πολύ ιστορικό (φιλοξένησε τους Ολυμπιακούς Αγώνες 1972, το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου 1974 και το Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου 1988), ήταν κτισμένο το 1972 και διέθετε στίβο περιμετρικά του αγωνιστικού χώρου, έχοντας ελάχιστους εμπορικούς χώρους. Δηλαδή δεν κάλυπτε τις σύγχρονες ανάγκες και φιλοδοξίες ενός συλλόγου διεθνούς εμβέλειας όπως η Bayern München, που προκειμένου να συνεχίσει να είναι ανταγωνιστική έπρεπε να αυξήσει σημαντικά τα έσοδά της.

Εικόνα 6.33. Το γήπεδο Allianz Arena.



Πηγή: Google.

Εικόνα 6.34. Το εσωτερικό του γηπέδου Allianz Arena.



Πηγή: Google.

Το Allianz Arena εγκαινιάστηκε το 2005 και κατασκευάστηκε με χρηματοδότηση και από τις δύο ομάδες. Αν και αρχικά στην καθεμία ανήκε το 50% του γηπέδου, το 2006 η Bayern εξαγόρασε το μερίδιο της 1860 München, λόγω των σοβαρότατων οικονομικών προβλημάτων της δεύτερης, με συνέπεια το γήπεδο να ανήκει πλέον εξ' ολοκλήρου στην πρώτη.

6.4.2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ-ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Το Allianz Arena λόγω του πρωτοποριακού σχεδιασμού του αποτελεί ένα γήπεδο-πρότυπο που θα έχει αξιοσημείωτη επίδραση σε αρκετά μεταγενέστερα γήπεδα και στάδια. Σχεδιάστηκε από το διάσημο και βραβευμένο αρχιτεκτονικό γραφείο Herzog & de Meuron, που είναι υπεύθυνο για το σχεδιασμό και άλλων γηπέδων/σταδίων (St. Jakobs Park, Beijing National Stadium/Bird's Nest) και πολιτιστικών χώρων. Το κυκλικό και ασυνήθιστο κέλυφος του γηπέδου μαζί με την καινοτόμα πρόσοψή του, η οποία ακτινοβολεί εντυπωσιακά τρία χρώματα (μπλε-κόκκινο-λευκό), το έχουν κάνει ιδιαίτερα διάσημο παγκοσμίως (Εικόνες 6.35, 6.36 και 6.37). Μάλιστα, το γήπεδο ακτινοβολεί διαφορετικά χρώματα ανάλογα με το ποια ομάδα παίζει εκεί (Bayern Munchen, 1860 Munchen και Εθνική Γερμανίας). Το γήπεδο ήταν (μαζί με το MetLife Stadium, κοινή έδρα των New York Giants και New York Jets) από τα πρώτα παγκοσμίως που απέκτησε τέτοιο τύπο πρόσοψης, εισάγοντας μια πρωτοποριακή τεχνολογική καινοτομία στην κατασκευή των γηπέδων (Osram, 2012· Wikipedia, 2012j).

Εικόνα 6.35. Το Allianz Arena ακτινοβολώντας μπλε χρώμα τη νύχτα.



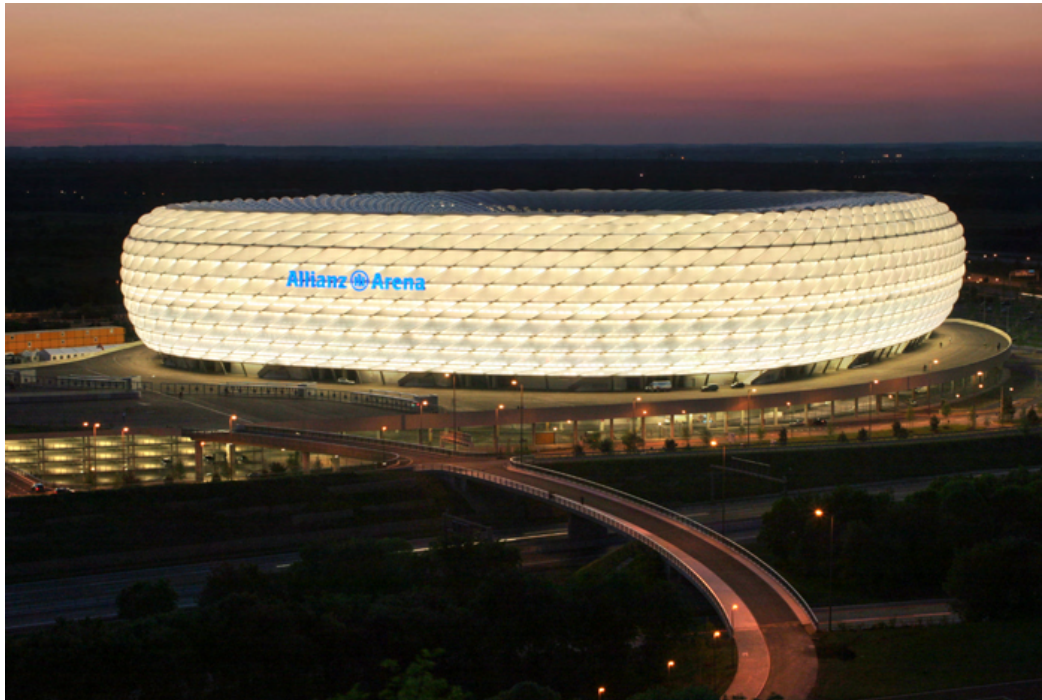
Πηγή: Google.

Εικόνα 6.36. Το Allianz Arena ακτινοβολώντας κόκκινο χρώμα τη νύχτα.



Πηγή: Google.

Εικόνα 6.37. Το Allianz Arena ακτινοβολώντας λευκό χρώμα τη νύχτα.



Πηγή: Google.

Βρίσκεται σε βόρειο προάστιο του Μονάχου και διαθέτει αποτελεσματική σύνδεση μέσω μετρό, λεωφορείων και αυτοκινήτου. Η κατασκευή του κόστισε στις δύο ομάδες €340 εκ., ενώ οι δημόσιες αρχές παραχώρησαν τον ακίνητο χώρο και επένδυσαν περίπου €210 εκ. για τη βελτίωση των υποδομών μεταφορών και του περιβάλλοντος χώρου (Ahlfeldt κ.ά., 2012· Ahlfeldt και Maennig, 2012). Έχει χωρητικότητα 68.000 θέσεων (το τρίτο μεγαλύτερο στη Γερμανία) και διαθέτει χώρους υψηλής ποιότητας φιλοξενίας, εμπορικούς χώρους, καθώς και τον μεγαλύτερο χώρο στάθμευσης στην Ευρώπη.

Ο σχεδιασμός του εσωτερικού του γηπέδου που παρομοιάζεται με κρατήρα έχει δώσει έμφαση στην ενίσχυση της εμπειρίας των θεατών, έτσι ώστε όλοι τους να νιώθουν κοντά στη δράση του αγώνα. Γι' αυτό οι θέσεις στις εξέδρες βρίσκονται πολύ κοντά στον αγωνιστικό χώρο, ενώ ακόμα και αυτές του τρίτου και τελευταίου διαζώματος διαθέτουν εξαιρετική επαφή με αυτόν. Επιπλέον, η κλίση που υπάρχει στις εξέδρες και αυξάνεται από τη βάση προς την κορυφή τους

δημιουργεί μια επιπρόσθετη πυκνότητα μεταξύ των θεατών που ενισχύει τη συναισθηματική ένταση (Herzog και de Meuron, 2006).

Το γήπεδο διαθέτει δύο γιγαντοθόκες για την προβολή στιγμιότυπων, οι οποίες είναι οι μεγαλύτερες στη χώρα. Η οροφή του Allianz Arena δεν είναι μετακινούμενη, όμως λόγω του μεγάλου μεγέθους της καλύπτει πλήρως όλους τους θεατές, προστατεύοντάς τους από έντονα καιρικά φαινόμενα. Τέλος, όπως είναι εμφανές πήρε την ονομασία του κατόπιν συμφωνίας των δύο ομάδων με την ασφαλιστική εταιρία Allianz, που εδρεύει στην πόλη και η οποία εξασφάλισε το σχετικό δικαίωμα για 30 χρόνια.

6.4.3. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΕΝΗ ΓΙΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ

Το Allianz Arena είναι ειδικά προορισμένο για ποδοσφαιρικούς αγώνες και μέχρι σήμερα έχει φιλοξενήσει ορισμένους πολύ σημαντικούς τέτοιους, όπως αγώνες του Παγκόσμιου Κυπέλλου Ποδοσφαίρου 2006, της Εθνικής Ομάδας Ποδοσφαίρου και τον φετινό τελικό του Champions League (2012). Ο δήμος του Μονάχου απαγορεύει τη διεξαγωγή εκεί μεγάλης κλίμακας ψυχαγωγικών γεγονότων (π.χ. συναυλιών) που συνήθως φιλοξενούν τα γήπεδα. Παρόλα αυτά, το γήπεδο φιλοξενεί μικρότερης κλίμακας γεγονότα, ενώ διαθέτει πολύ δημοφιλή προγράμματα ξενάγησης σε όλους τους χώρους του και στο Μουσείο της Bayern (Zeh, 2010)

6.4.4. Η ΣΧΕΣΗ ALLIANZ ARENA-MONACHOU

6.4.4.1. ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ

Το Μόναχο θεωρείται μια παγκόσμια πόλη με ισχυρή φήμη και ακτινοβολία. Ήδη καταλαμβάνει ως τέτοια υψηλή θέση (τέταρτου επιπέδου, alpha-) στις σχετικές κατατάξεις (Loughborough University, 2010· Foreign Policy, 2010), ενώ αποτελεί το δεύτερο μεγαλύτερο οικονομικό κέντρο της χώρας μετά την Φρανκφούρτη με ισχυρό τομέα υπηρεσιών. Στην πόλη έχουν τα κεντρικά τους γραφεία εταιρίες διεθνούς εμβέλειας που μεταξύ άλλων περιλαμβάνουν τις εξής: Siemens, Allianz, BMW, MAN, Munich Re, MTU Aero Engines, European Aeronautic Defence and Space Company (EADS) και Osram.

Επίσης, αποτελεί ισχυρό κέντρο επιστημών και έρευνας στους τομείς της βιοτεχνολογίας, των υπηρεσιών λογισμικού και άλλων εξειδικευμένων υπηρεσιών, έχοντας μερικά από τα επιφανέστερα πανεπιστήμια σε όλη τη χώρα. Μάλιστα, η εξέλιξη και δυναμική της ευρύτερης περιοχής, οδηγεί σε αυξανόμενη ενίσχυση των ποικίλων σχέσεων μεταξύ του Μονάχου και άλλων 8 γειτονικών περιοχών. Έχοντας αυτά ως δεδομένα, θεωρείται πιθανή η εξέλιξη της περιοχής να οδηγήσει στην εμφάνιση της πολυκεντρικής μεγά-πόλης του Μονάχου, η οποία θα κατατάσσεται στο δεύτερο (alpha+) ή ακόμα και πρώτο επίπεδο (alpha++) παγκόσμιας πόλης (Luthi κ.ά., 2010).

6.4.4.2. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ

Το Allianz Arena συνδέθηκε με σημαντικές δημόσιες επενδύσεις στον τομέα των υποδομών (€10 εκ.) που βελτίωσαν τον παρακείμενο δρόμο ταχείας κυκλοφορίας (Autobahn), το δίκτυο και το σταθμό μετρό (Frottmaning) που εξυπηρετούν το γήπεδο.

Η προοπτική ενός σύγχρονου, κορυφαίου γηπέδου με την προοπτική και του Παγκόσμιου Κυπέλλου Ποδοσφαίρου 2006 αντιμετωπιζόταν ιδιαίτερα θετικά από τους κατοίκους και τις αρχές της πόλης, ήδη πριν την κατασκευή του Allianz Arena. Σε σχετικό δημοψήφισμα που τέθηκε το 2001 προς τους πολίτες του Μονάχου, αυτοί ενέκριναν την κατασκευή νέου γηπέδου στη δεδομένη τοποθεσία με το εντυπωσιακό ποσοστό του 66%. Τόσο το ποσοστό όσο και η παρατηρηθείσα προσέλευση των κατοίκων (37.5%) αποτελούσαν το υψηλότερο αποτέλεσμα στις αντίστοιχες κατηγορίες από την εφαρμογή της σχετικής διαδικασίας στην πόλη το 1996 (Ahlfeldt και Maennig, 2012: 212).

Η ισχυρή υποστήριξη της τοπικής κοινότητας στο νέο γήπεδο βασιζόταν σε δύο παράγοντες: στα όποια οφέλη προκύπτουν στην οικονομία και στις υποδομές λόγω της κατασκευής και λειτουργίας του και κυρίως στα θετικά οφέλη που αναμένονταν να προκύψουν στην ακτινοβολία του Μονάχου. Αν και κατά τη διενέργεια του δημοψηφίσματος δεν ήταν γνωστό το σχέδιο του νέου γηπέδου, εντούτοις, τόσο οι δημόσιες αρχές όσο και η διοίκηση της Bayern είχαν γνωστοποιήσει στους πολίτες πως σκόπευαν να κατασκευάσουν ένα κορυφαίο και εντυπωσιακό σύγχρονο γήπεδο που θα καταστεί φημισμένο τοπόσημο για την πόλη (Ahlfeldt και Maennig, 2012: 210).

Επιπρόσθετα, το γήπεδο έχει θετική επίδραση στην ψυχολογία της τοπικής κοινότητας. Όπως συμβαίνει με πολλά σύγχρονα στάδια, οι κάτοικοι είναι περήφανοι για το εξαιρετικό και διάσημο γήπεδο που διαθέτει η πόλη τους.

Λόγω του εντυπωσιακού σχεδιασμού του το Allianz Arena έχει συμβάλλει στην προσπάθεια βελτίωσης της θέσης του ως παγκόσμιας πόλης. Το ίδιο το γήπεδο, ως ένας τεράστιος αστραφτερός όγκος, σηματοδοτεί μια νέα περιοχή στο ανοικτό τοπίο μεταξύ του αεροδρομίου και του κέντρου του Μονάχου, ενώ αποτελεί ελκυστικό αστικό μνημείο ακόμα και για αυτούς που δεν ενδιαφέρονται για το ποδόσφαιρο (Herzog και de Meuron, 2006).

Ακόμα, το Allianz Arena ίσως έχει παίξει σημαντικό ρόλο στις πολύ καλές πορείες της Bayern στο Champions League αφότου κατασκευάστηκε το γήπεδο, με αποκορύφωμα την πρόκρισή της σε δύο τελικούς, έστω και χαμένους (2010, 2012). Εντός Γερμανίας, από την κατασκευή του νέου γηπέδου η Bayern έχει κατακτήσει τρία από τα έξι πρωταθλήματα που διεκδίκησε, πιστοποιώντας την αγωνιστική της άνοδο. Ο σύλλογος έχει μεγάλα έσοδα λόγω του γηπέδου, γεγονός που του επιτρέπει να συνεχίσει να είναι πολύ ανταγωνιστικός στη Γερμανία και στην Ευρώπη. Μάλιστα, η ομάδα πραγματοποίησε τις εννιά από τις δέκα ακριβότερες μεταγραφές της ιστορίας της μετά τη δημιουργία του νέου γηπέδου, αποδεικνύοντας πόσο σημαντικό ρόλο παίζει αυτό στη λειτουργία της (Transfermarkt, 2012).

7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας και γενικότερα των ανθρώπινων δραστηριοτήτων που έχει επέλθει στην εποχή μας, έχει επηρεάσει σαφώς και ποικιλοτρόπως τα σύγχρονα Ευρωπαϊκά γήπεδα, καθώς αυτά αποτελούν αντανάκλαση των επικρατουσών πολιτικών, κοινωνικών και οικονομικών διαδικασιών. Συνεπώς, εμφανίστηκαν ως αποτελέσματα της επικράτησης της νεοφιλελεύθερης ιδεολογίας στην οικονομία που προωθεί την απελευθέρωση των αγορών, τις ιδιωτικοποιήσεις και την ιδιωτικοποίηση δημόσιων χρημάτων, μέσω των συμπράξεων δημόσιου-ιδιωτικού τομέα για την κατασκευή μεγάλων έργων.

Επιπλέον, τα σύγχρονα γήπεδα, σε αντίθεση με τα παλαιότερα, έχουν σημαντικές οικονομικές και χωρικές επιδράσεις. Οι επιδράσεις αυτές είναι θετικές αν και η συζήτηση για αυτές παραμένει ανοικτή, αφού κάποιοι ερευνητές έχουν αντίθετη άποψη. Τα γήπεδα προωθούν τις μικτές χρήσεις στην τοπική κοινότητα, αφού συνδυάζουν τους εκτεταμένους χώρους που προορίζονται για οικονομικές δραστηριότητες που σχετίζονται με το εμπόριο, την ψυχαγωγία, την παροχή υπηρεσιών, τον τουρισμό, με τις υποδομές κατοικίας και τους ανοικτούς δημόσιους χώρους. Από τις παραπάνω δραστηριότητες προκύπτουν σημαντικά οικονομικά οφέλη για τις κοινότητες, όπως είναι η ενίσχυση της απασχόλησης και της κατανάλωσης, η προσέλκυση επιχειρήσεων και επενδύσεων και η αύξηση του παραγόμενου εισοδήματος.

Επιπρόσθετα, η νέα γενιά γηπέδων αποφέρει σημαντικά έσοδα στις ιδιοκτήτριες ομάδες λόγω της αυξημένης οικονομικής δραστηριότητας που σχετίζεται με αυτά. Σε αυτά συρρέει πολύ μεγάλο πλήθος επισκεπτών προκειμένου να παρακολουθήσει ένα αγώνα, να ξεναγηθεί στους χώρους τους, να ψυχαγωγηθεί παρακολουθώντας ένα καλλιτεχνικό ή άλλο γεγονός που φιλοξενείται σε αυτά (μια συναυλία, ένα συνέδριο), να πραγματοποιήσει αγορές στα μεγάλα εμπορικά κέντρα που βρίσκονται εντός και εκτός αυτών και γενικά να βιώσει μια ξεχωριστή εμπειρία που εμπεριέχει τον αθλητισμό, τον πολιτισμό, την ψυχαγωγία και φυσικά το εμπόριο. Οι σύλλογοι που διαθέτουν σύγχρονα γήπεδα έχουν τη δυνατότητα να είναι πιο ανταγωνιστικοί λόγω των εσόδων που προκύπτουν από αυτό ακόμα και αν δεν κατορθώσουν να κατακτήσουν κάποιο τίτλο για αρκετά χρόνια. Παράδειγμα τέτοιου συλλόγου αποτελεί η Arsenal, η οποία

συνεχίζει να θεωρείται μια από τις κορυφαίες και πλουσιότερες Ευρωπαϊκές ομάδες, παρά την παρατεταμένη αγωνιστική κάμψη που έχει γνωρίσει. Το Γήπεδο Emirates της εξασφαλίζει έσοδα ανάλογα με αυτά που έχουν άλλες πολύ πιο επιτυχημένες αγωνιστικά ομάδες, ενώ μετά την κατασκευή του, το κύρος της έχει ενισχυθεί ιδιαίτερα, καθώς διαθέτει ένα από τα κορυφαία γήπεδα στην Ευρώπη. Ένα διαφορετικό παράδειγμα συλλόγου αποτελεί η Bayern Munchen, η οποία με την κατασκευή του Allianz Arena αύξησε την ανταγωνιστικότητά της. Αυτό αποδεικνύουν η επιτυχημένες πορείες σε Γερμανία και Ευρώπη και η πραγματοποίηση πολλών και ιδιαίτερα ακριβών μεταγραφών για την αγωνιστική της ενίσχυση, ενώ λόγω του γηπέδου, που αποτελεί ένα από τα πιο εντυπωσιακά παγκοσμίως, το κύρος της έχει ενισχυθεί.

Η νέα γενιά γηπέδων και οι αναπλάσεις που σχετίζονται με αυτή αποτελούν εργαλεία του σύγχρονου αστικού σχεδιασμού, ο οποίος με τη σειρά του έχει στενή σχέση με την προώθηση των πόλεων (city marketing). Οι περιοχές που επιλέγονται για τη φιλοξενία των γηπέδων, είναι υποβαθμισμένες που αντιμετωπίζουν έντονα χωρικά και κοινωνικά προβλήματα και διαθέτουν μια οικονομία που συρρικνώνεται για μεγάλο διάστημα. Μέσω των αναπλάσεων που πραγματοποιούνται σε αυτές προκειμένου να αλλάξουν εικόνα αλλά και να αποκτήσουν βιώσιμη οικονομία και περιβάλλον, γίνεται αντιληπτή η προσπάθεια των πόλεων να προωθήσουν την εικόνα της επιτυχημένης υλοποίησης στρατηγικών. Με αυτό τον τρόπο, η περιοχή στην οποία πραγματοποιήθηκε η ανάπλαση αλλά και η πόλη σε ευρύτερο πλαίσιο προσπαθούν να γίνουν πιο ελκυστικές, προσελκύονται επισκέπτες, επιχειρήσεις και επενδύσεις. Στην παρούσα εργασία αναφέρονται συγκεκριμένα παραδείγματα περιοχών, που μετά την κατασκευή νέου γηπέδου και την ανάπλαση με την οποία αυτό συνδυάστηκε, προσέλκυσαν νέους κατοίκους, επιχειρήσεις και επενδύσεις: η ευρύτερη περιοχή του Amsterdam ArenA (ArenA Boulevard-Amstel III-Bijlmermeer), η περιοχή Islington και η περιοχή Brent.

Στην πρώτη περίπτωση, η κατασκευή του γηπέδου έπαιξε καταλυτικό ρόλο για στην αναζωογόνηση των περιοχών που προαναφέρθηκαν. Η ευρύτερη περιοχή μετατράπηκε από έναν υποβαθμισμένο τόπο με έντονα και ποικίλα προβλήματα και ετερόκλητα χαρακτηριστικά σε ένα τόπο που συγκαταλέγεται μεταξύ των πιο αναπτυγμένων στο Άμστερνταμ. Τα φτωχά κοινωνικά στρώματα και οι μετανάστες στην παρακμασμένη Μοντέρνα οικιστική περιοχή του Bijlmermeer

και οι χώροι γραφείων με τον παρωχημένο σχεδιασμό και την χαμηλή πληρότητα στην περιοχή Amstel III, έδωσαν τη θέση τους σε μια ενοποιημένη ευρύτερη περιοχή που διαθέτει μικτές χρήσεις και αποτελεί το δεύτερο και δυναμικό κέντρο ολόκληρου του Άμστερνταμ. Η ενοποίηση αυτή επιτεύχθηκε με την δημιουργία του Amsterdam ArenA στην περιοχή ArenA Boulevard και την ανάπτυξη σε αυτή χώρων που σχετίζονται με την ψυχαγωγία, το εμπόριο και τον τουρισμό. Η ευρύτερη περιοχή συνδυάζει τη φιλοξενία σημαντικών εγχώριων και διεθνών επιχειρήσεων, την ύπαρξη ενός δυναμικού κέντρου εμπορίου και ψυχαγωγίας με την ύπαρξη μιας οικιστικής περιοχής υψηλής ποιότητας που έχει προσελκύσει κατοίκους από όλη την πόλη. Σε αυτά προστίθεται και η σημαντική τουριστική ανάπτυξη που έχει γνωρίσει η περιοχή, αφού αυτή αποτελεί μια από τις δημοφιλέστερες στο Άμστερνταμ, με συνέπεια να δέχεται εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως. Στο επίκεντρο αυτής της περιοχής βρίσκεται το Amsterdam ArenA, που ενισχύει την ενοποίηση του χώρου και αποτελεί ένα από τα δημοφιλέστερα τουριστικά αξιοθέατα στην πόλη, προβάλλοντας την επιτυχημένη ταυτότητά της και ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητά της.

Στη δεύτερη περίπτωση, η ανάπλαση του Islington αποτελεί ένα σημαντικό παράδειγμα επιτυχούς αναζωογόνησης σε μια κεντρική περιοχή του Λονδίνου. Το Islington ήταν μια τυπική πρώην βιομηχανική περιοχή, που αντιμετώπιζε έντονα προβλήματα από την αποβιομηχάνισή της, όπως οικονομική συρρίκνωση και σημαντική υποβάθμιση του αστικού της περιβάλλοντος. Το Γήπεδο Emirates έπαιξε καταλυτικό ρόλο στην υλοποίηση της ανάπλασης, αφού χωρίς την κατασκευή του δεν θα πραγματοποιούνταν. Παράλληλα, η αναγκαία για την περιοχή ανάπλαση χρηματοδοτήθηκε αποκλειστικά με ιδιωτικά κεφάλαια (της Arsenal και άλλων εταιριών). Το Islington άλλαξε ριζικά εικόνα, υπήρξε έντονη οικιστική ανάπτυξη με μεγάλο τμήμα αυτής να αφορά οικονομικά προσιτές κατοικίες και προέβλεψε τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, συνεπώς ωφέλησε την τοπική κοινότητα. Ταυτόχρονα, επιπρόσθετα οφέλη για αυτή ήταν η βελτίωση των υποδομών μεταφορών και η δημιουργία νέων υποδομών κοινωνικής πρόνοιας και ανοικτών χώρων, που βελτίωσαν την ποιότητα ζωής εντός της περιοχής. Ακόμα, το γήπεδο λόγω της υψηλής ποιότητας του σχεδιασμού του είναι διάσημο διεθνώς, με αποτέλεσμα μέσω αυτού να προωθείται η εικόνα της ευρύτερης περιοχής και το επιτυχημένο παράδειγμα αναζωογόνησής της, κάνοντάς τη πιο ελκυστική σύμφωνα με τους στόχους της προώθησης τόπων.

Στην τρίτη περίπτωση, η ανάπλαση του Brent αποτελεί ένα επιτυχημένο πρότυπο ανάπτυξης μικτών χρήσεων σε μια έντονα υποβαθμισμένη περιοχή. Το σχέδιο της ανάπλασης οφείλεται στο Γήπεδο Wembley, το οποίο αποτελεί και πολύ σημαντικό σύμβολο ολόκληρου του Λονδίνου. Το γήπεδο έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην ανάπλαση της περιοχής, ενώ μέσω αυτού επιτυγχάνεται η προβολή της νέας εικόνας της δίνοντας της ένα πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της.

Το Allianz Arena μπορεί να μην έχει συνδεθεί με κάποια αστική ανάπλαση, παρόλα αυτά, αποτελεί σημαντικό μέσο για την ενοποίηση του χώρου μεταξύ του αεροδρομίου και του κέντρου της πόλης. Το γήπεδο αποτελεί ένα παγκόσμιας φήμης σύμβολο για το Μόναχο, που εξυπηρετεί την φιλοδοξία του να ενισχυθεί η εικόνα του και να καταστεί μια σύγχρονη μεγάλη-πολη (mega-city).

Όπως προκύπτει από τα προαναφερθέντα, τα σύγχρονα γήπεδα έχουν ιδιαίτερα σημαντικές επιδράσεις στην οικονομία και το χώρο, συμβάλουν στην ανάπτυξη των περιοχών όπου βρίσκονται.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1. Παραδείγματα ονοματοδοσίας ποδοσφαιρικών γηπέδων κατόπιν χορηγικών συμφωνιών.

Όνομα γηπέδου	Ιδιοκτήτρια ομάδα	Πόλη/Χώρα
<i>Emirates Stadium</i>	Arsenal	Λονδίνο, Ηνωμένο Βασίλειο
<i>Etihad Stadium (City of Manchester Stadium)</i>	Manchester City	Μάντσεστερ, Ηνωμένο Βασίλειο
<i>King Power Stadium</i>	Leicester City	Leicester, Ηνωμένο Βασίλειο
<i>Allianz Arena</i>	Bayern Munchen	Μόναχο, Γερμανία
<i>Veltins Arena</i>	Schalke 04	Gelsenkirchen, Γερμανία
<i>Volkswagen Arena</i>	VfL Wolfsburg	Wolfsburg, Γερμανία
<i>Esprit Arena</i>	Fortuna Dusseldorf	Dusseldorf, Γερμανία
<i>Hypo Arena</i>	SK Austria Klagenfurt	Klagenfurt, Αυστρία
<i>Red Bull Arena</i>	Red Bull Salzburg	Salzburg, Αυστρία
<i>Aviva Stadium</i>	Εθνική Ομάδα Ποδοσφαίρου Ιρλανδίας	Δουβλίνο, Ιρλανδία
<i>Turk Telekom Arena</i>	Galatasaray SK	Κωνσταντινούπολη, Τουρκία
<i>PGE Arena Gdansk</i>	Lechia Gdansk	Gdansk, Πολωνία
<i>Juventus Stadium¹</i>	Juventus	Τορίνο, Ιταλία

Πηγή: Διαδίκτυο, Ιδία επεξεργασία.

1. Η ομάδα της Γιουβέντους έχει συμφωνήσει με την εταιρία Sportfive Italia για αποκλειστικά δικαιώματα ονοματοδοσίας του νέου της γηπέδου.

Πίνακας 1.2. Κατασκευές εμβληματικού αρχιτεκτονικού σχεδιασμού.

Όνομα κτιρίου	Περιοχή/Χώρα
<i>Guggenheim Museum</i>	Μπιλμπάο, Ισπανία
<i>MAXXI National Museum of Contemporary Arts</i>	Ρώμη, Ιταλία
<i>Triple V Gallery</i>	Tianjin, Κίνα
<i>Convensia Convention Center</i>	Incheon, Ν. Κορέα
<i>Dogbu Financial Center</i>	Σεούλ, Ν. Κορέα
<i>Sciences Teaching and Student Center, University of Minnesota</i>	Μινεάπολις, ΗΠΑ
<i>Abu Dhabi International Airport Midfield Complex</i>	Abu Dhabi, ΗΑΕ
<i>De Hoftoren</i>	Χάγη, Ολλανδία
<i>King Abdulaziz Library Building</i>	Dhahran, Σαουδική Αραβία
<i>Muscat Cultural Centre</i>	Muscat, Ομάν
<i>Kunsthau Weiz- Austrian Cultural Centre</i>	Graz, Αυστρία
<i>Arctic Culture Center</i>	Hammerfest, Νορβηγία
<i>Ίδρυμα Ωνάση</i>	Αθήνα, Ελλάδα
<i>Pier Exhibition Centre</i>	Doha, Κατάρ

<i>City of Science and Techniques</i>	Chongqing, Κίνα
<i>Burj Khalifa (Burj Dubai)</i>	Dubai, ΗΑΕ

Πηγή: Διαδίκτυο, Ιδία επεξεργασία.

Πίνακας 1.3. Μεγάλα ποδοσφαιρικά γεγονότα και σύγχρονα γήπεδα.

Διοργάνωση	Όνομασία Γηπέδου	Έτος λειτουργίας	Χώρα
<i>Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου 2002</i>	Misaki Park Stadium	2001	Ιαπωνία
	Sapporo Dome	2001	Ιαπωνία
	Seoul World Cup Stadium	2001	Ν. Κορέα
	Ulsan Munsu Football Stadium	2001	Ν. Κορέα
<i>Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου 2004</i>	Stadium da Luz	2003	Πορτογαλία
	Stadium Jose Alvalade	2003	Πορτογαλία
	Stadium Dragao	2003	Πορτογαλία
<i>Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου 2006</i>	Allianz Arena	2005	Γερμανία
<i>Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου 2008</i>	Hypo Arena	2007	Αυστρία
<i>Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου 2010</i>	FNB Stadium (Soccer City)	2009	Ν. Αφρική
	Cape Town Stadium	2009	Ν. Αφρική

	Nelson Mandela Bay Stadium	2007	Ν. Αφρική
	Moses Mabhida Stadium	2009	Ν. Αφρική
<i>Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου 2012</i>	PGE Arena Gdansk	2011	Πολωνία
	Wroclaw Municipal Stadium	2011	Πολωνία
	National Stadium	2012	Πολωνία
	Arena Lviv	2011	Ουκρανία
<i>Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου 2014</i>	Brasilia National Stadium	Τέλη 2012	Βραζιλία
	Arena Panatal	Τέλη 2012	Βραζιλία
	Arena Amazonia	2013	Βραζιλία
	Arena Palestra Italia	2013	Βραζιλία
	Arena Corinthians	2013	Βραζιλία
	Dunas Arena	2013	Βραζιλία
	Arena Pernambuco	2013	Βραζιλία
	Arena Fonte Nova	2013	Βραζιλία

Πηγή: The Stadium Guide, Ιδία επεξεργασία.

Πίνακας 3.1. Στάδια όλων των αθλημάτων στις ΗΠΑ

Όνομα Γηπέδου	Όνομα συλλόγου	Χωρητικότητα	Έτος λειτουργίας	Κύριο άθλημα	Περιοχή
<i>Camden Yards</i>	Baltimore Orioles	46.000	1992	Μπέιζμπολ	Αστικό κέντρο
<i>Safeco Field</i>	Seattle Mariners	48.000	1999	Μπέιζμπολ	Προάστιο
<i>Citizens Bank Park</i>	Philadelphia Phillies	44.000	2004	Μπέιζμπολ	Προάστιο
<i>Nationals Park</i>	Washington Nationals	41.000	2008	Μπέιζμπολ	Προάστιο
<i>Yankee Stadium</i>	New York Yankees	50.000	2009	Μπέιζμπολ	Αστικό κέντρο
<i>Target Field</i>	Minnesota Twins	40.000	2010	Μπέιζμπολ	Αστικό κέντρο
<i>Marlins Park</i>	Miami Marlins	37.000	2012	Μπέιζμπολ	Προάστιο
<i>US Airways Center</i>	Phoenix Suns	18.000	1992	Καλαθοσφαίριση	Αστικό κέντρο
<i>American Airlines Arena</i>	Miami Heat	20.000	1999	Καλαθοσφαίριση	Αστικό κέντρο
<i>Bankers Life Fieldhouse</i>	Indiana Pacers	18.000	1999	Καλαθοσφαίριση	Αστικό κέντρο

<i>Staples Center</i>	L.A. Lakers/ L.A. Clippers	19.000	1999	Καλαθοσφαίριση	Αστικό κέντρο
<i>Philips Arena</i>	Atlanta Hawks	18.000	1999	Καλαθοσφαίριση	Αστικό κέντρο
<i>Chesapeake Energy Arena</i>	Oklahoma City Thunder	18.000	2002	Καλαθοσφαίριση	Αστικό κέντρο
<i>Toyota Center</i>	Houston Rockets	18.000	2003	Καλαθοσφαίριση	Αστικό κέντρο
<i>FedEx Forum</i>	Memphis Grizzlies	18.000	2004	Καλαθοσφαίριση	Αστικό κέντρο
<i>Time Warner Cable Arena</i>	Charlotte Bobcats	19.000	2005	Καλαθοσφαίριση	Αστικό κέντρο
<i>Amway Center</i>	Orlando Magic	19.000	2010	Καλαθοσφαίριση	Αστικό κέντρο
<i>KFC Yum! Center</i>	University of Louisville	22.000	2010	Καλαθοσφαίριση	Αστικό κέντρο
<i>Barclays Center</i>	Brooklyn Nets	18.000	2012	Καλαθοσφαίριση	Αστικό κέντρο
<i>Reliant Stadium</i>	Houston Texans	71.000	2002	Αμερικάνικο Ποδόσφαιρο	Προάστιο
<i>University of Phoenix Stadium</i>	Arizona Cardinals	63.000	2006	Αμερικάνικο Ποδόσφαιρο	Προάστιο
<i>Lucas Oil Stadium</i>	Indianapolis	62.000	2008	Αμερικάνικο	Αστικό

	Colts			Ποδόσφαιρο	κέντρο
<i>Cowboys Stadium</i>	Dallas Cowboys	113.000	2009	Αμερικάνικο Ποδόσφαιρο	Προάστιο
<i>The Home Depot Center</i>	Los Angeles Galaxy/ Chivas USA	27.000	2003	Ποδόσφαιρο	Προάστιο
<i>Red Bull Arena</i>	New York Red Bulls	25.000	2010	Ποδόσφαιρο	Αστικό κέντρο
<i>Livestrong Sporting Park</i>	Sporting Kansas City	18.500	2011	Ποδόσφαιρο	Προάστιο
<i>BBVA Compass Stadium</i>	Houston Dynamo	22.000	2012	Ποδόσφαιρο	Αστικό κέντρο

Πηγή: Διαδίκτυο, Ιδία επεξεργασία.

Πίνακας 4.1. Σημαντικά σύγχρονα Ευρωπαϊκά γήπεδα.

Όνομασία Γηπέδου	Σύλλογος/Ομάδα	Χωρητικότητα	Έτος λειτουργίας	Χώρα
<i>John Smith's Stadium (McAlpine Stadium)</i>	Huddersfield	25.000	1994	Μεγάλη Βρετανία
<i>Reebok Stadium</i>	Bolton Wanderers	29.000	1997	Μεγάλη Βρετανία
<i>Stadium of Light</i>	Sunderland	49.000	1997	Μεγάλη Βρετανία
<i>Millennium Stadium</i>	Εθνική Ομάδα Ποδοσφαίρου Ουαλίας	74.500	1999	Μεγάλη Βρετανία

<i>Etihad Stadium</i>	Manchester City	45.500	2003	Μεγάλη Βρετανία
<i>Emirates Stadium</i>	Arsenal	60.000	2006	Μεγάλη Βρετανία
<i>Wembley Stadium</i>	Εθνική Ομάδα Ποδοσφαίρου Αγγλίας	90.000	2007	Μεγάλη Βρετανία
<i>Cardiff City Stadium</i>	Cardiff	27.000	2009	Μεγάλη Βρετανία
<i>Aviva Stadium</i>	Εθνική Ομάδα Ποδοσφαίρου Ιρλανδίας	52.000	2010	Ιρλανδία
<i>Stade de France</i>	Εθνική Ομάδα Ποδοσφαίρου Γαλλίας	81.000	1998	Γαλλία
<i>MMArena</i>	Le Man	25.000	2011	Γαλλία
<i>Stade du Hainaut</i>	Valenciennes	25.000	2011	Γαλλία
<i>Grand Stade Lille Metropole</i>	Lille Metropole	50.000	2012	Γαλλία
<i>Grand Stade du Havre</i>	Le Havre	25.000	2012	Γαλλία
<i>Veltins Arena</i>	Schalke 04	54.000	2001	Γερμανία
<i>Volkswagen Arena</i>	Wolfsburg	30.000	2002	Γερμανία
<i>Esprit Arena</i>	Fortuna Düsseldorf	54.600	2004	Γερμανία
<i>Allianz Arena</i>	Bayern Munich	68.000	2005	Γερμανία

<i>Juventus Stadium</i>	Juventus	41.000	2011	Ιταλία
<i>Amsterdam Arena</i>	Ajax	52.000	1996	Ολλανδία
<i>PGE Arena Gdansk</i>	Lechia Gdansk	43.600	2011	Πολωνία
<i>Wroclaw Municipal Stadium</i>	Slask Wroclaw	43.000	2011	Πολωνία
<i>National Stadium</i>	Εθνική Ομάδα Ποδοσφαίρου Πολωνίας	56.000	2012	Πολωνία
<i>Stadium da Luz</i>	Benfica	65.600	2003	Πορτογαλία
<i>Stadium Jose Alvalade</i>	Sporting Lisbon	50.000	2003	Πορτογαλία
<i>Stadium Dragao</i>	Porto	50.400	2003	Πορτογαλία
<i>Stadium Cornella-El Prat</i>	Espanyol	40.500	2009	Ισπανία
<i>Lokomotiv Stadium</i>	Lokomotiv Moscow	29.000	2002	Ρωσία
<i>Donbass Arena</i>	Shakhtar Donetsk	52.000	2009	Ουκρανία
<i>Arena Lviv</i>	Karpaty Lviv	35.000	2011	Ουκρανία
<i>Chornomorets Stadium</i>	Chornomorets Odesa	34.000	2011	Ουκρανία
<i>National Arena</i>	Εθνική Ομάδα Ποδοσφαίρου Ρουμανίας	55.600	2011	Ρουμανία

<i>Cluj Arena</i>	Universitatea Cluj	30.000	2011	Ρουμανία
<i>St. Jakob Park</i>	Basel United	37.500	2001	Ελβετία
<i>Stade de Genève</i>	Servette	30.000	2003	Ελβετία
<i>Stade de Suisse Wankdorf</i>	Young Boys	32.000	2005	Ελβετία
<i>Kadir Has Stadium</i>	Kayserispor	33.000	2009	Τουρκία
<i>Turk Telekom Arena</i>	Galatasaray	52.600	2011	Τουρκία
<i>Γήπεδο Γ. Καραϊσκάκης</i>	Ολυμπιακός/ Εθνική Ομάδα Ποδοσφαίρου Ελλάδας	32.000	2004	Ελλάδα
<i>Red Bull Arena</i>	Red Bull Salzburg	32.000	2003	Αυστρία
<i>Hypo Arena</i>	Austria Klagenfurt	32.000	2007	Αυστρία
<i>Parken Stadium</i>	Copenhagen	38.000	1992	Δανία

Πηγή: Διαδίκτυο, Ιδία επεξεργασία.

Πίνακας 4.2. Μελλοντικά γήπεδα στην Ευρώπη

Όνομα γηπέδου	Σύλλογος	Έτος λειτουργίας	Χώρα
<i>Nuevo Mestalla Stadium</i>	Valencia	2014	Ισπανία
<i>San Mames Barria Stadium</i>	Athletic Bilbao	2013	Ισπανία
<i>Nuevo Atletico Madrid Stadium</i>	Atletico Madrid	2015	Ισπανία
<i>New Zenit Stadium</i>	Zenit St. Petersburg	2013	Ρωσία
<i>New Kazan Stadium</i>	Rubin Kazan	2013	Ρωσία
<i>New Spartak Stadium</i>	Spartak Moscow	2014	Ρωσία
<i>VTB Arena</i>	Dynamo Moscow	2016	Ρωσία
<i>Krasnodar World Cup Stadium</i>	Kuban Krasnodar	2016	Ρωσία
<i>UWE Stadium</i>	Bristol Rovers	2014	Ηνωμένο Βασίλειο
<i>New Tottenham Stadium</i>	Tottenham Hotspur	2015	Ηνωμένο Βασίλειο
<i>Horsea Island Stadium</i>	Portsmouth	2016	Ηνωμένο Βασίλειο
<i>Allianz Riviera</i>	OGC Nice	2013	Γαλλία
<i>Grande Stade Olympique Lyonnais</i>	Olympique Lyonnais	2014	Γαλλία
<i>New Bordeaux Stadium</i>	Girondins Bordeaux	2015	Γαλλία
<i>Artevelde Stadium</i>	Gent	2013	Βέλγιο
<i>Stockholm Arena</i>	Hammarby & Djurgardens	2013	Σουηδία

<i>Zabrze Stadium</i>	Gornik Zabrze	2014	Πολωνία
<i>Timsah Arena</i>	Bursaspor 1963	2013	Τουρκία
<i>New Konya Stadium</i>	Konyaspor	2014	Τουρκία

Πηγή: Διαδίκτυο, Ιδία επεξεργασία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αντωναρόπουλος, Π. κ.ά. (2008) “Ειδική μελέτη (Master Plan) για την υλοποίηση του Προγράμματος Διπλής Ανάπλασης των περιοχών Βοτανικού-Λ. Αλεξάνδρας”, Αθήνα.
- Βενετσάνου, Μ., Κουκίδου, Α., Ραλλιός, Ε. και Σούκος, Θ. (2010) “Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στον Αναπτυξιακό Σχεδιασμό: Παραδείγματα από τον Μεσογειακό Χώρο” σε Μπεριάτος, Η. και Παπαγεωργίου, Μ. (Επ) *Χωροταξία-Πολοδομία-Περιβάλλον στον 21^ο αιώνα*, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.
- Γοσποδίνη, Α. (2006) “Σκιαγραφώντας, ερμηνεύοντας και ταξινομώντας τα νέα τοπία της μεταβιομηχανικής πόλης” σε Γοσποδίνη, Α. και Μπεριάτος, Η. (Επ.) *Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Κολοβός, Ν. (2010) “Η Χρηστικότητα του Ποδοσφαιρικού Σταδίου. Σύγκριση Ελληνικής και Ευρωπαϊκής Πραγματικότητας”, Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Γεωγραφίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, διαθέσιμο στο estia.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/1188/1/Kolovos_Nikolaos.pdf
- Ψυχάκος, Δ. (2010) “Ανταγωνισμός, Εμπορευματοποίηση και Επιχειρηματική Πόλη στη Μετανεωτερική Ευρώπη”, Αθήνα.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ahlfeldt, G. και Maennig, W. (2012) “Voting on a NIMBY Facility: Proximity Cost of an Iconic Stadium”, *Urban Affairs Review*, **48**(2), 205-237.
- Ahlfeldt, G., Maennig, W. και Olschlager, M. (2012) “Support for and resistance against large stadiums: the role of lifestyle and other socio-economic factors” σε Maennig, W. και Zimbalist, A. (Επ.) *International Handbook On The Economics Of Mega Sporting Events*. Cheltenham, UK/Northampton, USA: Edward Elgar Publishing.

- Arnold, E. και Kuusisto, J. (2000) “Marketing Helsinki: More than the Hum in Radio Valley”, *Lecture Paper*, Helsinki School of Economics.
- Ashworth, G. (2004) “City Branding- Panacea or Blind Alley: Lessons Learned from Groningen”, *Lecture given at the Department of Planning and Regional Development, University of Thessaly, Volos*.
- Atkinson, R. (2004) “The evidence on the impact of gentrification: new lessons for the urban renaissance?”, *International Journal of Housing Policy*, **4**(1), 107-131.
- Austrian, Z. και Rosentraub, M.S. (2002) “Cities, sports and economic change: A retrospective assessment”. *Journal of Urban Affairs*, **24**(5), 549-563.
- Baade, R. A. (1996) “Professional sports as catalysts for metropolitan development”. *Journal of Urban Affairs*, **18**(1), 1-17.
- Baade, R. A. (2000) “The impact of sports teams and facilities on neighborhood economies: What’s the score?” σε Kern, W. (επ) *The economics of sports*, Kalamazoo, Michigan: W.E. Upjohn Institute for Employment Research.
- Baade, R. A. και Dye, R. (1990) “The impact of stadiums and professional sports on metropolitan area development”. *Growth and Change*, **21**(2), 1-14.
- Bale, J. (1995) “Introduction” σε Bale, J. και Moen, O. (επ) *The Stadium and the City*, Keele, UK: Keele University Press.
- Bale, J. (2000) “The changing face of football: stadiums and communities” σε Garland, J., Malcolm, D. και Rowe, M. (επ) *The Future of Football: Challenges for the Twenty-First Century*, London: Frank Cass.
- Blair, T.L. και Hulsbergen, E.D. (1993) “Designing renewal on Europe’s multi-ethnic urban edge: The Case of Bijlmermeer”, *Cities*, **10**(4), 293–298.
- Boyle, M. και Hughes, G. (1994) “The politics of urban entrepreneurialism in Glasgow”, *Geoform*, **25**(4), 453-470.
- Carlino, G. και Coulson, N.E. (2004) “Compensating differentials and the social benefits of the NFL”, *Journal of Urban Economics*, **56**(1), 25-50.

- Chaplin, T. (2002) “Identifying the real costs and benefits of sports facilities”, *Working paper*, Lincoln Institute of Land Policy, Florida State University.
- Chema, T. (1996) “When professional sports justify the subsidy: A reply to Robert Baade”, *Journal of Urban Affairs*, **18**(1), 19-22.
- Coates, D. (2007) “Stadiums and arenas: Economic development or economic redistribution?”, *Contemporary Economic Policy*, **25**(4), 565-577.
- Coates, D και Humphreys, B. (1999) “The growth effects of sports franchises, stadia and arenas”, *Journal of Policy Analysis and Management*, **18**(4), 601-624.
- Cook, I. (2004) “Waterfront regeneration, gentrification and the entrepreneurial state: The redevelopment of Gunwharf Quays, Portsmouth”. *SPA Working Paper*, (51).
- van Dam, F. (2000) “Refurbishment, redevelopment or relocation? The changing form and location of football stadiums in the Netherlands”, *Area*, **32**(2), 133-143.
- Davies, L. (2008) “Sport and the local economy: Effects of stadia development on the commercial property market”, *Local Economy*, **23**(1), 31-46.
- Deffner, A. και Liouris, C. (2005) “City marketing: A significant planning tool for urban development in a globalised economy” σε *ERSA 45th Congress on Land Use, Water Management in a Sustainable Network Society*, Amsterdam 23-27 August 2005.
- Deffner, A. και Metaxas, T. (2005) “Shaping the vision, the identity and the cultural image of European places” σε *ERSA 45th Congress on Land Use, Water Management in a Sustainable Network Society*, Amsterdam 23-27 August 2005.
- Deffner, A. και Metaxas, T. (2006) “Shaping the vision, the identity and the cultural image of European places” σε *ERSA 46th Congress Enlargement, Southern Europe and the Mediterranean*, Volos, Greece 30 August- 3 September 2005.
- Demil, B. και Lecocq, X. (2010) “Business Models Evolution: In Search of Dynamic Consistency”, *Business Models*, **43**(2-3), 227-246.
- Doucet, B. (2007) “Flagship regeneration: Panacea or urban problem?” σε *EURA Conference: The Vital City*, Glasgow 12-14 September 2007.

- Eisinger, P. (2000) “The politics of bread and circuses: Building the city for the visitor class”, *Urban Affairs Review*, **35**(3), 316-333.
- Ejigu, A., Sjöholm J., Nordgren, E. και Lindstrom, P. (2004) “Twinning Identities – Losing Uniqueness?”, Royal Institute of Technology, Twinning Cities, Planning for Regional Development Across Borders Project Work.
- Fainstein, S. και Judd, D. (1999) “Global forces, local strategies and urban tourism” σε Fainstein, S. και Judd, D. (επ) *The Tourist city*, London: Yale University Press.
- Frank, S. και Steets, S. (2010) “Introduction” σε Frank, S. και Steets, S. (επ) *Stadium World: Football, space and the built Environment*, New York: Routledge.
- Gibson, H.J. (1998) “Sport Tourism: A Critical Analysis of Research”, *Sport Management Review*, **1**(1), 45-76.
- Gold, R.J. και Ward, V.S., (επ) (1994) “Place promotion, the use of publicity and marketing to sell towns and regions”, Chichester: Wiley & Sons.
- Gospodini, A. (2006) “Portraying, classifying and understanding the emerging landscapes in the post-industrial city”, *Cities*, **23**(5), 311-330.
- Hall, C.M. (2000) “Tourism planning: Policies, processes and relationships”, Harlow: Pearson Education.
- Hannigan, J. (1998) “Fantasy city: Pleasure and profit in the postmodern metropolis”, London: Routledge.
- Harrison-Hill, T. και Chalip, L. (2005) “Marketing sport tourism: Creating synergy between sport and destination”, *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics*, **8**(2), 302-320.
- Harvey, D. (1982) “The limits to capital”, Chicago: University of Chicago Press.
- Harvey, D. (1989) “From managerialialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism”, *Geografiska Annaler*, **71**(1), 3-17.
- Harvey, D. (1990) “The condition of Postmodernity: An Inquire into the Origins of Cultural Change”, Oxford: Blackwell.
- Healey, P. κ.ά. (1992) “Rebuilding the City”, London: E &FN Spon.

- Helleman, G. και Wassenberg, F. (2004) “The renewal of what was tomorrow’s idealistic city. Amsterdam’s Bijlmermeer high-rise”, *Cities*, **21**(1), 3-17.
- Hobkinson, R. (2002) “What’s the story-more than sporting glory? Manchester and the 2002 Commonwealth Games”, Jones Lang LaSalle.
- Horne, J. (2011) “Architects, stadia and sport spectacles: Notes on the role of architects in the building of sport stadia and making of world-class cities”, *International Review for the Sociology of Sport*, **46**(2), 205-227.
- Humphreys, B.R. (2001) “The myth of sports-led economic development”, *Economic Development Commentary*, **25**(1), 34–37.
- Irani, D. (1997) “Public subsidies to stadiums: Do the costs outweigh the benefits?”, *Public Finance Review*, **25**(2), 238-253.
- Johnson, B.K. και Whitehead, J.C. (2000) “Value of public good from sports stadiums: The CVM approach”, *Contemporary Economic Policy*, **18**(1), 48-58.
- Johnson, B., Grootuis, P.A. και Whitehead, J.C. (2001) “The value of public good generated by a major league sports team”, *Journal of Sports Economics*, **2**(1), 6-21.
- Kearns, G. και Philo, C. (επ) (1993) “Selling places: The city as cultural capital, past and present”, Oxford: Pergamon Press.
- King, A. (2010) “The new European stadium” σε Frank, S. και Steets, S. (επ) *Stadium world: Football, space and the built environment*, New York: Routledge.
- Kloos, M. (1997) “The taming of the beast: The Bijlmermeer and today’s demands”, *Archis*, 3, 66–73.
- Kotler, P. (2003) “Marketing Management”, New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. και Gertner, D. (2002) “Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective”, *Journal of Brand Management*, **9**(4-5), 249-261.
- Kotler, P., Hamlin, M.A., Rein, I. και Haider, D. (2002) “Marketing Asian Places”, Singapore: John Wiley & Sons (Asia).

- Ladd, J. (2003) “The economic impact of sports development” σε Ladd, J. και Davis, L. (επ) *BURA Guide to Best practice in Sport and Regeneration*, London: British Urban Regeneration Association.
- Lasley, S. και Turner, J (2010) “Home run or strikeout: The dynamics of public opinion on new sports facilities”, *The Social Science Journal*, **47**(4), 853-864.
- Leeming, K. και Shakur, T. (2004) “Welcoming Difference or Wily Dispersal? Emerging Problems of Urban Regeneration in the Multiply Deprived Area of Bijlmermeer (Amsterdam)”, *Global Built Environment Review*, **3**(3), 61–72.
- Lees, L. (2008) “Gentrification and Social Mixing: Towards an Inclusive Urban Renaissance?”, *Urban Studies*, **45**(12), 2449-2470.
- Lefebvre (1974) “The Production of Space”, Cambridge, Massachusetts: Anthropos.
- Loftman, P. και Nevin, B. (1995) “Prestige projects and urban regeneration in the 1980s and 1990s: A review of the benefits and limitations”, *Planning Practice and Research*, **10**(3-4), 299-315.
- Loftman, P. και Nevin, B. (1996) “Going for growth: Prestige projects in three British cities”, *Urban Studies*, **33**(6), 991-1019.
- Luthi, S., Thierstein, A. και Goebel, V. (2010) “Intra-firm and Extra-firm linkages in the knowledge economy: The Case of the emerging Mega-city region of Munich”, *Global Networks*, **10**(1), 114-137, διαθέσιμο στο www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb269.html.
- MacLeod, G. (2002) “From urban entrepreneurialism to a revanchist city?: On the social injustices of Glasgow’s renaissance”, *Antipode*, **34**(3), 602-624.
- Markerink, H. και Santini, A. (2004) “The Development of Stadiums as Center of Large Entertainment Areas. The Amsterdam ArenA Case”. *SYMPHONIA Emerging Issues in Management*, **2004**(2), 47-72.
- Mentzel, M. (1990) “The birth of Bijlmermeer, 1965: The origin and explanation of high-rise decision making”, *Journal of Housing and the Built Environment*, **5**(4), 359–375.

- Metaxas, T. (2002) “Place/city marketing as a tool for local economic development and city’s competitiveness: A comparable evaluation of place marketing policies in European cities” σε *EURA Conference Urban and Spatial European Policies: Levels of Territorial Government*, Turin 18-20 April 2002.
- Metaxas, T. (2009) “Place Marketing, Strategic Planning and Competitiveness: The Case of Malta”, *European Planning Studies*, **17**(9), 1357-1378.
- Murie, A. και Musterd, S. (2004) “Social exclusion and opportunity structure in European cities and neighbourhoods”, *Urban Studies*, **41**(8), 1441-1459.
- Nelson, A.C. (2001) “Prosperity or blight?: A question of major league stadia locations”, *Economic Development Quarterly*, **15**(3), 255-265.
- Newsome, T.H. και Comer, J. (2000) “Changing intra-urban location patterns of major league sports facilities”, *Professional Geographer*, **52**(1), 105-120.
- Noll, R. και Zimbalist, A. (1997) “The economic impact of sports teams and facilities” σε Noll, R. και Zimbalist, A. (επ) *Sports, jobs and taxes*, Washington D.C.: Brookings.
- O’Sullivan, E.L. και Spangler, K.J. (1998) “Experience Marketing: Strategies for the New Millennium”, State College, PA: Venture Publishing.
- O’ Toole, M. και Usher, D. (1992) “Editorial” σε Healey, P., Davoudi, S. και O’ Toole, M. (επ) *Rebuilding the City*. London: E & FN Spon.
- Paramio, J.L., Buraimo, B. και Campos, C. (2008) “From modern to postmodern: The development of football stadia in Europe”, *Sport in Society*. **11**(5), 517-534.
- Pine, B.J. και Gilmore, J.H. (1999) “The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business is a Stage”, Boston: Harvard Business School Press.
- Plumb, C. και McKay, M. (2001) “Reaching beyond the Gold: The Impact of the Olympic Games on Real Estate Markets”, Jones Lang Salle.
- Quilley, S. (1999) “Entrepreneurial Manchester: The genesis of elite consensus”, *Antipode*, **31**(2), 185-211.

- Rainisto, S. (2003) “Success factors of place marketing: A study of place marketing practices in Northern Europe and the United States”, Διδακτορική Διατριβή, Institute of Strategy and International Business, Helsinki University of Technology.
- Rosentraub, M. (1997) “Major League losers”, New York: Basic Books.
- Rutheiser, C. (1996) “Imagineering Atlanta: The politics of space in the city of dreams”, New York: London: Verso.
- Santo, C. (2005) “The economic impact of sports stadiums: Recasting the analysis in context”, *Journal of Urban Affairs*, **27**(2), 177-191.
- Santo, C. (2007) “Beyond the economic catalyst debate: Can public consumption benefits justify a municipal stadium investment?”, *Journal of Urban Affairs*, **29**(5), 445-479.
- Searle, G. (2002) “Uncertain legacy: Sydney’s Olympic Stadiums”, *European Planning Studies*, **10**(7), 845-860.
- Siegfried, J. και Zimbalist, A. (2000) “The economics of sports facilities and their communities”, *Journal of Economic Perspectives*, **14**(3), 95-114.
- Siegfried, J. και Zimbalist, A. (2002) “A Note on the Local Economic Impact of Sports Expenditure”, *Journal of Sports Economics*, **3**(4), 361-366.
- Sklair, L. (2001) “The transnational capitalist class”, Oxford: Blackwell.
- Sklair, L. (2002) “Globalization: Capitalism & its alternatives”, Oxford: Oxford University Press.
- Sklair, L. (2005) “The transnational capitalist class and contemporary architecture in globalizing cities”, *International Journal of Urban and Regional Research*, **29**(3), 485–500.
- Sklair, L. (2006) “Iconic architecture and capitalist globalization”, *City* **10**(1), 21–47.
- Spirou, C. (2010) “Cultural policy and the dynamics of stadium development”, *Sport in Society*, **13**(10), 1423-1437.
- Smith, N. (1996) “The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City”, New York: Routledge.

- Swyngedouw, E., Moulaert, F. και Rodriguez, A. (2002) “Neoliberal urbanization in Europe: Large-scale urban development projects and the new urban policy”, *Antipode*, **34**(3), 542-577.
- Temelova, J. (2004) “Contemporary buildings in city of promotion”, *Research and Training Network Urban Europe*, (10).
- Thornley, A. (2002) “Urban regeneration and sports stadia”, *European Planning Studies*, **10**(7), 813-818.
- Wahlin, J.-F. (2011) “Urban Renewal of Bijlmermeer: A qualitative approach on consequences of urban renewal in Bijlmermeer, Venserpolder and Holendrecht”, Πτυχιακή Εργασία, Department of Cultural and Economic Geography, Lund University.
- Walters, G. (2011) “The implementation of a stakeholder management strategy during stadium development: a case study of Arsenal Football Club and the Emirates Stadium”, *Managing Leisure*, **16**(1), 49-64.
- Wassmer, R.W. (2001) “Metropolitan prosperity from major league sports in the CBD: Stadia locations or just strength of the central city?: A reply to Arthur Nelson”, *Economic Development Quarterly*, **15**(3), 266-271.
- Wyly, D. και Hammel, D. (2004) “Gentrification, segregation, and discrimination in the American urban system”, *Environment and Planning A*, **36**(7), 1215-1241.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

- Η Καθημερινή, Εφημερίδα (2007) “Αργοσβήνει η ιστορική ΧΡΩΠΕΓ”, διαθέσιμο στο news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_ell_2_15/04/2007_223233 [πρόσβαση 11/09/2012].
- Καραμάνος, Γ. (2012) “Ίδού η νέα Σίτι”, διαθέσιμο στο www.gazzetta.gr/podosfairo/article/325419-idoy-i-nea-siti-vid-pics [πρόσβαση 16/09/2012].

- Τα Νέα, Εφημερίδα (2012) “Υπεγράφη το Προεδρικό Διάταγμα για το πρόγραμμα διπλής ανάπλασης Βοτανικού- Λεωφόρου Αλεξάνδρας”, διαθέσιμο στο www.tanea.gr/ellada/article/?aid=4749287 [πρόσβαση 08/09/2012].
- Το Βήμα, Εφημερίδα (2012α) “ΑΕΚ: Πράσινο φως για γήπεδο στη Νέα Φιλαδέλφεια”, διαθέσιμο στο www.tovima.gr/sports/article/?aid=441643 [πρόσβαση 08/09/2012].
- Το Βήμα, Εφημερίδα (2012β) “Το πόρισμα για την οικογένεια Ψωμιάδη”, διαθέσιμο στο www.tovima.gr/society/article/?aid=465410 [πρόσβαση 08/09/2012].
- Το Βήμα (2012γ), Εφημερίδα “Οικονομόπουλος: Η απαίτηση της ΠΑΕ ΑΕΚ υπερβαίνει τα 80 εκατομμύρια ευρώ”, διαθέσιμο στο www.tovima.gr/sports/article/?aid=465597 [πρόσβαση 08/09/2012].
- Amsterdam ArenA (2012) “Facts and Figures”, διαθέσιμο στο www.amsterdamarena.nl/docs/en/pdf_facts_figures.pdf [πρόσβαση 17/08/2012].
- Amsterdam Info (2012) “Ajax-Amsterdam ArenA”, διαθέσιμο στο www.amsterdam.info/museums/ajax-museum [πρόσβαση 12/08/2012].
- Amsterdam European (2011) “Urban Strategies for Transformation”, διαθέσιμο στο www.european-europe.com/e11/uploads/sites/amsterdam-NL_eng.pdf [πρόσβαση 17/08/2012].
- Arsenal (2012α) “Emirates Stadium-Benefits”, διαθέσιμο στο www.arsenal.com/emirates-stadium/community-and-regeneration/emirates-stadium-benefits [πρόσβαση 21/08/2012].
- Arsenal (2012β) “Environment and Regeneration”, διαθέσιμο στο www.arsenal.com/the-club/community/environment-and-regeneration [πρόσβαση 22/08/2012].
- Atlas Arena Amsterdam (2012) “Absolute Transformation”, διαθέσιμο στο www.atlasarena.nl/home.php?page=offices&subpage=gebied&lang=en [πρόσβαση 13/08/2012].
- Brent Council (2004) “Brent Unitary Development Plan”, διαθέσιμο στο <http://www.brent.gov.uk/tps.nsf/pages/lbb-14> [πρόσβαση 27/08/2012].
- Brent Council (2009) “Updated and Extended Wembley Masterplan”, διαθέσιμο στο <https://www.brent.gov.uk/regeneration.nsf/Wembley/LBB-282> [πρόσβαση 27/08/2012].

- Brent Council (2010) “Brent Core Strategy”, διαθέσιμο στο [http://www.brent.gov.uk/tps.nsf/Files/LBBA-846/\\$FILE/2ndAug10%20small.pdf](http://www.brent.gov.uk/tps.nsf/Files/LBBA-846/$FILE/2ndAug10%20small.pdf) [πρόσβαση 28/08/2012].
- Brent Council (2012) “Wembley Regeneration Summary”, διαθέσιμο στο [http://www.brent.gov.uk/regeneration.nsf/Files/LBBA-224/\\$FILE/Wembley%20Regeneration%20Summary%20March%202012.pdf](http://www.brent.gov.uk/regeneration.nsf/Files/LBBA-224/$FILE/Wembley%20Regeneration%20Summary%20March%202012.pdf) [πρόσβαση 28/08/2012].
- Deloitte (2012) “Football Money League”, διαθέσιμο στο www.deloitte.com/assets/Dcom-UnitedKingdom/Local%20Assets/Documents/Industries/Sports%20Business%20Group/uk-sbg-dfml-2012-final.pdf
- Designbuild Network (2011) “Emirates Stadium”, διαθέσιμο στο www.designbuild-network.com/projects/ashburton [πρόσβαση 21/08/2012].
- Econactive (2007) “The Millennium Stadium, Cardiff and Wales: The Economic Impact”, διαθέσιμο στο http://www.assemblywales.org/cy/cc_3_mse_10a_welsh_rugby_union_.pdf [πρόσβαση 30/07/2012].
- Econews (2012) “ΑΕΚ: Ανοίγει το δρόμο για γήπεδο στη Νέα Φιλαδέλφεια το ΥΠΕΚΑ”, διαθέσιμο στο <http://www.econews.gr/2012/02/02/aek-nea-filadelfeia-ypeka/> [πρόσβαση 08/09/2012].
- Forbes, Magazine (2012) “Business on the Pitch: Soccer Team Values”, διαθέσιμο στο <http://www.forbes.com/soccer-valuations/list/> [πρόσβαση 24/08/2012].
- Foreign Policy Magazine (2010) “The Global City Index 2010”, διαθέσιμο στο <http://www.foreignpolicy.com/node/373401> [πρόσβαση 13/09/2012].
- Google Earth Program (2012)
- Herbert, I. (2010) “City consider ambitious stadium plan”, διαθέσιμο στο www.independent.co.uk/sport/football/news-and-comment/city-consider-ambitious-stadium-plan-1920637.html?origin=internalSearch [πρόσβαση 26/08/2012].

- Herzog και de Meuron, 2006 “Allianz Arena”, διαθέσιμο στο <http://www.herzogdemeuron.com/index/projects/complete-works/201-225/205-allianz-arena.html>
- I Amsterdam (2012) “Ajax Museum”, διαθέσιμο στο www.iamsterdam.com/en-GB/Ndtrc/Ajax%20Museum [πρόσβαση 12/08/2012].
- Linton, D. (2010a) “Manchester City's £1bn plan for Eastlands”, διαθέσιμο στο menmedia.co.uk/manchestereveningnews/news/s/1200095_manchester_citys_1bn_plan_for_eastlands [πρόσβαση 05/07/2012].
- Linton, D. (2010b) “City to build new Eastlands by next season”, διαθέσιμο στο menmedia.co.uk/manchestereveningnews/news/s/1200096_city_to_build_new_eastlands_fanzone_by_next_season [πρόσβαση 05/07/2012].
- Newlon Housing Trust (2012) “Developments at Arsenal”, διαθέσιμο στο www.newlon.org.uk/about-us/developments/developments-at-arsenal/ [πρόσβαση 20/08/2012].
- Loughborough University (2010) “The World according to Globalization and World Cities (GaWC) Research Network”, διαθέσιμο στο <http://www.lboro.ac.uk/gawc/world2010t.html> [πρόσβαση 13/09/2012].
- Osram (2012) “Stadium lighting in the Allianz Arena in Munich”, διαθέσιμο στο www.osram.com/osram_com/trends-and-knowledge/osram-global-illumination-projects-in-international-sports-facilities/stadium-lighting-in-the-allianz-arena-in-munich/index.jsp [πρόσβαση 12/09/2012].
- Projectbureau Zuidoostlob (2012) “Amstel III now: decision-making and future”, διαθέσιμο στο www.amstel3.amsterdam.nl/main.asp?wpl_id=55714 [πρόσβαση 17/08/2012]
- Projectbureau Zuidoostlob (2011) “Strategiebesluit Amstel III”, διαθέσιμο στο www.amstel3.amsterdam.nl/bijlagen/strategiebesluit%20-%2028%20september%202011.pdf [πρόσβαση 17/08/2012].

- Sony (2012) “Sony help Arsenal entertain”, διαθέσιμο στο www.sony.gr/pro/lang/en/gr/article/cd-rebuild-1193315616688-1204 [πρόσβαση 27/08/2012].
- Stadium Business Awards (2011) “The Stadium Business Awards 2011”, διαθέσιμο στο www.stadiumbusinessawards.com/previous-winners/ [πρόσβαση 30/08/2012].
- Stadium Business Awards (2012) “The Stadium Business Awards 2011”, διαθέσιμο στο <http://www.stadiumbusinessawards.com/winners-of-thestadiumbusiness-awards-2012-announced/> [πρόσβαση 30/08/2012].
- Stone, S. (2010) “Manchester city granted permission for stadium development”, διαθέσιμο στο www.independent.co.uk/sport/football/premier-league/manchester-city-granted-permission-for-stadium-development-1920377.html?origin=internalSearch [πρόσβαση 05/07/2012].
- The Stadium Guide (2012) “Highbury (Arsenal Stadium)”, διαθέσιμο στο www.stadiumguide.com/highbury [πρόσβαση 20/08/2012].
- Transfermarkt (2012) “Bayern Munich Top 25 Arrivals”, διαθέσιμο στο www.transfermarkt.co.uk/en/bayern-munich/transferrekorde/verein_27.html [πρόσβαση 13/09/2012].
- Vital city (2010) “Eastlands: An insight into the redevelopment”, διαθέσιμο στο www.manchestercity.vitalfootball.co.uk/article.asp?a=191002 [πρόσβαση 05/07/2012].
- Wembley City (2012), διαθέσιμο στο www.wembley.co.uk/en/ [πρόσβαση 31/08/2012].
- Wikipedia (2012a) “Guggenheim museum Bilbao”. Available at: [en.wikipedia.org/wiki/Guggenheim Museum Bilbao#Economic and media impact](http://en.wikipedia.org/wiki/Guggenheim_Museum_Bilbao#Economic_and_media_impact) [πρόσβαση 27/06/2012].
- Wikipedia (2012b) “University of Phoenix Stadium, Facility Information”, διαθέσιμο στο [en.wikipedia.org/wiki/University of Phoenix Stadium#Facility information](http://en.wikipedia.org/wiki/University_of_Phoenix_Stadium#Facility_information) [πρόσβαση 23/08/2012].
- Wikipedia (2012c) “Staples Center”, διαθέσιμο στο [en.wikipedia.org/wiki/Staples Center](http://en.wikipedia.org/wiki/Staples_Center) [πρόσβαση 22/08/2012].

- Wikipedia (2012d) “Barclays Center”, διαθέσιμο στο http://en.wikipedia.org/wiki/Barclays_Center [πρόσβαση 24/08/2012].
- Wikipedia (2012e) “Amsterdam-Zuidoost”, διαθέσιμο στο en.wikipedia.org/wiki/Amsterdam-Zuidoost [πρόσβαση 12/08/2012].
- Wikipedia (2012f) “Emirates Stadium”, διαθέσιμο στο en.wikipedia.org/wiki/Emirates_Stadium#Finance [πρόσβαση 20/08/2012].
- Wikipedia (2012g), “Emirates Stadium Arsenalisation”, διαθέσιμο στο en.wikipedia.org/wiki/Emirates_Stadium#.27Arsenalisation.27 [πρόσβαση 18/08/2012].
- Wikipedia (2012h) “Arsenal Stadium”, διαθέσιμο στο en.wikipedia.org/wiki/Arsenal_Stadium#Closure_and_redevelopment [πρόσβαση 18/08/2012].
- Wikipedia (2012i) “London Borough of Brent”, διαθέσιμο στο en.wikipedia.org/wiki/London_Borough_of_Brent [πρόσβαση 28/08/2012].
- Wikipedia (2012j) “Allianz Arena Luminous Exterior”, διαθέσιμο στο en.wikipedia.org/wiki/Allianz_Arena#Luminous_exterior [πρόσβαση 05/09/2012]. [πρόσβαση 05/09/2012].
- World Stadium Database (2012) “List of UEFA 4 Star Stadiums”, διαθέσιμο στο www.worldstadiumdatabase.com/list-of-uefa-4-star-stadiums.htm [πρόσβαση 10/09/2012].
- Zeh, M. (2010) “The Allianz Arena in retrospect”, διαθέσιμο στο http://fabricarchitecturemag.com/articles/0910_f2_allianz_arena.html [πρόσβαση 06/09/2012].