

ΠΑΠΑΔΑΚΗ ΗΛΕΚΤΡΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ:
ΚΛΑΜΠΑΤΣΕΑ ΕΙΡΗΝΗ

ΣΧΟΛΗ
ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ
ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

ΑΘΗΝΑ, ΙΟΥΛΙΟΣ 2015

ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ _____
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ
ΩΣ “ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ”
ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ

NEW DUTCH WATERLINE



Ευχαριστίες

Στην καθηγήτρια μου, Κλαμπατσέα Ειρήνη,
για την καθοδήγηση και ενθάρρυνσή της από την πρώτη στιγμή που μοιράστηκα
το θέμα αυτό ως απλό προβληματισμό,

στις Θεοδωρά Παναγιώτα και Βαλεριάνου Κωνσταντίνα για τις καίριες και
εποικοδομητικές παρατηρήσεις τους κατά τη διάρκεια των Ε.Θ Χωροταξίας του
9ου εξαμήνου, στα πλαίσια του οποίου προσέγγισα για πρώτη φορά μέρος του
θέματος,

στους Rob Zakee, Alex Bishop και Saskia Woudenberg που μου σύστησαν τη
New Dutch Waterline και με βοήθησαν να αποκωδικοποιήσω μέσα από τις
εμπειρίες τους όλα όσα είδα και διάβασα.

Περιεχόμενα

Περίληψη	7
Αφορμή, Υπόθεση εργασίας	9
Μεθοδολογία, Ερευνητικοί άξονες, Πηγές	10

Θεωρητικό Υπόβαθρο

1. Η ανταγωνιστικότητα των περιοχών	
1.1. Η ανάγκη ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας της Ευρώπης	11
1.2. Σύγχρονες παγκόσμιες συνθήκες ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των περιοχών	14
2. Ο ρόλος των πολιτιστικών πολιτικών ως μοχλός οικονομικής ανάπτυξης	
2.1. Το παγκόσμιο καθεστώς προστασίας και ανάδειξης μνημείων και τοποθεσιών	17
2.2. Νέες μέθοδοι απόκτησης και διαμόρφωσης της ταυτότητας των περιοχών	22
3. Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και πολιτιστικές πολιτικές στη Βορειοδυτική Ευρώπη	
3.1. Η Βορειοδυτική Ευρώπη ως δίκτυο πόλεων.	24
3.2. Η περίπτωση της Ολλανδίας.	26

Η περίπτωση της New Dutch Waterline

4. Ιστορικά στοιχεία. Η NDW ως αμυντική δομή	31
5. Η NDW ως μνημείο παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς	
5.1. Εθνικές αποφάσεις και σχεδιασμός	36
5.2. Υλοποίηση δράσεων	43
Επανάχρηση και Ενεργοποίηση τμημάτων της NDW, ένταξη σε Ευρωπαϊκά δίκτυα	
5.2.1. Επιχειρηματικά Μοντέλα. Παραδείγματα.	45
5.2.2. Αρχιτεκτονικές Παρεμβάσεις. Παραδείγματα.	47
5.2.3. Κριτική Θεώρηση.	56

6. Επίλογος, Συμπεράσματα, Ερωτήματα	60
---	----

Βιβλιογραφία, Πηγές	62
---------------------	----

Περίληψη

Η παρούσα εργασία αποσκοπεί στην εξέταση και προσέγγιση του ζητήματος χρησιμοποίησης πολιτιστικών πολιτικών ως εργαλείο ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των περιοχών.

Στην κατεύθυνση αυτή εξετάζονται αρχικά οι σύγχρονες συνθήκες που επιβάλλουν την ανάγκη ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των περιοχών και δευτερευόντως οι πρακτικές υλοποίησης και ο ρόλος του πολιτισμού ως μοχλός στη διαδικασία αυτή.

Ως μελέτη περίπτωσης επιλέγεται η New Dutch Waterline, η πρώην αμυντική γραμμή της Ολλανδίας, ένα δυσδιάκριτο πρώην στρατιωτικό τοπίο, η οποία αυτή τη στιγμή φέρει την ταυτότητα ενός μνημείου υποψήφιου προς ένταξη στη λίστα μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO.

Η σύνδεση των περιφερειακών και εθνικών πολιτικών που σχετίζονται με την σύγχρονη αξιοποίηση της New Dutch Waterline καθώς και η δικτύωση αυτής με άλλες χωρικές ενότητες της βορειοδυτικής Ευρώπης που έχουν κοινά χαρακτηριστικά, μπορεί να βοηθήσει στη εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων για τον ρόλο του πολιτισμού στην σύγχρονη διαμόρφωση μιας ανταγωνιστικής ταυτότητας για τη βορειοδυτική Ευρώπη.





εικ 1.
πηγή: προσωπικό αρχείο

Αφορμή

Τον Σεπτέμβριο 2013 συμμετείχα ως **World Heritage Volunteer της UNESCO** στην ανάδειξη και την προστασία της New Dutch Waterline ως υποψήφιου προς ένταξη μνημείου στη λίστα παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO.

Η New Dutch Waterline* μου περιγράφηκε ως **“ένα μνημείο ενδεικτικό της ανθρώπινης διάνοιας η οποία αξιοποιεί τον χώρο μ’ έναν τρόπο μοναδικό”** που ήταν δύσκολο να κατανοήσω μέχρι να δω, όχι μόνο για το ιστορικό του σκέλος, αλλά και για τις σύγχρονες επιλογές διαχείρισής του.

Τα άλλοτε αόρατα για πολλούς αποσπασματικά στοιχεία της πρώην αμυντικής γραμμής, συνθέτουν πια πολλαπλούς ιστούς και όλα μαζί αποτελούν την NDW, της οποίας η σύγχρονη περιπέτεια ξεκίνησε περίπου 15 χρόνια πριν. Ως National Landscape, υποψήφιο μνημείο της UNESCO, αλλά πάνω απ’ όλα ως ένα μοναδικό χωρικό φαινόμενο, η NDW εμπλέκεται στην καθημερινή ζωή των Ολλανδών, στις τοπικές και εθνικές αποφάσεις, σε ευρωπαϊκά δίκτυα και πολιτικές και εν τέλει στην διαμόρφωση του προφίλ της χώρας και της ευρύτερης περιοχής.

Η πρώτη απόπειρα να μελετήσω κυρίως την σύγχρονη ιστορία της, έγινε στα πλαίσια του μαθήματος των Ειδικών Θεμάτων Χωροταξίας του 9ου εξαμήνου.

Υπόθεση εργασίας

Η εργασία αποτελεί την απόπειρα ερμηνείας των συνθηκών που οδηγούν στην ενεργοποίηση ενός πρώην στρατιωτικού τοπίου μέσω πολιτιστικών πολιτικών και των ρόλων που καλείται αυτό να αναλάβει προς όφελος της ευρύτερης περιοχής, είτε πρόκειται για τον δήμο, τη χώρα ή την βορειοδυτική Ευρώπη.

Μπορεί ένα πολιτιστικό στοιχείο, μνημείο ή τοπίο, με την κατάλληλη διαχείριση να αναδειχθεί ως μια ταυτότητα ισχυρή και ικανή να επηρεάσει ή ακόμα και να κινητοποιήσει αναπτυξιακές και οικονομικές διαδικασίες στο ευρύτερο περιβάλλον του, που εν προκειμένω ορίζεται ως η βορειοδυτική Ευρώπη, διαμορφώνοντας και ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητά του;

Ξεκινώντας μακροσκοπικά αναζητώ τις συνθήκες που προκαλούν την διαχείριση της NDW με αυτόν τον τρόπο και μέσα από την μελέτη περίπτωσης μακροσκοπικά επιχειρώ να καταλήξω και σε συμπεράσματα για τα πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα που μπορεί να έχει η αξιοποίηση ενός τέτοιου μοναδικού χωρικού στοιχείου τόσο για το άμεσο περιβάλλον του, αλλά και για τα περιβάλλοντα με τα οποία δικτυώνεται και επικοινωνεί.

*στη συνέχεια αναφέρεται ως NDW

Η εργασία θέτει ως υπόθεση εργασίας ότι οι διαδικασίες ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των περιοχών εκκινούν την ενεργοποίηση και την ανάδειξη πολιτιστικών στοιχείων ώστε να τα χρησιμοποιήσουν ως μοχλούς ανάπτυξης.

Αρχικά εξετάζονται οι αιτίες που καθιστούν αναγκαία την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των περιοχών, κυρίως στον Ευρωπαϊκό χώρο. Αναζητούνται οι αποφάσεις και οι κατευθύνσεις οι οποίες υποδεικνύουν αυτή την τάση.

Δευτερευόντως ερευνάται ο τρόπος με τον οποίο ο πολιτισμός είναι ικανός να αποτελέσει μοχλό στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των περιοχών. Οι πολιτιστικές πολιτικές στις περιοχές μπορούν να βασιστούν στην επικοινωνιακή δύναμη είτε των μνημείων και των τοπίων πολιτιστικής κληρονομιάς είτε στην επικοινωνιακή δύναμη νέων τοπίων και κτιρίων.

Η προσπάθεια ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας μέσω του πολιτισμού είναι ένα στοιχείο εμφανές στην βορειοδυτική Ευρώπη, η οποία ορίζεται ως το ισχυρότερο κέντρο και κέντρο λήψης αποφάσεων της Ευρώπης.

Για τη διερεύνηση των παραπάνω **επιλέγεται η μελέτη** ενός μνημείου/τοπίου πολιτιστικής κληρονομιάς στην Ολλανδία, **της New Dutch Waterline**, το οποίο λόγω της διπλής του ιδιότητας και της θέσης του καλείται να προσφέρει γενικεύσιμα συμπεράσματα και για άλλες περιοχές με τις οποίες δικτυώνεται και οι οποίες υποβάλλονται σε κοινές πολιτικές.

Η ταυτόχρονη διαχείριση αυτών των περιοχών με συγκεκριμένα κίνητρα και σε αυτές τις χρονικές συγκυρίες είναι ικανή να επιφέρει ουσιαστικές αλλαγές στην ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας της Βορειοδυτικής Ευρώπης.

Οι δύο **2 θεματικοί άξονες** στην βάση των οποίων αναπτύχθηκε η εργασία είναι οι εξής:

- Οι σύγχρονοι μηχανισμοί ανάπτυξης της ανταγωνιστικότητας των περιοχών**
- Ο ρόλος των πολιτιστικών πολιτικών ως μοχλός στη διαδικασία αυτή**

Και στις δύο περιπτώσεις υπήρχε πληθώρα βιβλιογραφίας για τον αστικό ανταγωνισμό, και ιδίως για το τουριστικό του σκέλος. Ενώ στη δεύτερη περίπτωση το υλικό επίσης ήταν πλούσιο σχετικά με την χρήση πολιτιστικών πολιτικών με σκοπό την αναζωογόνηση περιοχών οι οποίες ήταν εξαρτημένες από οικονομικούς κλάδους που παρήκμασαν και ξανασυστήθηκαν στην παγκόσμια αγορά με ανανεωμένα ταυτότητα και ρόλους.

Έτσι στο πρώτο σκέλος, του θεωρητικού υπόβαθρου επιχειρώ να αναλύσω, να συνδέσω και να ανάγω την ήδη υπάρχουσα γνώση πάνω στα ζητήματα αυτά, στην κλίμακα του μνημείου και της χωρικής του αναφοράς.

Η ανάλυση γίνεται **υπό το πρίσμα** ότι η Ολλανδία είναι μια χώρα ευρωπαϊκή, και ακόμα πιο συγκεκριμένα, χώρα της βορειοδυτικής Ευρώπης, μια περιοχή που εύκολα κανείς μπορεί να αναγνωρίσει ως το κέντρο λήψης αποφάσεων, την ισχυρότερη πολιτικά και οικονομικά περιοχή της Ευρώπης. Οπότε και οι αποφάσεις, ο σχεδιασμός και η χρηματοδότηση της NDW υπόκεινται σε ευρωπαϊκά δίκτυα και γενικότερες στρατηγικές του "κέντρου" της Ευρώπης, για τα οποία γίνεται αναφορά μέσα από το παράδειγμα της NDW και της ολλανδικής συνεισφοράς στο κέντρο αυτό.

Οι **πηγές** που χρησιμοποιήθηκαν για την επεξεργασία του θέματος αφορούν:

-**Προσωπική εμπειρία** και **συζητήσεις** με εμπλεκόμενους.

-**Βιβλιογραφία** που αφορά το θεωρητικό υπόβαθρο και περιλαμβάνει άρθρα, εισηγήσεις, εκθέσεις και μελέτες. Βιβλιογραφία που αφορά ιστορικά στοιχεία για τη NDW και την παραγωγή χώρου ιστορικά στην Ολλανδία, καθώς και την "εγκυκλοπαίδεια" της "Atlas of the New Dutch Waterline".

-**Διαδικτυακή έρευνα** σχετικά με ευρωπαϊκές πολιτικές και κατευθύνσεις, πλατφόρμες και δίκτυα, καθώς και μέσα ανάδειξης και πρωτοθνητικές ενέργειες σχετιζόμενες με την NDW. Επίσημα κρατικά έγγραφα, συμφωνίες και ανταλλαγές πρακτικών με τους διαχειριστές, έγγραφα κρατικά αλλά και της Unesco σχετικά με το καθεστώς προστασίας, αναφορές και αξιολογήσεις.

1.Η ανταγωνιστικότητα των περιοχών

1.1. Η ανάγκη ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας της Ευρώπης

Τα αποκλίνοντα πρότυπα του εισοδήματος μεταξύ της Ευρώπης και των άλλων οικονομιών, σηματοδοτούν την ανάγκη να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης. Ενώ η ΕΕ μπόρεσε να εξασφαλίσει ανοδο του βιοτικού επιπέδου κατά μο, η ανοδος δεν ήταν στο σύνολο της στον ίδιο βαθμό που έχει παρατηρηθεί σε άλλες χώρες, όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες. Πραγματι, η διαφορά μεταξύ των μέσων εισοδημάτων της ΕΕ και των ΗΠΑ έχει διευρυνθεί από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, και ακόμη περισσότερο από την χρηματοπιστωτική και οικονομική κρίση των τελευταίων ετών. Η Δημοκρατία της Κορέας έχει έκτοτε ξεπεράσει την ΕΕ όσον αφορά το κατά κεφαλήν εισόδημα. **Η Ευρώπη πρέπει να γίνει μια πιο ανταγωνιστική οικονομία, ώστε να παραμείνει σε θέση να παρέχει υψηλό και αναπτυσσόμενο βιοτικό επίπεδο και επικερδή απασχόληση για τους πολίτες της.**^[1]

Το 2010, η Commission (EC) πρότεινε την στρατηγική “Ευρώπη 2020” ώστε να κατευθύνει την ΕΕ και τα κράτη μέλη της στην σημαντική υποχρέωση της **ανάπτυξης της ανταγωνιστικότητας της ΕΕ.**

Σύμφωνα με αυτή τη στρατηγική, ο σκοπός ήταν να μετατρέψει την ΕΕ σε **μία “έξυπνη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς οικονομία, η οποία θα εκμηδενίσει τα επίπεδα της ανεργίας, θα αναπτύξει την παραγωγικότητα και την κοινωνική ένταξη.”**^[2]

Η καρδιά της ανταγωνιστικότητας είναι το επίπεδο παραγωγικότητας της οικονομίας. Έτσι, οι ανταγωνιστικές οικονομίες, είναι ικανές να παρέχουν ένα υψηλό και αναπτυσσόμενο βιοτικό επίπεδο, επιτρέποντας σε όλα τα μέλη της κοινότητας να συνεισφέρουν και να επωφεληθούν από τα επίπεδα ευμάρειας. Επιπλέον, οι ανταγωνιστικές οικονομίες πρέπει να είναι βιώσιμες, ανταποκρινόμενες στις ανάγκες της παρούσας γενιάς χωρίς να θυσιάζουν την ικανότητα των επόμενων γενεών να καλύψουν τις ανάγκες τους.^[2]

Συνεπώς για να αναπτυχθεί η ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης απαιτείται η υιοθέτηση αποφασιστικών μέτρων έτσι ώστε να υποστηριχθούν υψηλότερα επίπεδα παραγωγικότητας, εργασίας και ευμάρειας. Ενώ η δημοσιονομική κατάσταση βελτιώνεται, η Ευρώπη συνεχίζει να καταγράφει μέτρια ανάπτυξη και σε μερικές περιπτώσεις φοβερά υψηλά επίπεδα ανεργίας για τα οποία δεν υπάρχει σημάδι ότι μπορούν εύκολα να μειωθούν. Ενάντια σε αυτό το πλαίσιο, η Ευρώπη χρειάζεται να φέρει την ατζέντα της ανταγωνιστικότητάς της ξανά στο κέντρο της οικονομικής πολιτικής απευθυνόμενη στους τομείς που ορίζουν το επίπεδο παραγωγικότητας των οικονομιών της. Αυτή η agenda θα έπρεπε να είναι αυστηρά προσανατολισμένη στα οφέλη της παραγωγικότητας που επιτρέπουν στις Ευρωπαϊκές οικονομίες να αυξήσουν την ευμάρεια των πολιτών τους: υψηλά ανταγωνιστικές αγορές, καλά αναπτυσσόμενα clusters και ένα επιχειρηματικό περιβάλλον που μπορεί να παρέχει τον ακρογωνιαίο λίθο της επιχειρηματικότητας στις βόρειες και βορειοδυτικές οικονομίες.^[3]

Μεταρρυθμίσεις που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα έχουν τη δυνατότητα να προκαλέσουν μια αυτοτροφοδοτούμενη και θετική ακολουθία των γεγονότων. Θέτοντας το θεσμικό πλαίσιο για ένα

επιχειρηματικό περιβάλλον με δυνατότητες, καθώς και επενδύοντας στην καινοτομία και κυρίως στην εκπαίδευση για τους νέους Ευρωπαίους, παρέχονται τα απαραίτητα βασικά στοιχεία για την έξυπνη ανάπτυξη και ως εκ τούτου, για τη δημιουργία επικερδούς απασχόλησης. Αυτό θα τροφοδοτήσει περαιτέρω μια περισσότερο αλληλέγγυα Ευρώπη στην οποία όλοι οι πολίτες θα επωφεληθούν από την αύξηση της ευημερίας. Με τη σειρά της, μια Ευρώπη χωρίς αποκλεισμούς, με ένα κοινό όραμα και υψηλά επίπεδα οικονομικής και πολιτικής δέσμευσης, δημιουργεί τις προϋποθέσεις για περαιτέρω επενδύσεις και υψηλότερες αποδόσεις για όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.^[1]

Στο report της Commission για το Πρόγραμμα **Leader** το **1999**, συνοψίζεται πως η **εδαφική ανταγωνιστικότητα μιας περιοχής** μπορεί να αναπτυχθεί αν αυτή διαθέτει **4 παράγοντες** οι οποίοι είναι αναγκαίο να συνεργήσουν, σε διαφορετικούς συνδυασμούς και μέγεθος ανάλογα την περίπτωση, έτσι ώστε να επιτευχθεί η αύξηση της δύναμης μιας περιοχής.

1.Κοινωνία. Πολίτες και θεσμοί δρουν για τον κοινό σκοπό, ακόμα κι αν οι αναγνώσεις τους πάνω στο επιθυμητό αποτέλεσμα είναι διαφορετικές.

2.Περιβάλλον. Το περιβάλλον της περιοχής αξιοποιείται στο έπακρο και αναδεικνύονται τα στοιχεία αυτά που θα το κάνουν ξεχωριστό και ιδιαίτερο.

3.Οικονομία. Η ικανότητα των εμπλεκόμενων να δημιουργούν και να διατηρούν την μεγαλύτερη δυνατή πρόσθετη αξία ενδυναμώνοντας τους συνδέσμους μεταξύ των διάφορων τομέων και μετατρέποντάς τους συνδυασμένους πόρους σε πλεονεκτήματα για να ενδυναμώσουν την αξία και την ιδιαιτερότητα των παραγόμενων προϊόντων και υπηρεσιών τους.

4.Τοποθέτηση στο παγκόσμιο πλαίσιο. Η δυνατότητα των εμπλεκόμενων να βρουν τον ρόλο της περιοχής σε σχέση με άλλες περιοχές και τον παγκόσμιο χώρο, με τρόπο τέτοιο ώστε να αναπτύξουν το σχέδιό τους στο μέγιστο και να εξασφαλίσουν βιωσιμότητα σε παγκόσμιο πλαίσιο.^[4]

Για να είναι λοιπόν μια **περιοχή ανταγωνιστική** σύμφωνα με τα παραπάνω, πρέπει να έχει αναζητήσει τις πρώτες ύλες, τα στοιχεία αυτά που την καθιστούν ιδιαίτερη και 'σημαντική', να τα αναπτύξει ως πλεονεκτήματα, να τα υποστηρίξει και προβάλει σε μια συνέργεια μεταξύ της κοινωνίας και των διάφορων θεσμών, ενδυναμώνοντας την αξία τους ώστε να παράγουν με τη σειρά τους ακόμα περισσότερα οφέλη, στο πλαίσιο του ανταγωνισμού με τις υπόλοιπες περιοχές, είτε αυτές βρίσκονται γειτονικά της είτε οπουδήποτε παγκοσμίως.

Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας μιας περιοχής είναι μια περίπλοκη συνέργεια, ενώ η ταυτότητα πάνω στην οποία θα βασιστεί για να είναι ανταγωνιστική είναι και αυτή πολύπλοκη και δύσκολη να οικοδομηθεί μα και να επικοινωνηθεί, **πατώντας στο τοπικό και κοιτώντας στο παγκόσμιο.**

^[1]Building a More Competitive Europe: Findings from The Europe 2020 Competitiveness Report 2014| Edition Benat Bilbao| Osorio, Jennifer Blanke, Nicholas Davis, Margareta Drzeniek, Hanouz Caroline, Galvan Serena Pozza | World Economic Forum

^[2]Regional Policy contributing to smart growth in Europe 2020-European Commission

^[3]The Europe 2020 Competitiveness Report-Building a more Competitive Europe. World Economic Forum

^[4]Territorial competitiveness-Creating a territorial development strategy in light of the LEADER experience |Leader European Observatory (Δεκέμβριος 1999)

1.2. Οι σύγχρονες παγκόσμιες συνθήκες ανταγωνισμού των περιοχών.

Οι χώρες και οι τόποι γενικότερα, ανταγωνίζονταν και ανταγωνίζονται για πόρους.

Για επισκέπτες, για επενδύσεις, για εταιρίες, για ανθρώπινο δυναμικό. Στα πλαίσια του ανταγωνισμού αυτού, χτίζουν το προφίλ τους, το όνομα τους, το **brand** τους, αναπτύσσοντας και προβάλλοντας συγκεκριμένα χαρακτηριστικά στοιχεία. Η δύναμη του brand μιας πόλης, μιας χώρας, μιας περιοχής είναι μεγάλη.

Αποφάσεις του καθενός μας καθημερινά, ως καταναλωτές, ταξιδιώτες, επιχειρηματίες, εργαζόμενοι σχετίζονται με το brand των τόπων, τις αντιλήψεις μας δηλαδή για την εικόνα της κάθε χώρας ή περιοχής. Φυσικά το προφίλ αυτό είναι σημαντικό και για τον πληθυσμό της περιοχής, αφού μπορεί να αποτελέσει πηγή υπερηφάνειας και κινητήριο δύναμη στην ανάπτυξη της κάθε χώρας. Μια σχέση που είναι φυσικά αμφίδρομη.

Τα **brands** είναι μεσολαβητές της εμπειρίας των καταναλωτών και συνδέουν τα σύμβολα, τις εικόνες και τις αντιλήψεις που υπάρχουν μέσα στη σφαίρα των ιδεών και των συναισθημάτων που εκπροσωπεί η ταυτότητα με την προσωπική έκφραση των ανθρώπων (Ballantyne και Aitken, 2007).

Το **place branding** είναι η διαδικασία της **οπτικής επικοινωνίας** σε μια στοχευμένη αγορά. Κατά κανόνα συνδέεται με την αντίληψη ότι οι τόποι ανταγωνίζονται ο ένας τον άλλον για ανθρώπους, πηγές και επιχειρηματικές δραστηριότητες.^[5] Αφορά στην **αναπαράσταση της ταυτότητας και την έκφραση ενός τόπου** όπως αυτές γίνονται αντιληπτές **μέσω της αίσθησης του κάθε τόπου**. Οι αλληλεπιδράσεις ανάμεσα στο τοπίο και τους ανθρώπους είναι συνυφασμένες με την αίσθηση του τόπου, δημιουργώντας μια μοναδική ταυτότητα για κάθε θέση (Sack, 1988). Παρόμοια με τις εταιρικές μάρκες, το Place Branding είναι επίσης σε μεγάλο βαθμό άυλο (Levy, 1999) και υφίσταται ως ένα κολάζ συλλογικών αντιλήψεων.

Η έννοια του place branding έχει εφαρμοσθεί σε μέρη για μία ποικιλία σκοπών όπως η αύξηση των εξαγωγών, η ενθάρρυνση νέων επενδύσεων (Kotler και Gertner, 2002, Παπαδόπουλος και Heslop, 2002, Anholt, 2005) και η ανάπτυξη τουριστικών προορισμών (Gnoth, 2002, Hall, 1999, Morgan et al., 2002). Έχει επίσης αναγνωριστεί ως ένα εργαλείο για την ενίσχυση της πολιτισμικής διαφοροποίησης των θέσεων (Gnoth, 2007, Freire, 2005), η οποία γίνεται αντιληπτή ως μια πολύπλοκη διαδικασία που αφορά τους ανθρώπους και τις κοινότητες (Gilmore, 2002, Hall, 2002, Blichfeldt, 2005).

Το place branding (που σαν όρος εμπεριέχει το place marketing και το place promotion) είναι μια νέα ομπρέλα η οποία περιλαμβάνει το εθνικό branding, το region branding, και το city branding.^[5]

Το **nation branding** έχει ως στόχο να μετρήσει, να αναπτύξει και να διαχειριστεί τη **φήμη των χωρών**. Είναι όρος συγγενής με το place branding. Τα παραγόμενα προϊόντα της χώρας αποκτούν αυξανόμενη σημασία καθώς οι χώρες προσπαθούν να τονίσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Η επωνυμία και η εικόνα ενός έθνους-κράτους και η επιτυχής μεταφορά αυτής της εικόνας στις εξαγωγές της - είναι εξίσου σημαντική με αυτό που πραγματικά παράγει και πωλεί. Το nation branding εξακολουθεί να είναι ένας αναπτυσσόμενος τομέας στον οποίο οι μελετητές συνεχίζουν την αναζήτησή τους για

ένα ενιαίο θεωρητικό πλαίσιο. Πολλές κυβερνήσεις έχουν πόρους αφιερωμένους σε αυτό. Στόχος τους είναι να βελτιώσουν τη θέση της χώρας τους, καθώς η εικόνα και η φήμη ενός έθνους μπορεί να επηρεάσει δραματικά την επιτυχία της στην προσέλκυση εσόδων από τον τουρισμό και τις επενδύσεις κεφαλαίου, τις εξαγωγές, την προσέλκυση ταλαντούχου και δημιουργικού εργατικού δυναμικού και στην πολιτιστική και πολιτική επιρροή της στον κόσμο.^[6]

“Σε αυτή τη πολύβουη παγκόσμια αγορά, οι περισσότεροι άνθρωποι και οργανώσεις δεν έχουν τον χρόνο να μάθουν πολλά για άλλα μέρη. Όλοι επιβιώνουμε μέσα από την πολυπλοκότητα αυτού του κόσμου οδηγούμενοι από μερικά απλά κλισέ.”⁽⁷⁾

Simon Anholt

Οι -συνχά με πολύ απλό τρόπο σχηματισμένες- αντιλήψεις μας διαμορφώνουν την συμπεριφορά μας απέναντι στην εκάστοτε χώρα ή περιοχή, τα προϊόντα που παράγει, το αν θα την επισκεπτόμασταν, το αν θα ζούσαμε, θα δουλεύαμε ή θα σπουδάζαμε ή αν θα επενδύαμε σε αυτήν.

Ένα brand λοιπόν, ενσωματώνει ένα σύνολο φυσικών και κοινωνικοψυχολογικών χαρακτηριστικών και πεποιθήσεων που σχετίζονται με το προϊόν. Αφορά στη διαμόρφωση ενός διακριτού χαρακτήρα, αλλά και στη σφυρηλάτηση συσχετίσεων με χαρακτηριστικά που θεωρείται ότι προσθέτουν αξία στο βασικό προϊόν ή υπηρεσία. Οι τόποι συνδέονται με τις διοικήσεις και τις οικονομίες που φιλοξενούν, τις παραγωγικές τους διαδικασίες, με τους άλλους τρόπους με τους οποίους συνδέονται ή γειτνιάζουν.

Ως προς το **place branding** λοιπόν, ο **Ashworth^[8]** διατυπώνει **4 εκδοχές** ως προς τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να ασκηθεί ή ακούσια δημιουργείται.

1. Γεωγραφική Ονοματολογία

Ένα προϊόν παίρνει το όνομα ενός τόπου και ο τόπος συνδέεται άρρηκτα με την παραγωγή του προϊόντος αυτού. Το διασημότερο παράδειγμα αυτού είναι η “Champagne”. Η περίπτωση αυτή όμως δεν είναι ενδεικτική place branding. Δεν υπάρχει κάποια ηθελημένη προσπάθεια να συνδεθεί το προϊόν και ο τόπος. Το προϊόν δεν κερδίζει τίποτα από την σύνδεση, ενώ και ο τόπος εν τέλει καταλήγει απλά να συνδέεται με την παραγωγή ενός προϊόντος του οποίου τα πλεονεκτήματα δεν μπορούν να μεταφερθούν στον τόπο.

2. Co-branding

Αφορά στη **σύμπραξη τόπου και προϊόντος**, με τρόπο που ο τόπος ευεργετεί το προϊόν. Για παράδειγμα τα Ελβετικά ρολόγια. Σε αυτή την περίπτωση δεν έχουμε ακριβώς place branding, αλλά περισσότερο product branding το οποίο επωφελείται με τον συσχετισμό του με έναν τόπο. Ο

^[5]Place branding: Evolution, meaning and implications |Papadopoulos N| Palgrave Macmillan (Νοέμβριος 2004)

^[6]How to brand nations, cities and destinations. | Moilanen, T., & Rainisto, S. | London, United Kingdom | Palgrave Macmillan (2009)

^[7]Competitive Identity | Simon Anholt| Palgrave Macmillan (2006)

^[8]Can we, do we, should we, brand places? [Or are we doing what we think and say we are doing?] | G.J.Ashworth

σκοπός εδώ είναι να μεταφερθούν τα χαρακτηριστικά της αξιοπιστίας, ακρίβειας και ποιότητας τα οποία θεωρείται ότι συνδέονται με την Ελβετία, στα ρολόγια τα οποία θα θεωρηθούν μετά επιθυμητά αποκτήματα. Σε πολλές αγροτικές περιοχές χρησιμοποιείται συχνά αντίστροφα, τα προϊόντα που παράγονται γίνεται προσπάθεια να συνδεθούν με την τουριστική προώθηση, σχετίζοντας την περιοχή με εικόνες καρποφορίας και υγιεινής διατροφής. Αυτή η περίπτωση είναι εκδοχή του Place Branding.

3. Τοποθεσία.

Υπάρχουν πολλές περιπτώσεις όπου **το προϊόν είναι εν τέλει η τοποθεσία** και η γεωγραφική θέση είναι αυτή που πωλείται. Πράκτορες ακινήτων και τουριστικοί πράκτορες, σαφέστατα και αναπόφευκτα πολλές φορές πωλούν πραγματικά την τοποθεσία. Σε αυτές τις περιπτώσεις η τυπολογία φθίνει από τον τόπο σαν αναγνωριστικό του ως προϊόν. Δεν είναι μόνο ένα σπίτι ή ένα θέρετρο σε μια συγκεκριμένη τοποθεσία που πωλείται, αλλά σε πολλές περιπτώσεις η ίδια η τοποθεσία. Το Marketing συχνά θα επιλέξει, θα μετατρέψει και θα χειραγωγήσει την γεωγραφική ονοματολογία για να επιτύχει το μέγιστο δυνατό όφελος δημιουργώντας εν τέλει τις δικές του γεωγραφικές συνθήκες με βάση το marketing.

4. Το Place Branding ως όργανο της διαχείρισης του τόπου.

Η διαχείριση προσπαθεί να αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο τα μέρη γίνονται αντιληπτά και χρησιμοποιούνται από συγκεκριμένες ομάδες χρηστών. Προσπαθεί να προσθέσει αξία στον τόπο μετακινώντας αντιλήψεις από συγκεκριμένα γκρουπ χρηστών από το γενικό προς το brand.

Αυτό είναι και το place branding το οποίο μελετάμε και για το οποίο κάνουν λόγο και όλα τα place management agencies, αποσκοπώντας ουσιαστικά στην εδαφική ανταγωνιστικότητα μιας περιοχής. Μεγάλο μέρος των παραγόντων που καθορίζουν το brand, αλλά και των παραγόντων στους οποίους μια κυβέρνηση ή μια διοίκηση μπορεί να παρέμβει ευκολότερα, έχουν σχέση με τον χώρο και την εικόνα. Και συχνά διαμορφώνονται με πολιτικές οι οποίες χρησιμοποιούν σαν μοχλό τον πολιτισμό.

Μιλώντας για τη σημασία της ταυτότητας μιας περιοχής ή μιας χώρας, δεν πρέπει να κάνουμε το λάθος να πιστεύουμε ότι η διαμόρφωση κι η ενδυνάμωση της είναι διαδικασίες απλές, ή διαδικασίες που μπορεί να φέρουν καρπούς μόνο με διαφημιστικές καμπάνιες, σαν να ήταν η ταυτότητα του τόπου ίδια με αυτή ενός προϊόντος. Αυτό γίνεται πολύ σαφές και μέσα από τις τέσσερις εκδοχές του Ashworth.

Ένας τόπος έχει πολλαπλά επαγγελματικά κοινά, όμως μια κοινή κατεύθυνση προώθησης και προωθητικού υλικού, ενισχύει την εντύπωση ενός καλοοργανωμένου, μοντέρνου κράτους, πόλης ή περιοχής που σέβεται τον εαυτό της. Και πάλι όμως **η προώθηση μόνη της δεν είναι ικανή για να φέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα, καθώς από μόνη της αποτελεί περισσότερο μια άσκηση επιβεβαίωσης.**

Η χρήση του πολιτισμού και των συνεπαγόμενων με αυτόν δραστηριοτήτων για την δημιουργία (branding) και προώθηση (marketing) μιας ελκυστικής εικόνας τόπων και τουριστικών προορισμών, μπορεί να έχει αποτελεσματική εφαρμογή μόνο μέσω της **υιοθέτησης μιας ευρύτερης στρατηγικής** αναζωογόνησης του εκάστοτε τόπου, και αποτελεί θέμα που διερευνάται και εφαρμόζεται πρακτικά σε παγκόσμιο επίπεδο τις τελευταίες δεκαετίες προσελκύοντας επενδύσεις και τουριστική κίνηση.^[9]

^[9]Jacqui True(2006) "Globalisation and Identity" in Raymond Miller. Globalisation and Identity South Melbourne |Oxford University Press.

2. Ο ρόλος των πολιτιστικών πολιτικών ως μοχλός οικονομικής ανάπτυξης

2.1. Το παγκόσμιο καθεστώς προστασίας και ανάδειξης μνημείων και τοποθεσιών.

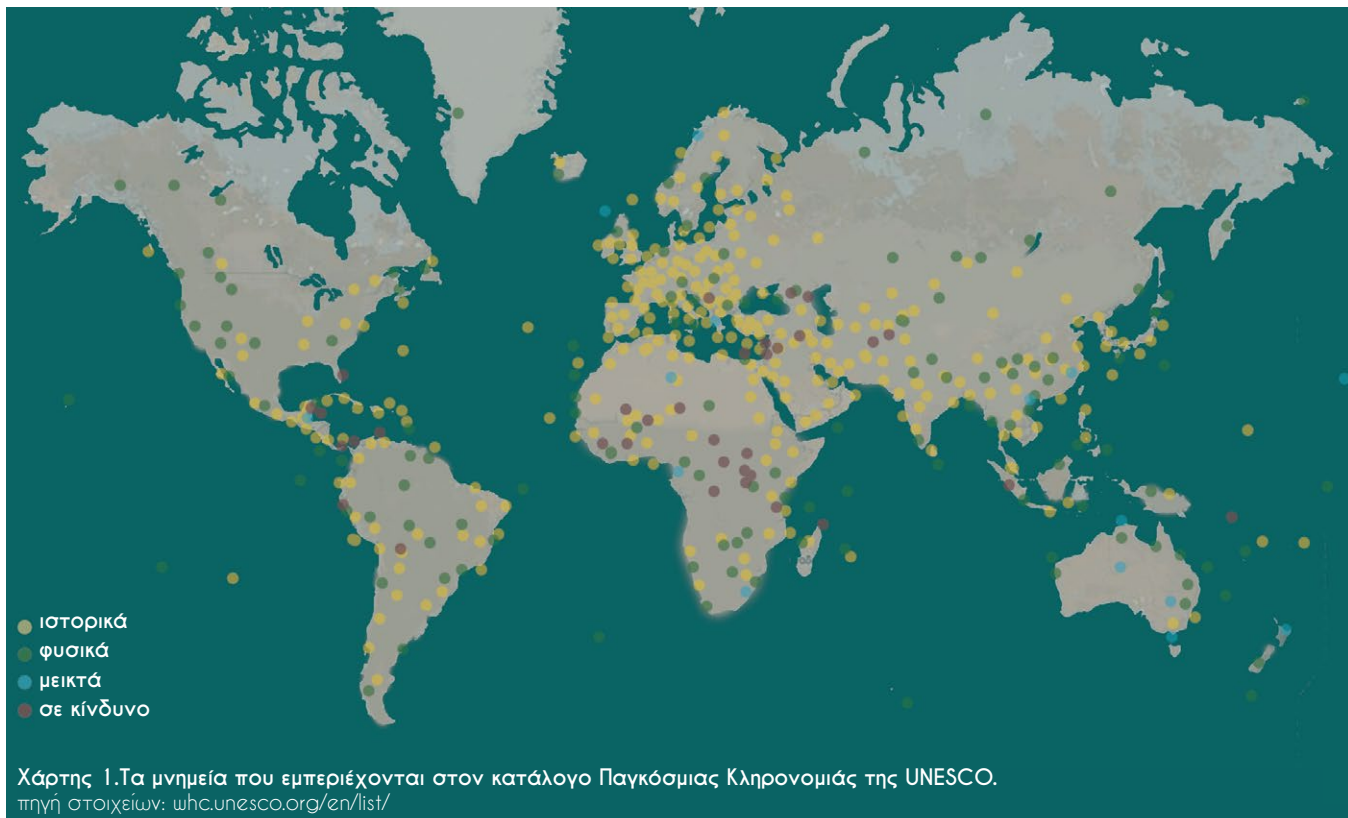
Τα μνημεία

Η **UNESCO**, ο Εκπαιδευτικός, Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών στοχεύει στην αναγνώριση, προστασία και διατήρηση της **παγκόσμιας πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς** η οποία θεωρείται ότι κατέχει εξέχουσα σημασία για την ανθρωπότητα. Ο στόχος αυτός διατυπώθηκε στη διεθνή συνθήκη με την ονομασία “Συνθήκη για την προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς”, η οποία υιοθετήθηκε από το γενικό συνέδριο της UNESCO το 1972.^[10]

***Η αποστολή της UNESCO περιγράφεται στις εξής κατευθύνσεις:**

- Να ενθαρρύνει τις χώρες να υπογράψουν τη Σύμβαση για την Παγκόσμια Κληρονομιά και να διασφαλίσουν την προστασία της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς τους. (Μέχρι σήμερα τα κράτη-μέλη είναι 191).
- Να ενθαρρύνει τα κράτη-μέλη να ορίσουν τόπους από την περιφέρειά τους προς ένταξη στον κατάλογο των μνημείων Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς.
- Να ενθαρρύνουν τα κράτη-μέλη να καταρτίσουν σχέδια διαχείρισης και αναφοράς για την κατάσταση της διατήρησης των μνημείων Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς.
- Να βοηθά τα κράτη-μέλη που συνεργάζεται να ασφαλίσουν την προστασία των σημείων παρέχοντας τεχνική υποστήριξη και επαγγελματική εκπαίδευση.
- Να παρέχει βοήθεια έκτακτης ανάγκης για τα μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς που βρίσκονται σε άμεσο κίνδυνο.
- Να υποστηρίξει τις προσπάθειες των κρατών-μελών σχετικά με την προώθηση και ενημέρωση του κοινού σε ζητήματα πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Να ενθαρρύνει τη διεθνή συνεργασία για την διατήρηση της παγκόσμιας φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.^[10]

Ως **Μνημείο Παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς** νοείται μία **διακριτή θέση ή τόπος** (όπως δάσος, όρος, λίμνη, έρημος, μνημείο, κτίριο, σύμπλεγμα ή πόλη), που προτάθηκε και έγινε αποδεκτό στον κατάλογο των μνημείων που διαχειρίζεται το διεθνές Πρόγραμμα Παγκόσμιας Κληρονομιάς της Επιτροπής Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO, η οποία απαρτίζεται από 21 Κράτη - Εταίρους εκλεγμένα από τη Γενική Συνέλευση των Εταίρων Κρατών για μια καθορισμένη περίοδο. Συμβουλευτικά στην διαδικασία αυτή δρουν 3 διεθνείς ή υπερδιεθνείς οργανισμοί, το IUCN (Διεθνής Ένωση για



*κριτήρια επιλογής

(I) Να αντιπροσωπεύει ένα αριστούργημα της ανθρώπινης δημιουργικής ιδιοφυΐας.

(II) Να προβάλλει μια σημαντική ανταλλαγή ανθρώπινων αξιών, στον χρόνο ή στον τόπο, σχετικά με τις εξελίξεις στην αρχιτεκτονική ή την τεχνολογία, την μνημειακή τέχνη, την πολεοδομία ή τον σχεδιασμό του τοπίου.

(III) Να φέρει μια μοναδική ή τουλάχιστον εξαιρετική μαρτυρία μιας πολιτιστικής παράδοσης ή ενός πολιτισμού που υφίσταται ακόμα ή ο οποίος έχει εξαφανιστεί.

(IV) Να είναι ένα εξαιρετικό παράδειγμα τύπου κτιρίου, αρχιτεκτονικού ή τεχνολογικού συνόλου ή τοπίου που απεικονίζει ένα σημαντικό στάδιο της ανθρώπινης ιστορίας.

(V) Να είναι ένα εξαιρετικό παράδειγμα ενός παραδοσιακού ανθρώπινου οικισμού, χρήσης γης, ή χρήσης του νερού το οποίο είναι αντιπροσωπευτικό ενός πολιτισμού (ή πολιτισμών), ή της ανθρώπινης αλληλεπίδρασης με το περιβάλλον, ιδίως όταν έχει γίνει ευάλωτο υπό την επίδραση μιας μη αναστρέψιμης αλλαγών.

(VI) Να συνδέεται άμεσα ή απτά με γεγονότα ή ζωντανές παραδόσεις, με ιδέες ή πίστεις, με καλλιτεχνικά και λογοτεχνικά έργα εξέχουσας παγκόσμιας σημασίας. (Χρησιμοποιείται μόνο σε συνδυασμό με άλλα κριτήρια)

(VII) Να περιέχει εξαιρετικά φυσικά φαινόμενα ή περιοχές εξαιρετικής φυσικής ομορφιάς και αισθητικής.

(VIII) Να είναι ιδιάζοντα παραδείγματα μειζόνων φάσεων της ιστορίας της Γης, του αρχείου της ζωής, σημαντικών εν εξελίξει γεωλογικών διαδικασιών για την ανάπτυξη γεωσχηματισμών ή σημαντικών γεωμορφικών ή φυσιογραφικών χαρακτηριστικών.

(IX) Να είναι ιδιάζοντα παραδείγματα σημαντικών εν εξελίξει οικολογικών και βιολογικών διαδικασιών στην εξέλιξη και ανάπτυξη οικοσυστημάτων χερσαίων, γλυκού ύδατος, παράκτιων και θαλάσσιων οικοσυστημάτων και κοινοτήτων φυτών και ζώων.

(X) Να περιέχει τα σημαντικότερα φυσικά ενδιαιτήματα συντήρησης της βιοποικιλότητας, να περιλαμβάνει απειλούμενα είδη παγκόσμιας αξίας από την άποψη της επιστήμης ή της συντήρησης του είδους.

την Διατήρηση της Φύσης), το ICOMOS (Διεθνές Συμβούλιο για τα Μνημεία και τις Τοποθεσίες) και το CCROM (Διεθνές Κέντρο για τη Μελέτη της Διατήρησης και Αποκατάστασης της Πολιτιστικής Κληρονομιάς).

Την υποψηφιότητα προς ένταξη υποβάλλουν τα κράτη-μέλη. Για να ενταχθεί ένα μνημείο στον κατάλογο πρέπει να έχει εξαίρετη παγκόσμια σημασία και να πληροί τουλάχιστον ένα από τα δέκα κριτήρια*, τα οποία μπορεί να είναι πολιτιστικά ή φυσικά ή μεικτά. Σήμερα συνολικά περιλαμβάνονται στη λίστα 802 πολιτιστικά, 197 φυσικά και 32 μεικτά σε 163 κράτη. Σχεδόν τα μισά εκ του συνόλου βρίσκονται στον ευρωπαϊκό χώρο (491/1031), όπως και παραπάνω από τα μισά εκ των πολιτιστικών (420/802).

Αξίζει να αναφερθεί πως η αρχή για την υποστήριξη του πολιτιστικού τομέα και την ευρεία διάδοση των πολιτιστικών αγαθών σημειώνεται μετά τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο και τα τεράστια πλήγματα στους ανθρώπους, τους πολιτισμούς και τα μνημεία. Συγκεκριμένα το 1946 με την ίδρυση της UNESCO, της εκπαιδευτικής επιστημονικής και πολιτιστικής οργάνωσης των Ηνωμένων Εθνών, που αναλαμβάνει να μεριμνήσει, εκτός των άλλων και για θέματα πολιτισμού.

Δεν είναι μόνο η UNESCO που κινητοποιείται βέβαια, διεθνείς συμβάσεις για την αντιμετώπιση επιμέρους θεμάτων της προστασίας και διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς συνάπτονται και υπογράφονται τα προσεχή χρόνια. Οι διεθνείς αυτές συμβάσεις δεν έχουν τόσο νομική δεσμευτική ισχύ, όσο ηθικό δεσμευτικό χαρακτήρα και δε συνοδεύονται από άμεση προσαρμογή του εθνικού δικαίου των κρατών που τις έχουν προσυπογράψει.

Κάθε κράτος παραλαμβάνει τις συμβάσεις ως οδηγίες ώστε να διαμορφώσει τη δική του νομοθεσία και πολιτική, μεταφέροντας τη θεωρία στη πράξη, ορίζοντας τα δικά του καθεστώτα προστασίας και ανάδειξης.

^[10]whc.unesco.org/en/about/

Η νομική αναγνώριση

Η σύμβαση ορίζει ως το τοπίο ως “μια περιοχή, όπως γίνεται αντιληπτή από τους ανθρώπους, του οποίου ο χαρακτήρας είναι αποτέλεσμα της δράσης και της διαντίδρασης φυσικών ή/και ανθρώπινων παραγόντων. Προβλέπει επίσης ότι κάθε συμβαλλόμενο μέρος θα αναλάβει την υποχρέωση «να αναγνωρίσει τα τοπία νομικά ως ένα ουσιαστικό στοιχείο του περιβάλλοντος των ανθρώπων, μια έκφραση της ποικιλίας της κοινής πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς τους, και ένα θεμέλιο της ταυτότητάς τους”. Το τοπίο αναγνωρίζεται ανεξάρτητα από το αν είναι εξαιρετικής ομορφιάς, δεδομένου ότι όλες οι μορφές του τοπίου έχουν σχέση με την ποιότητα ζωής των πολιτών και θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στις πολιτικές για το τοπίο. Το πεδίο εφαρμογής της σύμβασης είναι εκτεταμένο: εφαρμόζεται σε ολόκληρη την επικράτεια των συμβαλλομένων μερών και σχετίζεται με το φυσικό, με τις αστικές και περιαστικές περιοχές, συμπεριλαμβανομένης και της γης, τις υδάτινες και θαλάσσιες περιοχές. Ως εκ τούτου, δεν αφορά μόνο αξιοσημείωτο τοπία αλλά και τα απλά καθημερινή τοπία και υποβαθμισμένες περιοχές.

Ο ορισμός

Το τοπίο είναι μέρος του τόπου, όπως γίνεται αντιληπτό από τους ντόπιους και τους επισκέπτες, και εξελίσσεται στον χρόνο σαν αποτέλεσμα επιδράσεων από τις φυσικές δυνάμεις και τους ανθρώπους.

Η “Πολιτική για τα τοπία” αντικατοπτρίζει την συνειδητοποίηση της ανάγκης από τις δημόσιες αρχές, να ορίσουν και να εφαρμόσουν μια πολιτική για το τοπίο. Το κοινό ενθαρρύνεται να πάρει έναν ενεργό ρόλο στην προστασία του, διατηρώντας

την αξία της κληρονομιάς του εκάστου τοπίου, στην διαχείρισή του, βοηθώντας στην διαμόρφωση των αλλαγών που έρχονται από οικονομικές, κοινωνικές ή περιβαλλοντικές ανάγκες, και στο σχεδιασμό του, ειδικά στις περιοχές που πιο δραστικά επηρεάζονται από την αλλαγή, όπως οι περιαστικές, οι βιομηχανικές και οι παραθαλάσσιες περιοχές.

Ο εντοπισμός και η προστασία

Η Σύμβαση δίνει μεγάλη σημασία στον εντοπισμό και την αξιολόγηση τοπίων, μέσω της έρευνας πεδίου από επαγγελματίες που συνεργάζονται με τους κατοίκους της περιοχής. Κάθε τοπίο αποτελεί ένα μείγμα συστατικών και δομών: τύποι περιοχών, κοινωνικές αντιλήψεις και συνεχώς μεταβαλλόμενες φυσικές, κοινωνικές και οικονομικές δυνάμεις. Μόλις ολοκληρωθεί η διαδικασία εντοπισμού και τεθούν οι στόχοι για την ποιότητα του τοπίου, το τοπίο μπορεί να προστατευθεί, να διαχειριστεί ή να αναπτυχθεί.

Τα όρια

Το τοπίο δεν αφορά μεμονωμένα κράτη. Πρέπει να συμπεριλαμβάνεται σε διεθνείς πολιτικές και προγράμματα. Η συνεργασία μεταξύ των μερών είναι σχεδιασμένη να ενισχύσει την αποτελεσματικότητα των μέτρων που λαμβάνονται σε κάθε κράτο, να παράσχει αμοιβαία τεχνική υποστήριξη και επιστημονική υποστήριξη και να διευκολύνει την μετακίνηση και ανταλλαγή των ειδικών σε ζητήματα τοπίου και την ανταλλαγή πληροφοριών σε όλα τα ζητήματα που σχετίζονται με την σύμβαση.

Η διασυνοριακή συνεργασία ενθαρρύνεται σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο και όπου είναι απαραίτητο μπορεί να ανοίξει τον δρόμο για την προετοιμασία και εφαρμογή κοινών προγραμμάτων τοπίου.

Η σύμβαση καθιέρωσε ένα βραβείο Τοπίου, από το συμβούλιο της Ευρώπης, το οποίο απονέμεται σε μια τοπική ή περιφερειακή διοίκηση, ή μια ομάδα αρχών (σε μία χώρα ή σε περισσότερες) ή σε έναν μη κυβερνητικό οργανισμό ο οποίος άσκησε μια πολιτική ή καθιέρωσε μέτρα για την προστασία, τη διαχείριση ή την ανάπτυξη του τοπίου, η οποία έχει αποδειχθεί μακροπρόθεσμα αποτελεσματική και μπορεί από και πέρα να υπηρετήσει σαν παράδειγμα άλλες εδαφικές αρχές στην Ευρώπη.

πηγή: Council of Europe

www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/heritage/Landscape/presentation_en.asp



εικ 2: πρώην περιοχή πλημμύρας της NDW έξω από την Ουτρέχτη

πηγή: www.amimotion.nl/waterlinie-de-fotos/

Τα τοπία

“...ένα τοπίο δεν είναι, όπως το αντιλαμβάνονται μερικοί κάποιο σύνολο γης, φυτών και υδάτων. Είναι η προβολή της ψυχής ενός λαού πάνω στην ύλη...”

Οδυσσεάς Ελύτης

Η υπαγωγή του τοπίου στα δώρα της Πολιτισμικής Κληρονομιάς που απολαμβάνουν οι κοινωνίες μας δεν αφορά μόνο την υλική του ποιότητά του, αλλά επίσης την «άυλη» κληρονομιά, τα αισθητικά και περιβαλλοντικά ενδιαφέροντα των κοινωνιών, τη γνώση τους και τη συσσωρευμένη ευαισθησία τους τη σχετική με τα θέματα της αντίληψης, ερμηνείας και διαμόρφωσης του τοπίου. Αφορά δηλαδή επίσης το άυλο συγκροτημένο αγαθό της τοπιακής παιδείας, όπως αυτή συσσωρεύθηκε ως απόκριση των κοινωνιών αυτών στις παρατεταμένες «περιπέτειες» των περιβαλλοντικών, πολιτισμικών-πολιτιστικών και πολιτικών μεταβολών των τοπίων ζωής τους. (Μωραίτης 2012) Οι θεωρήσεις και οι διαμορφώσεις του τοπίου αποτελούν κεντρικό στοιχείο συγκρότησης του νεότερου Δυτικού πολιτισμού, συσχετισμένο όχι μόνο με περιβαλλοντικά ενδιαφέροντα αλλά επίσης με κεντρικά χαρακτηριστικά της πολιτισμικής-πολιτιστικής και της πολιτικής ταυτότητας των κοινωνιών.

Ο όρος “τοπίο” επικαθορισμένος από τον επιθετικό προσδιορισμό “πολιτισμικό”, αναλαμβάνει ως “πολιτισμικό τοπίο” να υποδείξει τη σχέση του υποβάθρου του τόπου, φυσικού ή ανθρωπογενούς - δομικού, με την ανάπτυξη του πολιτισμού εν γένει, περιλαμβάνοντας στο εύρος του τις κάθε είδους κοινωνικές-ιστορικές εγγραφές. ^[11]

Ένα μεγάλο βήμα για την αναγνώριση και την προστασία των τοπίων έγινε με την Ευρωπαϊκή Σύμβαση για το τοπίο στην Φλωρεντία το 2000, η οποία εισήγαγε μια πανευρωπαϊκή σύλληψη η οποία επικεντρώνεται στην ποιότητα της προστασίας του τοπίου, τη διαχείριση και τον σχεδιασμό και καλύπτει το σύνολο της επικράτειας, όχι μόνο τα εξαιρετικά τοπία. Μέσα από την πρωτοποριακή της προσέγγιση και το ευρύτερο πεδίο εφαρμογής της, συμπληρώνει το Συμβούλιο της Ευρώπης και τις συμβάσεις κληρονομιάς της UNESCO.



εικ 3: πρώην περιοχή πλημμύρας της NDW | πηγή: www.heritagevolunteers.eu/en/WorldHeritageVolunteers/SelectedProjectsEurope/NewDutchWaterline?

^[11] Μωραίτης Κ. | Εισαγωγικό σημείωμα για το τοπίο και την κληρονομιά του πολιτισμού
www.monumenta.org/article.php?issueID=7&lang=gr&CategoryID=2&ArticleID=813

2.2. Νέες μέθοδοι απόκτησης και διαμόρφωσης της ταυτότητας των περιοχών.

“Ιστορικά η καινοτομία στον αστικό και αρχιτεκτονικό σχεδιασμό ήταν απόρροια επίδειξης δύναμης (π.χ Αρχαία Αθήνα), τώρα είναι μέσο απόκτησης δύναμης.”^[12]

Η ύπαρξη μοναδικών στοιχείων για μια περιοχή είναι για αυτή εξαιρετικό πλεονέκτημα στην προσπάθεια της να προσελκύσει κεφάλαιο, όπως αναφέρθηκε προηγούμενα.

Εν μέσω των συνθηκών οικονομικής και πολιτιστικής παγκοσμιοποίησης που διανύουμε, η κρίση ταυτότητας των περιοχών είναι κάτι αναμενόμενο. Ιδίως στον ευρωπαϊκό χώρο που οι πληθυσμοί μετακινούνται με μεγάλη ευκολία^[13] ενώ η πορεία προς την υπερεθνικότητα προχωρά σε ορισμένους τομείς ταχύτατα.^[14]

Η **ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς** και ο **καινοτόμος σχεδιασμός** επιστρατεύονται ώστε να ενισχυθεί η ταυτότητα των περιοχών. Τα νέα τοπία που δημιουργούνται και θα δημιουργηθούν καλούνται να βρουν μια ισορροπία μεταξύ μιας μοναδικής **τοπικότητας συνδεδεμένης με την παράδοση** η οποία θα συνδυαστεί με **καινοτομίες οικουμενικών ή παγκόσμιων χωρικών αναφορών**. Πολλά είναι βέβαια τα παραδείγματα όπου απουσίας του πρώτου στοιχείου ο σχεδιασμός στοχεύει μόνο στο δεύτερο.^[12]

Στη περίπτωση αυτή νέα κτίρια και τοπία αναδύονται, με χαρακτηριστικά μοναδικά και επικοινωνιακά. Ακόμα κι αν είναι δυσλειτουργικά ή χωρίς χρήση, η δύναμη της εικόνας δρα υπέρ τους και γίνονται τα νέα σύμβολα πόλεων και περιοχών.

Η αξία των παρεμβάσεων αυτών, σαν μαγνήτες τουρισμού και προσοχής αυξάνεται όταν η όποια παρέμβαση φέρει μια διάσημη υπογραφή. Frank Gehry, Zaha Hadid, Norman Foster σχεδιαστές των οποίων το όνομα θα τοποθετήσει τον τόπο σε ένα χάρτη με έργα τους σε όλο τον κόσμο, σε ένα κατάλογο, που ειρωνικά θα μπορούσε κανείς να παρομοιάσει ως στοιχείο branding με τον κατάλογο της UNESCO. Το νέο κτίριο ή τοπίο αυτό θα προκαλέσει μια επικοινωνιακή έκρηξη και θα διαδοθεί ταχύτατα, σε στήλες περιοδικών σχεδιασμού, σε ιντερνετικές δημοσιεύσεις για αξιοπερίεργα μέρη ή bucket list ταξιδιωτών.

Πολύ ενδιαφέρον, και από άποψη επικοινωνιακή αλλά και αρχιτεκτονική και πολεοδομική έχουν οι **επαναχρήσεις περιοχών** των οποίων η χρήση έχει παρέλθει. **Η ιστορία τους πλέκει ένα μύθο που μαζί με τις σύγχρονες παρεμβάσεις και τις νέες χρήσεις έρχεται και διαμορφώνει μαγνήτες επισκεπτών**. Όπως τα παλιά σφαγεία του Παρισιού που έγιναν η κόκκινη Vilette του Tschumi, ή όπως αμέτρητες πρώην βιομηχανικές περιοχές στην Ευρώπη, των οποίων οι παραγωγικές δυνάμεις άλλαξαν, κλήθηκαν να παραλάβουν χρήσεις σχετικές με τον πολιτισμό και την αναψυχή μετά από παρεμβάσεις που τις κατέστησαν “ελκυστικότερες” ή τους πρόσθεσαν μια αρχιτεκτονική υπογραφή ως brand διεθνούς αναγνωρισιμότητας.

Μιλώντας για τις πολιτιστικές πολιτικές και το ρόλο του σχεδιασμού σε αυτές, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η πορεία αναδυόμενων οικονομιών και ο τρόπος με τον οποίο χειρίζονται το εν λόγω ζήτημα σχεδιάζοντας στο "κενό", χωρίς μνημεία ή τοπία ή πρώην βιομηχανικά κελύφη, χωρίς την παράμετρο της επανάχρησης. Ο τρόπος δηλαδή με τον οποίο χώρες οι οποίες ήταν άγνωστες μέχρι πρότινος συστήνονται ως τουριστικοί προορισμοί αλλά κυρίως ως πεδίο πρόσφορο για επενδύσεις.

Οι προωθητικές τους καμπάνιες, τα βίντεο και οι εικόνες πρωτίστως καθιστούν σαφές ότι έχουν αποδεχτεί τον δυτικό τρόπο ζωής. Ο άκτιστος χώρος είναι άφθονος και νέα κέντρα μπορούν να δημιουργηθούν εν μία νυκτί μαζί με τεράστια οικοδομήματα και τεχνητά τοπία, πολύ συχνά από διάσημους αρχιτέκτονες της "δύσης". Το παραδοσιακό στοιχείο και οι τοπικές χωρικές αναφορές δεν είναι απύσες, απλά περιορίζονται σε μεμονωμένες οργανωμένες τουριστικές εξορμήσεις έξω από τα μεγάλα προστατευμένα αστικά κέντρα, δίνοντας μια αίσθηση περιπέτειας στο τουριστικό προϊόν.

Οι χώρες και οι περιοχές αυτές υποδέχονται με τον μεγαλύτερο ενθουσιασμό διοργανώσεις παγκόσμιου βεληνεκούς, αφού αποτελούν για αυτές μια τεράστια ευκαιρία προβολής. Αναπτύσσουν προσεκτικά όλα τα στοιχεία που απαιτούνται για την τουριστική και οικονομική δραστηριότητα την οποία διεκδικούν δυναμικά με τεράστια έργα, αφήνοντας συχνά μεγάλο χωρικό αποτύπωμα. Σύμφωνα με τον Dechame τα στοιχεία διακρίνονται σε πρωταρχικά ή πρωτογενή και περιγράφουν την υλική βάση (μνημεία, πολιτιστική και αστική κληρονομιά, θαλάσσια μέτωπα, πάρκα κλπ.), την ανθρωπογενή βάση (φιλοξενία, γλώσσα, εκπαίδευση) καθώς και εξειδικευμένες δραστηριότητες και εξοπλισμούς, που προορίζονται στο να προσελκύσουν τουρίστες(μουσεία, εκθέσεις, καζίνο, θεάματα κλπ). Τα δευτερογενή αφορούν ευκολίες αγοράς, φιλοξενίας, φαγητού, γραφεία τουρισμού, ενώ τα εξειδικευμένα επιπρόσθετα περιγράφουν τις δυνατότητες προσπέλασης και πληροφόρησης κλπ.^[15]

Ενδεχόμενα δεν είμαστε ακόμα σε θέση να κρίνουμε την επιτυχία ή μη των νέων αυτών τουριστικών προορισμών, όχι μόνο ως τουριστικών προορισμών αλλά και ως αναδυόμενων οικονομικών δυνάμεων. Η ενδεχόμενη επιτυχία τους εις βάρος των πιο παραδοσιακών προορισμών που στηρίζουν την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς στην προώθηση της πολιτισμικής τους κληρονομιάς, ενδεχόμενα να φέρει τεράστιες αλλαγές στη βιομηχανία του τουρισμού, αποδεικνύοντας ότι τα στοιχεία που συνθέτουν και συντηρούν την ελκυστικότητα ενός τόπου μπορούν να είναι σε μεγάλο βαθμό εξ' ολοκλήρου κατασκευασμένα.

Ο τουρισμός έχει ήδη εγκαθιδρυθεί σαν μια τεράστια βιομηχανία, ενώ οι παραγωγικές δυνάμεις ανακατανέμονται παγκοσμίως με πρώην βιομηχανικές χώρες να αναζητούν νέους μοχλούς ανάπτυξης της οικονομίας τους. Παράλληλα οι αυξανόμενες μεσαίες τάξεις μορφωμένων επαγγελματιών χαρακτηρίζονται από μεγάλη κινητικότητα, θέτοντας κάποια ζητούμενα σχετικά με τον τρόπο ζωής τους. Ο χώρος ήταν και είναι και θα είναι εμπορεύσιμος, και πάνω του πλάθονται εικόνες προς κατανάλωση που προσελκύουν τα πλήθη.

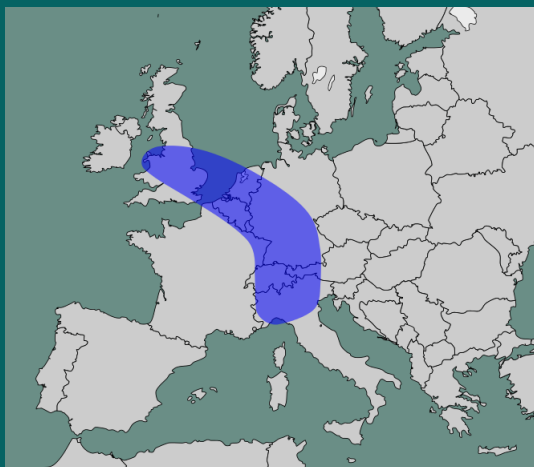
^[12]Τα Νέα Αστικά Τοπία και η ελληνική πόλη [Εισαγωγή] Γοσπονδίνη Α.,Μπιεράτος Η. (2006)

^[13]King R.(1993) [Mass migration in Europe: The legacy and the future] London: Belhaven

Graham B. (1998)(ed.) [Modern Europe-Place,Culture,Identity] London:Arnold

^[14]Castells M. (1993) [European Cities,the informational Society, and the global Economy] Journal of Economics and Social Geography,

^[15]Dechame S. (1992) [L'émergence du Tourism Urbanism] Grenoble



Χάρτης 2. Blue Banana

πηγή: ArnoldPlaton via Wikimedia Commons
creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0



Χάρτης 3. North West Europe

πηγή: www.nweurope.eu

*The Blue Banana

Ο Γάλλος γεωγράφος Roger Brunet, ο οποίος θέλησε να διακρίνει την Ευρώπη σε "ενεργό" και "παθητική", ανέπτυξε την ιδέα της δυτικοευρωπαϊκής "ραχοκοκαλιάς" το 1989. Έκανε αναφορά σε ένα αστικό διάδρομο της βιομηχανίας και των υπηρεσιών που εκτείνεται από τη Βόρεια Αγγλία έως τη βόρεια Ιταλία. Ο Brunet δεν παρουσίασε την ιδέα του ως μια νέα ανακάλυψη, αλλά σαν κάτι εύκολα προβλέψιμο από οποιονδήποτε με "ένα μικρό κομμάτι νοημοσύνης και μια αίσθηση για χωρικές ιδιότητες".

Είδε την Μπλε Μπανάνα ως την ανάπτυξη ιστορικών προηγούμενων, π.χ. γνωστών εμπορικών δρόμων ή αποτέλεσμα συσσώρευσης βιομηχανικού κεφαλαίου. Η Γαλλία, κατά την άποψή του, έχασε τους δεσμούς της με την ραχοκοκαλιά, ως αποτέλεσμα της διώξης των μειονοτήτων και του υπερβολικού συγκεντρωτισμού του Παρισιού.

Μεγάλα αστικά κέντρα, π.χ. Randstad, το Ruhr και το Μάντσεστερ, που αναπτύχθηκαν με τη Βιομηχανική Επανάσταση ενώ πρόβλεψε περαιτέρω ανάπτυξη στις περιοχές που αυτά επηρεάζουν.

πηγή: Gert-Jan Hospers (2002) | Beyond the Blue Banana: Structural Change in Europe's Geo-Economy | 42nd EUROPEAN CONGRESS of the Regional Science Association Young Scientist Session – Submission for EPAINOS Award 27–31 August 2002 | Germany

*North West Europe

Το INTERREG NWE είναι ένα πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προώθηση του οικονομικού, περιβαλλοντικού, κοινωνικού και εδαφικού μέλλοντος της περιοχής της Βορειοδυτικής Ευρώπης.

Επενδύει 355 εκατ ευρώ από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) σε δραστηριότητες που βασίζονται στη συνεργασία των οργανώσεων από τις εξής οκτώ χώρες: Βέλγιο, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ιρλανδία, το Λουξεμβούργο, την Ολλανδία, την Ελβετία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Η διακρατική συνεργασία είναι ο πυρήνας του προγράμματος INTERREG IVB. Επιτρέπει σε εταιρίες από διαφορετικές χώρες να συνεργαστούν σε αμοιβαία επωφελή έργα για την αντιμετώπιση των ζητημάτων που υπερβαίνουν τα εθνικά σύνορα. Παράγει μεταβιβάσιμα προτύπα εργασίας, και επιταχύνει τη διαδικασία της καινοτομίας μέσω του επιμερισμού του κόστους της γνώσης και της ανάπτυξης. Τα συλλογικά οφέλη μιας τέτοιας συνεργασίας είναι ανεκτίμητα: οι συμμετέχοντες οργανισμοί αποκτούν νέες δεξιότητες, ανταλλάσσουν αποτελεσματικές μεθόδους εργασίας και πολλαπλασιάζουν τις διασυνδέσεις τους στο ευρωπαϊκό δίκτυο.

πηγή: www.nweurope.eu/index.php?act=page&page_on=about&id=42

3.Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και πολιτιστικές πολιτικές στη Βορειοδυτική Ευρώπη

3.1. Η Βορειοδυτική Ευρώπη ως δίκτυο πόλεων.

Ο Ευρωπαϊκός χώρος και ιδιαίτερα ο βορειοδυτικοευρωπαϊκός, αναζητά να επαναπροσδιορίσει τον παγκόσμιο ρόλο του, την ταυτότητά του και να αυξήσει την ελκυστικότητά του. Οι σύγχρονες μορφές ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των περιοχών αξιοποιούν πρωτίστως την πληθώρα των πολιτιστικών στοιχείων, μέσα από την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Πέρα από τα μεγάλα κέντρα αστικού τουρισμού, άλλες περιοχές της περιφέρειας κινητοποιούνται μέσα από πολιτιστικές πολιτικές, είτε γιατί οι προηγούμενες παραγωγικές τους δυνάμεις εξασθενούν ή δεν αποδεικνύονται αρκετές, είτε γιατί ο χώρος είναι λίγος στην βορειοδυτική Ευρώπη και οι μετακινήσεις εύκολες.

Η εξέταση της βορειοδυτικής Ευρώπης σαν σύνολο ή σαν δίκτυο, και της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητάς της συνολικά, προϋποθέτει συνεργασίες. Η συνλειτουργία όμως αυτή δεν αντιπαράτίθεται σε προηγούμενες θεωρήσεις που θέλουν τα μεγάλα αστικά κέντρα να κυριαρχούν στην Ευρώπη και μάλιστα σε έντονο ανταγωνισμό μεταξύ τους; Μια σειρά τοποθετήσεων απαντά σε αυτό το ζήτημα και ανταποκρίνεται στη μελέτη περίπτωσης της εργασίας.

Η διαδικασία της οικονομικής παγκοσμιοποίησης μαζί με τη διαδικασία της Ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης την τελευταία δεκαετία, έχει παραλλάξει τη λειτουργία του Ευρωπαϊκού αστικού συστήματος. Οι Ευρωπαϊκές πόλεις αυξανόμενα συνδέονται με δυνάμεις εξωτερικές από τα εθνικά τους σύνορα και εμφανίζονται να λειτουργούν ως ενοποιημένα δίκτυα αστικών συγκεντρώσεων ((CEC), 1992). Ο Castells (1993) ισχυριζόταν πως όσο τα εθνικά κράτη της Ευρώπης αποτυγχάνουν στο ρόλο τους, τόσο οι πόλεις θα αναδύονται ως κινητήριοι δυνάμεις στη δημιουργία μιας νέας Ευρωπαϊκής κοινωνίας. Άλλοι ακαδημαϊκοί πηγαίνουν τόσο μακριά ώστε να ισχυρίζονται ότι “η Ευρώπη μετατρέπεται σε μια κοινότητα πόλεων απ’ ό,τι μια κοινότητα εθνών ή χωρών.”^[16]

Η Ευρώπη που αναφέρεται παραπάνω δεν είναι η διευρυμένη ευρωπαϊκή ένωση της περιόδου που διανύουμε. Είναι αναπόφευκτο τα δίκτυα των κέντρων να δημιουργηθούν από πόλεις ή μονάδες που έχουν κοινά χαρακτηριστικά, στην οικονομική πορεία και σταθερότητα, τους στόχους, τους πόρους, το βιοτικό επίπεδο και την κατάσταση της αγοράς εργασίας. Επίσης απαιτείται εύκολη και γρήγορη γεωγραφική σύνδεση. **Η Ευρώπη σαν κοινότητα πόλεων όπως περιγράφεται παραπάνω μπορεί να είναι η Βορειοδυτική Ευρώπη.**

Εξακολουθεί όμως να είναι κι ένα σύνολο διαφορετικών κρατών που χαράζουν ανεξάρτητες πολιτικές. Το αν αυτές οι πολιτικές συγκλίνουν και αν υποδεικνύουν μια κοινή πορεία στο ζήτημα που εξετάζεται, δηλαδή τη χρήση πολιτιστικών πολιτικών σαν μοχλό ενίσχυσης της οικονομίας και της ανταγωνιστικότητας της Βορειοδυτικής Ευρώπης εν προκειμένω θα διερευνηθεί μέσα από την μελέτη περίπτωσης και με αναγωγή σε άλλες περιπτώσεις μνημείων και τοπίων με τα οποία η NDW δικτυώνεται.

^[16]European Cities in Competition and the New 'Uses' of Urban Design ASPA GOSPODINI|Journals of Urban Design

3.2. Η περίπτωση της Ολλανδίας

Ποιον ρόλο διεκδικεί η Ολλανδία ως χώρα της βορειοδυτικής Ευρώπης;

Επενδύει και αυτή σε πολιτιστικές πολιτικές προσπαθώντας να ενισχύσει την ταυτότητα και την ανταγωνιστικότητά της;

Αναφορικά με το ζήτημα του τουρισμού, για χρόνια ολόκληρη η χώρα βρισκόταν υπό τη σκιά του Άμστερνταμ, της γης της ελευθερίας και των νόμιμων ναρκωτικών.

Στις πρόσφατες τουριστικές καμπάνιες βλέπουμε ότι **προβάλλεται η δυνατότητά της χώρας να υποδεχθεί "ποιοτικότερο" τουρισμό**, μέσα από ανάδειξη των πολιτιστικών και των φυσικών της στοιχείων.

Τα τελευταία 7 χρόνια εκτός από αύξηση (**61.000** αυτή τη στιγμή) των **Εθνικών Μνημείων της Ολλανδίας** (RijksMonument) παρουσιάζεται συστηματική και αναλυτική καταγραφή της κατάστασής τους.^[17]

Παράλληλα το Ολλανδικό κράτος έχει ορίσει **20 Εθνικά Πάρκα και 20 Εθνικά Τοπία**. Είναι τα τοπία που συνδυάζουν μοναδικά στοιχεία της πολιτιστικής κληρονομιάς και της φύσης και σχετίζονται με την ιστορία του ολλανδικού τοπίου. Χαρακτηρίζονται από την ειδική αλληλεξάρτηση των διαφορετικών όψεων του τοπίου, της φύσης (χλωρίδα και πανίδα), του ανάγλυφου (κοιλιάδες, ρέματα και αναχώματα), της χρήση της γης (γεωργία, αναψυχή, φύση) και των ιστορικών κτιρίων (χωριά και φρούρια). Τα Εθνικά Τοπία σύμφωνα με τη νομοθεσία πρέπει να είναι σε θέση να στηρίξουν την κοινωνικο-οικονομική ανάπτυξη, διατηρώντας ή ενισχύοντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής και να είναι ελκυστικά μέρη για κατοίκηση, για ίδρυση επιχειρήσεων και να προσφέρονται για χρήσεις σχετικές με την αναψυχή. Τα Εθνικά Τοπία μαζί καλύπτουν περίπου το 20% της επιφάνειας της χώρας και κατ'έκτίμηση 2,5 εκατομμύρια άνθρωποι ζουν σε αυτά, κάτι που όπως θα αναλυθεί παρακάτω έχει επιφέρει στο παρελθόν διάφορες συγκρούσεις συμφερόντων ως προς τη διαχείρισή τους.^[18]

Τα μνημεία και οι τόποι ενδιαφέροντος λοιπόν, εντοπίζονται, αξιολογούνται, καταλογογραφούνται και η πορεία τους αποφασίζεται με διάφορα κριτήρια. Τα κριτήρια αυτά μπορεί να ξεκινούν από την ανάγκη του ανθρώπινου είδους να συντηρήσει ό,τι "θαυμαστό" του άφησαν οι προηγούμενες γενιές, ή η φύση αλλά σίγουρα εμπλέκονται και με την ανταποδοτικότητα που μπορεί να έχει η προστασία και η ανάδειξη ενός σημείου ενδιαφέροντος. Ιδίως σε μια εποχή που **ο τουρισμός είναι μία από τις ισχυρότερες βιομηχανίες και η Ευρώπη διεκδικεί από αυτή τη μερίδα του λέοντος**. Σε αυτή τη μάχη κάθε στοιχείο μοναδικότητας μπορεί να ανταποδώσει οικονομικά οφέλη στην ευρύτερη περιοχή, μιας και η ύπαρξη πολιτιστικών και φυσικών πόρων αποτελεί για την ευρύτερη περιοχή μελέτης μας ένα συγκριτικό πλεονέκτημα στην προσπάθεια των περιοχών να γίνουν κέντρα τουρισμού και πολιτιστικής έλξης σε εθνικό και διεθνές επίπεδο αλλά και να προσελκύσουν ιδιωτικές επενδύσεις και βιομηχανίες υψηλής τεχνολογίας που θα ενισχύσουν την οικονομική ανταγωνιστικότητα.

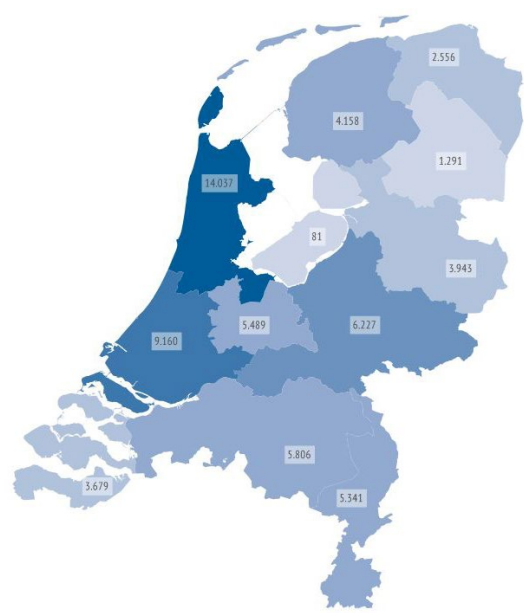
Ποιος είναι όμως ο ρόλος του καθεστώτος προστασίας σε αυτό;

Πρόκειται για μια **αναγνώριση της αξίας του μνημείου ή του τοπίου**. Δείχνει ότι η περιφέρεια, η χώρα, η UNESCO αποφάσισαν πως είναι σημαντικό, ότι πρέπει να διατηρηθεί. Ότι είναι άξιο-θέασης.

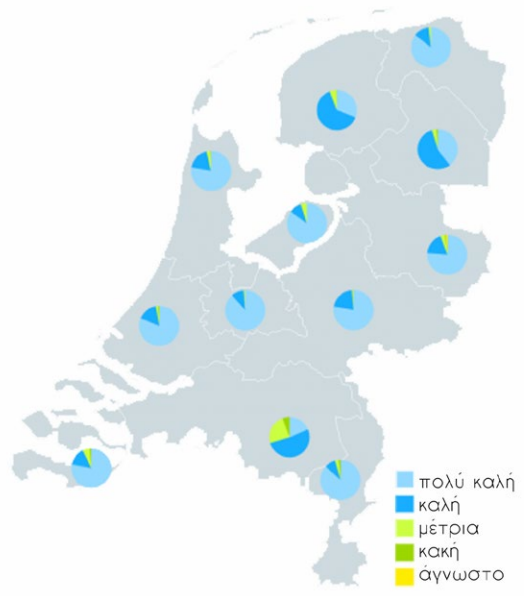
Και φυσικά όσο μεγαλύτερη δύναμη έχει το σήμα που φέρει, τόσο μεγαλύτερη δύναμη αποκτά και η τοποθεσία.

Η επικοινωνιακή δύναμη ενός **World Heritage Site** της UNESCO είναι πάρα πολύ μεγάλη. Η ένταξη ενός τόπου ή μνημείου στον κατάλογό της, επισημαίνει παγκοσμίως την εξαιρετική φυσική ή πολιτιστική του αξία, κι έτσι το “World Heritage Listing” αποτελεί κορυφαίο brand με όρους marketing.

Η ένταξη στη λίστα μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO αλλά και η ένταξη σε άλλες παγκόσμιες λίστες λέει ουσιαστικά στους τουρίστες ότι μια τοποθεσία υφίσταται και είναι άξια επίσκεψης. Για την αγορά φυσικού και πολιτιστικού τουρισμού, το να φέρει ένα μνημείο το καθεστώς προστασίας του “Μνημείου παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO” αποτελεί ένα **κορυφαίο brand**, μια **εγγύηση εξαιρετικής ποιότητας**.^[19]



Χάρτης 4: αριθμός Rijksmonumenten ανά περιφέρεια



Χάρτης 5: κατάσταση των Rijksmonumenten (2009)
πηγή: erfgoedmonitor.nl

^[17]www.monumenten.nl/regionaal/mijn-regio/links-monumentenzorg
^[18]www.nationaalpark.nl/documents/orphan-pages/nationale-land---schappen.xml?lang=en
^[19] World Heritage Icon Value: Contribution of World Heritage Branding to Nature Tourism| Ralf Buckley-Director| International Centre for Ecotourism Research Faculty of Environmental Sciences| Griffith University Queensland

Ένα τέτοιο μνημείο γίνεται κομμάτι μιας προσωπικής συλλογής για τους επισκέπτες, η δε επίσκεψη σε πολλά μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς δίνει μια κοινωνική αίγλη. Τα τουριστικά πρακτορεία με πρόσβαση στα μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς προβάλλουν το πλεονέκτημά τους αυτό, ενώ επιχειρηματίες προτιμούν να αναπτύσσουν τις δραστηριότητες τους επωφελούμενοι από την παρουσία των WH sites. Η κήρυξη ως World Heritage μπορεί λοιπόν να αυξήσει τον αριθμό των ανθρώπων που γνωρίζουν γι' αυτό, των ανθρώπων που επιθυμούν να το επισκεφτούν και φυσικά το ποσό των χρημάτων που θα πληρώσουν για να το κάνουν. Το ίδιο ισχύει και για εθνικές και περιφερειακές λίστες μνημείων, φυσικά σε πολύ μικρότερο βαθμό.^[19]

Είναι πάντως τόσο μεγάλη η δύναμη της σφραγίδας αυτής που προηγείται συχνά της έλευσης της. **Η ίδια η υποψηφιότητα ενός μνημείου είναι κι αυτή ένα επικοινωνιακό εργαλείο** και βρίσκεται στη διακριτική ευχέρεια κάθε χώρας να το χρησιμοποιήσει ωφέλημα για αυτή. Προωθητικές δράσεις, εθελοντές, δρώμενα μπορούν να διαδώσουν το μήνυμα. Παράλληλα και πολύ σημαντικά το ίδιο το κράτος προωθεί ένα προφίλ αξιόπιστο και δυνατό, λαμβάνοντας μέριμνα για τον πολιτισμό και τον φυσικό πλούτο, όχι μόνο για να τα συντηρήσει για τις επόμενες γενιές αλλά και για την απόλαυση τους από τις παροντικές, για την έλξη επισκεπτών και κεφαλαίου.

Η Ολλανδία ως κράτος αλλά και οι τοπικές της διοικήσεις έχουν εκκινήσει τέτοιες διαδικασίες τα τελευταία χρόνια μαζικά. Πέρα από το μεγάλο αριθμό εθνικών μνημείων, 6 είναι υποψήφια για ένταξη στον κατάλογο της UNESCO από το 2011, ενώ και μόνο η υποψηφιότητά τους για κάποια από αυτά χρησιμοποιείται ως στοιχείο προβολής.

Κοιτώντας πάλι πιο μακροσκοπικά και επιστρέφοντας στο **Nation Branding**, διαδικτυακά (**e-branding**^[20]) η **Ολλανδία** προβάλλεται ως μια χώρα **πράσινη, γραφική**, ως η χώρα της **χρυσής εποχής της ζωγραφικής**, αλλά και του σύγχρονου **design**, του **βιολογικού** “γκουρμέ” **φαγητού**, της καλύτερης **μπύρας** και των ποιοτικότερων **τυριών**. Το **αεροδρόμιο** και η **εθνική της αεροπορική εταιρία** εξασφαλίζουν άμεση σύνδεση με άλλα σημαντικά κέντρα της βορειοδυτικής Ευρώπης. Το επιχειρηματικό της κέντρο είναι 10 λεπτά από το αεροδρόμιο με τα συχνότατα και ακριβέστατα **τρένα** της. Το **Ρότερνταμ**, η **Ουτρέχτη** και το **Άμστερνταμ** βρίσκονται εξαιρετικά κοντά το ένα στο άλλο, μέσα στο λεγόμενο **Randstaad** και φιλοξενούν εκτός από έντονη εμπορική δραστηριότητα, σημαντικά πανεπιστήμια και πολλά άλλα στοιχεία που εξασφαλίζουν ένα πολύ καλό βιοτικό επίπεδο και δίνουν στις περιοχές τεράστια βαρύτητα. Μαζί και με τις γύρω περιοχές της βορειοδυτικής Ευρώπης συνθέτουν ένα ευρύτερο κέντρο λήψης αποφάσεων στον Ευρωπαϊκό χώρο με παγκόσμια ακτινοβολία.^[21]

Μπορεί αυτό να είναι απλά μια τουριστική καμπάνια, αλλά ουσιαστικά είναι και ο τρόπος που συστήνεται η χώρα. Και δεν συστήνεται μόνο σε προσωρινούς επισκέπτες, αλλά και σε επενδυτές, και σε επιχειρηματίες, και σε ένα καλά εκπαιδευμένο και έμπειρο εργατικό δυναμικό που έχει συγκεκριμένες απαιτήσεις ως προς την ποιότητα ζωής του.

^[20]Tschirhart M. | Evaluation of the brand use in the city government websites: A search for brand type, repetition and consistency | Journal of Non-profit & public sector marketing

^[21]holland.com | Holland:the Original Cool campaign



εικ2. πηγή: προσωπικό αρχείο



εικ3. πηγή: visitholland.com

Ως *waterline* ορίζεται η δημιουργία αμυντικής γραμμής με σκόπιμη πρόκληση πλημμύρας σε ορισμένη περιοχή. Η πλημμύρα αυτή έχει αρκετά μεγάλη στάθμη ώστε να εμποδίσει την προέλαση του εχθρού πεζού ή έφιππου, αλλά όχι τόσο μεγάλη ώστε να επιτρέπει την προέλαση με πλωτά μέσα.

Στα σημεία στρατηγικής σημασίας που συγχρόνως βρίσκονται σε μεγαλύτερο υψόμετρο φτιάχνονται οχυρά τα οποία φιλοξενούν τους στρατιώτες. Τα οχυρά βρίσκονται στην εσωτερική πλευρά της *waterline*, προς τα δυτικά όπου συναντούνται και τα μεγάλα οικιστικά κέντρα, ενώ η πλημμύρα προκαλούταν προς τις αγροτικές εκτάσεις.



εικ.4 πηγή: www.hollandsewaterlinie.nl

4. Ιστορικά στοιχεία. Η NDW ως αμυντική δομή.

Η διαχείριση του νερού αποτελεί καθοριστικότατο στοιχείο της ολλανδικής ιστορίας και κουλτούρας. Στην σημερινή θέση της Ολλανδίας κάποτε υπήρχαν μόνο βαλτώδεις εκτάσεις. Το ολλανδικό τοπίο στο συνολό του είναι στην πραγματικότητα ανθρωπογενές, ενώ η δημιουργία γης και διόδων για το νερό είναι μια συνεχής διαδικασία.

Η σκόπιμη πλημμύρα για αμυντικούς σκοπούς ξεκινά σαν τέχνασμα από αγρότες που προσπαθούσαν να υπερασπιστούν την ιδιοκτησία τους^[22]. Η πρώτη επιτυχημένη στρατηγικά “πλημμύρα” προκλήθηκε το 1589 όταν ο πρίγκιπας Maurits απελευθέρωσε την πολιορκούμενη πόλη του Leiden πλημμυρίζοντας την τριγύρω περιοχή. Το 1629, η πρώτη προσωρινή waterline δημιουργήθηκε για να υπερασπιστεί τις επαρχίες της Ολλανδίας και της Ουτρέχτης. Όμως, λόγω της διαφωνίας μεταξύ των πόλεων της Ουτρέχτης και του Άμστερνταμ, το σχέδιο εγκαταλείφθηκε.

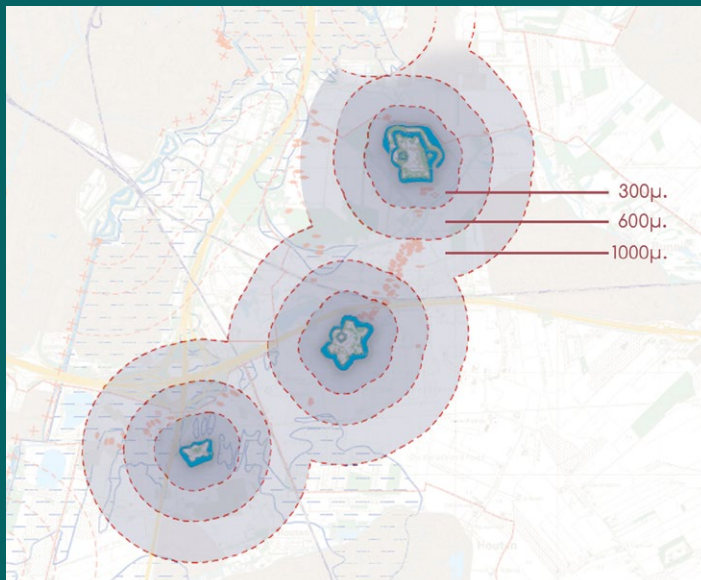
Οι απειλές από την Γαλλία, την Αγγλία και ορισμένα γερμανικά κρατίδια οδήγησαν τελικά σε εισβολή στην Ολλανδία το 1672. Η Δημοκρατία των Επτά Ενωμένων Επαρχιών της Ολλανδίας, είχε ένα αδύναμο αμυντικό σύστημα τότε. Καθώς οι Γάλλοι προσέγγιζαν στην Ουτρέχτη, μία **αυτοσχέδια αμυντική γραμμή** δημιουργήθηκε. Η **Old Dutch Waterline** ξεκίνησε από το Gorinchem φτάνοντας ως το Muiden ως μια μεγάλη πλημμύρα μεταξύ των θέσεων αυτών, η οποία θα μπορούσε να πλημμυρίσει σε τμήματα με νερό από τα ποτάμια, τις δεξαμενές αποστράγγισης και τον κόλπο του Zuiderzee. Οι πλημμύρες χωρίστηκαν σε σημεία από αναχώματα με υψηλότερο υψόμετρο ενώ οι περιοχές αυτές αναφέρονται επίσης ως σημεία πρόσβασης.

Η πρόκληση πλημμύρας εξακολουθούσε να κοστίζει πολύ χρόνο το 1672 και μερικές φορές ήταν αδύνατο να κυλήσει μέσα από τα φράγματα η απαιτούμενη ποσότητα νερού. Κομμάτια γης που χρησιμοποιούνταν για την αποστράγγιση των χωραφιών έπρεπε να καταστραφούν, κάτι που οδηγούσε σε αντίθεση με τους αγρότες και τις πόλεις που έβλεπαν τις αγροτικές τους εκτάσεις να χάνονται. Μετά από πολλές δυσκολίες, οι πλημμύρες κατάφεραν να προκληθούν πριν από τη γαλλική επίθεση, και το 1676 υπογράφηκε συνθήκη ειρήνης. Η Δημοκρατία αποφάσισε να επεκτείνει την επιτυχημένη waterline σε μια **μόνιμη γραμμή άμυνας: την New Dutch Waterline**.^[23]

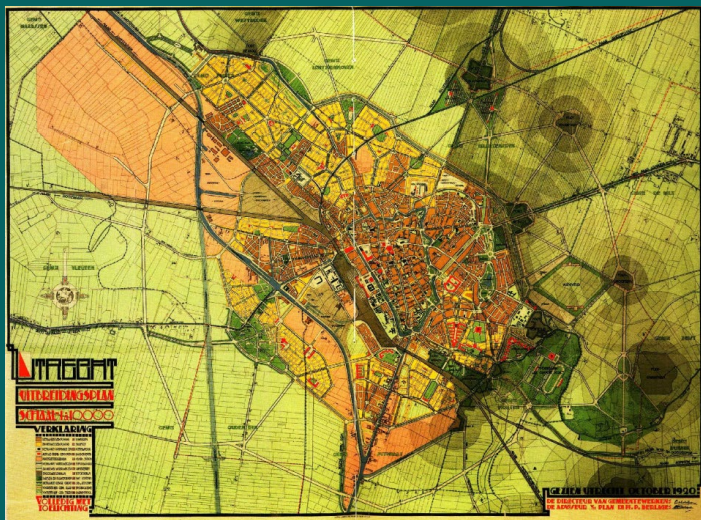
Υπό την κυριαρχία του Ναπολέοντα ξεκινά ένας στρατηγικός σχεδιασμός για την βελτιστοποίηση της waterline, με σκοπό να αποτελέσει ένα ασφαλές σύνορο του βασιλείου του. Το 1811 συναντιέται με τον Krazenhoff (γενικό επιθεωρητή οχυρωματικών έργων) και αποφασίζονται οι παρεμβάσεις.

^[22] The making of Dutch towns : a study in urban development from the tenth to seventeenth centuries | Gerald L. Burke | London : Cleaver-Hume Press (1956)

^[23] Atlas of the New Dutch Water Defence Line| OIO Publishers| Rotterdam| 2009



Χάρτης 6: Οι 3 δακτύλιοι σε οχυρά γύρω από την Ουτρέχτη. Ιδία επεξεργασία



Χάρτης 7: Ο νόμος των 3 δακτυλίων ακόμα σε ισχύ γύρω από την Ουτέχτη του 1920.
πηγή: holladsewaterlinie.nl

*Πράξη απαγορευμένων περιοχών

Το 1853 μια πολύ σημαντική νομοθεσία σχετικά με τα οχυρά εφαρμόζεται, η οποία καθορίζει ακόμα και σήμερα την NDW και το τοπίο που την περιβάλλει. Η "πράξη απαγορευμένων περιοχών", που θα μπορούσε κανείς να χαρακτηρίσει και σαν πρώιμο χωροταξικό σχέδιο, όριζε με κέντρο το κάθε οχυρό 3 δακτυλίους, ακτίνας 300, 600 και 1000 μέτρων.

Για μπορεί να υπάρχει από το οχυρό ελεύθερο πεδίο βολής, στον πρώτο δακτύλιο (0-300μ) επιτρεπόταν η κατασκευή μόνο ξύλινων σπιτιών, στο δεύτερο (300-600μ) επιτρέπονταν τα πέτρινα θεμέλια αλλά η κατασκευή έπρεπε και πάλι να είναι από εύλεκτα υλικά και στον τρίτο (600-1000μ) θεωρητικά επιτρεπόταν κάθε είδους κατασκευή αλλά σε περίπτωση πολέμου ή κινητοποίησης κάθε εμπόδιο, κτίριο ή φυτό καθαριζόταν χωρίς περαιτέρω νομικές διαδικασίες.

Ο νόμος αυτός παρέμεινε ενεργός από τη θέσπισή του και δεν απενεργοποιήθηκε παρά το 1951, μέχρι και την τελική του κατάργηση το 1963.

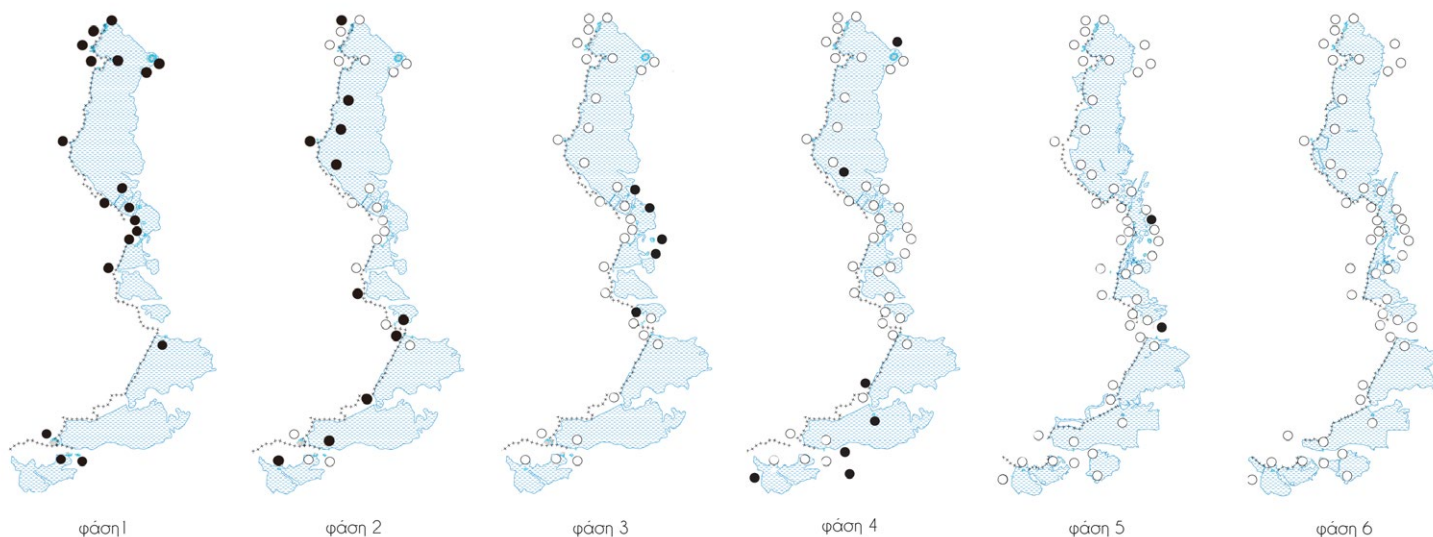
Η ανάπτυξη της Ουτρέχτης έχει καθοριστεί από αυτό το νόμο, που την εμπόδισε να απλωθεί προς τα ανατολικά, που και σήμερα απλώνονται τεράστιες αγροτικές εκτάσεις. Παράλληλα κοντά στα οχυρά βλέπουμε πολυάριθμα ξύλινα κτίρια από την εποχή που ο νόμος ήταν ακόμα σε εφαρμογή.^[23]

1η φάση (1815-1826). Αρχικά μιλάμε ουσιαστικά για μια ενίσχυση της Oude Hollandse Waterlinie. Η νέα γραμμή όμως περιλαμβάνει πλέον και την πόλη της Ουτρέχτης. Η κληρονομιά από οχυρά, αμυντικά έργα και πλημμυρικά έργα χρησιμοποιείται στο νέο αυτό έργο. Τα παλαιότερα στοιχεία συντηρούνται και ενισχύονται. 5 νέα μεγάλα οχυρά και 4 μικρά χτίζονται στη φάση αυτή, κυρίως πλησίον της Ουτρέχτης.

2η φάση (1841-1864). Οι νέες περιοχές ήταν δύσκολο να πλημμυρίσουν με τις παλιές μεθόδους, και μόλις την περίοδο 1851-1853 γίνεται η κατάλληλη έρευνα και σχεδιασμός ώστε να υπολογιστεί η ακριβής ποσότητα του νερού που θα διοχετευόταν για την πλημμύρα και οι πηγές αυτού. Οχυρά χτίζονται εκατέρωθεν του Ρίνου και του ποταμού Vecht. Μια νέα τυπολογία οχυρού εμφανίζεται, με πύργο. Πύργοι προστίθενται και σε παλαιότερα οχυρά.

3η φάση (1867-1870). Η πόλη της Ουτρέχτης ενισχύεται περαιτέρω, με περισσότερα οχυρά. Τα 2 μεγαλύτερα και ισχυρότερα οχυρά της NDW (Rijnhuizen και Vechten) χτίζονται τότε, ανατολικά της Ουτρέχτης, εκατέρωθεν την σιδηροδρομικής γραμμής.

4η φάση (1870-1886). Προστίθενται τα τελευταία οχυρά. Μέχρι την ολοκλήρωση όμως οι πρόοδοι στην τεχνολογία των όπλων καθιστά την κατασκευή τους ανεπαρκή. Οπλισμός μεταφέρεται σε αναχώματα με στρατηγικότερες θέσεις μεταξύ τους.



Χάρτης 8: φάσεις οικοδόμησης της NDW ^[23]

^[23]Atlas of the New Dutch Water Defence Line| OIO Publishers| Rotterdam| 2009



Χάρτης 9. Οι Ολλανδικές Waterlines

πηγή: Atlas of the New Water Defence Line| OIO Publishers| Rotterdam| 2009
Ιδία επεξεργασία

5η φάση (1914-1918). Η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται από την κατασκευή αμυντικών έργων από σκυρόδεμα. Πρόκειται για ομαδικά καταφύγια και τάφρους.

6η φάση (1939-1940). Οι ήδη υπάρχουσες εγκαταστάσεις ενισχύονται με περισσότερα καταφύγια και ορύγματα.

Η NDW ως μετεξέλιξη της ODW είναι μεν το προγενέστερο αμυντικό έργο αυτής της λογικής στην Ολλανδία, αλλά υπάρχουν και άλλα.^[1]

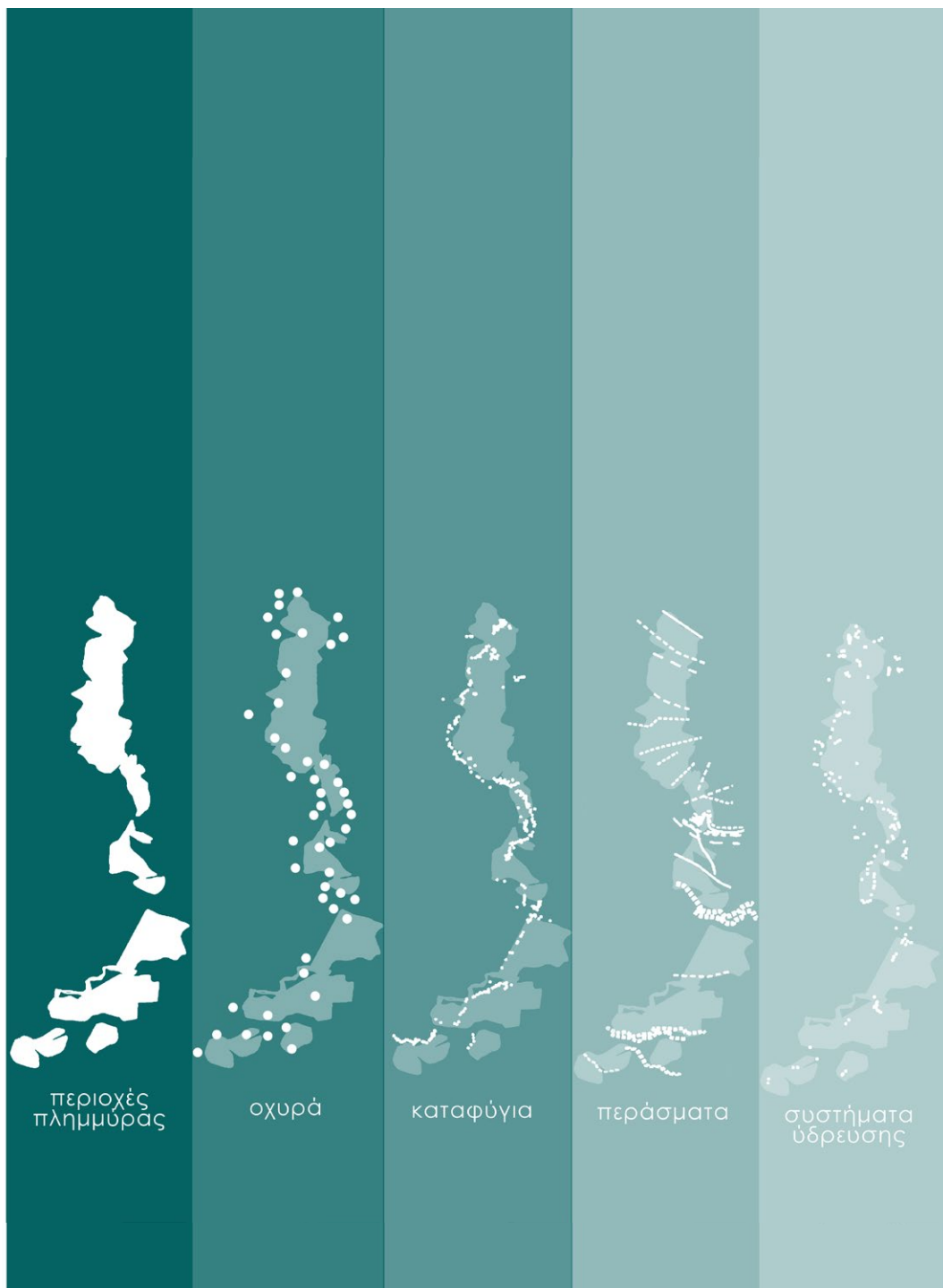
Γνωστότερο εξ'αυτών, το **Stelling Van Amsterdam** (αμυντική γραμμή του Άμστερνταμ), το οποίο κατασκευάστηκε την περίοδο 1880 με 1920 και προστατεύε την πρωτεύουσα. Λόγω της θέσης του αναγνωρίστηκε και έλαβε στήριξη νωρίς από το Ολλανδικό κράτος εντασσόμενο στη λίστα της UNESCO το 1996, όταν η NDW ήταν πλήρως ξεχασμένη. Το χρονικό αυτό προβάδισμα δημιούργησε προβλήματα στην μετέπειτα αξιοποίηση και την προβολή της NDW.

Η **Grebbelinie** χρησιμοποιήθηκε το 1794 και σε κάποιες συγκυρίες εμπόλεμων συγκρούσεων. Συντηρήθηκε μέχρι και τα τέλη του 19ου που εγκαταλείφθηκε. Το 1926 μέρη της άρθηκαν. Με τον νέο αιώνα κάποια στοιχεία της (αναχώματα, χαντάκια, και μπετονένια καταφύγια κατά βάση) κρίθηκαν διατηρητέα. Το 2011 αναγνωρίστηκε συνολικά ως εθνικό μνημείο με μελλοντικό πλάνο την αξιοποίηση της, ως Grebbelinie Landscape.

Η **IJssellinie** αποτελεί την ολλανδική συμβολή στην αμυντική γραμμή της δυτικής Ευρώπης κατά τον ψυχρό πόλεμο τις δεκαετίες του '50 και του '60. Καταφύγια, αποθήκες και όπλα παρατάχθηκαν στις όχθες του ποταμού IJssel. Νερό από τον Ρήνο και τους παραποτάμους του θα διοχετευόταν ελεγχόμενα στην κοιλάδα ανακόπτοντας την πορεία του εχθρού. Δεν χρησιμοποιήθηκε ποτέ. Ένα εθελοντικό σώμα οργανώθηκε το 2003 με σκοπό την προστασία των στοιχείων της IJssellinie σαν ιστορικά μνημεία.^[1]

Η ιστορία της Ολλανδίας περιλαμβάνει πολλές αμυντικές γραμμές. Τουλάχιστον στις περιοχές τις οποίες διατρέχει, η New Dutch Waterline αναφέρεται στην καθομιλουμένη ως "η Waterline", αλλά όχι μόνο σε αυτές. Κοιτώντας κανείς τη θέση κάθε waterline στο χάρτη της Ολλανδίας και την σειρά με την οποία δόθηκε βαρύτητα στην ενεργοποίησή τους, αντιλαμβάνεται πως οι πολιτικές εκτιμούν την αξία του χώρου, που είναι φυσικά μεγαλύτερη κοντά στα αστικά κέντρα και επηρεάζουν φυσικά τις αντιλήψεις. Το υπό κατασκευή Μουσείο-Σημείο Αναφοράς της NDW που θα ανοίξει τις πόρτες του το 2015 ονομάζεται "Waterliniemuseum"=μουσείο της Waterline.

^[23]Atlas of the New Dutch Water Defence Line| OIO Publishers| Rotterdam| 2009



Χάρτης 10. Elements of the Waterline
πηγή: www.raaaf.nl
ιδία επεξεργασία

5.Η NDW ως μνημείο παγκόσμιας πολιτιστική κληρονομιάς.

5.1.Εθνικές αποφάσεις και σχεδιασμός

Η NDW είναι ένα **μοναδικό χωρικό φαινόμενο**. Οι πολιτικές που διέπουν τη διαχείρισή της, από τη δημιουργία της ως οχυρωματικό έργο, μέχρι την λειτουργία της ως πολιτιστικό brand, έχουν την επιρροή ενός εκτεταμένου χωροταξικού σχεδίου για την χώρα.

Εκτός από το ότι είναι μοναδική χωρικά, ορίζει και μοναδικά τον χώρο. Η NDW ήταν μια μεγάλης κλίμακας στρατιωτική δομή, συνδεδεμένη με την εθνική κουλτούρα για παραπάνω από 3 αιώνες, ενώ οι αφηγήσεις για αυτή είναι αμέτρητες. Αποτελεί μια πολιτική εθνικής άμυνας, που εμπλέκει και καθορίζει αποφάσεις όχι μόνο στρατιωτικού χαρακτήρα, αλλά και πολεοδομικού και χωροταξικού σχεδιασμού, χάραξης δρόμων, διαχείρισης νερού. Η ιστορία της είναι μια στρατιωτική περιπέτεια, αμέλειας, κατεδάφισης, αποκατάστασης επανάχρησης, κι όλα αυτά, πριν ακόμα φτάσουμε στη σύγχρονη εποχή. Η κατασκευή της να αποτελεί το πιο κοστοβόρο έργο της ολλανδικής ιστορίας, με μόνη άλλη περίπτωση να συναγωνίζεται αυτή την επένδυση την ενεργοποίηση της NDW τον 21ο αιώνα, με έναν καινούριο σκοπό.

Το τεράστιο έργο που χρειάστηκε τόσα χρόνια και φάσεις να ολοκληρωθεί, κατέληγε να είναι ξεπερασμένο και αδύναμο την ίδια στιγμή που ο σχεδιασμός του υλοποιούταν. Η τεχνολογία του και οι αντοχές του ήταν παρωχημένες σε σχέση με τα νέα δεδομένα μάχης. Ενεργοποιήθηκε ελάχιστες φορές και πάντοτε η μάχη κρινόταν σε ένα άλλο πεδίο από αυτό που είχε προβλεφθεί.^[24]

Στερεί όμως κάτι αυτό από τη σημασία που θα μπορούσε να έχει σήμερα;

Μάλλον **όχι**.

Σε μια διαρκή κατάσταση αλληλεπίδρασης, βλέπουμε την αμυντική γραμμή που σχεδιάστηκε αιώνες πριν για να προστατέψει την Ολλανδία μετατρέποντας την καρδιά της σε ένα προστατευμένο νησί, το λεγόμενο και κατά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο **Fortress Holland**, να συνεχίζει ακόμα και σήμερα να περιβάλει το διοικητικό, επιχειρηματικό, εκπαιδευτικό και γενικότερο κέντρο της Ολλανδίας, το ισχυρό **Randstaad** που περιλαμβάνει το **Άμστερνταμ**, το **Ρότερνταμ** και την **Ουτρέχτη**, δημιουργώντας μια **πράσινη "άκτιστη" ζώνη** γύρω από αυτό που εμπόδισε την αστικοποίηση προς την Ανατολή.

Οι μελέτες και τα έργα για την πρόκληση πλημμύρας στη Waterline σε 10 τμήματα ακόμα και σήμερα αποδίδουν και χρησιμοποιούνται για τον **έλεγχο της στάθμης του νερού**.

Πλησιάζοντας κοντά στα σημαντικότερα κτισμένα στοιχεία της Waterline, τα οχυρά , ακόμα και η **χλωρίδα** που συναντάται εκεί είναι συγκεκριμένη. Ακανθώδη φυτά φυτεύτηκαν σκόπιμα ώστε

^[24]New Dutch Waterline, implementation leads to new questions'', | Peter Ros | The reuse of ancient fortified settlements from middle Ages to early modern time | Scientific Bulletin 65, Europa Nostra Publications 2011

να δυσχεραίνουν την πρόσβαση στον εχθρό. Η εγκατάλειψη και ο χρόνος επέτρεψαν σε αυτά να αναπτυχθούν και να απλωθούν στην ευρύτερη περιοχή και πλέον αποτελούν χαρακτηριστικό στοιχείο.

Ενώ οι περιοχές που πλημμυρίζαν είναι αδύνατον να αναγνωριστούν από τον επισκέπτη, **μπετονένια καταφύγια ορίζουν το Ολλανδικό αγροτικό τοπίο** σε όλη την επιφάνεια της περιοχής που προοριζόταν να πλημμυρίσει και σήμερα στέκουν δίπλα σε κανάλια, ανάμεσα σε καλλιέργειες, περιτριγυρισμένα από κάθε είδους αγροτική δραστηριότητα.

Με την επικράτηση της ειρήνης στον Ευρωπαϊκό χώρο και την απενεργοποίηση του στρατιωτικού της ρόλου, η NDW εγκαταλείπεται και ξεχνιέται. Τα κτισμένα στοιχεία της μετατρέπονται σε φωλιές νυχτερίδων. Τα οχυρά που είναι έτσι κι αλλιώς σχεδιασμένα για να μένουν κρυμμένα και προστατευμένα, αποκόπτονται από το περιβάλλον τους με την ανάπτυξη της χλωρίδας και το νόμο των απαγορευμένων κύκλων που άργησε να αρθεί. Με την άρση του νόμου των 3 δακτυλίων, πολλά οχυρά, δέχτηκαν και την πίεση της αστικοποίησης από τα δυτικά.

Ελάχιστα από αυτά πωλούνται σε δήμους για τη στέγαση γραφείων, ένα παραχωρείται σε προσκόπους, αλλά και ιδιώτες. Το κυβερνητικό ενδιαφέρον είναι ανύπαρκτο και δεν υπάρχει κάποια πολιτική διαχείρισης, μόνο ελάχιστες ενέσεις χρηματοδότησης ώστε συγκεκριμένα κτίρια ενδιαφέροντος να σωθούν από την παρακμή. **Η NDW θα αποτελέσει ξανά κομμάτι εθνικών στρατηγικών με την έλευση του αιώνα που διανύουμε.**

Η απουσία πολιτικής δεν ήταν ιδιαίτερα λειτουργική σχεδόν για κανέναν, με εξαίρεση ίσως την περίπτωση του Fort Steurgat, του νοτιότερου της waterline το οποίο μεταξύ 1999-2000 άνοιξε τις πόρτες του μετά από δραστικές παρεμβάσεις ως συγκρότημα 10 πολυτελών κατοικιών, μια έκβαση μάλλον ωφέλιμη για τους ιδιοκτήτες του.

Στις υπόλοιπες περιπτώσεις έγιναν κάποιες κινήσεις για δημιουργία χώρων συνεδριάσεων και φιλοξενίας event, όπως στα Fort Vechten και Voordorp κοντά στην Ουτρέχτη, οι οποίες ευδοκίμησαν αλλά σε περιορισμένο βαθμό λόγω της θέσης τους, ενώ στην περίπτωση του Fort Honswijk, νοτιότερα, με την ίδια χρήση η προσπάθεια απέτυχε.

Οι πρώτες πολιτικές που συμπεριλαμβάνουν την NDW δεν διατυπώνονται παρά στη δύση του προηγούμενου αιώνα και από τότε μέχρι σήμερα και από σήμερα μέχρι τον ορίζονται υλοποίησης κάποιων από αυτών θα μεσολαβήσουν πολλές τοπικές, εθνικές και ευρωπαϊκές πολιτικές, προγράμματα, συμφωνίες, παρεμβάσεις, και δίκτυα.

Η NDW έμελε να αποτελέσει **“πείραμα”** για πολλά από αυτά και θα ανοίξει το δρόμο για την **διαχείριση μεγάλων χωρικών συνόλων με ιστορικό, πολιτιστικό, στρατιωτικό, φυσικό και σίγουρα χωρικό ενδιαφέρον και σημασία.**

“Η NDW είναι μία ενδεικτικά αν όχι ακραία περίπτωση ενός έργου πολιτιστικής κληρονομιάς που δεν αφορά πλέον την προστασία ενός μεμονωμένου κτιρίου αλλά τον χειρισμό μιας περίπλοκης κοινωνικής διαδικασίας, άμεσα υποκινούμενη από τον υλικό κόσμο των κτιρίων, του τοπίου και των υποδομών.” ^[25]

Η μοναδικότητα της σταδιακά την έφερε στο επίκεντρο των αποφάσεων για τα **εθνικά μνημεία**, τα **National Landscapes**, αλλά και τα **μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO**. Τα πολλαπλά καθυστερώτα προστασίας και διαχείρισης θα καθυστερήσουν την εκκίνηση των δράσεων και θα περιπλέξουν τις αποφάσεις, μέχρι η πρώτη δεκαετία του 2000 να δώσει και να αρχίσουν να διαφαίνονται πολύ διαφορετικά μοντέλα διαχείρισης και ένα τελείως νέο προφίλ προστατευόμενου τόπου.

Στο τέλος του 1990 το ενδιαφέρον για τα National Landscapes εγείρεται* με την **ένταξη του Stelling Van Amsterdam το 1996**, του πρώην **νησιού Schokland το 1995** και του **Beemster Polder το 1999** στη λίστα παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO.

Την ίδια περίοδο το Συμβούλιο της Ευρώπης προετοιμάζει την **Ευρωπαϊκή σύμβαση για το τοπίο**, η οποία υπογράφηκε από την Ολλανδική κυβέρνηση το 2000. Είναι γενικότερα μια περίοδος που στον ευρωπαϊκό χώρο γίνεται λόγος για τα **SACs** και το **Natura 2000**.

Το **1999** η Ολλανδική κυβέρνηση παρουσιάζει το **Nota Belvedere**, ένα report που πιέζει να ληφθεί υπόψιν η πολιτιστική κληρονομιά στον σχεδιασμό. Υπογράφεται από τα υπουργεία πολιτισμού, Housing & Environment, Γεωργίας, Μετακινήσεων. Η NDW αναγνωρίζεται ως National Project και ως ένα από τα 20 National Landscapes της χώρας. Σκοπός της δέσμευσης αυτής είναι η ένταξη της cultural history (η οποία περιλαμβάνει την αρχαιολογία, τα μνημεία, και την ιστορική γεωγραφία) στις αποφάσεις για τη χρήση της γης στην Ολλανδία.

^[25] Bernard Colenbrande- Eindhoven University-Department of built environment, architectural urban design & engineering, Atlas of the New Dutch Waterline, Rotterdam 2009, 010 Publishers



εικ 5. ©St.Menno Van Coehoorn



εικ 6. ©Artur van Beveren, flickr page



εικ 7. Waterwerken at Diefdijk ©Jan Dijkstra page at panoramio



εικ 8. Inundation area near fort Ruigenhoek wikipedia:New Dutch Waterline



εικ 9. © OKRA landschapsarchitecten

Η πολιτική αυτή περιγράφεται από το μότο **"Preservation through development"**. Η NDW ορίζεται ως το πρώτο πιλοτικό project εφαρμογής αυτής της πολιτικής λόγω της πολυπλοκότητας της. Η πολυπλοκότητα ορίζεται ως η ανάγκη για συνεργασία πολλαπλών φορέων, για την διαχείριση της μεγάλης σε εμβადόν NDW, η οποία περιλαμβάνει πολυάριθμα επιμέρους στοιχεία και χαρακτηριστικά.

Για τον σχεδιασμό του επόμενου βήματος συνίσταται το **2000** το NDW **Project Bureau** και η διευθύνουσα ομάδα με πρώτη αρμοδιότητα η σκιαγράφηση προοπτικών για την ανάπτυξη της NDW. Το **Linieperspectief** (έγγραφο για τις προοπτικές της Waterline) υπογράφηκε από την κυβέρνηση και έγινε αποδεκτό από τις αρμόδιες περιφέρειες τελικά το **2003**.

Ακολουθεί το 5ο report of **Spatial Planning** σχετικά με τη χωροταξία και το περιβάλλον από το αρμόδιο υπουργείο αρμόδιο για ζητήματα χώρου και στέγασης, το οποίο περιλαμβάνει ένα υπόμνημα σχεδιασμού για την Ολλανδία με ορίζοντα το 2020 και το οποίο προτείνει **3 εθνικά Landscapes** και 3 ακόμα για να ληφθούν υπόψιν μελλοντικά. Τα 3 Landscapes που προτίνονται βρίσκονται **στα όρια του Randstaad, και ο σκοπός αυτού είναι να ισορροπήσουν την αστική έκρηξη της καρδιάς της Ολλανδίας.**

Η περίοδος που ακολουθεί χαρακτηρίζεται από βραχύβιες κυβερνήσεις οι οποίες δεν ασχολούνται με το ζήτημα και το υπόμνημα δεν μετατρέπεται σε επίσημο policy document όπως αναμενόταν.

Το **2004** μία από αυτές τις κυβερνήσεις όμως παρουσιάζει το εθνικό χωροταξικό στρατηγικό σχέδιο **Nota Ruimte**, το οποίο συνέχισε την πολιτική για τα National Landscapes, αυξάνοντας τα σε 20, ένα σύνολο επιφανειών που καλύπτει το 20% της επιφάνειας της χώρας. Τα 20 αυτά τοπία καλύπτουν ουσιαστικά 3 κατηγορίες. 15 περιοχές που είναι. άρुकτα συνδεδεμένες και με την πολιτιστική κληρονομιά, οι οποίες είχαν αναφερθεί στο *Belvedere*, περιοχές διεκδικούμενες και από τη βιομηχανία για τις οποίες υπήρχαν πιέσεις από την τοπική κοινωνία για την προστασία τους και τις 2 αμυντικές γραμμές, του Άμστερνταμ και την NDW, οι οποίες ήδη είχαν καθεστώς προστασίας η μεν από την ένταξη η δε από την υποψηφιότητα της για ένταξη στη λίστα της Unesco ως μνημείο παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς.

Χάρτης 12. Τα Εθνικά τοπία της Ολλανδίας
πηγή: Window on the Netherland-The Dutch National Landscapes 1975-2010:
Policies, Aims and Results. Hand Renes, (2010)



1995	Schokland, WHS Unesco List
1996	Stelling Van Amsterdam, WHS Unesco List
1999	Nota Belvedere Beemster Polder WHS Unesco List
2000	European Landscape Convention
2001	5o report of Spatial Planning
2002	ένταξη στο Crossing the Lines
2003	Linieperspectief
2004	Nota Ruimte Panorama Krayebhof
2006	Πρόγραμμα εφαρμογής 300 project επί της NDW
2008	Rijnaauwen Pact 200 projects(2008-2011) ένταξη στο Collabor8(-2013)
2009	η NDW κυρρήσεται Εθνικό Μνημείο ένταξη στο Manage+ (-2014)
2010	Παύση χρηματοδότησης των National Landscapes
2011	Υποβολή στην Unesco tentative List Πρόγραμμα (2012-2016)
2013	Unesco World Heritage Volunteers
2014	At FORT
2015	Waterlines

Το Nota Ruimte εμπεριέχει το **Panorama Krayebhof**, ένα γενικό χωροταξικό σχέδιο του Project Bureau με **3 στόχους** για την NDW.

1.Δημιουργία ενός αναγνωρίσιμου προφίλ για την NDW

2.NDW in minds and hearts (=υποστήριξη της κοινωνίας)

3.βιώσιμη κοινωνικά και οικονομικά χρήση της NDW

Για την εφαρμογή αυτού του σχεδίου δημιουργούνται 7 "φάκελοι" οι οποίοι υπογράφονται το **2005** από τις 4 εμπλεκόμενες περιφέρειες και την **Line Committee**, η οποία είναι και μέχρι σήμερα γενικός επιβλέπων της υλοποίησης του έργου. Ορίζοντας εφαρμογής τίθεται το 2020.

Μετά την κυβερνητική απόφαση για τα Landscapes, η υλοποίηση αυτών ανατέθηκε στις περιφέρειες (όπως περίπου συνέβη και με την NDW αλλά με αρκετά περισσότερους εμπλεκόμενους), οι οποίες ανέλαβαν με διαφορετικούς βαθμούς ενθουσιασμού την προστασία και την αξιοποίηση. Το καθεστώς προστασίας αποτέλεσε αιτία σύγκρουσης με τους αγρότες των περιοχών και πολλά από τα Landscapes περιορίστηκαν. *

Η κρατική χρηματοδότηση αποδείχθηκε σύντομα προβληματική. Μόνο για τις βασικότερες δράσεις οι οποίες θα εξασφάλιζαν την επισκεψιμότητα και την σηματοδότηση των τοπίων (δημιουργία μονοπατιών και ποδηλατοδρόμων, σήματα και φυλλάδια) το συμβούλιο αρμόδιο για τις μη αστικές περιοχές που δρα ως επίσημος σύμβουλος του υπουργείου αγροτικής ανάπτυξης, φύσης και ποιότητας της τροφής, κοστολόγησε την διαδικασία με 225 εκ/χρόνο, ποσό 20πλάσιο από το διαθέσιμο κεφάλαιο. Το

* σύγκρουση συμφερόντων για το αν ένα τοπίο πρέπει να προστατευθεί ή να αξιοποιηθεί σαν αγροτική γη. Μιλώντας ειδικά για την Ολλανδία, όπου το τοπίο είναι εξολοκλήρου τεχνητό, τα όρια μεταξύ τοπίου άξιου διατήρησης και τοπίου προς αγροτική εκμετάλλευση είναι αρκετά ρευστά. Όταν η πορεία της ελεύθερης αγοράς αναγκάζει τους αγρότες να αναζητήσουν κι άλλες πηγές εισοδημάτων μέσω του τουρισμού και των επιχορηγήσεων για τη διατήρηση και προστασία ενώ και η αγροτική πολιτική της ΕΕ αποδυναμώνεται, Ο δρόμος για την ένταξη τοπίων σε καθεστώς προστασίας ανοίγει στις αρχές του 2000. Όταν όμως τα σχέδια χαλαρώνουν εμπεριέχοντας τεράστιες εκτάσει εγείρονται φυσικά αντιδράσεις.

βασικότερο πρόβλημα για τα πολλά σε αριθμό κυρηγμένα National Landscapes και την τεράστια σε έκταση επιφάνεια που κάλυπταν, ήταν πως δεν υπήρχε κανένα όραμα και καμία πολιτική. Η κυβέρνηση που εκλέγεται το **2010** κόβει εντελώς τη χρηματοδότηση.

Συγκεκριμένα για τη NDW, το **2006** ένα συνολικό πρόγραμμα εφαρμογής συντάσσεται και εμπεριέχει στοιχεία για την εφαρμογή, τις φιλοδοξίες, την στρατηγική, τα project envelopes και τη στρατηγική χρηματοδότησης. Περίπου 300 έργα περιγράφονται σε αυτό, με συνολικό προϋπολογισμό 300 εκ.ευρώ για την περίοδο 2006-2013.

Το **2008** παρουσιάζονται αναλυτικά τα 200 από τα παραπάνω έργα. Υπογράφεται το **Rijnaauwen Pact** από όλα τα εμπλεκόμενα μέλη (5 υπουργεία, 5 περιφέρειες, 25 δήμοι, 5 συμβούλια διαχείρισης του νερού). Σκοπός τα σχέδια για την NDW να εφαρμοστούν άμεσα και οι εθνικές πολιτικές να περάσουν σε τοπικό επίπεδο, μέσα στην περίοδο 2008-2011 με συνολικό προϋπολογισμό 188 εκ. ευρώ.

Το **2009** το υπουργείο πολιτισμού εντάσσει την NDW στη λίστα με τα **εθνικά μνημεία της Ολλανδίας**, και για πρώτη φορά ορίζεται ως μνημείο, δίνοντας και στην ίδια τη λέξη έναν καινούριο ορισμό για τα δεδομένα της χώρας. Ο δρόμος ανοίγει για να θεωρούνται πλέον μνημεία κι άλλα σημαντικά αντικείμενα εκτός από κτίρια. Αυτό επιφέρει μια "χαλάρωση" της νομοθεσίας και σχετικά με τα δεδομένα της επανάχρησης. Ειδικότερα στα στρατιωτικά μνημεία δίνεται ευκολότερα η δυνατότητα νέας χρήσης διαφορετικής από την προηγούμενη.

Μέχρι το τέλος του 2011, το 83% του προϋπολογισμού εξασφαλίζεται. Το 22% των project ολοκληρώνεται, το 60% προχωρά αλλά δεν ολοκληρώνεται.

Το 2011 ένα ανανεωμένο πρόγραμμα εφαρμογής κατατίθεται, για την περίοδο 2012-2016 με προϋπολογισμό 60 εκ. ευρώ τα οποία λόγω των οικονομικών συνθηκών δεν εξασφαλίζονται. Μια κατάσταση που μέχρι και σήμερα εκκρεμεί.^[1]

Τον Αύγουστο του **2011** η NDW **υποβάλλεται** από το υπουργείο εκπαίδευσης, πολιτισμού και επιστήμης **ως υποψήφιο για ένταξη μνημείο στη λίστα της UNESCO**, με τα κριτήρια (ii),(iv),(v), τα οποία αναθεωρήθηκαν το 2013 και έχουν ως εξής:

(ii) Η Nieuwe Hollandse Waterlinie και το Stelling van Amsterdam είναι εξαιρετικά παραδείγματα ενός εκτεταμένου, ολοκληρωμένου ευρωπαϊκού αμυντικού συστήματος της μοντέρνας περιόδου το οποίο έχει επιβιώσει ανέπαφο και έχει συντηρηθεί καλά από τη δημιουργία του, τον 19ο αιώνα. Και τα δύο είναι μέρη μιας συνεχούς κατασκευής πρωγενεστερων αμυντικών έργων και επρόκειτο αργότερα να επηρεάσουν συγκεκριμένες κατασκευές πριν και αμέσως μετά το Β' παγκόσμιο πόλεμο

(iv) Τα οχυρά είναι εξαιρετικά παραδείγματα ενός εκτεταμένου, ολοκληρωμένου αμυντικού συστήματος της σύγχρονης περιόδου το οποίο έχει επιβιώσει ανέπαφο και έχει διατηρηθεί καλά από τη δημιουργία του, τον 19ο αιώνα.

(v) Η Nieuwe Hollandse Waterlinie αντιπροσωπεύει την ικανότητα της Ολλανδίας στην διαχείριση του νερού και της πρακτικής εφαρμογής αυτού στην άμυνα του έθνους.

Η **διεθνής συνάντηση εμπειρογνομόνων της UNESCO** για τα υποψήφια προς ένταξη μνημεία που έλαβε χώρα τον Νοέμβριο του 2013 για την NDW, κι ενώ η NDW παρέμεινε υποψήφια, εξέφρασε τον ενδοιασμό για το αν μπορεί να συμπεριληφθεί η NDW στη λίστα της UNESCO, εφόσον σε αυτή είναι ήδη ένα μνημείο παρεμφερές, το Stelling Van Amsterdam (STV) **,καταργώντας το κριτήριο περί “Εξέχουσας οικουμενικής αξίας”.**

Δυστυχώς για την NDW οι πολιτικές στρατηγικές του παρελθόντος επηρεάζουν το μέλλον της. Όταν το SVA εντάχθηκε στη λίστα το 1996, ήταν αυτό το πράσινο τόξο γύρω από την πρωτεύουσα, το πάρκο που θα προσέφερε κάτι “διαφορετικό” στο τομέα της αναψυχής από το Άμστερνταμ. Η NDW δεν μπορούσε να αποτελέσει κομμάτι των τότε πολιτικών.

Μια δεκαετία περίπου μετά όταν το ζήτημα της NDW ήρθε στο προσκήνιο, διαπιστώθηκε ότι η NDW ήταν έργο πρωγενέστερο, μεγαλύτερου εύρους και αμυντικής σημασίας, και ότι το SVA ως WH site είχε συμπεριλάβει οχυρά και περιοχές που αποτελούν ιστορικά κομμάτια της NDW.

Η διαπίστωση του 2013, έφερε μια αποδιοργάνωση στο bureau και στην προσπάθεια προώθησης της ως WH site.

Η λύση η οποία προτάθηκε είναι η εννοποίηση της NDW με το SVA, σε ένα εννιαίο μνημείο. Κάτι που φυσικά δεν είναι εύκολο, αν συνειδητοποιήσει κανείς πόσο ξεχωριστή και μοναδική πορεία έχει χαράξει η NDW. Η υποψηφιότητα θα υποβληθεί ανανεωμένη το 2018 και θα εξεταστεί το 2019.^[2]

Πάντως η προσπάθεια για ένταξη δείχνει να μην είναι τόσο εντατική έκτοτε. Αντίθετως τα τοπικά δίκτυα για Waterlines και Forts δείχνουν να αναπτύσσονται ταχύτατα, τουλάχιστον επικοινωνιακά εν έτη 2015.

^[26]Για την χρονολόγηση των εθνικών και διεθνών αποφάσεων που σχετίζονται με την NDW ανακτήθηκαν και διασταυρώθηκαν από τις εξής πηγές:

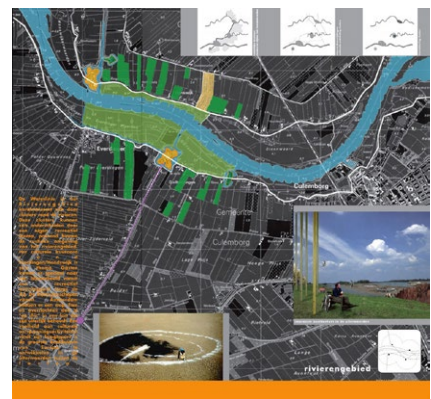
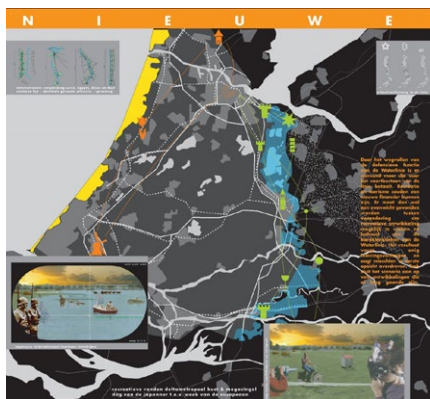
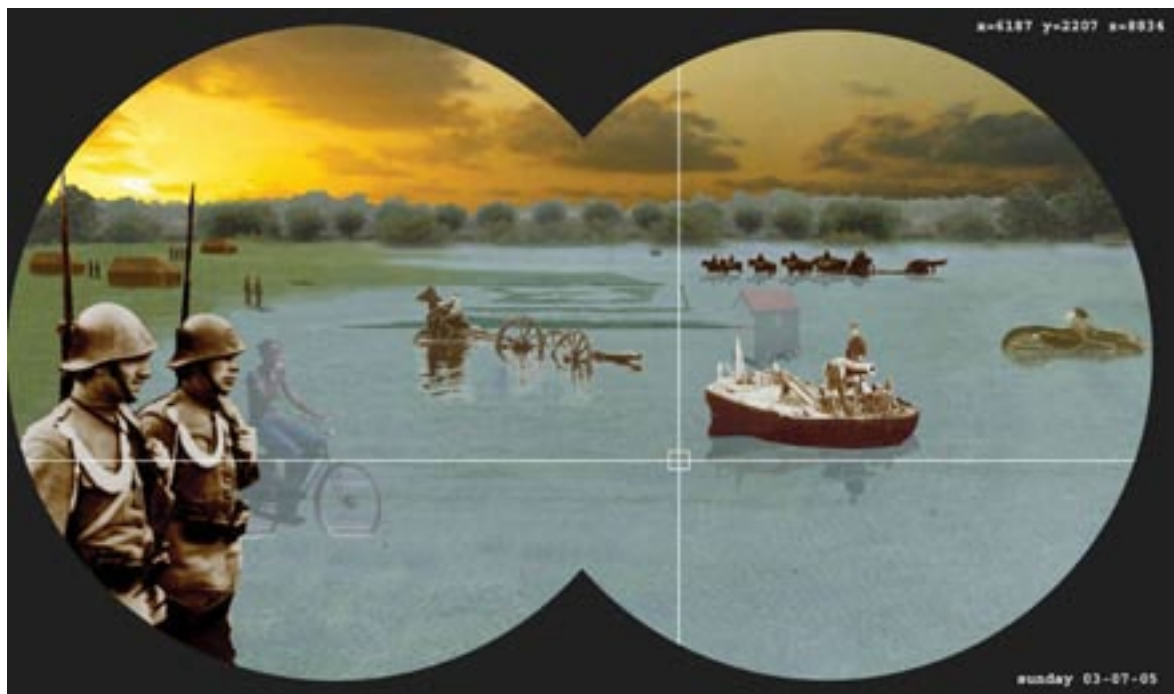
Self Analysis Report- New Dutch Waterline [AT FORT |European Union,Interreg IVC, AT FORT (2012)

From Landscape Preservation to Landscape Governance: European Experiences with Sustainable Development of Protected landscapes, Joks Janssen and Luuk Knippenberg, www.intechopen.com

Window on the Netherlands-The Dutch National Landscapes 1975-2010: Policies, Aims and Results. Hans Renes, Οκτώβριος 2010
“New Dutch Waterline, implementation leads to new questions”, Peter Ros |The reuse of ancient fortified settlements from middle Ages to early modern time |Scientific Bulletin 65 |Europa Nostra Publications 2011

καθώς και από τις ιστοσελίδες

hollandsewaterlinie.nl | nweurope.eu | manageplus.eu | collabor8.me | atfort.eu



εικ.10:New Dutch Waterline-Recconomic Scenario-Wonder City & Landscape. Πρόταση του 2011 από το γραφείο OKRA για την αξιοποίηση της NDW. Η πρόταση δεν πραγματοποιήθηκε, το γραφείο όμως ανέλαβε αρκετές σημειακές παρεμβάσεις στη NDW. πηγή: www.okra.nl

5.2.Υλοποίηση δράσεων

Επαναχρηση και Ενεργοποίηση τμημάτων της NDW, ενταξη σε Ευρωπαϊκά δίκτυα

Λόγω της πολυπλοκότητας της NDW ως μνημείο και ως τοπίο, βλέπουμε διάφορα μοντέλα αξιοποίησης του χώρου σε διαφορετικές κλίμακες, τα οποία λειτούργησαν ή θα λειτουργήσουν ως πιλότοι.

Εξ αρχής για την διαχείριση της NDW και με τους φακέλους που συντάχθηκαν, **διαφορετικές περιοχές ανάλογα με την θέση τους ως προς τα μεγάλα αστικά κέντρα του Randstaad ενεργοποιούνται με διαφορετικούς τρόπους και στρατηγικές.**

Αναφορικά με τις αποφάσεις επανάχρησης, θα δούμε ένα μεγάλο βάρος να πέφτει χωρικά στην περιφέρεια της **Ουτρέχτης** για 2 τουλάχιστον λόγους. Η NDW ως στρατιωτικής σημασίας παρέμβαση προστάτευσε την οικονομικά και διοικητικά δυνατή Ουτρέχτη αφήνοντας πολυάριθμα στοιχεία στην περιφέρεια της. Δευτερευόντως, τα φιλόδοξα και πολυάριθμα σχέδια των αρχών του 2000 έδωσαν τη θέση τους σε λιγότερες και πιο στοχευμένες παρεμβάσεις, οι οποίες προφανώς και είχαν μεγαλύτερες προοπτικές να αποδώσουν μέσα στην περιφέρεια της Ουτρέχτης, παρά σε μεμονωμένα οχυρά εν μέσω αγροτικών εκτάσεων.

Σε συνδυασμό με αυτά, όπως αναλύεται και παρακάτω, **το πολύπλοκο και δύσκολο εγχείρημα διαχείρισης ενός τόσο μεγάλου μνημείου/τοπίου σε όλες του τις κλίμακες έφερε στην επιφάνεια προβλήματα πρακτικά και οικονομικά που το κράτος της Ολλανδίας μόνο του δεν μπορούσε να αντιμετωπίσει.** Την αδυναμία υλοποίησης σύμφωνα με τα αρχικά πλάνα συνειδητοποιεί κανείς ακόμα περισσότερο βλέποντας τη χαλάρωση και την αποδόμηση των αρχικών πλάνων που χαραχτήκαν σε διαφορετικές οικονομικές συνθήκες και από διαφορετικές διοικήσεις.

Βλέπουμε λοιπόν τη **σταδιακή συμμετοχή σε διάφορα ευρωπαϊκά δίκτυα, την ανταλλαγή πρακτικών, φυσικά την λήψη ευρωπαϊκών χρηματοδοτήσεων, αλλά και τη δημιουργία εγχώριων δικτύων** τα οποία ξεφεύγουν από τα αρχικά οράματα είτε υπερβαίνοντας τις προσδοκίες, είτε χαράσσοντας νέες κατευθύνσεις.

5.2.1. Επιχειρηματικά Μοντέλα. Παραδείγματα.

Η αποκατάσταση και επανάχρηση του **Fort Aan de Klop**

Ένα επιχειρηματικό μοντέλο διαχείρισης σε μικρή κλίμακα

Το μικρό οχυρό Fort Aan de Klop αγοράζεται από την περιφέρεια της Ουτρέχτης το 1997. Σκοπός της αγοράς του είναι η δημιουργία ενός **καφέ και χώρου κατασκήνωσης** τα οποία θα εξυπηρετούσαν τους επισκέπτες της περιοχής. Παράλληλα η επανάχρηση και η συντήρηση του οχυρού και της περιοχής γύρω θα δημιουργούσε ένα **μικρό πάρκο** για τις γύρω γειτονίες σε μια περιοχή που την εποχή πριν την παρέμβαση ήταν αρκετά υποβαθμισμένη (πρώην Red Light District της Ουτρέχτης).

Η περιφέρεια της Ουτρέχτης αναλαμβάνει την βασική αποκατάσταση. Οι τελικές παρεμβάσεις θα γίνονταν από τον επενδυτή, ο οποίος και αναζητούταν. Η χρηματοδότηση από την περιφέρεια και το αρμόδιο υπουργείο καθυστέρησε ενώ υπάρξαν και ζητήματα τεχνογνωσίας για την αποκατάσταση τα οποία έπρεπε να αντιμετωπιστούν. Και στα δύο έδωσε λύση η ένταξη του στο project **"Crossing the lines"** (2002-2006) του **Interreg IIIb NWE**, μαζί με την επαρχία **Mortsel** του Βελγίου και **Essex** της **Αγγλίας**.^[27]

Εν τέλει το Fort ανοίξε τις πόρτες του το 2007 και αποδείχθηκε βιώσιμο και κερδοφόρο. Σήμερα το κύριο κτίριο του οχυρού λειτουργεί ως χώρος εστίασης (καφέ και εστιατόριο). Οι παλιές στρατιωτικές αποθήκες που το περιβάλλουν περιοδικά φιλοξενούν συνέδρια και εκθέσεις, ακόμα και τελετές γάμων, ενώ υπάρχουν κλίνες για διήμερευση (μικρό hostel) και κύρια λειτουργία είναι και αυτή του camping, στον πράσινο χώρο που το περιβάλλει. Η γειτνίαση με τον ποταμό Vecht και η θέση του μέσα στην ευρύτερη περιοχή της Ουτρέχτης το καθιστούν αρκετά δημοφιλές για ποδηλάτες και περιπατητές.^[28]

Οι λειτουργίες του είναι κοινόχρηστες, αναψυχής και πολιτιστικές, πρόκειται όμως σαφώς για μια ιδιωτική επιχείρηση.



Χάρτης 13: Crossing the lines"(2002-2006)
Ιδία επεξεργασία

^[27] www.collabor.eu

^[28] "New Dutch Waterline, implementation leads to new questions", Peter Ros | The reuse of ancient fortified settlements from middle Ages to early modern time | Scientific Bulletin 65 | Europa Nostra Publications 2011



εικ.11. Το Fort Aan de Klop και ο περιβάλλον χώρος



εικ.12. Το κτήριο του οχυρού ως χώρος εστίασης

πηγή: www.fortaandeklop.com

Τα δίκτυα Collabor8, Manage+

Επιχειρηματικό μοντέλο διαχείρισης σε μεγάλη κλίμακα

Μεγαλώνοντας κι άλλο την κλίμακα και προχωρώντας χρονικά, βλέπουμε να γίνεται μια προσπάθεια **τόνωσης της οικονομικής ανάπτυξης της ευρύτερης περιοχής με σημείο αναφοράς την NDW**. Πιο συγκεκριμένα, σκοπός είναι η διευκόλυνση των επιχειρηματιών να παράγουν **καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες** τα οποία θα συνδέονται με την Waterline και την αίσθηση του τόπου που αυτή αποπνέει. Αυτό ξεκινά να σχεδιάζεται και να υλοποιείται με ένα πρόγραμμα του Interreg IVB (2007-2013), το **Collabor8**.

Οι επιχειρηματίες καλούνται να συμφωνήσουν σε κάποια **υψηλά ποιοτικά standards**, ενώ η **ταυτότητα της περιοχής ορίζεται ως το σημαντικότερο selling point**. Συντονιστής είναι η South Kerry Development Partnership, συμμετέχουν 8 εταίροι, 2 από την Ολλανδία, ο ένας είναι η NDW. Σκοπός της συμμετοχής η **εκπαίδευση των επιχειρηματιών** που συνδέονται και δραστηριοποιούνται στην NDW, έτσι ώστε με κοινή δράση να αναδείξουν το brand της NDW. Μέχρι και το 2009, 3 επιχειρηματικά clusters είχαν δημιουργηθεί, με σκοπό την **παραγωγή προϊόντων που συνεργάζονται με σκοπό την προβολή και προώθηση της NDW**. Σε αυτά δραστηριοποιούνται επιχειρηματιών διαφόρων κλάδων (καλλιτέχνες, γραφεία διοργάνωσης event, IT, αναψυχή κλπ.)^[29]

Το Ολλανδικό κράτος αποβλέπει ότι όλα αυτά τα διαφορετικά προϊόντα σχετιζόμενα με τη NDW, θα προκαλέσουν το ενδιαφέρον ενός μεγάλου αριθμού επισκεπτών και καταναλωτών για την ιστορία NDW.^[30]

Συνδυαστικά με το Collabor8 έρχεται και το **Manage+** το οποίο **‘αναπτύσσει βιώσιμα διοικητικά μοντέλα για μακροπρόθεσμη χρήση πρώην βιομηχανικών και στρατιωτικών θέσεων** τα οποία μετατρέπονται σε business parks, πράσινους χώρους αναψυχής και τουριστικούς προορισμούς. Παραδοσιακά τέτοιες περιοχές διαχειρίζονταν από δημόσιες αρχές. Το manage+ προσπαθεί να επιτύχει την **“βιώσιμη διαχείρισή τους και ιδανικά χωρίς κρατική χρηματοδότηση”**.

Φυσικά στην παραπάνω περιγραφή προγράμματος με leadpartner το Landscape Park Hoheneward ταίριαξε η περίπτωση διαχείρισης της NDW η οποία όπως φαίνεται και στο διάγραμμα ιεραρχίας συντόνισε τις προσπάθειες ή δέσμευσε σε δράση, περιφέρειες, δήμους, συμβούλια νερού, ιδιοκτήτες, επιχειρήσεις, πολίτες.^[31]

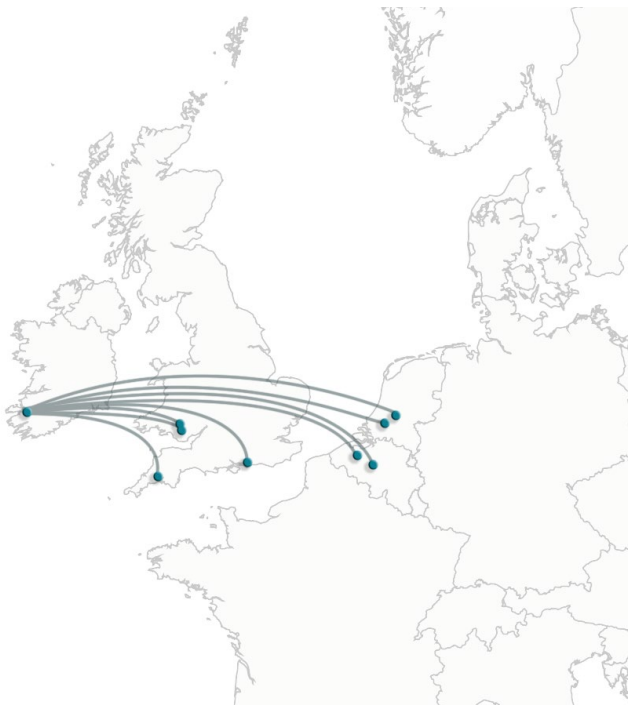
Στο πιλοτικό project της NDW, επιθυμείται η εμπλοκή του ιδιωτικού τομέα, ο οποίος ιδανικά θα αποφασίσει να συντονισεί ο ίδιος την διαχείριση χωρίς κρατική εμπλοκή, υπηρετώντας τους σκοπούς της NDW, οι οποίοι παραμένουν πρακτικά οι ίδιοι. **Ένα ισχυρό brand, βιώσιμο και ανταγωνιστικό, ποιοτικό και μοναδικό.**

^[29]πηγή: www.collabor8.eu

^[30] Self Analysis Report- New Dutch Waterline | AT FORT | European Union, Interreg IVC, AT FORT (2012)

^[31]πηγή: www.manageplus.eu

Στο ζήτημα της ανταλλαγής πρακτικών μεταξύ των partners, η NDW αναλαμβάνει την ανάπτυξη και τη δοκιμή ηλεκτρονικών μέσων για την διαχείριση και το συντονισμό της, αλλά κυριότερα **της information architecture***, κάτι που θα δούμε ότι τίθεται ήδη σε εφαρμογή σε έργα που υλοποιούνται αυτή τη στιγμή.



Χάρτης 14: Collabor8 (2007-2013)
Ιδία επεξεργασία



Χάρτης 15: Manage+ (2009-2014)
Ιδία επεξεργασία

*Information architecture (IA) είναι ο δομικός σχεδιασμός κοινόχρηστων πληροφοριακών περιβάλλοντων: είναι η τέχνη και η επιστήμη της οργάνωσης και επισήμανσης ιστοσελίδων, online κοινοτήτων και λογισμικού για την ενίσχυση της χρηστικότητας και της ανιχνευσιμότητας. Επίσης αποτελεί μια αναδυόμενη κοινότητα που επικεντρώνεται στο να φέρει τις αρχές της αρχιτεκτονικής και του σχεδιασμού στο ψηφιακό τοπίο. Συνήθως περιλαμβάνει ένα μοντέλο ή ένα concept πληροφοριών που χρησιμοποιείται και εφαρμόζεται σε δραστηριότητες που απαιτούν συγκεκριμένες λεπτομερή στοιχεία πολύπλοκων συστημάτων πληροφοριών. Περιλαμβάνουν επίσης συστήματα βιβλιοθηκών και βάσεις δεδομένων. πηγή: www.iainstitute.org/documents/learn/What_is_IA.pdf

5.5.2. Αρχιτεκτονικές παρεμβάσεις. Παραδείγματα

Μπορεί ο φιλοδοξος αριθμός των 300 έργων για την NDW να μην υλοποιήθηκε ποτέ, αλλά πολλά από αυτά έγιναν πράξη. Από την πληθώρα σχεδίων και προτάσεων που παρουσίασαν αρχιτεκτονικά γραφεία μετά από αναθέσεις των περιφερειών κυρίως μερικά από αυτά ακόμα και λίγα χρόνια μετά την υλοποίησή τους εμφανίζονται σε αρχιτεκτονικά περιοδικά και *site* παγκόσμιας εμβέλειας κάνοντας το όνομα της NDW να περνά στο υποσυνείδητο.

Εθνικό Μουσείο για την New Dutch Waterline

Αρχιτέκτονες: **studio anne holtrop**

περιοχή: **Περιφέρεια της Ουτρέχτης**

υλοποίηση: **2011 - 2015**

(η ολοκλήρωση του έργου και τα εγκαίνια αναμένονταν τον Απρίλιο του 2015, έχουν όμως ήδη καθυστερήσει)

Το **fort Vechten** είναι το δεύτερο μεγαλύτερο οχυρό της Waterline, και μαζί με το fort Rijnauwen που είναι το πρώτο μεγαλύτερο, προστάτευαν την πόλη της Ουτρέχτης.

Ήταν ένα από τα πρώτα στοιχεία της NDW που ενεργοποιήθηκαν κι ένα από τα κτίρια του φιλοξενεί event εδώ και χρόνια. Εκεί πάρθηκε η απόφαση να φιλοξενηθεί το μουσείο της NDW. Ένας χώρος που θα συγκεντρώνει στοιχεία για το τεράστιο και δυσνόητο μνημείο που πρόσφατα άρχισε να αποκτά "δημοσιότητα".

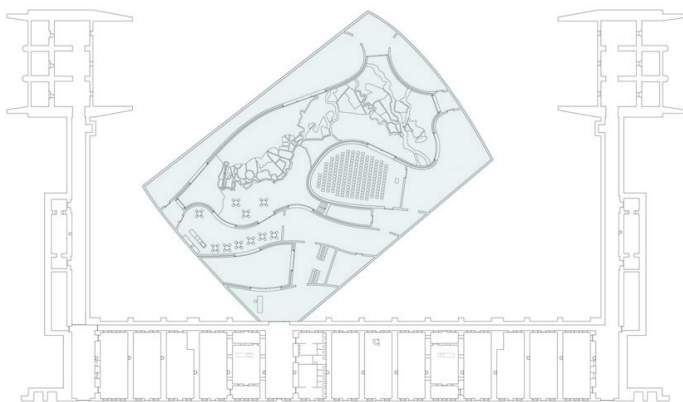
Το κτίριο του μουσείου αποτελεί επέκταση στο ένα από τα κτίρια του οχυρού. Κέντρο του είναι ένα αίθριο που φιλοξενεί τη μακέτα της NDW, ενώ περιμετρικά αναπτύσσονται θεματικές αίθουσες. Με το μουσείο να αναμένεται να ανοίξει το 2015, έχοντας όμως ήδη καθυστερήσει, σημαντική είναι μια ακόμα διάσταση της χρήσης του οχυρού. Πρόκειται για τον **τομέα της διαχείρισης των υδάτων**, στον οποίο η Ολλανδία λόγω της φύσης της ίδιας της χώρας κατέχει εξαιρετική τεχνογνωσία. Το μουσείο περιέχει **αίθουσα προβολών/συνεδριακό χώρο**, και σκοπός αυτού είναι να συγκεντρώνει παγκοσμίως συνέδρια σχετικά με τη διαχείριση του νερού.^[32] Το σενάριο αυτό, εφόσον επιτύχει, θα απαιτήσει την ανάπτυξη συγκεκριμένων υποδομών. Η ίδια η πόλη της Ουτρέχτης μπορεί να τις υποδεχτεί, όπως και τα βοηθητικά προς το οχυρό κελύφη. Το ζήτημα είναι αν ο περιβάλλον χώρος μπορεί να παραλάβει ένα τέτοιο φόρτιο.

Η περίπτωση του μουσείου είναι ενδιαφέρουσα και για άλλους λόγους, αφού αποτελεί κι ένα από τα πρώτα μουσεία στην Ολλανδία τουλάχιστον που θα χρησιμοποιήσουν την **information architecture*** με διάφορα τεχνάσματα κατά την περιήγηση του επισκέπτη. Επίσης κατά τη διαδικασία ολοκλήρωσής του, εφαρμόστηκαν νέα πληροφοριακά μοντέλα, ικανά να προβλέψουν στοιχεία σχετικά με την ανταπόκριση του κοινού στο νέο αυτό μουσείο, αλλά και μέσα διάδωσής του.^[33]

Με τη NDW να κατευθύνει στα ευρωπαϊκά δίκτυα που είναι ενταγμένη ζητήματα σχετικά με **ψηφιακές στρατηγικές**, το μουσείο αυτό αναμένεται να προωθηθεί

σημαντικά. Η χρήση του *digital engagement framework* έχει ήδη μπει σε λειτουργία, προσπαθώντας να εγείρει το ενδιαφέρον του κοινού και εν τέλει να φέρει επισκέπτες. Μια τακτική καθόλου άγνωστη για την Ολλανδία, αφού με επιτυχία εφαρμόστηκε στο Rijks Museum.^[34]

Την ίδια στιγμή το **Rijnaauwen** αποτελεί έναν "κρυμμένο παράδεισο" για φυσιολάτρες, οι παρεμβάσεις που έχουν γίνει είναι ελάχιστες, και όχι σε όλα τα κελύφη. Περιβαλλοντικοί σύλλογοι και ομάδες της περιοχής δραστηριοποιούνται και διαφωνούν με την αξιοποίηση του με νέες χρήσεις. Ακόμα όμως και χωρίς υλικές παρεμβάσεις, το οχυρό ήδη καλείται να φιλοξενήσει διάφορες διοργανώσεις, (π.χ νύχτες όπερας από την Holland Opera, Ιούνιος 2015) ^[35]



εικ 16,17,18,19,20. Το μουσείο της NDW
πηγή: fortkomtottleven.nl/

^[32]fortkomtottleven.nl/

^[33]www.anneholtrop.nl/home.html

^[34]digitalengagementframework.com/ | Jasper Visser

^[35]www.hollandopera.nl/

Bunker599

αρχιτέκτονες : RAAAF + Atelier de Lyon

Περιοχή: Άμστερνταμ

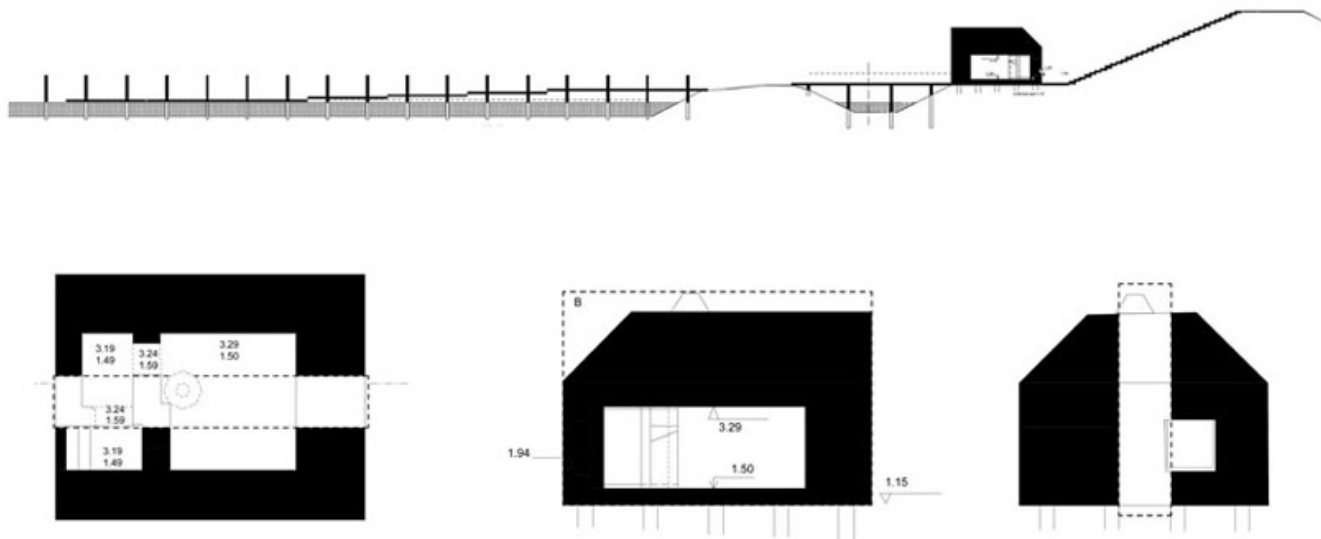
Υλοποίηση: 2010

“Με έναν ριζοσπαστικό τρόπο, αυτή η παρέμβαση ρίχνει νέο φως στην Ολλανδική πολιτική για την πολιτιστική κληρονομιά”. [Rietveld Architecture-Art-Affordances]

Ένα καταφύγιο, φαινομενικά συμπαγές και άκαμπτο, κόβεται στα 2 και για πρώτη φορά κάποιος έχει τη δυνατότητα να δει τι συμβαίνει στο εσωτερικό ενός από τα περίπου **700 καταφύγια** της NDW. Μια μακρυά ξύλινη πλατφόρμα διαπερνά την βαριά κατασκευή και οδηγεί τους επισκέπτες πάνω από μια ριχή επιφάνεια νερού, υπενθυμίζοντας την όψη της NDW σε περιόδους πολέμου.

Το Bunker 599 είναι ένα πολύ εμφανές αξιοθέατο της περιοχής. Ακόμα περισσότεροι το βλέπουν λόγω του μεγάλου αυτοκινητόδρομου που περνά δίπλα του. Το project αυτό είναι μόνο ένα από μια σειρά παρεμβάσεων των RAAAF | Atelier de Lyon, με σκοπό να διαδώσουν την ιστορία της NDW σε ένα μεγαλύτερο κοινό επισκεπτών.

Μετά την παρέμβαση στο Bunker 599, το ίδιο ανακηρύχθηκε **Εθνικό Μνημείο της Ολλανδίας**.^[36] Στις προσεχείς αξιολογήσεις για την ένταξη της NDW στην λίστα μνημείων παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO, φυσικά σχολιάστηκε αρνητικά από τις επιτροπές.^[37]



εικ.21. Σχέδια της παρέμβασης. πηγή: www.raaaf.nl

^[37] www.raaaf.nl

^[38] International Expert Meeting-UNESCO World Heritage Nominations, Report of group discussions | The Netherlands | Nov 2013



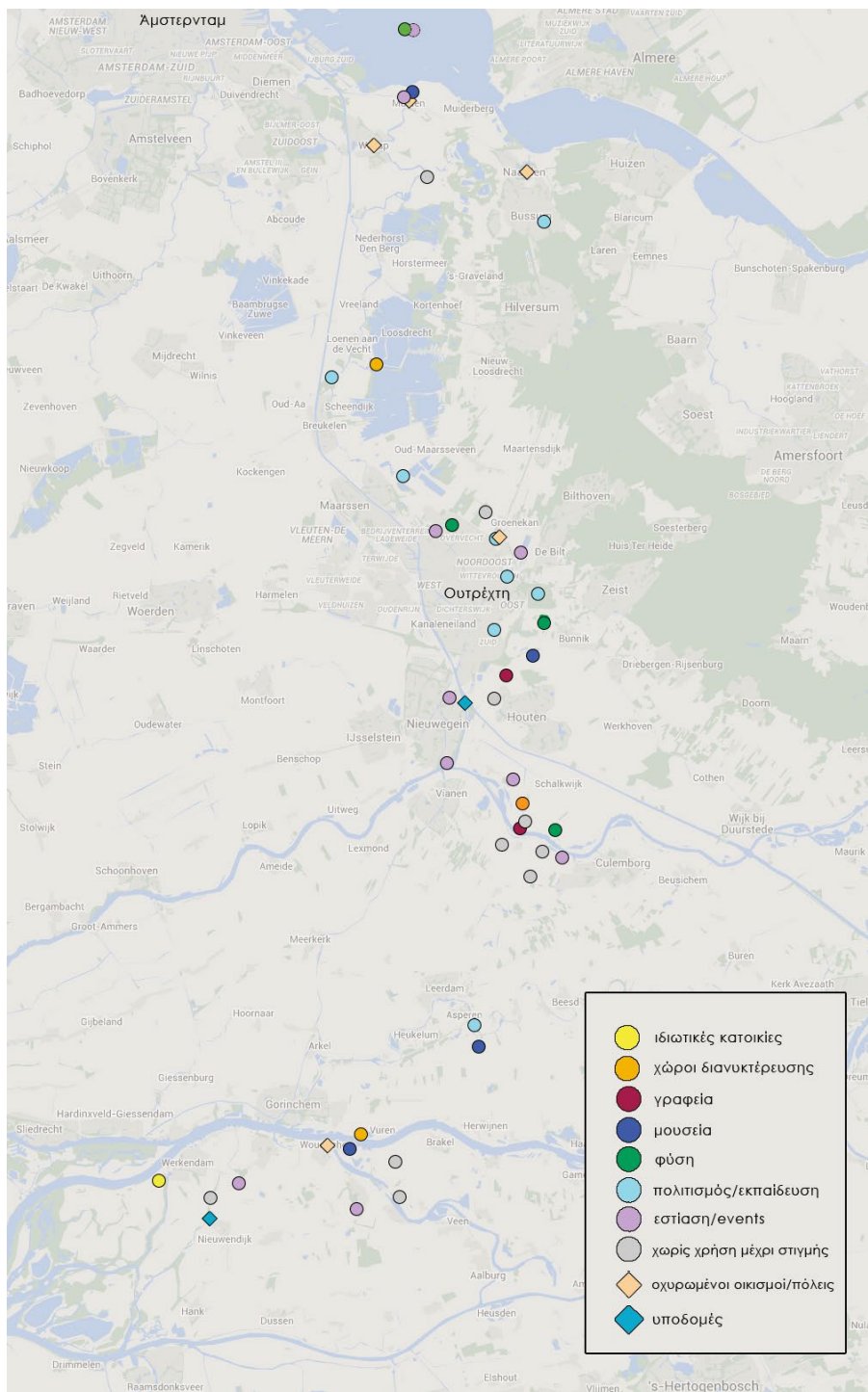
εικ. 22. Bunker της NDW

©Artur van Beveren, flickr page



εικ. 23. Bunker 599.

πηγή: www.raaaf.nl



Χάρτης 16.

Οι χρήσεις των οχυρών της NDW
όπως έχουν διαμορφωθεί μέχρι τον
Φεβρουάριο του 2015.

Σε περίπτωση περισσότερων από μία χρήσεων καταγράφεται ισχυρότερη: π.χ στο παρόδινγμα του Fort Vechten αποτυπώνεται η λειτουργία του μουσείου της NDW, ενώ φυσικά παράλληλα υφίστανται χρήσεις εστίασης, αναψυχής κ.λπ. η περιοχή έχει και φυσικό ενδιαφέρον.

Ιδία επεξεργασία

War Bunker Refurbishment

Αρχιτέκτονες: **B-ILD**

Τοποθεσία: **Vuren, Ολλανδία**

Υλοποίηση: **2014**

Μετά το Bunker 599 είναι η δεύτερη απόπειρα μόνιμης, αλλά αναστρέψιμης, παρέμβασης σε ένα καταφύγιο, και η πρώτη που θέτει το ζήτημα της λειτουργικότητας.

Το έργο αυτό ήταν **κομμάτι μιας διαφημιστικής εκστρατείας** για το γραφείο Famous. Στα πλαίσια αυτής, ένα ερειπωμένο καταφύγιο μετατράπηκε σε **σπίτι διακοπών** επιτρέποντας σε μία οικογένεια να το αποκτήσει προσωρινά ως θέρετρο διακοπών. Η μετατροπή έγινε αρκετά δημοφιλής και αποφασίστηκε να διατηρηθεί το καταφύγιο μόνιμα ανοιχτό, σαν ενοικιαζόμενο σπίτι.^[39]

Το μισό-θαμμένο καταφύγιο βρίσκεται στην περιοχή του Fort Vuren, στο νοτιότερο κομμάτι της NDW, σε ένα καταπράσινο περιβάλλον. Όντας σε μια προστατευμένη περιοχή, οι παρεμβάσεις που μπορούσαν να γίνουν ήταν συγκεκριμένες, και όλες με δυνατότητα αναστρεψιμότητας. **Το έργο έλαβε την υποστήριξη της ολλανδικής Επιτροπής Μνημείων από την φάση του σχεδιασμού.**^[40]



εικ.24,25 © Tim Van de Velde

^[39]www.b-ild.com/bunker/

^[40]www.archdaily.com/559851/war-bunker-refurbishment-b-ild/



εικ 26: Fort Vechten | φιλοξενία event | ©SUEGRAPHY



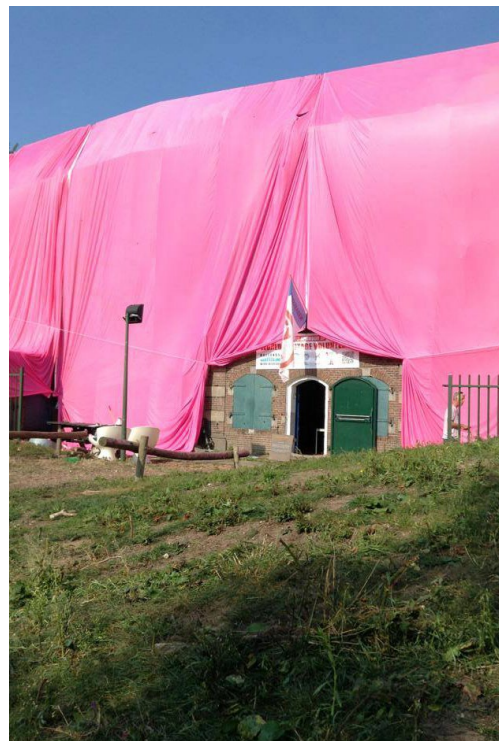
εικ 27: Fort Vechten | προσωπικό αρχείο



εικ 28: Fort Rijnauwen | Opera | www.hollandopera.nl



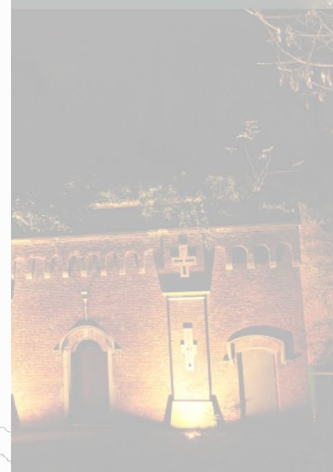
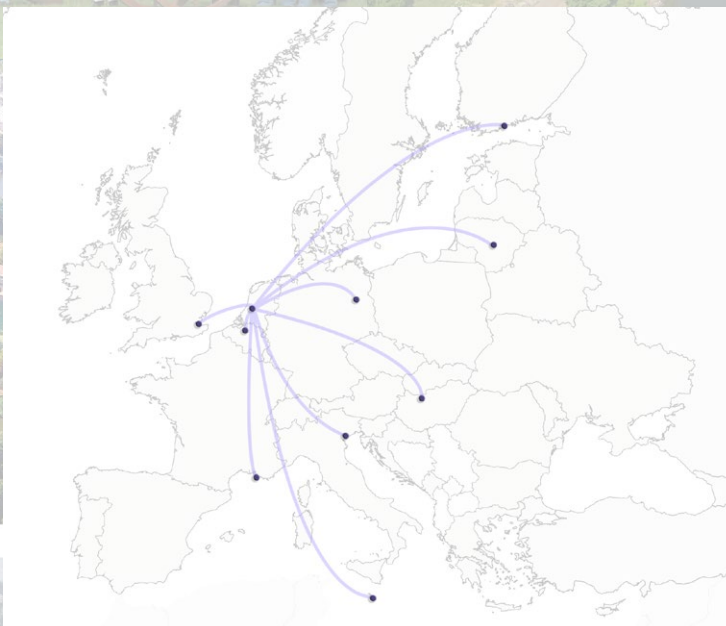
εικ 29: Fort Vechten | προσωπικό αρχείο



εικ 30: C-Fortd εν όψει προωθητικού event | πρ.αρχείο



εικ 31: Fort Werk aan 't Spoel | www.hollandopera.nl | © Rob 't Hart photography



Χάρτης 33: AT FORT '(2014-)
Ιδία επεξεργασία

εικ 32. Forts του δικτύου AT FORT. πηγή: www.atfort.eu

5.2.3. Κριτική Θεώρηση

Η παράθεση ενδεικτικών παραδειγμάτων από projects επικοινωνιακού χαρακτήρα μέχρι συμμετοχές σε ευρωπαϊκά δίκτυα, είχε σκοπό να αντιπαραθέσει τις **διαφορετικές κλίμακες στις οποίες δίνονται οι κατευθύνσεις και υλοποιούνται οι στόχοι.**

Στην περίπτωση της NDW δόθηκαν κάποιες κατευθύνσεις ως προς τη διαχείριση της σε εποχές που υπήρχε μεγαλύτερη οικονομική άνεση για επενδύσεις στον πολιτισμό και στην προστασία τοπίων και μνημείων από το ίδιο το κράτος. Οι κατευθύνσεις αυτές μεταφράστηκαν αργότερα σε στόχους προώθησης και διαχείρισης που υπαγόρευαν οι Ευρωπαϊκές και παγκόσμιες συνθήκες. **Το πείραμα που λέγεται ενεργοποίηση και ανάδειξη της NDW γέννησε πολλά άλλα πειράματα.**

Στα παραδείγματα έγινε λόγος για 3 πολύ σημαντικά δίκτυα, τα **Crossing the lines, Man-age+, Collabor8** τα οποία δεν είναι τα μόνα στα οποία η NDW έχει εμπλακεί, αλλά έδρασαν καθοριστικότερα. Και τα 3 εντάσσονται και έλαβαν χρηματοδότηση από το **Interreg NWE** σε αντίθεση με άλλα δίκτυα που δεν ευδοκίμησαν και που συμπεριλάμβαναν και άλλα ευρωπαϊκά τοπία, στρατιωτικά ή βιομηχανικά “κατάλοιπα” στον ευρύτερο ευρωπαϊκό χώρο. Και στις δύο περιπτώσεις πάντως μιλάμε για **τόπους για τους οποίους ελάχιστο ή καθόλου ενδιαφέρον είχαν δείξει οι κυβερνήσεις του προηγούμενου αιώνα.**

Φτάνοντας στο 2012, η ομάδα διαχείρισης της NDW διεκδικεί η ίδια από το INTERREG NWE τη χρηματοδότησή του προγράμματος **AT FORT**, του οποίου αναλαμβάνει και τον συντονισμό, με μότο το γνωστό για την περίπτωση της, **“Preservation through development”**. Σκοπό έχει να φέρει σε συνεργασία τους **φορείς διαχείρισης πρώην στρατιωτικών μνημείων και τοπίων** της Ευρώπης με μεγαλύτερη ή και καθόλου εμπειρία σε σχέση με αυτήν που η διαχείριση της NDW έχει προσφέρει στο φορέα συντονισμού η διαδικασίας ενεργοποίησής της.

Το πως **ένα εγκαταλειμμένο στρατιωτικό τοπίο φτάνει μέσα σε διάστημα μικρότερο της δεκαετίας από το να ακολουθεί οδηγίες στο να διαμορφώνει πολιτικές για ζητήματα που αφορούν μνημεία, τοπία και εν τέλει πολιτιστικές πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των κρατών μελών της** είναι κάτι εξαιρετικά ενδιαφέρον. Αλλά εκτός αυτού είναι και ενδεικτικό ότι η μελέτη του παραδείγματος της NDW έχει να μας υποδείξει πολλά για την από εδώ και πέρα πορεία των μνημείων και των τοπίων στον ευρωπαϊκό και παγκόσμιο χώρο τα οποία έχουν τεράστια αλληλεπίδραση με τον τουρισμό, την οικονομία, την ποιότητα ζωής.

Επιστρέφοντας όμως στην αρχική υπόθεση και το ρόλο του **branding** ως όργανο διαχείρισης και αντιστρόφως, βλέπουμε πως ο αρχιτεκτονικός και πολεοδομικός σχεδιασμός διαδραματίζουν σημαντικότατο ρόλο διαμορφώνοντας ή ενισχύοντας ένα νέο προφίλ που

δημιουργείται. Αρχιτεκτονικά γραφεία με ονόματα αναγνωρίσιμα στον ευρωπαϊκό χώρο αναλαμβάνουν έργα καλλωπισμού ή εντυπωσιασμού, δημιουργώντας **αποσπασματικές εικόνες της NDW που ταξιδεύουν μέσα από αρχιτεκτονικές σελίδες, φωτογραφίες στα social media και λίστες περιοδικών και site.**

Η NDW ήταν μία στρατιωτική δομή αλλά πλέον είναι ένα μνημείο πολιτιστικής κληρονομιάς. Ένα ιδιαίτερο "πολιτιστικό" τοπίο με μια ιστορία που μετατράπηκε σε πολιτιστική κληρονομιά, ένας πόρος που ουσιαστικά κλήθηκε να προσελκύσει και να υποστηρίξει την τουριστική βιομηχανία και να ενισχύσει την οικονομία.

Βρίσκεται στην οικονομική και διοικητική καρδιά της Ευρώπης και πιο συγκεκριμένα στην Ολλανδία, περιβάλλοντας το έντονα αστικοποιημένο **Randstaad**, το δίκτυο πόλεων της Ολλανδίας που θα μπορούσε να παρομοιαστεί και σαν μια τεράστια μητρόπολη μέρος του **δικτύου πόλεων της βορειοδυτικής Ευρώπης.**

Στο τοπίο αυτό που **ο μύθος του** το κάνει μοναδικό κι ενδιαφέρον, δημιουργείται κλίμα ευνοϊκό για προσέλκυση **επιχειρηματικής δραστηριότητας**, για την ανάπτυξη του **τουρισμού**, για την προώθηση πολιτιστικών στοιχείων και παράλληλα για την προσέλκυση κοινωνικών και επαγγελματικών στρωμάτων με υψηλή μόρφωση και παιδεία, που έχουν την δυνατότητα να ενισχύσουν την οικονομία, είτε ως τουρίστες, είτε ως κατοίκοι. Όπως έχει συμβεί βέβαια αμέτρητες φορές για πολλά τοπία που κλήθηκαν να εξυπηρετήσουν τις πόλεις που τα φιλοξενούν, πλάθοντας ένα μύθο γύρω από την ιστορία τους. Απλά στις περιπτώσεις αυτές μιλούσαμε για μια άλλη κλίμακα.

Η NDW είναι κάτι μεγάλο. Κι αυτό δεν κρίνεται από τα τετραγωνικά χιλιόμετρα που καλύπτει μόνο, αλλά και γιατί είναι εξαιρετικά εξωστρεφής αλληλεπιδρώντας και επηρεάζοντας κοινωνίες και οικονομίες σε πολύ μεγαλύτερη ακτίνα απ'όσο δείχνει ένας χάρτης της. Η NDW είναι κάτι το μεγάλο γιατί και μόνο οι αποφάσεις που την κατέστησαν γνωστή σε μας εκκινήθηκαν από διαδικασίες καθοριστικές για την ιστορία της Ευρώπης.

Η NDW είναι ένα πολιτιστικό brand, ή κάποιοι θέλουν να γίνει. Κι είναι η διαδικασία αυτή που μας επιτρέπει να διερωτηθούμε για την δύναμη των διαφόρων πολιτιστικών brands. Η NDW επιθυμεί να γίνει μια ισχυρή ταυτότητα κι αυτό συμβαίνει με ποικίλλους τρόπους, με έναν από αυτούς να είναι η **απόκτηση άλλων ισχυρών ταυτοτήτων.** Μνημείο παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO για παράδειγμα. Κι η διαδικασία αυτή γίνεται μέσα σε μια χώρα που αναζητεί την ταυτότητά της, όπως και οι περισσότερες στον ευρωπαϊκό χώρο. Ίσως βέβαια είναι η ευρύτερη περιοχή αυτή που αναζητά μια νέα ταυτότητα.

Αν η NDW πετύχει τους παρόντες στόχους της, θα φιλοξενήσει clusters επιχειρήσεων, πολιτιστικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων θα εξειδικευτεί λειτουργικά και θα αποτελέσει ένα εξαιρετικά βιώσιμο οικονομικά τοπίο με μεγάλη ακτινοβολία. Όλα αυτά πλεγμένα γύρω από τον στρατιωτικό της μύθο. Κι αν οι υπόλοιπες Waterlines ακολουθήσουν, μαζί με τα δεκάδες

οχυρά γύρω από το Randstaad και οι στόχοι επιτευχθούν κι εκεί, είναι πολύ πιθανό η Ολλανδία, η χώρα κάτω από την επιφάνεια της θάλασσας που δεν φοβάται να πλημμυρίσει αν χρειαστεί, να συστήσει στους γείτονές της, ή στις υπόλοιπες περιοχές με τις οποίες έχει δικτυωθεί, ή στον κόσμο ολόκληρο, έναν νέο τρόπο να χειριζόμαστε την κληρονομιά και τα μνημεία και τα τοπία ως μοχλό οικονομικής ανάπτυξης. Κι όλα αυτά χωρίς να αλλάξει τους κανόνες του παιχνιδιού, αλλά απλά ανάγοντάς τους σε μια άλλη κλίμακα.

Το αν η αξιοποίηση αυτή είναι ικανή να απαντήσει στις προκλήσεις που έχει θέσει η Ευρώπη για την ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητάς της δεν μπορούμε ακόμα να το ξέρουμε. Σίγουρα τα εξαιρετικά ποικίλλα πολιτιστικά στοιχεία έχουν υπάρξει στο παρελθόν ένα μεγάλο πλεονέκτημα του ευρωπαϊκού χώρου έναντι άλλων περιοχών. Το ζητούμενο μάλλον είναι, σε μια περίοδο που δεν δείχνουν να εκκινούνται ουσιαστικές παραγωγικές διαδικασίες για την ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας ως ενδεικτικής της ποιότητας ζωής των πολιτών, μήπως οι πολιτιστικές πολιτικές αποδειχθούν η εύκολη και ευκαιριακή λύση.



εικ 33. Το λογότυπο της διαδικτυακής πλατφόρμας Forten.nl η οποία δημιουργήθηκε με αφορμή την συνεργασία STV & NDW και περιλαμβάνει, ταξινομεί και προβάλλει όλα τα οχυρά και τα event των ολλανδικών waterlines



εικ 34. Το λογότυπο για το έτος 2015, το οποίο σηματοδοτεί και την έναρξη της προώθησης των WATERLINES της Ολλανδίας σαν μοναδικά τοπία εξαιρετικής ομορφιάς
πηγή: www.holladsewaterlinie.nl

6. Επίλογος, Συμπεράσματα, Ερωτήματα

Σε μια παγκοσμιοποιημένη οικονομία κάθε περιοχή για να εξασφαλίσει τους πόρους που είναι απαραίτητοι για την επιβίωση της, οφείλει να είναι ανταγωνιστική. Οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητά της καλύπτουν πολλά επιστημονικά πεδία και απασχολούν τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων και τον σχεδιασμό.

Η **ανταγωνιστικότητα** και η **φήμη** συχνά συμπορεύονται. Με τη φήμη, την **ταυτότητα**, το **brand** μιας περιοχής να είναι στοιχεία ικανά να διαμορφώσουν αποφάσεις, που μπορούν να ξεκινάνε από την αγορά καθημερινών προϊόντων, μέχρι το τόπο εγκατάστασης κάποιου, την περιοχή που μια εταιρία θα επιλέξει ως έδρα, τις διεθνείς σχέσεις.

Τα **μνημεία** είναι πόροι που κληροδοτούνται στις επόμενες γενιές, στις επόμενες διοικήσεις. Πόροι ικανοί να δημιουργήσουν αξία. Ένα μνημείο, κάτω από την κατάλληλη διαχείριση μπορεί να προσελκύσει κεφάλαιο. Το ζητούμενο είναι πόσο αποτελεσματικά και γρήγορα. Και φυσικά αν η προσέλκυση κεφαλαίου, κάθε είδους, μπορεί να έχει διάρκεια στο χρόνο και να μην είναι μια ευκαιριακή τουριστική εκμετάλλευση.

Ο **ευρωπαϊκός χώρος** έχει τεράστια πλεονεκτήματα που τον καθιστούν ικανό να διεκδικεί το μεγαλύτερο μέρος του παγκόσμιου **τουρισμού**. Για να είναι όμως και βιώσιμη η διαδικασία αυτή πρέπει να στελεχωθεί κι από άλλες παραγωγικές διεργασίες. Ιδίως όταν μιλάμε για μια περίοδο που βρίσκει την Ευρώπη ανήσυχη ως προς τον **παγκόσμιο ρόλο** της, με τις **παραγωγικές δυνάμεις** παγκόσμια να ανακατανέμονται συνεχώς αλλά με άλλα κέντρα βάρους, αφήνοντας την με “κουφάρια” προηγούμενων εποχών.

Ήδη με την έλευση του νέου αιώνα πάρα πολλά πειράματα αξιοποίησης και ενεργοποίησης περιοχών με προηγούμενη χρήση που έπαυσε, κυρίως βιομηχανικών, είχαν επιτύχει υπό το πρίσμα της οικονομικής ανταποδοτικότητας, της αναζωογόνησης των ευρύτερων περιοχών τους, την διαμόρφωση νέων ταυτοτήτων και τον επαναπροσδιορισμό του brand της ευρύτερης τους περιοχής.

Οι συνθήκες και το ιστορικό αυτό καθιστούν λογική την προσπάθεια **άσκησης πολιτικών που με την συμβολή του σχεδιασμού** αξιοποιούν οποιοδήποτε **“μοναδικό” χωρικό ή αρχιτεκτονικό φαινόμενο**, ή το διαμορφώνουν ως μοναδικό, ή το κατασκευάζουν εκ του μηδενός. Με την αντίληψη για το τι είναι άξιο θέασης να είναι φυσικά υποκειμενική αλλά και υπό διαμόρφωση κάτω από συγκεκριμένες διαδικασίες. Αντίστροφα και μεταγενέστερα έρχεται η σειρά του όποιου μνημείου να επηρεάσει αυτό το περιβάλλον του, ανταποδίδοντας τις επενδύσεις που έγιναν σε αυτό.

Η αλληλεπίδραση αυτή μπορεί να είναι απλούστατη στην περίπτωση ενός μεμονωμένου αρχαιολογικού χώρου που θα λειτουργήσει ως μαγνήτης επισκεπτών δημιουργώντας πρόσφορο έδαφος για την λειτουργία ορισμένων επιχειρήσεων εστίασης και εμπορίου. Όταν όμως μιλάμε για χώρους πολυπλοκότερους και εύπλαστους, χώρους των οποίων η ταυτότητα είναι υπό

διαμόρφωση, η ακτινοβολία τους μπορεί να ξεπεράσει το άμεσο περιβάλλον τους και τα αποτελέσματα να είναι πολλαπλασιαστικά και μακροπρόθεσμα. Η πολυπλοκότητα των χώρων αυτών απλουστεύεται για επικοινωνηθεί, στην πραγματικότητα αυτό που θα τραβήξει την προσοχή είναι ένα ξεκάθαρο και μοναδικό **brand**.

Η μελέτη περίπτωσης και οι συγγενείς της περιπτώσεις απλώνονται σε ένα μέρος του ευρωπαϊκού χώρου. Μπορούν και προγραμματικά υπόσχονται **να εκκινήσουν παραγωγικές διαδικασίες, να δημιουργήσουν ποιοτικά και καινοτόμα προϊόντα, να διαμορφώσουν και να ενισχύσουν τον νέο ρόλο της Ευρώπης και να εξασφαλίσουν ένα αειφόρο μέλλον**, προστατεύοντας την από το να μετατραπεί σε μια καρικατούρα διάσπαρτων πολυπολιτισμικών στοιχείων για την προσέλκυση εύκολου τουρισμού.

Στην περίπτωση που αναλύθηκε, ο κίνδυνος αυτός ελλοχεύει. **Το place branding είναι ένα όργανο διαχείρισης**, όπως συμβαίνει σε πολλές περιοχές παγκοσμίως, και η προσπάθεια να επικοινωνηθούν μεμονωμένα στοιχεία ώστε να διαδοθεί το όνομα και το brand μπορούν πολύ εύκολα να κατασκευάσουν μια τεράστια Wonderland, ένα παγωμένο μουσείο-θέαμα.

Σε μια ρευστή οικονομική κατάσταση, με στόχους και κατευθύνσεις να επαναδιατυπώνονται, όταν μιλάμε για πιλοτική διαχείριση χώρων, ο συμβιβασμός με ευκαιριακές λύσεις είναι εν τέλει και δυστυχώς, ένας ορατός κίνδυνος. Οι ίδιες διαδικασίες που εκκινούνται μιλώντας για μοναδικότητα και αίσθηση του τόπου μπορούν να αυτοαναιρεθούν, προσφέροντας ότι και χιλιάδες άλλοι χώροι, απλά σε ένα ίσως διαφορετικό σκηνικό.

Βιβλιογραφία | Πηγές

- 1.Ashworth G.J. Can we, do we, should we, brand places? [Or are we doing what we think and say we are doing?]
- 2.Anholt S. (2005) [Some important distinctions in place branding.
- 3.Buckley Ralf [World Heritage Icon Value:Contribution of World Heritage Branding to Nature Tourism] International Centre for Ecotourism Research Faculty of Environmental Sciences,Griffith University Queensland
- 4.Bieratos E., Gospondini A. (2004)[Globalizing Urban Landscapes-Athens and the 2004 Olympics Cities
- 5.Campelo A. & Aitken R. & Gnoth J. & Thyne M. (2009)[Place branding: representing sense of place] University of Otago
- 6.Castells M. (1993)[European Cities,the informational Society, and the global Economy] Journal of Economics and Social Geography
- 7.Dechame S. (1992)[L'emergerence du Tourism Urbanism] Grenoble
- 8.Evans G. (2003)["Hard Branding the Cultural City From Prado to Prada"]Journal of Urban and Regional Research
- 9.Graham B. (1998)[Modern Europe-Place,Culture,Identity] London:Arnold
- 10.Hall L. (1999) [Business Administration]London: ANUBIS Editions.
11. Hospers J.[Beyond the Blue Banana?- Structural Change in Europe's Geo-Economy]42nd EUROPEAN CONGRESS of the Regional Science Association-Young Scientist Session - Submission for EPAINOS Award Gert]Dortmund, Germany(2002)
- 12.Jacqui True (2006) ["Globalisation and Identity". In Raymond Miller. Globalisation and Identity South Melbourne]Oxford University Press.
- 13.Janssen J. & Knippenberg L. [From Landscape Preservation to Landscape Governance: European Experiences with Sustainable Development of Protected Landscapes]www.intechopen.com
- 14.Infussi F. & Simioforides Y. | La citta Greca e le nuove condizioni urbane]Programma Heracles: Le Sfide Della Citta Greca
- 15.King R.(1993)[Mass migration in Europe: The legacy and the future] London: Belhaven
- 16.Kotler, P. & Gertner, D. (2002).| Country as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective| Journal of Brand Management
- 17.McCarthy J. (2005)[Promoting Image and Identity in 'Cultural Quarters': the Case of Dundee
- 18.Μωραΐτης Κ. [Εισαγωγικό σημείωμα για το τοπίο και την κληρονομιά του πολιτισμού: Επεξηγώντας τον όρο Τοπίο και τη γενική σχέση του με τα κληροδοτήματα του πολιτισμού]www.monumenta.org/article.php?issueID=7&lang=gr&CategoryID=2&ArticleID=813
- 19.Μωραΐτης Κ., (2012): Το τοπίο πολιτιστικός προσδιορισμός του τόπου - Παρουσίαση και θεωρητικός συσχετισμός των σημαντικότερων νεότερων προσεγγίσεων της τοπιακής επεξεργασίας του τόπου| Αθήνα: Διδακτορική Διατριβή στη Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών ΕΜΠ.
- 20.Papadopoulos N. (2004)[Place Branding:Evolution,meaning and implications.
- 21.Peter Ros ["New Dutch Waterline, implementation leads to new questions"]The reuse of ancient fortified settlements from middle Ages to early modern time]Scientific Bulletin 65]Europa Nostra Publications 2011
22. Renes Hand] Window on the Netherland-The Dutch National Landscapes 1975-2010: Policies, Aims and Results. |Οκτώβριος 2010
- 23.Richard H. & K. Vietor [How Countries Compete]Strategy, structure and government in the global economy|Harvard Business School Press]Boston, Massachusetts
- 24.Simioforides, Y. (1998)[The Greek city and the new urban conditions [English summary of the Italian article 'La citta Greca e le nuove condizioni urbane'], in: F. Infussi & Y. Simioforides (Eds) Programma Heracles: Le Sfide Della Citta Greca] (Athens, Linora)
- 25.Atlas of the New Dutch Water Defence Line, OIO Publishers, Rotterdam (2009)
- 26.The making of Dutch towns : a study in urban development from the tenth to seventeenth centuries | Gerald L. Burke|London : Cleaver-Hume Press (1956)

27. Building a More Competitive Europe: Findings from the Europe 2020 Competitiveness Report [By Beñat Bilbao-Osorio, Jennifer Blanke, Roberto Crotti, Margareta Drzeniek Hanouz, Stephen Kinnock and Caroline Ko, World Economic Forum]
28. CEC (1992) Urbanisation and the Function of Cities in the European Community, Regional Development Studies 4 (Brussels, CEC).
29. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European economic and social committee and the committee of regions [Regional Policy contributing to smart growth in Europe 2020]
30. Country Brand Index 2012-2013 by Future Brands| www.futurebrand.com
31. International Expert Meeting-UNESCO World Heritage Nominations| Report of group discussions| The Netherlands| Νοέμβριος 2013
32. Leader 1999, Commission Report
33. OECD (2008) "The Impact of Culture on Tourism" (www.oecd-ilibrary.org)
34. Project New Dutch Waterline and Project Arcadian Landscapes: Guidelines for new spatial development based on heritage, Ir G.A. Verschuure-Stuip European Landscape Convention [Council of Europe, European Treaty Series No. 176] Florence 2000
35. Regional Policy contributing to smart growth in Europe 2020-European Commission
36. Self Analysis Report- New Dutch Waterline [AT FORT [European Union, Interreg IVC, AT FORT (2012)]
37. Territorial competitiveness-Creating a territorial development strategy in light of the LEADER experience| LEADER European Observatory| December 1999
38. The Europe 2020 Competitiveness Report-Building a more Competitive Europe. World Economic Forum

Τα στοιχεία για τα δίκτυα, όπως και οι πληροφορίες που αφορούν τους εταίρους, τους σκοπούς και τις δράσεις αυτών ανακτήθηκαν από τις ιστοσελίδες:

www.holladsewaterlinie.nl
www.nweurope.eu
www.manageplus.eu
www.collabor8.me
www.atfort.eu

Τα στοιχεία για τις σημερινές χρήσεις των οχυρών της NDW ανακτήθηκαν από διαδραστικό χάρτη της επίσημης ιστοσελίδας www.holladsewaterlinie.com

και διασταυρώθηκαν στις ιστοσελίδες τοπικών δικτύων, και στις ιστοσελίδες των αντίστοιχων οχυρών
www.visitholland.com
www.proefdelinie.nl
www.forten.nl
www.monumenten.nl

Διευθύνσεις αρχιτεκτονικών γραφείων που συνεργάζονται με την NDW
www.raaaf.nl
www.anneholtrop.nl
www.okra.nl
www.woltjerberkhout.nl
www.b-ild.com

*Οι ηλεκτρονικές διευθύνσεις επιβεβαιώθηκαν τελευταία στις 29/06/2015

