

Η ΑΘΗΝΑ ΧΘΕΣ ΚΑΙ ΣΗΜΕΡΑ

Ιωάννα Φατούρου*

1. Εισαγωγή

Στο παρόν κείμενο παρουσιάζονται ποιοτικές παράμετροι της έρευνας πεδίου που διενήργησε το Ινστιτούτο Πολιτικής Κοινωνιολογίας του Εθνικού Κέντρου Κοινωνικών Ερευνών με τίτλο «Επιχειρηματικότητα, Κίνδυνοι και Ανταγωνισμός στο Ιστορικό Κέντρο της Αθήνας».¹ Πρόκειται για ένα πλαίσιο «εικόνων» παλαιότερων και περισσότερο σύγχρονων εποχών του ιστορικού κέντρου της Αθήνας. Έτσι, αρχικά θα επιχειρηθεί μια σύντομη αναφορά στην εικόνα που είχε παλιότερα η πρωτεύουσα και θα καταγραφεί η βιωματική εμπειρία της σημερινής κατάστασης μέσα από τους προβληματισμούς των Ελλήνων επιχειρηματιών που συμμετείχαν στην εν λόγω έρευνα.

2. Νέα και παλιά Αθήνα

2.1. Ο χώρος και οι άνθρωποι

Τα βασικότερα στοιχεία που συνέθεταν την εικόνα του ιστορικού κέντρου της Αθήνας στα μέσα του 20ού αιώνα στον εμπορικό τομέα ήταν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, κυρίως οικογενειακές, ενώ από πολιτισμικής άποψης, η αθρόα μετακίνηση πληθυσμού από την επαρχία. Οι μετανάστες αυτοί αποτέλεσαν την πρώτη γενιά που κατοίκησε την πόλη, ενώ το μέλλον θα της επιφυλάξει πολλές τέτοιες μεταγγίσεις πληθυσμού που θα συνοδεύονται με τις συνήθειες και τις νοοτροπίες τους μεταβάλλοντας την εικόνα της πρωτεύουσας.

* Κοινωνιολόγος, (MSC στην Εγκληματολογία) Υποψήφια Διδάκτωρ Παντείου Πανεπιστημίου.

1. Το εν λόγω έργο υλοποιήθηκε στο πλαίσιο του υποέργου «Αθήνα και Μετανάστευση: Εμείς και οι “Άλλοι” οι “Άλλοι” κι Εμείς» του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» (Γ' ΚΠΣ, Αριστεία σε ερευνητικά Ινστιτούτα ΓΤΕ Τ, 2ος κύκλος, Υπουργείου Ανάπτυξης).

Το εμπόριο αναπτύχθηκε κυρίως στο τρίγωνο ανάμεσα στην περιοχή του Συντάγματος, της Ομόνοιας και του Μοναστηρακίου. Την «εμπορική σφραγίδα» τους την απέκτησαν στις αρχές του αιώνα και τη διατήρησαν επί πολλές δεκαετίες οι επιχειρήσεις του κέντρου της Αθήνας, αν και οι συνθήκες έχουν διαφοροποιηθεί. Ωστόσο, η αναφορά του ιστορικού αυτού τριγώνου από εμπορικής άποψης χρήζει ιδιαίτερης προσέγγισης, αφού για πολλούς κλάδους αλλά και επιχειρηματίες αποτελεί τη «μήτρα» από όπου γεννήθηκαν και αναδείχθηκαν στην ελληνική αγορά. Επίσης, οι οδοί Σωκράτους και Αιόλου διεκδικούν το δικό τους ρόλο στην ελληνική οικονομική ιστορία, μιας και εκεί ήταν το σημείο αναφοράς για το ελληνικό χονδρεμπόριο τροφίμων αλλά και για το λιανεμπόριο προϊόντων ένδυσης και υπόδησης.²

Η δεκαετία του 1990 χαρακτηρίζεται έντονα από την αθρόα είσοδο μιας νέας γενιάς μεταναστών, η οποία έρχεται να αλλάξει τα δεδομένα της πόλης. Οικονομικοί μετανάστες από Ευρώπη, Ασία και Αφρική θα αλλάξουν για ακόμα μια φορά την πληθυσμιακή σύνθεση της πρωτεύουσας. Οι νέες πληθυσμιακές ομάδες έμελλε να φέρουν ανατροπές τόσο στην καθημερινότητα των κατοίκων της πρωτεύουσας αλλά, κυρίως, στον επιχειρηματικό κόσμο δημιουργώντας την καινούρια Αθήνα.

Στην περίπτωση της Ελλάδας, οι από το 1990 παρατηρήσεις της οικονομικής δραστηριότητας των μεταναστών οδηγούν πολλούς ερευνητές στη γενική παραδοχή ότι βρισκόμαστε μπροστά όχι μόνο σε ένα νέο εργατικό δυναμικό αλλά και σε νέες μορφές εργασίας.³ Μαγαζιά μεταναστών άρχισαν να συρρέουν στο κέντρο της Αθήνας και στην περιοχή πέριξ αυτής, δημιουργώντας ένα ανταγωνιστικό κλίμα για τους Έλληνες επιχειρηματίες ενώ παράλληλα πολλοί αλλοδαποί, σε καθεστώς παρανομίας, δραστηριοποιούνται στους δρόμους του κέντρου της πρωτεύουσας πουλώντας είδη σε χαμηλές τιμές και, συνεπώς, άκρως ανταγωνιστικές. Η οργάνωση ζωής των μεταναστών στο κέντρο της Αθήνας αποκτά κοινωνιολογική σημασία, μέσα από την ανάλυση του πλαισίου οργάνωσης της οικονομικής δραστηριότητας αλλά και μέσα από την προσέγγιση του κοινωνικού χώρου των μεταναστών.⁴ Έτσι, ο με-

2. Βλ. «Αιωνόβιες επιχειρήσεις», *Το Βήμα*, 1999 – Αρ. Φύλλου 12771.

3. Mingione E., Quassoli F. 2000 «The participation of immigrants in the underground economy in Italy», στο King R. et al. (eds) *Eldorado or fortress? Immigration in Southern Europe*, MacMillan, London, σ. 27-57

4. Ψημμένος Ι. «Νέα εργασία και ανεπίσημοι μετανάστες στη μητροπολιτική Αθήνα», στο Μαρβάκης Α., Παροανγλου Δ., Παύλου Μ. (επιμ.), 2001, *Μετανάστες στην Ελλάδα*, Αθήνα, Ελληνικά Γράμματα, σ. 95.

τανάστης αναδεικνύεται όχι μόνο ως μισθωτός υπάλληλος οικοδομικών επιχειρήσεων, γεωργικών εργασιών ή ως υπηρετικό προσωπικό αλλά και ως φορέας επιχειρηματικής δραστηριότητας που κατατάσσεται πλέον και στην επαγγελματική κατηγορία των αυτοαπασχολούμενων. Το εργασιακό προφίλ του μετανάστη ανασυντίθεται παρουσιάζοντάς τον ως εργοδότη και μάλιστα σε κάποιες περιπτώσεις σε καθεστώς ανταγωνισμού απέναντι στον Έλληνα επιχειρηματία.

2.2. *Μαρτυρίες επιχειρηματιών*

Στο πλαίσιο της προαναφερθείσας έρευνας, αναδεικνύονται και οι απόψεις και οι προβληματισμοί των Ελλήνων επιχειρηματιών για την αλλαγή που έχει υποστεί το ιστορικό κέντρο της Αθήνας τόσο ως «τοπίο οίκησης» όσο και ως «παραδοσιακός τόπος διενέργειας εμπορικο-οικονομικών δραστηριοτήτων».

Η πλειονότητα των επιχειρηματιών υποδεικνύει ως βασικές αιτίες της οικονομικής κρίσης στο εμπόριο, κατά τα τελευταία έτη, τον ανταγωνισμό με τις μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες και την επιχειρηματική πολιτική του κράτους. Η επιχειρηματική δραστηριότητα των αλλοδαπών που δραστηριοποιούνται στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας, σε συνδυασμό με τη διενέργεια πλανόδιου εμπορίου καθώς και οι κοινωνικές αναταραχές που συχνά δυσκολεύουν την πρόσβαση στο ιστορικό κέντρο, όπως και η παρουσία περιθωριακών στοιχείων (ενδεικτικά χρηστών εξαρτησιογόνων ουσιών) αναφέρονται ως δευτερευούσης σημασίας παράγοντες. Κατά τη γνώμη των Ελλήνων επιχειρηματιών, οι τελευταίες αυτές αιτίες ευθύνονται και για τη γενικότερη υποβάθμιση που έχει υποστεί το ιστορικό κέντρο της Αθήνας, συνέπεια της οποίας είναι η μείωση της αγοραστικής κίνησης.

Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται σε μαρτυρίες επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στην «εμπορική δύναμη» του πεζόδρομου της Ερμού ή που βρίσκονται κοντά στο Σύνταγμα, αυτό που τους ενοχλεί ιδιαίτερα είναι ότι οι πλανόδιοι μικροπωλητές «χαλάνε την εικόνα που έχει το μαγαζί τους». Όπως ενδεικτικά ανέφερε ο υπεύθυνος ενός καταστήματος, «*όταν ένας πλανόδιος στέκεται έξω από το μαγαζί, αποθαρρύνει τον κόσμο να περάσει απ' το συγκεκριμένο σημείο και συνεπώς και απ' το μαγαζί μου*». Έτσι, οι πλανόδιοι μικροπωλητές και, ενδεχομένως, το μη στεγασμένο εμπόριο γενικότερα θεωρείται ότι ευθύνονται για την αισθητική υποβάθμιση της περιοχής, μολονότι οι ίδιοι οι Έλληνες επιχειρηματίες δεν αισθάνονται ότι απειλούνται σε επαγγελματικό επίπεδο από την παρουσία τους, εξαιτίας της χαμηλής ποιότητας των εμπορευμάτων τους. Ένας επιχειρηματίας υποδημά-

των υποστήριξε αυτή τη θέση περί υποβάθμισης της περιοχής ως εξής: *«Η περιοχή έχει υποβαθμιστεί όπως και το επίπεδο απ' τους αλλοδαπούς και τους πλανόδιους. Όταν καταλαμβάνουν το 2/3 του πεζοδρομίου, δεν μπορούμε να περάσουμε και καθυστερούμε και μας χαλάει την διάθεση. Μπορεί να μην κάθονται μπροστά στη βιτρίνα μου αλλά είναι βρώμικοι και σαν εικόνα είναι αποκρουστική»*. Κάποιοι άλλοι, υιοθετούν, ωστόσο, αρνητική στάση απέναντι σε αλλοδαπούς επιχειρηματίες και πλανόδιους εξαιτίας της παράνομης φύσης της δραστηριότητάς τους. Όπως δήλωσε ο ιδιοκτήτης ενός μαγαζιού με τσάντες, *«μ' ενοχλεί που δεν είναι νόμιμοι, που δεν δουλεύουν “επί ίσους όρους” με μας, που το εμπόρευσμά τους είναι αφορολόγητο»*. Ομοίως, μια επιχειρηματίας υποστήριξε: *«Δεν έχω πρόβλημα με τους αλλοδαπούς ούτε με τους πλανόδιους, δεν είμαι ρατσίστρια. Αυτό που μ' ενοχλεί είναι το λαθρεμπόριο, που δεν πληρώνουν φόρους όπως εμείς, το ίδιο ακριβώς θα μ' ενοχλούσε αν ήταν Έλληνες στη θέση τους»*.

Αντιθέτως, οι επιχειρηματίες που εμπορεύονται προϊόντα κοινά μ' αυτά των πλανόδιων, όπως τσάντες και αξεσουάρ και τα μαγαζιά τους βρίσκονται κοντά στην Ομόνοια, τούς θεωρούν ανταγωνιστές, σ' ένα βαθμό, μιας και δεν πληρώνουν φόρους με αποτέλεσμα οι τιμές των προϊόντων τους να είναι σημαντικά μικρότερες. Ένας συνδικαλιστής έμπορος προϊόντων ένδυσης στην οδό Πανεπιστημίου εξέφρασε έντονα τη δυσαρέσκειά του ως προς την παρουσία των μη ελληνικών επιχειρήσεων. Χαρακτήρισε ως «εισβολή» την είσοδο των επιχειρηματιών αυτών στην ελληνική αγορά λέγοντας: *«Οι ξένοι εξελίσσονται σε ρυθμιστές της αγοράς ενός μεγάλου τομέα του ιστορικού κέντρου της Αθήνας μιας και οι χαμηλές τιμές των προϊόντων τους προσελκύουν την πελατεία»*. Ο προϊστάμενος ενός μαγαζιού με οπτικά έθεσε και μια άλλη παράμετρο, λέγοντας: *«ο κόσμος αγοράζει τα γυαλιά τους επειδή είναι φτηνά αλλά δεν σκέφτεται πόσο κακό κάνουν στα μάτια τους»*. Υπάρχει, όμως, και η άλλη πλευρά, η πλευρά του επιχειρηματία, ως καταναλωτή, όπως τόνισε χαρακτηριστικά μια ιδιοκτήτρια καταστήματος ένδυσης: *«ευτυχώς που υπάρχουν και αυτοί για να αγοράζουμε και κάτι φτηνό. Όλα είναι ακριβά, έχουν ανεβάσει τις τιμές και αν δεν ήταν και οι αλλοδαποί θα 'χαμε γίνει ζητιάνοι»*. Ένας επιχειρηματίας που εμπορεύεται έπιπλα, τόνισε ότι *«οι πλανόδιοι είναι Έλληνες, είναι κάστα, καρτέλ και όχι αλλοδαποί, όπως όλοι νομίζουν»*. Τάχθηκε κατά της άποψης ότι οι αλλοδαποί ευθύνονται για την πτώση των εσόδων των επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στο κέντρο της Αθήνας. Εντούτοις, απέκλειε το ενδεχόμενο συνεργασίας του με μετανάστες εξαιτίας της καταγωγής τους παρ' όλο που αναγνώρισε την εργατικότητα τους.

Μια παρατήρηση που προέκυψε από το σύνολο της έρευνας είναι ότι οι μεγαλύτερης ηλικίας άνθρωποι (60 ετών και άνω) ήταν πιο επιφυλακτικοί, αρνητικοί και μερικές φορές κατασταλτικοί απέναντι στους πλανόδιους μικροπωλητές και τους μετανάστες. Παρατίθεται το παράδειγμα ενός ηλικιωμένου καταστηματούχου, ο οποίος όταν τον ρωτήσαμε πώς προτείνει να αντιμετωπιστούν οι πλανόδιοι από το κράτος απάντησε «*να τους εξαφανίσει*». Επιπλέον, ο εν λόγω κύριος επέδειξε μια πολύ θετική στάση απέναντι στο κράτος, στο οποίο δεν απέδωσε καμία ευθύνη για την κατάσταση της ελληνικής οικονομίας. Τέτοιες στάσεις «μηδενικής ανοχής» δεν ήταν καθόλου συνηθισμένες σε ηλικίες κάτω των 45-50 ετών, που στο σύνολό τους κράτησαν μια πιο επιεική στάση σχετικά με τη δραστηριότητα των πλανόδιων μικροπωλητών.

Σύμφωνα με τους ερωτώμενους, η νομιμοποίηση των εισαγωγών των κινέζικων προϊόντων, η αθρόα είσοδος οικονομικών μεταναστών τα τελευταία χρόνια αλλά και οι ελλειπείς έλεγχοι στην αγορά βοηθούν στην άνθηση του παράνομου εμπορίου. Όπως ήδη προαναφέρθηκε, όμως, οι περισσότεροι ερωτώμενοι εντόπιζαν τα προβλήματα της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην *οικονομική πολιτική του κράτους* και τη συνεπαγόμενη οικονομική κρίση και όχι τόσο στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας των αλλοδαπών και των πλανόδιων. Συγκεκριμένα, η συντριπτική πλειονότητά τους υποστήριξε ότι η επιχειρηματική πολιτική του κράτους δεν ευνοεί σε καμία περίπτωση τις πρωτοβουλίες τους μιας και τόσο η φορολογία όσο και η γραφειοκρατία είναι δυσβάσταχτες. Επιπλέον, οι χαμηλοί μισθοί αποθαρρύνουν τους πολίτες να αγοράζουν, περιορίζονται στα απολύτως απαραίτητα. Άμεσος αποδέκτης αυτής της οικονομικής κρίσης είναι όλο το κοινωνικό σύνολο μιας και όταν πλήττεται οικονομικά ο εργοδότης προβαίνει σε απολύσεις για να μπορέσει να διατηρήσει την επιχείρησή του. Όπως δήλωσε χαρακτηριστικά ο προϊστάμενος ενός μαγαζιού με βιολογικά προϊόντα, «*το κράτος δεν δίνει βοήθεια παρ' όλο που το μαγαζί μας είναι πρωτοποριακό. Θα μπορούσε να επιδοτήσει το μαγαζί μας με χρήματα για να πληρώνουμε τους υπαλλήλους. Αντιθέτως τους πληρώνουμε εμείς οι ίδιοι*». Κάποιος άλλος ανέφερε ότι «*το κράτος δεν βοηθάει καθόλου, αρχικά με είχε βοηθήσει μ' ένα δάνειο ν' ανοίξω το μαγαζί αλλά μετά τίποτα. Τα ενοίκια στη συγκεκριμένη περιοχή είναι υψηλά, πληρώνουμε πάρα πολλά και έχουμε και τους ναρκομανείς δίπλα μας και το κράτος αμέτοχο*». Ένας επιχειρηματίας, που δραστηριοποιείται στην οδό Σταδίου, πιστεύει πως «*το κράτος μας βοηθάει να φύγουμε απ' τη χώρα μας για να μπορέσουμε να ζήσουμε... ενώ ευνοεί συγκεκριμένες περιοχές και δρόμους όπως η Ερμού, με διάφορες εκδηλώσεις που κανονίζει να γίνονται, με αποτέλεσμα η κίνηση του κόσμου να αυξάνεται εκεί και να μειώνεται στη Σταδίου*

που δεν ευνοείται με ανάλογες κινήσεις». Επίσης μία επιχειρηματίας υποστήριξε ότι το κράτος θα πρέπει να πλησιάζει τον επιχειρηματία με κατανόηση και συμπάθεια για τα προβλήματά του. Είπε, χαρακτηριστικά, ότι «το κράτος μας βάζει πρόστιμα όταν αργήσουμε έστω και μια μέρα να πληρώσουμε αυτά που πρέπει, θα πρέπει να γίνει πιο ανθρώπινο, με μεγαλύτερη κατανόηση για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουμε και μεις». Ανέφερε επίσης το θέμα της φορολογίας, λέγοντας ότι «το κράτος έχει αυξήσει το ΦΠΑ, με άμεσες συνέπειες να αυξήσουν και οι επιχειρηματίες τις τιμές στα προϊόντα και ο κόσμος να μην ψωνίζει. Πλέον δεν ζούμε, επιβιώνουμε».

Όσον αφορά τον ανταγωνισμό, οι περισσότεροι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων θεωρούσαν ως μεγαλύτερους ανταγωνιστές τους τα πολυκαταστήματα και τις πολυεθνικές. Αντιθέτως, τα μεγάλα καταστήματα δε φαίνεται να αντιμετωπίζουν τέτοια προβλήματα και μεγάλο ανταγωνισμό.

Η εγκατάσταση και κυριαρχία μεγάλων εμπορικών πολυεθνικών στην Αθήνα έχει επιδεινώσει τους όρους λειτουργίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, όπως έδειξαν τα αποτελέσματα του ερευνητικού προγράμματος. Στο κέντρο της Αθήνας δεκάδες καταστήματα, που στο παρελθόν, σύμφωνα με τους ιδιοκτήτες τους, είχαν σημαντικά έσοδα, αναγκάζονται να κλείσουν, αδυνατώντας να συναγωνιστούν σύγχρονα πολυκαταστήματα. Πολλοί ιδιοκτήτες που εμπορεύονται έπιπλα συμφωνούν ότι τα τελευταία έξι χρόνια τα έσοδά τους έχουν μειωθεί σε τέτοιο βαθμό που καλύπτουν μόνο τα πάγια έξοδα της επιχείρησής τους. Αυτό οφείλεται στην είσοδο μιας ξένης πολυεθνικής εταιρείας επίπλων στην ελληνική αγορά, οι τιμές των προϊόντων της οποίας είναι άκρως ανταγωνιστικές. Ως μόνη λύση θεωρούν την ενίσχυση της δραστηριότητάς τους από το κράτος ώστε να έχουν ένα κίνητρο για να μην κλείσουν τα μαγαζιά τους.

Αρκετοί ιδιοκτήτες καταστημάτων στην οδό Σταδίου συμφώνησαν στο ότι πολλά καταστήματα αλλοδαπών δεν έχουν ταμειακή μηχανή, ενώ τα εμπορεύματα που διακινούνται δεν συνοδεύονται από το παραμικρό παραστατικό. Προσέθεσαν, επίσης, ότι, αν η χώρα μας και η Ευρωπαϊκή Ένωση δεν σπεύσουν να αυξήσουν τις ποσοστώσεις και τους δασμούς εισαγωγής από την Κίνα και τις λοιπές ασιατικές χώρες, η ελληνική παραγωγή δεν πρόκειται να ανακάμψει.

Δεν ήταν λίγες οι μαρτυρίες ερωτωμένων που υποστήριξαν ότι έχουν ζημιωθεί από τα μαγαζιά των ξένων. Χαρακτηριστική είναι η παρακάτω δήλωση ενός από τους εμπόρους που ρωτήθηκαν στο ερευνητικό πρόγραμμα: «Οι περισσότεροι Έλληνες που είχαν μαγαζιά έχουν αποτραβηχτεί, αυτοί έχουν τους δικούς τους ανθρώπους, τους συμπατριώτες τους. Έχουν και τη στήριξη των

πρεσβειών τους. Ακόμα και τα καταστήματα που πωλούν ρούχα φτηνότερα από τα κινέζικα δηλώνουν ότι δύσκολα μπορούν να τους ανταγωνιστούν».

Σημαντική θέση στους παράγοντες υποβάθμισης του ιστορικού κέντρου της Αθήνας κατέχει, κυρίως για τους επιχειρηματίες της οδού Σωκράτους και της Πλατείας της Ομόνοιας, το *εμπόριο ναρκωτικών*. Σύμφωνα με τις μαρτυρίες, το παλιό εμπορικό κέντρο της Αθήνας μεταμορφώνεται σταδιακά σ' ένα γκέτο με συνθήκες άβατου για τους καταναλωτές, κυρίως τις απογευματινές ώρες. Χαρακτηριστική είναι η μαρτυρία ενός Έλληνα εμπόρου: «*Με έκαναν μετανάστη στην πόλη μου. Οι μετανάστες που έχουν τα μαγαζιά δεν μας ενοχλούν και μας αρέσει η πολυπολιτισμικότητα. Το πρόβλημα είναι οι έμποροι ναρκωτικών και τα παιδιά που βλέπουν τους τοξικομανείς να κάνουν ενέσεις στη μέση του δρόμου και εξοικειώνονται με τη χρήση και το εμπόριο. Το εμπόριο άρχισε εδώ από τότε που ήρθε ο ΟΚΑΝΑ*». Απελπισμένος ένας επαγγελματίας λέει: «*Άλλοι λαοί δεν έχουν την ιστορία, ούτε τα μισά μνημεία που έχει η Ελλάδα και φροντίζουν να τα αναδεικνύουν και να τα προσέχουν. Εδώ, στους δρόμους κάτω από την Ακρόπολη, αντί όλα να λάμπουν και να έρχονται οι τουρίστες να θαυμάζουν τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό, κυριαρχούν οι έμποροι ναρκωτικών και φοβάσαι να περάσεις*».

Ενδεικτική επίσης είναι και η μαρτυρία ενός αρχιτέκτονα που δραστηριοποιείται στην περιοχή: «*Ξέρεις τι είναι να έρχεσαι το πρωί για δουλειά και να βλέπεις στην είσοδο του κτηρίου κάποιον να ψάχνει να βρει φλέβα στον κολλητό του και να του καρφώνει με μανία την σύριγγα; Έχουμε φτάσει πια σε σημείο, φίλοι και συνεργάτες να μην έρχονται στο γραφείο για να με δουν*». Για κάποιον άλλο επιχειρηματία, «*εδώ ήταν κάποτε η πηγή της τυπογραφίας, τώρα εμείς πηγαίνουμε στους πελάτες, αυτοί φοβούνται να πλησιάσουν εδώ. Πληρώνουμε σεκιουριτάδες να μας φυλάνε*».

Πολλοί ερωτώμενοι υποστήριξαν ότι η μόνη περίοδος που τα πράγματα είχαν κατά πολύ βελτιωθεί ήταν η περίοδος των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 «και αυτό για ευνόητους λόγους. Το ελληνικό κράτος, κάτω από την επιτήρηση της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής, δεν θα μπορούσε να παρουσιάσει μια τέτοια εικόνα διεθνώς».

Σε συνδυασμό με την παρουσία περιθωριακών στοιχείων, οι *πορείες* και τα επεισόδια που τις συνοδεύουν ενισχύουν το αίσθημα ανασφάλειας και την οικονομική δυσπραγία στο κέντρο της Πρωτεύουσας. Η μεγάλη πλειονότητα δεν νιώθει απόλυτα ασφαλής ή έστω δεν νιώθει αρκετή ασφάλεια. «*Τα αναρχικά στοιχεία καθώς και τα επεισόδια*» τους πλήττουν και οικονομικά μιας και όταν γίνονται πορείες, οι συγκοινωνίες στο κέντρο της Αθήνας διακόπτονται με αποτέλεσμα να μειώνεται ο κόσμος και η αγοραστική κίνηση και να

μειώνονται τα κέρδη τους. Μια επιχειρηματίας που διατηρεί κατάσταση κοσμημάτων στην οδό Πανεπιστημίου έκρινε ως καταλυτικό παράγοντα μείωσης των εσόδων της τα επεισόδια βανδαλισμών που έπονται των διαδηλώσεων. Χαρακτηριστική είναι η μαρτυρία της: *«Μέχρι τότε θα υπάρχει το κέντρο της Αθήνας; Πίσω από τους βανδαλισμούς στα μαγαζιά μας, υπάρχουν σκοπιμότητες ώστε να μειωθεί η αγοραστική κίνηση στο κέντρο της Αθήνας»*. Μια ιδιοκτήτρια μαγαζιού, κοντά στην πλατεία Ομονοίας, με κατάσταση ανδρικής ένδυσης, υποστήριξε έντονα ότι δεν νιώθει καμία ασφάλεια και προσέθεσε: *«Το ιστορικό κέντρο της Αθήνας έχει αλλάξει ριζικά. Πριν 20 χρόνια λέγαμε ότι θα κατέβουμε στην Ομόνοια και το θεωρούσαμε μεγάλο γεγονός, ήταν η πιο ευχάριστη βόλτα. Τώρα με την παραμέλησή της και τους ναρκομανείς που κυκλοφορούν έχει υποβαθμιστεί πάρα πολύ και φοβόμαστε να κυκλοφορήσουμε»*. Ανέφερε μάλιστα ότι βάζει το αυτοκίνητό της σε σταθμό φύλαξης στην πλατεία Κουμουνδούρου για να αποφύγει την κλοπή και μάλιστα παίρνει ταξί για να πάει εκεί. Κάποιες κυρίες επέλεγαν να φεύγουν νωρίς το απόγευμα, προτού νυχτώσει μιας και υποστήριζαν ότι φοβούνται *«τους αλλοδαπούς της οδού Σωκράτους αλλά και τους ναρκομανείς που μαζεύονται στην Ομόνοια»*. Συγκεκριμένα υποστήριζαν ότι έχει δημιουργηθεί γκέτο και όταν περνάς από εκεί νιώθεις *«ξένος στην ίδια σου την χώρα»*.

2.3. Επιχειρηματολογία

Η ποιοτική αποτίμηση των συνεντεύξεων της έρευνας συμβάλλει αποφασιστικά στην πραγματική εκτίμηση των ποσοτικών δεδομένων, στην αποκωδικοποίηση των αριθμητικών στοιχείων και τη διεύρυνση της γνώσης μας για τον τρόπο που το συλλογικό κοινωνικό συνειδητό και ασυνείδητο της ελληνικής κοινωνίας λειτουργεί αναφορικά με τη θεματολογία της έρευνας.

Ως εκ τούτου και σύμφωνα με τις ποιοτικές παραμέτρους των συνεντεύξεων της έρευνας, επιβεβαιώνονται συνοπτικά τα ποσοτικά δεδομένα ως προς τα εξής:

Η ελληνική μικρομεσαία, οικογενειακή κυρίως, επιχείρηση είναι δύσκολο πλέον να επιβιώσει και όχι μόνο λόγω έλλειψης κεφαλαίων. Σύμφωνα με τους ερωτηθέντες επιχειρηματίες, οι ξένες πολυεθνικές επιχειρήσεις και τα πολυκαταστήματα, από τη μια, και οι χαμηλές τιμές των προϊόντων των αλλοδαπών σε συνδυασμό με την εικόνα υποβάθμισης του κέντρου της πρωτεύουσας, από την άλλη, δημιουργούν άνισους όρους ανταγωνισμού. Επιπλέον, οι Έλληνες επιχειρηματίες αισθάνονται απροστάτευτοι από το κράτος μιας και τα μέτρα που λαμβάνονται δεν ενισχύουν την ευημερία της επιχειρη-

ματικότητας αλλά την περιορίζουν. Ως αποτέλεσμα, η ελληνική μικρομεσαία επιχείρηση αντιμετωπίζει με αβεβαιότητα το μέλλον.

Μεγάλο αριθμό επιχειρηματιών απασχολεί η πτώση της αγοραστικής δύναμης των πολιτών («ο κόσμος δεν έχει λεφτά»), η κρατική πολιτική για τη φορολογία των επιχειρήσεων («συχνές φοροεπιδρομές»), ο ανταγωνισμός («συχνά με όρους αθέμιτους») και η δραστηριότητα των αλλοδαπών επιχειρηματιών και πλανοδίων. Βέβαια, το ζήτημα του μη στεγασμένου εμπορίου απασχολεί τους επιχειρηματίες στο βαθμό που διενεργείται παράνομα (ανταγωνισμός) ή συμβάλλει στην αλλοίωση της «ανακαινισμένης» όψης του ιστορικού κέντρου (υποβάθμιση). Αναφορικά με τη δραστηριοποίηση αλλοδαπών επιχειρήσεων, οι Έλληνες επιχειρηματίες/καταστηματαρχες παραδέχονται ότι η πελατεία των αλλοδαπών επιχειρήσεων δεν εντοπίζεται μόνο στα μέλη της αλλοδαπής κοινότητας αλλά επεκτείνεται και στους Έλληνες εξαιτίας του χαμηλού κόστους των προϊόντων τους.⁵ Ωστόσο οι περισσότεροι δηλώνουν ότι η παρουσία των αλλοδαπών τόσο ως επιχειρηματιών όσο και ως εργαζομένων «δεν τους προκαλεί πρόβλημα», εναντιώνονται πάντως στην απασχόληση αλλοδαπών εργαζομένων, είτε γιατί η επιχείρησή τους είναι οικογενειακή, είτε διότι προτιμούν Έλληνες λόγω της δυσκολίας στην επικοινωνία με τους μετανάστες, είτε διότι είναι επιφυλακτικοί απέναντί τους. Άλλωστε, όπως έχει υποστηριχθεί, σε περίοδο επιβράδυνσης και ύφεσης της οικονομίας, πολλά τμήματα του πληθυσμού αντιμετωπίζουν επιφυλακτικά την ύπαρξη μεταναστών και μεταναστών-επιχειρηματιών στη χώρα ενώ κάποιοι τους καταλογίζουν τις ευθύνες για την υπάρχουσα κατάσταση.⁶

Οι Έλληνες επιχειρηματίες θεωρούν ως σημαντικότερη αιτία της οικονομικής κρίσης που βιώνουν τις πολυεθνικές επιχειρήσεις και δευτερευόντως τη δραστηριότητα των μεταναστών και των πλανοδίων μικροπωλητών. Προβλέπουν ότι ο ανταγωνισμός με τις μεγάλες πολυεθνικές θα ενταθεί μελλοντικά δυσχεραίνοντας τις προοπτικές ανάπτυξης τους. Από οικονομικής άποψης θεωρούν απογοητευτικό το επαγγελματικό τους μέλλον μιας και δεν θεωρούν τις επιχειρήσεις τους ικανές να ανταγωνιστούν τις μεγάλες εταιρείες. Θεωρούν σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης μιας επιχείρησης να ανήκει στο δυναμικό μιας γνωστής αλυσίδας καταστημάτων. Οι πολυεθνικές αυτές έχουν «σημαντικά μέσα όπως διαφήμιση και αισθητικές παρεμβάσεις στον

5. Βλ. σχετικά και Λαμπριανίδης Α. και Λυμπεράκη Α., 2005, *Αλβανοί μετανάστες στη Θεσσαλονίκη, διαδρομές ευημερίας και παραδρομές δημόσιας εικόνας*, Αύγουστος, Πατάκη.

6. Ρομπόλης Σ., 2000, *Η μετανάστευση από και προς την Ελλάδα, απολογισμοί και προοπτικές*, Θεσσαλονίκη, Επίκεντρο.

χώρο τους για να προσελκύσουν το αγοραστικό κοινό». Επιπλέον, δεν θεωρούν ότι η οικονομική πολιτική του κράτους δρα υποστηρικτικά στη διατήρησή τους στην ελληνική αγορά εξαιτίας της «δυσβάσταχτης φορολογίας και έλλειψης κινήτρων για εξάπλωση της επιχείρησής τους». Η παρουσία των αλλοδαπών επιχειρηματιών δρα συνοδευτικά στην οικονομική κρίση που βιώνουν χωρίς όμως να νιώθουν ότι απειλούνται σε σημαντικό βαθμό απ' αυτούς. Οι λόγοι επικεντρώνονται στη χαμηλή ποιότητα των προϊόντων των αλλοδαπών επιχειρήσεων και στη μόνιμη πελατεία που έχουν αποκτήσει οι ελληνικές επιχειρήσεις όλα τα χρόνια που δραστηριοποιούνται στο κέντρο της Αθήνας κι έχουν κερδίσει την εμπιστοσύνη των πελατών.

Άλλες παράμετροι που θεωρείται ότι συντελούν στην υποβάθμιση των παραδοσιακά ασκούμενων δράσεων, πρακτικών και δραστηριοτήτων στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας είναι η «ύπαρξη περιθωριακών στοιχείων» και «τα ναρκωτικά». Επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στην οδό Σωκράτους και στην Ομόνοια υπερτονίζουν την άποψη ότι η λειτουργία Κέντρου Απεξάρτησης «επιδείνωσε την κατάσταση, φέρνοντας όλο και περισσότερους χρήστες στην περιοχή». Το αίσθημα ανασφάλειας και αβεβαιότητας επιτείνεται καθώς οι μικροκλοπές και οι επιθέσεις είναι στην ημερήσια διάταξη της ζωής των εργαζομένων και των κατοίκων του κέντρου και έχουν δυσκολέψει αισθητά την άσκηση της επαγγελματικής δραστηριότητας των πάσης φύσεως καταστηματαρχών ή άλλων επαγγελματιών της περιοχής. Ως αποτέλεσμα, κάτοικοι και καταστηματαρχες εγκαταλείπουν την περιοχή, ενώ την ίδια στιγμή χρήστες κι έμποροι εξαρτησιογόνων ουσιών, άστεγοι και μετανάστες συνθέτουν την εικόνα μιας καινούργιας πραγματικότητας. Όσοι έμειναν για να αντιμετωπίσουν επιθέσεις και εγκληματικές ενέργειες με σκοπό κυρίως την ληστεία, τους βανδαλισμούς και τις φθορές κατέφυγαν στη λύση της εταιρείας security ή σε συστήματα ασφαλείας, καθώς επέλεξαν να αυτοπροστατευτούν γιατί νιώθουν ότι είναι αβοήθητοι στην ίδια τους την πόλη.

Τέλος, ένα ακόμα θέμα που πλήττει την εμπορική κίνηση του κέντρου της Αθήνας και που επισημάνθηκε σε σημαντικό βαθμό και αξιοσημείωτη ένταση είναι οι επιπτώσεις από τις συχνές κινητοποιήσεις διαμαρτυρίας (πορείες, διαδηλώσεις) που λαμβάνουν χώρα ιστορικά και διαχρονικά στο κέντρο της ζωής της πόλης. Σύμφωνα με τις μαρτυρίες των εμπόρων του κέντρου «τις ημέρες που υπάρχει πορεία, ο “τζίρος” των μαγαζιών του κέντρου μειώνεται σημαντικά». Η κυκλοφορία των αυτοκινήτων και των μέσων μεταφοράς διακόπτεται, οι εργαζόμενοι και οι καταναλωτές αδυνατούν να φτάσουν στον προορισμό τους, ενώ παρουσιάζονται και σοβαρές δυσκολίες στην προμήθεια και τον εφοδιασμό εμπορευμάτων. Μια πορεία επηρεάζει την κίνηση

των καταστημάτων για ολόκληρη την διάρκεια της ημέρας ενώ ένα μικρότερο ποσοστό ερωτωμένων εκτιμά ότι ο χρόνος αυτοπεριορίζεται στο χρόνο διεξαγωγής της πορείας. Επιπλέον τα επεισόδια που συμβαίνουν κατά τη διάρκεια των διαδηλώσεων έχουν ως άμεση συνέπεια η ζημία είναι να είναι διπλή, τόσο οικονομική όσο και υλική μιας και πολλά καταστήματα υφίστανται σημαντικές φθορές. Ωστόσο, παρά τα λειτουργικά προβλήματα που δημιουργούνται στις εμπορικές επιχειρήσεις, τη μείωση των πωλήσεών τους τις ημέρες ή τις ώρες που πραγματοποιούνται οι εκδηλώσεις και το επιπρόσθετο κόστος από τις φθορές ή την ανάγκη λήψης επιπρόσθετων μέτρων, το ενδεχόμενο της μετεγκατάστασής τους δεν αντιμετωπίζεται ως εναλλακτική λύση. Μόνο ένα ποσοστό των ιδιοκτητών μικρών καταστημάτων επιθυμεί να μην παραμείνει επαγγελματικά στο χώρο του κέντρου.⁷

3. Αντί επιλόγου

Η συνύπαρξη πολλών και διαφορετικών κοινωνικών προβλημάτων συχνά δημιουργούν δυσχερείς συνθήκες που επηρεάζουν την καθημερινότητα των εμπόρων. Αυτό συμβαίνει και με το ιστορικό κέντρο της Αθήνας, όπου συμπυκνώνονται όλα τα μεγάλα προβλήματα των σύγχρονων μικρών κοινωνιών. Η αντιμετώπισή τους απαιτεί σύνθετες και πολυδιάστατες προσεγγίσεις, όπως είναι τα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, η πολιτική για τα ναρκωτικά, η ασφάλεια, η δημόσια υγεία, η μετανάστευση, και αντιμετωπίζονται μόνο με συντονισμένη δράση.

Το ιστορικό κέντρο της πρωτεύουσας συντίθεται πλέον από δύο πραγματικότητες: από τη μια πλευρά δεσπόζουν τα πολυκαταστήματα με τις εντυπωσιακές βιτρίνες στα καλύτερα εμπορικά σημεία του κέντρου και από την άλλη η τραγική κατάσταση των άδειων επαγγελματικών χώρων, σε δρόμους μικρότερης προβολής, που έχουν φέρει σε απόγνωση τους ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίοι πληρώνουν φόρους και έξοδα συντήρησης αλλά δεν έχουν έσοδα.

Οι λύσεις για να κερδίσει το ιστορικό κέντρο της Αθήνας την παλιά του αίγλη είναι η χάραξη μιας πολιτικής που θα προσφέρει ουσιαστικά κίνητρα στους εμπόρους για να διατηρήσουν τις επιχειρήσεις και ξαναχτυπήσει ο εμπορικός σφυγμός της εμπορικής κίνησης στο κέντρο της Αθήνας.

7. Βλ. «Καταστροφή για τους εμπόρους οι καθημερινές πορείες στο κέντρο της Αθήνας», (2007), URL: www.e-grammes.gr, (Ημερ. Δικτύωσης: 17/2/2008).

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

- Λαμπριανίδης Λ. και Λυμπεράκη Α., 2005, *Αλβανοί μετανάστες στη Θεσσαλονίκη, διαδρομές ευημερίας και παραδρομές δημόσιας εικόνας*, Αθήνα, Πατάκη.
- Ρομπόλης Σ., 2000, *Η μετανάστευση από και προς την Ελλάδα, απολογισμοί και προοπτικές*, Θεσσαλονίκη, Επίκεντρο.
- Ψημμένος Ι., 2001, «Νέα εργασία και ανεπίσημοι μετανάστες στη μητροπολιτική Αθήνα», στο Α. Μαρβάκης, Δ. Παροάνογλου και Μ. Παύλου (επιμ.), *Μετανάστες στην Ελλάδα*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα, σ. 95 κ.ε.

Ξενόγλωσση

- ΚΕΜΟ, Mingione E. and Quassoli F., 2000, «The participation of immigrants in the underground economy in Italy», R. King et al. (eds), *Eldorado or fortress? Immigration in southern Europe*, MacMillan, London, σ. 27-57.