



**Κα ΚΥΠΡΑΙΟΥ:**

Γεια σας, καλή σας μέρα. Ευχαριστώ πολύ όσους με εμπιστεύθηκαν να φτάσω μέχρι εδώ, να έρθω να μιλήσω και κυρίως ευχαριστώ για την ευκαιρία που μου δώσανε να κάνω καινούργιους φίλους, ενδιαφέροντες ανθρώπους.

Ξεκίνησα την έρευνά μου για αυτή την εισήγηση μετά τις συνομιλίες και συναντήσεις, επισήμως και κατ' ιδίαν, του εργαστηρίου – κοινώς workshop, γιατί έτσι το καταλαβαίνουμε όλοι – που σχημάτισαν δύο εικαστικοί καλλιτέχνες, ο Μανώλης Χάρος και ο Άγγελος Παπαδημητρίου, ένας συγγραφέας, ο Γιάννης Ξανθούλης, ένας συλλέκτης έργων τέχνης και κρασιών, ο Χάρης Αντωνίου και ένας ιστορικός, ο Μάνος Χαριτάτος.

Αυτό που βγάλαμε σαν αποτέλεσμα ήταν οι εικόνες. Οι εικόνες ήταν κυρίως το υλικό που καταγράψαμε, τα όσα είχαμε δει και ζήσει όλα αυτά τα χρόνια, από όλα αυτά που έχουμε περάσει μέσα από τις σπουδές μας, μέσα από τις επισκέψεις μας σε μουσεία και από τα διαβάσματά μας.

Κι αυτό θα ήταν το συμπέρασμα που θα έβαζα στο τέλος, αλλά εγώ θα σας το πω από την αρχή, ότι αυτό που θα έπρεπε να κάνουμε είναι μία έκθεση εικόνων, μία ανάρτηση και έκθεση μνήμης, που θα μπορούσε να ενσωματωθεί στους Δρόμους του Κρασιού.

Για περισσότερα από τα προσωπικά μας, απευθύνθηκα στο γραφείο του ΕΛΛΙΑ, στο Ελληνικό Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο. Ψάχνοντας στο πρώτο επίσημο δελτίο βιομηχανικής ιδιοκτησίας, κατατεθειμένο στο Υπουργείο Εμπορίου το 1924 – και θυμηθείτε αν θέλετε τη χρονιά – παρουσιάζονται μερικές σημαντικές μάρκες προϊόντων. Είναι αυτό που λέμε μάρκα ιδιοκτησίας, μάρκα dePOSE.

Εμφανίζονται σαν επωνυμίες, όπως θα δείτε, μεταξύ άλλων 800 το 1924, το Cinzano, το Perrier, το Marie Brizard, το ΝΟΥΝΟΥ, η Νέα Εστία, η Avon, η Fiat, το Curacao, Κολυνός οδοντόκρεμα, η μύρα Guinness, η εφημερίδα Το Έθνος και πρώτο κατατεθειμένο κρασί, Οινοποιεία Πόρτο Ραύτη.

Στο αρχείο του ΕΛΛΙΑ βρήκα επίσης έναν πολύ μεγάλο καλλιτεχνικό θησαυρό, που έχει σχέση με όλα όσα συνοδεύουν το κρασί. Από το 1924 έως το 1967. Μουσική, θέατρο, κινηματογράφος. Όσοι βλέπουν ελληνικές ταινίες, θα θυμούνται σίγουρα τον Χατζηχρήστο να τελεί χρέη μπακάλη και ταβερνιάρη μαζί. Τον περίφημο Ζήκο, με την ατάκα 'Με αγαπάς και τσάμπα πίνω'.

Θα θυμάστε την κυρία Βασιλειάδου ως κυρία Δήμαρχο, επάγγελμα ιδιοκτήτρια καβουρνιάρικου, κοινώς κρασοπουλειού. Τα γλέντια με τον Μίμη Φωτόπουλο στα Κίτρινα Γάντια και το μεθύσι.

Ως αυτά σαν εικόνες κυλούν με μια αίσθηση ευφορίας, ευχαρίστησης, έρωτα, οικονομικής δυσπραγίας, ευθυμίας και κυρίως, δίνουν την εικόνα της ελληνικής οικογένειας που έλυσε τα προβλήματά της σε ένα φτωχικό αλλά πολύ γενναιόδωρο τραπέζι, με το άσπρο τραπεζομάντιλο και το κρασί από τη νταμιτζάνα.

Ασφαλώς και οι κοινωνικές συνθήκες της εποχής δεν ήταν άριστες. Όμως η κουλτούρα του κρασιού ήταν μία, ενωτική και παρεϊστική. Και κυρίως λαϊκή. Το κρασί είναι ρετσίνα και κοκκινέλι, είναι πάντα από το καβουρνιάρικο αγορασμένο και ο μεθύστακας είναι ο κλασικός Ορέστης Μακρής, είναι πάντα ένας πονεμένος, καλός, χοντρός, φαγάς, με πολλές ατυχίες στη ζωή, αλλά που στο τέλος δικαιώνεται.

Από το 1924 μέχρι το 1970, υπάρχουν 1.800 τίτλοι θεατρικοί με το κρασί σαν κέντρο και σαν σημείο αναφοράς στο σενάριο. Σας δείχνω μερικούς από αυτούς. Εδώ βλέπετε τα κλασικά θεατρικά. Δεν προλαβαίνετε να τα δείτε; Αυτό ήταν πολύ γνωστό στην εποχή του, το ξέρετε. Σας ξαναδείχνω τον Ορέστη Μακρή, έτσι για να ησυχάσετε.

Όπως είπαμε, το κρασί είναι χύμα. Από τα βαρέλια στις νταμιτζάνες, από τα μισόκιλα στα καρτούτσα και μετά πίνεται στο κοντόχοντρο χαμηλό κρασοπότηρο. Στις ταινίες, μετά το '60-'65 εμφανίζονται τα κολονάτα ποτήρια. Κι εκεί αλλάζει το όλο σκηνικό της ελληνικής κοινωνίας.

Οι άντρες πια πίνουν όχι στις ταβέρνες αλλά μόνοι τους αβοήθητοι στα μπαρ, πίνουν ουίσκι που πραγματικά τους χαλάει, είναι βασικά κακοί και έχουν και πολύ κακή κατάληξη. Όσο για τις γυναίκες, το λέει και το τραγούδι, η Καίτη Γκρέι δηλαδή, 'όταν πίνει μια γυναίκα κι όταν παραφέρεται, μην την παρεξηγείτε, τι περνάει δεν ξέρετε'.

Αφού λοιπόν μπήκαμε στον χώρο της μουσικής, το κρασί καταλαμβάνει στη μουσική τόσο χρόνο όσο και ο έρωτας. Βεβαίως πάλι ως το '70-'75. Παρότι δεν έχω εικαστικά στοιχεία από τα ρεμπέτικα τραγούδια και από τα εξώφυλλα λαϊκής μουσικής, μόνο από έντεχνα, δείτε πόσο έχει εισχωρήσει στην καθημερινή ζωή μέσα από παρτιτούρες και οπερέτες το κρασί. Πόσα από αυτά μας είναι γνωστά.

'Το κρασί το ρετσινάτο', 'Τι με κοιτάς, τι με κοιτάς', 'Σαν πιω κρασί', 'Σαν μεθώ' Σοφία Βέμπο, 'Πίνω κι απόψε για τα μάτια που αγαπώ', οι κυρίες όλες πίνουν. Πίνουν για να ξεχάσουν, πίνουν για να θυμηθούν. Πίνε κρασί για να γίνεις περήφανος, για να είσαι μεθυσμένος. Η κλασική ερώτηση, 'Γιατί μεθώ;', 'Σαν μεθύσω' και 'Το νερωμένο το κρασί', ποίησης Ιωάννη Πολέμη, μουσική Νίκου Χατζηαποστόλου.

Θα ήθελα, εκτός θέματος, εκτός εικόνων μάλλον, να σας διαβάσω μερικούς τίτλους τραγουδιών που έχω μαζέψει για τον κύριο Σωτήρη Ιωάννου, τον φίλο μου, πάλι με θέμα το κρασί. Μπορείτε να το ακούσετε κάποια στιγμή. Τζένη Βάνου, 'Σε βλέπω στο ποτήρι μου', Δανάη 'Το στημένο το σταφύλι', Σώτος Παναγόπουλος 'Θα το πιεις, ένα ποτήρι θα το πιεις', Καίτη Γκρέι πάλι 'Το παιδί μου απόψε πίνει', Σωτηρία Μπέλλου με το περίφημο 'Όταν πίνεις στην ταβέρνα' και άλλα πολλά.

Και περνάμε σε ένα θέμα που εμένα σαν εικαστικό με ενδιαφέρει πάρα πολύ. Στις ετικέτες και τις διαφημίσεις του κρασιού. Τα κρασιά που εμφανίζονται μετά το 1930, έχουν ετικέτες πολύ προσεγμένες. Η καλλιγραφία, η αρχαιότητα και κυρίως οι ωραίες γυναίκες καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της θεματολογίας. Να πάρουμε μια γεύση.

Αρχαιότητα. Βλέπετε εδώ, το κονιάκ Μεταξά με θέμα την Αίγυπτο, θα σας πω μετά γιατί το δείχνω. Βότρυς κρασιά, κονιάκ, μαυροδάφνη, βερμούτ, τα ποτά της Σάμου που κάνουν και κρασιά και ηδύποτα, οι οίνοι Μαρκό, αυτή δεν ξέρω ποιοι την αναγνωρίζετε την περίφημη αυτή κούκλα, είναι η Ester Williams, η οποία βεβαίως δεν θα ήξερε ότι διαφημίζει ρετσίνα, κοκκινέλι, ημίγλυκο, αρετσίνωτο, βερμούτ και μαυροδάφνη!

Ο Καμπάς. Το μοσχάτο της Σάμου. Το ούζο Πυργίδη. Εδώ θα κάνω μια στάση. Είναι μία ετικέτα που έχει φτιάξει ο Γαλάνης, ο χαράκτης και ζωγράφος Γαλάνης, είναι το στυλ της art deco, είναι μια ιστορική ετικέτα, σήμερα γυρίζει ανά τον κόσμο γιατί θεωρείται από τα αριστουργήματα της ετικετοποιίας. Και βεβαίως να πω ότι η ποτοποιία και όχι η οινοποιία είναι οργανωμένη και διαφημιζόμενη στην Ελλάδα, μέχρι το '70 πάντα, εμένα αυτό είναι το αρχείο πάνω στο οποίο έχω βασίσει την έρευνά μου.

Ο κόσμος μπορεί να πίνει χύμα και να μεθάει και να ευθυμεί, αλλά οι διαφημίσεις είναι από τις 3.000 ετικέτες και διαφημιστικές ταμπέλες με φίρμες, μόνο το 20% αφορά τα κρασιά. Το 80% αφορά ηδύποτα, brandy και σαμπάνιες και τώρα θα δείτε τι θα πει εισβολή της σαμπάνιας και της ομορφιάς στην Ελλάδα.

Από τις 3.000 ετικέτες σήμερα που παράγονται στην Ελλάδα, έχω ανιχνεύσει, μπορεί και να μου ξεφεύγουν μερικές, πάνω-κάτω 50 φιάλες που έχουν φιλοτεχνηθεί τα τελευταία χρόνια από καλλιτέχνες. Βεβαίως, η ετικέτα δεν σχηματίζει μια πολιτιστική κληρονομιά, ούτε μια πολιτισμική φυσιογνωμία, αλλά από κάπου κανείς πρέπει να ξεκινήσει.

Από προσωπική λοιπόν έρευνα, κατέληξα στα εξής τέσσερα σημεία καλλιτεχνικής προσέγγισης της ετικέτας και του σχεδιασμού της. Πρώτο στάδιο, οι καλλιτέχνες που ασχολούνται με ετικέτες είναι κυρίως ο αδελφός, η σύζυγος ή ο εγγονός του παραγωγού. Μη με παρεξηγήσετε, δεν αναφέρομαι σε αυτό υποτιμητικά, αντίθετα. Το κρασί είναι η οικογένειά τους και σαν συντεχνιακή ομάδα αντιμετωπίζουν και το θέμα της αισθητικής της ετικέτας έτσι.

Δεύτερο στάδιο. Όταν αποφασισθεί να επιμεληθεί την ετικέτα ένας καλλιτέχνης, είναι καταρχήν φίλος. Έχουμε το θάρρος και την άνεση να ζητήσουμε και να συζητήσουμε μαζί του το θέμα του τι θα επιλέξουμε. Αν ο φίλος μας τυχαίνει να είναι και καλός καλλιτέχνης, τότε έχουμε και καλό αποτέλεσμα. Αυτό βέβαια με τον καιρό χάνεται, γιατί δεν υπάρχει ένας στόχος μελλοντικός ούτε υπάρχει μια σταθερότητα επιλογών. Και στο κάτω-κάτω κανένας πόσους φίλους καλλιτέχνες να έχει;

Τρίτο στάδιο. Είμαι ευαίσθητος, μου αρέσει η τέχνη, παίρνω έναν πίνακα του Σεζάν με σταφύλια και καράφες και τον χρησιμοποιώ στην ετικέτα μου. Προσωπικά, αυτός που σχηματίζει μια πινακοθήκη τέτοιου τύπου και την προσφέρει στους πελάτες του μου είναι συμπαθέστατος, τον εκτιμώ. Κι εδώ βέβαια η σταθερότητα και η διάρκεια κάνουν τη διαφορά.

Εδώ υπάρχει βέβαια και ένα θέμα δικαιωμάτων, αλλά όπως και η Ester Williams έτσι και ο Σεζάν κι ο Πικάσο δεν θα μάθουν ποτέ τι συμβαίνει.

Η τέταρτη φάση είναι η συνεχής κατ' εξακολούθηση και σε βάθος αναγωγή του κρασιού σε είδος υψηλής κουλτούρας, που υποστηρίζεται από σημαντικά παράλληλα πολιτιστικά γεγονότα. Εδώ κάνω μία παρένθεση και ομολογώ ότι για πολιτισμό μίλησαν μόνο οι κυρίες εισηγήτριες και ο κύριος Μπουτάρης. Πρόσεξα ότι οι άντρες εισηγητές τον άφησαν τον πολιτισμό λίγο πέρα.

Επομένως ξαναγυρνάμε σε γεγονότα, εικαστικές θεματικές εκθέσεις, μουσικές εκδηλώσεις, διεξαγωγή συνεδρίων με θέματα που απέχουν του οίνου ή με συνέδρια που έχουν σαν κεντρικό θέμα τον οίνο. Δημιουργία μικρών θεματικών μουσείων. Όλα αυτά επιτρέπουν να μεταφερθεί η προσωπικότητα του κρασιού και να δημιουργηθεί η φυσιογνωμία της Ελλάδας μέσα από αυτό το προϊόν.

Εδώ μέσα που βρισκόμαστε υπάρχουν τέτοιοι υποκινητές, που έχουν αναβιώσει, όχι γραφικά, αλλά με σύγχρονο τρόπο τον τρύγο. Που έχουν δώσει τις ανοιχτές τους αγκάλες να δεχθούν κόσμο, που έχουν ανοίξει τις προσωπικές τους συλλογές έργων τέχνης στους επισκέπτες των οινοποιείων, που οργάνωσαν θεματικά μουσεία επισκέψιμα, που έβαλαν από την τσέπη τους αρκετά για να δημιουργηθεί αυτό και κυρίως, υπάρχουν κι αυτοί που δεν μπορεί κανείς να σκεφτεί ότι πέρασε μια χρονιά και δεν έγινε ένα πολιτιστικό γεγονός που διοργανώνουν.

Σε αυτούς τους φίλους και αγνώστους, τα σέβη μου που έκαναν το κρασί έργο ζωής.

Κάτι ανάλογο στο πολλαπλάσιο, το 1924 και είναι η πρώτη ημερομηνία που αναφέραμε, ξεκίνησε στη Γαλλία ο βαρόνος Φιλίπ ντε Ροτσίλντ. Ρώτησε τον φίλο του που σχεδίαζε αφίσες, Ζακ Καρλίν, να του φιλοτεχνήσει μία ετικέτα ειδικά για το κρασί του. Σήμερα, αυτή η ετικέτα είναι το σήμα του Οίκου Ροτσίλντ και αποτελεί το πιο επιτυχημένο δείγμα κυβιστικής τέχνης σε εφαρμοσμένη ετικέτα.

Οι Ροτσίλντ υπήρξαν από πολλές γενιές σημαντικότεροι συλλέκτες μοντέρνας τέχνης. Μέχρι το 1944 και το τέλος του πολέμου, χρησιμοποιούσαν τις ετικέτες σαν ετικέτες στα έργα από τη συλλογή τους. Από το 1945 και μετά, ο Οίκος Ροτσίλντ διαφοροποιήθηκε και έγινε παγκόσμια γνωστός, όχι μόνο για την εξαιρετική ποιότητα των κρασιών του αλλά για τις ετικέτες του.

Τις έχουν φιλοτεχνήσει πάρα πολύ σπουδαίοι καλλιτέχνες, σταθερά και αδιαλείπτως μέχρι και σήμερα. Σας δείχνω μερικές από αυτές τις ετικέτες και σας αναφέρω μερικά ονόματα, για να δείτε όχι μόνο ότι ήταν πάρα-πάρα πολύ σπουδαίοι οι καλλιτέχνες όπως ο Καντίνσκι, ο Ζαν Κουκτώ, ο Ζορζ Μπρακ, ο Πιερ Αλεσίνσκι, ο Μιρό, ο Μπέικον, ο Μπάβιλις, ο Μπαλτίς, ο Σαγκάλ και ο Αντι Γουόρχολ.

Δεν είναι ότι ήταν και είναι σπουδαίοι. Είναι ότι επελέγησαν όταν ήταν νέοι και όχι τόσο γνωστοί.

Κοιτάζοντας την ελληνική βιβλιογραφία τέχνης, βλέπουμε ότι στην ελληνική ζωγραφική δεν έχουμε αναφορές στο κρασί. Εκτός από σκηνές τρύγου, κυρίως στη χαρακτηριστική, από τον μεσοπόλεμο ως και σήμερα δεν θα δούμε ζωγραφισμένες φύσεις, ούτε σταφύλια με κρυστάλλινες κανάτες, ούτε αγριογούρουνα σφαγμένα και ωραία ποτήρια έτοιμα να τα πιούμε.

Καταλήγω ότι οι Δρόμοι του Κρασιού θα μπορούσαν να είναι και δρόμοι πολιτισμού και το αντίστροφο. Υποστηρίζοντας το ένα, υποστηρίζουμε και το άλλο. Σας ευχαριστώ πάρα πολύ που με ακούσατε.