

Για τη γλαφυρή συνέντευξη που παραθέτουμε παρακάτω του πρώην Προέδρου της «ΑΘΗΝΑ S/M» και «ΠΕΤΕΣΚΕ» Απ. Μαυρομμάτη ευχαριστούμε τη δημοσιογράφο Μαρία Αλιμπέρτη. Ακολουθεί πιστή ανατύπωση της συνέντευξης όπως δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα «Αδέσμευτος Τύπος» την Κυριακή 13 Σεπτεμβρίου 2009, αρ. φύλλου 595(756)

«Ρομάντζο» με τη ... σέσουλα και το τεφτέρι Της Μαρίας Αλιμπέρτη



- *Η οικονομική κρίση έχει στρέψει τους καταναλωτές στο μπακάλικο της γειτονιάς και στη λύση των χύμα προϊόντων*
- *Ο Απόστολος Μαυρομμάτης, με μεγάλη εμπειρία στο χώρο ξετυλίγει πτυχές από τα χρόνια της αίγλης των παντοπωλών και κάνει συγκρίσεις με το παρόν*

Τεφτέρια και βερεσέ επανέρχονται δειλά-δειλά στα λιγοστά παντοπωλεία της Αθήνας. Στα μικρά μπακάλικα του κέντρου της πόλης καταφεύγουν οι καταναλωτές για να αγοράσουν με την σέσουλα λίγα όσπρια, ζυμαρικά κ.α. Εκεί που δεκαετίες πριν, στις οδούς Σωκράτους, Σοφοκλέους και Ευριπίδου αλλά και στα συνοικιακά παντοπωλεία, οι παραγιοί έσερναν με χειροκίνητα καροτσάκια σακιά με προϊόντα και βαρέλια πετρελαίου.

Τους σάκους των 70 οκάδων φαίνεται πως θυμάται ο κόσμος καθώς βλέπει τα ευρώ να εκλείπουν από την πολύπαθη τσέπη του. Τι κι αν σήμερα δεν υπάρχουν σούστες και αγωγιάτες; Τα «βερεσιδία» προς τους φαμελιάρηδες και τους πολύτεκνους μεροκαματιάρηδες ίσως να ξενίζουν στην εποχή των πιστωτικών καρτών και των καταναλωτικών δανείων. Κι όμως, ακόμη και στις μέρες μας η κατανόηση του μπακάλη για να γεμίσει το άλλοτε τσουκάλι της οικογένειας στρέφει πολλούς καταναλωτές στο συνοικιακό μπακάλικο.

Τα παντοπωλεία της γειτονιάς υπήρξαν ανέκαθεν «πιστωτικά ιδρύματα» για τους οικονομικά ασθενείς, σε μια περίοδο της νεότερης Ελλάδας που οι σημερινοί νέοι γνωρίζουν μέσα από ασπρόμαυρες ταινίες. Τότε που η σχέση μαγαζάτορα -πελάτη ήταν προσωπική σε αντίθεση με τη τωρινή πραγματικότητα που ο ανώνυμος

πελάτης δεν κοιτά στα μάτια τον άορατο επιχειρηματία των μεγάλων πολυκαταστημάτων.

Ο μόχθος

Πτυχές του νοσταλγικού παρελθόντος ξετύλιξε μιλώντας στον «Α.Τ.» ο κ.Απόστολος Χρ. Μαυρομάτης, παντοπώλης που διετέλεσε πρόεδρος της Πανελλήνιας Ένωσης Παντοπωλιακών Εταιρειών Συνεταιρισμών Κοινοπραξίας Ελλάδος ΠΕΠΕΣΚΕ και της Συνεταιριστικής Ένωσης μικρομεσαίων επιχειρήσεων τροφίμων «ΑΘΗΝΑ market ΕΠΕ».

Μάλιστα την εμπειρία του στο χώρο από τα χρόνια της μεγάλης αίγλης έως και τα πιο πρόσφατα της σκληρής αναμέτρησης του παντοπωλείου με τα πολυκαταστήματα που απείλησαν με συρρίκνωση και αφανισμό, καταγράφει με πολλά ντοκουμέντα στο έγκυρο βιβλίο του «**Τα παραδοσιακά παντοπωλεία και το συνεταιριστικό του κίνημα. Ιστορική αναδρομή 1967-1994**».

Μιλώντας στον «Α.Τ.» ο κ.Μαυρομάτης θυμήθηκε την εποχή που οι γονείς του, Χρήστος και Βασιλική Μαυρομάτη ήρθαν από το ορεινό χωριό Τζούρτζια του Ασπροποτάμου του Νομού Τρικάλων στην Αθήνα, μετανάστες στην ίδια τους τη χώρα, μόχθησαν και έστησαν το σπιτικό και το παντοπωλείο τους στη συνοικιακή περιοχή της Ακαδημίας Πλάτωνος. Η οικογένεια πάλεψε και πρόκοψε. Το παντοπωλείο τους έγινε σήμα κατατεθέν τις περασμένες δεκαετίες και ενέπνευσε μέχρι και τον αείμνηστο λαϊκός βάρδο, Γιώργο Ζαμπέτα που τραγούδησε «**Στου Μαυρομάτη τη γωνιά , στη βρύση του Λεμπέση...**». Το παντοπωλείο της οικογένειας στάθηκε η αφορμή να «βαπτισθεί» η στάση λεωφορείων της γραμμής 051-Ακαδημία Πλάτωνος στη γωνία Πλάτωνος και Κρατύλου «**Στάση Μαυρομάτη**».

Στην άρτια οργανωμένη βιβλιοθήκη του κ.Μαυρομάτη δεσπόζει η ζυγαριά του πατέρα του από το 1926. Στα ράφια υπάρχουν ακόμα κάποια ζύγια, ενώ από το ντουλάπι του έβγαλε την σέσουλα την «φτωχομάνα» που μέτραγε την ποσότητα των προϊόντων την χρυσή εποχή του παντοπωλείου. Ο κ. Μαυρομάτης αναφέρθηκε στις μνήμες του λες κι άνοιξε το παλιό μπαούλο της μητέρας του κι έβγαλε πολύτιμα κειμήλια, ενώ μια μικρή πικρία για την σημερινή πραγματικότητα για τα χρόνια που πέρασαν αχνοφάνηκε από τα λεγόμενά του.

Η λύση ... χύμα

Οι εποχές άλλαξαν αλλά κάποιες αξίες παραμένουν γι' αυτό μας παρότρυνε να πάρουμε ένα σακουλάκι τυποποιημένων όσπριων και να τα συγκρίνουμε με το χύμα προϊόν σε ένα μπακάλικο «**Αυτό που θα πάρετε στο ίδιο βάρος που θα βάλετε μόνοι σας στο σακουλάκι θα είναι στο ένα τρίτο και στο ένα πέμπτο της τιμής του τυποποιημένου...**».

Η σημερινή δυσπραγία συνδέεται με τις επιλογές του καταναλωτή, γι' αυτό ο κ. Μαυρομάτης σημειώνει «Πώς να αντέξει ένα νοικοκυριό; Ευτυχώς σε ορισμένες περιπτώσεις δουλεύουν και οι δυο γονείς για να μπορέσει η οικογένεια να αγοράσει από όλα τα αγαθά.»

Η οικονομική στενότητα οδηγεί τους καταναλωτές στην λύση του χύμα προϊόντος, που πωλείται στα παντοπωλεία, εξηγεί και ο κ. Γιάννης Γκάρας, πρόεδρος Ένωσης Παντοπωλών Θεσσαλονίκης, εκεί που μέχρι πριν μερικά χρόνια τα παντοπωλεία ήταν 3,5 χιλιάδες, ενώ σήμερα λειτουργούν μερικές εκατοντάδες. **«Ο χώρος πέρασε μια κρίση. Τώρα φαίνεται πως το κλίμα γυρίζει. Κρίνοντας κι ως πρόεδρος της Συνομοσπονδίας Παντοπωλών Βορείου Ελλάδος, η οικονομική κρίση έχει στρέψει τους καταναλωτές που δεν διαθέτουν χρήματα στο μπακάλικο της γειτονιάς. Ανεπίσημα έχει βγει το τεφτέρι, όχι όμως όπως τις παλιές εποχές, όπως γνωρίζω από τον παππού μου που άνοιξε το παντοπωλείο του το 1929»...**

Εμπιστοσύνη

Η οικονομική κρίση φαίνεται πως ανατρέπει την φθίνουσα πορεία για τα μικρά μπακάλικα, «Σιγά-σιγά και δειλά -δειλά τα παντοπωλεία ανακτούν τις δυνάμεις τους και μπορούν να ανακάμψουν. Γεγονός που μπορεί να αποδοθεί στις διαπροσωπικές σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ πελάτη και μπακάλη. **Ο παντοπώλης θα πει στον μόνιμο πελάτη του "Άσε πάρε αύριο φρούτα που θα έχω πιο φρέσκα" ή «Άσε και μου τα δίνεις όταν έχεις".** Αντίθετα σε ένα απρόσωπο κατάστημα αλυσίδας ο πελάτης όταν δεν έχει χρήματα αφήνει πολλές φορές είδη πρώτης ανάγκης στο ταμείο.

Σίγουρα η διευκόλυνση και οι καλύτερες τιμές που εξασφάλισαν τα παντοπωλεία, αφού πάντα πληρώνουν τους προμηθευτές τους μετρητοίς και αυτή την περίοδο οι μεγάλες εταιρείες προσφέρουν καλύτερες τιμές γιατί πιέζονται οικονομικά, συμβάλουν στην επιστροφή του καταναλωτή στο μικρό μαγαζί.» Παρόλα αυτά, ο παντοπώλης μπορεί να διαπιστώσει τις οικονομικές δυσκολίες των καταναλωτών και από τις περικοπές στις ποσότητες που αγοράζουν.

Συγκρίνοντας τις δυσκολίες των περασμένων δεκαετιών με τις σημερινές ο κ. Μαυρομάτης εξηγεί ότι οι συνθήκες διαφέρουν αφού εκείνη την εποχή το μεικτό κέρδος για το μπακάλη, σε μια πολύ μεγάλη κατηγορία προϊόντων άμεσης βιοτικής ανάγκης, ήταν το μόλις 10%. Στην κατηγορία αυτή ήταν ενταγμένα με αυστηρή αγορανομική διάταξη το ελαιόλαδο, τα σπορέλαια, τα όσπρια, τα ζυμαρικά, τα ρύζια, οι παιδικές, τροφές, το γάλα εβαπορέ, οι καφέδες, το οινόπνευμα, οι κτηνοτροφές για τα οικόσιτα ζώα κ.α. Αυτά είχαν μεικτό ποσοστό κέρδους 10%...Εκτός από τα παραπάνω χαμηλά ποσοστά μεικτού κέρδους, που σε ορισμένες περιπτώσεις δεν

κάλυπταν ούτε τα έξοδα των παντοπωλείων, υπήρχε και η διατίμηση, πολλές φορές κάτω του κόστους παραγωγής ή εισαγωγής σε πληθώρα προϊόντων...

Δοκιμασίες...

Όσο για την αξιοπιστία του γειτονικού μπακάλικου, ο κ.Μαυρομμάτης υποστηρίζει με θέρμη ότι ο παντοπώλης δεν τολμούσε τον παλιό καιρό να προσφέρει προϊόντα δεύτερης διαλογής, αφού «πρώτα τα δοκίμαζε και μετά τα έβαζε μέσα στο μαγαζί του, το λάδι, τη φέτα, τη λακέρδα και τις σαρδέλες... Είχε και καμινέτο όπου έβαζε τα όσπρια για να δει σε πόση ώρα βράζουν. Αν δεν ήταν βραστερά, δεν τα έβαζε μέσα στο μαγαζί του. Φυσικά κοίταζε αν ήταν εμφανίσιμα, αν είχαν μέσα ξένες ύλες κι αν τυχόν με τη σέσουλα έπαιρνε και χύμα ο πελάτης.

Όλα αυτά ήταν στον αυστηρό έλεγχο του παντοπώλη. Το έκανε αυτό πάντοτε έστω κι αν ο προμηθευτής ήταν γνωστός του και είχε χρόνια συναλλαγές. Αλλά κι ο χονδρέμπορος, πριν γίνουν οι συνεταιρισμοί, μπορεί να τον είχε γελάσει κάποιος προμηθευτής να του είχε δώσει ένα προϊόν πιο φθηνά επειδή είχε πρόβλημα. Σε αυτή την περίπτωση ο παντοπώλης θα εκτιθόταν στο πελάτη του που ήταν επώνυμος γιατί ήταν γείτονας, γνωστός ή φίλος. Αν μια φορά τον κορόιδευε, θα έχανε την πελατεία του.»

Για τα σημερινά μέτρα ελέγχου δεν έχει όμως και την καλύτερη εικόνα, αρχής γενομένης με την έλλειψη δυνατότητας ελέγχου του μαγαζάτορα στα τυποποιημένα προϊόντα. Ο κ. Μαυρομμάτης περιγράφει εποχές που τα προϊόντα φυλάγονταν για μικρό χρονικό διάστημα στα δροσερά υπόγεια του μπακάλικου, εκεί γιατί ήταν γεμάτα από βαρέλια κρασιού. «Υπήρχε μικρός χώρος, συνήθως δεν υπήρχαν και πολλά κεφάλαια, γι' αυτό και οι ποσότητες που αγόραζε ο μπακάλης ήταν μικρές και έμπαιναν κατευθείαν στο ράφι, Έπαιρνε ένα σακί φακή το έβαζε εκεί και είχε ένα ακόμα για να το γεμίζει. Συνήθως απέφευγε να αγοράζει πολλά σακιά γιατί στο υπόγειο υπήρχαν τα μουστοβάρελα, ενώ τώρα στοιβάζονται μαζί με τα ψυκτικά μηχανήματα που υπάρχουν στο υπόγειο για να μην ακούγονται πάνω στο κατάστημα ή στη σάλα του μαγαζιού, λίγα καταστήματα έχουν αυλή σήμερα».

Οι μπακαλόγατοι

Αξίζει να σημειωθεί ότι στο υπόγειο ή στα πατάρια του μαγαζιού κοιμόντουσαν οι παραγοί, οι γνωστοί ως μπακαλόγατοι που έρχονταν από το χωριό για μια καλύτερη τύχη στην Αθήνα, δίπλα στους μπακάληδες με τις ριγωτές ποδιές. Χρόνια δύσκολα που ταυτίστηκαν με ασπρόμαυρες φωτογραφίες λευκώματος της παλιάς Αθήνας διαδέχτηκαν ευτυχισμένα χρόνια δημιουργίας και ένωσης των δυνάμεων των παντοπωλών.

Οι καλύτερες μέρες ήρθαν με την ίδρυση της «Προμηθευτικής Ένωσης Παντοπωλών Αθηνά Market» που σκοπό είχε κατά κύριο λόγο τον εφοδιασμό των μελών σε χαμηλές τιμές. Η πρωτοβουλία ευοδώθηκε και στη συνέχεια οι παντοπωλειακοί συνεταιρισμοί δημιούργησαν τα δικά τους υπερκαταστήματα ιδιοκτησίας ΑΘΗΝΑ S/M ΕΠΕ, 17 στην Αττική και 7 στην επαρχία. Τα υπερκαταστήματα των παντοπωλειακών συνεταιριστικών ενώσεων σε όλη την χώρα ήταν περισσότερα από 100 .

Αξίζει να σημειωθεί ότι η ΠΕΤΠΕΣΚΕ ζήτησε από πολλές ηγεσίες του Υπουργείου Εμπορίου την ψήφιση νομοσχεδίου που θα αποτελούσε την αρχή της εξυγίανσης όλου του κυκλώματος διάθεσης, διακίνησης, διανομής κι εμπορίας των ειδών διατροφής, με σκοπό την παροχή κινήτρων για τη συνένωση των μικρομεσαίων καταστηματαρχών τροφίμων σε προμηθευτικές συνεταιριστικές ενώσεις. Το αίτημά της δεν βρήκε ανταπόκριση, γεγονός που αποδίδεται από τον κ.Μαυρομάτη στην έλλειψη πολιτικής βούλησης, η οποία θα απέτρεπε και τα σημερινά φαινόμενα κερδοσκοπίας σε βάρος του καταναλωτή.

Όμως στα τέλη του 1993, η αγορά άλλαξε «ρότα» λόγω του σκληρού ανταγωνισμού που αναπτύχθηκε με την είσοδο των ξένων επιχειρήσεων στον κλάδο. Τις συνθήκες περιγράφει γλαφυρά ο κ.Μαυρομάτης στο βιβλίο του διευκρινίζοντας ότι μετά τα 30 χρόνια επιτυχημένης λειτουργίας της «ΑΘΗΝΑ MARKET» , η παλιά γενιά παντοπωλών δεν μπορούσε να βρει διαδόχους οπότε κι αναγκάστηκε να παραιτηθεί του αγώνα της πουλώντας τον κόπο μιας ζωής σε ιδιωτικές επιχειρήσεις.

Ίσως η εικόνα της αίγλης των παλιών παντοπωλείων επανέλθει με την στροφή των καταναλωτών στα χύμα προϊόντα του συνοικιακού καταστήματος. Η λιτότητα μπορεί να αποτελέσει ευκαιρία να αναζητήσουμε πέρα από τις οικονομικά συμφέρουσες λύσεις, να θυμηθούμε τις μυρωδιές του τυριού, του βαρελίσιου κρασιού αλλά να νιώσουμε την ζεστασιά της ανθρώπινης επαφής με τον μπακάλη.