



Η ΕΚΘΕΣΗ «ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΛΛΙΩΣ - 35 ΧΡΟΝΙΑ

# Τα πωλητήρια δένουν τους

Της **Ράνιας Γεωργιάδου**



**Με τρία Πωλητήρια υψηλής οργάνωσης, μεγάλου πλούτου αντικειμένων και αναπτυξιακής λογικής το Μουσείο Μπενάκη είναι, ίσως, το μόνο στην Ελλάδα που πλησιάζει τα σύγχρονα ευρωπαϊκά πρότυπα. Η Δέσποινα Γερούλιανου, υπεύθυνη από το 1994 των επιτυχημένων Πωλητηρίων του, μας διηγείται την ιστορία τους, μας εξηγεί τη φιλοσοφία τους και δικαιούται να περηφανεύεται για την πολλαπλή προσφορά τους στη διατήρηση παραδοσιακών τεχνικών, στο σύγχρονο design και, φυσικά, στα έσοδα του μουσείου. Η τελευταία πολλές φορές είναι μεγαλύτερη και από την κρατική επιχορήγηση**

«**Ε**ίχε πάντα γεμάτες τις τσέπες του από τόσους θησαυρούς. Τι δεν έβρισκες μέσα! Καρφιά, βάλους, βότσαλα, σπάγγους, κάπστε και κανένα κομμάτι μαστίχα και, πάνω απ' όλα, το τρίγωνο γυαλί που είχε πέσει από τον πολυέλαιο της εκκλησίας, και που έκανε τόσα ωραία χρώματα σαν το έβαζες στον ήλιο. Ολόκληρο πλούτο είχαν οι τσέπες του Αντώνη», γράφει η Πηνελόπη Δέλτα στον «Τρελαντώνη» αναφερόμενη, τόσο τρυφερά, στην παιδική συλλεκτική μανία του μεγάλου αδερφού της. Μια ευγενή «μανία», που στον χρόνο μεταμορφώθηκε, μετουσιώθηκε σε εξαιρετικές συλλογές και σε ένα σπουδαίο ελληνικό μουσείο.

Από τα ειδώλια και τους αμφορείς στις βυζαντινές εικόνες και τις ξυλόγλυπτες αΐθουσες, από τις φορεσιές, τα αρτοποιήματα της χρυσοκεντηπικής και της αργυροχόιας στις ακουαρέλες των ξένων περιηγητών και τα κεμήλια του Αγώνα της Ανεξαρτησίας, στο μέγαρο της οδού Κουμπάρη, τα «επισόδια» της Ελληνικής Ιστορίας ξετυλιγόνται, ζωντανεύουν μέσα από έργα τέχνης και βιοτεχνήματα επώνυμων και ανώνυμων δημιουργών. «Ο Αντώνης Μπενάκης βίωσε πολύ συνειδητά την ιστορική συνέχεια», έχει επανειλημμένα τονίσει ο διευθυντής του Μουσείου Μπενάκη Αγγελος Δεληβορριάς. Σήμερα, μετά την ανακαίνιση της δεκαετίας του 1990, το μουσείο έχει εξελιχθεί πέρα από ένα Μουσείο Κοσμητικών Τεχνών, κατ' εσχρήν υπόδειγμα του οποίου είναι το Victoria & Albert Museum. Αποτελεί πια έναν μουσειακό οργανισμό, που παρακολουθεί και εξαιρεί την ανάπτυξη του ελληνοτισμού μέσα στον χρόνο.

Αντές τις μέρες, δίπλα και πλάι στα εκθέματα, στήνεται (πυρετωδώς!) η μεγάλη έκθεση «Το Μουσείο αλλιώς - 35 χρόνια Πωλητήριο. Από την αρχαιότητα στο σύ-



χρον design», η οποία παρακολουθεί την ιστορία των «προϊόντων» του Πωλητηρίου, που προέκυψαν ή εμπνεύστηκαν από πρωτότυπα έργα. Αφορμή για την έκθεση στάθηκε το θέμα του φετινού εορτασμού της Διεθνούς Ημέρας των Μουσείων, «Μουσεία (μνήμη + δημιουργικότητα) = κοινωνική αλλαγή». «Υπαρξιακό» ζήτημα του θεσμού των μουσείων, το δίδυμο μνήμη και δημιουργικότητα, παρελθόν και μέλλον, έχει τροφοδοτήσει χιλιάδες εκατοντάδες λέξεις και σκέψεις ειδικών μελετητών. Στην Ελλάδα, στο εξωτερικό, παντού. Ζητούμενο, ένα μουσείο που δεν θα προκαλεί δέος, αλλά σεβασμό, «ανοιχτό», φιλικό προς τον επισκέπτη - με διευρυμένα ωράρια, στοχευμένες δράσεις και εκδηλώσεις, νέα προϊόντα, περιοδικές εκθέσεις με ενδιαφέροντα θέματα, με ειδι-

κά διαμορφωμένα προγράμματα για νέους και παιδιά κ.λπ. Όλα αυτά, βεβαίως, υπό την προϋπόθεση ότι ένα μουσείο μπορεί/είναι σε θέση να παραμείνει (κυριολεκτικά) ανοιχτό! Συνέδρια και σεμινάρια ασχολούνται και προβάλλουν επιτυχημένα μοντέλα διαχείρισης μουσειακών ιδρυμάτων και οργανισμών. Πολύ συχνά στη βάση δυναμικών μουσειών υπάρχει ένας ευέλικτος μηχανισμός οικονομικής αυτοτέλειας, που αντανακλάται στη γενική λειτουργία τους. Στις τρεις σημαντικότερες πηγές εσόδων βρίσκονται οι χορηγοί, οι εκδηλώσεις (events), οι χώροι εστίασης (καφέ, εσπατόρια) και τα πωλητήρια. Μυστικό

**Δέσποινα Γερούλιανου: «Επισκεψόμαστε όλη την Ελλάδα τεχνικές που τένουν να καθούν»**



ΓΙΩΡΓΟΣ ΒΙΤΣΕΡΟΠΟΥΛΟΣ

## Χρειάζεται κοινή πολιτική πωλητηρίων

**ΠΩΣ ΜΕΤΑΤΡΕΠΕΤΑΙ ΕΝΑ** πωλητήριο μουσείου σε κερδοφόρα επιχείρηση, όταν συναντάμε ακόμα ελληνικές εξοπλισμένα πωλητήρια (χωρίς ετοιμοπαράδοτα προϊόντα, ενώ παρόμοια προϊόντα, αμφίβολης ποιότητας, συχνά συναντώνται σε τουριστικά καταστήματα κοντά στο μουσείο) ή «ανύπαρκτα» πωλητήρια σε αρχαιολογικούς χώρους μείζονος σημασίας, εξοπλισμένα με ολίγες καρτ ποστάλ και ελάχιστους τουριστικούς οδηγούς; Υπό αυτές τις συνθήκες, ίσως θα ήταν περιττό να αναφερόμαστε στα αυτονόητα - σεβα-

σμό στις προσδοκίες του πελάτη, υψηλή ποιότητα, πιστοποίηση, εξειδικευμένες και ωραία σχεδιασμένες συσκευασίες που να ολοκληρώνουν την υποστήριξη κάθε αντικείμενου.

«Η αυτονομία και ευελιξία της επιχείρησης σίγουρα μετρούν θετικά», απαντά η Δ. Γερούλιανου. «Για εμάς αυτό είναι εύκολο λόγω μεγέθους και δομής. Όμως υπάρχουν δοκιμασμένοι/επιτυχημένοι τρόποι λειτουργίας πωλητηρίων και σε μεγαλύτερες κλίμακες. Π.χ. στη Γαλλία ο οργανισμός Musées de France, κεντρικός φορέας που συ-

γκεντρώνει μεγάλο αριθμό μουσείων, διαμορφώνει κοινή πολιτική πωλητηρίων σε όλη την Γαλλία. Θα τολμήσω να πω ότι στην Ελλάδα με τόσα μουσεία και σημαία αρχαιολογικού/ιστορικού ενδιαφέροντος θα μπορούσε να οργανωθεί ένα τεράστιο δίκτυο παραγωγής και πωλήσεων όχι μόνον αντιγράφων αλλά και πρωτότυπων έργων που θα έπρεπε να αντιμετωπίζονται ως εθνικά προϊόντα».

3-4-5 Μαΐου 2013 / Η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ

ΠΩΛΗΤΗΡΙΟ. ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ DESIGN»

# ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΜΕ ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ

επιτυχίας, κατά τους ελαφτόνες, η χαμηλή είσοδος στους χώρους του μουσείου, εξαομωμένων των εκθέσεων. Συγκριτική έρευνα στοιχείων από το 2000 έως το 2005 μεταξύ του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου και του British Museum, που αφορούσε τα έσοδα ανά επισκέπτη, έδειχνε ότι το ΕΑΜ είχε 7 ευρώ ανά επισκέπτη (δηλαδή τη μέγιστη τιμή εισόδου), ενώ το British Museum με δωρεάν είσοδο είχε έσοδο 16 λίρες ανά επισκέπτη (περίπου 25 ευρώ σε συναλλαγματική αντιστοιχία της εποχής). Το υπέροχο καφέ κάτω από τον γυάλινο θόλο, το βιβλιοπωλείο, το πωλητήριο, μουσική, εκδηλώσεις, η συστηματική πολιτική οικειοποίησης του μουσείου υπερπολλαπλασίαζαν το αντίτιμο εισόδου.

Τον ρόλο του πωλητηρίου στην εικόνα και τα έσοδα ενός μουσείου συζητήσαμε με τη Δέσποινα Γερούλάνου, υπεύθυνη από το 1994 των επιτυχημένων Πωλητηρίων του Μουσείου Μπενάκη. «Πιστεύουμε ότι η οικονομική ενίσχυση του πολιτιστικού έργου του μουσείου οφείλει να γίνεται, καταρχήν, με πολιτιστικό τρόπο», λέει. «Είναι κοινό τόπος ότι οι επισκέπτες επιθυμούν να οικειοποιηθούν και να διατηρήσουν την επίσκεψη στο μουσείο ζωντανή στη μνήμη τους - το Πωλητήριο μπορεί να απαντήσει με ποικίλους τρόπους σε αυτή την επιθυμία. Και να την εξελίξει».

## Οδός Κουμπάρη: το πρώτο ελληνικό Πωλητήριο

«Η φιλοσοφία των Πωλητηρίων ξεκίνησε πριν από 35 χρόνια με το Πωλητήριο της οδού Κουμπάρη, το πρώτο Πωλητήριο μουσείου στην Ελλάδα. Πρωταρχικός στόχος ήταν η οικονομική υποστήριξη του μουσείου, εξίσου σημαντικός η ευρύτερη δυνατή διανομή των αντιγράφων, δηλαδή η «διάδοση» των εκθεμάτων σε περισσότερους αποδέκτες. Τρίτος στόχος η διατήρηση παραδοσιακών τεχνικών, που έτειναν να χαθούν, όπως και η υποστήριξη των τεχνιτών που χρησιμοποιούσαν αυτές τις τεχνικές». Το Πωλητήριο του Μουσείου Μπενάκη ιδρύεται από μια επιτροπή που αποτελείται από τις κυρίες Ρένα Ανδρεάδη, Αρτεμ Κορτέση, Φανή Λαμπδαρίου, Αμαλία Μεγαλιάνου-Καραμανλή, Ευανθία Πετρούτση και Ελένη Στρατήγη, άμεσα συντάσσεται το καταστατικό λειτουργίας.

«Εδώ γίνεται εξαρχής ένα τεράστιο, καινοτόμο βήμα - το Πωλητήριο ιδρύεται ως ανεξάρτητη από το μουσείο και αυτόνομη επιχείρηση με δικό του καταστατικό, δική του διεύθυνση, δικό του λογιστήριο», διευκρινίζει η Δέσποινα Γερούλάνου. «Μέχρι σήμερα η Επιτροπή Πωλητηρίου αποφασίζει ανεξάρτητα από το Διοικητικό Συμ-

βούλιο του Μουσείου (το οποίο διατηρεί συμβουλευτικό ρόλο) για παραγωγές, οικονομικούς χειρισμούς, έξοδα, επενδύσεις κ.λπ. Στο τέλος κάθε μήνα ενημερώνει για την πορεία του και αποδίδει στο μουσείο όλα τα κέρδη (αφού έχει καλύψει τα έξοδά του). Ο Άγγελος Δελιβορριάς είχε πει ότι το Πωλητήριο καλύπτει ένα μεγάλο μέρος των εσόδων του μουσείου, πολλές φορές περισσότερα από την ετήσια κρατική επιχορήγηση».

Σήμερα, το Μουσείο Μπενάκη διατηρεί τρία Πωλητήρια - οδού Κουμπάρη, οδού Πειραιώς και Πινακοθήκης Χατζηκυριάκου-Γκίκα.

«Νούμερο ένα στα έσοδα παραμένει το Πωλητήριο της οδού Κουμπάρη. Μέσα από αναρίθμητα μουσειακά εκθέματα έχουμε επλξεί περίπου 700 αντιπροσωπευτικά δείγματα, ο αριθμός των οποίων αυξάνεται κάθε χρόνο, τα οποία αναπαράγουν οι καλύτεροι τεχνίτες στο είδος τους. Συνεργάζομαστε με περίπου 100 εργαστήρια σε όλη την Ελλάδα, ενισχύοντας τεχνικές που έτειναν να χαθούν. Παραδείγματος χάριν στις αγιογραφίες, τις οποίες ζωγραφίζει το εργαστήριο του Γιώργου Μπιογανόπουλου στην Πάτρα, χρησιμοποιείται η τεχνική των Βυζαντινών ζωγράφων, δηλαδή αυγοτέμπερα σε συνδυασμό με φυσικά γαιώδη χρώματα και στιλβωμένα φύλλα καθαρού χρυσού. Στη Σκόπελο η Ελένη Λάμπρου, από τις παλαιότερες συνεργάτιδες, αναπαράγει τα κεραμικά Γζίκι. Στις πορσελάνες η Θωμαή Κόντου ακολουθεί μια εξαιρετική τεχνική με δικές της φυτικές βαφές. Πολλά από τα υφασμάτινα είδη μας είναι υφασμένα στον αργαλειό, ορισμένα από τα κεντήματά μας κεντημένα στο χέρι από γυναίκες στη Βόρεια Ελλάδα. Στα κοσμήματα συνεργάζομαστε με τεχνίτες από την Αθήνα και τα Γιάννενα, που έχουν τη δυνατότητα και το μεράκι να ασχολούνται με δύσκολες και χρονοβόρες τεχνικές».

Το προφίλ των πελατών τους: «Ιδιώτες αλλά και σταθεροί πελάτες, όπως το ελληνικό κράτος, η Εκκλησία της Ελλάδος, υπουργεία, πρεσβείες, τράπεζες, μεγάλοι οργανισμοί. Έχοντας την πείρα όλων αυτών των ετών, γινόμαστε σύμβουλοι στην επιλογή ή και σχεδιαστές customized αντικειμένων», απαντά η Δ. Γερούλάνου.

## Οδός Πειραιώς: πρωτότυπες καλλιτεχνικές δημιουργίες

Η προσέγγιση για το Πωλητήριο της οδού Πειραιώς ήταν διαφορετική: «Η Πειραιώς ξεκίνησε με μια ανατρεπτική «μαγιά» καλλιτεχνών με στόχο να επιλέγει, αντί για πιστά αντίγραφα, πρωτότυπες καλλιτεχνικές δημιουργίες. Αμέσως ανταποκρίθηκε



ένας πολύ μεγάλος αριθμός δημιουργών. Από το 2004 μέχρι σήμερα έχουν εκθέσει περίπου 300 Έλληνες σχεδιαστές και καλλιτέχνες. Δεν συνεργαστήκαμε με ξένους καλλιτέχνες διότι πιστεύουμε ότι ένα ελληνικό μουσείο πρέπει να στηρίζει την εγχώρια καλλιτεχνική παραγωγή», εξηγεί η Δ. Γερούλάνου.

Ανάμεσα σε σημαντικούς δημιουργούς συναντάμε και εργαστήρια κοινωνικών οργανώσεων - όπως Φάρος Τυφλών, «Αρσις», «Διάβαση», «Παρέμβαση», «Πυξίδα». «Η δημιουργία και η αναγνώριση, η ένταξη σε ένα κοινωνικό πλαίσιο είναι εξέχουσα για τις ομάδες αυτές που, σμειωμένα, κατασκευάζουν πολύ ξεχωριστά έργα. Π.χ. τα μουσικά όργανα των παιδιών της Παρέμβασης είναι πολύ καλά και σε επαγγελματικό επίπεδο, ενώ τα διακοσμητικά των παιδιών από τη «Διάβαση» είχαν επί σειρά ετών μεγάλη επιτυχία, το ίδιο και τα κεντήματα των γυναικών από τις φυλακές της Θήβας. Είμαστε ανοιχτοί σε κάθε συνεργασία που μπορεί να ενταχθεί στο σκεπτικό μας», διευκρινίζει η οραματίστρια του Πωλητηρίου της Πειραιώς.

Ικανή με τα χέρια της, με σπουδές φιλολογίας και θεάτρου αλλά ανέκαθεν «χειροτέχνης», έχοντας ασχοληθεί επαγγελματικά με το κόσμημα, τα καπέλα και τα θεατρικά κοστούμια, η Δέσποινα Γερούλάνου «πήρε πάνω της» με ενθουσιασμό την καινούρια έκφραση των Πωλητηρίων. Για να προχωρήσει την μεγάλη ιστορία, και προσωπική

**Επάνω δεξιά σκουλαρίκια εμπνευσμένα από χάλκινο σιγαστικό ήλινο του 5ου αιώνα π.Χ. Κατερίνα Ανάστη Κάτω, χειροποίητα αντικείμενα που δημιουργούν τη μέπη στο ανοικτό πρόγραμμα Διάβαση του ΚΕΘΕΑ**

της αδυναμία, το σχεδόν αμετάφραστο «craft», που στα ελληνικά αποδίδεται στο δόκιμο, ίσως ανεπαρκές, «εφαρμοσμένες τέχνες». «Το craft είναι μια μυστική γνώση προσήτη μόνο σε αρχμαστόρους. Ενα πνευματικό και χειρωνακτικό πλάνημα/παιχνίδι, όπου ο κατασκευαστής εξερευνά τις άπειρες δυνατότητες υλικών και τεχνικών για τη δημιουργία μοναδικών αντικειμένων. Σήμερα, αυτή η διαδικασία είναι ακόμα πιο σημαντική, γιατί ο χρόνος δημιουργίας ενός αντικειμένου γίνεται μέρος της αξίας του σε έναν κόσμο που κινείται πολύ γρήγορα».

«Στην Πειραιώς οργανώσαμε ένα κέντρο εφαρμοσμένων τεχνών και design, που αφενός δίνει στους νέους πρόσβαση σε ένα ευρύτερο ελληνικό κοινό, αφετέρου τη δυνατότητα να προβληθούν στο εξωτερικό μέσω ενός μεγάλου μουσειακού οργανισμού. Στο πλαίσιο αυτό οργανώσαμε τις εκθέσεις "Αναζητήστε στην Υφή" όπου εκτίθενται τα πιο άρτια από τεχνικής και αισθητικής άποψης έργα, φιλοδοξώντας να ανοίξουν τον δρόμο στη δημιουργία συλλογών, όπως καταξοχήν γίνεται στο εξωτερικό. Το Πωλητήριο έχει αποκτήσει τέτοια έργα, έχει συλλογή και στόχο στο μέλλον να τα εκθέσει. Τα έργα που σήμερα περνάνε από τα χέρια μας είναι ένα νέο μουσείο, είναι η σύγχρονη ιστορία των Κοσμητικών Τεχνών και Εφαρμοσμένων Τεχνών στην Ελλάδα», καταλήγει.

## Πινακοθήκη Γκίκα: product design

Το 2012 εγκαίνιασθηκε το Πωλητήριο στην Πινακοθήκη Ν. Χατζηκυριάκου-Γκίκα σε ένα νέο σκεπτικό. «Εδώ τα αντικείμενα αποτελούν νέες παραγωγές εμπνευσμένες κατά κύριο λόγο από το έργο του Ν. Χατζηκυριάκου-Γκίκα και τους καλλιτέχνες του Μεσοπολέμου», λέει η Δέσποινα Γερούλάνου. «Δώσαμε έμφαση στο product design, μια διαδικασία που απαιτεί μεγάλη παραγωγή (δηλαδή εμπειρία ρίσκο), έτσι ώστε να προωθηθεί μαζί με το σύγχρονο ελληνικό design - τα πρώτα αποτελέσματα είναι θετικά. Συνεχίζουμε με αισιοδοξία όλες τις προσπάθειες, θεωρώντας ότι στην Ελλάδα υπάρχει ένα ισχυρό δυναμικό από παραδοσιακούς τεχνίτες, αλλά και νέους σχεδιαστές και καλλιτέχνες. Εάν υπάρχει οσοδήποτε διαχείριση και επικοινωνία, ο χώρος αυτός έχει τη δυνατότητα να εκτιναχθεί κατακτώντας την ελληνική και την ξένη αγορά». Το υχόμαστε.



**ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ** στοιχείων από το 2000 έως το 2005 μεταξύ του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου και του British Museum, που αφορούσε τα έσοδα ανά επισκέπτη, έδειχνε ότι το ΕΑΜ είχε 7 ευρώ ανά επισκέπτη (δηλαδή τη μέγιστη τιμή εισόδου), ενώ το British Museum με δωρεάν είσοδο είχε έσοδο 16 λίρες ανά επισκέπτη (περίπου 25 ευρώ σε συναλλαγματική αντιστοιχία της εποχής). Το υπέροχο καφέ κάτω από τον γυάλινο θόλο, το βιβλιοπωλείο, το πωλητήριο, η μουσική, οι εκδηλώσεις, η συστηματική πολιτική οικειοποίησης του μουσείου υπερπολλαπλασίαζε το αντίτιμο εισόδου.



**INFO:** Τα εγκαίνια της έκθεσης θα πραγματοποιηθούν Σάββατο 18 και Κυριακή 19 Μαΐου στο Μουσείο Μπενάκη, Κουμπάρη 1. Είσοδος ελεύθερη. Περισσότερες πληροφορίες για εργαστήρια για παιδιά, προβολές κ.λπ., [www.benaki.gr](http://www.benaki.gr)