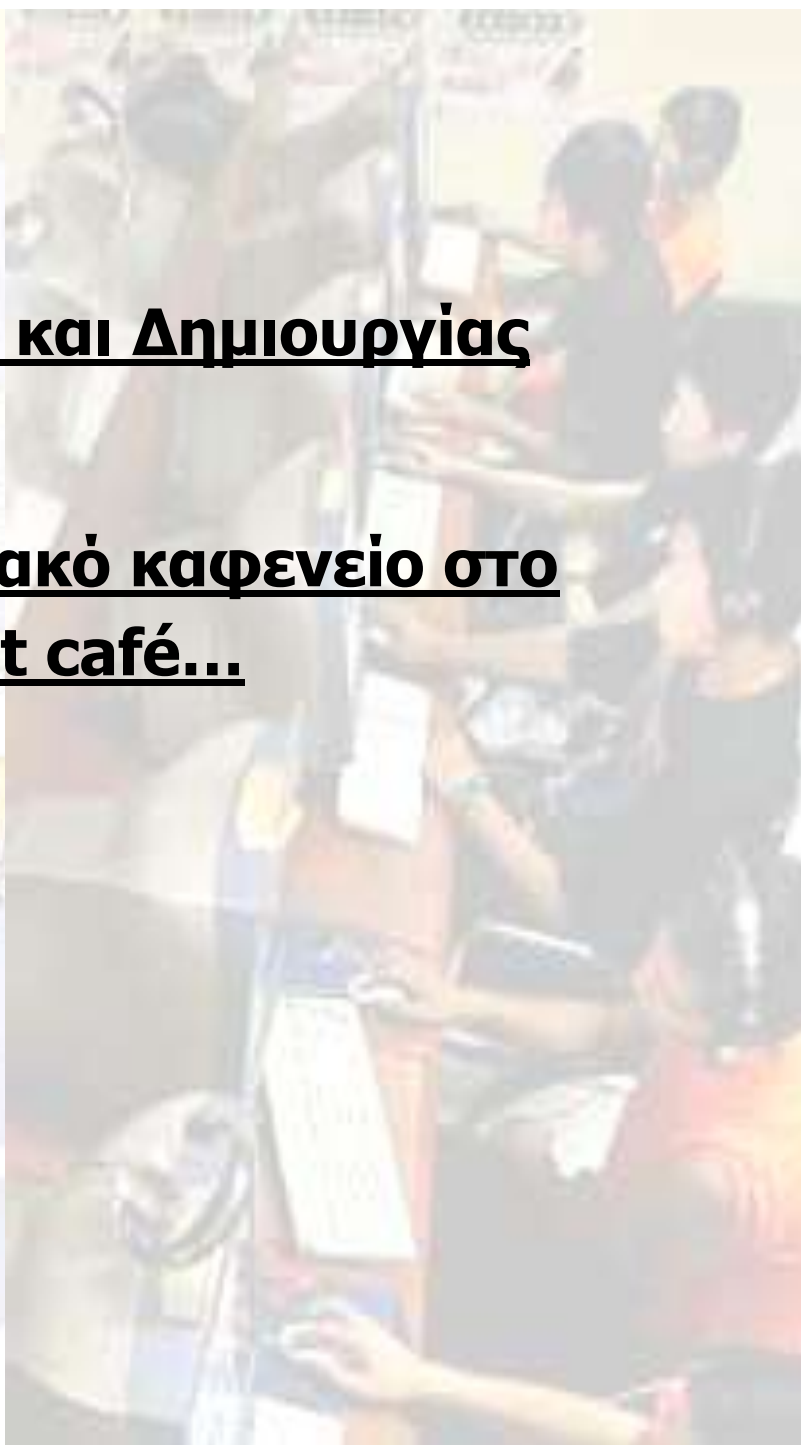




Α' Τοσίτσειο Αρσάκειο Γενικό Λύκειο Εκάλης

Χώροι Διαλόγου και Δημιουργίας

**Από το παραδοσιακό καφενείο στο
internet café...**



Ερευνητική εργασία 1^{ου} τετραμήνου

Σχολικό έτος 2011-2012

Ομάδα εργασίας: Βλασταρά Αθανασία
Μπουρνελάς Θάνος
Τσαπατσάρη Αγγελική
Χαροκοπάκη Τζωρτζίνα
Ψυχάρης Ιωάννης

Υπεύθυνες Καθηγήτριες: Καλαμαρά Μαριέττα, Βαγιανού Όλγα

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Πρόλογος
2. Εισαγωγή
3. Προβληματική του θέματος
4. Μεθοδολογία
5. Η Έρευνα
 - 5.1 Ενότητα 1^η: Λίγα λόγια για τα καφενεία του 20^{ου} αιώνα
 - 5.2 Ενότητα 2^η: Η ιστορία των παλιών ιστορικών καφενείων της Αθήνας του 20^{ου} αιώνα
 - 5.3 Ενότητα 3^η: Λίγα λόγια για τα καφενεία του 21^{ου} αιώνα
 - 5.4 Ενότητα 4^η: Η ιστορία των καφενείων του 21^{ου} αιώνα
6. Συμπεράσματα
7. Επίλογος
8. Θέματα προς συζήτηση
9. Βιβλιογραφία

Χώροι διαλόγου και δημιουργίας

Από το παραδοσιακό καφενείο ... στο internet café

Το θέμα που κληθήκαμε να ερευνήσουμε στο πλαίσιο του μαθήματος της Ερευνητικής Εργασίας «Χώροι διαλόγου και δημιουργίας: «Από το παραδοσιακό καφενείο...στο internet café» είναι τα καφέ εντός της Αθήνας τα οποία βρίσκονταν και βρίσκονται στο επίκεντρο της κοινωνικής ζωής και τους λόγους για τους οποίους επιλέγονται και κατ' επέκταση αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής των Αθηναίων.

Ξεκινώντας την αναδρομή στο παρελθόν διαπιστώνουμε ότι η εξέλιξη των καφενείων μέσα στον χρόνο είναι μια αρκετά ενδιαφέρουσα διαδικασία. Παρατηρούνται πολλά και διαφορετικά είδη καφενείων που εκάστοτε βρίσκονται στο προσκήνιο της κοινωνικής ζωής. Μερικές από τις ιστορικές καφετέριες της Αθήνας θα αναλυθούν στην συνέχεια της εργασίας.

Για τη διευκόλυνση στη διεκπεραίωση της εργασίας μας θέσαμε τα εξής ακόλουθα ερωτήματα που αφορούν στο τι ορίζει ένα καφενείο μοδάτο, στην ιστορία των καφενείων που βρέθηκαν στο προσκήνιο της κοινωνικής ζωής και το αν και κατά πόσο τα κριτήρια βάσει των οποίων επιλέγονται ως «στέκια» άλλαξαν τον αιώνα που διανύουμε. Τα ερευνητικά αυτά ερωτήματα απαντήθηκαν αντλώντας πληροφορίες τόσο από ερωτηματολόγια, τα οποία συντάξαμε ως ομάδα, όσο και χρησιμοποιώντας την υπάρχουσα βιβλιογραφία και το διαδίκτυο -πάντα σε συνδυασμό των τριών-.

Τα παλιά ιστορικά καφενεία της Αθήνας

Ενότητα 1^η: Λίγα λόγια για τα καφενεία του 20^{ου} αιώνα

Επικεντρώνοντας το ενδιαφέρον μας στα ελληνικά και ιδιαίτερα στα καφενεία της Αθήνας του περασμένου αιώνα, διαπιστώνουμε ότι αποτελούσαν ανέκαθεν κοινωνικό θεσμό, όπως ακριβώς και τα καφέ σ' όλη την υπόλοιπη Ευρώπη. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός της άρρηκτης σύνδεσής τους με τη ζωή του νεοέλληνα, καθώς συνιστούσαν κέντρο της κοινωνικής και πολιτισμικής ζωής της Αθήνας και τόπο συνάντησης για τη διεξαγωγή πολιτικών συζητήσεων, αλλά και αντιπαραθέσεων.

Πιο συγκεκριμένα στα καφενεία της Αθήνας σύχναζαν απλοί καθημερινοί πολίτες, οι οποίοι έπιναν τον καφέ τους καϊμακλίδικο σε χοντρό

φλιτζάνι, ψημένο στο μπρίκι πάνω στην χόβολη άλλοτε σκέτο και άλλοτε πολλά βαρύ και όχι, συζητώντας τα νέα της επικαιρότητας, καθισμένοι σε ψάθινες καρέκλες με τσίγκινα τραπεζάκια. Συχνά στην πελατεία τους συγκαταλέγονταν πολλές διασημότητες των τεχνών, της λογοτεχνίας και της πολιτικής, οι οποίοι πρόσδιδαν μια νότα αίγλης στο κατά τα άλλα απλό και παραδοσιακό καφενείο. Εδώ διαμορφώνονταν καλλιτεχνικές παρέες, ανταλλάσσονταν ιδέες και προωθούνταν νέα ρεύματα στη λογοτεχνία και την τέχνη.

Ενότητα 2^η: Η ιστορία των παλιών ιστορικών καφενείων της Αθήνας του 20^{ου} αιώνα

- Ανάμεσα στα ιστορικά καφενεία της Αθήνας, που δεν υπάρχουν σήμερα, ήταν το φημισμένο καφενείο του "Ζαχαράτου" (ιδρ. 1888). Θαμώνες του ήταν, μεταξύ άλλων, ο Παλαμάς, ο Ψυχάρης, ο Ξενόπουλος, ο Δροσίνης, ο Ροϊδής, ο Σουρής και ο Ζαν Μωρεάς. Το καφενείο του "Ζαχαράτου", λόγω της έντονης πολιτικής παρουσίας και των πολιτικών συζητήσεων που καθημερινά διεξάγονταν σ' αυτό, είχε χαρακτηριστεί ως "το δεύτερον και πιο ελεύθερον κοινοβούλιον".

- Το καφενείο "Ηνωμένα Βουστάσια" επί της οδού Πανεπιστημίου ήταν δημοφιλές φιλολογικό, δημοσιογραφικό και καλλιτεχνικό κέντρο και όπως αναγράφεται σε διαφήμιση του καταστήματος (1911) "όλαι αι πνευματικάι Αθήναι, αι Αθήναι της αριστοκρατίας του πνεύματος συχνάζουν στα "Ηνωμένα Βουστάσια". Τακτικοί θαμώνες στα "Ηνωμένα Βουστάσια" ήταν, μεταξύ άλλων, ο Ιωάννης Κονδυλάκης, ο Σπύρος Μελάς, ο Διονύσιος Κόκκινος, ο Λάμπρος Πορφύρας και ο Κώστας Βάρναλης.



- Το Ζαχαροπλαστείο Τσίτας ήταν ένα από τα σημαντικότερα ζαχαροπλαστεία της Αθήνας του Μεσοπολέμου και των δεκαετιών μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Ιδρύθηκε το έτος 1888 από τους Ευάγγελο Γ. Γερακάκη και Κ. Τσίτα. Λόγω της κεντρικής του θέσης, του μεγέθους και της ποικιλίας των προσφορών του, το κατάστημα αποτελούσε για τους Αθηναίους, που εργάζονταν στο κέντρο της πόλης, συνηθισμένη στάση για καφέ, φαγητό και ποτό. Ο τεχνολογικός εξοπλισμός του ήταν πρωτοποριακός για την εποχή: μηχανές εσπρέσο, μηχανές ζύμωσης, μπλέντερ για φυσικούς χυμούς. Στην καλύτερή του εποχή το κατάστημα απασχολούσε 180 άτομα. Κατά τη διάρκεια της Κατοχής από τα γερμανικά στρατεύματα η επιχείρηση συμμετείχε ενεργά σε συσσίτια για τον λιμοκτονούντα πληθυσμό της Αθήνας, υποστηρίζοντας ταυτόχρονα τις οικογένειες των εργαζομένων σε αυτό, καθώς και διαφυγόντες αγωνιστές της Αντίστασης.

- Από το 1904 μέχρι και σήμερα η Αίγλη Ζαπείου αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνικής ζωής της Αθήνας. Στην εποχή του Μεσοπολέμου και τα μεταπολεμικά χρόνια "σημάδεψε" την κοινωνική ζωή και την καθημερινότητα των Αθηναίων, αποτελώντας έναν κοινωνικό-δημόσιο χώρο με διαστρωματική εμβέλεια.



Στα τραπεζάκια της Αίγλης, "το πλέον απολαυστικόν κέντρον των Αθηνών" όπως έλεγε χαρακτηριστικά μία διαφήμιση της εποχής, συγκεντρώνονταν λόγιοι, καλλιτέχνες και απλοί καθημερινοί άνθρωποι, για να απολαύσουν τον καφέ ή την πορτοκαλάδα τους.

- Το «Brazilian» πρωτοάνοιξε στην Αθήνα το 1933 ως BRAZILIAN COFFEE STORES απ' τον Ευάγγελο Σαραβάνο. Ο Σαραβάνος, που γεννήθηκε το 1890 και έμεινε χρόνια στη Βραζιλία, το 1913 είχε ήδη ανοίξει το πρώτο του Μπραζίλιαν στην Αλεξάνδρεια.

Στη δεκαετία του '30 η Αθήνα ήταν πολύ απλή, μικρότερη και ελάχιστα κοσμοπολίτικη. Τους καφέδες αρχίζει να τους κάνει η κυρία Καίτη, 20χρονη τότε και στυλοβάτης του μαγαζιού για 45 χρόνια. Θυμόταν πως στην αρχή ο κόσμος έβλεπε με δυσπιστία το Μπραζίλιαν με τον πρωτοεμφανιζόμενο espresso και μάλιστα στα όρθια. Αλλά η υψηλή ποιότητα των κάθε τύπου καφέδων σε συνδυασμό με τα θαυμαστά ντόνατ, κρουασάν και γλυκά του Μπραζίλιαν τραβούσαν τον κόσμο του κέντρου της πρωτεύουσας.

Μετά τον πόλεμο καταστάλαξε μια ρουτίνα στις κατηγορίες της πελατείας. Ήταν το στέκι των ανθρώπων των γραμμάτων και τεχνών, φημισμένων και φερέλπιδων συγγραφέων, ζωγράφων, μουσικών, κριτικών και πολιτικών. Σχεδόν κάθε μέρα, ο Χατζιδάκις -σίγουρα απ' τους παλαιότερους του κύκλου- πάντα έπιανε θέση στο καλύτερο πόστο, στον πάγκο μπαίνοντας αριστερά. Άλλοι που μαζεύονταν απ' την αρχή ήταν ο Ελύτης -πολύ πριν βραβευτεί με το Νόμπελ Λογοτεχνίας-, ο Αργυράκης κι οι Τσαρούχης, Σαχτούρης, Μόραλης, Εγγονόπουλος, Εμπειρικός, Βασιλικός, Γκάτσος, Βαλαωρίτης και Σινόπουλος.

Όμως οι καφεπότες των γραμμάτων και τεχνών, με την άφιξη της χούντας, σταμάτησαν να πηγαίνουν. Αρκετοί έφυγαν σε άλλες χώρες, ενώ άλλοι πάλι, λόγω ερήμωσης έπαψαν τις επισκέψεις. Η εποχή-θρύλος είχε παρέλθει. Το 1975 φεύγει απ' τη ζωή κι ο καλός πρωτοπόρος Σαραβάνος. Από τότε κανείς θα συναντούσε μόνον λίγους απ' τους παλιούς και κατά περίπτωση.



Το 1986 διευθυντής γίνεται ο Αντώνης Ψωμάς. Κάπου το 1998 ο Ψωμάς φρεσκάρει -χωρίς ν' αλλάξει- το μέσα χώρο. Τώρα στους καφέδες ήταν η Κατερίνα. Όμως τέλη 2002 κλείνει οριστικά, ύστερα από 70 χρόνια

λειτουργίας και έτσι τελειώνει και ο πρώτος κύκλος του ένδοξου Μπραζίλιαν, τελευταίου απ' τα ιστορικά ευγενή καφέ της Αθήνας μας.

Όμως το Μπραζίλιαν ποτέ δεν πεθαίνει. Μόνο λίγο καιρό ξαποσταίνει, και ξανά... αναγεννιέται στη Βαλαωρίτου -μεσ' τα στέκια των δημοσιογράφων- διακριτικό, καλόγουστο και φιλικό, με χαμηλή μουσική. Ο τωρινός διευθυντής, ο Κυριάκος Κακριδάς, έχει μεράκι προσωπικό και αγάπη για το θρύλο. Τα γλυκά του παρελθόντος σερβίρονται πάλι. Όπως τα 'φτιαχνε εκείνος ο Βασίλης: τούρτα σοκολάτα Brazilian, πουτίγκα, παλμιέ, γεμιστά σαμπλέ... Και όλοι οι καλοί καφέδες και, εννοείται, τα κρουασάν και τα ντόνατ - πιο καλά κι απ' τ' αμερικάνικα. Τώρα υπάρχει και φαγητό. Σπιτικές γεύσεις που ετοιμάζει η Αφροδίτη. Οι τοίχοι είναι πάλι σκεπασμένοι με τις 45 φωτογραφίες του Φασιανού, στριμωγμένες, όπως τότε, κι οι ίδιοι οι εικονιζόμενοι. Σαν να γιορτάζουν. Ακόμα οι πελάτες έχουν την ευκαιρία να δουν την παλαιά εκείνη φωτογραφία του Brazilian της Αλεξάνδρειας απολαμβάνοντας τις υπηρεσίες που τους παρέχονται και αναπολώντας τις ένδοξες στιγμές του παρελθόντος.

Εκτός απ' τους καινούργιους θαμώνες του, συχνάζουν και κάποιοι από τους πιστούς, παλιούς γνώριμους που δεν έχουν χαθεί. Τέλος αρκετά διαδεδομένη είναι η αντίληψη ότι σε λίγα χρόνια το «Μπραζίλιαν» θα γίνει πάλι απαραίτητο στέκι για τους προσκυνητές του λόγου και της τέχνης, όπως ήταν και στις παλιές του δόξες, την περίοδο που διαβαζόταν και ακουγόταν το «Τασία, έναν καφέ παρακαλώ» του Ταχτσή.

- Το ιστορικό καφέ "Ζόναρ'ς" ιδρύθηκε το 1939 από τον Έλληνα ομογενή Κάρολο Ζωναρά (1873 -1968). Τα εγκαίνια του "Ζόναρ'ς" έγιναν το Δεκαπενταύγουστο του 1940 και συνέπεσαν με τον τορπιλισμό της "Ελλης" στο λιμάνι της Τήνου. Ο συγγραφέας Δημήτρης Ψαθάς το χαρακτήριζε ως "το πιο πολυτελές ζαχαροπλαστείο της Αθήνας, τύπου ομοίου προς τα μεγαλύτερα και ωραιότερα της Βιέννης". Ήταν τόσο δημοφιλές σε σημείο που η Coca Cola ερχόταν ειδικά για το "Ζόναρ'ς" μέσα σε βαρέλια κατευθείαν από την Αμερική.

Το καφέ-ζαχαροπλαστείο του "Ζόναρ'ς", με τη μακρά ιστορία του, αποτελούσε επί πολλές δεκαετίες κομμάτι της καθημερινότητας στο κέντρο της πόλης. Επιπλέον συντελούσε προσφιλές στέκι της πολιτικής, καλλιτεχνικής και κοσμικής Αθήνας, ακόμη και στα χρόνια της Κατοχής.



Θαμώνες του "Ζόναρ'ς" από τον κύκλο των συγγραφέων και των καλλιτεχνών ήταν μεταξύ άλλων ο Σπύρος Μελάς, ο Οδυσσέας Ελύτης, ο Νίκος Γκάτσος, ο Γιώργος Κατσιμπαλής, ο Νίκος Χατζηκυριάκος-Γκίκας, ο Δημήτρης Μυράτ, ο Μίνως Βολανάκης, ο Μάνος Χατζηδάκης, η Μελίνα Μερκούρη, η Τζένη Καρέζη, ο Φρέντυ Γερμανός, η Αλίκη Βουγιουκλάκη, ο Ιάκωβος Καμπανέλλης αλλά και ξένες διασημότητες, όπως οι συγγραφείς Λόρενς Ντάρρελ και Χόρχε Λουίς Μπόρχες και οι ηθοποιοί Άντονι Κουίν και Σοφία Λόρεν, οι οποίοι επισκέπτονταν το "Ζόναρ'ς", όταν βρίσκονταν στην Αθήνα.

- Το καφενείο «Φίλιον» της οδού Σκουφά, το παλαιό «Dolce» αποτελούσε και αποτελεί στέκι συγγραφέων και φίλων του κόσμου του βιβλίου και των ιδεών τόσο κατά τις δεκαετίες του '60 και του '70 όσο και σήμερα. Από πολλούς θεωρείται ως το μεγαλύτερο κομβικό κέντρο λογοτεχνικού και εκδοτικού κουτσομπολιού, παρά την αποστασιοποίηση πολλών. Το «Φίλιον» διατηρεί πνευματική σχέση με την κοινωνία των κοσμικών καφέ της Βία Βένετο, ενώ αποτελεί ορόσημο και σημείο αναφοράς της πολιτισμικής γεωγραφίας της Αθήνας. Τέλος, καθώς συνιστά κέντρο του σικ κόσμου του '60 στεγάζεται σε παλαιά, πλέον, πολυκατοικία, ενώ η εξυπηρέτηση ακόμα και σήμερα είναι παραδοσιακού τύπου με κουστουμαρισμένους σερβιτόρους,

- Ανάμεσα στα πολλά παλαιά και με ιστορία καφενεία της Αθήνας, που δεν υπάρχουν σήμερα, ήταν ακόμη το καφενείο του "Γαμβέττα", το "Βυζάντιον" της Πλατείας Κολωνακίου, το "Ηραϊόν", το καφέ-ζαχαροπλαστείο του "Φλόκα" επί της οδού Πανεπιστημίου, δίπλα ακριβώς σ' αυτό του "Ζόναρ'ς", το καφενείο του "Λουμίδη", γνωστό ως "Το Πατάρι του Λουμίδη", επί της οδού Σταδίου, καθώς και το απέναντι σ' αυτό το "Πέτρογκραντ", κι ακόμη το "Πικαντίλλυ" στην οδό Πανεπιστημίου και του "Ζαβορίτη".

Από τα καφενεία της Αθήνας του 20^{ου} στα καφενεία του 21^{ου} αιώνα

Ενότητα 3^η: Λίγα λόγια για τα καφενεία του 21^{ου} αιώνα

Στρέφοντας το ενδιαφέρον μας στα καφέ της Αθήνας του σήμερα, τα οποία βρίσκουν τη μεγαλύτερη απήχηση στον κόσμο, διαπιστώνουμε ότι αποτελούν σημείο συνάντησης, όπως ακριβώς και τα καφέ του περασμένου αιώνα. Επιπλέον θεωρούνται ιδανικά για ένα γρήγορο καφέ πριν τη δουλειά ή μετά τα ψώνια, για ένα απολαυστικό σνακ, για κουβέντα με φίλους, για επαγγελματικές συναντήσεις, για ένα ελαφρύ και υγιεινό γεύμα το μεσημέρι, για ένα δείπνο, για ποτό.

Μερικές από τις αξίες που συγκεντρώνουν τα σύγχρονα καφέ είναι ο σεβασμός προς τον καταναλωτή, οι σχέσεις εμπιστοσύνης που χτίζονται ανάμεσα στον πελάτη και τον εργαζόμενο, η ποιότητα των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται και η δημιουργικότητα που διακρίνει τους ανθρώπους τους. Για την επίτευξη των παραπάνω αυτά προσφέρουν φιλοξενία, και φιλική εξυπηρέτηση μέσα σε ένα προσεγμένο, πολιτισμένο και διαρκώς εξελισσόμενο περιβάλλον, σε σχετικά προσιτές τιμές. Επιπλέον, λόγω του εκπαιδευμένου προσωπικού που διαθέτουν έχουν τη δυνατότητα να παρέχουν στο θαμώνα μία μεγάλη ποικιλία επιλογών με καινοτομία, δημιουργικότητα και αισθητική, για μέγιστη γευστική απόλαυση.

Ενότητα 4^η: Η ιστορία των καφενείων του 21^{ου} αιώνα

▪ Η αλυσίδα καφετεριών «Flocafe» από την πρώτη στιγμή, υπήρξε μια μεγάλη ιδέα με πολλούς οπαδούς. Τους ανθρώπους που τα οραματίστηκαν, που πίστεψαν ότι μπορούσαν να γίνουν πραγματικότητα, που εργάστηκαν για την υλοποίηση και την εξέλιξή τους. Όλη αυτή η προσπάθεια πέτυχε την ανάδειξη των Flocafe από μεγάλη ιδέα σε μεγάλη μάρκα και συγκεκριμένα μία από τις πιο σημαντικές στην αγορά των καφέ στην Ελλάδα, με ηγετική θέση και με έναν καθαρά δικό της, ξεχωριστό χαρακτήρα.

Από το 1994 που άνοιξε το πρώτο κατάστημα Flocafe στη Λ. Κηφισίας στην Αθήνα, έχουν αλλάξει πολλά πράγματα στην προσωπικότητα και την εμφάνισή του. Κι αυτό γιατί οι άνθρωποι που εργάζονται στα «Flocafe» ακούν και ανταποκρίνονται στις συνεχώς αυξανόμενες και μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών.



Πρωτοπόρα στην εξειδίκευση στον ποιοτικό καφέ, ήδη από το 1999, τα Flocafe προσέφεραν μια μοναδική ποικιλία πολλών διαφορετικών ειδών καφέ

σε όλο και περισσότερες περιοχές, μέσα από την ανάπτυξη του δικτύου τους. Το 2001, η αλυσίδα διεύρυνε την παρουσία της με την ανάπτυξη των Flocafe στην ακτοπλοΐα, ξεκινώντας από τα πλοία των Blue Star Lines.

Σήμερα, περισσότερα από 10 πλοία της ακτοπλοΐας στο Αιγαίο και την Αδριατική παρέχουν αναβαθμισμένη φιλοξενία στους επιβάτες τους με άρωμα και γεύση Flocafe. Το 2002, τα Flocafe ξεπέρασαν τα 50 καταστήματα και την επόμενη χρονιά η Κύπρος υποδέχθηκε με ενθουσιασμό το πρώτο κατάστημα Flocafe στη Λευκωσία, σηματοδοτώντας την έναρξη της διεθνούς ανάπτυξης της αλυσίδας. Συνολικά, σε περισσότερα από 80 Flocafe σε Ελλάδα και Κύπρο, φιλοξενούνται καθημερινά περίπου 45 χιλιάδες πελάτες, σε μια αλυσίδα που δεν σταματάει ποτέ να εξυπηρετεί, 365 μέρες το χρόνο. Στόχος των Flocafe είναι η συνεχής ανάπτυξή τους, καλύπτοντας μέσα από το δίκτυο των καταστημάτων τους νέες περιοχές στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Το σύμβολο των Flocafe αποτελεί η σπείρα, η οποία απεικονίζεται τόσο στη γραφή του λογότυπου όσο και στο σήμα τους. Η ίδια αποτελεί έναν κώδικα επικοινωνίας, που αναλύοντάς τον ο πελάτης ανακαλύπτει αξίες, μηνύματα και συμβολισμούς που αντιπροσωπεύουν την ίδια τη μάρκα Flocafe. Η σπείρα είναι ένα σύμβολο πανάρχαιο. Βρίσκεται στη φύση, στη ζωή, στο «είναι» μας, στους νόμους του κόσμου μας, στην ταυτότητά μας. Συμβολίζει το κέντρο, την εστία, το πέρασμα του χρόνου από εποχή σε εποχή, από τη μέρα στη νύχτα και πάλι στη μέρα. Την εξωστρέφεια. Την κοινωνικότητα. Την τελετουργία. Η σπείρα είναι ένα σύμβολο δυναμικό και αυθεντικό. Είναι η ταυτότητα της νέας εποχής Flocafe.

Τα Flocafe ανήκουν στον κλάδο Υπηρεσιών Εστίασης & Ψυχαγωγίας της Vivartia. Η Vivartia είναι μια δυναμική και πρωτοποριακή επιχείρηση, ηγέτης στον κλάδο τροφίμων στην Ελλάδα αλλά και στον διεθνή χώρο με εμπορικά σήματα αναγνωρίσιμα από εκατομμύρια ανθρώπους και προϊόντα που οδηγούν τις εξελίξεις στην αγορά.

Πλέον τα Flocafe διαθέτουν ιστοσελίδα στην οποία οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνήσουν άμεσα με το κατάστημα Flocafe της αρεσκείας τους, ενώ ταυτόχρονα μπορούν να απαντήσουν σε ένα ενδεικτικό ερωτηματολόγιο που είναι διαθέσιμο, ώστε να εκφράσουν την άποψή τους ή ακόμα και να λαμβάνουν επικοινωνιακό υλικό αναφορικό μ' αυτά. Επιπλέον, η ιστοσελίδα αυτή βοηθάει τους χρήστες να εντοπίσουν το κοντινότερο κατάστημα Flocafe στην περιοχή που βρίσκονται, αλλά και τους ενημερώνει σχετικά με τα πλοία στα οποία μπορούν να βρουν παραρτήματα των Flocafe. Τέλος, οι ενδιαφερόμενοι ενημερώνονται για επικείμενες εκδηλώσεις ή διαγωνισμούς που διοργανώνονται από τα Flocafe, ενώ τους δίνεται η δυνατότητα να δουν και να στείλουν το μενού σε φίλους τους, καλώντας τους

μέσω αυτής της ιστοσελίδας σ' ένα κατάστημα Flocafe, με σκοπό να απολαύσουν στιγμές χαλάρωσης σε μια ολοκληρωμένη υπηρεσία εστίασης και ψυχαγωγίας.

▪ Η ιστορία του Ομίλου Palmie bistro ξεκινάει το 1966, χρονιά-αφετηρία, όπου και τέθηκαν οι βάσεις για τη δημιουργία ξεχωριστών για την εποχή δραστηριοτήτων στο χώρο της μαζικής εστίασης και ψυχαγωγίας, βάζοντας τη σφραγίδα της ποιότητας σε πολλά γνωστά και νοσταλγικά ονόματα εστιατορίων και κέντρων διασκέδασης, τα οποία έγραψαν τη δική τους ιστορία στο αθηναϊκό lifestyle. Το άνοιγμα του πρώτου καφέ – εστιατορίου Palmie bistro, στην πλατεία Κάραβελ, γίνεται το σημείο αναφοράς για τη μετέπειτα εξέλιξη, επέκταση και καταξίωση της δυναμικής αλυσίδας με καταστήματα που δημιουργούν πιστούς πελάτες, ικανοποιημένους με την ποιότητα, το περιβάλλον, τις σχετικά λογικές τιμές και την εξυπηρέτηση.

Η εξέλιξη αυτή συνδυάστηκε αρμονικά όλα αυτά τα χρόνια και μέχρι σήμερα, με τις αξίες του Ομίλου, -που τηρούνται αδιάλειπτα ως κόρη οφθαλμού-σε ότι αφορά στην Υγιεινή & Ασφάλεια, τον Σεβασμό, την Απαράμιλλη Εξυπηρέτηση, την Ψυχαγωγία και την

Αποτελεσματικότητα. Χωρίς τυμπανοκρουσίες, μεγάλοπνοες καμπάνιες και «επικοινωνιακό θόρυβο», παρά μόνο με πυξίδα την ποιότητα σε όλες τις εκφάνσεις της, τα Palmie bistro αναγνωρίστηκαν από το



καταναλωτικό Κοινό και καθημερινά επιβραβεύονται από την προτίμησή του, έχοντας δημιουργήσει την πεποίθηση πως πρόκειται για μία αλυσίδα εστίασης που προσφέρει αυτό που υπόσχεται. Δεν είναι τυχαίο, πως το 2009, τρία περίπου εκατομμύρια πελάτες επισκέφθηκαν τα Palmie bistro.

Τα Palmie bistro αποτελούν μία καθημερινή πρόταση για φαγητό, καφέ και ποτό, με καταστήματα σε Νομό Αττικής, Λουτράκι, Καρδίτσα, Ηράκλειο Κρήτης, ακόμα και στο Βουκουρέστι της Ρουμανίας. Τα Palmie bistro είναι καφέ-εστιατόρια για κάθε ώρα, για κάθε μέρα, για όλη μέρα. Σήμα κατατεθέν ο φοίνικας που διακοσμεί όλα τα Palmie bistro.

Στα Palmie bistro, μία από τις μεγαλύτερες ελληνικές αλυσίδες στο είδος της, κάθε πελάτης απολαμβάνει υψηλή ποιότητα φαγητού, ποτού & υπηρεσιών σε προσιτές τιμές και σε περιβάλλον που αναδεικνύει την αισθητική και το χαρακτήρα κάθε καταστήματος του Ομίλου.

- Η Starbucks Coffee Company είναι ένας από τους ηγέτες στο λιανεμπόριο, την παραγωγή και τα εξειδικευμένα είδη που σχετίζονται με τον καφέ στον κόσμο, με πάνω από 15.500 σημεία πώλησης στην Αμερική, την Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή, την Αφρική, την Ανατολική Ασία και την Αυστραλία. Το όνομα του προέρχεται από την κλασική νουβέλα του Moby Dick του Herman Melville που αναφέρεται στο κυνήγι της φάλαινας το 19ο αιώνα. Η Starbucks Coffee Company ιδρύθηκε το 1971 με το άνοιγμα του πρώτου καταστήματος στη διάσημη αγορά Pike Place Market του Seattle. Το όνομα Starbucks προέρχεται από τον ήρωα του μυθιστορήματος του Herman Melville, Moby Dick.

Το πρώτο Starbucks ανοίγει τη δεκαετία του 1970. Το 1982 ο Howard Schultz μπαίνει στα Starbucks αφορμώμενος από ένα ταξίδι του στην Ιταλία, όταν επισκέφθηκε τα διάσημα espresso bars στο Μιλάνο. Εντυπωσιασμένος από τη δημοτικότητα τους και την κουλτούρα τους, διαβλέπει τη δυνατότητα επιτυχίας το Seattle και δικαιώνεται – αφού όλο το Seattle δοκιμάζει Caffè latte και mocha και ξετρελαίνεται. Τη δεκαετία του 1990 τα Starbucks εξαπλώνονται έξω από το Seattle, πρώτα στην υπόλοιπη Αμερική και την Βόρεια Αμερική και μετά σε ολόκληρο τον κόσμο.



Τα Starbucks ήρθαν στην Ελλάδα το Σεπτέμβριο του 2002 υπό την επίσημη επωνυμία "ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΦΕ", με το άνοιγμα του πρώτου καταστήματος στο κέντρο της Αθήνας, στον πεζόδρομο της οδού Κοραή. Η Ελλάδα, μια χώρα με ισχυρή παράδοση στον καφέ, υποδέχθηκε τα Starbucks με ιδιαίτερο ενθουσιασμό. Το δίκτυο των καταστημάτων στην Ελλάδα αποτελείται σήμερα από 56 καταστήματα σε Αττική, Θεσσαλονίκη, Βόλο, Μύκονο, Πάτρα, Κέρκυρα, Ρόδο, Χανιά και Ηράκλειο Κρήτης.

Τα Starbucks διαθέτουν περισσότερα από 16 χαρμάνια και καφέδες μοναδικής προέλευσης κόκκων Arabica, μια μεγάλη ποικιλία ροφημάτων που ετοιμάζονται εκείνη τη στιγμή, Starbucks Full Leaf teas, Starbucks DoubleShot®, φρεσκοψημένα γλυκίσματα, σοκολάτες, αλμυρές λιχουδιές, σάντουιτς, σαλάτες κ.α.

Τέλος, στα Starbucks μπορεί κανείς να αγοράσει εξειδικευμένα προϊόντα παρασκευής καφέ, όπως μηχανές καφέ espresso, μηχανές αλέσματος καφέ, κούπες, καθώς και άλλα αντικείμενα σχετικά με τον καφέ και το τσάι αλλά και CDs που αποτελούν πρωτότυπες προτάσεις δώρων.

Τα συμπεράσματα της έρευνας

Στο σημείο αυτό θα θέλαμε να σας παρουσιάσουμε το ερωτηματολόγιο, το οποίο μας βοήθησε στη διεκπεραίωση και τελική σύνθεση της ερευνητικής μας εργασίας, αλλά και τα συμπεράσματα τα οποία αντλήθηκαν μέσω της καταγραφής των στοιχείων σε κατάλληλα διαγράμματα.

Α' Τοσίτσειο Αρσάκειο Λύκειο Εκάλης

Σας ευχαριστούμε για τη συμμετοχή σας στην έρευνά μας, που γίνεται στο πλαίσιο του μαθήματος της ερευνητικής εργασίας, με θέμα : «Χώροι διαλόγου και δημιουργίας: Από το παραδοσιακό καφενείο... στο internet cafe.». Το ερωτηματολόγιο αυτό είναι ανώνυμο. Παρακαλούμε κυκλώστε την απάντηση που θεωρείτε ότι σας αντιπροσωπεύει (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία απαντήσεις).

Ερωτηματολόγιο

1) Ποιο είναι το φύλο σας;

A. Άντρας B. Γυναίκα

2)Τι ηλικία έχετε;

A. 14 με 25 B. 26 με 30 Γ. 31 με 45 Δ. 46 και πάνω

3) Ποια είναι η μόρφωσή σας;

A. Δημοτικού B. Γυμνασίου-Λυκείου Γ. Πανεπιστημιακή

4) Ποιο είναι το επάγγελμά σας;

A. Μαθητής-φοιτητής B. Δημόσιος υπάλληλος Γ. Ιδιωτικός υπάλληλος
Δ. Ελεύθερος επαγγελματίας Ε. Οικιακά ΣΤ. Συνταξιούχος Ζ. Άνεργος

5) Θα Θεωρούσατε την οικονομική σας κατάσταση:

A. Χαμηλή B. Μέση Γ. Υψηλή

6) Γιατί επιλέγετε τη συγκεκριμένη καφετέρια;

A. Περιβάλλον B. Προϊόν Γ. Σέρβις Δ. Κάτι άλλο.....

7) Επιλέξατε τη συγκεκριμένη καφετέρια επειδή συμβαδίζει με την μόδα;

A. Ναι B. Όχι

8) Πόσο έχει επηρεάσει η τιμή την επιλογή σας;

A. Πολύ B. Αρκετά Γ. Λίγο Δ. Καθόλου

9) Πόσο συχνά έρχεστε;

A. Σπάνια B. 1 φορά τον μήνα Γ. 1 φορά την εβδομάδα
Δ. 2 φορές την εβδομάδα Ε. Πιο συχνά

10) Πόσο χρόνο αφιερώνετε σε αυτούς τους χώρους;

A. 30 λεπτά B. 1ώρα Γ. 1,30 ώρα Δ. περισσότερο από 1,30 ώρα

11) Πηγαίνετε μόνο σε μοντέρνα καφέ;

A. Ναι B. Όχι

12)- Αν ναι, γιατί;

A. Περιβάλλον B. Προϊόν Γ. Σέρβις Δ. Κάτι άλλο.....

- Αν όχι, σε τι είδους καφετέριες περνάτε τον ελεύθερο χρόνο σας;

A. Παραδοσιακά καφενεία B. Internet café Γ. Κάτι άλλο.....

13) Τι κάνετε κατά τη διάρκεια της παραμονής σας;

A. Απολαμβάνετε τα προϊόντα B. Βλέπετε αγώνες Γ. Συζητάτε
Δ. Κάτι άλλο.....

14) Συνήθως τι συζητάτε;

A. Θέματα της επικαιρότητας B. Προσωπικά θέματα

15) Κάνετε γνωριμίες εκτός απ' την παρέα σας;

A. Ναι B. Κάποιες φορές Γ. Όχι

16) Αν ναι, με άτομα της ηλικίας σας;

A. Ναι B. Όχι

17) Συνηθίζετε να πηγαίνετε μόνοι σας;

A. Συχνά B. Κάποιες φορές Γ. Σπάνια Δ. Ποτέ

18) Γνωρίζετε με το προσωπικό;

A. Ναι B. Όχι

19) Κατά την γνώμη σας, τι ορίζει ένα καφενείο ως μοδάτο;

A. Διαφήμιση B. Ποιότητα Γ. Τεχνολογία Δ. Ψυχαγωγία
E. «Παρέες»

(Αριθμήστε από το 1-5 με τη σειρά προτίμησής σας)

Σας ευχαριστούμε για την συνεργασία και τον χρόνο σας!

Πιο συγκεκριμένα κατηγοριοποιήσαμε τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν από τα ερωτηματολόγια που συντάχθηκαν ανάλογα με την ηλικία των ερωτηθέντων και ορισμένες ερωτήσεις -που αφορούν στο κατά πόσο πηγαίνουν μόνο σε μοντέρνα καφέ, στο τι κάνουν κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σ' αυτά, στο τι θέματα συζητούν, στο αν κάνουν γνωριμίες

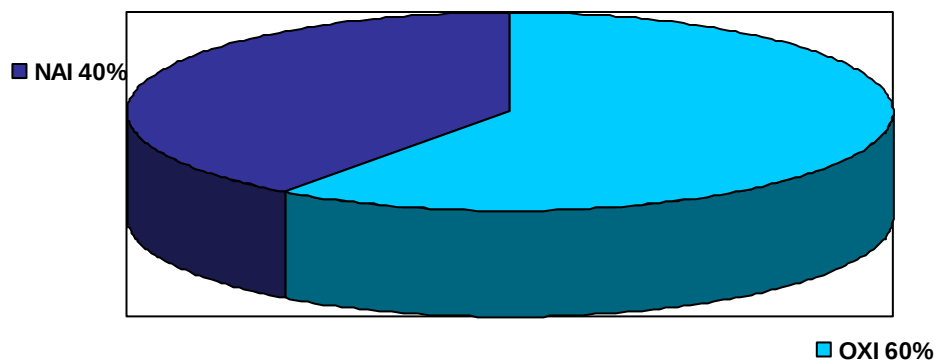
εκτός της παρέας τους και στο αν γνωρίζονται με το προσωπικό- και συμπεραίνουμε τα εξής ακόλουθα:

- Το 40% αντρών και γυναικών ηλικίας 14-25 επιλέγουν να πηγαίνουν μόνο σε μοντέρνες καφετέριες, ενώ το 60% των ίδιων συχνάζουν και σε άλλου είδους καφετέριες πέρα των μοντέρνων, όπως τα παραδοσιακά καφενεία ή ακόμα και τα ζαχαροπλαστεία. Επιπλέον το 13% αυτών στην ερώτηση τι κάνουν κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σ' αυτά απάντησαν ότι απολαμβάνουν τα προϊόντα, το 20% ότι παρακολουθούν αγώνες και το 67% ότι συζητούν. Όσον αφορά στο τι θέματα συζητούν, το 17% απάντησε θέματα της επικαιρότητας και το 83% προσωπικά θέματα, ενώ στο κατά πόσο κάνουν ή όχι γνωριμίες εκτός της παρέας τους το 10% είπε ότι κάνει και το 90% κάποιες φορές, χωρίς να υπάρχει κάποιος που να το απέκλεισε. Τέλος, στο αν γνωρίζονται ή όχι με το προσωπικό το 30% απάντησε ναι, ενώ το 70% ότι δεν γνωρίζονται.
- Όσον αφορά στους άντρες και τις γυναίκες μεταξύ των 26 με 30 χρόνων το 80% επιλέγουν μόνο τις μοντέρνες καφετέριες, ενώ μικρό εμφανίζεται το ποσοστό όσων δεν αρκούνται στην επιλογή των καφετεριών που συμβαδίζουν με τη μόδα, ποσοστό που αγγίζει το 20%. Επιπλέον το 13% αυτών στην ερώτηση τι κάνουν κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σ' αυτά απάντησαν ότι απολαμβάνουν τα προϊόντα, το 25% ότι παρακολουθούν αγώνες και το 56% ότι συζητούν. Όσον αφορά στο τι θέματα συζητούν, το 40% απάντησε θέματα της επικαιρότητας και το 60% προσωπικά θέματα, ενώ στο κατά πόσο κάνουν ή όχι γνωριμίες εκτός της παρέας τους το 10% είπε ναι, το 70% ότι κάνει κάποιες φορές και το 20% ποτέ. Τέλος, στο αν γνωρίζονται ή όχι με το προσωπικό το 70% απάντησε ναι, ενώ το 30% ότι δεν γνωρίζονται.
- Καταγράφοντας τα στοιχεία αντρών και γυναικών ηλικίας 31 με 45 διαπιστώνουμε ότι το 10% αυτών επιλέγουν μόνο τα μοντέρνα καφέ, ενώ το θεαματικό ποσοστό των 90% προτιμούν ορισμένες φορές καφετέριες οι οποίες δε θεωρούνται ιδιαίτερα μοντέρνες. Επιπλέον το 13% αυτών στην ερώτηση τι κάνουν κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σ' αυτά απάντησαν ότι απολαμβάνουν τα προϊόντα, το 18% ότι παρακολουθούν αγώνες και το 47% ότι συζητούν. Όσον αφορά στο τι θέματα συζητούν, το 42% απάντησε θέματα της επικαιρότητας και το 58% προσωπικά θέματα, ενώ στο κατά πόσο κάνουν ή όχι γνωριμίες εκτός της παρέας τους το 80% είπε ότι κάνει κάποιες φορές και το 20% ποτέ. Τέλος, στο αν γνωρίζονται ή όχι με το προσωπικό το 20% απάντησε ναι, ενώ το 80% ότι δεν γνωρίζονται.
- Τέλος, οι άντρες και οι γυναίκες ηλικίας 46 και άνω παρουσιάζουν τις ίδιες προτιμήσεις με την προηγούμενη κατηγορία στην ερώτηση αν προτιμούν να πηγαίνουν μόνο σε μοντέρνες καφετέριες ή όχι, αφού μόλις το 10% έδειξαν την προτίμησή τους μόνο στα καφέ που βρίσκονται στο προσκήνιο της κοινωνικής ζωής της Αθήνας, ενώ το 90% επιλέγουν και άλλου τύπου καφέ. Επιπλέον το 13% αυτών στην ερώτηση τι κάνουν κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σ' αυτά

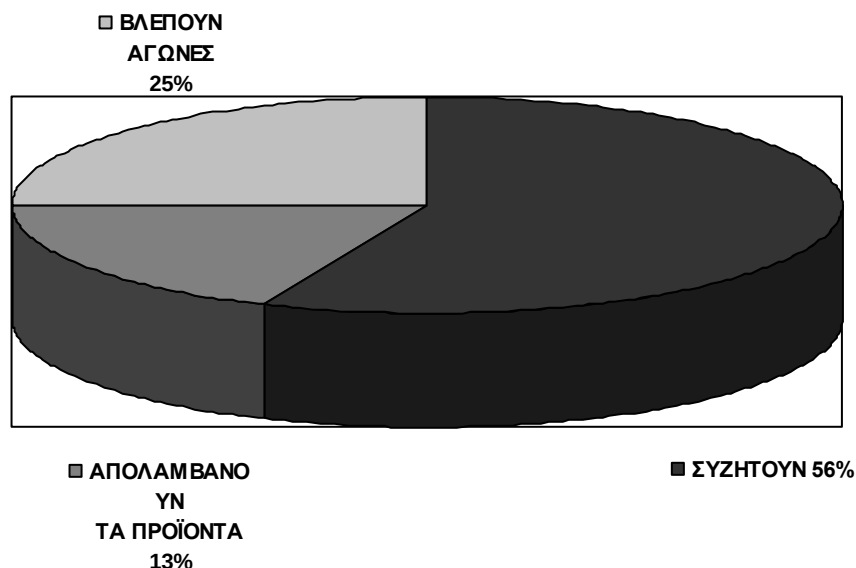
απάντησαν ότι απολαμβάνουν τα προϊόντα, το 13% ότι παρακολουθούν αγώνες και το 56% ότι συζητούν. Όσον αφορά στο τι θέματα συζητούν, το 36% απάντησε θέματα της επικαιρότητας και το 64% προσωπικά θέματα, ενώ στο κατά πόσο κάνουν ή όχι γνωριμίες εκτός της παρέας τους το 27% είπε ότι κάνει , το 13% κάποιες φορές και το 37% ποτέ. Τέλος, στο αν γνωρίζονται ή όχι με το προσωπικό οι ερωτηθέντες διχάστηκαν, καθώς το 50% απάντησε ναι και το υπολειπόμενο 50% ότι δεν γνωρίζονται.

Ενδεικτικά:

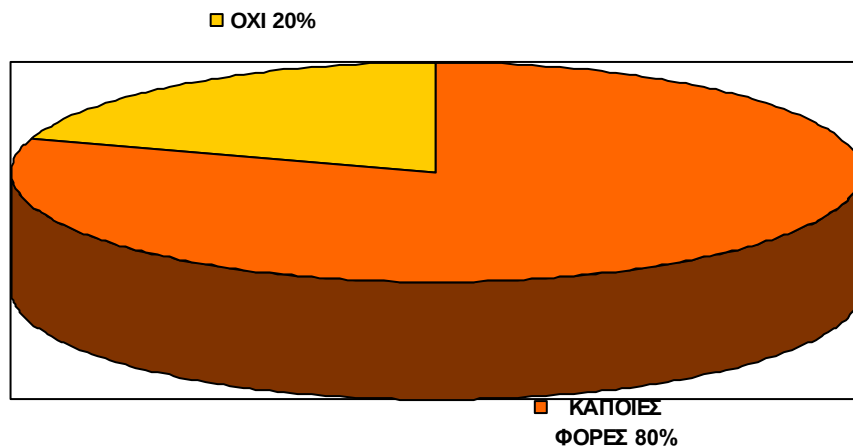
- Οι νέοι 14-25 επιλέγουν μόνο μοντέρνες καφετέριες;



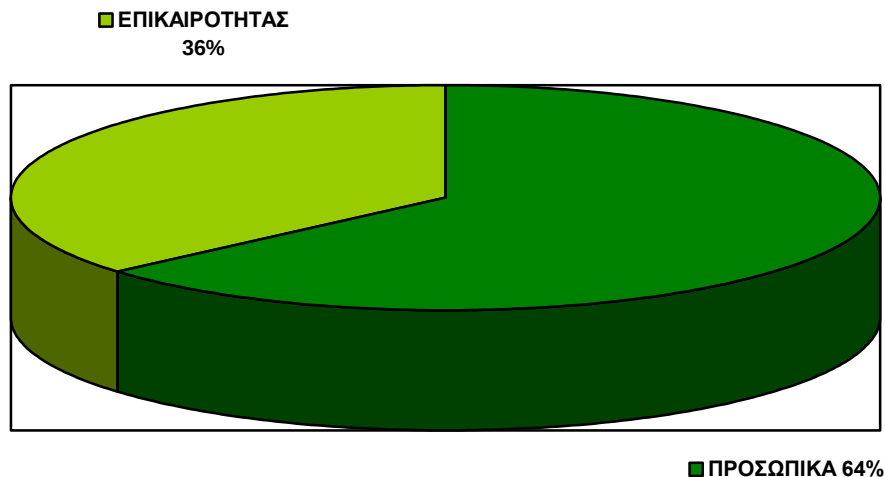
- Τα άτομα ηλικίας 26-30 τι επιλέγουν να κάνουν κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σε μία καφετέρια;



- Κάνουν γνωριμίες εκτός της παρέας τους άτομα 31-46 ετών;



- Τι θέματα συζητούν σε μία καφετέρια άτομα ηλικίας 46 και άνω;



Συλλήβδην, διαπιστώνουμε ότι στις μέρες μας το μεγαλύτερο ποσοστό των θαμώνων των καφετεριών ανεξαρτήτου φύλου και ηλικίας επιλέγουν και άλλου είδους καφετέριες –πέρα των μοντέρνων- για τη προσωπική τους διασκέδαση. Με θαυμασμό και απορία αντιληφθήκαμε ότι τα ποσοστά των αντρών και γυναικών ηλικίας 14 με 25 που επιλέγουν ή όχι μόνο τα μοντέρνα καφέ παρουσιάζουν μεγάλη διαφορά που κλίνει προς το γεγονός ότι επιλέγουν ακόμα και παραδοσιακά καφενεία , πράγμα που καταρρίπτει τις απόψεις μερικών περί ανάγκης των εφήβων να συχνάζουν σε μοντέρνες καφετέριες για να είναι αποδεκτοί από το φιλικό τους περιβάλλον. Επιπλέον, παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες στο τι κάνουν κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σ' αυτά απάντησαν ότι συζητούν για προσωπικά θέματα, γεγονός που αποδεικνύει ότι ακόμα και σήμερα, τουλάχιστον μισό αιώνα μετά τα γνωστά Φλόκας, Ζόναρς, Dolce κλπ, τα οποία αποτέλεσαν χώρους διαλόγου και δημιουργίας, οι καφετέριες εξακολουθούν να συγκεντρώνουν θαμώνες, οι οποίοι προάγουν τη συζήτηση και τις ανθρώπινες επαφές, αφήνοντας έστω και για λίγο πίσω τους την γενικότερη κοινωνικοοικονομική κρίση που μαστίζει

τη χώρα μας. Τέλος, σε μια εποχή κατά την οποία οι άνθρωποι χαρακτηρίζονται από φόβο για το άγνωστο, ο οποίος στην πραγματικότητα είναι ο συνάνθρωπός τους, παρατηρούμε με ενδιαφέρον τα αρκετά υψηλά ποσοστά στην ερώτηση αν κάνουν γνωριμίες εκτός της παρέας τους που μαρτυρούν την ανάγκη των ανθρώπων για δημιουργία νέων σχέσεων. Διακρίνοντας άλλοτε τη μεγαλύτερη επιφυλακτικότητα που τρέφουν τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας και άλλοτε την αφέλεια των μικρότερων, ένα πράγμα συμπεραίνουμε: σε όποια εποχή, σε όποια οικονομική κατάσταση τα ανθρώπινα όντα είναι από τη φύση τους και παραμένουν όντα κοινωνικά.

Μετά από ώρες έρευνας εντός κι εκτός του σχολείου καταφέραμε να αντλήσουμε επαρκείς πληροφορίες σχετικά με το ρόλο και τη λειτουργία των μοντέρνων καφενείων στην καθημερινότητα μας, καθώς και την πορεία τους στο πέρασμα του χρόνου σε συνάρτηση πάντα με την εξέλιξη τους. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι τόσο οι καφετέριες του περασμένου αιώνα, όσο και του αιώνα που διανύουμε σήμερα -ανεξαρτήτως από τις ρηξικέλευθες αλλαγές που δέχτηκαν στην πάροδο του χρόνου- μένουν χαραγμένες στη μνήμη όλων ως ξεχωριστές, λόγω της δυνατότητας που προσφέρουν σε κάθε «φιλοξενούμενο» να νιώσει άνετα στο χώρο τους, παρέχοντάς του στιγμές χαλάρωσης από τη δύσκολη και πολλές φορές κουραστική και φορτική καθημερινότητα και από τους γρήγορους ρυθμούς της πόλης. Επιπροσθέτως, καθώς συγκεντρώνουν την πλειονότητα του πληθυσμού έχουν ως απώτερο σκοπό την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου του πελάτη, τόσο μέσα από τη χαλαρή, ανέμελη αλλά και μοδάτη διάθεση που εμπνέουν, και ενέπνεαν οι χώροι αυτοί, όσο και μέσα από τη ζωντανή και κεφάτη ψυχαγωγία, στην οποία συμβάλλουν η μουσική, τα χρώματα, τα δρώμενα και το προσωπικό με την εξυπηρέτησή τους. Επιπλέον τα σημερινά καφέ αποτελούν πραγματικό μάλγαμα από αρώματα καφέ και σοκολάτας, μια πανδαισία γεύσεων αλμυρών και γλυκών, που γεμίζει το θαμώνα ενέργεια, διευκολύνοντας τη συνύπαρξη διαφορετικών κοινών και διαθέσεων. Τέλος θα μπορούσαμε να επισημάνουμε ότι δεν είναι λίγες οι φορές που στους χώρους αυτούς στο πλαίσιο ενός γιορτινού περιτυλίγματος γευστικής απόλαυσης ανθίζουν οι ανθρώπινες και φιλικές σχέσεις, ενώ οξύνονται και τα φλερτ ανάμεσα στους θαμώνες σε ένα χώρο που τους εκφράζει, ενώ ταυτόχρονα τους παρέχει μία μεγάλη πληθώρα επιλογών. Σ' ένα προσωπικό σημείο αναφοράς, στο δικό τους «στέκι»!

ΘΕΜΑΤΑ ΠΡΟΣ ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Τα θέματα προς συζήτηση που θα θέλαμε ως ομάδα να θιχτούν συμβαδίζουν τόσο με τα ερευνητικά ερωτήματα που ήδη έχουμε θέσει, όσο και με τα συμπεράσματα τα οποία αντλήσαμε από την έρευνά που κάναμε στις μοντέρνες καφετέριες της Αθήνας. Ας πούμε:

- Τι ορίζει ένα καφενείο μοδάτο στην ιστορία των καφενείων που βρέθηκαν στο προσκήνιο της κοινωνικής ζωής;
- Άλλαξαν κι αν ναι πόσο τα κριτήρια βάσει των οποίων επιλέγονται ως «στέκια» τα καφενεία τον αιώνα που διανύουμε;
- Τα μοντέρνα καφενεία λειτουργούν σήμερα ως τόποι διαλόγου και επικοινωνίας;

Βιβλιογραφία-Πηγές

ΒΙΒΛΙΑ-ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

- Βασίλης Κολώνας: "Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού", Έκδοση Πολιτιστικού Ιδρύματος Ομίλου Πειραιώς, 2006.
- Αχιλλέας Χατζόπουλος: "Τα Καφενεία του Ελληνισμού", εκδ. Κάκτος, Αθήνα, 2001.
- Γιάννης Παπακώστας: "Φιλολογικά Σαλόνια και Καφενεία της Αθήνας", β' έκδοση, Βιβλιοπωλείον της "ΕΣΤΙΑΣ" Ι.Δ. ΚΟΛΛΑΡΟΥ & ΣΙΑΣ Α.Ε., Αθήνα, 1991.
- Άρτεμις Σκουμπουρδή: "Καφενεία της Παλιάς Αθήνας", γ' έκδοση, Δήμος Αθηναίων-Πολιτισμικός Οργανισμός, Αθήνα, 2002.
- Εφημερίδες, περιοδικά Χαρά Τζαναβάρα: "Πικρός καφές για το Ζόναρς", Εφημ. Ελευθεροτυπία, 24-25 Μαρτίου 2001.
- Αφροδίτη Γραμμέλη: "Η τελευταία σεράνο στου Ζόναρ'ς", Εφημ. ΤΟ ΒΗΜΑ/ΒΗΜΑΖΙΝΟ, 1 Απριλίου 2001.
- Μαρία Αβραμίδου: "Η γωνία των Εστέτ: Ζαχαροπλαστείο Zonar's", περιοδ. LIFE & STYLE, 21 Οκτωβρίου 2007.
- Τόνια Τσακίρη: "Στου Ζόναρ'ς τον Οκτώβριο για καφέ", Εφημ. ΤΟ ΒΗΜΑ, 9 Σεπτεμβρίου 2007.
- "Στα καφενεία, την υπαίθρια βουλή των Ελλήνων", Εφημ. Επενδυτής, 23-25 Μαρτίου 2001.
- "Καφενείον "Η Συνάντησις"", Εφημ. ΤΟ ΒΗΜΑ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ, 28 Απριλίου 1974.
- Παραδοσιακά επαγγέλματα και συνήθειες, Κώστας Γ. Μπαλαφούτης, Γ ΕΚΔΟΣΗ

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- www.wikipedia.gr
- www.kathimerini.gr/kath/7days/1998/02/15021998pdf
- www.lifo.gr
- nefsta-photography.com
- www.facebook.com
- www.flocafé.gr
- www.palmiebistro.gr
- www.starbucks.gr

