

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΣ “ΜΟΔΑ,,!

Μία φούστα γυναικεία, μερικά εκατοστὰ ἐπάνω ἀπὸ τὸ γόνατον, ἢ ἓνα ἀνδρὶ κὸν σακκάκι μὲ πολὺχρωμα λουλούδια, εἶναι ἱκανὰ νὰ κατευθύνουν τὰς τύχας ὁλοκλήρων οἰκονομικῶν «τράστ» καὶ νὰ ἀποτελέσουν βασικὴν πλουτοπαραγωγικὴν πηγὴν καὶ σοβαρὸν κεφάλαιον διὰ τὴν ἐθνικὴν οἰκονομίαν μιᾶς χώρας

Ἀποκλειστικότης «Βιομηχανικῆς Ἐπιθεωρήσεως»

τῆς Κυρίας SHEILA BLACK

Κάθε φορὰ πού μία νέα ἐπιταγὴ τῆς «μόδας» ἀνεβάζει ἢ μακραίνει τὸ μῆκος τῆς φούστας τῶν γυναικῶν, ἢ στολίζει μὲ πολὺχρωμα λουλούδια καὶ «ψυχδελικά» σχήματα τὰ —πάλαι ποτὲ— συντηρητικὰ ἀνδρικὰ κοστούμια, ἢ κοινὴ γνῶμη (θαμπωμένη ἢ ἀγανακτισμένη) ἀπὸ τὰς ἐκάστοτε νέας «τάσεις», πολὺ ὀλίγον σκέπτεται νὰ ἀσχοληθῇ μὲ τὰ τεράστια οἰκονομικὰ συμφέροντα πού εἶναι ἀρρήκτως συνδεδεμένα μὲ τὴν «μόδαν» καὶ τοὺς εὐφυεῖς ἐπιχειρηματίας πού τὴν κατευθύνουν.

Εἰς τὴν πραγματικότητα, ἡ «μόδα» κινεῖ καὶ κατευθύνει τὰς τύχας ὁλοκλήρων οἰκονομικῶν «τράστ», μὲ ἐτήσιον «τζίρον» δισεκατομμυρίων δραχμῶν, καὶ ἀποτελεῖ (διὰ τὰς χώρας ὅπου παρουσιάζεται ἰδιαιτέρως ἀνεπτυγμένη) βασικὴν πλουτοπαραγωγικὴν πηγὴν καὶ σοβαρὸν κεφάλαιον διὰ τὴν ἐθνικὴν οἰκονομίαν.

Χαρακτηριστικὸν παράδειγμα, ὑπῆρξεν ἡ περίπτωσις τοῦ δαιμονίου Λέσλι Κάρ-Τζόουνς, ὁ ὁποῖος κατῴρθωσε —ἀντιμετωπίζων τὸν τεράστιον συναγωνισμὸν τῶν παρισινῶν «καθιερωμένων» συναδέλφων του— νὰ καταστήσῃ τὸ Λονδίνον μὲγα ἐμπορικὸν κέντρον «μόδας» καὶ νὰ δημιουργήσῃ μίαν σοβαρὰν παράδοσιν ἐκ τοῦ μηδενός.

Ὁ Λέσλι Κάρ-Τζόουνς ἀπέθανε πρὸ ὀλίγων μηνῶν, ἀλλὰ ὁ διεθνὴς τύπος ἀπασχολημένος μὲ τὰ συγκλονιστικὰ γεγονότα πού ἐσχάτως συνταράσσουν τὴν ὑφήλιον δὲν ἡσχολήθη ἰδιαιτέρως μὲ τὴν προσωπικότητα αὐτοῦ πού ὑπῆρξεν εἰς τῶν πλέον διορατικῶν καὶ δραστηρίων ἐπιχειρηματιῶν τοῦ κλάδου.

Ἀκόμη ἀπὸ τοῦ 1957 ἀντελήφθη ὅτι ἡ βιομηχανία τῆς βρετανικῆς μόδας ἀνεπτύσσεται, ὅτι οἱ μικροὶ οἰκοὶ ἐξελίσσοντο εἰς μεγάλους καὶ ὅτι ἡ «τεχνικὴ» εἶχε ἀντικαταστήσει τὴς παλῆς μοδιστοῦλες πού μὲ τὸν ἰδρωτὰ τοῦ προσώπου τους προσπάθουσιν νὰ «στήσουν» ἓνα φόρεμα. Ἐν τούτοις, ἡ ἐξέλιξις δὲν ἦτο γενικὴ καὶ δὲν ὑπῆρχεν οὐδεὶς συντονισμὸς ἐργασίας. Ἡ βρετανικὴ μόδα δὲν εἶχεν ἐθνικὴν σφραγίδα, οὔτε ἀξιόλογα ἰδιαιτέρα χαρακτηριστικά. Ὅσον ἀφορᾷ δὲ εἰς τὸν τομέα τῶν ἐξαγωγῶν, ἡ Μεγάλη Βρεταννία ἐπώλει εἰς τὸ ἐξωτερικὸν γυναικεῖα εἶδη ἐνδύσεως ἀξίας μόνον 1 ἐκ. λιρῶν καὶ ἐλάχιστα ἀνδρικὰ καὶ παιδικὰ εἶδη.

Τὰ νέα, δαπανηρὰ, μηχανήματα ραπτικῆς ἐκρησμοποιούντο πλημμελῶς. Ἐχρειάζοντο διπλῆς βάρδιας καὶ ὑπερῶριες διὰ νὰ ἀνταποκριθῶν οἱ ραπτικοὶ οἰκοὶ εἰς τὴν ὑψηλὴν ζήτησιν τῆς ἀνοίξεως καὶ τοῦ φθινοπώρου. Αἱ δὲ κατακόρυφοι πτώσεις τῶν πωλήσεων κατὰ τὸν χειμῶνα καὶ τὸ θέρος, ἐπαναλαμβάνοντο συνεχῶς, εἶχον ὡς ἀποτέλεσμα τὴν ἀπόλυσιν ἱκανῶν ἐργατικῶν χερῶν καὶ τὴν μὴ ἐπαρκῆ χρησιμοποίησιν τῶν μηχανημάτων.

Ὁ Λέσλι Κάρ-Τζόουνς δὲν ἤθελε νὰ ἀπολύσῃ τὸ μόνιμον προσωπικόν του. Κι' αὐτὸ δὲν ὠφέλειτο μόνον εἰς τὰ γνωστὰ ἀνθρωπιστικὰ συναισθηματά του. Ἦθελε, ἐπὶ πλέον, νὰ ἔχῃ διαρκῶς τὰς εἰδικευμένας ἐργατρίδας του. Αἱ προκαταρκτικαὶ ἐν τούτοις, ἀνιχνεύσεις του εἰς τὸ πεδίου τῶν ἐξαγωγῶν, αἱ ὁποῖαι θὰ τοῦ ἐπέτρεπον νὰ ἀναπτύξῃ τὰς ἐργασίας του καὶ κατὰ τὰς «νεκρὰς» ἐποχὰς καὶ ἔτσι νὰ κρατᾷ συνεχῶς τὸ προ-

σωπικόν του, ἦσαν λίαν ἀποθαρρυντικά. Τὰ κεφάλαια πού ἀπητοῦντο ἦσαν μεγάλα, τὰ ἐξοδα λίαν ὑψηλὰ καὶ τὰ ἐσοδα πενιχρά.

Ὁ Λέσλι Κάρ-Τζόουνς συνειδητοποίησε τὸ γεγονὸς ὅτι μία ἐταιρία —ὅπως ἦτο τότε ἡ περίφημος ὁμάς τῆς Σούζαν Σμόλ, ἡ ὁποία ἀργότερον συνεχωνεῦθη μὲ τοὺς Κόρτολντς— δὲν ἦτο δυνατόν νὰ βαδίσῃ μόνη τῆς. Διὰ νὰ παρωτρυνθῶν οἱ ξένοι ἀγορασταὶ νὰ διαθέσουν κεφάλαια διὰ τὴν ἀγορὰν γυναικῶν βρετανικῶν εἰδῶν μόδας ἔπρεπε νὰ ὑπάρξῃ εὐρεῖα ποικιλία ἐνδυμάτων, ὑφασμάτων καὶ «στύλ», καὶ προσέτι τὰ ἐνδύματα νὰ εἶναι ὑψηλῆς ποιότητος καὶ γούστου.

Οἱ ὁραματισμοὶ τοῦ Κάρ-Τζόουνς ἀργησαν νὰ λάβουν σάρκα καὶ ὀστά. Ἐχρειάσθη δὲ, ἐπὶ πλέον, ἐπίπονος μελέτη καὶ κατὰστρωσις τῆς ἀκολουθητέας τακτικῆς. Λίγοι ἄλλοι ἄνθρωποι θὰ εἶχαν καταφέρει, ὅτι αὐτὸς τελικῶς κατῴρθωσε. Ἀκόμη καὶ οἱ ἐχθροὶ του ἦσαν ἐχθροὶ μόνον εἰς τὸν ἐπαγγελματικὸν στίβον. Ὡς ἄνθρωπον ὅλοι τὸν ἐκτιμοῦσαν, τὸν ἐσέβοντο καὶ τὸν ἀγαποῦσαν. Καὶ ἔτσι, μὲ τὴν ἀπαράμιλλον προσωπικότητά του, κατῴρθωσε νὰ συνενώσῃ τοὺς ἀντιπάλους καὶ νὰ τοὺς βάλῃ νὰ συνεργασθῶν γιὰ ἓνα σκοπὸν : Τὴν ἀπὸ κοινῶν ἐξαγωγῶν καὶ πώλησιν τῶν εἰδῶν βρετανικῆς μόδας εἰς τὰς διεθνεῖς ἀγοράς. Ἡ ἐταιρεία «Οἶκος Μόδας Λονδίνου» ἐγεννήθη. Καὶ ἀπὸ τοῦ τέλους τοῦ 1958 ἤρχισαν ἐπιδείξεις μοντέλων δις τοῦ ἔτους. Τὸ ἔτος ἐκεῖνο, ἡ ἐταιρεία ἐπώλησεν εἰς τὸ ἐξωτερικὸν εἶδη ἀξίας 200.000 λιρῶν. Πρὸ δύο δὲ ἐτῶν, ὅταν ἡ γενικὴ βρετανικὴ ἐπιτυχία εἰς τὸν τομέα τῆς μόδας ἐπεσκίασε, κάπως, τὸ ὅλον ἔργον τοῦ ἀνωτέρω ομίλου, αἱ ἐξαγωγαὶ τοῦ τελευταίου εἶχον ἤδη φθάσει εἰς τὸ ὕψος τῶν 20 περίπου ἑκατομμυρίων λιρῶν, ἐτησίως.

Μόνον ὁ Κάρ-Τζόουνς μπορούσε νὰ προβλέψῃ ὅτι ἦτο δυνατόν νὰ συνεργασθῶν ἄσπονδοι ἐχθροί. Καὶ μόνον αὐτὸς κατεῖχε τὴν τέχνην τῆς ὁργανώσεως ὁμαδικῶν ἐκθέσεων. Τὸ σχέδιόν του ἦτο μᾶλλον ἀπλοῦν, ἢ ἐφαρμογὴ του ὅμως ἄκρως δύσκολος. Εἰς τὰς ἐκθέσεις δὲν συμμετεῖχον ὅλοι ὅσοι ἐπιθυμοῦσαν. Εἰδικὸς «συντονιστὴς» (μὴ συνδεόμενος ἰδιαιτέρως μὲ καμμίαν ἐταιρίαν) προσελήφθη ἀποκλειστικῶς διὰ τὴν ρύθμισιν τῆς συμμετοχῆς ἐκθετῶν καὶ ἐκθεμάτων. Τὰ ἐκθέματα ἔπρεπε νὰ παρουσιάζουν, ὅτι καλλίτερον ἦτο δυνατόν νὰ παρὰ τὴν βιομηχανία ἐτοιμῶν ἐνδυμάτων.

Ὁ παράγων χρῆμα εἶχε δευτερεύουσαν σημασίαν. Τὰ εἶδη ἔπρεπε νὰ εἶναι πολὺ φθηνὰ ἢ μετρίως ἀκριβὰ. Ἐπρεπε, ὅμως, νὰ ἔχουν ἀρίστην ἐμφάνισιν.

Αὐτὰ ὅλα ἴσως φαίνονται δευτερευούσης σημασίας. Εἶναι, ὅμως, ἀπαραίτητον —ὅσον ἀφορᾷ εἰς τὴν θέσιν τῆς Μεγάλης Βρεταννίας εἰς τὸ προσκήνιον τῆς διεθνούς μόδας— νὰ ἐνθυμηθῶμεν ὅτι αὐτὸ τὸ εἶδος τῆς συνεργασίας συνετέλεσεν εἰς τὴν πρόδον τῶν ἐξαγωγῶν, ἀκόμη περισσότερον καὶ ἀπὸ τὰ πασίγνωστα ὀνόματα τῆς Μαίρης Κουάντ καὶ τοῦ Ρότζερ Νέλσον, τῶν ὁποίων ἡ τέχνη καὶ ἡ ὀδυρκεία ἠκολούθησαν τὰ ἴχνη τοῦ πρωτοπόρου Κάρ-Τζόουνς.

Σήμερον, αἱ βρετανικαὶ ἐξαγωγαὶ γυναικείων εἰδῶν ἐνδύσεως ὑπερβαίνουν τὰ 32 ἐκατ. λιρῶν κατ' ἔτος. Ἀρκεῖ νὰ σημειωθῇ ὅτι ἡ Ἀμερικὴ, χώρα τῆς μεγαλυτέρας παραγωγῆς

ετοίμων ένδυμάτων, έξάγει είδη γυναικείας ένδύσεως άξίας μόνον 2 έκ. λιρών. Αί βρετανικαί έξαγωγαί είναι ύψηλότεραι: Τά επανωφόρια πωλούνται μέ ρυθμόν 5 έκ. λιρών έτησίως, τά ταγιέρ φέρουν έτήσιον συνάλλαγμα άνωτερον τών 25 έκ. λιρών, τά δέ φορέματα «έσπασαν ρεκόρ» τó παρελθόν έτος μέ 7,5 έκ. λιρών (1966 = 4,5 έκ. λιρών). Τά πλεκτά, πουλόβερ, μπλουζές, ζακέττες κ.λ., ήγγισαν συνολικώς τó ύψος τών 5 έκ. λιρών, ενώ αί φούσται, μπλουζαί καί τά γυναικεία πανταλόνια απέφερον περισσότερα τών 3 έκ. λιρών. "Ας μὴν έπεκταθώμεν δέ καί στά «άξεσουάρ», πού δέν είναι διάλου εύκαταφρόνητα.

Η Γαλλία, παραμένουσα πάντα ή κοιτίς τής ύψηλής μόδας, άπασχολείται έντατικώς μέ τήν προώθησιν τής βιομηχανίας έτοιμων ειδών ένδύσεως, τόσον δι' έξωτερικήν όσον καί δι' έσωτερικήν κατανάλωσιν. Αί γαλλικαί βιομηχανίαι τού είδους είσπράττουν έτησίως τó «μεγαλοπρεπές» ποσό τών 135 έκ. λιρών, τó 10% τού όποιου προέρχεται από έξαγωγάς. Τó έξ ειδών ένδύσεως έτήσιον είσόδημα τής Μεγάλης Βρετανίας ύπολογίζεται (μόνον) εις 800 έκ. λιρών, περίπου, εις αυτό δέ πρέπει να προστεθούν 400 είσέτι έκ. λιρών προερχόμενα έκ τής έξαγωγής ειδών ύποδήσεως, πίων καί άλλων παρεμφερών έξαρτημάτων.

Οί άνωτέρω άριθμοί πού άποδεικνύουν στατιστικώς τήν κυριαρχίαν τής Μεγάλης Βρετανίας εις τόν τομέα τών έτοιμων ειδών ένδύσεως, έμφαίνουν έπίσης, καί τήν έπικρατούσαν κατάστασιν εις τās κυριωτέρας πρωτεύουσας - πηγάς μόδας: Λονδίνον, Παρίσι καί Νέαν Ύόρκην.

Εις τήν πραγματικότητα, παράδοξοις, μόνον εις τήν Νέαν Ύόρκην δέν ύπάρχει. Οί σχεδιασταί εργάζονται δι' όλίγους, μεμονωμένους, πελάτας των, χωρίς άξιώσεις διεθνούς προβολής.

Ύπάρχει, έπίσης, καί ή 7η Λεωφόρος, κέντρον τής «μαζικής» παραγωγής καί διαθέσεως έτοιμων ένδυμάτων. Καί εδώ οί σχεδιασταί δέν μπορούν να παραβληθούν μέ τούς εύρωπαϊούς, ούτε καί να άκολουθήσουν τās διεθνείς τάσεις, παρ' όλον πού τά σχέδιά των είναι πλέον συγχρονισμένα καί παρ' όλον πού προσπαθούν να μιμηθούν τά άκριβώτερα εύρωπαϊκά μοντέλλα. Βεβαίως, καταβάλλονται συνεχώς προσπάθειαι διά τήν έπιτυχίαν τής μαζικής παραγωγής καί τήν τήρησιν τής παραδόσεως. Έλλείπει, όμως, ή καλαισθησία. Διά να ίδή κανείς εις τήν Ύμερικάν γυναικάς καλοντυμένας πρέπει να πορευθί προς δυσμάς, δέ έπισκεφθί τόν Άγιον Φραγκίσκον, τó Λος Άντζελες ή τó Λας Βέγκας. Διά να άπολαύσής έπίδειξης μόδας άνωτέρου έπιπέδου πρέπει να έπισκεφθής τήν άμερικανικήν άκτήν τού Ειρηνικού. Έκεί ύπάρχουν οί καλλίτεροι άμερικανοί σχεδιασταί γυναικείων ένδυμάτων.

Εάν τά ένδύματα εις τήν Νέαν Ύόρκην είναι άνευ ένδιαφέροντος, εις τó Παρίσι συμβαίνει άκριβώς τó αντίθετον. Πολύς κόσμος πιστεύει ότι ή «πόλις τού φωτός» χάνει έδαφος, ότι δέν είναι πιά τó λαμπρότερο διαμάντι τού διαδήματος τής μόδας. Τούτο όμως, πόρρω απέχει τής αλήθείας. Κανείς σχεδιαστής μόδας, από οίανδήποτε χώραν τού κόσμου—άπό τήν Αυστραλίαν ή τήν Ιταλίαν, τήν Άμερικήν ή τήν Άγγλίαν, τήν Ιαπωνίαν ή τήν Ινδίαν— δέν τολμά να μὴ παρακολουθήσῃ τās παρισινάς έπίδειξεις μόδας.

Εν τούτοις, ή όλη κατάσταση εις τόν κόσμον τής μόδας όμοιάζει μέ φαύλον κύκλον. Παρ' όλον πού ή γαλλική βιομη-

χανία έτοιμων ένδυμάτων είναι μικρά καί διασκορπισμένη εις διάφορα σημεία τής χώρας, ή βιομηχανία ύφασμάτων είναι πολύ πολύ μεγάλη καί αί «έπιταγαί» τών Παρισίων, τās όποιās άκολουθούν όλοι, άποφέρουν εις τήν Γαλλίαν περί τās 800 έκ. λιρών έκ τών έξαγωγών ύφασμάτων, άρωμάτων καί διαφόρων ειδών ένδύσεως. Έτσι τó Παρίσι παραμένει πάντα τó διεθνές «θέατρον» έπίδειξεως τών δημιουργιών τής μόδας.

Έξ άλλου, δύο βασικαί αίτίαι έχουν τελευταίως καταστήσει καί τó Λονδίνον σημαντικώτατον κέντρον «παραγωγής μόδας». Πρώτον, ή ταυτόχρονος άνάδειξις σχεδιαστών καί ειδικών ύφαντουργών. Καί, δεύτερον, ή σπουδαιότης αύτου τούτου τού Λονδίνου ως διεθνούς έμπορικού καί οικονομικού κέντρον. Δέν έχει σημασίαν εάν ή βρετανική πρωτεύουσα διέρχεται στιγμιαία εύμερίαν ή οικονομικó μαρασμόν. Σημασίαν έχει τó γεγονός ότι αύτη, εις όλον τόν κόσμον, έξακολουθεί να παραμένει τó σπουδαιότερον έμπορικόν κέντρον αύτου.

Η μόδα είναι έξελικτική καί όχι επαναστατική, όπως ισχυρίζονται οί άνδρες καί μερικά, μάλλον σχολαστικώς ένδευμέναί, γυναίκες.

Η μόδα είναι ή φυσική έκφρασις τού καιρού εις τόν όποιον ζούμε καί τής διαθέσεως τών ανθρώπων—διαθέσεως δημιουργουμένης έκ τών περιστάσεων. Είναι κράμα οικονομικών, κοινωνιολογίας, τεχνικής καί βιομηχανικής άναπτύξεως.

Δέν μπορεί κανείς να ξεφύγῃ από τήν λογικήν. Οί άνδρες ξεχνούν τήν μησηκακίαν των έναντίον τής έξισώσεως τής γυναικός, παραδέχονται ότι είναι καί αύτή ίκανή να όδηγήσῃ αύτοκίνητον ή σκούτερ, όπως παραδέχονται καί τόν τρόπον μέ τόν όποιον ή γυναίκα ντύνεται. Έχουν, έπίσης, παύσει να «φέρουν βαρέως» τó γεγονός ότι βοηθούν τήν γυναίκα εις τās οικιακάς άσχολίας, καί έχουν άρχίσει να καταλαβαίνουν ότι δέν ύπάρχει ανάγκη να «φαίνονται» άνδροπρεπείς. Είναι σίγουροι διά τόν άνδρισμόν τους καί έχουν τó θάρρος να ντύνονται όπως τους άρέσει, χωρίς να γελοιοποιούνται. (ΣΗΜ. Η, τούλάχιστον, έτσι θέλουν να πιστεύουν οί έμπνευσταί τών έξάλλων μοντέρνων άνδρικών εμφανίσεων). Έτσι αφήνουν τά μαλλιά τους μακρότερα, καί φορούν έμπριμέ κραβάτες. Η πάλη τών φύλων δέν έχει ούδ' επί στιγμὴν σταματήσει, μόνον ή όψη τής έχει αλλάξει.

Είναι περιπεπλεγμέναί αί σκοπιμότητες καί τά ένδιαφέροντα πού έμπνέουν εις τούς σχεδιαστάς μόδας τήν δημιουργίαν, διά άμφότερα τά φύλα, περισσότερον έντυπωσιακόν μοντέλλων από κάθε άλλην φοράν.

Άσχετοι παράγοντες έπηρεάζουν, έκάστοτε, τήν μόδα. Ποτέ, όμως, σύμφωνα μέ τήν Ιστορίαν, αί γυναίκες δέν τήν ήκολούθησαν μέ δουλοπρέπειαν όταν αύτή ήτο αντίθετος προς τήν όλην ατμόσφαιραν τού καιρού των. Παρισίνοί καί άλλοι σχεδιασταί έχουν επανειλημμένως προσπαθήσει να «καταφέρουν» τίς γυναίκες ν' αλλάξουν τó ύψος τής φούστας τους καί γενικώς τή γραμμή τής ένδυμασίας τους όταν αύταί δέν ήταν έτοιμαί να καλοσωρίσουν τήν άλλαγὴν. Άπέτυχαν καθ' όλοκλήριαν. Αί γυναίκες θά κάνουν πάντοτε όπως θέλουν καί όπως αισθάνονται. Καί οί σχεδιασταί εις τήν πραγματικότητα θά προσαρμόζονται πάντοτε προς τās έπιθυμίας τών γυναικῶν.

Άλλωστε, εις τόν άπλούστατον αύτόν συλλογισμόν στηρίζεται καί ή έπιτυχία τεραστίων οικονομικών προγραμμάτων καί έπιχειρήσεων, τών όποιων τά νήματα κινούν μέ πολλήν μαεστρίαν καί ιδιαιτέραν εύφυίαν, δαιμόνιοι βιομήχανοί καί έμποροί, εις τās παρασκηνία τών λαμπρών αίθουσών έπίδειξεων.

Η μόδα είναι μία θεά πολύ άπαιτητική, αλλά καί ιδιαιτέρως εύγνώμων δι' όσους τήν ύπηρετούν μέ φρόνησιν καί διορατικόν πνεύμα. Ουδεμίαν σημασίαν έχουν αί έξαλλοί μορφαί τās όποιās παίρνει έκάστοτε, διά να έντυπωσιάσῃ. Όλα κινούνται αυστηρώς μέσα στα πλαίσια τού πλέον σοφού κερδοσκοπικού προγράμματος. Καί αν, φαινομενικώς, δημιουργηται ή έντύπωσις ότι ή «μόδα» έχει μεγαλυτέραν σχέσηιν μέ τήν Άφροδίτην ή τόν Άδωνιν, παρά μέ τόν Κερδῶν Έρμη, οί πεζοί άριθμοί καί στοιχεία, λαμβανόμενα έκ τών διαφόρων ίσοζυγίων έξωτερικών συναλλαγών, διαφεύδουν τόν μύθον.

SHEILA BLACK

Ο ΣΤΕΦΑΝΟΣ Γ. ΣΤΡΕΪΤ

ΜΕΤΕΦΕΡΕ

ΤΟ ΔΙΚΗΓΟΡΙΚΟΝ ΤΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΝ ΕΙΣ ΤΗΝ

ΟΔΟΝ ΟΜΗΡΟΥ 22

ΤΗΛΕΦ. 613-507

(διετηρήθη ό ίδιος άριθμός)