



ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΗΝΩΝ

Αθήνα 4 Ιουνίου 2014

# Διαπιστώσεις στην αγορά του κοσμήματος

ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΗΝΩΝ



## Η διεθνής τάση

- Πρόβλεψη αύξησης τζίρου από 148 δις € σε 250 δις € το 2020. (Έκθεση εταιρείας McKinsey).
- Δυναμική ανάπτυξη των επωνύμων brands με πρόβλεψη το μερίδιο τους στην παγκόσμια αγορά τα επόμενα χρόνια να φθάσει το 30-40% από 20% που είναι σήμερα.
- Στις online πωλήσεις το ποσοστό μεριδίου της συνολικής αγοράς υπολογίζεται να αγγίξει το 10% τα επόμενα 5 χρόνια αντί του 5% που καταγράφεται σήμερα.
- Επιθετικές στρατηγικές ανάπτυξης και προβολής εκ μέρους των ισχυρών ονομάτων της αγοράς.
- Η τιμή καθώς και η τοποθέτηση της μάρκας στην αγορά αναδεικνύονται σε καθοριστικούς παράγοντες.

# Η Ελληνική αγορά

ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΗΝΩΝ



- Πτώση τζίρου έως και 50% τα τελευταία 3 χρόνια.
- Σοβαρά προβλήματα ανταγωνιστικότητας δημιουργήθηκαν στον κλάδο λόγω της διεθνούς αύξησης των τιμών των Α΄ υλών σε συνδυασμό με την έλλειψη χρηματοδότησης.
- Αρνητική επίπτωση, ειδικά στον εισερχόμενο τουρισμό από την Ευρώπη δημιούργησε η αύξηση του ΦΠΑ και η επιβολή φόρου πολυτελείας.
- Δημιουργία πιο οικονομικών συλλογών για την τοπική αγορά.
- Αύξηση χρήσης εναλλακτικών υλικών.
- Δημιουργία ανάγκης εξωστρέφειας.
- Ενίσχυση παραγωγής προϊόντων που απευθύνονται στον εισερχόμενο τουρισμό.
- Αλλαγή καταναλωτικών προτύπων Ελλήνων και ξένων καταναλωτών.
- Ο μέσος Έλληνας καταναλωτής περιορίζεται μόνο στην κάλυψη αναγκών που προκύπτουν από την τέλεση θρησκευτικών μυστηρίων.
- Πτώση κατά κεφαλή κατανάλωσης από τους ξένους καταναλωτές.

# Ανάλυση SWOT

ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΗΝΩΝ



## Δυνάμεις:

- Ιστορία 5.000 ετών.
- Έμπειροι τεχνίτες με διαφορετικές γεωγραφικές καταβολές, συνδυασμός ποικίλων παραδοσιακών τεχνικών.
- Δημιουργική επιχειρηματικότητα στον κλάδο.
- Χειροποίητο κόσμημα κατασκευασμένο από οικογενειακές βιοτεχνίες.
- Καταστήματα λιανικής πώλησης που ανήκουν σε οικογένειες με παράδοση στον χώρο.
- Σύγχρονος εξοπλισμός εργαστηρίων.

# Ανάλυση SWOT

ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΗΝΩΝ



## Αδυναμίες:

- Δεν παράγουμε Α΄ ύλη, ούτε είμαστε κέντρο διακίνησης υλικών.
- Έλλειψη στρατηγικής για τον κλάδο.
- Έλλειμμα ισχυρών brand στις επιχειρήσεις και συνολικού branding του κλάδου.
- Παραγωγή, για πολλά χρόνια, βασισμένη σε αντίγραφα (αρχαίων και διεθνών πρωτοτύπων)
- Χρειάζεται βελτίωση στον τομέα του σχεδιασμού.

# Ευκαιρίες :

ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΗΝΩΝ



- Η μείωση της εσωτερικής κατανάλωσης οδηγεί αναγκαστικά στην εξωστρέφεια.
- Αυξητικές τάσεις στον τουρισμό, ιδιαίτερα θετικές προοπτικές για την Αθήνα.
- Αξιοποίηση της Κρουαζιέρας. Προοπτική αύξησης κοινού υψηλού οικονομικού και κοινωνικού επιπέδου, με την έναρξη λειτουργίας του Πειραιά ως “Home Port”.
- Αυξητικές τάσεις ζήτησης σε διεθνές επίπεδο έως τουλάχιστον το 2020.
- Συντονισμένες προσπάθειες αναβάθμισης της Αθήνας.
- Αύξηση επιχειρηματικότητας ανάγκης και στον κλάδο του κοσμήματος, Χρήση εναλλακτικών υλικών.
- Μουσεία – Δυνατότητα έμμεσης και άμεσης προβολής του σύγχρονου Ελληνικού κοσμήματος.

# Απειλές:

ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΗΝΩΝ



- Μείωση εσωτερικής κατανάλωσης
- Υψηλό ΦΠΑ, σε σχέση με άλλες ανταγωνιστικές Ευρωπαϊκές χώρες.
- Φόρος πολυτελείας 10%.
- Έλλειμμα δυνατότητας χρηματοδότησης – αυξημένο πρόβλημα ρευστότητας.
- Άνοδος της βιομηχανικής παραγωγής εις βάρος του παραδοσιακού χειροποίητου κοσμήματος.
- Μεταφορά της παραγωγής Ελληνικών επιχειρήσεων σε χώρες χαμηλού κόστους.
- Ανεργία – μείωση σχολών μαθητείας, δυσκολότερη πρόσβαση στον κλάδο νέων τεχνιτών & σχεδιαστών.
- Έλλειμμα διάθεσης συντονισμού και αναποτελεσματικότητα φορέων της πολιτείας.
- Προσπάθεια αποδυνάμωσης οικονομικής και θεσμικής των κλαδικών φορέων.

# Προτάσεις

ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΗΝΩΝ



## Για την αναβάθμιση του συνόλου της αγοράς που θα αφορούν:

- Την ανάπτυξη του τουρισμού και την ανάδειξη της πρωτεύουσας σε ελκυστικό προορισμό “city break”.
- Τον σχεδιασμό “city branding” με παράλληλη ανάπτυξη θεματικού “branding” για το κόσμημα.
- Την οργάνωση κεντρικών εκδηλώσεων στην καρδιά της πόλης κατά την διάρκεια κλαδικών εκθέσεων και συνεδρίων.
- Την αξιοποίηση της μελέτης-πρότασης του Σχεδίου Ολοκληρωμένης Αστικής Παρέμβασης (ΣΟΑΠ) σε ότι σχετίζεται με την ενίσχυση των βασικών οικονομικών δραστηριοτήτων του κέντρου, της επιχειρηματικότητας, την δημιουργία εμπορικών θεματικών ενοτήτων στο κέντρο της πόλης, την ενίσχυση της ταυτότητας και branding του Δήμου, την δημιουργία επιχειρηματικών cluster και τέλος την συνολική ανάπτυξη του τουρισμού στην πρωτεύουσα.





## Για την αναβάθμιση του συνόλου της αγοράς που θα αφορούν:

- Την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, την στήριξη των νέων επιχειρηματιών.
- Την ανάπτυξη καινοτόμων εφαρμογών επικοινωνίας και διαχείρισης της πληροφορίας, που θα απευθύνονται στον επισκέπτη και θα αφορούν την λειτουργία της πόλης και τις προσφερόμενες υπηρεσίες από τα καταστήματα.
- Τον επανασχεδιασμό του προγράμματος των σχολών του ΟΑΕΔ βάσει των πραγματικών αναγκών της αγοράς, με σκοπό την στελέχωση των επιχειρήσεων με νέους που θα διαθέτουν επαρκείς γνώσεις, ικανότητες και επιδεξιότητες.
- Την θέσπιση εξάμηνης ή ετήσιας επιδοτούμενης μαθητείας που θα αφορά νέους τεχνίτες και επαφή με την πραγματικότητα του επαγγέλματος δίπλα σε έμπειρους δασκάλους.

# Ειδικά για τον τομέα του κοσμήματος προτείνεται:

ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΗΝΩΝ



- Η στήριξη της Ελληνικής παραγωγής
- Η κατάργηση του φόρου πολυτελείας στο κόσμημα.
- Η ενίσχυση των δράσεων προβολής-προώθησης του Ελληνικού κοσμήματος
- Η σωστή οργάνωση επιχειρηματικών αποστολών και η δημιουργία μηχανισμού που θα φέρνει σε επαφή πιθανούς αγοραστές εξωτερικού με Έλληνες κατασκευαστές.
- Η χρηματοδότηση για επενδύσεις στη σύγχρονη τεχνολογία που θα διευκολύνουν τις παραδοσιακές τεχνικές, εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα ευέλικτες μορφές παραγωγής
- Η στήριξη νέων σχεδιαστών-παραγωγών που δημιουργούν κοσμήματα χρησιμοποιώντας και εναλλακτικά υλικά

# Ειδικά για τον τομέα του κοσμήματος προτείνεται:

ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΗΝΩΝ



- Η συνεργασία με τα μουσεία της πόλης και η οργανωμένη προώθηση του σύγχρονου Ελληνικού κοσμήματος σαν συνέχεια της ιστορικής πορείας του.
- Η ιδιωτική πρωτοβουλία παρουσίασης του Ελληνικού κοσμήματος στο εξωτερικό να προβάλλεται συστηματικά και να στηρίζεται από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς (Η έκθεση "Mythen / Μύθοι", που έγινε στο Βερολίνο και το Αμβούργο.)
- Η οργάνωση περισσότερων εκδηλώσεων από φορείς της πόλης με θέμα το Ελληνικό κόσμημα. (π.χ. τεχνόπολις).
- Η εξασφάλιση προσβασιμότητας στο κέντρο της Αθήνας των τουριστών που προέρχονται από την κρουαζιέρα
- HOME PORT το λιμάνι του Πειραιά.
- Η ανάπτυξη συστήματος πιστοποίησης των καταστημάτων με στόχο την αναβάθμιση των προσφερομένων υπηρεσιών και την ταυτόχρονη μείωση του φαινομένου της κατευθυνόμενης κατανάλωσης.
- Με αφορμή εκδηλώσεις διεθνούς επιπέδου, η διάθεση κοσμημάτων υψηλής αισθητικής σε επώνυμα πρόσωπα εσωτερικού και εξωτερικού.