

## Η Ελληνική Αργυροχρυσοχοΐα από το 1940 έως σήμερα και η συμβολή της στην οικονομική ανάπτυξη

Φωτεινή Μαστρογιάννη

Υποψήφια Διδάκτωρ, Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού

Πανεπιστήμιο Πατρών

fotmast@hotmail.com

### Περίληψη

Η ιστορία του ελληνικού κοσμήματος ξεκινά ήδη από τη Νεολιθική Εποχή και συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Στο παρόν κείμενο, παρουσιάζεται η ιστορία του ελληνικού κοσμήματος τον 20 αιώνα και ιδιαίτερα από το 1940 έως σήμερα. Παρά τις διακυμάνσεις στην προσφορά και τη ζήτηση, κυρίως λόγω των οικονομικών κρίσεων, η ελληνική αργυροχρυσοχοΐα παραμένει ένας δυναμικός κλάδος, γιατί το ελληνικό κόσμημα έχει μοναδική ποιότητα, η τέχνη του μεταφέρεται από γενιά σε γενιά με παράδοση αιώνων ενώ έχει άμεση διασύνδεση με τον τουρισμό και τις εξαγωγές. Αποτελεί κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούνται κυρίως μικρομεσαίες επιχειρήσεις συμβάλλοντας κατ' αυτό τον τρόπο τόσο στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας όσο και στη μείωση της ανεργίας. Αίτημα για την περαιτέρω μεγέθυνση του κλάδου είναι η δημιουργία ανώτατων σπουδών αργυροχρυσοχοΐας όσο και η αναγνώριση του ελληνικού κοσμήματος από το ελληνικό κράτος ως προϊόντος πολιτιστικής κληρονομιάς και η ευρύτερη υποστήριξή του.

**Λέξεις-κλειδιά:** Ελληνική Αργυροχρυσοχοΐα, Πολιτιστική Κληρονομιά, Οικονομική Ανάπτυξη, Ιστορική Εξέλιξη.

### 2. Εισαγωγή

Το παρόν κείμενο, αποτελεί τμήμα της διδακτορικής μου διατριβής με τίτλο «Ελληνική γυναικεία χειροτεχνία, εργατικό δίκαιο και δημιουργία απασχόλησης στον Τουρισμό». Η αργυροχρυσοχοΐα αποτελεί έναν από τους δυναμικότερους κλάδους της ελληνικής χειροτεχνίας στον οποίο δραστηριοποιούνται πολλές γυναίκες αλλά και συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό. Ο δυναμισμός του και η προσφορά στην ελληνική οικονομία αποτελεί έναυσμα για την περαιτέρω και συνεχή μελέτη του στο σύγχρονο ακαδημαϊκό χώρο ειδικά όσον αφορά την επιχειρηματικότητα.

Ο 20<sup>ος</sup> αιώνας υπήρξε σημαντικός για το ελληνικό κόσμημα. Οι αργυροχρυσοχοΐοι-ασημιτζήδες σταματούν να είναι πλανόδιοι και εγκαθίστανται πλέον στις πόλεις και στα χωριά ενώ οι μικρασιάτες πρόσφυγες αργυροχρυσοχοΐοι εμπλούτισαν την αργυροχρυσοχοΐα με τη λεπτότητα των κοσμημάτων τους.

Το ελληνικό κόσμημα από το 1940 και μετά παρασκευάζεται με παραδοσιακές τεχνικές ενώ κατά τη διάρκεια της γερμανικής κατοχής υπήρξε υψηλή ζήτηση κοσμημάτων ως αναμνηστικών από τους Γερμανούς (Μίκου-Καραχάλιου, 1999). Η δίωξη των Ελλήνων από την Κωνσταντινούπολη από τους Τούρκους, αργότερα (1955) και η μετεγκατάστασή τους στην Ελλάδα εμπλούτισε και αυτή με τη σειρά της την τοπική αργυροχρυσοχοΐα (Μίκου-Καραχάλιου, 2009).

Η ζήτηση για το ελληνικό κόσμημα συνεχίστηκε και τη δεκαετία του 1950 όταν άρχισε ο τουρισμός, ενώ τη δεκαετία του 1960 σημειώθηκε μία διαρκώς αυξανόμενη διεθνώς ζήτηση για το ελληνικό κόσμημα (Μίκου-Καραχάλιου, 2009). Την εποχή εκείνη αναπτύχθηκε και το «εικαστικό κόσμημα» παράλληλα με την κλασική αργυροχρυσοχοΐα (Καραϊσκάκη, 2019). Τις δεκαετίες αυτές, η Αθήνα έγινε μεγάλο τουριστικό και αστικό κέντρο προσελκύοντας πολλούς χρυσοχόους οι οποίοι εκσυγχρόνισαν τα εργαστήριά τους και τα διαχώρισαν από τον χώρο



πώλησης συνεχίζοντας την υψηλή τους ποιότητα. Αρκετοί από αυτούς άρχισαν να εξάγουν (Μίκου-Καραχάλιου, 2009).

Ο κλάδος της αργυροχρυσοχοΐας άρχισε να οργανώνεται συστηματικά το 1967 από τον Εθνικό Οργανισμό Ελληνικής Χειροτεχνίας (ΕΟΕΧ) ο οποίος εξέδιδε και το περιοδικό Quality στοχεύοντας στην προβολή του ελληνικού κοσμήματος διεθνώς αλλά είχε και πρόγραμμα υποτροφιών στο εξωτερικό στο οποίο συμμετείχαν πολλοί απόφοιτοι της Σχολής Καλών Τεχνών ειδικότερα γλύπτες. Η είσοδος των καλλιτεχνών στον κλάδο έδωσε νέα ώθηση δημιουργώντας σύγχρονα κοσμήματα τα οποία εμπνέονταν όχι μόνο από την αρχαιότητα αλλά και από τη φύση και την ελληνική τέχνη κατά τη διάρκεια των αιώνων (Μίκου-Καραχάλιου, 2009).

## 2. Εξέλιξη της Ελληνικής Αργυροχρυσοχοΐας 1960 – 2023

Για να γίνει καλύτερα αντιληπτός ο κλάδος της αργυροχρυσοχοΐας, πριν προχωρήσουμε στην οικονομική και ιστορική του εξέλιξη, είναι σκόπιμο να αναφερθούμε στην κατηγοριοποίησή του. Η κατηγοριοποίηση του κλάδου έχει ως ακολούθως (Γεωργίου, 2007):

- Επιχειρήσεις παραγωγής επώνυμου κοσμήματος. Αφορά επιχειρήσεις που διαθέτουν εργαστήρια και καταστήματα στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, διαθέτουν πρωτότυπα κοσμήματα και τμήματα σχεδιασμού.
- Επιχειρήσεις παραγωγής βαριών κοσμημάτων. Είναι κυρίως εργαστήρια που βρίσκονται στο κέντρο της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, απευθύνονται σε ένα περιορισμένο κοινό υψηλής οικονομικής δυνατότητας, έχουν μεγάλα περιθώρια κέρδους αλλά δύσκολα μπορούν να επεκταθούν.
- Επιχειρήσεις παραγωγής χυτού κοσμήματος. Είναι κυρίως μικρά εργαστήρια και μονάδες οργανωμένες με παραδοσιακό τρόπο. Παράγουν τυποποιημένα κοσμήματα, εξάγουν ευκαιριακά και απασχολούν από 1-4 εργαζόμενους.

Σημεία λιανικής πώλησης. Καταστήματα που είναι κυρίως ανοργάνωτα και μαζί με τα κοσμήματα πωλούν και άλλα είδη. Ενώ, σύμφωνα με τη Νταϊλάνι (2013), η κατηγοριοποίηση του κλάδου έχει ως ακολούθως:

- Μικρές βιοτεχνικές μονάδες που κατασκευάζουν προϊόντα αργυροχρυσοχοΐας.
- Τα κλασικά κοσμηματοπωλεία.
- Μικτές επιχειρήσεις που είναι καταστήματα λιανικής που αποτελούν την προέκταση ενός υφιστάμενου εργαστηρίου κατασκευής.

Βασικό στοιχείο, όπως διαβάζουμε από την παραπάνω κατηγοριοποίηση, είναι, κυρίως, οι βιοτεχνικές μονάδες-εργαστήρια και τα καταστήματα. Την περίοδο 1958-1988, ο μέσος ρυθμός αύξησης των εργαστηρίων αργυροχρυσοχοΐας ήταν οκτώ φορές μεγαλύτερος από τον μέσο ρυθμό αύξησης της ελληνικής βιοτεχνίας, ενώ και τα καταστήματα πωλήσεων είχαν μεγάλη άνοδο. Ειδικότερα, το 1958 ένα εργαστήριο αργυροχρυσοχοΐας αντιστοιχούσε σε κάθε 200 βιοτεχνίες ενώ το 1978 ένα εργαστήριο αντιστοιχούσε σε 86 βιοτεχνίες. Την περίοδο 1984-1988 ο ρυθμός αύξησης των εργαστηρίων αργυροχρυσοχοΐας ήταν 16,6% ενώ η υπόλοιπη ελληνική βιοτεχνία είχε μηδενική αύξηση. Το 1988 ένα εργαστήριο αντιστοιχούσε σε 73 βιοτεχνίες (Γεωργίου, 2007). Η μεγαλύτερη συγκέντρωση εργαστηρίων ήταν στην Αθήνα, στη Θεσσαλονίκη και στις Σέρρες (Γεωργίου, 2007).

Τα καταστήματα πωλήσεων, την περίοδο 1969-1988, σημείωσαν ρυθμό αύξησης 3,5 μεγαλύτερο από τα άλλα εμπορικά καταστήματα. Ειδικότερα, το 1969 αντιστοιχούσε ένα κοσμηματοπωλείο σε κάθε 91 καταστήματα ενώ το 1988 αντιστοιχούσε σε κάθε 53 καταστήματα (Γεωργίου, 2007).



Τη δεκαετία του 70 αλλά και του 80, τα κοσμήματα ήταν φτιαγμένα κυρίως από οικονομικά υλικά ενώ ο τουρισμός δημιούργησε ένα ευρύτερο κοινό.

Το 1996, οι πωλήσεις σε αλλοδαπούς, οι οποίοι απορροφούσαν άνω του 50% της παραγωγής του κλάδου, μειώθηκαν κατά 10%. Η άνοδος του αριθμού των τουριστών δεν αναπλήρωσε τη μείωση των πωλήσεων γιατί μεγάλο μέρος του διαθέσιμου εισοδήματος των τουριστών δεσμεύονταν από τα τουριστικά πακέτα (Γεωργίου, 2007).

Η εγχώρια παραγωγή του κλάδου μειώθηκε την περίοδο 1986-1997, ενώ συγκρινόμενη με την ευρωπαϊκή αργυροχρυσόχοϊα το μερίδιό της την περίοδο εκείνη μειώθηκε από το 4% στο 2% ενώ παγκόσμια η ελληνική παραγωγή από το 1% το 1987 μειώθηκε στο 0,5% το 1996 (Γεωργίου, 2007).

Τα έτη 2000-2003, το ακαθάριστο προϊόν στον κλάδο της αργυροχρυσόχοϊας ανέρχονταν στα 200-250 εκατομμύρια ευρώ (Γεωργίου, 2007).

Το 2003, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ, ο κλάδος της αργυροχρυσόχοϊας είχε τα παρακάτω μεγέθη:

Πίνακας 1. Αριθμός Επιχειρήσεων και Κύκλος Εργασιών  
(Νταϊλάνι, 2013)

	Αριθμός Επιχειρήσεων	Κύκλος Εργασιών (Ευρώ)
<b>Παραγωγικές</b>	2.418	216.080.000
<b>Εμπορικές</b>	3.799	253.100.000

Το έτος αυτό (2003), οι αργυροχρυσόχοϊκές παραγωγικές επιχειρήσεις αντιστοιχούσαν στο 2,5% των μεταποιητικών επιχειρήσεων με κύκλο εργασιών που αντιστοιχεί στο 0,4% του συνολικού κύκλου εργασιών των μεταποιητικών επιχειρήσεων. Στις Σέρρες και στα Ιωάννινα βρίσκονται, ως επί το πλείστον, οι περισσότερες παραγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου.

Το 2007, στην Ελλάδα υπήρχαν 2.500 εργαστήρια ενώ η Ελλάδα κατατάσσονταν στην 7<sup>η</sup> θέση στην παραγωγή κοσμήματος αλλά κατείχε μόνο το 0,6% της παγκόσμιας παραγωγής. Αναφορικά με τις θέσεις εργασίας, το 2007, στον κλάδο απασχολούνταν 40.000 εργαζόμενοι ενώ από το 2004-2007 έκλεισαν 2.000 καταστήματα από το σύνολο των 7500 καταστημάτων (Επιμελητήριο Κεφαλονιάς & Ιθάκης, 2007).

Οι εργαζόμενοι, την περίοδο εκείνη, ήταν κυρίως άντρες, απόφοιτοι σχετικών σχολών και εξειδικευμένοι τεχνίτες όπως π.χ. στο κάρφωμα και η σχέση εργασίας τους ήταν κυρίως πλήρους απασχόλησης. Οι επιχειρήσεις ήταν κυρίως οικογενειακές (Γεωργίου, 2007).

Η σύνθεση του προσωπικού στις παραγωγικές επιχειρήσεις ήταν ως εξής (Γεωργίου, 2007):

Πίνακας 2. Αριθμός Προσωπικού στις Παραγωγικές Επιχειρήσεις

Προσωπικό	Παραγωγικές Επιχειρήσεις
Διοικητικό	32%
Εργατικό	68%
Άνδρες	73%
Γυναίκες	27%
Πλήρους Απασχόλησης	82%
Μερικής Απασχόλησης	18%



Πίνακας 3. Αριθμός Προσωπικού στις Εμπορικές Επιχειρήσεις

Προσωπικό	Εμπορικές Επιχειρήσεις
Διοικητικό	55%
Εργατικό	45%
Άνδρες	65%
Γυναίκες	33%
Πλήρους Απασχόλησης	86%
Μερικής Απασχόλησης	14%

Λίγες επιχειρήσεις ασχολούνταν με τις εξαγωγές λόγω του έντονου ανταγωνισμού από τους Ιταλούς οι οποίοι εξήγαγαν το 80% της παραγωγής τους ενώ οι Τούρκοι είχαν φθινή παραγωγή και είχαν αυξήσει κατά 40% τις εξαγωγές τους. Η τιμή του χρυσού ήταν 800 δολάρια η ουγκιά, τιμή που είχε διπλασιαστεί από το 2015-2017 ενώ η αύξηση της τιμής δεν πέρασε στον καταναλωτή αλλά αντίθετα συμπιέστηκε η κερδοφορία των εμπόρων (Επιμελητήριο Κεφαλονιάς & Ιθάκης, 2007). Το κόστος δημιουργίας ενός εργαστηρίου ανέρχονταν στα 100.000 ευρώ ενώ ο δημιουργός αναλάμβανε και τον ρόλο του εμπόρου γιατί οι παραγγελίες δεν ήταν αρκετές. Λίγοι παραγωγοί έχουν σπουδάσει το αντικείμενο ενώ οι περισσότεροι έχουν μάθει την τέχνη δίπλα σε άλλους χρυσοχόους (Επιμελητήριο Κεφαλονιάς & Ιθάκης, 2007).

Οι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση του κοσμήματος είναι οι ακόλουθοι (Γεωργίου, 2007): η αγοραστική δύναμη και το διαθέσιμο εισόδημα, ο τουρισμός, το επίπεδο διαβίωσης, η φορολογία, η μόδα, η προώθηση και το δίκτυο διανομής των προϊόντων και οι εισαγωγές.

Προκειμένου να καταστεί ο κλάδος πιο ανταγωνιστικός, ο Σύλλογος Αργυροχρυσόχων Αθηνών, εδώ και πολλά χρόνια, ζητά την ένταξη της αργυροχρυσοχοΐας ως αντικείμενο σπουδών στην Ανώτατη Σχολή Καλών Τεχνών αλλά και την αναγνώριση του ελληνικού κοσμήματος από το ελληνικό κράτος ως προϊόντος πολιτιστικής κληρονομιάς και την ένταξη στην πλατφόρμα της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς των αργυροχρυσοχοϊκών τεχνικών (Καραϊσκάκη, 2019). Ο Σύλλογος ζητά επίσης την κατάργηση του ειδικού φόρου πολυτελείας που επιβάλλεται σε κοσμήματα αξίας άνω των 1000 ευρώ και στις εισαγόμενες πρώτες ύλες όπως είναι τα κοράλλια, τα μαργαριτάρια κ.λπ. Ο ειδικός φόρος πολυτελείας καθιστά τα ελληνικά κοσμήματα μη ανταγωνιστικά, γιατί ένα κόσμημα που πωλείται στην Ελλάδα 2.500 ευρώ, πωλείται 2.000 ευρώ στην Ιταλία και 1.600 ευρώ στην Τουρκία (Καραϊσκάκη, 2019).

Ένα άλλο αίτημα του Συλλόγου είναι η προστασία του κλάδου στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας που βάλλεται από την Airbnb, γιατί η αργυροχρυσοχοΐα βασίζεται σε δίκτυα κατανομής της εργασίας π.χ. άλλος σκαλίζει, άλλος γυαλίζει κ.λπ. Οι μετέχοντες στα δίκτυα αυτά έχουν τα εργαστήριά τους σε ορόφους πολυκατοικιών του κέντρου και όταν αυτοί δίνονται για Airbnb τότε δημιουργείται πρόβλημα στέγασης γι' αυτούς (Καραϊσκάκη, 2019).

Ο κλάδος της αργυροχρυσοχοΐας άντεξε στη δεκαετή οικονομική κρίση με σημαντικές απώλειες. Οι λόγοι για τους οποίους άντεξε είναι η μοναδική ποιότητα του ελληνικού κοσμήματος, η διαχρονική γνώση της τέχνης που μεταφέρεται στις επόμενες γενιές τεχνητών, η διασύνδεσή του με τον τουρισμό και οι εξαγωγές (το 45% της παραγωγής εξάγεται – 46,5 εκατομμύρια ευρώ) (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, 2021). Αναλυτικότερα και όσον αφορά τις εξαγωγές, η Ελλάδα είναι έβδομη στην ευρωπαϊκή κατάταξη της αργυροχρυσοχοΐας αλλά στη διεθνή αγορά το μερίδιο αγοράς της είναι μικρότερο του 1%. Το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στον κλάδο το κατέχει η Κίνα και η Ινδία (12%), οι ΗΠΑ (8%), η Γαλλία και η Ιταλία (6%) και τέλος, η Τουρκία με 4% (ΙΝΕ ΓΣΕΒΕΕ, 2021).



Η απασχόληση στον κλάδο με βάση τον Κωδικό Αριθμό Δραστηριότητας (ΚΑΔ) για τα έτη 2016 – 2018 σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ έχει ως ακολούθως:

Πίνακας 4. Αριθμός Απασχολούμενων από 2016-2018 ανά ΚΑΔ  
(ΕΛΣΤΑΤ – Μητρώο Επιχειρήσεων, 2016-2018)

<b>Αριθμός Απασχολούμενων</b>			
Κωδικός Αριθμός Δραστηριότητας (ΚΑΔ)	2016	2017	2018
32.12 Κατασκευή κοσμημάτων και συναφών ειδών	3.032	2.765	2.779
46.48 Χονδρικό εμπόριο ρολογιών και κοσμημάτων	1.551	1.387	1.487
47.77 Λιανικό εμπόριο ρολογιών και κοσμημάτων σε ειδικευμένα καταστήματα	8.230	7.454	8.031

Για το 2020, με βάση τον κωδικό NACE 321 – Κατασκευή κοσμημάτων, πολύτιμων αντικειμένων και συναφών ειδών ο αριθμός των νομικών μονάδων ήταν 1953, με κύκλο εργασιών 82.355 (χιλιάδες ευρώ) και αριθμό απασχολούμενων 3,793 σημειώνοντας αύξηση

Στην Περιφέρεια Αττικής, το 2020, βρίσκονται 1.000 νομικές μονάδες, με κύκλο εργασιών 57.972,63 (χιλιάδες ευρώ) και απασχολούνται 2.343 εργαζόμενοι. Σε σύγκριση με την υπόλοιπη χώρα, για το ίδιο διάστημα, η Περιφέρεια Αττικής απασχολεί το 62% των εργαζομένων του κλάδου, το 42% του κύκλου εργασιών και το 95% των νομικών μονάδων. Παρατηρούμε λοιπόν μία υπερσυγκέντρωση του κλάδου στη συγκεκριμένη περιφέρεια.

Η INE ΓΣΕΒΕΕ (2021) στη σχετική μελέτη της κατέθεσε κάποιες στρατηγικές προτάσεις για την ανάπτυξη του κλάδου που είναι οι ακόλουθες:

1. Δημιουργία σήματος «Ελληνικό Κόσμημα».
2. Ενημέρωση και προσαρμογή των επαγγελματιών του κλάδου στις νέες τάσεις βλ. ψηφιακές πλατφόρμες.
3. Ενίσχυση των χωρικών συσπειρώσεων (clusters).
4. Ενίσχυση και αναδιοργάνωση των εκπαιδευτικών βαθμίδων και δομών με δημιουργία ενός τουλάχιστον διετούς προγράμματος φοίτησης, όπου οι σπουδαστές θα μπορούν να αποκτούν βασικές γνώσεις και δεξιότητες. Μετά το διετές πρόγραμμα θα πρέπει να παρακολουθούν ειδικά προγράμματα κατεύθυνσης, όπου θα μπορούν να επιλέγουν την τεχνική, τα υλικά και την τεχνολογική εξειδίκευση. Στο τέλος, θα πρέπει να υπάρχει διασύνδεση με τις Σχολές Καλών Τεχνών για όσους επιθυμούν να εξελίξουν περαιτέρω το αντικείμενο γνωστικά. Οι ελληνικοί τίτλοι σπουδών θα πρέπει να είναι ισότιμοι των αντίστοιχων ευρωπαϊκών.
5. Ανάπτυξη συνεργατικών δημιουργικών κόμβων (hubs) συμπληρωματικών με τις χωρικές συσπειρώσεις (clusters). Οι κόμβοι αυτοί θα είναι κτίρια αρχιτεκτονικού ενδιαφέροντος στον αστικό ιστό όπου θα εγκαθίστανται εργαστήρια αργυροχρυσοχοΐας, συμπληρωματικές ειδικότητες στην αργυροχρυσοχοΐα, καταστήματα λιανικής αλλά και μουσειακοί χώροι με την έννοια των ανοικτών μουσείων δηλαδή εργαστήρια τα οποία θα μπορεί να επισκεφθεί το κοινό και να δει τη διαδικασία παραγωγής των κοσμημάτων.
6. Δημιουργία διετούς προγράμματος φοίτησης όπου ο σπουδαστής θα αποκτά βασικές γνώσεις και στη συνέχεια να παρακολουθούν ετήσια προγράμματα κατεύθυνσης. Στα προγράμματα αυτά οι σπουδαστές θα μπορούν να επιλέγουν κατευθύνσεις π.χ. τεχνολογικής εξειδίκευσης, τεχνικής και υλικών. Για όσους θέλουν να συνεχίσουν περαιτέρω θα μπορούν να το κάνουν μέσω της διασύνδεσης με τις Σχολές Καλών Τεχνών. Είναι επίσης απαραίτητο οι ελληνικοί τίτλοι σπουδών να είναι ισότιμοι με αυτούς της ΕΕ.





7. Δημιουργία κοσμήματος υψηλής ποιότητας και προσαρμοσμένου κοσμήματος. Σημαντικό είναι να δοθούν κίνητρα ή/και επιμορφωτικά προγράμματα για να ενισχυθεί η παραγωγή κοσμημάτων υψηλής ποιότητας και προσαρμοσμένων κοσμημάτων. Η ελληνική αργυροχρυσοχοΐα παράγει χειροποίητα κοσμήματα υψηλής καλλιτεχνικής και πολιτιστικής αξίας κάτι που αποτελεί και το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα. Η στροφή των καταναλωτών στο χειροποίητο κόσμημα ποιότητας δείχνει ότι το ελληνικό κόσμημα πολυτελείας έχει θετικές προοπτικές.
8. Παροχή κινήτρων για την ψηφιακή προβολή των αργυροχρυσοχόων αλλά και επιμορφωτικά προγράμματα απόκτησης ψηφιακών δεξιοτήτων.
9. Οι διεθνείς οίκοι μπορούν να αλλάζουν γρήγορα τις συλλογές τους κάτι που δεν μπορεί να ακολουθήσει το ελληνικό κόσμημα. Συνεπώς, για να επιβιώσει θα πρέπει να παράγει μικρές σειρές κοσμημάτων με μεγάλο εύρος ύφους, υλικών και τεχνικών.
10. Δημιουργία Φορέα για την προώθηση της αργυροχρυσοχοΐας και για την εθνική πολιτική. Δυστυχώς δεν υπάρχει εθνική πολιτική και στρατηγική για τον κλάδο ο οποίος έχει απορρυθμιστεί ενώ ένας φορέας (στα πρότυπα του ΕΛΚΑ/ΕΟΜΜΕΧ) θα μελετά τα επαγγέλματα, θα χαράσσει εθνική πολιτική, θα υποστηρίζει τους επαγγελματίες σε θέματα όπως είναι οι εξαγωγές κ.λπ. ενώ θα προβάλλει επίσης την ελληνική αργυροχρυσοχοΐα στο εξωτερικό.
11. Θα πρέπει να καταργηθεί ο φόρος πολυτελείας ενώ θα πρέπει να δοθούν κίνητρα όπως είναι η κατάργηση του ΦΠΑ στις πρώτες ύλες καθώς και μία εξειδικευμένη εργαλειοθήκη ενίσχυσης της αργυροχρυσοχοΐας π.χ. μέσω προκηρύξεων ΕΣΠΑ, επιδότησης επιτοκίων για μικροδάνεια, απαλλαγής φόρων για αγορά εξοπλισμού, κινήτρων για μεταφορά έδρας στην Ελλάδα κ.ο.κ.
12. Δημιουργία πλαισίου για τη ρύθμιση της παραγωγής, εισαγωγής, διάθεσης και ελεύθερης διακίνησης δημιουργημάτων από πολύτιμα μέταλλα έτσι ώστε να προστατευθούν οι καταναλωτές, να διασφαλιστούν τα συμφέροντα του κλάδου και να δημιουργηθεί εμπιστοσύνη στις εμπορικές συναλλαγές. Η τεχνική νομοθεσία, θα πρέπει να βοηθά στην πιστοποίηση της παραγωγής, η εφαρμογή διαδικασιών ποιότητας σε όλα τα στάδια της παραγωγής ενώ με την υποχρεωτική αλλά και εθελοντικής σήμανσης θα αναδειχθεί η πολιτιστική και ιστορική αξία του ελληνικού κοσμήματος.
13. Δημιουργία οδηγού περιβαλλοντικής διαχείρισης των αποβλήτων των εργαστηρίων αργυροχρυσοχοΐας. Επιπρόσθετα, τα κοσμήματα θα πρέπει να κατασκευάζονται με βάση τις αρχές του ηθικού εμπορίου και της ιχνηλασιμότητας των υλικών. Υπάρχουν επίσης οι καινούριες τάσεις επαναχρησιμοποίησης των κοσμημάτων, επιδιορθώσεών τους με βάση την κυκλική οικονομία οι οποίες θα πρέπει να διαδοθούν στους επαγγελματίες του κλάδου.
14. Δημιουργία ενός συγκεντρωτικού κωδικοποιημένου οδηγού που να κατευθύνει τους αργυροχρυσοχόους όσον αφορά την ευρωπαϊκή και εθνική νομοθεσία και να κατευθύνει την τεχνική κι ασφάλεια, την ασφάλεια υλικών κ.ά.
15. Κατάρτιση οδηγού εξαγωγών που θα βοηθήσει τους αργυροχρυσοχόους που επιθυμούν να εξάγουν τα προϊόντα τους.
16. Προώθηση του ελληνικού κοσμήματος από το Υπουργείο Πολιτισμού, τον ΕΟΤ και το Υπουργείο Τουρισμού και σύνδεσή του με την εθνική τουριστική στρατηγική. Το ελληνικό κόσμημα αποτελεί μέρος της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς και ως εκ τούτου, θα πρέπει να λάβει την αντίστοιχη κρατική προστασία. Προτείνεται και η δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών αργυροχρυσοχοΐας που θα συνδέονται, ειδικότερα, με τον τουρισμό των πόλεων.



Το 2023 η ελληνική αργυροχρυσοχοΐα σημείωσε αύξηση πωλήσεων κατά 10% ενώ οι τζίροι των καταστημάτων είχαν άνοδο 15%, οι δε πωλήσεις σε τουρίστες υπερέβησαν το 50% των λιανικών πωλήσεων ενώ αντίστοιχα ποσοστά σημειώνονται και στην αγορά ρολογιού (Ναυτεμπορική, 2023). Οι προσδοκίες για αύξηση των πωλήσεων λόγω αύξησης της τουριστικής κίνησης δεν επιβεβαιώθηκαν.

Στις ημέρες μας, ένας πολύ μικρός αριθμός αργυροχρυσοχόων είναι καταξιωμένος διεθνώς ενώ τα μικρά εργαστήρια φθίνουν και δεν μπορούν να ανταποκριθούν στην άνοδο του τουρισμού ενώ υπάρχει μεγάλη εισαγωγή κοσμημάτων από χώρες όπως είναι η Κίνα, η Τουρκία κ.ά. (Καραϊσκάκη, 2019).

Όσον αφορά τις προτιμήσεις των καταναλωτών παρατηρείται ότι προτιμούν τις βέρες, τα δακτυλίδια ιδιαίτερα τα μονόπετρα και όσα έχουν πολύτιμους λίθους, τα βαφτιστικά και τις εικόνες ενώ η μέση τιμή αγορών ανήρθε στα 500 ευρώ έναντι των 300 ευρώ που ήταν στα χρόνια της οικονομικής κρίσης (Ναυτεμπορική, 2023).

### 3. Επίλογος

Το ελληνικό κόσμημα είναι δυναμικό κυρίως γιατί είναι χειροποίητο, έχει πρωτότυπο σχέδιο, είναι μοναδικό και ακολουθεί παραδοσιακές τεχνογνωσίες για την παρασκευή του. Δυστυχώς, διάφοροι λόγοι τόσο εσωτερικοί όσο και εξωτερικοί εμποδίζουν την εξωστρέφεια του κλάδου ωστόσο θα πρέπει να επισημανθεί ότι λίγοι ελληνικοί μεταποιητικοί κλάδοι μπορούν να εξάγουν περίπου το 50% του προϊόντος τους ή βρίσκονται στις πρώτες δέκα χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, 2021). Απέδειξε επίσης ότι άντεξε στη μακρόχρονη οικονομική κρίση.

Σύμφωνα με στέλεχος του ΕΟΜΜΕΧ η αδυναμία εξαγωγών του ελληνικού κοσμήματος οφείλεται στην αδυναμία αξιοποίησης του συγκριτικού του πλεονεκτήματος που είναι ότι είναι χειροποίητο, καλαίσθητο και λεπτοδουλεμένο. Ως εκ τούτου, το ελληνικό κόσμημα δεν έχει ταυτότητα και δεν είναι διεθνώς αναγνωρίσιμο, πλην εξαιρέσεων. Επιβάλλεται, λοιπόν, η εφαρμογή κρατικής στρατηγικής, όσον αφορά τόσο την προώθηση όσο και την ευρύτερη οικονομική υποστήριξη του ιστορικού αυτού κλάδου.

### Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Γεωργίου, Φ. (2007). *Ανάλυση του κλάδου της Αργυροχρυσοχοΐας και Business Plan Εργαστηρίου* (Αδημοσίευτη Διπλωματική Εργασία). Πανεπιστήμιο Πειραιά, Πειραιάς. Ανακτήθηκε από <https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/2233/Georgiou.pdf?sequence=2>
- Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ). (2023). *Μητρώα Επιχειρήσεων*. Ανακτήθηκε από [https://www.statistics.gr/el/bussines\\_registries](https://www.statistics.gr/el/bussines_registries)
- Επιμελητήριο Κεφαλονιάς και Ιθάκης. (2007). *Το κόσμημα στην Κεφαλονιά*. Ανακτήθηκε από [https://eeki.gr/pegasus/h007/faq11.php?code=113262&rcode=H901\\_CD113262&temp=1](https://eeki.gr/pegasus/h007/faq11.php?code=113262&rcode=H901_CD113262&temp=1)
- ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ. (2021). *Αργυροχρυσοχόος*. Αθήνα: ΙΜΕ-ΓΣΕΒΕΕ.
- Καραϊσκάκη, Τ. (2019). *Ελληνικό κόσμημα, μια ιστορία 6.000 ετών*. Ανακτήθηκε από <https://www.kathimerini.gr/culture/arts/1054540/elliniko-kosmima-mia-istoria-6-000-eton/>
- Μίκου-Καραχάλιου, Κ. (1999). Σύγχρονες κατευθύνσεις. Στο *Αφιέρωμα «Ελληνικό κόσμημα»*. Αθήνα: Η Καθημερινή. 23-25.



- Ναυτεμπορική. (2023). *Ελληνική αργυροχρυσοχοΐα: Αύξηση πωλήσεων 10% και τζίρου 15% το 2023 σύμφωνα με την ΠΟΒΑΚΩ*. Ανακτήθηκε από <https://www.naftemporiki.gr/business/1549125/elliniki-argyrochrysochoia-ayxisi-poliseon-10-kai-tziroy-15-to-2023-symfona-me-tin-ponako/>
- Νταϊλάνι, Γ. (2013). *Τουριστικά Καταστήματα – Καταστήματα Αργυροχρυσοχοΐας, Η Περίπτωση της Πλάκας* (Αδημοσίευτη Διπλωματική Εργασία). ΤΕΙ Πειραιά, Σπέτσες. Ανακτήθηκε από [http://okeanis.lib.puas.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/1022/tef\\_00049\\_.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://okeanis.lib.puas.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/1022/tef_00049_.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

