

VENETICO EDITION

JUST GOLD



JEWELERS'
CHOICE
AWARDS
2025 FINALIST

Eros - Psyche Studio

VOL 10 | FEB26

REGISTRATION
INTERGOLD
MULTI BRANDS AGENT

intergold.gr



CHRISTOPOULOS JEWELLERY
CJ



Two worlds of jewelry.
One team. One mission
for perfection.



Find us
C12 / D11

Christopoulos Jewellery
www.triantos.gr

MYSTERY

J E W E L S
N. LAVRENTAKIS

larteadv.gr



Ελλησπόντου 22, 122 41 Αιγάλεω, Τηλ.: 6944 812299, email: nilavrentakis@gmail.com



AL'ORO

Jewellery

WWW.ALORO.GR

Εξώφυλλο

Eros - Psyche Studio
JEWELERS CHOICE AWARDS - 2025 FINALIST.

Διαβάστε...

08. PRINCE SILVERO, 30 χρόνια συνεχούς ανοδικής πορείας.
10. Η εξωστρέφεια του ελληνικού κοσμήματος.
12-14. Personal Branding.
16-17. Eros Psyche.
18-20. Ένα διαμάντι μισό ροζ και μισό άχρωμο από την Μποτσουάνα.
22-24. Οι 10 μεγαλύτεροι κίνδυνοι για τις ελληνικές επιχειρήσεις το 2026.
28-30. Η γενιά Z έχει αξίες και μεγάλη απογοήτευση.
32-34. Τεχνητή νοημοσύνη στο σχεδιασμό κοσμημάτων..
36-39. Η κλασική κομψότητα των σκουλαρικών Girandole.
42-44. Η ομορφιά του καναδικού αμμολιτν..
46-47. Λευκό από την Pantone για το 2026..
48-49. Χρυσός και Γροιλανδία.

ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ
L'arte

Αρναουτέλη Μαρία & Σία Ε.Ε.

Ναυπλίου 4, 131 21 1λιον, ΤΗΛ.: 210 5787801
info@larteadv.gr | www.larteadv.gr

ΕΚΔΟΤΕΣ

Μαρία Αρναουτέλη, Αλέξανδρος Αμπού Ασκάρ

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ
L'arte

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ
L'arte

ΠΑΡΑΓΩΓΗ
Smart Print Ε.Π.Ε.

Ο ΣΗΜΕΡΙΝΟΣ ΚΟΣΜΟΣ ΦΑΙΝΕΤΑΙ ΑΣΧΗΜΟΣ, ΑΛΛΑ ΑΣ ΕΛΠΙΖΟΥΜΕ

Όπως γράφει ο Μάρτιν Κετλ στην Guardian, το έχουμε ξαναζήσει και το έχουμε ξεπεράσει – και θα το ξαναπεράσουμε. «Οι σκέψεις μου στρέφονται στα μαθήματα και στην ελπίδα ότι μπορούμε να αντλήσουμε από την ιστορία».

Από τα παγωμένα βουνά της Γροιλανδίας, από την κοραλλιογενή ακτή της Ινδίας, όπως λέει ο παλιός ύμνος, φαίνεται να κατοικούμε σε έναν κόσμο που αντιμετωπίζει σοβαρότερα προβλήματα σε περισσότερα μέρη από ό,τι πολλοί μπορούν ποτέ να θυμηθούν.

Δεν πρέπει να γυρίσουμε τον χρόνο πίσω, ακόμα κι αν αυτό ήταν δυνατό – αν και κάποιος φαίνεται να το πιστεύουν ακόμα. Δεν υπάρχει χρυσή εποχή για να ανακτήσουμε την ιστορία, όπως ακριβώς δεν έχει πολύ νόημα να προσπαθούμε να σβήσουμε την ιστορία. Δεν υπάρχει ούτε μια μαγική λύση. Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν μαθήματα που πρέπει να αντλήσουμε και να εφαρμόσουμε ξανά από εκείνα τα πλέον μακρινά χρόνια.

Ένα από τα πιο σημαντικά είναι ότι είναι καλύτερο να συνεργαζόμαστε σε πράγματα στα οποία μπορούμε να συμφωνήσουμε παρά να εστιάζουμε σε αυτά που μας χωρίζουν. Ιστορικά, αυτό είναι ένα τεράστιο μάθημα.





SK 2101
0,60 gr



SK 2103
0,40 gr



SK 3101
0,70 gr



SK 3121
0,50 gr



SK 3102
0,70 gr



SK 3134
0,70 gr



SK 3137
0,50 gr



SK 3141
0,80 gr



SK 3143
0,80 gr



SK 3146
0,80 gr



SK 3154
1,00 gr



SK 3157
1,00 gr



SK 3158
0,80 gr



SK 3159
0,80 gr



SK 4111
0,90 gr



SK 5104
1,50 gr



SK 5103
1,50 gr



**GOLD
JEWELLERY**

ΜΟΥΧΤΑΡΟΠΟΥΛΟΣ Α. & ΣΙΑ ΟΕ

PRINCE SILVERO, 30 ΧΡΟΝΙΑ ΣΥΝΕΧΟΥΣ ΑΝΟΔΙΚΗΣ ΠΟΡΕΙΑΣ

Η Prince Silvero, μία από τις μεγαλύτερες ελληνικές εταιρείες στον κλάδο της αργυροχρυσοχοΐας, ολοκληρώνει το 2026, έναν κύκλο 30 χρόνων συνεχούς ανοδικής πορείας.



Η δυναμική αυτή εταιρεία, εδώ και τριάντα χρόνια προάγει τις αξίες της ακεραιότητας, της ευθύνης, της δέσμευσης για το αποτέλεσμα, και φυσικά της καινοτομίας, μέσα από την ενεργή στήριξη των αναγκών και των απαιτήσεων των πελατών της.

Η Prince Silvero, διαθέτει ισχυρή διεθνή παρουσία, και δεν έχει πάψει να εξελίσσεται εστιάζοντας πάντα στον άνθρωπο.

Στόχος της εδώ και τρεις δεκαετίες παραμένει η ακέραια συνεργασία και οι εξαιρετικές σχέσεις με τους συνεργάτες, τους προμηθευτές, τους υπαλλήλους και τους αγοραστές της, με βάση τις θεμελιώδεις αξίες που τη συγκροτούν.

Όλα τα προϊόντα της Prince Silvero ανταποκρίνονται πλήρως στις απαιτήσεις των καταναλωτών, χάρη σε μία φιλοσοφία που χαρακτηρίζεται από συνέπεια, εγκυρότητα, αξιοπιστία, χαμηλό κόστος, και πλήρη εξασφάλιση όλων των σχετικών νομοθετικών διατάξεων.

Αξίζει λοιπόν να πέσει λίγο παραπάνω φως σε αυτή την εταιρεία που μεριμνά για τις επιχειρηματικές ανάγκες του κλάδου, συμβάλλοντας ενεργά με τους πόρους της στην υποστήριξη της επιχειρηματικότητας στον τομέα του λιανικού εμπορίου, μέσω της συνεχούς αναβάθμισης και ανανέωσης της ποικιλίας των προϊόντων της.

Ταυτόχρονα φροντίζει διαρκώς για τις ανάγκες της κοινωνίας που ανήκει, με ενεργές δράσεις για τη συμμετοχή στην υποστήριξη των πιο αδύναμων οικονομικά κοινωνικών ομάδων, στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.



THE ORIGINAL
Larimar
STONE

Collections of silver jewels 925^o
with natural stones



IRIDA
COLLECTION

PRINCE INTERNATIONAL S.A.
T: +30 210 5775422
info@princesilvero.gr | www.princesilvero.gr

Η ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΟΣΜΗΜΑΤΟΣ

Σε προηγούμενο τεύχος μας μιλήσαμε για το Αμερικάνικο Show The Outstanding Artist του Milan Art Institute, το οποίο συγκεντρώνει καλλιτέχνες από όλο τον κόσμο με στόχο να αναδείξει τη δύναμη της τέχνης στη σύγχρονη κοινωνία.

Μέσα από θεματικά έργα, προκλήσεις και συνεργασίες, οι συμμετέχοντες καλούνται να εκφράσουν την προσωπική τους καλλιτεχνική ταυτότητα, να πειραματιστούν και να εμπνεύσουν.

Από τις 20 Φεβρουαρίου, η προβολή του έχει ξεκινήσει στο κανάλι του Milan Art Institute στο YouTube, προσφέροντας την ευκαιρία στο κοινό να παρακολουθήσει μια μοναδική δημιουργική συνάντηση τέχνης και έμπνευσης.

Η συμμετοχή της Dimitrios Exclusive στο φετινό Outstanding Artist Show προσδίδει μια ιδιαίτερη διάσταση, καθώς φέρνει στο προσκήνιο το ελληνικό κόσμημα μέσα από έναν σύγχρονο, καλλιτεχνικό φακό, αποδεικνύοντας ότι η τέχνη του σχεδίου και της δημιουργίας συνεχίζει να εμπνέει εντός και εκτός συνόρων. Η συμμετοχή σε μια τέτοια πρωτοβουλία δεν είναι απλώς μια καλλιτεχνική εμφάνιση είναι αναγνώριση της δουλειάς, της αισθητικής και της πολιτιστικής βαρύτητας που φέρει το ελληνικό κόσμημα.

Το γεγονός ότι το ελληνικό jewelry design αναγνωρίζεται διεθνώς ως μορφή τέχνης, αποτελεί πηγή υπερηφάνειας αλλά και ευθύνης. Πολλές gallery, μουσεία και καλλιτεχνικοί χώροι στο εξωτερικό εντάσσουν πλέον ελληνικά κοσμήματα στις συλλογές τους, αντιμετωπίζοντας τα ως έργα πολιτισμού και έμπνευσης. Τα κοσμήματα της Dimitrios Exclusive φιλοξενούνται στην Milan Art Gallery στην Florida, ανάμεσα σε άλλα έργα τέχνης. Είναι συγκινητικό να βλέπουμε πόσο έντονα το ξένο κοινό αγκαλιάζει το ελληνικό στοιχείο, ταυτιζόμενο με την ιστορία, τη συμβολική δύναμη και την αυθεντικότητα που κουβαλούν οι δημιουργίες μας, την ίδια στιγμή που, πολλές φορές, εμείς εδώ δεν του δίνουμε την προσοχή που του αξίζει.

Μέσα από τη δράση αυτή, η Dimitrios Exclusive δεν εκπροσωπεί



απλώς μια εταιρία, εκπροσωπεί έναν ολόκληρο πολιτιστικό κώδικα που συνδέει παράδοση, δεξιοτεχνία και σύγχρονη καλλιτεχνική έκφραση. Στόχος όλων μας είναι να δείξουμε πως το ελληνικό κόσμημα δεν ανήκει μόνο στο παρελθόν, αλλά μπορεί να αποτελέσει πηγή έμπνευσης για τις επόμενες γενιές στην Ελλάδα και σε όλο τον κόσμο.

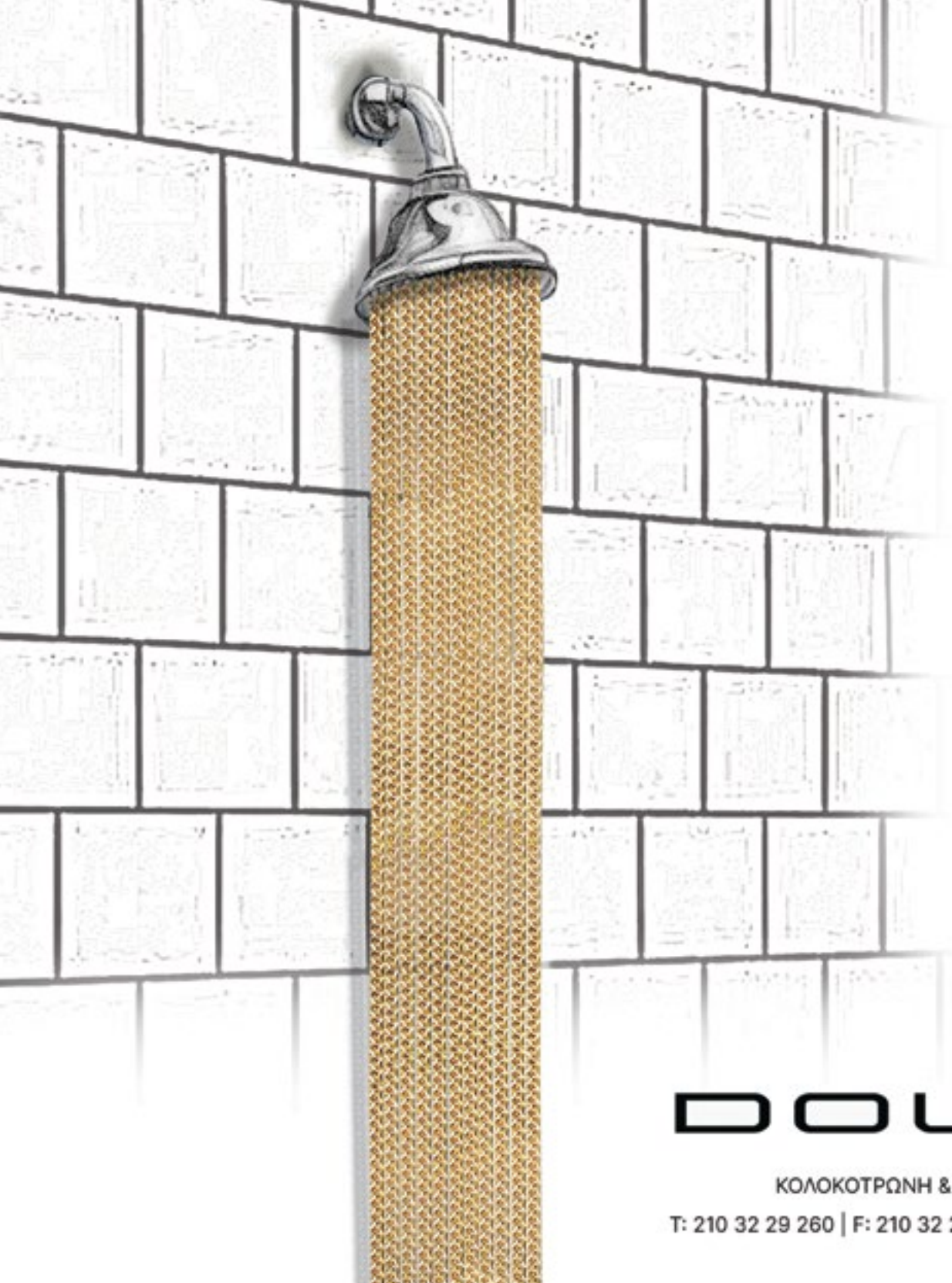
Στην εικόνα παρουσιάζονται τα έργα που φιλοτέχνησαν οι καλλιτέχνες έχοντας ως έμπνευση το σετ κοσμημάτων της Dimitrios Exclusive. Μια δημιουργία που στάθηκε αφορμή για κάθε συμμετέχοντα να μεταφράσει με τα πινέλα του τη λάμψη και τον συμβολισμό του ελληνικού κοσμήματος.

Μπορείτε να παρακολουθήσετε ολόκληρο το Outstanding Artist Show στο YouTube, να δείτε συνεντεύξεις, στιγμές από τα παρασκήνια, αλλά και ολόκληρη την καλλιτεχνική διαδικασία δημιουργίας ενός πίνακα, βήμα-βήμα μέσα από το βλέμμα των ίδιων των καλλιτεχνών.

Εσείς ποιο έργο θα ξεχωρίζατε;

Το αποτέλεσμα τελικά κρίθηκε από την ειδική επιτροπή, στην οποία συμμετείχε και ο Βασίλης Καψάσκης, εκπροσωπώντας τη Dimitrios Exclusive ως επικεφαλής σχεδιαστής, συμβάλλοντας στην επιλογή του έργου που θα κερδίσει τη διάκριση στο φετινό project.

Μαρία Αρναουτέλη



DOUVIS

ΚΟΛΟΚΟΤΡΩΝΗ & ΡΟΜΒΗΣ 23, 105 60 ΑΘΗΝΑ

T: 210 32 29 260 | F: 210 32 29 261 | www.douvis.gr | info@douvis.gr

PERSONAL BRANDING

Σήμερα, καθώς η ψηφιακή παρουσία ενός ατόμου στα social media αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας, η ανάγκη για την ανάπτυξη ενός ισχυρού προσωπικού brand (personal branding) είναι επιτακτική.

Το personal branding αναφέρεται στη διαδικασία δημιουργίας και διαχείρισης της προσωπικής εικόνας και φήμης κάποιου ατόμου, με στόχο την επαγγελματική και προσωπική αναγνώριση.

Σε έναν κόσμο όπου η πρώτη εντύπωση μετράει περισσότερο, η ικανότητα να προβάλλει κάποιο άτομο σωστά τον εαυτό του δεν αποτελεί πολυτέλεια, αλλά αναγκαιότητα.

Η «πώληση»/παρουσίαση του εαυτού μας δεν αναφέρεται στο να προσπαθούμε να γίνουμε κάτι που δεν είμαστε, αλλά στο να αναδεικνύουμε αυτό που πραγματικά είμαστε, με τρόπο καθαρό, αυθεντικό και πειστικό.

Η φράση «να πουλάς τον εαυτό σου» παραπέμπει συχνά στον επαγγελματικό τομέα ενός ατόμου, όπως μια συνέντευξη εργασίας, μια παρουσίαση σε πελάτη ή μια επαγγελματική διαπραγμάτευση. Στην πραγματικότητα, όμως, πρόκειται για μια διαδικασία που επαναλαμβάνεται διαρκώς στην καθημερινή ζωή, ακόμα και έξω από το καθαρά επαγγελματικό πλαίσιο. Από το πρώτο ραντεβού μέχρι την αίτηση για προπτυχιακές, μεταπτυχιακές ή ακόμα και διδακτορικές σπουδές, από μια παρουσίαση σε ένα meeting έως το προφίλ που διατηρεί κανείς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η εικόνα που προβάλλει κάποιος/α (και ο τρόπος με τον οποίο τη στηρίζει) καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την εξέλιξη του και τις ευκαιρίες που θα του παρουσιαστούν.

Στην ελληνική γλώσσα, ο όρος "brand" μεταφράζεται συνήθως ως επωνυμία ή μάρκα. Είναι ο όρος που περιγράφει την εικόνα και την ταυτότητα που μια επιχείρηση ή οργανισμός ή ακόμα και ένα προϊόν



δημιουργεί και προβάλλει στο κοινό. Αυτό περιλαμβάνει το όνομα, το λογότυπο, τον σχεδιασμό, το μήνυμα και τη συνολική εμπειρία που προσφέρει μια επιχείρηση στους πελάτες της. Το personal branding είναι η διαδικασία δημιουργίας μιας εικόνας για τον εαυτό μας που θα προσελκύσει την προσοχή και το ενδιαφέρον ανθρώπων. Είναι το όνομα, το πρόσωπο και η φήμη ενός ατόμου, καθώς και ο τρόπος με τον οποίο θέλει να αυτοπροβάλλεται σε επαγγελματικό (και προσωπικό) πλαίσιο.

Η Σημασία του Προσωπικού Branding

Το προσωπικό branding αναφέρεται στη διαδικασία δημιουργίας και διαχείρισης της εικόνας ενός ανθρώπου ως επαγγελματία αλλά και ως ατόμου. Το προσωπικό branding είναι «η τέχνη του να διαχειρίζεσαι τον εαυτό σου όπως ακριβώς γίνεται και με ένα εμπορεύσιμο προϊόν». Αυτή η διαδικασία περιλαμβάνει την αναγνώριση των δεξιοτήτων, των αξιών και των στόχων κάποιου, καθώς και τη στρατηγική παρουσίασή τους στο κοινό.

Η σημασία του προσωπικού branding έχει αυξηθεί με την εξάπλωση των κοινωνικών δικτύων και την ψηφιοποίηση της κοινωνίας. Οι άνθρωποι πλέον δεν αρκούνται σε ένα βιογραφικό σημείωμα ή μια συνέντευξη για να κρίνουν την αξία κάποιου. Η διαδικτυακή παρουσία, το διαδικτυακό του αποτύπωμα και η εικόνα που προβάλλει είναι εξίσου σημαντικά. Χαρακτηριστικό είναι αυτό που δήλωσε κάποτε ο Jeff Bezos (ιδρυτής της Amazon), ότι το personal branding είναι «αυτό που λένε οι άλλοι για σένα όταν δεν είσαι παρών σε μια αίθουσα/meeting/δωμάτιο».

Στο σημερινό ανταγωνιστικό περιβάλλον, είτε πρόκειται για αναζήτηση εργασίας, επαγγελματική ανέλιξη, επιχειρηματικότητα ή δημόσια παρουσία, το personal branding λειτουργεί ως εργαλείο διαφοροποίησης και προβολής των μοναδικών χαρακτηριστικών, αξιών και ικανοτήτων ενός ανθρώπου. Ενισχύει την αξιοπιστία, χτίζει σχέσεις και δημιουργεί ευκαιρίες που δύσκολα θα εμφανίζονταν χωρίς μια ισχυρή προσωπική ταυτότητα.

Αυτογνωσία και Αυτοπαρουσίαση

Η αυτογνωσία είναι η ικανότητα του ατόμου να αναγνωρίζει και να κατανοεί τον εσωτερικό του κόσμο – τις σκέψεις, τα συναισθήματα, τις αξίες, τις επιθυμίες και τα κίνητρα που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του. Περιλαμβάνει τόσο την εσωτερική κατανόηση του εαυτού όσο και την εξωτερική επίγνωση, δηλαδή το πώς αντιλαμβάνονται οι άλλοι τη συμπεριφορά και την παρουσία του. Μέσα από την αυτογνωσία, το άτομο αποκτά μια πιο ρεαλιστική και ουσιαστική εικόνα του εαυτού του.

Η αυτογνωσία αποτελεί βασικό θεμέλιο για την προσωπική εξέλιξη και την ωριμότητα. Όταν κάποιος γνωρίζει τον εαυτό του σε βάθος, μπορεί να παίρνει πιο συνειδητές αποφάσεις, να κατανοεί τα όριά του, να αναγνωρίζει μοτίβα σκέψης και συμπεριφοράς και να διαχειρίζεται καλύτερα τις διαπροσωπικές του σχέσεις. Επιπλέον, η ικανότητα να βλέπει τον εαυτό του με αντικειμενικότητα, χωρίς άμυνες ή αυταπάτες, οδηγεί στη βελτίωση της αυτοεκτίμησης και ενισχύει την ενσυναίσθηση προς τους άλλους.

Η αυτογνωσία είναι η αφετηρία για ένα ισχυρό προσωπικό brand. Πριν αρχίσει κάποιος/α να προβάλλει τον εαυτό του/της, πρέπει να κατανοήσει ποιος/α είναι, τι αξίες πρεσβεύει και ποιες είναι οι δεξιότητές του/της, ποια είναι τα δυνατά και αδύνατα σημεία του/της. Αυτή η εσωτερική κατανόηση βοηθά το άτομο να είναι αυθεντικό και συνεπές απέναντι στην εικόνα που προβάλλει.

Η αυτοπαρουσίαση είναι η συνειδητή προσπάθεια του ατόμου να διαμορφώσει και να ελέγξει την εικόνα που προβάλλει στους άλλους, είτε σε προσωπικό είτε σε επαγγελματικό πλαίσιο. Περιλαμβάνει τη συμπεριφορά, την εμφάνιση, τον λόγο, ακόμα και τις επιλογές στον τρόπο επικοινωνίας. Μέσα από την αυτοπαρουσίαση, το άτομο επιδιώκει να γίνει αποδεκτό, να εμπνεύσει εμπιστοσύνη ή να αναδείξει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του εαυτού του, ανάλογα με τις περιστάσεις και το κοινό στο οποίο απευθύνεται.

Το personal branding είναι η πιο εξελιγμένη μορφή της αυτοπαρουσίασης, καθώς δεν αφορά μόνο μεμονωμένες περιστάσεις, αλλά τη συνολική εικόνα που καλλιεργεί κάποιος σε βάθος χρόνου. Περιλαμβάνει την ταυτότητα, τις αξίες, τις δεξιότητες και την μοναδικότητα που θέλει να προβάλλει συστηματικά προς τα έξω, κυρίως σε επαγγελματικό επίπεδο. Είναι ένας τρόπος να ξεχωρίσει

κανείς μέσα σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον, προβάλλοντας ένα συνεκτικό και αυθεντικό προφίλ που αντανακλά τον πυρήνα του εαυτού του.

Η σχέση ανάμεσα στην αυτοπαρουσίαση και το personal branding είναι άμεση: η πρώτη αποτελεί το εργαλείο και τον μηχανισμό μέσα από τον οποίο "χτίζεται" η δεύτερη. Κάθε δημόσια εμφάνιση, ανάρτηση στα κοινωνικά δίκτυα, επαγγελματική συνέντευξη ή συνεργασία αποτελεί ευκαιρία για αυτοπαρουσίαση και συμβάλλει σταδιακά στη διαμόρφωση της προσωπικής εικόνας ενός ατόμου. Η συνέπεια ανάμεσα σε αυτό που παρουσιάζει κανείς και σε αυτό που πραγματικά είναι, αποτελεί θεμέλιο για ένα αξιόπιστο και ισχυρό personal brand.

Η «πώληση»/παρουσίαση του εαυτού μας δεν αναφέρεται στο να προσπαθούμε να γίνουμε κάτι που δεν είμαστε.

Δημιουργία και Διαχείριση Προσωπικού Branding

Η δημιουργία ενός ισχυρού προσωπικού branding απαιτεί στρατηγική σκέψη και σχεδιασμό. Κατ' αρχήν ξεκινά από την αυτογνωσία και την ξεκάθαρη κατανόηση της ταυτότητας, των αξιών, των στόχων και των μοναδικών χαρακτηριστικών ενός ατόμου. Αφορά την επιλογή του τρόπου με τον οποίο θέλει να το αντιλαμβάνονται οι άλλοι – είτε πρόκειται για εργοδότες, πελάτες, συνεργάτες ή το ευρύ κοινό. Η διαδικασία περιλαμβάνει την ανάπτυξη ενός συνεκτικού μηνύματος, την προσεκτική διαμόρφωση του δημόσιου προφίλ (όπως σε βιογραφικά, social media ή προσωπικές παρουσιάσεις) και την καλλιέργεια μιας αυθεντικής εικόνας που αντανακλά την προσωπικότητα του ατόμου.

Η διαχείριση του προσωπικού branding είναι μια συνεχής και δυναμική διαδικασία. Απαιτεί συνέπεια στις ενέργειες, ευθυγράμμιση λόγων και πράξεων, προσαρμοστικότητα στις αλλαγές και σταθερή παρακολούθηση του τρόπου με τον οποίο γίνεται αντιληπτή η προσωπική εικόνα από το κοινό. Περιλαμβάνει την ενεργή παρουσία σε ψηφιακά μέσα, τη συμμετοχή σε επαγγελματικά δίκτυα και την αξιοποίηση ευκαιριών προβολής που ενισχύουν την αξιοπιστία και την επιρροή του ατόμου στον τομέα του. Ένα καλά διαχειρισμένο personal brand χτίζει μακροπρόθεσμα σχέσεις και ευκαιρίες. Κλειδιά για την επιτυχία σε αυτήν τη διαδικασία αποτελούν η συνέπεια και η αυθεντικότητα.

Για τη δημιουργία και υποστήριξη ενός αποτελεσματικού προσωπικού branding, είναι απαραίτητο να χρησιμοποιούνται συγκεκριμένα

PERSONAL BRANDING



μένα εργαλεία και τεχνικές που ενισχύουν τη σαφήνεια, τη συνέπεια και τη δυναμική προβολή του ατόμου. Η διαδικασία ξεκινά με την αυτοανάλυση, μέσα από εργαλεία όπως το τεστ προσωπικότητας, η SWOT ανάλυση (δυνατά σημεία, αδυναμίες, ευκαιρίες, απειλές) κ.ά., που βοηθούν το άτομο να εντοπίσει την ταυτότητα και την πρόθεσή του. Αυτό είναι το θεμέλιο για την ανάπτυξη ενός αυθεντικού brand, που βασίζεται όχι σε προσποιήσεις, αλλά σε πραγματικά, εσωτερικά χαρακτηριστικά.

Στη συνέχεια, σημαντικό ρόλο παίζει η ψηφιακή παρουσία, ιδιαίτερα μέσα από επαγγελματικά δίκτυα όπως το LinkedIn, προσωπικές ιστοσελίδες ή blog, καθώς και επιλεγμένα social media. Η συνεπής και στοχευμένη παραγωγή περιεχομένου (όπως άρθρα, δημοσιεύσεις, παρουσιάσεις ή βίντεο) που αντικατοπτρίζει τις γνώσεις, τις αξίες και τις δεξιότητες του ατόμου, ενισχύει την προβολή του και την αξιοπιστία του. Ταυτόχρονα, η χρήση εργαλείων ανάλυσης, όπως στατιστικά επισκεψιμότητας και αλληλεπίδρασης (likes, σχόλια, κοινοποιήσεις, κ.λπ.), βοηθά στην κατανόηση του τι λειτουργεί και τι όχι.

Επιπλέον, οι διαπροσωπικές τεχνικές είναι εξίσου κρίσιμες: η δημόσια ομιλία, η δικτύωση, η συμμετοχή σε εκδηλώσεις ή επαγγελματικά panels και η διατήρηση σχέσεων με μέντορες ή συνεργάτες ενισχύουν την επιρροή και την αναγνωρισιμότητα του προσωπικού brand στον πραγματικό κόσμο. Όλα αυτά απαιτούν συνέπεια, αυθεντικότητα και στρατηγική σκέψη. Όταν οι τεχνικές αυτές εφαρμόζονται συνειδητά και συνδυαστικά, τότε το προσωπικό branding μετατρέπεται σε ισχυρό εργαλείο προσωπικής και επαγγελματικής ενδυνάμωσης.

Συμπεράσματα

Η συνεχής εξέλιξη του προσωπικού branding απαιτεί προσαρμογή στις αλλαγές της αγοράς, αξιοποίηση νέων εργαλείων και τεχνικών και διατήρηση της αυθεντικότητας και της συνέπειας στην παρουσίασή ενός ατόμου. Με στρατηγική σκέψη και δέσμευση ο σύγχρονος επαγγελματίας μπορεί να δημιουργήσει και να διατηρήσει ένα ισχυρό προσωπικό brand που θα τον/τη ξεχωρίσει σε επαγγελματικό αλλά και σε προσωπικό επίπεδο. Η συνεχής εξέλιξη του προσωπικού branding απαιτεί προσαρμογή στις αλλαγές της αγοράς, αξιοποίηση νέων εργαλείων και τεχνικών, καθώς και διατήρηση της αυθεντικότητας και της συνέπειας.

Σε έναν κόσμο όπου ο ανταγωνισμός είναι έντονος και η πληροφορία διακινείται με ταχύτητα, το personal branding αποτελεί εργαλείο επαγγελματικής ανάδειξης, αυτογνωσίας και στρατηγικής προβολής, που βοηθά το άτομο να ξεχωρίζει, να χτίζει εμπιστοσύνη και να δημιουργεί ευκαιρίες σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Ένα καλά δομημένο personal branding «ανοίγει πόρτες», δημιουργεί ευκαιρίες και ενισχύει την αξιοπιστία και την επιρροή ενός ανθρώπου, πέρα από τα τυπικά του προσόντα. Η επένδυση στο personal branding είναι ουσιαστικά επένδυση στον εαυτό του/της. Δεν πρόκειται απλώς για το πώς «φαίνεται» κάποιος, αλλά για το πώς εκφράζει με συνέπεια και αυθεντικότητα αυτό που είναι σε κάθε πτυχή της ζωής του. Όταν η εικόνα που προβάλλει ευθυγραμμίζεται με τις αξίες, τις δεξιότητες και τη συμπεριφορά του, τότε το προσωπικό του brand γίνεται ένα ισχυρό εργαλείο εξέλιξης, επιρροής και ουσιαστικής σύνδεσης με τους άλλους.

APOSTOLOS
JEWELLERY



EROS PSYCHE

Η Μαρία Αποστολοπούλου και ο Νίκος Καρακώστας δίνουν σύγχρονη, δημιουργική υπόσταση σε μία αρχαία τέχνη.

Όπως κάθε χρόνο αναζητώ παγκόσμιες διακρίσεις του ελληνικού κοσμήματος που θα κοσμήσουν το εξώφυλλο του Just Gold. Έτσι και φέτος ξεκινώντας την αναζήτηση, έπεσα επάνω στη διάκριση του Eros Psyche στα JCK Awards της περασμένης χρονιάς.

Παρακολουθώντας το Design Section της Athens Jewelry International Show, από την πρώτη κιόλας χρονιά που αυτό καθιερώθηκε γνώριζα το Eros Psyche από την ετήσια συμμετοχή τους. Έτσι, πήρα το θάρρος να επικοινωνήσω μαζί τους και να ζητήσω να φιλοξενήσουμε στο εξώφυλλο το δαχτυλίδι που διακρίθηκε, αλλά και να τους γνωρίσω από κοντά.

Κάπως έτσι, βρέθηκα στο στούντιο του Eros Psyche, στην καρδιά της Αθήνας, για να γνωρίσω τους καλλιτέχνες πίσω από το κόσμημα. Εκεί με υποδέχθηκε η Μαρία Αποστολοπούλου.

Η συνάντησή μας έμελλε να είναι μια πολύωρη, ουσιαστική κουβέντα γύρω από την τέχνη, τη δημιουργία και το νόημα του να επιμένεις σε κάτι που αγαπάς, ακόμη κι αν μοιάζει “Ξεχασμένο” στον σύγχρονο κόσμο. Μέσα από τα λόγια και το πάθος της, ένιωσα θαυμασμό και ταυτόχρονα μια απρόσμενη ελπίδα.

Σε μια εποχή δύσκολη, όπου πολλοί εγκαταλείπουν, είδα έναν άνθρωπο που παλεύει να κρατήσει ζωντανή μια τέχνη αιώνων και το κάνει με σεμνότητα, φως και διάθεση να τη μοιραστεί. Κάτι που σπάνια συναντάς.

Η τέχνη της σφραγιδογλυφίας

Η Μαρία δεν δημιουργεί απλώς κοσμήματα, ανασταίνει μια αρχαία ελληνική τέχνη, τη σφραγιδογλυφία (ή γλυπτογραφία), δηλαδή τη



χάραξη μορφών και συμβόλων σε πολύτιμους λίθους, αποκλειστικά στο χέρι.

Η τέχνη αυτή, με καταβολές που φτάνουν στους αρχαίους Έλληνες φιλοσόφους, ποιητές και βασιλείς, ήταν πάντα συνδεδεμένη με το ιερό και το προσωπικό. Κάθε λίθος γινόταν φορέας νοήματος και πνεύματος, αποτελούσε την προσωπική ταυτότητα του καθενός.

Η Μαρία Αποστολοπούλου ήρθε σε επαφή με αυτήν την τέχνη τη δεκαετία του '90, ενώ ασχολούνταν με την σκηνογραφία και ενδυματολογία. Όταν άκουσε για τον Nick Kielty-Labrinides, τον τελευταίο Ευρωπαίο δάσκαλο της σχολής της σφραγιδογλυφίας, ο οποίος είχε εγκατασταθεί στην Ελλάδα για να διδάξει αποφάσισε να μαθητεύσει κοντά του. Για έξι ολόκληρα χρόνια, αφιέρωσε τον εαυτό της στην ακρίβεια, την υπομονή και την πνευματικότητα της διαδικασίας, αντλώντας όσο περισσότερα μπορούσε από αυτόν τον ξεχωριστό άνθρωπο.

Από τότε, η Μαρία έγινε μία από τις ελάχιστες engravers στον κόσμο, που συνεχίζουν αυτή την τέχνη όχι μέσα από μαζική παραγωγή, αλλά όπως γινόταν χιλιάδες χρόνια πριν, με το χέρι. Με αναπνοή, συγκέντρωση και βαθιά γνώση του λίθου, ο οποίος δεν συγχωρεί λάθη.

Μαζί με τον Νίκο Καρακώστα, γνωστό για τα φουτουριστικά και γλυπτικά σχέδιά του, συνδυάζουν τη γλυπτογραφία με τη σύγχρονη αισθητική, δημιουργώντας μοναδικά χειροποίητα κοσμήματα που μοιάζουν με μικρά έργα τέχνης. Είναι εντυπωσιακό πώς μια αρχαία τεχνική συναντά τον σύγχρονο σχεδιασμό, αποδεικνύοντας πως το παρελθόν και το μέλλον μπορούν να συνυπάρχουν αρμονικά επάνω σε ένα μόνο αντικείμενο.



Η φιλοσοφία πίσω από το όνομα “Eros Psyche”

Κάποια στιγμή μέσα στην κουβέντα μας και αφού μου είχε δείξει διάφορα θέματα που επιλέγει, τη ρώτησα ποιο είναι το αγαπημένο της δημιουργικό θέμα. Μου απάντησε χωρίς δισταγμό και με χαμόγελο: «Ο Έρωτας φυσικά, γιατί είναι η κινητήριος δύναμη της Ψυχής.»

Έτσι γεννήθηκε και το όνομα του στούντιο: Eros Psyche. Ένας τίτλος που εκφράζει απόλυτα τη φιλοσοφία τους, τη συνάντηση της δημιουργικής ενέργειας με την εσωτερική ουσία της τέχνης.

Κάθε έργο που γεννιέται σε αυτό το ατελιέ είναι αποτέλεσμα αυτής της συνάντησης: ο Έρωτας ενεργοποιεί την Ψυχή, και έτσι η ύλη μεταμορφώνεται σε κάτι ανώτερο, σε σύμβολο, τέχνη, μήνυμα.

Αναγνωρίσεις και διεθνείς συνεργασίες

Το έργο της Μαρίας και του Νίκου έχει λάβει πλήθος διακρίσεων τα τελευταία χρόνια τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Και οι δύο δημιουργοί έχουν βραβευτεί επανειλημμένα για τον σχεδιασμό και τη συμβολή τους στη σύγχρονη καλλιτεχνική κοσμηματοποιία.

Η συνεργασία του studio με το Houston Museum of Natural Science είναι μια σπουδαία στιγμή. Το μουσείο φιλοξενεί κοσμήματά της στο επίσημο jewelry shop του, προσεγγίζοντας τη γλυπτογραφία ως τέχνη και όχι ως προϊόν. Παράλληλα, η σχέση της με το British Museum είναι διαρκής και δημιουργική. Το μουσείο της αναθέτει ειδικές παραγγελίες συνδεδεμένες με περιοδικές εκθέσεις, καλώντας τη να εμπνευστεί από ιστορικά και καλλιτεχνικά θέματα για να δημιουργήσει νέα έργα.

Το έργο του Eros Psyche έχει επίσης παρουσιαστεί στο Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης και το Μουσείο Κοσμήματος Ηλία Λαλαούν, ενώ η Μαρία είναι επίσημα recommended artist του Homo Faber Guide, της διεθνούς πλατφόρμας του Michelangelo Foundation, που αναδεικνύει τους κορυφαίους τεχνίτες, δημιουργούς και εργαστήρια χειροτεχνίας στον κόσμο.

Η παρουσία της εκεί δεν είναι απλώς τιμητική· είναι επιβεβαίωση της αυθεντικότητας και του πολιτισμικού αποτυπώματός της. Το Eros Psyche συγκαταλέγεται ανάμεσα στα λίγα ενεργά γλυπτικά ατελιέ παγκοσμίως που εξακολουθούν να δουλεύουν με τον τρόπο των αρχαίων μαστόρων.

Το όνειρο

Μέσα στις πολλές θεματικές που ανοίξαμε εκείνη τη μέρα, μιλήσαμε και για το μεγαλύτερο πρόβλημα της ελληνικής κοσμηματοποιίας: την έλλειψη μιας ενιαίας σχολής που να συγκεντρώνει όλες τις ειδικότητες του κλάδου, σχεδιαστές, τεχνίτες, χαρακτές. Μια σχολή που θα έδινε στην κοσμηματοποιία τη θέση που της αξίζει ως εθνική τέχνη, όχι μόνο σε τοπικό επίπεδο, αλλά και διεθνώς, προβάλλοντας την Ελλάδα ως κοιτίδα της δημιουργίας.

Η Μαρία μου μίλησε με όραμα και βαθιά επιθυμία για το όνειρό της να δημιουργηθεί μια Δημόσια Σχολή Κοσμηματοποιίας, ανοιχτή σε νέους καλλιτέχνες που θέλουν να μάθουν, να εξελιχθούν και να συνεχίσουν την τέχνη αυτή. Όνειρό της είναι να δει το ελληνικό κόσμημα να αποκτά ξανά το κύρος που του αξίζει ως τέχνη, πολιτισμός και ταυτότητα.

Η Μαρία Αποστολοπούλου δεν κρατά την τέχνη για τον εαυτό της, έχει τη διάθεση να τη μοιραστεί, να τη διδάξει, να τη συνεχίσει. Μέσα από το έργο και τα λόγια της μεταδίδει την πίστη πως το ελληνικό κόσμημα μπορεί να ξαναβρεί την προγενέστερη αίγλη του, να ξαναγίνει σημείο αναφοράς του πολιτισμού και της ψυχής μας.

Φεύγοντας από το στούντιο εκείνη την ημέρα, είχα την αίσθηση πως είχα συναντήσει έναν άνθρωπο φωτεινό, με μια αύρα ηρεμίας, καλοσύνης και δημιουργικής δύναμης, που μου είχε χαρίσει ελπίδα. Την πεποίθηση πως, όσο υπάρχουν άνθρωποι σαν εκείνη, η τέχνη θα εξακολουθεί να γεννιέται, να εμπνέει και να ταξιδεύει πέρα από τα σύνορα του τόπου και του χρόνου.

Μαρία Αρναουτέλη

ΕΝΑ ΔΙΑΜΑΝΤΙ ΜΙΣΟ ΡΟΖ ΚΑΙ ΜΙΣΟ ΑΧΡΩΜΟ ΑΠΟ ΤΗ ΜΠΟΤΣΟΥΑΝΑ

Ένα εκπληκτικό διαμάντι 37,41 καρατίων, χωρισμένο σε ροζ και άχρωμες ζώνες, ανακαλύφθηκε στη Μποτσουάνα, μια ανακάλυψη τόσο σπάνια που αμφισβητεί όλα όσα γνωρίζουμε για τη δημιουργία των φυσικών ροζ διαμαντιών.

Η Μποτσουάνα το έκανε ξανά. Ακριβώς όταν ο κόσμος των διαμαντιών νόμιζε ότι τα είχε δει όλα, από το Lesedi La Rona που έσπασε κάθε ρεκόρ μέχρι το Motswedi, ένα από τα μεγαλύτερα διαμάντια που έχουν βρεθεί ποτέ, η χώρα της νότιας Αφρικής αποκάλυψε ένα ακόμη θαύμα της φύσης: ένα μισό ροζ, μισό άχρωμο διαμάντι βάρους 37,41 καρατίων. Αυτό το εξαιρετικό ακατέργαστο διαμάντι, που ανακαλύφθηκε στο φημισμένο ορυχείο Karowe της Μποτσουάνα, δεν μοιάζει με κανένα άλλο που έχουν δει ποτέ γεωλόγοι ή συλλέκτες σε αυτό το μέγεθος. Με μήκος περίπου 2,5 cm και δύο ευκρινώς διαχωρισμένες χρωματικές ζώνες, αντιπροσωπεύει μια σχεδόν αδύνατη σύμπτωση γεωλογικών συνθηκών. Σύμφωνα με τους ειδικούς του εργαστηρίου του Gemological Institute of America (GIA) στη Μποτσουάνα, που εξέτασαν τον λίθο, η ανακάλυψη είναι «εκπληκτική», όχι μόνο για το μέγεθός του, αλλά και για την εξαιρετική σπανιότητα του διπλού χρωματισμού του.

Το σπανιότερο είδος φυσικής ομορφιάς.

Η σπάνια ανακάλυψη ροζ διαμαντιού στη Μποτσουάνα: Αυτό το ακατέργαστο διαμάντι 37,41 καρατίων έχει διακριτές ροζ και άχρωμες ζώνες. (Φωτογραφίες από Tebogo Hambira/ GIA) Τα φυσικά ροζ διαμάντια είναι από τα πιο περιζήτητα και σπάνια πολύτιμα πετράδια στη Γη. Για να κατανοήσουμε καλύτερα τη σπανιότητά τους: από όλα τα διαμάντια που έχουν ανακαλυφθεί παγκοσμίως, λιγότερο από το 0,1% εμφανίζει ροζ χρώμα και ακόμη λιγότερα έχουν καθαρές, ζωντανές αποχρώσεις. Το 90% των γνωστών ροζ διαμαντιών στον κόσμο ανακαλύφθηκαν στο Θρυλικό ορυχείο Argyle στη Δυτική Αυστραλία, το οποίο έκλεισε το 2020 μετά από σχεδόν τέσσερις δεκαετίες παραγωγής. Με την εξάντληση του Argyle, κάθε νέα ανακάλυψη



ροζ διαμαντιού προσελκύει αμέσως το διεθνές ενδιαφέρον, ειδικά όταν είναι τόσο γεωλογικά περίπλοκη και οπτικά εντυπωσιακή όσο αυτή.

Πώς σχηματίζονται τα ροζ διαμάντια .

Σε αντίθεση με τα μπλε ή κίτρινα διαμάντια, των οποίων τα χρώματα προέρχονται από ιχνοστοιχεία όπως το βόριο ή το άζωτο, τα ροζ διαμάντια οφείλουν την απόχρωσή τους σε κάτι πολύ πιο σπάνιο: την εσωτερική παραμόρφωση. Βαθιά μέσα στον μανδύα της Γης, τα άτομα άνθρακα ευθυγραμμίζονται σε μια τέλεια κρυσταλλική δομή που δίνει στα διαμάντια την απaráμιλλη λάμψη τους. Όμως, στην περίπτωση των ροζ διαμαντιών, η έντονη τεκτονική πίεση ή τα φαινόμενα που σχηματίζουν βουνά παραμορφώνουν ελαφρώς αυτή τη δομή, κάμπτοντας το ατομικό πλέγμα με τρόπο που αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο το φως διαπερνά το διαμάντι. Αυτή η παραμόρφωση διασκορπίζει το φως, με αποτέλεσμα το ροζ χρώμα που βλέπουμε. Είναι μια γεωλογική ακροβατική πράξη. Αν η πίεση είναι πολύ μικρή, το διαμάντι παραμένει άχρωμο. Αν είναι πολύ μεγάλη, η δομή υπερφορτώνεται, μετατρέποντας το πετράδι σε καφέ αντί για ροζ. Όπως περιγράφουν συχνά οι ερευνητές του GIA, οι συνθήκες για το σχηματισμό ροζ διαμαντιών πρέπει να είναι «ακριβώς οι σωστές».

Δύο διαμάντια σε ένα: Ένα μισό ροζ, μισό άχρωμο θαύμα.

Αυτό που κάνει αυτή τη νέα ανακάλυψη στη Μποτσουάνα ακόμη πιο εξαιρετική είναι ότι αφηγείται μια διπλή ιστορία δημιουργίας. Οι

ekan

www.ekan.gr



@ekanjewellery

T.210 7239 033

E.orders@ekan.gr

D14 / E13

AIJS



ΗΜΙΡΟΖ ΔΙΑΜΑΝΤΙ



Το ημιρόζ διαμάντι που ανακαλύφθηκε στην Μποτσουάνα | Το Μπλε Διαμάντι του Οκαβάνγκο | Το δεύτερο μεγαλύτερο διαμάντι όλων των εποχών ανακαλύφθηκε στην Μποτσουάνα

ειδικοί του GIA πιστεύουν ότι το ροζ μισό του λίθου πιθανότατα σχηματίστηκε πρώτα ως άχρωμο διαμάντι, βαθιά κάτω από το έδαφος, σε βάθος μεγαλύτερο από 160 χιλιόμετρα. Κατά τη διάρκεια εκατομμυρίων ετών, καθώς οι ηπείροι μετατοπίστηκαν και τα βουνά υψώθηκαν, το διαμάντι υπέστη την κατάλληλη πλαστική παραμόρφωση, συμπιέζοντας και στρεβλώνοντας τη δομή του πλέγματος αρκετά ώστε να παράγει μια ροζ απόχρωση. Στη συνέχεια, σε μια εκπληκτική γεωλογική ανατροπή, σχηματίστηκε νέο διαμαντένιο υλικό και προσκολλήθηκε στον αρχικό κρύσταλλο, αλλά αυτή τη φορά χωρίς να υποστεί την ίδια έντονη πίεση. Το αποτέλεσμα; Ένα ενιαίο ακατέργαστο διαμάντι με δύο μισά: το ένα έντονα ροζ, το άλλο τέλεια άχρωμο, συνενωμένα από το χέρι της φύσης.

Οι επιστήμονες του GIA έχουν καταγράψει και άλλα διαμάντια δύο αποχρώσεων στο παρελθόν, αλλά κανένα δεν ταιριάζει με το μέγεθος αυτού του λίθου. Άλλα γνωστά παραδείγματα ζυγίζουν όχι περισσότερο από δύο καράτια. Με 37,41 καράτια, αυτό το διαμάντι αποτελεί ένα γεωλογικό θαύμα και μια μοναδική ανακάλυψη που μπορεί να μην επαναληφθεί ποτέ.

Μποτσουάνα: Η σύγχρονη πατρίδα των Θρυλικών Διαμαντιών.

Είναι λογικό ένα τέτοιο πετράδι να βρεθεί στη Μποτσουάνα, μια χώρα της οποίας η βιομηχανία διαμαντιών έχει καθορίσει παγκόσμια πρότυπα για την ηθική εξόρυξη, τη βιώσιμη ανάπτυξη και την εθνική ευημερία. Τα διαμάντια αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό μέρος του ΑΕΠ της Μποτσουάνα και, μέσω της κοινοπραξίας της με την De Beers, η χώρα έχει γίνει πρότυπο για τον τρόπο με τον οποίο οι φυσικοί πόροι μπορούν να μεταμορφώσουν μια οικονομία προς όφελος όλων των πολιτών της.

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες, η Μποτσουάνα έχει ανακαλύψει μερικά αξιοσημείωτα διαμάντια, όπως το Sewelô 1.758 καρατίων, το Okavango Blue 1.174 καρατίων και τώρα αυτό το σπάνιο δίχρωμο πετράδι που αψηφά την συμβατική επιστήμη. Κάθε ανακάλυψη στη Μποτσουάνα ενισχύει τη φήμη της ως μία από τις μεγαλύτερες περιοχές παραγωγής διαμαντιών στον κόσμο.

Το σπάνιο μισό ροζ διαμάντι είναι ένα γεωλογικό αίνιγμα.

Από επιστημονική άποψη, αυτή η ανακάλυψη ανοίγει συναρπαστικά νέα ερωτήματα. Πώς είναι δυνατόν να υπάρχουν δύο διαφορετικές φάσεις ανάπτυξης διαμαντιών μέσα σε έναν μόνο κρύσταλλο; Ποιες συγκεκριμένες γεωλογικές δυνάμεις επιτρέπουν στο μισό ενός διαμαντιού να παραμορφωθεί, ενώ το άλλο μισό παραμένει ανέπαφο; Οι ερευνητές του GIA συνεχίζουν να μελετούν το δείγμα, ελπίζοντας ότι θα ρίξει νέο φως στη δημιουργία των ροζ διαμαντιών, η οποία παραμένει ένα από τα μεγάλα μυστήρια της γεωλογίας.

Όσον αφορά τις επιπτώσεις στην αγορά, είναι δύσκολο να αποδοθεί αξία σε ένα τόσο μοναδικό δείγμα. Τα μισά ροζ, μισά άχρωμα διαμάντια είναι σχεδόν άγνωστα και, δεδομένου του μεγέθους και της προέλευσής του, ο λίθος θα μπορούσε να είναι ανεκτίμητος τόσο για τους συλλέκτες όσο και για τα μουσεία. Είτε παραμείνει σε ακατέργαστη μορφή είτε κάποια μέρα αποδώσει γυαλισμένα διαμάντια, η ιστορία του θα συνεχίσει να αιχμαλωτίζει τη φαντασία επιστημόνων και γνώστης σε όλο τον κόσμο.

NATURALDIAMONDS.COM



SJ

SOFOKLIS
handmade
JEWELRY

sofoklisjewelry.gr

ΟΙ 10 ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟ 2026

Οι κυβερνοεπιθέσεις, και ιδίως οι επιθέσεις με ransomware, κατατάσσονται για πέμπτη συνεχόμενη φορά ως ο νούμερο 1 κίνδυνος παγκοσμίως για εταιρίες όλων των μεγεθών. Η λίστα για την Ελλάδα.

Οι κυβερνοεπιθέσεις βρέθηκαν πολύ στα πρωτοσέλιδα το 2025 και εξακολουθούν να αποτελούν τη μεγαλύτερη ανησυχία για τις εταιρίες παγκοσμίως το 2026, σύμφωνα με το Allianz Risk Barometer.

Το προηγούμενο έτος ήταν επίσης σημαντικό για την ενίσχυση του ρυθμού ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης (AI), γεγονός που αντανakλάται στην κατάταξή του ως τον ταχύτερα ανερχόμενο κίνδυνο, καταλαμβάνοντας τη 2η θέση στην ετήσια έρευνα, ως μια σύνθετη πηγή λειτουργικού και νομικού κινδύνου, καθώς και κινδύνου φήμης. Παρόλα αυτά, σχεδόν οι μισοί από τους ερωτηθέντες πιστεύουν ότι η τεχνητή νοημοσύνη προσφέρει περισσότερα οφέλη παρά κινδύνους στον κλάδο τους, ενώ, ένας στους πέντε δηλώνει το αντίθετο.

Για πρώτη φορά, η διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν βρίσκεται στις δύο πρώτες θέσεις των κινδύνων, καθώς έπεσε στην 3η θέση. Ωστόσο, το ενδεχόμενο αυτό παραμένει σημαντική ανησυχία, δεδομένου ότι μπορεί να αποτελέσει συνέπεια άλλων κινδύνων που βρίσκονται στην παγκόσμια πρώτη δεκάδα.

Παράγοντες όπως οι μειωμένες απώλειες κατά την περίοδο των τυφώνων το 2025, σηματοδοτούν την πτώση του κινδύνου των φυσικών καταστροφών στην 5η θέση. Την ίδια στιγμή, οι πολιτικοί κίνδυνοι και η βία ανεβαίνουν από την 9η στην 7η θέση, λόγω των αυξανόμενων ανησυχιών για τη γεωπολιτική αστάθεια και τις συγκρούσεις σε όλο τον κόσμο.

Στην Ελλάδα, η τεχνητή νοημοσύνη αναδεικνύεται ως ο κορυφαίος επιχειρηματικός κίνδυνος για το 2026, εισερχόμενη για πρώτη φορά στην κατάταξη και συγκεντρώνοντας το 40% των απαντήσεων, ενώ



στη 2η θέση ακολουθούν οι κυβερνοεπιθέσεις με 35%. Στην 3η θέση, με ποσοστό 25%, κατατάσσονται οι αλλαγές στο νομοθετικό και κανονιστικό πλαίσιο, η κλιματική αλλαγή, οι φυσικές καταστροφές -οι οποίες πέρυσι βρίσκονταν στην πρώτη θέση-, καθώς και η κλοπή, η απάτη και η διαφθορά, σκαρφαλώνοντας από την ένατη θέση. Οι διακοπές στην επιχειρηματική δραστηριότητα και την εφοδιαστική αλυσίδα, όπως και ο κίνδυνος πυρκαγιών και εκρήξεων, διαμορφώνονται στο 15% στη 7η θέση, ενώ ελαφρά υποχώρηση καταγράφεται στις μακροοικονομικές εξελίξεις (13%) στην 9η θέση. Τέλος, ως νέα είσοδος στη δεκάδα προστίθεται ο κίνδυνος διακοπής λειτουργίας και βλάβης σε κρίσιμες υποδομές, με ποσοστό 10%.

Ο CEO της Allianz Commercial, Thomas Lillelund, σχολιάζει: «Μετά την αστάθεια και την αβεβαιότητα του 2025, οι επιχειρήσεις συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν αλληλένδετους και ιδιαίτερα πολύπλοκους κινδύνους στο ταχέως μεταβαλλόμενο περιβάλλον του 2026. Δεδομένης της σταθερής εξάπλωσης της τεχνητής νοημοσύνης στην κοινωνία και τη βιομηχανία, δεν προκαλεί έκπληξη ότι αποτελεί τον ταχύτερα ανερχόμενο κίνδυνο στο Allianz Risk Barometer. Εκτός από τις σημαντικές ευκαιρίες που προσφέρει, η μετασχηματιστική της δυναμική, η γρήγορη εξέλιξη και η ευρεία ενσωμάτωσή της, αναδιαμορφώνουν το τοπίο των κινδύνων, καθιστώντας τη μια εξέχουσα ανησυχία για εταιρίες όλων των μεγεθών σε όλο τον κόσμο, μαζί με άλλες πιο καθιερωμένες απειλές».



a *Αβτζής*
Κοσμήματα

Αμαλίας 35, Αγ. Δημήτριος, 17343 Αθήνα

Τηλ.: 210 9701109, Fax: 210 9700804 | e-mail: avtzisgold@gmail.com



Οι κίνδυνοι στον κυβερνοχώρο μακράν η μεγαλύτερη ανησυχία για τις εταιρίες

Για το 2026, οι κυβερνοεπιθέσεις αποτελούν την κορυφαία απειλή παγκοσμίως για πέμπτη συνεχή χρονιά, με την υψηλότερη βαθμολογία που έχει σημειώσει ποτέ (42% των απαντήσεων) και με μεγαλύτερο περιθώριο από ποτέ (+10%). Κατατάσσονται ως η κύρια ανησυχία των εταιριών σε όλον τον κόσμο (Αμερική, Ασία-Ειρηνικός, Ευρώπη, Αφρική και Μέση Ανατολή). Η συνεχής παρουσία των κυβερνοεπιθέσεων στην κορυφή του Allianz Risk Barometer αντικατοπτρίζει την αυξανόμενη εξάρτηση από την ψηφιακή τεχνολογία σε μια εποχή που το τοπίο των κυβερνοαπειλών, καθώς και το γεωπολιτικό και κανονιστικό περιβάλλον, εξελίσσονται ραγδαία. Οι πρόσφατες κυβερνοεπιθέσεις υψηλού προφίλ υπογραμμίζουν τη συνεχή απειλή για τις επιχειρήσεις όλων των μεγεθών, με τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις να βρίσκονται υπό πίεση λόγω της έλλειψης πόρων για την κυβερνοασφάλεια, με συνέπεια τη μεγαλύτερη έκθεσή τους στις δυσμενείς πιθανότητες.

«Οι επενδύσεις των μεγάλων εταιριών στην κυβερνοασφάλεια και την ανθεκτικότητα έχουν αποδώσει καρπούς, αφού τους εξασφαλίζει τον έγκαιρο εντοπισμό και την ανταπόκριση στις επιθέσεις. Ωστόσο, οι κυβερνοαπειλές εξελίσσονται διαρκώς. Οι οργανισμοί εξαρτώνται όλο και περισσότερο από τρίτους παρόχους για κρίσιμα δεδομένα και υπηρεσίες, ενώ η τεχνητή νοημοσύνη ενισχύει τις απειλές, αυξάνοντας τα σημεία πιθανής επίθεσης και επιβαρύνοντας τις υφιστάμενες αδυναμίες», εξηγεί ο Michael Bruch, Global Head of Risk Consulting Advisory Services, Allianz Commercial.

Η τεχνητή νοημοσύνη δημιουργεί αναδυόμενους κινδύνους, αλλά

και νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες

Η τεχνητή νοημοσύνη έχει αναρριχηθεί στην κορυφή των παγκόσμιων επιχειρηματικών ανησυχιών, ανεβαίνοντας από τη 10η θέση το 2025 στη 2η θέση (32%) το 2026 – η μεγαλύτερη άνοδος στη φετινή κατάταξη. Αποτελεί σημαντικό παράγοντα σε όλες τις περιοχές – κατατάσσεται στη 2η θέση στην Αμερική, στην Ασία-Ειρηνικό, στην Αφρική και στη Μέση Ανατολή και στην 3η θέση στην Ευρώπη – και αποτελεί αυξανόμενο κίνδυνο για εταιρίες όλων των μεγεθών, καταλαμβάνοντας τις τρεις πρώτες θέσεις για τις μεγάλες, μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις. Καθώς η υιοθέτηση της επιταχύνεται και ενσωματώνεται ολοένα και περισσότερο στις βασικές επιχειρηματικές δραστηριότητες, οι ερωτηθέντες αναμένουν ότι οι σχετικοί κίνδυνοι θα ενταθούν, ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά θέματα ευθύνης. Η ταχεία εξάπλωση των generative και agentic συστημάτων τεχνητής νοημοσύνης, σε συνδυασμό με την αυξανόμενη πρακτική εφαρμογή τους, έχει φέρει στο επίκεντρο το γεγονός ότι, πλέον, οι οργανισμοί είναι εκτεθειμένοι σε μεγάλο βαθμό.

«Οι εταιρίες αντιλαμβάνονται όλο και περισσότερο την τεχνητή νοημοσύνη όχι μόνο ως μια ισχυρή στρατηγική ευκαιρία, αλλά και ως μια σύνθετη πηγή λειτουργικού και νομικού κινδύνου, καθώς και κινδύνου φήμης. Σε πολλές περιπτώσεις, η ενσωμάτωσή της εξελίσσεται ταχύτερα απ' ό,τι μπορεί να ακολουθήσει η διακυβέρνηση, το ρυθμιστικό πλαίσιο και η ετοιμότητα του ανθρώπινου δυναμικού», αναφέρει ο Ludovic Subran, Chief Economist, Allianz. «Καθώς όλο και περισσότερες επιχειρήσεις θα επιχειρήσουν να κλιμακώσουν τη χρήση της το 2026, θα βρεθούν αντιμέτωπες με αυξημένη έκθεση σε ζητήματα αξιοπιστίας των συστημάτων, πε-

ριορισμούς στην ποιότητα των δεδομένων, προκλήσεις ενσωμάτωσης και ελλείψεις εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού. Παράλληλα, αναδύονται νέοι κίνδυνοι ευθύνης που σχετίζονται με την αυτοματοποιημένη λήψη αποφάσεων, μεροληπτικά ή διακριτικά μοντέλα, την κατάχρηση πνευματικής ιδιοκτησίας, καθώς και την αβεβαιότητα γύρω από το ποιος φέρει την ευθύνη όταν τα αποτελέσματα που παράγονται από την τεχνητή νοημοσύνη προκαλούν ζημιά».

Η διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας συνδέεται στενά με τους γεωπολιτικούς κινδύνους

Το 2025 σηματοδότησε μια στροφή προς προστατευτικές εμπορικές πολιτικές και δασμολογικούς πολέμους που έφεραν αβεβαιότητα στην παγκόσμια οικονομία. Ήταν επίσης μια χρονιά περιφερειακών συγκρούσεων στη Μέση Ανατολή και τη Ρωσία/Ουκρανία, συνοριακών διαφορών μεταξύ Ινδίας/Πακιστάν και Ταϊλάνδης/Καμπότζης και εμφυλίων πολέμων στην Αφρική – μια τάση που συνεχίζεται και το 2026 με την επέμβαση των ΗΠΑ στη Βενεζουέλα. Οι γεωπολιτικοί κίνδυνοι ασκούν αυξανόμενη πίεση στις εφοδιαστικές αλυσίδες και καθώς αυξάνονται, μόνο το 3% των ερωτηθέντων στο Allianz Risk Barometer θεωρούν τις εφοδιαστικές αλυσίδες τους «πολύ ανθεκτικές». Μόνο το περασμένο έτος, οι εμπορικοί περιορισμοί τριπλασιάστηκαν, επηρεάζοντας εμπορεύματα αξίας περίπου 2,7 τρισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ – σχεδόν το 20% των παγκόσμιων εισαγωγών σύμφωνα με την Allianz Trade – ωθώντας τις εταιρίες να διερευνήσουν τάσεις όπως το friendshoring (μεταφορά παραγωγής σε φιλικές χώρες) και η περιφερειοποίηση. Αυτές οι εξελίξεις οδηγούν σε μια αντίληψη υψηλού κινδύνου – το 29% των ερωτηθέντων κατατάσσει τη διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας ως τον κορυφαίο κίνδυνο, τοποθετώντας τον στην 3η θέση, αν και πέφτει κατά μία θέση σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι οι πολιτικοί κίνδυνοι και η βία ανέβηκαν δύο θέσεις, καταλαμβάνοντας την 7η θέση, την υψηλότερη κατάταξη που έχουν σημειώσει ποτέ. Ο στενά συνδεδεμένος κίνδυνος των αλλαγών στη νομοθεσία και το ρυθμιστικό πλαίσιο – που περιλαμβάνει και τους εμπορικούς δασμούς – κατατάσσεται στην 4η θέση παγκοσμίως, παραμένοντας αμετάβλητος σε ετήσια βάση, αλλά με αυξημένο ποσοστό αναφορών, λόγω των εντεινόμενων ανησυχιών για τον αυξανόμενο προστατευτισμό. Στην πραγματικότητα, η παράλυση της παγκόσμιας εφοδιαστικής αλυσίδας λόγω γεωπολιτικών συγκρούσεων αναδεικνύεται ως το πιο πιθανό σενάριο «μαύρου κύκνου» που ενδέχεται να υλοποιηθεί τα επόμενα πέντε χρόνια, σύμφωνα με το 51% των ερωτηθέντων.

ΟΙ 10 ΚΟΡΥΦΑΙΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟ 2026:

Top 10 risks in Greece

Source: Allianz Commercial. Figures represent how often a risk was selected as a percentage of 16 responses for the country.
Respondents: 16. Figures for 2025 up to 2026 as up to these risks could be selected.

Rank		Percent	2025 rank	Trend
1	Artificial intelligence (e.g., implementation challenges, liability exposures, misinformation / disinformation)	40%	NEW	▲
2	Cyber incidents (e.g., cyber crime, IT network / service disruptions, malware / ransomware, data breaches, fines, and penalties)	35%	2 (33%)	→
3	Changes in legislation and regulation (e.g., tariffs, new directives, sustainability requirements)	25%	3 (30%)	→
3	Climate change (e.g., physical, operational and financial risks as a result of extreme weather)	25%	3 (30%)	→
3	Natural catastrophes (e.g., storm, flood, earthquake, wildfire)	25%	1 (44%)	↔
3	Theft, fraud, corruption	25%	9 (12%)	▲
7	Business interruption (incl. supply chain disruption)	15%	7 (15%)	→
7	Fire, explosion	15%	5 (22%)	→
9	Macroeconomic developments (e.g., inflation, deflation, monetary policies, austerity programs)	13%	6 (19%)	→
10	Critical infrastructure blockouts (e.g., power disruption) or failures (e.g., aging dams, bridges, rail tracks)	10%	NEW	▲

The most important business risks in 2026: global

Ranking changes are determined by positions year-on-year, ahead of percentages.

Rank		Percent	2025 rank	Trend
1	Cyber incidents (e.g., cyber crime, IT network and service disruptions, malware / ransomware, data breaches, fines, and penalties)	41%	1 (30%)	→
2	Artificial intelligence (e.g., implementation challenges, liability exposures, misinformation / disinformation)	31%	10 (10%)	▲
3	Business interruption (incl. supply chain disruption)	29%	2 (21%)	↔
4	Changes in legislation and regulation (e.g., tariffs, new directives, sustainability requirements)	24%	4 (23%)	→
5	Natural catastrophes (e.g., storm, flood, earthquake, wildfire)	21%	2 (20%)	↔
6	Climate change (e.g., physical, operational, and financial risks as a result of extreme weather)	19%	5 (25%)	↔
7	Political risks and violence (e.g., war, political instability, terrorism, polarization, coup d'état, civil unrest, strikes, riots, looting)	18%	9 (14%)	▲
8	Macroeconomic developments (e.g., inflation, deflation, monetary policies, austerity programs)	14%	7 (15%)	↔
9	Fire, explosion	13%	6 (17%)	↔
10	Market developments (e.g., intensified competition / new entrants, M&A, market stagnation, market fluctuations)	13%	8 (14%)	↔
11	Critical infrastructure blockouts (e.g., power disruption) or failures (e.g., aging dams, bridges, rail tracks)	8%	17 (9%)	▲
12	Talent or labor issues	8%	11 (9%)	↔
13	Energy crisis (e.g., supply shortage / outage, price fluctuations)	4%	13 (8%)	→
14	Theft, fraud, corruption	5%	14 (7%)	→
15	Inactivity	5%	16 (6%)	▲
16	Loss of reputation or brand value (e.g., public criticism)	4%	15 (7%)	↔
17	Biodiversity and nature risks (e.g., water scarcity)	4%	NEW	▲
18	Product recall, quality management, serial defects	4%	18 (6%)	→
19	Human health risk (e.g., pandemic outbreak)	3%	19 (2%)	→
20	Pollution event	1%	17 (6%)	↔
	Other	2%		

OUR SERVICES

Take what you need

Branding

Web Design

Creative Campaigns

Social Media Content

Print Communication

Product Photography

L'arte

www.larteadv.gr | info@larteadv.gr | 210 57 87 801

ΧΡΥΣΕΑ ΕΚΔΟΣΗ

Venetico

Δημιουργία - Κόσμημα - Καινοτομία



STAY UPDATED



www.veneticomagazine.gr

Η ΓΕΝΙΑ Ζ ΕΧΕΙ ΑΞΙΕΣ ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΗ ΑΠΟΓΟΗΤΕΥΣΗ

Οι νέοι, που γεννήθηκαν και μεγάλωσαν όταν η μία κρίση διαδεχόταν την άλλη, όταν οι στιγμές επίπλαστων ευδαιμονίας έδιναν τη θέση τους στην αύξηση του ιδιωτικού χρέους και της ανεργίας, παραμένουν εξαρτημένοι από την οικογένεια.

Μόλις το 9% πιστεύει ότι έχει επαγγελματικές προοπτικές στην Ελλάδα, ενώ περισσότεροι από 4 στους 10 επιθυμούν να εργαστούν στο εξωτερικό.

Γεννήθηκαν από τα μέσα του 1997 και μετά. Κάποιοι από αυτούς έζησαν τα πρώτα τους χρόνια σε οικογένειες οι οποίες, παρασυρόμενες και από την προτροπή του Γιάννου Παπαντωνίου το 1999 «να επενδύσουν σε μετοχές γιατί το Χρηματιστήριο θα πιάσει τις 7.500 μονάδες», έτρεξαν κι αγόρασαν τίτλους, για να βιώσουν λίγο αργότερα μια από τις μεγαλύτερες ανακατανομές πλούτου και εισοδημάτων στην Ελλάδα εξαιτίας του κραχ που ακολούθησε.

Ήταν η πρώτη κατάρρευση. Ακολούθησε το όραμα των ολυμπιακών έργων, η βροντώδης χρεοκοπία που τα διαδέχθηκε και τα μνημόνια που ήλθαν ως επακόλουθο μιας ξέφρενης πορείας χρέους. Σε αυτά τα χρόνια, που η μία κρίση διαδεχόταν την άλλη και οι πιστωτικές κάρτες, τα διακοποδάνεια και οι λοιπές στιγμές επίπλαστης ευδαιμονίας έδιναν τη θέση τους στην αύξηση και του ιδιωτικού χρέους και της ανεργίας, γεννήθηκαν και μεγάλωσαν τα παιδιά που αποκαλούνται σήμερα Γενιά Ζ (γνωστή επίσης ως iGeneration, μεταμιλένιαλ, Quaranteens ή OnlineSchoolteens).

Αντίκτυπος

Οι δημογράφοι προσδιορίζουν τη γέννησή της από τα μέσα με τέλη της δεκαετίας του 1997 έως το 2012 και το ΙΝΕ της ΓΣΕΕ σε συνεργασία με την εταιρεία Alco πραγματοποίησε την πρώτη μεγάλη, πανελλαδική, κλίμακας έρευνα, αναζητώντας το προφίλ αυτών των νέων, ηλικίας 26 έως 29 ετών. Αυτών που ωρίμασαν ηλικιακά με τον αντίκτυπο των διαδοχικών οικονομικών και κοινωνικών κρίσεων που βίωσε και βιώνει η χώρα και που σήμερα, στην πλειο-



νότητά τους, 7 στους 10 δηλώνουν: «η γενιά των γονιών μας έζησε καλύτερες εργασιακές και κοινωνικές συνθήκες από τη δική μας».

Ρεαλιστική ή μη η άποψη τους, τεκμηριώνεται από τα εξής ευρήματα της έρευνας:

- Περισσότεροι από 4 στους 10 νέους ηλικίας 26 έως 29 ετών επιθυμούν να εργαστούν στο εξωτερικό τα επόμενα χρόνια. Με επαρκείς γνώσεις στις ψηφιακές δεξιότητες που απαιτεί η δουλειά τους (τουλάχιστον για το 6%), ανοικτοί στη μάθηση για την απόκτηση νέων δεξιοτήτων περίπου το 85% και με το 53% να δηλώνει ότι αισθάνεται άνετα να χρησιμοποιεί εφαρμογές Τεχνητής Νοημοσύνης στη δουλειά, φαίνεται να ζουν σε ένα εργασιακό περιβάλλον που δεν... αφήνει (τουλάχιστον για το 51%) και πολύ ελεύθερο προσωπικό χρόνο.

- Οι 7 στους 10 θα συμμετείχαν σε επιμόρφωση και συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση αν ήταν δωρεάν και σχετική με τη δουλειά τους. Αντιθέτως, οι περισσότεροι βλέπουν τη ζωή τους να επηρεάζεται από την εργασία. Κι όχι μόνο γιατί τουλάχιστον το 59% δεν έχει τη δυνατότητα να ρυθμίζει ευέλικτα το ωράριο εργασίας -προνόμιο που ισχύει μόνο για το 18%- αλλά κυρίως γιατί περισσότεροι από 6 στους 10 δεν μπορούν -όπως δηλώνουν- να δημιουργήσουν οικογένεια με τις συγκεκριμένες συνθήκες.

- Παραμένουν εξαρτημένοι από την οικογένεια καθώς οι 6 στους



INDEPENDENT GEMOLOGICAL LABORATORY

Real Value to Real Gems

George Spyromilios

Ότι αγαπάμε,
θέλουμε να το γνωρίζουμε
καλύτερα





10 τουλάχιστον μέχρι τα 26 τους χρόνια ζουν με τους γονείς. Κατάσταση που συνεχίζεται για 1 στους 3 και αργότερα, τουλάχιστον μέχρι την ηλικία των 29 ετών. Η συγκατοίκηση με τους γονείς είναι μία αναγκαιότητα κυρίως για όσους έχουν μερική απασχόληση, αφού πάνω από 6 στους 10 δεν μπορούν να συντηρήσουν μια αυτόνομη διαβίωση. Το ίδιο, αν και σε μικρότερο βαθμό, ισχύει και για τους freelancers. Περίπου ο ένας στους δύο συνεισφέρει στις δαπάνες στέγασης του νοικοκυριού, παρότι μόνο ένας στους τέσσερις (25%) δηλώνει με βεβαιότητα ότι για να βγει ο μήνας επαρκούν πάντα τα χρήματα από τη δουλειά και μόνο. Το ίδιο ισχύει ακόμη κι αν η εργασία τους είναι σε συνθήκες πλήρους απασχόλησης, με αποτέλεσμα 1 στους 2 (52%) να έχει ανάγκη την οικονομική στήριξη από την οικογένεια. Το πρόβλημα είναι πολύ πιο έντονο στις γυναίκες (66%) σε σύγκριση με τους άνδρες (44%).

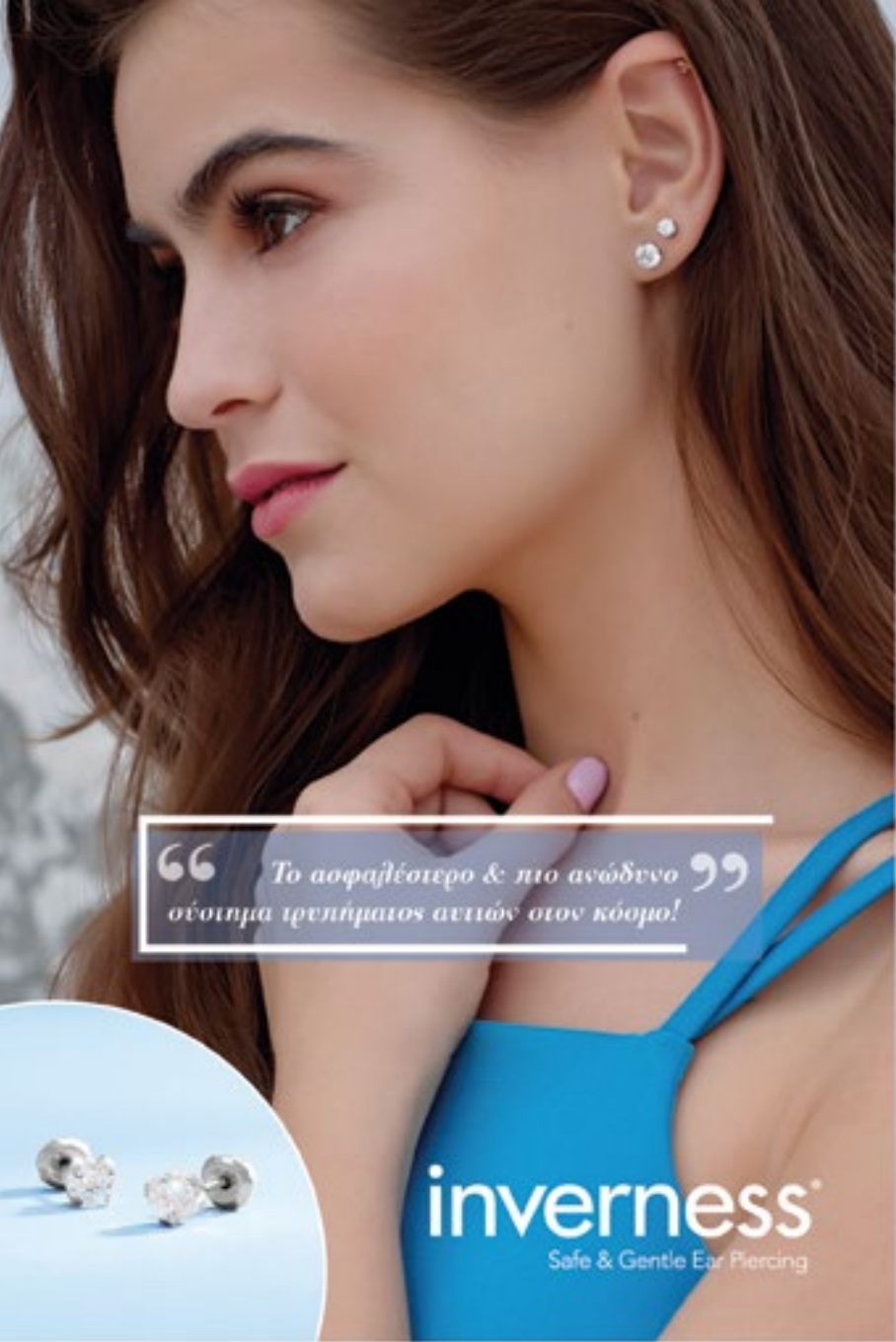
- Μόνο το 5% αυτής της γενιάς συμφωνεί απόλυτα ότι η εκπαίδευση προετοιμάζει για την αγορά εργασίας και μόλις το 9% πιστεύει ότι έχει επαγγελματικές προοπτικές στην Ελλάδα. Αν και δεν αντιτίθενται στη μαύρη εργασία και δεν έχουν εμπιστοσύνη στους θεσμούς, συμπεριλαμβανομένων και των συνδικάτων, τα οποία μόνο ένας στους 5 (21%) τα «βλέπει» στην εργασία, οι 7 στους 10 πιστεύουν ότι η ψυχική υγεία είναι πιο σημαντική από την οικονομική εξασφάλιση. Η συμμετοχή στις απεργίες και στις κινητοποιήσεις δεν είναι συχνή, καθώς μόνο το 36% δηλώνει ότι έχει συμμετάσχει, αλλά το 67% δηλώνει έτοιμο να συμμετέχει «αν θεωρήσει ότι είναι δίκαιο το αίτημα». Είναι το ίδιο ποσοστό που δίνει θετική απάντηση στο αν η συλλογική δράση μπορεί να

βελτιώσει τις συνθήκες εργασίας.

Η γενιά αυτή, αν και βαθιά μορφωμένη και αξιακά ώριμη, μεγαλώνει σε ένα περιβάλλον διαρκούς επισφάλειας

«Η έρευνα αυτή φωτίζει μια νέα κοινωνική πραγματικότητα: η Generation Z δεν είναι μια αδιάφορη ή “εύθραυστη” γενιά, αλλά μια γενιά βαθιά μορφωμένη, ευαισθητοποιημένη και αξιακά ώριμη, που όμως μεγαλώνει μέσα σε ένα περιβάλλον διαρκούς επισφάλειας» σχολιάζει ο Χρήστος Γούλας, γενικός διευθυντής του Ινστιτούτου Εργασίας και του Κέντρου Ανάπτυξης Εκπαιδευτικής Πολιτικής της ΓΣΕΕ. «Οι νέοι εργάζονται χωρίς σταθερότητα, σπουδάζουν χωρίς επαγγελματικό αντίκρισμα και προσπαθούν να ζήσουν με αξιοπρέπεια μέσα σε όρους που συχνά δεν της το επιτρέπουν».

Αυτό που αποτυπώνεται δεν είναι μόνο μια εργασιακή κρίση, αλλά μια κρίση εμπιστοσύνης: απέναντι στους θεσμούς, στις προοπτικές, ακόμη και στη δυνατότητα ενός βιώσιμου μέλλοντος στη χώρα. Παρά ταύτα, η Generation Z δεν παραιτείται. Αντίθετα, δείχνει διάθεση συμμετοχής, αναζητά νόημα και συλλογικότητα, θέλει να συμβάλει σε μια πιο δίκαιη και δημιουργική κοινωνία. Χρειάζεται να ενισχυθούν άμεσα πολιτικές που να αποκαθιστούν τη σταθερότητα, να αναβαθμίζουν τους μισθούς και να επενδύουν στην ψυχική υγεία και τη συνεχιζόμενη μάθηση. Η Generation Z δεν ζητά απλώς μια θέση εργασίας: επιζητά ένα πλαίσιο ζωής με αξιοπρέπεια, δημιουργικότητα και δικαιοσύνη».



“ Το ασφαλέστερο & πιο ανώδυνο
σύστημα τρυπήματος αυτιών στον κόσμο! ”

inverness
Safe & Gentle Ear Piercing

Είναι τόσο εύκολο 1-2-3



Καθαρίζετε



Σημαδεύετε



Τρυπάτε

It really is that simple. The Inverness system is safe, gentle, and sterile for true peace of mind piercing.



Το πιο εξελιγμένο
τεχνολογικά
εργαλείο
τρυπήματος αυτιών



Το μοναδικό
πραγματικά 100%
αστεριωμένο
σκουλαρίκι



Κούμπωμα
ασφαλείας
Διεθνώς
κατοχυρωμένο

T.E.C. NOVEL M.E.Π.Ε.

ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΙΕΣ – ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΚΟΣΜΗΜΑΤΩΝ

Λ.ΒΕΡΓΩΤΗ 37 ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ | ΤΗΛ.26710 28665, 6944 520455 | ΦΑΞ : 2671024329

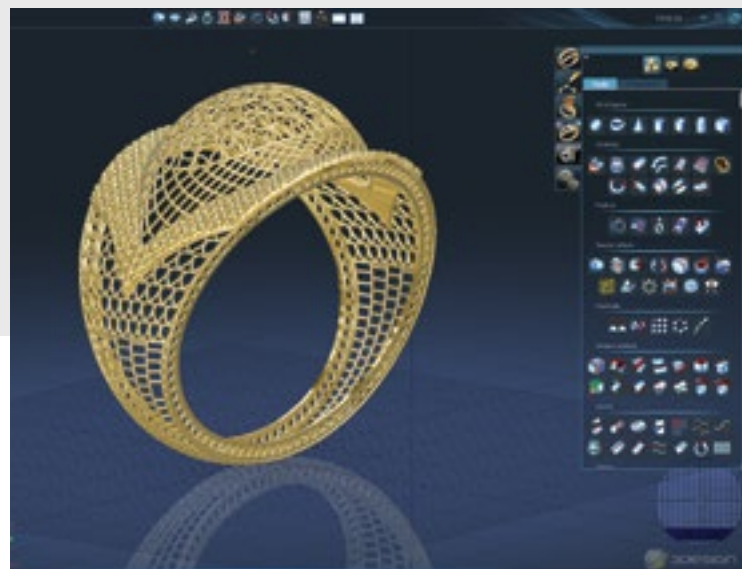
www.inverness.gr | www.tecnovel.gr | email: info@tzannatos.com

ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΣΤΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΚΟΣΜΗΜΑΤΩΝ

Πώς η τεχνολογία μεταμορφώνει τη δημιουργική διαδικασία.

Τα κοσμήματα ήταν ανέκαθεν ένα μοναδικό μείγμα τέχνης και επιστήμης, και λίγης μηχανικής. Συνδυάζουν τη φαντασία με εξαιρετικές τεχνικές διαδικασίες όπως η χύτευση μετάλλου, η κοπή πέτρας και το λεπτομερές φινίρισμα. Για αιώνες, οι κοσμηματοπώλες δημιουργούσαν τα πάντα με το χέρι, από τα σκίτσα μέχρι τα χειροποίητα σκαλισμένα κέρια μοντέλα, και χρειάστηκαν πολλά χρόνια εξάσκησης για να κατακτηθεί το επάγγελμα. Σήμερα, η τεχνολογία έχει προσθέσει ένα νέο επίπεδο στην κατασκευαστική πλευρά της παραγωγής κοσμημάτων μέσω λογισμικού CAD, τρισδιάστατης εκτύπωσης, κοπής με λέιζερ και τώρα τεχνητής νοημοσύνης.

Με την άνοδο της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI), η ίδια η διαδικασία σχεδιασμού μεταβάλλεται. Η AI δεν επιταχύνει απλώς τον τρόπο σχεδιασμού των κοσμημάτων. Αναδιαμορφώνει τον τρόπο με τον οποίο οι ιδέες φαντάζονται, προσαρμόζονται και αναπτύσσονται από την αρχή μέχρι το τέλος. Έχει γίνει ένας σιωπηλός συνεργάτης στα σύγχρονα στούντιο σχεδιασμού κοσμημάτων, προσφέροντας νέες δυνατότητες, βελτιστοποιώντας τις ροές εργασίας και επεκτείνοντας τις δημιουργικές δυνατότητες. Και αυτή η μετατόπιση δεν είναι μια βραχύβια τεχνολογική τάση. Αντιπροσωπεύει μια τεράστια πολιτισμική αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές, οι σχεδιαστές και οι μάρκες αλληλεπιδρούν με τα κοσμήματα. Η κατανόηση του ρόλου της τεχνητής νοημοσύνης μας βοηθά να εκτιμήσουμε όχι μόνο το τελικό προϊόν, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο μεταμορφώνει τη διαδικασία πίσω από αυτό και διευρύνει τις δυνατότητες.



Από τη Χειροτεχνία στον Ψηφιακό Σχεδιασμό

Για να κατανοήσουμε τον ρόλο της Τεχνητής Νοημοσύνης σήμερα, βοηθάει να κατανοήσουμε την εξέλιξη του σχεδιασμού κοσμημάτων. Πριν από λίγο καιρό, σχεδόν κάθε κόσμημα ξεκινούσε ως ένα σκίτσο σχεδιασμένο στο χέρι σε χαρτί και πολλοί σχεδιαστές εξακολουθούν να προτιμούν αυτήν την προσέγγιση. Στη συνέχεια, ο σχεδιασμός με τη βοήθεια υπολογιστή εισήλθε στον κλάδο, δίνοντας στους κοσμηματοπώλες ακριβή εργαλεία για ακρίβεια και επαναληψιμότητα. Όταν η τρισδιάστατη εκτύπωση έγινε προσβάσιμη, επέτρεψε στους κοσμηματοπώλες να δημιουργούν μοντέλα γρήγορα και να πειραματίζονται με αναλογίες και σχήματα χωρίς να χρησιμοποιούν μέταλλο ή πολύτιμους λίθους.

Αυτές οι καινοτομίες έκαναν την παραγωγή ταχύτερη και πιο προβλέψιμη, αλλά δεν μείωσαν τίποτα από το δημιουργικό κομμάτι του σχεδιασμού. Η Τεχνητή Νοημοσύνη τώρα προχωρά ένα βήμα παραπέρα. Μπορεί να δημιουργήσει ιδέες, να αυτοματοποιεί επαναλαμβανόμενες εργασίες και να δημιουργεί προσαρμογές στο σχεδιασμό σχεδόν αμέσως. Οι σχεδιαστές δεν χρειάζεται πλέον να ξεκινούν με μια κενή σελίδα. Μπορούν να εξερευνήσουν αμέτρητες

ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ



δυνατότητες μέσα σε λίγα λεπτά και να τις περιορίσουν σε κάτι που τους δίνει την αίσθηση πραγματικά μοναδικού.

Η Τεχνητή Νοημοσύνη δεν αντικαθιστά τα σκίτσα, την καλλιτεχνική οπτική γωνία ή την έμπνευση. Αλλάζει το σημείο εκκίνησης. Η φάση σχεδιασμού γίνεται πιο ευέλικτη, ταχύτερη και πιο συνεργατική, με την τεχνολογία να λειτουργεί ως δημιουργικός συνεργάτης αντί απλώς ως εργαλείο παραγωγής.

Η άνοδος της δημιουργίας ιδεών με τη βοήθεια της τεχνητής νοημοσύνης

Μία από τις μεγαλύτερες αλλαγές που φέρνει η τεχνητή νοημοσύνη είναι η δημιουργία ιδεών. Παραδοσιακά, οι σχεδιαστές αφιέρωναν ώρες ή ημέρες στην ανάπτυξη πολλαπλών σκίτσων για μια μόνο ιδέα. Η τεχνητή νοημοσύνη συμπυκνώνει σημαντικά αυτό το αρχικό στάδιο. Εισάγοντας μια εντολή με σχήματα, υλικά, κοπές πολύτιμων λίθων και θέματα έμπνευσης, οι σχεδιαστές μπορούν να δουν αμέσως πιθανές ιδέες, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που ίσως δεν είχαν σκεφτεί ποτέ να σχεδιάσουν.

Αυτό είναι ιδιαίτερα χρήσιμο σε εκλεκτά κοσμήματα, όπου η δημιουργικότητα και η μοναδικότητα οδηγούν το σχεδιασμό. Η Τεχνητή Νοημοσύνη επιτρέπει στους σχεδιαστές να δημιουργούν καταγίγισμο ιδεών σε λιγότερο χρόνο, βοηθώντας τους να παραμένουν ενημερωμένοι για τις τρέχουσες τάσεις, ενώ παράλληλα αναπτύσσουν πρωτότυπες ιδέες. Μερικές φορές οι ιδέες που δημιουργούνται από την Τεχνητή Νοημοσύνη είναι πολύ ασυνήθιστες ή πολύπλοκες για να παραχθούν, αλλά συχνά πυροδοτούν

νέα έμπνευση και καθοδηγούν τον σχεδιαστή προς ένα τελικό όραμα.

Η Τεχνητή Νοημοσύνη βοηθά επίσης τους πελάτες να βλέπουν περισσότερες επιλογές γρήγορα. Μπορούν να βλέπουν τις προσαρμογές σε πραγματικό χρόνο, γεγονός που δίνει στον σχεδιαστή τη δυνατότητα να επικεντρωθεί στα τεχνικά στοιχεία του έργου.

Τεχνητή Νοημοσύνη και Προσαρμογή

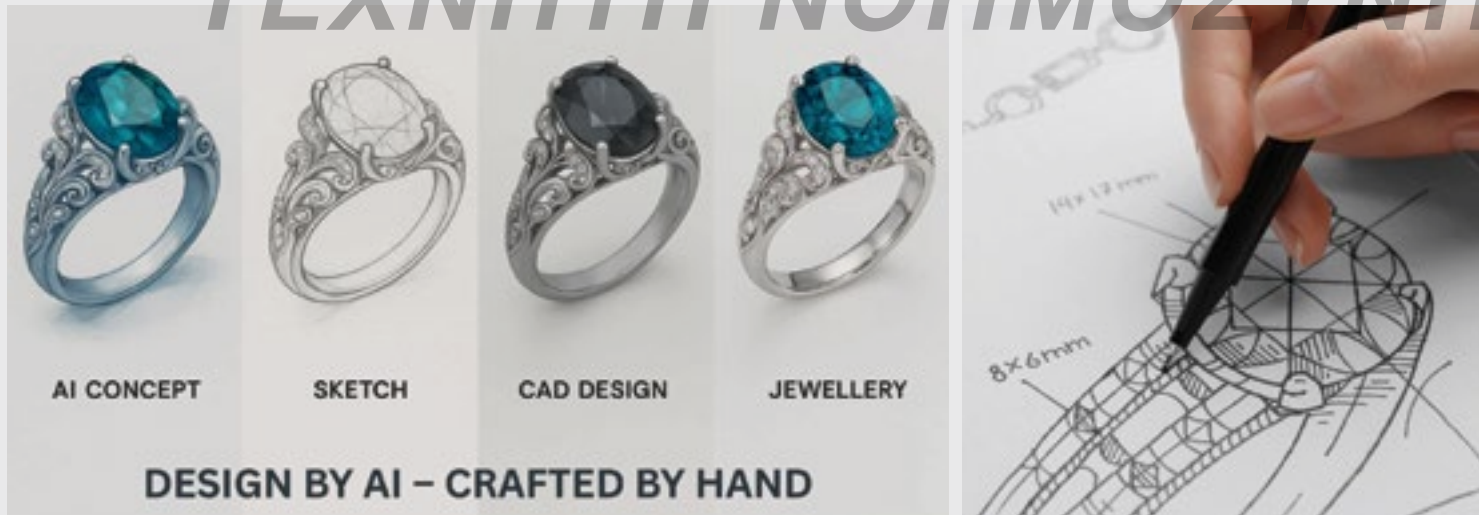
Η εξατομίκευση είναι μια από τις μεγαλύτερες αλλαγές στο σύγχρονο σχεδιασμό κοσμημάτων και η Τεχνητή Νοημοσύνη την έχει ενισχύσει. Οι πελάτες θέλουν κομμάτια με νόημα - πέτρες γέννησης, σύμβολα, αρχικά ή χαρακτηριστικά. Πριν από την Τεχνητή Νοημοσύνη, η προσαρμογή ακόμη και μικρών λεπτομερειών σήμαινε τη δημιουργία ενός εντελώς νέου σκίτσου, αλλά τώρα η Τεχνητή Νοημοσύνη κάνει αυτές τις προσαρμογές μέσα σε δευτερόλεπτα.

Μόλις η Τεχνητή Νοημοσύνη ερμηνεύσει τι θέλει ο πελάτης, μπορεί να προτείνει συμπληρωματικά σχέδια, αναλογίες ή θέματα. Ο πελάτης εμπλέκεται στενά στη δημιουργία του κοσμημάτος του. Αυτό είναι ιδιαίτερα ισχυρό για τα δαχτυλίδια αρραβώνων και άλλα κοσμήματα-ορόσημα, επειδή προσθέτει ένα ακόμη συναισθηματικό στοιχείο στη διαδικασία.

Η Τεχνητή Νοημοσύνη και η συζήτηση για την Χειροτεχνία

Κάθε φορά που η τεχνολογία εμπλέκεται περισσότερο σε έναν παραδοσιακό τομέα, οι άνθρωποι ανησυχούν ότι κάτι ουσιαστι-

ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ



DESIGN BY AI – CRAFTED BY HAND

κό θα χαθεί. Τα κοσμήματα, όπως η ζωγραφική ή η κεραμική, βασίζονται σε τεχνικές που μεταδίδονται από γενιά σε γενιά. Είναι φυσικό να αναρωτιόμαστε αν η Τεχνητή Νοημοσύνη απειλεί την χειροτεχνία ή μειώνει τη συναισθηματική αξία του έργου.

Μέχρι στιγμής, όμως, η Τεχνητή Νοημοσύνη έχει ενισχύσει την ικανότητα του καλλιτέχνη αντί να την σβήσει. Η Τεχνητή Νοημοσύνη μπορεί να προτείνει ιδέες, αλλά δεν μπορεί να νιώσει το συναίσθημα πίσω από αυτές. Τα κοσμήματα συνδέονται με την αγάπη, τη μνήμη και την προσωπική έκφραση, τα οποία η Τεχνητή Νοημοσύνη δεν μπορεί να κατανοήσει επειδή αυτά είναι ανθρώπινα συναίσθημα. Και η φυσική εργασία της τοποθέτησης λίθων, της χάραξης και του γυαλισματος δεν μπορεί να αυτοματοποιηθεί πλήρως. Βασίζονται σε επιδέξια χέρια, εκπαιδευμένα μάτια και χρόνια εμπειρίας.

Η Τεχνητή Νοημοσύνη μπορεί να βοηθήσει στην ανταλλαγή ιδεών και τον σχεδιασμό, αλλά ποτέ δεν θα αντικαταστήσει την αίσθηση της θέρμανσης του μετάλλου στο χέρι ή την ακρίβεια που απαιτείται για τη στερέωση ενός πολύτιμου λίθου. Πολλοί σχεδιαστές βλέπουν την Τεχνητή Νοημοσύνη με τον ίδιο τρόπο που έβλεπαν κάποτε τις νέες μηχανές χύτευσης ή τα μηχανήματα κοπής με λέιζερ - ένα ακόμη εργαλείο που συμπληρώνει τις δεξιότητές τους, όχι τις αντικαθιστά.

Ο Ρόλος της Τεχνητής Νοημοσύνης στο Μάρκετινγκ Κοσμημάτων

Η οπτικοποίηση είναι μια από τις πιο συναρπαστικές χρήσεις της Τεχνητής Νοημοσύνης. Οι πελάτες θέλουν να δουν πώς θα

μοιάζει ένα κομμάτι πριν το αγοράσουν και η Τεχνητή Νοημοσύνη το κάνει αυτό ευκολότερο από ποτέ. Οι σχεδιαστές μπορούν να δημιουργήσουν ρεαλιστικές απεικονίσεις, να πειραματιστούν με προσαρμογές επί τόπου, ακόμη και να δείξουν το κομμάτι στο χέρι ή τον λαιμό του πελάτη χρησιμοποιώντας εικονική δοκιμή με Τεχνητή Νοημοσύνη.

Αυτό μειώνει την αβεβαιότητα και αυξάνει την εμπιστοσύνη, ειδικά για τους πελάτες που δεν μπορούν να δουν το κομμάτι αυτοπροσώπως. Η τεχνητή νοημοσύνη επιτρέπει στους πελάτες να συγκρίνουν άμεσα τα χρώματα των μετάλλων, τα σχήματα των πολύτιμων λίθων και τα μεγέθη των λίθων. Μετατρέπει το ραντεβού σχεδιασμού σε μια πιο διαδραστική και εξατομικευμένη εμπειρία για τον πελάτη και τον σχεδιαστή.

Τελικές Σκέψεις

Η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) γίνεται ένα σημαντικό εργαλείο στο σχεδιασμό κοσμημάτων, αναδιαμορφώνοντας τον τρόπο με τον οποίο δημιουργούνται, προσαρμόζονται και παράγονται οι ιδέες. Υποστηρίζει τους σχεδιαστές προσφέροντας περισσότερες δυνατότητες και ταχύτερες προσαρμογές. Θα είναι σε θέση να παράγουν περισσότερα μοναδικά σχέδια πιο γρήγορα, διατηρώντας παράλληλα την κατασκευαστική δεξιότητα που κάνει τα κοσμήματά τους ξεχωριστά. Η AI δεν αντικαθιστά την ανθρώπινη πινελιά, απλώς ανοίγει δημιουργικές δυνατότητες.

MARKSCHNEIDERDESIGN.COM

Pollatsek

73 Χρόνια



Ντουμηλέ

Επιχρυσώσεις • Επαργυρώσεις • Επιροδιώσεις

ΘΕΟΔ. ΤΖΩΡΤΖΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.

Θησέως 7-9, 105 62 Αθήνα

T. 210 3226791, 210 3234378, 693 7327006 F. 210 3255142

E. pollatsek@gmail.com

Η ΚΛΑΣΙΚΗ ΚΟΜΨΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΚΟΥΛΑΡΙΚΙΩΝ GIRANDOLE

Αυτό το στυλ της γεωργιανής εποχής είναι δύσκολο να βρεθεί σε καταστήματα με αντίκες, αλλά η πολυτελής αισθητική του εμπνέει τους σημερινούς σχεδιαστές.

Στον οίκο δημοπρασιών Christie's στο Παρίσι τον Ιανουάριο του 2025, ο σχεδιαστής Elie Top γιόρτασε την 10η επέτειο του οίκου του με μια συλλογή με τίτλο *Liaisons Dangereuses*. Ένα όνομα που θυμίζει τα λαμπερά επιχρυσωμένα σαλόνια του Παρισιού του 18ου αιώνα και τα κοσμήματα που άστραφταν κάτω από τους πολυελαίους υπό το φως των κεριών. Τα σχέδια του Top μιμούνταν κειμήλια εκείνης της περιόδου. Ειδικά τα κρεμαστά σκουλαρίκια του, με το χαρακτηριστικό τρίο από διακοσμητικά στοιχεία σε σχήμα αχλαδιού που κρέμονται από ένα κεντρικό μοτίβο φιόγκου ή παρόμοιο σύμπλεγμα σε σχήμα αχλαδιού.

Το ντελικάτο, κολακευτικό σχέδιο της γιρανδόλης βρίσκει ξανά απήχηση στους κοσμηματοπώλες, αλλά τι γίνεται με τα ίδια τα αντικα σκουλαρίκια; Δισσώζονται πολλά;

«Έχουμε δει πολλά όμορφα ζευγάρια κατά τη διάρκεια των ετών», λέει η Nicole Corsini, διευθύντρια μάρκετινγκ της Lang Antiques στο Σαν Φρανσίσκο. Τώρα, όμως, ο πωλητής έχει μόνο «μερικά κολλιέ που ονομάζουμε «girandole» και είναι πολύ πιθανό να έχουν μετατραπεί σε αυτά μετά την απώλεια ενός σκουλαρικού».

Γίνεται όλο και πιο δύσκολο να βρει κανείς αυθεντικά σκουλαρίκια γιραντόλ του 18ου αιώνα, επιβεβαιώνει η Ελίζαμπεθ Ντόιλ, συνιδιοκτήτρια του νεοϋορκέζικου κοσμηματοπωλείου Doyle & Doyle. Η απώλεια είναι ένας από τους λόγους, αλλά όπως επισημαίνει, «τα γεωργιανά κοσμήματα συνήθως κατασκευάζονταν με τεχνικές που δεν ταιριάζουν στον σύγχρονο τρόπο ζωής μας. Τα ελαφριά εξαρτήματα που είναι σφραγισμένα ή κούφια είναι



επιρρεπή σε βαθουλώματα. Οι πέτρινες βάσεις με κλειστή πλάτη μπορούν επίσης να φθαρούν όταν εκτίθενται στο νερό». Ως εκ τούτου, η αποκατάσταση κατεστραμμένων κομματιών, όταν είναι δυνατόν, «μπορεί να είναι αρκετά ακριβή, με αποτέλεσμα πολλά κομμάτια να χάνονται ή να επαναχρησιμοποιούνται με την πάροδο των ετών».

Από την άλλη πλευρά του Ατλαντικού.

Φυσικά, η εποχή της Γεωργιανής Αυτοκρατορίας ήταν μια ταραχώδης περίοδος, κυρίως κατά τη διάρκεια του Αμερικανικού Πολέμου της Ανεξαρτησίας, όταν ο βασιλιάς Γεώργιος Γ΄ της Αγγλίας βρισκόταν στο θρόνο. Παρ' όλα αυτά, τα κοσμήματα διέσχισαν τον Ατλαντικό.

«Ιστορικά, οι Αμερικανοί θεωρούσαν τα ευρωπαϊκά κοσμήματα ανώτερα από τα αμερικανικής κατασκευής κοσμήματα», λέει ο

ΨΑΡΡΑΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

email: info@3djewelslab.com

TOP CAST HELLAS

ΚΛΕΙΤΙΟΥ 2, ΑΘΗΝΑ 10560

ΤΗΛ. 210 3219194

ΧΥΤΗΡΙΟ

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: ΚΑΡΟΥΜΠΗΣ ΘΩΜΑΣ

3D JEWELS LAB

SERVICE BUREAU | 3D WAX PRINTING

ΘΗΣΕΩΣ 11, Α' ΟΡΟΦΟΣ, ΑΘΗΝΑ, 10562

ΤΗΛ. 210 3315231

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: ΜΠΕΛΕΣΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ



ΧΥΤΕΥΣΗ

3D PRINTING

GIRANDOLE



Τα σκουλαρίκια Regency της Ebba Goring, ένα σύγχρονο αφιέρωμα στα girandoles, διαθέτουν ιόλιθους σε σχήμα αχλαδιού σε ασήμι με νανοκεραμική επίστρωση σε χρώμα μπλε του λυκόφωτος

Doyle, επομένως «μια καλή ποσότητα κοσμημάτων εισήχθη από την Ευρώπη για την αμερικανική αγορά υψηλής ποιότητας, ακόμη και κατά την εποχή της Γεωργιανής Αυτοκρατορίας».

Υπάρχουν πολλά ωραία παραδείγματα στην FD Gallery στη Νέα Υόρκη, συμπεριλαμβανομένων ορισμένων από την Ιβηρική χερσόνησο – όπου οι Ισπανίδες προτιμούσαν το εντυπωσιακό στυλ – και ένα ζευγάρι διαμαντιών σε ροζ κοπή με ασημένια και χρυσή βάση από το 1740. Ο κοσμηματοπώλης διαθέτει επίσης ένα ζευγάρι εντυπωσιακά μοντέρνα γυαλιστερά ασάλινα κρεμαστά σκουλαρίκια από το 1845, μεταξύ των μακρύτερων κρεμαστών σκουλαρικιών της εποχής.

Τα σχέδια είναι εντυπωσιακά, πολυτελή και εξαιρετικά θηλυκά, και η δημοτικότητά τους έχει αυξηθεί σημαντικά για τα αντικείμενα σκουλαρίκια στην Αγγλία έχει μειωθεί, όλο και περισσότερα γεωργιανά girandoles έχουν φτάσει σταδιακά από την Αγγλία στις ΗΠΑ», ένα σημείο που επιβεβαιώνει ο Hancocks, έμπορος έργων τέχνης με έδρα το Λονδίνο. Οι γιραντόλες «είναι εντελώς διαχρονικές και ξεπερνούν τις τάσεις», λέει η ειδικός στο Hancocks, Amy Burton, αν και προσθέτει ότι «δεν είναι τόσο εύ-



Σκουλαρίκια με διαμάντια Merteuil από την Elie Top σε κίτρινο χρυσό 18 καρατίων και ασήμι

κολο να τις βρεις στις μέρες μας».

Η επιθυμία να ξεχωρίζεις.

Το στυλ αυτό απευθύνεται σε γυναίκες που επιθυμούν μια τολμηρή και επιβλητική εμφάνιση, καθώς τα σκουλαρίκια είναι γενικά μεγάλα και συχνά περιέχουν διαμάντια σε κοπή rose, λευκό τοπάζι ή πολύχρωμα πετράδια όπως γρανάτες, σμαράγδια και κιτρίνια. Οι μεταγενέστερες βικτοριανές εκδοχές περιλάμβαναν τυρκουάζ, ακουαμαρίνα και μαργαριτάρια. Οι κοσμηματοποιοί συχνά έβαζαν τα διαμάντια σε rose-cut σε ασημένια βάση, η οποία με τα χρόνια αποκτά μια πατίνα που κάνει τα διαμάντια να λάμπουν ακόμα περισσότερο. Τα στυλ του 18ου αιώνα εμφανίζονται συνήθως σε κλειστά κουμπώματα, συχνά με χρωματισμένα ή ασημένια-χαλκού «επενδυμένα» υποστρώματα για να αναδείξουν το κόσμημα στο φως των κεριών. Αυτό τα έκανε ιδανικά για βραδινές εκδηλώσεις και γάμους, καθώς και για να αντανακλούν τις ακτίνες του ήλιου κατά τη διάρκεια της ημέρας.

Ενημερώσεις για κοσμήματα.

Ο Elie Top δεν είναι ο μόνος κοσμηματοπώλης που αναβιώνει το



Μοντέλο που φοράει σκουλαρίκια Catherine girandole της Larkspur & Hawk από επιχρυσωμένο ασήμι με λευκό χαλαζία με επένδυση από φύλλο αλουμινίου.

στυλ girandole. Ο Stephen Silver διαθέτει εντυπωσιακά κοσμήματα girandole με περίδοτο και διαμάντια στη μπουτίκ του στο Menlo Park της Καλιφόρνια, ενώ στην Αυστραλία, ο ειδικός σε μαργαριτάρια South Sea, Autore, δημιουργεί διακοσμητικά κοσμήματα girandole σε στυλ 18ου αιώνα με μαργαριτάρια και κρεμαστά tsavorite. Η Jessica McCormack, με έδρα το Λονδίνο, που ειδικεύεται στο σχεδιασμό κοσμημάτων γεωργιανού στιλ, δίνει στα γιράντολ της μια σύγχρονη πινελιά, αναστρέφοντας τα διαμάντια σε σχήμα αχλαδιού και τοποθετώντας τα σε μαυρισμένο χρυσό για μια καθαρή σιλουέτα.

Η Emily Satloff αγαπάει τα κοσμήματα του 18ου και 19ου αιώνα εδώ και δεκαετίες. «Τα σκουλαρίκια και τα μενταγιόν girandole έχουν ειδική θέση στην σχεδιαστική μου φιλοσοφία», λέει η ιδρύτρια, σχεδιαστής και επιμελήτρια της Larkspur & Hawk με έδρα τη Νέα Υόρκη. «Λατρεύω τα κοσμήματα με τεκμηριωμένη ιστορία και αφήγηση».

Χρησιμοποιώντας τις ίδιες τεχνικές με βάση φύλλ, δημιουργεί σκουλαρίκια που λαμπυρίζουν και γοητεύουν με έναν τρόπο που, όπως λέει, είναι αμιγώς γυναικείος και «έχει σαγηνεύσει

τους πελάτες μας από τότε που σχεδίασα το πρώτο μου ζευγάρι το 2007». Στο εκθεσιακό της χώρο στη Νέα Υόρκη, έχει διαπιστώσει από πρώτο χέρι ότι υπάρχει πάντα ζήτηση για τα girandole, τα οποία συχνά καταλήγουν στο ίδιο κουτί κοσμημάτων με τα μοντέρνα σχέδια.

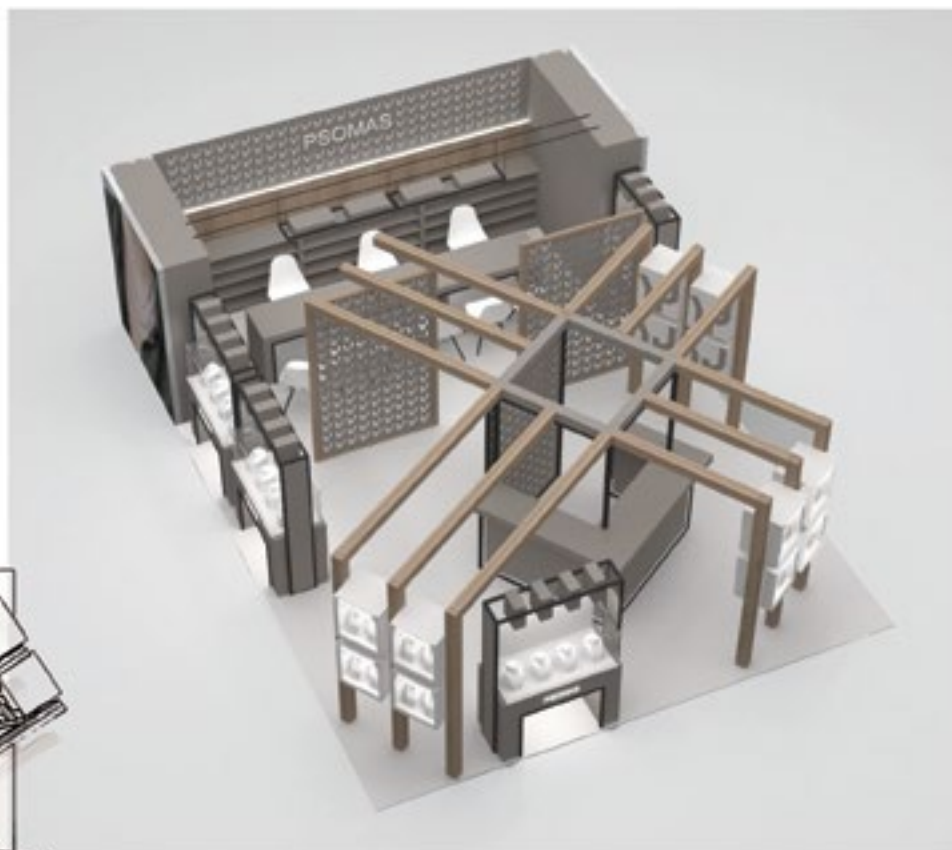
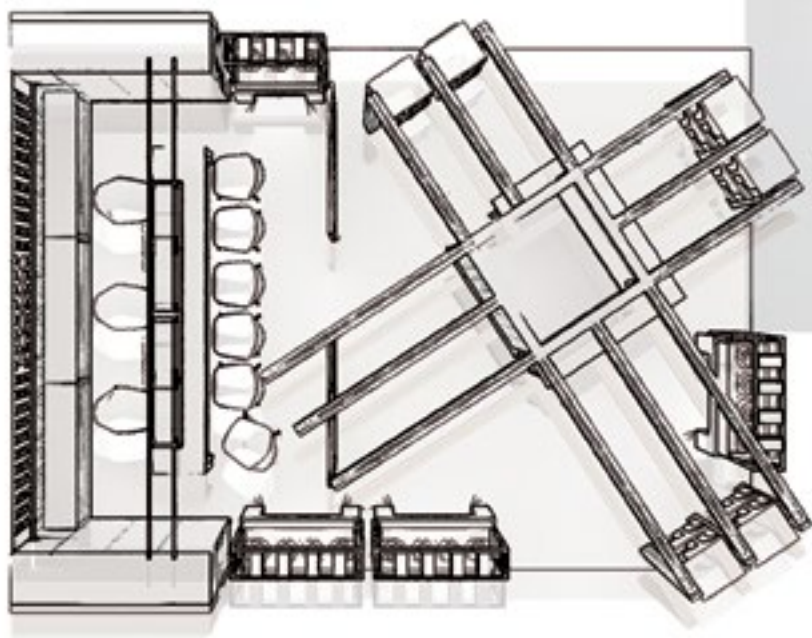
«Μια ολοκληρωμένη συλλογή κοσμημάτων πρέπει να περιλαμβάνει κομμάτια που προσελκύουν τον συλλέκτη, ακόμα και αν κάποια από αυτά αναφέρονται στο παρελθόν, ενώ άλλα είναι πιο φουτουριστικά», υποστηρίζει. «Τα διαφορετικά στυλ συνυπάρχουν πάντα».

RAPAPORT.COM

Αισθητική. Εργονομία. Ποιότητα.

ΑΝΤΩΝΗΣ
ΒΙΔΕΟΣ

ΜΕΛΕΤΗ & ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ




FROM JUST LINES



TO REALITY



Αδελφών Γιαννίδη 3, Μοσχάτο, 183 46
210 97 07 831 | info@vidos.gr
www.vidos.gr

 antonisvidos_design

Η ΟΜΟΡΦΙΑ ΤΟΥ ΚΑΝΑΔΙΚΟΥ ΑΜΜΟΛΙΤΗ

Ο ζωντανός πολύτιμος λίθος της φύσης που δημιουργήθηκε από αρχαίες θάλασσες.

Στους ήσυχους πρόποδες των Καναδικών Βραχωδών Ορέων, κάτω από αρχαία στρώματα σχιστόλιθου, κρύβεται ένας εκπληκτικός θησαυρός: λάμπεις σμαραγδιού, χρυσού, πορφυρού και βιολετί χρώματος κυματίζουν στα απολιθωμένα κελύφη, σαν να έχουν παγιδευτεί οι ίδιες οι Βόρειες Αυγές. Είναι ο αμμολίτης: ένας από τους σπανιότερους πολύτιμους λίθους της Γης, που σχηματίστηκε σε διάστημα άνω των 70 εκατομμυρίων ετών και γεννήθηκε από τις προϊστορικές θάλασσες.

Όπως το Βόρειο Σέλας που φωτίζει τους ουρανοί του βόρειου Καναδά, ο αμμολίτης προσφέρει μια φευγαλέα, ανεπανάληπτη επίδειξη χρωμάτων και λάμπης – ένα φυσικό αριστούργημα μοναδικό σε αυτή τη γη. Από τις αρχαίες του ρίζες και τις παραδόσεις των αυτοχθόνων μέχρι το προσεκτικό ταξίδι του από το ορυχείο στην αγορά, η ιστορία του αμμολίτη είναι μια ιστορία θαύματος, ευθύνης και σύνδεσης.

Ένας πολύτιμος λίθος που γεννήθηκε από τη θάλασσα και την πέτρα

Ο αμμολίτης προέρχεται από τα απολιθωμένα κελύφη των αμμωνιτών, θαλάσσιων μαλακίων που ευδοκίμοιζαν στην απέραντη θάλασσα που κάποτε κάλυπτε μεγάλο μέρος της Βόρειας Αμερικής. Κατά τη διάρκεια εκατομμυρίων ετών, τα στρώματα ιζημάτων, η θερμότητα και η πίεση μετέτρεψαν αυτά τα σπειροειδή κελύφη σε ιριδίζοντα μωσαϊκά χρωμάτων.

Ο αμμολίτης, που βρίσκεται αποκλειστικά στο Bearpaw Formation της νότιας Αλμπέρτα, αναγνωρίστηκε επίσημα ως πολύτιμος λί-



θος μόνο στα τέλη του 20ού αιώνα. Απέκτησε το καθεστώς πολύτιμου λίθου το 1981 και ανακηρύχθηκε επίσημος πολύτιμος λίθος της Αλμπέρτα το 2022, αντανακλώντας τη βαθιά πολιτιστική και φυσική του σημασία.

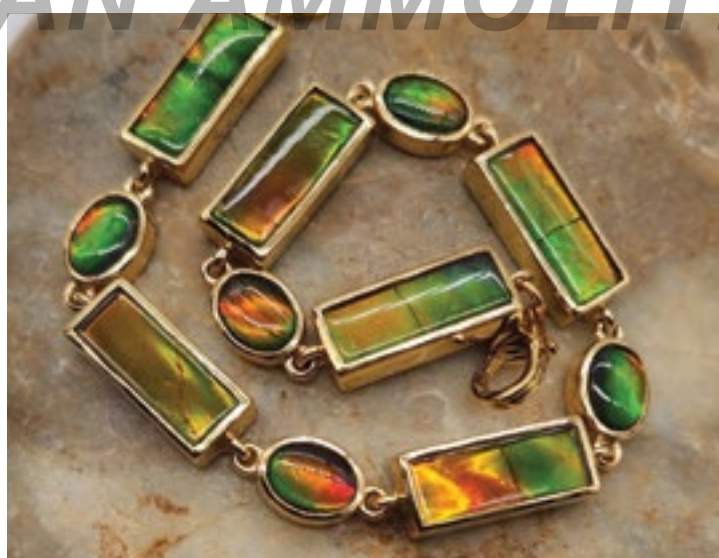
Η σπανιότητά του είναι εξαιρετική. Λόγω της μοναδικής γεωλογίας και των περιορισμένων κοιτασμάτων του, ο αμμολίτης θεωρείται πολύ πιο σπάνιος από τους περισσότερους πολύτιμους λίθους, συμπεριλαμβανομένων των ρουμπινιών, των σμαραγδιών και των διαμαντιών. Μόνο ένα λεπτό στρώμα σχιστόλιθου περιέχει υλικό ποιότητας πολύτιμου λίθου και ένα μικρό μέρος αυτού που εξορύσσεται ανταποκρίνεται στα κριτήρια για χρήση σε κοσμήματα. Μόλις εξαντληθούν αυτά τα κοιτάσματα, δεν υπάρχει άλλη πηγή για να τα αντικαταστήσει, καθιστώντας τον αμμολίτη έναν πραγματικά πεπερασμένο πόρο.

Το πνεύμα της γης

Πολύ πριν η ομορφιά του γίνει γνωστή σε όλο τον κόσμο, οι αυτόχθονες πληθυσμοί της περιοχής θεωρούσαν τον αμμόλιθο, γνωστό ως Iniskim ή «πέτρα βουβαλιού», ιερό. Θεωρούνταν πηγή δύναμης, προστασίας και καθοδήγησης.

Σήμερα, αυτή η πνευματική κληρονομιά διαμορφώνει την εξόρυξη και τη διαχείριση του αμμολίτη. Η εξόρυξη γίνεται σε μικρή κλίμα-

CANADIAN AMMOLITE



κα με μεγάλη προσοχή, ώστε να προστατεύονται τα εύθραυστα απολιθώματα και να περιορίζεται ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος. Μετά την εξόρυξη, οι τοποθεσίες αποκαθίστανται για να διατηρηθούν τα τοπικά οικοσυστήματα και να τιμηθεί η πολιτιστική σημασία της γης.

Αυτή η υπεύθυνη προσέγγιση προσφέρει στους επαγγελματίες του κοσμηματοποιού και στους καταναλωτές έναν πολύτιμο λίθο, η ιστορία του οποίου είναι τόσο σαφής όσο και τα χρώματά του.

Η αυγή στην πέτρα

Το να βλέπεις τον αμμολίτη είναι σαν να βλέπεις το φως παγιδευμένο στην πέτρα. Η ιριδίζουσα όψη του προέρχεται από μικροσκοπικά στρώματα αραγονίτη μέσα στο απολίθωμα του κοχυλιού, που διαθλούν το φως σε λαμπερά κόκκινα, πράσινα, μπλε και μοβ χρώματα. Όπως και το Βόρειο Σέλας, δεν υπάρχουν δύο αμμόλιθοι ίδιοι, καθώς ο καθένας έχει το δικό του ξεχωριστό μοτίβο και παιχνίδι χρωμάτων.

Οι πέτρες υψηλότερης ποιότητας παρουσιάζουν ένα πλήρες φάσμα χρωμάτων, συμπεριλαμβανομένων των σπάνιων μπλε και μοβ αποχρώσεων, με φωτεινότητα ορατή από οποιαδήποτε γωνία. Η ταξινόμηση του αμμολίτη λαμβάνει υπόψη τη ζωντάνια, την ποικιλία και τη διαύγεια των χρωμάτων, με τις πέτρες κατηγορίας AAA να αντιπροσωπεύουν τα καλύτερα δείγματα.

Οι βραβευμένες канаδέες σχεδιάστριες κοσμημάτων Lynn Strelau

και Claire Vessot επαινούν τη δημιουργική γοητεία του αμμολίτη. Η Strelau εξηγεί: «Τα ζωντανά χρώματα και ο οργανικός χαρακτήρας των αμμολιτών με προκαλούν και με εμπνέουν ως σχεδιαστή. Η σπανιότητά τους και η σύνδεσή τους με τη γη κάνουν κάθε κομμάτι όχι μόνο όμορφο, αλλά και σημαντικό». Η Vessot προσθέτει: «Οι αμμολίτες είναι ζωντανοί – αδύνατο να αναπαραχθούν, καθαρά канаδικό και βαθιά συγκινητικό. Όταν σχεδιάζω με αυτούς, νιώθω σαν να αφήνω τη φύση να έχει τον τελευταίο λόγο. Είναι κοσμήματα με ψυχή». Οι απόψεις τους υπογραμμίζουν τη μοναδική θέση του αμμολίτη ως πηγή καλλιτεχνικής έμπνευσης και ως πολύτιμος λίθος πλούσιος σε ιστορία.

Δεδομένου ότι ο αμμολίτης είναι οργανικός, απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή στην κατασκευή κοσμημάτων. Η σκληρότητα Mohs περίπου 4,5 έως 5,5 σημαίνει ότι συχνά σταθεροποιείται και καλύπτεται με χαλαζία για να ενισχυθεί η αντοχή του, διατηρώντας παράλληλα τη φυσική του ομορφιά.

Από το ορυχείο στην αγορά

Η εξόρυξη αμμολίτη είναι μια εξαιρετικά επιλεκτική διαδικασία. Στην Αλμπέρτα λειτουργούν μόνο λίγα ανοικτά ορυχεία, όπου οι ανθρακωρύχοι αφαιρούν προσεκτικά το υπερκείμενο στρώμα και εξάγουν τα απολιθώματα ανέπαφα. Μετά την εξόρυξη, η αποκατάσταση της γης διασφαλίζει τη διατήρηση του οικοσυστήματος και της πολιτιστικής ακεραιότητας για τις μελλοντικές γενιές.

Η KORITE, ο μεγαλύτερος παραγωγός αμμολίτη στον κόσμο που

CANADIAN AMMOLITE



κατέχει το 95% των γνωστών αποθεμάτων, έχει δεσμευτεί να ακολουθεί πρακτικές εξόρυξης υπεύθυνες από περιβαλλοντική και πολιτιστική άποψη, διασφαλίζοντας τη διατήρηση αυτής της κληρονομιάς.

Αυτή η διαφάνεια από το ορυχείο στην αγορά είναι όλο και πιο σημαντική για τους καταναλωτές που εκτιμούν τους ηθικά παραγόμενους πολύτιμους λίθους. Ο αμμολίτης προσφέρει μια υπεύθυνη επιλογή πολυτελείας με σαφή προέλευση και ελάχιστο περιβαλλοντικό αποτύπωμα.

Ένα καναδικό δώρο στον κόσμο

Αν και θεωρείται ένας λιγότερο γνωστός πολύτιμος λίθος, η αμμολίτης έχει σταθερά κατακτήσει τη θέση του στην παγκόσμια αγορά ως σπαινίδιο και εξαιρετικός πολύτιμος λίθος. Η δημοτικότητά του στην Ασία, ειδικά στους κύκλους του Φενγκ Σούι, συνεχίζει να αυξάνεται λόγω της σύνδεσής του με την ευημερία και την ισορροπία. Εν τω μεταξύ, οι συλλέκτες της Βόρειας Αμερικής και της Ευρώπης εκτιμούν τη σπανιότητα του αμμολίτη και την ισχυρή καναδική ταυτότητά του.

Ο Vessot σημειώνει: «Οι άνθρωποι συγκινούνται όταν τον βλέπουν για πρώτη φορά. Σου θυμίζει ότι η Γη εξακολουθεί να κρύβει μυστικά και ότι η ομορφιά μπορεί να προέρχεται από τα πιο απρόσμενα μέρη».

Για τους λιανοπωλητές και τους σχεδιαστές, ο αμμολίτης παρουσιάζει μια συναρπαστική ιστορία: ένας πολύτιμος λίθος που συνδυάζει εκπληκτικά χρώματα με μια πλούσια πολιτιστική κληρονο-

μία και μια βαθιά αίσθηση του τόπου.

Μια κληρονομιά που λάμπει

Κάθε πολύτιμος λίθος αμμολίτης φέρει μια ιστορία ανθεκτικότητας — αρχαίες θάλασσες, ιθαγενής σοφία, μια γη που συνεχίζει να δίνει και άνθρωποι αφοσιωμένοι στη διατήρηση της κληρονομιάς της.

Όπως το Βόρειο Σέλας, το αμμολίτη είναι ένα φευγαλέο θαύμα, που δεν επαναλαμβάνεται ποτέ με τον ίδιο ακριβώς τρόπο. Το να φοράς ένα κομμάτι αμμολίτη σημαίνει να κρατάς ένα κομμάτι της ιστορίας της Γης και να θυμάσαι ότι η ομορφιά και η ευθύνη μπορούν να συνυπάρξουν.

Η Amarjeet Grewal είναι πρόεδρος και συνιδιοκτήτρια της KORITE, μιας κορυφαίας εταιρείας παραγωγής πολύτιμων λίθων και κοσμημάτων από αμμολίτη. Με πάνω από 34 χρόνια εμπειρίας στον κλάδο των πολύτιμων λίθων, η Grewal είναι αφοσιωμένη στην προώθηση της παγκόσμιας αναγνώρισης του αμμολίτη, διατηρώντας παράλληλα την ηθική προμήθεια, τη βιωσιμότητα και τη συνεργασία με τους αυτόχθονες πληθυσμούς. Ισχυρή υποστηρίκτρια των υπεύθυνων πρακτικών, μεταφέρει αυτή την προοπτική στην ηγεσία της στην KORITE, συμβάλλοντας στην καθοδήγηση της συνεχούς ανάπτυξης της εταιρείας με ακεραιότητα και σκοπό.

JEWELLERYBUSINESS.COM



Καθαρισμός Απορριμμάτων Χρυσοχοΐας
Αναλύσεις & Κατεργασία Πολύτιμων Μεταλλών

Μπουζαλά Νικολέττα

Εργοστάσιο

Λ. Καραμανλή 150 & Αγ. Ι. Θεολόγου 4 | 136 72 Αχαρνές | Τ. 210 2466051, 210 2467570

ΛΕΥΚΟ ΑΠΟ ΤΗΝ PANTONE ΓΙΑ ΤΟ 2026

Το Χρώμα της Χρονιάς 2026 του Pantone Color Institute δεν είναι στην πραγματικότητα χρώμα.

Η αυτοαποκαλούμενη «αυθεντία στα χρώματα» επέλεξε το Cloud Dancer (11-4201). Το αποκάλεσε το «σύμβολο της ηρεμιστικής επιρροής σε μια φρενήρη κοινωνία. Καθώς ανακαλύπτει εκ νέου την αξία της μετρημένης σκέψης και της ήρεμης περισυλλογής».

ntone επιλέγει το λευκό στα 26 χρόνια που κάνει αυτές τις ετήσιες επιλογές. Είναι επίσης μια ριζική αλλαγή σε σχέση με το σκούρο Mocha Mousse του περασμένου έτους.

Με τη λουλουδάτη γλώσσα που χρησιμοποιεί συνήθως για να περιγράψει το Χρώμα της Χρονιάς, η Pantone δήλωσε ότι το Cloud Dancer «συμβολίζει την επιθυμία μας για μια νέα αρχή. Απομακρύνοντας επίσης τα στρώματα της ξεπερασμένης σκέψης, ανοίγουμε την πόρτα σε νέες προσεγγίσεις. Το Cloud Dancer ηρεμεί το μυαλό, ενθαρρύνοντας την πραγματική χαλάρωση και συγκέντρωση που επιτρέπει στο μυαλό να περιπλανηθεί και στη δημιουργικότητα να αναπνεύσει, αλλά και δημιουργώντας χώρο για καινοτομία».

Σε μια δήλωση, η αντιπρόεδρος της Pantone, Laurie Pressman, δήλωσε ότι «η αέρινη λευκή απόχρωση... εξηγεί την αναζήτησή μας για ισορροπία μεταξύ του ψηφιακού μας μέλλοντος καθώς και της πρωταρχικής μας ανάγκης για ανθρώπινη σύνδεση».

Η Amy Elliott της JCK πιστεύει ότι η βιομηχανία κοσμημάτων θα είναι «ελαφρώς απογοητευμένη» από την επιλογή. «Η Pantone μας εξυπηρετεί καλύτερα όταν επιλέγει πράσινα, ροζ, κόκκινα και λεβάντα χρώματα. Χρώματα από στο ουράνιο τόξο των πολύτιμων λίθων



που εμπνέουν τόσους πολλούς από τους σχεδιαστές μας», λέει.

«Ωστόσο, το θετικό στοιχείο αυτού του Cloud είναι ότι, στην πραγματικότητα, είναι σημάδι επανεκκίνησης. Μια «καθαρή αρχή» που μας επιτρέπει να καθαρίσουμε και να τακτοποιήσουμε το μυαλό και το πνεύμα μας με κάτι ηρεμιστικό, γαλήνιο και ουδέτερο.

«Λίγοι από εμάς έχουν ισχυρές απόψεις για το λευκό χρώμα», λέει η Elliott. Και σημειώνει ότι στα κοσμήματα, τα μαργαριτάρια είναι «μια προφανής αντιστοιχία με το Cloud Dancer». Αλλά είναι πάντα στη μόδα, προσθέτει, οπότε η επιλογή αυτή είναι απίθανο να τροφοδοτήσει νέα ζήτηση.

Η Jennifer Heebner, αρχισυντάκτρια της έκδοσης Prism της American Gem Trade Association (AGTA), λέει στο JCK: «Στα κοσμήματα, οι σχεδιαστές και οι λιανοπωλητές μπορούν να βρουν το χρώμα Cloud Dancer στο rainbow moonstone. Το οποίο είναι εξαιρετικά δημοφι-

PANTONE



λές στην υψηλή μόδα εδώ και αρκετά χρόνια.

«Τα λευκά καλλιεργημένα μαργαριτάρια ακογα και South Sea είναι πιο προφανείς επιλογές. Έτσι ώστε να αποκτήσετε το χρώμα στην συλλογή σας», λέει η Heebner. «Το Cloud Dancer θα είναι εύκολο να συνδυαστεί χρωματικά με στιδήποτε, πραγματικά. Και νομίζω ότι οι επιλογές σε απαλούς τόνους, όπως το απαλό γκρι σπινέλιο ή τα κοσμήματα από ματ χρυσό. Επίσης τα ανοιχτό καφέ διαμάντια, θα είναι εξαιρετικά κομψά και πολυτελή όταν τα συνδυάσει κανείς με αυτό».

Άλλες αντιδράσεις στην επιλογή ήταν ανάμεικτες. Η New York Post τον χαρακτήρισε «βαρετό». Το NJ.com έγραψε ότι «το διαδίκτυο δεν εντυπωσιάστηκε» και «οι άνθρωποι θέλουν ένα πραγματικό χρώμα».

Στην ετήσια συνεδρίαση για την επιλογή της Pantone, το προσωπικό του The New York Times δεν ήταν σίγουρο τι να κάνει με το νέο χρώμα. Ή αν προτιμάτε, το μπ-χρώμα.

Το όνομα «ακούγεται σαν ένα τραγούδι της δεκαετίας του 1980 που έγινε επιτυχία για μια φορά», είπε ο αρθρογράφος Alex



Vadukul. «Από αισθητική άποψη, νομίζω ότι μου αρέσει. Έχει κάτι το εξερευνητικό και λίγο μυστηρώδες. Επίσης, εκπέμπει αυτοπεποίθηση».

Ο δημοσιογράφος της Times Jacob Gallagher σχολίασε. «Καταλαβαίνω γιατί ο λευκός καμβάς μπορεί να είναι η σωστή επιλογή για αυτή τη στιγμή. Η κουλτούρα αυτή τη στιγμή είναι αρκετά στάσιμη επειδή όλα μοιάζουν με αναμάρτημα αναμνημάτων... Είναι η ιδανική επιλογή για αυτή την περίοδο αβεβαιότητας, όπου κανείς δεν θέλει να προσβάλει κανέναν».

Οι σχολιαστές στο Instagram της Pantone φάνηκαν μπερδεμένοι.

«Μάλλον όλοι νιώθουμε εντελώς χωρίς έμπνευση αυτές τις μέρες», έγραψε ένας.

Ένας άλλος επίσης είπε: «Συνήθιζα να κοιτάζω την Pantone κυριολεκτικά για να βρω λίγο χρώμα στη ζωή μου. Τώρα το μέλλον μοιάζει... άχαρο».

VENETICOMAGAZINE.GR

ΧΡΥΣΟΣ & ΓΡΟΙΛΑΝΔΙΑ

Γιατί οι τιμές εκτινάχθηκαν απότομα και γιατί οι λιανοπωλητές πρέπει να δώσουν προσοχή. Ένα σύντομο πολιτικό σοκ έστειλε τον χρυσό στα ύψη, αλλά βαθύτερες δυνάμεις διατηρούν τις τιμές υψηλές.

Η τιμή του χρυσού εκτοξεύτηκε σε ιστορικό υψηλό έως τότε, στις 21 Ιανουαρίου, φτάνοντας για λίγο τα 4.898 δολάρια ανά ουγγιά. Το ράλι συνδέθηκε με τίτλους που, λίγες ώρες αργότερα, φάνηκαν να μετριάζονται όταν ο Πρόεδρος Τραμπ απέσυρε τις απειλές του σχετικά με δασμούς και τη Γροιλανδία. Οι τιμές μειώθηκαν κατά περίπου 100 δολάρια μέχρι το τέλος της Τετάρτης.

Ο άμεσος καταλύτης για τις εκρήξεις της τιμής του χρυσού την Τρίτη και την Τετάρτη ήταν η ανανεωμένη ανησυχία για την εμπορική πολιτική των ΗΠΑ και τις γεωπολιτικές εντάσεις, μετά από σχόλια του Λευκού Οίκου που έθεσαν υπό αμφισβήτηση τους δασμούς και την αστάθεια. Αλλά η σημερινή αγορά χρυσού δεν αντιδρά μόνο σε έναν μόνο τίτλο - ανταποκρίνεται σε μια διαρθρωτική μετατόπιση στον τρόπο με τον οποίο οι επενδυτές, οι κεντρικές τράπεζες και οι καταναλωτές βλέπουν τον κίνδυνο, τη σταθερότητα του νομίσματος και τα διασφαλισμένα περιουσιακά στοιχεία.

Ο χρυσός παραμένει το περιουσιακό στοιχείο με την ταχύτερη «αποφυγή κινδύνου» στον κόσμο. Όταν η αβεβαιότητα κορυφώνεται, μεγάλες δεξαμενές κεφαλαίου εισρέουν. Γι' αυτό οι τιμές σημείωσαν τόσο γρήγορο άνοδο τις τελευταίες δύο ημέρες.

Όταν ο Πρόεδρος Τραμπ αργότερα απέκλεισε τη χρήση βίας στη Γροιλανδία και απέκρουσε τις απειλές για δασμολογικούς περιορισμούς, το δολάριο ενισχύθηκε και ο χρυσός υποχώρησε μέτρια. Αλλά το βασικό σημείο για τους λιανοπωλητές είναι το εξής: Η υποχώρηση ήταν σχετικά μικρή σε σύγκριση με την περίοδο πριν από την έναρξη. Αυτό σημαίνει ότι αποτελεί μέρος μιας μακροπρόθεσμης τάσης, όχι



απλώς μια στιγμιαία αλλαγή στο ραντάρ.

Ωστόσο, δεν είναι ώρα για πανικό, αλλά μάλλον για προσαρμογή των προσδοκιών. Οι υψηλότερες τιμές μπορούν να επιβραδύνουν τον όγκο πωλήσεων, αλλά ενισχύουν επίσης την αντίληψη για την αξία του χρυσού στα κοσμήματα.

Η στρατηγική αποθεμάτων έχει μεγαλύτερη σημασία από ποτέ. Η μεταβλητότητα αυξάνει τη σημασία των πειθαρχημένων αγορών, της προστασίας του περιθωρίου κέρδους και της σαφούς επικοινωνίας τιμολόγησης με τους πελάτες. Όπως είπε η Susan Eisen της Susan Eisen Fine Jewelry & Watches στο Ελ Πάσο του Τέξας, «Η αύξηση της τιμής του χρυσού μας έχει φέρει σε μια αναστάτωση με τις τιμές και τις εκτιμήσεις. Από την άλλη πλευρά, έχει ενθαρρύνει τους ανθρώπους να πουλήσουν τον χρυσό τους και να τον φέρουν για επανασχεδιασμό ή πίστωση. Έτσι, είναι μια ανάμεικτη κατάσταση, αλλά εμείς το κάνουμε να λειτουργήσει!»

Ο Marc Majors της Sam L. Majors στο Midland του Τέξας έχει παρατηρήσει ότι οι πελάτες που ζητούν επισκευές αντιδρούν έντονα στην ραγδαία άνοδο της τιμής του χρυσού. «Είναι πραγματικά δύσκολο να εξηγήσουμε στους πελάτες γιατί οι επισκευές των κοσμημάτων τους κοστίζουν τριπλάσια από ό,τι πριν από ένα ή δύο χρόνια. Σίγου-

ρα έχουμε πολλούς πελάτες τώρα που συγκρίνουν τις τιμές μας με άλλες εταιρείες, επειδή δεν καταλαβαίνουν γιατί χρεώνουμε τόσο πολύ. Τις περισσότερες φορές, επιστρέφουν επειδή συνειδητοποιούν ότι είναι τόσο ακριβό παντού».

Η Eve Alfille της Eve J. Alfille Gallery & Studio στο Evanston, Ιλινόις, λέει ότι ορισμένοι πελάτες ήταν πραγματικά ευγνώμονες που αγόρασαν χρυσά κοσμήματα στις «παλιές» τιμές. «Ορισμένοι πελάτες ήρθαν να αγοράσουν ένα δαχτυλίδι που επιθυμούσαν από καιρό, σχολιάζοντας ότι είναι καλή ευκαιρία, αφού η τιμή είναι ακόμα η παλιά! Μόλις έλιωσα μερικά δαχτυλίδια 18 καρατίων που δεν πουλιόντουσαν. Φυσικά, πρέπει να παραγγείλω χρυσό, αλλά με βαριά καρδιά! Ένας πελάτης είχε παραγγείλει ένα βαρύ βραχιόλι από πράσινο χρυσό 18 καρατίων για τα Χριστούγεννα, αξίας 12.500 δολαρίων, αλλά μετά αποφάσισε να αγοράσει ένα σμαραγδένιο κολιέ και μου είπε ότι το βραχιόλι θα το αγόραζε κάποια στιγμή στο μέλλον. Είχα ήδη φτιάξει δύο κρίκους, αλλά δεν είπα τίποτα (ο πελάτης είναι βασιλιάς). Τώρα επέστρεψε αυτή την εβδομάδα με τη σύζυγό του: Θέλει αυτό το βραχιόλι! Τους δείχνω ότι έχουμε ήδη φτιάξει δύο κρίκους (από τους έξι). «Ω, αγάπη μου, είμαστε τυχεροί», αναφωνεί. «Πήραμε αυτούς τους δύο στην παλιά τιμή!» Η νέα τιμή είναι κοντά στα 20.000 δολάρια.

Η Brenda Newman της The Jewelry Source στο Ελ Σεγκούντο της Καλιφόρνια, λέει ότι στην πραγματικότητα είναι λίγο-πολύ το ίδιο: Οι πελάτες θέλουν πάντα φθηνότερες τιμές. «Η τιμή του χρυσού είναι ένα πρόβλημα που όλοι εργαζόμαστε πολύ σκληρά για να ξεπεράσουμε όταν μιλάμε με τους πελάτες μας σε καθημερινή βάση. Αλλά με κάθε ειλικρίνεια, η ίδια αυτή συζήτηση ήταν πάντα μέρος αυτού του κλάδου όπου κάθε πελάτης φαίνεται να παραπονιέται για τις τιμές των κοσμημάτων και όλοι θέλουν μια «συμφωνία». Θα έλεγα ότι η μεγαλύτερη αντίδραση που λαμβάνουμε είναι για τα βασικά, όπως χρυσές αλυσίδες και σκουλαρίκια. Εδώ είναι που οι υψηλότερες τιμές είναι πιο εμφανείς. Ωστόσο, είχαμε τη δεύτερη καλύτερη χρονιά μας πέρυσι και μέχρι στιγμής, ο Ιανουάριος του 2026 είναι μπροστά από πέρυσι. Πραγματικά δεν προβλέπω ότι η επιχείρησή μας θα αντιμετωπίσει δυσκολίες στο εγγύς μέλλον».

Ο Jim Tuttle της Green Lake Jewelry Works στο Σιάτλ και το Μπελβίου της Ουάσινγκτον, λέει ότι καθώς η τιμή του χρυσού έχει αυξηθεί, η ομάδα τους προσπάθησε να μετατοπίσει την εστίαση των πελατών στην αξία της εξειδικευμένης εργασίας. «Όταν οι τιμές του χρυσού ανεβαίνουν, εστιάζουμε σε αυτό που κάνουμε καλύτερα: την κατασκευή κατά παραγγελία. Επειδή η επιχείρησή μας βασίζεται περισσότερο στην εργασία παρά στα περιθώρια κέρδους μετάλλου, χρησιμοποιούμε έναν μοναδικό αλγόριθμο σήμανσης

για να διασφαλίσουμε ότι παραμένουμε πιο ανταγωνιστικοί από τους μεγάλους παίκτες. Εκπαιδεύουμε επίσης την ομάδα μας για να βοηθάμε τους πελάτες να κατανοήσουν ότι, ενώ δεν ελέγχουμε την αγορά χρυσού, μπορούμε να ελέγξουμε την αξία της καλλιτεχνικής μας δουλειάς. Αυτό διατηρεί τη συζήτηση φιλική και την εστίαση

«Η άνοδος της τιμής του χρυσού μας έχει φέρει σε δύσκολη θέση όσον αφορά τις τιμές και τις εκτιμήσεις. Από την άλλη πλευρά, έχει ενθαρρύνει τους ανθρώπους να πουλήσουν το χρυσό τους και να το φέρουν για επανασχεδιασμό ή πίστωση. Επομένως, είναι μια ανάμεικτη κατάσταση, αλλά καταφέρνουμε να την αντιμετωπίσουμε!»

στο κομμάτι, όχι μόνο στην τιμή».

Μερικές συμβουλές από τον Tuttle:

Ξεκινήστε τις συζητήσεις για τις τιμές των μετάλλων με το γεγονός ότι η βιομηχανία κοσμημάτων δεν επηρεάζει τις τιμές των μετάλλων.

Σημειώστε ότι η ειδικότητά μας είναι η υψηλή δεξιότητα, οπότε η συνολική τιμή των περισσότερων εργασιών μας δεν αυξάνεται τόσο πολύ όταν ανεβαίνουν οι τιμές των μετάλλων.

Να είστε ειλικρινείς σχετικά με το γεγονός ότι τα απλούστερα κομμάτια (δαχτυλίδια, αλυσίδες κ.λπ.) πρέπει να αυξηθούν, καθώς το κόστος του κομματιού συνδέεται πιο άμεσα με τις τιμές των μετάλλων.

Τελικά, η αγορά δείχνει ότι ο ρόλος του χρυσού ως χρηματοοικονομικού σταθεροποιητή είναι ισχυρότερος από ποτέ. Για τους λιανοπωλητές κοσμημάτων, αυτό σημαίνει ότι πρέπει να προετοιμαστούν για τη διατήρηση των υψηλών τιμών και να αναγνωρίσουν ότι η σημερινή αστάθεια δεν οφείλεται τόσο στον πανικό, όσο στην επαναπροσδιορισμό της αξίας σε έναν αβέβαιο κόσμο .

INSTOREMAG.COM

ΑΝ ΕΙΧΕΣ ΠΡΟΣΛΑΒΕΙ

ΑΥΤΟ ΔΕΝ ΘΑ ΣΥΝΕΒΑΙΝΕ

ΚΑΠΟΙΟΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑ

ST. VOKOLOS
INTERIOR DESIGNER



WWW.VOKOLOS.GR

STAND E39

T: 210 5442 194 | E: polyedrodesign@gmail.com | 30, Kolokotroni str., 105 62 Athens



Εμπορία & Ανάκτηση πολύτιμων μετάλλων | Χημικές αναλύσεις | Υγρά επιμετάλλωσης

50
ΧΡΟΝΙΑ



Συνεχίζουμε να στεκόμαστε δίπλα σας, εφαρμόζοντας τεχνογνωσία και υπεύθυνες πρακτικές στην ανακύκλωση πολύτιμων μετάλλων.

ISO 9001
ISO 14001
SYSTEM CERTIFICATION

Βρείτε μας στο www.kimet.gr
Επικοινωνήστε μαζί μας στο info@kimet.gr



DIMITRIOS EXCLUSIVE

