



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΜΑΔΡΙΤΗΣ
Γραφείο Ο.Ε.Υ.

Η ΙΣΠΑΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΣΜΗΜΑΤΟΣ



ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2018

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

A. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΛΑΔΟΥ/ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.....	σελ. 3
1.Γενικά Χαρακτηριστικά.....	σελ. 3
2.Ιστορική Αναδρομή.....	σελ. 3
3.Περιγραφή-Σπουδαιότητα Κλάδου.....	σελ. 3
B.ΠΡΟΣΦΟΡΑ-ΖΗΤΗΣΗ	σελ. 4
1.Στατιστικά Στοιχεία.....	σελ. 4
2.Μοντέλα Διανομής.....	σελ. 5
3.Κόστος Παραγωγής.....	σελ. 5
4. Περίοδοι Υψηλής Ζήτησης.....	σελ. 5
Γ.ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	σελ. 6
Δ.ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ.....	σελ. 7
Ε.ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ.....	σελ. 7
1.Βιομηχανική Πολιτική.....	σελ. 7
2.Νέοι Αγοραστές.....	σελ. 7
ΣΤ.ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ.....	σελ. 8
Ζ. ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	σελ. 8
Η.ΠΗΓΕΣ.....	σελ. 9

A. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΛΑΔΟΥ/ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

1. Γενικά Χαρακτηριστικά

Ένα κόσμημα αποτελεί ένα διακοσμητικό αντικείμενο για το σώμα, το οποίο συνήθως κατασκευάζεται από πολύτιμους λίθους και μέταλλα, αν και μπορούν να χρησιμοποιηθούν και υλικά χαμηλότερης αξίας. Κάθε είδος υλικού μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την κατασκευή κοσμημάτων. Η ισπανική λέξη «joya» προέρχεται από τη γαλλική λέξη "joie" που σημαίνει χαρά, και επίσης προέρχεται από το λατινικό "iocus" που σημαίνει αστείο ή έλλειψη σοβαρότητας. Η ονομασία της ελληνικής λέξης «κόσμημα» προέρχεται από το ρήμα κοσμώ που σημαίνει στολίζω.

Η ευρωπαϊκή αγορά κοσμημάτων έχει παραδοσιακά διαμορφωθεί ως μία από τις σημαντικότερες, λόγω του όγκου των εμπορικών συναλλαγών όσο και του αριθμού των επιχειρήσεων που την απαρτίζουν. Οι σημαντικότερες αγορές κοσμήματος είναι: η Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, η Γερμανία και η Ισπανία. Σε γενικές γραμμές, μπορούμε να πούμε ότι οι διαδικασίες παραγωγής της ευρωπαϊκής βιομηχανίας, που αντιπροσωπεύονται κυρίως από αυτές τις πέντε χώρες, βασίζονται στην προηγμένη σχετικά με τις υπόλοιπες χώρες τεχνολογία, αν και το κοινό μοτίβο σε όλες τους είναι η συνύπαρξη στην αγορά μικρών παραδοσιακών εργαστηρίων με μεγάλες βιομηχανίες.

2. Ιστορική Αναδρομή

Η ιστορία του κοσμήματος είναι εκτεταμένη, με διαφορετικές χρήσεις ανάλογα με τον πολιτισμό στον οποίο ανήκουν, όπως:

- Σύμβολο πλούτου
- Λειτουργική χρήση
- Συμβολισμός (για την ένδειξη της κατάστασης ή της ιδιότητας μέλους)
- Προστασία (με τη μορφή φυλαχτού)
- Καλλιτεχνική έκφραση

Ιδιαίτερα στην Ισπανία, το κόσμημα είχε καθιερωθεί ως σύμβολο πλούτου και κοινωνικής θέσης, καθώς ιστορικά συνδέθηκε με το στέμμα και την εκάστοτε Βασιλική Οικογένεια.

3. Περιγραφή-Σπουδαιότητα Κλάδου

Η ισπανική βιομηχανία κοσμήματος απασχολεί περίπου 10.500 άτομα, σύμφωνα το Εθνικό Ινστιτούτο Στατιστικής και Γεωγραφίας (INEGI). Ο κλάδος αυτός έχει ξεχωρίσει όχι μόνο στη χώρα, αλλά και παγκοσμίως. Στην ισπανική βιομηχανία κοσμήματος δραστηριοποιούνται, επίσης, διεθνείς μάρκες όπως οι Swarovski, Harry Winston, Buccellati, Graff και Tiffany & Co.

Περίπου 20.000 εταιρείες, μεσαίου και μικρού μεγέθους, απαρτίζουν τον κλάδο κοσμήματος, ασημικών και ωρολογοποιίας στην Ισπανία. Αυτές οι 20.000 εταιρείες αποτελούν τους τομείς της μεταποίησης, της βιομηχανίας ή των εργαστηρίων, όπως επίσης και εξαγωγείς, εισαγωγείς, χονδρεμπόρους, και λιανοπωλητές.

Ο κλάδος κοσμήματος συνολικά δημιουργεί άμεσα πάνω από 200.000 θέσεις εργασίας και έμμεσα περίπου 175.000.

Η αγορά του κλάδου μπορεί να χωριστεί σε δύο υποκατηγορίες: κόσμημα και ψευδοκόσμημα.

Κόσμημα: Είναι κατασκευασμένο από χρυσό, ασήμι και πλατίνα ως βασικό υλικό, το οποίο μπορεί όμως να ενσωματώνει πρόσθετες διακοσμήσεις από πολύτιμους λίθους και φυσικά ή καλλιεργημένα μαργαριτάρια.

Όσον αφορά τις κύριες περιοχές που ειδικεύονται στην παραγωγή κοσμημάτων, είναι: η Κόρδοβα, η Βαλένθια, η Μαδρίτη, η Βαρκελώνη και η Γαλικία. Κάθε μία εξειδικεύεται σε διαφορετικούς τομείς, αλλά με ένα κοινό στόχο: την ενσωμάτωση ενός σημαντικού συστατικού στοιχείου που αυξάνει την προστιθέμενη αξία του προϊόντος, κατατάσσοντάς την εκάστοτε ετικέτα στην κλίμακα μεσαίας-υψηλής ποιότητας. Δεδομένου ότι ο τομέας της κοσμηματοποιίας ενσωματώνει υψηλό βαθμό προστιθέμενης αξίας, απαιτείται από τις εταιρείες επαγγελματισμός και υπευθυνότητα, τόσο από την άποψη της δομής της επιχείρησής τους όσο και από τις επενδύσεις που απαιτούνται για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας στο εξωτερικό, όπου υπάρχουν πολλές προοπτικές για το κόσμημα, αλλά και στην εγχώρια αγορά.

Ψευδοκόσμημα (ευρέως γνωστά ως μπιζού): Περιλαμβάνει κομμάτια από κοινό μέταλλο ως βάση, καθώς και μη μεταλλικά κοσμήματα. Η τεχνολογία και οι διαδικασίες παραγωγής είναι παρόμοιες με εκείνες που χρησιμοποιούνται στην κατασκευή κοσμημάτων. Τα κοσμήματα αυτά (faux bijoux) είναι κατασκευασμένα από πολύ διαφορετικά υλικά: ξύλο, πλαστικό, πορσελάνη, σύρμα ορείχαλκου, χαρτοπολλτό, πάστα από γυαλί, σμάλτα, μαργαριτάρια, κλπ.

Ο τομέας των ψευδοκοσμημάτων επίσης έχει σημαντικές παραγωγικές περιοχές, κυρίως: τις Βαλεαρίδες Νήσους, την κοινότητα της Βαλένθια, της Καταλονίας και της Ανδαλουσίας. Η κατηγορία αυτού του τομέα διακρίνεται από την ενσωμάτωση αξιών όπως η δημιουργικότητα, ο ελκυστικός σχεδιασμός και η μεσαία προς χαμηλή ποιότητα υλικών. Πέραν της επένδυσης σε ανθρώπινο κεφαλαίο-με επίκεντρο την εκπαίδευση-, δίδεται ιδιαίτερη σημασία στην προσαρμογή των εκάστοτε προσόντων του εργατικού δυναμικού σε νέες προοπτικές και την γενική οργάνωση της εργασίας.

Εάν η ποιότητα ενός μπιζού είναι καλή, το καθιστά μη διακριτό από ένα κόσμημα. Επίσης, η πυκνότητα είναι ένα ακόμα χαρακτηριστικό που μπορεί να διακρίνει μια απομίμηση κοσμήματος με ένα καλό κόσμημα, δεδομένου ότι τα πολύτιμα μέταλλα είναι πολύ πυκνά και επομένως τα κομμάτια που κατασκευάζονται με αυτά είναι, λόγω του μεγέθους τους, είναι αρκετά βαριά.

B. ΠΡΟΣΦΟΡΑ-ΖΗΤΗΣΗ

1. Στατιστικά Στοιχεία

Τα κοσμήματα και τα μπιζού παραμένουν ο τομέας με το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων στον κλάδο, περίπου το 50%, ακολουθούμενα από την ωρολογοποιία με 45% και τα ασημικά και άλλα αξεσουάρ με 5%.

Ο τομέας έχει διογκωθεί κατά 3% το 2017, σε 1,7 δισ. Ευρώ, σύμφωνα με το τομεακό παρατηρητήριο DBK de Informa. Το κόσμημα κερδίζει έδαφος στην ισπανική αγορά. Η αύξηση αυτή οφείλεται τόσο στην αύξηση της εθνικής κατανάλωσης όσο και στην αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας. Το 2016, ο τομέας, μαζί με τη βιομηχανία ρολογιών, κατέγραψε έσοδα 1.650 εκ. ευρώ και αύξηση 3,4% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Ο κύκλος εργασιών του τομέα ανήλθε σε 880 εκατομμύρια ευρώ, ήτοι το 53% του συνόλου.

2. Μοντέλα Διανομής

Όσον αφορά τα μοντέλα διανομής, οι αλυσίδες συνεχίζουν να κερδίζουν έδαφος, εις βάρος των ανεξάρτητων εμπόρων. Η βιομηχανία κοσμημάτων είχε αυξήσει τις πωλήσεις της χάρη στην πρόοδο των αλυσίδων. Συγκεκριμένα, το 2016, εξειδικευμένες αλυσίδες αύξησαν τις πωλήσεις τους κατά 6%, σε σχέση με το προηγούμενο έτος, βάση των τελευταίων διαθέσιμων στοιχείων του τομεακού παρατηρητηρίου DBK Informa.

Σύμφωνα με τον αριθμό των σημείων πώλησης, οι αλυσίδες διατηρούν επίσης την ηγετική τους θέση. Από τα περίπου 9.400 σημεία πώλησης που ειδικεύονται στην πώληση κοσμημάτων και ωρολογοποιίας, το ένα τέταρτο αντιστοιχεί σε εξειδικευμένες αλυσίδες.

Η προοδευτική εξαφάνιση των ανεξάρτητων εγκαταστάσεων έχει επίσης ως αποτέλεσμα την αύξηση της συγκέντρωσης της προσφοράς στον τομέα. Τα μεγάλα καταστήματα εξελίχθηκαν σύμφωνα με την αγορά, με αύξηση 3% και εκτιμώμενη αξία 300 εκατ. Ευρώ. Οι πέντε μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου κατέλαβαν το 35% της αγοράς το 2016.

Εν τω μεταξύ, η δραστηριότητα των ανεξάρτητων εμπόρων εξακολούθησε να μειώνεται, με μείωση της τάξης του 1% το 2016, στα 465 εκατομμύρια ευρώ.

3. Κόστος παραγωγής

Όσον αφορά το κόστος παραγωγής στην ισπανική βιομηχανία, υπάρχουν τρεις παράγοντες που το καθορίζουν και είναι οι εξής: κόστος εργασίας, κόστος ενέργειας και κόστος υλικοτεχνικής υποστήριξης.

4. Περίοδοι Υψηλής Ζήτησης

Μελέτες καταναλωτών έχουν επισημάνει ότι ο Ισπανός καταναλωτής αγοράζει κοσμήματα και ασημικά σε συγκεκριμένες περιόδους του έτους, καθώς συνηθίζεται να προσφέρονται σαν δώρα, όπως στις ακόλουθες περιπτώσεις: Χριστούγεννα, Γιορτή των Βασιλέων, Ημέρα του Αγίου Βαλεντίνου, Γιορτή της Μητέρας, Γιορτή του Πατέρα, Θεία Κοινωνία, όπως επίσης και σε γάμους και επετείους. Άλλες στιγμές χωρίς συγκεκριμένες ημερομηνίες είναι οι βαπτίσεις, τα γενέθλια, οι προτάσεις γάμου, η ολοκλήρωση των σπουδών και το ξεκίνημα μιας καριέρας. Πρέπει να σημειωθεί ότι η ωρολογοποιία είναι το πλέον προτιμώμενο δώρο των ανδρών καταναλωτών και ότι, όλο και περισσότερο, η ποικιλία ρολογιών και μανικετόκουμπων αυξάνεται· οι γυναίκες δείχνουν σαφή προτίμηση σε κοσμήματα και έπειτα σε ρολόγια.

Γ. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ο μεγαλύτερος εξαγωγέας κοσμημάτων στον κόσμο με ποσοστό 64% επί του συνόλου και αντιπροσωπεύεται κυρίως από την Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία, τη Γαλλία και την Ισπανία. Η ευρωπαϊκή αγορά κοσμημάτων χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη των ποιοτικότερων προτύπων παγκοσμίως. Κατά τη μελέτη των εμπορικών ροών των προϊόντων που παράγονται στην Ισπανία, μπορεί να ειπωθεί ότι υπάρχει σχετική συγκέντρωση στις αγορές προορισμού. Παρακάτω ακολουθεί πίνακας που παρουσιάζει τις εμπορικές ροές του ισπανικού κοσμήματος, συμπεριλαμβανομένης της ωρολογοποιίας, παρουσιάζοντας τις δέκα κύριες χώρες ανάλογα με τον οικονομικό όγκο της δραστηριότητας του συγκεκριμένου κλάδου:

Top 10 Εξαγωγών		
1	Χόνγκ-Κόνγκ	142.493 €
2	Γαλλία	105.031 €
3	ΗΠΑ	97.742 €
4	Ελβετία	72.148 €
5	Πορτογαλία	69.986 €
6	Ιταλία	52.272 €
7	Γερμανία	41.836 €
8	Μεξικό	30.691 €
9	Ανδόρα	29.065 €
10	Ηνωμένο Βασίλειο	18.882 €

Top 10 Εισαγωγών		
1	Ελβετία	400.366 €
2	Κίνα	321.215 €
3	Γαλλία	107.168 €
4	Γερμανία	93.577 €
5	Ιταλία	85.311 €
6	Δανία	49.897 €
7	Ινδία	39.018 €
8	Ολλανδία	29.663 €
9	Ιρλανδία	25.838 €
10	Ταϊλάνδη	24.565 €

Πηγή: Statista 2017

Τα τελευταία χρόνια, η σημασία του ισπανικού εξωτερικού εμπορίου έχει αυξηθεί ολοένα και πιο έντονα, όχι μόνο στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και διεθνώς εντός της σημερινής παγκόσμιας οικονομίας. Κατά την ανάλυση των εξωτερικών παραμέτρων της παραγωγικής δραστηριότητας των κοσμημάτων, είναι σημαντικό να αναφερθούμε στο βαθμό εξωτερικής διαφάνειας που έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, δείχνοντας την ένταξη της ισπανικής οικονομίας στην παγκόσμια οικονομία.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το θεαματικό αποτέλεσμα των εξαγωγών τα τελευταία χρόνια, το οποίο οφείλεται όχι μόνο στην εξαγωγή της βιομηχανίας κοσμημάτων αλλά και στην έξοδο προς τις εξωτερικές αγορές των κοσμημάτων, τα οποία προέρχονται από ανακύκλωση.

Ένα από τα χαρακτηριστικά των ισπανικών εξαγωγών είναι ότι οι κύριοι πελάτες της χώρας εξακολουθούν να βρίσκονται εντός της Ευρώπης, αν και ήδη έχουν ξεκινήσει διαδικασίες εισχώρησης στην αγορά τρίτων χωρών.

Οι ισπανικές δημιουργίες έχουν αποδειχθεί ότι είναι επάξιες των συλλογών διάσημων διεθνών εμπορικών μαρκών. Όπως είθισται, η ωρολογοποιία σχεδόν πάντα είναι ελβετική ή ασιατική και η Ισπανία αποτελεί ένα μεγάλο καταναλωτή, άρα ουσιαστικά και ένα εισαγωγέα.

Δ. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Έχει παρατηρηθεί σταδιακή απώλεια ανταγωνιστικότητας, καθώς ο αριθμός των συμμετεχόντων στις διεθνείς αγορές αυξάνεται και υπάρχουν πολλές χώρες με πολύ ενεργές πολιτικές όσον αφορά την προώθηση της ανταγωνιστικότητας. Επομένως η πρόκληση της διατήρησής της αυξάνεται σημαντικά.

Η αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας στην ισπανική βιομηχανία σημείωσε χαμηλούς ρυθμούς τα τελευταία δέκα χρόνια, και μάλιστα πολύ χαμηλότερους από τον μέσο όρο των χωρών της ζώνης του ευρώ. Εν μέρει, αυτή η χαμηλή ανάπτυξη αντικατοπτρίζει την εξειδίκευση του ισπανικού παραγωγικού ιστού σε δραστηριότητες που απαιτούν πολύ εργασία αλλά ταυτόχρονα χαρακτηρίζονται από χαμηλή προστιθέμενη αξία. Η ισπανική οικονομία, ειδικότερα ο βιομηχανικός τομέας, θα πρέπει να αυξήσει την παραγωγικότητά της προκειμένου να γίνει πιο ανταγωνιστικός.

Ωστόσο, η ισπανική βιομηχανία κοσμημάτων εξακολουθεί να διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στο ευρωπαϊκό πλαίσιο. Τα κύρια ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του τομέα είναι η εξαιρετική ποιότητα, οι εξειδικευμένοι επαγγελματίες, το ευρύ φάσμα προϊόντων και η καλή εξυπηρέτηση κατά την πώληση.

Ε. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ

1. Βιομηχανική Πολιτική

Τα κοσμήματα, όπως και τα είδη μόδας, υπόκεινται σε αλλαγές σύμφωνα με τις εκάστοτε τάσεις και τα γούστα των καταναλωτών. Κρίνεται αναγκαίο επομένως οι εταιρείες να προσαρμόζονται με ταχύτητα και επιτυχία στις αλλαγές της αγοράς, υιοθετώντας τις κατάλληλες στρατηγικές ώστε να διατηρούν τη θέση και το μερίδιο τους στην αγορά.

Προκειμένου να επιτευχθούν οι στρατηγικοί στόχοι της κοσμηματοβιομηχανίας και λαμβάνοντας υπόψη τις αδυναμίες που εντοπίζονται στον ισπανικό βιομηχανικό ιστό, η βιομηχανική πολιτική διαρθρώνεται γύρω από πέντε άξονες προτεραιότητας:

- i. Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της βιομηχανίας
- ii. Ενίσχυση της καινοτομίας και της Έρευνας & Ανάπτυξης
- iii. Προώθηση της ανάπτυξης και του δυναμισμού των ΜΜΕ (μικρομεσαίων επιχειρήσεων)
- iv. Αποτελεσματική διαχείριση κινδύνων
- v. Προσανατολισμός των επιχειρήσεων στις διεθνείς αγορές
- vi. Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

2. Νέοι Αγοραστές

Οι Millennials, η γενιά που γεννήθηκε μεταξύ 1980 και 1995, αντιπροσωπεύουν μια πιθανή ευκαιρία. Χρησιμοποιούν τις πιο σύγχρονες τεχνολογίες και είναι εξοικειωμένοι πλέον στις ηλεκτρονικές αγορές. Οι εξαγωγικές εταιρείες, επομένως, πρέπει να ξεφύγουν από τις παραδοσιακές στρατηγικές και να προσεγγίσουν την συγκεκριμένη ομάδα, η οποία είναι από τις πιο ενεργές όσον αφορά την κατανάλωση κοσμημάτων και μπιζού. Αυτό μπορεί να

επιτευχθεί με την ανάπτυξη καινοτομιών, όσον αφορά τη διαφήμιση, τα κανάλια μάρκετινγκ και το διαδικτυακό μάρκετινγκ.

ΣΤ. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Όσον αφορά στις Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ), αυτές πέραν όλων των προαναφερόμενων οδών που μπορούν να εκμεταλλευτούν, είναι απόλυτα αναγκαίο να εξασφαλίσουν την παρουσία τους στις διεθνείς κλαδικές εκθέσεις. Με τον τρόπο αυτό, θα επιτύχουν την είσοδό τους στον συγκεκριμένο χώρο και ασφαλώς θα γίνουν ευρύτερα γνωστές στο καταναλωτικό κοινό της Ισπανίας, το οποίο δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για εκδηλώσεις τέτοιου είδους. Αξίζει μόνο να σημειωθεί ότι ακόμη και ετικέτες-βετεράνοι της βιομηχανίας του κοσμήματος δε χάνουν την ευκαιρία να προβληθούν και να έρθουν κοντά στους υποψήφιους καταναλωτές μέσω αυτής της διόδου. Παρακάτω αναφέρονται μερικές από τις δημοφιλέστερες εκθέσεις σχετικά με το κόσμημα στην Ισπανία:

- Bisutex, Μαδρίτη (http://www.ifema.es/bisutex_01)
- Madridjoya, Μαδρίτη (http://www.ifema.es/madridjoya_01)
- Espaijoia, Βαρκελώνη (<http://espaijoia.com/ESPAIJOIA-Barcelona-2018/index.php>)

Z. ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- Η βασικότερη εμπορική δυναμική του τομέα αναπτύσσεται κυρίως στον οικονομικό χώρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Οι τομείς με την ισχυρότερη παρουσία στις εξαγωγές είναι εκείνοι της ωρολογιοποιίας και ακλουθούν τα είδη από πολύτιμα μέταλλα (χρυσό και ασήμι).
- Ενώ είναι μια σχετικά κορεσμένη αγορά, υπάρχει ακόμη περιθώριο για νέες επιχειρήσεις που μπορούν να φέρουν μια αναζωογονητική προσέγγιση σε ένα παλιό επάγγελμα, αποκτώντας μια νέα θέση στον κλάδο.
- Στη γαμήλια βιομηχανία, οι προτιμήσεις των καταναλωτών αλλάζουν προς τα λιγότερο παραδοσιακά και πιο προσωπικά προϊόντα, γεγονός που έχει αυξήσει τη ζήτηση μικρών σχεδιαστών που εργάζονται με εναλλακτικά και λιγότερο δαπανηρά υλικά.
- Η βιομηχανία δεν κυριαρχείται πλέον μόνο από πολυτελείς σχεδιαστές και καταστήματα λιανικής πώλησης, αλλά μεγάλο μερίδιο αγοράς έχουν κερδίσει πλέον τα ηλεκτρονικά καταστήματα.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι υπάρχουν περιθώρια που θα επέτρεπαν σε ελληνικές επιχειρήσεις να δραστηριοποιηθούν στον τομέα, υπό την προϋπόθεση φυσικά ότι είναι σε θέση να ανταπεξέλθουν στις προκλήσεις που ήδη αναλύθηκαν. Το ηλεκτρονικό εμπόριο και η διακαναλική προσέγγιση του καταναλωτή αποτελούν προαπαιτούμενες συνθήκες για την επιτυχή επιχειρηματική δραστηριότητά τους. Συνοψίζοντας, η ισπανική βιομηχανία κοσμήματος αποτελεί μεν επιχειρηματική πρόκληση λόγω των υψηλών απαιτήσεων και του έντονου ανταγωνισμού στον κλάδο, ωστόσο υπάρχουν σημαντικά περιθώρια εισόδου και παραμονής σε αυτόν.

Η. ΠΗΓΕΣ

Modaes.es (www.modaes.es/entorno/la-joyeria-crece-un-34-en-espana-en-2016-gracias-al-avance-de-las-cadenas.html)

Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros:
(<http://www.iberjoya.es/joyapedia/pagina.php?id=28>)

Estudio sectorial de la Actividad productiva de la Joyería, Bisutería y Relojería en España
(www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application/pdf&blobheadname1=Content-Disposition&blobheadvalue1=filename=1+ESTUDIO+SECTORIAL+JOYERIA+completo.pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1220389332426&ssbinary=true)

Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros (www.iberjoya.es)

Statista (<https://es.statista.com>)

*Αλια Ν. Παπαναστασίου
Σύμβουλος Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων Α΄
Προϊσταμένη Γραφείου ΟΕΥ Μαδρίτης*