

Από το Πεκίνο στη Βουκουρεστίου



Σε κεντρικό κοσμηματοπωλείο της Αθήνας, κινεζική επιγραφή για «αυθεντικά κεχριμπάρια». Φωτογραφίες: Βαγγέλης Ζαβός



Στη γωνία των οδών Βουκουρεστίου και Πανεπιστημίου, το κατάστημα-ναυαρχίδα του οίκου Καίσαρη άνοιξε το 1982.



Η οδός Βουκουρεστίου, ο πρώτος δρόμος που πεζοδρομήθηκε το 1978, συγκεντρώνει ιστορικά τον μεγαλύτερο αριθμό μπουτίκ υψηλής κοσμηματοποιίας της πρωτεύουσας.



Οι ρίζες του οίκου Ζολότα βρίσκονται στο τέλος του 19ου αιώνα.



Ανάμεσα στα σπινθηροβόλα διαμάντια-μπριγιάν, δεμένα με ζαφείρια στο χρώμα του ωκεανού, η μικρή ταμπέλα με τα κινεζικά λογογράμματα «ανακοινώνει» ότι το κατάστημα επί της οδού Βουκουρεστίου δέχεται πληρωμές με την κινεζική πιστωτική κάρτα UnionPay. Στον πεζοδρομημένο κεντρικό δρόμο της Αθήνας είναι λίγες οι βιτρίνες κοσμηματοπωλείων που δεν ενδιαφέρονται να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των Κινέζων τουριστών, οι οποίοι μοιάζουν να δίνουν «ανάσα» στην ελληνική αγορά της πολυτελούς ωρολογοποιίας και του κοσμήματος, δημιουργώντας ένα αντίβαρο ενάντια στην «εγχώρια» απώλεια ζήτησης στη συνεχιζόμενη ύφεση.

«Από την αρχή της κρίσης υπήρξε μια δραματική πτώση των ειδών πολυτελείας, κυρίως από Έλληνες πελάτες. Στα χρόνια που ακολούθησαν, εμφανίστηκε μια καινούργια γενιά ταξιδιωτών προερχόμενη από την Κίνα, οι οποίοι είχαν σε κύρια προτεραιότητα τα επώνυμα ρολόγια, μετά τα επώνυμα κοσμήματα και μετά τα τοπικά κοσμήματα. Αυτοί οι ταξιδιώτες έφτασαν να αποτελούν σε ορισμένα καταστήματα έως και το 30-40% του τζίρου τους από το 2014 και μετά. Η καλύτερη χρονιά ήταν το 2015, ενώ και φέτος υπάρχει μια ελαφρά ανοδική τάση», λέει στο «Κ» ο Βασίλης Καίσαρης, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της «Ωρα Καίσαρης». Στη γωνία των οδών Βουκουρεστίου και Πανεπιστημίου, το κατάστημα-ναυαρχίδα του οίκου Καίσαρη άνοιξε το 1982, στον χώρο όπου παλιά στεγαζόταν το γνωστό καφενείο Ορφανίδης. «Οι Κινέζοι είναι ένα νέο είδος καταναλωτή», συνεχίζει.



Σε πολλές μπουτίκ της Βουκουρεστίου πληρωμές γίνονται δεκτές με την κινεζική πιστωτική κάρτα UnionPay

«Επίσης οι κυβερνήσεις μας έχουν για τους δικούς τους λόγους καλές σχέσεις και επιπλέον οι Κινέζοι που δεν δέχονται πολλούς πολιτισμούς ως ισάξιους αποδέχονται τον δικό μας».

Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή, το 2015 επισκέφτηκαν την Ελλάδα 55.097 Κινέζοι τουρίστες, ενώ το περιοδικό Forbes αναφέρει ότι την ίδια χρονιά η ασιατική χώρα είχε πάνω από 200 δισεκατομμυριούχους, τους περισσότερους μετά τις Ηνωμένες Πολιτείες. «Οι Κινέζοι τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα είναι κυρίως νέοι, εργαζόμενοι με υψηλό εισόδημα, αλλά και μορφωμένοι, καλλιτέχνες, επιστήμονες και άνθρωποι στον πολιτιστικό τομέα. Ελκύονται κυρίως από την προέλευση του ελληνικού πολιτισμού», λέει στο «Κ» ο Xiaocheng Lan, ιδρυτής και

πρόεδρος του ταξιδιωτικού πρακτορείου Athens Silk Road International Travel, που άνοιξε στην Αθήνα το 2000. «Κάθε τουρίστας επιτρέπεται να αγοράζει ένα ή δύο τεμάχια ειδών πολυτελείας, επειδή εξαιρούνται από φορολογικές επιβαρύνσεις όταν διέρχεται σε τελωνείο στην Κίνα».

Στη Βουκουρεστίου κάποιοι Κινέζοι πωλητές ήδη εξυπηρετούν τους ταξιδιώτες, ενώ υπάρχουν και Έλληνες που μαθαίνουν τη γλώσσα για να διευκολύνουν την επικοινωνία και να παρέχουν καλύτερες υπηρεσίες.

Παράδοση 5.000 ετών

«Τα τελευταία χρόνια η αγορά της Αθήνας δουλεύει με τουρισμό και περισσότερο με Ασιάτες, κατά βάση Κινέζους. Τα ταξίδια των Κινέζων είναι στοχευμένα για να κάνουν αγορές εκτός της χώρας τους, αγοράζουν επώνυμα είδη και το όφελος είναι το “tax free”, το οποίο στην Ελλάδα είναι 24%. Οι Ασιάτες επενδύουν σε κοσμήματα, ωρολογοποιία και δερμάτινα είδη, δεν επενδύουν σε ρούχα, γιατί στη χώρα τους είναι πιο φτηνά. Επίσης έχουν άλλα μοντέλα στην πατρίδα τους και πιστεύουν ότι εδώ είναι πιο “έγκυρα”, γιατί θεωρούν ότι εκεί μπορεί να είναι απομιμήσεις. Το κινεζικό κράτος έχει μειώσει τους φόρους για να μένει το συνάλλαγμα στη χώρα, αλλά είναι η νοοτροπία τους αυτή», λέει στο «Κ» μάνατζερ μεγάλης μπουτίκ διεθνούς brand. «Όμως αυτό που γίνεται στην Ελλάδα συμβαίνει και αλλού. Αυτό το target group σήμερα οδηγεί τους μεγάλους οίκους να δημιουργούν, για παράδειγμα, μικρά ρολόγια αυτόματα με μικρούς μηχανισμούς. Όταν έρθει η σειρά των επόμενων, που όλα δείχνουν ότι θα είναι οι Ινδοί, θα αλλάξει και πάλι η φιλοσοφία των εταιρειών».

Πέρα από τους Ασιάτες, στην Αθήνα καταφτάνουν πελάτες και από χώρες της Μέσης Ανατολής, ενώ λιγότεροι είναι εκείνοι που προέρχονται από τα Αραβικά Εμιράτα, τα οποία έχουν δικά τους ανεπτυγμένα δίκτυα διανομής προϊόντων πολυτελείας. «Οι Τούρκοι, οι Ισραηλινοί και οι ταξιδιώτες από την αμερικανική ήπειρο δεν αγοράζουν “χαριστικώς”», σημειώνει ο κ. Καίσαρης, «αλλά γιατί τους συμφέρει. Το ίδιο συμβαίνει και με τους Ελβετούς που έρχονται και ψωνίζουν εδώ, γιατί έχουν απαλλαγή 24% και πληρώνουν φόρο 8% στη χώρα τους, ενώ και οι Έλληνες της διασποράς προτιμούν να ξοδεύουν εδώ».

Η Αθήνα μπορεί να μην έχει το δικό της «Diamond district» (περιοχή που συγκεντρώνει την κοπή, το στίλβωμα και το εμπόριο διαμαντιών και άλλων πολύτιμων λίθων) όπως η Νέα Υόρκη ή η Αμβέρσα, διατηρεί όμως, μαζί με την υπόλοιπη χώρα, μια μοναδική θέση στην παγκόσμια χρυσοχοΐα τα τελευταία 5.000 χρόνια. Η παράδοση του ελληνικού κοσμήματος διατηρείται σήμερα από οίκους όπως ο Ηλίας Λαλαούνης. Το κατάστημα του οίκου στη Βουκουρεστίου άνοιξε το 1967. «Ίσως λόγω της παρουσίας μας στην Αμερική από το 1982, πιο μεγάλη είναι η παρουσία των Αμερικανών, αλλά και οι Κινέζοι και οι Ρώσοι είναι σίγουρα πελάτες μας», αναφέρει στο «Κ» η Μαρία Λαλαούνη, κόρη του ιδρυτή του οίκου, Ηλία Λαλαούνη, η οποία, μαζί με τις αδερφές της Αικατερίνη, Δήμητρα και Ιωάννα, συνεχίζει την οικογενειακή ιστορία.



Η οδός Βουκουρεστίου συγκεντρώνει ιστορικά τον μεγαλύτερο αριθμό μπουτίκ υψηλής κοσμηματοποιίας της πρωτεύουσας.

Η διεύθυνση της αθηναϊκής πολυτέλειας

Την ίδια στιγμή, ο δρόμος συγκεντρώνει ιστορικά τον μεγαλύτερο αριθμό μπουτίκ υψηλής κοσμηματοποιίας της πόλης -με ελληνική ή «παγκόσμια» δημιουργική ταυτότητα- οι οποίες σήμερα συνυπάρχουν με διεθνή brand, όπως Cartier και Chopard. Άλλωστε η Βουκουρεστίου, ο πρώτος δρόμος που πεζοδρομήθηκε το 1978, παραμένει η «διεύθυνση» της αθηναϊκής πολυτέλειας γενικότερα, φιλοξενώντας ονόματα όπως Hermes, Louis Vuitton, Prada και Dior. «Αντίστοιχα» είναι και τα ενοίκια - σύμφωνα με τους συμβούλους ακινήτων Cushman & Wakefield Proprius, οι τιμές ενοικίασης καταστημάτων στο πεζοδρομημένο κομμάτι κυμαίνονται μεταξύ 150 και 200 ευρώ το τ.μ.

«Φέτος υπάρχει ένα ενδιαφέρον εκ μέρους μιας πελατείας που περνάει από την Αθήνα για να επισκεφτεί εκθέσεις και μουσεία. Είχαμε “κρούσματα” από τον Μάιο και συνεχίζει», λέει στο «Κ» ο Γιώργος Παπαλέξης, διευθύνων σύμβουλος και καλλιτεχνικός διευθυντής του Ζολώτα, οίκου που «γεννήθηκε» στα τέλη του 19ου αιώνα. «Πρόκειται για μέλη δεύτερης και τρίτης γενιάς Κινέζων, οι οποίοι έχουν περάσει το στάδιο του υπερκαταναλωτισμού και το ψάχνουν λίγο παραπάνω, είναι λίγοι, αλλά υπάρχουν», συνεχίζει. Το ίδιο ισχύει και για κάποιους Ρώσους, «λίγους και εκλεκτούς», οι οποίοι δεν «διψάνε για bling bling», όπως οι περισσότεροι συμπατριώτες τους. «Επιστρέφουν όμως και κάποιοι καλοί πελάτες, Αμερικανοί και Ευρωπαίοι, όπως οι Γάλλοι», συμπληρώνει.

Υπάρχει όμως και ένα διεθνές κοινό που γνωρίζει την ύπαρξη ενός νέου κύματος στην εγχώρια δημιουργική παραγωγή, το οποίο έχει βρει τη θέση του σε διεθνή πολυκαταστήματα και περιοδικά, αλλά και σε διαδικτυακές πλατφόρμες. «Γενικά είναι γνωστό το ελληνικό κόσμημα. Υπάρχει μια τεράστια τάση για τους νέους Έλληνες σχεδιαστές, αλλά πρόκειται για μια συγκεκριμένη ομάδα η οποία τους γνωρίζει από την παρουσία τους στο εξωτερικό», λέει στο «Κ» ο κοσμηματοποιός Γιάννης Σεργάκης. «Πρόσφατα ήρθε ένας Αμερικανός ο οποίος είχε δει τη δουλειά μου στο Bergdorf Goodman, π.χ., όμως οι πιο σοφιστικέ πελάτες είναι οι Γάλλοι».

Θέλοντας να ενθαρρύνουν την «επιστροφή» των Ελλήνων, κάποιοι από τους κοσμηματοποιούς της Βουκουρεστίου προσφέρουν μεγαλύτερη γκάμα τιμών μέσω διαφορετικών τεχνικών και πρώτων υλών. Στον χώρο της υψηλής κοσμηματοποιίας δεν υπάρχουν περίοδοι εκπτώσεων, όμως συχνά γίνονται ειδικές συμφωνίες και στην Ελλάδα της κρίσης ένα επιπλέον «σκόντο» είναι πια συνηθισμένη πρακτική. Παράλληλα, η συνεχιζόμενη άνοδος της Αθήνας ως τουριστικού προορισμού και όχι μιας «γρήγορης» στάσης πριν από το πλοίο ενισχύει την αγορά, όμως η εικόνα της πόλης δεν ανεβαίνει πάντα στο βάθος.

«Όταν έχουμε σπασμένα πεζοδρόμια και σκουπίδια στους δρόμους, θα προσελκύσουμε τους αντίστοιχους πελάτες. Χρειαζόμαστε καλύτερες υποδομές για να βελτιωθεί η ποιότητα των επισκεπτών», λέει στο «Κ» Έλληνας κοσμηματοποιός με κατάστημα στη Βουκουρεστίου. «Μετά την υποβάθμιση των τελευταίων ετών, η Αθήνα χρειάζεται χτίσιμο. Η πολιτεία θα πρέπει να κρατάει το περιβάλλον καθαρό και ασφαλές για τέτοιου είδους ανάπτυξη στον τουρισμό», συμπληρώνει ο κ. Παπαλέξης.

Στο μεταξύ, από φέτος τον Σεπτέμβριο ξεκινούν απευθείας πτήσεις μεταξύ Πεκίνου και Αθήνας, ενώ δυνατότητες υπάρχουν και για άλλες «άμεσες» συνδέσεις με πολυπληθείς κινεζικές πόλεις. «Περισσότερο από το 20% της κινεζικής μεσαίας τάξης έχει εισόδημα άνω των 15.000 ευρώ, επομένως ο αριθμός των Κινέζων τουριστών που ταξιδεύουν στον κόσμο μπορεί εύκολα να φτάσει τα 150 εκατομμύρια», σημειώνει ο κ. Lan. Μέχρι τότε τα διαμάντια-μπριγιάν, δεμένα με τα ζαφείρια, δεν θα χάσουν ίχνος της λάμψης τους.

Πηγή: www.kathimerini.gr