

Μήνυμα Προέδρου

Αγαπητές μου - αγαπητοί μου,

Ο Σεπτέμβριος ανέδειξε για ακόμη μία φορά τις πιέσεις που δέχεται η πραγματική οικονομία. Η 90^η ΔΕΘ με τις κυβερνητικές εξαγγελίες έφερε στο επίκεντρο τη φορολογία, το διαθέσιμο εισόδημα και τη στήριξη των επιχειρήσεων, την ίδια στιγμή που η αγορά εξακολουθεί να αντιμετωπίζει υψηλό κόστος λειτουργίας, περιορισμένη κατανάλωση και πιέσεις στη ρευστότητα.

Και σαν να μην έφταναν αυτά, το νέο ράλι στις τιμές του πετρελαίου και των καυσίμων θέτει εκ νέου την κυβέρνηση ενώπιον μιας δύσκολης εξίσωσης. Η άνοδος των τιμών των καυσίμων αιφνιδιάζει και δοκιμάζει τις αντοχές της οικονομίας, με τις επιπτώσεις να μεταφέρονται γρήγορα στο κόστος λειτουργίας των επιχειρήσεων, στις τιμές και, τελικά, στην κατανάλωση. Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, το αποτέλεσμα είναι ότι εξανεμίστηκαν στην πράξη τα κυβερνητικά οικονομικά μέτρα που ανακοινώθηκαν στη ΔΕΘ.

Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, κάθε νέα επιβάρυνση προστίθεται σε ένα ήδη δύσκολο περιβάλλον. Ο δικός μας κλάδος, της αργυροχρυσοχοΐας και του ωρολογίου, δεν μπορεί να μείνει ανεπηρέαστος. Η αγοραστική δύναμη, το αυξημένο λειτουργικό κόστος και οι διαρκείς μεταβολές της αγοράς δοκιμάζουν καθημερινά τις αντοχές των επαγγελματιών.

Η πολιτική ηγεσία οφείλει να αντιλαμβάνεται ότι η ανθεκτικότητα της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας δεν είναι ανεξάντλητη. Οι ανάγκες είναι άμεσες και δεν μπορούν να μετατίθενται διαρκώς στο μέλλον.

Για ακόμη μία φορά, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα χρειαστεί να επιστρατεύσουν τη γνώση, την εμπειρία και τη σοφία τους, ώστε να ξεπεράσουν μια ακόμη δύσκολη συγκυρία.

Πέτρος Καλπακίδης
Πρόεδρος ΠΟΒΑΚΩ

Η ΠΟΒΑΚΩ στηρίζει τους Συλλόγους-μέλη της

Πανελλήνια
Ομοσπονδία
Βιοτεχνών
Αργυροχρυσοχόων
Κοσμηματοπωλών
Ωρολογοπωλών



Μια ακόμη έμπρακτη πρωτοβουλία στήριξης των Συλλόγων-μελών της υλοποιεί η ΠΟΒΑΚΩ, προχωρώντας στη χορήγηση οικονομικής επιχορήγησης προς τους δικαιούχους Συλλόγους, από πόρους που προέκυψαν από την κλαδική έκθεση *Athens International Jewellery Show 2025*.

Η απόφαση εντάσσεται στη σταθερή προσπάθεια της Ομοσπονδίας να ενισχύει τα πρωτοβάθμια συλλογικά όργανα, που εκπροσωπούν τους επαγγελματίες του κλάδου της αργυροχρυσοχοΐας και του ωρολογίου σε ολόκληρη τη χώρα, συμβάλλοντας στη συνέχιση του έργου και των δράσεών τους.

Οι Σύλλογοι-μέλη αποτελούν βασικό πυλώνα της οργανωμένης εκπροσώπησης του κλάδου, καθώς βρίσκονται σε άμεση επαφή με τις επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες, καταγράφοντας τις ανάγκες και τις προτεραιότητες σε τοπικό επίπεδο και μεταφέροντάς τες στην Ομοσπονδία.

Η οικονομική ενίσχυση έρχεται να υποστηρίξει τη λειτουργία τους και να ενδυναμώσει τη δυνατότητά τους να συνεχίσουν τις πρωτοβουλίες και τις παρεμβάσεις τους προς όφελος των μελών τους.

Η ιστορία του ελληνικού κοσμήματος στο διεθνές συνέδριο της Jewellery Valuers



Η ιστορία του ελληνικού κοσμήματος, με μια διαδρομή που εκτείνεται σε 6.000 χρόνια, παρουσιάστηκε στο ετήσιο συνέδριο της Jewellery Valuers Association (JVA), το οποίο πραγματοποιήθηκε από τις 11 έως τις 13 Σεπτεμβρίου 2026 στο Loughborough University, στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Στη σημαντική αυτή διεθνή διοργάνωση, στην οποία συμμετείχαν επαγγελματίες από τον χώρο της γεμολογίας, της εκτίμησης κοσμημάτων και της διεθνούς αγοράς, συμμετείχε ως ομιλητής ο κ. Γιώργος Σπυρομήλιος, επαγγελματίας του κλάδου, μέλος της JVA και μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Βιοτεχνών Αργυροχρυσόχων Κοσμηματοπωλών Ωρολογοπωλών (ΠΟΒΑΚΩ), καθώς και Πρόεδρος του Συλλόγου Αργυροχρυσόχων Αθηνών (ΣΑΑ).

Η παρουσίαση του κ. Σπυρομήλιου, με τίτλο «6.000 χρόνια Ελληνικού Κοσμήματος», ανέδειξε τη μακρά και διαχρονική πορεία του ελληνικού κοσμήματος, από την Κυκλαδική περίοδο, ήδη από το 4500 π.Χ., έως το σύγχρονο ελληνικό κόσμημα, ενώ περιελάμβανε και αναφορά στο έργο του Έλληνα σχεδιαστή κοσμημάτων Ηλία Λαλαούνη.



Στο πλαίσιο της παρουσίασης προβλήθηκε, επίσης, η σειρά επεισοδίων μικρού μήκους της ΠΟΒΑΚΩ, «Ελληνική Κοσμηματοποιία: Συνεχίζοντας την Παράδοση». Η σειρά καταγράφει παραδοσιακές τεχνικές και μεθόδους κατασκευής κοσμημάτων μέσα από τη δουλειά Ελλήνων τεχνιτών που τις διατηρούν και τις εξελίσσουν.

Η παρουσίαση της σειράς απέσπασε ιδιαίτερα θετικές εντυπώσεις από τους συμμετέχοντες στο συνέδριο, αναδεικνύοντας το ελληνικό κόσμημα όχι μόνο ως μέρος της πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας, αλλά και ως έναν ζωντανό και δημιουργικό κλάδο με σύγχρονη παρουσία και διεθνή προοπτική. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον προκάλεσε η σύνδεση της ιστορικής παράδοσης με τη σύγχρονη ελληνική δημιουργία και, κυρίως, η ανάδειξη των ανθρώπων και των τεχνικών που κρατούν ζωντανή την ελληνική κοσμηματοποιία.

Μιλώντας για την παρουσία του στο συνέδριο, ο κ. Σπυρομήλιος αναφέρθηκε στην προετοιμασία που απαιτήθηκε, αλλά και στην ευθύνη της εκπροσώπησης της ελληνικής κοσμηματοποιίας, σημειώνοντας: «Η παρουσίαση αυτή ήταν αποτέλεσμα έξι μηνών εντατικής προετοιμασίας, για μία ώρα παρουσίασης ενώπιον ενός ιδιαίτερα απαιτητικού και εξειδικευμένου κοινού. Η ευθύνη ήταν μεγάλη, καθώς δεν εκπροσωπούσα μόνο τον εαυτό μου, αλλά την ελληνική κοσμηματοποιία και όλους εκείνους που εργάζονται για να διατηρήσουν την επαγγελματική αξιοπρέπεια, τη γνώση και την παρακαταθήκη του κλάδου μας.

Το γεγονός ότι η ελληνική σημαία βρέθηκε σε ένα διεθνές, εξειδικευμένο συνέδριο μέσα από μια παρουσίαση αφιερωμένη στην ιστορία και την παράδοση του ελληνικού κοσμήματος έχει για μένα ιδιαίτερη σημασία. Δεν ήταν μια προσωπική υπόθεση· ήταν μια προσπάθεια για όλους μας».



**Σε εκδήλωση της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας
ο Αντιπρόεδρος του ΒΕΘ και Πρόεδρος ΠΟΒΑΚΩ**



Οι δυνατότητες χρηματοδότησης των ελληνικών επιχειρήσεων και η σύνδεσή τους με νέες επενδύσεις βρέθηκαν στο επίκεντρο της εκδήλωσης της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας (ΕΑΤ), με θέμα «Χρηματοδοτικά Εργαλεία της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας: Νέες ευκαιρίες για την Επιχειρηματικότητα», στο πλαίσιο της 90^{ης} Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης.

Στην εκδήλωση παρουσιάστηκαν τα διαθέσιμα χρηματοδοτικά εργαλεία της ΕΑΤ, ενώ ακολούθησε διάλογος με εκπροσώπους των παραγωγικών φορέων της Θεσσαλονίκης και της Βόρειας Ελλάδας, με επίκεντρο τις χρηματοδοτικές ανάγκες της αγοράς και τη μετάβαση από τη χρηματοδότηση στην επένδυση.

Στον διάλογο συμμετείχε, με την ιδιότητα του Α' Αντιπροέδρου του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης (ΒΕΘ), ο κ. Πέτρος Καλπακίδης, Πρόεδρος παράλληλα της ΠΟΒΑΚΩ, συμμετέχοντας στις συζητήσεις με τους εκπροσώπους της επιχειρηματικής και παραγωγικής κοινότητας για τις ανάγκες και τις προοπτικές των μικρομεσαίων και βιοτεχνικών επιχειρήσεων.



Ο κ. Καλπακίδης επεσήμανε ότι τα διαθέσιμα χρηματοδοτικά εργαλεία αποτελούν σημαντικό μέσο στήριξης της επιχειρηματικότητας και μπορούν να συμβάλουν ουσιαστικά στην υλοποίηση επενδύσεων και στον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων. Όπως σημείωσε, ωστόσο, η χρηματοδότηση θα πρέπει να συνοδεύεται από μέτρα που ενισχύουν τη ζήτηση και τις πωλήσεις, καθώς η ανάπτυξη της αγοράς αποτελεί βασική προϋπόθεση για τη δημιουργία πραγματικής οικονομικής ανάπτυξης.

Στο πλαίσιο αυτό, τόνισε τη σημασία της δυνατότητας των επιχειρήσεων να προσφέρουν τα προϊόντα τους σε ανταγωνιστικές και προσιτές τιμές. Αναφερόμενος ειδικότερα στον κλάδο της αργυροχρυσοχοΐας και του ωρολογίου, έθεσε στη συζήτηση το ζήτημα του Ειδικού Φόρου Πολυτελείας 10% στα κοσμήματα και τα ρολόγια, επισημαίνοντας ότι αποτελεί μία πρόσθετη επιβάρυνση που επηρεάζει το τελικό κόστος των προϊόντων και τη ζήτηση.

Η εκδήλωση ανέδειξε τη σημασία της πρόσβασης στη χρηματοδότηση, αλλά και της δημιουργίας των κατάλληλων συνθηκών για την ενίσχυση της ζήτησης, των επενδύσεων και της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων.

90^η ΔΕΘ: Με επιτυχία ολοκληρώθηκε η συμμετοχή του Συλλόγου Χρυσοχόων-Ωρολογοποιών-Κοσμηματοπωλών-Αδαμαντοεκτιμητών Περιφερειακής Ενότητας Πειραιά & Νήσων

Με επιτυχία ολοκληρώθηκε η συμμετοχή του Συλλόγου Χρυσοχόων-Ωρολογοποιών-Κοσμηματοπωλών-Αδαμαντοεκτιμητών Περιφερειακής Ενότητας Πειραιά & Νήσων, μέλους της ΠΟΒΑΚΩ, στην 90^η Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης, στο περίπτερο του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Πειραιώς.

Η παρουσία του Συλλόγου στη σημαντική εκθεσιακή διοργάνωση αποτέλεσε ευκαιρία για την προβολή του κλάδου, αλλά και για την ανάδειξη των ζητημάτων που απασχολούν τις επιχειρήσεις της αργυροχρυσοχοΐας και του ωρολογίου. Κατά τη διάρκεια της ΔΕΘ πραγματοποιήθηκαν συναντήσεις με θεσμικούς και παραγωγικούς φορείς, με αντικείμενο τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο κλάδος και τις προοπτικές της επιχειρηματικής του δραστηριότητας.

Το περίπτερο του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Πειραιώς και το stand του Συλλόγου επισκέφθηκε και ο Πρόεδρος της ΠΟΒΑΚΩ και του ΣΚΩΘ, κ. Πέτρος Καλπακίδης, ο οποίος είχε την ευκαιρία να συναντηθεί με εκπροσώπους του Συλλόγου και να ενημερωθεί για την παρουσία και τις δράσεις του στο πλαίσιο της έκθεσης.



Στιγμιότυπο με τον πρόεδρο της ΠΟΒΑΚΩ και τα μέλη Δ.Σ. του ΒΕΠ

Στο stand του Συλλόγου φιλοξενήθηκε, παράλληλα, ενημερωτικό υλικό της ΠΟΒΑΚΩ, προβάλλοντας το έργο και τις δράσεις της Ομοσπονδίας και ενισχύοντας την παρουσία του κλάδου στη διοργάνωση.

Η συμμετοχή πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Πειραιώς, το οποίο παρείχε τη δυνατότητα σε φορείς και επιχειρήσεις-μέλη του να συμμετάσχουν στην 90^η ΔΕΘ, δημιουργώντας έναν χώρο προβολής, δικτύωσης και εξωστρέφειας.



Η παρουσία του Συλλόγου Πειραιά στην 90^η ΔΕΘ ανέδειξε τη σημασία της ενεργού συμμετοχής των πρωτοβάθμιων φορέων του κλάδου σε σημαντικές διοργανώσεις, καθώς και της συνεργασίας τους με την ΠΟΒΑΚΩ και τα Επιμελητήρια για την προβολή και την προώθηση των ζητημάτων της ελληνικής αργυροχρυσοχοΐας και του ωρολογίου.

**Γιάννης Μάνδαλης: Πρόεδρος της Διοικείν Επιχειρείν ΑΕ,
Οικονομικός Σύμβουλος και Συνεργάτης της ΠΟΒΑΚΩ και του ΣΑΑ**

Νέες φορολογικές ρυθμίσεις: προβλέψεις και στρατηγικές για τις επιχειρήσεις του κλάδου - ελλοχεύει ο φόβος να πάμε σε δύο παράλληλες οικονομίες



Ο κύριος Γιάννης Μάνδαλης, είναι Πρόεδρος της Διοικείν Επιχειρείν ΑΕ, η οποία έχει αυτή τη στιγμή το μεγαλύτερο χαρτοφυλάκιο στην Ελλάδα των επενδυτικών προϊόντων της ERGO. Παράλληλα, από το 2016 συνεργάζεται με την ΠΟΒΑΚΩ ως λογιστής της Ομοσπονδίας και κατ' επέκταση του σωματείου της Αθήνας.

Διαθέτει τις ευρωπαϊκές πιστοποιήσεις EFICERT SQF 3 και EFICERT SQF 4, οι οποίες είναι πάνω σε financial planning και financial advisor και αποτελούν κορυφαίους τίτλους επαγγελματικής επάρκειας για ασφαλιστικούς διαμεσολαβητές και στελέχη του χρηματοασφαλιστικού κλάδου.

Διαθέτοντας εμπειρία τριάντα χρόνων, και εμπειριστατωμένες γνώσεις σε επίπεδο λογιστικών, εργατικών, ασφαλιστικών και επενδύσεων και επιδοτήσεων, ο κύριος Μάνδαλης προσεγγίζει συμβουλευτικά τις επιχειρήσεις που αναλαμβάνει, και μας εξηγεί για ποιους λόγους αυτό είναι κάτι που θα αναγκαστούν να κάνουν και οι υπόλοιπες λογιστικές εταιρείες.

Κύριε Μάνδαλη με ποιο τρόπο αλλάζει ο ρόλος του λογιστή στην εποχή της Τεχνητής Νοημοσύνης και του ψηφιακού μετασχηματισμού;

Με την άφιξη του my data, το κομμάτι της καταχώρησης αυτοματοποιείται, και η λογιστική εργασία παίρνει μία πιο συμβουλευτική μορφή. Οι λογιστές λοιπόν σε αυτό το πλαίσιο, γινόμαστε οι καθοδηγητές μιας επιχείρησης. Οι δηλώσεις που αφορούν τη λιανική και τις συντάξεις θα αυτοματοποιηθούν και εμείς θα ασχολούμαστε πιο πολύ με το εταιρικό κομμάτι. Επίσης, αξίζει να σημειωθεί ότι στόχος των νέων ρυθμίσεων είναι μέχρι το 2030 το my data να γίνει πανευρωπαϊκό. Ήδη τον Μάρτιο είχε κλείσει το σύστημα του μητρώου γιατί άλλαζαν οι ΚΑΔ, προκειμένου να εναρμονιστούν με τους ευρωπαϊκούς ΚΑΔ. Γίνεται λοιπόν η προετοιμασία από το ελληνικό κράτος ώστε μετά το 2028 τα τιμολόγια από ευρωπαϊκές χώρες να αφομοιωθούν στο ελληνικό my data. Τα πάντα θα γίνουν πανευρωπαϊκά.

Τι θα πρέπει να προσέχουν οι επαγγελματίες στον κλάδο της αργυροχρυσοχοΐας; Στο 1^ο Συνέδριο Επαγγελματιών Κοσμήματος τον Ιανουάριο, αναφέρατε στην εισήγησή σας τέσσερις καθοριστικές ιδιότητες του κλάδου: το υψηλό κόστος, τις συχνές μετακινήσεις, τις επισκευές και τις εκθέσεις/δειγματισμούς.

Σωστά, στο συνέδριο είχαμε δώσει κάποιες οδηγίες σχετικά με τη σωστή χρήση του my data. Αυτό που είναι σημαντικό, είναι ότι λόγω της μεγάλης αύξησης στην τιμή του χρυσού, τα εργαστήρια θα πρέπει να είναι προσεκτικά και να μην στοκάρουν. Δεν πρέπει να στοκάρουν όταν η τιμή είναι ψηλά, γιατί όταν κάποια στιγμή πέσει, θα έχουν υψηλό κόστος κατασκευής ή μεταποίησης. Τα καταστήματα από την άλλη, που δε γίνεται να λειτουργήσουν χωρίς στοκ, απλώς θα πρέπει να το μειώσουν. Ο νόμος της αγοράς είναι πως όταν οι τιμές είναι ψηλά,

μειώνουμε το στοκ και όταν οι τιμές είναι χαμηλά, ανεβάζουμε το στοκ. Για να γνωρίζει μια επιχείρηση τα όρια της ως προς το πότε να στοκάρει ή να ξεστοκάρει προϊόντα, είναι πολύ χρήσιμη η συμβουλευτική λειτουργία ενός λογιστή, κι έτσι επιστρέφουμε στον επαναπροσδιορισμό του ρόλου των λογιστών που αναφέραμε προηγουμένως.

Τι πρέπει να προσέχουν οι επαγγελματίες του κλάδου ως προς τη διακίνηση των παραστατικών;

Αυτό είναι ένα άλλο σκέλος. Από 1η Οκτωβρίου ενεργοποιείται η δεύτερη φάση των νέων ρυθμίσεων, η οποία πήρε παράταση από 1η Μαΐου που ήταν η αρχική ημερομηνία. Τα πρόστιμα θα είναι μεγάλα και αυτοματοποιημένα, επομένως οι επιχειρήσεις πρέπει να οργανωθούν. Για παράδειγμα, εάν κάποιος θέλει να μεταφέρει πάγια προϊόντα σε μεγάλη απόσταση, ως λογιστής θα τον συμβούλευα να κάνει εκ του περισσού ένα ηλεκτρονικό ή χειρόγραφο δελτίο αποστολής που να πιστοποιεί ότι πρόκειται για πάγια περιουσιακά στοιχεία και όχι εμπορεύματα. Ο νόμος μπορεί να μην το προβλέπει, όμως αν κάποιος βρεθεί ενώπιον ελεγκτή θα είναι εκτεθειμένος και θα πρέπει να τον πείσει για τη φύση των προϊόντων που μεταφέρει. Αυτές οι μετατροπές είναι γιατί προσπαθεί το ελληνικό κράτος να δημιουργήσει κλειστή αποθήκη για κάθε επιχείρηση.

Τι σημαίνει κλειστή αποθήκη;

Λοιπόν, αυτή τη στιγμή ανεβαίνει ένα δελτίο αποστολής στο My Data και παρακολουθείται το παραστατικό, αλλά όχι το περιεχόμενό του. Για παράδειγμα, ο Χ κόβει ένα δελτίο αποστολής για να πουλήσει πέντε ρολόγια προς τον Ψ. Το Υπουργείο Οικονομικών βλέπει ότι έχει φύγει ένα δελτίο αποστολής, όμως δεν βλέπει τους συγκεκριμένους κωδικούς των ρολογιών. Αυτό από 1η Οκτωβρίου θα αλλάξει. Θα φεύγει το δελτίο αποστολής και θα καταγράφονται συγκεκριμένα οι κωδικοί των προϊόντων που μεταφέρονται, ενώ ταυτόχρονα τα λογιστικά CRM θα παίρνουν τα δελτία και θα ενημερώνουν την αποθήκη. Με άλλα λόγια, κάθε προϊόν που παράγεται θα πρέπει να συγκεκριμενοποιείται πριν μπει στην αποθήκη και μετά να διακινείται. Αυτό λοιπόν εννοούμε ως κλειστή αποθήκη.

Άρα επί της ουσίας, όταν μιλάμε για πρώτη και δεύτερη φάση, μιλάμε για αυτό το σχέδιο προς την κλειστή αποθήκη. Το οποίο θα ολοκληρωθεί 1^η Οκτώβρη ή έχει και συνέχεια;

Δεν θα ολοκληρωθεί, έχει συνέχεια. Δηλαδή θα παρακολουθείται και όσο πάει θα βελτιώνεται.

Θα υπάρξει και τρίτη φάση;

Όχι, δεν έχει νόημα μια τρίτη φάση. Θα είναι ήδη πολύ εύκολο ο ελεγκτής να δει την αποθήκη, το υπόλοιπο, το συντελεστή καθαρού κέρδους, και το συντελεστή μεικτού κέρδους, οι οποίοι ουσιαστικά καθορίζουν τη φορολογία. Αυτό που θα βοηθούσε θα ήταν το Υπουργείο Οικονομικών να δώσει τους επίσημους συντελεστές μεικτού κέρδους σε εμάς τους λογιστές, γιατί αυτή τη στιγμή τους μετράμε για την κάθε επιχείρηση με δικά μας λογισμικά, χωρίς να έχουμε κάποιο τρόπο να συγκρίνουμε τα αποτελέσματά μας και να καθοδηγήσουμε τις επιχειρήσεις σχετικά με αυτό.

Πώς επηρεάζουν αυτές οι νέες ρυθμίσεις τις μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που σήμερα αποτελούν σχεδόν το 90% του κλάδου; Δεν είναι για αυτές λίγο βραχνάς;

Θα σας πω. Είναι πράγματι βραχνάς. Και ο μεγαλύτερος βραχνάς είναι για τους παλαιότερους εμπόρους, αυτούς που είναι λίγα βήματα ή ένα βήμα πριν από τη σύνταξη. Διότι υπάρχει πραγματικά μια δυσκολία στην ψηφιακή παρακολούθηση. Όμως αυτή η αυτοματοποίηση, τελικά θα βοηθήσει τις επιχειρήσεις να είναι πιο συνεπείς. Το κρίσιμο

σημείο είναι ότι θα αποτυπώνονται τα πάντα, οπότε θα πρέπει τα πάντα να δικαιολογούνται, κάτι που μέχρι σήμερα δε συνέβαινε. Τώρα λοιπόν ελλοχεύει ο φόβος να πάμε σε δύο παράλληλες οικονομίες. Από τη μία θα υπάρχει ο ορθός δρόμος στον οποίο θα καταγράφονται όλα και από την άλλη, μία μεγάλη μερίδα χρημάτων που είναι εκτός τραπεζών, δε θα μπορούν να δικαιολογηθούν. Άρα μία μικρή επιχείρηση, επειδή πιέζεται, θα μπορεί εύκολα να «λοξοδρομήσει» και να δεχτεί να πουλήσει με μετρητά χωρίς πλήρη απόδειξη. Αυτό, αν σαν επιχείρηση έχει κάτω από 150 χιλιάδες τζίρο δε θα της δημιουργήσει κανένα πρόβλημα, αφού δε θα υποχρεούται σε αποθήκη, αν όμως έχει πάνω από 150 χιλιάδες, μπορεί να της δημιουργήσει πρόβλημα στην τυχόν αποθήκη της. Αυτό εννοώ παράλληλη οικονομία. Άρα για ένα διάστημα μικρό ή μάλλον μεγάλο, θα υπάρχει αυτή η παράλληλη οικονομία και έτσι θα δουλεύει κάπως το σύστημα και θα μπορέσουν λίγο και οι μικρές επιχειρήσεις να σταθούν.

Μα δε θα γίνει σταδιακά μονόδρομος είτε το να αυξήσεις τον τζίρο σου πάνω από 150 χιλιάδες ή να κλείσεις κάποια στιγμή;

Ακριβώς. Είναι το μεταβατικό στάδιο.

Άρα αυτή δεν είναι μια οικονομία που πηγαίνει προς το κλείσιμο της μικρής επιχείρησης;

Δυστυχώς ναι. Θα πιεστούν πάρα πολύ οι μικρές επιχειρήσεις, αλλά είμαστε στο μεταβατικό στάδιο. Εκεί είναι η δική μας η συμβουλευτική, να κάνουμε τις μικρές επιχειρήσεις λίγο να μεγαλώσουν για να μπορέσουν να σταθούν στην αγορά. Παρατηρούμε εξάλλου ότι τα νέα παιδιά έχουν ανοιχτό μυαλό. Μπορούν να συνεταιριστούν, να συνεργαστούν, να συμπράξουν. Εκεί λοιπόν, σιγά σιγά τα σχήματα θα πρέπει να αρχίσουν να μεγαλώνουν.

Σήμερα γνωρίζουμε ότι φεύγει ένα προϊόν από ένα γραφείο ή από ένα κατάστημα, για να δειγματοπιστεί σε όλη την Ελλάδα. Εκεί λοιπόν είναι υποχρεωμένος ο άνθρωπος που έχει αυτό το δειγματολόγιο να έχει παραστατικό δελτίο αποστολής, σωστά;

Αυτό που ισχύει σήμερα -αν δεν αλλάξει ο νόμος, γιατί εξελίσσεται- είναι ότι ένας πωλητής που ταξιδεύει σε διαφορετικές περιοχές για δειγματοπισμό, πρέπει να έχει μαζί του ένα χειρόγραφο συγκεντρωτικό δελτίο αποστολής. Δεν είναι υποχρεωμένος να αναγράφει πάνω τις περιοχές από όπου περνάει, όμως αν πουλήσει κάπου θα πρέπει να κόψει το τιμολόγιο εκεί και να ενημερώσει το συγκεντρωτικό δελτίο αποστολής, δηλαδή να κλείσει το συγκεκριμένο κόσμημα. Τα υπόλοιπα μένουν ανοιχτά. Το συγκεντρωτικό δελτίο αποστολής γενικά ανοίγει τη μέρα που ξεκινά το ταξίδι του πωλητή και κλείνει όταν θα επιστρέψει στην έδρα του. Στο ταξίδι είναι χειρόγραφο, και μετέπειτα μεταγράφεται ηλεκτρονικά. Τα τοπικά δελτία αποστολής, για τις πωλήσεις που γίνονται στο ενδιαμέσο στέλνονται επί τόπου μέσω mail στον αγοραστή, ως ψηφιακά τιμολόγια πώλησης. Επίσης, δεν υπάρχει κάποιο χρονικό όριο στο πότε πρέπει να κλείσει ένα συγκεντρωτικό δελτίο αποστολής. Μόνη υποχρεωτική ημερομηνία για να κλείσουν τα πάντα, είναι η 31 Δεκέμβρη.

Πάμε και στις επισκευές. Έρχεται λοιπόν ένας ιδιώτης και παραδίδει ένα κόσμημα προς επισκευή. Τι είναι υποχρεωμένο το μαγαζί να κάνει;

Το μαγαζί θα πρέπει να κόψει οπωσδήποτε δελτίο ποσοτικής παραλαβής, για να είναι απόλυτα νόμιμο. Αν ολοκληρωθεί η επισκευή θα κοπεί απόδειξη λιανικής πώλησης. Αν τελικά δεν ολοκληρωθεί η επισκευή θα γράψει επιστροφή άνευ επισκευής και εκεί δε χρειάζεται να κοπεί απόδειξη.

Εάν όμως η επισκευή πρέπει να διακινηθεί και ο καταστηματοάρχης να το δώσει σε έναν τεχνίτη ή να το πάει κάπου αλλού;

Κόβεται και πάλι κανονικό δελτίο αποστολής, το οποίο θα κλείσει από τον κατασκευαστή. Είτε είναι με επισκευή είτε άνευ επισκευής. Η μόνη εξαίρεση είναι όταν ο ιδιώτης πηγαίνει στο κατάστημα. Σε όλες τις άλλες συναλλαγές, ό, τι δελτίο αποστολής εκδίδεται από έναν επαγγελματία, πρέπει αυτός να εκδίδει επιστροφή.

Και στην περίπτωση που ένας ιδιώτης θέλει να πουλήσει ένα προϊόν που έχει σε έναν κοσμηματοπώλη, τι είναι υποχρεωμένος να κάνει ο τελευταίος;

Ο κοσμηματοπώλης είναι υποχρεωμένος να κόψει τίτλο κτήσης. Πληρώνεται το ψηφιακό τέλος συναλλαγής στο παλιό χαρτόσημο και δίνει τα χρήματα στον πωλητή-ιδιώτη. Αν είναι μέχρι πεντακόσια ευρώ μπορεί να του δώσει μετρητά. Αν είναι πάνω από πεντακόσια ευρώ η συναλλαγή, πρέπει να του τα βάλει στην τράπεζα. Μόνο στην περίπτωση που θέλει να αγοράσει ατόφιο χρυσό, ο κοσμηματοπώλης χρειάζεται ειδική άδεια και θα πρέπει να το καταγράψει στο ειδικό βιβλίο της αστυνομίας.

Στο Συνέδριο Επαγγελματιών κοσμήματος στο ΒΕΑ, μιλήσατε για το αίτημα προς το Υπουργείο Οικονομικών, σχετικά με το φόρο πολυτελείας σε εμπόρευμα που έχει σταλεί για δειγματοισμό και επιστρέφεται. Πώς μπορεί να γίνει αυτό και τι κινήσεις έχουν γίνει από τότε;

Ναι, αυτή την εποχή δουλεύουμε μια διοικητική επίλυση για τη συγκεκριμένη διαδικασία, μήπως μπορέσουμε και μέσω της ομοσπονδίας να την πάμε στη ΔΕΔ (Διεύθυνση Επίλυσης Διαφορών). Γιατί υπάρχουν αρκετές τέτοιες περιπτώσεις επαγγελματιών που έστειλαν προϊόντα για δειγματοισμό και στην επιστροφή τους, χρεώθηκαν το φόρο πολυτελείας. Και εδώ κατά τη γνώμη μου, μπαίνει ο ρόλος των συνδικαλιστικών οργάνων, των Σωματείων και της Ομοσπονδίας. Αυτό είναι το πραγματικό νόημα για μένα, να μπορούν να βελτιώσουν λίγο τα πράγματα για τους επόμενους.

Πώς αξιολογείτε τις εξελίξεις και τις νέες ρυθμίσεις που έρχονται;

Όσο και να φαίνεται παράξενο, τις αξιολογώ θετικά διότι δημιουργούνται καινούργιες προοπτικές. Θα σας πω το κλασικό παράδειγμα: ένα στυλό είναι για να γράφεις, αλλά μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως μαχαίρι. Θεωρώ λοιπόν ότι η εξέλιξη έχει περισσότερα θετικά και λιγότερα αρνητικά, και θα πρέπει να επικεντρωνόμαστε στα πρώτα. Μπορεί να κλειστεί η αποθήκη και αυτό να δημιουργήσει πρόβλημα, όμως αν δούμε το συμφέρον της κοινωνίας, θα φύγουν από τη μέση αρκετοί απατεώνες. Επίσης θα ήθελα να αναφερθώ σε ένα σχετικό θέμα που δεν υπήρχε σε τέτοια έξαρση τον Γενάρη: τη δέουσα επιμέλεια των λογιστών. Αυτή τη στιγμή υπάρχει ένα νομοσχέδιο από το 2018, το οποίο με την εξέλιξη του ουσιαστικά μας υποχρεώνει ως λογιστές να τηρούμε τη δέουσα επιμέλεια. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι αν έχουμε έναν πελάτη και δούμε πως δεν είναι και τόσο νόμιμος, πρέπει να ειδοποιήσουμε τις αρχές. Με αυτόν τον τρόπο προστατεύουμε τον εαυτό μας αλλά και την κοινωνία, γιατί ένας άνθρωπος που έχει μηδενικές δηλώσεις και κάνει δαπάνες διακόσιες χιλιάδες ευρώ στα μπουζούκια, είναι επικίνδυνος. Και δε μιλάω για μια απαλή φοροδιαφυγή. Ωστόσο αυτό είναι ένα πολύ σκληρό μέτρο, γιατί μας βάζει συνυπευθυνότητα, όπως έχουν οι συμβολαιογράφοι για τις πράξεις που κάνουν απέναντι στο δημόσιο. Οι συμβολαιογράφοι αν κάνουν ένα λάθος συμβόλαιο, έχουν μια ποινή πέντε χιλιάδων ευρώ. Σε εμάς αυτό το νομοσχέδιο πάει να βάλει συνυπευθυνότητα στο πενήντα τοις εκατό του προστίμου που θα τρώει η επιχείρηση. Σε κάθε πρόστιμο. Μέχρι ένα σημείο να το δεχτώ, γιατί θα σταματήσει η τάση να κατηγορούνται για όλα οι λογιστές. Δηλαδή θα είμαστε εξ αρχής υποχρεωμένοι να ενημερώνουμε τους πελάτες ακριβώς για το ποιες δαπάνες εκπίπτουν και ποιες όχι στις δηλώσεις τους, και αυτό θα ισχύει για όλους. Αλλά δεν μπορώ να το δεχτώ σε όλη την έκτασή

του. Δεν έχει λογική ότι αν εγώ ξεχάσω να κάνω μια αναμόρφωση και γίνει ένας έλεγχος, θα έχω ένα τέτοιο πρόστιμο.

Κύριε Μάνδαλη σας ευχαριστούμε πολύ. Έχετε κάποιο τελευταίο σχόλιο πριν κλείσουμε τη συζήτηση;

Έχω να πω ότι ο κλάδος μετασχηματίζεται και δυστυχώς ή ευτυχώς πρέπει να προσαρμοστούμε τόσο εμείς ως λογιστές όσο και οι επιχειρήσεις. Και αυτό είναι κάτι σύντομο, δε θα γίνει στα επόμενα δέκα χρόνια. Μετά από δύο, τρία χρόνια, αυτά που συζητάμε σήμερα θα έχουν γίνει πράξη και θα συζητάμε για τις επόμενες βελτιώσεις ή δυσκολίες που θα προκύψουν. Πρώτα ο Θεός να είμαστε καλά με υγεία.

Πηγή: JEWELTIMEMAG

Μειωμένες οι πωλήσεις στις θερινές εκπτώσεις φέτος



Η οικονομική κατάσταση των νοικοκυριών καθόρισε σε μεγάλο βαθμό τις αγορές τους και τα προϊόντα στα οποία στράφηκαν - Τι προκύπτει από έρευνα του ΕΣΘ

Λιγότερες πωλήσεις έκαναν Λιγότερες σχέση με πέρυσι τα καταστήματα του λιανεμπορίου στην περίοδο των θερινών εκπτώσεων. Παράλληλα σχεδόν οι μισοί επιχειρηματίες δεν ήταν ικανοποιημένοι από την επισκεψιμότητα στα καταστήματά τους. Αρκετοί καταναλωτές περιμέναν μέχρι... τέλους για να κάνουν τις αγορές τους, ενώ σημαντική μερίδα από αυτούς στράφηκε σε φτηνά προϊόντα.

Αυτά είναι μερικά από τα συμπεράσματα της έρευνας που διεξήγαγε ο Εμπορικός Σύλλογος Θεσσαλονίκης για την αγοραστική κίνηση στη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων.

Οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα δραστηριοποιούνται σε διαφορετικούς κλάδους. Το μεγαλύτερο ποσοστό αφορά τον κλάδο της ένδυσης (65%), ενώ οι υπόλοιπες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στους κλάδους υπόδησης, επίπλων και λοιπού οικιακού εξοπλισμού, κοσμημάτων-αξεσουάρ και ειδών δώρων, οπτικών, αθλητικών ειδών, υλικών ραπτικής -υφασμάτων - λευκών ειδών και ειδών γάμου-βάφτισης.

Και φέτος, ιδιαίτερα υψηλά ήταν τα ποσοστά των εκπτώσεων που υιοθέτησαν οι επιχειρήσεις στη διάρκεια της θερινής εκπωτικής περιόδου. Οι εκπτώσεις 21%-40% συγκεντρώνουν το υψηλότερο ποσοστό, καθώς επιλέχθηκαν συνολικά από το 65% των επιχειρήσεων. Στη συνέχεια, το 20% των επιχειρήσεων δήλωσε εκπτώσεις 41%-50%, ενώ τα υπόλοιπα ποσοστά κατανέμονται στις χαμηλότερες κατηγορίες εκπτώσεων.

Σύμφωνα με τα όσα προέκυψαν από την έρευνα, μειωμένες ήταν οι πωλήσεις σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο για το 60% των επιχειρηματιών. Από αυτούς, το 66,7%

κατέγραψε μείωση 11%-20%, το 16,7% μείωση άνω του 40%, ενώ το 8,3% μείωση 21%-30% και το 8,3% μείωση 1% - 10%. Το 25% των επιχειρηματιών δήλωσε αύξηση των πωλήσεων του σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο, με το 40% εξ αυτών να καταγράφει αύξηση της τάξης του 11% - 30%. Το 15% των επιχειρηματιών δήλωσε ότι παρέμεινε στα ίδια επίπεδα με την περσινή χρονιά.

Η εικόνα ως προς την επισκεψιμότητα δεν εμφανίζεται ιδιαίτερα θετική, καθώς το 45% των επιχειρηματιών δήλωσε ότι δεν είναι ικανοποιημένο. Ποσοστό 15% δήλωσε «λίγο», το 15% δήλωσε «αρκετά» και 25% «ούτε ικανοποιημένο ούτε δυσαρεστημένο».

Όσον αφορά την περίοδο κατά την οποία καταγράφηκε η μεγαλύτερη αγοραστική κίνηση, το 45% των επιχειρηματιών δήλωσε ότι αυτή παρέμεινε σταθερή καθ' όλη τη διάρκεια της εκπρωτικής περιόδου. Ακολούθησε η μέση της εκπρωτικής περιόδου, με ποσοστό 25%, ενώ το 20% ανέφερε ότι η μεγαλύτερη αγοραστική κίνηση σημειώθηκε στην αρχή των εκπτώσεων. Το υπόλοιπο ποσοστό (10%) αφορά το τέλος της εκπρωτικής περιόδου.

Σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο, το 45% των επιχειρηματιών δήλωσε ότι δεν χρειάστηκε να αυξήσει τα ποσοστά των εκπτώσεων προ προκειμένου να προσελκύσει αγοραστές. Αντίθετα, το 30% ανέφερε ότι χρειάστηκε να αυξήσει σημαντικά τα ποσοστά των εκπτώσεων, ενώ το 25% προχώρησε σε αύξηση σε μικρό βαθμό.

Ζήτησαν προϊόντα με μεγαλύτερη έκπτωση

Όσον αφορά τις κατηγορίες προϊόντων που παρουσίασαν τη μεγαλύτερη ζήτηση κατά τη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων, το υψηλότερο ποσοστό καταγράφηκε στα προϊόντα με τη μεγαλύτερη έκπτωση, με 35%. Ακολούθησαν τα εποχικά/καλοκαιρινά είδη, με ποσοστό 30%, ενώ τα βασικά/αναγκαία είδη 15% και τα ακριβότερα/υψηλότερης αξίας είδη συγκέντρωσαν 20%. Δεν καταγράφηκαν απαντήσεις στις κατηγορίες «Προϊόντα προηγούμενων σεζόν» και «Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ». Όσο για τις αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών κατά τη φετινή εκπρωτική περίοδο, το 30% των επιχειρηματιών αναφέρει ότι οι καταναλωτές περίμεναν μεγαλύτερες εκπτώσεις πριν αγοράσουν, ενώ το 20% εκτιμά ότι στράφηκαν σε πιο φθηνά προϊόντα. Από 15% συγκεντρώνουν η αγορά λιγότερων τεμαχίων και από 20% η μεγαλύτερη έρευνα και σύγκριση τιμών. Παράλληλα, το 10% διαπίστωσε μεγαλύτερο ενδιαφέρον για προσφορές και προϊόντα με υψηλές εκπτώσεις, ενώ το 5% εκτιμά ότι οι καταναλωτές περιορίστηκαν στην αγορά όσων πραγματικά χρειάζονταν.

Με όπλο τις βιτρίνες και τα social media

Η ηλεκτρονική εποχή φαίνεται ότι έχει ξεκάθαρα μπει στο παιχνίδι της διαφήμισης των μαγαζιών.

Σε ό,τι αφορά την προβολή των καταστημάτων τους κατά την περίοδο των θερινών εκπτώσεων, οι επιχειρηματίες έδωσαν έμφαση κυρίως στις προωθητικές ενέργειες στη βιτρίνα και στο φυσικό κατάστημα, καθώς και στα social media. Ακολούθησαν οι διαφημίσεις σε Google και άλλες ψηφιακές πλατφόρμες, τα SMS/Viber και τα email/newsletter, ενώ μικρότερο ήταν το ποσοστό των επιχειρήσεων που επέλεξαν την τηλεόραση.

Οι ηλεκτρονικές πωλήσεις κινήθηκαν σε χαμηλότερα επίπεδα από τις πωλήσεις των φυσικών καταστημάτων, σύμφωνα με το 35% των επιχειρηματιών. Το 20% δήλωσαν ότι οι ηλεκτρονικές πωλήσεις ήταν υψηλότερες και το 20% περίπου στα ίδια επίπεδα με το φυσικό κατάστημα, ενώ 10% δεν πραγματοποιήσει ηλεκτρονικές πωλήσεις. Το 15% δεν γνώριζε ή δεν απάντησε.

Η πλειονότητα των επιχειρηματιών (75%) σκοπεύει να διατηρήσει προσφορές ή μειωμένες τιμές και μετά τη λήξη των θερινών εκπτώσεων. Αντίθετα, το 20% δεν προτίθεται να συνεχίσει τις προσφορές, ενώ το 5% δεν έχει ακόμη αποφασίσει. Η μειωμένη αγοραστική δύναμη και η αύξηση του κόστους ζωής αναδεικνύονται, σύμφωνα με τους επιχειρηματίες, ως οι βασικότεροι λόγοι που επηρέασαν αρνητικά την αγοραστική κίνηση κατά τη φετινή περίοδο των θερινών εκπτώσεων. Σε μικρότερο βαθμό αναφέρονται ο ανταγωνισμός από μεγάλες αλυσίδες και ηλεκτρονικά καταστήματα, καθώς και οι υψηλές τιμές και η περιορισμένη δυνατότητα για μεγαλύτερες εκπτώσεις. Απαισιόδοξη είναι η εικόνα των επιχειρηματιών για την πορεία της αγοράς το επόμενο τρίμηνο, καθώς το 60% εκτιμά ότι η κατάσταση θα κινηθεί σε αρνητική κατεύθυνση. Το 30% τηρεί πιο επιφυλακτική στάση, δηλώνοντας ούτε αισιοδοξία ούτε απαισιοδοξία, ενώ μόλις το 10% εμφανίζεται αισιόδοξο.

Ιδιαίτερα έντονη είναι η επίδραση της αύξησης των τιμών στα είδη πρώτης ανάγκης στις επιχειρήσεις, σύμφωνα με τους επιχειρηματίες. Το 70% δηλώνει ότι επηρεάζεται πάρα πολύ, ενώ το 20% απαντά ότι επηρεάζεται πολύ. Μόλις το 10% αναφέρει μικρή επίδραση.

Οι επιχειρηματίες θεωρούν σε πολύ μεγάλο βαθμό ότι οι προσφορές όλο τον χρόνο έχουν μειώσει την αξία των επίσημων εκπτώσεων. Συνολικά, το 70% απαντά «ναι, πολύ», το 20% «ναι, αρκετά» και το 10% «ναι, λίγο». Δηλαδή, το 100% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι οι προσφορές όλο τον χρόνο έχουν επηρεάσει, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, την αξία των επίσημων εκπτώσεων.

Τέλος, ιδιαίτερα αρνητική είναι η εικόνα των επιχειρηματιών για την αποτελεσματικότητα των τακτικών περιόδων εκπτώσεων μετά την απελευθέρωση των προσφορών. Το 85% θεωρεί ότι είναι πολύ λιγότερο αποτελεσματικές σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, ενώ το 10% τις θεωρεί λιγότερο αποτελεσματικές. Μόλις το 5% εκτιμά ότι παραμένουν στα ίδια επίπεδα αποτελεσματικότητας.

Πηγή: ΤΥΠΟΣ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Στην Τ.Ν. οι ελπίδες για ανάκαμψη στην αγορά πλατίνας



Η ζήτηση για κοσμήματα στην Κίνα εξασθενεί και οι επενδυτές απομακρύνονται από την πλατίνα

Πλεόνασμα, για πρώτη φορά μετά το 2022, θα εμφανίσει φέτος η αγορά της πλατίνας, καθώς οι επενδυτές απομακρύνονται από το μέταλλο και η ζήτηση για κοσμήματα στην Κίνα εξασθενεί, όπως αναφέρει στην τελευταία του έκθεση το World Platinum Investment Council (WPIC).

Το WPIC αναθεώρησε την πρόβλεψή του για την αγορά το 2026, εκτιμώντας πλέον ότι θα καταγραφεί μικρό πλεόνασμα 265.000 ουγκιών. Στις αρχές του έτους προέβλεπε έλλειμμα 297.000 ουγκιών.

Η αγορά της πλατίνας παραμένει ευάλωτη, δεδομένης της εξάρτησής της από αποθέματα τα οποία είναι «εξαιρετικά περιορισμένα και όλο και λιγότερο ρευστοποιήσιμα», επισημαίνεται στην έκθεση.

Οι επενδυτές απομακρύνθηκαν μαζικά από το πολύτιμο μέταλλο κατά το πρώτο εξάμηνο του έτους, με 234.000 ουγκιές να αποσύρονται μόνο κατά το δεύτερο τρίμηνο από διαπραγματεύσιμα αμοιβαία κεφάλαια (ETF) που παρακολουθούν την πλατίνα. Οι γεωπολιτικές εντάσεις και η οικονομική αβεβαιότητα ήταν οι λόγοι πίσω από τις εκροές, σύμφωνα με το WPIC.

Η μείωση των αγορών από τους Κινέζους κοσμηματοπώλες, εν μέσω της εξασθένησης της καταναλωτικής ζήτησης στη χώρα, συνέβαλε επίσης στη δημιουργία του πλεονάσματος.

Η παγκόσμια ζήτηση πλατίνας για κοσμήματα αναμένεται να μειωθεί κατά 15% σε ετήσια βάση το 2026. Τα futures της πλατίνας εκτινάχθηκαν στις αρχές του έτους, ξεπερνώντας τα 2.900 δολάρια η ουγκιά τον Ιανουάριο, μέσω της τότε γενικής επενδυτικής φρενίτιδας για τα πολύτιμα μέταλλα. Στη συνέχεια όμως οι τιμές υποχώρησαν απότομα. Ο πόλεμος ΗΠΑ-Ιράν επιτάχυνε την πτώση των τιμών των πολύτιμων μετάλλων, καθώς ο αυξανόμενος πληθωρισμός και τα υψηλότερα επιτόκια μείωσαν την ελκυστικότητα περιουσιακών στοιχείων χωρίς απόδοση, όπως η πλατίνα.

Το μέταλλο διαπραγματεύεται πλέον περίπου 33% χαμηλότερα από το υψηλό του 2026, στα 1.860 δολάρια η ουγκιά.

Η τεχνητή νοημοσύνη

Μακροπρόθεσμα, πάντως, όπως εκτιμά ο πρόεδρος του WPIC Τρέβορ Ρέιμοντ, η ζήτηση για πλατίνα θα στηριχθεί στην ταχεία ανάπτυξη της τεχνητής νοημοσύνης.

Η ζήτηση για το μέταλλο από βιομηχανικούς ομίλους αυξάνεται, αντισταθμίζοντας τη μείωση της ζήτησης από τις αυτοκινητοβιομηχανίες.

Η προσφορά θα αυξηθεί κατά 2%, καθώς βελτιώνεται η ανακύκλωση του μετάλλου, ενώ η μειωμένη επενδυτική διάθεση για διακράτηση πλατίνας θα επιβαρύνει την παγκόσμια ζήτηση.

Η συνολική ζήτηση προβλέπεται να μειωθεί κατά 18% σε ετήσια βάση, στα 7,09 εκατομμύρια ουγκιές.

Πηγή: NAYTEMΠΟΡΙΚΗ

