

JEWEL TIME

ISSN: 2585-3090

Φθινόπωρο 2025 Τεύχος 1

ΚΟΣΜΗΜΑ ΡΟΛΟΙ

www.jeweltimemag.com



Ιωάννα Λαλαούνη

Νομίζω ότι κόσμημα είναι οτιδήποτε μπορεί να θεωρήσει κάποιος ότι τον κοσμεί

ρολόι

Το ταξίδι των ρολογιών στο άπειρο

fun facts

Ξέρετε ότι ...

Ο κόσμος των κοσμημάτων είναι γεμάτος με εκπληκτικά γεγονότα που δεν γνωρίζαμε ποτέ

Γνωρίζατε ότι το 50% των ζευγαριών αγοράζουν πλέον μαζί δαχτυλίδια αρραβώνων;

Οι 10 Κορυφαίες Τάσεις στα
Κοσμήματα της Τελευταίας Δεκαετίας
Πολλά έχουν αλλάξει από το 2015 έως το 2025



www.jeweltimemag.com

@jeweltimemagazine



Ιδιοκτησία
Valkat Publications
www.valkat.gr
Σπανούδης Γ. Αναστάσιος

Παρνασσού 2, 105 61 Αθήνα, τηλ.: 210 32 33 394,
e-mail: info@jeweltimemag.com, info@valkat.gr

Εκδότης: Τάσος Σπανούδης,
Συντονισμός Ύλης: Κατερίνα Σπανούδη,
Υπεύθυνος Παραγωγής Διαφήμισης: Παναγιώτης Κάφαλης,
Φωτογραφίες: Valkat Studio

Απαγορεύεται η αναδημοσίευση, η παραγωγή και μετάδοση, με οποιοδήποτε οπτικοακουστικό μέσο, όλου ή μέρους του περιοδικού, χωρίς την έγγραφη άδεια του εκδότη.

Ώρα για Κόσμημα

Μεταφράζοντας τον τίτλο του περιοδικού μας “Jewel Time”, με τη φράση “ώρα για κόσμημα”, φέρνουμε στο προσκήνιο μια νέα λαμπερή πρωτοβουλία.

Διότι έφτασε η στιγμή για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού περιοδικού αποκλειστικά για όλους εσάς που είστε λάτρεις αυτών των υπέροχων και μοναδικών έργων τέχνης, των κοσμημάτων.

Είτε πρόκειται για πολύτιμα κοσμήματα, είτε για ρολόγια, όλα αυτά τα μικρά έργα τέχνης είναι σύμβολα και φύλακες στιγμών και αναμνήσεων που μπορούν να φορεθούν και να επικοινωνήσουν τις διαφορετικές πτυχές και ιδιότητες του εσωτερικού μας εαυτού.

Κάθε τρεις μήνες, στις αντίστοιχες 4 εποχές του χρόνου, θα φροντίζουμε μέσα από τις σελίδες του περιοδικού μας Jewel Time να νιώθετε αυτή τη μοναδική σχέση αγάπης που έχει ο καθένας μας με το κόσμημα και το ρολόι.

Με όλες τις νέες τάσεις, με συνεντεύξεις, με αποκλειστικά θέματα αλλά και με μοναδικές προσφορές και δώρα, ευελπιστούμε να μπορέσουμε να σας ταξιδέψουμε νοητικά και να αποτελέσουμε μια ξένοιαστη συντροφιά



Ο εκδότης
Τάσος Σπανούδης

τεύχος 1^ο



- ειδήσεις**
- 006** Το 80% της Gen Z εγκαταλείπει τη μαζική παραγωγή για τα διαχρονικά κοσμήματα
- 008** Γνωρίζετε ότι το 50% των ζευγαριών αγοράζουν πλέον μαζί δαχτυλίδια αρραβώνων;
- 012** Φροντίδα Κοσμημάτων Συμβουλές για τη βασική φροντίδα και τον καθαρισμό των πολύτιμων κοσμημάτων σας

- 014 θέμα**
Οδηγεί η άνοδος της τιμής του χρυσού σε ένα ταξίδι στο χρόνο;
- 018 συνέντευξη**
Ιωάννα Λαλαούνη
Νομίζω ότι κόσμημα είναι οτιδήποτε μπορεί να θεωρήσει κάποιος ότι τον κοσμεί, για κάποιο λόγο



- ρολόι**
- 026** Το ταξίδι των ρολογιών στο άπειρο
- τάσεις**
- 032** Οι 10 Κορυφαίες Τάσεις στα Κοσμήματα της Τελευταίας Δεκαετίας Πολλά έχουν αλλάξει από το 2015 έως το 2025

- fun facts**
- 044** Ξέρατε ότι ...
Ο κόσμος των κοσμημάτων είναι γεμάτος με εκπληκτικά γεγονότα που δεν γνωρίζαμε ποτέ

Φθινόπωρο 2025

Το 80% της Gen Z εγκαταλείπει τη μαζική παραγωγή για τα διαχρονικά κοσμήματα

Σε πανεθνική έρευνα της Azora διαπιστώθηκε ότι 8 στους 10 ανθρώπους κάτω των 28 ετών προτιμούν πλέον επενδυτικά αντικείμενα. Κάτι που σημαίνει πως παρά τις ταχέως μεταβαλλόμενες τάσεις, οι νέοι καταναλωτές επιλέγουν την ποιότητα έναντι της ποσότητας. Αυτή η στροφή προς τις μινιμαλιστικές αγορές σηματοδοτεί μια αισθητή μετατόπιση στο πλαίσιο της γρήγορης μόδας, της μαζικής κατανάλωσης και παραγωγής και των ταχέως μεταβαλλόμενων τάσεων. Στην εποχή των καταστημάτων του TikTok, και στην εποχή της παράδοσης την επόμενη μέρα στο Amazon, η παρούσα έρευνα υποδηλώνει μια στροφή προς την απομάκρυνση από τις παρορμητικές και γρήγορες αγορές μόδας και



την υιοθέτηση συνειδητών επιλογών, με το 56% των καταναλωτών να αγοράζουν αποκλειστικά διαχρονικά κοσμήματα σχεδιασμένα να φοριούνται καθημερινά. Ωστόσο, παρότι η νεότερη γενιά σηματοδοτεί τη μεγαλύτερη αλλαγή στις αγοραστικές συνήθειες, η έρευνα δείχνει ότι οι millennials είναι αυτοί που πρωτοστατούν στις αγορές διαχρονικών κοσμημάτων. Ξοδεύουν κατά μέσο όρο 47% περισσότερα χρήματα για κοσμήματα από την προηγούμενη γενιά. Εξηγώντας περαιτέρω τα ευρήματα, η ειδικός καταναλωτών και παρουσιάστρια Kate Hardcastle, δήλωσε: «Οι millennials δεν αγοράζουν κοσμήματα για να εντυπωσιάσουν τους άλλους· αγοράζουν για να εκφραστούν. Μετά από χρόνια ψηφιακής υπερφόρτωσης και εμποτισμού στην «κουλτούρα μιας χρήσης», αναζητούν κάτι απτό και διαρκές. Καθώς διανύουμε αβέβαιες εποχές, οι καταναλωτές αναζητούν σταθερά σημεία αναφοράς. Υπάρχει λοιπόν μια επιστροφή στην απτική αίσθηση, στην τέχνη, στη φροντίδα, στη συναισθηματική διαύγεια—και



αυτό ακριβώς αντιπροσωπεύει το νέο κίνημα κοσμημάτων.

“Δεν είναι γρήγορο. Δεν είναι φευγαλέο. Είναι για πάντα.”



Γνωρίζατε ότι το 50% των ζευγαριών αγοράζουν πλέον μαζί δαχτυλίδια αρραβώνων;



Η μελέτη του Diamonds Factory για την αγορά μονοπέτρων κατά το 2025, θα σας δείξει όσα θέλετε να μάθετε



Μήπως η λέξη «έκπληξη» ανήκει στο παρελθόν; Μια νέα πρόσφατη μελέτη από το Diamonds Factory κατέδειξε ότι πάνω από τους μισούς καταναλωτές αγοράζουν πλέον δαχτυλίδια αρραβώνων με τον/ την σύντροφό τους. Η τάση αυτή είναι ιδιαίτερα εμφανής μεταξύ των νεότερων ζευγαριών, τα οποία φαίνεται να υιοθετούν μια πιο συνεργατική προσέγγιση όταν κάνουν το επόμενο βήμα στις σχέσεις τους. Στο 53% των περιπτώσεων, οι αγοραστές δαχτυλιδιών αρραβώνων συνοδεύονταν

από τους συντρόφους τους, στο 18% από τους γονείς τους και στο 11% από φίλους ή άλλους συγγενείς. Μόνο το 18% των αγοραστών αγόρασαν μόνοι τους δαχτυλίδια αρραβώνων το 2025. Αυτό αντικατοπτρίζει μια μετατόπιση από την, κάποτε δημοφιλή, παραδοσιακή πρόταση «έκπληξης», καθώς οι δεσμεύσεις γίνονται όλο και περισσότερο μια κοινή απόφαση. Η ειδικός του Diamonds Factory, Ella Citron-Thompkins, εξήγησε την αλλαγή: «Αυτή η αλλαγή αντανakλά ευρύτερες



πολιτισμικές τάσεις: τα σημερινά ζευγάρια εκτιμούν την κοινή λήψη αποφάσεων και την ανοιχτή επικοινωνία. Ένα δαχτυλίδι αρραβώνων είναι μια σημαντική συναισθηματική και

οικονομική επένδυση και πολλοί θέλουν να βεβαιωθούν ότι το δαχτυλίδι αντανάκλα πραγματικά το γούστο και τον τρόπο ζωής αυτού που το φοράει». Το Diamonds Factory



διεξήγαγε ακόμα μια ξεχωριστή μελέτη, χρησιμοποιώντας 36 συμμετέχοντες για να διαπιστώσει εάν ο καλύτερος φίλος ή ο σύντροφός είναι πιο πιθανό να γνωρίζει το ιδανικό δαχτυλίδι αρραβώνων. Διαπίστωσε ότι ο καλύτερος φίλος είχε τρεις φορές περισσότερες πιθανότητες να πάρει το σωστό δαχτυλίδι. Ίσως λοιπόν η συνεργατική προσέγγιση για την αγορά δαχτυλιδιών να είναι τελικά μια αναγκαιότητα, χωρίς να περιορίζεται μόνο στα ζευγάρια!



Πηγή: Professional Jeweller



Φροντίδα Κοσμημάτων

Συμβουλές για τη βασική φροντίδα και τον καθαρισμό των πολυτίμων κοσμημάτων σας



Πάντοτε:

- Να χρησιμοποιείτε λοσιόν, καλλυντικά, лак και άρωμα πριν φορέσετε τα κοσμήματά σας.
- Φυλάξτε τα σε ένα κουτί με υφασμάτινη επένδυση, ξεχωριστά ή τυλιγμένα σε χαρτομάντιλο για να αποφύγετε γρατσουνιές.

Ποτέ:

- Ποτέ μην εκθέτετε τα κοσμήματά σε οικιακά καθαριστικά προϊόντα.
- Ποτέ μην εκθέτετε τα κοσμήματά σε πισίνες ή υδρομασάζ με χλώριο.

Συμβουλές καθαρισμού:

1. Για να διατηρήσετε τα ασημένια κοσμήματά σας στην αρχική τους κατάσταση, γυαλίζετε τα κομμάτια σας τακτικά χρησιμοποιώντας ένα μη λειαντικό πανί καθαρισμού.
2. Να θυμάστε ότι δεν πρέπει να στεγνώνετε το ασήμι με χαρτί κουζίνας ή χαρτομάντιλα, χρησιμοποιείτε πάντα ένα μαλακό πανί.
3. Όταν δεν φοράτε τα ασημένια κοσμήματά σας, φυλάξτε τα σε δροσερό και ξηρό μέρος. Οι τσάντες με φερμουάρ και οι ατομικές υφασμάτινες θήκες είναι ιδανικές για αυτό και θα βοηθήσουν στην αποφυγή θαμπώματος και γρατσουνίσματος από άλλα κομμάτια.
4. Ποτέ μην βυθίζετε τα ασημένια κοσμήματά σας σε χλώριο, αλμυρό νερό, ιαματικές πηγές και αντηλιακό. Να θυμάστε ότι ορισμένα οικιακά καθαριστικά περιέχουν χλώρινη.

Αυτά θα προκαλέσουν αποχρωματισμό και θα χαλαρώσουν τις πολυτίμες πέτρες.

5. Αποφύγετε τα λειαντικά καθαριστικά, τα απορρυπαντικά και τα εμπορικά καθαριστικά κοσμημάτων, ειδικά αν τα κομμάτια σας έχουν οξειδωμένο φινίρισμα. Η χρήση σκληρών καθαριστικών γυαλίσματος θα αλλοιώσει την vintage εμφάνιση των κοσμημάτων σας.

6. Ποτέ μην χρησιμοποιείτε υπερηχητικό καθαριστικό, αμμωνία ή οποιοδήποτε χημικό διάλυμα για να καθαρίσετε αδιαφανείς πολυτίμους λίθους, όπως τουρκουάζ, μαλαχίτη, όνυχα, λάπις λάζουλι και οπάλιο. Είναι πορώδεις πέτρες και μπορεί να απορροφήσουν χημικές ουσίες, οι οποίες συσσωρεύονται στο εσωτερικό της πέτρας και προκαλούν αποχρωματισμό. Απλώς σκουπίστε τις απαλά με ένα υγρό πανί μέχρι να καθαριστούν.

7. Εάν τα κοσμήματά σας περιέχουν πολυτίμους λίθους ή μαργαριτάρια, μην τα βυθίζετε σε νερό, καθώς αυτό μπορεί να χαλαρώσει ορισμένες ρυθμίσεις. Ποτέ μην χρησιμοποιείτε υγρά



καθαρισμού ή λειαντικά καθαριστικά σε πολυτίμους λίθους.

Άλλες κοινές χημικές ουσίες και λύσεις που πρέπει να αποφεύγονται:

Εκτός από τη χλωρίνη, η μετουσιωμένη αλκοόλη, η τερεβινθίνη, η ακετόνη και η αμμωνία μπορούν να προκαλέσουν βλάβη. Αυτές οι χημικές ουσίες μπορούν να θαμπώσουν ή ακόμα και να δημιουργήσουν λακκούβες στην επιφάνεια των πιο μαλακών πολυτίμων λίθων. Τα προϊόντα με βάση το πετρέλαιο μπορούν στην πραγματικότητα να «λιώσουν» το κεχριμπάρι αν παραμείνουν στην πέτρα και μπορούν να προκαλέσουν σημαντική ζημιά στα μαργαριτάρια.



Οδηγεί η άνοδος της τιμής του χρυσού σε ένα ταξίδι στο χρόνο;



Με τις τιμές του χρυσού να αγγίζουν τιμές - ρεκόρ, αυξημένες κατά περισσότερο από 40% τον τελευταίο χρόνο, παρατηρείται μια εντυπωσιακή μετατόπιση στον κόσμο των επενδύσεων. Μια εκπληκτική κατηγορία περιουσιακών στοιχείων βρίσκεται σε άνοδο: τα κοσμήματα αντίκες. Τα κοσμήματα αντίκες έχουν υψηλή περιεκτικότητα σε χρυσό και θεωρούνται ένα ασφαλές περιουσιακό στοιχείο που παρέχει εγγενή αξία,

συλλεκτικότητα, καλλιτεχνική σημασία και συναισθηματική βαρύτητα. Η εξελισσόμενη αύξηση στις τιμές του χρυσού, σημειώνει αριθμούς ρεκόρ για όλη τη σύγχρονη ιστορία, ξεπερνώντας την προηγούμενη κορύφωση που είχε σημειωθεί τον Ιανουάριο του 1980.» Σύμφωνα με τις εταιρείες κοσμημάτων, παρατηρείται μια αύξηση στους πελάτες που βλέπουν τα κοσμήματα αντίκες όχι μόνο



ως στολίδι, αλλά και ως
έξυπνη προστασία από την
οικονομική



αβεβαιότητα.
Η αξία τους παραμένει
διαχρονικά ανεκτίμητη καθώς
δεν πρόκειται για είδη μαζικής
παραγωγής, αλλά φορετά
έργα τέχνης που φέρουν

πολιτιστικό, ιστορικό και
συναισθηματικό βάρος.
Όπως σημειώνουν και
οι ειδικοί, σε περιόδους
αστάθειας και αυξανόμενων
τιμών χρυσού, οι άνθρωποι
στρέφονται σε απτά
περιουσιακά στοιχεία
που συνδυάζουν την
αξία με το νόημα.
Σε αντίθεση με
τα μοντέρνα
κοσμήματα, τα
κειμήλια - αντίκες
προσφέρουν
ένα βάθος
ιστορίας. Έτσι,
παράλληλα
με την
αυξανόμενη
αξία του
χρυσού υψηλών
καρατιών, ο
συνδυασμός
σπανιότητας,
συναισθήματος
και επενδυτικού
δυναμικού, καθιστά τα
κοσμήματα αντίκες μια
από τις πιο συναρπαστικές
και διαχρονικές κατηγορίες
περιουσιακών στοιχείων
σήμερα». «Αυτό περιλαμβάνει την
αυξανόμενη ζήτηση για
σπάνιες, ακατέργαστες
πολύτιμες πέτρες, όπως
τα φυσικά σμαράγδια
χωρίς λάδι, οι οποίες



αντιπροσωπεύουν λιγότερο
από το 1% της παγκόσμιας
προσφοράς.»
«Η σπανιότητα και η
ακεραιότητά τους, καθιστούν
αυτά τα αντικείμενα μια
από τις ασφαλέστερες
και πιο ανταποδοτικές
μακροπρόθεσμες
επενδύσεις στον κόσμο των
κοσμημάτων.»

Πηγή: Professional Jeweller



Ιωάννα Λαλαούνη

Διευθύνουσα Σύμβουλος του Μουσείου
Κοσμήματος Ηλία Λαλαούνη

Νομίζω ότι κόσμημα είναι οτιδήποτε
μπορεί να θεωρήσει κάποιος ότι τον
κοσμεί, για κάποιο λόγο

– Συνέντευξη στην Κατερίνα Σπανούδη



Η Ιωάννα Λαλαούνη είναι Διευθύνουσα Σύμβουλος του
Μουσείου Κοσμήματος Ηλία Λαλαούνη και έδωσε στο Jew-
el Time μια αποκλειστική συνέντευξη για την ιστορία και τον
ανεξίτηλο ρόλο ενός τόσο σημαντικού μουσείου, αλλά και για
τη θέση του σύγχρονου κοσμήματος στη σημερινή κοινωνία.

**Κυρία Λαλαούνη είστε η
Διευθύνουσα Σύμβουλος
του Μουσείου Κοσμήματος
Ηλία Λαλαούνη εδώ και 30
χρόνια, από την έναρξη της
λειτουργίας του. Μιλήστε
μας λίγο για τη δική σας
πορεία μέσα στο χρόνο, και
πώς φτάσατε να αναλάβετε
το μεγάλο αυτό έργο του
μουσείου.**

Αρχικά, εγώ σπούδασα στο
εξωτερικό ιστορία της τέχνης,
marketing, και μουσειολογία
και δούλεψα σε διάφορα
μουσεία εκεί. Ουσιαστικά
τα δύο ενδιαφέροντά
μου ήταν το ακαδημαϊκό
κομμάτι για την ιστορία του

δεν είναι μαγαζί ούτε
γκαλερί, αλλά ένας
χώρος μέσα στον οποίο,
χρησιμοποιώντας την
ιστορία και την κληρονομιά
του Ηλία Λαλαούνη,
θα μπορέσουμε να
προσφέρουμε στην
κοινωνία



κοσμήματος και η πολιτιστική
εκπαίδευση. Όταν λοιπόν
προέκυψε η μετακόμιση του
εργαστηρίου του πατέρα
μου και η ανακαίνιση αυτού
του κτιρίου, έπεσε η ιδέα
να ξεκινήσουμε εδώ ένα
μουσείο. Τότε, παρότι είχα
ήδη επιστρέψει στην Ελλάδα
για προσωπικούς λόγους
και αυτό δεν αποτελούσε
πρόβλημα, η συζήτηση για το
μουσείο ήταν λίγο δύσκολη.
Διότι δεν υπήρχε κληροδότημα
έτσι ώστε να πάρουμε



κρατική επιχορήγηση και να ενταχθούμε στο Υπουργείο Πολιτισμού, και το ξεκίνημα ενός ιδιωτικού μουσείου το 1993, χωρίς τα απαραίτητα χρήματα, ήταν μία πρόκληση για εμένα. Ωστόσο, ανέλαβα αυτό το εγχείρημα που έφτασε να είναι πάρα πολύ μεγάλο, χάρη στις αυστηρές αρχές που έθεσα εξ αρχής, όσο αφορούσε την πολιτιστική εκπαίδευση. Δηλαδή, ήταν ξεκάθαρο από την αρχή ότι αυτό δεν είναι μαγαζί ούτε γκαλερί, αλλά ένας χώρος μέσα στον οποίο, χρησιμοποιώντας την ιστορία και την κληρονομιά του Ηλία Λαλαούνη, θα μπορέσουμε να προσφέρουμε στην κοινωνία.

Οπότε όταν ξεκίνησε αυτό το μουσείο, είχε μεν σαν αφετηρία το αρχείο του Ηλία Λαλαούνη, όμως πολύ γρήγορα είδα ότι για να μπορέσει η δουλειά του να μπει μέσα στην ιστορία της τέχνης, χρειάζεται να ασχοληθούμε περισσότερο και με τις διακοσμητικές τέχνες. Οπότε άρχισα να διοργανώνω και να φέρνω εκθέσεις με διακοσμητικές τέχνες και να εντάσσω σιγά σιγά και το εικαστικό κόσμημα, το οποίο δεν υπήρχε στην Ελλάδα. Κι έτσι, το μουσείο διαμορφώθηκε σε 3 τομείς: Το

εκείνο που με ενδιαφέρει περισσότερο από όλα τα άλλα είναι να φέρνω καινούργια προγράμματα στο μουσείο που δεν υπάρχουν στην Ελλάδα

ένα κομμάτι αφορούσε τον «Ηλία Λαλαούνη», το άλλο σχετιζόταν με τις διακοσμητικές – ιστορικές τέχνες και το άλλο ήταν αφιερωμένο στο εικαστικό κόσμημα. Τώρα, το κομμάτι του μουσείου που αφορά τον Ηλία Λαλαούνη, μας έχει βοηθήσει πάρα πολύ για να οργανώσουμε και να συνεχίσουμε να διοργανώνουμε εκπαιδευτικά προγράμματα. Αυτή τη στιγμή τρέχουμε 17 προγράμματα για σχολεία και δεκάδες προγράμματα για ενήλικες. Το resident program (πρόγραμμα φιλοξενίας) που ξεκίνησε με τη χορηγία του Σταύρου Νιάρχου το 2016, είναι ένα πρωτότυπο πρόγραμμα που τότε υλοποιήθηκε για πρώτη φορά στον κόσμο σε ένα μουσείο. Το «residency» και πολλές άλλες ορολογίες τις φέραμε εμείς στην αγορά της Ελλάδας. Ακόμα και την

έννοια του εθελοντισμού, εμείς την εισήγαμε στο μουσείο από το 1994, μία εποχή που ο κόσμος αγνοούσε τη σημασία της. Ο εθελοντισμός όμως στο χώρο ενός μουσείου, είναι δεδομένος στο εξωτερικό. Το γεγονός ότι πάρα πολλοί άνθρωποι με γνώσεις και ενδιαφέροντα (αρχαιολόγοι, ανθρωπολόγοι, μηχανικοί, χρυσοχόοι, άνεργοι) μπορούν να είναι εθελοντές ή να κάνουν την πρακτική τους άσκηση σε ένα μουσείο. Επομένως, αυτό που θέλω να πω είναι ότι εκείνο που με ενδιαφέρει περισσότερο από όλα τα άλλα είναι να φέρνω καινούργια προγράμματα στο μουσείο που δεν υπάρχουν στην Ελλάδα. Όπως τα residency programs, όπως ο εθελοντισμός, όπως το πρόγραμμα Ήφαιστος που τρέχουμε τώρα ή τα εκπαιδευτικά προγράμματα για σχολεία. Αυτή είναι η δουλειά μου: Η καινοτόμα πολιτιστική εκπαίδευση.

Ποια θα λέγατε ότι είναι η θέση του μουσείου σήμερα στο χώρο του πολιτισμού αλλά και της κοινωνίας;
Η θέση του μουσείου νομίζω πως είναι μοναδική, διότι αυτά τα προγράμματα δεν υπάρχουν παντού. Άρα δε

λειτουργεί μόνο σαν ένα από τα ελάχιστα μουσεία κοσμήματος στον κόσμο, αλλά και ως ένας εκπαιδευτικός οργανισμός που έχει καινοτόμα προγράμματα που δεν μπορεί κάποιος να τα βρει εύκολα αλλού.

Τι ενδιαφέρον δείχνει το ευρύ κοινό για το μουσείο; Μιλήστε μας λίγο και για τις δράσεις και τα προγράμματα του μουσείου που είναι ανοιχτά στο κοινό.

Βρισκόμαστε στην Ακρόπολη, στη μέση μίας περιοχής με αμιγώς αρχαιολογικούς χώρους, και είμαστε ένα μουσείο σύγχρονου κοσμήματος. Θεωρώ λοιπόν ότι αυτός ο συνδυασμός είναι ιδανικός, διότι ο κόσμος συχνά θέλει, πέρα από το

καλώς ή κακώς το κόσμημα στον 20ο αιώνα είναι συνυφασμένο με τη γυναίκα κι όχι με τον άντρα, κάτι όμως που δεν ταυτίζεται με το ρόλο του μουσείου



αρχαιολογικό κομμάτι, να δει και κάτι πιο σύγχρονο. Επομένως, οι επισκέπτες μας είναι άνθρωποι κάθε είδους. Ωστόσο, είναι σημαντικό για εμάς να περάσουμε στον κόσμο το μήνυμα ότι το μουσείο δεν αφορά μόνο τις γυναίκες. Γιατί καλώς ή κακώς το κόσμημα στον 20ο αιώνα είναι συνυφασμένο με τη γυναίκα κι όχι με τον άντρα, κάτι όμως που δεν ταυτίζεται με το ρόλο του μουσείου, ο οποίος είναι καθαρά πολιτιστικός. Το μουσείο μέσα από τις συλλογές του είναι ανοιχτό σε όσους ενδιαφέρονται για την ιστορία της ελληνικής τέχνης, τις τεχνολογίες, αλλά και την επιχειρηματική δραστηριότητα



του Ηλία Λαλαούνη. Είναι ένα μουσείο εκπαιδευτικό για τις διακοσμητικές και εφαρμοσμένες τέχνες και έχει να προσφέρει πολλά περισσότερα από απλώς όμορφα κοσμήματα.

Είστε ικανοποιημένη από την εξέλιξη και την πορεία του μουσείου; Θα θέλατε να γίνεται κάτι διαφορετικά; Έχετε κάποιο όραμα για το μέλλον;
Θα έλεγα ότι είμαι πολύ ικανοποιημένη. Ωστόσο το όραμά μου είναι, το μουσείο να αποτελέσει μέρος ενός προγράμματος της ευρύτερης εκπαίδευσης. Δηλαδή θα ήθελα να υπάρχει υποχρεωτική επίσκεψη στο μουσείο για κάποιες συγκεκριμένες ηλικίες στην

πρωτοβάθμια και στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Ενώ όσο αφορά την τριτοβάθμια εκπαίδευση, θα ήθελα προγράμματά μας όπως το ΗΦΑΙΣΤΟΣ, που είναι πιστοποιημένο από το ΕΚΠΑ, να είναι κομμάτια της Σχολής Καλών Τεχνών εφόσον δεν υπάρχει σε αυτή κλάδος για το κόσμημα. Άρα θα ήθελα το μουσείο σαν εκπαιδευτικό εργαλείο, να είναι μέσα από την Πολιτεία περισσότερο ένα υποχρεωτικό βίωμα για κάποιες ομάδες νέων.

Ποια θεωρείτε πως είναι σήμερα η σχέση του σύγχρονου ανθρώπου με το κόσμημα;
Το κόσμημα σήμερα είναι τατουάζ. Είναι στοιχείο

Το κόσμημα σήμερα είναι τατουάζ. Είναι στοιχείο προσωπικής ταυτότητας του κάθε ένα

προσωπικής ταυτότητας του κάθε ένα. Και καθώς είναι πολύ πιο προσιτό από παλιότερα, δηλαδή η δυνατότητα να αγοράσει ο καθένας σε χαμηλό κόστος κοσμήματα μαζικής παραγωγής ή και πολύτιμα κοσμήματα που δεν είναι brand έχει αυξηθεί, δίνεται σε όλους η ευκαιρία να στολιστούν, να φορέσουν κάτι και να επικοινωνήσουν με αυτόν τον τρόπο. Και εμείς, σε μουσείο, προσπαθούμε αυτή τη στιγμή να γνωρίσουμε τον κόσμο σε όλες τις πτυχές του κοσμήματος. Μας ενδιαφέρουν όλες οι ομάδες κοινού και το να γνωρίσουν μία πτυχή της ελληνικής ιστορίας μέσα από το έργο του Ηλία Λαλαούνη ή να έρθουν εδώ και να δουν μία έκθεση ή ένα πρόγραμμα που θα τους ανοίξει το ενδιαφέρον για κάτι άλλο.

Τι σημαίνει κόσμημα για εσάς;
Θα μπορούσα να γεμίσω 20 σελίδες περιγράφοντας

τι είναι το κόσμημα για εμένα. Το κόσμημα είναι ένα πολιτιστικό προϊόν το οποίο φέρει ιστορία και ταυτόχρονα επιτρέπει την ανάπτυξη τόσο στο πολιτιστικό όσο και στο εμπορικό κομμάτι. Επίσης, μας δίνει τη δυνατότητα να το δούμε με διαφορετικούς τρόπους. Σε αυτή την αρχή βασίζεται και η επόμενη μας Bienalle, που θα έχει σχέση με τα τατουάζ. Θα πούμε σε tattoo artists να βγάλουν φωτογραφία από ένα τατουάζ που θεωρούν ότι είναι κόσμημα, δίνοντάς τους ως κατεύθυνση αυτό να μην είναι σε κρυφά σημεία του σώματος. Έτσι, μέρος της επόμενης Bienalle θα είναι το κόσμημα, σε μέρος έκφρασης της διακόσμησης του ανθρώπου και μπορεί όποιος θέλει - είτε είναι καλλιτέχνης, είτε είναι συγγραφέας, είτε είναι οτιδήποτε - να συμμετέχει σε αυτή την έκθεση. Επομένως, για να απαντήσω σύντομα στην ερώτησή σας, νομίζω ότι κόσμημα είναι οτιδήποτε μπορεί να θεωρήσει κάποιος ότι τον κοσμεί, για κάποιο λόγο. Είτε είναι προστατευτικό, βολικό, οικονομικό, συμβολικό είτε είναι οτιδήποτε άλλο.

Το ταξίδι των ρολογιών στο άπειρο

Σύμφωνα με τον Πλάτωνα, ο χρόνος είναι η κινητή εικόνα της αιωνιότητας. Από την άλλη, ο Αριστοτέλης έλεγε πως «ο χρόνος ούτε κίνηση είναι ούτε υπάρχει δίχως κίνηση» και κάπως έτσι ξεκινάει ένα πολύ ενδιαφέρον «debate» φιλοσοφικής σκέψης, στο οποίο αν κανείς βυθιστεί ξεχνάει και την ώρα και το μήνα ίσως και τη χρονιά που έχουμε...

της Κατερίνας Σπανούδη



Και αυτή η ανάγκη μας να χαθούμε μέσα στο χρόνο ίσως είναι εξίσου αιώνια με την ανάγκη να τον μετρήσουμε και μέσα του να ορίσουμε τους εαυτούς μας, να αντιληφθούμε πού βρισκόμαστε και πού χωράμε σε αυτή την έννοια όπου όλα γεννιούνται και όλα χάνονται όπως ακριβώς εξηγεί ο μύθος

του Κρόνου (παρήχηση για τον χρόνο), ο οποίος «έτρωγε» τα παιδιά του.

Έτσι, ξεκινήσαμε πριν από χιλιάδες χρόνια να εφευρίσκουμε τρόπους να έρθουμε πιο κοντά σε αυτή την αέναη κίνηση της αιωνιότητας, την απόλυτα ομοιόμορφη ροή του χρόνου,



να την αιχμαλωτίσουμε έστω «για λίγο» φτιάχνοντας αντικείμενα που αγγίζουν την τελειότητα του σύμπαντος. Και αυτά, φυσικά, είναι τα ρολόγια.

Αν και δεν είναι ιστορικά σαφές ποιος ή πότε ακριβώς «επινόησε» αυτές τις συσκευές μέτρησης του χρόνου, η γνωστή σε εμάς πρώτη απόπειρα ήταν τα ηλιακά ρολόγια γύρω στο 1.500 π.Χ., όταν οι άνθρωποι παρατήρησαν πως αν τοποθετήσουν κατακόρυφα στο έδαφος μία ράβδο, η σκιά της κινείται στο έδαφος ακολουθώντας την κίνηση του Ήλιου.

Έπειτα, με το πέρασμα των αιώνων, ήρθαν οι κλεψύδρες

με νερό ή άμμο, τα ρολόγια με κίνηση αντιβάρων και τα βραχεία εκκρεμή που τοποθετούνταν σε τοίχους, και τα πρώτα φορητά μηχανικά ρολόγια με ελατήριο. Τα μηχανικά ρολόγια ήταν αυτά που για πρώτη φορά άγγιξαν τη μεγαλύτερη ακρίβεια μέτρησης του χρόνου και έφεραν επανάσταση με την εισαγωγή της μαζικής παραγωγής και των πρώτων αυτόματων μοντέλων στα μέσα του 18ου αιώνα. Η μέτρηση του χρόνου με μεγάλη ακρίβεια απαιτήθηκε αρχικά για τον υπολογισμό του γεωγραφικού μήκους, πράγμα πολύ χρήσιμο για τους θαλασσοπόρους και τους εξερευνητές.

Έναν αιώνα μετά, εφευρέθηκε και το πρώτο ηλεκτρικό ρολόι





μπαταρίας, ενώ το 1918 ανακαλύφθηκε το ηλεκτρικό ρολόι που συγχρονιζόταν με τη συχνότητα του ηλεκτρικού ρεύματος. Λίγο αργότερα, το 1929, εφαρμόστηκε στην ωρολογοποιία ο πρώτος κρύσταλλος χαλαζία, ο οποίος απέδιδε τεράστια ακρίβεια και το 1955 δημιουργήθηκε το ακριβέστερο ατομικό ρολόι στο Εθνικό Εργαστήριο Φυσικής του Ηνωμένου Βασιλείου, χρησιμοποιώντας τη συχνότητα συντονισμού ενός ατόμου της ύλης για τη μέτρηση του χρόνου.

Όσο τα ρολόγια γίνονταν πιο διαδεδομένα, ο ρόλος τους στην κοινωνία διευρυνόταν καθώς απευθύνονταν σε μία ευρύτερη γκάμα ανθρώπων που δε σχετίζονταν απαραίτητα με έρευνες και ταξίδια. Έτσι όλο και περισσότερο μετατρέπονταν σε διαχρονικό σύμβολο κύρους και κομψότητας. Ωστόσο, ως τα τέλη του 19ου αιώνα τα ρολόγια αποτελούσαν σχεδόν αποκλειστικά αξεσουάρ των αντρών και ήταν πέρα από μετρητές χρόνου, και «μετρητές» της ανδρικής τιμής.



Πλέον τα ανδρικά ρολόγια, τονίζουν τη λειτουργικότητα και την ανθεκτικότητα, προσφέροντας σχέδια από εξαιρετικά κομψά, έως πιο αθλητικά ή casual ενώ τα γυναικεία ρολόγια – που είναι εξίσου δημοφιλή – τείνουν να εστιάζουν περισσότερο στην αισθητική και την κομψότητα, με συνήθως πιο minimal λεπτομέρειες, και διακοσμητικά στοιχεία.

Τα ρολόγια στο σύγχρονο κόσμο έχουν γίνει απαραίτητα αξεσουάρ, που πέρα από κύρος, φέρουν και στοιχεία

της ταυτότητας μας, ενώ ταυτόχρονα προσφέρουν πληθώρα από πρακτικές λειτουργίες.

Παρότι η ύπαρξη του κόσμου μας μοιάζει σε μια στιγμή μπροστά στο άπειρο του χρόνου, έχουμε κατορθώσει να μετράμε και να συγχρονιζόμαστε με αυτή την κίνηση του που δε σταματά ποτέ.

Κι αυτό, χάρη στις συσκευές που κουβαλούν μέσα τους την αιωνιότητα: τα ρολόγια.

Οι 10 Κορυφαίες Τάσεις στα Κοσμήματα της Τελευταίας Δεκαετίας



Πολλά έχουν αλλάξει από το 2015 έως το 2025

Αυτό όμως που έχει μείνει αναλλοίωτο μέχρι σήμερα, είναι η έλξη των καταναλωτών προς σχέδια που αφηγούνται μια ιστορία και που έχουν τη δική τους προσωπικότητα. Από τον μινιμαλισμό μέχρι τα τολμηρά στυλ, την εξατομίκευση, τα unisex κομμάτια και τις πολύ-επίπεδες εμφανίσεις που αφηγούνται μια ιστορία, παρακάτω παρουσιάζονται οι 10 κορυφαίες τάσεις

της τελευταίας δεκαετίας, σύμφωνα με τους ειδικούς του κλάδου.

Η παρουσίαση αυτή, δεν είναι μόνο νοσταλγική, αλλά αποτελεί και έναν τρόπο να συλλέξουμε πληροφορίες για το τι μπορεί να επανεμφανιστεί στον επόμενο κύκλο τάσεων.

1. Μικροσκοπικά Κομμάτια

Λεπτές αλυσίδες, μικρά καρφιά και σχεδόν αόρατα δαχτυλίδια κυριαρχούσαν από το 2015 και το 2016.Ο



μινιμαλισμός ήταν μία τάση που γνώρισε μεγάλη απήχηση στις αρχές της περασμένης δεκαετίας, καθώς τα μικρά και μινιμαλιστικά κομμάτια ήταν φτιαγμένα να αναδεικνύουν τα φυσικά χαρακτηριστικά αυτού που τα φορούσε, αντί να τα επισκιάζουν.

Κοσμήματα με λεπτεπίλεπτα διαμάντια σε micro ρανέ τεχνική ήταν ιδιαίτερα αγαπητά και στόλιζαν με ένα μοναδικά ντελικάτο τρόπο τα σημεία του σώματος.

Οι τολμηρές, πολύ-επίπεδες εμφανίσεις που επικρατούν σήμερα ήταν σχεδόν ανήκουστες εκείνη την εποχή, καθώς οι άνθρωποι επέλεγαν να στολίζονται μόνο με λίγα κομψά κομμάτια, γεγονός που άλλαξε απότομα κατά την πανδημία του Covid-19.

2. Επιβλητικές απόψεις

Καθώς η δεκαετία συνεχιζόταν, η προσκόλληση στο μινιμαλισμό έδωσε τη θέση της στην επιθυμία για τολμηρά στυλ, ιδιαίτερα μετά την πλήρη αλλαγή του τρόπου με τον οποίο αλληλεπιδρούσαμε τον Μάρτιο του 2020.

Όταν ο COVID-19 σταμάτησε τον χρόνο και άλλαξε τη ζωή όλων, οι άνθρωποι μπορούσαν να συνδεθούν με τον έξω κόσμο μόνο εικονικά.



Οι κλήσεις Zoom αντικατέστησαν τις προσωπικές συναντήσεις και τα μεγαλύτερα, πιο τολμηρά κομμάτια έγιναν η προτίμηση επειδή ήταν πιο εύκολα ορατά στην οθόνη ενός υπολογιστή ή ενός smartphone.

Τα μικρά καρφιά και τα μικροσκοπικά μενταγιόν ήταν σχεδόν αόρατα, οπότε χρειαζόταν ένα ογκώδες κομμάτι για να κάνει μια καθημερινή δήλωση. Τα ογκώδη χρυσά εντυπωσιακά κομμάτια των δεκαετιών του '80 και του '90 επέστρεψαν με μια μοντέρνα πινελιά. Σκεφτείτε oversized

σκουλαρίκια και ογκώδεις χρυσές αλυσίδες. Μάλιστα, αυτή η τάση δεν έχει εξασθενήσει μέχρι και σήμερα, καθώς προβλέπεται ότι τα τολμηρά στυλ θα επικρατήσουν και στην αγορά νυφικών κοσμημάτων, με τα ογκώδη βραχιόλια να είναι πρωταγωνιστές στη μόδα για τα δαχτυλίδια αρραβώνων το 2025.

3. Εξατομίκευση

Η εξατομίκευση στα κοσμήματα δεν είναι κάτι καινούργιο — οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα κοσμήματα για να πουν ιστορίες για τον



εαυτό τους εδώ και χιλιάδες χρόνια — αλλά υλοποιήθηκε με πολλούς διαφορετικούς τρόπους κατά την τελευταία δεκαετία.

Τα κολιέ με αρχικά γράμματα ή με ονόματα, και τα συναισθηματικά μενταγιόν με αριθμούς εμφανίστηκαν με νέες εκδοχές στο σχεδιασμό τους, εμπνεόμενα από τα κλασσικά κολιέ με ονόματα της δεκαετίας του '80.

Ήρθαν ξανά στο προσκήνιο στις αρχές του 2015 και καθώς η δεκαετία περνούσε, το στυλ εκτοξεύτηκε, μέσα από έντονες γραμματοσειρές με φούσκες και άλλα πρωτότυπα σχέδια. Τα εξατομικευμένα κολιέ έγιναν κάτι που οι άνθρωποι ζητούσαν με ενθουσιασμό, θέλοντας να κάνουν μια

δήλωση μέσα από ένα κομμάτι που κανείς άλλος δεν είχε, ή τουλάχιστον που δε σήμαινε το ίδιο πράγμα για κανέναν άλλο.

Επίσης τα κοσμήματα κατά παραγγελία ξεκίνησαν από εκείνη την περίοδο να κερδίζουν όλο και μεγαλύτερη απήχηση καθώς οι άνθρωποι αναζητούσαν κοσμήματα που έχουν βαθύτερο νόημα για τους ίδιους.

4. Τατουάζ κοσμημάτων

Η μόνιμη συγκόλληση ενός κοσμήματος γύρω από τον καρπό ή τον αστράγαλο κέρδισε μεγάλο έδαφος από το 2016 περίπου.

Δημιουργήθηκαν αλυσίδες που συγκολλούνται σε βραχιόλια καρπού, βραχιόλια



ποδιού, ακόμη και δαχτυλίδια και αποδεσμεύουν τους καταναλωτές από το να κουμπώνουν και να ξεκουμπώνουν ένα κόσμημα που γνωρίζουν ότι δεν θέλουν να βγάλουν.

Ωστόσο, παρόλο που αυτά τα κομμάτια προορίζονται να φοριούνται για πάντα, μπορούν να αφαιρεθούν, αν χρειαστεί, και να συγκολληθούν έπειτα ξανά. Οι καταναλωτές συνήθως επιλέγουν μία ή δύο αλυσίδες ως «τατουάζ κοσμημάτων» και στη συνέχεια τις συνδυάζουν με μη μόνιμα κομμάτια ως έναν τρόπο να αλλάξουν την εμφάνισή τους.

5. Layering (γνωστό και ως #neckmess)

Το πασίγνωστο hashtag #neckmess μας είχε κυριεύσει από το 2016, όταν τα κολιέ σε layering έγιναν κυρίαρχη τάση, η οποία μας ωθούσε να φοράμε όσο το δυνατόν περισσότερα κολιέ σε διαφορετικά επίπεδα.

Τα κολιέ σε layering συνέχισαν να αποτελούν μια μακρο-τάση το 2020 και το 2022, καθώς ήταν το στυλ που ήταν πιο ορατό στο Zoom.

Το «neckmess» έκανε τους ανθρώπους να τονίζουν το ντεκολτέ τους με χρυσά κολιέ με κρίκους αλυσίδας σε διαφορετικά μεγέθη και μια

συλλογή από μενταγιόν. Επέτρεψε στους καταναλωτές να κάνουν μια τολμηρή δήλωση την ίδια στιγμή που ήταν ντυμένοι απλά, καθώς όλοι εργάζονταν από το σπίτι. Ταυτόχρονα, μέσα στο κλίμα αβεβαιότητας γύρω από τον COVID-19, οι άνθρωποι έψαχναν έναν τρόπο να προστατευτούν ή να νιώσουν μεγαλύτερη ασφάλεια, και τα μενταγιόν με τη μορφή φυλαχτών βοηθούσαν σε μεγάλο βαθμό στον κατευνασμό των φόβων.

6. Η «Ιστορία του Αυτιού»

Τα πολλαπλά τρυπήματα στα αυτιά δεν είναι κάτι καινούργιο, αλλά όπως και τα τατουάζ, έχουν γίνει πιο διαδεδομένα την τελευταία δεκαετία.

Η δημοτικότητα της «ιστορίας του αυτιού» έφτασε σε νέα ύψη κατά τη διάρκεια της πανδημίας, επειδή και πάλι, τα σκουλαρίκια ήταν ορατά και πλαισιώναν το πρόσωπό κάποιου όταν ήταν στην κάμερα.

Η ιδέα της δημιουργίας μιας ιστορίας μέσα από τα διαφορετικά κοσμήματα που φοράει κανείς στα αυτιά του, άρχισε να κερδίζει έδαφος το 2018.

Οι περισσότεροι άνθρωποι αντί να φορούν ένα



συγκεκριμένο στυλ σε όλο το αυτί, κάτι που ήταν κυρίαρχο τη δεκαετία του '90, επέλεξαν να συνδυάσουν διαφορετικά στυλ με κρίκους, αλυσίδες, καρφιά και σκουλαρίκια με διαμάντια και πολύτιμους λίθους. Με αυτό τον τρόπο άρχισαν να πλάθουν τη δική τους ιστορία, η οποία απεικόνιζε την προσωπικότητά τους.

Η τάση είναι παρόμοια με το «neckmess», καθώς οι καταναλωτές δημιουργούν μια ιστορία μέσα από τα κοσμήματά τους. Αλλά είναι πιο μόνιμη επειδή περιλαμβάνει πολλά piercing στα αυτιά.

Τα ear cuffs με κλιπ είναι η εναλλακτική λύση για τους καταναλωτές που δεν θέλουν νέα piercing στα αυτιά. Πολλά ear cuffs μπορούν να στοιβάζονται μαζί ή να περιλαμβάνονται δίπλα σε υπάρχοντα piercings. Μάλιστα προβλέπεται ότι η τάση της «ιστορίας του αυτιού» είναι κάτι που θα συνεχίσει να αναδύεται καθώς οι άνθρωποι αναζητούν διαφορετικούς τρόπους για να στολίζονται.

7. Η αντοχή του φιδιού

Πολλά διαφορετικά σύμβολα έγιναν δημοφιλή από το 2015 έως το 2025, αλλά κανένα δε γνώρισε τόσο μεγάλη και σταθερή απήχηση όσο το φίδι.

Λέγεται ότι τα μοτίβα με φίδια είναι κάτι σαν το αντίστοιχο της λεοπάρδαλης στη

μόδα ρούχων, δεν φεύγουν ποτέ.

Τα φίδια χρησιμοποιούνταν σε κοσμήματα από την Αρχαία Αίγυπτο και συχνά εμφανίζονται σε vintage και αντίκες κομμάτια.

Καθ' όλη τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, οι σχεδιαστές έδωσαν τη δική τους εκδοχή στο ερπετό, χρησιμοποιώντας διαμάντια και χρωματιστούς πολύτιμους λίθους ως μάτια, δίνοντάς του δύο κεφάλια καθώς κουλουριάζεται σε ένα βραχιόλι ή ακόμα και απεικονίζοντάς το να τρώει την ουρά του - ένα αρχαίο μοτίβο γνωστό ως ο «κουροβόρος» που συμβολίζει τον ατελείωτο κύκλο της καταστροφής και της αναγέννησης.





που να φορούσαν το σύμβολο του φιδιού», όπως αναφέρθηκε σε σχετικό ρεπορτάζ. Το μοτίβο δεν πρόκειται να εξαφανιστεί σύντομα, καθώς το 2025 είναι η Χρονιά του Ξύλινου Φιδιού στο κινεζικό σεληνιακό ημερολόγιο.

8. Επιστροφή στα παλιά

Η διαρκής δημοτικότητα του φιδιού αποτελεί απόδειξη ότι οι καταναλωτές θέλουν ένα κομμάτι που αφηγείται μια ιστορία, κάτι στο οποίο μπορούν να αποδώσουν νόημα μέσω του συμβολισμού της δύναμης, της ανάπτυξης, της αναγέννησης, της προστασίας, της γνώσης και της αιώνιας αγάπης. Ειδικά το 2018 παρατηρήθηκε μια αύξηση στα δαχτυλίδια με φίδια, αλλά το ίδιο μοτίβο έχει επανεμφανιστεί πολλές φορές κατά τη διάρκεια της δεκαετίας. Μια άλλη σημαντική χρονιά για το φίδι ήταν το 2023, όταν η Bulgari γιόρτασε την 75η επέτειο της συλλογής της «Serpenti». «Δεν υπήρξε κόκκινο χαλί όπου δεν βρίσκονταν τουλάχιστον τρεις μεγάλες διασημότητες

Τα vintage κομμάτια και οι αντίκες ικανοποιούν αυτή την επιθυμία του καταναλωτή να αποκτήσει κοσμήματα που αφηγούνται μια ιστορία και το Art Deco είναι το στυλ που πάντα επικρατούσε. Το κίνημα αυτό έχει δημιουργήσει και έχει διαδώσει κλασικά κομμάτια που δεν φεύγουν ποτέ από τη μόδα, από βραχιόλια με διαμάντια (πιο γνωστά σήμερα ως βραχιόλια τένις) μέχρι πολύτιμους λίθους με σμαραγδένια κοπή. Το vintage είναι μια τόσο μεγάλη τάση τα τελευταία 10 χρόνια επειδή προσφέρει μοναδικότητα, με τα ανυπόγραφα κομμάτια να κερδίζουν ιδιαίτερα το ενδιαφέρον των νεότερων καταναλωτών. Το αυξημένο ενδιαφέρον για



το vintage αποδίδεται στην αφηγηματική πτυχή των κοσμημάτων και ενδεχομένως στη δημοτικότητα της μεταχειρισμένης πώλησης. Αυτή η τάση έχει εισχωρήσει και στην αγορά νυφικών, με τις vintage κοπές διαμαντιών να αναμένεται να είναι μια από τις μεγάλες τάσεις στα δαχτυλίδια αρραβώνων φέτος. Τα δίχρωμα κοσμήματα είναι μια άλλη τάση στον vintage χώρο που έχει επιστρέψει. Ήταν δημοφιλή στις αρχές της δεκαετίας του 2000 και μετά από περίπου 20 χρόνια, αρχίζει να κάνει ξανά την εμφάνισή της στα σχέδια.

Η ανάμειξη ψυχρών και ζεστών τόνων, όπως ο λευκός και ο κίτρινος χρυσός, ανοίγει ευκαιρίες για τους καταναλωτές να πειραματιστούν και να διαμορφώσουν ολόκληρο το κουτί κοσμημάτων τους.

9. Φέρτε το Χρώμα

Το χρώμα προστίθεται στα κοσμήματα μέσω υλικών όπως πολύτιμα μέταλλα, φινιρίσματα, σμάλτο και πολύτιμους λίθους. Κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας παρατηρήθηκε ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το χρώμα

και τους ασυνήθιστους πολύτιμους λίθους. Από το 2017 περίπου, περισσότεροι σχεδιαστές άρχισαν να χρησιμοποιούν ολόκληρο το φάσμα των αποχρώσεων που προσφέρει το ζαφείρι, χωρίς να περιορίζονται πλέον στο παραδοσιακό μπλε. Ο σφηνίτης και το περίδοτο είναι επίσης πλέον δημοφιλείς επιλογές, που εκτιμώνται για το μοναδικό χρώμα που φέρνουν σε ένα κομμάτι. Η πιο επιθυμητή απόχρωση για κάθε τύπο πολύτιμου λίθου άλλαξε επίσης κατά τη διάρκεια της δεκαετίας. Με την τουρμαλίνη για παράδειγμα, στις αρχές του 2015 και 2016, η κύρια χρήση της ήταν για το κλασικό ροζ και το καρπουζι πράσινο. Αντίθετα, σήμερα, είναι στη μόδα οι τουρμαλίνες σε χρώμα μέντας. Η προσθήκη χρώματος μέσω σμάλτου ήταν μια άλλη τάση που επανεμφανίστηκε στο διάστημα 2015-2025. Δεν έδωσε μόνο στους σχεδιαστές περισσότερο χώρο για πειραματισμό, αλλά αποτέλεσε και ένα λιγότερο δαπανηρό τρόπο για να προσθέσουν μια πινελιά χρώματος σε ένα κομμάτι, καθώς το σμάλτο μπορεί να



τοποθετηθεί πάνω από ασήμι αντί για χρυσό. Οι καταναλωτές της Gen Z, τροφοδοτούμενοι από τη νοσταλγία της δεκαετίας του '90 και του '00, θέλουν πιο παιχνιδιάρικα, πολύχρωμα

και αντισυμβατικά υλικά στα κοσμήματά τους.

10. Κοσμήματα για Όλους

Το να φοράς κομμάτια ανεξάρτητα από το φύλο που παραδοσιακά συνδέεται με τα στοιχεία σχεδιασμού τους έχει γίνει πιο αποδεκτό την τελευταία δεκαετία. Δεν υπάρχουν πλέον αυστηροί κανόνες για το τι είναι «ανδρικά κοσμήματα» ή «γυναικεία κοσμήματα». Απλώς φοράς ό,τι σου αρέσει. Τα unisex στυλ είναι ολοένα και πιο συνηθισμένα, περισσότεροι σχεδιαστές προσθέτουν ανδρικές γραμμές και οι αρρενωποί καταναλωτές πειραματίζονται με το στυλ των κοσμημάτων τους περισσότερο τώρα από οποιαδήποτε άλλη στιγμή στη σύγχρονη ιστορία. Οι άνδρες γενικά έχουν γίνει πιο τολμηροί με τις επιλογές κοσμημάτων τους, και όχι μόνο φορώντας καρφίτσες στο κόκκινο χαλί αλλά κάθε μέρα. Πλέον φορούν κομμάτια που κάποτε παραδοσιακά προορίζονταν για γυναίκες. Από διαμαντένιες κουβανέζικες αλυσίδες με κρίκους μέχρι μαργαριτάρια και πολύ-επίπεδες εμφανίσεις, οι επιλογές των ανδρών έχουν



επεκταθεί πέρα από ένα ρολόι και τη βέρα τους. Είναι πιο εκφραστικοί με τα κομμάτια που επιλέγουν, καταρρίπτοντας λίγο περισσότερο κάθε φορά τα στερεότυπα για τους έμφυλους ρόλους. Είναι σα μία δήλωση που λέει «Αυτό μου αρέσει και αυτό θα φορέσω».

Μια έρευνα του
National Jeweler



Ξέρατε ότι ...

Ο κόσμος των κοσμημάτων είναι γεμάτος με εκπληκτικά γεγονότα που δεν γνωρίζαμε ποτέ.

Από τους αρχαίους πολιτισμούς μέχρι τη σημερινή σύγχρονη εποχή, η λεπτότητα, η προέλευση και ο πολιτιστικός συμβολισμός των κοσμημάτων συνεχίζουν να μας εκπλήσσουν και να αιχμαλωτίζουν τη φαντασία μας.

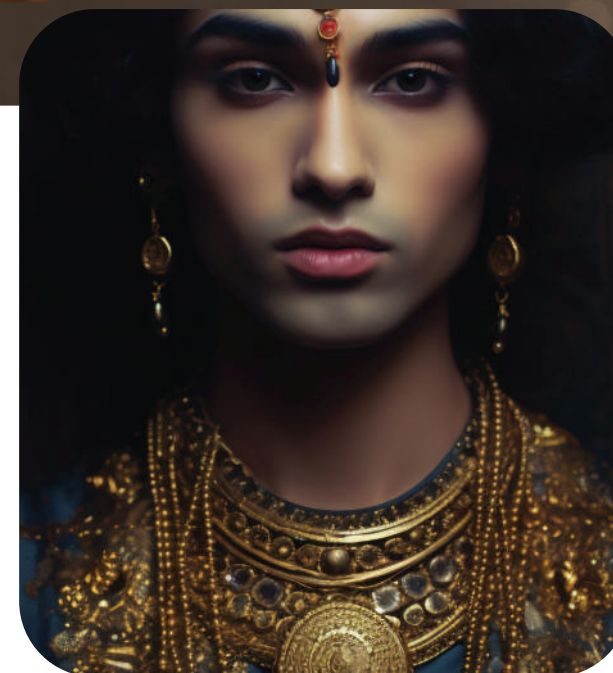
Τα διαμάντια είναι δισεκατομμυρίων ετών — μερικά είναι πάνω από 3 δισεκατομμύρια χρόνια, γεγονός που τα καθιστά ένα από τα παλαιότερα φυσικά υλικά που είναι γνωστά στον άνθρωπο



Τα δαχτυλίδια αρραβώνων χρονολογούνται από την Αρχαία Ρώμη;
Οι Ρωμαίες φορούσαν δαχτυλίδια από σίδηρο για να συμβολίσουν τον γάμο



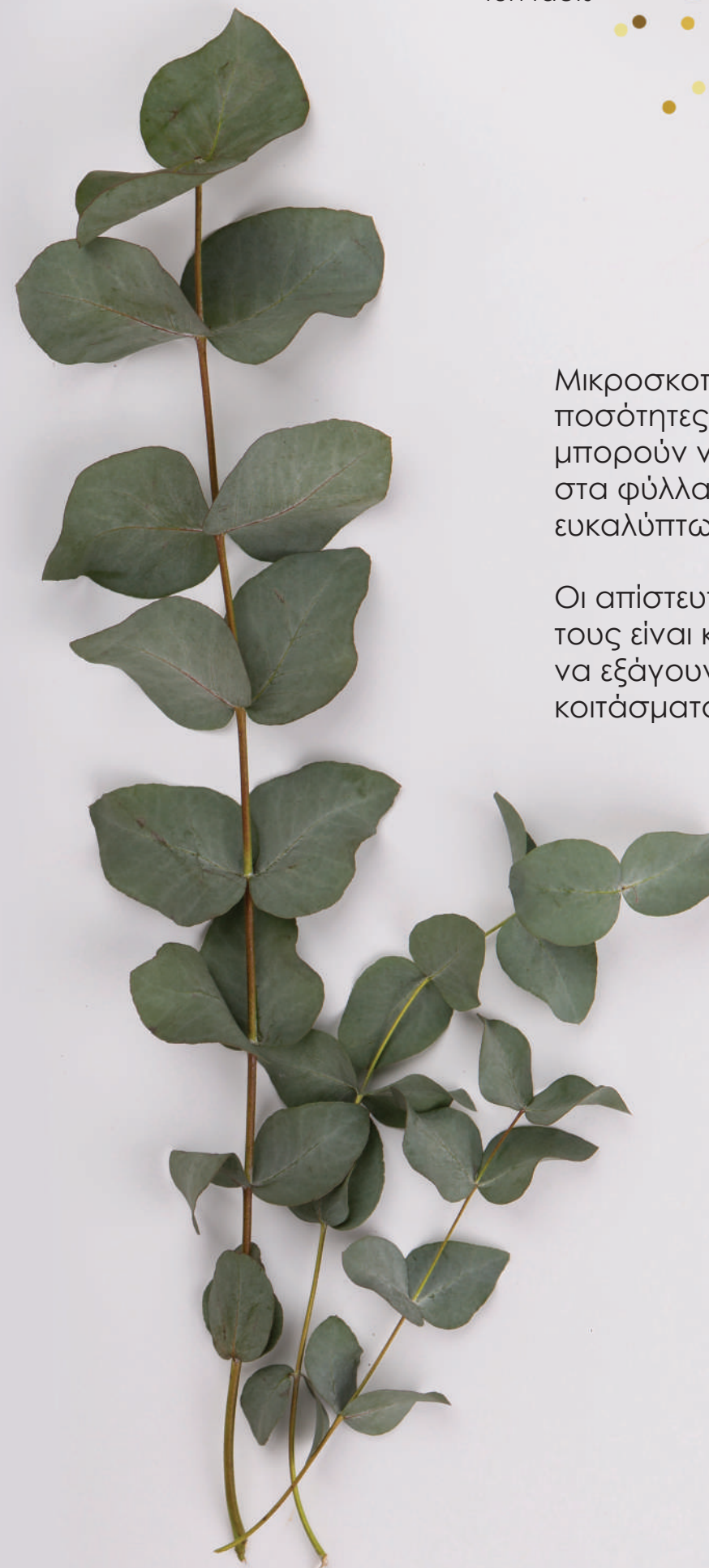
Ιστορικά, οι άνδρες ήταν οι κύριοι χρήστες σκουλαρικών. Τα σκουλαρίκια αυτά ανάγονται στην Αρχαία Περσία, όπου οι στρατιώτες φορούσαν σκουλαρίκια για να δηλώσουν την ιεραρχία τους



Ένα μεγάλο, τέλειο, ποιοτικό ρουμπίνι αξίζει περισσότερο από ένα διαμάντι παρόμοιου μεγέθους

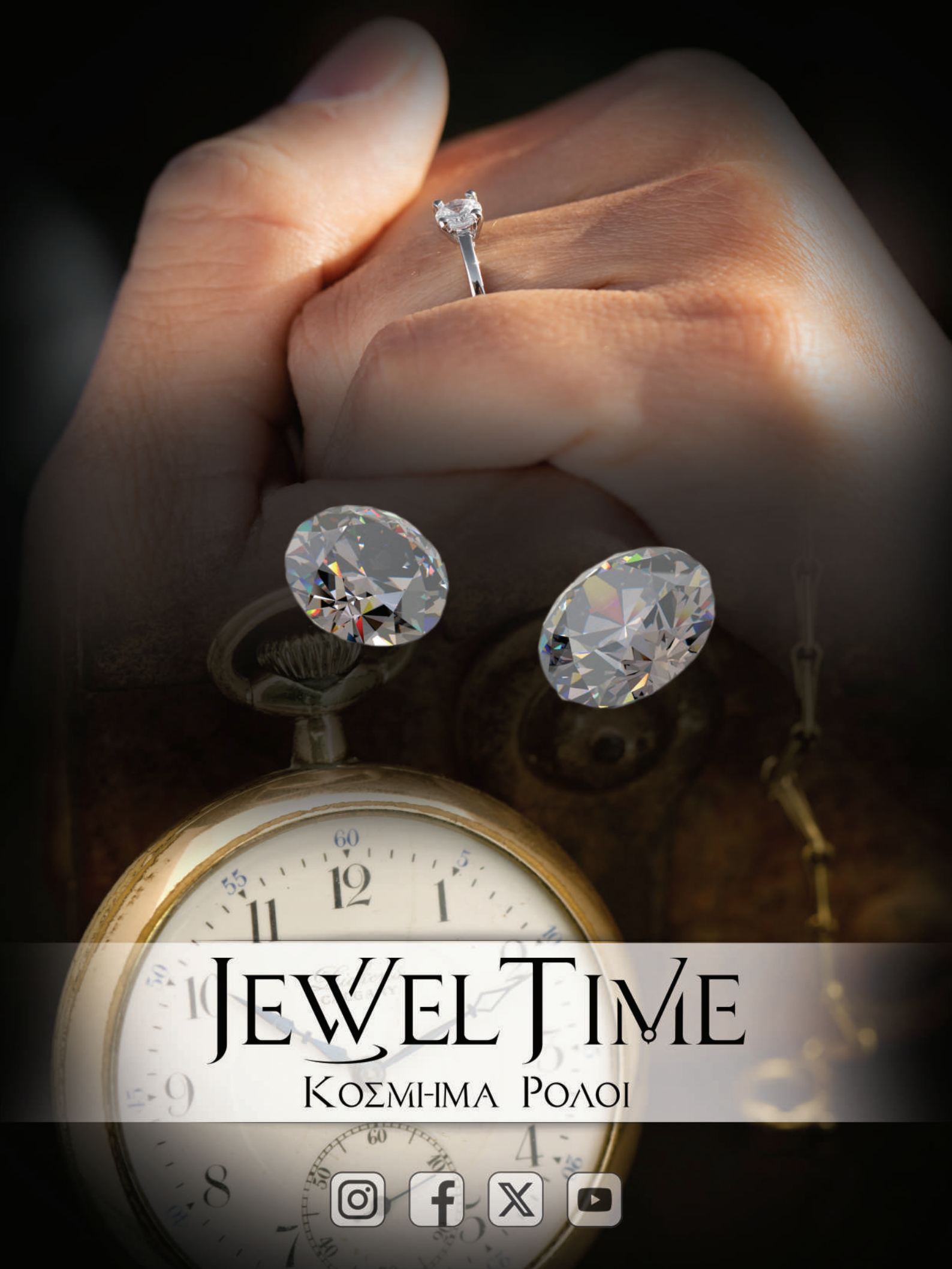


Τα δεξιά δάχτυλα ενός ατόμου είναι γενικά μισό νούμερο μεγαλύτερα από τα αριστερά του (πιθανώς εξαιρουμένων των αριστερόχειρων και των αμφιδέξιων)



Μικροσκοπικές ποσότητες χρυσού μπορούν να βρεθούν στα φύλλα των ευκαλύπτων

Οι απίστευτα μακριές ρίζες τους είναι κυριολεκτικά ικανές να εξάγουν χρυσό από βαθιά κοιτάσματα στο φλοιό της γης

A close-up photograph of a hand holding a diamond ring over a pocket watch. Two large, oval-cut diamonds are positioned above the watch face, resembling earrings. The watch has a white face with black numerals and a gold-colored case. The background is dark and out of focus.

JEWEL TIME

ΚΟΣΜΗΜΑ ΡΟΛΟΙ

