

ΑΙΕΝ ΥΨΙΠΕΤΕΙΝ

SKY IS THE LIMIT

ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΔΩ
ΚΑΙ 60 ΧΡΟΝΙΑ ΚΑΙ
ΜΕ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ
ΚΑΤΑΒΟΛΕΣ ΠΟΥ
ΠΑΝΕ ΠΙΣΩ ΣΤΟ
1850, Ο ΛΑΜΠΗΣ Γ.
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΕΙ ΤΗΝ
ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΟΥ ΕΧΕΙ
ΤΟ ΟΝΟΜΑ ΤΟΥ ΚΑΙ
ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΕΙ
ΜΑΡΚΕΣ ΟΙ ΟΠΟΙΕΣ
ΔΕΝ ΧΡΕΙΑΖΟΝΤΑΙ
ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ. ΜΕΤΑΞΥ
ΑΥΤΩΝ ΟΙ ΤΕΓΑΛ
ΚΑΙ ΡΥΡΕΧ, ΠΟΥ
ΕΧΟΥΝ ΚΑΤΑΚΤΗΣΕΙ
ΕΔΩ ΚΑΙ ΔΕΚΑΕΤΙΕΣ
ΑΞΙΟΣΕΒΑΣΤΗ
ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑ
ΤΩΝ ΚΥΠΡΙΩΝ. ΜΕ ΤΟΝ
ΠΗΧΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
ΝΑ ΕΙΝΑΙ
ΤΟΠΟΘΕΤΗΜΕΝΟΣ
ΠΟΛΥ ΨΗΛΑ, Η
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΔΥΝΑΜΙΚΑ,
ΚΑΘΩΣ ΟΠΩΣ ΜΑΣ ΛΕΕΙ
Ο ΙΔΙΟΣ,
SKY IS THE LIMIT
Ή ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΑΙΕΝ
ΥΨΙΠΕΤΕΙΝ,
ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ
ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ.

ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΑΤΩ ΠΙΣΙΑΡΑ- ΓΕΡΑΣΙΜΟΥ
ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: JO MICHAELIDES

A

πό την πρώτη στιγμή που ήρθα σε επαφή με την εταιρεία Λάμπης Γ. Κωνσταντινίδης αντιλήφθηκα πόση σημασία δίνεται στη λεπτομέρεια. Ο τρόπος χρήσης της γλώσσας στην παρουσίαση των εταιρικών της πληροφοριών σε διάφορα πεδία και η όλη προσπάθεια για τη διατήρηση όλων αυτών των στοιχείων της καθαρεύουσας, που δίνουν στην ελληνική γλώσσα προσωπικότητα, μουσικότητα και καλλιτεχνία, με συγκίνησαν. Αυτή ακριβώς τη φιλοσοφία ενστερνίζεται ο γενικός διευθυντής της, Λάμπης Γ. Κωνσταντινίδης, που υποστηρίζει σθεναρά αυτή τη χρήση της Ελληνικής, παρά τις έντονες πιέσεις που ωθούν στην υπεραπλούστευσή της. Ο ίδιος αναφέρει ότι: «Η εκάστοτε απλοποίηση της γλώσσας ισοδυναμεί στη γλωσσολογία ό,τι και η απλοποίηση/υποτίμηση ενός νομίσματος στην οικονομία».

Γνώστης τεσσάρων γλωσσών καθώς είναι, του αρέσει να εντρυφεί στο θέμα της γλώσσας. Το δικαιολογεί άλλωστε η οικογένεια από την οποία έβγαλε γιατρούς και κυρίως εμπόρους, όπου η μόρφωση ήταν εχέγγυο της πορείας τους.

Η ίδια αυτή φιλοσοφία



μεταφέρεται στον τρόπο με τον οποίο η εταιρεία δημιουργήθηκε, εξελίχθηκε, επέλεξε τις μάρκες που εμπορεύεται και επιχειρεί εδώ και δεκαετίες. Είναι χαρακτηριστική η απόκρισή του για την PYREX, μια από τις γνωστότερες και ιστορικές μάρκες που αντιπροσωπεύει: Πυρέξ (PYREX) ή Πάϊρεξ; «Εγώ θεωρώ το Πυρέξ ορθότερο», μας λέει, «γιατί αυτή είναι και η σωστή ονομασία, σύμφωνα και με τον εφευρέτη του υλικού των σκευών. Είναι ένας συνδυασμός της ελληνικής λέξεως 'πυρ' που σημαίνει φωτιά και της λατινικής 'tex' που σημαίνει βασιλεύς,

κάτι που ανακλάται και στη χρήση των σκευών. Εξάλλου η λέξη 'pyr' προφέρεται «πυρ» σε όλες τις γλώσσες, εκτός της Αγγλικής». Άνθρωπος της λεπτομέρειας, που ερευνά το κάθε τι, με αγάπη και σεβασμό στην οικογένεια και τη μακρά εμπορική της παράδοση, αλλά και στον κόσμο της Κύπρου, ο κ. Κωνσταντίνιδης, έχει ως αρχή του να προσφέρει ό,τι καλύτερο και πιο ποιοτικό με σοβαρότητα και υπευθυνότητα.

ΚΑΤΑΒΟΛΕΣ 166 ΕΤΩΝ

Ήταν γύρω στο 1850 όταν ο προπάππος του, από την πλευρά της μη-

τέρας του, ήταν ήδη εξέχων επιχειρηματίας και μεγαλέμπορος της Λευκωσίας. Από την πλευρά του πατέρα του, η οικογένεια είχε ξεκινήσει τις επιχειρηματικές της δραστηριότητες από το 1900. Ειδικεύονταν τότε στην εισαγωγή δερμάτων για χειροποίητα παπούτσια με ιδρυτές τον πατέρα του Γεώργιο και τον θείο του, Σταύρο. Με τα χρόνια μπήκε στην εταιρεία και ο θείος του Ματθαίος, αργότερα ο πρώτος του ξάδελφος Δώρος και ο αδελφός του Φειδίας. Οι δύο οικογένειες δημιούργησαν τη Σταύρος Σ. Λουκαΐδης και Σια,

IDEAL FOR HALLOUMI

«Όταν το 1975 ήρθε στο νησί ο νεοδιορισθείς τότε Γάλλος διευθυντής του Ομίλου SEB και δοκίμασε το χαλούμι, που ψήσαμε στην ηλεκτρική γκριλιέρα της εταιρείας, ενθουσιάστηκε», θυμάται ο κ. Κωνσταντίνιδης. Έτσι αποφάσισε να βάλει σε όλες τις συσκευασίες των γκριλιέρων SEB - για την πώλησή τους κυρίως στη Μέση Ανατολή - ένα αυτοκόλλητο που θα έγραφε σε Ελληνικά και Αγγλικά «ιδεώδης για το χαλούμι» (ideal for halloumi). Έτσι, εμμέσως αυτός αποδείχθηκε ένας τρόπος πολύ καλής προώθησης του προϊόντος πριν από 40 χρόνια, μάλιστα δωρεάν για το κυπριακό χαλούμι. Ο κόσμος στο εξωτερικό που έβλεπε το αυτοκόλλητο ρωτούσε να μάθει για αυτό που σύστηνε τότε η εταιρεία SEB. Σύμφωνα πάντα με τον ίδιο, η γκριλιέρα που ονομάζεται τα τελευταία χρόνια, Tefal, είναι η υπ' αριθμόν 1 σε πωλήσεις στον κόσμο.

όπως ο ίδιος αναφέρει. Η εταιρεία αυτή είχε γίνει η υπ' αριθμόν 1 στην Κύπρο στην εισαγωγή δερμάτων και προϊόντων σχετιζομένων με την υποδηματοποιία.

Με το πέρασμα των χρόνων, αφότου ήρθε από τις σπουδές του στην Ελβετία το 1957, άρχισε να εργάζεται και ο ίδιος εκεί. Με ορισμένες καινούργιες ιδέες και σχέδια επέκτασης της εταιρείας και σε άλλα πεδία, το 1966 δημιούργησε με τον θείο του τη Μ&Λ Κωνσταντίνιδης Λτδ. Τότε ξεκίνησε και η μετάβαση στη σημερινή εταιρεία. Το 1968, ο κ. Κωνσταντίνιδης την ανέλαβε εξ ολοκλήρου και δημιούργησε τη Λάμπης Γ. Κωνσταντι-

νίδης Λτδ, η οποία και απορρόφησε τις δραστηριότητες των προηγούμενων εταιρειών.

Σήμερα η εταιρεία ασχολείται με την εισαγωγή και διανομή ποικιλίας προϊόντων, όπως, οικιακά είδη, ηλεκτρικές συσκευές, σπεσιαλιτέ τροφίμων και ποτών, είδη ξενοδοχειακού εξοπλισμού και πρώτες ύλες για τη βιομηχανία τροφίμων. Διαθέτει μεγάλους εμπορικούς χώρους, ενώ τα προϊόντα της διατίθενται επίσης σε υπεραγορές και καταστήματα σε όλη την Κύπρο.

Σήμερα στην εταιρεία έχει ήδη εισέλθει η τέταρτη γενιά της οικογένειας. Η κόρη του κ. Κωνσταντίνιδη, Μαρία-Χριστίνα και ο σύζυγός της Χριστόδουλος Πιερίδης διαχειρίζονται τη λειτουργία της και τους τομείς επέκτασής της.

ΜΑΡΚΕΣ ΠΟΥ ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΗΚΑΜΕ

Το 1953 ξεκίνησε η συνεργασία της Λάμπης Γ. Κωνσταντίνιδης με το εργοστάσιο του γαλλικού ομίλου SEB. Αρχικά έφερε τα προϊόντα SEB, όπως χύτρες ταχύτητας, και αργότερα τις ηλεκτρικές φριτέζες και γκριλιέρες. Το 1957 ακολούθησαν τα οικιακά σκεύη και οι ηλεκτρικές συσκευές Tefal. Το 1965, περίπου, προστέθηκε η μάρκα Calor, η οποία ειδικεύεται στα ατμοσίδερα και τις πρέσες σιδερώματος. Πρόκειται για την εταιρεία που εφηύρε το ηλεκτρικό σίδερο το 1913 και τα ατμοσίδερα το 1953.

Επίσης, το 1953 ξεκίνησε η εισαγωγή και διανομή των πυρίμαχων

γαλλικών σκευών, PYREX, των οποίων το υλικό εφευρέθηκε το 1915 στην Αμερική από τον Thomas Edison. Στην πορεία προστέθηκαν μάρκες από πολλά άλλα εργοστάσια.

Σύμφωνα πάντα με τον ίδιο, από την εταιρεία του εισήχθη το 1947 μεταλλικό νερό στην Κύπρο, μια καινοτομία για την εποχή, κι έκτοτε πέτυχε πολλές πρωτιές. Σταδιακά εμπλούτισε την γκάμα των προϊόντων της στα οικιακά είδη, ενώ στα τρόφιμα προστέθηκαν οι σοκολάτες και άλλα σπεσιαλιτέ, όπως φουαγκρά, μπισκότα, ποτά, σαμπάνιες και γαλλικά κρασιά. «Προχωρούμε διαρκώς», επισημαίνει ο κ. Κωνσταντίνιδης: «Για να είμαι ειλικρινής σχεδόν καλύπτουμε πλήρως όλες τις κατηγορίες των προϊόντων μας. Μετά από τόσα χρόνια πορείας είμαστε σε ένα σημείο όπου ελάχιστα κενά υπάρχουν».

Φιλοσοφία επέκτασης της γκάμας των προϊόντων της εταιρείας και της επιλογής των εκάστοτε μαρκών της ήταν και είναι να ανεβάσει το επίπεδο των Κυπρίων στα ανεπτυγμένα επίπεδα, τα οποία είχαν η ευρωπαϊκή - κυρίως η γαλλική - και αμερικανική αγορά, μέσα από την εισαγωγή εκλεκτών ειδών από αυτές: «Παρά το ότι τα τελευταία χρόνια το οικονομικό περιβάλλον είναι δύσκολο, η εταιρεία εξακολουθεί να διαιτηρεί και να αναπτύσσει τη θέση των προϊόντων της στην αγορά. Εξάλλου, ο Κύπριος σταδιακά ανέβασε κι αυτός το επίπεδό του. Επιζητεί όλο και περισσότερο την καλύτερη ποιότητα στα προϊόντα που επιλέγει και όχι απλώς και ανεξέλεγκτα τα φθηνότερα, που ως συνήθως είναι και υποδεέστερα. Στην Κύπρο υπάρχουν πλέον πολλοί εκλεκτικοί αγοραστές».

Ένας Αμερικανός οικονομολόγος είπε κάποτε ότι μόνο οι υπερβολικά πλούσιοι μπορούν να αγοράζουν εμπορεύματα, τα οποία είναι φθηνά, καθώς μόνο αυτοί μπορούν να «πετούν» τα χρήματά τους. Ο κ. Κωνσταντίνιδης

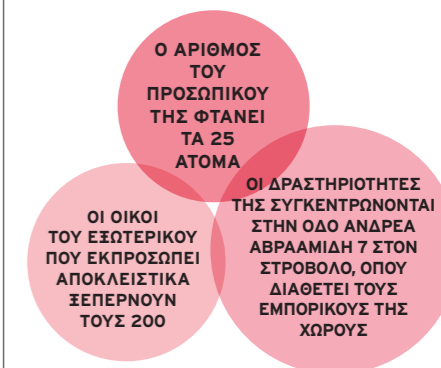
σχολιάζει: «Ο πελάτης που θα αγοράσει το ποιοτικό δίνει τα χρήματα, που με κόπο κερδίζει, σε αυτά που πραγματικά αξίζουν, θα διαρκέσουν και θα τον ευχαριστήσουν πολύ περισσότερο. Επιλέγοντας τα προϊόντα μας ξέρει ότι έχει την ποιότητα, την εξυπηρέτηση και την εγγύηση που χρειάζεται για τα χρήματα που πληρώνει».

ΤΟΤΕ ΚΑΙ ΣΗΜΕΡΑ

Στο παρελθόν ο συναγωνισμός ήταν λιγότερος, διότι τόσο ο εμπορικός κόσμος όσο και τα καταστήματα ήταν πιο λίγα. Όμως δεν ήταν εύκολο το εμπόριο τότε, επισημαίνει ο κ. Κωνσταντίνιδης. Έπρεπε τα καινούργια προϊόντα που προσφέρονταν στην αγορά να γίνουν καλά αντιληπτά από τους τότε πολύ συντηρητικούς καταστηματάρχες και μεταπωλητές της εποχής, για να μπορέσουν κι εκείνοι με τη σειρά τους να μεταφέρουν τις πληροφορίες στους πελάτες τους. «Ήταν πολύ πιο δύσκολο να πείσεις τότε ένα πελάτη να εντοριστεί ένα καινούριο προϊόν και να το δεχτεί. Πόσο μάλλον να βάλει παραγγελίες για να έχει στοκ. Τώρα οι σύγχρονοι καταστηματάρχες και μεταπωλητές έχουν αναπτύξει, είναι πεπειραμένοι και έχουν πλατύνει τους ορίζοντές τους. Υπάρχει βέβαια η αντίσταση, λόγω του έντονου συναγωνισμού, αλλά όταν τα προσφερόμενα προϊόντα έχουν εύκολα αναγνωρίσιμα και πασιφανή προτερήματα, δεν είναι τόσο μεγάλη η προσπάθεια να επιλέξει και να αποφασίσει ο καλός αγοραστής για την ποιότητα, σε αντίθεση με τους παλιούς καιρούς».

Ως έμπορος πολλών χρόνων ο κ. Κωνσταντίνιδης αξιολογεί ότι τα πρώτα δύο χρόνια της μεγάλης κρίσης βαίνουν τώρα προς τη σταδιακή λήξη τους, όμως η ύφεση δεν υποχώρησε εντελώς: «Τα πράγματα είναι βεβαίως καλύτερα. Ωστόσο, εφόσον οι τράπεζες

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ
ΛΑΜΠΗΣ Γ.
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ ΛΤΔ.
ΜΕΤΡΑ 50+ ΧΡΟΝΙΑ
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ
ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ



αποφεύγουν την ευρύτερη υποβοήθηση του εμπορίου και τους εμπορευόμενους για τη δραστηριότητά τους, δεν μπορεί να πει κανείς ότι η οικονομία πράγματι μπήκε σε ιδιαίτερα καλούς ρυθμούς. Κι αυτό γιατί απλούστατα δεν υποβοηθείται ακόμη η ελεύθερη κυκλοφορία του χρήματος, εφόσον η προσπάθεια των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων είναι η είσπραξη από αυτούς παλαιών οφειλών προς αυτά που εκκρεμούν».

Για το επόμενο διάστημα ο κ. Κωνσταντίνιδης απαντά με το sky is the limit ή καλύτερα αιέν υψιπετειν. «Αυτή είναι η αρχή μας», λέει. «Η εταιρεία συνεχίζει να προσφέρει τα προϊόντα της πάντοτε στην ίδια ποιότητα, λογική και σταθερή φιλοσοφία. Θέλει πάντοτε να πρωτοπορεί, βέβαια, εντός των πλαισίων της συνετής διαχείρισης των πόρων, ειδικά στην παρούσα φάση». Και καταλήγει με τη ρήση του Δημόκριτου: «Η συνετή χρήση των χρημάτων είναι χρησιμη, η ασύνετη τα μεταβάλλει σε κοινή σπατάλη». **INB**

Ο ΚΥΠΡΙΟΣ ΕΠΙΖΗΤΕΙ ΟΛΟ ΚΑΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΤΗΝ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΕΠΙΛΕΓΕΙ ΚΑΙ ΟΧΙ ΑΠΛΩΣ ΚΑΙ ΑΝΕΞΕΛΕΓΚΤΑ ΤΑ ΦΘΗΝΟΤΕΡΑ, ΠΟΥ ΩΣ ΣΥΝΗΘΩΣ ΕΙΝΑΙ ΚΑΙ ΥΠΟΔΕΕΣΤΕΡΑ