

N° 17 JAN/FEV 2012

L'OFFICIEL

Horlogerie & Bijouterie



20¹² meilleurs vœux
ans Printor

Thaborra ▲

Prix (France) : 9,50€

29/30/31 janvier 2012
Printor Lyon - Eurexpo
January 2012, 29th/30th/31st

En 2012, Printor fête ses
In 2012, Printor celebrates its

20 ans.
years old.

Printor
LYON - PARIS

Le salon des métiers d'art et de la création HBJO
The show for the creation and craftsmanship of jewellery and watches

Votre Label business & Convivialité

Animations et temps forts :



Tendances Mode

Au cœur du salon, un podium verra défiler, deux fois par jour, Les mannequins de THE PRINCESS TEAM portant des tenues SCALA habillées des dernières tendances et créations HBJO des exposants. Ces défilés seront projetés sur des écrans dans tout le salon.

Pleins feux sur le mariage

Entrez dans le Carrousel du Mariage et découvrez les allianciers et les différents acteurs de l'industrie du mariage.

Espace Art de Faire

Soucieux de promouvoir les savoir-faire traditionnels, PRINTOR vous invite à retrouver les artisans des métiers HBJO dans cet espace.



Pôle sécurité

Face à la montée de l'insécurité, PRINTOR vous propose toujours plus de solutions grâce à une offre en perpétuelle croissance.



Club des Représentants

En partenariat avec le magazine « l'Officiel Horlogerie et Bijouterie », PRINTOR accueille le Club des Représentants pour multiplier les rencontres directes entre tous les intervenants des métiers HBJO.

Concours Jeunes Créateurs

PRINTOR parie sur l'avenir et offre à de jeunes étudiants la possibilité de sortir du lot grâce à leur créativité. Un trophée sera remis au lauréat sur PRINTOR Paris 2012

And the winner is...

En collaboration avec la Communauté Urbaine du Grand Lyon, PRINTOR organise les Trophées 20^{ème} anniversaire et récompense exposants et visiteurs avec à la clé un voyage au salon de Hong Kong.



PETIT DÉJEUNER

Chaque matin, accueil privilégié et convivial de 9h30 à 11h00 avec café et viennoiseries



COCKTAIL

Chaque après-midi, dessert de boissons rafraîchissantes servies par des maîtres d'hôtel dans les allées du salon.

**Directeur de la publication
& rédacteur en chef :**
Stive Meriès
stive.meries@pegazevisions.fr

Direction de la rédaction :
Denis Pérate
denis.perate@pegazevisions.fr

Conseil éditorial & rédaction :
Nathalie Koelsch
nathalie.koelsch@pegazevisions.fr

Rédaction :
Margaret Tondelier
contact@pegazevisions.fr
Linda Labidi
contact@pegazevisions.fr

Consultants :
Assurance : Verspiere
Sécurité : Perjes

Directeur de publicité :
Patrick Papillon
patrick.papillon@pegazevisions.fr

Publicité à l'international :
Karine Janson
international@pegazevisions.fr

Responsable artistique et photographie :
Stéphanie Aubouy
stephanie.aubouy@pegazevisions.fr

Responsable des arts graphiques :
Jean Perez
jean.perez@pegazevisions.fr

Abonnements & petites annonces :
Edwige Mamane
edwige.mamane@pegazevisions.fr

Responsable informatique :
Patrick Bohbot
patrick.bohbot@pegazevisions.fr

Administration & comptabilité :
Edwige Mamane
edwige.mamane@pegazevisions.fr

Impression : C. E. E.

Pégaze Visions Éditeur
117, rue des Charmettes - 69006 Lyon
Tél. 04 72 83 84 70 - Fax 04 72 83 84 71
contact@pegazevisions.fr

ISSN : 1966-9364

Toute reproduction même partielle est
interdite sans l'accord écrit de l'éditeur.

www.lofficielhb.com



L'équipage de L'OFFICIEL Horlogerie & Bijouterie vous souhaite une excellente année, sereine dans tous les domaines.

Que votre créativité s'inscrive toujours plus dans la matière précieuse ;
que votre innovation s'exporte dans le monde entier ;
que votre savoir faire se perpétue.

L'équipage de L'OHB défend toujours plus vos valeurs dans ses colonnes.
Larguez les amarres !

Sommaire

Fiana



Lyon Alliances
Brillants



Auricoste

éditorial

l'officiel express

6

actualités Bijouterie-joaillerie

- Albane Rosset-Gaulejac marque le marché de son empreinte ● 14
- Boccia titanium : L'excellence du titane ● 16
- Michael Kors lance sa première ligne de bijoux ● 18
- Fiana joaillerie : modernité et élégance ● 22

actualités Horlogerie

- Montres MAREA : Une centaine de nouveautés ● 24
- à découvrir sur PRINTOR LYON
- Belles montres, bracelets montre et présents : ● 26
- Europa Bracelet
- Auricoste : Renaissance d'une légende ● 28
- La manufacture Frédérique Constant : 5 ans déjà ● 30
- Le renouveau de Diesel : La fille « Diesel » a bien grandi ● 32

bijoux de saison

34

- Rouge passion – Chance – Bal de promotion - Bleu vinyl
- L'heure digitale - Opéra rock - Spoutnik – Les alliances

salons à venir

- PRINTOR 2012 - du 29 au 31 janv 2012 - PRINTOR fête ses 20 ans ● 50
- Eclat de mode 2012 - Du 20 au 23 janvier 2012 à Paris ● 52
- Baselworld 2012 du 8 au 15 mars 2012 ● 54
- SIHH - 22ème édition ● 55

grand format : alliances - médailles

- Lyon Alliances Brillants - L.A.B. : Un vrai « service à la carte » ● 56
- pour les professionnels et une gamme de produits plus étendue
- Bermo : Une entreprise réactive ● 58
- Arthus-Bertrand : Une Maison d'exception depuis 1803 ● 60
- Augis, le savoir faire depuis 1930 ● 62
- Les Médailles Becker ancrées dans le haut de gamme ● 64

économie

- La chine va-t-elle changer le luxe ? ● 66
- Les chiffres de la profession à fin novembre 2011 ● 70

L'OFFICIEL
Horlogerie & Bijouterie

BULLETIN D'ABONNEMENT

www.lofficielhb.com

P95

72

assurance

● Consultant pour L'Officiel H&B : Verspieren

Prévention, primes et franchises des assurances

74

sécurité

● Consultant pour L'Officiel H&B : Perjes

La sécurité des boutiques : Une affaire de spécialiste hautement qualifié

76

forum des détaillants

- Bijouterie BENEDICT : Dénicheur de talents
- Bijouterie les 7 d'or : Mathias Galdéano, un bijoutier amoureux du métier « à l'ancienne »

77

tribune des groupements

- Les Nouveaux Bijoutiers continuent

80

métier

- BLR Technologie
un label pour mettre en échec l'effraction

81

vie du métier

82

- Charte de la bijouterie joaillerie :
Fédérer l'ensemble des acteurs de la filière

84

- Le cahier de Tendances 2013 - les influences

86

- La CCIP : au service des métiers d'art, du luxe et du patrimoine

87

- Le règlement Reach : Point sur le front des substances interdites en bijouterie

88

- Délais de paiement à 60 jours : la négociation continue

89

art de faire

- Patrick MORAND : spécialiste de l'alliance fraisée
- Lyon Casting Consulting : Fonte à cire perdue

90

formation

- La filière manque de conseillers de vente

91

Club des Représentants

92

point com

- Contenu et contenant

93

agenda-index des annonceurs

94

culture pro

95

passer une petite annonce - Bulletin abonnement

96

Consulter les petites annonces



Becker



Rocher



Arthus-Bertrand



Bracelets de montre BIOCONFORT™ par ZRC

Bio
CONFORT



Les bracelets de montre Bioconfort™ sont une évolution majeure dans l'univers du bracelet-montre de remplacement. Développés par ZRC, ils marquent une réelle avancée, un pur condensé d'innovation grâce à l'utilisation de deux technologies : tannage de la doublure au titane et ajout de perforations ovales sous la doublure pour permettre à la peau de mieux respirer.

Avec le titane, ZRC offre à ses clients des bénéfices importants:

- une biocompatibilité garantie : le titane est reconnu pour sa très bonne tolérance par le corps humain (utilisation en chirurgie orthopédique pour les prothèses de hanche). Les bracelets Bioconfort sont donc garantis sans risque d'allergie, même pour les personnes sensibles.
- Un plus grand respect de

l'environnement. En remplaçant le chrome par le titane lors du tannage des doublures, ZRC agit pour la protection de l'environnement. Le titane est neutre autant pour la faune que pour la flore.

La technologie des perforations ovales sous la doublure permet à ZRC :

- d'augmenter la surface de respiration de la peau. La forme et la dimension des perforations ont été développées pour réduire au minimum le contact entre la doublure et la peau limitant ainsi les risques d'allergie.

- de garantir aux clients une meilleure évacuation de la sueur. L'acidité de la transpiration irrite la peau. En limitant son apparition on limite les risques d'allergie. Le confort de port est donc optimisé.

En conclusion, les bénéfices des bracelets Bioconfort sont multiples : suppression du chrome, tannage de la doublure au titane, augmentation de la surface de respiration de la peau, limitation du phénomène de sudation, suppression des risques d'allergie. ■

<http://www.rochetworld.com>
<http://www.zrcbracelets.com>

Nude de Burberry

Burberry décline le Nude dans une collection capsule de maroquinerie, de prêt-à-porter, de chaussures et bien sûr de montres. Couleur chair, bracelet en crocodile, boîtier plaqué or rose, les Nude sont d'un chic fou dans les tonalités poudre et pastel. 2 495 €. ■



BOCCIA spécialité titane



Boccia Titanium
parure en titane...

Boccia, reconnu pour la fabrication des bijoux en titane pur identifiables à leur aspect gris, surfe sur les qualités de ce matériau moderne et naturel anti-allergique, robuste, léger, résistant à la corrosion, pour offrir des collections de belle facture, sophistiquées et ori-

ginales. Forte du succès de ce concept né en Allemagne, Boccia Titanium offre une très large gamme de bijoux, distribuée dans plus de 20 pays comme l'Allemagne, la France, l'Angleterre, la Russie, les Etats-Unis, la Belgique, la Hollande, l'Australie... ■

Saint Valentin chez Swatch

Pleine de charme, d'humour, et de fantaisie, mais à petits prix, Swatch pense à tous les amoureux ! Avec deux modèles : un rouge rubis, sur le cadran duquel l'amour naissant émerge d'une rose écarlate. Un rose, avec un lapin dont les oreilles se rejoignent en cœur. 45 € ■



Swatch Love Collection 2012 - 45 €



ARTHUS-BERTRAND
ACCOMPAGNE TOUS LES BONHEURS DE LA VIE

*La vie est marquée par des
moments heureux qui restent à
jamais gravés dans nos cœurs.
Ces moments, Arthus-Bertrand*



*connaît l'art de les rendre précieux
et de leur donner vie pour toujours.
Un savoir-faire unique transmis
depuis six générations!*

Arthus-Bertrand
DEPUIS 1803
PARIS



Top Marques à Macau



Salon Top Marques

Après 9 ans de succès à Monaco, Top Marques, le salon qui associe la haute horlogerie et les supercars, s'exporte à Macau : une réussite ! Les Chinois, sen-

sibles aux produits de luxe européens, n'ont pas boudé leur plaisir, et ont admiré, essayé, et acheté les montres comme les voitures de luxe. ■

Diesel

Des boîtiers surdimensionnés, en polycarbonate noir, cuir brun, céramique blanche, ou acier inoxydable, des index spectaculaires avec trois chiffres : 2, 3 et 4 démesurés ; cette nouvelle collection de Diesel ne manque pas de caractère.

Toutes de noir vêtues, avec aiguilles rouges, ou plus raffinées en céramique blanche, elles existent en plusieurs tailles et en version chronographe, mais affichent leur différence dans une version XXL de 67 mm de diamètre. ■



Diesel - DZ 4210 - montre acier brossé



Diesel - DZ4209 - montre acier - chronographe



Swatch contre tous

Swatch Group pourra réduire les livraisons de mouvements horlogers et d'assortiments dès 2012, le Tribunal administratif fédéral (TAF) ayant rejeté vendredi 16 décembre les recours déposés par neuf sociétés horlogères suisses. Depuis plus de 20 à 30 ans, Swatch est le fournisseur de

mouvements mécaniques et de composants pour la majeure partie de l'industrie horlogère suisse. Malgré son partenariat historique, Swatch aimerait réduire sa distribution de mouvements et de composants, et les réserver à ses marques. Neuf entreprises s'opposaient à la décision de la

Comco d'autoriser Swatch à réduire son approvisionnement en composants. Contrairement à ses positions habituelles, la Comco (la commission gouvernementale Suisse de la concurrence) a immédiatement accordé au groupe Swatch la possibilité de réduire l'approvisionnement jusqu'à 30%, contraignant les petites manufactures à trouver d'autres fournisseurs, ou de développer ses propres calibres.

« Il n'y a pas une seule autre industrie où une entreprise approvisionne des composants clés à des tiers qui ren-

trent ensuite directement en concurrence avec elle » a rappelé Nick Hayek président du groupe Swatch. En outre, l'industrie horlogère a toujours été organisée horizontalement, toutes les manufactures achetant leurs composants aux mêmes fournisseurs. Pendant que plusieurs marques indépendantes accélèrent leurs plans de développement et de production, d'autres cherchent de nouveaux fournisseurs pour 2013. A suivre en 2012, la saga de Swatch contre tous. ■



Fiana

J O A I L L E R I E

Rendez-vous au **Salon Print'Or**
du 29 au 31 janvier 2012
Hall 6 Stand F68-G67



www.fiana.fr

31, rue Paul Chenavard - 69001 Lyon - France
Tél. +33 (0)4 78 28 91 95 / Fax +33 (0)4 78 28 85 63

Le printemps japonais de Morganne Bello



Morganne Bello - bague hanae 8 trefles

Hanae, la nouvelle collection de Morganne Bello est aussi raffinée qu'un jardin japonais. Elle fleurit de 1 000 boutons élégants et discrets sur une monture d'or. Une ligne ravissante



Morganne Bello - collier semainier hanae 8 trefles pour une marque qui grandit. ■

Les automates de Jaquet Droz



des pièces extraordinaires, automates, oiseaux chanteurs... C'est l'occasion d'exhumer ses pièces de collections qui ont fait la renommée de la marque, au

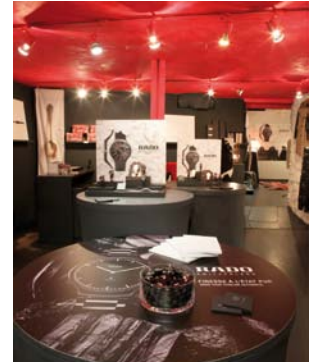
Jaquet Droz replonge dans ses racines, à l'époque du siècle des Lumières, quand son génie horloger l'amenait à réaliser

XVIII^{ème} siècle. Elles voyageront jusqu'en Chine, avant d'être les vedettes d'une exposition à partir de mars prochain. ■

Rado Céramique extra plate

Rado a présenté sa collection de montres extra-plate en céramique noire et blanche.

Sa grande ouverture, son cadran minimaliste, ses longs index en or, sa lunette sertie ou non, en font un exemple de raffinement et d'élégance, pour homme comme pour femme. ■



La céramique, une valeur sûre chez Burberry



Le célèbre tartan Burberry, le Shimmer Check, est révélé cet hiver sur un motif en céramique, en blanc ou noir. Un élégant emmaillement brillant et mat, dans une matière qui a fait ses preuves. ■

Chance of Peace

En ces temps si perturbés, laissons malgré tout, une chance à la paix. C'est le sujet de la dernière création de Clara Halter, sculptrice reconnue, qui a fait de la paix universelle le cœur de son œuvre. Réalisée pour Mauboussin, le joaillier qui a fait de l'amour le credo de ses sources d'inspiration, cette pièce en argent décline le mot paix en 14 langues.

« Chance of Peace » 85 € ■



Chance of Peace - Dessiné par Clara Halter pour Mauboussin - pendentif en argent, déclinant le mot Paix en 14 langues - 85 €



MAREA
barcelona



MAREA : plus de 1.200 montres étanches de 19€ TTC à 69€ TTC

Rendez-vous au salon PRINTOR stand F72 Hall 6 du 29 au 31 Janvier

Retrouvez la collection sur www.marea.fr Pour toutes infos et Contact : 04.99.63.78.09 info@marea.fr

Swarovski revisite les années 60



Swarovski - PARTY - Collier

La nouvelle collection printemps/été 2012 est une ode aux références vintage. Elle se pare de tonalités pastel, de ballons éclatants, d'impressions florales typiques des années 60.



Swarovski - RIBBON - Collier

Dans une ambiance festive et glamour, elle décline tous les thèmes et les couleurs de ces années insouciantes. ■

Un trésor aux enchères



Rien n'était trop beau, rien n'était trop cher : les bijoux d'Elizabeth Taylor en vente chez Christie's à New York, se sont arrachés lors d'une soirée d'enchères historique et passionnée, marquée par plusieurs records et des prix souvent dix fois supérieurs aux estimations. Elle a rapporté en quatre heures 115,9 millions de dollars.

Van Cleef & Arpels, Cartier, Bulgari, autant de grands noms qui retracent l'histoire de l'extraordinaire collection de Joaillerie possédée par l'actrice de légende. La vente du patrimoine d'Elizabeth Taylor a permis de revoir ses magnifiques bijoux et ses parures exceptionnelles, offerts pour la plupart par Richard Burton, au rythme de leurs amours tumultueuses. La bague la plus célèbre d'Elizabeth Taylor, un diamant de 33,19 carats que l'actrice portait presque tous les jours, cadeau là encore de Richard Burton, s'est envolée pour 8,8 millions de dollars, un record mondial par carat pour un diamant incolore. ■

Swatch

Quand on aime, on ne compte pas



Swatch - Collection Blum

Une vente exceptionnelle s'est déroulée à Hong Kong ! Une collection unique de 4 363 montres Swatch, a été vendue aux enchères à un important collectionneur de Chine continentale, pour

la somme exceptionnelle de 51 millions de dollars de Hong Kong, soit 5 millions d'euros.

Un événement qui est entré dans les annales. ■

Swatch Touch



Swatch Touch, une nouvelle collection colorée de montres avant-gardistes dotées d'un cadran grand écran LCD avec une zone tactile tenant lieu de bouton-poussoir. Inspirée des rythmes urbains, des sons électroniques et des riders surfant sur la neige elle pro-

pose un accès tactile à six fonctions numériques : l'heure (2 fuseaux, t1 & t2), la date, le chrono, l'alarme, la minuterie et le son.

Les plus grands chiffres sur les écrans des Swatch Touch 2011 indiquent les secondes. Une lecture digitale plus que ludique à 110 €. ■

BOCCIA®

TITANIUM



TITANIUM & DIAMONDS

Albane Rosset-Gaulejac marque le marché de son empreinte

A la tête de la marque *Les Empreintes de Rosset-Gaulejac*, Albane Rosset-Gaulejac s'épanouit dans le monde du bijou personnalisable depuis 2005. Un créneau à forte valeur ajoutée qui fait de ses créations, et plus particulièrement ses médailles, des bijoux uniques.



Bague Rainbow argent plus 8 saphirs - 285€

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Quelles ont été vos grandes actualités autour des médailles personnalisables ?

Albane Rosset-Gaulejac : Nous avons décidé depuis peu de proposer des médailles déjà personnalisées en plus des personnalisables toujours en commercialisation. Comme les nouveautés : la «Tirette» de Canette, la bague Rainbow en argent, les Boulons et Ecrous en argent sertis d'un saphir. Compte tenu du prix de l'or, nous avons également décidé de proposer davantage de produits en argent. Pourtant, nous constatons que nos produits en or se vendent aussi bien que ceux en argent.



Boulon et Écrou en argent serti d'un saphir

L'augmentation de nos prix, due au prix élevé de l'or, n'a pas eu d'impact sur nos ventes de médailles.

L'OHB : Quelles sont vos nouveautés ?

Albane Rosset-Gaulejac : Pour ce qui est de la gamme « Empreintes » : la nouveauté 2012 est le «Galet de plage» personnalisable à porter en collier, en porte-clés ou à poser comme Presse papier. Nous en avons beaucoup d'autres tout aussi amusantes mais sortir un nouveau bijou demande toujours du temps et d'investissement ; il faut donc faire des choix.

L'OHB : Nous avons vu fleurir de nombreux sites qui proposent des produits similaires aux vôtres à des prix beaucoup plus compétitifs, comment gérez-vous cette concurrence ?

Albane Rosset-Gaulejac : Nous la gérons très bien dans la mesure où nous les considérons comme de la concurrence indirecte. Leurs prix

restent bas car ils ne proposent pas la même qualité que la nôtre. Nous avons un taux de retour quasi nul avec un prix de départ à 99 euros prix public pour les médailles, gravures recto-verso comprises. Nos bijoux continuent de remporter un franc succès auprès d'une clientèle à la recherche de produits de valeur. ■ L.L.



Galets de plage plaqués argent ou or 120€ gravures comprises.

Les « Empreintes » & l'export

A ce jour la marque exporte en Belgique, en Allemagne, au Luxembourg. En Allemagne, dès 2012, le développement et la partie création s'accroissent et se diversifient. En Espagne, la crise et les difficultés auxquelles sont confrontés certains distributeurs espagnols ralentissent considérablement les choses. Nous espérons trouver une autre alternative d'ici 2012.

**B
E
C
K
E
R**



www.medaillesbecker.com

LES MÉDAILLES

Paris depuis 1903

SAGA - 72 RUE DES ARCHIVES - 75003 PARIS - Tel : 01 48 04 79 00 - Fax : 01 48 04 76 15

E-mail: medaillesbecker@orange.fr

Boccia titanium

L'excellence du titane

Cette année, les collections montres et bijoux en titane pur surfent sur la tendance en faisant alliance avec la céramique et les couleurs !



montres de la collection
Feel Good Factor

En 2012, Boccia, spécialiste des montres et bijoux en titane pur continue d'innover en renouvelant ses collections. La couleur fait son entrée dans la collection THE FEEL-GOOD FACTOR avec pour les dames de jolis bracelets en cuir italien, noisette, gris foncé ou vert olive et d'autres en titane et céramique noire ou blanche dans la collection BOCCIA TITANIUM.

Ces nouveaux modèles gardent les qualités intrinsèques au titane : agréables à porter, antiallergiques, incroyablement légers tout en étant robustes.

Cette nouvelle collection à prix très doux de 49 € à 259 € permet à Boccia de rester au top des marques de montres pour la 7ème année consécutive, en Allemagne. Dans ces collections 2012, signalons également la parution de **bijoux en titane noir de la ligne Black Matt**



montres femme en céramique blanche ou noire

masculine, au design sobre et élégant.

Ces bijoux en titane pur aux lignes contemporaines constituent une alternative intéressante par rapport aux bijoux en or.

D'autant que Boccia a maintenant une maîtrise de l'utilisation du titane qui lui permet d'innover sans cesse en terme de design et de traitement des surfaces. ■

M.T.

k.sign@orange.fr



bracelets et pendentif de
la ligne Black Matt

LES 10 ANS DE synalia

La célébration de l'audace et du progrès

Depuis sa création en 2002, Synalia confirme sa position de groupe leader de bijoutiers et horlogers en France. L'intégration des nouvelles attentes de la clientèle, une vision moderne du métier de bijoutier et une stratégie d'actions marquantes sont les facteurs clés de ce succès.



2012

+ d'ambition.

De nouveaux projets à découvrir...

2011

+ d'offres produits et d'exclusivités.

Nouvelles collections en or 375‰ et en argent dans l'offre de la Centrale d'Achats.

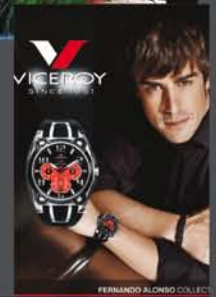
+ de services.

Lancement du e-commerce Julien d'Orcel.

2010

+ de différenciation.

«FUZ», 1ère marque propre en montres de couleurs. Distribution exclusive des marques «Delidiam's» et «Les Filles naissent dans les Roses».



Dès 2009

+ de partenariats.

Julien d'Orcel avec Miss France, Heure & Montres avec André Manoukian. Distributeur exclusif des montres «Viceroy».



2008

+ de communication et de performance.

1ère campagne TV pour Julien d'Orcel et La Guilde des Orfèvres

Depuis 2005

+ de modernité.

Nouveaux concepts de magasins La Guilde des Orfèvres, Heure & Montres et Julien d'Orcel (primés aux Janus de Commerce)

2002

+ de puissance.

Création du groupe Synalia

4 enseignes complémentaires • 270 associés • 440 points de vente



Email : contact@synalia.fr • Tél. 01 55 33 23 00

Michael Kors lance sa première ligne de bijoux

Fort du succès de ses lignes de montres, Michael Kors, créateur de talent, homme de mode aimant le luxe, l'or et les pièces volumineuses, lance sa collection de bijoux en partenariat avec le groupe Fossil.



Michael Kors - Bague plateau en écaille et métal doré - 85 €

l'idée de leur offrir, grâce à cette collection, une nouvelle occasion de compléter leur garde-robe.

L'OHB : Quels sont les matériaux utilisés pour les lignes de bijoux Michael Kors ?

Michael Kors bague ceinture dorée 45 €

Dorothée Beauvois : Les bijoux de la collection Michael Kors sont composés de métal au placage doré, de bois, de cuir, ou d'acétate façon tortue ou corne, tout comme les lignes de montres. Designer de talent, au fort tempérament, Michael Kors n'hésite pas à mixer les matériaux chics et élégants sur des pièces pouvant être portées aussi bien pour flâner que pour danser en boîte de nuit. Ses créations peuvent et même doivent se porter en toutes circonstances !

L'OHB : Quelles sont les couleurs à l'honneur cette année ?

Dorothée Beauvois : L'or et le nude sont très présents dans toutes les collections Michael Kors, en couture comme en bijouterie ou en horlogerie. Ce sont des couleurs qui se fondent avec la carnation, qui pro-

longent le doré d'une peau, qui habillent le corps comme une seconde peau.

L'OHB : Quels sont les points forts de votre collection de bijoux ?

Dorothée Beauvois : les chaînes, en bracelet, collier et même en bague. Les gros volumes, les bagues imposantes associées avec de l'acétate façon écaille, tout comme les bagues gourmette.

Les bijoux se superposent, se portent ensemble, et s'accumulent au poignet comme au cou dans un formidable motif baroque.

Portés seuls les bijoux savent se faire plus discrets pour une touche plus féminine.



Michael Kors - Bracelet maille en métal doré- 85 €

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Comment décrivez-vous vos bijoux ?

Dorothée Beauvois, Chef de produits des Collections Michael Kors montres et bijoux chez Fossil : Les bijoux Michael Kors s'inscrivent dans la même veine que ses montres. Pour sa première collection, Michael Kors a souhaité une collection exclusivement féminine, reflet du style de vie Jet Set de sa marque. Il en apprécie les formes généreuses, qui savent mixer les matériaux chics et élégants. Michael Kors a longtemps considéré les accessoires comme un révélateur de style pour une femme. Il est enthousiasmé par



**La
Belle
Vie**

Il ne suffit pas d'ajouter des années à la vie,
mais, de LA BELLE VIE aux années.



Bijoux argent rhodié
925 millièmes

44, rue Pastourelle - 75003 PARIS - Tél 01 42 78 82 03
lbvfrance@hotmail.com - www.bijouxlabellevie.fr



Michael Kors - bracelet écaille - 95 €

montre Michael Kors surdimensionnée façon boy-friend
et les multiples bracelets du créateur sur le même poi-
gnet. Ils peuvent bien sûr se porter indépendamment,
pour un look plus sage en journée, mais tout aussi féminin.

L'OHB : A qui s'adresse les bijoux Michael Kors ?

Dorothee Beauvois : Aux femmes modernes, actives qui
aiment les belles choses, le luxe et la vie de vedette
mais tout en sachant rester simples.

Les bijoux Michael Kors, comme le reste de ses collec-
tions se portent avec aisance, se jouent des codes, et
se comportent en vedette ! ■

N.K.

**Kit de 20
médailles
d'or 9 ct.**



ARGYOR
DEPUIS 1954

Renseignez- vous
0800 90 22 76
(appel gratuit, lundi au vendredi, avant 15h) Interlocuteur français
export@argyor.com

*Michael Kors
bague boule dorée
85 €*



*Michael Kors
bague ceinture argentée*



Michael Kors - bracelet maille - 120 €



Caplain Diamant
DEPUIS 1823 • PARIS

www.caplain-saint-andre.fr

Présent au salon PRINTOR LYON
du 29 au 31 janvier 2012
Stand A14 - B13

Fiana joaillerie modernité et élégance

En peu de temps, FIANA a su trouver une très bonne notoriété chez le détaillant en quête de bijoux innovants, mais à la fois traditionnels.



BO en or blanc 750‰ de 4.12g et 0.10 ct de diamants

Depuis 2005, Fiana, marque française, a su développer une identité : les designers de la marque revisitent les bijoux de tradition française en leur apportant une judicieuse touche de modernité. Une alchimie qualitative appréciée par les détaillants, car la marque est présente dans plus de 500 points de vente et continue son développement.

Fiana propose également un service complémentaire de fabrication de « pièces uniques » à la demande.

Une large offre de bijoux en or 750 millièmes

Bagues, colliers, pendentifs et boucles d'oreilles, s'assemblent dans une élégante unité et unicité où chaque bijou est à la fois indépendant et s'accorde aussi dans de magnifiques parures. Le détaillant y trouvera un intérêt certain dans une vente complémentaire.

Or blanc, rose ou jaune et diamants, lignes épurées, ambiance chic ou décontractée, les lignes FIANA s'harmonisent à la tenue du jour ou de soirée, mais dans tous les cas, le bijou se remarquera par sa discrétion.

La marque a su trouver une délicate sobriété des lignes et des couleurs uniques des pierres précieuses, sans oublier le diamant présent dans toutes les gammes.

L'emblème de Fiana est « La Fleur du bonheur », symbole de beauté et de joie éternelle et inspirée d'une ville exotique appelée « Fianarantsoa », au sud-est de Madagascar.

La gamme « Moderne »

FIANA explore d'autres dimensions dans cette ligne « Moderne », une collection inspirée du modernisme épuré, caractérisée par la simplicité et la douceur. Ces bijoux se marient aussi bien à l'élégance d'une tenue de soirée qu'au style décontracté du quotidien. Un carré d'or blanc adouci par des formes plus rondes rehaussé de quelques diamants pour plus de lumière.

Boucles d'oreilles, collier simple et double, bague solitaire, une collection pétillante de vitalité où le carré s'arrondi légèrement pour encadrer la rondeur. ■

D.P.

www.fiana.fr



Collier double en or blanc 750‰ de 4.36 et 0.06 ct de diamants.



Collier simple en or blanc 750‰ de 5.38g et 0.08 ct de diamants



6, rue des papetiers - 38307 BOURGOIN Cedex
Tél. : (33) 04 74 43 81 - Fax : (33) 04 74 28 23 69 - www.thabora.com

Thabora ▲

Montres MAREA

Une centaine de nouveautés à découvrir sur PRINTOR LYON

Retrouvez MAREA sur le salon PRINTOR Lyon du 29 au 31 Janvier ; stand F72 Hall6.



5ATM 49 €

« Avec plus de 1200 modèles au catalogue, peu de marques dans ce segment sont capables de rivaliser »

PRINTOR fête ses 20 ans lors du prochain salon à Lyon, l'occasion pour MAREA de présenter une centaine de nouveautés, une grande fête de couleurs et de styles pour ces montres à prix très compétitifs. Avec plus de 1200 modèles au catalogue, peu de marques dans ce segment sont capables de rivaliser : 19 € à 69 € pour des montres étanches 5 ATM en majorité, garanties 2 ans.

Implantations et ventes en pleine croissance

MAREA qui poursuit son implantation en France, est en avance sur ses prévisions. L'accueil et l'enthousiasme des détaillants confirment l'engouement de leurs clients pour ce type de montres, aux modèles si variés que chacun peut trouver le produit adapté à l'envie du moment. Il est même difficile de résister à la tentation d'achat... d'une deuxième montre - autre couleur, autre forme - qui correspond parfaitement à la tenue sportive du week-end de Monsieur ou à l'autre ensemble de Madame.

Les détaillants sont séduits par le choix des modèles et les prix publics, et constatent un volume de vente important dès la première implantation.

Des montres FLUORESCENTES



Montres MAREA Fluor : Nineteen (5 ATM et 19 € TTC) et 35208 (5 ATM et 29 € TTC)

MAREA présente la montre à bracelet FLUORESCENT dans les gammes NINETEEN rondes à bracelet silicone élastique en tailles 14 cm et 16 cm et les NINETEEN Carrées aux bracelets de 16 cm et 18 cm toujours en 5 ATM et à 19 € TTC

Puis s'est invitée à la fête la 35208 une montre au mouvement Miyota 2115 (avec date) 5 ATM, et au bracelet silicone, fermoir à déployant et au prix public de 29 € TTC

Grand succès auprès du public jeune et branché qui souhaite porter un produit tout à fait TENDANCE surtout la nuit tombée et dans les discothèques, fêtes et soirées, tout un programme festif et étonnant avec ces modèles.

Montres double face



5ATM 39 €



Montre double face 3 ATM, Taille 44 x 35 mm, Boîtier métal épaisseur 13 mm, Bracelet silicone - 59 €

La nouvelle tendance est à la montre double face et MAREA l'a fait !
C'est une montre dont le boîtier présente deux cadrans : une face analogique, une face digital LCD avec alarme, chronomètre et lumière.
Un concept que l'on trouve habituellement dans des gammes de prix plus élevées. Pour 59 €, il serait difficile de s'en priver !

Une stratégie « gagnant-gagnant »

La politique de distribution mise en place par MAREA en France, qui a choisi le détaillant HBJO comme unique canal, refus des ventes sur internet et tout autre type de commerce, protège aussi les zones de chalandise de chaque commerçant, dans une stratégie gagnant-gagnant. Les points de vente sélectionnés ont tout à y gagner : des produits très tendances et des prix très compétitifs qui créent une demande et drainent des clients vers le point de vente concerné.



10ATM 29 €

De nouveaux modèles à découvrir sur PRINTOR Lyon

En ce début d'année, de nombreux modèles sont présentés, des gammes toujours étendues en couleurs et finitions, des nouveautés dans tous les styles autant en digital, aiguilles que double affichage, un festival pour les yeux, à des prix toujours inférieurs à 69 €.

Ce prochain PRINTOR sera l'occasion pour de nombreux détaillants, de découvrir la variété et la qualité des montres MAREA et de rejoindre le réseau MAREA. ■ DP.

Belles montres, bracelets montre et présentoirs Europa Bracelet

Du Comptoir Européen de Distribution du Cuir à Europa Bracelet et du bracelet montre à la montre et ses accessoires.



bracelets montres

L'entreprise installée précédemment à Graulhet (Tarn), place forte de la mégisserie en France, a d'abord été une fabrique de bracelets de montres de premier équipement.

En près de vingt ans, la société va étoffer son catalogue pour être maintenant un distributeur spécialisé sous le nom de Europa Bracelet.

Grand choix de bracelets montre

En spécialiste du bracelet montre Europa Bracelet propose des modèles en cuir, en peausseries véritables (crocodile, lézard, requin, buffle), également des modèles synthétiques (perlon, nylon, PVC, silicone, néoprène, scratch) ainsi que toute la gamme des bracelets acier du prestigieux fabricant allemand

Rowi. Vous pouvez également faire réaliser de petites séries de bracelets avec des marquages ou des finitions particulières.

Une nouvelle collection de montres



Montres FB Paris développées par Europa Bracelets

Par ailleurs, Europa Bracelet développe depuis cette année une collection de montres de belle facture d'une ancienne marque française remise au goût du jour sous le sigle FB Paris, entièrement dessinée et assemblée en France dans le Haut Doubs et distribuée en exclusivité auprès des HBJO sur des implantations exclusives.

Le SAV pour ces montres est également très rapide car réalisé sur place.

Un partenariat avec la Manufacture de mouvements d'horloges comtoise Vuillemin Philippe permet également d'avoir accès à un mouvement cage fer très original.

Gainerie et écrins de prestige

Vous trouverez également La gamme Wilhelm, célèbre fabricant allemand d'écrins, d'étuis et de gainerie de prestige ainsi que des produits d'entretiens spécifiques pour les HBJO et distribués à des prix très compétitifs.

Sans oublier une gamme complète de piles et de batteries à des prix défiant toute concurrence. (Maxell - Varta-Panasonic-Matsushita- Rayovac-Samsung)

Les professionnels peuvent commander directement ces produits, et bien d'autres sur le site : www.europabracelet.com

Ils bénéficient ainsi de la rapidité des technologies modernes, tout en conservant les moyens de paiements traditionnels. Aucun paiement en ligne, aucun traçage, ni de publicité ; protections et conservations des données sécurisées (CNIL)

Un numéro vert (Appel gratuit sera mis en place très prochainement)
Tél : 05 63 58 55 80 - 05 63 34 38 67
Fax : 05 63 58 55 81
Email : contact@europabracelet.com
Site : www.europabracelet.com ■ M.T.

Présent Printor, Lyon du
29 au 31 janvier 2012
stand E62 F61



CERANITY
pure ceramic

by PHEBUS 01 42 72 27 12

Auricoste

Renaissance d'une légende

Auricoste est le nouveau poulain de LEB, distributeur de renom des marques horlogères sélectives. Horloger de la marine depuis 1854, Auricoste appartient à la légende des montres militaires. Le propriétaire de la marque, M. Tordjman, est fier d'évoquer pour nous ce nom emblématique.



Auricoste
Type 20

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Quand l'histoire d'Auricoste a-t-elle commencé ?

M. Tordjman : La marque est née en 1854, quand Emile Thomas, horloger français de réputation incontestable dans le domaine des chronomètres de marine, crée sa propre maison.

Il est tellement talentueux, qu'il expose en 1854 à l'exposition universelle d'Anvers, puis en 1900 à Paris où il gagne la médaille d'or.

L'OHB : Le nom d'Auricoste est très lié à l'aéronavale française.

M. Tordjman : Au lendemain de la 2ème guerre mondiale, c'est l'époque des changements : la manufacture change de dimension, entame une collaboration fructueuse avec Patek Philippe, et installe un « réseau de l'heure » à bord des navires de la flotte militaire française. Puis en 1954, Auricoste équipe les unités aéronavales françaises d'une montre-chronographe à deux compteurs et d'une fonction fly-back.

Type 20

La Type 20 d'Auricoste, est une montre militaire mythique avec ses deux compteurs, ses fonctions chronographe et flyback.

Avec ses finitions luxueuses, boîtier en acier massif poli à la main, son bracelet en alligator, et son coffret en bois, la Type 20 respecte et perpétue la tradition horlogère suisse.

La type 20 nouvelle version est dotée d'un mécanisme d'exception : complication flyback et calibre Dubois Depraz

L'OHB : Quel est le nom de ce modèle ?

M. Tordjman : la Type 20. L'une des montres les plus mythiques de l'histoire horlogère.

Le ministère de la guerre avait lancé un appel d'offre pour cette montre. La concurrence s'est avérée rude, contre des marques comme Breguet, Dodane, Airain, Vixa, mais c'est Auricoste qui a remporté le marché avec une commande de plus de 2 000 pièces destinées aux navigateurs de l'armée de l'air française.

L'OHB : Quelles sont les lettres de noblesse de la marque ?

M. Tordjman : Dès 1961, Auricoste équipe de chronomètres les plus beaux navires de guerre : le porte-avions Clémenceau et le porte-avions Foch, puis le porte-hélicoptères



Auricoste Spirotechnique

Kit de 24 bagues factices
pour vente
or et diamant
190 €

ARGYOR
DEPUIS 1954

Renseignez- vous
0800 90 22 76
(appel gratuit, lundi au vendredi, avant 15h) Interlocuteur français
export@argyor.com

Jeanne d'Arc, sans parler des sous-marins nucléaires, et des frégates. Enfin en 2001, il équipe le porte-avions Charles-de-Gaulle.

Auricoste conserve encore aujourd'hui le titre envié d'Horloger de la Marine.

L'OHB : Quelle est l'actualité de la marque ?

M. Tordjman : En 2008, Auricoste a revisité son modèle « Type 20 », et propose une nouveauté la « Type 52 », dotée de 3 cadrans et d'un design très militaire. En 2012, la marque rajoute à son catalogue les montres de plongée spirotechnique. Auricoste-Spirotechnique est un tandem qui fonctionne depuis 20 ans pour la fabrication des montres des plongeurs de combat de la Marine Nationale.

Au fil des années, c'est toujours le même esprit qui prévaut chez

La Type 52

La Type 52 d'Auricoste possède trois cadrans, dont un totaliseur de temps à 6h, une réserve de marche de 42h, un perlage des ponts et de la platine, un système de protection incabloc, et une glace hésalite (pour éviter les bris de verre). Elle est dotée d'une complication fly-back, et d'un calibre Dubois Depraz.

Auricoste, garant de ses origines et de son histoire.

L'OHB : Les modèles Auricoste sont ils distribués en France ?

M. Tordjman : Nous avons choisi LEB pour s'occuper de la distribution sur le marché français. Fort d'une distribution sélective, et professionnel reconnu dans le milieu horloger, Louis Eric Beckensteiner est l'interlocuteur idéal pour prendre en charge une marque comme Auricoste. ■

N.K.



Aleta Stas et Nicole Faria,
ambassadrice de la marque

La manufacture Frédérique Constant

5 ans déjà

Le groupe Frédérique Constant a célébré le 16 juin 2011 les 5 ans de sa manufacture de Plan les Ouates, à proximité de Genève. Une véritable consécration pour ce groupe, créé il y a tout juste 20 ans par un couple passionné d'horlogerie : Aleta et Peter Stas.



Frédérique Constant
Runabout Moonphase or rose plaque

Les 5 ans de la manufacture, inaugurée en 2006, ont été l'occasion d'une grande fête organisée sous un chapiteau devant le bâtiment, en présence de plus de 300 invités, venus des quatre coins du monde. Distributeurs, détaillants, ambassadeurs de la marque, journalistes, collaborateurs du groupe, ils avaient répondu présent pour célébrer l'événement en grande pompe et fêter le succès des marques **Frédérique Constant** et **Alpina Watch International** lors d'une soirée mémorable que même une pluie diluvienne n'a pu troubler.

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Quelle était votre stratégie quand vous avez inauguré votre Manufacture en Suisse en 2006 ?

Aleta Stas : En 2006, nous inaugurons notre Manufacture. A cette époque, bien sûr, nous avons prévu une croissance significative de notre production... Mais personne n'aurait pu imaginer qu'elle aurait augmenté de 250 % en 5 ans ! »

L'OHB : Frédérique Constant est votre marque fétiche ?

Aleta Stas : En effet, quand nous avons décidé de lancer notre marque, il y a 20 ans, nous l'avons baptisée de l'association de nos deux noms, car c'était un projet très personnel. Ce succès de Frédérique Constant est le fruit d'un travail assidu et régulier, d'un investissement sans relâche depuis 20 ans.

L'OHB : Où êtes-vous implantés ?

Aleta Stas : la marque Frédérique Constant est implantée en France, mais également aux quatre coins du monde.

En Asie, la montre « Amour Heart Beat » dessinée par ShuQi la célèbre star taïwanaise, ambassadrice de **Frédérique Constant** pour la Grande Chine, ainsi que les actions caritatives que nous avons menées, nous ont ouvert les portes de cet immense marché.

Notre nouvelle ambassadrice, est indienne : Nicole Faria, Miss Earth 2010 et Miss India 2010. Avec elle, **Frédérique Constant** confirme sa présence en Inde, et son engagement pour les projets environnementaux dans lesquels Nicole Faria est très impliquée.

L'OHB : Quelles sont vos dernières créations ?

Aleta Stas : Les 5 ans de la manufacture ont été l'occasion de lancer une montre commémorative pour chaque marque du groupe :

- **Le Tourbillon Manufacture en or rose** avec un cadran unique en émail blanc dit « Grand Feu », limité à 188 pièces pour **Frédérique Constant**.

- **la Starlimer Pilot Manufacture pour Alpina**, en or rose, limitée à 888 pièces.

L'OHB : De quoi êtes-vous la plus fière ?

Aleta Stas : Nous avons créé autour de nous la famille Frédérique Constant. Plus encore que la satisfaction générée par le travail accompli, c'est la fierté d'avoir participé à une aventure humaine et horlogère, et d'avoir fédéré autour de nous les membres de l'équipe Frédérique Constant. ■ N.K.



BASELWORLD

THE WATCH AND JEWELLERY SHOW
MARCH 8 - 15, 2012*

* LE SALON MONDIAL DE L'HORLOGERIE ET DE LA BIJOUTERIE



BASELWORLD.COM



Le renouveau de Diesel

La fille « Diesel » a bien grandi

Fini l'excès de bling-bling, d'or et de coutures apparentes ! La griffe italienne a changé de cap pour un renouveau réussi, que l'on retrouve également dans les collections d'accessoires. En 2011 l'objectif de la marque était de repositionner la consommatrice « Diesel », vers une version plus assagie que celle qu'on lui connaissait.

Bien sûr les accents rock ne sont pas gommés, mais l'icône Diesel doit être dotée de nouvelles qualités : courageuse, drôle, et sexy. Fini les slogans qui diminuent la femme « Diesel », il était temps de monter en gamme et d'entamer une ascension luxe avec des lignes résolument féminines.

Les collections de bijoux et de montres de la marque, ne peuvent que sortir grandies de cette nouvelle stratégie.

Quant aux collections Diesel pour hommes, elles s'inspirent de l'univers militaire, des codes de l'armée. De grandes ouvertures pour les montres aux boîtiers surdimension-

nés, des accessoires au caractère bien trempé, en polycarbonate noir, cuir brun, céramique ou acier inoxydable pour un look viril.

Dans le même esprit, le total gun-métal, est particulièrement apprécié avec des montres dont les boîtes et les bracelets sont intégralement recouverts de placage gris. Les bijoux pour hommes sont des signes d'appartenance à un groupe et racontent des aventures de braves entre totem militaire, et naufragés d'une île perdue. Les pionniers ayant découvert des débris d'avion, Diesel s'en est inspiré pour créer des bijoux en acier poli brossé, en corde, câble, alliage de cuivre et zinc. Un excellent fil



rouge, pour donner aux hommes Diesel une dimension d'aventuriers et de sauveurs du monde.

Des collections cohérentes parfaitement réussies dans un univers Diesel homogène, chargé de codes valorisants. ■ N.K.



A ♣



L'OFFICIEL
Horlogerie & Bijouterie

**Club des
REPRESENTANTS**

Jouez la bonne carte !

A ♣

Rouge Passion

L'amour s'exprime en rouge ! C'est sa couleur : pleine de panache, lumineuse, spontanée, émouvante, flamboyante ! Mais c'est aussi en rouge que l'on déclare sa flamme.

Aidé d'un bijou, d'un cœur, d'un serment, il existe 1 000 façons de prouver sa passion, son intérêt, son amour, 1 000 manières de susciter cette émotion si magique.

Reminiscence - collier médailles cœurs



Swarovski
Alana - pendentif cœur en cristal



Susie Otero
bague cœur - diamants et rubis



Swarovski
Roxane - bo cœur rouge en cristal



Michael Kors
Pendentif cœur en cristal 65 €



Manège à Bijoux
bracelet onyx et diamant 0.10 carat 164 €



Swarovski
montre Citra Sphere heart en cristal



Gay Frères
bague en or blanc et diamants, griffes finition cœur 2 930€



Diamee
bague en or blanc ToMee sertie d'1 carat topazes rouges Swarovski Gems



Marc By Marc Jacobs
Montre de poche cœur



Swatch
Montre de poche cœur
by Jérémy Scott



Frédérique Constant
montre à cœur ouvert



Marc By Marc Jacobs
Montre rouge



Zadig & Voltaire
montre en acier,
cadran rouge



H Gringoire
½ alliance en rhodolites



H Gringoire
bague « Just for you » en or
blanc pavé de diamants



Freelook
Montre aquamarina
cadran rouge, lunette
sertie de cristaux rouges



Dalia
Bague cœur



H Gringoire
alliance cœurs or blanc
pavé de diamants

Un serment teinté de rouge, un cœur que l'on accroche au poignet, au cou, que l'on passe à son doigt, un motif caché dans les méandres d'un dessin, une montre flamboyante pour compter le temps à deux, autant de moyens ingénieux et très beaux de déposer son amour au pied de l'élue de son cœur.

Les créateurs ne relâchent pas leur énergie, et imaginent sans cesse de nouveaux sujets, de nouveaux motifs délicats pour un amour naissant, chargés de fantaisie pour un amour plein de rires, explosifs pour une passion dévorante !

Chance

De nombreux symboles de chance émaillent notre quotidien.

Tels des petits porte-bonheur, ils véhiculent tous les espoirs de plaisirs, de bonheur, et de joie. Ce sont des passeurs d'émotion, des diffuseurs de chaleur qui illuminent chaque geste et chaque moment de l'existence.

Utilisés pour certains d'entre eux depuis la nuit des temps, ils repoussent le malheur, et les écueils.



Giorgio Martello
BM argent rhodié sertis
d'oxyde de zirconium
239 €



Plata Pura
« quelle chance de t'avoir
rencontrée!! »- bracelet en
argent sur cordon
42 € TTC



Henri J Sillam
Pendentif oeil porte bonheur,
en or, turquoise bleue 0,44ct, 24
diamants 0,12ct H/vs, or blanc
1 080€



Henri J Sillam
pendentif porte bonheur
Pendentif « main de Fatima »
grand modèle - 55 diamants
0,28ct G/vs - Or blanc
1790€



Xavier de Fraissinette
bague en or blanc pavée de diamants
sur trois feuilles, sur le coeur et sur
la signature papillon
11 800 €



Reminiscence
sautoir « Etoile » en argent



Diesel
bague Chouette
laiton sertis de cristal
35,90 €



Fossil
bracelet en acier - clef
39,90 €



Eliott
pendentif trèfle à 4 feuilles



Swarovski
charm's - Trèfle



Poiray
Trèfle - pendentif en or
blanc serti de diamants



Augis
bracelet trèfle à 4 feuilles



Van Cleef & Arpels
Alhambra vintage - bague or rose



Follie Follie
Bague plaqué argent,
cristaux blancs
65€



H Gringoire
bague en or blanc et diamants
290 €



Cobra
Bracelet étoiles et lunes
cuir et argent

Un trèfle à quatre feuilles, si difficile à trouver dans un champ, une incantation, un message protecteur gravé sur une plaque d'argent, un fer à cheval, une patte de lapin, un œil protecteur, la main de Fatima Autant de symboles dont on ne se lasse pas, qui alimentent notre imaginaire, et agrémentent notre quotidien. Les designers l'ont compris, et cherchent 1 000 façons de les transformer en bijoux élégants et de les adapter en bracelets ou pendentifs. En breloque tintinabulante autour de poignet, en pendentif pavé de diamants, en bague Pour éloigner le mauvais œil ! Succès garanti !

Captain Saint Andre
collier 3 ors, breloques
cubes et cailloux d'or
3 200 €

Bal de promotion

É vénement
majeur dans
une vie qui

commence, le bal
de promotion est
l'occasion de porter
ses premiers bijoux
pour accessoiriser
une robe de bal.

Le rose ou les tons
pâles sont souvent
de rigueur pour ne
rien surcharger et
laisser place à une
beauté naturelle.

DKNY
montre New York - en acier
PVD, boîtier forme tonneau
99 €



Swarovski
*REGENCY - Bracelet cristaux
sur ruban parme*



Freelook
*Montre Nude- Aquajelly rose
bracelet et cadran roses, lunette
ornée de cristaux roses
179€*



Mathon
Lilas - bague en tourmalines roses

Swarovski
*ROSETTE - long earrings
cristaux aux tons pastels
entourés de métal perlé*



Georland
*Collection SILK ROAD
Pendentif MADIVA
quartz rose*



IL
*bague en or montée sur une
chaîne en or blanc, améthyste*

Burberry
*Nude - montre plaqué or rose,
côtés de la boîte sertis de diamants
bracelet en alligator couleur chair,
boucle déployante
2 495 €*





La belle vie
parure quartz rose



Morganne Bello
Hanae - Bague 8 trèfles en
pierres fines sur or jaune



Reminiscence
bague de princesse
boule de quartz facettée



Morganne Bello
bague coussin jade
rose sur or jaune

De Ville
montre en acier, quartz
1 600 €



Boccia
montre acier



Omega
montre Constellation en
rouge brossé avec un cadran
pavé de diamants, mouvement
automatique, Certifié chronomètre,
réserve de marche : 60 heures



Fossil
montre mauve

Un peu de quartz, du jade rose, quelques diamants, de l'or rose, des couleurs fondues pour agrémenter une carnation rosie par l'émotion, et le tour est joué.

Les montres sont sobres, les bijoux ne sont pas trop imposants, mais les créateurs connaissent la juste mesure pour rendre brillant les diamants et autres gemmes. Des bijoux d'importance pour ouvrir une saison de festivités, et de gaité.

Bleu vinyl

Swarovski
RUPTURE Pendentif
et bracelet



Swarovski
ROTONDE Bracelet blue



Piaget
Collection JAZZ Boucles
d'Oreilles BLUE NOTE Topaze



MAREA
29 €TTC, 5 ATM, Taille 52 mm



H Gringoire
½ alliance topazes bleues



H GRINGOIRE
pendentif or blanc
et topaze bleue



Fossil
bracelet avec perles
de résine turquoise
27,90 €

Le bleu Vinyl, un bleu unique, concentré de nostalgie, de formica et de céramique, si chers aux années 60.

Un bleu qui a tapissé tant de cuisines, et bercé le quotidien de tant de personnes !

Fossil
collier en perles de
résine turquoise
37,90 €





La belle vie
parure composée de bo,
bague, collier en or et
calcédoine bleue



Fossil
montre bleue

Un bleu délicat, un peu poudré, dont on retrouve la texture dans certaines algues marines, quelques topazes incroyables, et des turquoises improbables. Un bleu nostalgie qui habille l'hiver et les frimas et se marie bien avec les teintes froides et glacées.



Marea
montre bleue - lecture digitale,
acier, bracelet cuir



Morganne Bello
sautoir bleu lavande
jade bleu et or



Mathon
Collier bleu - pierres de lune
et diamants sur or blanc



Marea
montre bleue en silicone,
bracelet et cadran bleus



Morganne Bello



Fossil
montre acier, cadran bleu

Un bleu que l'on adopte au cou, aux oreilles ou au poignet dans un ravissement frileux et que l'on porte avec beaucoup d'émotion.

L'heure digitale

Tissot
Racing Touch T - montre en acier - 11 fonctions dont un chronographe, une boussole et un indicateur de marée



JC/DC
montre en silicone noir



L'affichage digital est de retour, il occupe dorénavant une place incontournable dans toutes les collections de montres. Les montres dotées d'un affichage digital se portent comme une sculpture, habillent le poignet avec une pointe avant-gardiste qui ne sera pas sans plaire aux plus branchés.



Swarovski
D Light white
bracelet pavé de cristaux Swarovski



Tissot
Racing Touch Lady
en acier, cadran nacré

ODM
Montre blanche



Swatch Touch
Montre Camouflage - acces tactile à six fonctions numériques : l'heure, la date, le chrono, l'alarme, la minuterie, le son
boîte plastique, écran noir chiffres dorés, bracelet silicone
110 €



Adidas
Candy - montre en polyuréthane, cadran bleu
49 €



Adidas
Peach Tree - montre en polyuréthane, cadran rouge 49 €



Starck
Montre en aluminium date, alarme, chronographe 150 €



Junghans
montre en acier brossé



Adidas
montre en silicone



Marea
montre en acier bracelet cuir



Diesel

Racé, moderne, et chic, il joue la carte sportive avec des montres comme Adidas, la carte chic avec Marc Jacobs, ou la carte vintage avec Junghans qui n'en finit pas de relancer sa Mega Futura.

Un plaisir pour les yeux, et un accessoire indispensable pour tout amateur d'horlogerie high tech.



MAREA
39 € TTC, 5ATM, Taille 42 x 35mm



Marc by Marc Jacobs
montre en aluminium



Starck
Montre à boîtier flottant en acier sur bracelet en polyuréthane, double fuseau horaire, alarme, chronographe, minuteur 170 €

Bijoux

de saison

Opéra Rock

Swarovski
pendentif Skull

Swatch
pendentif skull,
noir sur cordon

Un peu rocker,
un peu artiste !
La tendance
Opéra-Rock prédo-
mine en ce moment.

Les bad boys et bad
girls en puissance y
trouvent leur style,
sans trop s'enca-
nailler pour autant.

Un style noir, mais
chic, pour les forts
caractères !

Swarovski
pendentif Screw

Alpina
montre avalanche extrême
en acier, PVD, bracelet
silicone, cadran noir, index
et lunette sertis de diamants
2200 €

Swatch
montre noire, cadran
tête de mort

Michael Kors
bague maille
55 €

Diamee
Alliance noire, avec
pierres Swarovski Gems,
serties sur or noirci

Diesel
bague rock - Plane
en acier poli brossé
69,90 €

ODM

montre en silicone noire - affichage digital à
mouvement réversible (se porte dans les deux sens),
boîtier avec quart de cercle en acier incrusté de pierres
Swarovski, avec ses fonctions bip horaire, système
économiseur de batterie, taille du boîtier 45x45mm,
largeur du bracelet 30mm - 119 €



Diesel - Island
pendentif en cuivre et zinc
59,90 €



Emporio Armani
boutons de manchettes
en acier
109 €



Michael Kors
montre en céramique
noire et acier
249 €



Zodiac
Sea Wolf - chronographe à quartz, en
acier et titane, cadran carbone et LED
795 €



Dodane
montre en acier
TYPE 23



Diesel
montre en acier noir,
cadran en cristaux noirs
149 €



Emporio Armani
bracelet en acier
149 €



Fossil
bracelet cuir et
plaque gravée en acier
25,90 €



Fossil
bracelet cuir attaches acier
49,90 €



Freelook
montre noire
349€



Rochet
pendentif en acier
et céramique

Le diamant noir, la céramique, l'or noirci, l'argent et le cristal noir sont parfaits pour exprimer cette nouvelle tendance, où la mise en scène et les volumes sont essentiels.

Le style militaire revisité est également de mise, avec des clins d'œil aux modèles mythiques, et aux plaques militaires.

A détourner sans complexe !

Spoutnik

Spoutnik, un mot évocateur, qui renvoie à la période de la conquête spatiale, cette décennie effervescente où les spationautes russes envoyaient leurs objets volants dans l'espace.

Des boules, des disques, des plateaux, autant de formes délicieusement vintage, qui rappellent les spoutnik russes, sphères volantes de 58 cm de diamètre qui tournaient autour de la terre en émettant un inquiétant bip-bip.

Swarovski
bague en cristal



Michael Kors
bo boule serties de cristaux



Captain St André
bague 3 ors mobile



Manège à bijoux
bague en argent et oxyde



Manège à bijoux
bo céramique et or jaune
116 €



H Gringoire
Bague boule - or jaune,
péridots et améthystes



H Gringoire
Bague Boule - or jaune
améthystes et aigues marines



Michael Kors
bague boule
85 €



Swarovski
collier en cristal





Fossil
Collier galet



Porsche Design
«P'6520 Compass Watch»
à partir de 5 500 €



Diesel
bracelet boule plaquée or rose, sertie
de cristaux, montée sur cordon
69,90 €



Marc by Marc Jacobs
montre de poche - Bubble
montre en aluminium, cadran
effet miroir, lunette concave et
index formé du logo Dreamy
229 €



Starek
montre minimaliste
cadran poli brillant,
bracelet en polyuréthane
150 €



Diesel
montre blanche,
lunette violette



Fossil
montre



Alexandra Ariche
bague bulle
en or et diamants



Diesel
bague boule en acier
sertie de cristaux
89,90 €



Mathon
Bague boule sur or blanc,
saphirs, aigues marines,
diamants.



Emporio Armani
bague acier motif en céramique
139 €



Emporio Armani
montre céramique

Maintenant les Spoutniks alimentent notre imaginaire et continuent à nous emmener dans l'espace, à la rencontre des peuples et des terres inconnues.

Les Spoutniks des créateurs, tels des soucoupes volantes, mais certaines moins risquées, conduiront leurs passagers au bout du monde, dans une explosion de pierres, de métal, de formes arrondies et élégantes. Pour un voyage spatial à toute épreuve.

Les alliances

Plus qu'un anneau, l'alliance a une valeur symbolique, et représente un engagement solennel, et le début d'une belle aventure.

Elle mérite d'être choisie avec le plus grand soin tant elle marque l'engagement d'une vie !



Lucien Pferzel
Alliance en platine brossé, sertie de deux diamants princesse noirs
2 781 €



Michael Kors
alliance cristal noir et blanc
65 €



Georland
Collection Rainbow
Bague Saphirs



Orest
Alliance tour complet en platine et diamants
2 150 €



Michael Kors
Alliance large
65 €



H Gringoire
alliance en or blanc, diamants princesse et taille brillant



Rosset Gaulejac
Puzzle- Alliances en or jaune avec message



*Van Cleef & Arpels
alliance perlée en or rose*



*Boccia
Titane*



*Boccia
alliance titane*



*Boccia
alliance large en titane*



*H Gringoire
alliance en or blanc
et grenat*



*H Gringoire
alliance en or blanc et diamants*



*Rosset Gaulejac
alliances en or serties de pierres
de couleur pour elle et pour lui*



*Dior
alliance bois de rose - or rose*

L'alliance se porte autour de l'annulaire gauche, pour être près du cœur, car selon une croyance antique, la vena amoris, la veine de l'amour, qui conduisait directement au cœur, partait justement de ce doigt-là.

Il apparut logique à l'époque de lui glisser un anneau, en fer ou en terre cuite comme gage d'amour éternel au moment d'une union. La forme circulaire représentait le cycle de la vie et de l'éternité.

La tradition et le symbole ont perduré mais le métal a changé. On lui a même ajouté quelques diamants pour rendre cet engagement encore plus précieux.

Dossier réalisé par Nathalie Koelsch

PRINTOR 2012 - du 29 au 31 janv 2012

PRINTOR fête ses 20 ans

Printor se déroulera à Lyon Eurexpo (Hall 6), du 29 au 31 janvier 2012

Un événement, puisque cette année Printor célébrera ses 20 ans, 20 ans de collaboration assidue avec l'horlogerie et la bijouterie, et 20 ans de relations étroites et fidèles avec les détaillants.



Junghans - Hece

Cette session extraordinaire sera l'occasion de nombreux événements pour célébrer, au sein de la famille des bijoux et des montres, la longévité de ce salon auquel tous les acteurs de ce métier sont très attachés.

Entretien avec Yann Mesnais, Directeur commercial du salon Printor, qui dévoile pour nous, un Printor 2012 éblouissant.

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Yann Mesnais, que représente le salon Printor aujourd'hui ?

Yann Mesnais, directeur commercial du salon Printor : C'est un formidable outil pour les marques et les créateurs, une véritable référence en France puisqu'il est le seul salon français dédié aux bijoux précieux et à l'horlogerie, qui ouvre la saison des achats en janvier.

L'OHB : Fidèle à Lyon, ne craignez-vous pas de limiter l'origine de votre visitorat ?

Yann Mesnais : En janvier, nous drainons à Lyon toute la région Rhône Alpes, ainsi que le Sud de la France, Paris bien sûr, puisque les moyens de communication sont rapides et efficaces, et en septembre nous fédérons la France entière, et l'international lors de notre session qui se tient à Paris.



Burberry

Quelques chiffres...

Le marché de la bijouterie en France

Les résultats de l'année 2011 sont plutôt rassurants avec un marché qui, dans une conjoncture de forte baisse de la consommation a augmenté de 2 % en valeur (de janvier à novembre 2011 - 11 mois).

Les ventes de bijoux or tous titres baissent de 2% en valeur depuis janvier 2011 (par rapport à 2010). Par contre les autres bijoux (dont argent) gagnent 8% en un an. Quant au rayon montres, il progresse de son côté de 9% en valeur.

Bijoux or. La hausse du prix moyen des bijoux or 750 s'élève à +11% sur les douze derniers mois dans le périmètre bijoutiers + grandes surfaces + grands magasins.

Les ventes unités chutent de 16% et le chiffre d'affaires baisse de 6%.

Autres bijoux. Le prix moyen des bijoux argent augmente nettement à un an d'intervalle (+5%). Les ventes unités progressent encore (+6%). En valeur, elles évoluent toujours très positivement (+11%).

Montres. La hausse des ventes reste solide à +11% en nombre de pièces en cumul mobile à un an d'intervalle (+9% en valeur). Érosion du prix de vente moyen (-2%).

Mais nous souhaitons rester fidèle à notre bassin d'origine, Lyon, auquel nous restons tous fidèles.

L'OHB : Combien d'exposants attendez-vous ?

Yann Mesnais : Nous attendons 600 marques réparties sur 13 000 m2



Fossil

d'exposition. Certaines sont parfois rassemblées sous le même groupe, mais dans l'ensemble, notre offre en terme de quantité restera sensiblement supérieure à celle de 2011.

L'OHB : Quelles animations spéciales vont ponctuer le salon afin de rendre mémorable cette session ?

Yann Mesnais : Plusieurs animations sont prévues tout au long du salon : des défilés de bijoux seront organisés deux fois par jour au cœur du salon, pour présenter sur mannequins les dernières tendances de bijoux et de montres des exposants. Ces défilés d'une vingtaine de minutes seront relayés sur des écrans dans tout le salon afin que tous apprécient les bijoux « on live ».

Pleins feux sur le mariage ! Pour son 20e anniversaire, PRINTOR Lyon fait un focus sur le mariage et invite ses visiteurs au Carrousel du Mariage. Cet événement majeur dans la vie de chacun demeure pour tout bijoutier, l'occasion privilégiée de conquérir des clients et d'augmenter son chiffre d'affaires, alors que les salons du mariage se multiplient, et que les nouveaux clients recherchent des alliances originales. C'étaient autant de raisons suffisantes pour réunir les fabricants d'alliances autour de ce thème afin de présenter aux acheteurs leurs nouvelles collections.

L'OHB : Quels sont les pôles d'exposition en développement ?

Yann Mesnais : Le pôle sécurité. C'est un point fort du salon. Avec les menaces croissantes dont sont victimes les détaillants, PRINTOR

Lyon a décidé d'augmenter son offre en fournisseurs dans le domaine de la sécurité (SAS de sécurité, contrôle d'accès, assurances, alarmes, vitrines sécurisées, coffrefort, vidéo-surveillance, caméras thermiques, portes pare feu, générateur de fumée...).

L'espace créateur.

Afin de donner un coup de pouce et de projecteur à la génération montante de créateurs, Printor leur a réservé un bel espace au centre du salon.

L'OHB : Les visiteurs viennent-ils sur le salon avec des intentions d'achat ?

Yann Mesnais : Oui de plus en plus, à la grande satisfaction des exposants qui ne réservent des m2 qu'avec une certitude de retour sur investissement.

Pour contribuer au bon déroulement des affaires, nous avons mis au point un système d'offres attractives limitées dans le temps. Les exposants proposent des bons plans sous forme de package ou de réduction sur un certain choix d'articles.

C'est un procédé qui semble particulièrement apprécié.

ARGYOR
DEPUIS 1954

Kit
12 paires
de
créoles
d'or 9 ct.

ARGYOR
DEPUIS 1954

Renseignez-vous
0800 90 22 76
(appel gratuit, lundi au vendredi, avant 15h) Interlocuteur français
export@argyor.com

L'OHB : Avez-vous grossi et renouvelé votre nombre d'exposants ?

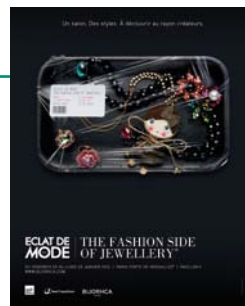
Yann Mesnais : Nous accueillerons 60 nouveaux noms répartis en horlogerie, bijouterie, et la sécurité. Parmi lesquels Patrice Fabre que nous sommes fiers de retrouver après quelques années d'absence, ainsi que Marie Laure T, une jeune créatrice sensible au monde des enfants.

L'OHB : Combien de visiteurs attendez-vous ?

Yann Mesnais : Nous attendons 5 000 visiteurs à Lyon.

L'OHB : Printor soufflera-t-il ses 20 bougies ?

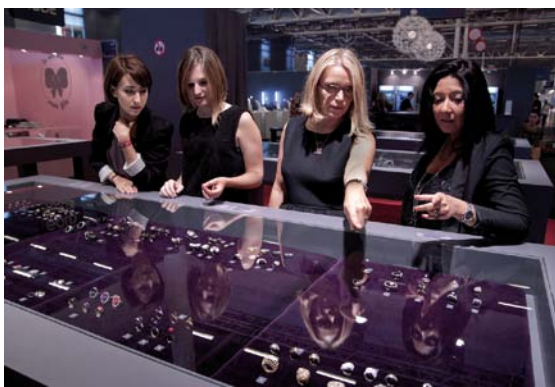
Yann Mesnais : Printor se mettra sur son 31 à l'occasion d'une soirée de gala qui se déroulera à Lyon. Mais le mystère reste encore complet et ne sera dévoilé que plus tard. ■ N.K.



Eclat de mode 2012

Du 20 au 23 janvier 2012 à Paris - Porte de Versailles

Comme tous les ans, Eclat de Mode accueillera ses visiteurs pour la session de janvier à Paris, Porte de Versailles, Pavillon 5, du 20 au 23 janvier 2012.



Precious Gallery



Créateur de l'année 2012
Franck Montaloux

Acette occasion, ce salon très attendu, de plus en plus international, dédié aux bijoux et réservé aux professionnels, présente les incontournables du Printemps - Été 2012.

Entretien avec Richard Martin, directeur artistique, et commissaire adjoint d'Eclat de Mode - Bijorhca

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Richard Martin, quelles sont les nouveautés de la session de janvier 2012 ?

Richard Martin : Eclat de Mode poursuit sa stratégie de segmentation en offrant à « Elements », la zone dédiée aux achats de fournitures, une entrée indépendante et une communication visuelle séparée.

L'OHB : Est-ce que vous poursuivez le développement du secteur « Gold » ?

Richard Martin : Oui bien sûr, mais il

sera présent sur la deuxième session 2012

En ce qui concerne la session de janvier, nous nous concentrons sur :

- la fantaisie soit 50% du salon
- Cream by Eclat de mode qui réunit 45 jeunes talents
- L'argent, l'or, le plaqué or, et les montres, soit 40 % du salon
- Et les accessoires : 5 % du salon
- Elements au rez de chaussée est dédié aux fournitures.

L'OHB : Quelles sont les animations importantes pour le visiteur ?

Richard Martin : La Precious Gallery, est un espace incontournable pour les acheteurs. C'est une véritable vitrine de référence qui réunit une sélection des « best of » des bijoux, répartie en quatre pôles : bagues, colliers, bracelet, boucles d'oreilles.

La Precious Gallery s'avère chaque année être un précieux guide d'achat pour les professionnels.

Quelques chiffres

- 400 exposants
- Des marques en provenance de plus de 30 pays différents
- 50 % des pièces exposées sont d'origine française
- 50 % sont d'origine étrangère
- 14 000 visiteurs professionnels attendus

L'OHB : Tout comme l'espace tendance ?

Richard Martin : En effet, l'espace Tendance est un lieu spectaculaire qui met en scène les tendances de la saison. Un véritable révélateur pour les visiteurs.

Cette année les thèmes de l'été sont très optimistes :

- Mystic Desert : des couleurs chaudes
- Dream Flower : très gai et d'inspiration rétro
- Magic Aquatic : onirique entre séduction et sophistication
- Sweet Pastel : des saveurs gourmandes et très modernes

L'OHB : 2012 annonce un changement important pour Eclat de mode.

Richard Martin : En effet, notre deuxième session se déroulera en juin 2012 : du 30 juin au 3 juillet 2012.

Pour les acheteurs ces changements de dates devraient s'avérer très bénéfiques, notamment pour les commandes et les réassorts.

Les prochaines dates d'Eclat de Mode Du 30 juin au 3 juillet 2012

A Paris Porte de Versailles ■ N.K.

BIJOUX BERMO

*Créateur et concepteur depuis 1977,
Un professionnel à votre écoute.*

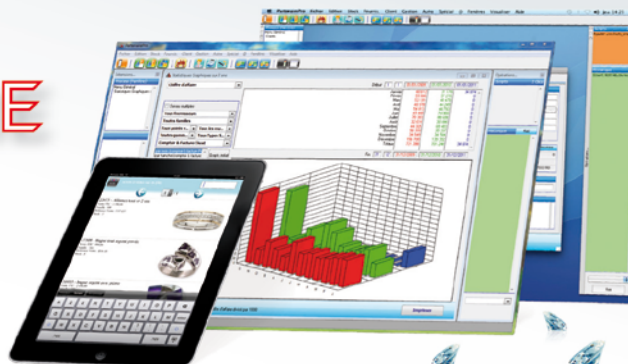
9 RUE WESTRICH – 67600 SELESTAT

Tél. 03 88 82 12 09 -

info@biouxbermo.fr – www.biouxbermo.fr



La suite logicielle HBJO



Adéquation exceptionnelle

- Gestion intégrale des métiers HBJO
- Fonctionne sur Macintosh ou Windows
- Gestion des iPad®, des iPhone® (iSoPart)
- Vente solutions complètes Apple ou HP



Efficacité immédiate

- 20 années d'expériences
- Assistance élargie
- Formation sur site (agrée organisme de formation)
- Import complet de l'existant



Gains au quotidien

- Ergonomique (multi-fenêtres, personnalisables, souple)
- Base de données unicode puissante et conviviale, client/serveur avec photos intégrées
- Solide et relationnel (conçu pour des recherches libres et aisées)



Pérennité à long terme

- Gamme complète et homogène
- Adaptable aux nouveaux besoins
- Postes utilisables en mode connecté ou déconnecté
- Technologies récentes, évolutions permanentes



Analyse de vos besoins sur simple demande

M3SOFT - 75, rue de la Petite Eau - 73290 LA MOTTE-SERVOLEX - CHAMBÉRY
Tél. 04 79 85 39 49 - Fax 04 79 71 69 71 - www.m3soft.com



Baselworld 2012

du 8 au 15 mars 2012

Baselworld continue à se faire une beauté en prévision des prochains salons. La construction du nouveau complexe de halles pour Baselworld 2013 progresse à grand pas.



Après seulement quatre mois de travaux, la construction de la structure métallique surplombant la Place de la Foire vient d'être achevée en vue de BASELWORLD 2013. Le point le plus élevé de cet imposant complexe de halles, soit 32 mètres, a été atteint et les travaux se poursuivent dans les délais.

La construction métallique de ce bâtiment comprend deux étages d'une hauteur de 8 mètres chacun posés sur la «City Lounge» qui, elle-

même mesure 10 mètres de haut. Depuis septembre 2011, 2600 tonnes de poutres en acier ont été soudées et vissées, tandis que 2300 tonnes de dalles en béton ont été mises en place pour former les sols des halles.

Après BASELWORLD 2012 démarrera la seconde phase principale de construction : entre avril 2012 et février 2013 la Halle 3 et la zone d'entrée de la Halle 1 seront détruites et le nouveau complexe de halles entièrement achevé.



Vue d'ensemble de Baselworld 2013.

Heureusement ces travaux n'auront aucune incidence sur l'organisation de la prochaine édition de BASELWORLD (du 8 au 15 mars 2012). L'actuelle sectorisation de BASELWORLD sera maintenue pour 2012. L'ensemble des halles et allées sera disponible comme les années précédentes.

Comme chaque année au printemps, environ 1800 sociétés des secteurs de l'horlogerie, de la bijouterie, des pierres précieuses et des branches annexes, parmi lesquelles les plus prestigieuses du monde, présenteront leurs nouvelles collections et leurs innovations à Bâle. Près de 100 000 visiteurs, détaillants spécialisés et autres experts, en provenance de tous les continents, se déplaceront à Bâle pour découvrir les dernières tendances et les nouvelles créations du secteur de l'horlogerie et de la bijouterie.

Un rassemblement inouï pour un secteur en pleine expansion. ■ N.K.

SIHH - 22^{ème} édition

Le Salon International de la Haute Horlogerie ouvrira ses portes à Genève du 16 au 20 janvier 2012 pour sa 22^{ème} édition. Il réunira dix-huit marques de Haute Horlogerie à Palexpo-Genève et accueillera une exposition inédite dédiée à la pendulerie.



Rendez-vous incontournable dans le paysage horloger, le SIHH est devenu une véritable institution. A. Lange & Söhne, Audemars Piguet, Baume & Mercier, Cartier, JeanRichard, Girard

Perregaux, Greubel Forsey, IWC, Jaeger-LeCoultre, Montblanc, Officine Panerai, Parmigiani Fleurier, Piaget, Ralph Lauren, Richard Mille, Roger Dubuis, Vacheron Constantin, Van Cleef & Arpels, 18 marques de prestiges qui repousseront les limites du possible. Entre les tribulations poétiques de Van Cleef & Arpels, et la technique pure de Vacheron Constantin, des surprises, des étonnements multiples sont attendus. Cartier invite à la « Promenade de la panthère », ou l'utilisation esthé-

tique du balancier, et Baume & Mercier poursuit le développement de sa mythique Linea.

La 22^{ème} édition du SIHH s'ouvre au terme d'une année particulièrement favorable pour la Haute Horlogerie, qui n'a cessé de battre des records de ventes. Devant l'inventivité et la créativité des marques et des horlogers, les marchés ne peuvent que s'incliner et accompagner cette industrie florissante dans sa progression, tandis que les clients se laisseront envoûter et séduire par le doux murmure du tic-tac. ■ N.K.



GROSPIRON

www.grospiron.fr

Lyon Alliances Brillants - L.A.B.

Un vrai « service à la carte » pour les professionnels et une gamme de produits plus étendue.

Après quelques difficultés liées à la séparation de l'équipe de direction, Lyon Alliances Brillants L.A.B. reprend un nouveau souffle avec Pascal Jacquot. L'équipe de travail reste la même et la qualité des produits aussi. Mais la nouvelle entreprise redémarre sur deux axes précis : la diversification de ses produits et un service à la carte pour les professionnels.



L'Officiel Horlogerie Bijouterie : La nouvelle entreprise LAB est-elle toujours spécialisée dans l'alliance ?

Pascal Jacquot : Mais bien sûr. LAB est connu comme un spécialiste des alliances. Cela reste vrai, on a un vrai savoir-faire dans ce domaine. L'alliance empiercée reste un point fort de la maison et nous disposons déjà de 300 modèles d'alliances. En 2012, de nouveaux modèles vont voir le jour.

L'OHB : Quels sont alors les changements opérés dans le travail des alliances.

P. Jacquot : Le travail est réalisé à partir d'une base de machine outil qui permet des empiercages très précis, tous les diamètres possibles, des couleurs et métaux différents. Par contre, les finitions, les retouches, les mises à jour et reprises de corps sont faites à la main. On a la qualité d'un produit qui reste artisanal dans sa fabrication et à un prix très compétitifs.

L'OHB : Quels sont les nouveaux produits développés par LAB

P. Jacquot : Nous proposons à la vente d'autres bijoux que les alliances : solitaires, bagues avec perle, pendentifs, boucles d'oreilles, tous créés dans nos ateliers.

De plus, on donne maintenant au client la possibilité de créer une ligne personnelle complète : bague, pendentif, boucles d'oreilles, à partir d'une ligne d'alliances. LAB est capable, à partir d'un modèle d'alliance proposé,

d'intégrer les idées et souhaits de ses clients dans la limite de leur budget et de créer ainsi des bijoux uniques. Ce service personnalisé est accessible à tous les professionnels quelque soient leur taille.

L'OHB : Ce qui a également changé aussi chez LAB, c'est la mise en place de nouveaux services.

P. Jacquot : Oui, comme la soudure laser, lapidé sur toute matière et la proposition de vente de pierres et/ou de métal sur des produits finis. Enfin, la mise en place d'un commercial pour la région Rhône alpes, avec un développement prévu sur toute la France achèvera ce changement. ■

M.T.

Lyon Alliances Brillants
32, rue Thomassin - 69002 Lyon
Contact : Pascal Jacquot
Tél : 04 72 40 90 66
Mobile : 06 87 36 85 84



Les différentes opérations du travail de l'atelier LAB



Etape 1
Fonte des alliages et des lingots par nos services



Etape 3
Fraisage des alliances à l'outil diamant et mise en pierre avec diviseur pour une plus grande précision.



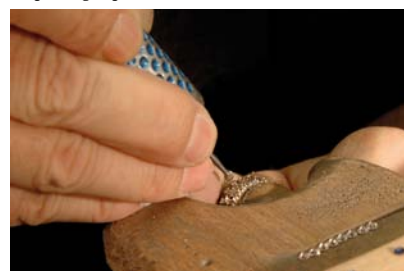
Etape 5
Contrôle qualité et calibrage des pierres pour un empierrage optimum.



Etape 2
Tournage des pièces à l'outil diamant.



Etape 4
Mise à jour joaillerie sur nos plus belles pièces.



Etape 6
Sertissage traditionnel ou chaque pierre est ajustée une à une.

Salon
Print'or
hall 6
stand B60 - C59

Courtage
d'assurances

LYON
PARIS

◆

BARCELONE
MADRID

◆

TURIN

Détaillant • Joaillier •
Horloger-Enseigne •
Groupement • Fabricant
Grossiste • Diamantaire

assurances

Dufaud

leader
national & européen
de
l'assurance
bijouterie.

49, rue Servient - 69003 Lyon

Lyon : Tél. +33 (0)478 629 011 Paris : Tél. +33 (0)142 776 068
Fax +33 (0)478 710 526 Fax +33 (0)142 770 050

www.dufaud.fr

Bermo

Une entreprise réactive

Aujourd'hui encore le choix des alliances tient une place importante dans le cœur des futurs mariés ou pacsés. La bague de la future mariée reste traditionnellement plus fine avec une pierre alors que l'anneau du mari est plus large et plus sobre. Les alliances Bermo, ce sont aujourd'hui de nouveaux métaux plus créatifs et des services plus réactifs.



L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Quelle est la particularité des alliances Bermo ?

Bermo : Les alliances Bermo sont des produits 100% français et de qualité, contrairement aux produits étrangers où les soudures sont souvent apparentes, ce qui témoigne d'une fabrication bas de gamme.

L'OHB : Quelle place tenez-vous aujourd'hui sur le marché de l'alliance ?

Bermo : Nous sommes très présents car nous sommes très réactifs. Nous n'avons pas de stock et travaillons essentiellement en flux tendus. Les délais de fabrication et livraison sont donc considérablement raccourcis pour le plus grand bonheur des distributeurs et clients.

L'alliance dans l'histoire

Au Moyen Âge, l'alliance était portée à la main droite. En France il faudra attendre le XVIe et XVIIe siècles pour qu'elle soit portée à la main gauche]. Aujourd'hui encore elle se porte encore à la main droite dans certains pays comme : l'Espagne sauf en Catalogne, Grèce, Hongrie, Pologne, Royaume-Uni et Russie, en Allemagne en Russie et dans les pays Nordiques. A Aux Pays-Bas, les catholiques portent l'alliance à la main gauche et les protestants à la main droite.

L'OHB : Quels sont les plus grands changements observés depuis la création de votre entreprise en 1977 ?

Bermo : La crise a changé nos méthodes de travail. Pour palier à la baisse significative du budget des clients et à l'augmentation du prix de l'or nous avons dû nous adapter en travaillant différents nouveaux métaux comme l'argent entre autres. Nous avons également optimisé nos offres de services notamment par la réactivité et l'écoute. ■

L.L.

Salon PRINT'OR 2012
29, 30 et 31 janvier 2012
Hall 6 - Stand F16-G15



Donnez-vous tous les atouts pour réussir



Nouveaux Bijoutiers, enseigne nationale de 170 bijouteries indépendantes, vous permet de profiter de nombreux avantages : vous valorisez votre professionnalisme et votre image, vous bénéficiez d'opérations créatrices de trafic toute l'année, de campagnes de communication nationales, et en toute convivialité vous partagez idées et compétences.

Avec Nouveaux Bijoutiers, vous avez les clefs de votre réussite.



DES BIJOUTIERS, DES VRAIS

Partenaires exclusifs de www.guide-bijoux.com

Contact
Jean-Luc Gauthier
05 45 69 63 87
06 07 35 54 18
nouveauxbijoutiers@nouveauxbijoutiers.fr
www.nouveauxbijoutiers.fr

* Euro Assoc 360 - RCS ANCOULEME 8 385 358 904 - SIRET 385 358 000 00026

Arthus-Bertrand

Une Maison d'exception depuis 1803

Sautoir

Avec un savoir-faire, qui allie habilement la tradition à la modernité des courants artistiques contemporains, ARTHUS-BERTRAND réussit depuis 200 ans à renouveler constamment la création de ses collections et à devenir pour tous une marque intemporelle de qualité.

ARTHUS-BERTRAND au premier rang des médailleurs

Si ARTHUS-BERTRAND est réputé pour la frappe de médailles prestigieuses qui lui valent une renommée internationale, son premier rang de médailleur est aussi reconnu des bijoutiers. Sur les 230 000 médailles vendues par an, plus de 50 % sont signées ARTHUS-BERTRAND.

ARTHUS-BERTRAND a su trouver une place originale parmi les grands noms de la bijouterie en affirmant son style et en enrichissant régulièrement ses collections. Médailles et bijoux sont fabriqués en France dans les ateliers de Palaiseau avec le même souci de rigueur et de qualité qu'il y a deux cents ans. Et les plus grands artistes comme Martial Berro, Jean-Charles de Castelbajac, Peggey Huynh Kinh, Hilton McConnico,... contribuent à la modernité et l'originalité de la création ARTHUS-BERTRAND. Autant d'exigences qui contribuent largement à la renommée de la marque. Arthus-Bertrand est aujourd'hui la marque de bijoux de haute qualité qui accompagne « tous les bonheurs de la vie », la naissance avec les médailles de baptême, les anni-



Vierges

Les Zestes



Ligne Safari Zèbre

versaires, les premiers amours, les mariages.... Elle est terriblement actuelle. Le bijou est « durable », il se transmet, les matières sont naturelles, rien n'est « bling bling » chez Arthus Bertrand.

Une marque et une notoriété au service des bijoutiers

La politique commerciale d'Arthus Bertrand s'est historiquement appuyée sur des points de ventes tenus par des professionnels qui participent au succès de la marque. La marque a su prendre une longueur d'avance :

- en capitalisant sur une base de



Broche épingle

consommatrices spécifiques qui ne trouvent que partiellement « son bonheur » dans l'offre classique de médailles auxquelles la marque propose des médailles « modernisées » et d'une qualité incomparable ;

- en continuant à proposer une valeur perçue comme exclusive et différenciante sur un marché banalisé, en particulier sur des gammes argent que l'on trouve difficilement ailleurs ;
- en étant à l'écoute de leurs clients et en leur offrant un service attendu : la gratuité de la gravure et la personnalisation de chaque médaille. ■

M.T

Deux cents ans d'actualité



Officier de la légion d'honneur

Est-il encore besoin de présenter la Maison Arthus-Bertrand dont le nom est connu de tous : grand public, hommes d'Etat, entreprises et associations sportives,... qui ont fait appel depuis 1803 à la créativité d'Arthus Bertrand pour marquer leur empreinte de nombreux événements ?

Peu après l'Institution de la Légion d'honneur, le Consulat et l'armée réclament des décorations. La Maison Arthus-Bertrand va les leur fournir et devenir ainsi le premier médaillier mondial. Depuis, ARTHUS-BERTRAND réalise pour la France et l'étranger une infinie variété de médailles et décorations, véritables jalons de l'Histoire ou empreinte d'événements exceptionnels.

Fort de cet art ancien de la transformation du métal qui est l'apanage des bijoutiers, ARTHUS-BERTRAND s'est engagé naturellement dans la création de bijoux alliant l'imtemporalité des thèmes antiques de la tradition à la modernité des courants artistiques actuels. Signant ainsi ses modèles d'un esprit résolument contemporain.

Augis, le savoir faire depuis 1930

Bagues, alliances, boucles d'oreilles, mais Augis reste le spécialiste français de la médaille qu'il fabrique depuis 1930. Avec l'augmentation du prix de l'or, l'entreprise a su développer des solutions innovantes avec la création de nouvelles médailles en utilisant différents métaux.



L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Augis reste centrée sur la médaille ?

Augis : Nous réalisons aussi des bagues, des alliances, des boucles d'oreilles, gourmettes, bracelets, chaînes,... mais nous sommes avant tout le spécialiste des médailles que nous fabriquons. C'est d'ailleurs par une médaille particulière que notre marque et entreprise s'est faite connaître : la médaille d'amour qui a eu un énorme succès. Aujourd'hui nos spécialités restent les bijoux religieux et de naissance.

L'OHB : De nombreux fabricants subissent douloureusement les effets de la crise ; comment la vivez-vous ?

Augis : Avec le prix de l'or qui a considérablement augmenté, Augis, au même titre que les autres fabricants, a dû trouver des solutions pour s'adapter et durer. Rester à l'écoute du marché est l'un de nos points forts. Nous fabriquons aujourd'hui des bijoux en or 18 carats mais aussi en 9 carats. Il ne s'agit pas, pour nous, de tout orienter vers le 9 carats, mais ainsi nous offrons à nos clients une gamme plus large de produits et surtout une fourchette plus large de prix.

L'OHB : Peut-on parler d'une même qualité pour un bijou en or 9 carats ?

Augis : Il est évident que ce bijou est allégé en or, cependant nous lui accordons la même qualité de fabrication. Nous appliquons les mêmes méthodes de travail. Augis existe depuis 1930, et il n'est pas question de sacrifier notre savoir faire, si précieux.

L'OHB : Quelle place avez-vous sur le marché français de la médaille ?

Augis : Sur le marché dit « traditionnel » avec 17 % de parts de marché, nous sommes leader. Concernant les autres pays, selon les cultures, il est souvent plus difficile de s'imposer, surtout dans les pays nordiques, mais nous distribuons tout même à l'étranger. ■

La qualité Augis depuis plus d'un siècle

Augis est réputée pour la qualité de sa « frappe », ils utilisent des presses qui garantissent un résultat de haute qualité, grâce à des pressions de 50 tonnes, 200 tonnes, suivant les matériaux. Le savoir-faire de la maison, c'est l'alliance des outils de haute qualité et la grande précision des hommes et femmes des ateliers.

« La médaille d'amour » a été créée et lancée par l'arrière grand-père au début des années 1900. Elle est toujours fabriquée, elle est identifiable avec un « + » en diamant et un « - » en rubis qui symbolisent la phrase d'un poème : « car vois-tu, chaque jour, je t'aime bien davantage, aujourd'hui plus qu'hier et bien moins que demain. » Cette médaille s'est vendue à des millions d'exemplaires en Europe. Et Augis reste toujours leader dans le segment du pendentif et de la médaille de naissance.





CORBEILLE
D'OR
Bijoux

BLR
CONCEPT

AGENCEUR
de BIJOUTERIES

57, Route de Vichy - 03110 ESPINASSE VOZELLE
T : 04.70.32.07.77 / F : 04.70.32.60.02
Email : design@blr-concept.fr - WEB : www.blr-concept.fr



BLR
TECHNOLOGIE

- > VITRINES SECURISEES
- > CONTROLE D'ACCES
- > ECLAIRAGE TECHNIQUE

57, Route de Vichy - 03110 ESPINASSE VOZELLE
T : 04.70.32.07.77 / F : 04.70.32.60.02
Email : info@blr-technologie.fr - WEB : www.blr-technologie.fr

Les Médailles Becker ancrées dans le haut de gamme

Nous avons rencontré Robert Danino qui dirige la société Saga et perpétue la tradition et la fabrication des médailles Becker.

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Vous êtes le gérant de la société SAGA qui perpétue la tradition et la fabrication des médailles Becker ; pourquoi ce choix ?

Robert Danino : Dans le cadre du développement de la société Saga, je recherchais des locaux dans le Marais comportant une grande surface afin d'y installer une chambre forte de près de 50 m² et nos ateliers. C'est ainsi qu'en 2003 nous avons repris la Société Michel Brasier qui occu-

paît, dans un hôtel particulier du Marais, des locaux présentant une surface correspondante de plus de 600 m².

Cette société possédait également à Saint Amand Montrond, dans le Cher, une usine qui fabriquait, entre autres, les médailles Becker. J'ai donc considéré la reprise de cette usine et de son personnel comme le prix à payer pour disposer des locaux du Marais et ce n'est qu'après le rachat que j'ai découvert cette « pépite » que représentaient les médailles Becker et j'en suis tombé amoureux.

L'OHB : Que représentent pour vous les médailles Becker ?

Robert Danino : Ce sont de véritables œuvres d'art gravées par Edmond Becker qui est unanimement reconnu comme le plus grand sculpteur numismatique. Encore aujourd'hui, je reste béat d'admiration chaque fois qu'une médaille Becker passe entre mes mains et je ne me lasse pas d'apprécier la qualité des expressions, la finesse d'exécution, la maîtrise de la lumière et le soin très particulier apporté à chaque détail.

L'OHB : Quels sont les métaux utilisés pour les médailles Becker ?

Robert Danino : Pour moi, les



Médaille Becker

médailles Becker sont les plus belles que j'ai pu voir à travers le monde. En conséquence, je ne peux imaginer les dégrader en les frappant dans un métal qui ne soit pas en rapport avec cette exigence de qualité que requiert l'excellence. C'est pourquoi nous n'utilisons que l'or 18 carats, le platine ou l'argent.

De même, je me refuse à les frapper en « allégé » ou à céder à la mode du pas cher ou du 9 carats. Nous avons par contre poursuivi la gravure des médailles sur nacre qui avait été initiée pendant la



Médaille Becker



Médaille Becker

dernière guerre quand l'or n'était pas disponible.

L'OHB : Comment avez-vous répercuté la hausse de l'or ?

Robert Danino : Nous avons compensé la récente hausse des métaux par une diminution de notre marge et c'est ainsi que, sans rien sacrifier à la qualité, nous sommes actuellement 20 à 25 % moins chers que nos concurrents directs.

L'OHB : Combien de références comportent les médailles Becker ?

Robert Danino : La collection Becker comporte plus de 500 modèles différents déclinés en plusieurs tailles soit au total plus de 1500 références.

C'est une collection structurée, cohérente, large et profonde. Essentiellement centrée sur le religieux, elle comporte aussi des médailles laïques. Nous fabriquons un peu plus de

5000 médailles or par an et les distribuons principalement auprès d'une clientèle de plus de mille détaillants HBJO.

L'OHB : Quels outils marketing mettez-vous à disposition de vos clients ?

Robert Danino : Nous mettons à la disposition de nos clients un site vitrine, des écrans en bois massif intérieur cuir, des catalogues, des dépliants de comptoir, des présentoirs de vitrine et surtout une qualité de service dont celui de la gravure main. Sans oublier une livraison sous 48 heures pour les articles les plus courants et de moins de 10 jours pour les autres.

L'OHB : Becker reste ancrée dans le segment haut de gamme.

Robert Danino : Vous l'avez compris, nous voulons positionner Becker comme la marque de référence des plus belles médailles et occuper le segment du très haut de gamme. C'est ainsi que nous avons introduits autour des médailles Becker, le savoir faire de Saga en joaillerie avec la réalisation d'entourage en diamants pour apporter une autre lumière à ces médailles d'exception.

Nous avons par ailleurs apporter un soin tout particulier au montage de l'anneau sur toutes nos médailles pour en faire un produit en tous points parfait.

L'OHB : Quel est votre cible privilégiée ?

Robert Danino : Nous progressons tous les ans en termes de quantités vendues, et nous nous inscrivons

résolument dans un marché de tradition ou la grand-mère va offrir à son petit-fils ou à sa petite-fille la même médaille qu'elle avait reçue pour sa communion ou son baptême. Dans ce cas, le prix n'est plus un obstacle puisque nous sommes dans le segment de la population qui, non seulement, a le plus fort pouvoir d'achat mais aussi la plus grande capacité à dépenser.



Médaille Becker

L'OHB : Avez-vous des projets de développement à l'international ?

Robert Danino : Nous espérons développer cette marque à l'international et en particulier nous introduire dans des marchés à dominante chrétienne et à fort pouvoir d'achat comme l'Italie, l'Espagne, les Etats-Unis, voire des pays émergents comme l'Amérique du Sud ou la Pologne.■

propos recueillis par Denis Perate

La chine va-t-elle changer le luxe ?

La chine et son insolente croissance caracole en tête des marchés du luxe. De plus en plus de consommateurs chinois peuvent s'offrir des produits de luxe. Le potentiel en Chine apparaît alors immense : Quelle sera son influence sur le luxe mondial ? Quels sont les changements imposés par le marché chinois pour s'implanter et prospérer ?



Hong-Kong. Photo by Dice.

Le 5 décembre dernier a eu lieu la conférence « La Chine va-t-elle changer le Luxe ? », proposée par Roland Berger Strategy Consultants en collaboration avec Connexconsulting. Bernard Malek et Jason Ding, Partners des bureaux de Paris et de Pékin de Roland Berger Strategy Consultants, y ont présenté les résultats de la Consumer Study 2011. Christian Blanckaert, Directeur Général d'Hermès International de 1996 à 2009, nous a transmis sa

« Prospérer en Chine est très difficile tant les habitudes de consommation chinoises diffèrent des nôtres. »

vision du consommateur chinois et sa relation au luxe.

Selon ce dernier, pour conquérir ce pays il est capital de bien connaître les chinois et leur relation au luxe. Si côté produits, le consommateur chinois apprécie de retrouver la même gamme en Chine qu'à Paris - Place Vendôme -, côté services, il faut accepter repartir de zéro. Nouvelle étude de marché, nouvelles stratégies de développement, de communication,... En Chine, même les

agencements des boutiques n'ont rien à voir avec nos logiques européennes.

Le marché chinois et ses spécificités

Les chinois ont un rapport au luxe unique au monde. Pour la jeune génération, difficile à quantifier, « porter du luxe » signe une certaine réussite sociale que leurs parents n'ont pas connue. Certains parleront d'un marquage social nécessaire, d'autres d'une approche culturelle différente. Quoi qu'il en soit, en Chine les règles du jeu changent et y prospérer est très difficile



Aux commandes de la fabrication depuis 20 ans, Pascal JACQUOT a su nouer le dialogue avec son équipe de fabrication, du préparateur au sertisseur, afin de vous proposer des produits d'une qualité exceptionnelle !

Chacun des modèles de la collection peut être fabriqué en compte poids ou métal vendu, avec vos pierres ou celles sélectionnées pour vous par Lyon Alliances Brillants.

La société vous propose également ses services pour le remontage de vos alliances et la création de tous bijoux en Or ou en Platine.

32 rue Thomassin - 69002 LYON
Tél 04 72 40 90 66 - Fax 04 78 38 18 58 - Mail lab32@wanadoo.fr
Retrouvez-les sur leur site, www.lyon-alliances-brillants.com

www.yoni.fr
Yoni

Design / La Crévettes d'Or - www.la-crevettesd'or.com

Print'or Lyon - Euroexpo
du 29 au 31 janvier 2012

Print'or
LYON - PARIS

Hall 6 Stand B41

Jshop.biz

Avec Jshop, développez rapidement une nouvelle clientèle
et vendez vos collections sur Internet.

Jshop, votre solution globale e-Commerce :

- **Mon site clé en main...**
Site e-commerce / Référencement / Statistiques / Habillage graphique
- **Avec ses services e-marketing**
Des campagnes percutantes / Etre 1er sur Google /
Jouer la carte partenaire / Etre dans les guides shoppings
- **Et piloté par Odeis ou Bijou3**
Votre site e-commerce est
directement en liaison avec
votre logiciel Odeis Magasin ou Bijou3.

Pour toute information :
N° Indigo 0 821 02 25 66 > 0,118 € TTC / mn

www.jshop.biz



Conférence « La Chine va-t-elle changer le Luxe ? »

tant les habitudes de consommation diffèrent de nos habitudes de consommation européennes.

S'implanter et durer

La Chine, à elle seule, représentera dans quelques années 34 % du marché mondial des produits de luxe. Un marché sur lequel les marques européennes ne peuvent pas se permettre de briller par leur absence. Pour pénétrer ce territoire, il est préconisé de fonctionner à l'envers. Ouvrir un centre SAV ou autres prestations de services avant une boutique peut, par exemple, s'avérer beaucoup plus judicieux pour bien connaître son consommateur. Côté management, un salarié chinois expérimenté sera attiré par des détails qui vous échappent. Plus de 40 % des chinois possèdent par exemple des comptes épargnes actifs. Sans aides sociales, sans cotisation à la retraite, dans ce pays épargner est vital. Une augmentation fera d'avantage mouche que des jours de congés.

Toutes les habitudes de management à l'européenne sont aussi à revoir mais restons optimiste. La France est

toujours perçue comme une référence du luxe aux yeux des chinois. Mais attention ! La concurrence continue de rôder et pas nécessairement là où vous l'attendez.

La Chine se suffit à elle-même

Dans un pays aussi grand avec une population aussi dense, quels grands changements peut-on imaginer ? La création de marques chinoises de luxe ? En voilà une idée ! Et si les chinois se mettaient à créer leurs propres marques de luxe spécifiquement dédiées à un marché chinois, avec des attentes chinoises, des aspirations chinoises, des avantages chinois, en somme du sur-mesure. Qu'on se rassure, selon les spécialistes du secteur, aucune marque de luxe chinoise n'est encore en mesure de rivaliser avec les géants du secteur. ■

L.L.

Repères

* Seulement 40 % des consommateurs chinois de produits de luxe achètent dans leur pays. 60 % préfèrent acheter à l'étranger ou bien à Hong Kong.

*En France, les touristes chinois sont devenus les plus gros consommateurs du luxe. Un rapport de Global Refund indique que par rapport à l'année 2008, le volume des achats en France d'articles de luxe par les touristes chinois aurait augmenté de +47 % pour atteindre la somme de 155 millions d'euros. Les touristes Russes achètent chaque année pour plus de 110 millions et les Japonais un peu moins de 100 millions d'euros.

*D'après Ipsos, les consommateurs chinois considérés comme « riches » représentaient plus de 0,8 % des chinois en 2003. 7 ans plus tard, ce chiffre a sans doute du doubler voir tripler.

*Au Japon, ou en occident, les personnes âgées de 40 à 70 ans sont la principale cible de consommation, en Chine ce sont les jeunes âgés de 20 à 40 ans. Les enfants uniques de famille aisée représenteraient plus de 60 % des consommateurs.

*Le label France jouit en Chine d'une excellente réputation.



Conférence « La Chine va-t-elle changer le Luxe ? »

Cookson **CLAL**

Cours des métaux en France

du 01/12/2011 au 31/12/2011

Nos adresses :

Lyon

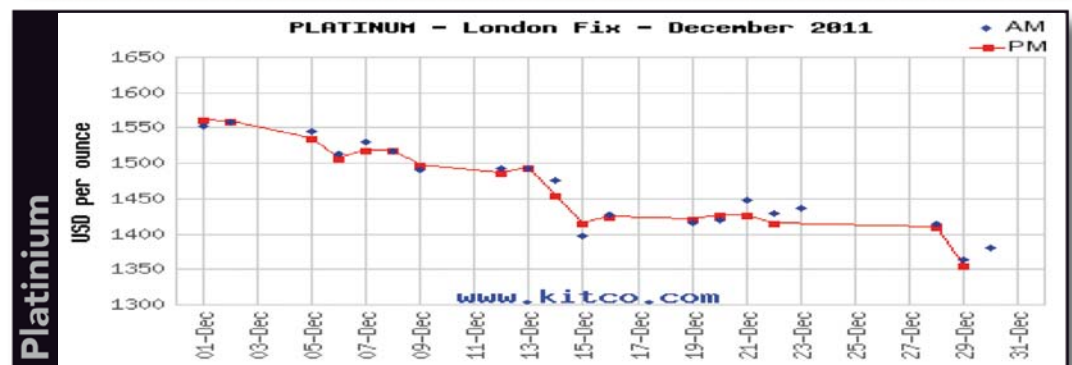
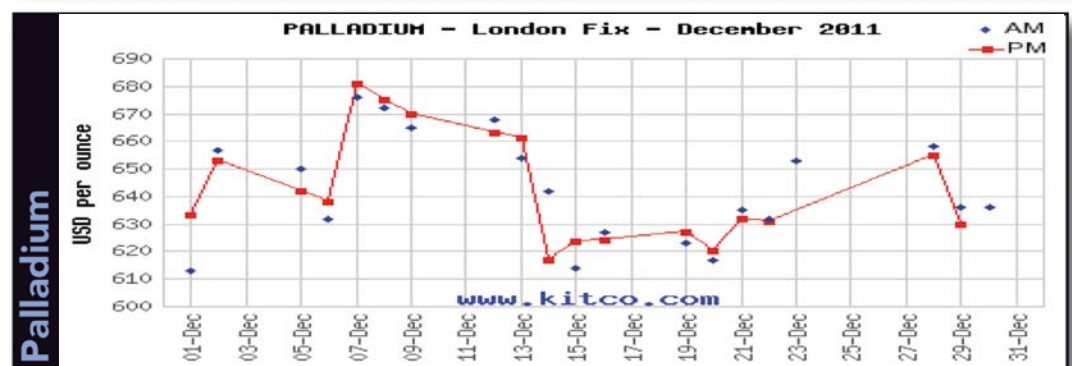
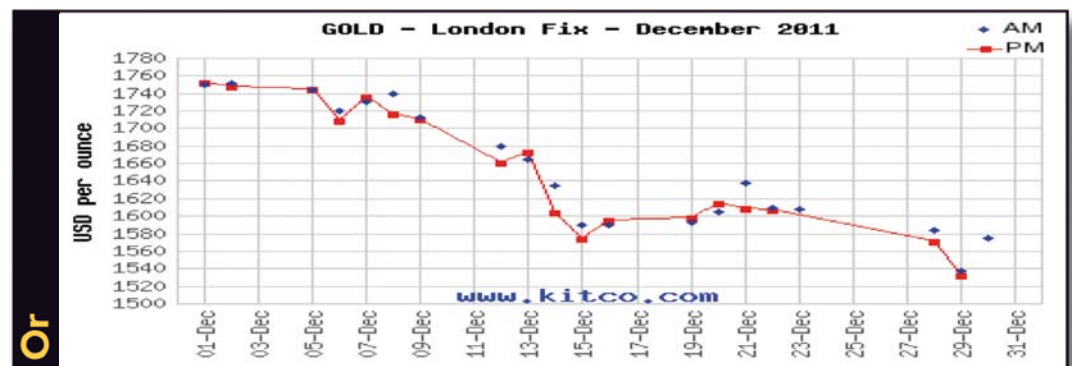
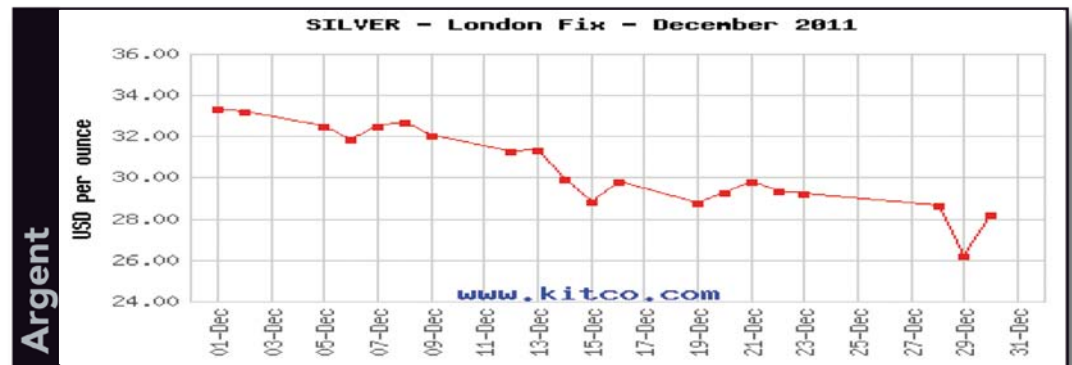
32, rue Thomassin
69214 Lyon Cedex 2
Tél. : 04 72 56 42 60
Fax : 04 78 92 90 57

Marseille

55, rue Paradis
13292 Marseille cedex 06
Tél. : 04 91 00 33 33
Fax : 04 91 00 33 47

Paris Afinor

137, rue du Temple
75003 Paris
Tél. : 01 42 77 42 13
Fax : 01 48 87 19 10



E-mail : infoclal@cookson-clal.com

E-mail export : exportcontact@cookson-clal.com

www.cookson-clal.com

Les chiffres de la profession à fin novembre 2011

Source : www.ecostat-franceclat.fr

Ventes d'horlogerie-bijouterie en France à fin août 2011

Source : Société 5-GfK

Évolution sur un an	Chiffre d'affaires tous produits							
	janvier 2011	février 2011	mars 2011	avril 2011	mai 2011	juin 2011	juillet 2011	août 2011
<i>En bijouteries, grands magasins et grandes surfaces</i>								
Évolution mensuelle	-1 %	+4 %	+6 %	+3 %	+2 %	+4 %	-2 %	+3 %
- bijouteries en ville et grands magasins	stable	+5 %	+6 %	+4 %	+6 %	+10 %	+1 %	+8 %
- bijouteries de centre commercial	-4 %	+1 %	+11 %	+5 %	-3 %	-4 %	-8 %	-5 %
- grandes surfaces	+2 %	+5 %	stable	-6 %	-4 %	-8 %	-7 %	-6 %
Évolution en cumul annuel mobile	+2 %	+2 %	+2 %	+3 %	+1 %	+3 %	+2 %	+2 %

Évolution sur un an	août 2011/2010		de septembre à août 2011		
	Quantités	Valeur	Quantités	Valeur	Prix moyen
<i>En bijouteries, grands magasins et grandes surfaces</i>					
Ventes de montres	▲ +15 %	▲ +17 %	▲ +9 %	▲ +9 %	▼ +1 %
Ventes de bijoux en or tous titres	▼ -1 %	▼ -4 %	▼ -8 %	▼ -1 %	▲ +7 %
- dont bijoux en or 750 ‰	-	-	▼ -15 %	▼ -4 %	▲ +12 %
Ventes d'autres bijoux (argent, plaqué, acier...)	▼ -2 %	▲ +14 %	▲ +7 %	▲ +7 %	▶ stable
- dont bijoux en argent	-	-	▲ +7 %	▲ +10 %	▲ +3 %

Commerce extérieur français d'horlogerie-bijouterie à fin juillet 2011

Source : Douanes Françaises

Évolution sur un an	juin 2011/2010			de juillet 2010 à juin 2011		
	Export	Import	Couverture	Export	Import	Couverture
<i>En valeur</i>						
Horlogerie	▲ +4 %	▲ +17 %	▼ -7 pts	▲ +26 %	▲ +28 %	▼ -1 pt
Bijouterie-joaillerie	▲ -13 %	▲ +18 %	▲ -39 pts	▲ +26 %	▲ +41 %	▼ -12 pts
Bijouterie fantaisie	▼ +7 %	▲ -4 %	▼ +9 pts	▲ +16 %	▲ +10 %	▲ +4 pts

Production française d'horlogerie-bijouterie à fin août 2011

Source : INSEE / Comité Franceclat

Évolution sur un an	Facturations HT							
	février 2011	mars 2011	avril 2011	mai 2011	juin 2011	juillet 2011	août 2011	
							Facturations	Commandes (1)
Horlogerie	+6 %	+9 %	+10 %	+25 %	+17 %	+31 %	+16 %	-14 %



FRIMAT JOAILLIER - BEAUVAIS



ROUTE DE LA ROCHE SUR YON - BP 17 - 85620 ROCHESEVIERE
 TEL : 02 51 31 09 88 - FAX : 02 51 31 09 89
 SITE : www.cap-agencement.com - MAIL : contact@cap-agencement.com



BOULDOIRES - C.C. ART DE VIVRE - ORGEVAL



CARADOR - C.C. LECLERC - SAINT MAUR - CHATEAURoux



ATELIER BOURGNE - AGENCEMENT

Z.I CHEMIN DES LISTES - 63500 ISSOIRE / TEL : 04 73 89 41 46 - FAX : 04 73 89 59 82



BENOIT STOVEN - C.C. AUCHAN - ARRAS



LE RESPECT. LA RIGUEUR

ATELIER DU BOIS ZA LE BUTAI - 44320 ARTHON EN RETZ
 AGENCEMENT TEL : 02 40 21 25 00 - FAX : 02 40 21 25 01



PHILIPPARIE - LIMOGES



SAINT LAURENT DE CERIS - 16450 SAINT-CLAUD - TEL : 05 45 85 93 63 - FAX : 05 45 31 89 24

Verspieren
consultant de l'officiel H&B



Prévention, primes et franchises des assurances

Le pourcentage des détaillants touchés par des vols conséquents atteint les 12 %. Un chiffre que les générations précédentes n'ont pas connu et un nouveau phénomène où la prévention doit être intégrée comme facteur de pérennité d'un magasin.

Que ce soit dans le cas d'un vol par agression ou cambriolage, le choix des moyens de prévention à mettre en place se répercute sur les tarifs d'assurance car il joue directement sur le montant des primes. Mais les franchises des contrats d'assurance peuvent aussi être modulées suivant les moyens de protection du magasin.

Illustration par un cas réel

Un bijoutier qui avait souscrit un contrat d'assurance avec une franchise de 6000 € pour le stock et qui fut victime d'un cambriolage important (environ 120 000 €). Son courtier le conseilla sur des moyens complémentaires de prévention et le bijoutier opta pour un générateur de fumée - efficace contre les cambriolages - pour un coût d'environ 2500 € TTC. Le montant de la franchise applicable avait alors été ramené à 1 000 €.

Le bijoutier fut à nouveau victime d'un vol par effraction. Mais les voleurs durent quitter les lieux tant la fumée produite par le générateur réduisit la visibilité à néant ! Et aucune marchandise n'a pu être dérobée : l'assureur n'a réglé que le coût des détériorations immobilières au rideau métallique et à la porte.

Le coût du premier vol a été, pour

le bijoutier de 6 000 € (franchise) et de seulement 1 000 € pour le deuxième : l'investissement de 2 500 € dans un générateur de fumée a été largement amorti.

Le bon choix de la prévention

L'exemple montre bien que l'investissement peut être rentabilisé, au contraire d'un non choix de prévention qui entraînera obligatoirement, à plus ou moins long terme, des charges financières qui contribuent à une perte de rentabilité.

En prenant le cas du vol par agression ou braquage, ce sont les vitrines qui sont visées. Il est évident, qu'un bijoutier ayant investi dans des vitrines sécurisées limitera le préjudice du vol et bénéficiera, en contrepartie, d'une réduction de la prime d'assurance et des franchises applicables.

L'effort financier face aux risques

L'effort financier est plus important dans la vitrine sécurisée que dans un générateur de fumée. Mais, vu la conjoncture actuelle d'une hausse des vols de toutes sortes, l'investissement doit être considéré dans la durée, face à des primes d'assurance et franchises plus élevées, en l'absence d'une prévention efficace.

Il existe un coût immédiat pour l'ins-

tallation, mais sur une période de 10 ans par exemple, combien le bijoutier prévoyant aura-t-il économisé sur sa prime annuelle d'assurance et combien la réduction des franchises aura-t-elle évité de pertes inutiles ?

D'autant plus que l'évolution des techniques et des matériaux utilisés permet de trouver des solutions moins onéreuses que par le passé.

Limiter le préjudice c'est aussi limiter la perte d'exploitation

Un vol important du stock entraîne une perte d'exploitation proportionnelle et c'est un élément primordial qui ne peut être négligé. La perte de chiffre d'affaires due au réassort, à laquelle s'ajoute les pertes directes du fait des franchises applicables, peuvent parfois être lourdes de conséquences, particulièrement si le sinistre survient à certaines périodes de l'année.

Aujourd'hui on peut affirmer que l'investissement en prévention intervient comme un facteur déterminant de la pérennité d'un magasin. C'est un phénomène nouveau que les générations précédentes n'ont pas connu. ■

Denis PERATE, en partenariat avec notre consultant assurances, le cabinet VERSPIEREN

UNE EQUIPE SERIEUSE
A VOTRE SERVICE

FOM2000

OUTILLAGES ET
FOURNITURES
D'HORLOGERIE
FOURNITURES
INDUSTRIELLES

FOM 2000, agent général de Witschi electronic pour le marché Français,
présente l'Analyser Twin et le Teslascope.



Contrôle des montres mécaniques et quartz

ANALYSER TWIN

Cet appareil de conception « tout en un » permet de contrôler les montres mécaniques et quartz. De faible encombrement, il est l'instrument de test idéal pour le SAV, le laboratoire et les points de vente horlogers. Les fonctions de base et le déroulement des mesures sont en grande partie automatiques et offrent une utilisation rapide et efficace. Des modes de mesure supplémentaires permettent de mesurer la marche des montres à échappements spéciaux. Son affichage couleur à haute résolution, attire tous les regards, même dans l'espace de vente.



Détecteur de magnétisme et démagnétiseur

TESLASCOPE

Détecteur de magnétisme et démagnétiseur, le Teslascope offre la possibilité d'effectuer ces fonctions en une seule opération. Son capteur permet de tester les montres avec ou sans bracelet, les mouvements et les fournitures de montres en acier. L'évaluation des résultats s'affiche à l'aide de LED rouges et vertes. Le degré de magnétisation est indiqué par plusieurs LED. Cet appareil vous convaincra par son maniement convivial et ses résultats de mesure simples à interpréter.

Documentation détaillée pour ces appareils sur simple demande :

FOM 2000 - BP 72072 - 8, avenue Charles de Gaulle - 25502 MORTEAU Cedex
www.fom2000.com - fom2000@wanadoo.fr
Tél : 03 81 67 13 50 - Fax : 03 81 67 24 74

fischer

ANALYSES ET TITRES
OR ET PLATINE
EN QUELQUES MINUTES

Présent à
PRINT'

OR

Epaisseur Analyse Matériaux
Micro Dureté Contrôle des Matériaux



Le nouveau **FISCHERSCOPE X-RAY XAN 120**

Est un spectromètre à fluorescence de rayons X (EDXRF) moderne.

Il est optimisé pour la détermination du titre de l'or, argent, platine ou de tous autres métaux précieux avec une précision inférieure à **1%** et inférieure à **0,5%** avec le **XAN 150**.

La composition exacte des bijoux, de tous les alliages et des revêtements de joaillerie peut être déterminée en quelques secondes.

7, rue Michaël Faraday
78180 Montigny-le-Bretonneux
Tél. : 01 30 58 00 58
www.helmut-fischer.com
Email : France@helmutfischer.com



Perjes Sécurité

consultant de l'officiel H&B



La sécurité des boutiques

Une affaire de spécialiste hautement qualifié

Entre les systèmes mécaniques, la gestion électronique et la maintenance, les systèmes de sécurité doivent être hyper fiables et répondre à des exigences hyper précises.

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Avec l'évolution technologique, les systèmes de sécurité sont devenus très complexes à réaliser.

Perjes Sécurité : Il faut aujourd'hui posséder des compétences en serrurerie, en mécanique et en électronique. C'est un ensemble qui permet d'obtenir un produit cohérent et efficace, de plus il faut être très spécialisé dans les domaines concernés.

L'OHB : Vous n'êtes pas qu'un vendeur de solutions de sécurité ; PERJES conçoit aussi.

Perjes Sécurité : Nous ne sommes pas des importateurs de solutions préfabriquées, PERJES conçoit au cas par cas suivant un cahier des charges très précis. C'est notre point fort de pouvoir répondre ainsi aux demandes et nous fabriquons dans nos ateliers.

L'OHB : Comment se bâtit un cahier des charges ?

Perjes Sécurité : Au commencement, le cahier des charges a été élaboré conjointement avec notre premier « client grand compte », nous sommes partis d'une feuille blanche. Ce sont les responsables de la sécurité des grands groupes qui nous apportent les éléments dont ils ont besoin.

L'OHB : La sécurité ne vient-elle pas perturber la vente ?

Perjes Sécurité : Les procédures sécuritaires mises en place sont adaptées aux méthodologies de vente, et au-delà de la sécurité, ces procédures sont aussi intégrées comme un outil d'analyse marketing très précis.

L'OHB : La sécurité s'intègre dans le marketing ?

Perjes Sécurité : Nos produits n'ont pas été conçus pour cette raison à l'origine, mais ils sont aujourd'hui intégrés dans le processus marketing parce que la technologie offre une traçabilité du produit jusqu'à la caisse.

L'OHB : Les solutions PERJES sont vraiment globales.

Perjes Sécurité : Nous pouvons répondre à 95 % des demandes pointues et, dans 99 % des cas, nos réalisations sont du sur-mesure. Il n'y a rien de standard, évidemment nous bénéficions de sérieuses références.

L'OHB : Qu'est-ce que la gestion électronique ?

Perjes Sécurité : Nous l'avons développée spécifiquement pour la bijouterie, nous travaillons en RFID, mais il s'agit d'un système avec de multiples paramètres où chaque

détail est important. Sans entrer dans la description précise des éléments, c'est vraiment de la haute précision. Notre système d'asservissement permet de tout gérer méthodiquement.

L'OHB : Le client n'est-il pas perdu dans cette complexité ?

Perjes Sécurité : Non au contraire, grâce à nos développements très précis, le client peut encore mieux gérer les zones marchandes, c'est tout l'intérêt du système. Celui qui possède plusieurs boutiques par exemple, peut suivre à distance les opérations de chaque magasin, minute par minute.

L'OHB : Finalement, PERJES est vraiment devenu le spécialiste de la haute sécurité HBJO.

Perjes Sécurité : La confiance que nous donnent les grands groupes semble confirmer ce fait. En presque 6 ans, nos systèmes ont été mis à l'épreuve. Avec Didier Guérin, nous en sommes déjà à la troisième évolution qui montre la confiance obtenue, et avec ce type de client la moindre erreur est immédiatement sanctionnée.■

Denis PERATE, en partenariat
avec notre consultant sécurité,
Perjes



AV-GOLD TEAM



Mme. Corinne MONAMY
 48, rue Vivienne - 75002 PARIS
 & 78, rue du temple - 75003 PARIS
 Tél. : 01 42 33 42 41 - Fax : 01 42 33 67 42
 Mél : avgoldteam@wanadoo.fr

Achat **or** et **argent** aux professionnels :

Chaque jour, nos cours d'achat au : **0800 10 00 34** (Appel GRATUIT depuis un poste fixe)

Sur : **www.avgoldteam.com**

Or fin dans lingot fondu et titré98% du fixing le gramme.....39.19€ le gramme

Possibilité de passer un ordre sur le cours Paris et de bénéficier des primes sur pièces si la **qualité** et la **quantité** des pièces sont suffisantes.
 (Courtage nous consulter)

Débris or : sur la base du fixing de Londres **exemple** : fixing du 21/12/2011 à 39989€

24 cts.....	94% du fixing le gramme.....	37.58€ le gramme
22cts.....	84%.....	33.59€ le gramme
18cts.....	69%.....	27.59€ le gramme
14cts.....	49%.....	19.59€ le gramme

Argent : sur la base du fixing de Londres **exemple** : fixing du 21/12/11 à 734€

Pièces françaises 900‰	83.5% du fixing.....	617.0€ le kilo brut
Pièces françaises 835‰.....	77.5%	573.0€ le kilo brut
Pièces françaises 680‰.....	63.5%	466.0€ le kilo brut

NOUVEAU : achat du métal argenté (grammage supérieur ou égal à 84, sauf couteaux)..... 15€ le kilo

**Seul impératif : être professionnel de l'or ! Apporter un extrait KBIS lors de la première opération.
 Règlement immédiat**

Bijouterie BENEDICT

Dénicheur de talents

Créateurs de bijoux, talentueux inconnus, exposez chez BENEDICT et passez de l'ombre à la lumière.



Devanture

La Joaillerie BENEDICT est située au centre de Saint-Germain-en-Laye. Si vous y allez pour la première fois, et sans être informé de son concept, la visite ménage quelques surprises. On est à mi-chemin entre une galerie d'art et une joaillerie traditionnelle.

Joaillerie traditionnelle dans la mesure où les produits proposés sont tous réalisés selon les règles de l'art du métier de la joaillerie.

Et galerie d'art, car l'originalité de la Joaillerie BENEDICT est de présenter non seulement des marques montantes telles que Morgane Bello ou Redline, mais surtout beaucoup de nouveaux créateurs de bijoux, talentueux - encore inconnus du public - et non représentés dans les circuits traditionnels de distribution.

Cela permet au public de découvrir dans un même lieu, des approches différentes de la joaillerie et d'avoir accès à de très belles pièces uniques.

La Joaillerie BENEDICT a d'ailleurs un fonctionnement qui se rapproche de celui d'une galerie. L'arrivée de chaque nouveau créateur est l'occasion d'une exposition, lancée par un vernissage. Et pendant la semaine qui suit, le public peut faire une approche complète de l'univers identitaire du nouvel artiste en découvrant l'ensemble de ses collections.

Cette approche atypique du métier, notre créatrice l'a forgée en travaillant pendant plus 15 ans pour la distribution, grands magasins Le Printemps ou des joailleries haut de

Bague Pièce Unique, centre Tanzanite et corps tout pavé diamant sur or blanc, par Marco Molinaro.



Boucles d'oreille de la Collection NAISSANCE en perles de culture et diamants sur or blanc, par Marco Molinaro.

gamme, mais également pour une grande marque de la Place Vendôme.

Et de constater que pour les nouveaux talents qu'elle découvrait, il n'existait aucune possibilité d'être connu par le public parce qu'ils ne pouvaient pas être distribués par le circuit traditionnel.

Voilà un peu plus d'an que la Joaillerie BENEDICT a ouvert ses portes, cette fin d'année devrait consacrer l'audace, l'innovation et le courage de sa créatrice. ■ M.T.

BENEDICT

16, rue André Bonenfant
78100 Saint-Germain en Laye
Tél : 09.66.87.36.97/06.31.98.77.12
ab.robin@benedict.fr

Bijouterie les 7 d'or

Mathias Galdéano, un bijoutier amoureux du métier « à l'ancienne ».



Mathias Galdéano est installé depuis un an Cours de la République à Villeurbanne dans le département du Rhône. Il fait aussi bien de la création que de la réparation dans ce métier qu'il connaît sur le bout des doigts. Salarié pendant dix-huit ans dans plusieurs établissements lyonnais comme Histoire d'Or, Delatour, Maison Lacour, Entreprise J'adore où il faisait tout à la main, et Lyon diamants, il a touché à tous les sec-

teurs de la fabrication à la main.

C'est donc naturellement qu'il a développé son commerce en suivant la passion qu'il a pour ce métier dans ce qu'il a de plus traditionnel à contre-courant d'une époque où nombre de bijoux sont fabriqués mécaniquement. De fait, si on trouve chez lui quelques pièces de marques, l'essentiel de son métier se partage entre la création de petites pièces originales, le plus souvent en argent

avec des pierres, la transformation ou la création de bijoux personnalisés pour ses clients et la réparation. Car **Mathias Galdéano sait tout faire à la main, même des choses qui ne se font plus**. Par exemple la gravure. Qui aujourd'hui encore utilise le Gravograph ? Mathias en a une excellente maîtrise. Il est capable de graver bien autre chose que des lettres, comme un dessin par exemple.

Ainsi, avec son talent de bijoutier à l'ancienne et le contact exceptionnel qu'il a avec les clients, qu'il chouchoute comme des pierres précieuses, il s'est fait naturellement une place dans son secteur. Il n'a d'ailleurs, pas vraiment de concurrent dans sa zone de chalandise. L'essentiel des bijoux qu'il vend sont ceux qu'il crée et il fait de la réparation, à des prix très compétitifs.

Autant dire que le service est très apprécié des clients et confrères.

Comme quoi, un talent qui peut paraître au départ hors marché trouve son créneau surtout dans un secteur, la bijouterie - joaillerie, où l'amour du beau est intemporel. ■ M.T.

Bijouterie les 7 d'or
70, Cours de la République
69100 Villeurbanne
04 27 44 73 43
les7dor@hotmail.fr



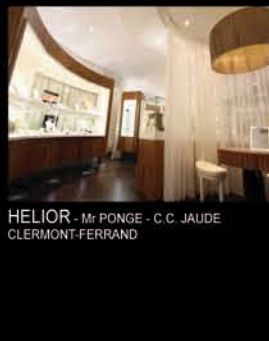
GEAY - REIMS



AUGIS 1830 - LYON



HELIORE - M^{me} PONGE - C.C. JAUDE
CLERMONT-FERRAND



- AGNES PELLEGRIN - AIX EN PROVENCE
- ALAIN BRIAL - LA ROCHELLE
- ARTEON - BIARRITZ
- AUGIS 1830 - LYON
- BACHELIER - ALENCON
- BALLUAIS - EVREUX / C.C. LECLERC - ST LEONARD
- BASSEREAU - REIMS
- BASTER / NOUVEAUX BIJOUTIERS - CLERMONT FERRAND
- BAULANT - EPERNAY
- BEAURAIN PAISANT - LISIEUX
- BERNADOU - TOULOUSE
- BLANC / NOUVEAUX BIJOUTIERS - FONT ROMEU - ARGELES SUR MER
- BORROMEE - C.C. VAL D'EUROPE - MARNE LA VALLEE
- BOULDOIRES - CAMBRESIS / ST GERMAIN EN LAYE
- BOUSQUET - MONTPELLIER
- BRUNEAU - GOURNAY EN BRAY
- BUIRETTE - C.C. CARREFOUR - MATOURY - GUYANE
- CARADOR - C.C. CHALONS EN CHAMPAGNE
- C.C. ST SEBASTIEN - NANCY / C.C. CARREFOUR - CHATEAURoux
- CASTY - PARIS
- CHARLES / M^{me} DEFOUILLOUX - JUAN LES PINS
- CHAUVET - LES BOURNE
- CHAMPROUX - PARIS
- CHATIN / NOUVEAUX BIJOUTIERS LES MONTRES - C.C. LES FAUBOURGS - BILFORT
- CHRISTIAN MICHE - C.C. AUCHAN - SINLE NOBLE - C.C. CORA - LENS - CAMBRAI
- CIRE ALLIANCES ET DIAMANTS - LYON / STRASBOURG
- COLLIER - ALBERTVILLE
- COMPTOIR JOFFRIN / M^{me} CLEPKENS - PARIS
- COURMONT - ANGOULEME
- CLAUDINE MICHEL - PERTUIS
- CRESUS - PARIS - CANNES
- DANESI / M^{me} MARCHIONI - BASTIA
- DARBIER-REVAUX / M^{me} MARTIN - CREIL
- DARDE - LES MONTRES - BLOIS
- DEBEC - C.C. LE CLERC - PORNIC
- DEHOUX - C.C. CARREFOUR - GREYSSE - LIBOURNE
- DELHAYE / M. KULICH - LEVALLOIS PERRET / CLICHY / PARIS
- DEPRETY / M. LACRAMPE - MONTPELLIER
- DIDIER GUERIN - PARIS / C.C. PARYL 2 - LE CHESNAY / C.C. VELIZY 2
- C.C. LES QUATRE TEMPS - LA DEFENSE - C.C. CRETEIL SOLEIL
- DORNIER - NEVERS
- DOUX - COURCHEVEL
- DUBAIL - PARIS
- DUBOIS / M. CASSARDO - C.C. VAL D'YERRES 2 - BOUSSY ST ANTOINE
- DUBREUIL - C.C. EVRY 2 / C.C. CARREFOUR - MONTESSON
- DUCAS - BORDEAUX
- DUTRAY - LE MANS
- ETE - VERSAILLES
- FERRET - NICE
- FOUCHER / NOUVEAUX BIJOUTIERS - C.C. AUCHAN - LE MANS
- FRIMAT - BEAUVAIS
- GAREL - C.C. LECLERC - BOURG EN BRESSE
- GEAY - REIMS
- GERGUES - LOUESSARD - RENNES
- GERMAIN - CASTRES
- GIRAUD / SO OR - C.C. LECLERC - BERGERAC
- GODECHOT PAULIET - PARIS
- GODET - LA ROCHE SUR YON
- GRAPPIN / NOUVEAUX BIJOUTIERS - PONT DE VAUX
- GUEGUIN PICAUD - VANNES / AURAY / QUIMPER / LORIENT
- GUERIN - ST LO
- HAMEL - BOURG LA REINE
- HARDY - METZ
- HARITS - BIARRITZ
- HAUBOIS - C.C. LECLERC - ST GILLES CROIX DE VIE
- HERZO - LYON / PARIS
- ID OR / M^{me} DEBEC - PORNIC
- JOHANNI / M^{me} TRINGIER - BOURGES
- KARAT / M^{me} MONTEIL - C.C. CARREFOUR - MOISSAC
- KERLEROUX - QUIMPER
- KORLOFF - LYON / PARIS
- LACAGNE - BEAUNE
- LANDREAU / M^{me} LASSORT - C.C. ILOT DES CORDELIERS - POITIERS
- LANGEVIN PERRIER - C.C. ALMA - RENNES
- LAPORTE - LA ROCHELLE / C.C. CARREFOUR BEAULIEU
- LARROUTIS - BURNET - VERSAILLES
- LASSAUSOIS "LES MONTRES" - PARIS
- LE FUR - NOUVEAUX BIJOUTIERS - PERROS-GUIREC
- LEPAGE - LILLE / NICE / ROUEN
- LES PIS ET L'OR - M^{me} DEVENY - C.C. LECLERC - SAINT BRICE COURCELLES
- LENG - M^{me} SCHMITT / M^{me} KUHN - STRASBOURG
- L'OR DU TEMPS - C.C. BELLE EPINE / C.C. NICE CAP 3000
- C.C. LES QUATRE TEMPS - LA DEFENSE
- LOUSTAU "AUX DIAMANTS DE NAVARRE" - PAU
- MARQUE - RUEIL MALMAISON
- MARC PHILIPPE - ST LO
- MARGOUT - C.C. LES 3 FONTAINES - CERGY PONTOISE
- MATIEU - CANNES
- MEDARD - VERSAILLES
- MORNIER - BORDEAUX
- NAUFRE "LA BIJOUTERIE DES FIANCES" - PONT AUDEMER
- NEUVILLE - MONTARGIS
- NOEL - METZ / LUXEMBOURG
- NORA - NANCY
- NOUVEAUX BIJOUTIERS - RUEIL MALMAISON - CREIL
- PAOLI - AJACCIO
- PARUR / M^{me} ENOS - VERNON / C.C. LECLERC - VERNON
- PAUL HERBERT - C.C. LECLERC - SURGERES
- PELLEGRIN - MARSEILLE / AIX EN PROVENCE
- PELTIER / M^{me} NARDELLI - C.C. CARREFOUR - LAON
- PEPIN - ORLEANS
- PESENTI - C.C. GEANT - DYONNAX
- PIERRAT - CHARTRES
- PIERRE POLLARD - C.C. CARREFOUR - L'ILE D'ABEAU
- PHILIPPARIE / M^{me} LEMARCHAND - LIMOGES
- POISSON "L'ETOILE D'OR" - NOGENT SUR MARNE
- PONGE "BIJOU" - C.C. CARREFOUR - MENETROL
- PONGE "MONTREZ-VOUS" - C.C. JAUDE - CLERMONT FERRAND
- PORTEJOIE / NOUVEAUX BIJOUTIERS - LA ROCHE SUR YON
- POTTIER "ESPACE TEMPS" - C.C. NAYEL - LORIENT
- POTTIER "NICKY DIAMONDS" - C.C. LES TROIS SOLEILS - RENNES
- PRIEUR - NANTES / BREST / LAVAL
- QUINTANA - SABLE D'OR / C.C. CARREFOUR - NARBONNE
- RAYNAL - AIX EN PROVENCE
- ROUILLET - ROMS
- ROTOLO / NOUVEAUX BIJOUTIERS - C.C. GEANT - ISTRES
- ROUX - NICE
- SONNELLBACH - C.C. AUCHAN DIEPPE
- SELLECIO - C.C. EVRY 2
- SIX - CHAUNY
- SOREL - CHARTRES
- SO OR / M^{me} MORNIER - BORDEAUX
- STAUFFER / NOUVEAUX BIJOUTIERS - NANCY
- STOVEN - C.C. AUCHAN - ARRAS
- SUBRA "DON JON" - TOULOUSE / BLOIS / WASQUEHAL / ST DENIS / LORIENT
- BOURG EN BRESSE - C.C. AUCHAN OYAVE - CREIL / BIEVRE / NANCY
- TANIA CAMBOULIVES - MONTAUBAN
- THIERRY BESNIER - CHARTRES
- TRIANGLE D'OR / M^{me} DEJEAN - C.C. AUCHAN - CHATEAUBRIANT
- VERON ROQUES - ST RAPHAEL
- VERSION OR / M^{me} SZYMCZAK - C.C. GEANT - ARGENTEUIL
- X' OR - C.C. CARREFOUR - GIVORS / NANCY / METZ
- YANN G / M. GIRAULT - LE MANS



LASSORT - POITIERS



MORNIER - BORDEAUX



CHRISTIAN MICHE - C.C. AUCHAN - CAMBRAI



BERNADOU - TOULOUSE



PELTIER
votre bijoutier



PELTIER - C.C. CARREFOUR - LAON



BLANC NOUVEAUX BIJOUTIERS TENDANCE
ESPACE ATLANTIS - ARGELES SUR MER / BOURG MADAME



DIDIER GUERIN - C.C. CRETEIL SOLEIL
C.C. LES QUATRE TEMPS - LA DEFENSE



ISABELLE DEBEC - C.C. LECLERC - PORNIC



DUBAIL - PLACE VENDOME - PARIS



RENDEZ-VOUS SUR NOTRE SITE : www.nombredor-architecture.com



GEORGES JOAILLIER - C.C. GRAND QUARTIER - SAINT GREGOIRE
GEORGES TENDANCE - C.C. GRAND QUARTIER - SAINT GREGOIRE



AMAND - Mr BALLUAIS - EVREUX



NOMBRE D'OR ARCHITECTURE COMMERCIALE

39 Avenue Reille 75014 PARIS / TEL : 01 43 13 14 80 / FAX : 01 43 13 14 89 / SITE : www.nombredor-architecture.com

Les Nouveaux Bijoutiers continuent

Dans le marché du bijou où la concentration des chiffres d'affaires avec un nombre réduit d'acteurs change fortement le paysage, les solutions apportées par les groupements sont souvent idéales pour les détaillants isolés.



Un deuxième magasin Tendance ouvert par M. et Mme Blanc.

C'est notamment le cas des offres des Nouveaux Bijoutiers, groupement à taille humaine, qui proposent un soutien approprié aux bijoutiers.

A l'écoute de leurs adhérents, ils suggèrent tout au long de l'année de nouvelles améliorations à leurs adhérents, qui apprécient leur persévérance, le travail de longue haleine qu'ils fournissent, et la relation de confiance qu'ils ont su instaurer.

La preuve en est : Un deuxième magasin Tendance, dédié aux bijoux plus sensibles à la mode, s'est ouvert

le 10 décembre à Argelès-sur-mer, une offre complémentaire appréciable pour M. et Mme Blanc, qui possédaient déjà trois bijouteries traditionnelles sous l'enseigne Nouveaux Bijoutiers.

Le service Nouveaux Bijoutiers, sait adapter ses projets génériques à la problématique chacun. C'est une des forces des Nouveaux Bijoutiers, qui tout en continuant leur progression, ont su rester à l'écoute de chacun de ses adhérents. Dans le contexte actuel où le marché ne favorise pas l'isolement, l'échange

avec des confrères, ou l'écoute d'un professionnel est un soutien appréciable.

2012 apportera son lot de nouveautés de la part du groupement qui insistera sur l'importance des produits d'image dans une bijouterie, sans pour autant négliger les produits standard. Le travail sur le merchandising s'avère être une des clés de la réussite, dans un marché concurrentiel.

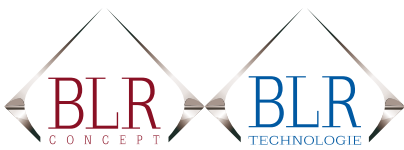
A développer dès la nouvelle année.

Les Nouveaux Bijoutiers seront présents sur le salon Printor 2012 à Lyon. ■ N.K.

BLR Technologie

un label pour mettre en échec l'effraction

Le spécialiste de l'agencement de bijouterie BLR Concept lance un nouveau label : BLR Technologie. C'est sous cette marque que sont désormais appelés à se développer les produits et services de BLR en matière de vitrines sécurisées, de contrôle d'accès et d'éclairages techniques.



La PME française vient en effet de confier tout son secteur mécatronique à cette nouvelle entité dotée de son propre bureau d'étude et filière de production.

Quant à l'autre pilier traditionnel de son activité - l'agencement et la conception de bijouteries-, il sera désormais plus spécialement concentré sous le label BLR Concept, avec son équipe de designer, chargé d'affaire, chef de projet et sa production.

DES SOLUTIONS A LA MESURE DE CHAQUE PROJET

« L'idée consiste à commercialiser des produits de très haut de gamme, mais aussi des outils techniques accessibles à des chaînes ou à des bijouteries indépendantes avec des modules standardisés et sans forcément passer par la conception de magasins complets. BLR Technologie s'adresse aussi à des architectes et concepteurs d'espaces de vente qui peuvent avoir des demandes précises ; à des bureaux d'études qui n'auraient pas les moyens techniques pour aller jusqu'au bout de leurs

créations... » explique le directeur commercial Franck Thivel.

SECURITE, CONTROLE, ECLAIRAGE, SUIVI



Thierry Porpora et Franck Thivel

Associés depuis 2005 pour relever un déficit de taille, Franck Thivel et Thierry Porpora proposent une gamme non restrictive de solutions et d'automatismes pour des espaces sécurisés, mais aussi pour apporter à leurs clients le confort des nouvelles technologies en matière de contrôle d'accès, de commande à distance et d'éclairage technique.

CERTIFICATION EUROPEENNE

Créée il y a près de 25 ans en Auvergne, l'entreprise a su convaincre la haute joaillerie suisse et française, de grandes enseignes de bijouteries, leurs franchises et, surtout, l'incontournable laboratoire de certification européen en matière de sécurité : le CNPP



Attestation délivrée selon un essai unique
Disponible sur www.cnpp.com
N° 2010.0024

(Centre national de prévention et de protection).

Son principe de mise en sécurité des vitrines de bijouterie, a d'ailleurs valu à BLR sa première certification. ■

BLR SARL : 57, route de Vichy, 03110 Espinasse-Vozelle
Tel : 04.70.32.07.77
Fax : 04.70.32.60.02
E-mail : commercial@blr-concept.fr
Web : www.blr-concept.fr



un savoureux mélange d'électronique et de mécanique concentré dans des vitrines stèles autonomes, régulièrement perfectionnées pour la haute joaillerie Genevoise incarnée par De Grisogono.

Charte de la bijouterie joaillerie

Fédérer l'ensemble des acteurs de la filière

En 2009, la filière du bijou fortement touchée par la crise a pris conscience que la survie de ses métiers dépendrait désormais de l'union de l'ensemble de ses acteurs.

Sous l'impulsion de l'Union Française de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie, des Pierres et des Perles (UFBJOP), une étude diagnostic et prospective a été lancée afin d'identifier les leviers d'actions nécessaires à la pérennité de la filière.



Signataires de la Charte Bijouterie-Joaillerie - Assis : Frédéric Mathon Président de Mathon Paris et Président de la BJOP, Eric Besson ministre de l'Industrie et de l'Energie, Olivier Mellerio DG de Mellerio dits Meller, Debouts : Thierry Lemaire DG de LRD Ponce et Daniel Cambour PDG de Cambour&Cie

Une charte, pour quoi faire

Le texte réaffirme les valeurs fondamentales du métier et devient une référence pour tous afin de :

- favoriser le travail collaboratif et le partage d'informations régulières pour anticiper les risques et co-construire les solutions ;
- soutenir la transmission des savoirs et savoir-faire pour garantir l'excellence de la bijouterie joaillerie française ;
- développer les actions d'intelligence collective au sein de la profession pour renforcer sa capacité d'anticipation et d'innovation ;
- investir sur l'éthique et le développement durable comme atout concurrentiel majeur.

Comment s'est déroulé l'élaboration de son texte

Le texte de la charte a été rédigé grâce à une coopération active entre donneurs d'ordre et fabricants. Il a permis de formaliser leur ambition commune et a représenté un moment essentiel du rapprochement entre les acteurs de la filière. Il constitue l'événement symbolique de la réussite du plan de relance Impulsion 2010-2011 du secteur de la bijouterie-joaillerie.

Les principaux résultats de cette initiative

La crise a créé une prise de conscience du besoin fondamental du métier de se raccrocher à un référent.

Et il s'est incarné dans l'UFBJOP. Les acteurs ont compris qu'il fallait qu'ils se prennent en main. La Charte **va permettre de créer une ambition collective tout en étant un code d'éthique.**

En quoi la signature de la Charte est un événement symbolique

Fait sous le haut patronage du Ministre chargé de l'Industrie, de l'Énergie et de l'Économie numérique, **c'est la reconnaissance de toute une filière.**

Par ailleurs, elle positionne l'UFBJOP non plus seulement en tant que grand centre de formation, mais également en tant qu'animateur de la filière.

Enfin, le fait que des représentants, des donneurs d'ordre et des fabricants, la signent ensemble est le symbole d'une véritable alliance pour développer le métier, le lancer dans la modernité, tout en s'appuyant sur ses valeurs fondamentales. **Elle a valeur de référence.■**

M.T.

UFBJOP

58, rue du Louvre - 75002 Paris

Contact : contact@bjop.fr

Tél : 01 40 26 98 00

Ce n'est pas le fruit du hasard si près de 1000 bijoutiers, joailliers et horlogers ont fait confiance au concept André Laval pour organiser leur liquidation de stock.

NOUVEAU!!
Concept Spécial
SOLDES DE PRESTIGE
et
Concept Spécial
VENTE MASSIVE
(nous consulter)



Pourquoi pas vous ?

Lors d'une opération de liquidation, faites appel à une équipe de spécialistes !

Notre concept met en œuvre cette équipe de professionnels. Leur sérieux et leur compétence feront toute la différence !

Parmi nos références :

Bijouterie LA GUILDE DES ORFÈVRES, Montceau les Mines • Bijouterie PARENIN, St Germain en Laye • Bijouterie BOUQUIGNAUD, Cambrai • Bijouterie SARROTE, Biarritz • Bijouterie SIEVERT, Digoin • Bijouterie LA GERBE D'OR, Cherbourg • Bijouterie NOEL, Metz • Bijouterie GEORGES, St Grégoire, Rennes • Bijouterie DAURY, Toulon, La Garde • Bijouterie SANCYGOLD, Noyelles Godault • Bijouterie NURIT, Mende, St Etienne • Bijouterie CHRISTOR, Nîmes • Bijouterie DAMADE, Calais • Bijouterie LAFFONT, Lavelanet • Bijouterie HAFNER, St Etienne • Bijouterie THOMAS, Clisson • Bijouterie ORALINA, Saint Denis • Bijouterie COUTURIER, Nemours • Bijouterie GODET, La Roche Sur Yon • Bijouterie FERREIRA, Crepy en Valois • Bijouterie MANCEAU, Cholet • Bijouterie LONGINUS, Strasbourg • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Mulhouse • Bijouterie MARECHAL, Reims • Bijouterie L'OR DU TEMPS, Chelles • Bijouterie CUVELIER, Chalons sur Saône • Bijouterie PUYBARAUD, Langon • Bijouterie FONTAN, Bordeaux • Bijouterie DOLET, Angoulême • Bijouterie ROEDELSPERGER, Colmar • Bijouterie LONGINUS, Strasbourg • Bijouterie CRUMIERE, Valence • Bijouterie CATTEAU, Vichy • Bijouterie PEsENTI, Arment • Bijouterie JOHANN L., Bourges • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Crépy en Valois • Bijouterie CARAT, Blois • Bijouterie BIJOUFOLIE, Arment • Bijouterie de LA CATHEDRALE, Perpignan • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Pacé • Bijouterie au TREFLE D'OR, Dunkerque • Bijouterie LORAINA, Sarreguemines • Bijouterie HORQUIN, Château Thierry • Bijouterie TOURMALINE, Sierentz • Bijouterie LABORDE, Dax • Bijouterie GOLAZ, Morges, SUISSE • Bijouterie PRIEUR, La Baule, Nantes • Bijouterie MARTIN JULIEN, Limoges • Bijouterie GAMET, Cran Gevrier • Bijouterie BEAUCE, Locminé • Bijouterie LUXE & PRESTIGE, Pornic • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Amiens • Bijouterie NION, Brest • Bijouterie JOROMAR, Paris • Bijouterie DUCAS, Bordeaux • Bijouterie BORD, Biarritz • Bijouterie PROST, Champagnole • Bijouterie OR CENTOR, Cannes • Bijouterie MARIE, Landvisiau • Bijouterie DESCOURS, Le Puy En Velay • Bijouterie RAOULT, Lorient • Bijouterie HERRERO-BOUE, Marseille • Bijouterie GREG'OR, Lille • Bijouterie VOLAT, Aix-Les-Bains • Bijouterie LA GERBE D'OR, Lavaur • Bijouterie BARBIER, Solesmes • Bijouterie DUBOIS, Châteaurox • Bijouterie LINGOT D'OR, Lyon • Bijouterie CARAT D'OR, Valenciennes • Bijouterie LE JEUNE, Paris • Bijouterie OREDIAM, Issoire • Bijouterie MARTIN, Dijon • Bijouterie BASTER, Clermont-Ferrand • Bijouterie TUVACHE, Chartres • Bijouterie FAUR, Saint-Jean-de-Luz, Bayonne • Horlogerie EUROPAGUARTZ, Aubagne, Le Pontet, Nancy, Anglet, Grenoble, Montpellier, Marseille, Roncq, Noyelles Godault • Bijouterie BARROUYER, Carpentras • Bijouterie DE LA PLACE, La Madeleine • Bijouterie MALHER, La Souterraine • Bijouterie PAISANT, Lisieux • Horlogerie GOLDY Les Montres, La Défense Paris, Angers, Troyes • Bijouterie PLANETE OR, Paris, Bourg-en-Bresse, Valenciennes, Sète • Bijouterie GRIERE, Caudry • Bijouterie DUGOR, Auray • Bijouterie ROUYR, Epinal • Bijouterie LA LOUVE GRISE, Pont du Château • Bijouterie BARRAUD, Montluçon • Bijouterie ORLYS, Rochefort • Bijouterie L'OR ET L'ARGENT, Lormont • Bijouterie LABAT, Dax • Bijouterie AUDEON, Nantes • Bijouterie PRIEUR, Tours • Bijouterie GASPARD, Château-Thierry • Bijouterie GAUTHERON, Dijon • Bijouterie AZARIAN, Amiens • Bijouterie TENTATION D'OR, Montauban • Bijouterie GUILLOTIN, Compiègne • Bijouterie BASTIAT, Royan • Bijouterie LASNIER, La Rochefoucault • Bijouterie CASTEL, Lyon • Bijouterie COLONNES D'OR, Limoges • Bijouterie GERBE D'OR, Pau • Bijouterie LEVEQUE, Dreux • Bijouterie HAILLOT, La Seyne-sur-Mer • Bijouterie RAVEL, Hyères • Bijouterie MALLET, Maisons-Alfort • Bijouterie LE LOUPP, Quimper • Bijouterie DELAUNAY, Cognac et Ruffec • Bijouterie DE LUCIO, Drancy • Bijouterie ARTEON, Biarritz • Bijouterie GODECHOT ET PAULIET, Paris • Bijouterie L'ART DU BIJOU, Munster • Bijouterie LOUISET, Bagnols-sur-Cèze • Bijouterie FRANÇOIS, St-Etienne • Bijouterie MOUCHERE, St Hilaire-du-Arcouët • Bijouterie DUCHET, Vesoul • Bijouterie DELOBEL, Armentières • Bijouterie DASSONVILLE, Mauriac • Bijouterie CARLES, Poitiers • Bijouterie POUILLOUX, Royan • Bijouterie BOUR, Freyming-Merlebach • Bijouterie PARENIN, Brie-Comte-Robert • Bijouterie LA SAJA, Chalons-sur-Saône • Bijouterie SABINE, Sarralbe • Bijouterie BLUESPIRIT, Rennes • Bijouterie ALAIN CORTOT CARADOR, Montluçon, Brive, Guéret, Valence, Le Creusot, Limoges, St Jacques, Salaise • Bijouterie PORTEJOIE, La-Roche-sur-Yon • Bijouterie GANSTER, Merlebach • Bijouterie VIVIER, Angoulême • Bijouterie VILLARET, La Grande Combe • Bijouterie OR et PASSION, Vanves • Bijouterie PERDRIEU, Saint-Yriex-la-Perche • Bijouterie BEAUMESNIL, Dinard • Bijouterie FURET, Lorient • Bijouterie L'HOSTE, Sablonville • Bijouterie GUILHEM, Béziers • Bijouterie HOURDEAUX, Valenciennes • Bijouterie MAQUART, Rethel • Bijouterie d'ARMOR, Quimper • Bijouterie CORNALINE, Rezé • Bijouterie MELOT, Montesson • Bijouterie KERN, Cernay • Bijouterie FINET, Mâcon • Bijouterie THIERRY, Dreux • Bijouterie RIGAL, Agen • Bijouterie MOREAU, Pau • Bijouterie LEPAGE, Le Havre • Bijouterie ROGER, Bayeux • Bijouterie TRETOUT, Lorient • Bijouterie CAUBET, Toulon • Bijouterie GRANSAC, Castres • Bijouterie L'ANNEAU D'OR, Nantes • Bijouterie MARLEY, Paris • Bijouterie ORLEAC, Mérignac • Bijouterie CAMUS, Alençon • Bijouterie BRILLAXIS, Bayonne • Bijouterie GIGANDET, Beaune • Bijouterie LE CARAT, Miramas • Bijouterie CHABRIER, Saint-Denis • Bijouterie COIFFARD, Trappes • Bijouterie GALINIER, Saint-Gaudens • Bijouterie GUILLAUME, Villeurbanne • Bijouterie CONDYKE, Nice • Bijouterie STAHL, Montbrison • Bijouterie CHAPATTE, Montbéliard • Bijouterie BOUSCH, Forbach • Bijouterie PERREARD, Annecy • Bijouterie A LA CONFIANCE, Amiens • Bijouterie LAURENT, Chambourcy • Bijouterie VERMANDE, Nyons • Bijouterie REBOULLETT, Montélimar • Bijouterie PEPIN, Orléans • Bijouterie JACQUEMART, Pamiers • Bijouterie GIRARD, Nogent-le-Rotrou • Bijouterie LA GERBE D'OR, Gaillac • Bijouterie GRANDÉMANGE, Epinal • Bijouterie MAQUART, Charleville • Bijouterie LETHU, Lorient • Bijouterie FUSTIER, Clermont-Ferrand • Bijouterie ROCHE, Chambéry • Bijouterie LANGEVIN, Rennes • Bijouterie PRELY, Bourges • Bijouterie ROGER, Strasbourg • Bijouterie PENOT, Saint-Etienne • Bijouterie LES ARCADES, Cherbourg • Bijouterie LUNEL, Paris • Bijouterie BERTHIER, Dijon • Bijouterie L'OR et L'ARGENT, Lormont • Bijouterie LA CHAUSSEE D'OR, Paris • Bijouterie GUILLEMETTE, Caen • Bijouterie QUANCARD, Bergerac • Bijouterie CAILLE, Noyan • Bijouterie CLERGEAU, Thonon-Les-Bains • Bijouterie CARAT, Saintes • Bijouterie CARAUD, Paris • Bijouterie AUBAULT, Rennes • Bijouterie GUEGUIN, Vannes • Bijouterie BERRUET, Montargis • Bijouterie DUMAS-COMBE, Bourg-en-Bresse • Bijouterie VIBERT, Allevard • Bijouterie REINAL, Lunel • Bijouterie GAREL, Annonay • Bijouterie DES ARCADES, Castres • Bijouterie DEFILLE, Lorient • Bijouterie MAZELLIER, Toulouse • Bijouterie MALGAT, Sisteron • Bijouterie HARDY, Villefranche-sur-Saône • Bijouterie RIEME, Montceau-les-Mines • Bijouterie MARTIN, Massy-Palaiseau • Bijouterie OREDIA, Paris-Rivoli • Bijouterie KAKAL, Orléans • Bijouterie l'ECRIN, Digne • Bijouterie MASSART, Toulon • Bijouterie GERAUD, Le Puy-en-Velay • Bijouterie SARRAZY, Bergerac • Bijouterie PETITEAU, Chalans • Bijouterie MAQUART, Sedan • Bijouterie MARSAC, Epervan • Bijouterie BUSQUET, Marmande • Bijouterie GENTIS, Royan • Bijouterie AUX EPIS D'OR, Saint-Nazaire • Bijouterie LES DIAMANTINES, Pessac • Bijouterie MALIQUE, Colombes • Bijouterie LALLEMAND, Epervan • Bijouterie ROUILLON, Saint-Calais • Bijouterie VAILLANT, Saint-Brieuc • Bijouterie BOUJU, Mantes-la-Jolie • Bijouterie STUDER, Amiens • Bijouterie LES TOURMALINES, Paris • Bijouterie MIRO, Carcassonne • Bijouterie HARDY, Villefranche-sur-Saône • Bijouterie CHAIZE, Grenoble • Bijouterie ORARD, Tournon • Bijouterie ORIAL, Toulouse • Bijouterie TURLIER, Mâcon • Bijouterie ORIANE, Ollioules • Bijouterie SAUTEJEAU, Lannion • Bijouterie KREITER, Haguenau • Bijouterie KAEHLIN, Huningue • Bijouterie GERBE D'OR, Caen • Bijouterie ELIE, Poitiers • Bijouterie ROEDELSPERGER, Colmar • Bijouterie BIJOUX 2000, Chennevières • Bijouterie LASSALLE, Rouen • Bijouterie LA TOPAZE, Epinal • Bijouterie COMPTOIR D'ITALIE, Kremlin-Bicêtre • Bijouterie OR ET DIAMANT, Choisy-le-Roi • Bijouterie BURGIARD, Lanester • Bijouterie CHEVALIER, Orléans • Bijouterie COMBE, Besançon • Bijouterie GUIGO, Saint-Renan • Bijouterie LANDREAU, Poitiers • Comptoir CARDINET, Versailles • Bijouterie BASSEREAU, Reims...

« On ne s'improvise pas liquidateur professionnel, c'est un vrai métier !

Méfiez vous des imitateurs, des conseils des pseudo-professionnels sans véritable expérience. Les différences peuvent être énormes... » (André LAVAL)

Pour toutes vos questions sur les liquidations et ventes exceptionnelles, contactez-nous sans engagement : OCS CONCEPT A. LAVAL

Tél. 06 03 29 47 24 - Fax 05 62 89 13 28 - e-mail ocs.laval.thomas@wanadoo.fr

O.C.S. Rue de l'Ambène - B.P. 198 - 63200 Riom - www.liquidation-ocs.com

(mêmes coordonnées pour nos bureaux Sud de St-Raphaël)

Le cahier de Tendance 2013

les influences

Comme chaque année, le Comité Francéclat nous livre le résultat de son étude sur les tendances à venir, dans les secteurs de l'horlogerie, la bijouterie, la joaillerie, et les arts de la table.

Intitulé « Influences 2013 », l'analyse 2013 s'articule autour de quatre grandes influences, qu'elle décline en différents thèmes. Elle consacre également une place importante à la présentation des grandes évolutions susceptibles de déterminer les choix des consommateurs.

Les influences générales

Le Comité Francéclat a fait appel au cabinet international de prévisions de tendances Nelly Rodi, pour étudier et extraire les influences générales qui interviendront dans les choix des consommateurs.

10 stylistes et designers les ont interprétées pour l'horlogerie, la bijouterie, la joaillerie et les arts de la table. La société est en constante mutation. Autant de révolutions : scientifiques, technologiques, économiques et sociologiques qui se combinent pour réinventer de nouveaux modes. Les équilibres anciens se transforment et modifient les perspectives connues.

Demain ne ressemblera ni à hier, ni à aujourd'hui ! C'est un fait avéré. C'est pourquoi les observateurs de notre société et de notre époque, anticipent l'émergence d'une nouvelle civilisation, ou plus simplement

de nouvelles façons d'être. Des solutions alternatives et inédites se détachent, à travers quatre thèmes.

Thème 1 Les Barb-archaïcs



Barb-archaïcs

Une esthétique qui s'inspire des dentelles organiques ou des nids protecteurs réalisés avec des matériaux de proximité. Dans une veine manufacturée et industrielle, les créations reprennent l'esprit des agglomérations de matières.

On remarque une fascination pour les matériaux naturels : les architectures osseuses animales ou humaines deviennent des sources d'inspiration pour des objets articulés.

Les Barb-archaïcs sont en quête d'un design primitif, dans lequel les signes tribaux et spirituels distinctifs sont importants.



Essensualistes

Thème 2 Les Essensualistes

Ils aiment les structures légères et alvéolaires, modulables, aériennes, qui invitent à la détente et à la méditation, dans une veine poétique et délicate.

Les coques et les effets molletonnés résistants aux chocs et doux au contact de la peau, dans une recherche de sécurité, et de protection sensorielle.

On observe le contraste des matières volumineuses (matelasages, airbags et capitons) et des tonalités douces.

Les Essensualistes sont à la recherche d'une protection moelleuse et sensorielle dans un monde anxieux.

Thème 3 Les Wordistes



Wordistes

Les idées de recyclages, de rafistolages... s'expriment à l'aide de réseaux filaires. Les créateurs font la part belle à la maille, qui se fait la

métaphore des réseaux de communication et au tricot, en mettant en valeur des savoir-faire et des traditions anciens, gorgés de symboles et de signes communautaires réhabilités.

Des jeux de constructions naissent de matériaux issus du recyclage, qui sont assemblés spontanément en fonction de leur disponibilité et des besoins pour former un ensemble bigarré, métissé, joyeux et coloré, à l'image de nouveaux totems.

Les Worldistes sont des voyageurs curieux à l'esprit solidaire, festif et activiste. Ils n'hésitent pas à détourner icônes et mythes avec humour.

Thème 4 Les Glamazones

Ils aiment les effets d'optique avec des variations dans les perspectives et les volumes qui donnent un effet de profondeur à la matière, les lignes graphiques noires et blanches

qui soulignent les reliefs. Les formes en mouvement et les jeux de lumières rendent les supports immatériels.



Glamazones

Vibrations, oscillations sont leur credo et les effets cinétiques sont réinterprétés avec des technologies de pointe pour des esthétiques numériques.

Les Glamazones sont résolument tournés vers le futur et évoluent dans un univers ultra-moderne et technologique dans des ambiances citadines et nocturnes.

Interprétations des tendances par les créateurs : place aux TENDANCES MODE

Après les réflexions du Cabinet Nelly Rodi qui ont mis en évidence 4



Tendances mode

types d'influence, les interprétations des designers, à travers leurs dessins et maquettes, permettront de mieux s'appropriier les observations qui ont été faites.

Ces planches saisonnières de cahier de Tendance du **Comité Francéclat** apportent un complément d'information qui fait ressortir les points forts de chaque thème sous un angle plus concret, notamment à travers la mise en valeur des couleurs et des matières caractéristiques de la saison. ■ N.K.

INVERNESS[®]

Simply Superior

CONFORME AU DÉCRET N°2008-149 DU 19/02/08



Cassette et Cartouche



Boucle de perçage avec Accroche de sûreté



Nettoyer



Charger



10 % de remise à la première commande



Marquer



Percer



Ejecter

INVERNESS-COOKSON
 20, rue des Fossés - 77130 Montereau
 Tél. : 01 60 70 40 70
 Fax : 01 60 70 40 20
 email : inverness-cookson@orange.fr



Branka Berthoumieux CCIP

La CCIP

au service des métiers d'art, du luxe et du patrimoine

La Chambre de commerce et d'industrie de Paris lance un programme intitulé « Dispositif de soutien à la transmission de PME/TPE des métiers d'art, du luxe et du patrimoine ». Son objectif est d'optimiser la reprise-transmission dans un secteur où les entreprises se distinguent notamment par un haut niveau de savoir-faire.



Chambre de commerce et d'industrie de Paris

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Pourquoi cet engagement en faveur des métiers d'art, du luxe et du patrimoine ?

Branka Berthoumieux : En Ile-de-France, ce secteur regroupe plus de 5000 entreprises dont 4000 TPE/PME. Dans les années à venir, nombre de leurs dirigeants vont se retrouver à la retraite. Il est important d'accompagner leur départ. Rappelons également que le secteur représente plus de 30 000 emplois. Sauvegarder ces entreprises, c'est préserver leurs emplois, mais c'est aussi pérenniser des compétences souvent exceptionnelles ; c'est notre plus grand challenge.

L'OHB : La transmission est-elle plus difficile dans ce secteur d'activité ?

B. Berthoumieux : Oui, car il s'agit souvent de « métiers passion » où l'on observe un attachement quasi-affectif entre l'entreprise et son dirigeant. Par ailleurs, la valorisation de ces entreprises est délicate car comment valoriser cet aspect « immatériel » que représente un savoir-faire rare ? C'est également un domaine où là plus qu'ailleurs, il est important de trouver des repreneurs qualifiés, capable de conjuguer la passion

que ces métiers exigent et une vision du développement qui parte du savoir-faire de l'entreprise.

L'OHB : Comment s'articule ce dispositif d'accompagnement ?

B. Berthoumieux : L'accompagnement s'opère en 2 étapes successives :

- la première est consacrée à la sensibilisation (visite de l'entreprise par un conseiller de la CCIP), à la préparation de la transmission (via un diagnostic) et à une estimation de sa valeur. Cette première étape est gratuite.

- la seconde consiste dans la recherche ciblée d'un repreneur, à l'aide d'un dossier de présentation de l'entreprise. Cette prestation est facturée 600 euros HT..

L'OHB : Quels critères d'éligibilité pour l'entreprise cédante ?

B. Berthoumieux : L'entreprise doit être implantée à Paris ou en petite couronne (75, 92, 93, 94). Elle doit employer 3 salariés ou plus, cédant compris. Elle doit enfin mettre en œuvre un savoir-faire rare ou relever de la nomenclature des métiers d'art, ou encore travailler pour des Maisons de luxe ou des architectes. A noter que les établissements bénéficiant du label EPV (Entreprises du Patrimoine Vivant), ont également accès au dispositif.

L'OHB : Quel intérêt de reprendre une entreprise dans un secteur où l'on observe quelquefois de faibles rentabilités ?

B. Berthoumieux : Pour le repreneur, c'est une chance de capitaliser sur une expérience d'entreprise, sur sa clientèle, sa notoriété et souvent son patrimoine économique, en termes d'outillages et d'archives. C'est aussi, dans beaucoup de cas, une perspective d'accès à des marchés inexploités à l'exportation.

L'OHB : Comment caractériseriez-vous le marché de la reprise d'entreprise dans son ensemble ?

B. Berthoumieux : Ce sont des marchés complexes avec un déséquilibre entre l'offre et la demande. Il y a presque toujours plus de repreneurs que de cédants. Le secteur des métiers d'art, du luxe et du patrimoine se présente comme une exception. Nous avons pour objectif d'accompagner 50 cédants et à cet égard, nous serions heureux d'y compter des professionnels de l'horlogerie et de la bijouterie... ■ L.L.

Contact :

CCIP -Branka Berthoumieux
Service reprise-transmission PME/TPE
Tél : 01 55 65 39 12
Email : bberthoumieux@ccip.fr

Le règlement Reach

Point sur le front des substances interdites en bijouterie

Depuis le 10 décembre 2011, les restrictions d'usage sur certains produits utilisés en horlogerie - bijouterie comme le cadmium, sont applicables. Le plomb va suivre en 2012.

Le cadmium

A l'heure actuelle la mesure phare appliquée dans le cadre du règlement Reach définit la restriction d'usage du cadmium utilisé en bijouterie. L'affaire a été promptement réglée par une circulaire parue le 10 mai 2011 au Journal Officiel de la CEE. Son application est entrée en vigueur le 10 décembre 2011. En voici l'essentiel : *Le cadmium ne peut pas être utilisé dans les métaux d'apport pour le brasage fort en concentration supérieure ou égale à 0,01% en poids (exprimée en Cd métal).*

De même, ne peuvent être mis sur le marché, les bijoux dont la concentration en cadmium est supérieure ou égale à 0,01% en poids de métal. Ces dispositions ne sont pas applicables aux bijoux placés sur le marché avant le 10 décembre 2011 et aux bijoux de plus de 50 ans à cette même date.

Le plomb

Concernant le plomb, la restriction de son usage dans les articles de bijouterie et d'horlogerie est encore en projet. Commencé il y a deux ans, les professionnels ont pu cette fois-ci donner leur avis.

Le Comité d'analyse socio-économique (SEAC) et le comité d'analyses des risques (RAC) de l'Agence européenne des produits chimiques (ECHA) ont transmis leur avis sur le

projet de restriction à la Commission européenne qui sur la base de ces avis va préparer la proposition de restriction qui sera alors soumise aux votes des états membres. Les avis de ces deux comités sont succinctement les suivants :

Le RAC propose que le plomb et ses composés ne soient pas utilisés ou placés sur le marché dans :

1) les parties métalliques et non métalliques des articles de bijouterie si la concentration en plomb est supérieure ou égale à 0.05 % en poids de l'élément ;

2) le paragraphe ci-dessus ne doit pas s'appliquer quand il peut être démontré que le taux de plomb libéré de l'article de bijouterie ou d'une partie de l'article n'excède pas 0.05 µg/cm²/hr (0.05 µg/g/hr).

Le SEAC préconise que le plomb et ses composés ne soient pas utilisés ou placés sur le marché si la concentration en plomb est égale ou supérieure à 0.05% en poids de toute partie individuelle des articles de bijouterie et des accessoires pour cheveux incluant les bracelets, colliers, bagues, piercings, montres bracelets, bracelets, broches et boutons de manchette. - Par dérogation, le paragraphe ci-dessus ne s'applique pas :

- au « cristal au plomb supérieur » et « au cristal au plomb »

Justification de la mesure de restriction

La proposition de restriction se fonde sur plusieurs incidents graves ayant eu lieu au cours des dernières années impliquant des empoisonnements d'enfants par le plomb et/ou par ses composés, suite à un mauvais usage (ingestion/mise à la bouche) de petits objets, tels que des bijoux fantaisie.

Des bijoux contenant du plomb sont actuellement mis sur le marché et, par conséquent, sont susceptibles d'être mal utilisés par les enfants. Les effets de l'exposition au plomb sur les enfants sont graves et peuvent être irréversibles. Pour l'instant, aucun seuil de sécurité ne peut être scientifiquement déterminé pour les effets du plomb sur leur système nerveux central.

Au vu de la situation, et compte tenu du fait qu'il est presque impossible pour les consommateurs d'identifier les bijoux contenant du plomb, le rapport indique que la seule façon d'empêcher les enfants d'être empoisonnés par ces articles est de limiter l'exposition au plomb résultant de ces produits.

Source : www.developpement-durable.gouv.fr/document108612

- aux composants internes des montres ;
- aux pierres précieuses et semi-précieuses
- aux émaux vitreux.■

Propos recueillis par Margaret Tondelier auprès de Madame Sofia Beltrao du CETEHOR.

Délais de paiement à 60 jours la négociation continue

Depuis 2008, le secteur HBJO avait obtenu un accord dérogatoire pour conserver un délai de paiement à 60 jours jusqu'au 1er janvier 2011. Qu'en est-il sur le terrain un an après la mise en application de la directive européenne ?

Une enquête a été réalisée auprès des adhérents par la Fédération Nationale HBJO pour recueillir leur avis et connaître les pratiques en cours. Si beaucoup s'accordent à dire que certains délais de paiement étaient excessifs et mettaient en danger la vie des entreprises créditrices, ils sont aussi nombreux à souhaiter prolonger l'accord dérogatoire à 60 jours. La première raison invoquée : le stock d'un bijoutier tourne lentement et le retour sur investissement excède souvent les 60 jours. L'avance de trésorerie devient vite insupportable.

Pourquoi renégocier les accords dérogatoires du secteur HBJO ?

Actuellement, la Fédération Nationale HBJO est en pleine discussion pour, d'une part prolonger cet accord dérogatoire et rester au délai de paiement à 60 Jours et d'autre part, pour faire entrer le secteur HBJO dans les « activités marquées par

des ventes saisonnières » et bénéficier ainsi de délais de paiement plus longs.

Par ailleurs, la Fédération Nationale HBJO souligne qu'il est important également d'obtenir la possibilité de délais au moins à 120 Jours dans certains cas précis :

- Quand les détaillants sont l'objet de braquages ou de dégradations,

certes, les assurances indemnisent les victimes de ces dégâts mais dans un délai qui, le temps de monter le dossier de remboursement, excède forcément les 60 jours.

- Lorsqu'une enseigne implante un nouvel établissement ou qu'elle développe une nouvelle marque, là encore, il est évident que le retour sur investissement est long. Un délai de paiement à 60 jours augmente artificiellement la charge financière des projets quand il ne les pénalise pas immédiatement.

L'idéal, remarque la Fédération Nationale HBJO serait de faire une demande pour toute la profession, détaillants et fabricants car tout le monde est concerné. Les négociations en cours avec les fabricants devraient déboucher rapidement sur une proposition qui agréer les deux parties. ■

M.T.

Propos recueillis auprès de
Carole Grouesy, Délégué national
Fédération nationale HBJO

légende : le site de la Fédération Nationale H.B.J.O.

Atelier Patrick MORAND

● SPECIALISTE ●

Alliances fraisées

**Démontage et remontage
de vos anciennes montures**

**30 ans au service des bijoutiers
Détailleurs - Fabricants**

Atelier Patrick MORAND
27 rue de Brest - 69002 LYON
Tél. 04 72 40 96 31 / 06 09 32 07 93
Fax 04 72 40 96 31

S'il est un atelier « précieux » dont les détaillants ont vraiment besoin, c'est bien celui de Patrick MORAND. **Spécialiste de l'alliance fraisée et du démontage et remontage des anciennes montures**, l'atelier de bijouterie offre des services que les bijoutiers-joailliers apprécient.

Avec plus de 30 ans d'expérience, Patrick MORAND **réalise du sur-mesure**, qu'il s'agisse d'alliances fraisées ou de redonner une seconde jeunesse aux bijoux de vos clients. Toutes les alliances sont réalisées de façon mécanique à partir de flans de métal fraisés **à l'aide d'outils diamants afin d'obtenir une parfaite finition et une brillance exceptionnelle.**

Spécialiste de l'alliance rail, barrettes, griffes, torsades, demi-jonc, ruban, et pour toutes les grosseurs et formes de pierres, ovale, navette, bague, princesse, **l'atelier peut répondre à des besoins très spécifiques comme la fabrication à l'identique.**■



Lyon Casting Consulting

Travail à façon
uniquement

Lyon Casting Consulting,
une équipe à votre écoute,
dynamique et réactive.

Lyon Casting Consulting

**Fonte à
Cire Perdue**
Tous métaux

LYON CASTING CONSULTING Tél : 09 51 40 75 40
26, rue Lanterne 69001 - Lyon Fax : 04 72 00 88 54

www.lcc-fonte.com e-mail : contact@lcc-fonte.com

Michel et Catherine Bergia sont des « **fondeurs de métaux précieux** » et leur entreprise, **Lyon Casting Consulting**, est reconnue comme **spécialiste en France de la fonte à cire perdue.**

Michel Bergia qui a exercé le métier de bijoutier-joaillier, connaît parfaitement toutes les étapes de fabrication d'un bijou, un atout indéniable pour ses clients qui peuvent faire confiance à son expertise.

Le sens du service

Aujourd'hui, plus qu'hier, être spécialisé dans un domaine n'est plus suffisant. En effet, le service s'est intégré comme une composante essentielle. Lyon Casting Consulting a su développer le sens du service sur 4 points principaux : **qualité de fabrication, rigueur, efficacité et respect des engagements.**

Au service du créateur et du fabricant

L'entreprise répond aux besoins des créateurs pour qui l'atelier réalise des **petites séries et des pièces uniques**, et **travaille aussi avec les fabricants plus importants et quelques grandes maisons** qui n'hésitent pas à demander des conseils.■

La filière manque de conseillers de vente

Un conseiller en vente ne demande pas les mêmes compétences qu'un employé fabricant. Selon Valérie Giraud, Responsable de l'Institut de Bijouterie de Saumur, contrairement aux filières techniques, les filières commerciales manquent cruellement de personnel qualifié. Il devient urgent de former davantage de conseillers de vente pour mieux répondre à la demande du marché.



La filière Commerciale en Chiffres

La filière commerciale se répartit en 3 types d'activité :

- Le commerce d'horlogerie bijouterie métaux précieux (67 %)
- Le commerce de détail de bijouterie fantaisie (16 %)
- Le commerce de détail spécialisé en horlogerie (14 %).

Une population caractérisée par :

- une forte féminisation : 77 % de femmes
- une ancienneté moyenne de 7,2 ans et un âge moyen de 39,9 ans.

Source : Observatoire prospectif du commerce

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Quelles sont les attentes des entreprises dans le secteur de la bijouterie et plus particulièrement dans la filière commerciale aujourd'hui ?

Virginie Giraud : De manière générale, les exigences concernent une connaissance des nouvelles techniques et des capacités d'innovation. Pour les filières commerciales, la seule compétence technique ne suffit plus. Sur un marché aussi concurrentiel, il est important d'augmenter le niveau, avec plus de polyvalence

et une meilleure connaissance et expertise. Dans le commerce; il faut être capable de parler des bijoux, des pierres, de raconter une histoire.

L'OHB : Pensez-vous que les métiers de conseillers de vente soient suffisamment valorisés ?

V. Giraud : Nous avons bien plus de demandes d'inscriptions pour les métiers techniques que pour le secteur du commerce. Ce dernier souffre indéniablement d'un problème d'image. Nous estimons que les métiers de conseillers de vente ou de responsables de magasin ne

sont pas assez bien connus du grand public. Nous avons plus d'offres d'emploi que de personnes formées. Il est devenu urgent de mieux communiquer sur ces filières afin de former davantage et de répondre à la demande accrue.

L'OHB : Quelles sont vos actualités pour l'année à venir ?

V. Giraud : L'ouverture du DMA (diplôme des métiers d'art) « art du bijou et du joyau » en septembre 2012 par apprentissage en partenariat avec l'École de Design de Nantes. ■ L.L.

Le Club des Représentants

Le club des représentants est une initiative mise en place par l'Officiel Horlogerie & Bijouterie sur le salon Printor Lyon. Il s'agit de faire se rencontrer les employeurs qui recherchent des commerciaux et les commerciaux en recherche. Olivier Chaib, membre du club a accepté de répondre à nos questions.



L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Que pensez-vous du Club des Représentants ?

Olivier Chaib : Le Club des Représentant facilite les connexions BtoB, il permet d'élargir son réseau, tisser des liens, favoriser les échanges et les rencontres. L'idée de départ est assez bonne mais le concept mérite quelques améliorations.

L'OHB : Répond-il à vos attentes ?

O.Chaib : Les commerciaux comme moi ont un carnet d'adresses très étoffé, les liens directs sont donc plus souvent privilégiés. Le concept peut s'avérer intéressant pour tous les jeunes qui démarrent et qui ont besoin d'étoffer leur réseau.

L'OHB : Quelles suggestions pour conquérir des profils tels que vous ?

O.Chaib : Il serait à mon sens intéressant, voire primordial, de mettre en place un forum. Il permettrait aux profils, comme le mien,

d'utiliser le forum pour échanger et discuter avec leur réseau. Enfin il faut optimiser la communication autour de ce concept afin de fédérer de nouveaux professionnels.

L'OHB : Quelle place tient le relationnel dans votre métier ?

O.Chaib : Le relationnel tient une place cruciale. La fédération des bijoutiers avait eu cette même idée il y a quelques années, mais le projet n'a jamais abouti.

L'OHB : Selon vous, le Club des Représentants pourrait-il s'élargir à d'autres sujets que celui des offres et recherches d'emplois ?

O.Chaib : La conjoncture économique actuelle et surtout l'augmentation du prix de l'or poussent les fabricants à favoriser le 9 carats. Je suis contre l'idée que l'on puisse

abuser de cette option. Les consommateurs selon moi, vont s'habituer à cette soudaine baisse des prix et il sera difficile de revenir au 18 carats. Le Club des Représentants avec un forum favoriserait les échanges entre professionnels et permettrait de fédérer autour d'idées nouvelles.

L'OHB : Faut-il défendre le 18 carats, selon vous ?

O.Chaib : Il y'a quelques années encore le 9 carats avait presque disparu. Aujourd'hui plus qu'hier, il est essentiel de défendre le 18 carats et le Club des Représentants peut aider à échanger sur le sujet et trouver des solutions alternatives ou communes. ■

L.L.

Contenu et contenant

Il y a encore peu de temps, les spécialistes annonçaient « la mort du magazine papier », mais... rien n'est aussi simple qu'il n'y paraît.

La crise de la surcharge pondérale

Le tout premier élément déclencheur d'une crise dans la presse, fut l'hyper offre. Trop de titres ! Même sans l'internet et le numérique, la surcharge du nombre de magazines en kiosque devait conduire, tôt ou tard, à une correction du marché. La crise a permis de faire le ménage et d'éliminer les titres sans intérêt.

De plus, la crise a obligé chaque magazine à se recentrer sur ses valeurs éditoriales, à reconstruire une relation durable avec le lecteur, deux éléments qui furent et restent « l'essence » d'un magazine papier.

Les moins de 40 ans

On entend dire que les jeunes se déplacent vers l'internet, délaissant le magazine papier. Mais ce n'est qu'une simple idée reçue, car **tous les succès des magazines papier, des dix dernières années, se sont bâtis sur une cible des moins de 40 ans.**

On pourrait aussi croire qu'il existe un transfert d'usage vers les médias en ligne, cependant des études sérieuses ont montré que la hausse de la fréquentation d'un site appartenant à un magazine papier, n'im-

plique absolument pas une baisse des ventes papier. Au contraire, elle favorise une croissance du titre.

L'internet un média de « recherche », la presse un média de « centre d'intérêt »

Après une période où l'internet semblait s'imposer comme l'unique média à venir, on constate un changement fondamental de la part des usagers. **On se rend sur internet pour**

chercher de l'information et trouver des réponses immédiates, alors que le lecteur d'un magazine est plutôt guidé

par un « centre d'intérêt », il fonctionne par affinité à un titre. Il y a deux démarches différentes. L'internet est associé à l'immédiateté, le magazine papier à une information hiérarchisée, due à un travail éditorial.

Le magazine numérique

Il est certain que les nouvelles technologies comme celle de la télévision digitale et des tablettes vont favoriser une presse « on line » contenant une part de vidéos et de l'actualité en temps réel. Il existe une convergence des médias vers un outil terminal unique et réellement multimédia.

« Démocratisation » de l'information

S'il est un mot placé à toutes les sauces, c'est bien celui de la « démocratisation ». L'internet favorise la démocratisation de « ceci et de cela » et bla bla... Alors que la démocratie est un terme noble, l'expression sur-utilisée en donne une image ternie. On devrait changer de mot !

En observant sous cet angle, on s'aperçoit, que la majorité de l'information gratuite fournie par l'internet ou par les magazines gratuits distribués à l'entrée des gares et métros est de bien piètre qualité.

Dans cette ère de la Grande Consommation, on consomme de l'info, on « zappe », on est passif, alors que lire un vrai article pensé et rédigé, demande un effort intellectuel actif. Serions-nous devenus des passifs ?

Cependant quel que soit ce terminal de haute technologie, le contenu - **l'écrit - ne change pas de nature en fonction de l'outil qui véhicule l'information.**

De nombreux magazines numériques verront le jour, c'est certain, mais la production éditoriale ne s'improvise pas, elle demande un réel travail réalisé par des professionnels de l'écrit.

Finalement, ceux qui produisent du contenu qualifié avec une vraie ligne éditoriale, ne sont autres que les magazines papier. Les groupes de presse devront donc s'adapter au format numérique, tout en conservant leur expertise éditoriale.■

D.P.

Agenda

Salons professionnels en France

ECLAT DE MODE - BIJORHCA

20 au 23 janvier 2012
Paris - Porte de Versailles

PRINT'OR

29 au 31 janvier 2012
Eurexpo - Lyon

Salons professionnels à l'étranger

T-GOLD

14 au 19 janvier 2012
Vicenza - Italie

VICENZA ORO

14 au 19 janvier 2012
Vicenza - Italie

ACCESSORIE CIRCUIT

8 au 10 janvier 2012
New York - USA

IJT - INTERNATIONAL JEWELLERY TOKYO

11 au 14 janvier 2012
Tokyo - Japon

SEATTLE GIFT SHOW

14 au 17 janvier 2012
Seattle - USA

SALON INTERNATIONAL DE LA HAUTE HORLOGERIE

16 au 20 janvier 2012
Genève - Suisse

ORLANDO GIFT SHOW

21 au 23 janvier 2012
Orlando - USA

MACEF AUTUNNO / PRIMAVERA

26 au 29 janvier 2012
Milan - Italie

GOLDIST

Février 2012
Istanbul - Turquie

JUNWEX-PRO ST.PETERSBURG

1er au 5 février 2012
St Petersburg - Russie

JUNWEX-TECH et JUNWEX-Pro

Fine Jewelry, metal, stones
1er au 5 février 2012
St Petersburg - Russie

IBERJOYA

2 au 6 février 2012
Madrid - Espagne

INHORGENTA EUROPE

10 au 13 février 2012
Munich - Allemagne

HONG KONG INTERNATIONAL JEWELLERY SHOW

16 au 20 février 2012
Hong Kong - HK

PALM BEACH JEWELRY & ANTIQUE SHOW

Salon de la joaillerie et des antiquités de Palm Beach
17 au 21 février 2012
Palm Beach Floride, USA

GJIE CHENNAI

Salon indien international des gemmes et de la joaillerie
23 AU 26 février 2012
Chennai India

SIBJEWELRY

Salon international de la joaillerie, des pierres précieuses, des équipements pour la fabrication horlogère
23 au 26 février 2012
Novosibirsk Russie

REED GIFT FAIRS - SYDNEY

Reed Gift Fairs sont des salons professionnels australiens consacrés au marché mondial du cadeau, aux accessoires de la maison, aux accessoires de mode, aux accessoires de cuisine, à la bijouterie
25 au 29 février 2012
Sidney Australie

ELITEXPO

Salon international de la joaillerie et des montres. Instruments pour le travail des pierres
1 au 4 mars 2012
Lviv Ukraine

BASELWORLD

Salon mondial de l'horlogerie et de la bijouterie
8 au 15 mars 2012
Basel Suisse

MJSA EXPO NEW YORK

Salon des grands fabricants de joaillerie, des joailliers, des détaillants et des designers
11 au 13 mars 2012
New York USA

AMBERIF

Salon international de l'ambre, de la joaillerie et des gemmes
21 au 24 mars 2012
Gdansk Pologne

SPECIALIZED WATCHES EXHIBITION

Tous types de montres
22 au 31 mars
Mishref Koweït

ISTANBUL JEWELRY SHOW

Salon international de la joaillerie, de l'argenterie, de l'horlogerie et de leurs équipements
22 au 25 mars 2012
Istanbul Turquie

FASHION & JEWELRY GRAND SALE

Salon des objets décoratifs - Habillement, Cuir et joaillerie
24 au 1er avril 2012
Bangkok Thaïlande

Index

des annonceurs

	Page
ADMB	3
ARGYOR	19, 20, 29 et 51
ARTHUS BERTRAND	7
ATELIER BOURGNE	71
ATELIER DU BOIS	71
AV GOLD TEAM	75
BASELWORD / WHOLE MEDIA	31
BIJOUX BERMO	53
B L R	63
CAP AGENCEMENT	71
COOKSON	21 et 69
DUFAUD	57
DUTRIEUX	71
EPENOY MICHEL	96
EUROPA BRACELET	93
FIANA	9
FISCHER	73
FOM 2000	73
FOSSIL	19
GL EVENTS	1 + 2ème de couverture
GROSPIRON	55
INVERNESS	85
K SIGN	13
LA BELLE VIE	20
LES NOUVEAUX BIJOUTIERS	59
LYON ALLIANCES BRILLANTS	67
LYON CASTING CONSULTING	89
MAREA	11
M3 SOFT	53
NOMBRE D'OR	78/79
OCS	83
PATRICK MORAND	89
PERJES	4e couverture
PHEBUS	27
RFI ODEIS	67
SAGA	15
SYNALIA	17
THABORA	23 + 1ère DE COUVERTURE
VERSPIEREN	3e couverture

Expositions

Alphonse Fouquet : des dessins pour des bijoux



Du 20 octobre 2011 au 20 février 2012

**Musée des Arts Décoratifs
107 rue de Rivoli
75001 - Paris
Tél : 01 44 55 57 50**

25 dessins originaux d'Alphonse Fouquet (1828-1911), extraits d'une collection qui frôle le millier. Ils permettent de comprendre ce créateur associé à l'Art Nouveau, qui a marqué son époque en devenant l'un des bijoutiers-joailliers parisiens les « plus en vue » du Second Empire jusqu'aux débuts de la IIIe République.

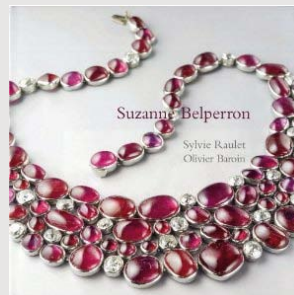
Il commence sa carrière comme simple ouvrier. Il est issu d'une famille de commerçants montée à

Paris en 1838. Dès 1847, il exécute des bijoux d'après les dessins, qu'inlassable chercheur de formes et volumes, il compile sur des notes et carnets. Vers les années 1852-1853, il fait surgir, au crayon et/ou gouachés, des enroulements de cuirs et rubans, enrichis de feuilles, fleurs ou pendeloques. Un peu plus tard, Fouquet, à l'aube de la réussite acquise grâce à son génie des affaires associé à une intuition du goût social, diversifie sa création en explorant les innombrables possibilités offertes par la fabrication de broches, bracelets, épingles, colliers, diadèmes, ornements de tête ou de corsage.

À partir de 1862 - et jusqu'en 1868 -, il exerce l'intelligence de son talent pluriel, sans être à l'écart du « bijou-fantaisie », avec d'audacieuses compositions. Écho graphique de la « Galerie des bijoux » du musée des Arts décoratifs, cet accrochage, autorisé par le don de son fils Georges Fouquet à l'institution en 1952, témoigne, du talent industriel d'un artisan-artiste.

Ouvrages

Suzanne Belperron



par Sylvie Raulet et Olivier Baroin

**Bibliothèque des Arts
Suzanne Belperron**

**Format: 30 x 20 cm. 400 pages - 500 illustrations
Prix: 95 €.**

Le premier ouvrage sur Suzanne Belperron (1900-1983) est paru à la Bibliothèque des Arts. Cette créatrice de bijoux, l'une des plus talentueuses et les plus influentes du XXe siècle n'a jamais signé ses bijoux: «Mon style est ma signature». Les bijoux réalisés d'après ses dessins par Groëné et Darde ou leurs successeurs portent le poinçon de ces joailliers.

L'artiste est née en 1900 dans un

village du Jura français qu'elle quitte pour aller suivre l'École des Beaux-Arts de Besançon. A 19 ans, à Paris, elle se lie d'amitié avec Germaine Boivin, fille du célèbre créateur de bijoux René Boivin. Suzanne est engagée par la Maison Boivin comme modéliste - dessinatrice. Elle y restera plus de dix ans où elle deviendra codirectrice de la maison.

Devenue entre temps Mme Belperron, elle s'associe en 1932 avec un marchand de perles réputé, Bernard Herz, qui lui accorde toute liberté artistique. Suzanne Belperron connaît un grand succès et son œuvre pleine de maturité et d'originalité est vite repérée. Ses bijoux, empreints d'une élégance sensuelle séduisent. Son art de la joaillerie rompt avec la tradition, elle mélange librement couleurs et matériaux et trouve de nouvelles façons de travailler le cristal de roche sur des formes abstraites.

En 1974, Suzanne Belperron se retire mais réalise des commandes pour des cadeaux privés. Elle meurt en 1983. Aujourd'hui, on réédite ses bijoux, tandis que les originaux sont rares et très recherchés sur le marché.

EUROPA BRACELET



LESZ VIGNES DE GRACH
81 500 GIROUSSENS
Tél. 05 63 58 55 80
Fax 05 63 58 55 81
contact@europabracelet.com

Europa
Bracelet.com



Petites annonces

VENTE

Réf.1717571

Cause retraite vend HBJO

TENU 27 ans atelier 30 m² mag. 60 m² idéal artisan bon CA Tél. 06 14 49 76 42

Réf.1717811

10 - Vends HBJO cause retraite

région viticole Champagne Aube alarme-coffre-télesurveillance loyer + apt 780 € CA moyen 178 000 € Prix Vente 30.000 € - Contact 03 25 29 83 41

Réf.1717831

Vend cause retraite 3 mags

en centre commercial à Troyes CA total 1600 K€ tél 06 68 13 14 44

Réf.1717841

76 vds HBJO centre ville therm.

Emplacement 1er choix sans concurrent fort potentiel artisanal bel appart. Sans stock PV 55000 € loyer 960 € poss achat murs écrire à revue qui transmettra.

Réf.1717191

Var grd centre ville zone piétonne

excellent emplacement cause retraite vends fonds tenu 30 ans façade 16 m loyer 1100 € CA 550 000 € pv 390 000€ écrire revue qui transmettra

Réf.1714361

53 - vds bij horl cause retraite

mag angle plein centre ville 14 vitrine exter 65 m² + étage excel état alarme clim coffre CA a développer - PV 75000 € - tél. 06 17 70 15 45

Réf.1717921

Vente cause déménagement

principauté de Monaco magasin avec atelier surface 36 m² vitrine 1.25 m activité fabrication vente réparation import - export bijoux et pierre précieuse Prix 190 000 € loyer 485 HT / mois Tél : +377 93 25 13 55

REPARATION HORLOGERIE Toutes Marques



**MICHEL
EPENOY**
BP 71002
24 Rue Victor Hugo
25501 MORTEAU Cédex

Tel : 03.81.67.19.03
Fax : 03.81.67.55.02

Délai 7 jours - Tarif sur demande

E-Mail : Michel.Epenoy@Wanadoo.fr
Web : <http://perso.wanadoo.fr/reparation.horlogerie>

Réf. 178751

Réf.1717911

43 - vends HBJO, ville touristique,

emplacement numéro 1, agglomération 40000 habitants retombés 80 000. Agencement récent, 55 m² + 3 étages, seul occupant, loyer modeste. écrire revue qui transmettra

OFFRE D'EMPLOI

Réf.1710691

FABRICANT FRANÇAIS DE BIJOUX

RECHERCHE REP AVEC CARTES HBJO

www.liovadiffusion.oxatis.com

Tél 01 69 20 34 26 mail : empiova@yahoo.fr

DIVERS

Réf.1717511

NAMASTE propose depuis 12 ans

des collections de bijoux en argent en laissé sur place. Pour la nouvelle collection NAMASTE AMBRE bijoux tout ambre et ambre sur argent rhodié en laissé sur place nous recherchons des VRP MULTICARTES introduits HBJO pour les secteurs nord nord-est et région parisienne et grand sud-est. Collections à prix attractifs commissions motivantes ordinateur portable envoyer CV sas.namaste@orange.fr

Réf.1716001

Atelier recherche travaux

rép horl / bij prix pros rens

Fax 05 53 47 68 36 - ordutempsagen@sfr.fr

DEMANDE D'EMPLOI

Réf.1700001

VRP très introduit grand sud-est

recherche carte mail : joaillerie.re@orange.fr



 **VERSPIEREN**
COURTIER EN ASSURANCES

**Découvrez notre offre complète
et performante en :**

- assurance Globale bijoutiers
- assurance Multirisques commerces
- assurance Individuelle agression



www.verspieren.com

01 49 64 14 07 – 01 49 64 12 34

bijouterie@verspieren.com

L'OFFICIEL

Horlogerie & Bijouterie



Vitrines Blindées
Vérouillage de sécurité.



Partenaire **Nombre D'or**

**N° 1 de la Protection
de Bijouterie depuis 1988.**



www.perjes-securite.com