

20 SEPT/OCT 2012

N°

L'OFFICIEL

Horlogerie & Bijouterie

Bracelet FLUO

Rentrée
Colorée



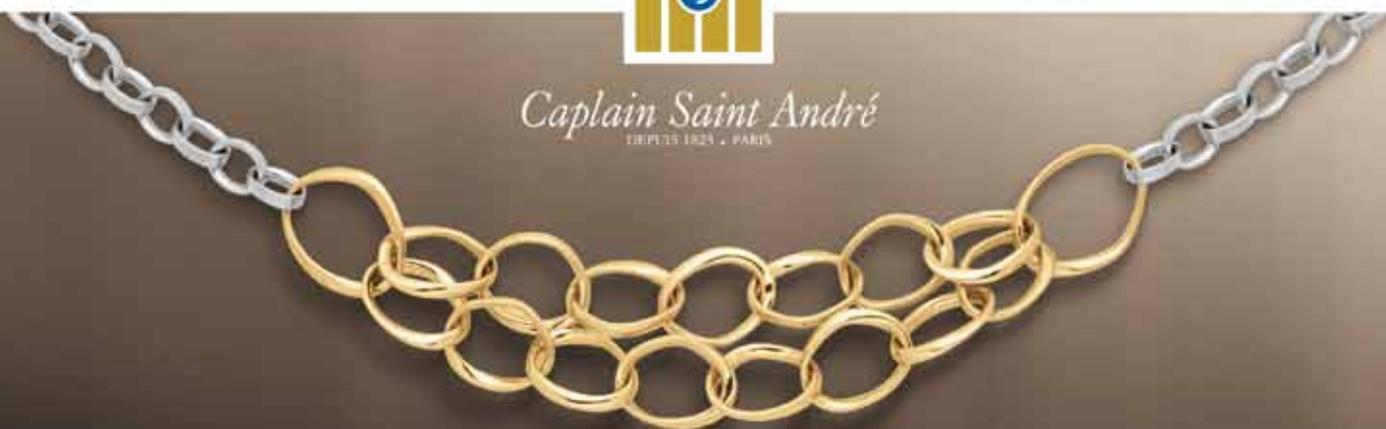
Prix (France) : 9,50€



Thaboro 
Steel



Caplain Saint André
DEPUIS 1824 - PARIS



“PASSION ENTRELACÉE”
Collier Or Blanc et Or Jaune

COVER THE PULSE OF TIME



- 30 ans d'expérience
- Entreprise familiale
- Bon rapport qualité prix
- Distribué dans 50 pays
- Service après vente international

COVER EXPRESSIONS
C° 156 Rondino


COVER[®]
SWITZERLAND

Swiss Made. www.discovercover.com

Distribué en France par: JLR SARL,
M. ROMAIN Jean-Louis, 6, Rue de la Mairie,
25450 Damprichard, Tél: 06 78 08 18 00,
E-Mail: romain.jean-louis@wanadoo.fr



**Directeur de la publication
& rédacteur en chef :**
Stive Merires
stive.merires@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
Patricia de Brügger
contact@pegazevisions.fr

Consultants :
Assurance : Verspiere
Sécurité : Perjes

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

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

Photographie :
Stéphanie Aubouy
stephanie.aubouy@pegazevisions.fr

Responsable artistique :
Olivier Saubeyrand
olivier@pegazevisions.fr

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

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

Activités événementielles :
Jacky Sebag
jacky.sebag@pegazevisions.fr

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

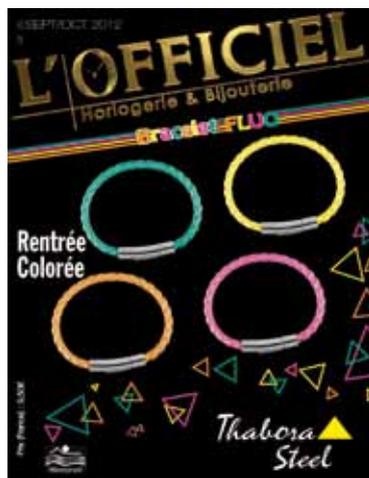
Impression : C. E. E.

Pégaze Visions Editeur
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



Édito

Une rentrée colorée, face à une économie plutôt morose

Je regardais les comptes nationaux fournis par l'INSEE : *Variation du revenu disponible brut, du pouvoir d'achat et de la consommation des ménages en %* et voici les principaux chiffres comparés :

Le *revenu disponible brut* passe de 4,4 % en 2004 à 2,6 % en 2011 et le *pouvoir d'achat par ménage* passe de 1 % en 2004 à - 0,5 % en 2011 !!! Le baromètre n'est pas au beau temps, car les chiffres 2012 devraient être semblables à ceux de 2011. On pourrait affirmer « C'est à cause de la Chine, de l'Inde et de tous les pays qui s'industrialisent à outrance ou de nos industriels et financiers qui ont largement délocalisé. » **Et comment ne pas se sentir « dépassé » par ces changements !**

Il paraît essentiel, aujourd'hui, d'appréhender le phénomène autrement. On nous rabâche le mot « crise » à toutes les sauces : « *le plus dur est passé ; le plus difficile est à venir ; etc.* ». Pourtant nul besoin d'être expert ou énarque pour comprendre qu'il ne s'agit pas d'une crise, mais d'une profonde mutation. **Et cette « mutation » peut faire peur.** Il est certain que le mot « crise », indique un phénomène passager, la « mutation » un mouvement durable, auquel le monde HBJO doit faire face et s'adapter. Il vaut donc mieux ouvrir grand les yeux et les oreilles, sans peur, car au bout du compte, c'est toujours l'attitude du consommateur final qui est déterminante, et il achète autrement.

La tendance est aux couleurs vives. Autant l'économie est morose, autant les couleurs sont flashy, le consommateur a besoin de se « colorer » et il est très demandeur, de plus il aime souvent changer de bijoux, de montres, qu'il adapte aux jours et aux tenues vestimentaires. **Cette « mutation » qui transforme nos boutiques** et modifie le paysage économique de notre profession. Les hyper-marchés n'ont plus le vent en poupe, Carrefour ferme la plupart de ses bijouteries, par exemple. Le consommateur cherche la proximité et le sourire accueillant d'un vendeur qui saura l'écouter. Dans notre tour d'horizon des détaillants HBJO, nous constatons que ceux qui fonctionnent le mieux ont compris deux éléments essentiels à mettre en pratique : un accueil chaleureux et une écoute permanente du marché. **Les modes de consommation se transforment et ça va durer, même s'amplifier !** Que nous soyons détaillant, fabricant-grossiste, ou même éditeur de presse, nous vivons tous un grand changement qu'il vaut mieux « intégrer » pleinement.

Face à ces bouleversements, nous souhaitons à chacune et chacun une rentrée colorée, et retrouvez dans votre magazine vos rubriques préférées.

Stive MERIRES

Olivier de SaintLoup

— *Joaillier Créateur* —



olivierdesaintloup.com

Sommaire



Beuchat



Lulu Castagnette

éditorial

2

Point Com

La communication qualitative ●

8

l'officiel express

10

actualités Bijouterie-joaillerie

Diamonfire : aussi brillant que le diamant ●
Caplain Saint André et Cookson-Clal Diffusion argent : ●
Collections complémentaires

22

24

Zuccolo Rochet : une « success story » familiale ●

26

White Pine : Un nouveau concept de rachat de diamants ●

30

Le Platine : Bridal et montres en platine ●

32

La collection Oscar & Margaux cible les juniors ●
et leur maman sur un marché argent très porteur

34

actualités Horlogerie

Marea : Un succès aux couleurs de l'arc-en-ciel ●

36

Beuchat : Marque centenaire spécialiste de la montre étanche ●

38

Trendy Elements : Teintes vitaminées ●

40

bijoux de saison

42

Orange élu couleur de l'année - L'or rose

Cadran bleu - Platine - Fleurs

sécurité

consultant de L'Officiel H&B : Perjes ●

52

La protection des bijouteries et joailleries :
Une affaire de spécialiste hautement qualifié

assurance

consultant de L'Officiel H&B : Verspiere ●

54

Le régime des marchandises louées

métiers

Abacor achète tous vos métaux précieux ●
avec un règlement immédiat

56

SOBACO : Le packaging, un vecteur majeur ●
de votre image de marque

58

Gunnebo : L'exigence sécuritaire dans une offre globale ●

60

La céramique un matériau de haute technicité ●

62

L'OFFICIEL
Horlogerie & Bijouterie

BULLETIN D'ABONNEMENT

www.lofficielhb.com

P109

65
65
66
68

Salons 2012

- Micronora : 25 au 28 septembre 2012 à Besançon
- Aurum - Rings and things : 11 et 12 septembre à Affligem - Belgique
- Fiera di Vincenza
- Luxury Privé Panama : 22 octobre au 24 octobre 2012

70
72
74
76

Salons compte-rendu

- Éclat de Mode Bijouterie - Bilan
- EPHJ-EPMT-SMT - Bilan
- Pérou Moda XVe Foire Internationale
- Mineral & Gem

78
80

tribune des groupements

- Le 20ème anniversaire des Nouveaux Bijoutiers
- Ozencia : Une nouvelle vision de la bijouterie signée Synalia

84

forum des détaillants

- Bijouterie Anne de Roca : Une boutique originale

86

vie du métier

- Pour une réglementation de la profession !
Chambre Syndicale des Négociants d'Or et du Bijou d'Occasion
- La Fédération de l'Horlogerie sur tous les fronts
- Syndicat Saint-Eloi : Le Zoom Enseignes 2012 Saint-Eloi
- 6ème Edition du Prix Jacques Lenfant

88
90
92

économie

- Les chiffres de la profession à fin juin 2012
- Bilan 2011 du marché de l'horlogerie en France
Selon GfK Consumer Choices France
- Économie mondiale : Conjoncture 2012
- Notre modèle de consommation est-il à bout de souffle ?
Selon l'Observatoire Société et Consommation - l'OBSOCO
- La « marque France »
- Carrefour ferme des espaces bijouteries

94
96

100
102

105
106

107

formation

- BJOP : Le diplôme Supérieur de Joaillerie

108

agenda-index des annonceurs

109

passer une petite annonce - Bulletin abonnement

110

consulter les petites annonces



Gay frères



Marea

la lettre

votre rendez-vous avec



ETI-PACK IMCARVAU poursuit son évolution afin de s'adapter à la mutation du marché et répondre aux attentes de ses clients notamment au travers d'une offre imaginative et qualitative.

La création d'un nouveau Logo, le développement de collections personnalisées originales et l'investissement dans un matériel de marquage haut de gamme favoriseront au mieux notre accompagnement dans vos projets.

Conscients de vos contraintes et de la valeur ajoutée que nous pouvons vous apporter en terme de prix et réactivité, nous avons développé un site marchand à l'attention exclusive de nos clients, qui vous donne accès à l'ensemble de notre offre catalogue avec une remise sur tarif de 15 %.

Notre engagement à vos côtés, une fructueuse collaboration dans le respect de votre entité sont les atouts de notre réussite.

Vous remerciant de la confiance que vous nous accordez, nous demeurons attentivement à votre écoute,

La Direction et son équipe.

collections
personnalisées

marquage
haut de gamme

site marchand

création

engagement

graphisme

réussite

les
Collections

les news

Les news

Les news



la ligne
Calisto



PLV réalisée
pour vous.
En bois,
aspect mat
existe
en plusieurs
couleurs
consultez-nous.

Retrouvez toutes nos collections à -15% sur :

www.imcarvau.fr

Inscrivez
vous
dans les cou-
leurs
tendances

Offrez
vous
une ligne
unique
à votre
image.

Edora
framboise



La communication qualitative

La loi de Pareto (principe des 80/20) est partout présente, même en communication. Ainsi 20 % continuent de communiquer en période difficile avec des budgets annuels, alors que 80 % se limitent à un espace publicitaire de temps à autre. Tour d'horizon des communicants.



La page Twitter de L'OFFICIEL H&B

Avez-vous remarqué ? Quand l'activité est soutenue tout le monde se met à communiquer et, à l'inverse, quand la période économique se tend, les budgets communication fondent comme beurre au soleil !

Je vous rassure, pour L'Officiel tout va bien, nous connaissons même une belle croissance dans cette économie très hésitante.

Petite astuce du « contre-temps »

Il est de bon augure d'investir en communication quand tout va bien pour mettre en avant ses nouveautés et ses actualités, cependant tout le monde ouvre le robinet « budget com » et de nombreuses entreprises communiquent dans les pages des magazines professionnels en même temps. Il est donc plus difficile d'être remarqué quand on est noyé dans la masse.

Selon le principe de Pareto (principe des 80/20), 80 % des entreprises suivent le grand mouvement général et seulement 20 % ont compris qu'il est nécessaire de communiquer à contre-temps,

c'est-à-dire dans une conjoncture économique plus difficile.

Et ces entreprises gagnent en visibilité !

De la communication de masse à la « qualitative »

Il y a ceux qui attendent des jours meilleurs, un peu nostalgiques, mais en toute franchise, pensez-vous réellement que les belles années seront bientôt de retour ?

A chacun de trouver une réponse, mais nous sommes tous dans le même bateau, la presse professionnelle a connu aussi ses heures de gloire, tout le monde consommait facilement et en grande quantité de l'espace pub, c'était la grande période des publivores !

Avez-vous remarqué ? Ca solde partout et toute l'année ! Même dans la presse pro. Et nous avons choisi d'agir à contre-courant. Nous appliquons à nous-mêmes les conseils que nous vous transmettons.

Nous ne soldons pas toute l'année, car nous avons choisi une voie qualitative pour le bien de nos clients-partenaires.

De la valeur des « choses »

Je suppose que, comme nous, « solder toute l'année » n'est pas une solution ; aujourd'hui 30 % de remise et pourquoi pas 50 % demain et 60 % après-demain ! Finalement, seuls les produits fabriqués en masse peuvent être vendus à bas prix, mais il ne faut pas s'attendre à trouver de la qualité.

En communication, c'est la même chose, la qualité a une « valeur ».

Communication ponctuelle ou annuelle ?

Finalement les 20 % qui communiquent, même en période difficile, s'inscrivent dans des actions annuelles sur plusieurs numéros du magazine ou sur tous. Et les résultats sont là ! Non, que communiquer sur L'OFFICIEL H&B garantit - à lui seul - un développement, c'est l'ensemble des actions coordonnées de l'entreprise qui lui permet de prendre des parts de marché. Il est certain qu'aujourd'hui, il faut être sur plusieurs fronts à la fois.

Notre métier c'est la communication, mais on ne communique plus aujourd'hui comme hier, il faut être multicanal.

Le magazine papier, le site web, la newsletter et le e-mailing, 4 outils complémentaires qui assurent un rôle particulier et nécessaire. ■ D.P.

BESOIN D'UN SITE WEB ? RIEN DE PLUS SIMPLE !



UN SITE À VOTRE IMAGE

De nombreux bijoutiers ont déjà choisi 1&1 MyWebsite pour leur site Web.

Nos experts ont tout prévu pour vous : une multitude de designs professionnels, ainsi que des textes et des images spécialement adaptés à votre activité.

Le résultat ? Vous obtenez en quelques minutes seulement un site qui vous ressemble, entièrement personnalisable !

**1&1 MY WEBSITE :
AVEC CONTENU
SPÉCIFIQUE POUR VOTRE
BIJOUTERIE**



Contactez-nous au **0970 808 911** (non surtaxé)
ou consultez notre site Web

www.1and1.fr

ETI-PACK IMCARVAU

Une offre imaginative et qualitative

IMCARVAU
PACKAGING



ETI-PACK IMCARVAU poursuit son évolution afin de s'adapter à la mutation du marché et répondre aux attentes de ses clients notamment au travers d'une offre imaginative et qualitative.

La création d'un nouveau logo, le développement de collections personnalisées originales et l'investissement dans un matériel de marquage haut de gamme favoriseront au mieux l'accompagnement des projets.



Consciente des contraintes et de la valeur ajoutée que peu apporter ETI-PACK IMCARVAU à ses clients en termes de prix et réactivité, la société a développé un site marchand à l'attention exclusive de ses clients, qui leur donne accès à l'ensemble de l'offre catalogue avec une remise sur tarif de 15 %.

L'engagement aux côtés de ses clients et une fructueuse collaboration dans le respect de l'entité de ceux-ci sont les atouts de la réussite d'ETI-PACK IMCARVAU.

Les produits

- Ecrins
- Sacs
- Gainerie
- Accessoires

A découvrir sur www.imcarvau.fr ■

Cyrielle M - Bijoux



Cyrielle M - Bague Magnetite en argent & magnetite : 275 €



Cyrielle M - Bracelet nacre en vermeil : 195 €

Cyrielle M lance une collection de bijoux chics et contemporains, imprégnée de son goût pour les voyages exotiques. Née d'une collaboration étroite entre la créativité et le savoir-faire artisanal des maîtres artisans balinais, elle se porte comme des talismans modernes, réalisés en argent massif, vermeil 18 carats et pierres précieuses. Les matériaux qui composent les bijoux sont issus des

mines responsables de Java en Indonésie... De l'extraction à l'affinage des métaux précieux, un code éthique et social est strictement respecté, gratifiant ces mines de certifications environnementales et sociales accordées par des organismes internationaux.

Une marque aussi élégante qu'intelligente qui soutient une démarche éthique et responsable. ■

Oscar & Margaux



Une ravissante collection pour les petits et leur maman. Sur coton ciré, les oursons souriants sont de charmants compagnons. En argent rhodié, agrémenté d'une boule d'ambre, ils sont adaptés pour des poi-



gnets d'enfants, ou de juniors, et créent un lien avec le monde des grands ! Le petit ours couronné en bleu pour les garçons et rose pour les filles a 1000 histoires à raconter !

A partir de 24 € ■

VOTRE SITE WEB À PORTÉE DE MAINS

EN LIGNE EN QUELQUES CLICS

Pour créer votre site Web, une simple connexion Internet suffit. Indiquez votre secteur d'activité, votre nom et une couleur. C'est prêt ! Votre site est disponible et contient déjà des textes et des images spécialement conçus pour les bijouteries. Des changements à effectuer ? A tout moment, personnalisez le design et modifiez le contenu. Lancez-vous en toute simplicité avec 1&1 MyWebsite.

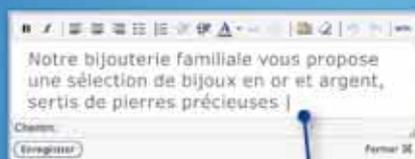
Inclus : votre adresse Internet personnalisée !



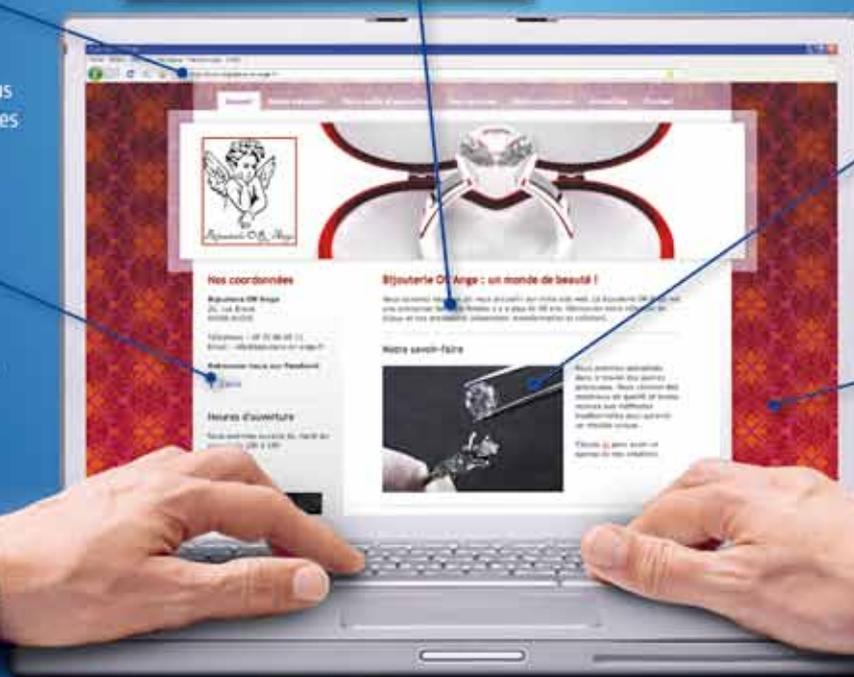
Tout le monde peut vous trouver facilement sur les moteurs de recherche.



Intégrez Facebook et Twitter : vos visiteurs pourront recommander votre site.



De nouvelles idées ? Adaptez vos textes en un clin d'œil !



Des images personnelles à ajouter ? En quelques clics !



Envie d'une autre couleur ? Un jeu d'enfant !

1&1 MY WEBSITE ESSAI GRATUIT !

www.1and1.fr/bijouterie

1 mois d'essai gratuit,
puis à partir de 9,99 € HT/mois*



Contactez-nous au **0970 808 911** (non surtaxé)
ou consultez notre site Web

www.1and1.fr

*Pendant le mois d'essai gratuit, résiliation possible à tout moment, sans frais. A l'issue de cette période d'essai gratuit, la durée minimum d'engagement est de 12 mois. 1&1 MyWebsite est alors au prix habituel, à partir de 9,99 € HT/mois (11,95 € TTC/mois), variant en fonction du pack choisi. Conditions détaillées sur 1and1.fr.

Hanhart - la légende



Hanhart-Pioneer Mk I - 40 mm
Monopoussoir 2580

Le chronographe mythique des pionniers de l'aviation, le célèbre TachyTele à poussoir rouge d'Hanhart, créé en 1939, a conservé son aura d'antan, et reste très apprécié des pilotes et des amateurs de montres-instruments.

Sa perfection technique pour l'orientation, sa simplicité

d'utilisation rapide, et ses performances dans les conditions extrêmes (température, pression, magnétisme) ont contribué à son succès dès sa création. La légende raconte que c'est un jeune pilote qui, le matin, en enfilant sa montre Hanhart, avait découvert que sa femme avait peint un poussoir d'une touche de vernis à ongles rouge pour qu'il pense à elle et lui revienne sain et sauf, toujours !

Depuis les années 1990, Hanhart fait revivre des répliques, fidèles jusque dans les moindres détails, de ses légendaires chronographes à poussoir rouge. Pour perpétuer tradition et grande compétence horlogère.

A partir de 1600 € ■

Locker

Technomarine, la marque des montres de pirates, personnalise les collections en les parant de charm's. Sur le bracelet en silicone, la montre Locker est complétée d'un anneau : idéal pour y accrocher la parure de son choix, la clé de la cabine de plage, de l'antivol, ou tout autre décoration digne des plus belles fantaisies.

Pour donner aux apprenties



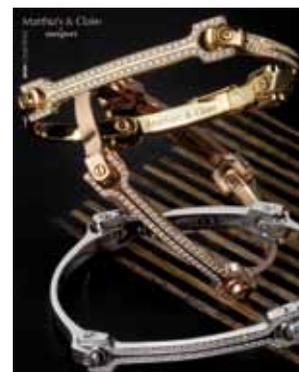
pirates le plaisir de customiser leur montre.

A partir de 520 € ■

Skin



Dans sa collection Skin, composée de bracelets multicolores, Orexport associe avec talent l'or, le cuir aux teintes acidulées, et les diamants. Un bijou précieux



à fleur de peau ! Dans sa version la plus riche, le cuir laisse place au métal, jaune ou blanc, qui sert de brillants enserme le poignet ! www.orexport.com ■

Tangaroa

Eterna lance une nouvelle collection, Tangaroa, un nom chargé d'exotisme, qui n'est pas sans rappeler l'épopée océanique de 2006 réalisée dans le sillage de la célèbre aventure du Kon-Tiki à travers le Pacifique.

Cette collection dessinée par un architecte passionné d'horlogerie - Eliot Lettman, est composée d'un boîtier galbé en acier poli et satiné, conçu à partir de dessins circulaires et réalisé sans la moindre surface plane. Avec son diamètre de 42 mm, et ses lignes courbes, la Tangaroa porte en elle toutes les valeurs de la traversée réalisée en 2006 à



Eterna - Tangaroa - Montre en acier, mouvement automatique, trois aiguilles date - Réserve de marche de 38 heures - 1 650 €

bord d'un radeau en bois de balsa.

Prix de vente 1 650 € ■



MAREA

barcelona



19€ TTC



29€ TTC



49€ TTC



59€ TTC

Une collection de plus de 1.200 montres de 19€ TTC à 59€ TTC, étanches, Garanties 2 Ans
Retrouvez la collection sur www.marea.fr Contact : 04.99.63.78.09 - info@marea.fr

Parure Paris



Parure Paris bague tête de mort

Les bijoux de Priscilla, en argent ou vermeil, sertis de diamants noirs ou blancs sont synonyme d'élégance et de raffinement. De la collection dentelle en métal ajouré, de la bague double aux ailes d'Ange ou Démon, ou des motifs Scarface, ils

savent parler aux femmes, et n'hésitent pas à s'armer d'une dose d'insolence et d'humour pour leur plaire. Parure Paris participera aux salons de Londres et de Stockholm à la rentrée. ■



Parure Paris ailes noires

La rentrée en Flik Flak



Pas de rentrée scolaire sans Flik Flak et son bestiaire. En compagnie de son animal fétiche : panda, paon ou éléphantéau le retour des vacances sera plus doux. Les enfants pourront appréhender la grande aventure de l'école à travers les délicieux compagnons, sagement accrochés au poignet et qui parcourent le bracelet de la montre Flik Flak. De quoi prolonger la quiétude des vacances avec des couleurs lumineuses, et se préparer au rythme de l'école et de la rentrée. ■

Bill's



Ludique, original, interchangeable et suisse. Quatre adjectifs qui définissent à merveille les Bill's, des montres qui se transforment au gré des envies de chacun. D'un simple geste, le boîtier en acier se clippe dans un élément composé

de la lunette, des cornes et du bracelet. De quoi changer de matière, ou de couleurs en un clin d'œil. Médaille d'argent au concours Lépine 2012, Bill's est une marque aussi singulière qu'attachante.

www.bills-tech.com ■

Chrono Plastic



Swatch lance sa dernière collection : 10 chronos aux couleurs éblouissantes ! Toujours aussi inventive, la marque n'hésite pas à mélanger le sérieux du chronographe à la gaîté des teintes acidulées. Pour les plus sobres et les plus classiques, le noir ou le

blanc, seront une alternative élégante et chic à ce festival de couleurs. Des montres lumineuses et attachantes, en plastique et silicone, des matériaux cher à Swatch. ■

LUCIEN PFERTZEL



Tous les bijoux en platine 950‰ portent le poinçon de garantie.

PLATINE
SE JURER UN AMOUR ETERNEL

WWW.PRECIOUSPLATINUM.FR/PFERTZEL

Le rêve bleu de Clio Blue



Clio Blue - Chic and Fish BO argent

Clio Blue, marque emblématique de bijoux, récemment rachetée par Patrick Morineau, développe ses gammes argent mais consolide ses collections fétiches. Le poisson qui a toujours été la signature de la marque, se décline



Clio Blue - Chic and Fish bague argent

dans des formes douces, chaleureuses et harmonieuses, pour le grand plaisir des nostalgiques, des sirènes ou des aventurières, mais il n'hésite pas à s'habiller de pied de poule, pour réjouir les élégantes chics !
A porter sans modération. ■

Les perles Gold



Bague Ostrea - Jewelm - Bague en or jaune composée d'une perle dorée de 13,03 mm et diamants, 3,07 cts

Les perles Gold de Jewelm continuent à nous enchanter de leurs teintes dorées. La nouvelle collection de bijoux, d'or, de perles et de diamants, est un enchantement pour les yeux, mais également un écrin pour ces perles mira-



Collier Margherita - Jewelm - Pendentif en or jaune composée d'une perle dorée de 13,9 mm et diamants, 1,27 cts

culeuses qui ne s'élèvent que dans les fermes des Philippines. Des perles précieuses dont les tonalités illuminent toutes les carnations, et qui se marient chaleureusement avec l'or et le diamant.
www.jewelm.com ■

HD3 - Horlogerie intuitive



Slyde Black Diamonds

Avec l'utilisation de l'iPhone, les habitudes ont changé : nous caressons notre écran tactile toute la journée, toutes nos données sont synchronisées avec l'ordinateur, nous regardons nos photos comme jamais avant... Une révolution !
Ce phénomène a égale-

ment touché l'horlogerie avec HD3, et son concept novateur, breveté, et intuitif. Pour la première fois, une montre emprunte les principes fondamentaux des « technologies intuitives » pour les fondre dans l'univers de l'horlogerie haut de gamme Swiss made du XXI^e siècle. Réelle prouesse technologique, la SLYDE dispose d'un écran tactile galbé, d'un moteur graphique de pointe et d'un système de navigation au confort et à la simplicité inégalés. La SLYDE se décline en 7 versions : titane ou acier, avec différentes finitions comme le traitement PVD noir, des cornes serties de diamants ou en or rose. ■

Pour les voyageurs infatigables



La Patravi TravelTec de Carl F Bucherer a du caractère : une montre GMT dans un boîtier de 46,6 mm

de diamètre capable d'afficher simultanément trois fuseaux horaires ! Les grands voyageurs confrontés à la difficulté de jongler avec les fuseaux horaires vont apprécier ces performances. Pour savoir qu'il n'est que six heures du matin à New York alors qu'il sonne midi à Zurich et qu'on commence tout juste à dîner à Tokyo, il faut une carte des fuseaux horaires, une bonne aptitude au calcul mental, ou une bonne montre. La Patravi TravelTec, un chronographe d'exception ! ■



SERTISSAGE & INNOVATION



TWSteel



Depuis son lancement en 2005, TW Steel s'est imposée comme une marque audacieuse, très actuelle et abordable. Elle s'adapte à tous les goûts, et se porte à toute occasion, séduisant les hommes comme les femmes. Les montres Tw Steel sont identifiables à travers leur diamètre surdimensionné, avec des réalisations allant jusqu'à 50mm. Son design

fort, son sens du détail, sa qualité et sa robustesse sont des qualités appréciables. Marque familiale fondée à Amsterdam par Jordy et Ton Cobelens, respectivement PDG et chef concepteur et designer, elle est née de 6 modèles identifiables Canteen, Tonneau et Goliath, entièrement Swiss made.

www.wsteel.com ■



L'exposition itinérante « Un Bijou d'Expo ! » s'est arrêtée à Metz



Francéclat : la salle d'exposition

L'exposition « Un Bijou Précieux » orchestrée par le comité Francéclat, sur le thème de la couleur s'est déroulée dans l'Église Saint-Pierre-aux-Nonnains à Metz du 13 au 18 juin 2012. Elle regroupait près de 300 bijoux représentatifs de la bijouterie-joaillerie, et a accueilli plus de 3500 visiteurs. Plus d'une soixantaine de fabricants ont prêté leurs pièces pour participer à cet événement. Créatifs, classiques,

contemporains, ou design : tous les styles étaient représentés dans cette vaste collection de bijoux disposés dans 20 vitrines très colorées.

De quoi revisiter toutes les tendances actuelles, et sensibiliser le public à la joaillerie contemporaine.

« Un bijou précieux » est un feu d'artifice mêlant tradition des métiers, beauté des pierres et métaux précieux sans oublier la modernité et l'audace des créa-



Francéclat : Maud Pisa, Miss Lorraine 2011, marraine de l'exposition et M. Didier Roux, Président du Comité Francéclat lors de la soirée d'inauguration à la salle d'exposition

teurs qui associent des matières inattendues. Créations André Bénitah, Parure Paris, La Guilde des orfèvres, Gay Frères, Clio Blue, autant de marques aussi différentes, qui se sont mesurées dans un magnifique lieu, le temps d'une exposition.

En 2012, Francéclat a sélectionné Metz pour recevoir l'exposition, séduit par ses 3000 ans d'histoire, son patrimoine exceptionnel, remarquablement préservé

dans un cadre de verdure. Ville tournée vers l'avenir, elle mêle ses bâtiments et une architecture contemporaine, un des points forts du patrimoine architectural gallo-romain. Basilique, incendiée puis restaurée au VI^{ème} siècle pour devenir une abbaye pour femme, cet ensemble, haut lieu touristique, est imprégné d'histoire et de richesse culturelle.

Un lieu privilégié pour accueillir « Un bijou d'Expo » ! ■

Julien d'Orcel

Le Bijoutier d'Aujourd'hui

Rejoignez le réseau des 170 magasins Julien d'Orcel
L'enseigne diffusion et milieu de gamme,
qui bénéficie de tous les services
du 1er Groupe de bijoutiers indépendants



- Un consommateur sur 2 connaît Julien d'Orcel ●
 - Croissance du CA de + 4,2 % en 2011 ●
 - 1,3 million de clients en 2011 ●
- Un partenariat national avec Miss France ●
- 12 opérations d'animation dans l'année ●

Contact :

developpement@synalia.fr

L'OFFICIEL Horlogerie & Bijouterie a choisi d'apporter son soutien moral au bijoutier qui a subi un braquage se terminant par le décès du braqueur.

Il ne s'agit pas pour nous, évidemment, de polémiquer sur le sujet de la « légitime défense » qui sera déterminée par l'enquête et remis entre les mains de la justice.

C'est plutôt une prise de conscience du drame que vit certainement ce bijoutier qui nous a touchés. Le monde HBJO est la cible de braquages incessants et traumatisants.

Alors, face à ce cas dramatique, nous pensons qu'engager un soutien pour le bijoutier et sa famille peut apporter un peu de réconfort, dans la tension vécue par lui et ses proches.

Tous ceux qui le souhaitent peuvent nous transmettre un mail de soutien que nous transmettrons à la famille, à l'adresse suivante :

contact@pegazevisions.fr

Nous n'engageons pas un débat sur la « légitime défense », nous ne transmettrons par conséquent que les mails qui seront dans cette démarche.

Nous espérons vos nombreux témoignages de sympathie.■

BIJOUX
BERMO

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

9 RUE WESTRICH – 67600 SELESTAT
Tél. 03 88 82 12 09 -
info@bijouxbermo.fr – www.bijouxbermo.fr

The advertisement features a collection of jewelry including silver and gold rings, some set in red heart-shaped holders, and others on white stones. A laptop is visible in the upper right corner.

Les montres Michael Kors



Michael Kors - chrono métal

Pour la rentrée 2012, les montres de Michael Kors s'assagissent sans pour autant abandonner le style inimitable du créateur. Toujours en métal, avec un revêtement PVD pour l'or rose, et l'or jaune, elles sacrifient à la mode des chronos, avec un cadran aux chiffres

romains surdimensionnés, mais moins de clinquant que d'habitude.

Autre forme empruntée au style vintage, la montre chrono tout droit sortie des années 80, avec 3 cadrans noirs.

A découvrir dès la rentrée. ■



Michael Kors - Chrono pvd or rose



Michael Kors - Chrono vintage

Dossier réalisé par Nathalie Koelsch

ABACOR
A votre service depuis 15 ans

ACHAT OR

Débris, Bijoux, Lingots et Pièces

Aux Professionnels

Renseignez vous sur le professionnel à qui vous vendez sur infogreffe !
ABACOR à votre service depuis plus de 15 ans
RCS 408 548 386 PARIS

18 cts jusqu'à **70 %** du cours

Nous achetons :

Bijoux en état ou cassés, débris en or et en argent, balayures, poussière d'étable, pièces en or et en argent, lingots en or et en argent, couverts en argent massif, or dentaire, diamants ...

Nous vendons :

Lingots et pièces en or boursable

Paiement immédiat.



Sur place ou par envoi en valeur déclarée

59, rue Saint Antoine 75004 PARIS
M° Saint Paul ou Bastille
Tél : 01 48 04 76 06 / 01 48 04 76 58
Du Lundi au Samedi de 9h30 à 19h00

11, rue Jacques Coeur 75004 PARIS
M° Bastille
Tél : 01 42 70 10 18 / 01 42 78 11 31
Du Lundi au Samedi de 9h30 à 19h00

Diamonfire aussi brillant que le diamant

La collection de bijoux « Diamonfire » se lance avec succès sur le marché français après une bonne implantation dans les autres pays d'Europe. Inspirée de la magie des diamants, des femmes de légende, et des stars qui les ont portés, les bijoux « Diamonfire » scintillent et séduisent !



Diamonfire

Les figures de Coco Chanel, d'Elisabeth Taylor, de Marilyn Monroe et de Marlene Dietrich hantent la collection de bijoux « Diamonfire », qui pour leur rendre hommage, n'hésite pas à briller de mille feux.

Composée de Zirconia Diamonfire, une pierre de synthèse qui se rapproche du diamant par la taille et le poids, elle donne vraiment l'illusion, entre une taille parfaite de 57 facettes et des proportions idéales. Serti dans de l'argent massif 925 traité avec un revêtement de surface de rhodium, de palladium et de platine, le Zirconia Diamonfire

assure un très beau jeu de lumière, et illumine les bijoux.

Présentée en France depuis quelques mois déjà, **Michel responsable de la distribution française** nous parle de cette marque attractive.

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Comment se compose la collection Diamonfire ?

Michel : La collection de Diamonfire comprend plus de 500 références, mais nous en avons sélectionné 130 pour le marché français. Elle se décline selon cinq thèmes :

- Classique
- Pavé

- Cocktail
- Solitaire
- Tendance

De quoi correspondre aux goûts de chacune et faire vaciller de bonheur toutes les consommatrices.

Pour étoffer son offre, la marque n'hésite pas à renforcer sa collection, avec des pièces supplémentaires au fil des saisons et des besoins de la clientèle.

L'OHB : Quelle est la caractéristique de cette marque ?

Michel : Elle est composée d'argent traité avec un revêtement de surface de métaux précieux, qui lui



Diamonfire



assure une brillance qui ne s'altère pas. Les pierres synthétiques qui la composent sont d'excellente qualité. Taillées à la main dans les règles de l'art, elles sont serties avec les méthodes de la joaillerie.

Et bien sûr, si elle ressemble à une collection de joaillerie, elle n'en a pas le prix.

L'OHB : Quelles sont les points forts de cette collection ?

Michel : Très soucieuse de répondre aux attentes de ses clients, en plus de proposer une collection de bijoux soignés au prix attractif,

Diamonfire soigne son image, et fournit avec chaque pièce un écrin de soie.

Notre point fort est certainement le service. Ainsi que notre réactivité. Si une pièce est endommagée, nous n'hésitons pas à la changer plutôt que la réparer.

L'OHB : Comment vous faites-vous connaître auprès des bijoutiers ?

Michel : Nous avons une équipe de 5 représentants qui circulent dans toute la France, et nous avons déjà un réseau de 450 détaillants qui nous font confiance.

L'OHB : Comment définissez-vous le style de « Diamonfire » ?

Michel : C'est un style très classique, inspiré de la joaillerie. Désignée en Allemagne, la collection est ensuite fabriquée en Asie, dans les ateliers de la marque, conçus et dirigés par des ingénieurs allemands. Devant le succès de la marque, les ateliers viennent récemment de renforcer leur capacité de production avec une augmentation de leur main d'œuvre. Quand luxe et bijou ne riment pas forcément avec diamant, mais avec réalisation minutieuse et très soignée, l'effet brillant est garanti.■

N.K.

INVERNESS® *Simply Superior*

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

System 2000

Cassette et Cartouche

Boucle de perçage avec Accroche de sûreté

Nettoyer

Charger

Marquer

Percer

Ejecter

10 % de remise à la première commande

RICHLINE INTERNATIONAL
 20, rue des Fossés - 77130 Montereau
 Tél. : 01 60 70 40 70
 Fax : 01 60 70 40 20
 email : inverness.c@wanadoo.fr

Caplain Saint André et Cookson-Clal Diffusion argent

Collections complémentaires

Au cœur d'une même société, chaque marque poursuit sa progression, au gré des évolutions, mais en prenant soin de conserver son histoire et ses points forts. Caplain Saint André, Caplain Diamant et Cookson DIFFUSION continuent leur développement de produits finis, mais dans des gammes très différentes. Tandis que Caplain Saint André reste précieux, Cookson Clal Diffusion s'autorise des incursions plus accessibles avec des collections de bijoux argent et pierres fines.



Caplain - Bague solitaire serti illusion en or gris 750 millièmes de 3,30 g sertie de diamants blancs 0,452 ct - 2390€



Caplain - Bague Boucle en or gris 750 millièmes de 8,30g sertie de diamants blancs 1,88 ct - 7900 €



Caplain - Bague solitaire serti Illusion en or gris 750 millièmes de 3,30 g sertie de diamants blancs 0,759 ct - 4365 €



Cookson DIFFUSION - Bague Fleur en argent 925 millièmes pesant 9,00 g - 108 €

Henri Caplain et Frédérique Saint André, fondateurs de l'entreprise éponyme, n'imaginaient pas, quand ils se sont associés et mariés en 1823, que leur nom perdurerait depuis presque 200 ans déjà. Unis par la passion de l'or, ils ont développé **Caplain Saint André**, un acteur incontournable de la bijouterie française, qui au fil des siècles se développe, en passant des chaînes, aux bijoux empierés.

Ses collections précieuses mélangent avec brio emmailllements, or jaune, or blanc et or rose, mais également serti moderne. La marque se concentre sur la recherche perpétuelle de nouvelles mailles, toujours plus originales où les maillons s'entrelacent, s'emmêlent, s'articulent, sertis ou non de diamants. Les bagues de facture classique, sont parfaites pour des fiançailles ou des mariages.

Plus abordables, influencées par la mode et les tendances, les collections Cookson-Clal Diffusion sont composées d'argent et de pierres fines comme les spinelles noirs ou bleus. En bracelet, boucles d'oreilles



Cookson DIFFUSION - Boucles d'oreilles Fleur et spinelles marrons en argent 925 millièmes - 11,00g 146 €

ou bagues, elles respirent la fraîcheur, à l'image du thème floral qu'elles ont développé. Les roses d'argent gravé se disputent la vedette aux oreilles ou au poignet. Une collection dans l'air du temps, puisque la rose est à l'honneur cette année, et qu'elle agrémente de nombreuses collections.

Des collections à découvrir. A partir de 100 € pour les pièces en argent. ■

N.K.

BOCCIA®

TITANIUM



**TITANIUM
CERAMIC
SAPPHIRE
CRYSTAL**

Zuccolo Rochet une « success story » familiale

Né en 1904, le groupe s'illustre aujourd'hui avec deux développements : ZRC pour les bracelets de montres et ROCHET pour la bijouterie et les montres masculines. Auxquels s'ajoutera dès septembre 2012 une troisième marque de bijouterie argent pour femme.

Retour sur une belle « success story » qui continue à s'épanouir avec la quatrième génération.



Pendentif



Boutons de manchette



Montre

Il y a 108 ans exactement, Joseph Rochet, alors ouvrier spécialisé dans une fabrique genevoise de chaînes de montres à gousset, s'associait avec Edmond Zuccolo, son chef d'atelier, pour monter une petite entreprise de chaînes de montres et de bijouterie en laiton.

Dès 1917, les premiers succès arrivent avec l'invention du bracelet métal extensible récompensé la même année au concours de l'industrie Nouvelle de Genève.

Excellents techniciens, visionnaires et passionnés, les deux hommes quittent la Suisse, s'installent à Annecy, déjà équipée d'un réseau de gaz de ville, et multiplient les nouveautés. Leur collection s'enrichit de bracelets-montres, tandis que la bijouterie est mise à l'honneur avec broches, boutons de manchettes, barrettes pour cheveux, bagues, chevalières et pinces à cravates. La période est prospère, l'activité florissante. A la veille de la 1^{ère} guerre

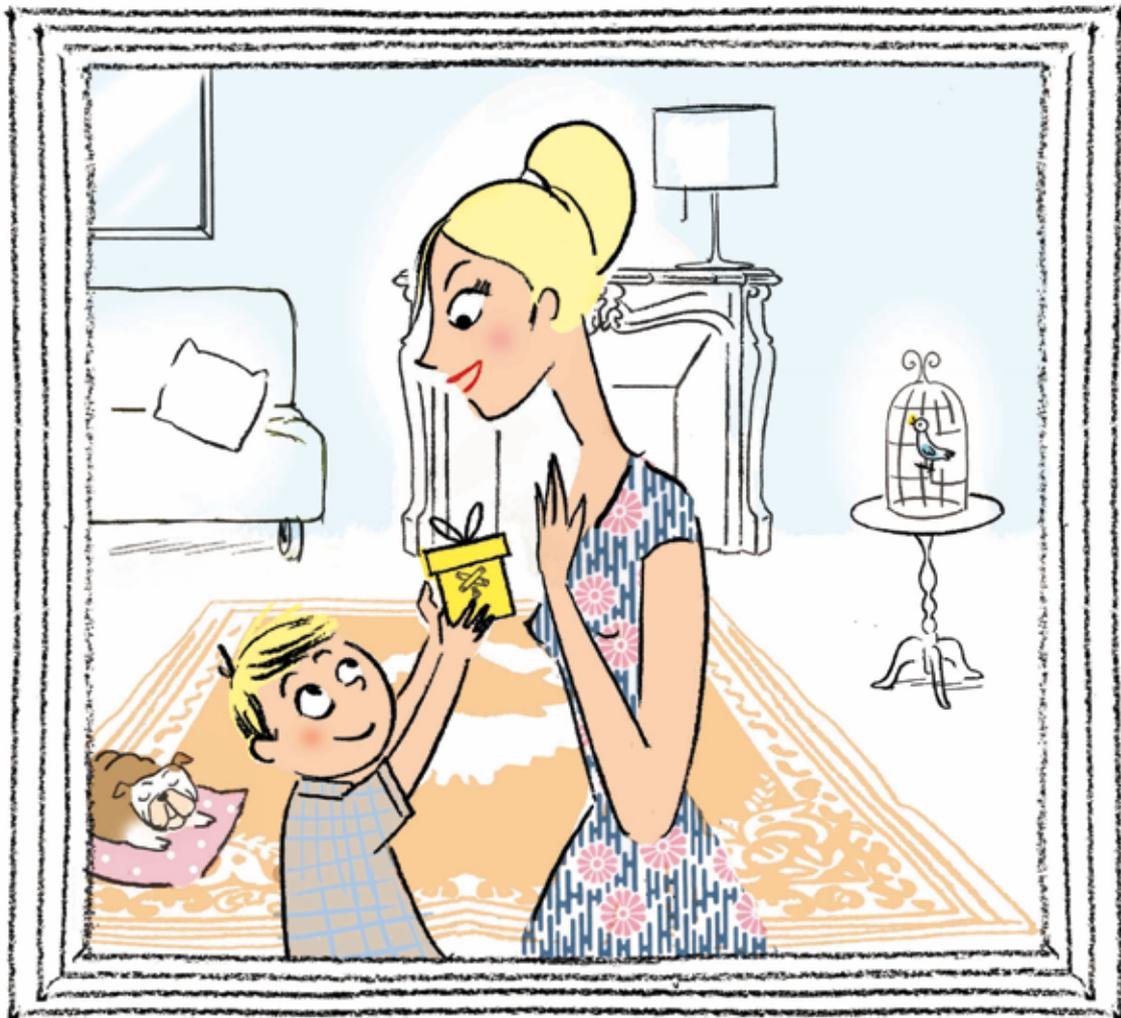


Pendentif

mondiale, le groupe initie une percée dans le secteur de la montre en fabriquant, en qualité de sous-traitant, des boîtiers en laiton. Au lendemain du conflit, les besoins en montres explosent et Zuccolo Rochet & C^o prospère.

Les montres ZRC battent tous les records : étanches à 300 m, de taille réduite, dotées d'un verre en plexiglas, composées d'acier amagnétique. **Grands Fonds, Spatiale, Sécuricode, Elektron**, autant de modèles emblématiques qui ont marqué l'histoire de ZRC.

En 1970 la troisième génération entreprend une diversification profonde, en fabriquant des bracelets cuir. La marque ZRC s'attache désormais à la création et à la commercialisation de bracelets de montres alors que Rochet se consacre au développement de la



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.
Arthus-Bertrand cultive*



*l'art de rendre ces moments si
précieux qu'ils prennent
vie pour toujours...
Un savoir-faire transmis
depuis six générations !*

Arthus-Bertrand

DEPUIS 1803
PARIS



bijouterie. Les premières filiales à l'étranger sont créées, à Barcelone, puis à Bruxelles, tandis que la 1ère unité de fabrication de bracelets cuir s'installe à Besançon, suivi d'une autre à New Delhi.

ZRC devient un acteur majeur du bracelet de montres de remplacement, avec plus de 4 000 références réparties en trois gammes : cuir, métal et synthétique. Leur dernière nouveauté : les bracelets cuir Bioconfort, biodégradable, bio-compatible et antiallergique. En septembre 2012, la marque lancera une collection de bracelets cuir de luxe sous le nom ZRC 1904, une signature légitime pour une marque plus que centenaire, passée maîtresse dans l'art des gestes de la sellerie : découpe, rembourrage, filetage, couture, pose de vernis et appairage, n'ont pas de secret pour ses ouvriers.

Fort de son expertise, **ZRC 1904** n'offrira que des produits d'exception dans les peausseries les plus nobles (alligator, crocodile, python, autruche, requin, ...). Entre un large choix de modèles, des finitions parfaites pour des modèles classiques, une adaptabilité aux montres de marque comme Hermès, Poiray, Cartier, Tag Heuer, et une personnalisation possible, ZRC 1904 comptera dans le monde du bracelet de luxe. Avec ses deux unités de proto-

typage, la marque pourra offrir un service exclusif et réaliser des pièces sur mesure.

Dans le domaine de la bijouterie pour homme, **Rochet** excelle avec des pièces en acier, tungstène, fibres de carbone. Ses designs novateurs s'inspirent de la mode, de l'architecture, de la technologie, du sport, et des voyages...et ont donné naissance à des lignes marquantes comme le bracelet **Magnum** en acier et inserts de polyuréthane noir. Très étudiées pour l'homme d'aujourd'hui, les lignes Rochet rem-



Bracelet céramique

portent un vif succès en France comme à l'export. Pour assurer son développement la marque masculine s'appuie sur ses filiales à Hong-Kong, Tokyo, et Bruxelles, et sur ses distributeurs qui assurent la commercialisation de ses produits. Très avant-gardiste, Rochet n'hésite pas à communiquer en s'impliquant dans le sponsoring afin développer sa notoriété auprès de ses cibles masculines. Impliquée dans son époque, la marque affiche son inté-

rêt pour le sport : la moto, le golf, l'équitation ou encore le triathlon concentrent toutes les valeurs nobles qui lui sont chères. En octobre 2012 Rochet signera un nouveau partenariat unique dans le monde de la course nautique.

En 2010, Rochet a renoué avec la tradition horlogère qu'elle avait un peu délaissée : sport mécanique, aéronautique, nautique, plongée inspirent désormais ses lignes et les gammes s'étoffent. Depuis 2010, l'univers masculin est mis en scène dans les Rochet store, magasin en nom propre où le consomma-

teur peut découvrir et apprécier les collections Rochet. Après Annecy, un réseau de franchisés s'étoffera dans les grandes villes de France.

Le prochain challenge de Zuccolo Rochet & C° sera la bijouterie pour femme avec la reprise en 2012 de la société Olivier de SaintLoup. Grâce

à sa compétence dans le design des lignes féminines en argent, cette acquisition ouvrira de nouveaux marchés à Zuccolo Rochet & C°.

Pour soutenir ses efforts de croissance, et son activité débordante, Zuccolo Rochet & C° déménage et s'offre cette année, un nouveau bâtiment flambant neuf de 3 000 m² entièrement adapté aux multiples marques du groupe.

Une actualité plus que dynamique, à retrouver sur le site

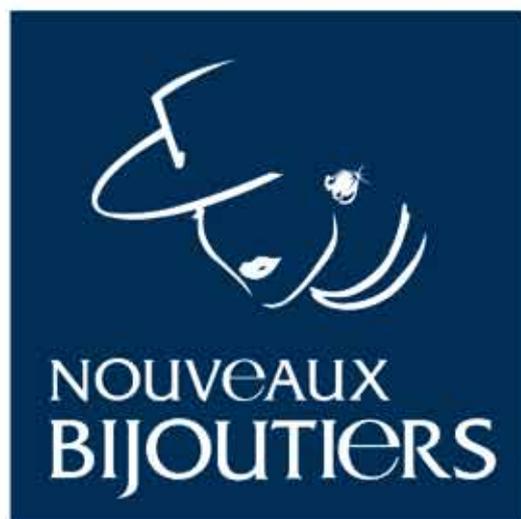
www.rochetworld.com ■ N.K.

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
NOUVEAUX BIJOUTIERS SA

05 45 69 63 87

nouveauxbijoutiers@nouveauxbijoutiers.fr

www.nouveauxbijoutiers.fr

White Pine

Un nouveau concept de rachat de diamants

White Pine Trading est né en février 2010 à New York d'une idée simple : pourquoi ne pas recycler et remettre dans le circuit commercial, les diamants usagés.

Cette idée White Pine l'a développée aux Etats-Unis avec succès avant de la lancer sur le marché européen.

Entretien avec Sébastien Baument, Directeur Commercial de White Pine pour la France



L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Vous êtes le directeur commercial de White Pine pour la France. Quand la société White Pine a-t-elle commencé à se développer en Europe ?

Sébastien Baument : Nous avons ouvert notre premier bureau européen en Angleterre en 2011, puis à Barcelone en 2012, et maintenant nous nous lançons sur le marché français.

L'OHB : En quoi consiste votre activité ?

S. Baument : Notre activité consiste à racheter les diamants usagés aux bijoutiers, aux bureaux qui rachètent les bijoux aux particuliers et qui revendent l'or aux fondeurs, aux particuliers.

Une fois rachetés, les diamants sont reclassés, retaillés si besoin, et remis sur le marché sous forme de mêlés.

L'OHB : Une fois les diamants achetés, où les traitez-vous ?

S. Baument : Une fois achetés, nous les envoyons à New York où ils sont traités. Toute l'activité de tri, de retaillage, de sélection et de revente, se déroule aux Etats-Unis.

L'OHB : Quel type de diamants achetez-vous ?

S. Baument : Nous rachetons tout type et toute qualité de diamants sans distinction, car reclassés en lot, ils peuvent être revendus aux enchères. Quel que soit leur poids ou leur qualité, les diamants nous intéressent : 0,10 carats, voire même plus petits.

L'OHB : Quel service offrez-vous à vos clients ?

S. Baument : Nous leur permettons de ne pas laisser dormir un stock inutilisé. Nous travaillons avec les fabricants, les sociétés de rachat d'or qui désormais peuvent racheter à leurs clients des bijoux finis. Ils envoient l'or chez le fondeur, tandis que nous leur rachetons les pierres.

Nous garantissons un règlement de nos achats dans les 48h.

L'OHB : Et les particuliers ?

S. Baument : Bien sûr, ils font partie de la chaîne, mais dans un premier temps nous travaillons avec les sociétés uniquement.

Nous contacterons les particuliers dans un deuxième temps, car ils ont besoin d'être sécurisés et rassurés sur notre activité et notre circuit.

L'OHB : Comment cela fonctionne-t-il aux Etats-Unis ?

S. Baument : Très bien. Le circuit est bien rodé, et en temps de crise, les sociétés comme les particuliers apprécient un règlement très rapide.

L'OHB : Comment allez-vous vous faire connaître ?

S. Baument : A travers les magazines, et bien entendu sur les salons. Nous serons à Tout Bij en septembre, et à Printor en janvier 2013. ■ N.K.

White Pine Trading LLC
Sebastien BAUMENT
06 95 48 45 35
09 72 34 98 41

ARGYOR

DEPUIS 1954



Kit d'alliances factices à crédit 12 mois

100 modèles 18ct du 48 au 72.



**Nouvelle collection
en 9ct**

Renseignez- vous

0800 90 22 76

(appel gratuit, lundi au vendredi, avant 15h) Interlocuteur français
export@argyor.com

Le Platine

Bridal et montres en platine

Avec la hausse du cours de l'or, les autres matériaux précieux commencent à briller d'une aura oubliée. Le platine retrouve ses lettres de noblesse et n'est plus le métal inaccessible.



Matthias & Claire

La différence entre or et platine se réduit, à l'avantage du platine qui conserve les atouts qui faisaient de lui un métal d'exception.

Le platine, naturellement blanc, qui ne perdra jamais son éclat brillant, et sa couleur ne sera jamais altérée par l'usure du temps, contrairement à l'or blanc, qui est né d'un alliage d'or jaune. Même s'il est rhodié, l'or gris doit régulièrement être replongé dans un bain de rhodium pour conserver sa couleur blanche, contrairement au platine.

Le prix élevé du platine, est dû à la rareté de ce métal, moins courant que l'or. De plus, l'alliage platine est pur à 950/000 contre 750/000 pour l'or 18K et est plus lourd que le même volume d'or.

Pour toutes ces raisons, 2012 voit le mariage se décliner en platine.

Pour les bagues comme pour les montres, la beauté du platine est intemporelle, et véhicule ce gage de longévité qui fait rêver. Une bague de fiançailles ou une alliance en platine, c'est bien plus qu'un simple bijou ! Elle symbolise l'amour éternel, signe d'un engagement durable et d'une promesse mutuelle pour la vie.

Naturellement blanc, le platine représente le choix le plus romantique pour la bague de fiançailles, et les alliances. Il rassure et porte 1000 promesses de bonheur tout comme l'amour dont il se fait l'interprète.

Pour mieux aider les consommateurs dans leur quête de l'objet rare, alliance ou montre en platine, la Guilde du platine met au point un nouveau site de référence de toutes les montres réalisées dans ce métal noble.

Un beau projet prévu pour la rentrée. ■

N.K.



Lucien Pfertzel - alliances - solitaire



FP Journe



Officine Panerai



Thabora 
Steel

Thabora SAS
6 rue des Papetiers
38307 Bourgoin

Tél : 04 74 43 81 40 / Fax : 04 74 28 23 69
E-mail : thabora@thabora.com
www.thabora.com

La collection Oscar & Margaux cible les juniors et leur maman sur un marché argent très porteur.

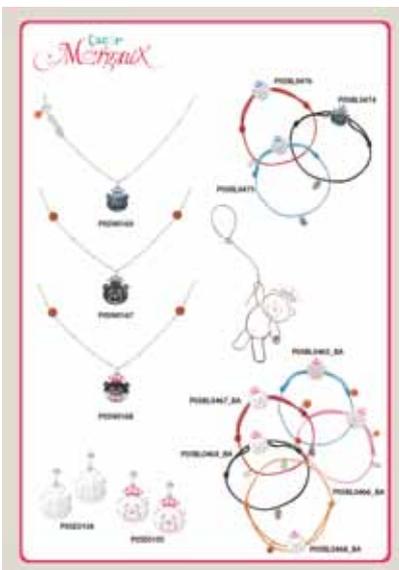


PLV

La collection est composée de bracelets en cotons cirés aux couleurs acidulées sur lesquels sont montés des oursons souriants en argent rhodiés : Margaux ou Oscar. De parfaites petites billes d'ambre rajoutent au charme du bijou. La maman offre son bijou à sa fille et s'en offre un aussi pour elle-même. C'est un lien formidable mère-fille créé dans le bijou. Comme cadeau à petit budget entre copines, c'est le présent idéal.

Cette collection a reçu un formidable accueil des professionnels de la bijouterie et des medias. Elle a reçu le soutien de TF1 vidéo pour co-promouvoir des dessins animés qui touchent la cible. Ainsi les partenaires distributeurs ont reçu de nombreux cadeaux pour eux-mêmes et leurs consommateurs. Une page Facebook a été créée que de nombreux fans ont déjà rejoint.

<http://www.facebook.com/OscarMargaux>



Collections Oscar & Margaux

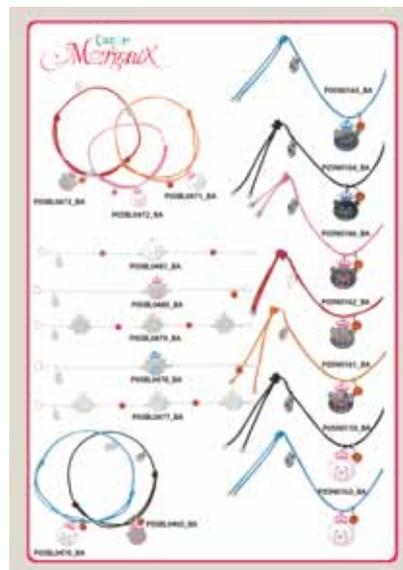
On reproche souvent aux bijoux de manquer d'attractivité. Et ce n'est pas le cas d'Oscar & Margaux. Nous travaillons avec une offre très visible en point de vente et avec des attributs produits auxquels la cible est très sensible. Voir la PLV.

Le prix public commence à partir de 24 €.

Oscar & Margaux, c'est le Hello Kitty français qui va conquérir les cours de Lycée et les Mamans ! ■ D.P.

Implantation sélective par les commerciaux Stanimex chez les bijoutiers.

Contact commercial pour distribution : +33 1 53 40 93 80



Plan média



Support communication



 **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

Marea

Un succès aux couleurs de l'arc-en-ciel

Marea, marque espagnole de montres, leader sur son marché domestique, fait une entrée remarquée et fracassante sur le marché français. Mickael Leal, distributeur de la marque en France, apprécie tout le chemin parcouru en un temps record.



L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Vous avez véritablement commencé l'implantation de la marque en janvier 2012 à Printor Lyon, après un test réussi à Printor Paris, en septembre 2011. Où en êtes-vous aujourd'hui ?

Mickael Leal - Marea : Notre développement est très probant.

Nous comptons déjà près de 1000 points de vente qui distribuent Marea. Notre évolution progresse au rythme de 8 ouvertures de compte par semaine environ.

Les bijoutiers réassortissent leur stock toutes les semaines au gré de leur besoin.

L'OHB : Combien de montres Marea vend en moyenne ?

M. Leal : entre 100 et 250 montres par mois.

L'OHB : A quel prix sont-elles vendues ?

M. Leal : Les prix oscillent entre 29 € et 59 €. Les montres Marea répondent à un achat d'impulsion. A ce prix là, les clients hésitent rarement dans le magasin.

L'OHB : Quels sont les atouts de Marea, et comment expliquez-vous son succès ?

M. Leal : Marea possède de nombreux points forts :

1- Sa collection est composée de 1400 modèles différents, régulièrement renouvelés.

2- Sa gamme de prix comprise entre 29 € et 59 € est particulièrement attractive et l'acte d'achat se fait très rapidement. A ce prix là les clients n'hésitent pas à s'offrir une nouvelle montre, ou à faire un cadeau.

3- La collection très étoffée, comprend plusieurs familles de produits : montres dames, montres hommes, montres digitales, montres tendance mode, montres à large ouverture avec un diamètre de 46 mm, montres pour enfants...

En silicone ou en métal, les montres Marea sont très agréables à porter.

4- Nous traitons les commandes avec une grande réactivité : en moins de 48 h la commande passée est traitée et envoyée.

L'OHB : Quelle est la tendance de l'année 2012 ?

M. Leal : Nous avons été très performants sur la couleur. Et nous remarquons depuis quelques années que les couleurs vives et lumineuses ne sont pas réservées à la collection estivale. Les clients avides de bonnes vibrations consomment les montres de couleur toute l'année, même en hiver.

Le violet très demandé cet hiver, est toujours d'actualité. Le rose, le vert fluo et le turquoise sont des gages de bonne humeur toute l'année. La couleur de l'année 2012 est incontestablement le orange, plébiscité dans toutes les collections.

Pour la rentrée, nous avons noté une recrudescence de doré et d'argenté.

Autre tendance, le digital procure une touche habillé au poignet, tandis que les versions acier, plus lourdes, sont appréciées des hommes.

L'OHB : Quels sont les critères de sélection du consommateur ?

M. Leal : Quand il rentre dans une bijouterie, il est attiré par la couleur, puis par le design, et enfin séduit par le prix.

L'OHB : Avez-vous reçu récemment de nouveaux modèles ?

M. Leal : Nous avons reçu 25 nouveautés en juillet : toujours colorées. Ainsi qu'un modèle digitale « Mir Télé » qui existe en noir et blanc, fuchsia, turquoise et qui sera certainement décliné dans d'autres teintes.

Les montres Marea répondent à un achat d'impulsion et procurent un plaisir instantané. ■ N.K.

**Marea : 04 99 63 78 09
www.marea.fr**



Beuchât

Marque centenaire spécialiste de la montre étanche

Beuchât, marque centenaire spécialiste de la montre étanche, a été créée en 1904 par Constant Beuchât. Rachetée en janvier 2002, par la société BPLUS, qui conçoit, fabrique et développe ses modèles, elle a gardé ses caractéristiques sportives : des qualités qui se révèlent dans sa force, sa technicité et sa fiabilité. Destinée aux aventuriers et aux passionnés de sports nautiques, elle est également appréciée des amateurs de belles montres.

Entretien avec Georges Belmar, président de BPLUS.



WINCH 100



LUMITECH
AUTOMATIQUE



BIG HERO PETITE
SECONDE



BIG HERO COULEUR

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Beuchât que vous avez rachetée en 2002, s'ajoute aux trois autres marques et griffes pour lesquelles votre entreprise conçoit, fabrique et distribue des modèles de montres : Serge Blanco, Caroll, et Speedo.

En quoi Beuchât est-elle une marque particulière ?

Georges Belmar : Beuchât une marque attachante par son histoire, son ancienneté, elle a 120 ans, et sa spécialité : les montres de plongée. En rachetant la marque, nous avons conservé toutes ses caractéristiques techniques : étanchéité à 100 mètres, couronne vissée, boîte en acier. Mais nous lui avons aussi donné son allure sport chic inimitable qui la rend por-

table au quotidien. Nos collections sont pensées pour les hommes, mais également pour les femmes qui en apprécient le volume et le confort.

L'OHB : Dans quelle gamme de prix se situent les montres Beuchât ?

G. Belmar : Elles sont vendues entre 100 et 500 € TTC. Dotées d'un mouvement ETA ou Miyota, elles sont assemblées, pour une partie d'entre elles, dans nos ateliers parisiens. Notre unité de production et d'assemblage, offre une capacité de production de 400 à 500 montres, tandis que nos ateliers assurent les vérifications et les finitions des montres avec minutie.

Bien entendu, le service après-vente est fait à Paris.

L'OHB : Quelles seront les collections de la rentrée ?

G. Belmar : Nous travaillons actuellement sur une nouvelle collection plus technique. Étanche, à double joint, les index et les aiguilles revêtus de superluminova, elle répond aux exigences des plongeurs, avec des fonctions simples mais efficaces et fiables : 3 aiguilles-date et chronographe. Équipée d'un système d'équipression mis au point et breveté par Beuchât, elle permet de descendre à 2000 m de profondeur sans altérer le mécanisme horloger. L'ensemble du boîtier est rempli d'un liquide qui protège la montre des forces générées par la pression excessive qui s'exerce à partir de 1 500 m. Ce procédé a été développé par Beuchât il y a plus de 20 ans.

L'OHB : Où les montres Beuchât sont-elles vendues ?

G. Belmar : Chez les horlogers-bijoutiers, mais également dans les magasins de plongée, pour le plus grand plaisir des sportifs. ■ N.K.

Beuchât - 00 33 (0)1 53 78 07 07
www.beuchât.com

OraVendre.com

RACHAT D'OR EN LIGNE

Easy Calculatrice

Faites votre estimation vous-même avec notre « Easy Calculatrice » Dernière mise à jour des cours le 20-12-2011 à 23:02

Pièces, déchets ou objets en gr	Quantité que vous souhaitez vendre	Prix en gramme	Montant brut de rachat Or
9K	<input type="text"/>	gr. 12,50 €	<input type="text"/>
14K	<input type="text"/>	gr. 20,14 €	<input type="text"/>
18K	<input type="text"/>	gr. 26,01 €	<input type="text"/>
22K	<input type="text"/>	gr. 31,04 €	<input type="text"/>
24K	<input type="text"/>	gr. 41,11 €	<input type="text"/>

Rachat pièces d'or
Rachat pièces d'argent
Rachat argent & platine

Total brut Taxes 8%

Somme que vous recevrez sous 24h

Calculatrice Pro

CADIM FRANCE
Or à Vendre
est spécialiste/consortaire de la chaîne d'approvisionnement des acheteurs à distance de métaux précieux
Télécharger le Chart

Service client
09 50 60 48 41
Ou nous appelez :
N° à Paris :
Téléphone :
Site : [www.oravendre.com](#)

1. Estimez votre Or et demandez votre Pack VD-OR

OraVendre.com

Rachat d'or et d'argent aux professionnels :

- ✓ **Simplicité**
- ✓ **Sécurité**
- ✓ **Couverture des cours**
- ✓ **Rapidité de paiement**

Le seul site qui vous permet de fixer et vendre vos métaux en temps réel sur les marchés internationaux 24h sur 24h.

SUIVEZ NOS COURS D'ACHAT EN DIRECT RÉACTUALISÉS TOUTES LES 4 SECONDES SUR : www.ORAVENDRE.com ou au **09 50 60 48 41**

OR (Spot ou fixing de Londres)

Exemple fixing du 02/03/2012 : 41570€/kg

24K.....	98,5%.....	40,94€/gr
18K.....	71,2%.....	29,59€/gr
14K.....	53,0%.....	22,03€/gr
9K.....	33,0%.....	13,71€/gr

Lingot Or Titré (spot / fixing de Londres)

Rachat Or fin dans lingot : -1,2% sous cours
Forfait fonte + Titrage = 100€

ARGENT (Spot ou fixing de Londres)

Exemple fixing du 07/03/2012 : 811€/kg

Pièce 900.....	84%.....	681,2€/kg
Pièce 835.....	79%.....	640,7€/kg
Bijoux/Argenterie :		
1er titre.....	70%.....	567,7€/kg

Lingot Argent Titré (spot / fixing de Londres)

Rachat Argent fin dans lingot : -6% sous cours
Forfait fonte + Titrage = 90€ (jusqu'à 10kg)



OAV 57, rue du Temple, 75004 Paris

RCS Paris : 524 668 761

Agrée au commerce de métaux précieux au bureau de garantie de Paris, par les douanes sous le n°4208

Trendy Elements

Teintes vitaminées

Les collections de Trendy Elements prennent de la couleur et viennent illuminer la rentrée de leurs teintes vitaminées.



Lulu Castagnette

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Trendy Elements gère de nombreuses marques dynamiques, fashion, et junior, entre Lulu Castagnette, Morgan, Trendy Kiss, et Trendy Junior. Qu'avez-vous prévu pour la rentrée ?

Ane Gillen - Marketing et Design : La collection Lulu Castagnette s'étoffe avec 25 nouveautés, en vente dès septembre. Toujours de la couleur, des roses très présents pour plaire aux filles : rose pâle ou rose plus soutenu, des cadrans irisés, des bracelets rebrodés de jolis motifs. Mais le changement apparaît sur les bracelets agrémentés d'une breloque papillon ou nounours. Très girly, cette collection colle parfaitement à l'univers des petites filles, pour un prix moyen de 49 € TTC. Le métal

irisé fait son grand retour, sur les cadrans, les lunettes et les boîtiers, pour un effet raffiné garanti.

Trendy Junior sera agrémenté d'une vingtaine de nouveautés. Entre motifs tête de morts, boîtiers noirs et volume plus affirmé, les jeunes adolescents se retrouveront dans cette collection qui évoque leur centre d'intérêt.

Morgan continue sa lancée avec 20 nouvelles montres, composées de bracelet cuir estampé, et métal.

Trendy Kiss fait une rentrée dans un style classique avec une quarantaine de pièces pour les femmes actives et dynamiques.

L'OHB : Comment travaillez-vous ?

A. Gillen : Trendy s'inspire des tendances et de l'univers des enfants,



Freegun

juniors ou adolescents pour lesquels nous dessinons.

L'OHB : Travaillez-vous pour d'autres marques ?

A. Gillen : Nous avons pris la licence de la marque Freegun pour laquelle nous avons dessiné une collection de montres. Freegun est une marque de sous vêtements et vêtements pour adolescents, aux motifs graphiques, et tendance. Très streetwear elle est en résonance avec la nouvelle génération. Jeune, décalée et créative, elle a tout pour nous séduire et nous permettre de réaliser des montres dans cet esprit. La collection complète proposera des montres pour les juniors, les femmes et les hommes, et collera à la marque, avec ses couleurs, ses motifs, sans être pour autant aussi expressive que sur les sous-vêtements.

Dans un premier temps nous sortirons une collection composée d'un boîtier rond en métal irisé, de différents diamètres pour répondre au besoin des différentes cibles. Certaines montres seront mixtes, tant la montre d'homme est souvent détournée par les femmes.

La collection Freegun comptera 40 pièces. ■

N.K.

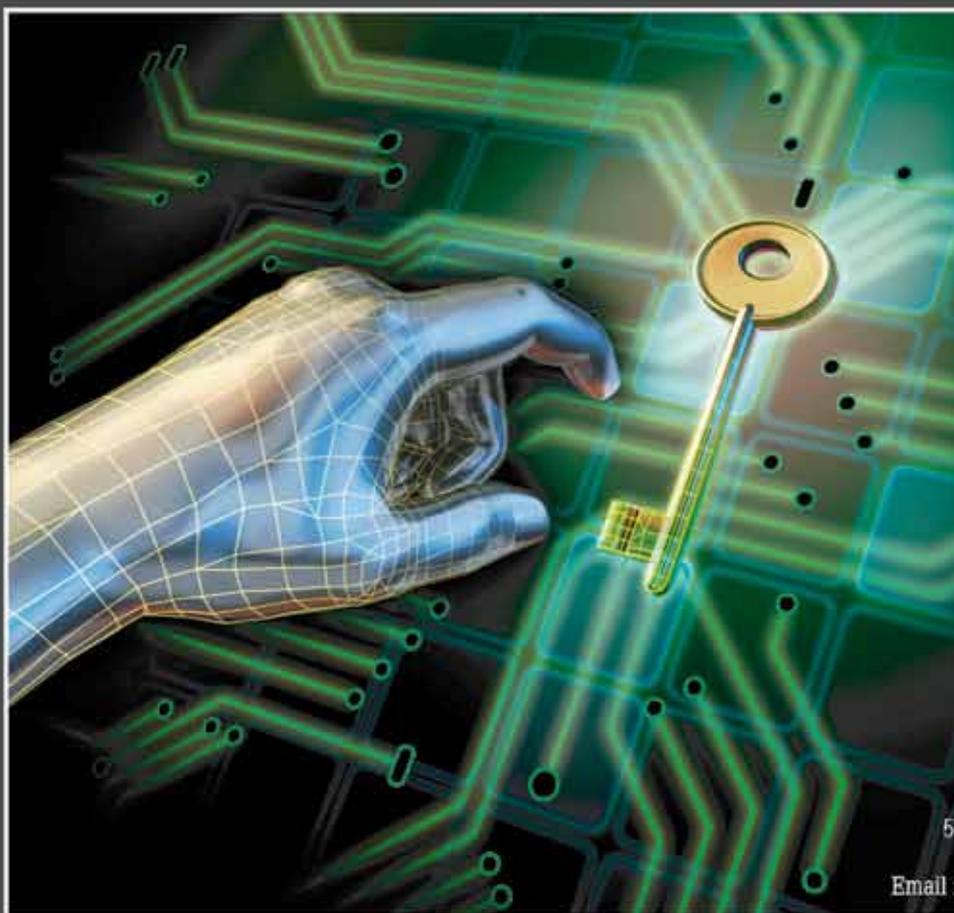
Des marques à découvrir dès la rentrée pour une cure vitaminée.
www.trendyelements.com



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

Bijoux de saison

Orange élu couleur de l'année



Oscar et Margaux
bracelet pour enfant
avec boule d'ambre.

Swatch

Rosset Ganlejac
Coeur J gravé

Guy Laroche
automne

Gemeva
bague sertie de
Swarovski gems

Technomarine
LOCKER orange

FREELOOK
Ligne GLAMOUR
129 euros

Zodiac

La Belle Vie

L'orange illumine l'année 2012 : dans la mode, les accessoires, les bijoux, la décoration, les montres. Elle se marie audacieusement avec toutes les autres teintes, et symbolise la force, l'énergie et la lumière. Une couleur à prendre au sérieux malgré son caractère insouciant !



Gay Frères
bague or, diamants et topaze



Beuchat
Lumitech Automatique

L'or ROSE



Sejna
Bague Orient Express
en or rose



Marc by Marc Jacobs
Montre Rivera –boîtier et bracelet acier pvd or rose – cadran orné de lettres surdimensionnées
229 €



Emporio Armani
Montre or rose et chocolat
399 €



Vacheron Constantin
Malte petit modèle - or rose, lunette sertie de 50 diamants ronds



Burberry
Montre acier pvd or rose



Michael Kors
Montre acier PVD or rose

L'Or rose magnifie la peau, la nimbe d'une douceur supplémentaire. Les carnations claires se réchauffent au contact de l'or rose, tandis que les peaux dorées se font plus tendres. Quant aux diamants, sertis dans l'or rose, ils perdent leur dureté pour réfléchir une lumière soyeuse et veloutée.



Van Cleef & Arpels
Perlé - Brâcelet
or rose satin



DKNY
Montre acier
placage doré rose
219 €



Frédérique Constant
Runabout Moonphase
or rose plaque
2 190 €



Parmigiani
Kalpa Donna or rose
et diamants



Georland
Collection Infinity - Pendentif
Pétillante Diamants Blancs
sur Or Rose

Bijoux de saison

Cadran bleu



Marea
monobloc en silicone bleu

Emporio Armani
Meccanico - acier noir et bracelet en silicone estampillé du logo aigle 3 compteurs, dont une réserve de marche de 11 h, les secondes et la date - cadran bleu roi 449 €

Diesel
chronographe cadran bleu

Corum
Admiral's Cup Challenger 44 Chrono Rubber

Diesel
boîtier rectangulaire cadran bleu

Emporio Armani
Céramica - chronographe cadran bleu

Bleu lagon, bleu mers du sud, bleu marine, bleu azur. Les bleus se déclinent à l'envie et distillent une sensation estivale. A porter et consommer sans modération en souvenir des beaux jours et des escapades sous le ciel étincelant.

Le bleu est tendance en 2012. Il adoucit l'acier des boîtiers, réchauffe les poignets, et donne moins de rigueur aux montres pour hommes.



Technomarine
Cruise Sport
460 €

Zodiac
Cadran index et chiffres bleus

Saint Honoré
World Code Diving

Swarovski
Piazza Grande cadran bleu
montre en acier - 3 aiguilles
date - index en cristaux
Swarovski - cadran bleu

CKplay
montre en acier
3 aiguilles - date
cadran et lunette bleus

Marca
boîtier et bracelet
gris acier cadran bleu
69 €

Saint Honoré
World Code Diving

Platine



SFM
alliance

Matthias & Claire

Casa di Lumé
serre tête

FP Journe

Poello
solitaire - trilogie

A Lange Sohne

Le platine est la nouvelle couleur de l'année. Blanc et pur !
 Rare !
 Son prix est bientôt rejoint par celui de l'or, donc il n'a plus le privilège d'être cher.
 Il fait briller le diamant comme aucun autre métal, et comme lui il est éternel !



Audemars Piguet



Officine Panerai



Lenval
bague-pendentif



Lucien Pfertzel
alliances-solitaire



Damelise WDG
bague



Bachet
alliances

Bijoux de saison

Fleurs



Murat
charm - fleur
37 €

Fossil
bracelet fleur

Cookson diffusion
argent Bracelet Fleur et spinelles
bleus en argent 925 millièmes
d'une longueur de 19 cm et
pesant 6,50 g



ADMB
fleur or saphirs
et diamants

Bulgari
collier fleur or
rose et diamants

Swarovski
Cherry Blossoms
Collier



La belle Vie

Gay Frères
Boucles d'oreilles Rosace
en or jaune citrine
720 €



Efflora - Jewellmer
Bague or jaune, composée
d'une perle dorée de 13,5 mm,
de diamants 2,83 cts



Le parfum des roses enivre et la beauté des fleurs éblouit. Devant de telles sources d'inspiration, les bijoutiers comme les créateurs déclinent des trésors de collections. En corail, résine, en or et diamants, en perles, les fleurs composent un ravissant bouquet qui sied à toutes les femmes.



Cookson
Boucles d'oreilles Fleur et spinelles marrons en argent 925 millièmes pesant 11,00 g 146 €



Gay Frères
Bague Rosace en or blanc citrine 700 €

Perjes Sécurité

consultant de l'officiel H&B



Frédéric Legrand
Directeur technique Perjes

La protection des bijouteries et joailleries

Une affaire de spécialiste hautement qualifié

Spécialiste de la sécurité et du verrouillage HBJO, PERJES sécurité travaille avec les plus grands noms, un gage de qualité qui profite aussi aux boutiques indépendantes.

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : 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 : Quels sont vos spécialités exactement ?

Perjes : Nous réalisons des vitrines blindées sur mesure, des vitrines sécurisées, des vitrines coffres, le contrôle d'accès, les plots GPS et les étiquettes RFID. Tous les produits sont fabriqués en France, ce qui nous permet d'assurer un excellent SAV. C'est aussi un gage de qualité que nos clients apprécient.

L'OHB : PERJES Sécurité est le spécialiste de la vitrine sécurisée, mais votre entreprise peut-elle adapter des vitrines blindées à un mobilier existant ?

Perjes : Oui c'est possible. Tout dépend de la configuration des vitrines existantes, après une étude préalable, nous allons déterminer la résistance des supports en place, car les vitrines sécurisées sont nettement

plus lourdes que celles en verre sécurit. Le cas échéant, elles sont posées au sol, fixées et habillées.

L'OHB : Pouvez-vous répondre à des demandes où le budget est nettement plus serré ?

Perjes : Oui, car il est possible d'adapter une vitrine sécurisée à un mobilier existant, sachant que cette « vitrine adaptée » est moins onéreuse qu'une vitrine coffre. D'autre part, suivant le type de boutique, il n'est pas utile d'installer des vitrines sécurisées pour toutes les gammes de bijoux. Nous avons aussi des partenaires qui financent 100 % du TTC et certains Conseils Régionaux participent au financement.

L'OHB : Avec l'évolution technologique, les systèmes de sécurité sont devenus très complexes à réaliser.

Perjes : 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 : Pouvez-vous nous donner un exemple d'application technologique.

Perjes : La vidéo surveillance à distance profite du meilleur de la technologie. Avec les caméras HP IP consultables à distance, vous pouvez surveiller votre boutique et vos vitrines depuis n'importe quel endroit du monde, avec vue panoramique 360° et visualisation dans l'obscurité totale.

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

Perjes : 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 : Les solutions PERJES sont vraiment globales.

Perjes : 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. ■ D.P.

Plus d'informations sur le site de PERJES Sécurité
<http://perjes-securite.com>



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.....40.97€ 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 07/08/2012 à 41807€

24 cts	94% du fixing le gramme.....	39.29€ le gramme
22cts	84%	35.11€ le gramme
18cts	69%	29.26€ le gramme
14cts	49%	20.08€ le gramme

Argent : sur la base du fixing de Londres **exemple** : fixing du 07/08/2012 à 723€

Pièces françaises 900‰	ag fin x fixing -6.5%	608€ le kilo brut
Pièces françaises 835‰.....	ag fin x fixing -6.5%	564€ le kilo brut
Pièces françaises 680‰.....	ag fin x fixing -6.5%	459€ le kilo brut

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

Verspieren consultant de l'officiel H&B



Le régime des marchandises louées

Un bijoutier connaît bien la valeur de son stock. Mais il subsiste parfois un « flou » tant sur la valeur réelle des marchandises louées par un fournisseur que sur leur prise en compte par les assureurs. Ce qui peut avoir une grave incidence en cas de sinistre ou de vol.

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Le cas des marchandises louées correspond à un dépôt-vente ?

Verspieren : Dans la plupart des cas oui. On parle de marchandises louées, mais c'est bien le sens de dépôt-vente. Le terme « confié » est plus adéquat.

L'OHB : Je suppose qu'il existe un contrat de location.

Verspieren : Il y a toujours des échanges contractuels entre le bijoutier et le fournisseur, concrétisés généralement par un contrat. Nous avons toutefois remarqué à leur lecture qu'il existe parfois un manque de clarté - involontaire - dans certains contrats de location ou de dépôt à propos de ces marchandises louées.

L'OHB : Pouvez-vous détailler ce manque de clarté ?

Verspieren : Il peut subsister un doute dans le contrat de location sur les valeurs en prix de revient de ces marchandises pour le fournisseur, qui doivent être la référence. Ces prix de revient doivent être clairement fixés entre le bijoutier et son fournisseur, car les assureurs se baseront sur ces valeurs en cas de sinistre. La deuxième source de litiges est le régime de responsabilité régissant ces marchandises : qui en assume financièrement le coût de remplacement en cas de destruction accidentelle ou de vol ?

L'OHB : Mais ces marchandises sont assurées par le bijoutier ou son fournisseur ?

Verspieren : Les deux cas étant possibles, ce point doit être spécifié de manière

précise dans le contrat de location. Il faut éviter le « flou » qui sera toujours regrettable en cas de sinistre ou vol.

L'OHB : Que doit faire le bijoutier pour se prémunir ?

Verspieren : En premier lieu, vérifier l'étendue des garanties de son contrat d'assurance qui définit quelles sont les marchandises prises en compte par celui-ci. Tout contrat contient cette définition. Son libellé doit être le plus large possible et prendre en considération l'intégralité des marchandises « appartenant en propre ou confiées au bijoutier à quelque titre que ce soit ».

L'OHB : Nous avons vu dans un précédent article que le bijoutier doit déclarer la valeur totale de ses stocks, pour éviter « la règle proportionnelle de capitaux ».

Verspieren : Pas uniquement cette règle proportionnelle, mais aussi une insuffisance des montants garantis qui le laisserait être son « propre assureur » pour les capitaux excédentaires aux déclarations faites lors de la prise d'effet du contrat d'assurance. C'est pour cette raison que les marchandises louées doivent être comptabilisées avec les stocks, pour vérifier à chaque instant la valeur totale présente dans la boutique. De plus, imaginez, si elles ne sont pas répertoriées : en cas de sinistre l'expert d'assurance peut légitimement s'interroger sur la demande de leur prise en charge.

L'OHB : Est-ce que vous rencontrez ces cas en pratique ?

Verspieren : Oui bien sûr. J'ai le cas d'un braquage chez un client qui s'est fait

dérober un stock important. Il n'existait aucun problème sur les marchandises lui appartenant, mais le bijoutier indiqua à l'expert « les autres marchandises sont en location et sont assurées par mon fournisseur ». Il indiquait donc implicitement à l'expert qu'il ne voulait pas les garantir dans son contrat d'assurance.

L'OHB : Il n'existe aucun problème dans ce cas ?

Verspieren : Sauf que l'assureur du fournisseur a refusé à son client de prendre en charge les bijoux volés ! Et qu'à l'étude juridique du contrat de location, il était clair que notre bijoutier devait restituer à son fournisseur le coût de ces marchandises. Heureusement, nous avons trouvé une solution au problème de ce bijoutier, grâce notamment à la définition des marchandises figurant dans notre contrat d'assurance.

L'OHB : Quelle règle générale peut-on avancer pour éviter tout problème ?

Verspieren : La première règle est de toujours fixer avec son fournisseur la valeur réelle des bijoux loués sur le contrat de location, le bijoutier doit intégrer cette valeur dans ses stocks et l'indiquer à son courtier d'assurance. Légalement, toutes les marchandises louées sont sous la responsabilité du bijoutier, sauf cas spécifique clairement défini dans le contrat de location.

Un autre conseil, que nous avons souvent donné dans les articles précédents, est de vérifier périodiquement si les garanties, du contrat d'assurance, souscrit il y a quelques années, reflètent bien la situation actuelle du bijoutier. ■

D.P.

N°1 de la protection pour bijouterie

**Verrouillage et contrôle d'accès
pour vitrines de bijouterie et joaillerie.**

Sécurité optimale et gestion web de vos vitrines
Vitrines blindées
Vidéo surveillance intelligente (tracking)
Verrouillage de haute sécurité
Transmission GSM des actions
Verrouillage type SAS bancaire
Produit réalisé a vos mesures
Toutes nos études sont gratuites
Fabriquant depuis 1988



VOTRE SÉCURITÉ, NOS 20 ANS D'EXPÉRIENCE
PERJES est une PME basée dans l'Est Parisien, spécialisée dans
la fabrication de verrou et de produit électronique.
Reconnue **depuis 1988**, et disposant d'une structure efficace
et très réactive. **Fabrication Française**



Brevet européen
Perjes s.a.s.

SHOW ROOM - 4/6 Bld de Beaubourg - 77183 Croissy Beaubourg
Tél.: 01 60 35 00 66 - Fax : 01 60 35 08 09

PERJES S.A.S.

Abacor

achète tous vos métaux précieux avec un règlement immédiat

Abacor a pour activité principale l'achat et la vente d'or, et de métaux précieux sous toutes leurs formes. Entrez chez Abacor avec votre lot à vendre et repartez avec votre règlement. M. Haiï, le gérant, a tenu à nous accueillir rue Saint Antoine pour nous expliquer le fonctionnement d'Abacor.



M. Haiï : Je suis heureux que vous soyez venue nous voir, pour un premier contact comme le ferait un nouveau client professionnel. Notre métier est basé sur notre qualité d'expertise et sur la confiance qui s'établit entre les clients et nous. C'est pourquoi, le face à face est toujours ce qu'il y a de mieux en première approche.

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Avec plus de 15 ans d'existence et plus de 30 ans d'expérience professionnelle, votre expertise dans

l'achat de métaux précieux est reconnue. Abacor est réputée pour son sérieux et son professionnalisme. Est ce que vous ne prenez tout de même pas un risque en payant la totalité de la valeur estimée des biens avant leur fonte ?

M. Haiï : Abacor aurait-elle déjà quinze ans d'existence si tel était le cas ? Nous sommes totalement spécialisés dans l'achat de métaux précieux (or, argent, palladium, et platine). Notre expérience du métier fait que l'expertise des marchandises est précise et s'effectue dans un délai très court, nous

réglons immédiatement au client la valeur totale estimée de ses biens au meilleur prix du marché. C'est simple, rapide et pratique pour le client qui peut disposer immédiatement de sa trésorerie.

L'OHB : La clarté et la rapidité de votre expertise est impressionnante. Je suis sûre que vos clients aimeraient bien disposer d'une once de votre connaissance quand ils font leurs propres achats d'or pour leur boutique ?

M. Haiï : Nos clients bénéficient de notre expertise. Ils savent qu'ils peuvent nous consulter en permanence s'ils ont une question concernant leurs propres achats. Nous essayons de leur faire profiter au maximum de nos connaissances pratiques et leur éviter de faire de mauvaises acquisitions ou d'être trompés par quelques uns mal intentionnés. Ce partage d'expérience est d'ailleurs une forme de partenariat gagnant-gagnant qui découle naturellement de la relation de confiance établie avec nos clients. ■ M.T.

Abacor
59 rue Saint Antoine
75004 Paris
Tél : 01 48 04 56 29 / 01 42 78 10 18
www.abacor.fr



PARUR
FRONTALES
CENTRE VILLE LOUVIERS



LEPAGE
CENTRE VILLE NICE

GAREL
CENTRE VILLE ANNOY



JEAN HARDY
CENTRE VILLE METZ



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



CENTRE COMMERCIAL CARREFOUR GRAND OUEST - EDULLY

STOVEN
CENTRE VILLE SAINT-OMER

PELISSIER
CENTRE VILLE VICHY



ferret
CENTRE COMMERCIAL NICE CAP 3000



BOUBOIS
CENTRE COMMERCIAL LECLERC
LA ROCHE-SUR-YON

BOULDOIRES
BOULDOIRES MICHEL
CENTRE VILLE CAHORS



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

SOBACO

Le packaging, un vecteur majeur de votre image de marque

Si dans votre domaine d'activité, le packaging représente un facteur concurrentiel de premier ordre, optez pour le *sur-mesure*.



Réalisations Sobaco

Quel que soit le produit, son emballage doit créer une relation positive entre le client et vous. Non seulement il reflète la valeur de son contenu, mais sa qualité et son esthétique participent à la construction de l'image de marque d'une enseigne. C'est particulièrement vrai en bijouterie où les écrins doivent mettre en valeur ces petits trésors que sont les bijoux.

Issu de l'horlogerie-bijouterie, Philippe Jouffre connaissait parfaitement les impératifs de la profession quand il créa Sobaco en 1991. Une entreprise dont l'activité principale est le packaging pour la bijouterie. Les arts de la table et emballages pour vins et spiritueux viennent en complément.

Une philosophie de la qualité

L'idée de Philippe Jouffre est de fabriquer des produits de bonne facture, qui répondent aux attentes de ses clients sans céder à la facilité de descendre en gamme par rapport à une conjoncture qui, pour des raisons de coût, tire la qualité vers le bas.

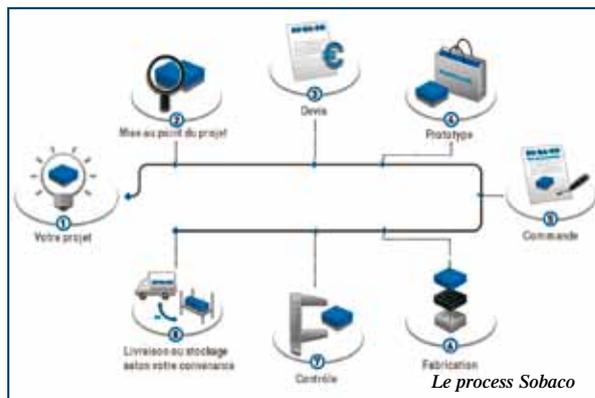
Or Philippe Jouffre a très bien compris que l'emballage fait partie du marketing de l'entreprise et doit être le plus possible en adéquation avec son image de marque. C'est le point essentiel sur

lequel il concentre tous ses efforts pour apporter une aide efficace et qualifiée à ses clients.

C'est pourquoi, 80 % de la production de Sobaco sont des fabrications *sur mesure* créées en étroite collaboration avec les équipes marketing de ses clients. La relation de confiance, qu'il a avec eux fait que ceux-ci, passés le stade de la conception d'un nouveau packaging, peuvent se reposer entièrement sur Sobaco pour le suivi de fabrication.

Découvrez sur le site Internet de Sobaco, le schéma complet d'une création de produit, de la conception de son projet à sa mise en fabrication. A tout moment, le client peut suivre l'évolution de sa commande. ■ M.T.

Contact
Philippe Jouffre
tél : 04 78 35 03 50
email : info@sobaco.fr



L'Ambre Enchanteur



HELENA
LANGEVIN

PARIS



Gunnebo

L'exigence sécuritaire dans une offre globale

Leader mondial dans la fourniture d'équipements et de systèmes de sécurité, le groupe suédois Gunnebo équipe une grande partie du secteur du luxe. Présent dans 31 pays, puis dans une centaine d'autres à travers des distributeurs, il occupe une place de premier plan sur le marché français avec une offre globale et des marques à forte notoriété comme notamment Fichet-Bauche. Entretien avec Jocelyne Benisri, directrice du marketing et de la communication de Gunnebo France.



Gunnebo - Vitrine Cristal

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Gunnebo est leader mondial dans le domaine de la sécurité, mais Gunnebo France s'appuie sur des marques françaises.

Jocelyne Benisri : En effet Gunnebo est un acteur majeur dans le domaine de la sécurité qui affichait en 2011 un chiffre d'affaires de 580 millions d'euros, et qui emploie 5 300 personnes dans le monde.

En 1999, le groupe Gunnebo a acquis dans la continuité de son développement, Fichet Bauche, une marque française de serrurerie et de coffres forts fabriqués en France, ainsi que d'autres grands noms de la sécurité.

L'OHB : Gunnebo ne se contente pas de vendre des coffres forts ?

J. Benisri : Non, en effet Gunnebo répond à la problématique de sécurité avec des marques expertes dans leur domaine : **Chubb safes, Fichet-Bauche, SecureLine** (coffres-forts), **SafeStore Auto** (chambres fortes robotisées), **Hygiaphone, SafePay™** (système de traitement des espèces), **SecurWave®** (systèmes de gestion électronique des agences bancaires), **Fichet-Bauche** Télésurveillance.

Ce regroupement de noms permet à Gunnebo France de répondre aux exigences sécuritaires de nos clients avec une offre globale.

L'OHB : Gunnebo se charge également de l'installation et de l'assistance ?

J. Benisri : Oui, bien sûr. Gunnebo conçoit et fabrique, installe et assure la maintenance des équipements comme des systèmes de sécurité : des coffres forts à l'intégration de systèmes électroniques à l'architecture simple ou complexe, adaptée aux contraintes de chaque environnement professionnel.

Nous employons en France 350 personnes, en charge de la maintenance.

L'OHB : Comment se déroule la maintenance ?

J. Benisri : Elle est fonction du contrat choisi par le client, et de la nature du dépannage. Certaines interventions peuvent être réalisées par téléphone,



Ecran surveillance bijouterie



Gunnebo - coffre fort Carat

via la hot ligne tandis que d'autres disfonctionnements demandent une intervention sur site.

L'OHB : Vous équipez les bijouteries-joailleries. Quels services intéressent les bijoutiers ?

J. Benisri : Autrefois les bijoutiers achetaient un coffre-fort ou une chambre forte. Aujourd'hui ils ont besoin d'une offre plus globale prenant en compte leurs différents besoins d'exploitation : gérer l'accès à la boutique, stocker les valeurs. Avec l'évolution des risques, le bijoutier doit se prémunir contre les attaques de jour.

L'OHB : Comment la vision « sécurité » du bijoutier a-t-elle évolué ?

J. Benisri : Il a désormais une vision globale de la sécurité. Il pense au coffre fort, mais également à la sécurité de ses collaborateurs et des produits tout en répondant aux exigences de son assureur. Les solutions que propose Gunnebo sont étudiées pour répondre à ces besoins. La position de leader détenue par le Groupe repose sur l'alliance réussie de la qualité, de l'expertise et de l'innovation. Afin de garantir l'uniformité de ses performances, les produits Gunnebo sont certifiés, c'est-à-dire qu'ils sont testés par des organismes indépendants pour leur conformité aux normes nationales et internationales. ■ N.K.

**Gunnebo France : 01 34 65 65 34
www.gunnebo.fr**

SKAGEN TITANIUM



SKAGEN
DENMARK

Distribué par FOSSIL FRANCE : 03 88 02 18 18

BEUCHAT

CHRONOGRAPHES



Collection
B-330

Étanche 100 Mètres - Couronne vissée
Prix public conseillé à partir de 89 €

www.beuchat.com

La céramique

un matériau de haute technicité

Depuis quelques années, la céramique a fait une entrée remarquée dans le monde de l'horlogerie-bijouterie, à tel point qu'elle apparaît comme une alternative à l'or. Pour connaître ce qui fait son intérêt pour le secteur, nous avons interrogé Christophe Morlot, ingénieur commercial de la société Hardex, spécialisée dans les microtechniques et la fabrication de céramique pour les industries du luxe.



L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Est-ce qu'il y a aujourd'hui réellement une demande en céramique plus importante du marché ?

Christophe Morlot : Difficile de répondre en un mot. Toutefois, il est vrai que la demande en produits céramique a effectivement triplé ces 4 dernières années et que dans les années 2000, la montre J12 de Chanel a donné un coup d'accélérateur et ses lettres de noblesse au développement de la céramique en horlogerie-bijouterie. On a vu aussi pendant cette période un changement de mentalité. Avant, dans une série il existait un produit en céramique et on est passé de ce « one shot » d'une série à des produits céramique qui s'installent en gamme. De fait, on en voit plus dans les vitrines.

L'OHB : Quelles caractéristiques de la céramique en font son intérêt pour la bijouterie - horlogerie ?

C. Morlot : la dureté, le caractère inrayable et la profondeur de la couleur, trois qualités qui la rendent quasiment inaltérable. Ce sont aussi les qualités techniques attendues d'un bijou !

L'OHB : On entend dire parfois que la céramique est une alternative à l'or qui devient de plus en plus cher ? Cela vous paraît-il vrai ?

C. Morlot : Non, on ne peut pas parler véritablement « d'alternative ». L'or est un métal dont la rareté fait sa valeur. La céramique et notamment la zircone (oxyde de zirconium) est à la base un matériau peu onéreux mais c'est la haute technicité et la difficulté de son travail qui augmentent très nettement son prix de revient. C'est un matériau qui reste relativement haut de gamme.

L'OHB : Hardex existe depuis 2006, peut-on faire un lien avec la montée de la céramique dans le secteur de l'horlogerie-bijouterie ?

C. Morlot : Oui, ce lien peut être fait mais c'est aussi à cette époque que les horlogers nous ont lancé le challenge du développement de produits en céramique. Et qu'au niveau du groupe IMI, auquel appartient Hardex, nous avons au même moment eu l'opportunité de créer un pôle céramique autonome capable d'effectuer toutes les étapes de la fabrication de céramique dans un même endroit en France.

Aujourd'hui, Hardex produit de la céramique pour l'industrie, le médical, et l'horlogerie-bijouterie.

L'OHB : La céramique que vous produisez a un haut niveau de pureté. Qui sont les clients qui l'utilisent ?

C. Morlot : Destinée aux applications esthétiques, la céramique que nous produisons est pure à 90 %, elle est utilisée surtout par les clients haut de gamme de l'horlogerie suisse et de la bijouterie parisienne qui souhaitent non seulement cette matière mais également un niveau de finition irréprochable. Ils apprécient d'avoir un partenaire professionnel pointu et à proximité pour fabriquer en toute sérénité ces produits à haute valeur ajoutée. ■

M.T.

Hardex
Tél : 03 84 31 95 40

LOLA CARRA

Collection CANDY

Prix public conseillé 59€ - 11 coloris disponibles
Collection à forte rotation, coefficient 2,7.

Informations & Contact au 01 53 78 07 01

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

Sil 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.■



Micronora

Salon international des microtechniques et de la précision

Du 25 au 28 septembre 2012 à Besançon

MICRONORA, créé il y a 40 ans déjà, est un salon incontournable dans le domaine de la précision et des microtechniques.



Ambiance Micronora

C'est le seul salon en France dédié aux technologies innovantes, comme la précision et la miniaturisation. Ces domaines sont désormais incontournables dans tous les secteurs de pointe, qui exigent toujours du plus petit, du plus précis, et du plus intelligent.

La force des microtechniques réside dans la multiplicité de leurs champs d'application, car leurs technologies sont largement transférables d'un secteur à un autre. Tous les marchés actuels sont concernés par ces techniques innovantes, mais plus particulièrement le médical, le luxe, l'aéronautique, l'arme-

ment, le nucléaire, l'automobile, etc...

Micronora est doté d'une offre très étendue ! Avec plus de 800 exposants dont 34 % d'étrangers, il concerne tous les niveaux de la chaîne de production, de la R&D à la sous-traitance. Il apporte aux technologies de production, une complémentarité d'activités multi-technologiques novatrices et offre un support indéniable pour renforcer la compétitivité des entreprises dans un monde de plus en plus concurrentiel.

Plus de 15 000 visiteurs professionnels sont attendus pour cette prochaine session.

Un salon à ne pas négliger ! ■ N.K.

www.micronora.com

Aurum - Rings and things

Les 11 et 12 septembre à Affligem - Belgique

A l'origine, l'association Aurum organisait des salons de petites tailles pour bijoutiers. Mais désormais, c'est une véritable manifestation, avec 65 exposants belges et étrangers, soit plus de 120 marques, qui accueille plus de 700 visiteurs.

Après plusieurs tests à Anvers, Courtrai, c'est à Affligem que

Aurum-Rings and things a élu domicile, depuis 8 éditions.

Selon Catherine Buysschaert, co-organisatrice du salon, « les bijoutiers se concentrent sur la fin d'année qui est pour eux, la période la plus fructueuse. C'est pourquoi ils ont tendance à faire leurs achats principaux à l'automne ». « Les importateurs participent plus difficilement

au salon, mais cette année nous sommes fiers de compter un nombre croissant d'exposants horlogers. »

Comme son nom l'indique, Aurum vient du mot latin or. Métal que l'on retrouve sur le salon accompagné d'argent, de perles et d'autres matières premières, montres et outillages. ■

N.K.

www.aurumzw.be

Fiera di Vicenza

Plus de 1 500 exposants de talent, italiens et internationaux, et les meilleurs designers, proposent leurs créations de haute qualité pour satisfaire la clientèle exigeante du luxe et de l'élégance.



Corrado Facco, directeur général Fiera di Vicenza. La Presse

Parmi les grands talents, nous pouvons citer les bijoux **Damiani**, où le luxe s'accorde à la créativité et à un design original. L'expérience de trois générations de bijoux faits main, soigneusement détaillés et développés avec un engagement de collections exclusives et séduisantes.

Pasquale Bruni, situé stratégiquement dans le salon, de sorte qu'il est impossible de le manquer, captive le public avec ses collections Mandala, Bon Ton, Brunissimi, Le Monde, Love Silver.

Vianna porte fièrement son style à travers le monde, rappelant par ses collections, les qualités brésiliennes dans la vie moderne.



Photo Miiori

La sensualité des créations de **Brumani** est incontournable avec leurs diamants et pierres précieuses.

Roberto Coin s'accorde aux visions exigeantes d'une génération extravertie où la qualité et la précision sont les reflets d'un joyau digne de la grande marque.

Daniel Espinosa nous surprend agréablement à chaque fois, lorsque son talent manifeste ses racines dans ses dessins et modèles créatifs et luxueux qui embellissent la femme d'aujourd'hui.

Misis est vraiment originale, avec des collections qui montrent la particularité de leurs designs avec placcage d'or sur l'argent.

Bapalal Keshavlal, c'est la qualité et l'innovation, avec leurs collections réalisées avec la technologie laser pour les impressions et les feuilles d'or.

La sensualité féminine est capturée dans le style **MIORI** avec des dessins superbes dédiés à la femme moderne, au travail et progressiste.



Roberto Ditri, President Fiera di Vicenza. La Presse

De Florence, **Pippo Perez** apporte la passion et l'amour qu'il met dans ses conceptions, dans un ensemble de couleurs, de formes et de pierres précieuses.

Art et beauté sont réunis dans un **YVEL**, marque qui depuis des années montre à quel point sa tradition légendaire se perpétue comme un exemple de bon goût dans les bijoux de perles, saphirs et d'or multicolore.

Je pourrais continuer à mentionner beaucoup d'autres talents. Ce grand spectacle répond à un public de plus en plus exigeant, avec son organisation et des exposants qui continuent de faire rêver.■

Patricia de Brügger

Les tendances qui
se dessinent aujourd'hui
s'exposeront en 2013



Printor
LE SALON HBJO

Le rendez-vous de l'horlogerie - bijouterie - joaillerie

13 - 14 - 15 JANVIER 2013 - EUREXPO LYON

www.printor.fr



Luxury Privé Panama

22 octobre au 24 octobre 2012

Panama sera un point de rencontre de la haute joaillerie pour les hommes d'affaires, commerçants et fabricants de bijoux, pour prendre des contacts, échanger des informations. Un événement privé où vous trouverez des bijoutiers du Brésil, d'Amérique latine, du Mexique et des Caraïbes. Il aura lieu du 22 au 24 octobre 2012 à l'Hôtel Westin Playa Bonita à Panama.



La Reina Collection

LUXURY Privé est réalisé par le leader mondial des organisations d'événements Reed Exhibitions. Avec des années d'expérience dans le développement, le marketing et les événements dans le monde entier, Reed Exhibitions est une entreprise qui a fait sa réputation sur des événements tels que JCK Las Vegas, LUXE au JCK, horlogerie suisse, JCK Toronto et beaucoup d'autres. Parmi les 50 invités à exposer lors de l'événement, nous soulignons la participation de la **Maison Breuning**, connue pour leurs bagues de fiançailles, dans toute l'Europe. **Brumani**

qui, dans les 40 dernières années, a réussi à cultiver l'âme brésilienne avec des pièces uniques prisées par les grands artistes de Hollywood. Chimento pour les femmes qui apprécient le design moderne et le style classique. La *Reina Collection*, caractérisée par l'innovation où le diamant domine, a été la plus primée lors d'événements internationaux. Les gemmes Le Vian sont connues pour leur qualité et motifs exotiques. *Pamela Huizenga*, avec sa passion pour les pierres précieuses, pierres semi-précieuses ou tout autre type de pierres, respire la vie dans ses créations. *Miiori*, *Bapalal Keshavlal*, *Colombes*, *Rahaminov*, *Mikimoto*, *Etho*, *Global Diamond Group* et beaucoup d'autres, qui deviennent des entreprises qui tiennent une place importante dans la conception et la fabrication de luxe dans le monde entier.

LUXE Privé Panama devient une porte d'entrée pour les grandes entreprises du marché des bijoux de luxe et une vitrine formidable des produits naturels transformés en véritables œuvres d'art. ■ P.B.



Pamela Huizega



Miiori



Brumani



Bapalal



BASELWORLD

THE WATCH AND JEWELLERY SHOW

APRIL 25 - MAY 2, 2013*

BASELWORLD.COM

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

Eclat de Mode

Bijorhca - Bilan

Le salon qui s'est déroulé à une date inhabituelle, consolide sa position de « Rendez-vous international » mais ne fait pas le plein d'exposants précieux.



Fashion Trends



Precious Gallery

Le salon a enregistré **10272 visites** pour cette édition de juillet 2012.

Le changement de dates a eu un impact important sur les visiteurs détaillants français, principalement dans les régions ayant débuté leur saison estivale au moment du salon : **PACA, Corse, Aquitaine et Bretagne** enregistrent des baisses importantes. Les visiteurs en provenance de l'Île de France sont restés stables, mais beaucoup ne se sont pas déplacés à cause du 1er week-end des soldes. On note cependant une hausse des visiteurs, de **+ 8.41 %** en provenance des Dom Tom, que les soldes n'ont pas affectées.

Les sheriffs de Mode

Comme tous les ans, les sheriffs de mode ont récompensé 14 créateurs. Un jury, composé de 7 professionnels de la mode et du design, réunit autour de la présidente d'honneur en la personne de la comédienne

Dany, a décerné un prix fantaisie et un prix précieux. En s'appuyant sur des critères de créativité, de fabrication, d'originalité et de qualité, chaque membre du jury a élu deux créateurs « coups de cœur ». Les trophées ont été remis aux créateurs lauréats, lors d'un cocktail réunissant l'ensemble des exposants et partenaires du salon.

Dans la catégorie bijoux précieux, ont été primés : PAOLA ZOVAR, France, JOANNA DAHDAH JEWELLERY, Liban, HIROKO MIURA CREATION, France, DANIELA DE MARCHI, Italie, ERIC TIBUSH POUR CLIO BLUE, France, MUNEEERA AL-SHARHAN, Koweït, CHRIS ALEXA, Belgique.

Dans la catégorie bijoux fantaisie, ont été primés : Louise VURPAS JEWELLERY DESIGN, France, REBECA FICINSKI, Brésil, NACH, France, INEKE OTTE DESIGN, Pays Bas, BIJOUX LAUCLEM, France, MATERIALAB BY CARLA MATOS, Portugal, LAMAI, Espagne

En chiffres

10 272 visites

dont

- 66 % de visiteurs français
- 34 % de visiteurs étrangers de 84 nationalités différentes

Chiffres de progression des visiteurs étrangers

- + 9,14 % de visiteurs asiatiques
- + 13,68 % de visiteurs du RU
- + 45 % de visiteurs de la République tchèque

Visiteurs

En croissance

- Les boutiques de Duty Free : + 37.5 %
- Les concepts store : + 23,5 %
- Les « boutiques de musée » et les galeries d'art : + 28.9 %
- Les « centrales, groupements, bureaux d'achats » : + 24 %

Choix des dates prochaines

Il n'a pas encore été décidé s'il était judicieux de conserver cette date pour la prochaine session d'Éclat de Mode, compte tenu de la désertion des exposants précieux et des visiteurs précieux. Les organisateurs du salon Éclat de Mode / Bijorhca réfléchissent aux prochaines dates possibles et rendront leurs conclusions à la fin du mois de septembre.

Néanmoins, la prochaine session de Bijorhca se déroulera du vendredi 18 janvier au lundi 21 janvier 2013 ■

N.K.



Combien d'idées vous ferez-vous encore voler avant de les déposer chez un Huissier ?

Créateurs, joailliers, horlogers : protégez vos droits d'auteur!
Placez vos créations (dessins, images numériques, prototypes)
sous le sceau de la propriété avec le dépôt d'Huissier de Justice.

C'est l'acte de propriété intellectuelle et industrielle le plus sûr :

- reconnu par la justice française et internationale
- valable pour tous types de créations, sur support numérique ou matériel, sans limite de volume
- durable avec 25 ans de protection sans renouvellement

Plus d'information sur
depot-d-huissier.com



Avec le soutien
de la Caisse des
Dépôts et
Consignations



EPHJ-EPMT-SMT - Bilan

Avec plus de 14 000 visiteurs professionnels et 664 exposants, le Salon EPHJ-EPMT-SMT a battu de nouveaux records lors de sa session de juin 2012.

Son nouveau lieu d'exposition, Palexpo à Genève, a eu l'effet attendu sur la fréquentation, et l'édition 2012 a été saluée avec enthousiasme par les participants. Ce qui permet d'envisager sereinement l'avenir. Olivier Saenger et André Colard, co-fondateurs du salon, ne cachent pas leur satisfaction.

« Nous avons dépassé nos objectifs, tant au niveau de la fréquentation avec 14430 visiteurs qu'au niveau des exposants qui nous ont offert un magnifique salon. C'est la démonstration de l'adéquation entre les besoins de ce marché et notre offre. »

Avec une hausse de près de 30 % du nombre des visiteurs, le Salon EPHJ-EPMT-SMT a franchi un cap décisif.

« En plus du nombre, nous retenons la

formidable qualité de nos visiteurs, explique Olivier Saenger. Ce sont des professionnels représentant tous les plus prestigieux acteurs de l'horlogerie et des microtechnologies. D'où la qualité des relations d'affaires qui se sont faites et la grande satisfaction de nos exposants. »

« Nous avons enregistré de nombreux visiteurs en provenance des marchés émergents, note André Colard. La réputation d'EPHJ dépasse désormais de très loin nos frontières suisses ou européennes. »

Les multiples tables rondes et conférences quotidiennes organisées, ont été suivies par un nombre important d'auditeurs séduits par la richesse du programme, la qualité des intervenants et la justesse des sujets abordés.

Le 1er « Grand Prix des Exposants » a été attribué à David Heriban, CEO de la start-up Percipio Robotics, spécialisée en conception et réalisation de micropréhenseur et de structures robotiques de haute précision, basée dans le Jura. Ont suivi de près les sociétés Soprod SA du Valais et STS Industrie SA du canton de Vaud, qui ont aussi été reconnues par leurs pairs pour leurs qualités d'innovation, de savoir-faire et d'originalité.

La prochaine édition d'EPHJ-EPMT-SMT se déroulera du 11 au 14 juin 2013. Une grande partie des exposants de l'édition 2012 du salon a d'ores et déjà confirmé sa présence pour 2013 et plusieurs d'entre eux ont la volonté d'augmenter leur surface pour mieux répondre aux sollicitations accrues des visiteurs. ■ N.K



vallorbe
SWISS

Vallorbe et Pouget Pellerin vous font désormais profiter de la qualité Vallorbe à des prix très compétitifs. Consultez-nous !



GRANDE MARQUE PARTENAIRES
APPROUVE
VALLOBRE



POUGET PELLERIN

ÉCHOPPES ONGLETTES HSS 403 :

- Régularité de forme
- Souplesse d'utilisation
- Qualité supérieure
- N° 5/0, 4/0, 3/0, 2/0, 0, 1, 2, 3, 4, 5

ÉCHOPPES ONGLETTES HSS 403

Ref	58128	58124	58122	58120	58100	58104	58108	58112	58116	58118
N°	5/0	4/0	3/0	2/0	0	1	2	3	4	5
Longeur (A)	1,16	1,24	1,35	1,45	1,58	1,75	1,94	2,16	2,54	3,04
Prix (la pièce)	1,40€									
Nouveaux prix	0,90 €	0,90 €	0,90 €	0,90 €	0,90 €	0,90 €	0,90 €	0,90 €	0,90 €	0,90 €

Mondialement connue et reconnue pour leurs très grandes performances, les échoppes Vallorbe ont toujours eu une place de choix dans les mains d'artisans serruriers et joailliers ayant des exigences de précision et durabilité très élevées. Aujourd'hui, nous souhaitons que chaque professionnel puisse s'offrir avec facilité et au meilleur prix un produit de haute qualité et finition soignée, marqué de l'emblème du leader mondial dans le domaine "Glargdon Vallorbe".

Fournitures techniques des métiers d'art

T. +33(0)1 42 74 44 11

www.pouget-pellerin.com | contact@pouget-pellerin.com

Gamme disponible à J+1 en France métropolitaine

prix HT valables jusqu'au 31 octobre 2012



SAINT-TROPEZ

Implantez votre enseigne ou votre activité professionnelle
au cœur du mythe...



LES ALLÉES DES LICES - SAINT-TROPEZ

À quelques minutes du port de plaisance, Kaufman & Broad vous propose d'installer votre activité commerciale ou professionnelle au sein d'une adresse prestigieuse à **deux pas de la Place des Lices**.

- **Commerces et bureaux de 38 à 520 m²** s'ouvrant sur des mails piétonniers et les voies d'accès au centre-ville.
- **Des espaces de stockage de 7 à 36 m²** en sous-sol accessibles par monte-charge.
- Des **parkings privés en sous-sol**.
- Pour votre clientèle, **le parking public des Lices à proximité** immédiate.

Espace de vente : Les Allées des Lices

Angle avenue Paul Roussel et avenue Augustin Grangeon.
Ouvert tous les jours de 10h30 à 12h30 et de 14h à 19h.

KetB.com
0 800 544 000
Numéro vert

KAUFMAN & BROAD

L'AVENIR VOUS APPARTIENT



**SALON PROFESSIONNEL AURUM
RINGS & THINGS**

9 ET 10 SEPTEMBRE 2012
de 10.00 à 18.00 heures

CONGRESCESTRUM DE MONTIL à Affligem

Rings & Things,

une organisation de AURUM vzw. Le salon est le lien entre le bijoutier professionnel et le bijou. 65 exposants avec plus de 125 marques vous proposent les nouvelles tendances et collections. Accueillant et enthousiasment, complet et bien ordonné. Excellamment accessible.

Répertoires de marques

Acurity - Altesse - ARMAS - Art Line Essence - ArtIZr - Asics - Augis - "BE"-Collection - BELGIAN BIJOUX PACK - Belgo Bijoux - BELPEARL - Bijoux GL - Bronzallure - Bruno Banani - Buko - Cara - Chiampesan - Chic - Clean Queen - Colpo & zillo - Converse - CPCULTUREDPEARLS - Dahlinger - DanielVior - Davice - De Bie - DELLAFAILLE COLLECTION - d'euXX - Dhajo collection - Di Luna - Diamonfire - Di Angelo - Dimacci - Dioro - Duepunti - ECSCI - Emotion - Enamel Copenhagen - Essence - ExelCollection - Exclusive - Federico Bruni - FOLDERCOMPOSER - FOPE - Fuezi armbanden - Gentojewels - GioMio - Grace CharlotBorgen Design - iMenso - Innes de la Fressange - Jador watches - Jewels - Jewels & Watches Info - Joid'art - KAMELEON JEWELRY - Katwalk Silver GCV - KAZURI - KENZO - Lacoste - Les indispensables - Lh Shellpearls - LIZZY - L'OFFICIEL - Lorus - Lou - Luxenter - Malice in Wonderland by Evy Gruyaert - MARC COBLEN - Marcel Robbez Masson - Masviel - Mathisse by Stevigny - Maxell - MelanO - MEMO GRAV' - Momo Design - Mondaine - Murat - MY iMenso - Nina Riccio - Nobless - Nostalgie du Passe - Nyri Hoders - Obaku - ONNO - Opex - Orage - OrageKids - Oressence - Paul & Joe - Perleve Benelux - Phantasya - Pollori Design Jewels - Pollori Wedding - Pulsar - Quadro - QUDO - Quinto Ventino - Rabinovich - Romalyn - Saint Maurice wedding collection - Scaldis - Scintillating Diamonds - Sector horloges - Seiko - Senses - Silk Insurance - Silver Rose - Sonar Media & PR - Sophie De Sutter - Spark - Sphere of life - Studex - Sueno - Tendence Watches - Tétino - The Collection - THE FLANDERS COLLECTION - The Real Pearl Co - Timex - TOV ESSENTIALS - Trollbeads - Tutti Milano - TW Steel - Twin collectie - United Pearl Trading - XC 38 - Z3UZ - ZINZI - ZSISKA



De Montil nv
Moortelstraat 8
1790 Essene



Engelse wandeling 5, 8500 Kortrijk
info@aurum vzw.be
www.aurumvzw.be

Pérou Moda XVe Foire Internationale

Les produits péruviens ont montré leurs meilleurs designs toujours avec l'objectif clair de positionner leur capitale, Lima, comme le principal centre de l'élégance latine.

Avec la passerelle « BIJOUX PEROU » (JEWELRY PERU), les concepteurs ont exposé leur talent dans leurs collections et créations de vêtements en alpaga et bijoux en argent.



Seronwe

Les entreprises participantes, de par leur qualité et leur talent, ont atteint un niveau d'exigence qui génère la reconnaissance.

Pez de Plata (www.tallerpezdeplata.com), Packtos (www.packtos.com), Brilllos Perú (www.brillos-peru.com), D'Carlo ; sa proposition réside dans les formes, les couleurs et les textures inspirées de la nature (www.dcarlojoyeria.com). Joyas & Detalles, belle argenterie et bijoux de qualité faits à la main (www.joyasydetalles.com).



Seronwe



Peca

Peca

Jawa Perú, la vie quotidienne de la nature comme source d'inspiration fondée sur des pièces non reproductibles en utilisant des améthystes, des perles, du corail, agate et matières fines (www.jawa-peru.com).

Parmi les artistes présents, Robert Kocchiu, artiste professionnel spécialisé en sculpture, a exposé des ornements inspirés et réalisés par lui-même, en fondant son développement sur ce qu'il appelle « l'art pour la décoration », en utilisant l'or, l'argent, et pierres précieuses pour créer des bracelets uniques et éblouissants, des colliers et bagues. (www.kuatromanos.com)

Linea Nuova, avec 30 ans d'expérience de fabrication de bijoux en or et argent satiné, de découpe laser ou diamant, est entré avec succès sur le marché international. (www.lineanuova.com)

Seronwe, qui signifie « esprits de la rivière » dans la langue native harakmbut, joue avec des textures mixtes en une seule pièce et avec les couleurs vives pour évoquer la nature, c'est une alternative qui est en constante évolution.

Le mélange talentueux de Peca ! Les bijoux combinent ses propres penchants artistiques, la philosophie poétique et la peinture, pour atteindre une magnifique création. Des bijoux de style faits à la main qui se déclinent en bagues, boucles d'oreilles, bracelets, broches, colliers et pendentifs. Ils sont inspirés par les cultures péruviennes, le catalan et l'Afrique. (www.pecajoyas.com)

Nous nous réjouissons des événements à venir qui mettent en évidence un effort collectif pour mettre en lumière le talent des créateurs péruviens et leurs créations. ■ P.B



Nous achetons vos diamants.
Toutes puretés, toutes couleurs,
toutes tailles.

Nous vous proposons une évaluation personnelle de votre stock et le paiement immédiat. Pour en savoir plus, email info.fr@whitepinediamonds.com, visiter notre site whitepinediamonds.com, ou appeler le 09 72 34 98 41 pour joindre notre bureau français.




White Pine est spécialisé dans l'achat, l'expertise, le tri et la réparation des diamants recyclés. Nous avons des bureaux aux États-Unis, Royaume-Uni, Espagne et Japon, nous commerçons avec un réseau mondial de détaillants, fabricants de bijoux, fabricants de diamants et diamantaires. WP honore ses transactions de toutes tailles et effectue les paiements le jour même pour tous les achats diamants.



Tourmaline Paraïba

Mineral & Gem

Cette année, le rendez-vous des passionnés de pierres a fêté sa 49^{ème} édition à Sainte-Marie-aux-Mines.



Sainte Marie-aux-Mines

Pprès de 900 exposants y présentaient leurs collections et leurs spécimens sur 35 000 m², pour le plus grand bonheur des visiteurs.

Fabricants, lapidaires, importateurs, chasseurs de pierre, artisans d'art viennent des quatre coins de la planète pour présenter leurs marchandises et leurs plus précieuses découvertes.

Les territoires de Sainte-Marie-aux-Mines et du Val d'Argent constituent un berceau minéral d'exception. Le massif vosgien, issu des mouvements des plaques tectoniques, est traversé de failles géologiques, et Sainte-Marie-aux-Mines est au cœur de la formation des minéraux. Elle bénéficie en particulier d'une grande diversité de roches. L'accumulation dans ses fractures de matières minérales et métalliques, transportées par les

eaux souterraines puis prises au piège d'une faille géologique, constitue de véritables filons exploitables par l'homme. On y trouve notamment de l'argent. Elle a été le lieu de près de 1 000 ans d'exploitation minière, d'où sa

sensibilité aux gemmes et sa légitimité pour accueillir une bourse aux pierres.

Aujourd'hui, Sainte-Marie-aux-Mines est la troisième bourse mondiale de gemmes, après Tucson en Arizona et Munich en Allemagne. A sa création, elle était uniquement fréquentée par des professionnels, puis devant l'engouement croissant pour la gemmologie, elle a séduit aussi le grand public et attire désormais près de 24 000 visiteurs chaque année. La manifestation se déroule sur quatre jours, avec deux premières journées réservées aux professionnels, puis deux autres ouvertes au grand public.

Cette année, en plus du nombre foisonnant de pierres fascinantes présentées, les conférences et les animations ont été particulièrement appréciées du public.

L'exposé d'Elza Frazao d'Assis sur « la Tourmaline de Paraïba », cette

gemme au bleu électrique, a remporté un vif succès. En effet la tourmaline Paraïba, découverte en 1988 dans l'état brésilien de la Paraïba séduit par sa couleur extraordinaire (du bleu turquoise vif au vert soutenu) due à la présence de cuivre, élément jusqu'ici inconnu dans la tourmaline. Même si la mine d'origine est épuisée, elle suscite l'admiration de tous les gemmologues.

L'extraordinaire aventure de Jacques Lequeré à la découverte du « **Grenat Démantoïde** » a suscité l'intérêt des auditeurs. En 2008 à Madagascar, Jacques Le Quéré découvre un gisement de grenat démantoidé, ce grenat exceptionnel que les joaillers appellent le « Diamant vert ». Il en a fait le récit, racontant sa découverte et son épopée extraordinaire, du sacrifice d'un zébu à l'exploitation de l'un des plus gros gisements du monde. La conférence par Nicolas Zybermann, sur « **La saga de la Corporation des Lapidaires de la Renaissance à la Révolution Française** » a été l'objet d'une belle rétrospective historique.

Mineral & Gem est un salon incontournable, et un objet de fascination pour tous les professionnels et tous les amoureux des pierres. ■ N.K.

Les dates du prochain rendez-vous : 27, 28, 29, 30 juin 2013

SO·BA·CO

Packaging & Display

**Vous voulez
des packagings qui vous
ressemblent...**

**Nous les concevons sur
mesure et à l'infini !**

Dans votre domaine d'activité, le packaging représente un facteur concurrentiel de premier ordre. Non seulement il reflète la valeur de son contenu, mais en plus il s'affirme comme un vecteur majeur de votre image de marque. Sa qualité et son esthétique valorisent votre marque, vos produits et votre relation client, par une première impression positive.

C'est pourquoi, chez Sobaco, nous vous proposons des packagings ainsi que des présentoirs sur mesure, personnalisés à vos couleurs, à la hauteur de toutes vos exigences et à des prix incroyablement petits !

**Vous en rêvez... Nous le
réalisons pour vous !**



Art de la
Table



Vin
Spiritueux



Bijouterie
Horlogerie



Autre
Packaging



Le 20ème anniversaire des Nouveaux Bijoutiers

Le groupement des Nouveaux Bijoutiers fête son 20ème anniversaire cette année. Leur XXIème convention, qui s'est déroulée à Mandelieu, aura été l'occasion de célébrer cet événement en beauté. Jean Pierre Colas, Président du groupement en profite pour faire un point sur la situation actuelle.
Entretien



Apéritif soirée 20 ans des Nouveaux Bijoutiers

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie :
Vous fêtez vos 20 ans cette année.
Que pensez-vous de cette période qui vient de s'écouler ?

Jean-Pierre Colas : C'est une période très riche en événements : crises notamment, mais malgré les écueils, nous avons réussi à étoffer ce groupement composé aujourd'hui de nombreux Nouveaux Bijoutiers.

Il y a 10 ans exactement, à Mandelieu, nous rejoignait Bruno Popelier, notre directeur.

L'OHB : Est-ce que la crise mondiale touche les bijoutiers ?

J.-P. Colas : La crise économique mondiale qui continue à sévir en Europe n'a pas affecté notre secteur d'activité aussi gravement que nous aurions pu le craindre.

En ce qui concerne l'or, le coût du métal, associé à un manque de créativité pourrait expliquer la continuité de la baisse des ventes. Mais en revanche, l'argent et les

montres continuent leur progression. Le prix moyen des ventes stagne depuis 3 ans à 57 €. C'est pourquoi nous devons travailler à la revalorisation de notre image.

L'OHB : Quels sont vos outils de communication ?

J.-P. Colas : Nous maintenons nos outils de communication habituels, déjà en place :

- catalogues ;
- dépliant ;
- cartes Trafic ;
- signalétiques vitrines.

Mais pour susciter encore plus d'envie : nous serons présents en décembre sur les principales chaînes de télévision, en partenariat avec des émissions de jeux à succès et de grande audience.

L'OHB : Et votre site internet ?

J.-P. Colas : Notre site de mise en place des produits NB Collection est en activité. Il peut dès à présent être consulté par les Nouveaux Bijoutiers et utilisé pour leurs achats, à des prix particulièrement attractifs.

L'OHB : Que pensez-vous de la règle sur les délais de paiement ?

J.-P. Colas : Nous ne disposons plus

Marea et les Nouveaux Bijoutiers

Comme à chaque convention des Nouveaux Bijoutiers, quelques fournisseurs ont présenté leur collection. Marea était l'un d'eux.

Sa présence a suscité l'intérêt auprès des Nouveaux Bijoutiers qui n'ont pas hésité à les recontacter dans la semaine qui a suivi la convention, pour confirmer une implantation des collections de montres Marea.

Un succès confirmé pour une marque dynamique et réactive.



Soirée Mandelieu

de dérogation sur les délais de paiement depuis le 1er janvier 2012, mais ce changement est particulièrement handicapant pour les détaillants, d'autant que les fournisseurs dérogent à cette loi. Bruno Popelier et moi-même, proches du syndicat Saint Eloi, faisons des démarches auprès des pouvoirs publics pour obtenir une nouvelle dérogation à 60 jours fin de mois. ■

N.K.

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
Fax +33 (0)478 710 526

Paris : Tél. +33 (0)142 776 068
Fax +33 (0)142 770 050

www.dufaud.fr



Agenceur de votre sécurité depuis 1825 !



Filter les accès

Protéger les valeurs

Télesurveiller

Maintenir et pérenniser

Fichet-Bauche
for a safer world

Gunnebo France
Tél. : 01 34 65 68 26 - Fax : 01 34 58 32 93
info@gunnebo.fr - www.gunnebo.fr

GUNNEBO
For a safer world

Ozencia

Une nouvelle vision de la bijouterie signée Synalia La promesse d'une nouvelle expérience du bijou en magasin

Entretien avec Sandrine Maisano, Directeur marketing et commercial de Synalia, en charge du projet Ozencia.

Sandrine Maisano, chef de projet d'Ozencia, a initialisé, mis en place et développé cette expérience innovante. Dynamique et volontaire, elle possède la force de persuasion, la rigueur et la fermeté nécessaire pour lancer et faire prospérer ce magnifique projet.



Facade Ozencia

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Qu'est-ce que le projet Ozencia ?

Sandrine Maisano : Ozencia est la traduction d'une ambition forte du groupe Synalia de faire évoluer le marché de la bijouterie pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et créer de nouvelles opportunités pour ses associés.

L'OHB : Comment est né le projet ?

S. Maisano : Après un état des lieux et un audit du parc de Synalia, qui a duré plus d'un an, nous avons constaté plusieurs choses :

- une forte montée en puissance de Julien d'Orcel ;
- Heures et Montres avait besoin d'un lifting, ce que nous avons entrepris ;
- et la Guilde des Orfèvres était très hétérogène, composée d'un parc vieillissant. Elle avait des problèmes de transmission, car la nouvelle génération cherchait d'autres repères, et l'image de la Guilde restait floue.

La valeur de chaque point de vente « Guilde des Orfèvres » était établie sur la personnalité du bijoutier, qui avait porté son magasin, et l'incarnait. Malheureusement

sans son propriétaire, chacun des magasins de la Guilde perdait son sens.

A partir de cette constatation, il fallait intervenir sur cette gamme, les bijouteries de centre ville moyen et haut de gamme, et lui apporter une réponse offensive.

Nous l'avons trouvée avec Ozencia : notre nouveau concept commercial de bijouterie de centre ville positionné moyen et haut de gamme.

L'OHB : Comment avez-vous travaillé ?

S. Maisano : Ozencia est vraiment un projet collégial, dans lequel tout

Perchey

Organisation

**LIQUIDATION
DESTOCKAGE
SOLDES, Etc.**



**Plus de 500 LIQUIDATIONS
partout en France**

Quand une liquidation s'impose-t-elle ?

- Votre stock est trop lourd.
- La trésorerie est tendue.
- Vous modernisez votre magasin.
- Vous cessez votre activité.
- Vous cédez votre commerce.
- Vous changez d'activité.
- Vous quittez votre franchiseur.
- Vous déménagez, ...

**LE BON RYTHME :
AU MINIMUM TOUS LES 7 ANS ET AU MAXIMUM TOUS LES 5 ANS**

Notre Mission...

- Vous aider à définir la meilleure période.
- Vous faciliter les démarches administratives.
- Fixer l'objectif du chiffre d'affaires potentiel de la vente. (jusqu'à 1 an de CA possible...)
- Adapter les stocks aux besoins de la vente.
- Préparer la campagne publicitaire dans tous les détails.
- Mettre au point des maquettes publicitaires.
- Mettre en place le merchandising spécifique à cette vente.
- Déterminer les différents postes de l'équipe.
- Motiver et manager l'équipe.
- Mettre en place les techniques de vente spécifiques à cette liquidation.
- Aider au suivi du potentiel de chiffre d'affaires.
- Déterminer le planning de la vente (4 premiers jours, nouvelle démarque, dernière démarque, etc...)

Quelques références :

Bijouterie FEUILLATRE Soisson, Bijouterie DARAS GAUTIER Mantas la Jolie, Bijouterie THIERRY BESNIER Chartres, Bijouterie VIBERT Albertville, Bijouterie SEGALAS Marmanda, Bijouterie ROQUES Pertuis, Bijouterie ROSELLO Saint Junien, Bijouterie TRAINEAU Challans, Bijouterie DENIS Grenoble, Bijouterie THOMAS Saumur, Bijouterie GALINIER Saint Gaudens, Bijouterie PRELY Bourges, Bijouterie PELTIER Laon, Bijouterie MANOSQ'OR Manosque, Bijouterie CANCE Pamiers, Bijouterie RUBIS Lans, MORNIER Bordeaux, Guilde des Orfèvres GIL ET JEAN Perpignan, FORUM DE L'OR Villeneuve-Loubet, Bijouterie GALERON Bordeaux, Bijouterie BLUE SPIRIT Paris, Bijouterie ZAAFRANI Paris, Bijouterie SOFIA Bijoux Paris, Bijouterie ERIC LAURENT Roanne, Bijouterie CATTEAU AUCHÈRE Perpignan, Bijouterie TIC TAC Altkirch, Bijouterie BENNER Mulhouse, Bijouterie BORONAT Villeneuve Tolosane, Bijouterie HEURPIL Nevers, Bijouterie CAP OR Rodez, Bijouterie LES TOURMAINES Centre Commercial Les 4 Temps Paris La Defense, Bijouterie L'ECRIN Audun le Tiche, Bijouterie L'EMERAUDE Wasselonne, Bijouterie BERNARD LAUR Moulins, Bijouterie DUGOR Auray, Bijouterie BERNADOU Toulouse, Bijouterie COLLET Langwy, Bijouterie SERRES Dax, Bijouterie OLLIVIER DOMINIQUE Romans, TENDANCE BIJOUX Carcassonne, Bijouterie FIAT Vizille, Bijouterie GUERINNEAU Auray, Bijouterie L'ÉPI D'OR Grenoble, Bijouterie L'ECRIN Hayange, Bijouterie BLUESPIRIT Antibes, Bijouterie VENDOME Hyères, FORUM DE L'OR Cannes Mandelieu, Bijouterie DESTOMBES Mougins, FORUM DE L'OR Villeneuve-Loubet, LAURA Bijoux Toulouse, Guilde des Orfèvres JEAN-NOUTOT Annemasse, Guilde des Orfèvres GRANDIN Lisieux, Bijouterie CATTEAU AUCHÈRE Bordeaux, Guilde des Orfèvres FUNOIS Amiens, Guilde des Orfèvres CHATELARD Chamonix, Bijouterie CHAUVAUD Poissy, Bijouterie de la CATHÉDRALE Perpignan, Bijouterie ROSELLO Limoges, Bijouterie Gilles BERNADOU Toulouse, Guilde des Orfèvres Michel ALBERT Salon de Provence, Bijouterie VIEILLARD Le Creusot, Bijouterie RIGAL Agen, Bijouterie BONNAFOUS Beziers, Bijouterie GRANDIN Caen, Bijouterie THOMAS Saumur, Bijouterie JOLY Saint Dié des Vosges, Bijouterie DIDIER Romorantin, Bijouterie LORILLON Chinon, Bijouterie BELMAR Paris 15^{ème}, Bijouterie HAILLOT La Seyne sur Mer, etc.



Perchey
Organisation



Vue interieure Ozencia



Vue interieure Ozencia

le monde, partenaires compris, s'est impliqué.

J'ai piloté le projet, et chaque idée a été validée par les consommateurs, afin qu'ils s'approprient ce nouveau concept.

Ozencia s'appuie sur 3 valeurs :

- la valorisation du client ;
- la sensorialité ;
- l'accessibilité au produit.

Avec Ozencia, nous capitalisons sur une gamme courte de produits basée sur la gestion de la rotation, et la séduction.

Avec Ozencia, notre offre est plus marketée, les collections sont scénarisées, et nous nous appuyons sur une forte identité graphique.

L'OHB : Parlons de l'identité graphique, elle est assez innovante.

S. Maisano : Effectivement, elle propose un parcours au client dans le magasin avec :

- un bar à bijoux ;
- un espace découvertes ;
- un salon d'essayage.

La vitrine des magasins est décorée

d'une vitrophanie identifiable et très gaie.

L'OHB : Comment envisagez-vous l'évolution d'Ozencia ?

S. Maisano : 2012 marque la mise en place du projet.

2013 : Nous envisageons un plan de déploiement vers les guildistes, les mégalithes, et les magasins sans enseigne.

2014 : Ce sera la consolidation du projet.

L'OHB : Quel est le profil type du magasin Ozencia ?

S. Maisano : C'est un magasin de centre ville, avec une surface moyenne de 70 m², et qui s'adresse à une clientèle moderne, zappeuse, sensible à la mode et en recherche d'un service de grande qualité en magasin.

Les nouvelles attentes des consommateurs et les comportements d'achats en bijouterie sont au cœur du projet. Par cette approche construite sur le marketing de la demande, Ozencia se démarque

des enseignes de bijouterie traditionnelles en proposant une expérience du bijou innovante en magasin.

L'OHB : Devant un tel projet, nous avons hâte de suivre la mise en place des bijouteries Ozencia.

S. Maisano : Nous avons déjà deux magasins en phase test : à Bordeaux (Aquitaine) et à Montceau-les-Mines (Bourgogne). Véritables laboratoires, ces premiers magasins nous permettent d'expérimenter et d'optimiser l'enseigne, son offre, son agencement et tous les éléments indispensables à la gestion efficace d'une bijouterie. Cette première phase permettra au groupe Synalia de séduire ses associés (notamment sous enseigne La Guilde des Orfèvres et Mégalithes) et plus largement les bijoutiers convaincus du positionnement précurseur de cette nouvelle enseigne, et déclencher des ouvertures en 2013. ■

N.K.



Recherchez la sécurité au meilleur prix

Consultez-nous au
05 62 71 45 23

ASSURANCES EBRARD

Assurance tous risques bijoutier
DEPARTEMENT H.B.J.O.



5, impasse René Couzinet
BP 85074 - 31033 TOULOUSE Cedex 5
Téléphone : 05 62 71 45 23
Télécopie : 05 62 71 45 21
bijouterie@cabinetebrard.fr
<http://www.cabinetebrard.fr>

GF
GAY FRERES
A vos côtés depuis 1835



Gay Frères - BP 210 - 74105 ANNEMASSE - FRANCE
Tél: +33 (0)4 50 87 65 65 - Fax: +33 (0) 450 92 43 60
gf@gayfreres.com www.gayfreres.com

Ligne Rosace

OR 70%

**Vendez votre Or 18k
jusqu'à 70% du cours***

(*) suivant quantité. Exemple : Fixing Or fin de Londres
40.000€ /kg x 70% = 28€/g net pour le 18 k

FINE

Offre réservée aux professionnels

GOLD

**33 ans d'expertise sur le marché de l'Or
au service des HBJO et négociants.**

999,9

**Nous achetons les métaux précieux
(Or, Argent, Platine) sous toutes les formes :
brouilles, lingots monétaires ou industriels,
pièces cotées, monnaie de collection,
médailles, déchets, limailles,
balayures d'atelier, etc.**

CMP

**N'hésitez pas à nous contacter
pour connaître nos prix d'achats**

658932

Change de Métaux Précieux

11 rue Portefoin 75003 PARIS Tél : 01 42 78 94 46
Fax : 01 42 78 94 47 - Mail : cmp.75@wanadoo.fr

Forum

des détaillants

Bijouterie

Anne de Roca

Une boutique originale

En plein cœur d'une petite ville de France, Pontivy, deux jeunes sœurs - bijoutières en herbe - sont venues bousculer les codes de la bijouterie traditionnelle. Et ça marche ! Leurs secrets : la passion des bijoux, aucun a priori sur la profession et un sourire grand format à l'accueil de la boutique !



Boutique Anne de Roca à Pontivy

N'hésitez pas à entrer !

Estimant qu'ils n'ont pas les moyens financiers pour acheter des bijoux de valeur, beaucoup de clients potentiels n'osent pas entrer dans une bijouterie traditionnelle, juste pour voir, comme ils le feraient dans n'importe quelle autre boutique.

Aussi, lorsqu'ils franchissent la porte de la bijouterie Anne de Roca - surprise - est le premier sentiment qui leur vient à l'esprit. La boutique n'a rien de la bijouterie classique à l'ambiance feutrée. Avec ses deux vitrines intérieures tout en longueur et ses couleurs très vives, on a davantage l'impression d'entrer dans une petite galerie commerciale où l'on circule et regarde tranquillement les bijoux en

vitrine. L'offre est traditionnelle : bijoux en or 9 et 18 carats, pierres précieuses, belles montres,... complétée régulièrement par quelques pièces de nouveaux créateurs.

Premier contact : chaleureux !

La première surprise passée, une seconde vous attend à l'accueil, ce sont les sourires lumineux de Sophie et Solène Siboude, et de leur équipe Sylvain, Marion et Solène qui définitivement, lèvent le dernier sentiment d'appréhension que vous pourriez encore ressentir.

Ensuite, tout est fait pour que client se sente vraiment attendu et bienvenu : conseils, informations, essais de bijoux....suscitent les coup des cœurs.



Un œil ouvert en permanence sur le marché

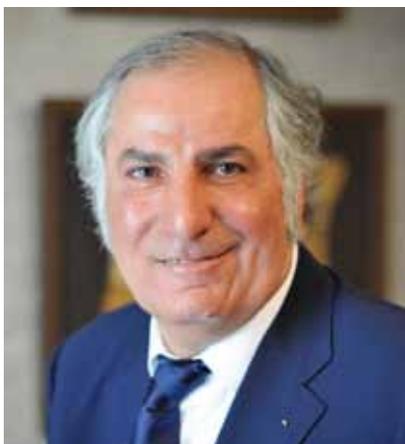
Ce qui frappe chez Sophie et Solène, c'est leur curiosité sans limite sur notre monde actuel et notre frénésie de changement. Leur boutique change au fil des saisons, comme la mode. Elles prennent leur idées « en visitant les boutiques de fringues, les parfumeries »,... en lisant L'Officiel Horlogerie & Bijouterie dont elles aiment particulièrement les pages *Bijoux de saison*, « les nouveaux créateurs »,... qu'elles voient comme « le prolongement des salons professionnels dont on ne voit jamais tout, ça permet de garder un œil ouvert sur les tendances ». Plus prosaïquement, elles regardent aussi la rubrique *Économie*.

Rien d'étonnant donc à la réussite de nos deux créatrices. Elles ont à la fois le feu sacré et les deux pieds sur terre. ■ M.T.

An advertisement for Serge Blanco watches. At the top, there is a logo consisting of three stylized 'S' shapes with the number '15' in the center. Below the logo, the name 'SERGE BLANCO' is written in large, bold, black capital letters. The main part of the advertisement features two watches. The top watch has a dark brown dial with a date window at 6 o'clock showing '19:8' and a dark leather strap. The bottom watch has a light-colored dial with a date window at 6 o'clock showing '1958' and a dark leather strap. Below the watches, there is a section titled 'COLLECTION 1958' with the year '1958' in large, bold, black letters and the text 'Vintage Emotions' below it. On either side of the text are small black and white photographs of a person in a white shirt. At the bottom of the advertisement, the text 'INFORMATIONS & CONTACT AU 01 53 78 07 01' is written in a smaller font.

Pour une réglementation de la profession ! **Chambre Syndicale des Négociants d'Or et du Bijou d'Occasion**

Pour changer l'image de la profession et apporter de nouvelles garanties aux professionnels et aux consommateurs, la *Chambre Syndicale des Négociants d'Or et du Bijou d'Occasion* a vu le jour.



Gilles REBIBO, Président fondateur du syndicat

Le négoce d'or tel qu'on peut le connaître actuellement est un métier assez récent. Auparavant seuls les antiquaires, brocanteurs et acheteurs de bijoux d'occasion l'exerçaient. Avec la crise et le retour de l'or comme valeur refuge, de nouveaux opérateurs sont apparus sur ce marché prometteur, des opportunistes principalement dictés par l'appât du gain.

La profession a connu ces dernières années un formidable essor mais ce métier est actuellement l'une des très rares professions qu'il est possible d'exercer sans qualification particulière, avec une simple déclaration d'existence auprès des services de la Douane.

Pour mettre fin à cette situation inacceptable, qui ouvre la porte aux aventuriers de toute sorte, Gilles

REBIBO, professionnel reconnu, fondateur du Groupe MISTER GOLD, a créé la première Chambre Syndicale au service des acteurs du secteur.

Interlocutrice privilégiée des pouvoirs publics, la CSNOBO regroupe des professionnels reconnus et justifiant de nombreuses années d'exercice. Elle est, aux côtés du ministère de l'Intérieur, à l'initiative :

- d'une nouvelle réglementation de l'accès et exercice de la profession ;
- d'une charte de qualité dont les textes sont la garantie d'un exercice contrôlé et équitable de la profession ;
- gage d'un service de qualité sécurisé auprès des consommateurs.

C'est aussi le moyen de reconnaître les vrais professionnels qualifiés et d'assurer la transparence des transactions.

En tout juste trois mois, la Chambre a déjà convaincu une cinquantaine de professionnels de la rejoindre. ■ M.T.

Contact
Gilles REBIBO, Président fondateur
Tél. 01 56 79 02 72 / 01 56 79 02 74
contact@csnobo.com
www.csnobo.com

Charte de la CSNOBO

Cinq articles pour s'engager en faveur de la transparence de la profession

- I.** Respecter et promouvoir les règles déontologiques de la profession, dans une démarche de transparence et de respect du consommateur, à chacune des étapes de la transaction.
- II.** Assurer une mission de conseil et d'information auprès de nos consommateurs, en offrant une expertise qualitative garante d'une transaction de qualité.
- III.** Sensibiliser et former nos dirigeants et collaborateurs, en s'engageant en faveur de la formation professionnelle, en apportant la garantie de professionnels formés et à l'écoute de l'évolution de leur métier.
- IV.** Promouvoir un environnement professionnel sécurisé, tant aux consommateurs qu'aux négociants, par l'application des lois dictées par les instances de réglementation et les pouvoirs publics.
- V.** Promouvoir et fédérer pour la reconnaissance de l'excellence de la profession, en soutenant la CSNOBO dans sa mission de représentation, de défense et de promotion des professionnels du négoce de l'or et du bijou d'occasion.



Logo du nouveau syndicat

Métaux Précieux France

une société du Groupe Texalliance



Gammes Or • Platine • Argent



Agence de Paris - 1, rue de Châteaudun - 75009 Paris - Tél. : +33 (1) 53 16 17 17 - Fax : +33 (1) 53 16 17 18

email : info@mpf-sas.com

www.metauxprecieuxfrance.com

La Fédération de l'Horlogerie sur tous les fronts

Créée en 1949, la Fédération de l'Horlogerie est un syndicat professionnel dont le rôle principal est d'être un lieu d'échange d'informations, de lobbying et de promotion de la profession. Au lendemain de l'Assemblée générale de la FH, Aurélien Debeyer, délégué général, a bien voulu répondre à nos questions.



Aurélien Debeyer, délégué général de la Fédération de l'Horlogerie

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Qui sont les adhérents de la Fédération de l'Horlogerie (FH) ?

Aurélien Debeyer (FH) : Ce sont essentiellement :

- les marques (fabricants, marques d'horlogerie, filiales françaises des groupes horlogers. Avec plus de 100 marques, tous secteurs confondus, la FH représente plus de 80 % du marché français ;
- les grossistes et fournisseuristes ;
- les stations techniques de réparation (SAV).

L'OHB : Le Conseil d'Administration (CA), pilote la Fédération mais pou-

vez-vous nous expliquer davantage votre fonctionnement.

A. Debeyer (FH) : Le Conseil d'administration (CA) est l'organe décisionnel de la FH, il est composé d'une dizaine d'entreprises (Audemar Pignet France, Festina France, LVMH Montres et Joaillerie, Richemont, Rolex France, Seiko France, Swatch Group France et Templus). Il est présidé par Didier Bévillon, un grand professionnel du secteur qui nous donne beaucoup de son temps.

Le CA peut constituer en son sein toute commission ou groupe de travail chargé de façon permanente ou temporaire d'étudier les questions ayant un intérêt collectif. Ainsi 3 commissions sont mises en place :

- **la Commission Concurrence et Consommation** s'occupe notamment des relations fournisseurs-distributeurs, de la distribution sélective et des problèmes liés à la vente sur Internet,...

- **la Commission Technique** travaille sur les spécificités produits et traite de la sécurité des biens (produits, locaux et transport logistique) et des personnes. Cette commission traite également des dossiers environnementaux ;



Didier Bévillon, Président du conseil d'administration

- **la Commission Sociale** négocie avec les partenaires sociaux la Convention collective nationale de l'Horlogerie, et développe les formations aux métiers de l'horlogerie (convention de coopération avec l'Education Nationale, taxe d'apprentissage, formations collectives...).

L'OHB : Pour être concret, parlez-nous des dossiers en cours de traitement par ces commissions.

A. Debeyer (FH) : Vu l'augmentation récente des braquages, un de nos dossiers phare est la **sécurité**. Pour chaque problème, nous définissons

des priorités, des positions communes que nous soumettons au Ministère de l'Intérieur avec qui nous travaillons en étroite collaboration.

Cette année, nous avons par exemple fait des propositions concrètes pour renforcer la réglementation sur le transport des valeurs.

Nous avons également négocié avec les organisations représentatives des détaillants HBJO un prolongement de l'accord dérogatoire sur les délais de paiement, actuellement en cours d'examen devant l'Autorité de la concurrence.

Pour les questions **de distribution sélective ou liées à la vente sur Internet**, nous sommes constamment mobilisés à chercher tous les éléments juridiques utiles à nos adhérents pour leur éviter de se trouver en situation délicate vis à vis du droit de la concurrence.

La lutte contre les contrefaçons est aussi un travail de tous les instants. En tant que membre du Comité national anticontrefaçon, nous essayons d'être les plus actifs possible pour lutter notamment contre les cybercontrefaçons en proposant des modifications normatives ou juridictionnelles en vue d'améliorer le dispositif de lutte.

L'OHB : Et quelle serait la prochaine question d'actualité dont vous aimeriez lancer le chantier ?

A. Debeyer (FH) : Nous allons réfléchir à la mise en place d'un affichage environnemental pour les produits HBJO. Cet affichage qui découle de la Loi Grenelle 2 vise à inciter le consommateur à choisir des produits plus éco-responsables et les industriels à fabriquer plus éco-responsables. ■ M.T.

FEDERATION DE L'HORLOGERIE
26 rue du Renard - 75004 PARIS
Téléphone: 01 45 33 92 85
www.fh.asso.fr



Spécialiste de l'alliance empiercée depuis plus de 20 ans Lyon Alliances Brillants, vous propose aussi la réalisation :

D'alliances tout Or

De pendentifs, boucles d'oreilles, boutons de manchettes, assortis à ses alliances.

Chacun de nos modèles peut être fabriqués en compte poids ou métal vendu, avec vos diamants ou ceux que nous sélectionnerons pour vous.

L.A.B. peut également effectuer le remontage de vos alliances et la création de tous bijoux sur commande en Or ou en Platine.

Taillée dans la masse, nos bijoux sont spécialement réalisés pour vous avec le plus grand soin.

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



La nouvelle vision
de votre espace !

Depuis **35ans**, notre
entreprise est **spécialisée**
dans l'agencement **sur-
mesure** de boutiques de luxe.

Sur notre site de 1600m²,
notre cabinet d'études

INFLUENCES AGENCEMENT

DESIGN • ESPACE •

et nos **menuisiers ébénistes**
sont passés **maîtres** dans l'art
de concevoir et de fabriquer
des agencements de **qualité**.



12, rue L. Pasteur ■ Parc d'activités de Ragon
44119 Treillières ■ NANTES
Tél. : 02 40 72 51 01 Fax : 02 40 72 59 10
contact@perrin-agencement.fr
www.perrin-agencement.fr

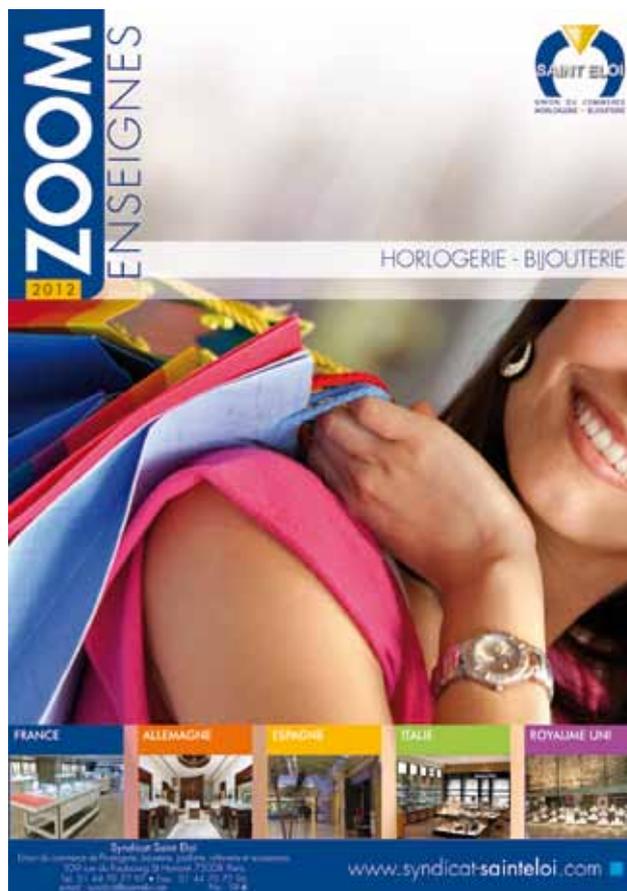


Logo du syndicat
Saint -Eloi

Syndicat Saint-Eloi

Le Zoom Enseignes 2012 Saint-Eloi

Publié par le syndicat Saint Eloi en début d'année, nous revenons sur la parution de cet ouvrage car c'est une mine d'informations sur les enseignes HBJO. Par ailleurs, son contenu bénéficie aussi du travail de réflexion du Club Saint-Eloi, ce qui n'est pas un moindre atout.



La publication Zoom Enseignes 2012 Saint-Eloi

Cette cinquième édition du Zoom Enseignes Horlogerie-Bijouterie délivre tout ce que vous voulez savoir sur les enseignes HBJO : nombre de points de vente, surface moyenne, noms des respon-

sables de l'entreprise, enseignes développées, positionnement, chiffre d'affaires réalisé...

Les « cartes d'identité » des plus importantes enseignes françaises de l'horlogerie-bijouterie ainsi que celles des principales enseignes britanniques, allemandes, espagnoles et italiennes ont été réactualisées.

Le Zoom Enseignes 2012 fournit également de nombreuses données économiques et permet de voir l'évolution du secteur HBJO en France, Allemagne, Espagne, Italie et au Royaume-Uni.

Ainsi en France, on relève que la tendance est à la revitalisation des centres-villes avec les créations de nouveaux concepts pour les enseignes, innovants et modernes. De grandes enseignes qui se sont créées en centre commercial investissent aujourd'hui le centre urbain. C'est le cas de Maty, d'Histoire d'Or, et d'enseignes du commerce associé comme les Nouveaux Bijoutiers. Et, le mouvement ne fait que commencer, suivant en cela l'évolution de grandes sociétés foncières. Actuellement, la création des nouveaux centres commerciaux alliant commerces, habitations et bureaux en est un exemple.

D'autres sujets tout aussi passionnants y sont développés. Comme, le profil du consommateur français en temps de crise, l'intérêt observé pour le 375 millièmes, le commerce spécialisé en horlogerie-bijouterie face à un contexte de crise économique conjoncturelle,...quelles sont nos chances de résister encore en 2012 à une économie dégradée ? ...

L'ouvrage est vraiment utile à tout professionnel qui souhaite se tenir au courant de l'évolution du secteur HBJO. ■ M.T.

Syndicat Saint-Eloi
109, rue du Faubourg St Honoré
75008 Paris
Tél : 01.44.70.77.97
Fax : 01.44.70.77.96
<http://www.syndicat-sainteloi.com>
Email : syndicat@saint-eloi.net

Philippe MAS

SAV Bijouterie Horlogerie

 **5 000**
références
en stock !



Grand spécialiste des fournitures d'horlogerie et de bijouterie, Philippe Mas vous propose de découvrir ses 5000 références en vous connectant sur son **nouveau site www.pmas.fr**

Simple, convivial et efficace, ce site vous permet de recevoir vos commandes en quelques clics sous 24 ou 48 h.

Catalogue sur demande.

Entreprise fondée en 1884 à Perpignan

Téléphone vert 0 800 880 947

Philippe MAS

Retrouvez nous sur www.pmas.fr

 Livraison
24 ou 48 H

 Port gratuit
à partir de 100€ HT

6ème Edition du Prix Jacques Lenfant

Créé en 1980 à l'initiative de Jacques Lenfant, Grand Maître Bijoutier-Joaillier et Orfèvre, le Prix Jacques Lenfant récompense la meilleure pièce réalisée par les élèves de ce métier.



la perfection, entre dextérité technique et qualités d'interprétation. Cette année, les concurrents de la section bijouterie avaient pour mission de créer une bague sur le thème « Végétal », tandis que ceux de la section orfèvrerie réalisaient une boîte sur le thème du « Galet ». A partir de deux gouachés, remis avec le dossier d'inscription, les candidats ont utilisé toutes les techniques et le savoir-faire de ces métiers : modelage, mise en pierres, mises à jour, ajustage, assemblage, émerisage et préparation au sertissage, pour donner naissance à leur pièce de concours.



Ce prix lancé pour encourager la génération en formation, permet aux élèves de se mesurer, tout en réalisant en six mois une pièce d'exception dans l'esprit de la joaillerie et de l'orfèvrerie française.

L'Union Française BJOP et Michel Tauriac Lenfant, fils du fondateur, ont souhaité poursuivre l'œuvre de Jacques Lenfant, en perpétuant ce concours et en lui donnant une dimension nationale, voire internationale.

Ils encouragent ainsi les nouvelles générations dans la recherche de

Le premier prix a été décerné à **Alice Bourbousson**, 29 ans, issue de l'école Tané, à Ploërmel. Après un baccalauréat scientifique et un diplôme de kinésithérapeute en 2005, elle intègre en 2010, l'École Tané de Ploërmel où elle se passionne pour l'orfèvrerie en préparant un CAP d'Orfèvrerie option Monteur et en suivant des stages chez Christofle.

Le prix Jacques Lenfant, en plus de perpétuer la mémoire d'un grand joaillier, est le garant de la perpétuité et de la valorisation de ces métiers d'exception que sont l'orfèvrerie et la joaillerie ! ■ N.K.



DISTRIBUTEUR EXCLUSIF DE LA VITRINE VIEWTUBE

DETECTION INTRUSION

VIDEO SURVEILLANCE

SAS SECURISÉ

SECURISATION DE VITRINES

COFFRE-FORT



VIRELEC
8 RUE DE LA RENOUILLE
21604 LONGVIC CEDEX
TEL : 03 80 60 07 37
CGUICHARDON@VIRELEC.FR
WWW.VIRELEC.FR

PARTENAIRE PRO

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



Les chiffres de la profession à fin juin 2012

Source : www.ecostat-franceclat.fr

Source : Société 5-GfK

Évolution sur un an	Chiffre d'affaires tous produits							
	octobre 2011	novembre 2011	décembre 2011	janvier 2012	février 2012	mars 2012	avril 2012	mai-juin 2012
<i>En bijouteries, grands magasins, bijouteries fantaisie et grandes surfaces</i>								
Évolution mensuelle	+2 %	-2 %	+4 %	+2 %	stable	+2 %	-2 %	-2 %
- bijouteries en ville et grands magasins	+5 %	-1 %	+5 %	+6 %	+3 %	+5 %	-3 %	-3 %
- bijouteries de centre commercial	+1 %	-4 %	+1 %	-7 %	-5 %	-2 %	-3 %	-2 %
- bijouteries fantaisie	-	-	-	+9 %	+3 %	+7 %	+3 %	+13 %
- grandes surfaces	-7 %	+1 %	+5 %	-3 %	-7 %	-10 %	+4 %	-5 %
Évolution en cumul annuel mobile	+2 %	+2 %	+2 %	+2 %	+2 %	+2 %	+1 %	+1 %

Évolution sur un an	mai-juin 2012/2011		de juillet 2011 à juin 2012		
	Quantités	Valeur	Quantités	Valeur	Prix moyen
<i>En bijouteries, grands magasins, bijouteries fantaisies et grandes surfaces</i>					
Ventes de montres	-2 % ▼	+10 % ▲	+8 % ▲	+11 % ▲	+2 % ▲
Ventes de bijoux en or tous titres	-12 % ▼	-9 % ▼	-8 % ▼	-4 % ▼	+4 % ▲
- dont bijoux en or 750 ‰	-	-	-30 % ▼	-16 % ▼	+21 % ▲
Ventes d'autres bijoux (argent, plaqué, acier...)	-11 % ▼	-3 % ▼	-10 % ▼	+4 % ▲	+16 % ▲
- dont bijoux en argent	-	-	-10 % ▼	+4 % ▲	+15 % ▲
- dont bijoux fantaisie	-	-	-8 % ▼	+6 % ▲	+15 % ▲

Commerce extérieur français d'horlogerie-bijouterie à fin mai 2012

Source : Douanes Françaises

Évolution sur un an	mai 2012/2011			de juin 2011 à mai 2012		
	Export	Import	Couverture	Export	Import	Couverture
<i>En valeur</i>						
Horlogerie	+19 % ▲	+21 % ▲	-1 pt ▼	+24 % ▲	+19 % ▲	+3 pts ▲
Bijouterie-joaillerie	+35 % ▲	+39 % ▲	-3 pts ▼	+55 % ▲	+41 % ▲	+11 pts ▲
Bijouterie fantaisie	-12 % ▼	+6 % ▲	-13 pts ▼	+13 % ▲	stable ▶	+8 pts ▲

Production française d'horlogerie-bijouterie à fin juin 2012

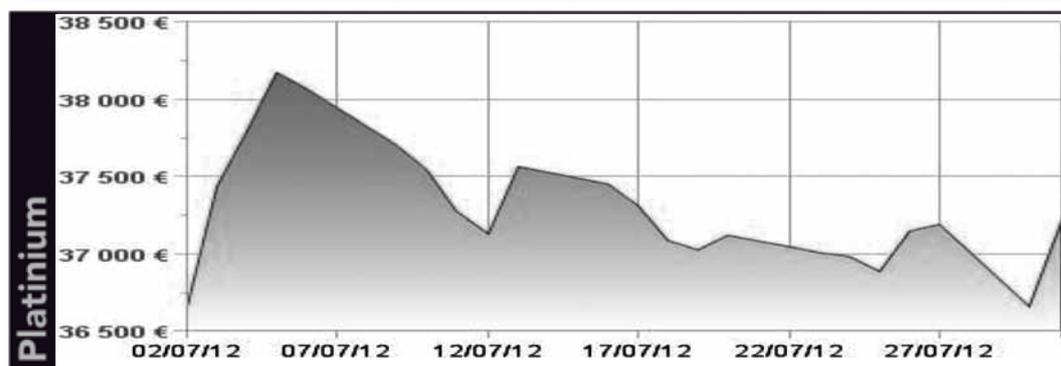
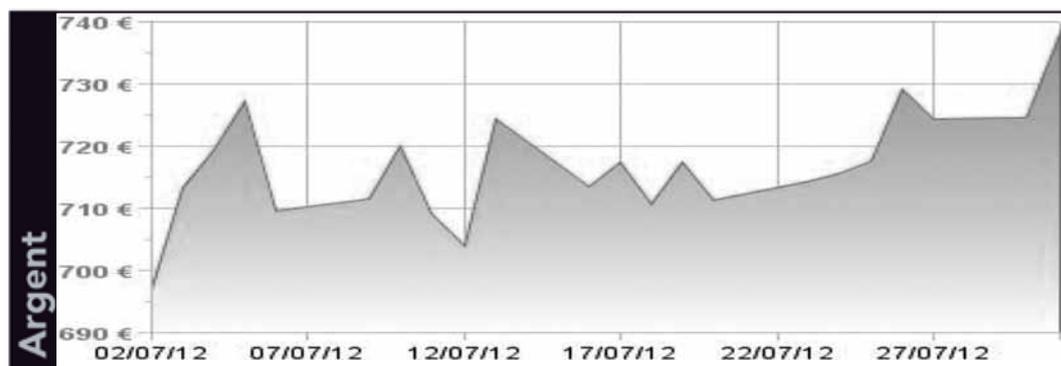
Source : INSEE / Comité Francocléat

Évolution sur un an	Facturations HT							
	novembre 2011	décembre 2011	janvier 2012	février 2012	mars 2012	avril 2012	mai 2012	juin 2012
Horlogerie	+21 %	+19 %	-1 %	+8 %	+8 %	+9 %	-8 %	-15 %
Bijouterie-joaillerie-orfèvrerie	-7 %	+25 %	+18 %	+51 %	+9 %	+9 %	-2 %	+25 %

Cookson **CLAL**

Cours des métaux en France

du 02/07/2012
au 31/07/2012



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

Bilan 2011 du marché de l'horlogerie en France

Selon GfK Consumer Choices France

L'horlogerie enregistre un taux de croissance de + 9 % de son chiffre d'affaires dans l'hexagone en 2011, selon les données du panel distributeurs GfK Consumer Choices France.



Cover - Chronographe Quartino pour homme et dame - en acier

L'entité GfK Consumer Choices, membre du groupe GfK et société internationale de référence dans la mesure de la consommation à travers le monde, fait le point à partir de son panel de distributeurs.

Porté par une demande forte, le marché français de l'horlogerie a clôturé l'année 2011 dans le vert. En une année seulement, 14 millions de montres ont été vendues, soit une progression des quantités de + 8%.

Les garde-temps d'exception au rendez-vous de la croissance en 2011

L'année 2011 représente la deuxième année consécutive de progression en terme de chiffre d'affaires.

« Pour la première fois, le seuil des 14 millions de montres vendues a été franchi en 2011, propulsant le chiffre d'affaires à hauteur de 1,36 milliard d'euros. Avec un bond des revenus annuels de + 9 % en 2011, l'horlogerie est un secteur qui connaît une belle progression » analyse Benoit Lehut, Directeur Général Adjoint Home and LifeStyle chez GfK Consumer Choices France.

Les modèles de plus de 3.000 € à la conquête du secteur horloger français

Quelque soit la stratégie de positionnement, une large majorité des acteurs a capté la dynamique du marché. Ce sont notamment les

GfK est l'un des instituts de recherches le plus important au monde

11 000 experts GfK travaillent sur une nouvelle compréhension de la façon dont les gens vivent, pensent et achètent au quotidien, sur plus de 100 marchés. GfK innove constamment pour utiliser les technologies les plus récentes et les méthodologies les plus intelligentes pour offrir à ces clients la meilleure connaissance des personnes les plus importantes au monde : leurs clients. Guidé par son nouveau CEO, Matthias HARTMANN, le groupe GfK s'est doté d'une nouvelle stratégie d'entreprise. « Own The Future » est un dispositif conçu pour accompagner les innovations dans la recherche Marketing dans un monde toujours plus numérique et global. Depuis le 1er janvier 2012, le groupe a réorienté ses diverses entités et consolidé son portefeuille dans 2 nouveaux secteurs : **Consumer Choices** (panels distributeurs et mesure d'audience des Médias) et **Consumer Experiences** (panels consommateurs, études Ad-Hoc Media)

Le groupe peut ainsi mesurer le processus d'achat depuis l'utilisation des médias, l'exposition publicitaire jusqu'au comportement d'achat des consommateurs. En 2011, GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1,37 Milliards d'euros.



Marea

modèles aux prix TTC les plus élevés, à partir de 3 000 €, qui ont progressé de manière significative (+ 13 % du chiffre d'affaires sur cette catégorie), pour représenter près d'un tiers du chiffre d'affaires global du secteur horloger en France.

Le problème n'est donc pas de vendre mais de produire !

Si l'Asie est devenue le marché où la demande pour les produits de

luxé est la plus importante, la tendance est également à la hausse en Europe avec une augmentation de la demande de + 2 % et un chiffre d'affaires en progression de + 5 %. « Historiquement, la France est un des moteurs de cette croissance, de même que le Royaume-Uni où le segment haut de gamme enregistre une hausse de + 12 % en une année seulement. Les britanniques plébiscitent la haute-finition en sélectionnant des produits de plus de 5,000 € » ajoute Cécile Poulet, directrice de clientèle chez GfK Consumer Choices France. Quand au consommateur allemand, il contribue avantageusement à la croissance du secteur : + 11,6 % de chiffre d'affaires. A l'instar du marché français, ce sont les petits prix et le très haut de gamme qui ont tiré le marché outre-Rhin.

Une distribution réactive en France

Les tendances dynamiques accompagnent les acteurs de l'horlogerie haut de gamme. Après un premier trimestre 2012 confortable (+ 14 % CA Montres) les perspectives encourageantes laissent entrevoir un chiffre d'affaires, d'ici la fin d'année, tout aussi exceptionnel qu'en 2011. ■



Beuchat Lumitech automatique



Lulu Castagnette



**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

Fischer®

ANALYSES ET TITRES OR ET PLATINE EN QUELQUES MINUTES

Présent à
PRINT'



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



Économie mondiale Conjoncture 2012

Allemagne

Malgré des hoquets, le moteur tourne

L'activité allemande a rebondi au premier trimestre 2012 (+ 0,5 % après - 0,2 %) soutenue par le commerce mondial et la bonne tenue de la consommation des ménages.

Le marché du travail reste solide. La situation du marché du travail allemand est très favorable. Au premier trimestre 2012, les créations d'emplois ont de nouveau été nombreuses (+200 000) et la baisse du taux de chômage, continue depuis dix trimestres,

Espagne

Sous pression

L'activité espagnole s'est de nouveau contractée au premier trimestre 2012 (- 0,3 % après - 0,3 % fin 2011) et le mouvement s'amplifierait.

Le pouvoir d'achat des ménages baisserait fortement en 2012. L'emploi s'est nettement replié au premier trimestre (-1,7 %) et, compte tenu de la contraction de l'activité, il continuerait de reculer d'ici fin 2012.

États-Unis

L'immobilier résidentiel remonte la pente

Au premier trimestre 2012, **la progression de l'activité est restée relativement soutenue** aux États-Unis (+ 0,5 % après + 0,7 % au quatrième trimestre 2011). Le dynamisme de la consommation des ménages et la reprise de l'investissement résidentiel ont compensé le fort repli des dépenses publiques.

Malgré la hausse des impôts et la stabilisation des transferts à l'œuvre depuis plusieurs trimestres, **le pouvoir d'achat des ménages resterait relativement dynamique**, porté par la progression des salaires et le récent recul des prix de l'énergie.

Royaume-Uni

Une forme pas très olympique

En 2012 au Royaume-Uni, **la croissance fléchirait :**

+ 0,1 % après + 0,7 % en 2011. Le profil trimestriel de l'activité serait en outre marqué par des à-coups, avec le jubilé de la Reine début juin puis les Jeux olympiques (J.O) à l'été.

Au premier trimestre 2012, **l'activité britannique a de nouveau reculé** (-0,3 %). La vague de froid de février et la fin des projets de construction liés aux J.O ont entraîné un repli de l'activité de construction.

Japon

L'effort de reconstruction soutient l'activité. Les plans de reconstruction dopent la demande. Depuis la catastrophe du 11 mars 2011, quatre plans de soutien à l'activité ont été votés par le Parlement, pour une valeur totale de 20,5 trillions de yen (3,8 points de PIB). En conséquence, l'investissement public a fortement rebondi au premier trimestre 2012 (+ 3,8 % après - 0,8 %).

Les exportations resteraient dynamiques. D'ici la fin de l'année 2012, **les exportations japonaises resteraient dynamiques**, portées par la demande en provenance des États-Unis et de l'Asie émergente ainsi que par la récente intervention de la banque nationale pour lutter contre l'appréciation du yen.

Chine et Asie émergente

Du mieux au second semestre
Au premier trimestre 2012, **l'activité a continué de ralentir en Chine** : le glissement annuel du PIB et de la production industrielle ont été les plus faibles depuis 10 trimestres. Ce fléchissement de la croissance est lié à la fois à un ralentissement de la demande intérieure et à la faiblesse de la demande extérieure, notamment européenne.

Exprimé en glissement annuel, **le PIB chinois a continué de ralentir au premier trimestre 2012** (+ 8,1 % après + 8,9 % au quatrième trimestre 2011) et la croissance trimestrielle du PIB serait désormais inférieure à 2,0 %.

Source INSEE

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

Notre modèle de consommation est-il à bout de souffle ?

Selon l'Observatoire Société et Consommation - l'OBSOCO

La lente dégradation du pouvoir d'achat des classes moyennes augure-t-elle de profondes modifications des modes de consommation à venir, voire de repenser l'organisation de notre économie actuelle ?

Synthèse réalisée à partir d'une étude de l'OBSOCO.

The screenshot shows the OBSOCO website interface. At the top, it says 'L'observatoire société et consommation'. Below that, there are navigation tabs: 'OBSERVER', 'DIAGNOSTIQUER', and 'CONSEILLER'. A main menu includes 'ACCUEIL', 'BONNACHES D'INTERVENTION', 'QUI SOMMES-NOUS?', 'REJOIGNEZ-NOUS', 'LE BLOG', and 'LE CERCLE'. The 'Actualités' section features several articles: 'Les Français et leur habitat. Une étude de référence : 5 rapports', 'ClairÉco, la rubrique audio du Cercle de l'Obsoco', 'Développement des commerces et services dans les 57 futures gares du réseau de Grand Paris', 'le Trust Pack', and 'Conférence de presse le 19 septembre 2011 de L'Obsoco et Xerfi'. There is also a 'Notre credo' section and a video player for 'Kerfi Canal Philippe Morel La révo...'.

Site de l'Observatoire Société et Consommation - l'OBSOCO

La vocation de l'OBSOCO

La vocation de l'OBSOCO (L'Observatoire Société Consommation) est d'analyser les mutations du commerce et du modèle de consommation. Son activité se décline autour de trois axes :

- la mise en place de dispositifs des transformations en cours,
- la réalisation de diagnostics, l'élaboration de nouveaux concepts et grilles d'analyses,
- le conseil (coaching de dirigeants, animation de comité de direction).

Aucun doute, le pouvoir d'achat d'une majorité s'est dégradé, les choses se sont aggravées pour beaucoup, les dépenses contraintes ou prépayées - logement, énergie, assurances, communication... - ont continué de progresser plus vite que les revenus, grignotant encore le pouvoir d'achat des consommateurs.

Mais s'il est vrai que la consommation est profondément ancrée dans la culture occidentale, le modèle de la consommation traditionnelle s'épuise peu à peu.



NOUVEAUX BIJOUTIERS TENDANCE
Mme BLANC - ESPACE ATHLANTIS
ARGELES SUR MER



LE RESPECT, LA RIGUEUR

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

E.GRILLE

LEADER

DES ÉTIQUETTES POUR BIJOUX

- Création et impression
d'étiquettes à fil, sans fil
et adhésives

et aussi
ETIQUETTES RFID
pour une meilleure traçabilité

E.GRILLE

T. 03 44 57 01 87
F. 03 44 57 21 51
e-grille@e-grille.fr



FRIMAT JOAILLIER - BEAUVAIS



ROUTE DE LA ROCHE SUR YON - BP 17 - 86620 ROCHESERVIERE
TEL : 02 51 31 06 86 - FAX : 02 51 31 06 89
SITE : www.cap-agencement.com - MAIL : contact@cap-agencement.com



JALADIS MAILLARD
ABBEVILLE



DUTRIEUX AGENCEMENT

SAINT LAURENT DE CERIS - 14450 SAINT CLAUD - TEL : 05 45 85 93 63 - FAX : 05 45 31 89 24

En voici quelques raisons :

- D'abord, d'un point de vue environnemental. **Ce modèle économique repose sur le gaspillage à grande échelle et ne peut se généraliser à toutes les classes moyennes de la planète.**
- Ensuite, l'espoir d'un vrai redémarrage du pouvoir d'achat à court terme en France et en Europe, déjà peu crédible, **semble compromis avec l'ampleur de la crise des dettes publiques.**
- De plus, l'ancienne formule « *nos emplettes sont nos emplois* » ne fonctionne plus quand pour acheter moins cher **on privilégie le low cost, souvent fabriqué à l'autre bout du monde.**
- Enfin, dernière raison mais non des moindres, il y a une montée de la charge décevante sur la consommation des nouveaux produits dont les promesses marketing associant la consommation au bien-être psychologique, à la réalisation de soi, voire à la joie ou au bonheur, ... **frisent le ridicule et le consommateur en prend conscience.**

Il est grand temps d'inventer un nouveau modèle de consommation

Un produit n'est plus acheté pour lui-même mais pour l'utilité, la solution qu'il apporte aux problèmes de la vie quotidienne.

Une nouvelle relation marchande de « l'achat des produits » vers « les usages ou les effets utiles » va s'éta-

blir. Elle impliquera de quitter un modèle de consommation quantitatif au profit d'une consommation de qualité.

Une société des « effets utiles » devrait permettre de relocaliser des emplois par substitution de postes de maintenance localisée à des postes industriels délocalisés voire même d'encourager la relocalisation de certaines fabrications.

Attention à ne pas se méprendre, cette nouvelle organisation, n'est pas une forme dégradée de l'économie pour les temps difficiles. **C'est une révolution qui bousculera à la fois l'organisation de la production, de la distribution et de la consommation pour longtemps.** Elle inaugure un modèle de société qui appréhende la demande très en amont de la production, qui la modifie et la dynamise.

Nous ne relancerons pas la consommation par les méthodes du passé. Tout miser sur une accumulation de ristournes et de rabais, comme nous le voyons aujourd'hui, est une impasse qui tire la qualité vers le bas. Il faut penser une nouvelle société fondée sur une croissance qualitative, avec des modes de vie adaptés et de nouveaux modes de consommation résolument respectueux de tous. ■ M.T.

Source : *Etudes de Nathalie DAMERY, Philippe MOATI, Robert ROCHEFORT, fondateurs de L'OBSOCO (L'Observatoire Société et Consommation).*

www.lobsoco.com

Le Club Saint Eloi et L'OBSOCO



Le Club Saint Eloi et L'OBSOCO au travail

Au sein du Syndicat Saint Eloi, Le Club Saint Eloi est un lieu de rencontre entre les commerçants, distributeurs adhérents et les fournisseurs qui souhaitent réfléchir sur les grandes tendances et mouvements du commerce, de la consommation et sur l'évolution de la profession dans la bijouterie-joaillerie.

Régulièrement le Club Saint-Eloi se réunit en séminaires de réflexion dont l'objectif est de trouver les bonnes actions et orientations pour anticiper l'évolution qui se dessine dans le secteur HBJO et faire grandir le marché.

Par exemple, le dernier thème de travail du Club Saint Eloi concernait « La nouvelle révolution commerciale », ses effets et enjeux. L'attitude des consommateurs est en train de changer. Elle montre l'avènement d'une nouvelle forme de consommation qui privilégie la satisfaction de demandes précises émergeant directement des clients par rapport au mode de consommation de masse qui leur est proposée actuellement.

Cette évolution va forcément impacter l'organisation de la filière et renforcer les liens entre fabricants et distributeurs.

Philippe Moati, Co-président de l'observatoire société et consommation (Obsoco) et professeur d'économie à l'Université Paris-Diderot qui est intervenu sur ce séminaire du Club Saint-Eloi a loué la qualité des échanges qui ne se retrouve pas dans toutes les professions et le travail des différents groupes.



La « marque France »

Les résultats du nouveau sondage de Viavoice réalisé en février 2012 révèlent qu'aux yeux des Français, la « marque France » s'impose comme une nécessité en réponse à un pessimisme croissant, et que la vision qui la sous-tend est plus économique que politique ou culturelle.

D'une année sur l'autre, les jugements des Français sur nos performances économiques sont de plus en plus sévères : **84 % pensent aujourd'hui (79 % en 2011 et 64 % en 2010) que la France est de moins en moins performante sur le plan économique.**

Pour autant, une part croissante de l'opinion publique (49 %, +6 points en deux ans) estime également que les Français sont *trop pessimistes sur les capacités économiques de leur pays*, repoussant ainsi tout fatalisme en dépit des difficultés liées à la conjoncture actuelle (progression du chômage, désindustrialisation). Ce contexte plaide en faveur d'instruments permettant de faire valoir les performances de la France. Désormais, **87 % des Français se déclarent favorables à la création d'une « marque France », portant le talent et la performance des entreprises françaises à l'international**, et

90 % sont favorables à un label « Origine France Garantie », généralisé à l'artisanat et aux PME industrielles. Cette adhésion est confirmée par le fait qu'**un Français sur deux (49 %) se déclare prêt à payer plus cher des produits « Origine France Garantie ».**

La « marque France » une vision plus économique que culturelle ou politique.

En termes de valeurs, la « marque France » devrait porter des valeurs plutôt *commerciale et économique* (46 %). Les *valeurs sociales et politiques* (respect de l'humain, l'environnement, diversité,...) viennent en second avec 29 % des répondants, et les *valeurs culturelles* (créativité et innovation, dynamisme,...) en dernier avec 21 %.

Les secteurs d'activité économique qui apparaissent les plus porteurs sont

les services (61 %) et l'industrie (60 %) - une vraie surprise car l'industrie a longtemps été considérée comme moins prioritaire.

En terme d'impact, les Français sont nombreux à penser que la « **marque France** » **contribuerait fortement à la vente des produits français dans le monde (74 %) et à l'image de notre pays (83 %).**

Enfin 42 % des Français estiment que ce sont eux-mêmes qui doivent promouvoir la « marque France », avant les *dirigeants des PME françaises qui exportent (22 %)*, les *dirigeants des grandes entreprises françaises (19 %)* et surtout avant les *dirigeants politiques nationaux (10 %)*.

Ainsi, l'idéal d'une « marque France » reposerait d'abord sur la promotion des performances économiques des grandes entreprises et des secteurs les plus solides du pays. ■

Source : Viavoice - W & Cie

GAGNEZ EN PRODUCTIVITÉ & QUALITÉ DE TRAVAIL







DUMIBOM
Plaque 80 mm
4200€

441,00€*



DUR100RM
100mm Plaque 0 P
Réducteur 710

640,00€*



DURDUO130
130mm Plaque
Réducteur 0,75 Kw 7/1
130mm Fil - Réducteur 3,5/1

1241,00€*



DURM100M
Plaque 60 mm - 20 m/min

1775,00€*

Gamme complète de laminoirs manuels

- Largeurs 70, 80, 100, 130 et 150 mm
- Avec ou sans réducteur de couple
- Plaques, fils, combinés + roue à fil ext.
- Construction forte - monobloc rigide
- Libre entretien des paliers
- Facilité de lecture des disques de réglage
- Dureté des rouleaux 67/64 Rockwell
- Nombreux accessoires

Gamme de laminoirs électriques

- Moteurs puissants
- Vitesse de rotation réglable
- Contrôle de marche avant/arrière
- Qualité supérieure des matériaux
- Systèmes de sécurité

Fournitures techniques des métiers d'art

T. +33(0) 4 75 98 10 22

www.tena-butty.com | contact@tena-butty.com

DURSTON, leader mondial de laminoirs de métaux précieux.
Gamme disponible à J+1 en France métropolitaine



*Offre spéciale valable jusqu'au 31 octobre 2012
Prix nets HT, transport non inclus

Carrefour

ferme des espaces bijouteries

Le premier distributeur européen a dévoilé aux syndicats une partie des mesures pour redresser ses hypermarchés. Parmi elles, la fermeture ou la réduction d'espaces « non-alimentaires », dont les bijoux et la téléphonie.



DR

Une soixantaine de bijouteries déficitaires, sur la centaine existantes, seront fermées, tandis que les boutiques de téléphonie seront mises en libre-service. Les vendeurs concernés, environ 300 personnes, seront reclassés, a indiqué la direction aux syndicats.

Dans le non-alimentaire, principal point noir de Carrefour qui perd de l'argent face aux enseignes spécialisées et au commerce en ligne, le directeur des opérations en France Noël Prioux a surpris les syndicats en annonçant sa volonté d'investir dans l'électroménager. Noël Prioux

s'est en revanche abstenu de toute indication précise concernant l'électronique et le textile.

Un retour au bon sens commerçant

Le groupe a également mis l'accent sur la souplesse de gestion qui sera désormais laissée aux directeurs de magasins pour s'adapter aux besoins de leur clientèle et sur la nécessité de poursuivre une politique de prix bas sur les produits alimentaires courants.

D'une manière générale, le premier distributeur européen s'est montré,

d'après les syndicats, « plutôt rassurant » concernant les emplois en magasins. Toutefois ces derniers craignent jusqu'à 3000 suppressions de postes au siège et dans les services logistiques. « Là, les craintes restent entières », a dit le représentant de FO.

Les marchés attendent maintenant la feuille de route de Georges Plassat, nommé PDG le 24 mai pour remettre à flot un groupe entravé par des errements stratégiques et par une érosion continue de ses parts de marché en France, où il réalise encore 40 % de son chiffre d'affaires.

La première intervention de Georges Plassat, programmée pour l'assemblée générale du 18 juin, pourrait donner quelques indications aux investisseurs. Mais il faudra vraisemblablement attendre le courant de l'été, avant les résultats semestriels le 30 août, pour avoir un plan stratégique détaillé. ■

Source Reuters

BJOP

Le diplôme Supérieur de Joaillerie

L'École Privée de Bijouterie BJOP a décidé de mettre en place son propre Diplôme Supérieur de Joaillerie. Focus sur ses spécificités.



L'École Privée de Bijouterie BJOP incarne depuis 1867 les valeurs fortes de la filière Bijouterie-Joaillerie en formant les futurs professionnels.

Elle accueille chaque année 120 étudiants qu'elle prépare en quatre ans aux diplômes nationaux de la branche, CAP puis BMA (Brevet des Métiers d'Art) et en deux ans au DMA (Diplôme des Métiers d'Art).

La qualité de l'École est reconnue internationalement. Les élèves recrutés sur concours trouvent tous un emploi à la sortie. Il était donc temps, selon Bernadette Pinet Cuoq, Présidente des Écoles BJOP, de « faire savoir que nous formons des équipes de Formule 1. Ce sera le rôle du Diplôme Supérieur de Joaillerie ».

Le diplôme Supérieur de Joaillerie de l'École BJOP

Son objectif est de récompenser les parcours exceptionnels et de valider l'excellence d'une formation de 4 années.

Le recrutement des étudiants se fait sur concours. Chaque année, envi-

ron 200 candidats se présentent aux épreuves pratiques et graphiques du concours pour décrocher l'une des 30 places disponibles. Les 45 premiers candidats sont déclarés admissibles et passent un entretien face à un jury de professionnels.

Chaque promotion est parrainée pendant quatre ans par une grande maison de joaillerie qui accompagne les élèves pour leur faire découvrir le monde professionnel. Chacune d'entre elles porte d'ailleurs le nom de son parrain (Van Cleef et Arpels, Boucheron, Louis Vuitton, Dior Joaillerie, Fred, Cartier, Swatch, Chaumet, Piaget ...).

Qu'est-ce que le diplôme Supérieur de Joaillerie apporte aux élèves de l'École par rapport aux diplômes nationaux

Il sert à différencier les étudiants par leur niveau de compétences en proposant notamment des mentions, ce qui n'est pas le cas des diplômes nationaux.

Il demande également un niveau d'exigence supérieur à celui du BMA en incluant l'évaluation de technologies - CAO et CFAO - non présente dans les évaluations en BMA.

Les diplômés devront impérativement avoir des notes supérieures à 14 dans chaque domaine. Ainsi,



pas d'impasse possible mais une polyvalence sur l'ensemble des savoir faire.

Le Diplôme Supérieur de Joaillerie est le moyen de mettre en avant ces meilleurs élèves, en valorisant un parcours d'excellence. Les mentions permettront également de faire ressortir les meilleurs par matière.

L'emploi à la sortie

Grâce à la qualité de leur formation et aux stages réalisés par les étudiants tout au long du cursus dans les ateliers des plus grandes maisons et ateliers sous traitants, aux nombreux partenariats développés par l'École avec les professionnels du métier et à l'implication du parrain de chaque promotion, les étudiants diplômés trouvent facilement du travail à la sortie de l'École. Leur taux d'intégration professionnelle est de 100 %.

M.T.

École Privée de Bijouterie BJOP :
UFBJOP
58 rue du Louvre
75002 PARIS
Tél : 01 40 26 98 00

Salons professionnels en France

VENDÔME LUXURY

28 septembre au 1er octobre 2012
Paris

Salons professionnels à l'étranger

MIDORA LEIPZIG

1 au 3 septembre 2012
Leipzig – Allemagne

INTERNATIONAL JEWELLERY LONDON

2 au 5 septembre 2012
Londres – GB

IJF - JAA INTERNATIONAL JEWELLERY FAIR

2 au 4 septembre 2012
Sidney – Australie

ABOUT J

5 au 8 septembre 2012
Vicenza – Italie

HONG KONG WATCH & CLOCK

5 au 9 septembre 2012
Hong Kong

BIJOUX

6 au 9 septembre 2012
Milan – Italie

AMBERMART

6 au 8 septembre 2012
Gdansk – Pologne

MIAMI BEACH ANTIQUE JEWELRY & WATCH SHOW

7 au 9 septembre 2012
Miami – USA

VICENZAORO CHOICE

8 au 12 septembre 2012
Vicenza – Italie

Aurum - Rings and things

Les 11 et 12 septembre à Affligem
Belgique

IBERJOYA

12 au 16 septembre 2012
Madrid – Espagne

GIFTRENDS MADRID

12 au 16 septembre 2012
Madrid – Espagne

BIJOUX EXPO TURKEY

13 au 16 septembre 2012
Istanbul – Turquie

BANGKOK GEMS & JEWELRY FAIR

13 au 17 septembre 2012
Bangkok – Thaïlande

PRETIOSA VIENNA

14 au 16 septembre 2012
Vienne – Autriche

REED GIFT FAIRS - SYDNEY

15 au 18 septembre 2012
Sydney – Australie

JUNWEX MOSCOW

15 au 19 septembre 2012
Moscou – Russie

PORTOJÓIA

19 au 23 septembre 2012
Porto – Portugal

WATCHES & JEWELLERY - HODINY A KLENOTY

23 au 29 septembre 2012
Prague – République Tchèque

KONYA TRADE FAIR

20 au 23 septembre 2012
Konya – Turquie

MIDEAST WATCH & JEWELLERY SHOW

Du 2 au 6 octobre 2012
Sharjah – EAU

ISTANBUL JEWELRY SHOW

Du 4 au 7 octobre 2012
Istanbul – Turquie

BEAUTY WORLD

5 au 7 octobre 2012
Tallinn – Estonie

MIAMI BEACH ANTIQUE JEWELRY & WATCH SHOW

5 au 7 octobre 2012
Miami – USA

INTERGEM

5 au 8 octobre 2012
Idar-Oberstein – Allemagne

MALAYSIA INTERNATIONAL JEWELLERY FESTIVAL

5 au 8 octobre 2012
Kuala Lumpur – Malaisie

SPECIALIZED WATCHES EXHIBITION

10 au 20 octobre 2012
Mishref – Koweït

FASHION BUSINESS ANGOLA

10 au 14 octobre 2012
Luanda – Angola

PORTLAND CASH & CARRY SHOW

12 au 14 octobre 2012
Portland – USA

KOSMIMA

13 au 15 octobre 2012
Thessalonique – Grèce

JEWELLERY ARABIA

16 au 20 octobre 2012
Manama – Bahreïn

Gold Silver Watch

19 au 21 octobre 2012
Helsinki – Suède

LUXURY PRIVE PANAMA

22 au 24 octobre 2012
Panama

	Page
A1 MARKETING	9-11
ABACOR	21
ADMB	97
ARGYOR	31
ARTHUS BERTRAND	27
ATELIER DU BOIS	103
AURUM	74
AV GOLD TEAM	53
BASELWORLD	69
BIJOUX BERMO	20
BLR	41
B PLUS	62-63-85
CABINET EBRARD	83
CAP AGENCEMENT	103
CMP	84
COOKSON	95 et 2e couverture
CHRONO AG	1
DUFAUD	79
DUTRIEUX	103
FISCHER INSTRUMENTS	100
FOM 2000	101
FOSSIL	61
GAY FRERES	83
GL EVENTS/PRINTOR	67
GUILDE DU PLATINE	15
GUNNEBO FICHET BAUCHE	79
E. GRILLE	103
HELENA LANGEVIN	59
IMCARVAU	6-7
INVERNESS	23
KB PROMOTION	73
K SIGN BOCCIA	25
LA BELLE VIE	99
LES NOUVEAUX BIJOUTIERS	29
LYON ALLIANCES BRILLANTS	89
LYON CASTING CONSULTING	64
LYON SERTI	17
MAS PHILIPPE	91
MEDIA LINKS	71
M3 SOFT	93
METAUX PRECIEUX DE France	87
NOMBRE D'OR	57
O A V	39
OCS	3e couverture
OLIVIER DE SAINT LOUP	3
PATRICK MORAND	64
PERCHEY	81
PERJES	55
PHEBUS	4e couverture
PERRIN AGENCEMENT	90
SOBACO	77
STANIMEX	34
SYNALIA	19
SYSTEMWEB	13
THABORA	1ère DE COUVERTURE et p33
TBRP	72 et 105
VERSPIEREN	35
VIRELEC	93
WHITE PINE TRADING	75
ZRC	3

VENTE

Réf.2010611

Périgueux - A vendre HB tout équipé

place principale réserves + appt de 145 m² bail récent
1 100 €/m 120 000 € à débattre - Tél 05 53 53 21 40

Réf.2018641

Vends fonds HBJO cause retraite

centre ville petite surface idéale artisan
créateur 06 83 23 86 32

Réf.2014361

53 cause retraite HBJO

excellent état, angle centre ville 65m² +
étage, alarme + coffre + clim EBE 64 800 €
à saisir PV 48 000 € - Tél. 06 17 70 15 45

Réf.2018451

Vend HBJO centre Arles

CA important demandez Raphael 04 90 96 07 64

Réf.2018851

Cède centre-ville Nice atelier bij. fonderie

équipé, sécurisé, 2 coffres, 1 sas, 3 vitrines anti
effraction, climatisé, façade 8m, 70m², poss
comptoir, apprêts, achat or, loyer 900€, 60 000€
Tél 06 21 81 06 64

VENTE

Réf.2018741

Vds bijouterie centre ville

région Languedoc, CA 420 K€ ht, 80 m²
vente + 60 m² bureaux, loyer mensuel 2000 €,
prix 250 K€. Écrire revue qui transmettra

Réf.2018211

A vendre Luxembourg Bijouterie Joaillerie

en pleine expansion spécialisée achat, vente d'or avec le
site internet attendant. CA assuré avec statistiques à l'appui.
Boutique refaite il y a 5 ans, sécurisée, 2 bureaux de vente,
2 coffres, alarme reliée, atelier, WC, sans stock, idéal pour
joaillier, fabricant ou bureau de vente d'or ou montre de
collection. Tél : 00352621136613 - www.goldexperts.lu

Réf.2018761

Vends HBJO Lille

spécialisée alliances et médailles, site inter-
net marchand, CA 450 k€, rénovée 3 ans
sécurisée, loyer 1200 € - Tél. 06 12 22 81 84

Réf.2018771

Dépt 74 vends cause retraite

HBJO 40m² magasin et atelier. Emplacement
de 1er ordre. bel agencement sécurisé, pas
de stock, station été/hiver ouvert l'année.
Prix 100 000 € à débattre Tél : 09 75 24 67 85

VENTE

Réf.2018751

Atelier boutique 77

à vendre près de Disney agencement
en bon état 275 000 € - 06 77 87 01 86

Réf.2018091

Plein centre CLUNY ville touristique Bourgogne Sud

vends cause retraite 2012/13 fond bijouterie horlogerie, près
d'un siècle d'existence, seul sur la ville, site internet, magasin
climatisé 30 m² refait en 2005 6ml vitrines + atelier buro 8 m²
+ studio équipé 23 m² + grande réserve 42 m², coffre fichet
carat 50, alarme périphérique et volumétrique, rideaux plein,
fort potentiel développement, loyer annuel ttc 3269 €
baill 08/2013 prix 140 k€ - Tél : 03 85 59 10 03

DEMANDE D'EMPLOI

Réf.2018731

Cherche poste VRP

étudie toutes propositions pour secteur Ile de France
sdoro@sfr.fr - 06 16 33 16 29

Réf.2018681

Bijoutier pour fabrication SAV

serti fonte cire gravure savoir faire expérience ou
projet ou développer atelier toutes régions libre
juin 2012 Tél 04 66 79 48 08 contactdtes@yahoo.fr
laissez message si absent

OFFRE D'EMPLOI

Réf.2010691

FABRICANT FRANÇAIS DE BIJOUX

RECHERCHE REP AVEC CARTES HBJO
www.liova.net

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

Réf.209161

PORCHET SA bijouterie perles de culture

recrute 1 VRP exclusif (H / F)
sur la région parisienne

fixe + commissions - Tél 04 93 87 22 23

Fax 04 93 88 46 56 - th.porchet-perle@orange.fr
adresse : 10, rue de la Liberté 06000 NICE

Réf.2033011

Société distributrice d'une marque de montres et bijoux sur le plan national

recrute dans le cadre de son expansion des commerciaux.
Secteur Paris et région + nord, Secteur Centre-Auvergne
+Rhône Nord. Expérience sur secteur souhaitée.
Envoyez CV sous k.sign@orange.fr

Réf.2033021

APHEA - enseigne nationale

de 100 détaillants indépendants recrute un VRP exclusif
pour le Sud - Ouest. Rejoignez une équipe jeune, forte de
30 ans d'histoire HBJO. arnaud@bijoux-aphea.com

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. 208751

A
♣



L'OFFICIEL
Horlogerie & Bijouterie
Club des Représentants

Jouez la bonne carte !

A
♣

Ce n'est pas le fruit du hasard si plus 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
(nous consulter)



NOUVEAU!!
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 NOEL, Metz • Bijouterie LA GUILDE DES ORFEVRES, Montceau les Mines • Bijouterie PARRENIN, St Germain en Laye • Bijouterie ROEDELSPERGER, Colmar
- Bijouterie PRIEUR, Nantes • Bijouterie CATTEAU-AUCHERE, Vichy • Bijouterie AZARIAN, Amiens • Bijouterie LA COUPE D'OR, Lagny Sur Marne • Bijouterie PETIT, Montereau Fault Yonne • Bijouterie RICHARD, Bar sur Seine • Bijouterie AUDEON-DURAND, Nantes • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Houssen • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Mulhouse • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Crépey en Valois • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Pacé • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Amiens • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Dijon
- Bijouterie GILLMANN, Queven • Bijouterie BOUQUIGNAUD, Cambrai • Bijouterie GERARD, Thionville • Bijouterie BLUE GOLD, Annecy • Bijouterie AZYROMANET, Chalon sur Saône • Bijouterie JOALRIC, Neuilly/Seine • Bijouterie SIEVERT, Digoin • Bijouterie LA GERBE D'OR, Cherbourg • 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 MARECHAL, Reims • Bijouterie L'OR DU TEMPS, Chelles • Bijouterie CUVELIER, Chalon sur Saône • Bijouterie PUYBARAUD, Langon • Bijouterie FONTAN, Bordeaux • Bijouterie DOLET, Angoulême • Bijouterie LONGINUS, Strasbourg • Bijouterie CRUMIERE, Valence
- Bijouterie JOHANN L., Bourges • Bijouterie CARAT, Blois • Bijouterie BIJOUFOLIE, Arpent • Bijouterie DE LA CATHEDRALE, Perpignan • Bijouterie au TREFLE D'OR, Dunkerque
- Bijouterie LORAINA, Sarreguemines • Bijouterie HORQUIN, Château Thierry • Bijouterie TOURMALINE, Sierentz • Bijouterie LABORDE, Dax • Bijouterie GOLAZ, Morges, SUISSE • Bijouterie MARTIN JULIEN, Limoges • Bijouterie GAMET, Cran Gevrier • Bijouterie BEAUCE, Locminé • Bijouterie LUXE & PRESTIGE, Pornic • Bijouterie NION, Brest
- Bijouterie JOROMAR, Paris • Bijouterie DUCAS, Bordeaux • Bijouterie BORD, Biarritz • Bijouterie PROST, Champagnole • Bijouterie OR CENTOR, Cannes • Bijouterie MARIE, Landivisiau • 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, Lavour • Bijouterie BARBIER, Solesmes • Bijouterie DUBOIS, Châteauroux • 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 EUROPAQUARTZ, 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 PRIEUR, Tours • Bijouterie GASPARD, Château-Thierry • Bijouterie GAUTHERON, Dijon • Bijouterie TENTATION D'OR, Montauban • Bijouterie GUILLLOTIN, 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 LOUPE, 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 POUILLON, Royan • Bijouterie BOUR, Freyming-Merlebach • Bijouterie PARRENIN, Brie-Comte-Robert • Bijouterie LA SAJA, Chalon-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-Yrieix-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, Mérygnac • 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 VERMANDE, Nyons • Bijouterie REBOULLET, Montlimalar • Bijouterie PEPIN, Orléans • Bijouterie JACQUEMART, Pamiers • Bijouterie GIRARD, Nogent-le-Rotrou • Bijouterie LA GERBE D'OR, Gaillac • Bijouterie GRANDEMANGE, 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 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, Albrville • 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, Mussy-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, Epernon • Bijouterie BUSQUET, Marmande • Bijouterie GENTIS, Royan • Bijouterie AUX EPIS D'OR, Saint-Nazaire • Bijouterie LES DIAMANTINES, Pessac • Bijouterie MAUIQUE, Colombes • Bijouterie LALLEMAND, Epernay • 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 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)



CERANITY



ISSUE: 1177 - 04 50 57 42 17 - © Séraphique

Groupe Gemstar
85 avenue de Neuilly 94120 Fontenay Sous Bois
Tél : 01 41 95 57 00 - Fax : 01 41 95 57 09