

# L'OFFICIEL

Horlogerie & Bijouterie

**NOMBRE D'OR**  
ARCHITECTURE COMMERCIALE  
[www.nombredor-architecture.com](http://www.nombredor-architecture.com)



CLAUDE - CENTRE VILLE - MONTCEAUX-LES-MINES



DIDIER GUÉRIN - CENTRE COMMERCIAL SO QUÊST - LEVALLOIS-PERRET



SO OR - M. BRISON - CENTRE COMMERCIAL HYPER U - LA ROCHE-SUR-YON



FERRET / ADDICT - CENTRE COMMERCIAL CAP 3000 - NICE



AUGIS 1830 - CENTRE VILLE - LYON

**Couleurs Estivales**

# SO ONE

Les journées privées  
HBJO PARIS

---

The Paris Watch  
& Jewellery private days

15 & 16 septembre 2013  
Maison de la Mutualité Paris

LE NOUVEL ÉVÉNEMENT **PREMIUM**  
DÉDIÉ À L'HORLOGERIE, BIJOUTERIE,  
JOAILLERIE AU CŒUR DE PARIS

*THE NEW **PREMIUM** EVENT  
DEDICATED TO WATCHES, JEWELLERY  
AND FINE JEWELLERY IN PARIS.*

[www.so-one.fr](http://www.so-one.fr)



RETROUVEZ LA COLLECTION COMPLÈTE SUR :  
[www.trendyelements.com](http://www.trendyelements.com)

Thabora ▲

RESTEZ SAUVAGE!



ARGENT 925 RHODIÉ

ARGENT FINITION  
OR ROSE



Modèles déposés.

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

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

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

Conseil éditorial & rédaction :  
Nathalie Koelsch  
nathalie.koelsch@pegazevisions.fr  
Margaret Tondelier  
contact@pegazevisions.fr  
Isabelle Hossenlopp  
contact@pegazevisions.fr

Consultants :  
Assurance : Verspieren  
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 Soubeyrand  
olivier@pegazevisions.fr

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

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

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

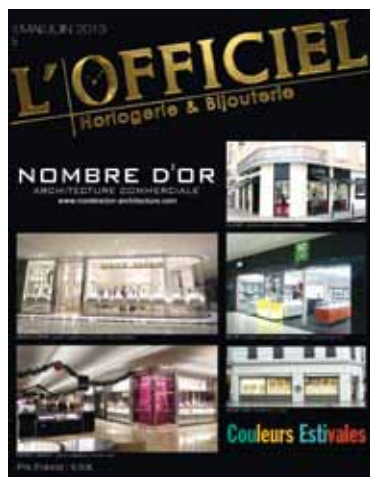
Impression : C. E. E.

Pégaze Visions 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

### Les faits marquants du premier semestre de l'année 2013

Un hiver interminable, un printemps humide et froid, une croissance inexistant, plus d'impôts de toutes sortes, et à l'heure où j'écris ces lignes, l'or a perdu plus de 10 % en 52 semaines, l'argent presque 20 %.

**L'explosion de l'or 9 carats est largement confirmée**, avec l'accentuation d'une bipolarisation de la consommation : d'un côté une montée en gamme, de l'autre des produits access, et au milieu de moins en moins d'offres.

Les fabricants et détaillants doivent s'adapter à ces changements rapides et surtout bien choisir leur positionnement.

Plus facile à dire qu'à faire !

Nous clôturons le débat lancé sur l'or 9 carats avec ce numéro, et nous en profiterons pour **réunir les articles à ce sujet dans un « petit livre blanc », que vous recevrez par e-mail.**

Le débat a été passionnant. Nous remercions tous ceux qui ont animé le sujet.

### Et SO ONE à Paris

Le nouvel événement Premium dédié à la bijouterie-joaillerie et à l'horlogerie.

Bijorhca semble avoir trouvé sa place en juillet durant la semaine de la mode, mais un grand vide subsistait en septembre.

Vide enfin comblé, par deux journées - 15 et 16 septembre à la Maison de la Mutualité - qui s'inscrivent dans une atmosphère luxueuse avec de vrais services VIP.

Nous sommes bien loin du Printor Paris avec ce nouveau concept très qualitatif, mais la montée en gamme d'une partie du marché n'imposait-elle pas cette nécessité ?

Nous serons heureux de vous retrouver lors de cet événement, mais profitons d'abord du soleil estival...

Bien cordialement

Stive MERIÈS



**C'EST L'ÉTÉ !**

*Les empreintes  
ne seront pas  
que sur le sable...*

**LES EMPREINTES** BIJOUX&CRÉATION

Contact : Béatrice GUIOT | 4, Chemin des Remises - 60410 VERBERIE | FRANCE | Tél. : +33 (0)3 44 40 54 84 | Fax : +33 (0)3 44 40 53 17 |  
Site Internet : [www.lesempreintes.com](http://www.lesempreintes.com) | Courriel : [b.guiot@lesempreintes.com](mailto:b.guiot@lesempreintes.com) |

# Sommaire



Neelia

## éditorial

Les faits marquants du premier semestre de l'année 2013 ●

4

## point com

Pourquoi utiliser la stratégie des mots clés pour un site ●

10

## l'officiel express

12

## actualités bijouterie-joaillerie

Neelia - Le luxe au féminin selon Gay Frères ●

18

Trollbeads - Certaines maisons savent raconter ●

20

leur histoire comme personne

Les Empreintes - Pour des messages éternels ●

22

Métaux Précieux de France ●

24

Un système de fermeture pour oreilles percées en 1 seule pièce

## actualités horlogerie

Marea - Quand la belle fantaisie conquiert le monde ●

26

Trendy - Le joli printemps des montres ●

28

## bijoux de saison

30

Pour les hommes - All White - Bleu lagon

Bijoux pour enfants - Vague de perles

## grand débat

41

L'or 9 carats - Troisième partie et fin

L'opportunité d'une nouvelle clientèle

## grand format

46

Agencement avec Nombre d'Or

## joaillerie

54

Précieuses pierres fines ●

S'inventer par le storytelling ●

56

## sécurité

60

consultant de L'Officiel H&B : Perjes ●

Sécuriser des vitrines à moindre coût

## assurance

62

consultant de L'Officiel H&B : Verspiere ●

L'assurance face aux bijoux en or 9 carats et au rachat d'or

Trollbeads



L'OFFICIEL  
Horlogerie & Bijouterie

**BULLETIN D'ABONNEMENT**

[www.lofficielhb.com](http://www.lofficielhb.com)

**P 95**

64

## métiers

- Joliot (Cookson CLAL)

L'estimation de la teneur en métal précieux d'un bijou demande un outillage adapté

65

- Fischer instruments

Le SIGMASCOPE® GOLD 912 mesure en profondeur la teneur en métaux précieux

66

- Sobaco : Valoriser un produit avec un packaging adapté

68

- FOM2000 : Une référence incontournable dans l'outillage HBJO

70

- RFI ODEIS : Nouvelles fonctionnalités Bijou3 et Odeis

72

- Gunnebo : Une offre de sécurité globale cohérente et évolutive

73

- Laser-in : Des lasers de soudure et de gravure très performants

74

- M3soft : Accompagne les changements de votre métier

76

- Cabinet Dufaud : La sécurité des VRP de la bijouterie est-elle « assurable » ?

78

- Grille : Des étiquettes en papier aux étiquettes informatiques RFID

## Salons 2013

79

- So One : Le nouvel événement de la rentrée

81

- Bijorhca Paris

## Salons compte-rendu

82

- Baselworld 2013

## tribune des groupements

83

- Les Nouveaux Bijoutiers - Un sponsoring bénéfique

## forum des détaillants

84

- Bijouterie Fournier - Se diversifier sans « vendre son âme »

## forum des créateurs

85

- Jean-Benoît Dutel - Poète et géomètre

## vie du métier

86

- L'Union de la Bijouterie Horlogerie

Plus de poids pour le commerce de la bijouterie-horlogerie

87

- Affichage environnemental : Collecte des données en cours

## économie

88

- Les chiffres de la profession à fin mars 2013

90

- Conjoncture

92

- Chine et luxe : Les consommateurs chinois représentent 25 % des achats de produits de luxe dans le monde

93

- Le point sur les métaux précieux

94

## agenda-index des annonceurs

95

## passer une petite annonce - bulletin abonnement

96

## consulter les petites annonces

Trendy Elements



Freegun

DUBAIL  
PARIS

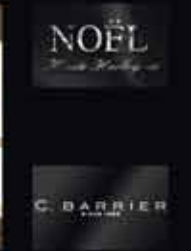


L'ANNEAU D'OR  
Paris-Dubail

- DUBAIL - PLACE VENDÔME - PARIS
- DUBAIL - FRANÇOIS 1ER - PARIS
- L'ANNEAU D'OR - CHOLET
- FOURNIER - VIENNE
- BARRIER - PARIS
- NOËL - METZ
- FERRET - CANNES
- FERRET - NICE
- FERRET - C.C. CAP 3000 - NICE
- ADDICT - C.C. CAP 3000 - NICE
- PRÉFÉRENCES - C.C. CAP 3000 - NICE
- KORLOFF - PARIS
- PRÉVÔT - BORDEAUX
- AZARIAN - AMIENS
- HAUBOIS - C.C. LECLERC - GUÉRENDE
- HAUBOIS - C.C. LECLERC - LA ROCHE-SUR-YON
- HAUBOIS - C.C. LECLERC - SAINT-GILLES-CROIX-DE-VIE
- DIFFUSION - C.C. LECLERC - SAINT-GRÉGOIRE
- GAREL - ANNONAY
- GAREL - C.C. LECLERC - BOURG-EN-BRESSE
- GAREL - C.C. CARREFOUR - ECULLY
- GAREL - C.C. AUCHAN - SAINT-GENIS-LAVAL
- PELISSIER - VICHY
- MOGLIA - CHARLEVILLE-MEZIÈRES
- POQUE - LOURDES
- BELLE & POQUE - LOURDES
- PARUR - LOUVIERS
- DEBEC - YVIGNON
- AUGIS 1830 - LYON
- CLAUDE - MONTCEAU-LÈS-MINES
- LOUIS FERRET
- SO OR - M. JOBARD - CHATEAUGIRON
- SO OR - M. BRISON - LA ROCHE-SUR-YON
- SO OR - M. BRISON - C.C. LECLERC - REZE
- SO OR - M. COUVONT - C.C. RIVES D'ARON - BÈGLES
- AGNÈS PELLEGRIN - AIX-EN-PROVENCE
- HARDY - METZ
- STOVEN - SAINT-OMER



FOURNIER



- NOËL - METZ
- C. BARRIER - PARIS
- STOVEN - SAINT-OMER
- L'ANNEAU D'OR - C.C. LES FLÂNERIES - LA ROCHE-SUR-YON
- PELTIER - C.C. CARREFOUR - LAON
- MORNIER - BORDEAUX
- JALADIS MAILLARD - ABBEVILLE
- JALADIS MAILLARD - ROUEN
- LEPAGE - NICE
- DUHALDE - BIARRITZ
- DUBREUIL - LE VESINET
- GEORGES JOAILLIER - C.C. GRAND QUARTIER - SAINT-GRÉGOIRE
- GEORGES TENDANCE - C.C. GRAND QUARTIER - SAINT-GRÉGOIRE
- BOBARD - SÈGRE
- PHILIPPARIE - LIMOGES
- ISABELLE DEBEC - C.C. LECLERC - PORNIC



ferret



Korloff

**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](http://www.nombredor-architecture.com)



**PRÉVÔT**  
Joaillier fabricant



**AZARIAN**  
Joaillier



**hQuboïs**



**OR**  
BARBON



**GAREL**  
Joaillier fabricant



**PELISSIER**



**MOGLIA**



**Belle & POQUE**



**POQUE**  
Joaillier fabricant



**PARUR**  
Joaillier



## Pourquoi utiliser la stratégie des mots clés pour un site

Tout article mis en ligne devrait être pensé en termes de mots clés. Il existe un outil mis à disposition par Google, gratuit et efficace. Il suffit d'ouvrir un compte Google pour avoir accès à Google Adwords et le fameux générateur de mots clés.

Mot clé	Catégorie	Recherches mensuelles dans le monde entier	Recherches mensuelles dans les zones ciblées	CPC approximatif (Réseau de Recherche)
"bague fiancailles"	Époux	2 483	1 900	2,28 €
Autres résultats similaires				
"fiancailles"	Moyen	60 580	40 500	2,79 €
"bague fiancaille"	Époux	14 880	12 300	2,29 €
"bague fiancaille femme"	Époux	1 280	1 000	2,06 €
"bague fiancaille homme"	Époux	880	720	2,01 €
"bague fiancailles"	Époux	390	320	2,36 €
"bague fiancaille et"	Époux	320	280	2,59 €
"bague fiancaille cadeau"	Moyen	210	170	1,82 €
"bague fiancaille pas cher"	Époux	210	170	1,98 €
"bague fiancaille"	Époux	210	160	2,22 €
"prix bague fiancaille"	Époux	210	160	1,66 €

Exemple avec le générateur de mots clés Adwords

### A quoi sert le générateur de mots clés

Il s'agit d'un outil qui fournit des indications sur le nombre de « recherches mensuelles » saisies par des internautes sur le mot clé indiqué, vous y trouverez aussi le prix du CPC (Coût Par Clic), si vous souhaitez réaliser une campagne publicitaire sur l'un de vos produits avec Google Adwords.

Il est donc très intéressant de connaître le nombre de visiteurs potentiels - recherches mensuelles - sur un mot clé. En effet, **si votre article contenant ce mot clé se trouve positionné en première page des résultats de recherche Google, le nombre de visiteurs sera proportionnel aux « recherches mensuelles » indiquées par Google.**

### Exemple avec le mot clé « bague fiancailles »

« Fiançailles » sans la cédille car, en

général, les internautes ne s'ennuient pas avec ces petits signes.

Nous obtenons pour « **bague fiancailles** » - entre guillemets - **1 900 recherches mensuelles en zone France**. Nous savons donc qu'environ 1 900 internautes saisissent ce mot clé mensuellement.

Google indique aussi que cet autre mot clé « **bague fiancaille** » - sans « s » à **fiancaille** - est très intéressant, car **il donne 12 100 recherches par mois, soit 6 fois plus que le mot précédent.**

Ne trouvez-vous pas qu'il serait très dommage de passer à côté de « **bague fiancaille** » qui possède un potentiel 6 fois supérieur à « **bague fiancailles** ».

**C'est l'immense utilité du générateur de mots clés, qui donne le nombre de recherches mensuelles pour une expression précise, mais qui vous indique aussi les autres termes de recherches proches de votre demande.**

### Un outil qui permet de travailler en amont

Ce qu'il est très important de comprendre, c'est que le générateur de mots clés va permettre de choisir en amont, les mots clés les plus efficaces en terme de visitorat, et fournir d'autres expressions qui peuvent apporter de nombreux visiteurs.

**Cette stratégie est efficace à condition de l'utiliser en amont, c'est-à-dire avant la rédaction des articles.**

En effet, dans cette démarche, vous utiliserez les meilleurs mots clés pour vos articles, ceux qui apportent le plus de visiteurs qualifiés, et non plus le hasard.

Les webmarketteurs utilisent cette méthode qui reste largement accessible à tous. Il faut juste prendre le temps de découvrir cet outil et de l'expérimenter. Mais, le temps passé à l'apprentissage sera largement rentabilisé. ■ D.P.

the **swiss** power source



SWATCH GROUP ELECTRONIC SYSTEMS

**renata**   
batteries

Renata Batteries – 112 Avenue Kléber – 75116 Paris  
Tél : 01.53.81.22.06 – Fax : 01.44.37.90.17 – Site : [www.renata.com](http://www.renata.com)

## Rado futuriste



Rado Esenza en Ceramic - Touch - all Black

Rado, la montre du futur, continue à explorer les techniques avant-gardistes, et présente sa céramique Touch - Esenza. Noir ou blanc, ce modèle pour femme est tout à la fois rond, doux et sensuel. De



Rado Esenza en Ceramic - Touch - all White

plus, tactile, il obéit d'un glissement de doigt à chaque commande. Il suffit de poser l'index sur le verre, et de le faire glisser le long du boîtier pour changer l'heure. Un geste aussi facile que ludique, dont on ne se lasse pas ! ■

## Trollbeads



Trollbeads, la marque de perles danoises distribuée par d-sign France depuis juillet 2012, a dopé ses ventes depuis janvier 2013, grâce notamment à sa présence au salon Printor de Lyon. Forte de son succès, elle n'hésite pas à renforcer son équipe commerciale, en engageant Pernille

Poulsen comme directrice commerciale. Danoise, résidant en France depuis plus de 10 ans, elle possède une forte expertise du bijou et une longue expérience dans le secteur HBJO : des atouts supplémentaires pour développer la marque et maintenir les liens étroits entre les deux cultures. ■

## Philippe Mas

Tout votre SAV disponible en ligne



Philippe Mas, l'un des principaux fournisseurs de SAV pour l'horlogerie-bijouterie, en piles, apprêts et autres outillages. L'ensemble de ses réfé-

rences est disponible sur son site internet : commandes en ligne, par mail ou par téléphone, traitées et expédiées le jour même. ■ [www.pmas.fr](http://www.pmas.fr)

## By Flavie

Grappe, première collection joaillerie

By Flavie ressemble à sa créatrice, une artiste à l'imagination fertile, influencée par le mouvement Pop Art. Sa première collection de joaillerie, Grappe, contemporaine et modulable, est faite pour ponctuer les moments clés de l'histoire d'une vie, baptêmes, anniversaires, fiançailles. Originale, elle est sertie de diamants fluorescents, disséminés dans les



By Flavie - bague Grappe or et diamants pavages ou les lignes de pierres. Absolument naturels, ils brillent d'un éclat incroyable la nuit, sans être démasqués le jour. ■



## Avec Perspectives - Le Bijoutier des Créateurs donnez un coup d'éclat à votre image de marque !

**P**rofessionnel passionné, vous faites tout pour faire évoluer votre bijouterie. Aujourd'hui, pour vous accompagner et développer votre activité, vous pouvez compter sur un partenaire précieux : **le groupe Perspectives.**

Réunissant les bijoutiers indépendants les plus exigeants, **le groupe Perspectives** offre un savoir-faire et un professionnalisme alliés à une création toujours renouvelée.

### Avec le groupe Perspectives, démarez-vous...

Accompagnement personnalisé, large gamme de services, force d'un réseau... Découvrez toutes les opportunités que **le groupe Perspectives** réserve à ses adhérents :

- une dimension humaine,
- une exclusivité territoriale,
- des outils de communication haut de gamme : catalogue image, site Internet personnalisé, PLV...
- une relation privilégiée avec les fournisseurs les plus représentatifs du marché,
- une assurance groupe « globale bijoutier »,
- une assistance à la gestion et au pilotage de vos projets.

**Le groupe Perspectives vous intéresse ?**  
Prenez contact avec nous en toute confidentialité...

*Surprendre pour séduire, toujours et encore plus : telle est la philosophie de la joaillerie attitude du Bijoutier des Créateurs...*



Contact : Jean-Luc Gauthier : 0 685 690 913  
[www.lebijoutierdescreateurs.fr](http://www.lebijoutierdescreateurs.fr)

## Couleurs d'été

**P**our l'été les Trench de Burberry sortent leurs bracelets de couleurs métalliques.

En peau de serpent les cuirs, légèrement bombés avec surpiqûres ton sur ton, s'inspirent de la palette de couleurs des collections Burberry Prorsum. Grenade métallisé, orange vif métallisé, or ancien métallisé, violet métallisé, les couleurs sont vives, et irradient de gaieté !

Disponible avec les boîtiers 34 mm et 38 mm. ■



Burberry - The Britain - Metallic straps - Metallic poppy orange - Metallic pomegranate pink

## Le béton récompensé par le Red Dot Award 2013



**A**près avoir été brillamment utilisé par le créateur français Patrice Fabre, le béton fait le bonheur d'un viennois qui redécouvre ses qualités et réalise des boucles d'oreille primées par

le Red Dot Design Award. Thomas Hauser, le créateur récompensé, a conçu une ingénieuse structure en palladium, sur laquelle le béton est projeté. Déposé en plusieurs couches, son épaisseur finale dépasse à peine le millimètre pour un résultat plaisant à l'œil. Très léger, le béton utilisé ne pèse que 2,3 grammes au centimètre cube, soit huit fois moins que l'or ! ■

## Twirl de Neelia



**G**ay Frères étoffe sa collection de bijoux Neelia avec sa ligne Twirl. Très féminine, facile à porter, et élégante, en or rose, en or



blanc et diamants, elle se décline en bague, bracelet et pendentif, et en différentes tailles.

De 400 € à 2400 € ■



## La montre de l'espace

**R**omain Jérôme lance la Spacecraft au look de vaisseau spatial. Avec son boîtier trapézoïforme insolite de 50 x 44,5 x 18,5 mm en titane extrudé traité PVD noir, elle impressionne, mais donne également l'heure selon un mode de lecture très original. Les minutes se lisent sur le dessus, tandis que les heures linéaires sautantes



Romain Jérôme - ovni

et rétrogrades se lisent latéralement. Une autre dimension du temps ! ■

## Florian Legoff Lilac joaillerie

**J**eune créateur en joaillerie, Florian Legoff développe un style avant-gardiste, aux lignes pures. Son inspiration, il la puise dans la période Art Déco, pour donner naissance à des créations contemporaines, sobres et équilibrées, serties



de pierres d'exception. ■  
www.lilacjoaillerie.com

# Donnez-vous tous les atouts pour réussir



**N**ouveaux 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.



Contact  
NOUVEAUX BIJOUTIERS SA  
05 45 69 63 87  
nouveauxbijoutiers@nouveauxbijoutiers.fr  
www.nouveauxbijoutiers.fr

**DES BIJOUTIERS, DES VRAIS**

Partenaires exclusifs de [www.guide-bijoux.com](http://www.guide-bijoux.com)

## Eberhard en couleurs



Eberhard - Chrono 4 colors orange

Plus de dix ans après avoir révolutionné la lecture du temps, avec le Chrono 4 doté de ses 4 compteurs alignés, Eberhard réinterprète le look, le style et les dimensions de son chronographe mythique. Sa nouvelle collection, limitée à 600 exemplaires s'exprime en couleurs. Avec son boîtier en acier de 43 mm, Chrono 4 Colors présente un cadran



Eberhard - Chrono 4 colors red CMYK

noir à finition « soleil », sur lequel ressortent des index lumineux de couleur rouge, jaune, verte, bleue ou noire. ■

## Le 51

### La nouvelle révolution Swatch



Les bureaux Swatch à Francfort en Allemagne

Après avoir sauvé l'horlogerie suisse en 1983, Swatch revient 30 ans plus tard, en 2013, avec un mouvement automatique révolutionnaire : le 51. Un calibre composé de 51 éléments, entièrement automatisé et 100 % Swiss Made, qui équipera des montres entre



Swatch - Système 51

100 € et 200 € ! Avec 100 % des composants innovants, c'est bien davantage qu'une évolution, et bien d'une rupture technologique dont il est question. Une nouvelle révolution signée Swatch ! ■

## Anonimo

### Design italien et fiabilité suisse

Née à Florence sur les rives de l'Arno, Anonimo a grandi et s'est développée en Suisse, dans un pays où l'horlogerie est reine. De son Italie natale, la marque a gardé l'expertise des fabricants de boîtiers. Connues pour l'excellence de ses fabrications, les montres Anonimo dotées d'un mouvement Suisse Made, lient design italien à la fiabilité et à la précision suisse. Rachetée en 2012, la marque Anonimo poursuit son évolution en se concentrant sur ses points forts, un style identifiable et une qualité de fabrication indiscutable avec 4 lignes : La Militare, La Dual Time, Le



Anonimo - Militare automatic

Cronoscopio, La Sailor. Et toujours dans un souci du meilleur rapport qualité prix. ■

[www.anonimo.com](http://www.anonimo.com)

## Les horizons aquatiques d'Oris



Oris - Aquis Depth Gauge

Fort de son expérience acquise dans le développement et la fabrication de ses collections ProDiver et Aquis, Oris a décidé de créer une montre de plongée mécanique, grâce à un procédé ingénieux, en

s'appuyant sur :

- L'Aquis, un modèle déjà éprouvé
- Une jauge de plongée très sensible dont la montre est équipée
- Un excellent rapport qualité prix.

Véritable instrument de chronométrage doublé d'un instrument de mesure de la profondeur, la montre Oris, vendue dans un coffret étanche spécial, est un véritable compagnon de vacances et de plongée. ■

POUR NE PLUS JAMAIS VOUS SENTIR SEULE,  
ADOPTÉZ PLUTÔT UN SOLITAIRE !



*Qu'attendez-vous  
pour entrer  
chez votre bijoutier ?*

[www.lesbijouxprecieux.com](http://www.lesbijouxprecieux.com)

## Neelia

**Le luxe au féminin selon Gay Frères**

Référence de la tradition joaillière française, la Maison Gay Frères vient de lancer une nouvelle marque de bijoux « NEELIA » pour répondre aux attentes des femmes actuelles et leur faire partager sa vision du luxe.

### **Neelia, une joaillerie nouvelle génération**

Avec NEELIA, c'est effectivement une nouvelle génération de bijoux que Gay Frères propose aux femmes d'aujourd'hui, tout en perpétuant le meilleur de son savoir-faire : la créativité des collections et la perfection de ses pièces. En s'affranchissant des codes classiques, Neelia donne un vrai coup de jeune à la joaillerie. Avec des créations complètement dans l'air du temps, NEELIA offre aux femmes une vision moderne et décomplexée du luxe à la française. Être aussi à l'aise en jean qu'en robe du soir et faire craquer toutes les générations, de jour comme de nuit.

### **Neelia, une envie de bijoux au féminin actuel**

NEELIA raconte l'histoire de ces femmes actuelles, audacieuses, féminines qui ont choisi le style plus



*Infinity - Bague en or blanc, diamants et péridot*



*Infinity - Boucles d'oreilles en or blanc, diamants et tourmaline rose*



*Eléa - Collier en or blanc, diamants et améthyste*



*Eléa - Bague en or blanc, diamants et turquoise*



*Rosace - Bague en or blanc, diamants et perle blanche*



*Rosace - Collier en or blanc, diamants et tourmaline rose*



*Twirl Collier en or rose*

*Twirl Bague en or blanc et diamants*

que la mode. Avec des bijoux qui fonctionnent comme une signature de personnalité, et non comme un signe extérieur de richesse, Neelia redonne aux femmes le plaisir d'apporter, délicatement sans ostentation, une touche personnelle et féminine à leur silhouette. Cette touche de séduction, instinctive, spontanée et délicieusement irrésistible de Neelia, fait rêver les femmes et leur ouvre la voie vers de nouveaux désirs.

### **Neelia, des bijoux dans l'air du temps**

Avec les quatre lignes emblématiques, Elea, Infinity, Rosace, Twirl, au style épuré, déclinées en bagues, colliers, bracelets, boucles d'oreilles, disponibles en plusieurs tailles et variantes de sertis, la collection NEELIA accompagne tous les moments forts de la vie des femmes, dans les petits matins du

quotidien comme dans les grands soirs. C'est un univers riche de plus d'une centaine de bijoux, talismans à fleur de peau, bijoux fétiches, des pièces remarquables de perfection au design moderne qui sculpte la poésie des émotions féminines avec des matières nobles : or, diamant, pierres fines et précieuses.

A découvrir au plus vite ! ■ M.T.



# Trollbeads

**Certaines maisons savent raconter leur histoire comme personne**

« Certaines histoires vraies ressemblent à des contes de fées » dit le site de Trollbeads.



**T**rollbeads signifie Perles des Trolls. Mais au fait, qui sont les trolls ? Des personnages de légendes nordiques, farceurs et ... pas toujours gentils, incarnant les forces de la nature, des lacs, des montagnes et des bois. Ces hôtes des forêts sont si familiers des contes à la veillée que la créatrice Lise Aagaard a décidé d'en faire le nom de sa société. Et c'est une belle histoire que nous conte Trollbeads. Ses perles de verre

de Murano sont fabriquées et « soufflées » une à une, combinées d'une ribambelle de petites miniatures d'or et d'argent, marquant les temps forts de la vie d'une cliente, comme des collectors des moments dont elle voudra se souvenir (voir notre numéro de Mars-Avril). Chaque perle est une histoire ? Non, ce serait trop banal. « Chaque histoire est





*Les baguettes de verre*



*Baguette de verre fondue à 800°*



*Chaque perle est travaillée à la main*



*Finition manuelle*

une perle » rectifie Lise Aagaard. Et si vous étiez au salon Printor 2013, vous aurez peut-être vu l'artiste souffreuse de verre à l'œuvre sur le stand Trollbeads. Les fines baguettes de verre coloré sont fondues à 800° puis enroulées comme un miel liquide autour d'un axe, et ensuite travaillées à la main pour ajouter motifs, décors et nuances. Un travail de très grande précision qui ne permet pas l'erreur.

Les perles Trollbeads en argent et en or sont fabriquées grâce à la technique de fonte à cire perdue, vieille de 3 000 ans et bien connue des bijoutiers. Quant aux perles en pierres fines, Trollbeads ne sélectionne que les meilleures gemmes pour la fabrication de ses bijoux. Certaines n'existent donc qu'en quantité limitée, et chacune est unique.

Plus de 50 designers participent à la création des perles, chacun selon

ses goûts et ses talents (« Faites bien ce que vous faites le mieux » leur inculque Lise Aagaard) et chaque année, le concours de création People's Bead de Trollbeads, largement ouvert à tous les amoureux de la marque, permet d'enrichir la collection. Trollbeads possède aujourd'hui plus de 500 modèles différents, impressionnant quand on sait que chaque perle de verre est faite à la main. ■

*I.H.*



# Les Empreintes

**Pour des messages éternels...**

De tout temps l'homme n'a cessé de vouloir laisser sa trace et transmettre des messages à travers les âges. Aujourd'hui les techniques de gravure autorisent l'inspiration la plus folle à s'exprimer sur un bijou et à laisser son empreinte à l'éternité. Nombre de conteurs ont déjà écrit leur histoire, suivez les traces de quelques vies ...



*Lola, 5 ans, écrit son histoire.  
Les Empreintes*



*Justine, laisse sa trace dans l'or.  
Les Empreintes*

Les Egyptiens mêlaient art et histoire pour que celles-ci nous parviennent et nous fascinent. A travers leurs bas-reliefs, ils ont su nous transmettre leurs croyances et leurs personnalités. Aujourd'hui, 4000 ans après, la vallée du Nil nous attire et nous fait rêver.

A leur tour, les indiens Anasazi, ont gravé leurs signes et leur culture de manière pérenne, laissant ainsi l'empreinte de leur passage, en Amérique du nord le long de la route 66. Cela nous permet d'apprécier leurs œuvres picturales depuis plus de 1000 ans.

D'autres ont choisi de laisser une empreinte éternelle, dans l'histoire, en foulant une « terre » vierge. Ainsi, le 16 juillet 1969, l'équipe d'Apollo 11 nous fait vibrer en posant un pied sur la lune, astre symbole de rêve et de magie depuis des millénaires. Les amoureux de toute époque,

laissent les signes de leurs sentiments incrustés dans les arbres, témoins de leur histoire. Les empreintes vous proposent de sauver un arbre en créant un bijou, représentatif de votre amour.

Aujourd'hui Les empreintes vous offrent la possibilité de graver vos témoignages dans des matières précieuses, afin qu'ils étincellent pour l'éternité.

Ecrivez votre histoire. ■

M.T.

**Aurore de BRAUER**  
**4, Chemin des Remises**  
**60410 VERBERIE**  
**Tél : 03 44 40 54 84**  
**Fax : 03 44 40 53 17**  
**Courriel : b.guiof@lesempreintes.com**



*Elise et Antoine ont scellé leur amour. Les Empreintes*



*Les Dupond, vibrent en famille. Les Empreintes*



imaginons votre bijouterie...



13 bis, rue du Chêne Vert / 22330 Plessala / T 02 96 26 10 03 [www.aceragencement.fr](http://www.aceragencement.fr)



# Métaux Précieux de France

## Un système de fermeture pour oreille percée en 1 seule pièce

Très prochainement, MPF lancera un nouvel apprêt pour la bijouterie : un système de fermeture pour oreille percée en une seule pièce dont la facilité d'utilisation devrait séduire rapidement de nombreux utilisateurs. Christian Ruquier, directeur de MPF, nous le présente en avant première.



**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie :** Historiquement les systèmes de fermeture pour oreilles percées sont en 2 parties, c'est une petite révolution que vous opérez là avec un système à une pièce.

**C**hristian Ruquier : Nous avons créé et développé SWISSBACKS précisément pour éliminer la deuxième partie et ainsi faciliter l'utilisation du système de fermeture d'oreille. Actuellement les systèmes d'attache sont composés de deux parties : la tige plus la pièce de fermeture et l'opération de fermeture n'est pas confortable. Le système SWISSBACKS est plus simple. Il est fait d'une pièce unique : un simple tube à charnière que l'on rentre dans le trou de l'oreille percée et dont on rabat l'extrémité pour le clipser. La manipulation peut se faire d'une seule main.

SWISSBACKS est très léger avec un poids inférieur à 0.25g, facile à utiliser,

esthétique car il n'est pas visible derrière l'oreille. Ce système totalement intuitif dans l'utilisation, a reçu des réponses incroyables pendant les essais effectués sur le terrain.

**L'OHB :** Et au niveau prix, est-il compétitif ?

**C. Ruquier :** Compétitif, SWISSBACKS le sera forcément car il est très léger, et au prix de l'or actuel, c'est une qualité inestimable pour nos clients. Le marché du bijou mondial, grandissant fermement depuis 2010, le système SWISSBACK a un potentiel important de croissance future.

**L'OHB :** A partir de quand, les professionnels pourront-ils découvrir ce nouveau produit ?

**C. Ruquier :** Dès la fin mai, dans notre agence commerciale rue de Chateaudun où nous avons le stock permanent de tous nos apprêts et semi-produits pour la bijouterie. Il sera présent dans le nouveau catalogue qui va sortir prochainement. Mais dès à présent nos clients peuvent nous contacter pour SWISSBACKS. ■ M.T.

**Contact MPF**  
1 rue de Chateaudun. 75002 Paris  
Tél : 01 53 16 17 16  
email : [cruquier@mpf-sas.com](mailto:cruquier@mpf-sas.com)





**MAREA**  
b a r c e l o n a





# Marea

**Quand la belle fantaisie conquiert le monde ...**

Un vent de fantaisie soufflerait-il sur la planète ? On peut le croire à la confirmation mondiale du succès des montres Marea qui ne se dément pas et ne fait que progresser depuis 17 ans. La demande du public explose dans le monde entier. Interview de Mickael Leal, general manager de Marea France.



**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Bâle 2013 a consacré la demande du public pour les montres Marea.**

**M**ickael Leal : Absolument. Aujourd'hui la demande du public est forte dans presque tous les pays d'Europe, l'Amérique latine est quasiment couverte, en Asie du Sud-Est nous avons

des clients dans des pays tels que Taiwan ou les Philippines qui ont 100 à 200 points de vente.

Au Moyen Orient, le Qatar, l'Arabie Saoudite, entre autres, nous ont surpris par l'importance de leur demande. En 2013, les montres Marea ont une belle présence sur les cinq continents.

**L'OHB : Qu'en est-il sur le marché Français ?**

**M. Leal :** Le marché Français suit la tendance. La demande du public est de plus en plus importante et on voit le développement des détaillants fantaisie et l'invasion de la fantaisie chez les détaillants HBJO. Avec deux avantages évidents, un



taux de rotation des produits élevé et des problèmes de sécurité quasi réduits car les braqueurs ne sont pas intéressés par des produits à moins de 100 euros.

Par ailleurs, la fantaisie de 50 € à 300 € séduit de plus en plus les Français, autant dans les bijoux (céramique, acier, plaqué...) que dans les montres de marque connue et à la mode.

Pour Marea France, notre challenge actuel est d'élargir notre réseau de dis-

tribution afin de pouvoir répondre aux demandes des clients finaux de plus en plus nombreux et fans de la marque.

**L'OHB : Parmi les nouvelles collections de Marea présentées à Bâle, les montres Met-a-like ressemblent à s'y méprendre à des montres classiques en acier. A tel point que la frontière entre le bijou classique et la belle montre fantaisie devient difficile à saisir**

M. Leal : Met-a-like signifie « comme

le métal ». Nous avons beaucoup travaillé pour que les revêtements plastiques de la collection Met-a-like de Marea soient le plus proche possible du métal naturel et que leur qualité visuelle soit la plus parfaite possible.

Cette collection sort courant mai dans les points de vente. ■ M.T.

**Contact**  
**Marea France**  
**Tél : 04 99 63 78 09**  
**email : info@marea.fr**



# Trendy

## Le joli printemps des montres

Pour aborder l'été, les enfants vont hisser haut les couleurs des dernières collections de Trendy éléments avec les montres Trendy Kiddy et LuluCastagnette. Anne Gillen nous présente ses créations.



LuluCastagnette



LuluCastagnette

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie :** Que ce soient Trendy Kiddy ou LuluCastagnette, les montres Trendy pétillent toujours de couleurs.

**A**ne Gillen : Oui, pour les enfants la couleur est de mise ! La collection Trendy Kiddy se veut d'habitude plus thématique (sport, animaux etc) que LuluCastagnette. Cependant les dernières Trendy Kiddy sont plus sobres, jouent avec les couleurs et les rayures, et ne portent pas forcément l'accent sur un thème précis. Très ludique, Trendy Kiddy séduit des enfants de 4 à 8 ans selon les modèles.

**L'OHB :** Et pour ce qui est de LuluCastagnette ?

**A. Gillen :** pour LuluCastagnette, les motifs et les teintes émanent de la marque LuluCastagnette. Le travail consiste à les exploiter pour en faire de jolies montres. Ici les derniers modèles sont pour les enfants, mais nous avons aussi des modèles jeune femme et femme. Pour les enfants, les montres en plastique sont idéales, parce qu'à la fois légères et solides. En septembre, la collection LuluCastagnette s'enrichira de plus

de 20 nouveaux modèles, et chaque tranche d'âge s'y retrouvera.

**L'OHB :** Peut-on déjà trouver les petites Lulucastagnette en boutique ?

**A. Gillen :** Les montres sont en stock, nos clients peuvent donc s'en approvisionner s'ils le souhaitent, si ce n'est pas déjà fait. ■ M.T.

[www.trendyelements.com](http://www.trendyelements.com)

# 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



Bijoux de saison

# POUR LES HOMMES



**Anonimo - MILITARE**  
chrono - Cadran A2 top-noir  
brosse vertical

**Chrono AG**  
Cover Edition  
Limitée

**Boccia**  
Montre en acier  
rectangulaire

**Lulu Ze Bear**

**Junghans Meister**  
Automatic

**Serge Blanco**

**Beuchat**  
BIG HERO  
PETITE SECONDE

**P**our nos hommes, ces héros des temps modernes ! Leur offrir la montre de leur rêve, ou le bijou qu'ils attendent, ludique ou discret. Un vaste choix !



**Boccia**  
Montre chrono  
en céramique noire

**Marca**  
Montre tonneau

# All White



**Dior VIII**  
**BLANCHE**  
33MM Jour

**Trollbeads**  
bracelet perles  
blanches sur acier

**Diamondfire**  
bague

**Marea**  
montre blanche  
double cadran

**Skagen**  
montre carrée

**Skagen**  
bracelet

**Gay Frère**  
collier or et calcédoine  
blanche -ELEA

**A**ll white, montres fantôme, bijoux lactés ! La tendance est au blanc pour les montres comme pour les bijoux, un blanc immaculé qui illumine une peau dorée. La céramique blanche, la nacre, le quartz blanc, l'or blanc et l'acier, et bien sûr le diamant, donnent toute leur puissance au blanc, couleur de l'été.



**Boccia**  
céramique blanche



**Neelia - Gay Frère**  
bague en or diamants  
et perle - ROSACE

**Marca**  
montre affichage  
digitale et analogique  
lunette or et blanc

# Bleu lagon



**Lyon Alliances Brillants**  
*solaire or et saphir*

**Gay Frères**  
*Bleu intense - aigue marine,  
diamants et or*

**Freegun**

**Trendy Kiddy**

Boccia

Beuchat

Trendy

**B**leu des mers du sud, ou bleu lagon, les bijoux comme les montres prennent la direction du grand bleu pour un été prometteur ! Les turquoises, les saphirs ou les aiguës marines côtoient les cadrans bleus ou les bracelets en silicone bleue pour un mariage bleu réussi.



**Technomarine**  
Cruise Steel



**Chrono AG Cover**  
PIEDRA



**Marea**  
montre bleu et or



**Chrono AG Cover**



**Gay Frères**  
Turquoise, or et diamants



**Lulu Castagnette**



**Trollbeads**  
Bracelet en cuir  
bicolore bleu et vert

Bijoux de saison

# Bijoux pour enfants



Légers, ludiques, colorés, les bijoux pour enfants sont parfois la réplique de ceux des grands, en plus petits, mais aussi des créations rien que pour eux. Charmants pour les tout petits, avec du sens pour les adolescents, et souvent éducatifs pour les consommateurs en herbe.



**Trollbeads**  
*Pink Explosion*

**Flik Flak**  
*montre rose bracelet silicone*



**Flik Flak**  
*Montre bracelet panda*

**Cyrielle M**  
*Bracelets perles carrées et pompon*

**Marie Laure T**

**Kidou**

Bijoux de saison

# Vague de perles



Parisse  
*ivresse*

La Belle vie

Gay Frères  
*Bo en calcédoine*

Trollbeads  
*Royal Blueberries straight*

Gay Frères  
*Rosace*

Henri J. Sillam

**R**ondes, de forme, provenant des mers chaudes de Tahiti ou des mers du sud, ou simplement perles de verre ou de cristal, perles de pierres fines ou de pierres dures, les perles incarnent la féminité absolue. Elles roulent sous les doigts et habitent avec élégance chaque tenue.



**Reminiscence**  
So Nice - collier en perles de verre et en cristal Swarovski

**MICHAEL KORS**

**Trollbeads**  
Afternoon Tea

**Alexandre J**  
Pendentif Osiris diamants  
perle de Tahiti

**Murat**

**SKAGEN**  
perles de quartz blanc

# BIJORHCA

PARIS

THE INTERNATIONAL FINE & FASHION JEWELLERY SHOW\*



DU VENDREDI 5 AU LUNDI 8 JUILLET 2013  
PARIS PORTE DE VERSAILLES\* | PAVILLON 5 | [WWW.BIJORHCA.COM](http://WWW.BIJORHCA.COM)

\*Le salon international de la bijouterie précieuse et fantaisie

Remerciements : Isabelle Langlois, Natacha Plano, Les Pingouins, Jajan Jajan, Vanessa Tugendhaft

Reed Expositions



agence five

# Grand débat

## L'or 9 carats

### Troisième partie et fin

Il nous a semblé essentiel de lancer un Grand Débat sur l'or 9 carats qui s'impose et concerne l'ensemble de la profession.

Nous avons choisi de laisser la « parole » aux détaillants et fabricants qui souhaitent donner leur avis sur le sujet.

Et le débat s'annonce passionnant, car il met en évidence des points essentiels qui éclaireront les choix de chacun des acteurs concernés par le 9 carats.

## L'or 9 carats

### L'opportunité d'une « nouvelle clientèle »

Dans le dossier sur l'or 375 ‰ paru dans le numéro précédent, nous avons eu de nombreux témoignages spontanés « à charge » sur ce nouvel or, portant essentiellement sur deux points :

- Pourquoi l'alliage s'appelle-t-il « or » créant la confusion dans l'esprit du client ?
- Est-ce un or de mauvaise qualité ?

Nous tentons aujourd'hui d'apporter des éléments de réponse avec des professionnels qui en ont une opinion positive.

#### Laurent Maucort, PDG de Matty

#### Les fabricants doivent être vigilants sur la qualité



« Le credo de Matty a toujours été de « rendre le bijou accessible », donc l'or 375 ‰ répondait parfaitement à notre objectif. En volume, il représente la moitié de nos ventes en or tous titres. L'accélération a été rapide. Encore marginal en 2010, il a fortement progressé en 2011 et

connu un réel essor en 2012. Quant à la qualité, nous effectuons à Besançon des contrôles très stricts sur ces bijoux, et je peux affirmer, avec 3 ans de recul, que nous n'avons pas plus de retour sur l'or 375 ‰ que sur le 750 ‰. S'il y a eu sur le marché des fabricants qui ont profité de cet engouement pour importer des produits peu qualitatifs, Matty n'est pas concerné. Mais le problème n'est pas seulement là. Les bijoutiers doivent comprendre que le marché évolue, qu'il y a de nouveaux besoins, une nouvelle demande, et qu'ils peuvent tout à fait y prendre leur place. Cela suppose la formation des équipes de vente, de nouvelles vitrines, des marges différentes, etc... Nous avons fait, chez Matty,

de gros efforts de formation de nos équipes de vente sur l'or 375 ‰, et nous identifions très précisément l'or 375 ‰ et l'or 750 ‰. Pas de confusion possible auprès du client.

Notre stratégie à 3 ans ? Rester sur notre créneau du bijou accessible, en offrant aussi des produits tendance, comme le plaqué or rose par exemple, qui s'inscrit dans la mouvance de l'engouement pour cette couleur d'or. Quant à notre distribution, nous passerons de 31 magasins, aujourd'hui, à 50 en 2016, exclusivement en ville, qui seront un « pont » entre le bijoutier de centre-ville, parfois un peu intimidant, et les centres commerciaux en périphérie. » ■

#### Et ailleurs ?

Les appellations « or » autorisées varient considérablement d'un pays à l'autre. L'Allemagne, le Danemark et certains pays de l'Est descendent jusqu'à 33,3 ‰, l'Arabie saoudite interdit les titres inférieurs à 750 ‰, les Pays-Bas, la Thaïlande, la Belgique, inférieurs à 585 ‰, les USA, inférieurs à 417 ‰, etc... Et l'éventail des alliages autorisés peuvent être, dans certains pays, beaucoup plus nombreux qu'en France.



 **VERSPIEREN**  
COURTIER EN ASSURANCES

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

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



[www.verspieren.com](http://www.verspieren.com)

01 49 64 14 07 – 01 49 64 12 34

[bijouterie@verspieren.com](mailto:bijouterie@verspieren.com)

## Yvan Le Dour, PDG de H Gringoire Halte au feu !



« Les bijoutiers français se sont sentis » un peu perdus » quand le prix de l'or s'est mis à flamber. Habités à des marges confortables, ils sont allés à la recherche de nouveaux produits plus accessibles pour contrer la hausse du métal précieux et répondre à la demande d'une clientèle dont

le pouvoir d'achat était en berne. Donc, il y a eu une forte pression à la baisse des prix sur les fabricants et on a vu apparaître des « petits » produits en or 375 ‰ pas chers et peu qualitatifs. Or, chacun sait que certains alliages sont à éviter, car ils rendent l'or fragile et cassant. Les bijoutiers se sont fait piéger par cette marchandise. Chez H Gringoire, nous nous sommes d'emblée positionnés sur le milieu haut-de-gamme avec la collection Golden 9, et avec un or 375 ‰ de bonne qualité. Car si nous tenons compte de la nouvelle contrainte de budget des clients, nous voyons aussi qu'il peut y avoir un nouveau marché. L'or 375 ‰ est une opportunité formidable ! Il peut

nous permettre d'approcher une nouvelle cible qui ne recherche pas forcément un petit prix : la femme qui veut se faire plaisir, qui recherche du volume, du chic, de la créativité. Cette clientèle est aussi celle de Golden 9. Avec cette gamme, nous offrons aux bijoutiers une PLV de qualité, de l'information, de la communication sur ces nouveaux produits. Nous leur disons qu'il faut réellement investir en temps et en communication sur ce nouveau créneau. Notre stratégie est d'ailleurs de monter en gamme, car nous allons lancer de nouveaux produits en or 375 ‰ et diamants. » ■

## Gérard Flamme, Directeur de l'Institut National de Gemmologie Pourquoi pas ? C'est un nouveau marché qui s'ouvre



« L'ING s'intéresse au sujet, nous avons d'ailleurs organisé le 2 avril dernier une conférence sur le thème « L'or est-il fini ? ». Il est vrai qu'il y a

une polémique sur l'appellation et la qualité, mais l'or 375 ‰ ne correspond-il pas à une nouvelle clientèle qui ne peut plus s'offrir de bijou en 18 carats ? Le responsable de ce désenchantement du marché est le coût exorbitant de l'or plus que l'or 375 ‰. A noter d'ailleurs que celui-ci a aussi détrôné le plaqué or. Il ouvre un nouveau créneau, gardons-nous de ne pas passer à côté, comme nous sommes un peu entraînés de le faire avec les AOC pour les vins, en campant sur nos positions. Par tradition, les Français sont élitistes culturellement, socialement, et veulent

conserver ce qu'il y a de meilleur et de plus haut-de-gamme. C'est bien, mais il faut aussi voir l'évolution du marché, sous peine de perdre des places. En Allemagne et en Grande-Bretagne, ce nouvel or ne pose pas de problème. En joaillerie, comme en horlogerie, on remarque une bipolarisation croissante du marché, le haut-de-gamme et le bas-de-gamme progressent, pas le milieu-de-gamme. L'or 9 carats appartient à la catégorie access qui a un vrai potentiel dans ce contexte. » ■ I.H.

A photograph of a space shuttle launching from a launch pad, with a large plume of white smoke and fire at the base. The shuttle is white with orange and black accents. The launch pad is a complex of metal structures. The sky is a clear blue with some white clouds at the bottom.

# FAITES DÉCOLLER votre Chiffre d'Affaires

## LA COMPAGNIE NATIONALE DE L'OR est spécialisée dans le rachat et la vente d'or et de métaux précieux.

Nous proposons aux bijoutiers :

- Un projet de **partenariat sur mesure** (Franchise ou Licence...)
- **Des prix garantis** quelle que soit la variation du cours
- **Un concept bien rodé** (Epinal, Vallauris...) pour des résultats financiers importants
- Des conditions optimales **de sécurité et de traçabilité**
- **Des procédures qui vont bien au delà** de la réglementation en vigueur pour la lutte contre le recel
- **Un accompagnement permanent** fort de 25 ans d'expériences dans ce domaine
- Le sérieux et le soutien d'une **entreprise française** qui connaît parfaitement votre métier



### CNAO FRANCHISING

Pour tous renseignements,  
contactez notre Directeur Réseau :

**M. BERNARD CORBI**

**04 93 34 24 62 • 07 63 29 89 89**

[b.corbi@lachatdor.com](mailto:b.corbi@lachatdor.com)



[www.compagnienationaledelor.com](http://www.compagnienationaledelor.com)

Parmi 21 agences en France : PARIS 3°, 14°, 18° | MARSEILLE | ANTIBES | METZ  
STRASBOURG | BLOIS | SAINT-NAZAIRE | TOULON | CANNES | NICE  
GRASSE | SAINT-RAPHAËL | ARCACHON | NANCY | LIMOGES | LILLE  
Bijouterie La Cie de l'Or • VALLAURIS | Bijouterie Rouyr • EPINAL  
Bijouterie Doria • 95 MOISSELLES

COMPAGNIE  
NATIONALE DE  
**L'OR**

**NOS ENGAGEMENTS  
FONT LA DIFFÉRENCE**

## Conception Nombre d'Or

### Bijouterie AZARIAN (AMIENS)



L'extension de la bijouterie AZARIAN, menée en 2006 par le cabinet d'architecture NOMBRE D'OR, avait su créer 2 univers, voire 2 magasins distincts, la bijoute-

rie et la joaillerie. Avec l'évolution du marché et une demande de plus en plus forte sur les marques haut de gamme, NOMBRE D'OR a de nouveau été sollicité pour faire évoluer l'espace

bijouterie qui n'avait à l'époque subi qu'un léger lifting.

La devanture, entièrement remaniée dans une teinte chocolat laiteux d'une grande douceur, unifie l'ensemble du magasin. Les vitrines de façade astucieusement travaillées sur plateaux tournants permettent de développer un linéaire d'exposition extérieur / intérieur. L'intérieur du magasin offre une ambiance lumineuse où la brillance des laques blanches du mobilier souligne le bois des cadres des vitrines et le grain des panneaux en cuir muraux. La grande sobriété des lignes permettra de répondre aux envies de chacun.

Conception NOMBRE D'OR

### DONJON - M. SUBRA - C. CIAL ST QUENTIN-EN-YVELINES



L'évolution du concept des magasins « DONJON » était une nécessité, surtout depuis l'ouverture de nombreux points de vente loin de la région toulousaine, cœur historique de l'enseigne. Attaché à garder les valeurs familiales qui font la force de l'enseigne,

NOMBRE D'OR a su insuffler de nouveaux changements sans remettre en cause l'ensemble du concept. Le rouge historique de l'enseigne est préservé mais devient plus lumineux pour souligner avec davantage de fraîcheur l'univers bijoux des magasins. Le bleu, qui était dédié aux

montres, a disparu au profit d'un gris taupe qui redonne de la cohérence et de l'unité aux 2 espaces, montres et bijoux. Les vitrines, en fonction de leur univers, se parent d'un élégant bois blanchi (bijoux) ou d'un bois brun grisé profond (montres). Ces bois sont moins veinés et structurés qu'avant mais offrent plus d'harmonie dans la lecture des 2 espaces, permettant la mise en valeur des espaces d'accueil et de quelques vitrines totems habillés d'un doré lumineux à la matière martelée. Fortement enraciné dans la tradition bijoutière, les magasins « DONJON » véhiculent l'image d'une modernité intemporelle : proximité et sens du service.

Conception NOMBRE D'OR



BERNADOU - CENTRE VILLE - TOULOUSE



FAN D'OR - CENTRE COMMERCIAL LES FLANERIES - LA ROCHE-SUR-YON



STOVEN - CENTRE VILLE - SAINT-OMER



ISABELLE DEBEC - CENTRE COMMERCIAL LECLERC - PORNIC



PELTIER - CENTRE COMMERCIAL CARREFOUR - LAON



PARTENAIRE AGENCEMENT

LE RESPECT. LA RIQUEUR

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



GEORGES JOAILLIER - CENTRE COMMERCIAL GRAND QUARTIER - SAINT-GRÉGOIRE  
 GEORGES TENDANCE - CENTRE COMMERCIAL GRAND QUARTIER - SAINT-GRÉGOIRE



BOBARD - CENTRE VILLE - SEGRÉ



FERRET - CENTRE VILLE - NICE



**CAP** AGENCEMENT

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

## FERRET - C. ial NICE CAP 3000 - NICE



La réouverture de la joaillerie FERRET au centre commercial NICE CAP 3000, était l'un des événements les plus attendus de cette année. Après la création du Kiosque ADDICT en début d'année, axé sur les « marques coutures », situé juste en face dans le mail, NOMBRE D'OR vient de signer une réa-

lisation hors normes, tant par la richesse des matériaux que par la finesse de l'architecture. La fusion des 2 espaces de vente déjà présents dans le centre commercial, offre un écrin réunissant la haute horlogerie et la joaillerie haut de gamme. Ces 100 m<sup>2</sup> de luxe déploient une palette de matières somptueuses :

marbre Emperor brun aux veinages marqués, laques craquelées insufflant un esprit art déco au lieu, bois grisé verni aux brillances profondes, feuilles d'argent illuminant le dôme central. La façade, à l'architecture géométrique tranchée, est adoucie par un subtil travail de verres sculptés, rétro-éclairés par des Leds, qui met en valeur l'exposition produits. Rolex, bien évidemment, y retrouve sa place de choix, mais aussi Baume et Mercier, Breitling, Bulgari, Cartier, Chaumet, Chopard, Dinh Van, Dior, Hermès, Hublot, Jaeger Lecoultre, Longines, Messika, Piaget, Tag Heuer, Zénith, et la Joaillerie Ferret. Fort de son succès, et afin de compléter son offre, la maison FERRET vient également d'ouvrir une troisième boutique spécialisée dans la mode et l'accessoire de luxe (CHOPARD, MONT BLANC, JERÔME DREYFUS, ARMANI), sous l'enseigne PREFERENCE.

*Conception NOMBRE D'OR*

## BIJOUTERIE GAREL - ANNONAY / C. CIAL CARREFOUR ECULLY / C. CIAL CARREFOUR St-GENIS-LAVAL



Après l'ouverture remarquable, en 2010, du nouveau concept élaboré par NOMBRE D'OR, pour les bijouteries GAREL dans la galerie marchande E. LECLERC de BOURG EN BRESSE, 2012 marquera une accélération dans l'évolution des points de vente du groupe GAREL, par le déplacement de la bijouterie du centre ville d'Annonay et le réaménagement de leur magasin de la galerie



JALADIS MAILLARD - CENTRE VILLE - ROUEN  
CENTRE VILLE - ABBEVILLE



MORNIER - CENTRE VILLE - BORDEAUX



LEPAGE - CENTRE VILLE - NICE



PHILIPPARIE - CENTRE VILLE - LIMOGES



DUBREUIL - CENTRE VILLE - LE VÉSINET



## DUTRIEUX AGENCEMENT

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



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>



marchande Carrefour d'Ecully. Les architectes de NOMBRE D'OR, pour ces 2 réalisations, ont parfaitement adapté les codes qui font désormais partie intégrante de l'image « GAREL » : un noir profond, dont la

densité s'allie à une esthétique faite de courbes majestueuses et de lignes aux rigueurs harmonieuses. Le parfait dosage entre le noir feutré de l'ensemble et les touches éclatantes de blanc fait que quelles que soient

l'architecture et la configuration des magasins, la séduction opère et accompagne la clientèle pour un voyage où seul le plaisir des sens compte.

*Conception NOMBRE D'OR*

## HARDY - METZ



Lorsque M. HARDY confia à NOMBRE D'OR, le projet d'extension de sa joaillerie suite à l'acquisition du local de gauche, la tâche semblait difficile tant cette nouvelle cellule paraissait exigüe. Maintenant que les travaux sont achevés, et malgré les différentes péripéties liées au projet et aux demandes de l'architecte des bâtiments de France, on peut dire que le résultat est un succès. Cette extension est devenue le point central de la joaillerie par son aspect décoratif hors d'échelle.

Après avoir recréé entièrement les planchers et accès du 2ème et 1er étages, NOMBRE D'OR a investi la surface de vente du RDC avec l'ambition d'y mettre en scène tout l'univers de la maison « HARDY ». La réussite de cet aménagement tient en premier lieu à la densité maîtrisée du rouge, couleur référence de la Joaillerie HARDY. Ce subtil travail du rouge trouve sa qualité dans l'association des matières, moquette profonde et moelleuse, velours de soie en assises au doux chatolement, murs travaillés à la manière d'un stucco aux délicates brillances. Le mobilier, travaillé comme de grandes malles de voyage, arbore un wengé intense, qui permet de valoriser l'insertion d'un corner IWC et d'un corner HUBLOT. Pour conclure cette réalisation avec panache, un lustre en verre de Murano à la blancheur cristalline et aux proportions démesurées trouve sa place dans l'architecture, apportant toute la majesté des maisons dites d'exception.

*Conception NOMBRE D'OR*



**PERJES**  
s é c u r i t é

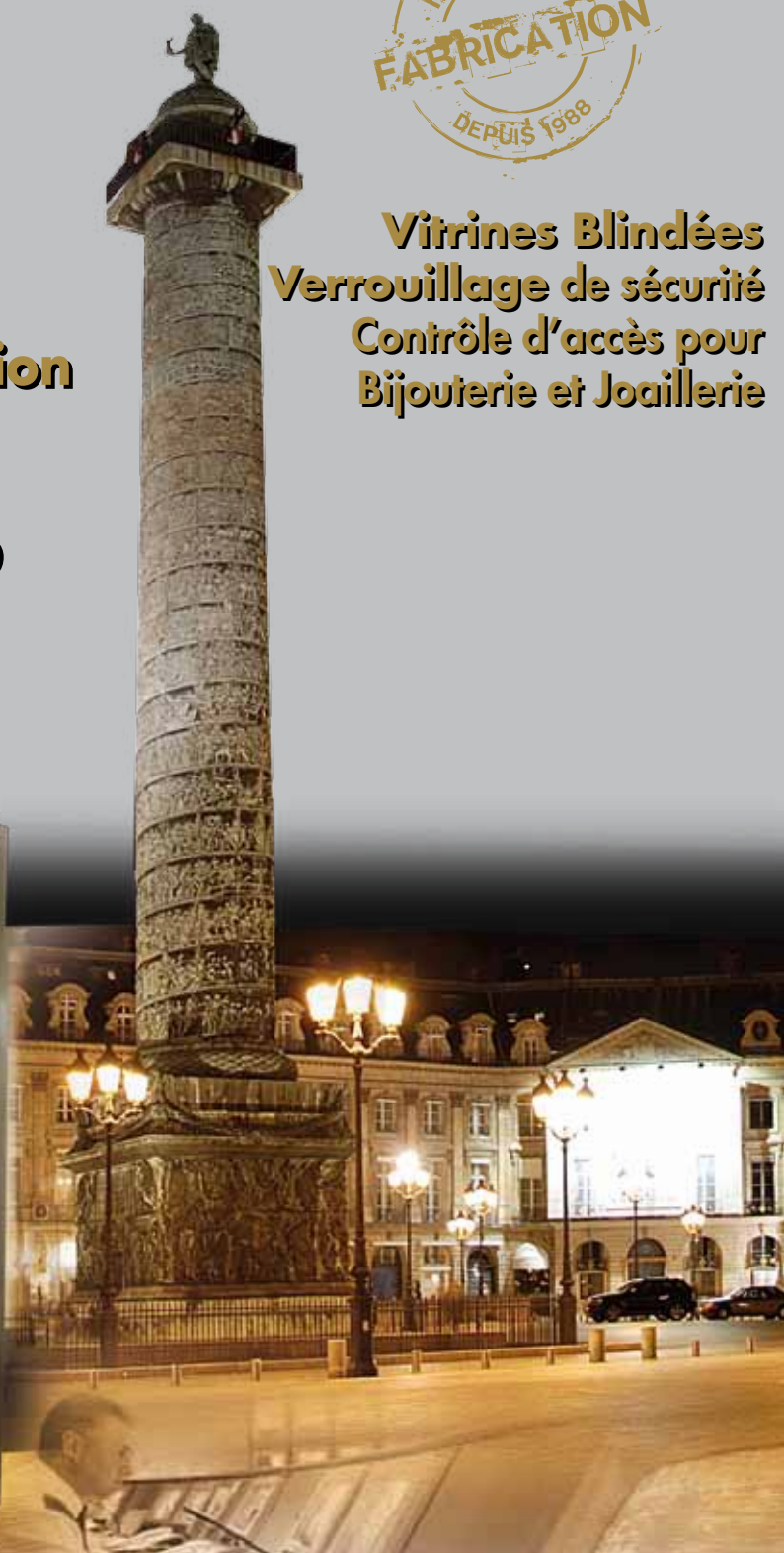
**Partenaire Nombre D'or**

**N°1 en Europe de la Protection  
de Bijouterie depuis 1988**

**Partenaire Fédération HBJO**



**Virrines Blindées  
Verrouillage de sécurité  
Contrôle d'accès pour  
Bijouterie et Joaillerie**



[www.perjes-securite.com](http://www.perjes-securite.com)

## Réalisation CAP AGENCEMENT

OR DIFFUSION - M. CHEREL  
E. LECLERC - SAINT-GREGOIRE



Avec une façade à 8,5 mètres de haut et une implantation en angle, le nouveau point de vente conçu par NOMBRE D'OR pour M. CHEREL dans l'extension du centre commercial E. LECLERC de SAINT-GREGOIRE, impressionne de par ses proportions. Véritable proue de bateau, la façade s'impose avec douceur grâce au travail sur les transparences et l'apport de touches colorées orange lumineuses. L'intérieur développe une circulation autour d'un kiosque qui distribue les différents espaces produits, le tout dans une ambiance chaleureuse. Le mobilier, aux tonalités taupes et à l'aspect velouté, s'appuie sur des murs revêtus de papier peint dont les discrets motifs redessinent une échelle humaine à l'ensemble de l'aménagement. Pour la touche déco finale, 3 lustres en cuir capitonné ont été positionnés au-dessus du point accueil caisse. Ce magasin est une invitation au voyage, car qui refuserait une croisière en bateau, même le temps d'une course.

Réalisation CAP AGENCEMENT  
Conception NOMBRE D'OR

## Agencement ATELIER B

COMPTOIR D'ITALIE - M. BEAZIZ  
LE KREMLIN BICETRE



Avec son impressionnant linéaire en devanture, on peut dire que les travaux de la joaillerie de M. BEAZIZ ne sont pas passés inaperçus. Cette nouvelle façade est certes un changement radical, mais un changement salutaire. En apportant un bel équilibre dans sa proposition architecturale, NOMBRE D'OR, par l'usage d'un brun profond pour chaque baie, a mis en valeur la pierre de parement des pilastres dans une modernité aux lignes sobres. L'homogénéité de la façade donne au magasin une mise en valeur que sa situation en angle méritait. L'intérieur, tout en placage bois verni aux teintes sombres, n'a rien à envier aux ambiances feutrées des joailleries haut de gamme de la place Vendôme. En effet, une fois l'élégant sas passé, le magasin s'articule autour d'une zone accueil conviviale distribuant 2 espaces en longueur, dont les perspectives se voient renforcées par le travail de corniches lumineuses en plafond. L'élégante moquette aux subtils motifs fleuris, associée aux habillages muraux en panneautage de cuirs beiges, apporte cette petite touche de douceur propice à flâner parmi les vitrines intérieures. Dans cette ville en pleine mutation, Comptoir d'Italie, fait d'ores et déjà office de référence, et donne le ton pour les aménagements futurs.

Agencement ATELIER B  
Conception NOMBRE D'OR

## Agencement DUTRIEUX SO OR - ARCHITECTE NOMBRE D'OR



Le concept des magasins SO OR, dessiné par le cabinet d'architecture NOMBRE D'OR, donne un véritable coup de fraîcheur à l'univers HBJO, avec ses couleurs acidulées et l'usage d'un vert printemps vivifiant, emblématique de la marque.

Preuve que le concept séduit toujours plus de monde, l'ouverture de 4 nouveaux points de vente en fin d'année 2012.

Pour M. BRISON et Mme Elie, NOMBRE D'OR vient de livrer 2 nouvelles créations en galerie marchande, HYPER U à LA ROCHE SUR YON et ATOUT SUD (E. LECLERC) à REZE. Quant à M. COURMONT, c'est dans le centre commercial RIVES D'ARCIN (CARREFOUR) de BEGLES qu'il vient d'inaugurer son nouvel écrin, une boutique en angle qui, avec l'agrandissement de la galerie et l'ouverture de 50 nouvelles boutiques au 2ème trimestre 2013, devrait se retrouver au cœur de l'activité commerciale. Pour M. BOBARD, l'opportunité d'acquérir un nouveau point de vente vient de se concrétiser à CHATEAUGIRON avec l'ouverture d'un nouvel HYPER U, et une surface de vente de 80 m<sup>2</sup>.

Le point commun de tous ces nouveaux aménagements c'est sans doute l'envie de partager une certaine joie de vivre au travers d'une architecture pleine de gaieté qui refuse de céder à la morosité et au fatalisme, car après tout, offrir un bijou reste un acte d'amour.

Agencement DUTRIEUX  
Conception NOMBRE D'OR

Agencement de votre sécurité depuis 1825 !



**Gunnebo France**  
Tél : 01 34 65 68 26 - Fax : 0 811 650 771  
info@gunnebo.fr - www.gunnebo.fr



Détection intrusion & vidéo-protection

Télé-surveillance

Protection des valeurs

Maintien et pérennité

Vitrines & Façades anti-effraction



Bague CARTIER  
Platine, une tourmaline verte  
de 35,73 carats, brillants.  
Crédit : Vincent Wulvercyk © Cartier 2012

## Précieuses pierres fines

Rien ne distingue les pierres fines des pierres précieuses de façon scientifique. Ce n'est qu'une appellation, une frontière que les artistes et les joailliers n'ont jamais cessé de transgresser. Il est temps de rendre aux pierres fines leur préciosité.



Bague Garland vintage  
circa 1960 - en or jaune et or gris,  
diamants, lapis-lazuli et turquoises



Broche orchidée  
Cartier Paris, 1937  
Or blanc, améthystes et  
aigues-marines de forme  
fantaisie, facettées, clous  
émaillés bleu pâle et mauve  
entre les pierres.  
Crédits : Nick Welsh,  
Collection Cartier © Cartier

L'appellation pierres fines (l'appellation « semi-précieuse » est interdite en France), qui distingue les quatre pierres précieuses, diamant, saphir, émeraude, rubis, de toutes les autres de même nature est plus une coutume qu'une appellation scientifique. Cependant, les pierres fines et dures ont toujours eu leur place dans l'éventail des pierres « précieuses » au sens émotionnel du terme. Dans l'antiquité, les créateurs de bijoux et d'ornements les utilisaient. Les Grecs et les Romains, les artistes du Moyen-Âge et de la Renaissance, les joailliers ensuite ont

toujours sculpté des pierres dures ou fines. L'améthyste, déjà utilisée par les Egyptiens et les Etrusques, devenue pierre épiscopale, fait partie des bijoux des couronnes russe et britannique, et trouve sa place sans scrupule chez les joailliers de la place Vendôme.

### Comment s'organise le marché des pierres fines

Entretien avec Michel Bruley, expert en pierres précieuses.

« Le marché des pierres de couleurs ne ressemble en rien à celui du diamant, il est moins centralisé, très fragmenté. Les mines sont de petites exploitations quasi individuelles dans la plupart des cas. Pas d'indice de référence pour les prix, pas non plus de grands centres d'achats comme pour le diamant, on va « faire ses courses » en Asie auprès de différents négociants. On découvre toujours de nouveaux gisements, on peut encore avoir des surprises. L'Afrique se met à produire de très belles pierres (tourmaline d'un bordeaux rare, Paraíba d'Afrique, ...) alors qu'en même temps, les rubis et les saphirs piétinent. Enfin, il y a une forte demande des joailliers, attirés par les possibilités infinies de couleurs, et qui ont des exigences précises en termes de teintes et de qualité. On voit aujourd'hui apparaître des pierres fines magnifiques qui n'existaient pas sur le marché il y a encore 15 ans. Tout cela influence les coûts de manière non prédictible. C'est un nouveau marché qui s'ouvre en joaillerie et qui a de belles années devant lui.

Les pierres fines ont donc toute leur place aux cotés des pierres précieuses. Un beau spinelle rouge ou vieux rose est infiniment plus rare et précieux qu'une émeraude verte, tout comme un lapis-lazuli exceptionnel ou encore une tourmaline Paraíba, une opale noire ou une aigue-marine très pure. Le grenat mandarin est superbe, avec des teintes introuvables ailleurs, de même que certaines tourmalines, mais les prix sont incomparables. Dans le cas des premières, on atteint le prix des pierres précieuses, voire du diamant. »



*Cartier Collier platine, une topaze impériale de 40,20 carats, deux perles fines non nacrées pour 65,05 grains, cristal de roche, onyx, topaze, brillants. Crédits : Julien Claessens & Thomas Deschamps © Cartier 2012*

Dans les années trente, belle période de créativité et d'audace en Occident, les joailliers ont mis le cristal de roche, les pierres fines et ornementales au service de leurs plus belles créations, jouant avec les contrastes, les couleurs, les matières, les formes, les volumes, la lumière. Ils ont su séduire des clientes cultivées, riches et audacieuses à la recherche d'objets d'art plus que de bijoux. Même si elle s'est follement amusée avec le diamant, la période Art Déco n'a pas eu besoin de pierres précieuses pour marquer définitivement l'histoire de la joaillerie. Aujourd'hui, les pierres fines et les pierres dures réveillent le côté ludique et audacieux du bijou, la pureté et la vivacité des couleurs. Admirables aigues-marines, citrines cognac et tourmalines géantes et absolument pures chez Dior Joaillerie. Pierres dures jaunes, bleues, turquoise sui-

## H Gringoire parle de féminité, de beauté et de couleur



*Pendentif H.Gringoire  
Or rose, améthyste  
et saphirs roses*

*Collier H.Gringoire  
Or rose, améthystes mauves  
et vertes, diamants*

**Le fabricant H Gringoire a fait de la pierre de couleur, pierres fines ou pierres précieuses, son étendard. Son PDG Yvan Le Dour parle avec fougue de sa passion pour les pierres de couleurs.**

« Notre propriétaire est une grande société thaïlandaise, nous sommes donc bien placés pour avoir accès aux plus jolies pierres du monde. Nos bijoux mélangent le diamant, les pierres précieuses et les pierres fines, pour offrir de la création, de beaux volumes, du chic. Nos clientes sont des femmes modernes, à la

recherche d'un bijou précieux, mais d'un bijou plaisir avant tout, pas d'un investissement. Nous proposons aux détaillants une PLV et des catalogues très qualitatifs, et même une formation pour les équipes de vente sur les pierres fines. Car il faut apprendre à en parler, et « former » le goût des clientes qui connaissent mal ces pierres. Celles-ci doivent retrouver leurs lettres de noblesse, être reconnues comme des pierres précieuses, car il n'y a qu'en France qu'on ne les appelle pas « précieuses », ce qui est une erreur.

vant les couleurs de la mode chez Louis Vuitton. Collier d'émeraudes et turquoises chez Bulgari. Pierres fines soulignées de diamants chez Chanel Joaillerie. Bagues Piaget où les pierres précieuses rendent hommage aux volumineuses pierres fines de centre. Colliers Cartier où des pierres fines de toute beauté fanfa-

ronnent en haute-joaillerie, Collier Zip mythique de Van Cleef et Arpels réinterprété en pierres fines. Sans compter le retour des cadrans de montres en pierre dure place Vendôme, réminiscence acidulée des années 60. Comment ne pas s'émerveiller ? ■ I.H.

Montre Ronde de Cartier  
42 mm, or gris, décor tigre,  
émail grisaille  
© 2011 Cartier International



## S'inventer par le storytelling

Qu'est-ce que le storytelling ? Les économistes expliqueront que dans notre ère post-industrielle, où la consommation n'est plus le sujet parce que nous avons déjà plus que l'essentiel, nous avons besoin de rêve. Une nouvelle clientèle apparaît, plus hédoniste, à la recherche de valeur et de sens, pas d'investissement, et prête à acheter plus cher un objet chargé d'aura et d'histoire.

Manchette Crystal Water  
de Valérie Mac Carthy  
chez Benedict or, agate  
bleue et apatite



Bague Edéenne «Envolez-moi» inspirée du conte d'Aladin et la lampe magique.  
En or gris, tourmaline néon bleu de 6,28 carats, tourmalines Paraïba, diamants et saphirs bleus taille briolette

### L'art de la mise en scène

Le storytelling est un art de la mise en scène : comment raconter une histoire autour d'une création pour l'ennoblir, la rendre différente, désirable, unique. La finalité n'est pas seulement de sublimer le bijou, il est aussi d'enchanter la cliente, de faire naître l'émotion et le plaisir qu'elle aura à porter un bijou. Celui-ci contient une valeur ou une histoire, elle va se les approprier. Les

années 20 déjà, avec l'apparition des Grands Magasins et la mise en scène des produits, les années 30 avec la folie Art Déco, ou les années 60 avec le design et la couleur qui s'emparent de la mode, du mobilier et de l'automobile, étaient déjà une forme de storytelling.

### Evoquer

Aujourd'hui, en période de crise et d'incertitude, de nombreuses

marques se plongent dans leurs racines pour rassurer, légitimer, ancrer leur image et leur pérennité. Les horlogers mettent en avant leur ancienneté, leur savoir-faire suisse, évoquent leur inventivité ou la grande complexité de leurs mouvements (montre Reverso chez Jaeger LeCoultre, montre ultraplate chez Piaget, travail de la laque chez Vacheron Constantin, ...) Quand les joailliers parlent de la qualité exceptionnelle de leurs ateliers, du choix des pierres, des années nécessaires à l'appairage, de la haute technicité de certaines pièces ou d'un serti invisible. Mi-avril, Christie's a vendu le Princie, un merveilleux diamant rose de 34,65 carats. Il a appartenu à Van Cleef & Arpels, porte le nom d'un des princes de Baroda en Inde, et vient des mines de Golconde, aujourd'hui disparues, connues pour leurs diamants roses légèrement orangés. Un merveilleux exemple de storytelling, dont toute la presse a parlé.

### Moderniser

Les grandes marques s'appuient sur les éléments de leur histoire pour inventer le présent. Ainsi Chanel Joaillerie a invoqué les bijoux de diamants créés pas Coco Chanel

**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



**TROLLBEADS**

THE ORIGINAL SINCE 1976

WWW.TROLLBEADS.FR



Accroche-cœurs

Chaque histoire  
a une perle



Diamond-like glass



Oursin en argent



Coquille



d-sign France

T: 01 44 49 07 56  
info@dsignfrance.fr

Présent au salon Bijorhca du 5 au 8 juillet 2013



*Bague «Wishes» qui se porte sur l'autre main et contient 3 diamants symbolisant les 3 vœux octroyés par le Génie de la lampe. - Or gris, bois d'amourette et diamants*

en 1932 pour lancer la Joallerie, et fêter de nouveau cet anniversaire en 2012. Cartier stylise et modernise en permanence sa mythique panthère, Piaget sculpte la « rose Piaget » sous différentes formes, ... Sans parler des trésors d'imagination que les maisons ont déployés pour aborder la clientèle chinoise avec des créations modernes, puisées dans l'histoire de la Chine ou dans leur propre histoire en Chine.

Il n'est pas forcément nécessaire d'avoir eu une activité ancienne et continue pour raconter une belle histoire. Les maisons Blancpain, créée en 1735, et Jaquet Droz en

1738, sont restées longtemps en sommeil. Elles ont su très bien restaurer l'image de leur passé prestigieux, convoquer le rêve, marquer leurs créations du sceau du raffinement et du désir.

## Etre unique

Véritable modèle de storytelling en joaillerie moderne, la créatrice Edéenne ne dessine que des bijoux à histoire, comme la bague « Envolez-moi » ornée d'une fabuleuse tourmaline Paraíba, à porter avec la bague « Wishes », qui renferme 3 petits diamants grelots, les 3 vœux. Bien d'autres, inspirées de

contes et de poèmes, de jardins et de voyages, réservent des surprises dans le détail de l'anneau, du serti, comme cette minuscule pantoufle de diamant au revers de la bague « Cendrillon ». Un peu visionnaire, Edéenne demande aussi à la cliente de se raconter, et va créer pour elle un bijou très inspiré. Elle a sans doute inventé le storytelling du client, car au-delà du discours de marque, souvent bien maîtrisé par les joailliers, il faut savoir écouter la cliente. L'avenir du storytelling est là.

## Inventer

Certains joailliers à la recherche d'exceptionnel présentent des créateurs comme dans une galerie d'art. Elsa Vannier à Paris ou Benedict à Saint-Germain-en-Laye partagent la même passion de pouvoir raconter des histoires sur les pierres extraordinaires, les combinaisons de formes et de matières rares en joaillerie, les styles uniques. Pour la cliente, c'est l'histoire qui devient sa parure, plus que le bijou. Elle se fait l'ambassadrice d'une légende.

Raconter l'histoire de sa famille, de sa boutique, de son savoir-faire, faire rêver en parlant d'un bijou ou d'une pierre avec sensibilité, s'intéresser à sa cliente avec empathie et sincérité, il y a mille façons de raconter des histoires, de transmettre une passion, une émotion, de faire voyager l'esprit.

L'ancienneté et le patrimoine historique n'en sont qu'une des facettes. A chacun de s'inventer. ■ I.H.

# SWISSBACKS

By Métaux Précieux France

SYSTÈME DE FERMETURE POUR OREILLES PERCÉES EN  
1 SEULE PIÈCE SÉDUISANT PAR SA FACILITE D'UTILISATION

**CATALOGUE  
DISPONIBLE**



Métaux Précieux France - 1 rue de Châteaudun - 75009 PARIS Tél : 01 53 16 17 16  
Email : [cruquier@mpf-sas.com](mailto:cruquier@mpf-sas.com)

## Perjes Sécurité

consultant de l'officiel H&B



Philippe Eiermann



# Sécuriser des vitrines à moindre coût

Le système d'asservissement autonome est très simple à installer et efficace. Comme il est indiqué dans le nom du système, chaque vitrine est autonome. Il permet de sécuriser des vitrines à moindre coût.



offre, à celui qui ouvre la vitrine, la certitude du re-verrouillage sans aucune intervention, elle garantit donc contre l'erreur humaine. Un oubli est toujours possible avec un système classique.

Le système RFID de gestion des vitrines est un élément qui simplifie la tâche pour l'utilisateur. Il apporte un véritable confort au quotidien, tant pour le responsable de la boutique que pour les employés.

Ce système a été développé spécialement pour des bijouteries qui n'ont pas besoin d'un niveau de sécurité élevé sur toutes les vitrines. Les coûts sont limités, l'installation est simplifiée et la RFID offre un confort d'utilisation très apprécié.

Il est certain qu'il est inutile, dans ces catégories de bijouteries, de mettre en place des systèmes hyper-sécurisés qui dépassent largement la valeur des bijoux exposés.

Perjes sécurité, acteur incontournable du métier, saura répondre à vos demandes précises. Comme il est le spécialiste du sur-mesure et fabricant français, il apporte un service unique, de l'étude au SAV, avec une exigence de qualité à tous les niveaux. ■ D.P.

Le système d'asservissement autonome est particulièrement destiné aux bijouteries moyen de gamme et fantaisie haut de gamme. Il offre l'avantage de ne sécuriser que quelques vitrines. Le coût du matériel et de l'installation est donc minimisé, contrairement à un asservissement centralisé sur l'ensemble des vitrines d'une boutique. Dans la majorité des cas, dans ces catégories de bijouteries, toutes les vitrines n'ont pas besoin d'un niveau de sécurité équivalent.

L'asservissement autonome permet une sécurité en « interne » qui garantit le bijoutier contre le vol de badges et la reproduction de clés, car l'as-

servissement autonome utilise des cartes RFID et remplace totalement la clé mécanique.

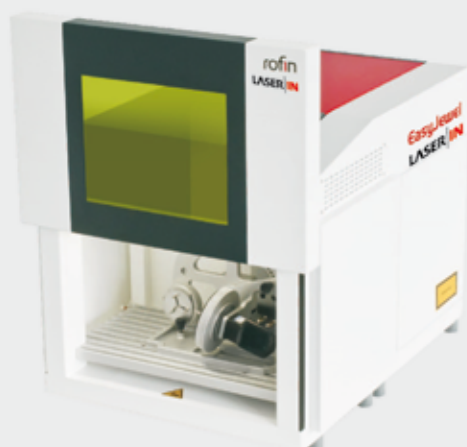
C'est un avantage de la carte RFID qui s'intègre parfaitement dans le mobilier, il n'existe plus de serrures apparentes et autres éléments visibles qui gâchent un peu un beau mobilier, par exemple.

En cas de perte ou de vol de badges, ils peuvent être reprogrammés en moins d'une heure ! La perte ou la détérioration de badges n'oblige pas non plus à changer les serrures. C'est aussi le re-verrouillage automatique de la vitrine. La solution RFID

## Stand R60

Laser de soudure / brasure pour atelier de production et réparations

Lasers pour la bijouterie, joaillerie, horlogerie, ...



### Dernière génération de laser de gravure - Easy Jewel IV

Gravure extérieure et intérieure de bagues symétrique et asymétrique (module de fixation pour bracelets en option)

Gravures plates et bombées sur bijoux, boîtes de montres, briquets, couverts, cadrans de montres, coupes etc...

Gravures graphique en 2 D <sup>12</sup>

Découpe jusqu'à 1,3 mm d'épaisseur

Contrôles des centrages par caméra

Gravures personnalisées avec la conception graphique, texte, manuscrits, structures en relief, poinçons, pré-marquage pour sertissage...

Gravures sur métaux: l'or, platine, l'argent, le titan, l'acier, inox, ... cuir, plastique... et bien d'autres matières

Nos lasers sont disponibles en 4 puissances différentes (A diodes: 9W, Fibré: 20W, 30W, 50W)

Financements sont sous réserve des marches financiers, HT et sans options. Frais de dossier non inclus

LASER-IN France sarl - Tel: +33 (0) 2 433 50 500 - Mail: laser-in@laser-in.eu - www.laser-in.eu  
 LASER-IN GmbH - Tel: +49 (0) 7231 28 129 10 - Mail: info@laser-in.de - www.laser-in.de



A partir de  
18€ ht / jour  
48 mois

6002 Facelift 60W



A partir de  
23€ ht / jour  
48 mois

Performance 7002 70 à 100 W

**Les plus récentes technologies de soudure brevetées par Roфин :**  
 (disponible uniquement sur la 6002 Facelift et le performance 7002)

Résonateur Sweet Spot™ reproduction d'impulsion constante en puissance, procure une meilleure qualité de faisceau, en comparaison des lasers classiques. Un laser équipé du résonateur Sweet Spot™ pardonne même des erreurs de focalisation.

Microfusion : point de fusion de 0,1 à 0,5 mm. (option)

Pédale dynamique : permet d'augmenter le temps d'impulsion (ms) ou la fréquence (Hz) sans bouger les mains ! (option)

Ecomode™ pour une réduction d'énergie et de vos consommables.

Double système d'éclairage par halogènes et bague diodes (option).

### Laser de table pour soudure/ brasure

dimensions: 54 x 46 x 69 cm



A partir de  
13€ ht / jour  
48 mois

Desktop 3G 60 W

**Verspieren**  
consultant de l'officiel H&B



## L'assurance face aux bijoux en or 9 carats et au rachat d'or

Avec l'apparition massive des bijoux en or 9 carats et le développement de l'activité liée au rachat d'or pour certains bijoutiers, il est important de faire le point sur son contrat d'assurance afin que les valeurs déclarées à son assureur correspondent bien à la réalité du stock.

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Parlons d'abord du rachat d'or par certains bijoutiers qui trouvent dans cette activité, un revenu complémentaire conséquent.**

**Verspieren** : Les bijoutiers connaissent des évolutions dans leur métier, et l'engouement actuel du public pour ces opérations en est une des facettes. Cette activité de rachat d'or et de bijoux a toujours existé, mais l'explosion du cours de l'or a changé la donne. On peut en arriver rapidement à une situation où la valeur globale des stocks détenue par le bijoutier est ponctuellement beaucoup plus importante que celle déclarée au contrat d'assurance.

**L'OHB : Justement, faut-il que le bijoutier évalue ce stock plus important en accord avec son courtier ?**

**Verspieren** : C'est essentiel ! D'autant plus que cette activité attire l'attention des voleurs. Les variations importantes des stocks doivent être prises en compte dans le contrat d'assurance. Nous avons connu des situations où le bijoutier n'en avait pas tenu compte, et l'assureur de lui répondre en cas de sinistre, qu'il n'était pas suffisamment garanti pour cette activité de rachat d'or ayant engendré une nette hausse de la valeur du stock. Dans ce cas, l'assureur appliquera au minimum la règle proportionnelle des capitaux prévue au contrat, accompagnée parfois d'autres pénalités relatives à

une insuffisance de moyens de prévention par rapport à la valeur totale du stock.

**L'OHB : Il semble préférable de demander conseil à son courtier lorsqu'on se lance dans le rachat d'or.**

**Verspieren** : Il ne faut jamais oublier que ce sont les montants transmis par le bijoutier et inscrits dans le contrat, qui déterminent l'indemnisation en cas de sinistre. Prenons l'exemple d'une boutique avec 200 000 € de stock initial déclaré, pour laquelle le développement de l'activité de rachat d'or engendre au fil du temps un stock supplémentaire quasi permanent de 50 000 € ou plus. Un vol intervient, on comprend de suite que ce bijoutier va rencontrer un problème d'indemnisation, car la valeur du stock déclaré à l'origine ne correspond plus à la réalité.

**L'OHB : L'exemple est clair. Examinons maintenant l'or 9 carats du point de vue assurance. Est-ce une marchandise précieuse ou non précieuse ?**

**Verspieren** : La classification faite par les assureurs entre les marchandises précieuses et non précieuses est différente selon les contrats d'assurance. Il est donc impératif de se reporter à son propre contrat pour y consulter les définitions exactes, et de demander, si besoin, conseil à son courtier.

De nombreux contrats classent désormais en « marchandises précieuses » la quasi-totalité des bijoux en or, qu'ils soient en 9 carats ou 18 carats.

**L'OHB : Ce n'est pas le bijoutier qui détermine la classification entre précieux et non précieux ?**

**Verspieren** : Non, c'est le contrat. Il existe, de plus, des différenciations parfois importantes en fonction des valeurs unitaires pour les bijoux et aussi les montres, quel que soit le métal. Par exemple, il peut être indiqué que toute marchandise dont le prix est supérieur à 80 € ou 200 €, etc. est considérée comme précieuse. Pour s'assurer correctement le bijoutier doit donc réaliser, un état de stock particulier qui correspond aux définitions du contrat d'assurance qu'il a souscrit ou souhaite souscrire. Et bien entendu y apporter des mises à jour régulières.

**L'OHB : Dernier point. Le cours de l'or peut connaître une grande amplitude à la hausse ou à la baisse, comment l'assureur détermine-t-il l'indemnisation ?**

**Verspieren** : Pour les marchandises appartenant au bijoutier, l'évaluation des dommages se fait sur la base de leur valeur de remplacement au jour du sinistre. L'assureur prend en considération le prix coûtant de remplacement des stocks volés ou détériorés à la date du sinistre, quelle que soit la hausse - ou la chute - du cours de l'or intervenue depuis la date d'achat des marchandises. Comme les fournisseurs adaptent aussi leurs prix fonction du cours de l'or, le bijoutier peut donc normalement réapprovisionner ses stocks. ■ D.P

# BIJOUX BERMO



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



- Zi NORD - 9 RUE WESTRICH - 67600 SELESTAT

Tél. 03 88 82 12 09 -

info@bijouxbermo.fr - www.bijouxbermo.fr



## Partenaire Pro

*Le meilleur logiciel HBJO en toute simplicité*



### Adéquation parfaite



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



### 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)



### Efficacité immédiate

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



### Pérennité à long terme

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

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](http://www.m3soft.com)



*Analyse de vos besoins sur simple demande*



## Joliot (Cookson CLAL)

### L'estimation de la teneur en métal précieux d'un bijou demande un outillage adapté

Pour le rachat d'or, le spécialiste français de l'outillage pour bijoutiers-joailliers propose tous les outils indispensables à cette activité. L'éventail de ses produits se développe sans cesse, et s'adapte constamment aux besoins.



**P**our estimer précisément la teneur en or d'un objet, le professionnel fait une série de contrôles qui nécessitent un outillage varié, traditionnel ou utilisant de nouvelles technologies.

#### D'abord quelques outils de base

**Comme la loupe** pour vérifier les poinçons présents sur le métal et avoir ainsi une indication visuelle du titre, **un aimant** pour séparer les métaux ferreux de l'or et **quelques limes** aux multiples usages.

#### Ensuite un kit professionnel pour tester l'or

Formule professionnelle complète qui permet de tester l'or, l'argent ou le platine avec précision et en toute simplicité.

**Le Nécessaire à toucher Joliot** comprend un coffret en bois pour transporter les acides, une pierre de touche et des ampoules d'acide. La pierre de touche, naturelle ou synthétique, associée aux acides adaptés, permet d'évaluer le titre des alliages et de déterminer si le bijou est en or 9, 14, 18, 24 carats, argent ou platine.

Il existe aussi un toucheau étoiles 8 branches (4 branches en or jaune : 9-14-18-22 carats, 3 branches en or rouge : 9-14-18 carats, 1 branche en or gris : 18 carats) pour étalonner les essais.

#### Les testeurs électroniques et balances

Les testeurs électroniques de métaux précieux comme le **Testeur Gemoro** ou le **Testeur Alfa Mirage** permettent

de tester les alliages très rapidement avec une précision inégalée, et de distinguer les métaux précieux des non précieux.

Ensuite, l'expertise du métal réalisée, il faut valoriser les objets selon leur poids, avec une balance électronique de précision. Joliot propose plusieurs balances adaptées à vos besoins : au carat ou au grammage, de poche ou de table, homologuées selon vos critères et avec une précision de lecture du poids très fine. Tous les articles proposés sont de grande qualité et à prix compétitifs. De plus, Cookson CLAL et JOLIOT seront heureux de vous prodiguer conseils et formations sur tous les produits proposés. ■ M.T.

[www.cookson-clal.com](http://www.cookson-clal.com)

# Fischer instruments

## Le SIGMASCOPE® GOLD 912

### mesure en profondeur la teneur en métaux précieux

En matière de titrage de l'or, la plupart des méthodes ou instruments actuels effectuent une mesure superficielle sans donner de garantie quant à l'homogénéité de la répartition du précieux métal plus en profondeur. Avec SIGMASCOPE® GOLD 912, Fischer instruments vient bouleverser la donne.



Le SIGMASCOPE® GOLD 912

### Mesurer l'homogénéité de la répartition d'un métal précieux en profondeur

Actuellement, il est possible de déterminer la teneur en métaux précieux par la méthode de la coupellation ou par certains instruments comme le FISCHERSCOPE® X-RAY XAN® 250. Mais dans les deux cas, c'est seulement une analyse de surface qui est réalisée, et elle ne fournit aucune indication en profondeur. En cas de doute, il faut percer pour vérifier en profondeur que la répartition du métal recherché est homogène.

### Le SIGMASCOPE® 912, une mesure en profondeur par la conductivité des métaux

Fischer instruments apporte la solution. Estimer la teneur en or d'un bijou ou lingot comme on évalue la pureté



Le SIGMASCOPE® GOLD 912

en aluminium d'un composant aéronautique : en mesurant la conductivité des métaux qui le constituent et sans destruction de métal.

**Avec le SIGMASCOPE® GOLD 912 couplé au X-RAY XAN®250, Fisher instruments permet une analyse complète de la teneur en métaux précieux d'un objet épais.**

Exemple : pour réaliser le titrage complet d'un lingot, on mesure avec le X-RAY XAN®250, la teneur des éléments présents en surface par fluorescence aux rayons X. Ensuite, le SIGMASCOPE® GOLD 912 détermine la nature des métaux présents à l'intérieur, par la mesure de leur conductivité.

Avec ces deux mesures, on peut être certain de la quantité respective et de l'homogénéité de tous les éléments présents dans le lingot.

On imagine facilement, l'utilisation conjointe de ces appareils pour lutter contre l'escroquerie. Si demain, un lingot ne contient que du plomb et du tungstène en profondeur, c'est vérifiable en quelques secondes.

Le SIGMASCOPE® GOLD 912 vient compléter très utilement la panoplie Fischer des instruments de mesures portables.■

M.T.



## Sobaco

### Valoriser un produit avec un packaging adapté

La notion de valeur d'un produit dépend souvent du premier coup d'œil que le consommateur pose sur lui. Voilà pourquoi, il ne faut pas manquer l'occasion de faire une bonne « première impression » avec un packaging adapté et identifiable. Créer un environnement unique à chaque produit est précisément le travail de SOBACO.



#### L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Pourquoi créer l'émotion face à un produit ?

**P**hilippe Jouffre, directeur de Sobaco : La valeur d'un produit est le résultat de nombreux facteurs et l'emballage de celui-ci contribue fortement à créer cette notion de valeur. Dans l'esprit du client, c'est parce que le produit est précieux, délicat, raffiné, qu'on accorde autant de soin à sa présentation. C'est pourquoi l'émotion ressentie à l'ouverture d'un produit doit être unique.

#### L'OHB : L'emballage est une sorte de « révélateur de valeur ». Mais ce service est-il accessible à tous les budgets ?

Ph. Jouffre : Notre stock permanent répond aux demandes immédiates

et permet dans bien des cas de se démarquer face à la concurrence. Mais le travail principal de SOBACO est de créer, d'élaborer et de suivre des emballages spécifiques et de rendre ainsi un produit identifiable au premier regard.

#### L'OHB : Quels avantages SOBACO offre-t-il à sa clientèle du « sur-mesure » ?

Ph. Jouffre : Le premier est que les solutions packaging choisies s'intègrent parfaitement à leurs lignes de produits. Pour ce faire, nous travaillons en étroite collaboration avec les services marketing de nos clients. Ensuite, nous sommes capables d'aller très vite sur un nouveau projet grâce à un logiciel 3D qui permet de visualiser si le résultat obtenu à l'échelle correspond au cahier des

charges. C'est un gain de temps énorme dans l'avancement des projets.

Enfin SOBACO est entièrement au service du client, de la conception à la livraison de son produit. Ainsi, une fois que la fabrication d'un nouvel emballage est terminée, SOBACO peut stocker et fractionner les livraisons selon la volonté du client.

En résumé, l'équipe de SOBACO fait tout pour décharger ses clients de la question du packaging et qu'ils puissent ainsi se consacrer à ce qui est d'abord leur métier. ■ M.T.

**Philippe Jouffre**  
Tél : 04 78 35 03 50  
info@sobaco.fr

# Cookson **CLAL**

## Le spécialiste des métaux précieux

Notre gamme de balances Kern  
pour le rachat d'or



Contactez-nous au 01 44 61 30 53 ou  
visitez notre site [www.cookson-clal.com](http://www.cookson-clal.com)

\* Balances Kern de table disponibles avec ou sans homologation.



## FOM2000

### Une référence incontournable dans l'outillage HBJO

En devenant le fournisseur officiel de grandes marques d'horlogerie-bijouterie, Fom 2000 devient un acteur principal dans la vente de fournitures et outillage pour l'horlogerie, la bijouterie et la mécanique de précision.



WITSCHI électronique



Bâtiment où est implanté Fom 2000

#### Fom 2000 est le partenaire privilégié de nombreuses marques horlogères suisses

Le fait que Fom 2000 soit composé d'horlogers qualifiés a dû jouer pour que la société puisse s'imposer au fil du temps comme le partenaire français privilégié de grandes marques horlogères suisses implantées en France, telles Breitling, Swatch Group, Audemars Piguet. Et de l'agent officiel de WITSCHI électronique, spécialiste des appareils de tests et de mesures pour l'industrie horlogère qui depuis 1996 a choisi Fom2000 pour le représenter auprès des professionnels de l'horlogerie en France.

Mais la société distribue aussi les produits de marque AF, Bergeon, Elma, Horia, Horotec, Greiner, Roxer, Star, Enfin rappelons que Fom 2000

compte aussi parmi ses clients les écoles d'horlogerie, les fabriques et stations techniques horlogères et nombre de détaillants, qui ont en Monsieur Arnoux, diplômé de l'école d'horlogerie de Morteau, un interlocuteur privilégié.

#### En 1990, Fom 2000 reprend Jacques Henriot et étend sa diffusion

Quand Fom 2000 rachète cette société spécialisée dans la fourniture horlogère, elle vend des pièces détachées pour montres à l'export vers l'Afrique. Dominique Arnoux va conserver cette activité et développer au sein de Jacques Henriot, un nouveau département concernant l'outillage et le matériel pour l'horlogerie, la bijouterie et la mécanique de précision.

#### Un fournisseur plein de ressources

Le secteur de l'horlogerie a connu beaucoup d'évolution dans les dernières décennies passant des montres mécaniques, à quartz aux nouvelles technologies. Quand l'une de ces pièces doit être réparée, Fom 2000 peut s'avérer être une ressource précieuse en détenant un stock important de pièces détachées.

Parmi les ressources particulières signalons aussi que Fom 2000 distribue la fourniture pour les mouvements de fabrication ancienne et récente de marques, Japonaise, Suisse, Russe et Française. ■ M.T.

**FOM2000**

Fom2000@wanadoo.fr  
www.fom2000.com  
Tél : 03 81 67 13 50  
Fax : 03 81 67 24 74



**Une entreprise sérieuse à vos côtés depuis plus de vingt ans.**

L.A.B. propose aux bijoutiers des pièces uniques.

« Redonner vie aux bijoux anciens ! »

L.A.B. réalise également les opérations de desserti et remontage des bijoux de vos clients, à l'identique ou pour un modèle différent.

Spécialiste de l'alliance empierrée de fabrication mécanique, nous proposons tous les types de montures (ruban, 1/2 jonc, 1/2 bombée...) avec ou sans confort intérieur.

Le sertissage, au choix du client est réalisé dans nos ateliers.

L.A.B. fabrique aussi des alliances tout or, des solitaires et divers bijoux en montage articulé style « rivière ».

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](http://www.lyon-alliances-brillants.com)

# L'OFFICIEL

Horlogerie & Bijouterie

**Communiquer avec  
L'officiel Horlogerie & Bijouterie  
C'est bénéficier  
de la force du multicanal**

Le magazine papier

Des rubriques récurrentes et efficaces qui vous offrent une vision globale de la profession.

La newsletter et e-mailing

Hebdomadaire, la newsletter est envoyée aux détaillants et fabricants. Selon vos besoins, le e-mailing personnalisé avec statistiques détaillées.

La Web TV

Des vidéos professionnelles HD à retrouver sur le site, et sur nos chaînes Youtube et Dailymotion

Le site Web

Ciblé 100 % professionnels HBJO, des milliers de mots clé qui offrent une meilleure visibilité Web à nos partenaires.

Le club des Représentants

Est au service des entreprises qui recherchent des commerciaux.

## E.GRILLE

### LEADER

### DES ÉTIQUETTES POUR BIJOUX

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

et aussi  
**ÉTIQUETTES RFID**  
pour une meilleure traçabilité

## E.GRILLE

T. 03 44 57 01 87

F. 03 44 57 21 51

[e-grille@e-grille.fr](mailto:e-grille@e-grille.fr)





## RFI ODEIS

### Nouvelles fonctionnalités Bijou3 et Odeis

Avec plus de 3000 utilisateurs, le groupe Yoni est leader sur le marché du logiciel HBJO en proposant une gamme logicielle très étendue et qui évolue constamment. Nous avons rencontré son directeur Philippe Mamy pour connaître les principales nouveautés des logiciels HBJO.

20-1	Modèle Jacqueline Boucles
312 Alliance Diamant	MAUBOUSSIN Le Plus Beau Jour de Ma Vie 35
Métal : OR	Poids : 2.32
TRAVAIL A REALISER	Date de dépôt : 02/01/2012 Date disponible : 12/01/2012
Mise à Taille 54	Réparation
COMMENTAIRES ATELIER	ATELIER : JEAN-FRANÇOIS
Date d'envoi : 16/01/2012	Date de retour :
Date réparation vers votre point de vente NON Accord le	
Montant prévu	Acquiescés A payer
	80.00
MAGASIN : 01	Code vendeur :

Une fiche éditée par Bijou3

#### L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Quels sont les dernières fonctionnalités de Bijou3 et Odeis détaillants ?

**P**hilippe Mamy : La première concerne le rachat d'or. Cette nouvelle activité est très réglementée et les documents à remplir très nombreux. Aussi, pour être en conformité avec la législation, sans devoir faire toutes les administrations pour récupérer les documents, nous avons créé de nouvelles applications permettant de disposer des nouveaux formulaires CERFA, de faire la déclaration de rachat sur support magnétique et d'éditer les

livres de police adaptés à l'activité. D'autres fonctionnalités concernent le marketing et globalement toutes les opérations favorisant la venue de nouveaux clients au magasin. Comme le e-commerce, l'envoi de e-mailings, les techniques de fidélisation qui permettent la dématérialisation des cartes de fidélité sur smartphones et donc l'envoi de petits messages aux clients pour les informer des nouveaux produits. Enfin, la troisième nouveauté concerne la sécurité. Nous avons développé un module « sérénité », intégré à ODEIS et Bijou 3, qui permet

soit de demander de l'aide en interne, s'il y a une affluence soudaine non gérable par le personnel présent dans le magasin ; soit d'appeler un service externe de sécurité, si le comportement d'un individu paraît suspect, avec une simple touche qui envoie un SMS à l'extérieur.

#### L'OHB : Les QR codes sont partout maintenant, Odeis et Bijou3 peuvent-ils les gérer ?

**P. Mamy** : Oui, les magasins équipés de nos solutions ODEIS ou Bijou3 peuvent renseigner les clients dès qu'ils sont devant leur vitrine. Grâce au flash code, le client est directement connecté sur le site web de la marque du bijou qui les intéresse ou sur sa fiche technique. Le simple chaland peut devenir instantanément un vrai client qui entre dans le magasin. Par ailleurs, dans le SAV, nous pouvons désormais imprimer sur le Bon SAV un QR code qui permet au client d'être informé en temps réel de l'état d'avancement d'une réparation

#### L'OHB : Ces nouveautés sont-elles toutes disponibles actuellement ?

**P. Mamy** : Elles sont incluses dans les contrats de maintenance de Bijou3 et Odeis détaillants. ■ **M.T.**



# 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](http://www.avgoldteam.com)**

Or fin dans lingot fondu et titré .....98% du fixing le gramme.....33,68€ 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 24/05/2013 à 34366€

24 cts .....	94% du fixing le gramme.....	32,30€ le gramme
22cts .....	84% .....	28,86€ le gramme
18cts .....	70% .....	24,06€ le gramme
14cts .....	49% .....	16,83€ le gramme

**Argent** : sur la base du fixing de Londres **exemple** : fixing du 24/05/2013 à 554€

Pièces françaises 900‰ .....	ag fin x fixing -6.5% .....	466,00€ le kilo brut
Pièces françaises 835‰.....	ag fin x fixing -6.5% .....	432,00€ le kilo brut
Pièces françaises 680‰.....	ag fin x fixing -6.5% .....	352,00€ le kilo brut

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



## Gunnebo

### Une offre de sécurité globale cohérente et évolutive

Le groupe Gunnebo, qui est actuellement l'un des leaders mondiaux dans la protection des biens, est un multi-spécialiste apte à fournir au domaine HBJO, des matériels et services de sécurité clés en mains et parfaitement évolutifs.



Sas de sécurité

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : La mise en sécurité d'une bijouterie passe autant par des matériels que par les personnels qui y travaillent. Gunnebo peut-il travailler sur les deux plans ?**

**G**unnebo : Oui, car nous sommes à la fois concepteur et fabricant de matériels. Ainsi les divers éléments de sécurité créés pour une boutique : vitrines résistantes à l'effraction, sas de sécurité, ... seront d'une part en parfaite cohérence visuelle entre eux et avec le style du lieu et, d'autre part, ils sont conçus pour fonctionner et évoluer ensemble dans le temps. C'est notre point fort que de pouvoir fournir une offre globale et évolutive

tant en matière de matériels que de services.

**L'OHB : Les services à distance sont une évolution majeure des systèmes de sécurité, pouvez-vous nous donner un exemple ?**

**Gunnebo** : Le meilleur système de sécurité ne peut à lui seul prévenir de l'intrusion ou de la malveillance sans une vigilance constante des personnels. A faire certains gestes quotidiennement, il est facile de tomber dans une routine qui fragilise la sécurité globale. Ce n'est pas un hasard, si les vols sont plus fréquents à l'ouverture des magasins ou dans les opérations de back office. Et là, Gunnebo peut mettre en place un **accompagnement à distance** pour anticiper les actes de malveillance, et sécuriser les personnels et les biens lors de ces procédures. Si un soir en partant le système de sécurité n'est pas activé, un PC de surveillance

peut le faire à votre place, à distance.

Autre exemple : les derniers modèles de coffres et chambres fortes sont de plus en plus équipés de serrures électroniques. Elles intègrent les éléments de plages horaires, de retard à l'ouverture, de traçabilité des accès et la composition de codes sous contrainte ; sans oublier d'asservissement qui peut être mis en place dans une opération classique de back office. Lorsque la porte du local n'est pas fermée, la porte du coffre refusera de s'ouvrir malgré la saisie du code correct.



Télésurveillance Gunnebo



Coffre-fort

**L'OHB : Ce sont les grands avantages que nous offrent les nouvelles technologies d'aujourd'hui. Et que des groupes suffisamment puissants et pérennes comme Gunnebo peuvent fournir.■**

M.T.

**Contact**  
**Jocelyne Benisri**  
**Tél : 01 34 65 67 58**  
**Jocelyne.benisri@gunnebo.com**  
**www.gunnebo.fr**



# Laser-in

## Des lasers de soudure et de gravure très performants

La société Laser-in vient de fêter ses 10 ans avec des avancées technologiques majeures de ses matériels phares.



Laser performance 7002 - 70 à 100 W

### La dernière génération du laser de soudure : le Performance 7002

Le nouveau laser de soudure manuelle « performance 7002 » (70 à 100W) est idéal pour la fusion des métaux précieux et alliages. Une pédale dynamique permet de modifier des réglages de puissance (diamètre ou fréquence) sans bouger les mains ! La précision de fusion est maximale avec un échauffement minimum et retouche minimum. Enfin, ce laser convient autant à des pièces uniques qu'à des fabrications en série. Et dans la réalisation de modèles de bijoux, le nouveau Performance 7002 apporte au bijoutier des possibilités presque infinies et des gains de temps jusqu'à 80 % ! Les puissances disponibles pour les lasers varient de 60W avec le Desktop (laser de table) et le 6002



Le nouveau laser de gravure : le EasyJewel IV

Facelift ; de 70W à 100W pour le Performance 7002.

### Le nouveau laser de gravure : le EasyJewel IV

Il propose une nouvelle technologie de pointe : le marquage laser et des logiciels qui permettent de nouvelles applications pour amener le marquage laser et gravure aux normes les plus élevées. Le nouveau EasyJewel avec « Enhanced Mode » a été spécialement conçu pour les dessins et les composants nécessitant de grandes surfaces homogènes sans soudure.

**Il apporte des avantages en termes de qualité, puissance, et simple à utiliser, il offre aussi d'autres possibilités :**

- module de marquage pour gravure intérieure et extérieure des bagues - Breveté ;
- gravure en 2D1/2
- gravures plates et bombées sur

bijoux, boîtes de montres, briquets, couverts, cadrans de montres, coupes ... ;

- gravures sur métaux : or, platine, argent, titane, acier, inox ... cuir, plastique ... et bien d'autres matières... ;
- découpe jusqu'à 1,3 mm d'épaisseur ;
- gravure personnalisée avec la conception graphique, texte, manuscrits, structures en relief, poinçons, pré-marquage pour sertissage ;
- contrôle des centrages par caméra.

#### Avec les options suivantes :

- serrage pour bracelets avec jusqu'à 80 mm de diamètre extérieur ;
- porte automatique ;
- embouts pour serrage pour bagues larges ;
- formations.

Les lasers de gravures sont disponibles en 4 puissances différentes (à diodes : 9W, Fibré: 20W, 30W, 50W).

Ces nouvelles technologies font partie des innovations indispensables à la gravure des bijoux.

Aucun autre outil n'apporte une telle précision dans la découpe, la soudure, le marquage ou la gravure des métaux précieux. ■ M.T.

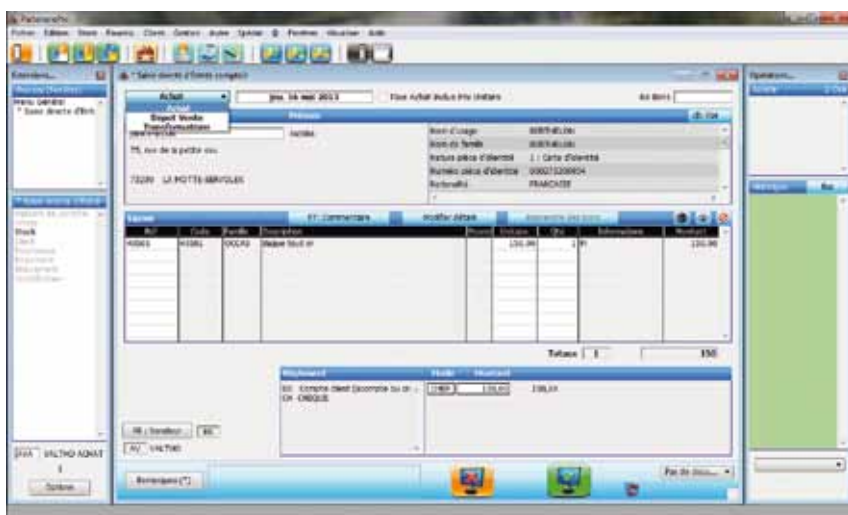
Laser-in France Sarl  
Tél.: +33 (0) 2 433 50 500  
Email : [laser-in@laser-in.eu](mailto:laser-in@laser-in.eu)  
[www.laser-in.eu](http://www.laser-in.eu)  
EPHJ : Stand R 60



## M3soft

### Accompagne les changements de votre métier

Pour s'adapter aux rapides changements du monde actuel, un système informatique doit être conçu « évolutif » dès sa création. Rencontre avec Nicolas BERTHELON, fondateur de la société M3Soft qui édite le logiciel de gestion « Partenaire Pro ».



Partenaire Pro - Vue « Entrée comptoir »

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Les choix de conception que vous avez faits, à la création de Partenaire Pro, il y a 23 ans, peuvent-ils être aujourd'hui, encore efficaces, malgré les multiples mutations du secteur ?**

**Nicolas Berthelon :** La conception d'un logiciel ressemble beaucoup à la construction d'un bâtiment. Rien n'est solide sans fondations sérieuses, ni bons matériaux. Cependant la différence avec une construction terminée réside dans les modifications relativement minimes qui sont plus des finitions. Alors qu'un système informatique évolue constamment, pour s'adapter aux besoins changeants de ses utilisateurs. Si les fondations ne sont pas solides,

l'ensemble finira tôt ou tard par s'écrouler. C'est pourquoi, dès le départ, Partenaire Pro a été conçu avec une architecture robuste, en choisissant soigneusement les technologies utilisées. Nous avons écarté celles à effet pervers et conserve les incontournables.

**L'OHB : Expliquez-nous comment vous exploitez ces choix de conception ?**

**N. Berthelon :** « Cent fois sur le métier remets ton ouvrage ». Depuis notre création en 1990, nous remanions sans discontinuer Partenaire Pro pour qu'il soit performant. Nous faisons régulièrement des choix de stratégie et n'hésitons pas, si besoin, à refondre les parties qui ne nous

paraissent plus adaptées. Ceci est rendu possible grâce à la solidité des fondations du logiciel.

Là où d'autres ont dû abandonner leurs missions, M3SOFT s'investit pour que Partenaire Pro maximise ses avantages et réponde facilement à toute demande d'utilisateur.

**L'OHB : Pouvez-vous nous présenter les principales évolutions récemment développées ?**

**N. Berthelon :** Devant l'explosion, ces dernières années, de l'activité de rachat d'or, nous avons renforcé l'aspect de rachat de matières et d'occasion dans Partenaire Pro, allant jusqu'à gérer complètement la récente déclaration légale n°2093 (déclaration d'achat au détail de métaux ferreux et non ferreux, article 1649 bis du code général des impôts).

Le module de prestation a été revu pour permettre de conserver l'historique complet et daté de la prestation, tout au long de son cycle de vie. Entre la prise en charge et le rendu client, en passant par les envois et réceptions aux différents fournisseurs ou ateliers, chaque étape peut désormais être datée et consignée.

Nous avons aussi facilité la gestion multi-magasins sur de nombreux



Partenaire Pro - Vue « Prestation »

aspects. Un réassort amélioré qui gère plus intelligemment la répartition des commandes. Une répartition automatique des livraisons sur différents magasins, générant les bons de transferts associés, permet d'optimiser le stock au plus vite, et au mieux. Les nouveaux filtres d'accès permettent de restreindre « qui voit quoi » de

manière encore plus fine. La facturation inter-sociétés a également été étendue.

**L'OHB : Quelle est votre stratégie pour l'avenir ?**

**N. Berthelon :** Le volume de données augmente de façon considérable. Le nombre d'articles, les photos et

la durée de conservation des historiques nécessitent une performance inhabituelle en comparaison des besoins d'autres métiers. Pour pouvoir stocker et exploiter efficacement des volumes plus importants de données, nous déployons une base de données en version 64 bits sous Windows.

Nous avons aussi amélioré le module d'import des données de logiciel repris. La plupart des clients migrant sur Partenaire pro, viennent désormais de solutions HBJO concurrentes établies, il devenait essentiel de pouvoir importer leurs données d'une façon complète et rapide.

Nous continuons à travailler sur l'écosystème HBJO, comme les clients légers via iSoPart, l'appli pour iPad, et sur des solutions à base de RFID. Et, comme toujours, nous assurons le suivi des dernières versions des systèmes d'exploitation, Windows 8 et Mac OS X.8, et leurs successeurs. ■

M.T.

**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

Perçer

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



## Cabinet Dufaud

### La sécurité des VRP de la bijouterie est-elle « assurable » ?

Les VRP de la bijouterie peuvent être la cible d'agressions répétées, parfois très violentes. La question d'assurer leur sécurité revient fréquemment. Que disent les assurances sur le sujet. Le cabinet Dufaud a accepté de répondre à nos questions.



#### **A**lbert H., agressé trois fois envisage de quitter le métier !

Depuis 1996, Albert H. a été victime de trois attaques dont deux à domicile ! La dernière ayant été particulièrement violente, aujourd'hui il est en arrêt de travail, ne dort plus, et chaque fois qu'il descend dans son garage, il a la boule au ventre, ....

Cela fait 36 ans qu'Albert fait ce métier avec passion, mais maintenant la peur, le souvenir de la violence des agressions l'emportent sur l'envie. De plus, il se sent bien seul

face à ses problèmes et n'a pas le sentiment d'être soutenu, par ses clients fabricants, ni par les assurances qui ne reconnaissent que les dommages physiques. Mais dans son cas, la violence psychologique a causé des dommages qui seront longs à réparer. Quant à ses agresseurs, Albert H. les a identifiés par deux fois mais les preuves apportées n'ont pas été jugées suffisantes par les tribunaux et ses agresseurs courent toujours. La question qui taraude Albert H. est : « si demain, je reprends le travail, quand vont-ils revenir chez moi ? »

Dans ces conditions, comment continuer ce travail, comment être serein dans sa propre maison, quand par deux fois, les agresseurs sont entrés chez lui ?

Nous avons interrogé un assureur qui a bien voulu répondre à nos questions sur ce problème délicat : Monsieur Drahy du Cabinet Dufaud.

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Actuellement comment les VRP sont-ils couverts par une assurance en cas d'agression ?**

**G**érard Drahy : La plupart des VRP ne sont pas salariés. Dans ce cas, c'est à chacun d'eux de souscrire à titre individuel une assurance « Garantie Individuelle Agression » qui leur assure un capital en cas d'invalidité totale ou partielle et une somme forfaitaire pour la prise en charge de frais de psychologue. Si le VRP est salarié, une agression est considérée et indemnisée par la sécurité sociale comme un accident de travail et son employeur peut éventuellement souscrire pour lui l'assurance mentionnée ci-dessus, mais il n'en a pas l'obligation.

**L'OHB : Mais dans ce schéma, les assurances ne remboursent qu'une incapacité physique avérée, mais pas les dégâts psychologiques dont les séquelles peuvent être importantes, voire durables.**

**G. Drahy :** Certes, mais les systèmes d'assurances actuels ne peuvent régler que des dégâts matériels précis, et pour les personnes, des incapacités physiques mesurables. Par contre les faits psychologiques ne sont pas du ressort des assurances. C'est pourquoi nous conseillons aux

VRP de prendre des mesures préventives pour anticiper et éviter les agressions, en suivant des formations à la sécurité des personnes pour apprendre à détecter, échapper à d'éventuels agresseurs et à anticiper ce type de situation.

### L'OHB : Face à la montée des vols à main-armée dans le secteur HBJO, la question des problèmes psychologiques post-agression des VRP est-elle à l'étude ?

**G. Drahy** : Il est vrai que les agressions des représentants laissent parfois derrière elles des problèmes humains, des personnes désemparées auxquelles nous ne pouvons, en tant qu'assureur, que conseiller d'utiliser au maximum l'indemnité versée par l'assurance pour bénéficier des consultations psychologiques et se reconstruire.

Pour le reste, la solution ne peut venir des assurances. Car le nombre de vols de bijoux a beaucoup diminué depuis les années 2000. Trois facteurs expliquent cette baisse. D'abord, le nombre de collections et de VRP qui circulent en France sont nettement moindres. Ensuite, les bijoux de valeur sont souvent remplacés par des factices. Enfin, l'efficacité des forces de police a permis l'arrestation des principaux gangs œuvrant dans ce domaine. Pour les assurances, le risque d'agression est en cours de résolution et il est devenu un risque statistiquement supportable.

Les quelques VRP qui transportent encore des bijoux de grande valeur - pas plus d'une poignée en France - ne bénéficient pas d'une assurance spéciale, mais d'un vrai système de protection physique et de mesures de sécurité dignes d'un VIP. ■ *M.T.*

**Gérard Drahy**  
**Cabinet Dufaud**  
**04 78 62 10 30**



## ANALYSES ET TITRES OR ET PLATINE EN QUELQUES MINUTES

Présent à  
**PRINT'**  
OR  
Stand B.1

Epaisseur Analyse Matériaux  
Micro Dureté Contrôle des Matériaux



Le nouveau **FISCHERSCOPE X-RAY XAN 250** 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 **0,5%** avec le **XAN 250**. 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**





## Grille

### Des étiquettes en papier aux étiquettes informatiques RFID

Fraîchement centenaire, le leader du marché français de l'étiquette pour bijouterie, s'adapte allègrement aux exigences de son époque et anticipe les besoins de ses clients. Interview de Françoise Cocuelle, arrière petite-fille de Louis Friard, fondateur de l'entreprise.



Bijouterie Friard

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : En cette période de morosité, c'est rassurant de trouver des entreprises qui affichent gaiement leur centenaire.**

**F**rançoise Cocuelle : Je crois que le secret de notre pérennité est d'avoir su évoluer avec les besoins de nos clients. Des premières étiquettes artisanales produites par mon arrière grand-père aux étiquettes RFID, il y a un long chemin dont le fil directeur constant a été la volonté d'adapter nos étiquettes aux exigences marketing de chaque époque et à la mise en valeur des bijoux

**L'OHB : Est-ce cela l'ADN de Grille ?**

**F. Cocuelle** : Oui, en quelque sorte. C'est en cherchant constamment à comprendre les métiers de nos clients, en connaissant parfaitement leurs contraintes techniques, que nous avons pu adapter nos produits à leurs besoins. Notre fierté aujourd'hui est



Louis Friard, fondateur de l'entreprise

de pouvoir réaliser tous les travaux demandés par les entreprises : de simples travaux en offset à des produits à la pointe de la technologie numérique, tout en conservant notre savoir-faire d'artisan pour les impressions de luxe sur de belles matières avec dorure à chaud, gaufrage ...

**L'OHB : Les étiquettes pour les HBJO présentent-elles des particularités spécifiques ?**

**F. Cocuelle** : Cela fait plus de cent ans que nous travaillons dans ce domaine, nous maîtrisons parfaitement le cahier des charges des contraintes techniques de ces produits. Ainsi, la taille de nos étiquettes, leur forme, leur matière, leur adaptabilité au poids et au volume des bijoux, leur résistance à la chaleur des spots des vitrines, n'ont plus aucun secret pour nous et permettent la mise en valeur des bijoux.

Dans ce domaine comme dans

d'autres, nos étiquettes évoluent constamment pour répondre et anticiper les besoins de nos clients en matière d'étiquetage informatique, code barre, puce RFID, permettant l'optimisation du suivi des produits et de l'inventaire.

**L'OHB : N'hésitez plus, quel que soit votre projet, à franchir les grilles de l'imprimerie, elles sont toujours ouvertes ! ■**

M.T.

**Contact**

**F. Cocuelle**  
Tél : 03 44 57 01 87  
[www.e-grille.fr](http://www.e-grille.fr)



Des premières étiquettes artisanales aux étiquettes RFID

## So One, le nouvel évènement de la rentrée Maison de la Mutualité Paris - Les 15 et 16 septembre 2013

Le nouvel événement Premium dédié à l'horlogerie, bijouterie, joaillerie au coeur de la capitale, se déroulera les 15 et 16 septembre 2013 à la Maison de la Mutualité à Paris.



La rentrée de septembre 2013, sera marquée par le nouveau rendez-vous de l'horlogerie et de la bijouterie-joaillerie, un point de rencontre et d'affaires entre les marques VIP et les acheteurs du secteur HBJO. Tous les acteurs sont concernés, des détaillants aux acheteurs de grands magasins, en passant par les marques d'horlogerie, de bijouterie-joaillerie, et les créateurs, pour transformer ces deux journées qui leur sont consacrées en un rendez-vous d'affaire efficace qui marquera et boostera la fin de l'année 2013.

Une première qui se déroulera à la Maison de la Mutualité, un lieu pres-

tigieux et chargé d'histoire. Entièrement rénovée et transformée, cette adresse mythique a été remise à neuf, sans rien perdre de son cachet historique. Tout a été pensé pour générer un flux commercial dans ces salons majestueux :

- Les salles de réception spacieuses pour accueillir les stands des marques exposantes,
- les espaces de réception pour recevoir les clients,

-les 8 showrooms privés pour les sociétés qui souhaitent un espace exclusif pour présenter leurs collections.

Dans une atmosphère luxueuse, claire et chaleureuse, alimentée notamment par le puit de lumière du patio construit au centre du bâtiment, les visiteurs pourront en toute quiétude

découvrir les collections, rencontrer les marques et leurs dirigeants, faire leurs achats en prévision d'une fin d'année fructueuse.

De même, les exposants pourront



recevoir les visiteurs dans les meilleures conditions : entre le bar « Open Space », le Club Privé ouvert à tous, les déjeuners ou dîners qu'ils pourront donner s'ils le souhaitent. Ils pourront choyer leurs clients et se consacrer aux affaires dans une ambiance détendue et très qualitative. Sans oublier les services qualitatifs comme le voiturier, la conciergerie, le service de limousine, pour faciliter l'accueil des invités.

So One, avec son concept convi-





vial dans un lieu ouvert et très agréable, a été développé pour faciliter le business et le trafic commercial.

Plus de 43 sociétés de bijouterie-joaillerie-horlogerie sont attendues pour cette première édition de So One. Un événement conçu dans l'esprit d'excellence de ces métiers hors du commun. Les grands comptes, les grandes marques, les leaders dans le monde du bijou et de l'horlogerie seront présents pour ce rendez-vous exceptionnel. Les marques exposantes seront listées très rapidement sur le site internet [www.so-one.com](http://www.so-one.com), mais il est certain

qu'elles compteront les leaders de ces métiers.

En marge des affaires, de nombreuses animations seront organi-

sées, à l'initiative de la presse, et notamment de l'Officiel Horlogerie et Bijouterie, pour mettre en scène toutes les étapes de la fabrication horlogère comme joaillière, et donner un caractère luxueux et prestigieux à cet événement.

SO ONE, un nouveau rendez-vous d'affaires, pour

générer du chiffre et préparer une excellente fin d'année pour les bijoutiers horlogers. ■ N.K.





## Bijorhca Paris

**Vendredi 5 au lundi 8 juillet 2013 - Paris Porte de Versailles.**

La prochaine session de Bijorhca Paris, se déroulera du 5 au 8 juillet 2013 porte de Versailles à Paris, pendant la semaine de la mode.



*Trollbeads - bracelet*

**A**vec ses 450 marques venant de 40 pays différents, et ses 33 % de visiteurs étrangers, le salon Bijorhca confirme sa position de salon international. Comme tous les ans, Bijorhca a fait le plein de nouveautés et de création, mais consolide également la présence de marques bien installées.

Richard Martin, directeur artistique et directeur adjoint du salon, explique comment le salon poursuit son internationalisation avec de nouveaux exposants étrangers, des animations, et une montée en gamme pour notamment optimiser son attractivité.

**Richard Martin :** Nous avons fixé la date du salon, le deuxième week-end des soldes en juillet afin de jouer la carte de la synergie avec les autres salons de la mode Porte de Versailles et donner envie aux acheteurs français et étrangers de se déplacer.



*YSM bracelet enroulé*

Nous notons une forte progression de nos nouveaux entrants avec 100 nouvelles marques dont 45 % d'internationaux, avec de très jolis labels à découvrir comme « Laëti Tréma », « Viveka Bergström », « Velizance », « Goralska », « Betty Gabrielle », « Jonas Bowman », « Eric et Lydie » ...

Les pavillons étrangers viennent parfaire notre offre avec des sélections de marques qualitatives originaires de l'île Maurice, des marques espagnoles d'Andalousie, et des marques brésiliennes. Paris reste une place de choix pour promouvoir les nouveautés et nos chiffres prouvent qu'aujourd'hui nous accueillons 50 % exposants étrangers.

Nous avons bien sûr également des valeurs sûres comme Trollbeads, marque danoise qui reprend son implantation sur la France avec succès, grâce à ses perles colorées de Murano.



*Dumont - bague taille crayon*

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie :** Quelles sont les animations que vous envisagez cette saison ?

**R. Martin :** Fort de l'accueil enthousiaste des visiteurs comme des exposants en janvier dernier, nous reprenons notre allée centrale d'animation à la manière des Champs Élysées. Comme à chaque édition Elizabeth Leriche propose sa sélection de bijoux précieux à travers la Precious Gallery et ses quatre grands thèmes tendances issus de la saison Automne / Hiver 2013 - 2014 sur les Fashion Trends.

Pour le plaisir de tous, les zones de restauration sont améliorées et surfont sur la tendance fooding avec un bagel's bar, un bar à champagne, un restaurant bio, un bar à huîtres dans une ambiance musicale live.

Le salon Bijorhca de juillet, s'annonce riche en nouveautés. A découvrir sans faute. ■ N.K.

## Baselworld 2013

### Compte-rendu

Dans son nouvel écrin, Baselworld 2013 a ébloui et confirmé sa suprématie. Avec 122 000 visiteurs venus du monde entier, Baselworld reste le rendez-vous mondial incontestable de l'horlogerie et de la joaillerie.



Une vue de stands

Cette 41e édition restera dans les mémoires pour la beauté et le gigantisme de son installation. L'infrastructure exceptionnelle mise en place en moins d'un an, offre à l'horlogerie et à la bijouterie un écrin unique. Chaque marque n'a eu de cesse de créer un pavillon à la hauteur de ce salon. En effet la grande majorité des stands a été repensée pour faire place à de nouvelles constructions dont les dimensions s'approchent des 2000 m<sup>2</sup>. L'ensemble y a gagné en lisibilité, entre pavillons luxueux et allées élargies.

La soif de création et d'innovation ne s'est pas arrêtée aux pavillons, les collections inventives étaient également au rendez-vous. Parmi les nouveautés présentées une grande majorité s'appuie sur des mouvements mécaniques - manuel ou automatique. L'accent est alors mis sur les complications techniques et prestigieuses : tourbillons,

répétitions et sonneries, avec un vrai retour du calendrier perpétuel. Quant aux GMT et aux phases de lune, ils n'ont jamais quitté le haut de l'affiche. Les horlogers jouent encore cette année la carte du rétro chic, mais plébiscitent l'innovation, que le modèle s'inspire des années 50 ou qu'il soit carrément futuriste.



Bague Neelia - Twirl

**Les tendances fortes** se manifestent dans les couleurs :

### BASELWORLD 2013 en chiffres

Visiteurs	122 000 (+ 17 %)
Journalistes	3 610 (+ 9 %)
Nombre d'exposants	1 460 (de 40 pays)

- **Des cadrans bleus**, encore et toujours, pour adoucir les montres ultra techniques, ou très masculines. Marea, Anonimo, Swarovski ou Chrono AG l'ont bien compris.
- **Du blanc**. La mode du « all white » est omniprésente dans toutes les collections : Chanel, Swatch, Rado, Marea, .... Toutes les marques s'essaient avec bonheur au blanc, qui sera adopté par les hommes comme par les femmes.
- **Les collections de montres femmes** : les marques ont senti l'intérêt des femmes pour les montres de plus en plus techniques, dotées au moins d'un mouvement mécanique, ou d'une particularité comme Cover d'AG Chrono, ou Swarovski.

Les bijoutiers n'étaient pas en reste : bagues, boucles d'oreilles et pendentifs ont attiré tout autant de passionnés que l'horlogerie. Réalisés dans de nouveaux matériaux comme l'acier, le titane, la fibre de carbone qui s'ajoutent aux matériaux prestigieux comme l'or rose, le palladium ou le platine, les bijoux ont séduit les visiteurs. Ajouter les pierres et les diamants sur les garde-temps s'affirme comme une tendance grandissante. Prochaines sessions.

2014 : 27 mars - 3 avril

2015 : 19 mars - 26 mars. ■ N.K.



## Les Nouveaux Bijoutiers

### Un sponsoring bénéfique

Du 12 novembre au 16 décembre 2012, les Nouveaux Bijoutiers avaient participé à des émissions télévisuelles sur France 2 et France 3, sous forme de dotation lors des jeux : « Motus », « Les Z'amours », « Tout le monde veut prendre sa place », et « Slam ».



H. Gringoire - Dotation pour les jeux télévisuels en partenariat avec les Nouveaux Bijoutiers

Le bilan de ces performances semble tout à fait positif, à tel point que les Nouveaux Bijoutiers réitèrent cette opération en 2013 avec de nouvelles marques. En effet le résultat a été bénéfique, et la présence des Nouveaux Bijoutiers à la télévision a été particulièrement bien perçue par les téléspectateurs, les marques qui

avaient offerts, les bijoux ou les montres, et les détaillants « Nouveaux Bijoutiers », dont la renommée a été amplifiée.

Les émissions qui se déroulaient à une heure de grande audience, ont été regardées essentiellement par des enfants de plus de 15 ans, une cible féminine entre 25 et 59 ans, et plus de 35 ans. Les femmes qui regardent le plus ces émissions ont plus de 35 ans, ce sont souvent des femmes au foyer qui s'octroient un moment de détente devant la télévision à 10h30, en fin de matinée, à 12h30 ou à 17h30.

Il semblerait que l'émission : « Tout le monde veut prendre sa place », soit la plus regardée, et ce toute cible confondue.

Grâce à leur présence dans ces différentes émissions, les marques partenaires de l'opération ont

#### Bilan en chiffres

On évalue à 300 000 000 les contacts avec les cibles qui ont regardé la TV et vu les bijoux et montres offerts par les Nouveaux Bijoutiers. De plus les téléspectatrices ont regardé plus de neuf fois chacune les émissions dotées.

- Slam du lundi au vendredi à 17h30
- Motus du lundi au vendredi à 10h30
- Tout le monde veut prendre sa place, du lundi au dimanche à 12h10
- Les Z'amours du lundi au samedi à 11h20

revendues à travers leurs points de vente Les Nouveaux Bijoutiers, les pièces vues à la télévision et offertes lors des jeux.

La première opération de partenariat télévisuel s'avère être une opération réussie pour les Nouveaux Bijoutiers qui ont souhaité la reconduire en 2013. ■

N.K.

Source : Bilan global des performances France Télévision

## Bijouterie Fournier

### Se diversifier sans « vendre son âme »

A l'heure où la fantaisie et le 9 carats séduisent jeunes et moins jeunes et que nombre de bijoux classiques se font accessoires de mode, comment un bijoutier traditionnel peut-il suivre cette tendance sans laisser les bijoux fantaisie déferler dans sa vitrine ? Anthony Fournier, bijoutier-joaillier à Vienne, a trouvé une bonne formule.



L'annexe - La bijouterie fantaisie d'Anthony Fournier

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Il n'y a pas de bijoux fantaisie dans votre vitrine, vous n'en faites pas ?**

**A**nthony Fournier : Si beaucoup, mais pas dans la Bijouterie Fournier. Ici vous êtes dans une bijouterie traditionnelle où je me bats pour exercer mon métier de bijoutier-joaillier. La fantaisie est à l'annexe située 50 mètres plus loin. L'horlogerie-bijouterie est un vieux métier aux codes classiques et si parfois je rêve de plus de couleur dans certains visuels ou présentoirs, je n'envisage pas de juxtaposer dans une même vitrine, des bijoux fantaisie et des pièces haut de gamme, ce n'est pas une bonne idée.

**L'OHB : Vous faites comme les grands restaurateurs, vous avez**

**ouvert une boutique fantaisie en « annexe » de votre bijouterie traditionnelle ?**

**A. Fournier :** Exactement et comme eux, nous y faisons de la jolie bijouterie fantaisie à prix raisonnables, avec des marques phares comme Gas, Silver Island, Canyon, Murat, Ice Swatch, Thomas Sabo ...

**L'OHB : L'annexe ressemble beaucoup à la Bijouterie Fournier et parmi les marques proposées, il y a peu de bijoux à moins de 100 €.**

**A. Fournier :** Oui, en créant cette boutique fantaisie, je souhaitais diversifier mon activité et garder la même exigence de qualité que dans notre bijouterie traditionnelle. Tout en profitant de la tendance actuelle des Français à aller vers la

fantaisie haut de gamme. D'ailleurs nous avons de nombreuses clientes de la Bijouterie Fournier qui sont fans de la boutique fantaisie. Le profil type est la cliente de 45-60 ans qui a déjà tout et qui voit dans le bijou fantaisie, la possibilité d'en changer plus souvent et même de pouvoir l'associer à ses vrais bijoux.

**L'OHB : Finalement vous avez réussi à vous diversifier sans vendre votre âme de bijoutier joaillier ! Bravo ! ■**

M.T.

**Bijouterie Fournier**  
60, rue Romestang  
38200 Vienne  
Tél : 04 74 85 10 02

**L'annexe**  
70, rue Romestang  
38200 Vienne  
Tél : 04 74 15 06 34

## Jean-Benoît Dutel

### Poète et géomètre

Rares sont les créateurs qui arrivent à manier volume et légèreté, ingéniosité et confort, préciosité et fantaisie. Jean-Benoît Dutel est de ceux-là.



Jean-Benoît Dutel

**J**e u n e créateur de 30 ans, diplômé de l'Ecole des Métiers d'Art en Joaillerie à la SEPR de Lyon, Jean-Benoît Dutel a eu droit à tous les hommages de la presse lorsqu'il s'est lancé en joaillerie en 2008. Ses bijoux en or, légers et raffinés, métal brossé ou métal brillant, ses bagues sculpturales et géométriques mais si féminines, aux volumes gourmands et généreux. Réversibles quand la barrette de diamants blancs se retourne pour laisser apparaître une barrette de diamants noirs, escamotable quand l'anneau se plie et se déplie comme un origami pour jouer avec les assemblages de diamants. Il y a un petit air de Rubik's Cube précieux et amusant dans

ces collections futées. Jean-Benoît Dutel a bien compris que l'ère du bijou sérieux et compassé était révolue. Place à l'amusement, aux bijoux transformables, à la personnalité changeante de la cliente qui veut bien se voir le jour en diamants blancs et le soir en diamants noirs ou bruns. Après tout, les grands joailliers ont toujours fait des bijoux escamotables non ? Mais on trouve aussi dans la collection emblématique du créateur, « *Le Voile et les Sens* », cette bague arrondie, haute et ogivale, qui s'impose par sa forte présence, toute de géométrie et de volume calculé. Pavée ou parsemée de diamants, voici le modèle phare, dont les côtés de l'anneau ont été ajourés pour mieux épouser la forme des doigts et assurer un confort parfait. Mais le joaillier ne s'arrête pas là. Remarqué pour son talent, il avoue avoir été approché par les « grands » de la place Vendôme, qui lui ont demandé d'assurer la fabrication de certaines de leurs lignes, ce qui l'occupe beaucoup aujourd'hui. Et s'il vend très bien ses créations sur Internet, il se verrait bien aussi chez les bijoutiers à la recherche de vitrines créatives. Ses prix sont « raisonnablement » haut-de-gamme, de 1 500 à 5 000 €. ■ I.H.

[www.jbdutel.com](http://www.jbdutel.com)

## L'Union de la Bijouterie Horlogerie (UBH) Plus de poids pour le commerce de la bijouterie horlogerie

En unissant la Fédération Nationale HBJO et le Syndicat Saint Eloi, l'Union de la Bijouterie Horlogerie devient effective le 27 mars 2013



Christine Boquet

### Une véritable refondation de la représentation du commerce de l'Horlogerie Bijouterie

Voilà bien deux ans que les deux organismes réfléchissent, se rencontrent et travaillent sans relâche, à construire l'Union de la Bijouterie Horlogerie (UBH). Ce nouvel organisme, fruit d'une longue réflexion est destiné à représenter et à défendre les intérêts de la profession du commerce de la bijouterie-horlogerie, tout en tenant compte de sa diversité et de la complémentarité des adhérents. Mais en rassemblant leurs forces et en présentant un front uni, les deux orga-

nisations professionnelles font beaucoup plus que s'associer, elles opèrent une refondation totale du commerce de la bijouterie horlogerie.

### La mise en commun des forces donne du poids au secteur

L'Union de la Bijouterie Horlogerie fédère 800 entreprises réalisant un chiffre d'affaires de 1,750 Milliard d'euros dans plus de 2 000 points de vente et employant près de 12 000 salariés. Parmi ses membres 21 groupes intégrés, 240 coopérateurs et 540 entreprises de moins de 6 points de vente.

### Les instances statutaires intègrent la diversité des entreprises

Le conseil d'administration, organe de décision et de gouvernance, est composé, pour la première mandature, de membres désignés à parité par la Fédération Nationale HBJO et le Syndicat Saint Eloi. Par la suite, ils seront élus parmi les délégués membres de l'Assemblée Générale. Ces délégués seront répartis en 3 collèges reprenant les différentes typologies d'entreprises adhérentes : entreprises commerciales ou artisanales de 5 points de vente au plus, entreprises du commerce associé et entreprises succursalistes de plus de 5 points de vente.

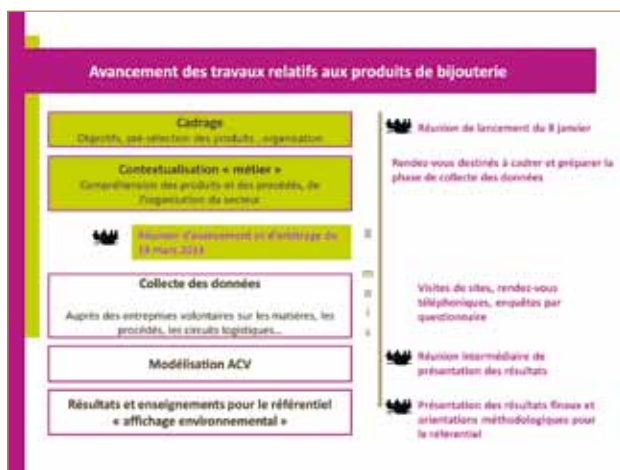
Le président du conseil est Guy Subra. Autorité morale de la profession, il est chargé de la rassembler et la fédérer.

La présidente déléguée, Christine Boquet, est responsable de la mise en œuvre de la politique définie par le conseil. La présidente déléguée représente l'Union auprès des tiers et des Pouvoirs publics. ■ M.T.

**Contact UBH**  
**Christine Boquet**  
**Présidente déléguée L'Union De la Bijouterie Horlogerie**  
**109, rue du Faubourg saint Honoré**  
**75008 Paris**  
**Tél. : 01 44 70 77 97**  
**cboquet@u-b-h.com**

# Affichage environnemental

## Collecte des données en cours



Le groupe de travail interprofessionnel « Affichage environnemental » s'est réuni le 19 mars dernier afin de faire un premier point d'étape sur l'avancement des travaux du cabinet Bleu Safran, chargé de l'étude sur le secteur montres et bijoux. Ce dernier a identifié et listé avec précision les différentes étapes à observer dans la fabrication, grâce à des visites sur le terrain, dans les ateliers et dans une société d'affinage. Il procède en ce moment à une collecte de données auprès des fabricants et autres professionnels de la filière. Le site de la BJOP met en ligne le document de présentation détaillé du cabinet Bleu Safran, faisant l'inventaire des différentes données qui seront nécessaires à l'étude. Pour plus d'information : <http://www.union-bjop.com> ■ I.H.

# Philippe MAS

Tout pour votre SAV  
Bijouterie Horlogerie

 Piles  
Apprêts - Outillage  
Fournitures



Des milliers de références en  
stock pour une expédition  
immédiate de vos commandes !

Retrouvez nous sur [www.pmas.fr](http://www.pmas.fr)  
avec les codes d'accès [hbjo@pmas.fr](mailto:hbjo@pmas.fr)  
mot de passe : hbjo2005



## Les chiffres de la profession à fin mars 2013

Source : [www.ecostat-franceclat.fr](http://www.ecostat-franceclat.fr)

Évolution sur un an	Chiffre d'affaires tous produits							
	août 2012	septembre 2012	octobre 2012	novembre 2012	décembre 2012	janvier 2013	février 2013	mars 2013
<i>En bijouteries, grands magasins, bijouteries fantaisie et grandes surfaces</i>								
<b>Évolution mensuelle</b>	-2 %	-5 %	-5 %	-3 %	-5 %	-4 %	-4 %	-3 %
- bijouteries en ville et grands magasins	-2 %	-5 %	-4 %	-3 %	-4 %	-5 %	-5 %	-4 %
- bijouteries de centre commercial	-5 %	-5 %	-6 %	-4 %	-6 %	-4 %	-2 %	stable
- bijouteries fantaisie	+4 %	+3 %	-7 %	-1 %	-3 %	+7 %	+4 %	+10 %
- grandes surfaces	-3 %	-11 %	-9 %	-8 %	-12 %	-7 %	-9 %	-12 %
<b>Évolution en cumul annuel mobile</b>	-1 %	stable	-1 %	-2 %	-3 %	-3 %	-4 %	-4 %

Évolution sur un an	mars 2013/2012		d'avril 2012 à mars 2013		
	Quantités	Valeur	Quantités	Valeur	Prix moyen
<i>En bijouteries, grands magasins, bijouteries fantaisies et grandes surfaces</i>					
Ventes de montres	-6 % ▼	-2 % ▼	-4 % ▼	stable ▶	+4 % ▲
Ventes de bijoux en or tous titres	-7 % ▼	-8 % ▼	-10 % ▼	-8 % ▼	+2 % ▲
- dont bijoux en or 750 ‰	-	-	-42 % ▼	-22 % ▼	+34 % ▲
Ventes de bijoux en autres matières (argent, plaqué, acier, etc...)	-4 % ▼	+8 % ▲	-9 % ▼	stable ▶	+10 % ▲
- dont bijoux en argent	-	-	-7 % ▼	+1 % ▲	+8 % ▲
- dont bijoux fantaisie	-	-	-5 % ▼	+5 % ▲	+11 % ▲

## Commerce extérieur français d'horlogerie-bijouterie à fin février 2013

Source : Douanes Françaises

Évolution sur un an	février 2013/2012			de mars 2012 à février 2013		
	Export	Import	Couverture	Export	Import	Couverture
<i>En valeur</i>						
Horlogerie	+4 % ▲	stable ▶	+4 pts ▲	+19 % ▲	+17 % ▲	+1 pt ▲
Bijouterie-joaillerie	+4 % ▲	+14 % ▲	-12 pts ▼	+16 % ▲	+9 % ▲	+6 pts ▲
Bijouterie fantaisie	+6 % ▲	+8 % ▲	-2 pts ▼	+11 % ▲	+17 % ▲	-3 pts ▼

## Production française d'horlogerie-bijouterie à fin mars 2013

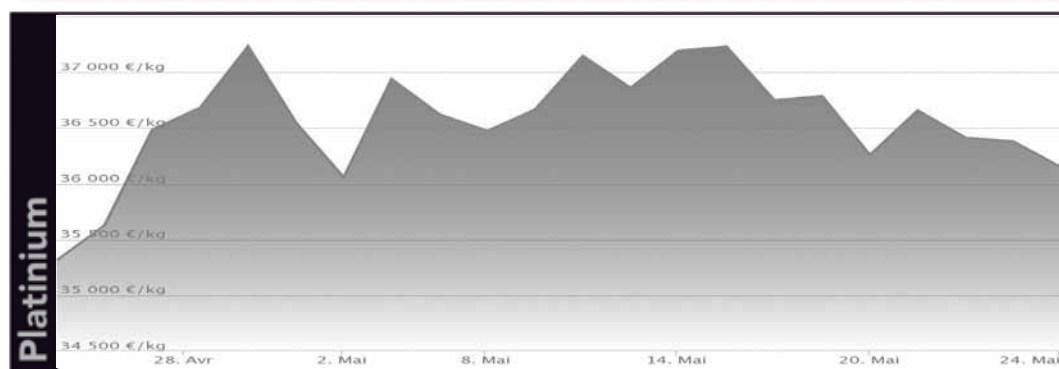
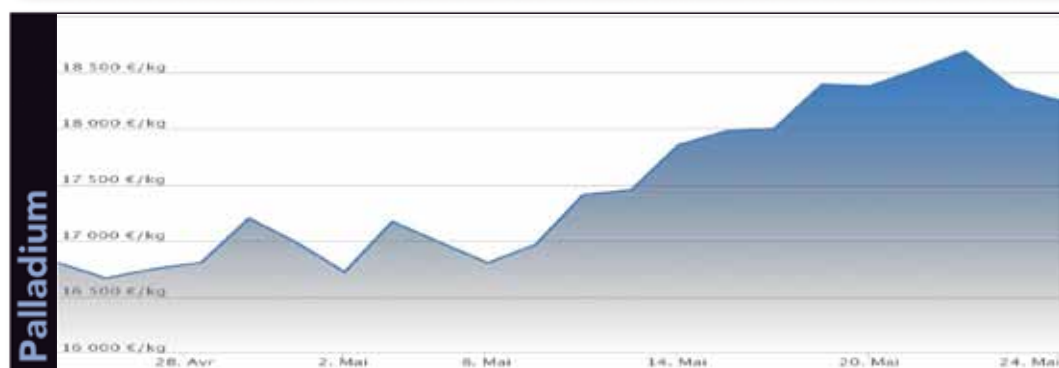
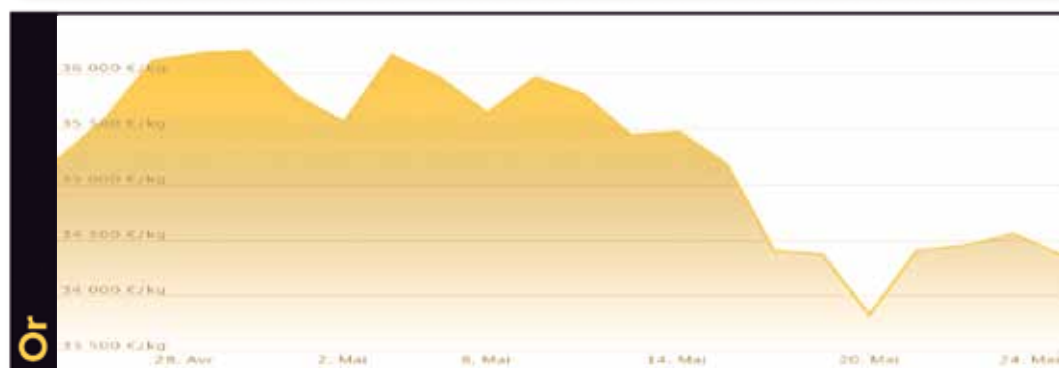
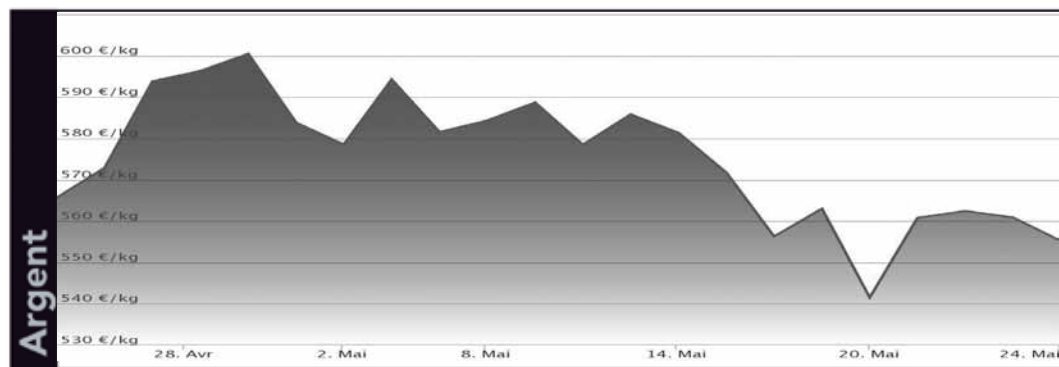
Source : INSEE / Comité Franceclat

Évolution sur un an	Facturations HT							
	août 2012	septembre 2012	octobre 2012	novembre 2012	décembre 2012	janvier 2013	février 2013	mars 2013
Horlogerie	-18 %	-10 %	-7 %	-16 %	-15 %	-10 %	+3 %	+3 %
Bijouterie-joaillerie-orfèvrerie	stable	+9 %	+8 %	-2 %	-12 %	-3 %	-23 %	-4 %

# Cookson **CLAL**

## Cours des métaux en France

du 24/04/2013  
au 24/05/2013



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

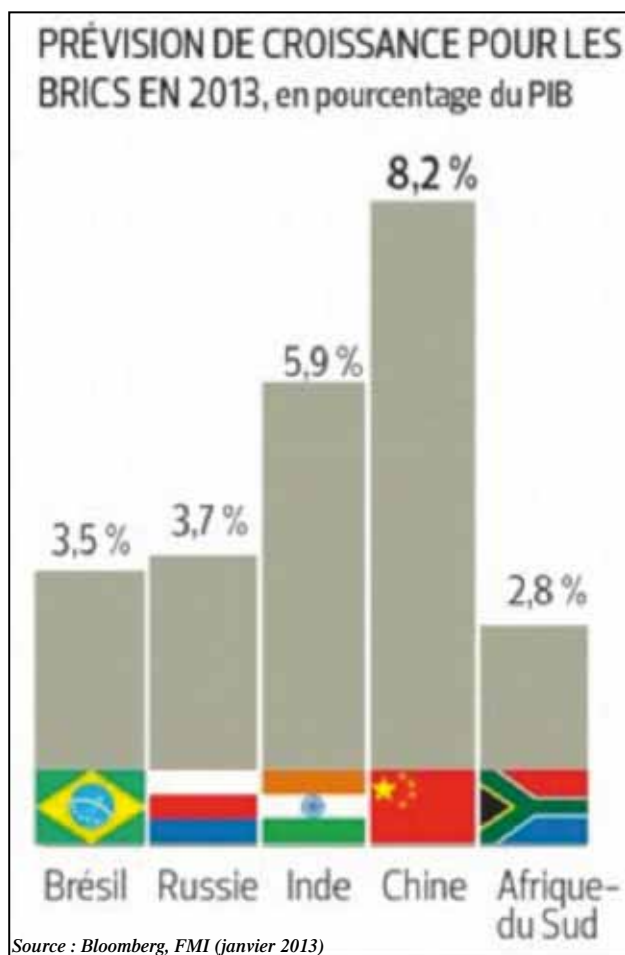
137, rue du Temple  
75003 Paris  
Tél. : 01 42 77 42 13  
Fax : 01 48 87 19 10

E-mail : [infoclal@cookson-clal.com](mailto:infoclal@cookson-clal.com)

E-mail export : [exportcontact@cookson-clal.com](mailto:exportcontact@cookson-clal.com)

[www.cookson-clal.com](http://www.cookson-clal.com)

## Conjoncture



### France

Le programme de stabilité présenté par le ministre de l'Economie Pierre Moscovici prévoit de **ramener le déficit du pays de 3,7 % fin 2013 à 0,7 % fin 2017**, après 4,8 % l'an dernier. En l'absence de croissance et de création d'emplois, cette politique risquerait d'entraîner une hausse régulière du chômage, selon l'OFCE. Par ailleurs, la Commission européenne estime que le taux de chômage

graphie déclinante qui ne manquera pas de reposer le problème des retraites.

### Italie

Le tout nouveau gouvernement italien compte sortir le pays de l'austérité, **mettre en place une politique de croissance et concentrer son action sur l'emploi** dans un pays qui compte 11,6 % de chômeurs. La taxe foncière disparaîtra en juin 2013, mais la TVA passera en revanche de 21 à 22 %.

atteindra 10,9 % en 2014.

### Allemagne

Première économie de la zone euro, c'est elle qui verse le plus d'argent pour alimenter les pays en difficulté (Grèce, Irlande, Portugal, Espagne). L'Allemagne est une grande puissance exportatrice, mais **40 % de ses ventes industrielles sont à destination de la zone euro et les banques allemandes ont une forte présence en Espagne et en Italie**. Le pays a aussi ses faiblesses structurelles internes, en particulier une démo-

Rome souhaite recentrer les priorités européennes « sur la croissance et l'emploi » plutôt que sur les « mesures d'austérité budgétaire », et compte sur le soutien de Paris.

### Espagne

La quatrième économie de la zone euro devrait voir cette année son **taux de chômage atteindre 27,1 %**, selon le bulletin mensuel de la banque centrale. Cependant, un léger mieux se fait sentir et les exportations sont attendues en hausse de 3,8 % en 2013. Prélude à une reprise lente dans ce pays qui a beaucoup donné pour arrêter de creuser son déficit ?

### Etats-Unis

L'accélération de la croissance économique américaine au premier trimestre est un « trompe-l'œil », affirme le Figaro. **La FED maintient des taux d'intérêt très bas pour relancer l'économie, au risque de voir les Américains reprendre peu à peu leurs vieilles habitudes de vivre à crédit**. La restriction des dépenses publiques - de l'ordre de 85 milliards de dollars - entrée en vigueur début mars, ne va pas tarder à impacter fortement la consommation des ménages. Par ailleurs, le taux de chômage de longue durée reste élevé.

### Japon

L'assouplissement de la politique monétaire du Japon a fait chuter le yen, relançant **les craintes d'une guerre des monnaies**. Il s'agit pour la

BoJ (Bank of Japan) de faciliter les prêts bancaires aux particuliers et aux entrepreneurs pour dynamiser l'économie du pays, et non de manipuler le yen pour obtenir un avantage compétitif. Mais aux yeux des Européens, des Américains et même des Sud-Coréens, la baisse du yen n'est rien d'autre qu'une dévaluation compétitive qui avantage de manière déloyale les exportateurs japonais. Cette politique va permettre un doublement de la masse monétaire en circulation. De quoi donner des arguments à ceux qui rêvent de voir la zone euro suivre la même voie.

## Pays émergents

D'après le cabinet Ernst & Young, **l'économie mondiale va croître de 3 à 3,5 % cette année, essentiellement grâce au dynamisme des pays émergents.** L'augmentation du PIB sera de 6 % en 2014. Derrière la Chine (8 % de croissance en 2013), il y a l'Indonésie (6,1 %) - un marché de 240 millions d'habitants, mais aussi la Malaisie (5 %), la Thaïlande (5,3 %) ou le Vietnam (5,5 %). Certains pays sont rentrés dans un « cercle vertueux » de leurs échanges. Ceux-ci augmentent de 20 % par an entre la Chine et l'Inde. La Chine, déjà très présente en Afrique pour exploiter les ressources minières et pétrolières du continent, diversifie ses investissements au secteur manufacturier. En Asie, elle a créé en Indonésie, au Vietnam ou en Birmanie tout un écosystème d'interdépendance des marchés. Fin mars, le Brésil et la Chine ont signé un accord, et les BRICS ont créé une banque de développement commune destinée à financer les projets d'infrastructure. Le deuxième élément déterminant, c'est l'émergence des classes moyennes qui crée un véritable marché dans le secteur des services, banques et assurances. La devise de la banque HSBC n'est-elle pas : « Dans le futur, le commerce Sud-Sud sera la norme, pas l'exception » ? ■ I.H.

Sources : Le Figaro, Le Point, BFM Business, Ernst & Young



**La Belle Vie**

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

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

## Chine et luxe

### Les consommateurs chinois représentent 25 % des achats de produits de luxe dans le monde

Pour sa cinquième édition de l'étude « Le marché du luxe en Chine » réalisée en 2012, le cabinet Bain & Company\* observe que la Chine fait la course en tête avec une croissance de ses achats de produits de luxe de 20 % par rapport à 2011.

Cette performance s'explique par la faiblesse de la monnaie européenne, qui incite les voyageurs chinois à acheter à l'étranger. Les achats hors de Chine représentent ainsi 60 % de leur consommation totale de produits de luxe. Si la « Grande Chine » (Chine continentale, Hong-Kong et Macao) a désormais dépassé le marché japonais, morose depuis quelques années, tout comme le marché européen, elle reste malgré tout loin derrière le marché américain.

#### Les principales conclusions de l'étude

- Shanghai et Pékin ont tendance à privilégier un luxe plus discret, moins ostentatoire, et à se détourner des logos trop voyants, un peu à l'image des clients européens.
- Les jeunes clients de moins de 35 ans préfèrent les marques qui leur permettent d'affirmer leur personnalité, tandis que les clients plus âgés restent sensibles au statut social



conféré par les marques de luxe reconnaissables.

- Le service en boutique hors de Chine gagnerait à mieux appréhender les codes culturels chinois, mais à l'inverse, les boutiques de luxe en Chine doivent proposer une offre et un niveau de service à l'égal de ce qui se fait aux Etats-Unis et en Europe.

- Les marques présentes depuis longtemps en Chine ont tendance à réduire le rythme d'ouverture de leurs boutiques.

- Le e-commerce et l'activité des réseaux sociaux est encore modeste, bien qu'en forte progression. Mais les jeunes interagissent beaucoup avec les marques via Internet ou leur mobile.

Les perspectives pour 2013 sont positives, et les fondamentaux de l'économie chinoise restent bons malgré un léger ralentissement de la croissance et le renforcement des lois anti-corruption. Le challenge majeur pour les marques sera de « définir une véritable stratégie mondiale visant les consommateurs

chinois, quel que soit le lieu où ils effectuent leurs achats », selon Bain & Company.

*\*Le cabinet Bain & Company est spécialisé dans le conseil et les études stratégiques pour les entreprises et les investisseurs. L'étude a porté sur 4 616 personnes dans 10 villes. ■ I.H.*

# Le point sur les métaux précieux

L'or a connu sa plus forte chute depuis 30 ans, perdant momentanément sa place de valeur refuge. Le marché de l'or est extrêmement spéculatif, et les variations brusques ne reflètent aucune évolution de valeur fondamentale. C'est un « piège » pour les petits porteurs. La chute a été impressionnante et rapide, plongeant sous les 1 400 \$ l'once. Elle est due essentiellement au renoncement à l'or des investisseurs indiciels, dont ils se sont débarrassés à hauteur de plus de 220 tonnes depuis le début de l'année. Le rendement sur le métal précieux apparaissait décevant et des rumeurs de vente massive couraient déjà depuis plusieurs mois. La fermeté du dollar, qui reste la principale monnaie de réserve dans le monde, ainsi que la décision de la banque centrale de Chypre de vendre une grande quantité d'or, font aussi partie des éléments qui ont précipité la chute.

L'argent a suivi la dégringolade de l'or à partir d'avril, ce métal étant lui aussi fortement lié aux achats/ventes des investisseurs institutionnels. Par ailleurs, le régulateur américain des marchés dérivés, la CFTC, se penche actuellement sur la façon dont les prix de l'or et de l'argent sont fixés à Londres, se demandant notamment s'ils ne sont pas vulnérables à une manipulation, affirme le Wall Street Journal. Les prix de l'or sont fixés deux fois

par jour au cours d'une téléconférence entre cinq banques et ceux de l'argent entre trois banques. Les prix de l'or et de l'argent établis à Londres deux fois par jour servent de référence au reste des marchés liés aux métaux précieux.

**Platine : le groupe minier Anglo American a durement subi les grèves** qui ont frappé l'industrie minière en Afrique du Sud l'an dernier. **La production de platine a dégringolé de 29 %, les deux mois de grèves** ayant coûté 272.590 onces de platine. Anglo American a proposé des plans de réduction d'effectifs (moins 14 000 emplois), la fermeture de quatre puits et la vente d'une mine, ce qui réduirait sa production annuelle « d'environ 400.000 tonnes d'onces par an » selon la direction.

**Le palladium a continué d'attirer, début 2013, les investisseurs** qui fuyaient les placements sur l'or et estimaient que le cours du palladium allait se renforcer du fait d'une pénurie probable face à une demande croissante. Mais la baisse du cours de l'or a finalement entraîné dans sa chute tous les autres métaux précieux. Pour certains analystes, l'investissement dans le palladium, relié comme le platine à l'activité automobile, sera payant à terme. ■ I.H.



Le cours de l'or de janvier à mai 2013. En \$ par once.



Le cours de la platine de janvier à mai 2013. En \$ par once.



Le cours de l'argent de janvier à mai 2013. En \$ par once.



Le cours du palladium de janvier à mai 2013. En \$ par once.

Sources : Le Figaro, Le Point, Financial Times, Les Echos

### Salons professionnels en France

#### ECLAT DE MODE - BIJORHCA

5 au 8 juillet 2013  
Paris

#### SO ONE

Les journées privées HBJO Paris  
15 et 16 septembre 2013  
Paris

### Salons professionnels à l'étranger

#### HYDERABAD JEWELLERY, PEARL & GEM FAIR

7 au 9 juin 2013  
Hyderabad - Inde

#### EPHJ-EPMT-SMT

- EPMT, salon international des microtechnologies  
- SMT, salon international des technologies  
médicales  
11 au 14 juin 2013  
Genève - Palexpo - Suisse

#### THE JEWELLERY SHOW - LONDON

11 au 12 juin 2013  
Londres -GB

#### JUBINALE

13 au 15 juin 2013  
Cracovie - Pologne

#### CHINA (SHENZHEN) INTERNATIONAL GIFTS, HANDICRAFTS, WATCHES & HOUSEWARE FAIR

14 au 16 juin 2013  
Shenzen - Chine

#### CWJF - CHINA WATCH JEWELLERY & GIFT FAIR

27 au 30 juin 2013  
Shenzen - Chine

#### SILVER GOLD

juillet 2013  
Tabriz - Iran

#### JOVELLA

2 au 3 juillet 2013  
Tel Aviv - Israël

#### MIJF - MALAYSIA INTERNATIONAL JEWELLERY FAIR

12 au 15 juillet 2013  
Kuala Lumpur - Malaisie

#### NEW YORK ANTIQUE JEWELRY & WATCH SHOW

26 au 29 juillet 2013  
New York - USA

#### ORLANDO GIFT SHOW

27 au 29 juillet 2013  
Orlando - USA

#### JKC TOTONTO

juillet 2013  
Toronto - Canada

#### REED GIFT FAIRS - MELBOURNE

3 au 7 août 2013  
Melbourne - Australie

#### SEATTLE GIFT SHOW

17 au 20 août 2013  
Seattle - USA

#### IJS - INDIA INTERNATIONAL JEWELLERY SHOW

22 au 25 août 2013  
Bombay - Inde

#### FORT LAUDERDALE GIFT SHOW

27 au 28 août 2013  
Fort Lauderdale - USA

#### AMBERMART

28 au 31 août 2013  
Gdansk - Pologne

#### HONG KONG WATCH & CLOCK

4 au 8 septembre 2013  
Hong Kong - HK

#### BANGKOK GEMS & JEWELRY FAIR

septembre 2013  
Bangkok - Thaïlande

#### IJF - JAA INTERNATIONAL JEWELLERY FAIR

septembre 2013  
Sydney - Australie

#### BIJOUX EXPO TURKEY

septembre 2013  
Istanbul - Turquie

#### INTERNATIONAL JEWELLERY LONDON

1er au 4 septembre 2013  
Londres - GB

#### ABOUT J

4 au 7 septembre 2013  
Vicenza - Italie

#### BISUTEX

11 au 15 septembre 2013  
Madrid - Espagne

#### IBERJOYA

11 au 15 septembre 2013  
Madrid - Espagne

#### PRETIOSA VIENNA

13 au 15 septembre 2013  
Vienne - Autriche

	Page
ACER	23
AV GOLD TEAM	71
ATELIER DU BOIS	47
BIJORHCA	40
BIJOUX BERMO	63
CABINET EBRARD	49
CAP AGENCEMENT	47
CNAO FRANCHISING	45
COMITE FRANCECLAT	17
COOKSON	89
COOKSON JOLIOT	67
D-SIGN France	57
DUTRIEUX	49
E. GRILLE	69
EPENOY MICHEL	96
FISCHER INSTRUMENTS	77
GIE PERSPECTIVE	13
FOM 2000	57
GUNNEBO / FICHET-BAUCHE	53
INVERNESS	75
LA BELLE VIE	91
L.A.B.	69
LASER IN FRANCE	61
LES EMPREINTES	5
LES NOUVEAUX BIJOUTIERS	15
MAREA SYSTEMWEB	25
MAS PHILIPPE	87
METAUX PRECIAUX DE FRANCE	59
M3 SOFT	63
NOMBRE D'OR	1ère couverture et 8-9
OCS	3ème de couverture
PERJES	4ème de couverture et 51
SOBACO	29
SO-ONE	2e de couverture
THABORA	2 et 3
THE SWATCH GROUP	11
TRENDY ELEMENTS	1
VERSPIEREN	43



## VENTE

Réf.2413271

### Golfe de ST TROPEZ

Vds bijouterie horlogerie réparation seule à Cogolin emplacement n° 1 - 36m² atelier 14m² jardin 56m² loyer 1 096€ TTC - CA 339 000€ PV 115 000€ - Tél 06 81 94 41 31.

Réf.2419201

### Vds Bijouterie Joaillerie + atelier

toutes sécurités cause retraite 50 m² 8000 clients catalogue internet 1 salarié à reprendre CA 443 K€ prix 340 K€ + stock Départ 25 e-mail : ventbij@free.fr

Réf.2419211

### Entre Hyères et Toulon

dans le cœur d'une ville importante magnifique magasin d'angle refait à neuf en 2009 surface vente 48 m² + atelier / réserve / bureau à l'étage - Sécurité totale avec télésurveillance - caméras - coffre - armoire double porte faible loyer 511 € mensuel - Excellente clientèle Prix fond 240 000 € - 06 67 42 38 64

Réf.2219451

### Vend HBJO centre ville Nord 77

agencement récent 5 m façade bon CA à développer atelier boutique de 37 mètres carré prix de cession à débattre contact 01 60 23 96 63

Réf.2419531

### Vends bijouteries - joailleries

dans centres commerciaux régionaux Sud-Est - Sud-Ouest Rhône - Emplacements n° 1 Contact : 06 14 89 37 16 - 06 20 30 05 83

Réf.2419631

### 30 Vend HBJO Centre Ville Magasin

30m² Atelier 13m² Réserve 8m² + Grand Appt / Etage Loyer 825€/mois CA 150 000 Fonds 90 000 - Tél 06 87 43 37 37

Réf.2419551

### Vend HBJO 35 centre-ville

45m² + 80m² atelier / bureau. Façade 7.5m loyer 945€/mois - CA TTC =460k€ Prix =230k€ Email : vdbijou35@orange.fr

Réf.2419561

### Vds Albertville Eurl artisan

depuis 12/1995 rep. fab. Ha or bij occas. CA moyen 616k - Tél : 06 11 29 44 07

Réf.2419621

### Préfecture dp 43 vds cause retraite

horl-bij centre ville - Bel emplac - Fonds 88.000 € - loyer 750 € - Tél 06 76 38 03 43

## DEMANDE D'EMPLOI

Réf.2418731

### VRP MULTICARTES

cherche carte sur secteur Ile de France 06 16 33 16 29 - sdoro@sfr.fr

## OFFRE D'EMPLOI

Réf.2410691

### Fabricant français de bijoux

recherche REP avec cartes HBJO - www.liova.net Tél 01 69 20 34 26 - mail : liovarecruite@yahoo.fr

## REPARATION HORLOGERIE Toutes Marques



**MICHEL**

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

**EPENOY**

Réf. 248751

**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 ET VENTE MASSIVE.**

**NOUVEAU!!**  
**Concept Spécial**  
**VENTE MASSIVE**  
(nous consulter)



## Pourquoi pas vous ?

Lors d'une opération de **LIQUIDATION** ou de **VENTE MASSIVE**, 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 ORFÈVRES, Montceau les Mines • Bijouterie PARRENIN, St Germain en Laye • Bijouterie ROEDELSPERGER, Colmar • Bijouterie PRIEUR, Nantes • Bijouterie CATTEAU-AUCHERE, Vichy • Bijouterie PREVOT, Bordeaux • Bijouterie BLUE GOLD, Annecy • Bijouterie CHRIS DEL MAR, Vincennes • Bijouterie LE CUZIAT, Lannion • Bijouterie AZARIAN, Amiens • Bijouterie LA COUPE D'OR, Lagny Sur Marne • Bijouterie PETIT, Montreuil Fault Yonne
- Bijouterie RICHARD, Bar sur Seine • Bijouterie BEAUMESNIL, Dinard • Bijouterie AUDEON-DURAND, Nantes • LE STYLO DES GRANDS HOMMES, Bordeaux
- TRANSPARENCES, Bordeaux • Bijouterie RIVALS, Toulouse • Bijouterie FRED'ERIC SOUDEE, Antibes • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Houssen • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Mulhouse • Bijouterie JULIEN D'ORCEL, Crépy 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 AZY ROMANET, 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 CUYELIER, 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, Arrent • 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 CENTER, 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, Laval • 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 Souveraine • 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, Mantauban • Bijouterie GUILLOTIN, Compiègne • Bijouterie BASTIAT, Royan • Bijouterie LASNIER, La Rochefoucault • Bijouterie CASTEL, Lyon • Bijouterie COLONNES D'OR, Limoges • Bijouterie GERBE D'OR, Pau
- Bijouterie LEVEQUE, Dreux • Bijouterie HAILLOT, La Seyne-sur-Mer • Bijouterie RAVEL, Hyères • Bijouterie MALLET, Maisons-Alfort • Bijouterie LE LOUPP, Quimper • Bijouterie DELAUNAY, Cognac et Ruffec • Bijouterie DE LUCIO, Drancy • Bijouterie ARTEON, Biarritz • Bijouterie GODECHOT ET PAULLET, Paris • Bijouterie L'ART DU BIJOU, Munster
- Bijouterie LOUISET, Bagnols-sur-Cèze • Bijouterie FRANÇOIS, St-Etienne • Bijouterie MOUCHERE, St Hilaire-du-Arcouët • Bijouterie DUCHET, Vesoul • Bijouterie DELOBEL, Armentières • Bijouterie DASSONVILLE, Mauriac • Bijouterie CARLES, Poitiers • Bijouterie POUILLOUX, Royan • Bijouterie BOUR, Freyming-Merlebach • Bijouterie 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 PERDRIEAU, Saint-Yrieix-la-Perche • 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, Méridan • 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, Montélimar • 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, Allevard
- 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, Châlons • Bijouterie MAQUART, Sedan
- Bijouterie MARSAC, Epernon • Bijouterie BUSQUET, Marmande • Bijouterie GENTIS, Royan • Bijouterie AUX EPIS D'OR, Saint-Nazaire • Bijouterie LES DIAMANTINES, Pessac
- Bijouterie MALIQUE, Colombes • Bijouterie LALLEMAND, Epernay • Bijouterie VAILLANT, Saint-Brieuc • Bijouterie BOUJU, Mantes-la-Jolie • Bijouterie STUDER, Amiens
- Bijouterie LES TOURMALINES, Paris • Bijouterie MIRO, Carcassonne • Bijouterie CHAIZE, Grenoble • Bijouterie ORARD, Tournon • Bijouterie TURLIER, Mâcon • Bijouterie ORIANE, Ollioules • Bijouterie SAUTEJEAU, Lannion • Bijouterie KREITER, Haguenau • Bijouterie KAEHLIN, Huningue • Bijouterie GERBE D'OR, Caen • Bijouterie ELIE, Poitiers
- Bijouterie LASSALLE, Rouen • Bijouterie LA TOPAZE, Epinal • 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, Le Chesnay • Bijouterie BASSEREAU, Reims...

« 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 MASSIVES,  
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](mailto:ocs.laval.thomas@wanadoo.fr)  
O.C.S. Rue de l'Ambène - B.P. 198 - 63200 Riom - [www.liquidation-ocs.com](http://www.liquidation-ocs.com)  
(mêmes coordonnées pour nos bureaux Sud de St-Raphaël)



**PERJES**  
s é c u r i t é

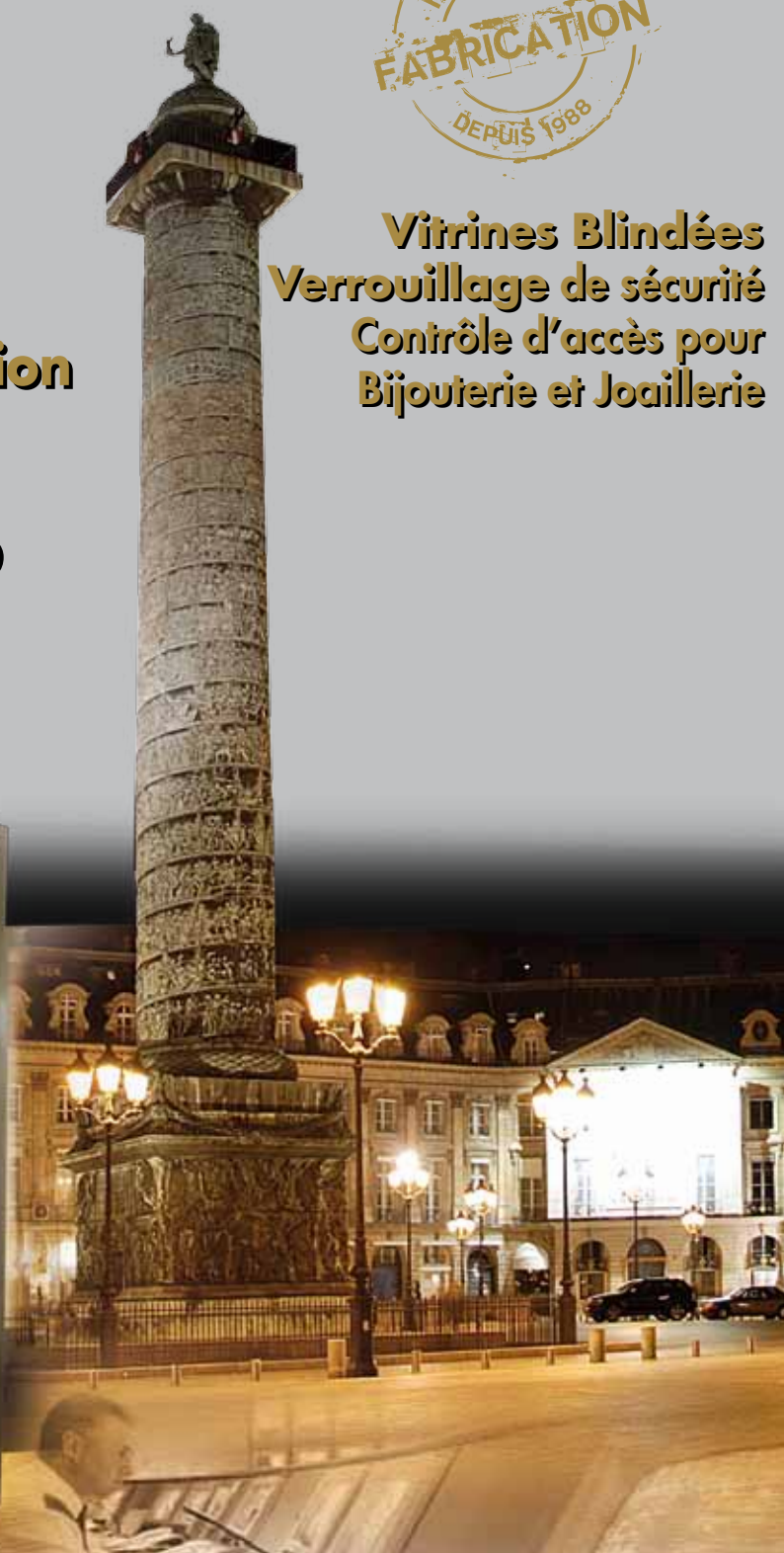
**Partenaire Nombre D'or**

**N°1 en Europe de la Protection  
de Bijouterie depuis 1988**

**Partenaire Fédération HBJO**



**Virrines Blindées  
Verrouillage de sécurité  
Contrôle d'accès pour  
Bijouterie et Joaillerie**



[www.perjes-securite.com](http://www.perjes-securite.com)