

N° 28 MARS/AVRIL 2014

# L'OFFICIEL

Horlogerie & Bijouterie



**Découvrez aussi  
une sélection de bijoux  
pour la fête des mères**

Prix (France) : 9,50€

# FREEGUN



SÉRIE VARIAL  
MODÈLE EE5017

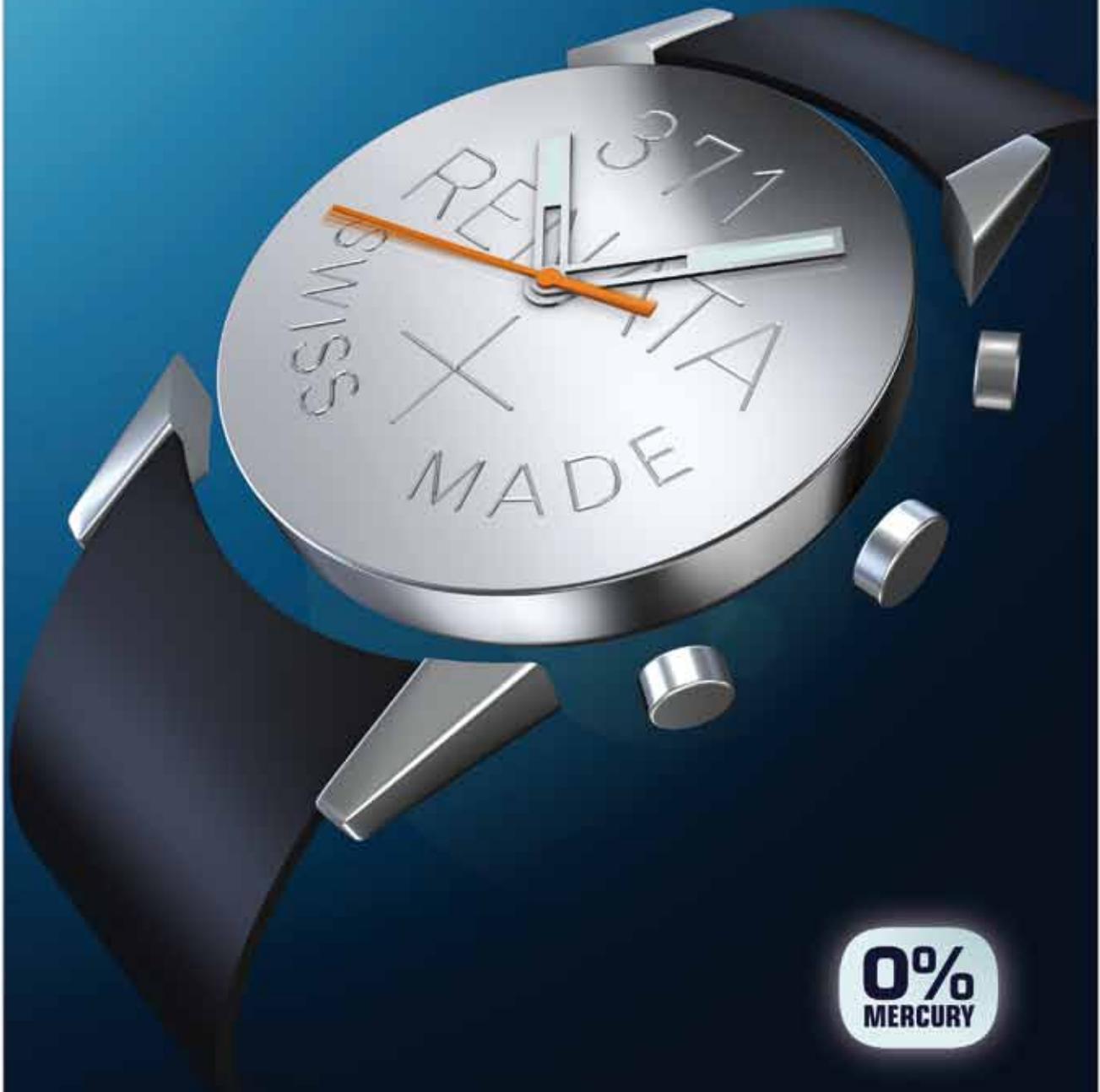


VENEZ VITE DÉCOUVRIR LES NOUVELLES MONTRES FREEGUN SUR : [WWW.TRENDYELEMENTS.COM](http://WWW.TRENDYELEMENTS.COM) ou [WWW.FREEGUN.COM](http://WWW.FREEGUN.COM)

Contact : 03.81.61.76.63 | [trendy@trendyelements.com](mailto:trendy@trendyelements.com)

© 2011 Trendy Elements. All rights reserved.

the **swiss** power source



**0%**  
MERCURY

**renata**   
batteries

• • • • •  
SWATCH GROUP ELECTRONIC SYSTEMS



Comptoir Cardinet Parly 2



Dubail Vendôme



Ferret Nice



L'OR DU TEMPS

# Ils nous ont fait confiance



Piery



Cartier



GAREL  
JOAILLER CRÉATEUR



CLEOR



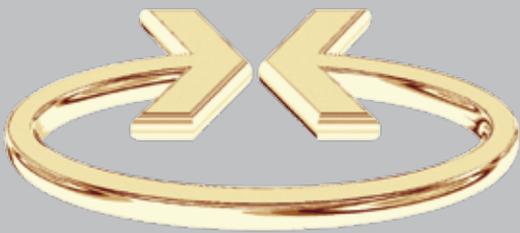
Philipparie Limoges



A. Pellegrin



DIDIER GUERIN



**PERJES**  
s é c u r i t é

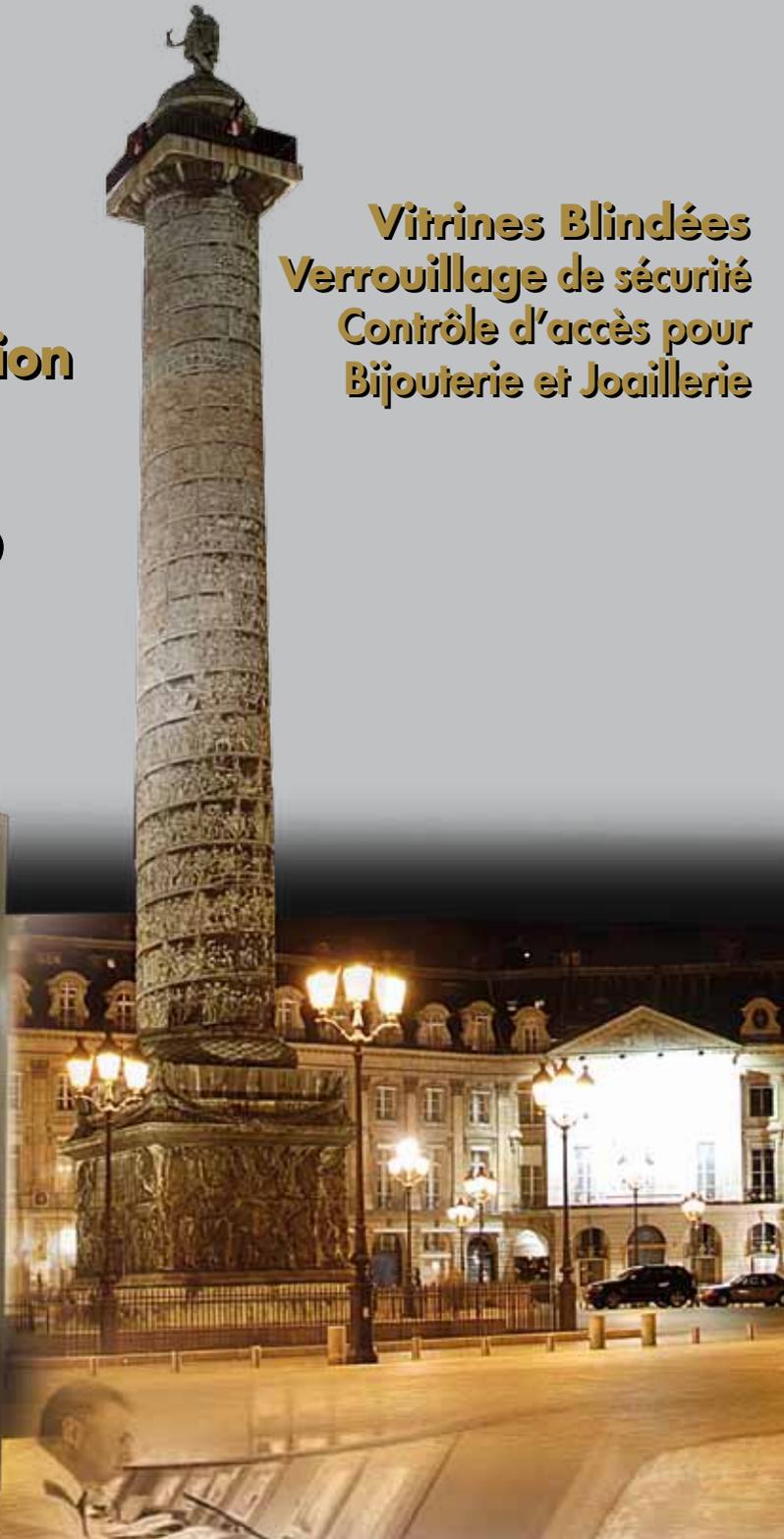


**Partenaire Nombre D'or**

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

**Partenaire Fédération HBJO**

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



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

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

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

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

Consultants :  
Assurance : Verspieren  
Sécurité : Perjes  
Groupement : Les Nouveaux Bijoutiers

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

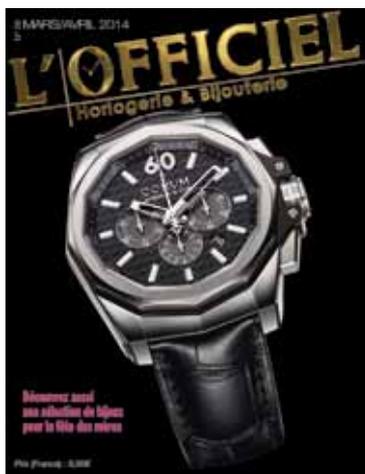
Impression : C. E. E.

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



Corum - Admiral's Cup

## Édito

### Nous débutons ce numéro

**avec les offres de nos partenaires pour la Fête des mères, communion, baptême...**

**Un large choix de bijoux :** colliers, bracelets, boucles d'oreille, pendentifs... Il y en a pour tous les goûts et tous les prix.

Sans oublier les PLV fournies par ces fabricants, très utiles pour les vitrines, et les animations proposées par certains qui, sans aucun doute, séduiront vos clients.

### Nous relançons

#### le débat sur l'or 9 carats

Nous avons déjà publié une série de 3 articles sur le premier semestre 2013 à ce sujet, qui indiquaient déjà **un grand risque d'un marketing inadapté**. Hélas ! C'est effectivement ce qui se produit sur le terrain.

Il est évident que l'or 9 carats est un marché à saisir, mais pas en racontant « n'importe quoi » aux clients, comme le font certains bijoutiers.

Il est certain que le marketing défaillant actuel, conduira les acheteurs vers l'achat en ligne : **« pourquoi acheter en boutique, ce que l'on peut trouver moins cher ailleurs ! »**

### Nous terminons

#### par les Petites Annonces : ça marche !

Comme vous le savez déjà, **le nombre de Petites Annonces d'un magazine est un repère très efficace pour vérifier si un magazine est vraiment diffusé et lu !**

Quand, il y a peu de Petites Annonces, c'est mauvais signe.

Mais avec nous, c'est l'inverse !

Vous trouverez sur le site [www.lofficielhb.com](http://www.lofficielhb.com), environ 60 boutiques HBJO à vendre !

Finalement, quand « on dit n'importe quoi » pour vendre, que l'on soit bijoutier ou éditeur de presse, comme nous, c'est toujours une stratégie commerciale qui « tire tout vers le bas », la qualité, le prix et le service.

Et comme nous prenons notre métier à cœur, comme vous, nous défendons les mêmes valeurs.

Bien à vous

Stive MERIRES

# Thabora



Bracelets Cuir  
& Oxydes de zirconium



Fermeoir Acier

Thabora SAS 6 rue des Papetiers  
CS 72002 - 38307 Bourgoin  
Tél: 04 74 43 81 40 / Fax: 04 74 28 23 69  
E-Mail: [thabora@thabora.com](mailto:thabora@thabora.com) - [www.thabora.com](http://www.thabora.com)

# Sommaire



Neelia



Cover

## éditorial

4

## point com

Un site ou un blog pour votre entreprise ? ●

8

## l'officiel express

10

## actualités bijouterie-joaillerie

LP Créations : Des bijoux pour nos petits bouts ●

22

Neelia : twist again et Rock'n'roll ●

24

Trollbeads : Le succès ●

26

## actualités horlogerie

Cover : Un remède contre la morosité ●

28

Trendy éléments : Freegun à Baselworld ●

30

## bijoux de saison

32

Fête des Mères - Fête des pères - Petites Montres ●

## grand débat

Or 9 carats : à quand un vrai marketing ? ●

38

## sécurité

consultant de L'Officiel H&B : Perjes ●

43

La balise GPS miniature : pour les bijouteries-joailleries

## assurance

consultant de L'Officiel H&B : Verspiere ●

44

Le « minimum » de sécurité indispensable

## groupement

consultant de L'Officiel H&B : Les Nouveaux Bijoutiers ●

46

Entretien avec Bruno Malgat Président des « Nouveaux Bijoutiers »

## matériels et consommables

consultant de L'Officiel H&B : Approcast ●

48

Des matériels et matériaux particulièrement innovants

## joaillerie

Le spinelle cousin du rubis ●

49

## haute-Horlogerie

Complications féminines : Belles et intelligentes ●

50

50

## métiers

- Fischer : Analyse des métaux précieux un modèle portatif ou de comptoir

53

## tribune des groupements

- Synalia : Julien d'Orcel et Miss France Un partenariat de charme

54

## salons 2014

- Baselworld 2014

55

## salons compte-rendu

- Bijorhca 2014 : Une très belle session
- Compte-rendu SIHH 2014

57

## formation

- Institut de bijouterie de Saumur : Formation d'excellence

58

## forum des détaillants

- Bijouterie MERLE : Situation difficile pour les petits bijoutiers

60

## forum des créateurs

- Caméo, l'atout charme

61

## vie du métier

- L'ING ouvre au public un cycle de conférences sur les pierres et les perles
- Made in création, Montres et Joaillerie
- Traçabilité des pierres de couleur : deux points de vue

62

63

64

## économie

- Les chiffres Clés de l'année 2013
- Le point sur les métaux précieux
- Conjoncture
- E-commerce, montres et bijoux : Les acteurs se multiplient

66

68

69

70

73

## agenda-index des annonceurs

74

## passer une petite annonce-bulletin

75

## abonnement

76

## consulter les petites annonces



## Un site ou un blog pour votre entreprise ?

Les entreprises dépensent encore inutilement de l'argent dans des sites internet, alors qu'un blog suffirait largement, dans 80 % des cas.



Le back office de la plate-forme Blogger

Les outils web ont considérablement évolué et surtout sont devenus très accessibles pour ceux qui veulent « se simplifier la vie ». Je ne parle pas des plateformes comme Amazon ou autres qui restent des outils complexes. Nous évoquons ici, le cas de 80 % des entreprises qui passent encore beaucoup trop de temps et d'argent à mettre en place des sites internet, qui finalement sont très moyens, mal conçus et trop lourds à gérer, avec des résultats très décevants.

### Le blog est devenu un outil professionnel

Nous avons souvent en tête l'image du blog utilisé par les premiers blogueurs, mais ça date un peu ! Les blogueuses influentes ont vite compris l'occasion à saisir, en effet certaines plateformes de blog offrent de vrais outils très performants, simple à maîtriser.

Ces « accros » du blogging réalisent des chiffres d'affaires incroyables et leurs blogs sont très rentables, car les nombreux outils peuvent être gérés par une seule personne, sans intervention spécifique d'un développeur. Il est tout de même nécessaire d'apprendre à utiliser l'une ou l'autre des plateformes, mais avec de la pratique, vous pouvez construire un blog efficace très rapidement.

Un blog est largement suffisant pour 80 % des entreprises !

### Les blogs performants sont toujours les plus simples

Si vous prenez le temps de « fouiner » sur le web, vous rencontrerez de nombreux blogs sur des sujets divers et variés, mais ne vous fiez pas aux apparences. Les meilleurs blogs sont toujours les plus simples et précis ; de plus ils sont efficaces.

Quand vous visitez le web, avec l'expérience, il est facile de repé-

rer immédiatement ceux qui sortent du « lot ». La technique est très simple : quand vous arrivez sur un blog ou site, suite à une recherche précise, vous devez trouver dans les 5 secondes la réponse à l'objet de votre recherche.

A l'inverse, si vous êtes dans l'obligation de vous interroger « où suis-je ? », « que dois-je faire ? », « c'est où ? » etc, c'est qu'il s'agit d'un blog ou site sans stratégie.

### Finalement quel est l'objectif d'un blog (ou site) ?

C'est sur ce point précis où l'internet a considérablement évolué. Avant, il fallait passer de très nombreuses heures au développement et confier cette tâche à des professionnels externes, aujourd'hui, il est absolument nécessaire de passer plus de temps à sa stratégie webmarketing, c'est devenu la priorité absolue ! Pourquoi ?

**80 % des sites d'entreprises sont inaptes à capter leur lectorat, ils n'ont pas été conçus pour cette action essentielle. Dans ce cas, c'est 99.5 % du trafic du site qui reste « non identifiable ».**

**Alors que les meilleurs blogs ou sites sont capables de « capter » 20 % de leurs visiteurs, au minimum.**

**N'hésitez pas à nous interroger à propos de vos problèmes de stratégie web, nous avons certainement des réponses précises à vous apporter. ■**

D.P.

# GREAT STYLE IN TIME



COVER EXPRESSIONS  
Co158 Piedra Stars

MISS EARTH  
FORMER MISS UNIVERSE

MADE WITH  
SWAROVSKI® ELEMENTS

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

SWISS MADE  
[WWW.DISCOVERCOVER.COM](http://WWW.DISCOVERCOVER.COM)

  
**COVER®**  
SWITZERLAND

## LP Créations

fête les mamans

**P**our l'évènement, LP Créations vous propose d'entrer dans l'univers de la Collection « Pour toi Maman », une gamme de bijoux en or jaune et or blanc alliant créativité et raffinement.

Colliers, bracelets et boucles d'oreilles en tout or ou rehaussés de pierres fines ou précieuses... à même de satisfaire toutes les envies.

Nous avons ainsi imaginé pour



Elles, des bijoux empreints de finesse et d'élégance.

LP Créations, partenaire actif des bijoutiers vous accompagne pour célébrer cette fête et vous apporte tout son savoir-faire et sa créativité pour que chaque évènement reste inoubliable. ■

**Retrouvez toute la collection sur [www.lpcrea.com](http://www.lpcrea.com), ou contacter notre service commercial 03 80 26 31 00.**

### Un charme intemporel



**L**a manufacture horlogère suisse Frédérique Constant produit avec passion des

garde-temps dédiés aux femmes. S'inspirant du passé, la nouvelle collection Classics Art Déco Ovale se décline en 9 modèles, dont l'esthétisme revisité des années folles charme par son allure intemporelle. Une époque au goût du jour dans un positionnement de luxe accessible. A partir de 695 € ! ■ [www.frederique-constant.com](http://www.frederique-constant.com)

### L'amour fleurit au Printemps pour la Fête des Mères



**S**watch, a créé « Blossoming Love », pour la fête des Mères. Caché dans un pot de fleurs comme une graine en

terre, la nouvelle édition spéciale de Swatch, pour la fête des mères, est un superbe modèle Gent, décoré de fleurs symbolisant le printemps et l'amour. Le cadran s'ouvre sur un cœur battant fabriqué en Suisse, tandis que le pot de fleurs invite à planter ses propres graines. ■

### Les friandises de Morganne Bello

**P**our la fête des Mères, elles se parent d'une pierre vive, le quartz rouge. Eclatantes, voluptueuses, et ravissantes. Morganne Bello en fait une ligne dynamique et rayonnante comme une déclaration flamboyante.

Elle se marie avec bonheur à l'or jaune ou l'or blanc,



*Morganne Bello - Trèfle rouge - sur cordon de soie - 65 €*

pour le plus précieux des bijoux. Bague 220 € [www.morgannebello.com](http://www.morgannebello.com)

### Au fil du temps

**S**téphanie Guglielmetti, plasticienne de talent, jette un regard espiègle et librement indiscipliné sur la mesure du temps. Inspirée par l'univers de l'horlogerie, elle invente un alphabet horloger très poétique à partir d'aiguilles, de cadrans, et de composants de mouvements. Elle défait, recompose, assemble des



pièces d'horlogerie, et les transforme en tableaux. [stephanie-guglielmetti.com](http://stephanie-guglielmetti.com) ■

# La Boîte à Bijoux

COLLECTION

NOUVEAU

VOS CLIENTS CHOISISSENT  
LEUR BIJOU POUR  
LEUR BOÎTE À BIJOUX !

*"Pour le plaisir d'offrir...  
ou de s'offrir un bijou unique au monde."*



**UN BIJOU GRAVÉ POUR LA VIE !** Avec la Boîte à Bijoux, proposez une idée de cadeau qui restera gravée à tout jamais. Des informations pratiques, les accessoires nécessaires à la réalisation du document de personnalisation, des bijoux de haute qualité (Or 18 carats, Argent 925), un service rapide et efficace, une production 100 % française, vos clients vont adorer...



## LES EMPREINTES

Contacts : Béatrice GUIOT | [b.guiot@lesempreintes.com](mailto:b.guiot@lesempreintes.com) | Vincent EVRARD | [v.evrard@lesempreintes.com](mailto:v.evrard@lesempreintes.com)

4, Chemin des Remises - 60410 VERBERIE | FRANCE | Tél. : +33 (0)3 44 40 54 84 | Fax : +33 (0)3 44 40 53 17 | [www.bijoux-empreintes.com](http://www.bijoux-empreintes.com) |

# Thabora

## Des idées de cadeaux pour la fête des mamans

**C'**est la collection « Maman moderne » de Thabora qui rencontre actuellement un grand succès auprès des mamans fières de porter les « trésors » offerts par leurs enfants ! Les produits les plus appréciés sont deux bracelets en argent avec le motif de petite fille ou de petit



garçon gravé et leur pendentif coordonné. Voilà une belle idée de cadeau pour la fête des mamans. Rappelons que Thabora compte plus de 8000 références Argent-Plaqué Or-Acier, livrables en 12h-24h maximum et ceci 12 mois sur 12. ■

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

### Anniversaire

**L'**horloger Jean Richard lance sa dernière née de la collection Aquascope pour célébrer le 150ème anniversaire des relations diplomatiques entre le Japon et la Suisse en 2014. Le motif de son cadran s'inspire d'une estampe japonaise du célèbre artiste Katsushika Hokusai (1760 - 1849). « La Grande vague



Jean Richard  
Aquascope

de Kanagawa » est l'une des œuvres les plus connues de la série des « Trente-six vues du mont Fuji ». [www.jeanrichard.com](http://www.jeanrichard.com) ■

### La Sextant III

**L**a Sextant de Juvenia. Réalisée dans les années 1940, et offerte au célèbre architecte le Corbusier, la Sextant III est un pont entre l'architecture et l'horlogerie. Elle reprend tous les outils géométriques d'architecte et les transforme en indicateurs horlogers : le rapporteur marque les heures, la règle les minutes et l'aiguille



de compas pointe non pas le nord mais les secondes. Modèle en acier - 3 750 €. [www.juvenia.com](http://www.juvenia.com) ■

### La naissance d'une marguerite



**L**a collection Printemps 2014 de Pandora évoque les jardins sauvages où fleurissent les

marguerites. Son design épuré d'argent et d'émail blanc, donne tout son charme à cette ligne bucolique, composée de bagues fleuries, de boucles d'oreille et d'un clip monté sur un cordon en cuir. A partir de 39 € les clips d'oreille. 55 € le bracelet [www.pandora.net](http://www.pandora.net) ■

### Une nouvelle école

**L'**académie des Métiers d'Art forme aux métiers du luxe en répondant aux attentes des entreprises. Elle propose différents cursus dont un CAP de Bijouterie Joaillerie préparé en 9 mois, une formation de conseiller-vendeur en bijouterie, joaillerie, et horlogerie, et des for-



mations en entreprise sur notamment : la stratégie Marketing du luxe, le management et la gestion d'une boutique de Luxe, La constitution d'une collection et son assortissement, ... [www.lacademiedesmetiersdart.com](http://www.lacademiedesmetiersdart.com) ■

# 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 de France - 56 rue Lafayette - 75009 PARIS Tél : 01 53 16 17 16  
Email : [cruquier@mpf-sas.com](mailto:cruquier@mpf-sas.com)

# Trendy éléments

## MORGAN M1209G : une icône de l'élégance



**M**organ a choisi la M1209G pour incarner l'ADN de la marque de sa nouvelle collection printemps-été. Petit boîtier doré et époxy blanc, cadran très sobre monté sur un bracelet bijou, lui donnent une vraie personnalité. Ici, le cuir

blanc entrelace le métal doré pour en faire un modèle original et délicat. L'élégance et la féminité de la Morgan M1209G l'ont naturellement désignée pour être l'ambassadrice de la marque dont elle représente magnifiquement les valeurs.

Son prix très accessible permettra à toutes les femmes de suivre la tendance ou de faire un très joli cadeau sans se ruiner. La Morgan M1209G est disponible chez les distributeurs de la marque et sur le site [www.trendyelements.com](http://www.trendyelements.com). ■

### Poiray

**A**près une longue période de sommeil, Poiray se réveille telle la Belle au Bois Dormant, et habille « Ma première », sa montre emblématique de nouveaux cadrans. En 1985, sa montre « Ma Première » révolutionne les styles horlogers avec son bracelet interchangeable. Aujourd'hui, elle revient sur le



devant de la scène, parée d'une collection de multiples cadrans. [www.poiray.com](http://www.poiray.com) ■

### La montre Faubourg

**H**ermès revient au format ultra féminin avec la montre Faubourg. Avec son diamètre de 15,5 mm, et son cadran en laque serti de diamants à midi, elle illustre la montre bijou, au look vintage. Elle existe en or rose, or gris, ou jaune, serti ou non



de diamants. Un style en passe de devenir incontournable en 2014. ■

### Dentelle



**M**urat lance une collection féminine, et raffinée, tout en argent repercé pour un ravissant effet dentelle. Déclinée en bague, boucles d'oreille, bracelet, ou pendentif. Les bijoux Murat existent en argent 925 ‰, en or 375 ‰, en plaqué-or & acier. [www.murat-paris.com](http://www.murat-paris.com) ■

### Les incontournables de Fossil



**P**our aborder la saison printanière, Fossil lance pour elle une collection dans une palette de couleurs rafraîchissantes entre pastels doux et teintes plus vives. Pour lui les véritables classiques au look décontracté, et au charme intemporel refont leur apparition. ■



Il était  
une fois



Mon  
petit  
bonheur

Mon  
jardin  
secret

Mes  
petites  
merveilles

+ 33 3 80 26 31 00

serviceclient@lpcrea.com

# Trollbeads

**Une édition spéciale pour la fête des mères**



**T**rollbeads célèbre l'amour pour nos mamans, avec trois nouvelles pièces : une sublime perle en verre, intitulée **Lavande à Facettes** et **deux élégantes perles en argent**.

La perle en verre **Lavande**

**à Facettes** a un joli motif à carreaux qui se marie parfaitement à la surface à facettes, et la couleur lavande rappelle le parfum et la beauté de la fleur. Produite en édition limitée, c'est l'œuvre de Lise Aagaard, fondatrice de la marque.

**Les deux perles en argent**

et les boucles d'oreille ont,

été conçues par Ragnar R. Jørgensen. À l'occasion de la Fête des mères, Ragnar a introduit dans la perle en forme de cœur intitulée *Bienveillante lumière*, un nouveau design esthétique original en filigrane, sous la forme d'un arbre aux branches chargées de fruits. La perle *Lueur du jour* représente l'espoir qui renaît aux premières



*Trollbeads Fête des Mères*

lueurs du jour. Cette collection célèbre les mamans, en reconnaissance de tout leur amour et de leur patience.

Aussi, pour former un ensemble idéal à offrir en cadeau, la collection inclut également de magnifiques boucles d'oreille assorties. ■



*Trollbeads Fête des Mères*

## Trench Ceramique



**B**urberry lance son nouveau modèle de The Britain, Trench Céramique en Edition Limitée à 20 exemplaires numérotés. Ce modèle automatique féminin en 34 mm mixe la céramique couleur trench et un placage or Trench 18 carats. Inspirée du trench-coat Burberry, elle en possède tous les détails emblématiques. A découvrir à Baselworld. ■

## L'élégante de FP Journe l'inventeur

**I**l aura fallu 8 ans de recherche et développement à FP Journe pour développer un mouvement novateur offrant le confort d'une montre électromécanique, la précision et la féminité et l'élégance. Toujours à l'avant garde entre tradition, innova-



tion et technologies modernes, il lance sa première collection pour femmes. fpjourne.com ■

## Emprise de Louis Vuitton

**L'**emblématique malle de Louis Vuitton poursuit son voyage, et se transforme en objet précieux. Pendentifs octogonaux, bagues, et montres. La collection au style rigoureux transmet un héritage propre à la marque. Le cadran de la montre n'a



pas de chiffre mais s'habille des initiales LV à 5 heures. ■

## Montres Liens

**L'**ancée en octobre 2013, la nouvelle montre Liens de Chaumet, développe sa gamme, et se décline en petite taille. Sa boîte de 27 mm de diamètre, entourée d'un lien graphique qui se croise sur le profil avant de s'échapper en créant deux

anses, existe en acier, ou en or jaune, souligné parfois d'une ligne de diamants. A partir de 2 400 €. ■





# Métaux Précieux de France

## La nouvelle agence MPF



**M**PF vient d'emménager dans sa nouvelle agence, au **56, rue La Fayette**. Les habitués de la rue de Châteaudun trouveront facilement ces nouveaux locaux situés à 50 m à peine des anciens et apprécieront le

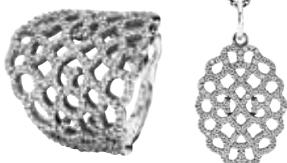
changement. Plus besoin de prendre l'ascenseur si souvent encombré, les locaux sont au premier étage, dans un ancien appartement haussmannien rénové dans un style moderne. La zone d'accueil est chaleureuse avec un

espace d'attente agréable respectant la confidentialité. Les matériels de sécurité, les équipements informatiques et téléphoniques ont tous été remis à jour. Enfin, signalons que la fille de Christian Ruquier, Agathe, a rejoint l'en-

treprise et renforce l'équipe depuis le début d'année. Bienvenue dans la nouvelle agence MPF ! ■

**MPF - 56, rue La Fayette  
75009 Paris  
Tél : 01 53 16 17 17  
cruquier@mpf-sas.com**

### Ultra féminité



**L**a nouvelle collection de Pandora reflète l'humeur ultra féminine de la saison.

La dentelle s'invite sur les bijoux. En charms, bague, boucles d'oreilles ou pendentifs, cette collection aux motifs ajourés et aux bords dentelés, en argent serti d'oxydes de zirconium, brille d'un éclat sophistiqué. A partir de 55 € ■

### A toutes celles qui ne veulent pas perdre le nord

**S**aint Honoré présente sa nouvelle montre « RagTime GMT », spécialement créée pour l'édition 2014 du Rallye Aïcha des Gazelles au Maroc, qui aura lieu du 14 au 29 mars. Conçue pour l'aventure avec sa fonction GMT, elle sera d'une aide précieuse pour toutes les concurrentes Gazelles et les autres. ■



[www.saint-honore-paris.com](http://www.saint-honore-paris.com)

### Limelight Blooming Rose

**L**a nouvelle montre Piaget a éclo dans un merveilleux jardin, planté de roses. Elle joue avec le temps, qui se multiplie le temps d'une rotation. D'un geste la lunette pivote, les quatre corolles se déploient et laissent apparaître quatre nouveaux pétales pavés de diamants. Un merveilleux mécanisme pour une montre rose étincelante. ■



### Changement d'heure changement de montre

**L**a campagne-radio en faveur de la montre, réalisée par le Comité Francéclat à l'occasion des changements d'heure, reprendra du vendredi 28 mars au lundi 31 mars 2014 pour le passage de l'heure

d'hiver à l'heure d'été. 8 messages différents : « Et si le changement d'heure c'était le moment de changer de montre ». 171 spots de 10 secondes, sur 5 stations nationales avant les « top horaires » entre 7h00 et 19h00. ■



# Approcast<sup>©</sup>

## Matériels et consommables pour Fonderie et Bijouterie

### NOTRE GAMME DE PLÂTRE

Distributeur officiel de la prestigieuse marque Ransom & Randolph, **Approcast** vous propose une gamme de plâtres de qualité, adaptés pour tous les besoins.

### BANDUST™ Technology Jewelry Investments

Test effectués dans des conditions identiques



Plâtre R&R traditionnel



Plâtre R&R Bandust

La réduction considérable de silice cristalline présente dans tous les revêtements plâtre, élimine tous les risques d'expositions nuisibles à la santé des opérateurs de fonte.

La technologie « Bandust » réduit de façon très significative l'exposition aux particules de quartz et de cristobalite pendant la manipulation du plâtre sec.

Le Brevet Brandust assure une pollution non mesurable sur l'environnement ainsi que sur les manipulateurs.

R&R cherche constamment à améliorer la qualité de son plâtre et ses effets sur l'environnement.

Ci-dessous nos produits phares disponibles avec la technologie « Bandust ».



# Gay Frères

## Magie et enchantement de la nouvelle collection Kidou



La collection 2014 de bijoux pour enfants, Kidou, nous emmène faire un voyage plein de rencontres et de magie parmi une centaine de nouvelles références, en or 18 carats ou en argent 925 millième. Suivez Kidours, votre guide préféré et faites des rencontres uniques.

Envie de faire un doux rêve, suivez votre bonne étoile et faites confiance à votre ange gardien. Restez serein avec cette collection toute en douceur, en or ou argent.

Quand le printemps arrive, laissez-vous porter par la gaité des couleurs avec ces jolies fleurs colorées, délicieuses cerises, libellules et autres papillons. Des bijoux en or ou en argent, sertis de pierres fines ou perles d'eau douce.

Enfin, suivez Kidours dans ses voyages et découvrez la Russie avec la jolie Ania et ses charmantes sœurs ou le Japon avec la belle Aiko.

Cette année, la collection Kidou sera accompagnée d'un petit livret avec une histoire à raconter aux enfants le soir avant de dormir et même des dessins à colorier. ■



Retrouvez Kidou sur Baselworld, du 27 mars au 03 avril 2014 Hall 2.1 Stand L70. [www.kidou.fr](http://www.kidou.fr) ou [info@kidou.fr](mailto:info@kidou.fr) ou +33 450 87 65 65

### Sincères condoléances à la famille de Marc Jullien

Marc Jullien, bien connu des bijoutiers, représentant Saphir France et basé à l'agence de Marseille, est décédé le mois dernier à l'âge de 50 ans.

Plus de 70 bijoutiers, artisans et grossistes, ont souhaité lui rendre un dernier hommage, en réalisant une plaque en bronze ornée d'une guitare, car il aimait la musique, avec leur signature.



Cette plaque sera fixée sur du marbre. ■

### Emporio Armani devient Swiss Made



Les montres Emporio Armani Swiss Made combinent avec harmonie un design innovant à la tradition des mécanismes suisses de haute précision. Inspirés des années

1930 et 1940, ces garde-temps modernes et élégants respectent les codes du passé. En acier, ils offrent une déclinaison de couleurs surprenantes et délicates. « Melting Gold » dans les teintes dorées et cognac, « Glowing Rose » qui reprend la nuance raffinée du doré rose, « Bright Mesh » avec ses bracelets souples en acier, et enfin l'édition limitée « Black Magic ». A découvrir à Baselworld 201.

Dossier réalisé par Nathalie Koelsch et Margaret Tondelier



 **VERSPIEREN**  
COURTIER EN ASSURANCES

01 49 64 14 07 - 01 49 64 11 96  
[bijouterie@verspieren.com](mailto:bijouterie@verspieren.com)

Bijoutiers et fabricants  
**Découvrez une offre en assurance  
complète et performante !**

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

## LP Créations

### Des bijoux pour nos petits bouts

LP Créations a lancé en 2012 la collection « Il était une fois », regroupant toute son offre de bijoux enfants en Or 375 et en Or 750.

Olivier Duc, directeur des ventes de LP Créations nous raconte l'histoire de cette collection.



Canard - LP Créations



Cupcake - LP Créations



Ourson - LP Créations

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie :**  
**Racontez-nous la naissance de « Il était une fois... »**

**Olivier Duc :** Depuis toujours, LP Créations distribue des bijoux enfants s'appuyant sur le savoir-faire et la créativité de ses usines.

Nous souhaitons animer notre offre en racontant une histoire, celle que nous contaient nos parents et apporter un complément à notre offre «

classique » avec des bijoux plus « espiègles »...

**L'OHB : Que pouvons-nous découvrir au sein de cette collection ?**

**O. Duc :** Des Essentiels avec des médailles religieuses et laïques, des identités bébés. Des inédits avec des boucles d'oreilles, des pendentifs et des bracelets, créatifs et colorés.

**L'OHB : Quelle préconisation feriez-**

**vous en cette période des catalogues Baptême Communion...**

**O. Duc :** Les produits « phares » sont incontestablement la médaille religieuse et l'identité bébé. Suite à l'évolution de la demande, nous avons également développé des médailles plus modernes et des bijoux plus ludiques pour compléter notre offre.

Il faut donc construire son assortiment en jouant sur le bon équilibre entre des intemporels et des



Mes petites merveilles - LP Créations



Mon petit bonheur - LP Créations

bijoux plus créatifs. C'est le rôle de l'équipe commerciale de conseiller nos clients bijoutiers.

De plus, l'expérience nous a montré que le bijou Enfant se vend toute l'année. La naissance, le baptême, l'anniversaire ou la simple envie de faire plaisir sont autant d'occasions d'offrir un bijou à nos chers bambins...



PLV « Il était une fois » - LP Créations

**L'OHB : Comment peut-on découvrir votre collection « Il était une fois » ?**

O. Duc : Au travers de notre force de vente qui présente le concept avec tout son environnement marketing ou en se connectant sur notre site internet [www.lpcrea.com](http://www.lpcrea.com). Nous invitons tous vos lecteurs à venir la découvrir... ■

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

Percer

Ejecter

10 % de remise à la première commande

RICHLINE INTERNATIONAL  
20, rue des Fossés - 77130 Montereau  
Tél. : 01 60 70 40 70  
Fax : 01 60 70 40 20  
email : [inverness@wanadoo.fr](mailto:inverness@wanadoo.fr)



# Neelia

## twist again et Rock'n'roll

Neelia, les fines volutes de diamants qui accompagnent le quotidien.

mentaires du yin et du yang, source d'harmonie, ou encore un moderne triskel. En tout cas de l'harmonie et de la douceur, beaucoup de féminité et un équilibre des formes agréable et reposant au regard.

Sur la peau, les fines volutes tournoyantes se fondent dans la vie quotidienne. Facile à porter dans toutes les situations, on ne les sent plus tellement elles sont aériennes.

Les autres collections, tout aussi légères et finement serties de diamants, la jouent complice ou gourmande (Mini's, Little jo', Bubble, One) ou plus « engagée » (Croix, Forever). Mais ne vous y trompez pas, elles sont aussi des grandes sorties, ne les a-t-on pas vues parader au festival de Cannes sur les plus belles femmes ?

### Les bijoux sont fabriqués en France et sont certifiés RJC

Les pierres de couleur sont aussi entrées dans la danse sur des modèles plus sophistiqués. La collec-

tion Rosace offre tout un camaïeu arc-en-ciel, améthystes, péridots, tourmalines roses, topazes bleues et diamants, telle une bonbonnière festive qui donne belle mine et bonne humeur. Princess Jo', la grande sœur de Little Jo' sertie de pierres précieuses démarre bien chez les bijoutiers, affirme Neelia, toujours avec des prix doux, comme ce ras-de-cou en or, diamants orné d'une émeraude poire de 0,50 carats à 925 €.

Neelia sera présente à Bâle où elle révélera quatre nouvelles lignes, avec toujours beaucoup de diamants, et une collection plus Rock'n'roll/ Avec la nouvelle ligne Glam, de jour comme de nuit, en noir ou en blanc, la rock attitude se fait précieuse en or, diamants noirs ou blancs, cabochons d'onyx, de turquoise ou de cacholong. Une ligne très raffinée. La nouvelle campagne de communication sera aussi présentée aux professionnels. Neelia reste sur sa lancée du bijou diamant raffiné et accessible.

Un bijou facile et quotidien, mais certainement pas effacé. ■ I.H.

*Pendentif Glam or blanc, diamants, cabochons d'onyx et briolettes de diamants noirs*

**S**i l'expression souvent utilisée de « bijoux de peau » a un sens, Neelia en est sans doute une belle illustration. Les bijoux sont tout en rondeurs et en cercles, délicats, légers. La ligne Twirl, très emblématique best seller de la marque, évoque une spirale infinie qui danse sans s'arrêter. Si l'on est un peu philosophe, on peut y voir le cercle chinois, symbole du ciel et de l'infini, les énergies opposées et complé-

# BIJORHCA

PARIS

THE INTERNATIONAL FINE, FASHION JEWELLERY & WATCHES SHOW\*



DU VENDREDI 5 AU LUNDI 8 SEPTEMBRE 2014  
PARIS PORTE DE VERSAILLES\* | PAVILLON 5 | [WWW.BIJORHCA.COM](http://WWW.BIJORHCA.COM)

\*Le salon international de la bijouterie précieuse, fantaisie et de l'horlogerie.  
Remerciements : Thomas V et Velizance

Reed Expositions

PARIS  
CAPITALE  
DE LA  
CREATION

agence Fine\*



# Trollbeads

## Le succès

Trollbeads, société familiale danoise, distribuée sur le marché français par D-Sign France depuis plus d'un an, entame l'année 2014 avec optimisme.



*Trollbeads - Nuits d'arabie*



*Trollbeads  
Nuits d'arabie*

L'authentique marque de perles danoises en verre de Murano et argent, confirme et élargit sa présence sur le marché français. Grâce à une présence régulière sur les salons comme Printor en 2013 et Bijorhca en 2014, appuyée par des démonstrations de son savoir-faire toujours attractives, l'implantation de Trollbeads se poursuit avec régularité.

### Entretien avec Lisette Berendsen, Responsable marketing de D-Sign

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie :** Trollbeads est déjà bien implanté en France. Quels sont vos projets pour 2014 ?

**L**isette Berendsen : Nous allons porter une attention particulière aux points de vente actuels qui distribuent Trollbeads, en leur offrant notre soutien.

**L'OHB :** Quel type de soutien leur offrez-vous ?

L. Berendsen : Nous accordons une

grande attention à la formation. En effet un produit Trollbeads est chargé d'histoires, et il se vend bien lorsque le vendeur maîtrise le produit et la marque. Chaque perle avec ses détails uniques raconte une histoire et les combinaisons entre elles sont infinies. Grâce à une formation sur mesure, le bijoutier disposera de tous les outils pour continuer à inspirer ses clients, les transformer en collectionneur, et ainsi générer un chiffre d'affaires régulier.

**L'OHB :** Vous organisez également des événements ?



*Trollbeads - Printemps exotique*



*Trollbeads - bracelet jonc*

**L. Berendsen :** Oui, nous proposons régulièrement à nos revendeurs d'accueillir des démonstrations de fabrication de perles de verre dans leur boutique. Nous organisons également des jeux concours.

**L'OHB :** Vous avez développé des nouveaux services pour le bien-être des détaillants ?

**L. Berendsen :** Notre nouveau système de commandes et de livraisons est très efficace. Les bijoutiers peuvent aussi profiter de nos présentoirs qui évoquent l'univers de

Trollbeads, de nos mailings très qualitatifs, d'offres promotionnelles, et de notre site internet convivial.

**L'OHB :** Vous avez lancé des collections très gaies pour le printemps.

**L. Berendsen :** Les nouveautés Trollbeads Printemps / été 2014 ont été appréciées. Entre le Printemps exotique avec le dromadaire comme élément central, les Nuits d'arabie ornées de leurs perles galets, les bracelets joncs ensoleillés aux perles originales comme Oasis, Palais antique ou fleurs de naissance,

nos créateurs ont fait des merveilles.

**L'OHB :** Vous avez également des colliers ?

**L. Berendsen :** La collection compte également de superbes pendentifs, qui permettent de glisser une perle dans un cœur d'argent. Sans oublier les bracelets sur cuir bicolore bleu clair et gris foncé dans lequel on peut passer une perle.

**L'OHB :** Bravo pour vos collections si colorées et si lumineuses.

[www.trollbeads.fr](http://www.trollbeads.fr) ■

N.K.



## Cover

### Un remède contre la morosité

Swiss Made et design séduisant, la société familiale COVER prend de l'ampleur sur le marché français. Pourtant, à fin 2013, les chiffres donnés par Francéclat sont moroses pour l'horlogerie : les ventes baissent de 9 % en volume et de 3 % en valeur. La marque COVER ferait-elle mentir ces chiffres ?



Cover collection Piedra

**C**OVER est présent dans 55 pays et les ouvertures de points de vente restent bien rythmées. Avec plus de 250

détaillants en France, dont une centaine de nouveaux rien qu'en 2013, COVER est aussi présente en Suisse et en Allemagne, marchés réputés

difficiles, en Russie avec 350 points de vente, et sa présence continue à croître rapidement en Asie.



Cover Piedra Black

Cover Piedra Blue

## Quelle est donc la recette miracle ?

En période de crise, on se replie sur les valeurs sûres, répètent les marques de luxe. C'est vrai aussi pour COVER, qui joue habilement de son Swiss Made. Installée depuis plus de trente ans à Soleure, à mi-chemin entre Bâle et Bern, la société horlogère se vante de fabriquer local et d'assembler à la main, tout en maintenant des prix très compétitifs.

Les prix des modèles classiques s'établissent aux environs de 130 à 200 €, et le rapport qualité/prix est l'atout maître de la maison. C'est aussi une société familiale, qui en est à la troi-

sième génération de frères, cousins, neveux ou gendres. Tous travaillent avec la même vision et une seule détermination : être au service du client, avec un SAV rapide des composants envoyés le jour même ou une montre en réparation retournée dans les cinq jours.

La marque émerge aussi par son design réussi, avec le modèle Piedra par exemple, un des best sellers, vrai remède contre la morosité avec son lumineux cadran en mosaïque de cristaux de Swarovski. Une offre à large spectre, montres classiques, contemporaines ou plus mode, utilisant cuir, caoutchouc, céramique,

diamants, mouvements quartz ou automatiques... lui permettent de s'adresser à toutes les cibles. Les 511 modèles numérotés de la montre Eleven lancés en 2013 se sont très rapidement vendus. Quatorze nouveaux modèles seront lancés à Bâle, dont des déclinaisons de la montre Piedra, ou des modèles à complications mais dont le prix jouera la simplicité. Et le carnet de Bâle est déjà bien rempli de rendez-vous avec des bijoutiers qui veulent acquérir la marque. « Nous avons encore quelques belles années de progression », avoue un responsable de la marque. On n'en doute pas. ■ I.H.



# Trendy éléments

## Freegun à Baselworld

Fort des atouts qui ont fait son succès, Freegun sort cette année, une collection survitaminée qui va aller à Baselworld, afficher haut et fort ses couleurs, et affirmer son appartenance au paysage horloger. Présentation par Mickael Petit, le designer de la marque.



Freegun



Freegun



Freegun

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie :**  
**Cette nouvelle collection Freegun est plus musclée pour les hommes.**

**M**ickael Petit : Oui, d'abord la gamme **Bigger** s'agrandit avec deux modèles homme multifonctions, résolument

sport, qui jouent sur la rencontre de la transparence du boîtier fluo et du noir mat du bracelet silicone. Ensuite, la série **Boneless**, vient renforcer cette tendance virile. Comme son nom l'indique, elle n'est pas faite pour les poignets fragiles. Avec un

boîtier de 46 mm et son style vaisseau spatial, elle en impose. Cette tendance musclée n'épargne pas la série **Big** destinée à l'enfant et propose cinq nouveaux modèles sport ornés d'un logo FREEGUN fluo se détachant du cadran noir mat.

Retrouvez Trendy éléments à  
**B A S E L W O R L D**



**L'OHB : Reprise des collections Ollie et Twisted qui font le succès de FREEGUN.**

**M. Petit :** Freegun veut développer ses atouts avec ces deux gammes de montres légères, agréables à porter, tout en leur donnant un nouveau visage. Ainsi, nous avons un cadran noir mat et brillant avec de gros index graphiques pour **Ollie**, et un cadran chiffré affichant le blason de la marque pour **Twisted**.

**L'OHB : Freegun se réinvente avec la gamme Nerdz et élargit sa cible enfant avec Method**

**M. Petit :** Avec **Nerdz**, nous revisitons la montre digitale de notre enfance, en deux versions. L'une avec un look total noir brossé et écran LCD noir ou bleu. L'autre, en version acier brossé

et écran bleu. Un look brut, qui mise sur la robustesse, un critère indispensable pour nos ados riders.

Enfin, la gamme **Method**, se veut éducative avec un cadran facile à lire et robuste pour résister à notre clientèle enfant, qui n'a pas froid aux yeux. Deux versions : la première, tout métal, et la seconde avec un bracelet cuir, mais attention, exit le noir ou le marron classique et place aux couleurs et aux motifs déjantés qui font la popularité de la marque auprès des enfants.

**L'OHB : Avec cette nouvelle collection, Freegun est bien préparé pour aller conquérir Baselworld.**

**M. Petit :** Absolument ! Trendy Eléments croit beaucoup au potentiel de cette marque destinée aux

riders de tout âge. Cette communauté de sportifs, addicts des sports extrêmes et du dépassement de soi dégage une belle énergie à l'image de celle insufflée dans nos collections et dont le look des produits se détache du marché ambiant tout en étant accessible en prix (39 € à 79 €).

Freegun compte aujourd'hui des fans dans plus de 16 pays et sponsorise de nombreux sportifs. **Nous vous donnons rendez-vous sur notre stand (Stand H08/Hall 2) du 27 mars au 4 avril** pour vous faire découvrir et aimer les montres Freegun. C'est notre objectif à Baselworld ! ■ **M.T.**

**La collection est disponible chez nos distributeurs ou sur [www.trendyelements.com](http://www.trendyelements.com) [www.freegun.com](http://www.freegun.com)**

Bijoux de saison

# Fête des Mères



**Les empreintes**  
*mini galet main*



**Morgane Bello**  
*bracelet treffe oj*  
320 €



**Trollbeads**

**Trollbeads**  
*Printemps exotique*



**Poiray**  
*Ma Première en acier*



**Thabora**

**Cover**

**Q**uel cadeau offrir à une Maman ?  
 Une bague ou un bracelet bouquet de fleurs, une montre iconique, une empreinte de main, un bracelet multicolore, des boucles d'oreilles aussi colorées qu'un bonbon. Les idées lumineuses ne manquent pas !



LP Créations

LP Créations

LP Créations  
Lila Rose

LP Créations

Trendy

FP Journe  
l'élégante

LP Créations  
Lila Rose

Bijoux de saison

# Fête des pères



**Diesel**  
Franchise  
295 €

**Trendy**

**Burberry City**  
695 €

**Trendy**

**Equus**  
Homme  
850 €

**Cover**

**Q**uel plus beau cadeau  
 qu'une montre pour la  
 fête des pères.  
 Ronde, carrée, chronographe, de  
 plongée, ultraplate, les choix sont  
 vastes !  
 Mais une montre reste toujours un  
 cadeau rêvé.



Trendy

**Fossil**  
 Nate  
 119 €



Trendy

**Michael Kors**  
 Bradshaw  
 279 €



Trendy

**Skagen Klassik**  
 169 €

# Petites Montres



**FREDERIQUE CONSTANT**  
*Classique Art Deco Oval*

**Poiray**  
*Ma Première*

**Louis Vuitton**  
*Tambour Blush  
Diamants Small*

**SAINT HONORE**  
*Euphoria One Carat*

**FP Journe**

**Cartier**  
*Or rose sertie de diamants et  
bracelet or rose - petit modèle*

Les petites montres, aussi petites et ravissantes que des bijoux, reviennent à grand pas. Avec leur look sixties, leur forme miniature, elles sont dans toutes les collections, et parent un poignet avec élégance. Montées sur un bracelet cuir, ou un bracelet en métal, elles ont un chic fou !



**Michael Kors**  
Runway  
283 €

**DNKY**



**Trendy**

**La D de Dior**  
précieuse opale 21 mm



**Murat**

**Equus**  
38 mm Femme  
800 €



**SAINT HONORE**  
Euphoria One Carat

## Or 9 carats : à quand un vrai marketing ?

L'or 9 carats continue à progresser fortement dans les ventes de la bijouterie française mais n'a toujours pas trouvé le bon positionnement d'image, faute d'un marketing adéquat. Ce marketing « hasardeux » ne masque-t-il pas une sorte de « malaise culturel inconscient » au pays du « luxe à la française » où l'or 750°/°°° était solidement implanté ? Mais attention, les bijoux 9k en boutique devront faire face à la forte concurrence de l'internet quand le client aura compris qu'il peut trouver encore moins cher sur le web.

**D**ans nos numéros de janvier, de mars et de mai 2013, nous avons publié plusieurs dossiers sur l'or 9 carats, donnant successivement la parole aux *pros* et aux *contras*. Nos articles ont fait ressortir à la fois les opportunités du marché, essentiellement une nouvelle offre moins chère, mais également les craintes et les risques liés à ce nouveau venu, perte de chiffre d'affaires sur l'or 750°/°°°, une certaine « ignorance » du client sur ce qu'il achète, des problèmes de qualité et de SAV... Un an après, nous recevons de nombreux courriels de clients comme de détaillants qui se plaignent de cet or qui blanchit ou s'avère fragile. Qu'en est-il réellement ?

**Nous avons choisi de relancer le débat, suite à l'analyse de mots clé générés par nos articles sur l'or 9 carats. En effet, nous avons constaté une très forte hausse des clics sur nos articles à propos de cet or, plus de 1000 en janvier 2014, et la tendance se poursuit**

**en février. Il s'agit bien de « particuliers » qui cherchent à comprendre le 9 carats, car ils ne trouvent pas la réponse claire en boutique.**

**Certains nous répondent qu'il ne faut pas généraliser les quelques cas avérés de clients insatisfaits, mais nous affirmons le contraire : « Nos analyses indiquent un vrai problème de marketing sur le terrain ».**

### Une forte croissance avérée

EcoStat, le département économique et statistique du comité Francéclat, publie chaque année les résultats du secteur de l'horlogerie et de la bijouterie en France. Le bilan 2013 met en avant une croissance sans précédent des ventes de bijoux en or 375°/°°°. Si l'ensemble de la profession est en berne avec -4 % en valeur par rapport à 2012, l'or 18 carats ayant chuté de 15 %, l'or 9 carats a bondi de 27 %. En 2011, les ventes de bijoux en or 9 carats représentait 169 M €, en 2013 540

### Témoignage d'un bijoutier

*Les noms du bijoutier, de la marque et de l'enseigne ont été supprimés*

Bonjour,

La plupart des bijoutiers, dont je fais parti, mentons par omission volontaire.

Mon concurrent, XXXXXXXXXXXX, magasin attendant au mien, agit de la même manière et nous a quasiment amené au 9 carats que nous commercialisons à regret depuis moins de 2 ans.

XXXXXXXXXX dans notre galerie agit de même.

J'ai connu l'expérience du 9 K avec la marque XXXXXXXXXXXX, il y a quelques décennies. Je ne voulais plus retrouver les mêmes problèmes, mais l'impératif de vente et du chiffre nous a obligés à emboîter le pas des concurrents.

M €. En unités, leur croissance est également exponentielle : 5 247 M de pièces contre 4 100 M pour l'or 18 carats. Si ces ventes ne représentent que 0,5 % des bijoux de plus de 1 000 € et 16 % de ceux qui coûtent entre 300 et 999 €, elles ont conquis 58 % de la PDM des bijoux de moins de 300 €.

L'effet de la baisse du cours de l'or, qui a perdu presque 20 % de sa valeur en 2013, ne se fait pas

# Julien d'Orcel

LE BIJOUTIER D'AUJOURD'HUI



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

- 1 consommateur sur 2 connaît Julien d'Orcel
- CA annuel 2013 stable sur un marché à -4%
- 2,2 millions de clients en 2013
- Un partenariat national avec Miss France
- 12 opérations d'animation dans l'année

Contact : [developpement@synalia.fr](mailto:developpement@synalia.fr)

\*Source Panel5 - GFK



imaginons votre bijouterie...



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

encore sentir sur les prix. Mais l'explication n'est peut-être pas là. Les bijoux en or 9 carats semblent avoir vraiment trouvé leur « niche » avec une nouvelle offre. Il y a donc fort à parier que, quelle que soit la baisse du prix en vitrine des bijoux en or 18 carats, le 9 carats s'est imposé de façon durable.

## Une communication insuffisante

Il n'en reste pas moins que les clients sont dans la confusion. Comment s'informer sur ce nouvel or, entre les mails furieux des clients qui avouent avoir été « piégés » et les responsables d'enseignes indignés de ce faux procès ? Y a-t-il de « mauvais » alliages ? Y a-t-il de « mauvais » fournisseurs ? Impossible de le savoir.

Interrogé par l'OHB, Claude Schlappi, le président de Gay Frères, regrette cette opacité et refuse de suivre le mouvement. A son avis, les bijoutiers se sont engouffrés un peu trop vite dans la brèche du 9 carats **« qui n'a plus rien de précieux. Sortir par le bas n'est pas la solution »**. Le consommateur est peu informé, il achète un bijou sur lequel il a le coup de cœur. **« Le terme 375°/1000 lui parle-t-il vraiment ? Pas sûr »** dit Claude Schlappi, persuadé que, de la même façon, le sigle RJC leur est totalement étranger, alors qu'il recouvre des contraintes considé-

## Témoignage d'un bijoutier

Il faut donc appréhender cet alliage avec recul et se servir des problèmes évoqués et réels pour en tirer les leçons.

On ne peut laisser le client dans le doute et il faut bien l'informer lors de la vente. A ce titre j'aurais préféré que cet alliage ou l'or est minoritaire ne porte pas le nom d'OR. C'est un avis personnel et le problème ne se pose pas dans d'autres pays.

Il faut traiter les clients avec respect et si un doute est évoqué, on doit annuler l'opération et repartir sur une nouvelle base afin de garder la confiance de celui-ci.

Ce que je retiens de ces expériences, c'est qu'il ne faut pas faire un copier/coller d'une fine bague 750/1000 en 375/1000 - le corps doit être plus important car cet alliage est cassant. Pour les chaînes de cou, même constat à cause des soudures.

Pour les poussettes de BO, mieux vaut les

équiper de modèles en silicone.

Pour certains produits, le 375/1000 permet d'être parrain ou marraine dans un budget choisi en mixant au besoin les alliages entre la chaîne et la médaille. Des identités BB, produits éphémères, peuvent être en 375/1000 puisque par définition d'un usage limité dans le temps.

Le produits "mode" également, ainsi que la reprise de produits tout or qui ont disparu des rayons, donc tombés dans l'oubli, à cause de leur poids. On est dans ce cas sur des bijoux sans soucis de solidité.

Pour le moment, je vais donc continuer dans le 375/1000 "avec modération" dans un magasin centre ville classique/trafic, l'exclure en haut de gamme, et le privilégier en galerie marchande.

Il ne faudrait pas se précipiter à le jeter comme on s'est précipité à l'introduire sur le marché.

rables pour le joaillier adhérent. Le PDG de Gay Frères veut croire que le 9 carats est un phénomène de mode qui ne résistera pas au temps une fois que les prix de l'or se seront réajustés à la baisse en vitrine. Car les problèmes de vieillissement rapide du bijou se posent toujours, le bijou en or 375°/1000 est plus fragile, plus cassant à cause de ses alliages. **« Regardez, même le manège à bijoux est resté sur le 18 carats ! »** souligne-t-il, mais il ajoute que c'est une question de conviction personnelle. Il comprend le choix des bijoutiers qui sont à la peine, et des clients dont le pouvoir d'achat est de plus en plus amputé.

## « C'est de l'or, plus léger, moins cher » : à quand un vrai marketing ?

Soyons francs : les fabricants de 9 carats surfent sur une bonne aubaine, Bruxelles a accepté d'appeler « or » un alliage comprenant 37,5 % d'or. Une aberration ! Sauf à voir les fédérations et syndicats de bijoutiers s'unir dans un lobbying puissant pour monter au créneau à Bruxelles, il ne se passera rien. On peut le comprendre, leurs adhérents bijoutiers y trouvent un relais de croissance. Or le 375°/1000 est un nouveau métal, il a besoin d'un positionnement clair et transparent sur le marché. On entend trop souvent



**UNE EQUIPE SERIEUSE  
A VOTRE SERVICE**

**FOM 2000**

OUTILLAGES ET  
FOURNITURES  
D'HORLOGERIE  
FOURNITURES  
INDUSTRIELLES

**FOM 2000, agent général de Witschi électronique pour le marché Français,  
présente Le Watch Expert III et le New Tech Handy II**



### Contrôle des montres mécaniques

#### Watch EXPERT III

Appareil de mesure de la marche, de l'amplitude et du repère pour montres mécaniques. Le diagramme se déroule sans aucun bruit sur le nouvel affichage LCD rétro-éclairé. Les valeurs de déviation de la marche, de l'amplitude et du repère sont calculées automatiquement et affichées numériquement. Le nombre d'alternances de tous les calibres classiques est déterminé automatiquement. Pour les montres à échappement spéciaux des modes de mesures sont à disposition. Nouveauté mode « Vario ». Faible encombrement.



#### New Tech Handy II

Mesure de la marche, de la consommation et contrôle des composants des montres à quartz. Permet d'effectuer simplement toutes les mesures électriques et les tests sur montres à quartz. La recherche des défauts de fonctionnement des montres est réalisée de façon professionnelle. Manipulation très simple grâce au déroulement largement automatisé des mesures. Affichage distinct lumineux des résultats et paramètres. Faible encombrement.

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**



Reportage France2 : Que vaut l'or à bas coût ?

les vendeurs dire « C'est de l'or, plus léger, moins cher ». **Certains poussent même les clients à comparer les deux mêmes modèles pour en constater l'aspect similaire.** L'argumentation s'arrête là. Le client est rarement prévenu que l'or risque de blanchir. Sa déception est à la hauteur de l'investissement sentimental qu'il n'a pas manqué de faire dans son bijou.

Un reportage de France Info\* illustre malheureusement ce qu'il ne faut pas faire. La scène se passe dans la boutique d'une enseigne connue, où les clients vantent l'aspect neuf identique de deux alliances, l'une en or 750‰, l'autre en 375‰, expliquant qu'ils vont évidemment choisir la moins chère. Fin de l'échange. Pourquoi cet amalgame ?

On ne vend pas de l'argent comme de l'or blanc, ni de l'or blanc

comme du platine. Ce sont pourtant bien les grandes enseignes qui devraient donner l'exemple, tant elles sont observées et suivies par la profession comme par les clients, et proposer une nouvelle façon d'aborder le 9 carats.

Dans ses dernières collections d'inspiration orientale, russe, Art déco, Maty était sans doute sur la voie de ce qui conviendrait aux bijoux 9 carats, un côté plaisir, ludique, rêveur, un petit luxe de mode. Une carte à jouer immense pour la jeune clientèle.

**Le cristal et le verre sont-ils des matériaux précieux ? A priori non, et pourtant Pandora et Swarovski ont formidablement réussi leur marketing en se hissant dans le créneau haut de gamme qui pourrait même amener le dernier, en toute légitimité, vers la joaillerie.** Sans

## Témoignage d'un bijoutier

Je viens de lire votre courrier et rien ne me surprend.... Je suis une professionnelle de la bijouterie et j'ai beaucoup de difficultés pour faire comprendre à tous les clients potentiels ce qu'est l'or 9 carats.

C'est vrai qu'il n'y a pas de transparence de la part de certains commerçants ou de grandes enseignes de la bijouterie et des hypers-marchés distribuant de l'or 9 carats. L'étiquette OR 375/1000 est vraiment minime, voire oubliée. D'ailleurs, les consignes sont souvent données au personnel, de ne pas faire de commentaire sur la qualité des bijoux.... Car en effet, celui-ci n'est pas facilement réparable. Lorsqu'une cassure survient, ce métal n'est pas stable lorsqu'il est chauffé. Il s'oxyde et se ternit assez rapidement quand il est simplement porté. Le client doit savoir que la proportion d'or fin n'est que de 37.5%, contre 75% pour un bijou en 18 carats.

Mais l'écart de - 30 % environ sur le prix, devrait alerter le consommateur. **LE TOUJOURS MOINS CHER** justifie les dérives vers lesquelles **CERTAINS SE SONT LAISSÉS ALLER**. J'incite donc tous les clients à poser des questions directement aux commerçants proposant des produits beaucoup plus onéreux, pour bien comprendre ce qui justifie ces écarts de prix.

avoir jamais « confondu » cristal et cristal de roche. Il est urgent de trouver un vrai positionnement pour le 9 carats. Il mérite sans doute mieux que sa place à l'ombre du 18 carats. ■ I.H.

\*[www.francetvinfo.fr/economie/video-des-bijoux-en-or-a-bas-prix-le-9-carats-est-devenu-un-marche-incontournable\\_522305.html](http://www.francetvinfo.fr/economie/video-des-bijoux-en-or-a-bas-prix-le-9-carats-est-devenu-un-marche-incontournable_522305.html)

## Perjes Sécurité

consultant de l'officiel H&B



Philippe Eiermann



### **La balise GPS miniature** **Pour les bijouteries-joailleries**

PERJES Sécurité a développé une balise GPS miniature et autonome, un outil formidable pour les bijoutiers. Elle peut être intégrée dans les vitrines et dans les colis ou valises pour géolocaliser les bijoux transportés ou volés.



**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : PERJES Sécurité développe, depuis des années, de nouvelles solutions sécurité pour les bijoutiers. Depuis 2 ans, la balise GPS miniature équipe de nombreuses vitrines.**

**P**erjes sécurité : Effectivement, nous avons répondu à une attente de bijoutiers-joailliers qui avaient besoin d'une sécurité supplémentaire pour leurs bijoux de valeur. Cette balise vient en complément de nos vitrines sécurisées et blindées. La miniaturisation permet de loger les balises dans les plots. Elles restent invisibles de l'extérieur et ne gênent donc pas l'esthétique de la vitrine.

**L'OHB : En fait, ces balises GPS ont un double usage : elles permettent de**

**géolocaliser des bijoux volés et de suivre un colis, par exemple.**

**Perjes sécurité :** Oui, nous avons développé le GPS miniature pour le suivi de colis contenant des valeurs importantes, en premier lieu. De nombreuses entreprises avaient besoin de cette solution qui permet à tout instant de « tracer » l'itinéraire d'un colis précieux. En cas de problème, quel qu'il soit, la géolocalisation instantanée offre la possibilité d'une intervention rapide.

**L'OHB : C'est rassurant pour un fabricant bijoutier de savoir où se trouvent ses produits transportés.**

**Perjes sécurité :** Tous nos clients en sont 100 % satisfaits ! Nous entendons beaucoup parler de braquages en bijouterie, mais moins des vols durant le transport de produits précieux. Pourtant, ils sont aussi très fréquents. D'ailleurs, en dehors de la bijouterie-joaillerie, nous équipons d'autres secteurs d'activités.

**L'OHB : Revenons à la vitrine du bijoutier : la balise GPS en vitrine n'est-elle pas une contrainte supplémentaire ?**

**Perjes sécurité :** Non, absolument pas. Une fois les balises mises en place, il n'y a plus rien à faire et elles ne perturbent en rien l'activité du bijoutier. Il ouvre et prend les bijoux dans sa vitrine comme il le fait habituellement. L'objectif n'est pas de gêner l'action commerciale, mais d'entraver celle des malfaiteurs.



**L'OHB : Vous apportez un palier supplémentaire qui permet de limiter le préjudice d'un braquage, par exemple.**

**Perjes sécurité :** Finalement, nous devons nous mettre dans la peau d'un braqueur. Tous les braquages se font en quelques minutes, je n'ai donc que très peu de temps pour saisir les produits précieux. Je vais être déjà très largement freiné par les vitrines sécurisées et blindées, au cas où je réussis à en fracturer une ! Admettons cette possibilité. Mais je n'ai pas le temps de prendre uniquement les bijoux, je prends tout, plots inclus. Et la géolocalisation est déjà déclenchée, et les braqueurs sont donc aussi tracés ! Vous comprenez à quel point ces balises peuvent limiter le préjudice.

**L'OHB : Effectivement ! C'est un moyen de prévention très efficace « à consommer sans modération ! » ■ D.P.**

## Verspieren consultant de l'officiel H&B



Rosa Léonard



Gilles Caudrelier



### Le « minimum » de sécurité indispensable

Autant, il était possible pour un bijoutier de prendre le temps de réfléchir longuement à « quels choix en matière de sécurité ? », autant, aujourd'hui, il existe un minimum obligé.

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie :** Existe-t-il, encore aujourd'hui, des bijoutiers qui ne sont pas équipés en matière de sécurité face aux risques actuels ?

**Verspieren :** Oui, on en trouve encore. Des éléments tels que coffre-fort, système d'alarme et devanture en produit verriers renforcés ou bien grille ou rideau à enroulement sont utilisés depuis longtemps et généralement présents. Par contre certains bijoutiers sont encore peu équipés pour faire face aux menaces actuelles, particulièrement dans le domaine de la dissuasion.

**L'OHB :** C'est tout de même surprenant, car les médias ne manquent pas de relayer les braquages.

**Verspieren :** Les bijoutiers sont effectivement bien informés des vols et agressions, non seulement par les différents médias, mais aussi par leurs instances professionnelles HBJO.

Cependant, certains, surtout s'ils n'ont jamais connu le moindre incident en 30 ans de métier, pensent être moins vulnérables, de par la situation particulière de leur bijouterie ; alors ils finissent par croire « je suis moins concerné que mes confrères ».

**L'OHB :** Au fond, c'est dans la nature humaine de se penser à l'abri.

**Verspieren :** Exact, la majorité d'entre nous réagissons ainsi, nous oublions que le danger provient souvent de l'extérieur de manière imprévisible. Prenons l'image d'un conducteur automobile prudent et sûr de ses réflexes. Certes aucun accident ne sera dû à son inattention. Mais il ne sera jamais totalement à l'abri d'un incident plus ou moins grave causé par un autre chauffeur moins attentif ou par une circonstance exceptionnelle.

Pour un bijoutier c'est la même chose. Il peut toujours raisonner dans ce sens : « je suis attentif à ceux qui entrent dans ma boutique, etc., donc je risque moins... ». L'emplacement de la boutique peut également procurer ce sentiment d'être moins en danger : « Ma boutique est dans une petite ville tranquille » ou « proche d'un commissariat », « dans une zone piétonne »...

**L'OHB :** Quand on évoque la sécurité d'une bijouterie, il s'agit aussi de la sécurité des personnes qui travaillent dans la boutique.

**Verspieren :** L'analyse des vols survenus ces dernières années montre en effet qu'un bijoutier « non préparé » aura plus de difficultés à faire

face à une situation de crise, comme un braquage, souvent très brutal. Or nous vivons dans une société et un monde du travail qui ont une exigence plus forte en matière de sécurité des personnes et imposent des moyens minimum basés sur le concept d'éviter la mise en danger de la vie d'autrui. Je pense bien entendu surtout aux employés. De nombreuses professions, dont font partie les bijoutiers, doivent donc mener une réflexion sur l'évolution et l'adaptation de « normes » de prévention minimum.

**L'OHB :** Les « assureurs » spécialisés sont aussi présents auprès de leurs clients pour les conseiller.

**Verspieren :** Absolument, c'est le cœur de notre métier. Nous informons régulièrement nos clients des évolutions des techniques, et les aidons au quotidien à bien évaluer leur besoin en matière de sécurité et d'assurance.

**L'OHB :** Quels sont les éléments de sécurité « minimum » et indispensables pour une bijouterie ?

**Verspieren :** Les éléments minimum consistent généralement en : coffre-fort de classe IV ou équivalent, installation de détection anti-intrusion reliée à une société de télésurveillance certifiée P3, devan-

ture protégée par rideau métallique plein ou par grille à enroulement, porte d'accès clientèle équipée d'un verrou magnétique ou électrique avec contrôle d'ouverture, produits verriers des vitrines aux normes SP 10 ou SP 15. (Les boutiques en centre commercial font l'objet de mesures particulières). Ensuite les éléments de sécurité à mettre en place dépendent évidemment de la valeur du stock de marchandises ; plus il est important, plus le risque est élevé et les moyens de prévention importants.

Les bijoutiers sont assez souvent bien équipés face au cambriolage,

mais nettement moins face aux vols à main armée, pour lesquels des moyens spécifiques sont de plus en plus souvent nécessaires. Comme le sas d'entrée qui permet de filtrer la clientèle ; ou la vidéosurveillance, désormais largement implantée en complément des boutons anti-agression.

Les éléments verriers composant les vitrines externes et internes et le mode de gestion de ces vitrines et leur cloisonnement sont aussi essentiels (les fabricants proposent des produits très résistants avec des systèmes de gestion perfectionnés). De nouveaux moyens sont égale-

ment à la disposition des bijoutiers : citons en particulier les fumigènes, très efficaces.

Et bien entendu la formation spécialisée contre le braquage et sur les procédures de sécurité est un outil très important pour la sécurité des personnes.

Outre la valeur des stocks, les moyens à mettre en place sont fonction aussi de l'implantation de la boutique et de ses « points faibles ». C'est notre rôle de courtier spécialisé que d'assister les bijoutiers dans cette démarche, en étudiant avec eux la configuration de leur boutique et leur environnement. ■ 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

## Les Nouveaux Bijoutiers

consultant de l'officiel H&B



Bruno Malgat



## Entretien avec Bruno Malgat

### Président des « Nouveaux Bijoutiers »

Elu en juin 2013, Bruno Malgat revient sur ses premiers mois à la présidence des Nouveaux Bijoutiers, dans une période marquée par la crise.

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie :** Vous avez pris la fonction de Président des Nouveaux Bijoutiers dans une conjoncture difficile. Que vous inspire cette situation ?

**B**runo Malgat, président des Nouveaux Bijoutiers : Effectivement en juin dernier, j'ai été élu Président par le conseil d'administration des Nouveaux Bijoutiers. La période troublée que nous traversons touche tout le monde, du consommateur, au détaillant sans oublier le fournisseur. Cette période de tension va nous obliger à redoubler d'énergie, mais nous n'en manquons pas, et dans son ensemble, le bilan 2013 des Nouveaux Bijoutiers est équilibré.

**L'OHB :** Quels sont vos projets pour les Nouveaux Bijoutiers ?

**B. Malgat :** En plus de gérer le quotidien, ma tâche est bien remplie. J'ai notamment lancé plusieurs chantiers : le numérique et la formation, afin de proposer aux Nouveaux Bijoutiers de se recentrer sur les valeurs du métier.

**Le numérique :** L'informatique est un outil indispensable aujourd'hui. Nous proposons à nos adhérents d'entretenir leurs connaissances en informatique, afin d'utiliser au mieux cet incontournable vecteur de communication, qui permet de développer

un réseau, de tisser des liens avec leur clientèle, et de la fidéliser.

**La formation :** Nous proposons des stages d'étalage, organisés par le Comité Francéclat. Cette formation destinée à valoriser les vitrines des points de vente a déjà remporté un franc succès auprès des détaillants qui se sont inscrits.

Nous proposons également des stages de vente destinés au staff comme au management. En ces périodes de crise, il est nécessaire de peaufiner chaque argument de vente, tout comme l'accueil et le service qui fidélise nos clients.

**L'OHB :** Quelles sont les attentes de vos adhérents, de la part des Nouveaux Bijoutiers.

**B. Malgat :** Nos adhérents souhaitent être rassurés, et assurés que nous leur proposons le meilleur pour surmonter la crise.

Les formations sont un des moyens que nous mettons à leur disposition. Nous leur communiquons toutes les informations et études pour gérer au mieux leurs achats entre fantaisie, 9 carats, 18 carats et argent. Nous leur donnons aussi tous les conseils pour qu'ils conservent une part de liberté dans leur sélection de produits, afin de garder cette autonomie qui fait la particularité et la valeur de chacun.

Nous essayons aussi de valoriser la fabrication made in France, et de faire figurer les fabricants français dans nos propositions d'achat.

Nous poursuivons notre communication qui s'appuie sur les événements les plus importants du calendrier : Noël, fêtes des mères, fêtes des pères, baptêmes, mariages, communions, St Valentin...

**L'OHB :** Continuez-vous la communication télévisuelle ?

**B. Malgat :** Nous avons réitéré avec succès notre campagne TV en 2013. Elle nous a offert une belle visibilité télévisuelle, et a contribué à développer la notoriété des Nouveaux Bijoutiers.

**L'OHB :** Allez-vous poursuivre cette campagne de communication ?

**B. Malgat :** Notre communication télévisée sera reconduite en 2014. Elle a porté ses fruits en 2013, donc nous continuerons en 2014.

**L'OHB :** Quels atouts contre la crise possède les Nouveaux Bijoutiers ?

**B. Malgat :** les Nouveaux Bijoutiers, possède un esprit de corps incroyable, une volonté et une belle énergie autant de points forts qui les réunissent et séduisent les clients. ■

N.K.



Fabricants, détaillants  
LAB et son équipe sont à votre écoute pour la  
fabrication et le remontage de vos alliances depuis 1992

Nous vous proposons également depuis  
maintenant deux ans la fabrication, le remontage  
et la réparation de tous vos bijoux.

Pour vous assurer un meilleur service nous vous  
accueillons depuis le 1er février dans  
nos nouveaux locaux

**20, rue ROYALE 69001 LYON.**

Nos coordonnées téléphoniques et internet  
restent inchangées.



**20 rue Royale - 69001 LYON**  
**Tél : 04 72 40 90 66 - Fax : 04 78 38 18 58 - Mail : lab32@wanadoo.fr**  
**Retrouvez-nous sur notre site, [www.lyon-alliances-brillants.com](http://www.lyon-alliances-brillants.com)**



assurances *Dufaud*

leader  
national & européen  
de  
l'assurance bijouterie

Courtage  
d'assurances

Détaillant Joaillier  
Horloger Enseigne  
Groupement-Fabricant  
Grossiste Diamantaire

LYON - PARIS ♦ BARCELONE - MADRID

49, rue Servient - 69003 Lyon

Lyon : TEL +33 (0)478 629 011

Paris : TEL +33 (0)142 776 068

[www.dufaud.fr](http://www.dufaud.fr)

## Approcast

consultant de l'officiel H&B



Sylvain Compagnon



## Des matériels et matériaux particulièrement innovants

Spécialiste de matériels et consommables pour la fonderie et la bijouterie, Approcast est une jeune société installée depuis trois ans à Chaumontel dans le Val d'Oise. Approcast devient notre consultant dans les domaines cités ci-dessus.



Approcast sur le salon Bijorhca

La société propose un vaste choix de l'ensemble des machines, matériels et composants nécessaires à l'industrie de la bijouterie, y compris du matériel d'occasion. Elle est surtout le distributeur exclusif en France de marques de qualité telles que Ransom & Randolph, Cabe, Avalon, bien connues de la profession.

Outre le gros matériel, Approcast distribue un plâtre spécifique et relativement nouveau sur le marché, dont la particularité est de faire très peu de poussière à l'utilisation. Des silicones ainsi qu'un émail pour la mise en couleur des bijoux

et autres accessoires de mode métalliques (boutons, éléments de sellerie, éléments de décoration, ...) font aussi partie de l'offre. L'entreprise travaille avec quelques jolis noms de la joaillerie, de la mode ou de la maroquinerie, par sous-traitants interposés. Quand on connaît l'exigence des grandes maisons et la complexité du cahier des charges des fournisseurs, on évalue à leur juste mesure ces belles références !

### Des prix attractifs

En choisissant ses fournisseurs dans des pays européens (Pologne) dont

le coût de fabrication est moindre, Approcast est en mesure d'offrir des prix très concurrentiels. Cependant, d'après son PDG Sylvain Compagnon, l'intérêt n'est pas de vendre la même chose que tout le monde, mais d'essayer de mettre en avant les matériels particulièrement innovants que lui proposent ses fournisseurs et pour lesquels il a l'exclusivité. Le plâtre « propre », les silicones et l'émail par exemple, en font partie. La jeune société a eu de nombreux contacts sur le salon Bijorhca, dont elle espère bien concrétiser les retombées. Son site Internet rénové, ergonomique et très pratique devrait l'y aider. ■ I.H.

## Le spinelle cousin du rubis

Longtemps confondu avec le rubis, le spinelle a maintenant toute sa place en joaillerie.



*Mathon bague Arôme or blanc,  
spinelle rouge trillion 1.37 cts,  
diamants*

**D**e lettres de noblesse, le spinelle n'en manque pas ! Il orne de nombreux bijoux de la couronne, à commencer par ceux de la cour de France, de Russie, d'Angleterre ou la couronne des Wittelsbach. Le fameux Prince Noir (170 carats) de la couronne d'Angleterre, longtemps considéré comme un rubis, est en fait un spinelle. En

France, le célèbre spinelle gravé « côte de Bretagne » ornait la Toison d'or de Louis XV. Au départ, cette belle gemme doit son succès à une confusion car elle ressemble à s'y méprendre au rubis par sa couleur rouge sang, elle a la même fluorescence et on la trouve en général dans les mêmes mines.

Mais si le rubis est composé d'aluminium, le spinelle contient de l'aluminium et du magnésium. Autre différence, il se cristallise en octaèdre (8 faces triangulaires).

Chaumet, Dior Joaillerie, Bulgari, Louis Vuitton, JAR et bien d'autres l'utilisent parce qu'il offre un bel éventail de couleurs chaudes et de couleurs froides, permet de libérer l'imagination et la créativité, d'inventer des bijoux extraordinaires qu'il serait impossible de réaliser avec des pierres précieuses classiques.

Souvent d'un framboise lumineux très reconnaissable, il est surtout recherché dans sa couleur rouge, proche du rubis sang de pigeon. Autre couleur très prisée en joaillerie, le fameux vieux rose, dans lequel on discerne une pointe de gris. Cette nuance chromatique spécifique au spinelle de Tadjikistan ravit les joailliers par sa rareté et son côté unique. Il provient de la mine de Kuh I Lal au Tadjikistan, un pays difficile dont les frontières restent fermées. Les spinelles extraits sont acheminés sur les pistes escarpées du pays à dos d'âne ou en voiture et sous haute surveillance jusqu'au « Trésor national » où ils disparaissent, à priori dans les caisses de l'Etat. Il est donc difficile de les trouver sur le marché international, plutôt fourni par la Birmanie, la Tanzanie, le Sri Lanka, etc... chaque pays ayant des spécificités de couleur. La Birmanie, par exemple, est connue pour ses teintes riches et variées, mauves, rouges ou rosées.

La rareté du rubis, l'apparition de nouvelles pierres fines et l'élargissement de la palette chromatique recherchée par les joailliers a relancé le marché des pierres fines de belle qualité et rendu au spinelle toute la place qu'il mérite. ■ I.H.

## Complications féminines

### Belles et intelligentes

Les grandes maisons offrent aux femmes leur minutieuse expertise de la complication.



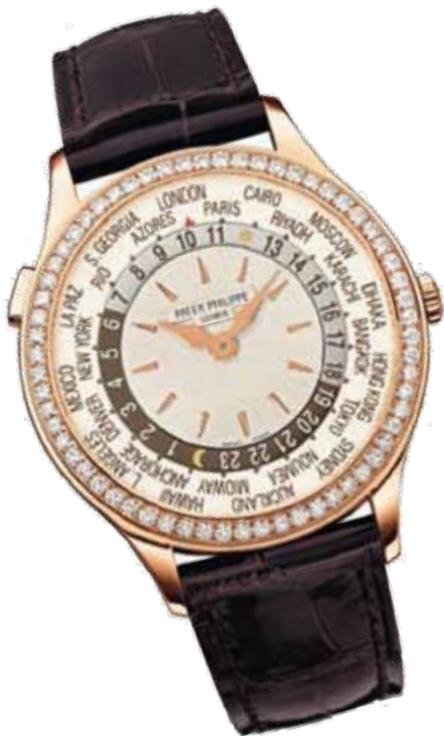
Van Cleef & Arpels, Complication poétique, Lady Arpels Ballerine Enchantée



Vacheron Constantin, Fabuleux ornements,

C'était une tendance, c'est devenu un virus, les horlogers sont de plus en plus nombreux à compléter leurs collections avec des modèles féminins à complications. Les montres Van Cleef & Arpels nous envoûtent depuis le lancement des Complications Poétiques. Le mouvement double rétrograde qui habite le modèle Lady Arpels Ballerine Enchantée permet l'affichage de l'heure à la demande grâce à un bouton poussoir situé à 8h. Par sa riche collection de ballerines et de fées, Van Cleef & Arpels a réussi son entrée dans le monde restreint de la complication féminine, habillée d'un travail de gravure, de peinture, de marqueterie, d'émaillage et de serti exceptionnel. Enchantés, nous le sommes certainement.

Une signature plus que recherchée en horlogerie est celle de Patek Philippe. Dans la version 2013 de son modèle féminin 7130 Heure Universelle, alliance de couleurs très raffinée, avec boîtier en or rose serti



*Patek Philippe, modèle 7130 Heure Universelle*

de diamants et cadran opalin ivoire guilloché main, le disque des villes intègre les dernières redélimitations officielles des fuseaux horaires. Avec son indication jour/nuit pour les 24 fuseaux horaires, la 7130 reprend totalement les codes pointus des montres masculines, pour la plus grande fierté des femmes. Chez Bréguet, dans la collection féminine Reine de Naples qui se distingue par la douceur de sa forme ovoïde, le modèle Jour/Nuit orchestre le ballet du soleil et de la lune dans un double cadran. L'un sème les heures sur un guilloché « flamme » gravé à la main et évoquant le chatoyement du soleil. L'autre, un disque de lapis-lazuli incrusté de nuages en nacre, d'étoiles en or et d'une lune en titane gravé, représente le ciel. Mais la véritable vedette est l'astre



*Chanel, Première Camélia Tourbillon Volant*

solaire, figuré par la serge du balancier facettée. Côté haute couture de l'horlogerie, Chanel a reçu en 2012 le Grand Prix d'Horlogerie de Genève (GPHG) pour la montre Première à tourbillon volant. Avec sa boîte en forme de place Vendôme, sa couleur, le noir fétiche de Coco Chanel, son tourbillon volant ciselé comme un camélia et dont les pétales indiquent l'écoulement des secondes, Chanel donne une belle leçon d'inspiration patrimoine et de complication horlogère. Enfin, au SIHH 2014, Vacheron Constantin a présenté 4 modèles d'une beauté à couper le souffle, Fabuleux Ornaments, interprétant avec talent l'architecture ottomane, la broderie chinoise, le manuscrit indien et la dentelle française. Il ne s'agit pas de complica-



*Bréguet, Reine de Naples, modèle Jour/Nuit*

tion horlogère à proprement parler, mais le travail du cadran mérite qu'on s'y arrête. Au travers du guillochage, de l'émail Grand Feu, des diamants, des perles et de la nacre, mais aussi de la gravure, de la glyptique, du cloisonné de pierres, ce sont les arts traditionnels qui reprennent vie dans ces magnifiques garde-temps. Quant au travail de squelettage, Vacheron Constantin fut l'une des rares manufactures à l'appliquer à des calibres aussi complexes que des répétitions minutes, quantièmes perpétuels et autres tourbillons. Avec ses ateliers cabinotiers, Vacheron Constantin nous avait déjà habitués à la finesse de l'art horloger, mais jamais dans une version aussi féminine et extravagante. ■

*I.H.*



## Fischer

### Analyse des métaux précieux : un modèle portatif ou de comptoir

La précision légendaire des machines d'analyse des métaux précieux de Fischer s'invite sur le comptoir des détaillants avec une nouvelle machine, le Fischerscope X-Ray XAN 310 et XAN 315 qui va constituer l'entrée de gamme de la marque. Présentation par Thierry Vannier, directeur général de Fischer France.



215, 220 et 250. Ses performances sont celles du XAN 110 correspondant au XAN 310, et du XAN 215, correspondant au XAN 315, soit une précision inférieure à 1 pour mille sur une analyse d'or 750 millièmes.

Le collimateur est d'une taille aussi petite que ceux du reste de la gamme, soit un diamètre de

0,6 mm, en option 1 mm, alors que sur le marché, la plupart des autres machines de même type proposent des diamètres de 3 à 10 mm, ce qui est très grand pour un collier ou une bague ou une autre petite pièce.

Enfin, la taille de la chambre de mesure a des dimensions suffisantes pour mesurer des spécimens de taille respectable (l : 320 x l : 350 mm x h : 115 mm et poids max 13 kg).

Ces petites machines légères et précises constituent maintenant la nouvelle entrée de gamme de Fischer.

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Une machine de comptoir chez Fischer, voilà qui est inhabituel. Ce sont vraiment de petites machines ?**

**T**hierry Vannier : Le Fischerscope X-Ray XAN 310 et XAN 315 sont réellement des modèles de comptoir, portables, dont la taille extérieure est de 40 x 45 x 36 cm et d'un poids de 25 kg. Pour vous donner une idée de leur compacité, l'appareil fonctionne avec un PC portable séparé 12" qui peut être posé dessus sans dépasser.

**L'OHB : Cette machine, destinée aux détaillants et bijoutiers a-t-elle aussi la « précision Fischer » ?**

**Th. Vannier :** Absolument. Ce nouveau modèle est issu de la miniaturisation du Fischerscope XAN 110,



**L'OHB : Comment avez-vous eu l'idée de faire une telle machine et quelle est la clientèle ciblée ?**

**Th. Vannier :** L'idée est venue du responsable de notre filiale en Inde où le marché de l'or est très dynamique. Il a réussi à convaincre notre usine de fabriquer des machines précises mais d'une taille plus adéquate aux besoins des nombreux détaillants et bijoutiers indiens. Cette machine nous permet aujourd'hui d'élargir notre offre aux clients français ou européens qui veulent la précision, avec une grande chambre et un spot de mesure très petit mais dans le format d'une petite machine. ■ M.T.

## Synalia

### Julien d'Orcel et Miss France - Un partenariat de charme

Le partenariat entre Julien d'Orcel et Miss France, entamé en 2009, se poursuit avec succès, accompagné par des Miss qui représentent avec élégance les jeunes femmes d'aujourd'hui, dont la tête est aussi bien faite qu'elles sont belles.

Sandrine Maizano, directrice de la Stratégie, de la Communication et du Développement, nous éclaire sur le fonctionnement de ce partenariat.



#### L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : en quoi consiste le partenariat entre l'enseigne Julien d'Orcel et Miss France ?

**S**andrine Maizano : Concepteur et créateur de la Couronne de Miss France, Julien d'Orcel réalise la couronne, mais équipe également Miss France et ses dauphines d'une parure en or blanc et diamants.

#### L'OHB : Vous réalisez chaque année une nouvelle couronne ?

**S. Maizano** : Nous redessignons, concevons et réalisons chaque année un nouveau modèle de couronnes, que l'élue garde précieusement une fois son mandat achevé.

#### L'OHB : Miss France participe-t-elle aussi à de événements Julien d'Orcel ?

**S. Maizano** : Miss France, accompagnée de son chaperon, participe à 5

journées de dédicace chez 5 points de vente Julien d'Orcel tirés au sort. C'est à chaque fois un grand événement qui attire toute leur clientèle, ravie de rencontrer en personne Miss France. La dernière journée de dédicace Miss France s'est déroulée au magasin Julien d'Orcel de Saintes le 5 mars.

Miss France, toujours accompagnée de son chaperon qui ne la quitte jamais tout au long de son mandat, est invitée à l'assemblée générale de Julien d'Orcel qui se tiendra le 1er juin.

#### L'OHB : Que représente ce partenariat pour l'enseigne Julien d'Orcel ?

**S. Maizano** : Ce partenariat qui fonctionne depuis 5 ans avec succès, contribue très efficacement à la notoriété de Julien d'Orcel, qui se retrouve chaque année sur devant de la scène grâce à l'élection de

Miss France, regardée par 9 millions de téléspectateurs. L'engouement pour la beauté est indéniable, et cet événement apporte une part de rêve à chacun, auquel contribue largement Julien d'Orcel avec la magnifique couronne qu'il réalise chaque année pour Miss France.

Nous sommes très fier d'avoir construit ce partenariat avec le comité Miss France, qui nous reconduit chaque année sa confiance.

#### L'OHB : Que pouvez vous nous dire des Miss France que vous avez côtoyées depuis 5 ans ?

**S. Maizano** : Elles sont très belles c'est indéniable. Mais en plus d'être jolies, elles sont gentilles, généreuses, élégantes, patientes, intelligentes, et véhiculent parfaitement l'image de la jeune femme actuelle, bien élevée et à l'aise dans son époque. ■ M.T.

## Baselworld 2014

### Le Salon Mondial de l'Horlogerie et de la Bijouterie 2014 Du 27 mars au 3 avril 2014

Le prestigieux écrin des tendances horlogères et joaillières de l'année ouvre ses portes sur une magnifique session qui réunit tous les acteurs de ces métiers.



#### Plate-forme professionnelle unique

Il réunit cette année plus de 2000 exposants des secteurs de l'horlogerie, de la bijouterie et reste à ce jour le plus important et le plus incontournable rendez-vous de cette industrie où se pressent acheteurs, détaillants et professionnels. Entre produits exceptionnels et innovations audacieuses, le Salon offre un cadre idéal au networking permettant de tisser les collaborations les plus fructueuses. Toutes les plus belles marques sont là pour offrir le meilleur. Patek Philippe présente son nouveau pavillon, Rolex continue de séduire avec son classi-

cisme indémodable, Hermès ajoute une dose de charme discret et féminin à ses collections intemporelles, Burberry développe avec brio sa collection Trench au féminin comme au masculin, JeanRichard poursuit son nouveau terrascopie tandis que Charriol présente son Columbus cintré convexe, et que les inventeurs comme de Béthune ne cessent d'innover avec des modèles incroyables. Chanel et Dior promettent des surprises.

#### Les Français à Baselworld

Les exposants français se pressent au salon de Baselworld, sous la férule du Comité Francéclat. Avec plus de 50 marques de montres, bijoux et haute joaillerie des 30 sociétés françaises présentées à Bâle, la France présente son savoir-faire et son excellence horlogère.

21 marques de montres, bijoux et haute joaillerie sont exposées dans les halls 1.1, 1.2, 2.0, 2.1 ainsi qu'au Palace/Watch Gallery où 17 marques possèdent leur propre stand tandis que 4 d'entre elles sont réunies sur



#### Les chiffres de Baselworld

104 000 visiteurs originaires de 100 pays  
1 815 exposants originaires de 45 pays  
3 300 journalistes originaires de 70 pays  
160 000 m<sup>2</sup> de surface d'exposition



Joaillerie de France, hall 2.1.6. Spécialistes des pierres et perles sont situés dans les halls 2.1 and 3.1 alors que les fabricants de composants horlogers et de mouvements sont dans les halls 2.0 and 4.U. Le stand organisateur se trouve au rez-de-chaussée du Hall 1, entrée Sud, sur la place de la Foire : stand 1.0 V03.

Cette année encore, malgré une conjoncture difficile et complexe, Baselworld reste le creuset de nouveaux talents, et le lieu de découvertes de collections, tant en matière de bijoux que de montres, qui ne peuvent que dynamiser la profession et séduire les clients.

Un rendez-vous incontournable. ■ N.K.

## Bijorhca 2014

### Une très belle session

Bijorhca Paris a connu sa plus belle session de janvier et a battu de nouveaux records tant au niveau des exposants que des visiteurs.



Trollbeads

Cette année le salon a enregistré un nombre important de visiteurs, soit 14 981 visites, représentant une très belle augmentation, soit 21,78 % par rapport à **janvier 2013**. Les visiteurs, qui n'ont pas eu à choisir entre deux salons (Printor n'existe plus), ont convergé vers Paris pour sceller un début d'année prometteur. Les détaillants HBJO étaient aussi au rendez-vous. Grâce certainement

au regroupement de Printor et de Bijorhca, le salon parisien a noté une forte remobilisation des détaillants tous secteurs confondus, de la fantaisie, aux accessoires et aux boutiques HBJO, soit une augmentation globale 31,63 % de visiteurs. Les grands acheteurs de centrales, de groupements, de bureaux d'achats et de concept stores, se sont également pressés à Bijorhca,

### Entretien



**Richard Martin,**  
Directeur du Salon  
Bijorhca

**L'Officiel Horlogerie et Bijouterie : Quelles sont vos perceptions de ce nouveau Bijorhca.**

**Richard Martin :** Nous sommes enchantés. Visiteurs comme exposants étaient là. Et le niveau d'affaires a été satisfaisant.

**L'OHB : Qu'attendez-vous du prochain salon ?**

**Richard Martin :** Nous attendons plus d'exposants précieux, horlogerie comme bijouterie, pour générer encore plus d'engouement, et une émulation entre professionnels.

en nombre, avec une augmentation de 26,4 %.

Les acheteurs internationaux, sont venus en nombre, enregistrant une nouvelle hausse de 14,19 % avec 101 pays représentés, comme l'Italie, la Belgique, l'Espagne, la Suisse, l'Allemagne, le Japon, le Royaume Uni, la Russie, les Pays Bas, les Etats-Unis, le Portugal, la Grèce, et la Turquie.



Bijorhca



Bijorhca



Bijorhca

### Les exposants

Le salon a accueilli 581 exposants et marques, 34 % de plus que 2013. Le secteur précieux a rassemblé 167 exposants et marques, soit une augmentation de 28 % de l'offre initiale du salon. Le développement du secteur précieux, initié grâce au rapprochement avec Printor, demeure l'un des axes majeurs d'évolution de Bijorhca, et l'un des objectifs de la saison de septembre 2014.

Les exposants venaient également du monde entier, et les pays les plus représentés, hormis la France, étaient l'Italie, l'Espagne, l'Allemagne, le Portugal, la Grèce, le Brésil, la République tchèque.

### Animations

Deux créateurs ont été récompen-

sés dans le cadre de Paris Capitale de la Création : Viveka Bergström, créatrice de Bijoux Fantaisie, et Thomas V. Créateur de bijoux précieux, spécialiste d'orfèvrerie et de joaillerie. Compagnon du Devoir, Ecole du Louvre, les ateliers des prestigieuses maisons de la place Vendôme, un parcours sans faute, pour un créateur qui façonne aujourd'hui, dans son atelier parisien, des bijoux de caractère, épurés et unisexes. Sa dernière collection s'intitule « L'art de la Guerre ».

### Septembre 2014

Le succès de la session de janvier laisse augurer une prochaine session de septembre sous un signe prometteur. Elle bénéficiera d'une sectorisation repensée, avec de

nouveaux secteurs comme : la Bijouterie Or, la Joaillerie et l'horlogerie, qui viendront compléter les secteurs existants de l'argent et de la fantaisie.

Au niveau des industries techniques et des fournitures, les secteurs sécurité seront développés, tout comme l'outillage, et l'offre logiciels.

Le plan du salon sera redécoupé pour mieux irriguer le flux des acheteurs et susciter l'intérêt.

Les partenariats qui existaient entre Printor et L'Officiel Horlogerie & Bijouterie, seront reconduits, comme l'incontournable « club des représentants » qui met en relation marques et représentants. D'autres projets seront mis en place et seront dévoilés lors du prochain numéro de l'OHB.

**Prochaine édition : du vendredi 5 au lundi 8 septembre 2014. ■** N.K.

## Compte-rendu SIHH 2014

Le 24e SIHH a tenu ses promesses avec un festival de créations et de nouveautés nées des talents des 16 prestigieuses Maisons horlogères participantes.



Cartier - Ballon bleu  
marquetterie de pétales de roses

Elles ont donné le ton des tendances horlogères de l'année, avec des tourbillons, des chronographes, des montres de plongée, de l'extra plat, et des pièces d'art qui ont rivalisé de technicité et de savoir-faire. Elles ont réussi à repousser les limites d'une Haute Horlogerie nourrie de tradition mais toujours à la pointe de l'innovation. Cette année les montres bijoux

pour dame étaient à l'honneur dans chaque Maison, tout comme les Tourbillons, complication développée par chaque marque à l'occasion du SIHH.

Le SIHH 2014 a accueilli cette année 14'000 visiteurs (+9 %) en provenance du monde entier, dont 1'300 journalistes. Le rendez-vous est déjà donné pour 2015, du 19 au 23 janvier à Genève. ■ N.K.



ANTICA MURRINA®

VENEZIA

CONTACT: APHEA SAS

T: 05 45 95 09 00

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

[aphea@bijoux-aphea.com](mailto:aphea@bijoux-aphea.com)

## Institut de bijouterie de Saumur

### Formation d'excellence

L'Institut de Bijouterie se positionne aujourd'hui comme l'un des pôles de formation en bijouterie le plus important de France. Quelles sont les recettes de ce succès ? Regards sur un parcours de développement qui suit attentivement les attentes et les évolutions du métier, avec Valérie Giraud, Responsable de l'établissement.



Alexandre Gavand, médaillé 2013 aux Olympiades des Métiers

**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Au regard de l'histoire de l'institut, vous avez débuté avec la formation d'apprentis.**

**V**alérie Giraud : Effectivement, notre Centre de Formation d'Apprentis a été créé en 1979 et il est, dans sa discipline, le plus important de France, tant par la diversité des spécialités enseignées que par le nombre d'apprentis. Le recrutement est national, et nous proposons actuellement 11 formations diplômantes, du CAP à Bac+2 pour préparer à différents métiers tels que bijoutier-joailler, polisseur, sertisseur, créateur / designer de bijoux, orfèvre, bronzier, gemmologue, lapidaire ou encore vendeur / conseil en bijouterie-joaillerie.

**L'OHB : La formation continue n'est venue qu'en 1986 mais son succès est remarquable.**

**V. Giraud :** C'est vrai, nous avons eu l'an dernier 100 stagiaires en formation continue sur les quelques 20 propositions de formation en bijouterie-joaillerie, gemmologie, sertissage et commercialisation proposées à l'attention des salariés et chefs d'entreprise du secteur de la bijouterie.

Nous avons également deux diplômes que nous sommes les seuls à proposer en formation continue : le **Brevet professionnel de gemmologue** (diplôme d'état) et la formation de **Responsable de magasin en bijouterie-horlogerie** (niveau III - Bac+2). A noter que ces deux diplômes peuvent aussi être préparés en formation qualifiante.

Des formations sur mesure sont également développées pour des entreprises commerciales, artisanales ou industrielles.

**L'OHB : Vos apprenants réussissent bien et leur talent est reconnu par la profession, parfois même au delà de nos frontières.**

**V. Giraud :** oui, nous avons d'abord un bon taux d'insertion professionnelle puisque 100 % des apprentis trouvent un emploi, principalement dans le secteur artisanal, moins de 3



mois après avoir quitté le CFA.

Ensuite, plusieurs de nos apprentis se distinguent chaque année lors de concours : Prix SEMA national en 2007, Prix Jacques LENFANT en 2008, médaille de Bronze aux Olympiades internationales des Métiers, médaille d'or nationale au concours « Un des Meilleurs Apprentis de France » chaque année.

**L'OHB : Faites-vous des efforts spécifiques pour attirer tous ces talents ?**

**V. Giraud :** Nous essayons simplement d'organiser des formations en lien direct avec les attentes et les évolutions des métiers et d'être vigilant à suivre les nouvelles tendances en mettant au programme les compétences nécessaires aux nouveaux métiers de la profession. ■ M.T.

**Contact : Valérie GIRAUD**  
Responsable Institut de Bijouterie  
Tél : 02.41.83.53.53  
valerie.giraud@maineetloire.cci.fr  
www.institutdebijouterie.fr  
www.maineetloire.cci.fr

# SARL LORD

CONSEIL AUX ENTREPRISES DE BIJOUTERIE DEPUIS 2003

## LIQUIDATION DE STOCK



AVANT TRAVAUX / CHANGEMENT D'ENSEIGNE /  
CHANGEMENT DE STATUT / CESSATION D'ACTIVITÉ /  
SUSPENSION SAISONNIÈRE D'ACTIVITÉ / ETC.

### • SOLDES - VENTE MASSIVE •

Notre métier / Nos références :  
Google/www.sarl-lord-conseil.com

## FAITES LA COMPARAISON !!

Tél : 06 85 03 76 13 - Fax : 01 43 05 89 22

E-mail : sarl.lord@free.fr

www.sarl-lord-conseil.com

5 BIS, AVENUE FOCH - 93460 GOURNAY SUR MARNE

# E.GRILLE

## LEADER

## DES ÉTIQUETTES POUR BIJOUX

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

et aussi

ETIQUETTES RFID

pour une meilleure traçabilité

## E.GRILLE

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



# fischer®

## ANALYSES ET TITRES OR ET PLATINE EN QUELQUES MINUTES

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



## Bijouterie MERLE

### Situation difficile pour les petits bijoutiers

Deux bijouteries dans une petite ville de 4000 habitants, Langeac en Haute-Loire ! Comment vivent-elles ? Quel est le quotidien d'un professionnel de la bijouterie dans cette situation ? Pour y répondre, nous avons rencontré monsieur Merle, dirigeant de la boutique la plus ancienne de la ville.



**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie :** Dans un marché qui semble restreint, parvenez-vous à tirer votre épingle du jeu ?

**M.** Merle : Langeac est une petite ville dynamique où il y a une vraie clientèle et nous sommes installés ici depuis 1921, deux choses qui permettent un exercice correct de notre métier, même s'il serait plus confortable qu'il n'y ait qu'une bijouterie comme le préconise la norme qui compte une bijouterie pour 8000 habitants. C'est dur mais on s'en sort en s'adaptant à la clientèle.

**L'OHB :** Est-ce que certaines évolutions comme le développement de l'or 9 carats est un point positif sur votre marché local ?

**M. Merle :** Nous avons vu ces derniers temps une montée indéniable de la demande de bijoux en 9 carats. Elle nous a permis de maintenir notre chiffre d'affaires de la dernière quinzaine de décembre au même niveau que celui de 2012. Même si nous avons presque doublé le nombre de clients pour faire le même CA (35 clients en 2012, contre 70 pour un CA quasi identique en 2013). Pour nous, la difficulté ne se situe pas au niveau du marché et de la clientèle, mais au niveau de la profession qui a beaucoup changé.

**L'OHB :** Qu'est-ce qui aujourd'hui dans la profession semble poser problème ?

**M. Merle :** On dirait qu'on veut la mort du petit commerce et tout se dégrade. Les fournisseurs imposent des stocks importants et des délais de paiement de plus en plus courts. Certaines marques se comportent de façon épouvantable en vendant des produits nettement moins chers sur Internet, il devient courant que ces « déstockages » sur le web, correspondent à notre prix d'achat de ces mêmes produits ! On se demande d'ailleurs comment ces marques peuvent vivre ! Et les bijoutiers, comme nous, passons pour des voleurs au regard de nos clients, car nous devons vendre le même produit deux fois plus cher. Ensuite, les « acheteurs internet » viennent chez nous pour les réparations, car ces marques ne font pas de pièces détachées.

Sans oublier les délais de livraison de certains fournisseurs, qui livrent encore fin janvier les commandes de Noël...

**L'OHB :** Comment alors voyez-vous votre avenir ?

**M. Merle :** Avec 20 ans de moins, je partrais travailler en Suisse. Aujourd'hui, la situation est difficile pour les petits bijoutiers. Malgré cela, à 69 ans, je continue parce que j'adore ce métier, notre famille le fait depuis trois générations ! ■ M.T.

## Caméo, l'atout charme

Le fondateur de Cameo, Olivier Grammatico, fait partie du petit cercle restreint des joailliers-créateurs indépendants qui n'ont pas pignon sur rue et dont l'adresse se transmet de bouche à oreille.



*Bague Ivresse d'Automne  
or 22 carats et tanzanite*



*Bague Little Miss Blue  
or, aigue-marine, béryl  
vert et tourmaline bleue*

Enfant, Olivier teste ses premières créations auprès de sa mère antiquaire. « Il y avait toujours un morceau de corail, de métal ou une pierre qui traînait, j'ai commencé à faire des assemblages, et ça a marché », dit Olivier. Plus tard, il récupère les pierres laissées pour compte par les grands joailliers, pas forcément parfaites, mais qui ont du charme. « Je cherche le caractère dans les pierres, je les taille pour mettre en valeur le petit détail qui fait leur personnalité ». Et la singularité, le sur-mesure, c'est ce que veulent ses clientes. Elles trouvent ici des bijoux au design plus qu'inventif... et portables. Formé sur les bijoux anciens, Olivier aime travailler le métal à la façon étrusque, avec de petites boules d'or et des motifs sur l'anneau 22

carats, ou baroque, avec un relief irrégulier et travaillé pour « créer un effet de matière sur l'or, comme une patine à l'ancienne, ce qui donne un supplément d'âme ». Le créateur adore chiner les pierres, comme ces tourmalines bleues quasi introuvables qui cascadenent en boucles d'oreilles, une très belle opale enlacée par un serpent émaillé, ou cette turquoise plate et rectangulaire presque brute où nage un serpent de diamants, ou encore cet assemblage radieux de béryl vert, tourmaline bleue et aigue-marine. Dans une autre bague, on admire un large quartz rutilé sous lequel se reflètent des nuages diamantés où une petite colombe circule librement. « Je l'aimais tellement que je

n'avais plus envie de la vendre » dit Olivier, amoureux de son lac rutilé.

Pour ses bagues de fiançailles, il conseille un graphisme d'une grande pureté. Associé avec Nit Chea, diamantaire et expert reconnu qui partage son bureau, il est en mesure de proposer les plus beaux diamants. « Le diamant, c'est bien plus que les 4 C » précise Nit. « Les clientes nous les achètent parfois sans les voir, car nous leur en parlons avec passion ». Une belle preuve de confiance.

Les prix se situent aux alentours de 3.000 à 4.000 €, et peuvent aller jusqu'à 15.000 €, mais Olivier réalise aussi des bijoux en argent dont il aime la jolie patine, autour de 300 € ■ I.H.

## L'ING ouvre au public un cycle de conférences sur les pierres et les perles

Un voyage au cœur des mines avec la première conférence « Tour du monde des pierres précieuses : de la mine au bijou »



Patrick Voillot et des chercheurs de pierres sri lankais

La salle était comble pour la première conférence de ce nouveau cycle initié par l'ING.. Pour l'occasion, l'Institut avait invité un gemmologue de renom, Patrick Voillot, qui sillonne depuis plus de 20 ans toutes les mines de pierres précieuses. La conférence commence plutôt « confortablement » dans la mine de diamants sud-africaine qui a donné le Cullinan et d'autres pierres de légendes. Celle-ci est depuis longtemps mécanisée, et la circulation y est facile dans ses 300 kms de vastes galeries. Avec les pierres de couleur, on pénètre dans un autre monde : celui des petits gisements, très nombreux, plus rudimentaires. « Relisez *La Vallée des Rubis de Kessel*, c'est encore un peu ça »

affirme P. Voillot au sujet de la célèbre mine birmane de Mogok. L'exploitation des pierres de couleur est un monde artisanal, toute la population y participe. A Bornéo, riche en diamants de couleur de belle qualité, les habitants tentent leur chance en tamisant les alluvions, ce qui ne demande pas une grande expertise technique, contrairement à la mine. A l'opposé, les saphirs du Cachemire, perchés à 5 000 mètres d'altitude, sont quasiment inatteignables. P. Voillot raconte son aventure « à la Tintin » pour escalader à pieds 150 kms de pistes glacées entre 3 500 et 5 000 mètres, échappant de peu à la police indienne qui lui en refusait l'accès. Ici, les mineurs ne reculent pas devant le dynamitage

artisanal dangereux et les conditions de vie très précaires, car le Graal est peut-être au bout.

Le commerce des pierres de couleur s'organise selon toutes sortes de schémas, toujours en filières complexes d'intermédiaires mais à la base, il y a toujours l'homme, celui qui a trouvé la pierre. A Mogok, fermé aux étrangers, seuls les locaux peuvent organiser le commerce des gemmes qui suit une chaîne bien précise d'entremetteurs birmanes ou étrangers. En Thaïlande, le marché est très ouvert, l'origine des pierres incontrôlable. Au Pakistan ou au Brésil en revanche, la négociation est très personnelle, elle peut prendre toute une nuit, la confiance est déterminante.

P. Voillot achève sa conférence en faisant le tour du monde des centres de taille bien connus, et rappelle que si New York reste un lieu très prisé, c'est aussi parce que la vente de diamants sur Internet est un business considérable. En 2012, Blue Nile, acteur majeur de la vente de diamants sur Internet, a réalisé 350 millions de chiffre d'affaires sur son site. ■ I.H.

« A la poursuite des Pierres Précieuses »

Patrick Voillot a réalisé 22 films sur ses voyages, disponibles sur son site [patrickvoillot.com](http://patrickvoillot.com)

---

## Made in création, Montres et Joaillerie

L'École d'Art et de Culture de Paris (EAC) accueillera du 16 au 25 juin 2014, dans ses locaux du 33 rue la Boétie à Paris, des journées de grand prestige consacrées à l'industrie horlogère et à la haute joaillerie. Deux pays emblématiques du secteur y seront à l'honneur : La France, ambassadrice du luxe dans le monde, et la Suisse, leader mondial de l'horlogerie.



**E**n ouvrant ses portes le 16 juin prochain, « Made in Création » a pour ambition de créer avec cette première rencontre du genre, un événement à forte affluence analogue à celui des Etats généraux de la Gemmologie organisés par l'Institut National de Gemmologie (ING) en janvier 2012.

Ainsi « Made in Création, Montres et Joaillerie » s'adressera au grand public et aux professionnels.

Les trois premières journées du 16 au 18 juin seront réservées aux seuls professionnels du secteur qui pourront y débattre, faire part de leurs expériences ou mieux se faire connaître. Des experts animeront des tables rondes sur des thèmes de la contrefaçon, la sécurité, la place de l'e-commerce dans l'industrie du luxe, le made in Suisse, l'industrie du luxe.

Puis celles du 19 au 24 juin, seront des journées grand public, qui pourront découvrir la richesse et la qualité de ce secteur d'activité à travers des conférences, ateliers, présentations produits, expositions parmi lesquelles : « Think Time - Think Swiss Excellence » de la Fédération Industrielle Horlogère Suisse, « Au fil du temps », proposée par l'artiste Stéphanie Guglielmetti et le réseau d'artistes Galry, ou encore « l'Art du temps de pose » de Jean-Christophe HECQUET, meilleur ouvrier de France catégorie Photographie en 2007. La joaillerie étant à l'honneur, le public se laissera séduire par l'exposition d'une partie de la collection privée de Gemmes de Patrick Voillot, célèbre auteur de documentaires grand public sur les pierres précieuses.

Enfin le 25 juin sera une journée pri-

vative à l'issue de laquelle un Prix à vocation caritative au service d'une cause nationale ou internationale devrait être remis.

Avec ces journées « Made in Création » l'EAC, Ecole d'Art et de Culture se met en pleine lumière et saisit l'occasion de faire connaître l'ING (Institut National de Gemmologie).

La réussite de cette manifestation devra beaucoup au soutien et à l'implication de nombreux partenaires dont la Fédération de l'Industrie Horlogère Suisse et la Fédération de l'Horlogerie, syndicat professionnel.

On notera également la présence du Lycée Diderot (Paris) qui prépare aux métiers supérieurs de l'horlogerie, l'Ecole Nationale Supérieure de Micromécanique de Besançon (école polytechnique), l'Agence Régionale de Développement de Franche-Comté, la société Camille Fournet, créateur de pièces uniques de maroquinerie, l'Institut Chateaubriand (centre de recherche en art et culture). ■ M.T.

**Contact**  
33 - 35 rue La Boétie - 75008 PARIS  
Tél. : + 33 (1) 47 70 23 83

## Traçabilité des pierres de couleur : deux points de vue

Les projets se multiplient autour de la traçabilité des pierres de couleur. L'Officiel H&B a interrogé deux experts sur le sujet.



**L**e sujet de la traçabilité des pierres de couleurs revient de plus en plus souvent sur le devant de la scène médiatique. Contrairement aux mines de diamants, plus industrielles et dont le commerce est relativement contrôlé, les mines de pierres de couleurs sont artisanales dans 80 % des cas, le commerce est extrêmement fragmenté et les problèmes d'éthique ne sont pas les mêmes.

**Patrick Voillot est gemmologue et auteur de nombreux livres et documentaires sur les mines qu'il parcourt depuis plus de 20 ans**

P. Voillot est prudent sur les projets éthiques. Il ne veut pas faire d'amalgame avec la situation, très médiatisée, de la Colombie. Les mines sont

aussi un écosystème qui fait vivre des milliers de personnes dans des pays pauvres et dont c'est parfois la seule richesse. *« Il y a bien longtemps que les enfants ne descendent plus dans les mines et les mineurs sont des travailleurs comme les autres »*. Ils vivent parfois mieux, mais de façon discrète. Aucune comparaison avec les diamants du sang. Quant à l'environnement, si les mines d'or utilisent du mercure et du cyanure, rien de tel dans l'exploitation des mines de pierres, souvent artisanale et naturelle. La vraie éthique, selon P. Voillot, serait d'aider les mineurs à creuser leurs galeries en toute sécurité, à les étayer. Ou de s'assurer que la couleur des pierres n'est pas trafiquée. La surenchère des prix sur la provenance les incite malheureusement à cette pratique.

**Jean-Claude Michelou est vice-président de l'ICA (International Colored Stones Association), il s'exprime sur le projet de l'ONU (UNICRI)**

Un projet de l'UNICRI vise à établir une sorte de « permis de conduire » de l'exploitation et du commerce des mines. Toute vente de pierres, devra être déclarée par écrit aux autorités locales. Le but ? Eviter le commerce des pierres volées ou d'origine douteuse, supprimer les exploitations « sauvages » et les intermédiaires peu scrupuleux pour mieux rémunérer les petits exploitants. Si le projet fait l'unanimité place Vendôme, où l'on y voit la parfaite continuité du processus de Kimberley, les pays concernés renâclent. Le Brésil, le Sri Lanka et certains pays africains adhèrent mais d'autres, moins à l'aise dans cette transparence, ne s'y associent pas encore... *« Le processus sera long, mais il faut que tous y adhèrent, des gouvernements aux petits exploitants, car le système est basé sur la confiance, et non sur le contrôle et la coercition »* déclare J-C. Michelou. ■ I.H.



## Antica Murrina

Arnaud Perombelon, Directeur Général APHEA, Agent Général pour la France d'Antica Murrina, nous fait découvrir Antica Murrina.

### L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Qui est Antica Murrina ?

**A**rnaud Perombelon : Antica Murrina est née au début des années 60 à Venise. Marque de bijoux de mode, Antica Murrina réinterprète l'héritage et l'histoire de Venise à travers des designs très contemporains. Les collections, modernes et créatives, s'appuient sur le savoir-faire des maîtres verriers de la marque.

### L'OHB : Qu'est ce qui caractérise les bijoux Antica Murrina ?

**A. Perombelon** : La couleur, le design et le style contemporain. Antica Murrina

a su faire évoluer ses modèles avec la mode. Ainsi, 3 collections sont lancées chaque année et viennent compléter un catalogue de références stables et indémodables.

### L'OHB : Quel est le positionnement prix de la marque ?

**A. Perombelon** : Leader en Italie dans le monde du bijou de mode accessible, la marque offre le luxe d'un bijou fait à la main à partir du verre de Venise. Le prix de vente moyen tourne autour de 50€ TTC, avec une gamme qui oscille entre 25€ pour une paire de boucles d'oreilles, 75 € pour un collier et 130€

pour un sautoir. Bien sûr, chaque bijou est livré dans son écrin d'origine.

### L'OHB : Quelle est l'implantation idéale ?

**A. Perombelon** : Pour créer l'impact en vitrine, nous évaluons avec les détaillants l'espace dans leur boutique et nous conseillons d'exposer la marque dans son univers, c'est-à-dire avec sa PLV et son identité visuelle, et un choix de modèles permettant d'exposer le savoir-faire de la marque. L'implantation moyenne tourne autour de 900€.

**Contact** : [www.anticamurrina.com](http://www.anticamurrina.com).

**Tél.** : 05 45 95 09 00

Chaque histoire  
a une perle

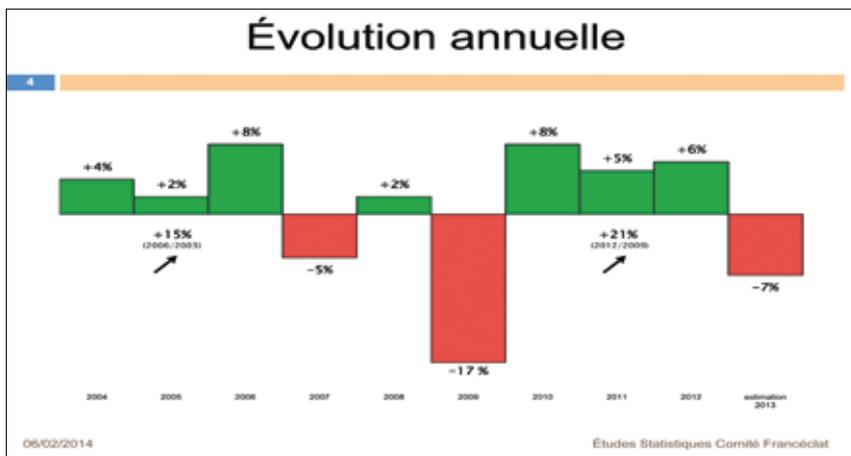
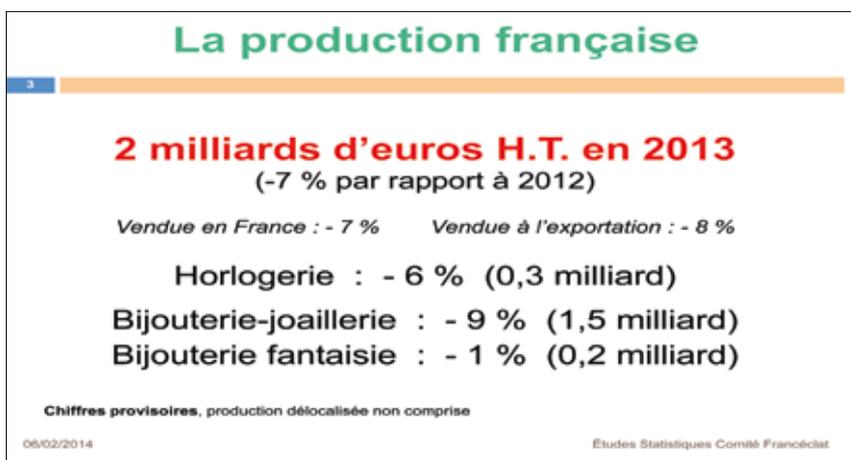


  
**TROLLBEADS**  
THE ORIGINAL SINCE 1976  
[WWW.TROLLBEADS.FR](http://WWW.TROLLBEADS.FR)

 **d-sign France** [info@dsignfrance.fr](mailto:info@dsignfrance.fr) • T: 01 44 49 07 56

## Les chiffres Clés de l'année 2013

Comme chaque année, le Comité Francéclat (Comité Professionnel de Développement économique au service des secteurs de l'Horlogerie, de la Bijouterie, de la Joaillerie, de l'Orfèvrerie et des Arts de la Table) communique les CHIFFRES CLES de l'année 2013 à travers une étude de marché minutieuse, présentée par catégorie (production, exportation, importation, vente), et par valeur.



Études Statistiques Comité Francéclat

L'année 2013, comme chacun l'avait pressenti, s'est avérée particulièrement difficile avec des performances décevantes et des chiffres à la baisse qui amorcent des changements dans le domaine de l'horlogerie et de la bijouterie.

### La production française

Après 3 années de progression, qui avaient vu des records à + 21 %, la production française d'horlogerie et de bijouterie a essuyé un net recul en 2013 avec - 7 %, soit un CA HT de 2 milliards d'euros.

En revanche, grâce à un savoir-faire français reconnu dans le monde entier, les exportations ont poursuivi leur croissance à hauteur de + 8 %, et rapportent 5,4 milliards d'euros HT. Le rythme des exportations reste supérieur à celui des importations de + 5 %.

### La consommation française

La conjoncture économique difficile n'a pas épargné le marché français de l'horlogerie-bijouterie qui a enregistré une baisse de 4 % en 2013 avec 5,1 milliards d'euros. La courbe des ventes de montres et de bijoux reflète l'évolution du moral des français qui n'est pas au mieux de sa forme, à tel point que le seul mois de décembre, qui est en général le bon mois de l'année, a affiché une baisse de 7 % par rapport à l'année dernière.

Cependant cette baisse des ventes ne cristallise pas pour autant les mutations du marché, mais prouve que nous sommes dans un cycle bas, comparable à celui de 2008-2009.

### Les ventes par catégories de produits

Les bijoux en or 750 millièmes conservent leur leadership en valeur avec 75 % des ventes de bijoux or, tandis que les bijoux en or 375 millièmes ont conquis la première place en volume, essentiellement dans les bijouteries implantées en centre commercial. Dans les grandes

Les montres  
Positionnement international de la France

13

Exportations 2012 de 83 pays :  
30,694 milliards d'euros

Pays exportateur	Poids 2012	Évolution 2013/2012
1. Suisse	55 %	stable (12 mois à fin novembre)
2. Hong Kong	17 %	+ 2 %
3. Chine	5 %	+ 11 %
4. Allemagne	4 %	+ 10 % (12 mois à fin novembre)
5. France	4 %	+ 11 % (estimations)
6. Singapour	3 %	+ 1 % (12 mois à fin novembre)
... 12. Japon	1 %	- 35 %

Source : Global Trade Information Services

06/02/2014

Études Statistiques Comité Francéclat

Les bijoux en or tous titres  
Positionnement international de la France

19

Exportations 2012 de 83 pays :  
67,668 milliards d'euros

Pays exportateur	Poids 2012	Évolution 2013/2012
1. Chine	26 %	+ 22 %
2. Inde	16 %	- 40 % (12 mois à fin octobre)
3. Suisse	9 %	+ 8 % (12 mois à fin novembre)
4. États-Unis	9 %	+ 14 % (12 mois à fin novembre)
5. Hong Kong	7 %	+ 4 %
6. Italie	6 %	+ 12 % (12 mois à fin octobre)
... 9. France	4 %	+ 14 % (estimations)

Source : Global Trade Information Services

06/02/2014

Études Statistiques Comité Francéclat

Études Statistiques Comité Francéclat

surfaces, les ventes ont chuté de 10 %, au profit des bijouteries fantaisie qui connaissent une croissance de +6 %. Les variations du cours de l'or compliquent l'analyse : en effet, après une forte augmentation ces dernières années qui avait largement compliqué le marché du bijou, la courbe s'est inversée en 2013 avec une baisse de 18 %. L'argent quant à lui continue sa progression entamée il y a 12 ans. Les ventes de pendentifs ont progressé de 44 % au détriment des boucles d'oreilles et bracelets.

## Horlogerie

Les montres qui affichaient une croissance phénoménale, voient également les transformations apparaître. Les montres à moins de 100 € ont perdu des parts de marché avec un recul de 8 %. Les modèles à plus de 3 000 € restent stables. Or seul le segment des montres de 1 000 € à 3 000 € a poursuivi son évolution. Certains produits de niche ont bénéficié d'un véritable engouement des consommateurs. Les « beads » et autres produits personnalisables, les bijoux et

montres en métal « rose » comme l'or, le plaqué or rose, l'acier PVD, pour les femmes comme pour les hommes conservent un attrait qui les a protégés de la chute de la consommation.

## Analyse de cette baisse de la consommation 2013

Selon l'étude du Comité Francéclat, la baisse des résultats qui apparaît sur l'ensemble des circuits de distribution est due en grande partie à la réduction de la consommation, mais également à la concurrence du discount. Les bijoutiers-horlogers de centre-ville, incluant les grands magasins et ceux des centres commerciaux ont vu leurs ventes baisser respectivement de 5 % et 4 %. Dans les grandes surfaces, la chute est de 10 %, alors qu'elle ne descend pas en dessous de 2 % dans les autres circuits de distribution comme la vente à distance, les artisans ou encore les boutiques de prêt-à-porter.

Seules les bijouteries fantaisie tirent leur épingle du jeu avec des ventes en hausse de 6 %, contre 2 % en 2012. Un résultat porté notamment par des marques comme Pandora ou Swarovski, qui proposent des concepts forts plutôt qualitatifs, mais qui s'appuient sur une campagne de communication de grande envergure.

Les ventes de bijoux fantaisie représentent 10,5 % des ventes en 2013, soit environ 500 millions d'euros. Sur cette période, les ventes de bijoux en or tous titres ont chuté de 7 % - avec des bijoux en or 375 millièmes qui progressent de 27 % tout en représentant 42 % des ventes du marché avec 2,1 milliards d'euros.

Les ventes de bijoux argent et plaqué or restent stables et totalisent 15,5 % des ventes avec 800 millions d'euros alors que les ventes de montres s'élèvent à 1,4 milliard d'euros soit 26,5 % des ventes du marché. ■ N.K.

# Le point sur les métaux précieux

## Or

En 2013, l'or a perdu un quart de sa valeur, sa plus forte chute depuis 1981. Malgré une remontée en début d'année, les analystes restent prudents et prévoient une baisse moyenne de 14 % en 2014. En Chine, les achats d'or ont gagné 41 % pour passer à 1 176 tonnes en 2013. La demande en or physique a progressé de 57 % et la demande en bijoux de 43 %, selon la China Gold Association. La Chine est devenue le plus gros acheteur d'or de la planète, ce qui pourrait faire grimper le prix en 2014. Toutefois, la possession d'or par tête demeure bien en-dessous des niveaux enregistrés en Inde.

## Argent

Les prévisions sur le cours de l'argent restent également baissières, et s'établissent à une moyenne de 17 dollars l'once en 2014, en baisse sur les 23,79 dollars l'once en 2013. Le cours de l'argent devrait suivre celui de l'or.

## Platine

Les grèves dans les mines sud-africaines font craindre une remontée excessive des prix et une pénurie à partir d'avril.

Cependant, les stocks sont importants pour trois raisons : l'industrie automobile en crise a réduit sa demande, l'ANC fait tout pour empêcher la société minière Amplats de fermer temporairement ses mines pour liquider une partie des stocks et maintenir le cours, enfin on estime qu'une importante quantité de métal se trouve entre les mains de spéculateurs.

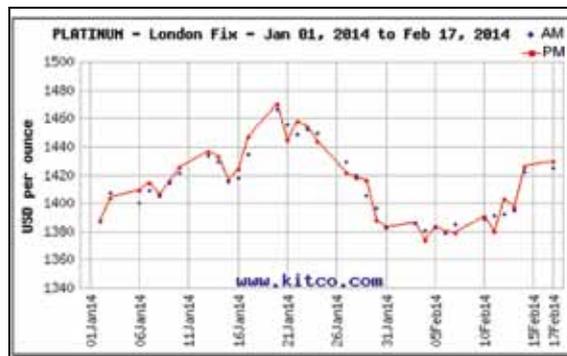
## Palladium

Grâce à une industrie automobile en progrès, aux grèves des employés de sociétés minières et aux réserves russes en déclin, le palladium a été le seul métal précieux à enregistrer des gains en 2013 (+ 4,4 %). Or la production ne devrait pas couvrir la demande en 2014, comme l'an dernier, où l'offre aurait été de 9 % inférieure à la demande. On attend une hausse de la demande dans l'automobile, qui viendra contrebalancer la baisse de la demande du secteur bijoutier. ■ I.H.

Sources 24hGOLD, Financial Times



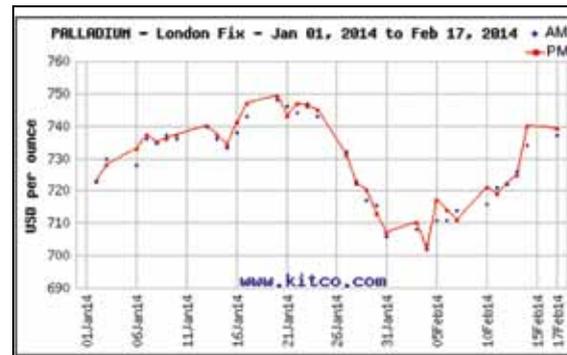
Le cours de l'or de janvier à février 2014. En \$ par once.



Le cours du platine de janvier à février 2014. En \$ par once.



Le cours de l'argent de janvier à février 2014. En \$ par once.



Le cours du palladium de janvier février 2014. En \$ par once.

# Conjoncture

## France



La consommation française a affiché un bilan moins négatif que prévu en 2013 (+0,8 %) et un mois de décembre supérieur de 1,4 % par rapport à 2012. Les dépenses au 4<sup>e</sup> trimestre ont progressé de 2,2 % en automobile, de 1,9 % en équipement du logement et la facture énergétique a été atténuée grâce à des températures clémentes.

## Allemagne



Le taux de chômage corrigé des variations saisonnières en Allemagne est revenu à son plus bas niveau depuis vingt ans. Par ailleurs, un supplément de dépenses publiques de 23 milliards d'euros sera alloué à la formation, à l'innovation et aux infrastructures. Ce qui devrait en principe relancer la demande intérieure, comme l'attendent les partenaires de la zone euro.

## Espagne



A fin 2013, la zone euro compte 19 millions de chômeurs et se stabilise à 12 % de la population active. En revanche, en Espagne le taux de chômage se réduit légèrement à 25,8 %, ce qui reste encore très élevé

par rapport au Portugal (15,4 %) ou à l'Italie (12,7 %). L'Espagne espère une croissance de 1 % en 2014.

## Italie



Les prévisions de croissance pour 2014 sont faibles (0,6 %) car le bon excédent commercial de 2013 provient surtout d'un fléchissement des importations (-5,5 %). Preuve que la crise financière continue de pénaliser la consommation. L'économie repart, mais les entreprises restent freinées par une fiscalité excessive, une raréfaction du crédit et une production industrielle qui a chuté d'un quart en 5 ans.

## Etats-Unis



La croissance annuelle s'est établie à 2,8 % sur l'année 2013 avec un pic incroyable au troisième trimestre de 4,1 % et un très bon quatrième trimestre à 3,2 %. Quand on sait que les Américains sont responsables des deux tiers de leur activité économique (marché intérieur), l'optimisme est de mise. Le shutdown d'octobre n'aura donc eu qu'un effet limité. La FED a vu juste en réduisant son soutien monétaire à l'économie américaine.

## Japon



La politique de relance « Abenomics » s'est positivement traduite par une inflation (0,4 %), signe de la reprise... après 20 ans de déflation. La consommation, avant la hausse de la TVA prévue en avril, devrait continuer sa progression, sauf si celle-ci ne peut se nourrir faute de hausse des revenus. Le chômage a baissé de 4 % à 3,7 %. Mais la facture énergétique risque de peser lourd dans un pays qui a fait une croix sur ses ressources nucléaires.

## Pays émergents

D'après une prospective du Center for Economics and Business Research, la Chine et l'Inde se placeront respectivement au premier et troisième rang des puissances économiques mondiales en 2028. Le Centre a procédé à une projection comparative des PIB \*dans 15 ans. Les Etats-Unis cèdent leur première place à la Chine, et l'Inde prend la troisième place, loin derrière les Etats-Unis. La France passe du 5<sup>e</sup> au 13<sup>e</sup> rang.

Chine	PIB 2013 : 8.939	PIB 2028 : 33.513
USA	PIB 2013 : 17.724	PIB 2028 : 32.241
Inde	PIB 2013 : 1.758	PIB 2028 : 6.560
France	PIB 2013 : 2.739	PIB 2028 : 3.265

\*en milliards de dollars

## E-commerce, montres et bijoux

### Les acteurs se multiplient

Le commerce des bijoux et des montres sur Internet reste limité à 4 % pour les bijoux et 7 % pour l'horlogerie, mais les sites sont de plus en plus nombreux.



Maty

**L'**e-commerce, tous secteurs confondus, a de nouveau affiché une belle performance en 2013, avec une croissance de 13,5 % par rapport à 2012. Les ventes en ligne ont dépassé 50 milliards d'euros, 20 000 nouveaux sites ont vu le jour, mais les internautes recherchent de plus en plus la promotion et les bonnes affaires, faisant jouer à plein les comparateurs de prix. Le montant du panier moyen est donc à la baisse.

L'e-commerce représente environ 5 % du chiffre d'affaires de l'industrie du luxe, selon la société Digital Luxury Group (DLG). Le commerce

des bijoux et des montres sur Internet reste limité à 4 % pour les bijoux et 7 % pour l'horlogerie (essentiellement pour les montres de moins de 300 €), mais la croissance de fréquentation des sites est importante.

### Les acteurs se multiplient

D'après une étude Xerfi, de nombreux cybermarchands de montres et bijoux sont apparus depuis une dizaine d'années, tels que gemmyo.com, winaretta.com, 1001-bijoux.fr, mais également Amazon ou Rue du Commerce qui ont élargi leur offre à ce secteur. En 2012, Pixmania a lancé 500 références de bijoux

vendus exclusivement sur son site Rose & Kara. Le site Celinni.com, fondé par le fils d'une génération de diamantaires, vend des diamants en ligne, une pratique courante aux Etats-Unis mais peu répandue en France. La possibilité de personnaliser les bijoux, d'accéder à des prix abordables, de bénéficier des promotions sont les atouts gagnants de la vente en ligne. Au-delà des prix, c'est aussi une tendance qui s'installe et une nouvelle forme de shopping plus ludique, plus variée et moins chronophage que le shopping classique.

### Maty en tête

Le numéro 1 du e-commerce de bijoux, c'est évidemment Maty, pour qui les ventes en ligne représentent un quart des ventes, soit 30 millions d'euros de CA sur 2013. « Le web est propice à l'achat coup de cœur » déclare l'entreprise, expliquant ainsi le succès des commandes des bijoux en argent, avec 40 % des ventes. L'or 375°/°°° a aussi une place confortable. L'internaute est donc à la recherche d'un prix attractif, comme le montre le panier moyen aux alentours de 150-175 €. Les bagues sont les articles les plus

# Cookson **CLAL**

## Cours des métaux en France

du 04/12/2013  
au 03/03/2014

### Nos adresses :

#### Lyon

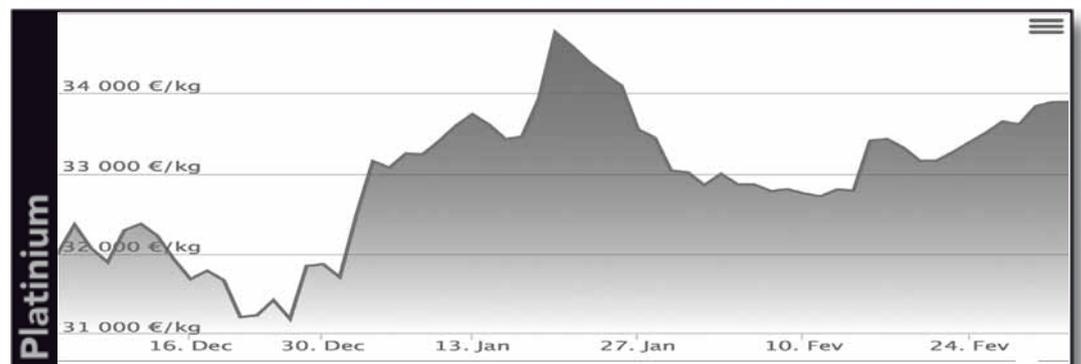
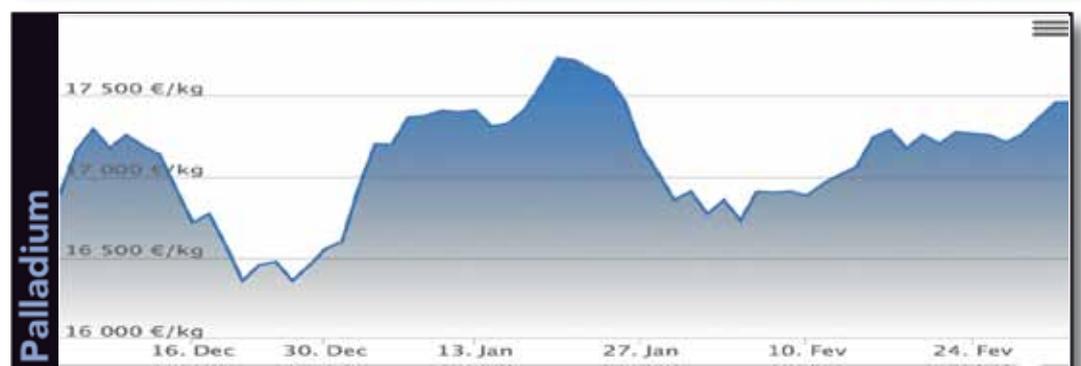
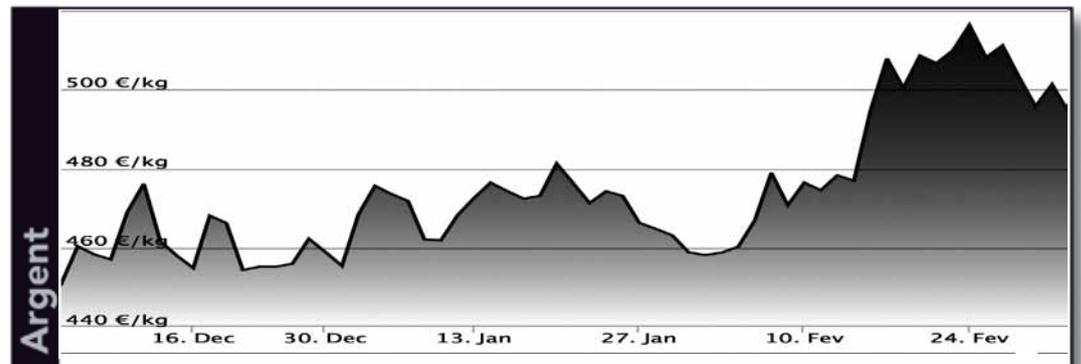
32, rue Thomassin  
69214 Lyon Cedex 2  
Tél. : 04 72 56 42 60  
Fax : 04 78 92 90 57

#### 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)



Gemmyo bague Cassandra or blanc, tanzanite, diamants

vendus, suivies des BO et des colliers. Une application mobile permet de déterminer exactement son tour de doigt, ce qui lève un frein important à l'achat.

## Qu'en est-il des ventes sur le créneau de plus de 1 000 € ?

Maty souligne que ce secteur a progressé de 15 % en 2013. Honorable, mais ce n'est probablement pas sur ce créneau que l'on vient chercher Maty sur Internet. En revanche, la notoriété de la marque, la présence de points de vente physiques et des ateliers à Besançon induisent une confiance évidente chez les clients. Selon Médiamétrie, qui mesure le nombre de visites et non de ventes, pour le seul mois de décembre 2013, le site de Maty a eu 1,16 millions de visiteurs uniques, soit 47 % de plus qu'en décembre 2012, Histoire d'Or 547.000 (+300 %), Le Manège à Bijoux 446 000 (+31 %).

## Le haut-de-gamme aussi

A l'autre bout du spectre, on trouve Gemmyo.com, pure player de la joaillerie en ligne, encore petit avec un million de chiffre d'affaires en

2012. Le site se positionne clairement sur le haut-de-gamme, et si les prix sont modérés, ils ne cherchent pas à défier la concurrence. Le marché des alliances par exemple, qui se fournit beaucoup en Asie et requiert peu d'intervention manuelle, n'est pas vraiment pour Gemmyo. La toute jeune marque (2011) vante son Made in France, sa qualité et sa fiabilité, offre 8 000 références, un vaste choix de pierres pour chaque modèle, et la customisation sur demande. Pour une rentabilité optimale, la solution passe par une gestion des stocks externalisés au cordeau, chaque pièce étant faite à la demande, l'impression des maquettes en 3D, un service client irréprochable... et une jolie image due au charisme des trois jeunes et brillants fondateurs de cette start up. Des pièces à plus de 1 000 €, Gemmyo en vend aussi. D'ailleurs, son panier moyen se situe autour de 800 - 1 000 €, avec parfois des ventes pouvant atteindre 15 000 €. « Nous n'empêtons pas du tout sur le terrain de sites comme Maty », affirme la cofondatrice Pauline Laigneau, pour qui la clientèle vient plutôt de la joaillerie traditionnelle, voire de la

place Vendôme, et n'est « pas systématiquement à la recherche du prix ni de la bonne affaire sur Internet ». C'est une clientèle aisée qui va vers la qualité et ne veut pas se tromper. D'où l'absence de choix en or 9 carats ? « Oui, les clients seraient inévitablement attirés par le prix, ce qui n'est pas notre démarche. Ils ne sont pas encore assez informés sur ce nouvel or, ils n'achètent pas toujours en connaissance de cause, et nous aurions des retours et des déceptions » poursuit P. Laigneau. Gemmyo se lance aussi à l'assaut du marché masculin, encore faible mais qui prend de plus en plus de place, et pas seulement pour les alliances, qui ne représentent que 20 % des ventes masculines de Gemmyo. Du côté de la place Vendôme, Internet n'effraie plus. Cartier vend maintenant sur Internet, ainsi que Van Cleef & Arpels, Tag Heuer, Tissot, Longines ou Bell & Ross et bien d'autres. Audemars-Piguet annonce qu'il va franchir le pas. Certaines maisons préfèrent encore la démarche web-to-store. Ainsi le site de Chanel Horlogerie Joaillerie ne vend rien, ne donne pas de prix, mais « affiche la valeur », et préfère vendre dans ses boutiques où chaque détail est pensé pour immerger le client dans l'univers de la marque. Ce qui se justifie si l'on sait que 72 % des clients du luxe, tous secteurs confondus, se rendent en boutique pour voir avant d'acheter. (« Les Européens ont-ils encore envie de luxe ? » Cf. OHB janvier-février 2014. ■ I.H.

### Salons professionnels à l'étranger

#### JAA AUSTRALIAN JEWELLERY FAIR

23 au 24 mars 2014  
Gold Coast - Australie

#### BASELWORLD

27 mars au 3 avril 2014  
Bâle - Suisse

#### JEWEL FAIR KOREA

1er au 30 avril 2014  
Séoul - Corée

#### JEWELLERY SALON - RIYADH

Avril 2014  
Riyadh - Arabie Saoudite

#### GOLD & JEWELLERY EXHIBITION

Avril 2014  
Mishref - Koweït

#### JEWELLERY SALON - JEDDAH

Avril 2014  
Jeddah - Arabie Saoudite

#### BEST OF INDIA JEWELLERY SHOW (BIJS)

Avril 2014  
Bangalore - Inde

#### EXPO LIFE STYLE FOR LUXURY AND EXCELLENCE

10 au 13 avril 2014  
Shanghai- Chine

#### LUXE PACK - SHANGHAI

16 au 17 avril 2014  
Shanghai - Chine

#### MALAYSIA INTERNATIONAL JEWELLERY FESTIVAL

18 au 12 avril 2014  
Kuala Lumpur - Malaisie

#### FREDERICKSBURG JEWELRY & ACCESSORY SHOWCASE

26 au 27 avril 2014  
Fredericksburg - USA

#### MIDEAST WATCH & JEWELLERY SHOW

29 avril au 3 mai 2014  
Sharjah - Émirats Arabes Unis

#### CHIBIMART - SUMMER

9 au 12 mai 2014  
Milan - Italie

#### LUXE PACK - NEW-YORK

14 au 15 mai 2014  
New York - USA

#### IJK - INTERNATIONAL JEWELLERY KOBE

14 au 16 mai 2014  
Kobe - Japon

#### JEWELLER MASH EXPO

15 au 18 mai 2014  
Kiev - Russie

#### JEWELLERY SALON

15 au 18 mai 2014  
Krasnodar-Russie

#### BLUEPRINT

15 au 16 mai 2014  
Singapour - Singapour

#### JEWELLER EXPO UKRAINE

15 au 18 mai 2014  
Kiev - Russie

#### WORLD LUXURY EXPO KUWAIT

23 au 25 mai 2014  
Koweït - Koweït

#### MINERALS BRNO

24 au 25 mai 2014  
Brno - République Tchèque

#### LUXURY & PREMIERE

27 mai au 2 juin 2014  
Las Vegas - USA

#### LAS VEGAS JEWELRY & WATCH SHOW

27 mai au 1er juin 2014  
Las Vegas - USA

#### THE JCK SHOW - LAS VEGAS

27 mai au 2 juin 2014  
Las Vegas - USA

#### THE JEWELLERY SHOW - LONDON

1er au 2 juin 2014  
Londres - GB

#### JUBINALE

5 au 7 juin 2014  
Cracovie -Pologne

#### HYDERABAD JEWELLERY, PEARL & GEM FAIR

7 au 9 juin 2014  
Hyderabad - Inde

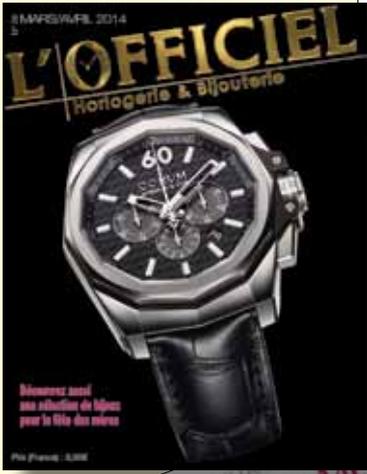
#### EPHJ-EPMT-SMT

17 au 20 juin 2014  
Genève - Suisse

	Page
ACER	39
APHEA	57
APPROCAST	19
BIJOUX BERMO	45
BIJORHCA	25
COOKSON	71
CHRONO AG	9
D-SIGN	65
DUFAUD	47
ETIQUETTES GRILLE	59
FISCHER INSTRUMENTS	59
FOM 2000	41
GAY FRERES	4ème couverture
INVERNESS	23
LYON ALLIANCES BRILLANTS	47
LES EMPREINTES	11
LES NOUVEAUX BIJOUTIERS	17
LORD SARL	59
LP CREATIONS	15
METAUX PRECIEUX DE France	13
PERJES	2-3
SYNALIA	39
THABORA	5
THE SWATCH GROUP / RENATA	1
TRENDY ELEMENTS	2ème couverture
VERSPIEREN	21



# s'abonner au magazine



## L'OFFICIEL

Horlogerie & Bijouterie

TARIFS POUR ABONNEMENT

	1 an	2 ans
* FRANCE	○ 39 €	70 €
* EUROPE + SUISSE	○ 59 €	110 €
* AUTRES PAYS	○ 79 €	150 €

cocher le tarif correspondant à votre abonnement

Retourner ce bulletin d'abonnement avec le chèque correspondant libellé à l'ordre de PEGAZE VISIONS,

A l'adresse suivante : PEGAZE VISIONS  
117 rue des Charmettes - 69006 LYON  
Tél. 04 72 83 84 70



### BULLETIN D'ABONNEMENT

Raison sociale : .....

Représenté par : .....

Adresse : .....

.....

.....

Téléphone : .....

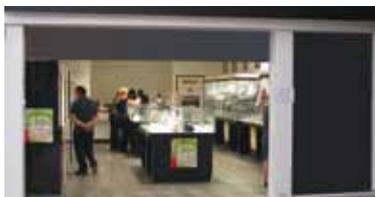
Fax : .....

Site : .....

E-Mail : .....

## VENTE

Réf.2809501



### Dept 83 - Ollioules

vends bij-horl refait à neuf dans centre cial  
Contact:06 12 21 64 81

## VENTE

Réf.2809504



### Trans en Provence

vends bij-horl 48m<sup>2</sup> dans centre cial  
contact : 06 12 21 64 81

Réf.2809502



### Nice

vends belle bij-horl dans centre cial 50m<sup>2</sup>  
contact:06 12 21 64 81

Réf.2809505



### Toulon Mayol

vends bij-horl 34m<sup>2</sup> dans centre cial Mayol  
contact : 06 12 21 64 81

Réf.2809503



### Mandelieu

vends kiosque bij-horl 12m<sup>2</sup> dans centre cial  
Contact : 06 12 21 64 81

Réf.2809506



### Puget

vends kiosque horl-bij 16m<sup>2</sup> dans centre cial  
Contact : 06 12 21 64 81

## VENTE

Réf.2809507



### Arles

vends belle bij-horl 127m<sup>2</sup> dans centre cial  
Contact : 06 12 21 64 81

Réf.2809508



### Ste Eulalie

vends kiosque horl-bij 13m<sup>2</sup> dans centre cial  
contact : 06 12 21 64 81

Réf.2809509



### Aubagne

vends kiosque horl-bij refait à neuf dans centre cial  
contact:06 12 21 64 81

## VENTE

Réf.2820081

### Ouest 44

Vends magasin et atelier de bijouterie fabrications réparations loyer 500€ cause retraite très bon rapport 70000€ + stock au gré.  
Tél : 02 40 72 20 58

Réf.2820541

### Cause retraite

vends bijouterie joaillerie avec atelier 80m<sup>2</sup>  
date de création 1980 prix 300000€ loyer 1300cc  
possibilité achat murs tél 06 13 24 75 43

Réf.2819991

### A vendre Joaillerie

belle installation 100m<sup>2</sup> + bureaux  
CA 950 000€ en Picardie 06 80 61 19 27

Réf.2820111

### Cession bijouterie depuis plus de 50 ans

secteur La Muette Paris 16<sup>e</sup>, A vendre 110 000€.  
CA moyen 220 000€. Tél 06 07 08 46 72.

Réf.2820381

### OUEST 44 cause retraite cède bail

bijouterie en centre cial tout sécurisé - loyer 1500€/mois CA 230k€ - surface vente atelier bureau 100m<sup>2</sup> bail bijouterie ou vêtement  
Tél 06 87 89 59 31 - prix de vente 130 000€.

## VENTE

Réf.2820311



### vends fonds de commerce

centre-ville d'Avignon avec ou sans stock  
1 magasin de 2 fois 70 m<sup>2</sup> (rdc+1 étage) - Loyer  
1288 €HT - EBE 276 592 € - Zone de chalandise de  
680 000 habitants. La boutique propose des marques  
réputées de montres et bijoux depuis 50ans.  
Réparations horlogerie-bijouterie sur place (ateliers).  
Video surveillance - Sas de sécurité-alarme-climati-  
sation-informatique-aucun travaux à prévoir.  
Tél. : 04 90 86 50 15 - douxvernet@yahoo.fr

Réf.2820031

### Dépt 63 Puy de Dôme

ville de 12000 ha seul dans la ville - 90m<sup>2</sup> avec  
ateliers Horlog.& Bij. + bureau tout équipé pour la  
fabrication & réparation - loyer 18384 € / an Bon  
bénéfice - Prix de vente : 14000€ sans ou avec le  
stock en + je peux rester pour passage et former  
pour donner un savoir-faire. Tél : 04 73 83 33 22

## VENTE

Réf.2820501



**Bijouterie avec atelier**  
plein centre-ville Dax  
CA 191000 € HT  
très bonne rentabilité

idéal artisan fichier clients.  
Tél. : 05 58 74 90 45  
bijouteriediams@hotmail.fr



Réf.2820341



**HBJ dep71 limite 03**  
Cause mutation conjoint,  
commerce tout équipé  
PV 30 000€  
rideau - alarme - coffre  
vitrine - outillage ou avec  
stocks en +  
Loyer 450 € avec appart F3.  
Contact 06 86 35 97 17

## VENTE

Réf.2820161

**Vends HBJO Sud-Ouest centre ville touristique**  
emplacement N° 1 agencement neuf par  
Nombre d'Or - Loyer 800 €uros PV 180000 €uros  
tél. : 06 01 22 61 01

Réf.2820391

**Vend ou loue murs HBJO**  
100m<sup>2</sup> 47210 VILLEREAUX cause retraite  
sans achat de fond 8000 habitants  
Tél. : 05 53 36 06 20 potentiel.

Réf.2817191

**83 centre-ville excellent emplacement**  
linéaire exceptionnel - bon CA stable - loyer 1200 €  
Renseignements complémentaires sur demande  
au 06 24 97 74 43

Réf.2820511

**13001 MARSEILLE rue F. Davso**  
excel. Emplacement 60m<sup>2</sup> + 150m<sup>2</sup> sous-sol  
idéal franchise ou mag. Luxe - écrire à revue  
qui transmettra

## VENTE

Réf.2820521

**Vds bijouterie bord de mer Vendée**  
Surface 50 m<sup>2</sup> façade 6m70 bureau atelier  
grenier jardin 100 m<sup>2</sup>. Rue piétonne sans concurr-  
ence avec ou sans stock tél. 06 07 75 99 48

Réf.2820561

**Dept 53 ville Mayenne**  
14000 ha zone de chalandise 40 000 ha. vends cause  
retraite bijouterie emplacement 1er ordre surface de  
vente 65 m<sup>2</sup> + 20 m<sup>2</sup> ca ht 333ke résultat 51.5ke agen-  
cement en bon état général PV 150ke stock au grès

Réf.2819761

**Dépt 49 vends cause retraite**  
Horlogerie Bijouterie surface 75m<sup>2</sup> dont atelier  
15m<sup>2</sup> + bureau 20m<sup>2</sup> possibilité d'acquérir les murs  
très bonne affaire rentable - Tél : 02 41 89 26 26

Réf.2820571

**Cause retraite**  
vends HBJO + immeuble le tout 100 000 €  
bon CA307 K€ - Tél. 06 82 30 88 85  
LES MARTRES DE VEYRE PUY DE DÔME

## OFFRE D'EMPLOI

Réf.2820291



### Joillier à BRIE COMTE ROBERT, Dépt 77

suite à un départ en retraite Nous cherchons une collaboratrice expérimentée et

autonome Compétente et **passionnée par la vente en bijouterie-joaillerie, maîtrisant le SAV et sachant conseiller le client** pour une fabrication ou transformation. Participation aux relations avec les fournisseurs et choix stratégiques pour préparer l'avenir. Nous sommes une petite équipe qui privilégie une ambiance sympathique dédiée à l'écoute des clients

Tél : 01 64 05 37 60 - e-mail : cvajou@gmail.com

Réf.2820131

### Atelier indépendant Paris

cherche horloger rhabilleur expérimenté  
tél 06 61 87 37 23

Réf.2820261

### Grossiste HBJO

recrute fournisseur région sud ouest  
écrire à almax.47@wanadoo.fr

## OFFRE D'EMPLOI

Réf.2820221

### HORBINOR SILVOZ

recrute VRP exclusif sur secteur Rhône Alpes et Sud Est, Portefeuille clients et CA existants  
envoyer CV à danielhbn@nordnet.fr

## DEMANDE D'EMPLOI

Réf.2820271

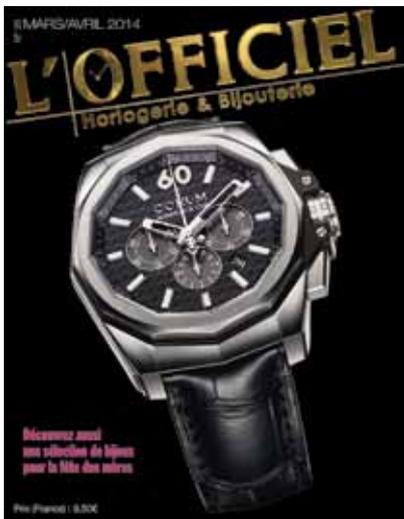
### Recherche un poste en sertissage - joaillerie

Actuellement orfèvre-ciseleuse en formation sertissage à l'école BJO - Orfèvre ciseleuse depuis 10 ans dans le luxe - Passionnée par la création la joaillerie le luxe - Diplômée à l'école Boule BJO et Nicolas Flamel - Apparition dans plusieurs émissions TV et à l'étranger - Tél 06 85 36 87 17  
E-mail : emiliemartin2008@hotmail.fr

# 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



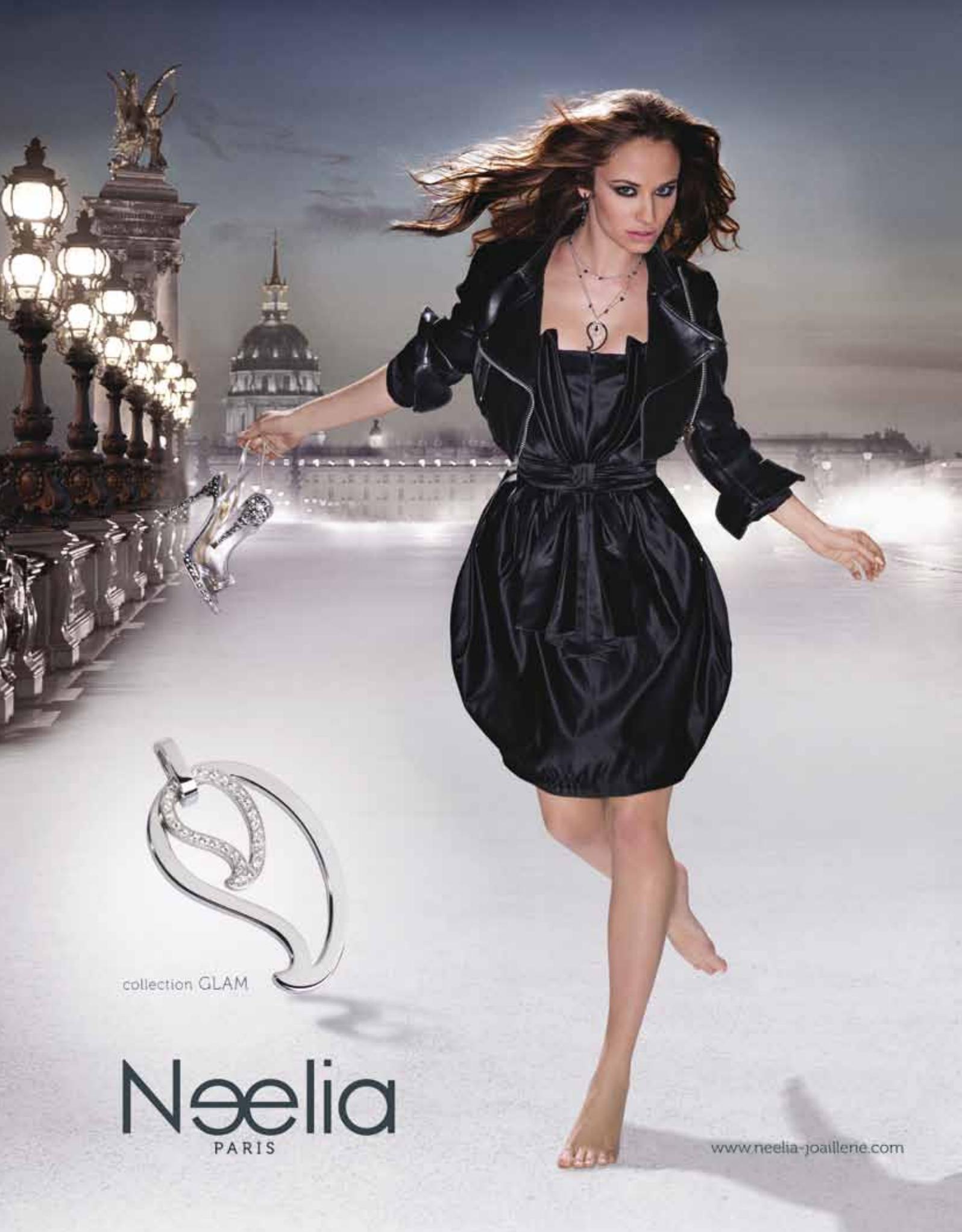
### Le site Web

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



### Le club des Représentants

Présent sur le salon PRINTOR, Le Club des Représentants c'est aussi toute l'année, au service des entreprises qui recherchent des commerciaux.



collection GLAM

**Neelia**  
PARIS

[www.neelia-joillene.com](http://www.neelia-joillene.com)