

N° 30 SEPT/OCT 2014

L'OFFICIEL

Horlogerie & Bijouterie

Rendez-vous à Bijorhca



Bracelets Cuir & Cristal

15 Coloris au choix

Thabor 

Prix (France) : 9,50€



Barbour

Barbour

CELEBRATING 120 YEARS

www.barbour.com

DÉCOUVREZ LA PREMIÈRE COLLECTION DES MONTRES BARBOUR SUR : WWW.TRENDYELEMENTS.COM



ALCHIMIE
DU + QU'HIER ET - QUE DEMAIN

**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



Édito

Tous à Paris ! du 5 au 8 septembre

Comme vous le savez, Bijorhca est maintenant le seul salon français et international de la bijouterie précieuse, fantaisie et de l'horlogerie.

Pour ceux qui douteraient encore de la capacité de Bijorhca à devenir le salon de référence du précieux, sachez que de belles maisons françaises y seront présentes, comme Gay Frères, LP Créations, le groupe GL, et bien d'autres.

Bijorhca est donc une valeur à défendre pour tous les bijoutiers-horlogers français, détaillants et fabricants. Le lieu, Paris, et les dates du 5 au 8 septembre, tout est mis en œuvre par les organisateurs pour une belle réussite.

Cependant, même si les organisateurs réunissent toutes les meilleures conditions pour un succès, vous êtes le fer de lance de l'événement « précieux », et il vous appartient de le soutenir par votre présence.

Pour notre part, nous serons bien présents avec 2 animations :

- **Le Club des Représentants** qui a pour objectif de mettre en relation les entreprises à la recherche de commerciaux et représentants qui ont besoin de nouvelles cartes.

Durant 4 jours, Le Club des Représentants offre l'opportunité de rencontres en direct dans le cadre du salon qui regroupent les principaux acteurs français de l'horlogerie et de la bijouterie, sans oublier les fabricants étrangers toujours plus nombreux.

- **L'or en fusion** qui propose aux visiteurs du salon de découvrir, plusieurs fois par jour, en direct, une coulée d'or pour la fabrication d'un lingot.

Venez nombreux et bonne rentrée.

Bien à vous

Stive MERIRES



ARGENT - PLAQUÉ OR - CÉRAMIQUE - ACIER
Fabricant depuis 1954

BIJOUX CN Paris - La Coque de Nacre S.A.S. - 7 rue des fontaines du temple - 75003 Paris Tél/Fax : 01 70 36 55 50 - contact : bijouxcn@bijouxcn.com
www.bijouxcn.com



Comptoir Cardinet Parly 2



Dubail Vendôme



Ferret Nice



L'OR DU TEMPS



CARADOR



Piery



Cartier



GAREL
JOAILLER CRÉATEUR



CLEOR



Philipparie Limoges



A. Pellegrin



DIDIER GUERIN

Ils nous ont fait confiance



PERJES
s é c u r i t é



Partenaire Nombre D'or

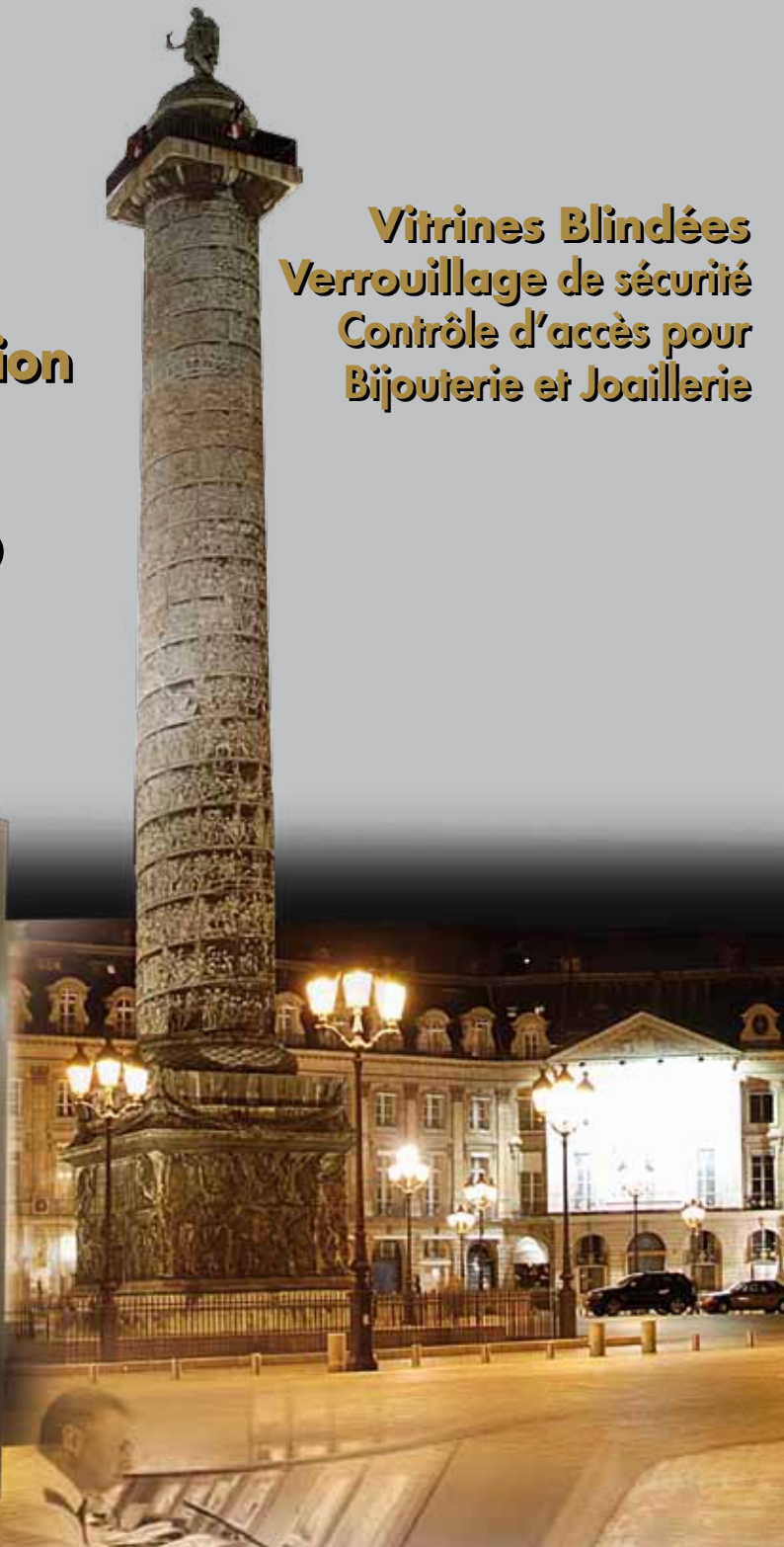
**N°1 en Europe de la Protection
de Bijouterie depuis 1988**

Partenaire Fédération HBJO

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



www.perjes-securite.com



Sommaire



GL



Bjoux CN

éditorial

2

l'officiel express

8

actualités bijouterie-joaillerie

22

LP Créations : Un acteur incontournable •
sur le marché de la Bijouterie

Fiana invente la Sweet Joaillerie •

24

Bijoux CN : une gamme de bijoux sans cesse renouvelée •

26

Gay frères : Neelia part à la rencontre de ses clients •

28

Pandora se love dans la douceur de l'automne •

30

A. Augis : « Plus qu'hier et moins que demain » •

32

A. Augis reboot son message d'amour

Trollbeads : l'harmonie du temps présent •

34

Nomination : L'âme florentine pour tous •

36

Antica Murrina : Le bijou en perle de verre •

38

GL et Altesse : nouvelles collections, nouvelle identité •

40

actualités horlogerie

42

Trendy éléments : les montres Barbour •
font une entrée remarquée en France

Cover : Changez votre montre pour une COVER ! •

44

Fossil : Un groupe qui compte •

48

bijoux de saison

52

Rose - Jardin fleuri - Les manchettes •

sécurité

consultant de L'Officiel H&B : Perjes •

58

L'asservissement autonome pour les vitrines

assurance

consultant de L'Officiel H&B : Verspieren •

60

L'assurance en dehors du lieu d'exploitation habituel

groupement

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

62

Les 12 travaux des Nouveaux Bijoutiers

joaillerie

La Biennale des Antiquaires 2014 •

64

Les somptueux diamants de couleur de Rio Tinto •

66

haute-Horlogerie

La Haute-Horlogerie solide et mutante •

68

69

70

métier

- FOM 2000 : Celsius 47 et Magtest
- L'OCA : Pourquery DMP

tribune des groupements

72

- La convention des Nouveaux Bijoutiers

74

salons 2014

- Bijorhca : Du 5 au 8 septembre 2014

76

salons compte-rendu

- « Le Bijou s'expose à Reims » par le Comité Francéclat

forum des détaillants

78

- ROBERT Frédéric : horloger à Aubenas

forum des créateurs

80

- La Compagnie des Gemmes se développe en franchise

82

vie du métier

- Diamants synthétiques :
comment les faussaires progressent encore

économie

84

- Le point sur les métaux précieux

86

- Conjoncture

88

- Où en sera le luxe en 2025 ?

90

- Génération Y : future clientèle du luxe

91

- L'Asie a-t-elle une culture du luxe ?

92

agenda-index des annonceurs

93

bulletin abonnement

94

passer une petite annonce

95

consulter les petites annonces



Barbour



Cover


BULLETIN D'ABONNEMENT
www.lofficielhb.com
P 93

LP Créations

aux pays des Pierres

Pour cette rentrée, LP Créations continue son périple dans l'univers des pierres précieuses. L'océan Indien, l'Asie du Sud, autant de routes explorées pour compléter sa collection de Bijoux empierrés.

De ces terres lointaines LP Créations revient avec une pierre tendance, et délicate, à la fois sym-



bole de féminité et d'optimisme, le Saphir rose.

La merveilleuse collection de Bijoux créée autour de cette Pierre envoûtante vous sera présentée en exclusivité sur le Salon Bijorhca et sur le site internet : www.lprea.com

Pour plus d'informations appelez le 03 80 26 31 00 ■

Hublot Loves Football

Dans le cadre de la campagne internationale HublotLovesFootball, et de la présence de Hublot au Brésil pour la Coupe du Monde de la FIFA™ en tant que « Chronomètreur Officiel » et « Montre Officielle », Ricardo Guadalupe, CEO de Hublot, a inauguré vendredi 27 juin avec



Pelé, les enfants et la communauté, le terrain de football qui a été construit par Hublot au cœur de la favela Jacarezinho à Rio de Janeiro. ■

Réélection du président du Comité Francéclat

Didier Roux, Président de la Fédération Française de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie, du Cadeau, des Diamants, Pierres et Perles et Activités rattachées, qui regroupe l'ensemble des fabricants français de ce secteur, a été réélu à l'unanimité Président du Comité Francéclat. Il est entouré de quatre Vice-présidents : **Pascal Bole**, Président de la Chambre Française de l'Horlogerie et des Microtechniques, **Guy Bourgeois**, Président de la Confédération des Arts de la Table, **Daniel Cambour**, Président de l'Union Française de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie des Pierres et des Perles, **Guy Subra**, Président de l'Union de la Bijouterie-Horlogerie. ■



Un violon sur le sable 2014

Pour la 4ème année consécutive, Baume & Mercier et le festival de musique classique de Royan « Un Violon sur le Sable » proposent une expérience musicale inédite. Cette 27ème édition ouvre les portes aux découvertes et aux nouvelles aventures, grâce au Concours « Jeunes Talents Violon sur le Sable, Baume &



Mercier», parrainé par le violoniste virtuose Nemanja Radulovic. A cette occasion, Baume & Mercier a créé une version limitée de sa montre Classima « Un Violon sur le Sable 2014 », à 2 200 euros. ■

Meister Agenda de Junghans



Junghans, la marque allemande qui symbolise depuis 150 ans l'ingénierie d'alliance entre la tradition horlogère

séculaire et l'innovation technologique de pointe, met en avant sa collection Meister. La Meister Agenda des années 50, rééditée en 2011, accueille sur son cadran convexe un double affichage avec la semaine calendaire, et la réserve de marche. ■

Bague Argent & Oxydes de zirconium sertis



*Sur simple demande,
95% de notre collection Argent
est réalisable en « Vermeil Jaune » ou « Vermeil Rose »*



Vermeil Jaune



Vermeil Rose

Thabora ▲

Thabora

Des bracelets très tendance



Pour la rentrée, Thabora nous présente quatre nouveaux bracelets, très tendance. L'un est en Argent et les autres sont recouverts d'un traitement de surface ultra résistant en noir, jaune ou rose.

Pour se faire un grand plaisir à tout petit prix. Rappelons que Thabora c'est plus de 10 800 références Argent-Vermeil-Plaqué Or-Acier expédiées sous 12h à 24h et ceci 12 mois sur 12. ■

www.thabora.com



Les tendances de la Boci Hiver 2014



Les créateurs de la Boci affichent quatre tendances distinctes pour la rentrée hiver 2014.

- **English Rose**, avec une silhouette poétique et précieuse, dans une palette de tons naturels, entre le nude et le rose charnel rehaussé d'or et d'éclats, composée de cristal, émail perles et estampes aux motifs art déco revisités.
- **Psychédélique**, dans une version sur-vitaminée de



la femme arty avec une palette de tons pop vintage, un mix joyeux des matières, et des motifs optiques.

- **Black Radical**, et ses silhouettes sombres faisant la part belle aux éclats du métal.
- **Sous Bois**, pour une femme onirique et raffinée aux parures opulentes, dans une palette de tons chaleureux entre émeraude, bruns et sombres violets. ■

Gay Frères

Changement de Direction Générale



Thibaut HURST

Après plus de dix ans d'activité, Claude H. SCHLAPPI quitte ses fonc-

tions de Directeur Général de la société Gay Frères. Il cède ainsi la place à son successeur, Thibaut HURST. Issu du monde de l'entreprise, avec une grande expérience de la Direction, Thibaut HURST capitalise sur l'héritage laissé par Claude H. SCHLAPPI pour poursuivre et assurer la croissance de la société. Sous son égide, les marques Neelia et Kidou continueront leur essor en France ainsi qu'à l'international. Quant à l'activité de sous-traitance pour les grands donneurs d'ordres de la place Vendôme, elle sera consolidée et élargie. Un nouvel avenir brillant se profile à l'horizon pour la Maison Gay Frères. ■



La vie en rose

...

L.P CREATIONS

Téléphone :
+ 33 3 80 26 31 00

Fax :
+ 33 3 80 26 31 09

Mail :
serviceclient@lpcrea.com

Site Internet :
www.lpcrea.com

Bijoux CN

Raffinés et délicats

Bijoux CN, spécialiste des bijoux en argent rhodié, et plaqué or, depuis 1954, lance une ravissante collection de bijoux micro-sertis. Composée de plus de 300 nouveaux modèles en argent 925 rhodié et en plaqué or 750 jaune ou rose, elle réunit une gamme très large de bijoux pavés ou sertis d'une ligne d'oxydes de zirconium. Influencée par la tendance, elle multiplie les pavages mais également les formes délicates, à l'image de sa ligne « Contours précieux » aux formes déliées et raffinées. Le micro-serti entièrement



fait à la main pour des raisons de précision, est soumis à un contrôle qualité qui garantit la perfection de ses finitions minutieuses.

Bagues, boucles d'oreilles, pendentifs, colliers et bracelets, la collection comprend tous les styles de bijoux, de la bague boule empierrée, aux boucles d'oreilles légères à porter. Pour un aspect plus mode, elle propose parfois version noire, sur argent ruthénié.

Collection micro-serti de 29 à 169 euros.

www.bijouxcn.com ■

Bijoux CN - Bague boule en argent rhodié, micro-serti

Guess met ses montres à l'heure bleue



Pour une déclaration d'amour à une couleur intemporelle : le bleu ! De la teinte du denim brut à l'acier bleui, ou bleu façon léopard, Guess décline le bleu pour une collection pleine de style et d'énergie. A partir de 199 € avec bracelet cuir couleur jean. ■

Le nouveau visage des montres F.P.Journe



Depuis que François-Paul Journe crée des montres, son rêve était de les fabriquer en or. Seule maison horlogère à produire ses mouvements en or rose 18ct, il crée désormais des cadrans façonnés aujourd'hui dans l'or massif, recouvert d'une couche d'argent spécifique, avec des chiffres or miroir

en relief intégrés. Habillé des aiguilles « goutte » F.P.Journe, le nouveau cadran Or est dédié au Chronomètre Souverain, à l'Octa Réserve et à l'Octa Lune. www.fpjourne.com ■

Neelia lance Elea

Elea, la nouvelle collection de Neelia, impose ses formes rondes et voluptueuses aux lignes avec sobriété. Elle ouvre une variation sur le thème de la féminité et de la douceur, avec des sautoirs terminés par une goutte de pierre dure, ou des mini-galets aux courbes confortables. Pour la rentrée, Neelia signe



une collection pleine de charme, en total look noir ou blanc, ou en couleurs. ■

Les étoiles de Mauboussin



Mauboussin lance sa nouvelle bague, en or rose, shiva-Lingam, une variété de jaspe et de dia-

nants. Issue de la collection Chocolat Bonheur, elle se décline en boucles d'oreilles et pendentif.

Entre le shiva lingam, qui possède un champ vibratoire élevé et génère de l'énergie, et le chocolat, cette collection concentre tous les atouts pour attirer les bonnes ondes. ■



Fiana

J O A I L L E R I E



« Collection Sweet Joaillerie »

www.fiana.fr

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

Rendez-vous
au Salon Bijorhca
du 5 au 8
septembre 2014
Stand B06

Trendy éléments

Trendy Classic, pour les hommes



Aujourd'hui les hommes sont plus attentifs à leur apparence et la montre fait partie depuis longtemps de leurs accessoires de mode préférés. Trendy éléments a bien entendu leur message en leur offrant, dès le mois de septembre, **une collection dédiée : Trendy Classic.**

Cette nouvelle collection porte clairement la signature de Trendy éléments avec quelque 60 modèles qui arborent fièrement les valeurs de la marque : élégance classique, sobriété, robustesse et, beaux matériaux : acier, cuir véritable et mouvements à quantième simple. Avec des prix compris entre 39 et 59 €, Trendy Classic offre aux hommes

la possibilité de se faire plaisir, sans compter, pour parfaire leur look. Elle confirme également l'objectif de Trendy éléments qui est de mettre la tendance à la portée du plus grand nombre.

Nul doute que Trendy Classic connaisse le même succès que Trendy Kiss auprès des femmes. ■ www.trendy-elements.com

Belles Montres

La 8ème édition du salon BELLES MONTRES se prépare. Elle aura lieu du 21 au 23 novembre 2014 au Carrousel du Louvre comme le veut la tradition, et accueillera les plus belles marques horlogères suisses, ainsi que les talents émergents, et les nouveaux génies de l'univers des montres. Un rendez vous incontournable ! www.salonbellesmontres.com ■



Week-end Partenaires d'Aphéa



Le groupement Aphéa organise son « week-end Partenaires » les 14 et 15 septembre en Dordogne. Après un dimanche convivial à découvrir la région, le lundi est

consacré aux échanges et aux partages d'expériences entre partenaires, ainsi qu'à la présentation de collections de bijoux pour Noël. Aphéa lance une collection acier et céramique, une collection argent et une collection plaqué or à petits prix et forte marge pour les magasins. ■ www.bijoux-aphéa.com ■

Consécration d'un grand horloger

Les Ateliers Louis Moinet, créés en 2004 ont reçu le 8 juillet 2014 un prix extrêmement rare, le Prix du Mérite au Développement des Arts et des Technologies Horlogères de l'IIPP, Institut International de Promotion et de Prestige, qui récompense les sociétés proposant des réalisations extraordinaires. www.louismoinet.com ■



La montre Lacoste L.12.12

René Lacoste en imaginant en 1927 le fameux polo L.12.12, conçu la chemise la plus reconnue dans le monde. Près d'un siècle plus tard, la collection de montres L.12.12 perpétue les mêmes valeurs d'élégance et d'authenticité. Proposée en 6 coloris - gris, rouge, bleu, blanc, vert et noir, elle arbore



la signature emblématique du polo LACOSTE. 125 euros ■



collection TWIRL
or blanc et diamants

www.neelia-joaillerie.com

Neelia
PARIS

Salon BIJORHCA
Hall 5 / Stand C16

GL et Altesse

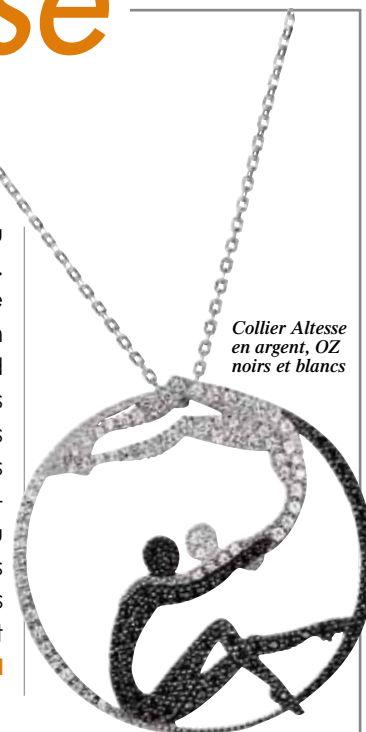
Automne chaleureux



Bracelet rigide Altesse en argent et OZ

GL et Altesse vont enchanter et réchauffer l'automne avec de très jolies collections de bijoux jouant sur les nuances dorées comme les feuilles d'automne et blanches comme les premiers givres. Les nouveaux bijoux ont un style léger et aérien, délicatement empierré. Ils vont accompagner tous les moments de la journée,

sauront rester discret ou s'affirmeront avec chic. Un cadeau idéal pour une femme, qui trouvera son bonheur dans un grand choix de minces rubans d'or pavés de zircons noirs et blancs, de délicates feuilles en filigrane, d'arabesques, de papillons ou de bijoux graphiques plus Art Déco. De nouvelles lignes très romantiques et éternellement féminines. ■



Collier Altesse en argent, OZ noirs et blancs

The Longines Avigation

Précision, esthétique et tradition



Précision, esthétique et tradition ! Longines ajoute une nouvelle référence militaire à son segment Heritage avec la Longines Avigation qui reprend le design d'un modèle produit pour l'armée britannique dans les années 50. Le mouvement est muni d'une protection contre les champs magnétiques, tandis que son cadran noir, typique des montres militaires, affiche des chiffres blancs et rouges teintés de Super-LumiNova® et comporte le sigle de la « broad arrow ». www.longines.com ■

Lalique Joaillerie

Lalique poursuit son Odyssée poétique avec sa collection de joaillerie, « Soleil de Gaïa », très inspirée de l'univers exubérant de René Lalique. La terre, les éléments, les saisons, le cosmos, la faune et la flore accompagnent chaque ligne inventive et



chatoyante. Les influences Art Nouveau et Art Déco célèbrent un héritage magique et mystérieux porté par le temps. ■ www.lalique.com

Conquête spatiale

OMEGA célèbre le 45ème Anniversaire de l'alunissage ! En 1969, OMEGA participait à un moment historique grâce à la mission Apollo 11, première mission de la Nasa à avoir emmené des hommes sur la Lune, en accompagnant Buzz Aldrin sur la surface de la lune. Pour com-



mémer cet, OMEGA a conçu un modèle anniversaire la SPEEDMASTER Chronographe Moonwatch Professional « APOLLO 11 » éditée à 1969 exemplaires. ■

Les Artisanales de Chartres



Du 10 au 13 octobre 2014 le plus grand salon de l'artisanat se déroule à Chartres. Ce rendez-vous annuel permet la

rencontre directe avec les 150 métiers de l'artisanat, les professionnels, apprentis et futurs apprentis. 500 exposants, et 75000 visiteurs sont attendus, avec un focus particulier autour des métiers de la beauté. www.les-artisanales.com ■



Photographie : Elena Ivskaya

GL
BIJOUX

GROUPE GL sera présent à BIJORHCA : Stand D04.E03 - Hall 5

Tél. 04.75.29.02.11

Aragon Day

Retrograde Chronograph

L'élégance au service de la précision

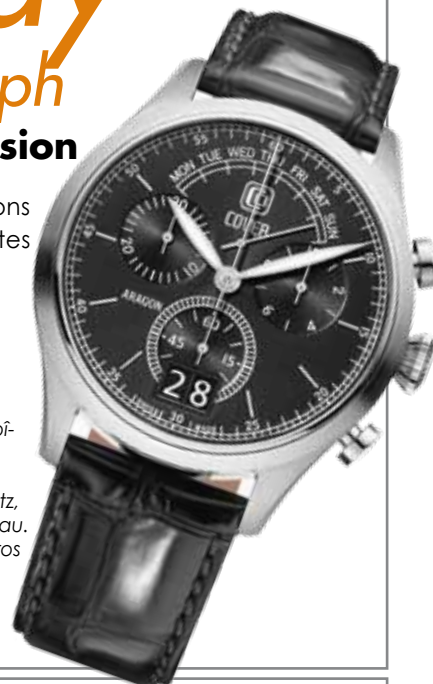
Parmi les nouveaux modèles présentés par Cover cet automne, **Aragon** devrait attirer les sportifs et plus largement tous les hommes appréciant que la précision se double d'élégance. En effet, **Aragon** se distingue par une harmonie particulière qui lui vient d'un design chic, sobre et raffiné et de ses proportions parfaites. Il se décline en

3 versions : Crossover sportive en Day Retrograde, Chronographe tendance en Day Retrograde ou épurée et esthétique dans sa version automatique.

Aragon peut être portée en toute occasion et son raffinement lui vaudra de traverser allègrement les années sans se démoder. Bracelet en acier ou en cuir de veau, chaque ligne du modèle Aragon

se décline en 6 versions pour s'adapter à toutes les situations. ■

Cover - ARAGON Day Retrograde Chronographe
Acier inoxydable plaqué, boîtier 44 mm, verre saphir, étanche jusqu'à 100 M, RONDA mouvement à Quartz, bracelet acier ou cuir de veau.
Prix public conseillé : 425 euros



Pandora s'engage dans la lutte contre le Cancer du Sein



Tout au long du mois d'octobre, Pandora apportera son soutien à la lutte contre le Cancer du Sein. La marque danoise, connue à travers le monde pour ses bijoux per-

sonnalisables en argent et son concept de bracelet « charms », lance une collection dédiée à cet engagement. 3 charms en argent 925/1000e, verre de Murano, émail ou oxyde de zirconium, arboreront le célèbre ruban rose. Les charms seront vendus entre 29 et 55 €. 15% des ventes de ces charms seront reversés à l'association « Le Cancer du Sein, Parlons-en ! ». www.pandora.net ■



Poiray



Poiray se concentre sur les produits iconiques de la Maison et développe des collections tendance en adéquation avec les codes

d'élégance de la marque. La couleur est au rendez vous avec une belle collection de bracelets interchangeables aux couleurs vitaminées. ■

Salon « Les Montres »

Avancé d'un mois par rapport aux éditions précédentes, le Salon « Les Montres » donne rendez-vous aux passionnés de belles pièces horlogères les 9, 10 et 11 octobre, place Saint-Germain-des-Prés à Paris. Pour sa 11ème édition, il réunit 15 marques parmi les plus prestigieuses de l'horlogerie mondiale. www.boutiquelesmontres.com ■



Un bijou de salon au cœur de Saint Germain des Prés.



Christine Escher

La première édition du salon « Mes Créateurs Joailliers » se déroulera du 13 au 16 novembre 2014 à Paris place Saint Germain des Prés. L'événement grand public qui réunit une trentaine d'exposants Créateurs-

Joailliers, parmi lesquels Antoine Chaputot, Daniela Baumgartner, Hélène Courtaigne Delalande, Renate Traber, Tiber, Agop Castany ou encore Christine Escher, a pour vocation de présenter des créations uniques en or ou platine, et de valoriser l'artisanat et la fabrication française. www.mescreateursjoailliers.com ■

DA
FIRENZE
CON **AMORE**



NOMINATION
ITALY

Composez votre bracelet

Nomination

Exprimer votre style avec COMPOSABLE

Nomination est leader mondial sur le marché de la bijouterie en acier et or. Entièrement réalisés en Italie, les bijoux tendance pour femme et homme sont fabriqués avec des matériaux de la meilleure qualité, en acier et or 18 carats, des pierres précieuses et semi-précieuses, de la nacre, des zircons cubiques et des diamants. La philosophie de Nomination naît avec le **bracelet modulaire COMPOSABLE**, conçu en 1997. Une série de symboles précieux qui peu-



vent être combinés selon le désir de chacun pour communiquer les émotions les plus diverses. « **Composable** » représente le produit d'identification de Nomination : un langage puissant de communication iconographique qui permet à ceux qui le portent, d'exprimer leurs propres styles et personnalité. Avec plus de 5 000 revendeurs indépendants et 50 boutiques mono-marque dans le monde entier, Nomination est synonyme de qualité, d'originalité et d'innovation. ■

Les 100 ans de l'obturateur



À l'occasion des 100 ans de la Maison Leica, la marque Horlogère Valbray a développé un garde temps unique en édition limitée à 100 exemplaires : 50 en titane

et 50 en traitement DLC noir. La EL1 Chronographe se distingue par l'innovant système d'obturation de Valbray, renommé l'Oculus, composé de 16 lamelles ultrafines intégrées dans une lunette tournante, pouvant s'ouvrir et se fermer d'une simple rotation manuelle de la lunette. Valbray EL1 Chronographe à 17 999 €. ■

H. Gringoire partenaire du Trofémia 2014

Le prix Trofémia distingue des femmes qui font le monde d'aujourd'hui. Yvan le Dour, PDG de la société H. Gringoire, sponsor principal de la catégorie « Femme Internationale », a eu le plaisir d'offrir à la gagnante Lioudmila Berlinskaia (Pianiste, Concertiste) et à la finaliste Shuo Feng, (International Business Development Manager, HIERSUN) un pendentif H. Gringoire, en or gris et diamants mobiles, en présence de 500 invités. ■



Macarons

Smac



Bague grand plateau

« **S**mac » poursuit sa collection de bijoux pour gourmands, aussi alléchante que décorative. Tout un menu, ou une farandole de desserts à porter au doigt ou

autour du cou. Des tartes aux fraises, aux charlottes, aux fruits rouges, sans oublier les macarons ou les opéras. 06 81 63 22 20 www.alexandra-ariche.com

L'acier de la Tour Eiffel dans une montre Saint Honoré !

Pour célébrer son 130^e anniversaire en 2015, la maison horlogère Saint Honoré a signé le plus parisien des partenariats. En accord avec la Société d'Exploitation de la Tour Eiffel, Saint Honoré a acquis 200 kg d'acier issu du monument le plus visité au monde ! Le précieux métal servira à



confectionner des éléments d'une montre anniversaire éditée en série limitée de 1885 exemplaires seulement. A découvrir début 2015... ■

Dossier réalisé par Nathalie Koelsch et Margaret Tondelier

GREAT STYLE IN TIME



COVER EXPRESSIONS
Co175 Palatino XL Chronograph

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

SWISS MADE
WWW.DISCOVERCOVER.COM


COVER®
SWITZERLAND

LP Créations

Un acteur incontournable sur le marché de la Bijouterie

Après deux années de réorganisation, l'activité Bijouterie du groupe Dalloz a renoué avec la croissance et les résultats. La société LP Créations, plateforme de création et de distribution des usines du groupe, affiche clairement son ambition de renforcer sa place parmi les principaux acteurs du marché de la bijouterie en France. Alain Bayer, directeur Bijouterie du groupe Dalloz répond à nos questions.



Alain Bayer, directeur Bijouterie du groupe Dalloz

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Comment expliquez-vous la dynamique actuelle de LP Créations ?

Alain Bayer : Nous avons aujourd'hui un modèle équilibré grâce à un portefeuille d'activités diversifiées avec une présence sur les différents canaux de distribution. Nous nous sommes adaptés aux profondes mutations du marché,

autant dans nos structures que dans notre offre de produits. Cette offre, nous l'avons retravaillée, d'abord par une politique de création active menée par nos équipes marketing et ensuite, par une redéfinition de nos assortiments de produits basiques.

La qualité et l'investissement de nos équipes commerciales ont permis de prendre le relais.



Enfin, la motivation et le professionnalisme de l'ensemble de notre personnel sont des gages de réussite !

L'OHB : En quoi êtes-vous un partenaire actif des détaillants ?

Alain Bayer : La mission de nos commerciaux est d'élaborer un vrai partenariat avec nos clients en leur proposant nos collections avec 500 nouveautés chaque année et en restant plus que jamais à leur écoute.

Nous sommes aujourd'hui le seul fabricant à apporter une collection complète en or 375 et en or 750 disponible sur stock.

Nous mettons à la disposition des détaillants un grand nombre d'outils pour les accompagner.

Notre site web qui a été entièrement remodelé cette année en est le premier exemple. Un nouveau catalogue sera édité à la rentrée. Nous viendrons également à la ren-

contre de nos clients à Bijorhca avec un nouveau stand pour les accueillir.

L'OHB : Que pouvez-vous encore apporter de plus aux bijoutiers ?

Alain Bayer : Nous travaillons à améliorer notre taux de service pour éviter des ruptures chez nos clients. Notre outil logistique ultra moderne, allié à la réactivité de nos usines, doivent nous permettre d'atteindre un objectif de 90 % de taux de service sous 8 jours .

Nous faisons également évoluer notre cellule SAV pour obtenir un fonctionnement plus fluide et mieux maîtrisé. Le but est toujours de mieux répondre aux attentes de nos clients.

L'OHB : Quelles seront vos prochaines actions ?

Alain Bayer : Pour répondre à la demande de nos clients, nous proposerons dès la rentrée, un élargis-

sement de notre offre en Or 750. Les gammes Or 375 seront aussi complétées.

Des opérations spécifiques seront proposées sur notre site web à nos clients détaillants. Nos marques, « Lila Rose », « Il Etait Une Foix », et « Sauvat », seront mises en avant sur les réseaux sociaux.

L'OHB : Quelles sont aujourd'hui les valeurs de LP Créations ?

Alain Bayer : Des valeurs de respect et d'écoute mutuelle animent l'ensemble de nos équipes. En interne, elles sont le ciment de notre groupe. Mais je pense aussi que nous ne pouvons développer des relations commerciales pérennes qu'en respectant ces valeurs avec nos clients. C'est en mettant « l'Humain » au centre de nos entreprises, de nos relations que nous pouvons réussir. C'est aussi cela, le sens du partenariat actif ! ■ M.T.



Fiana

invente la Sweet Joaillerie



FIANA - BO chainage



La société lyonnaise amorce un joli virage avec de nouvelles collections résolument contemporaines.

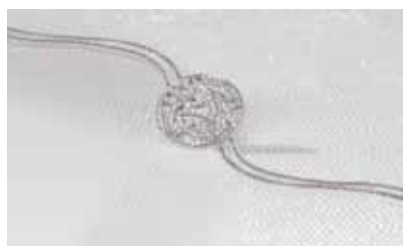


*FIANA
Bague 3 ors*

Sweet Joaillerie : Fiana n'aurait pu trouver un nom plus joli et plus évocateur pour ses nouveaux bijoux. Douceur, légèreté féminine, les bijoux de la Sweet Joaillerie vont d'emblée conquérir toutes les femmes qui aiment l'intimité d'un bijou au quotidien, son côté compagnon, discret et complice. Sweet Joaillerie, ce sont aussi des prix tout en douceur, des bijoux que l'on peut offrir, ou s'offrir facilement.

Lancée en 2005, la marque Fiana Joaillerie, de création française, est exclusivement présente au sein du réseau HBJO, dans plus de 250 points de vente. Le diamant est sa carte de visite, et ses bijoux sont réalisés en or 750 millièmes. La société lyonnaise a pris un joli virage avec sa toute nouvelle collection qui sera présentée en avant-première au salon Bijorhca.

Autour d'un motif de trèfle, l'or blanc tutoie l'or rose pour sublimer des diamants, également présents en grappe sur un bracelet-chaînette, sur un pendentif, ou en mosaïques sur un anneau. Des bagues s'enroulent comme des fils de diamants autour du doigt. Des anneaux, des boucles d'oreilles, des colliers et des pendentifs reproduisent des maillons de chaîne



FIANA - BRACELET tatouage



FIANA - COLLIER Fleur or rose

d'ancre diamantés. Des arabesques dansantes ornent de délicates chaînes d'or blanc et reprennent le motif de la fleur du bonheur, symbole de la marque Fiana.

En gardant son cap sur le bijou précieux, Fiana affirme son identité en lançant de nouvelles lignes qui se veulent toujours plus contemporaines, actuelles et épurées, pour offrir un large choix destiné à une clientèle jeune et à la pointe de la modernité. Le diamant est toujours au cœur de cette nouvelle collection, dont les prix de vente publics s'échelonnent de 800€ à 5 000€. L'environnement de communication (présentoirs et visuels publicitaires) suivra le mouvement pour offrir un nouvel écrin à cette collection fine et élégante.

Par ailleurs, Fiana est toujours soucieux de répondre au mieux aux demandes spécifiques des bijoutiers-joailliers. Rapidité et réactivité deviennent les maître-mots !

De bonnes nouvelles pour les bijoutiers en cette fin d'année prometteuse ! ■

I.H.



COLLECTION

LES EMPREINTES

La Boîte à Bijoux

DES BIJOUX GRAVÉS POUR TOUJOURS !

La Boîte à Bijoux est un concept exceptionnel de bijoux à personnaliser. Des matières nobles et précieuses : Or 18 carats, Argent 925 Rhodié, un savoir-faire unique et 100 % "Made in France", une précision de reproduction étonnante, proposez à vos clients une idée de cadeau qui restera gravé à tout jamais.

Des informations pratiques, les accessoires nécessaires à la réalisation du document de personnalisation, des bijoux de haute qualité, un service rapide et efficace, vos clients vont adorer...



SINS,...

UNE GRANDE VIEILLE
TOIT UN BON VIEUX
Cela sera encore plus
mieux un dessin déjà réalisé
L'usage sera facile
sans aucun
et un autre non.
Évitez les contrefaçons.

PRÉSENT DU 5 AU 8 SEPTEMBRE 2014

BIJORHCA

THE INTERNATIONAL FINE & FASHION JEWELLERY SHOW

NOTRE STAND : HALL 5 - STAND G14



BIJOUX&CRÉATION

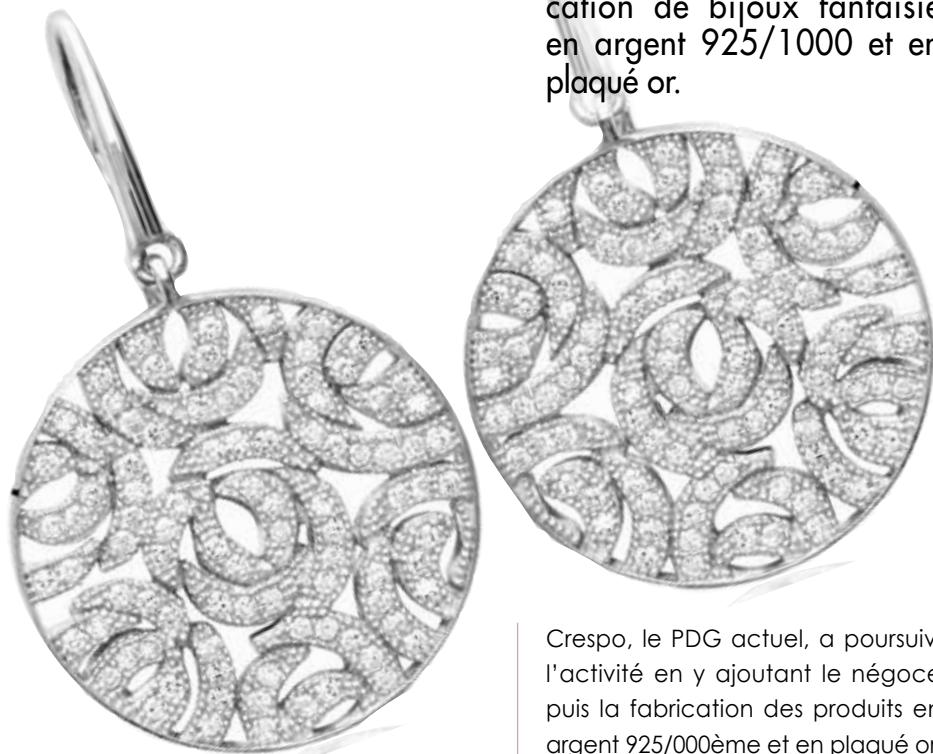
Contacts : Béatrice GUIOT | b.guiot@lesempreintes.com | Vincent EVRARD | v.evrard@lesempreintes.com

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 |

Bijoux CN

une gamme de bijoux sans cesse renouvelée

Fondée en 1954, Bijoux CN, société familiale basée à Paris, compte aujourd'hui parmi les acteurs majeurs de la fabrication de bijoux fantaisie en argent 925/1000 et en plaqué or.



François Crespo, le fondateur de la Coque de Nacre, fabriquait en 1954, des bijoux composés de nacre et de coquillages, qui étaient alors distribués auprès des grossistes. Au fil des ans, l'activité s'est transformée en importation de bijoux fantaisie, jusque dans les années 80, date à laquelle Philippe

Crespo, le PDG actuel, a poursuivi l'activité en y ajoutant le négoce puis la fabrication des produits en argent 925/000ème et en plaqué or. Basé au cœur de Paris, dans des locaux de 1500 m2, Bijoux CN gère une production de plus de 5 millions de pièces par an, fabriquée dans ses propres ateliers en Espagne et en Thaïlande, où la production est répartie en fonction du type de bijoux. En effet l'empierreage et le micro-serti très minutieux sont réalisés

en Thaïlande, tandis que les chaînes, les finitions, le rhodiage et l'emballage se déroulent en Espagne.

Le design, tout comme la conception, la gestion, l'administration, et la communication sont assurés en interne à Paris, et emploient 80 personnes. Grâce à son studio de création intégré, BIJOUX CN propose une gamme de bijoux sans cesse renouvelée, avec une centaine de nouveautés par mois. Ses collections suivent les dernières tendances de la mode, et répondent au besoin de ses différents clients : importateurs, grossistes, centrales d'achats, chaînes de magasins et sociétés de vente par correspondance, en France ainsi que dans de très nombreux autres pays.

Bijoux CN traite 250 à 300 commandes journalières, qui grâce à une organisation très efficace, sont livrées en 24h.

Entretien avec François Baylet, directeur commercial de Bijoux CN



L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Quels sont les points forts de Bijoux CN ?

François Baylet : Les points forts de Bijoux CN résident sans aucun doute dans la qualité de ses produits, l'efficacité de sa logistique, l'ampleur et l'importance de ses collections qui suivent les tendances, et bien sûr les matériaux que l'on utilise : la céramique, le plaqué or à 5 microns, l'argent, et l'acier.

L'OHB : Quel est le prix moyen des bijoux de votre collection ?

F. Baylet : Avec un prix moyen entre 29 et 49 euros, nous occupons le segment des accessoires de mode, achetés sur un coup de cœur.

L'OHB : Quels types de bijoux produisez-vous ?

F. Baylet : Nous nous sommes spécialisés dans les produits à forte rotation,

parfaits pour les détaillants, et nous produisons en général des séries de 1500 à 2000, même si nous sommes également capables de faire des petites séries de 100 pièces.

L'OHB : Comment se compose votre collection actuelle ?

F. Baylet : Elle est formée de bijoux classiques, et de bijoux dans la mouvance de la mode, comme nos produits en argent recouverts d'une couche de ruthénium, nos bijoux en dentelle de métal, en plaqué or, et récemment nos bijoux avec un micro-serti à la finition parfaite.

L'OHB : Où peut-on trouver vos bijoux ?

F. Baylet : Nous exposons à Vicenza, en janvier, mai, septembre. Notre structure de commerciaux est légère, avec 3 personnes qui couvrent la France, les Dom-Tom et Paris, et nous éditons un catalogue de 600 pages 2 fois par an.

Nous avons à cœur d'offrir à nos clients ce qui leur convient, de leur proposer des produits de qualité, attractifs et différenciés, qui créent du trafic dans les boutiques, et leur permettent d'accroître leur CA. Notre organisation nous permet d'augmenter notre capacité de production, et notre nombre de clients, et nous allons prochainement réorganiser et étendre notre showroom à Paris pour le confort de notre clientèle. ■

N.K.

www.bijouxcn.com

Gay frères

Neelia part à la rencontre de ses clients

Lancée il y a deux ans, Neelia, la marque de joaillerie de la Maison Gay Frères, met en place plusieurs mesures commerciales afin d'être au plus proche de ses clients.



Collier GLAM en or blanc et diamants - 950 € TTC

Neelia étend sa gamme de produits et va conquérir de nouveaux clients

La collection, riche de plus de 500 références, avec un cœur de gamme autour de 1 500€ TTC, va s'étendre progressivement. En effet, la gamme Neelia va désormais offrir une nouvelle série de bijoux avec des prix attractifs compris entre 300€ et 1 000€ TTC. Toujours fabriqués en or 18 carats, et selon la même exigence de qualité reconnue à la Maison, ces produits répondront davantage aux besoins des bijoutiers pour des achats coup de cœur et notamment sur des produits tendance.

Neelia crée l'événement en étant présent à Bijhorca en septembre

Également, afin d'aller à la rencontre de ses clients et de nou-



Boucles d'oreilles GLAM en or blanc et diamants - 985 € TTC

veaux points de vente, Neelia sera présent sur le salon Bijhorca au mois de septembre prochain. Cet événement de taille - la dernière participation de Gay Frères à un salon français datant de 2004 ! - marque l'envie et la volonté de la société de renforcer sa présence en France, et surtout, de choyer son réseau de distribution préféré : les bijoutiers-joailliers traditionnels.

Neelia, la communication d'une marque de luxe

Enfin, Neelia, c'est un environnement



Bague Le CŒUR en or blanc et diamants - 995 € TTC

de marque de luxe, avec son merchandising, ses outils de promotion et de communication mis à disposition des clients gracieusement. Sans oublier, un positionnement auprès des plus grands du métier, soutenu par une promotion nationale dans de prestigieux magazines de la presse féminine (Gala, L'Officiel, Grazia, Air France Madame, etc.).

Retrouvez Neelia sur le salon Bijhorca, Hall 5 - Stand C16.

Plus d'information : 04 50 87 65 65 ou contact@neelia-joaillerie.com ■ M.T.



Découvrez et rejoignez L'UNIVERS PANDORA

L'histoire de PANDORA commence il y a plus de 30 ans, pour devenir une entreprise internationale de bijouterie vendue dans plus de 80 pays à travers environ 10 300 points de vente, dont plus de 1 000 boutiques monomarkes.

CONTRIBUEZ AU SUCCÈS DE PANDORA EN REJOIGNANT NOTRE RÉSEAU DE BOUTIQUES

Nous recherchons des personnes déterminées, ambitieuses, exigeantes et passionnées qui souhaitent participer à la réussite de PANDORA et travailler pour une marque en forte croissance. Leader mondial de la joaillerie accessible, PANDORA ouvre en moyenne 2 nouvelles boutiques par jour partout dans le monde. Un concept unique de bijoux accessibles et personnalisables à l'infini qui fidélise vos clientes. Avec 79 millions de pièces de bijoux produites par an et un chiffre d'affaires de 1,2 milliard d'euros en 2013, PANDORA invite les femmes du monde entier à exprimer leur individualité et leur style personnel, avec des bijoux romantiques et féminins qui évoquent les moments inoubliables de la vie : bracelets et charms mais aussi bagues, boucles d'oreilles et colliers.



Renseignements auprès du Département Développement Franchises
au 01.44.83.17.50 ou adressez-nous votre candidature à
fr.franchise@pandora.net
WWW.PANDORA.NET

PANDORA
UNFORGETTABLE MOMENTS®

*DES MOMENTS INOUBLIABLES



Pandora

se love dans la douceur de l'automne

La collection Automne-Hiver 2014/2015 de PANDORA sera placée sous le signe de la nature.



Cet automne, la nature, le mystère de la forêt, les légendes des habitants des bois, des animaux et autres créatures bienveillantes des contes au coin du feu viennent pimenter et animer les motifs de la collection de perles. Les bijoux de Pandora vont nous inspirer et nous enchanter, car c'est toute la nature qui s'interprète et se métamorphose en créations inspirées.

Des dizaines de nouvelles perles en argent 925/000 ou en or 585/000, gravées ou serties d'oxydes de zirconium lumineux constituent un thème d'inspiration très cosmique. De petites branches de feuilles ressemblent à des brins d'olivier porteurs de paix et de bonheur. Des effets de matière forment de fines dentelles au glamour très rétro que l'on porte aux oreilles ou en collier, ou des tissages d'or et d'argent pour des bagues plus classiques. Des « fleurs obscures » en argent émaillé noir côtoient des perles de culture blanches comme la neige. Elle sont déclinées en bagues, ras-

de-cou et BO ou s'enlacent sur un lien de cuir multi-rang en perles très raffinées. Il y a aussi de jolis cristaux bleu nuit, taille rose à la façon des anciens joailliers.

Dans les forêts magiques de Pandora, tout prend vie : soleil, lune, givre, fleurs, symboles d'amour, de paix, de chance ou juste nos coups de cœur pour un animal fétiche, un petit personnage sorti d'une légende ou de notre imagination d'enfant. Pandora n'en finit plus de s'amuser avec nos petits porte-bonheurs qu'il transforme en perles... brillantes d'imagination. Une jolie perle dorée en verre de Murano illumine cette collection Automne/Hiver, où l'on trouve surtout des motifs d'argent hyper travaillées suggérant toute la vie de la nature qui fourmille au plus profond des forêts.

La collection de Noël, que nous présenterons dans le prochain numéro, aura la blancheur et l'éclat du givre, le bleu profond des mers froides, des firmaments de nuits d'hiver et sera illuminée de petites étoiles. Patience ! ■ I.H.



A. Augis

« Plus qu'hier et moins que demain »
A. AUGIS reboot son message d'amour

A.AUGIS fait un premier bilan du lancement de la collection Alchimie. L'OFFICIEL HB a interrogé son PDG, Franck Augis.



Quel que soit votre âge, vous avez tous connu la fameuse médaille d'AUGIS « Plus qu'hier et moins que demain », inspirée par le poème de Rosemonde Gérard à Edmond Rostand. Une légendaire réussite pour AUGIS qui en a vendu jusqu'à 4 millions en France, et plus de 15 millions en Italie où presque une famille sur trois avait sa médaille ! Autres temps, autres mœurs. Au XXI^{ème} siècle, le bijou mythique avait besoin d'un sérieux

coup de neuf. L'an dernier, A. AUGIS a décidé de réinventer le message d'amour à destination de la jeune clientèle d'aujourd'hui. Et le résultat est très réussi. Dans cette nouvelle collection baptisée **Alchimie**, le signe Plus et le signe Moins sont reliés sur une fine chaîne. Le bijou est réalisé en or blanc 18 K, ou en or et céramique noire, avec et sans diamants. On peut y voir deux signes contraires, le noir et le blanc, le yin et le yang, le signe masculin et le signe féminin, ou encore deux anneaux symbolisant deux alliances. Un détail important quand on sait que les jeunes sont à la recherche de bijoux très personnels, de signes et de messages secrets qu'ils interprètent à leur façon. Lancée l'an dernier, la collection a connu un joli succès et Franck Augis compte bien la développer. Il souligne ce bel exemple de synergie avec la maison Arthus-Bertrand, car c'est elle qui a conçu ce nouveau design. La médaille a toujours été l'expertise et le socle des deux maisons, le rapprochement s'est donc

fait naturellement. Aujourd'hui, chacun a trouvé sa place et son créneau, Arthus-Bertrand sur le haut-de-gamme avec 7 boutiques en propre, A. AUGIS sur le milieu de gamme largement présent chez 1 500 HBJO. Milieu de gamme ? Pas seulement. A. AUGIS est aussi présent en joaillerie dans plus de 300 points de vente. La collection Alchimie, dont les prix relativement élevés s'échelonnent entre 500 et 1 000 €, fait partie de cette dernière catégorie. Interrogé sur l'absence de cette nouvelle collection sur le site d'A. AUGIS, l'héritier de la famille Augis explique qu'il s'agit d'une ligne très différente des autres collections de la maison. Plutôt connu pour ses chaînes, médailles et bijoux identité dans l'univers de l'enfant, A. AUGIS franchit un nouveau pas. « Il faudrait presque un site dédié à la collection Alchimie », ajoute F. Augis. On souhaite une belle réussite à son message d'amour intemporel au new look très réussi. ■

I.H.



»»
SKAGEN
DENMARK

Trollbeads

l'harmonie du moment présent

La nouvelle Collection du Moment Présent s'inspire de la méditation orientale.

Bouddha a dit : « Ne demeure pas dans le passé, ne rêve pas du futur, concentre ton esprit sur le moment présent ». Tel est le message de la nouvelle collection de Trollbeads. « Soyez Ici et Maintenant ». La marque aux perles de lumière nous invite à voyager dans notre esprit, à méditer, à voir la beauté qui sommeille en nous. Mélange de sagesse orientale et de profondeur scandinave, la collection d'automne se compose de 15 nouvelles perles et d'un fermoir en argent.



Trollbeads collection Automne 2014

L'incandescence estivale et brûlante est terminée. La douceur de l'automne, les teintes ambrées et chaudes, le silence qui enveloppe lentement la forêt scandinave sont propre à la méditation. L'Orient rejoint l'Occident et devient « l'histoire » des perles de la collection du Moment Présent. Côté oriental, on découvre les perles en argent « Om », Bouddha, Ganesh, des ornements spirituels inspirés des gravures sur bois des parois des temples, et les Larmes de Shiva. Côté scandinave, on est émerveillé par des écureuils, des faons et des pissenlits. Quant aux perles de verre, leurs couleurs sont chaleureuses, jaunes, brunes, rouges, teintes de feuilles et de baies des forêts scandinaves. D'autres sont bleues ou vertes, fraîches et brillantes. Des motifs d'une parfaite finesse se réfléchissent à l'intérieur. Ils sont comme travaillés en profon-

deur dans la matière. La complexité de ce travail montre que Trollbeads reste à la pointe de l'innovation et de la technique. Le fermoir est un motif de temple spirituel, celui dont les portes ouvrent vers la lumière et la quiétude. Deux nouvelles pierres apparaissent dans la collection : la calcédoine et le lapis-lazuli. La calcédoine, d'une douceur opaline, est symbole d'empathie et de sensibilité. Le lapis-lazuli a le bleu sombre de l'océan glacé qui baigne la Scandinavie. Il a aussi des vertus apaisantes. On dit qu'il permet de sortir de soi, un beau symbole de sagesse orientale.

Enfin, deux nouveaux pendentifs viennent compléter la gamme pour colliers. L'un représente la magnifique fleur de Lotus, avec tout ce qu'elle signifie et symbolise, et l'autre est l'Arbre de la Sagesse, représentant Bouddha assis sous un arbre. Ce pendentif peut être utilisé pour les colliers classiques et les colliers Fantasy. L'automne de Trollbeads nous délivre un beau message de paix et d'harmonie. ■ I.H.



Trollbeads collection Automne 2014

Nomination

L'âme florentine pour tous

L'Italie, terre et pays de toutes les influences artistiques depuis des siècles, et Nomination, la florentine, rayonne encore dans le monde entier.



Bracelet modulaire COMPOSABLE - Nomination

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Nomination est une belle maison italienne : quelle est son originalité ?

Nomination : Nomination est leader mondial sur le marché de la bijouterie en acier et or. Nous fabriquons des bijoux tendance pour femme et homme, entièrement réalisés en Italie, avec des matériaux de la meilleure qualité, en acier et or 18 carats, des pierres précieuses et semi-précieuses, de la nacre, des zircons cubiques et des diamants. La philosophie de Nomination

naît avec le bracelet modulaire COMPOSABLE, conçu en 1997. Une série de symboles précieux qui peuvent être combinés selon le désir de chacun pour communiquer les émotions les plus diverses. « Composable » représente le produit d'identification de Nomination : un langage puissant de communication iconographique qui permet à ceux qui le portent, d'exprimer leurs propres styles et personnalité. Avec plus de 5 000 revendeurs indépendants et 50 boutiques mono-marque dans le monde entier,

Nomination est synonyme de qualité, d'originalité et d'innovation.

L'OHB : Vous êtes implanté dans de nombreux pays ; combien de points de vente en France ?

Nomination : Nous travaillons très bien avec la France, nous avons 250 points de vente sur toute la France métropolitaine, depuis des années. Les détaillants français - et leurs clients - apprécient l'originalité des collections Nomination, notre réactivité et le SAV.



Nomination

L'OHB : Quelle est typologie des revendeurs en France ?

Nomination : 80 % de nos bijoux sont vendus chez les bijoutiers traditionnels et 20% en bijouterie fantaisie.

L'OHB : Quels points forts apportez-vous aux détaillants ?

Nomination : Le service client est très réactif avec la livraison en 24h, la haute qualité de nos produits Made in Italy, le support marketing et communication toujours à l'écoute des clients, la personnalisation des points de vente. Nous avons aussi mis en place un portail dédié aux revendeurs pour passer les commandes en ligne, ils y trouvent toutes les informations nécessaires au suivi de leur compte, et ils peuvent télécharger ou consulter tout catalogue.

L'OHB : Les bijoux nomination respirent la créativité italienne : comment travaillent vos designers ?

Nomination : Nous avons une équipe interne de designers qui travaillent constamment pour développer des bijoux originaux et toujours dans les tendances. Sans oublier, le contexte géographique florentin qui est une véritable source d'idées et d'inspirations.

L'OHB : Vos collections s'adressent aux femmes, hommes et juniors : combien de collections dans ces catégories ?

Nomination : Nous avons beaucoup de choix et pour tous les goûts, avec plus que 40 collections pour les femmes, 15 pour les hommes et une dizaine pour les juniors. Avec des nouveautés tous les trois mois.

L'OHB : Dans quelles gammes de prix se situent vos collections ?

Nomination : Nous sommes à partir de 25€ PVP en entrée de gamme et jusqu'à 300 € PVP pour les lignes précieuses.



Nomination

L'OHB : Comment fonctionnez-vous pour une première implantation ; réassort et SAV ?

Nomination : Nous proposons une commande d'implantation de 2.500€ (prix d'achat) de « Composable » qui est notre produit best seller, afin de garantir une gamme satisfaisante pour la présentation du produit.

Livraison gratuite pour tout réassort supérieur à 100 € et retour des SAV en 1 mois maximum, également gratuit. ■

D.P.



Nomination

Antica Murrina

Le bijou en perle de verre

Arnaud Perombelon,
Directeur Général APHEA,
Agent Général pour la
France d'Antica Murrina a
répondu à nos questions.



Corner Antica Murrina

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

Arnaud Perombelon : Antica Murrina est une marque italienne historique distribuée dans le monde entier, combinant mode et tradition, design et savoir-faire en éléments complémentaires dont l'entreprise se fait l'interprète à travers des valeurs d'unicité et d'authenticité.

La marque se caractérise par un style glamour et séduisant, mêlant l'art ancien du travail du verre et l'attention constante aux tendances de la mode contemporaine. Le résultat se matérialise en un bijou unique, vecteur d'un modèle esthétique dans l'air du temps, qui s'adresse autant à la femme classique qu'à la femme contemporaine et jeune,

sensible aux tendances et aux couleurs de la mode.

L'OHB : Pouvez-vous nous décrire les bijoux Antica Murrina ?

A. Perombelon : ANTICA MURRINA a hérité du savoir-faire du travail du verre à Venise depuis le XIVème siècle. La marque conçoit des bijoux mettant en valeur le verre, coloré, profond, intense et les matières précieuses comme les feuilles d'or fin 24 carats et d'argent pur. Chaque perle est faite à la main, rendant chaque bijou unique par ses petites imperfections : une bulle d'air prisonnière du verre, un repli particulier de la feuille d'or lors de l'enrobage dans le verre. Tout cela à un prix public moyen de l'ordre de 55 € TTC.

L'OHB : Quels sont vos projets sur la France ?

A. Perombelon : La marque est implantée depuis plus de 20 ans en France. Elle est présente sur près de 300 points de vente en bijouterie or et en bijouterie de fantaisie. La page facebook, très active, attire de plus

en plus de visiteurs, ce qui démontre un potentiel de développement de la marque encore très important. Aujourd'hui, l'étendue de nos collections nous permet d'envisager un développement des corners ANTICA MURRINA en France, comme c'est déjà le cas en Italie, en Grèce ou au Moyen-Orient. A ce jour, nous comptons une dizaine de corners en France, dont un Rue des Archives à Paris.

L'OHB : Est-ce un concept de magasin monomarque ?

A. Perombelon : Le concept se déploie à partir des meubles aux couleurs ANTICA MURRINA et de

la visibilité en magasin : posters, light box, plv, présentoirs, etc. Cependant, plutôt qu'un magasin monomarque aux couleurs d'ANTICA MURRINA, nous préférons associer notre marque à au moins deux autres marques, complémentaires à la notre.

ANTICA MURRINA s'adresse à une clientèle de femmes contemporaines, attentives à leur look, chic, décontractées, originales et conquises par le volume et la couleur de nos bijoux. La marque s'associe très bien aux concepts de bijoux charms ou de bijoux en cristal. Cette association permet d'attirer une clientèle additionnelle, capable de

générer un chiffre d'affaires et des marges intéressants pour le Bijoutier : rentabilité de la surface allouée, optimisation des charges de personnel, plus grande ouverture au profil des personnes entrant en boutique.

L'OHB : Qui contacter ?

A. Perombelon : Les bijoutiers peuvent découvrir les collections sur **www.anticamurrina.com**. Notre équipe commerciale couvre toute la France : il suffit d'appeler APHEA pour demander une visite au : 05-45-95-09-00. Nous tenons à disposition des clients intéressés un book photos de nos concepts de corners.■



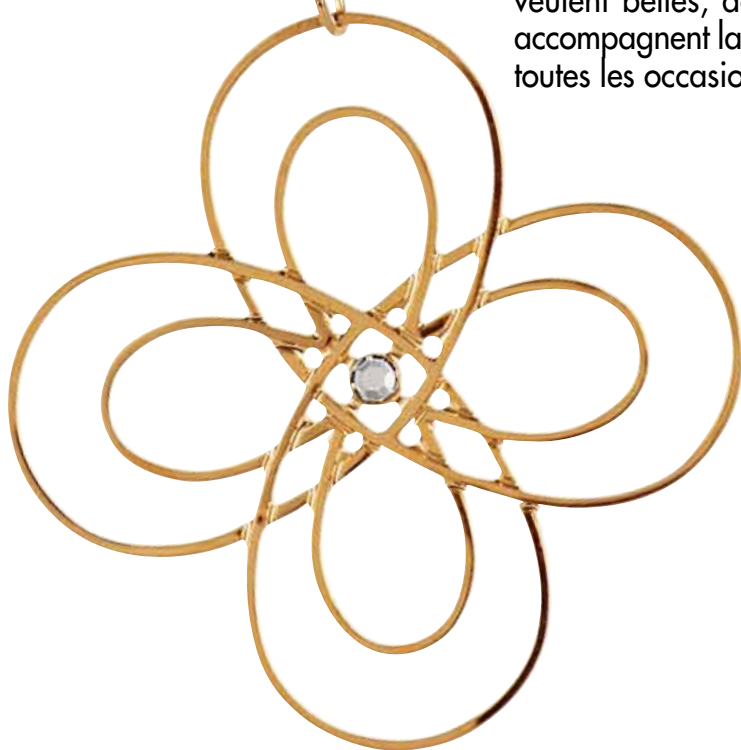
ANTICA MURRINA®
VENEZIA

CONTACT: APHEA SAS
T: 05 45 95 09 00
www.anticamurrina.com
aphea@bijoux-aphea.com

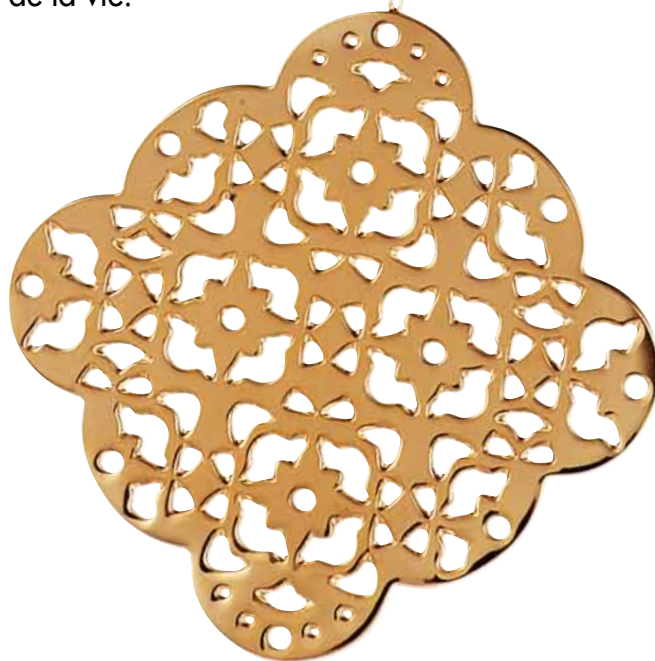
GL et Altesse

nouvelles collections, nouvelle identité

Les nouvelles collections se veulent belles, accessibles et accompagnent la femme dans toutes les occasions de la vie.



Collier Altesse Plaqué or et OZ



Collier GL en plaqué or

Au printemps dernier, le groupe de bijoux GL était repris par Renaissance Industries. Le nouveau propriétaire Eric Lefranc avait alors annoncé son intention de faire revivre les principales marques du groupe en conservant et en enrichissant la personnalité de chacune. Avec le lancement des collections A/H 2014, le groupe GL signe sa toute nouvelle identité en s'appuyant sur

une équipe de vente renforcée et une distribution renouvelée. GL a ses propres équipes de création et de fabrication, les activités de marketing et de communication sont gérées en interne. Premier test, donc, pour la direction récemment arrivée aux commandes.

Que nous réserve-t-elle ? L'éternel féminin, avec des collections romantiques et sensuelles tout en finesse,

en lacés-délacés, en rubans, en dentelles d'or. Dans une collection, l'inspiration amoureuse enlace deux amants qui semblent danser dans l'espace. Ailleurs, de petites lianes pavées très fines enrubannent bracelets, boucles d'oreilles et pendants. Des bracelets d'inspiration florale s'ornent de pétales de caractère, géométriques, ou de feuillages tout en rondeurs. Romantiques, de minus-



Bracelet rigide Altesse en argent et OZ



Bracelet rigide Altesse en argent, OZ, Hématite et agate blanche



Collier Altesse en argent, OZ noirs et blancs



Bracelet rigide Kenzo en argent et laque

cules papillons pavés de zircons sont posés sur une chaînette ou sur une bague. Des dentelles de neige ou des fleurs en filigranes signent une collection très délicate. Graphiques, des bijoux Art Déco opposent le noir et le blanc dans de jolis pavages d'oxyde de zirconium et de métal lisse. En tout cas, le pari de la féminité est gagné. Les nouveaux bijoux sont séduisants, leur graphisme est recherché et ils sont faciles à porter, ils sont légers, ils ont du chic et de la simplicité. Le mot d'ordre : ils doivent être accessibles et accompagner la

femme dans toutes les occasions de la vie, active, familiale, amoureuse, nocturne, urbaine ou bucolique,... chaque moment a désormais son bijou.

Le plaqué or jaune, couleur chaleureuse, couleur à la mode, sera le must de l'hiver. Il réchauffe, accroche la lumière, s'accorde avec tout. Beaucoup de pavages d'oxyde de zirconium viendront éclairer cette collection très réussie, fluide et féminine. Le 9 carats, que GL compte bien développer, est également en bonne place, tout comme l'acier. « Nous

maîtrisons la fabrication, et aucun bijou ne sort sans avoir été contrôlé dans notre unité ardéchoise » précise le Directeur Marketing. « Les bijoutiers savent qu'ils peuvent compter sur un SAV rapide, ici en France ». Toutes les marques du groupe GL qui comprend aussi les bijoux en acier XC 38 et les licences Kenzo, Inès de la Fressange et Nina Ricci, accueilleront des nouveautés pour redessiner les contours de leurs gammes. GL sera présent au salon Bijorhca où il fera découvrir ses collections inédites. ■

I.H.

Trendy éléments

Les montres Barbour font une entrée remarquée en France

Pour se lancer dans l'aventure horlogère, Barbour a choisi Trendy éléments comme partenaire français pour le distribuer. Avec deux premières collections qui reprennent directement les fondamentaux, robustesse, élégance et raffinement, Barbour confirme sa notoriété sur le territoire français. Interview de Mikael Petit, Responsable produit & marketing chez Trendy Elements.



Barbour



Barbour international



Barbour



Barbour international

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Cela fait quelques années que Barbour est présent en France.

Mikael Petit : Oui, on la trouve maintenant dans des enseignes telles que « Printemps », « Galerie Lafayette » ou « Colette » et avec l'ouverture de Barbour Shops à Paris, Deauville, Lyon, Lille, Toulouse, Clermont-Ferrand, l'enseigne s'implante sérieusement chez nous.

C'est une marque ancienne, très réputée pour la qualité de ses produits et son SAV incroyable.

Quand elle a été fondée en 1894 par John Barbour, elle équipait marins, dockers et gentleman-farmers. Ses vestes étaient déjà remarquées pour leur robustesse et leurs qualités techniques. Mais la notoriété de Barbour s'est vraiment étendue durant le circuit Six Days Trial, des années 1950 à 1970, grâce à la fameuse veste de moto, en coton ciré portée par tous les participants et notamment par Steve Mac Queen en 1964.

Et la success story de Barbour continue dans les années 1980, avec 3 nouveaux modèles : Bedale, Beaufort

et Ranger qui vont incarner la tendance montante du vêtement de loisir, à la fois décontracté et raffiné. Vous voyez, la marque a su constamment évoluer en mêlant tradition et innovation.

Aujourd'hui Barbour, est une marque moderne, vendue dans plus de 40 pays, et qui, outre ses fameuses vestes, propose une gamme étendue de produits : chapeaux, pantalons, chemises, sacs de voyages. Et depuis peu des montres pour hommes et femmes que Trendy éléments va distribuer en France.



L'OHB : Cette première collection de montres affiche clairement le style Barbour.

M. Petit : En effet, chaque montre réaffirme clairement les fondamentaux de la marque : élégance, robustesse des matériaux et qualités techniques. Ainsi, on retrouve des bracelets en cuir, ou dans les mêmes tissus de qualité qui ont fait la popularité de Barbour, tweed ou coton ciré, des boîtiers tout acier

Preppy : Sportswear de l'Upper Class British, gentleman-farmers. Elle hérite des 120 années de savoir-faire d'une marque reconnue par une clientèle appréciant à la fois tradition et modernité. Avec des boîtiers acier aux cadrans raffinés montés sur des bracelets en cuir, en tweed ou en coton ciré. Le tout habité d'une British Touch impeccable.

Puis, Barbour International représente la tendance séduisant les

textiles et la finition des montres est à chaque fois très évident.

M. Petit : Oui, les montres ont complètement hérité des qualités des collections textiles de Barbour. Elles sont comme les vestes, faites pour durer et c'est ce que recherchent nos clients. Cette nouvelle collection représente un nouveau segment pour Trendy, dans une gamme de prix plus élevés, et donc une nouvelle aventure.



Barbour



Barbour



Barbour



Barbour

qui reprennent des éléments identifiables, tels que la tirette du zip, et à l'intérieur, un mouvement suisse pour donner vie à ces montres. Dans toute la collection l'héritage et l'exigence de Barbour sont omniprésents.

L'OHB : Présentez-nous les deux lignes de cette collection

M. Petit : Cette première collection a deux visages correspondant à deux tendances qui ont le vent en poupe. C'est d'abord la collection « Barbour » pour homme et femme. Elle s'inscrit à la fois dans la tendance

hommes et femmes, amateurs de belle mécanique ou non, et qui s'inspire directement de la veste de moto en coton-ciré portée par Steve McQueen. C'est un trend plus sportif tout en restant élégant et branché. Et l'empreinte Barbour est toujours présente avec des bracelets en cuir surpiqués et matelassés, des cadrans au look de compteurs rétros, rappelant l'univers de la moto vintage, sans tomber pour autant dans le cliché.

L'OHB : Le lien entre les collections

L'OHB : Où peut-on trouver les montres Barbour et à quel prix ?

M. Petit : Les montres Barbour et Barbour International seront présentées dès le mois d'Août, sur notre site internet réservé aux professionnels (www.trendyelement.com) et ensuite en magasin chez nos distributeurs agréés. Nous avons effectivement décidé que les montres Barbour seraient uniquement réservées à notre clientèle HBJO. Leurs prix vont de 160 € et 375 €. ■

M.T.

www.trendyelement.com

Cover

Changez votre montre pour une COVER !

Si l'approche de l'automne vous donne le blues, ne le laissez pas vous envahir. Adoptez un nouveau tempo, changez d'univers en découvrant la collection COVER. Élégante ou raffinée, sportive ou classique, tendance ou glamour, la nouvelle collection de COVER vous offre l'opportunité de découvrir le luxe d'une marque reconnue pour son savoir-faire Swiss made.



Palatino XL



Aragon Day
Retrograde Chronograph



Perla



Piedra Stars

COVER POUR ELLE

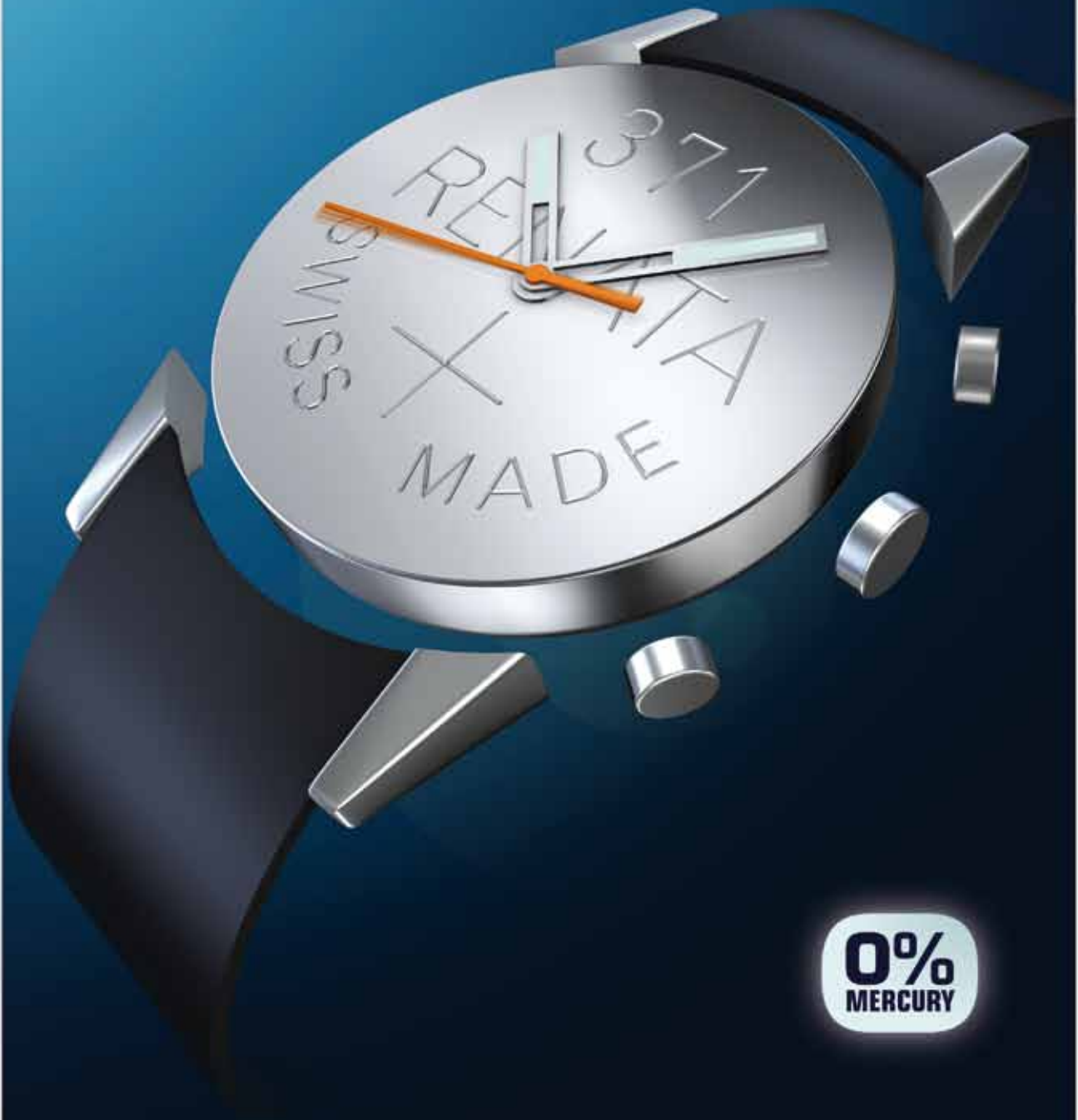
Pour ELLE, nul doute qu'elle trouve dans les nouveautés un modèle qui habille élégamment la finesse de son poignet.

La nouvelle étoile PIEDRA STARS pourrait bien être celui-là. Un modèle ultra féminin, avec son cadran pavé de SWAROVSKI ELEMENTS telle une constellation et qui se décline en 4 coloris.

L'univers nacré de Co 147, ou de PERLA, rehaussé de SWAROVSKI ELEMENTS en version bijoux avec un bracelet acier ou en version sportwear avec des bracelets cuir, pourraient tenter les femmes classiques et élégantes. Ces dernières aimeront aussi AVEA ou NOBILA, pour la rondeur de leur boîtier serti de SWAROVSKI ELEMENTS, leur raffinement et dont la diversité de leurs bracelets en font l'accessoire de mode par excellence.

Enfin, la femme sportive et raffinée sera séduite par le GRANDEZZA Lady Chronograph. Sportive par sa forme rectangulaire et très féminine grâce

the **swiss** power source



0%
MERCURY

SWATCH GROUP ELECTRONIC SYSTEMS

renata 
batteries

Renata Batteries - 112 av Kleber 75116 Paris - Contact : 01 53 81 22 02



Diver



Nobila Lady



Avea

aux SWAROVSKI ELEMENTS qui lui donnent une touche glamour et tendance. La GRANDEZZA existe en bracelet noir ou blanc pour une sobriété en toute situation.

COVER POUR LUI

Lui, sportif, a été particulièrement choyé par la marque avec deux superbes chronographes : PALATINO XL Chronograph et ARAGON et une montre tout-terrain : DIVER.

Aussi élégant que pratique, le PALATINO XL Chronograph fait partie des accessoires indispensables à tout sportif. Son boîtier moderne qui rehausse un bracelet en cuir aux surpiqûres colorées (marron, noir ou rouge) lui donne élégance et modernité.

Quant au day retrograde chronograph ARAGON son design chic et raffiné et ses proportions parfaites lui permettent de s'adapter à tous les styles. Bracelet en acier ou en cuir de veau, chaque ligne du modèle ARAGON se décline en 6 versions pour traverser de façon indémodable les années.

Enfin, pour le sportif de l'extrême : DIVER. Crossover de l'horlogerie le modèle DIVER est, par définition, la montre tout terrain qui s'adapte à toutes les situations.

Extrêmement solide et résistante, étanche jusqu'à 200 M avec une couronne vissée pour protéger le cadran, son design n'en est pas moins élégant

et se décline en bracelet acier ou caoutchouc en 10 versions.

La marque est présente dans plus de 200 points de vente en France, dans les bijouteries horlogeries et grands magasins. ■ M.T.



Grandezza



Co147

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



NOUVEAUX
BIJOUTIERS

Partenaires exclusifs de www.guide-bijoux.com

Fossil

Un groupe qui compte

Fossil, créé en 1984, voici déjà 30 ans, commence à prendre une place de plus en plus importante dans le paysage horloger.



Burberry



Armani Swiss made



Fossil Swiss Made

Avec ses 13 marques, une distribution dans le monde entier, une croissance à deux chiffres depuis 4 ans, un chiffre d'affaires de 3 milliards d'euros en 2014, Fossil affiche une belle santé et un quatrième rang horloger derrière les groupes Swatch, Richemont, et Rolex.

Des chiffres et des informations à faire pâlir d'envie ! Mais le secret de sa santé florissante réside sans doute dans son évolution progressive, et une croissance qui s'appuie sur le Swiss made.

Le Groupe Fossil est composé de trois parties : la marque Fossil, la marque Skagen et son portefeuille multi-

marques composé de marques sous licence comme Emporio Armani, Adidas, Burberry, DKNY, Diesel, Karl Lagerfeld, Marc by Marc Jacobs et Michael Kors, Tori Burch ...

Au début de son aventure, plus de 50 % de son activité était réalisée aux Etats-Unis, mais aujourd'hui il étend sa présence sur les marchés



TROLLBEADS

THE ORIGINAL SINCE 1976

WWW.TROLLBEADS.FR



Chaque histoire
a une perle

Bijorhca
Stand
D14-E13



d-sign France

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



Fabricants, détaillants :

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

**Venez découvrir notre nouvelle collection
au salon BIJORHCA PARIS**

Hall 5

Stand B 13

Secteur A050 BIJOUTERIE JOAILLERIE OR



**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**



Production

européens et asiatiques, avec plus de 400 magasins Fossil à travers le monde.

Après une implantation réussie de ses marques et licences dans le monde entier, Fossil appuie sa croissance sur le Swiss Made, l'acquisition de nouvelles licences et marques, et une communication accrue.

Son siège européen installé à Bâle gère la production des montres, les Fossil Stores, et quelques 350 personnes. Depuis que Fossil a fait le choix du Swiss Made, la production est répartie entre les sites de Bienne pour le design, prototypage, assemblage depuis 2002, de Manno pour la fabrication de mouvements automatiques et de Glovelier pour la fabrication de boîtes de montres depuis l'automne 2013. Depuis 2002, Fossil mise sur la tradition horlogère helvétique et produit en Suisse, à l'aide de 150 collaborateurs hautement spécialisés, des montres et des composants Swiss Made pour développer un pôle plus horloger avec

ses marques Burberry, Armani Swiss made et Fossil Swiss Made.

Mettant tous les atouts de son côté pour créer des montres suisses, il a acquis trois firmes horlogères biennoises, spécialisées dans le design, le prototypage et l'assemblage, réunies sous l'enseigne de **Montres Antima SA**. Grâce à **ST P Swiss Technology**

Production, situé à Manno, Fossil bénéficie depuis 2012 de sa propre fabrique de mouvements automatiques, le STP1-11, tandis qu'il fabrique ses boîtes de montres à travers sa filiale **Swiss Technology Components SA**.

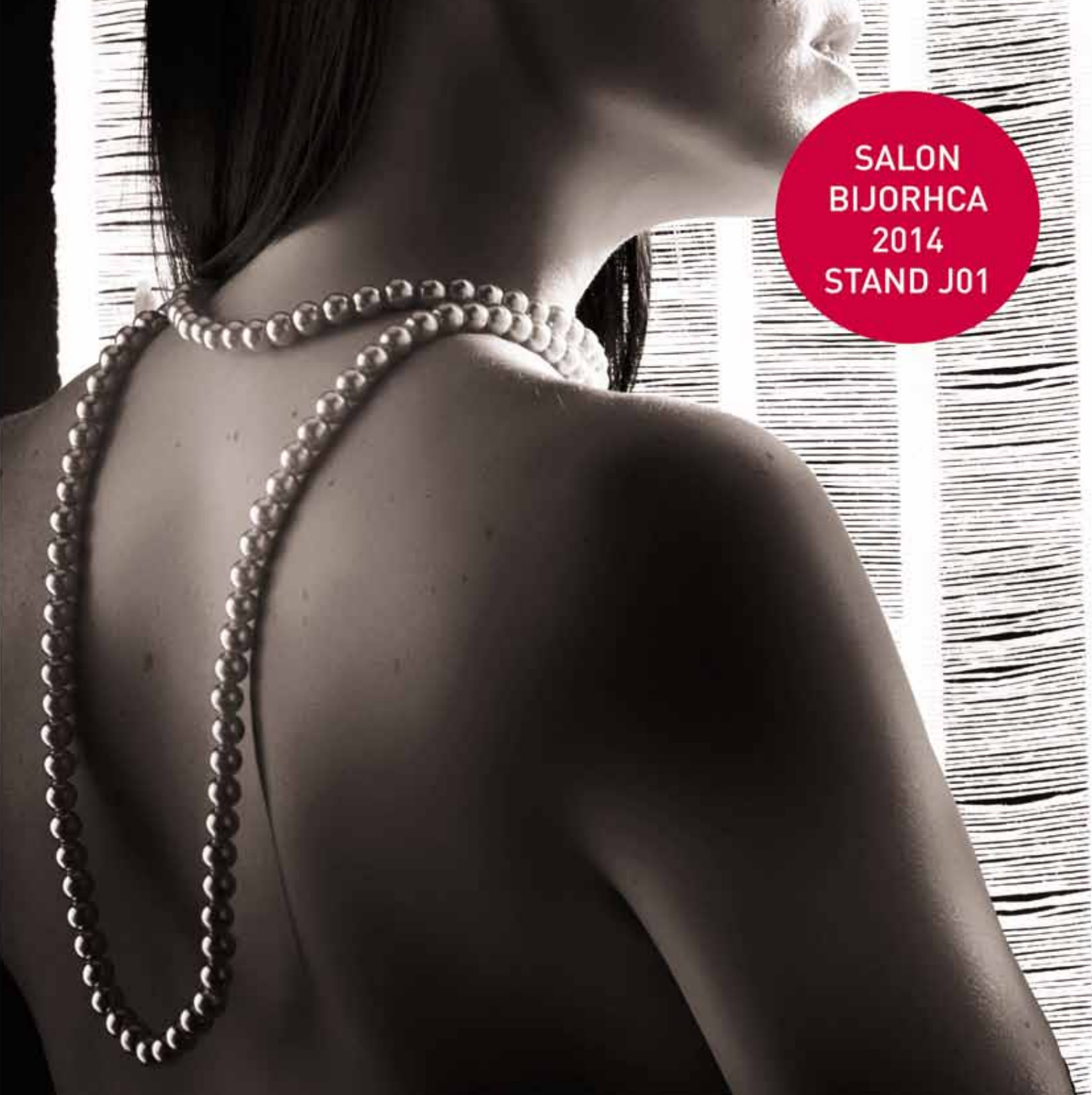
Pour Fossil, les clefs du succès résident dans une évolution progressive, une croissance maîtrisée avec l'acquisition régulière de nouvelles marques et licences, et surtout d'une fabrication Swiss Made, à travers ses propres pôles de production.

Cette signature Swiss Made, en plus d'apporter une vraie reconnaissance à la marque, lui ouvrira les portes de l'Asie, et notamment de la Chine, sensible à la qualité et à l'exigence de l'horlogerie suisse.

Depuis la naissance de la Britain pour Burberry en 2012, de Fossil Swiss Made avec son mouvement STP1-11 en 2013, puis des montres Armani Swiss Made lancées à Baselworld en 2014, Fossil prend une place remarquée et remarquable dans l'univers horloger. ■ N.K.



Design



SALON
BIJORHCA
2014
STAND J01

 **VERSPIEREN**
COURTIER EN ASSURANCES

01 49 64 14 07 - 01 49 64 11 96
bijouterie@verspieren.com

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

www.verspieren.com

ROSE



Fossil

Marc
by Marc Jacobs

Michael Kors

Skagen

Karl Lagerfeld

Marc
by Marc Jacobs

Guess

Fossil

Guess

Pour un retour de vacances
léger et encore insouciant !
Le rose poudré et l'or rose
mettent en valeur les carnations
encore hâlées, comme un souve-
nir de vacances que l'on garde
le plus longtemps possible.



Charm PANDORA



LP Créations
bo saphirs roses diamants



GC Python Rainbow



LP Créations

Neelia



LP Créations



Bracelet Trollbeads



Trendy

Bijoux de saison

Jardin fleuri



Nina Ricci
ligne Pétales Givrés bague
en argent, résine et cristal

Bijoux CN
bague fleur en argent
rhodié pavage microserti

H GRINGOIRE
Collection Secret Avoué Fleurs

Antica Murrina

APHEA
Collier pétal - améthyste

Trollbeads

Pandora
Bague Marguerite
Argent 925e

Les fleurs sont les plus belles parures naturelles. En bagues, colliers, bracelets, elles illuminent une tenue, distillent leur beauté fragile et conservent avec elle une part de soleil et d'émotion.



Trollbeads
fleurs bleues

Lalique
BO PENDANTES
AILES PSYCHE

Swarovski

LP Créations

LP Créations

GL
collier en argent et oxyde de zirconium noirs et blancs

LP Créations

Les manchettes



Nina Ricci
*Manchette Nina Ricci en plaqué
or, résine et cristal*



By Flavie
*bracelet or perles
et diamants*



Bijoux CN
*manchette large en acier
ruthénié motif dentelle*



Swarovski
crystalline-bangle



Lalique
BAGUE PAON

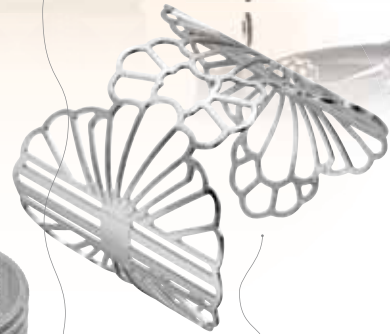
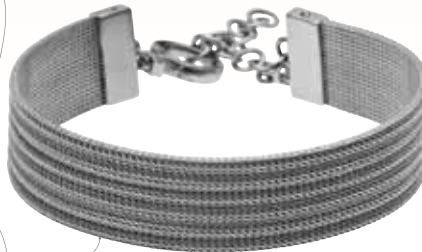


Michael Kors



Michael Kors

Si féminines, les manchettes se glissent au poignet, s'accrochent à l'avant bras, mettent en valeur un bras bronzé. Elles habillent à elles seules une tenue d'été, ou une petite robe noire en hiver.



Skagen
Manchette cuir et cabochon bleu

Skagen
SIGNATURE

Tizzia
Manchette argentée rhodiée

Altesse
Manchette Nina Ricci en plaqué or, résine et cristal

Trollbeads
Bracelet en cuir bicolore

Karl Lagerfeld
manchette

Ole Lynggaard
manchette cuir et or

Perjes Sécurité
consultant de l'officiel H&B



Philippe Eiermann

L'asservissement autonome pour les vitrines

La technologie RFID, pour la gestion des vitrines, permet d'installer un système d'asservissement autonome très simple à mettre en place et efficace.

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Vous avez développé un système d'asservissement autonome qui utilise la technologie RFID. Quels sont ses avantages.

Perjes sécurité : Le système d'asservissement autonome est simple à installer et facile d'utilisation. Il est particulièrement destiné aux bijouteries moyen de gamme, il permet de sécuriser quelques vitrines, suivant les besoins du bijoutier.

Le coût du matériel et de l'installation est donc minimisé, contrairement à un asservissement centralisé sur l'ensemble des vitrines d'une boutique. Dans la majorité des cas, dans ces catégories de bijouteries, toutes les vitrines n'ont pas besoin d'un niveau de sécurité équivalent.

L'OHB : Avec ce système RFID - à carte programmable -, la reproduction est-elle impossible ?

Perjes sécurité : L'asservissement autonome offre une sécurité maximale qui garantit le bijoutier contre le vol de badge et la reproduction de clé, car l'asservissement autonome utilise des cartes RFID que nous programmons.

En cas de perte ou de vol de badges, ils peuvent être reprogrammés en moins d'une heure ! La perte ou la détérioration de badges n'oblige pas non plus à changer les serrures.

L'OHB : la simplicité d'utilisation s'accorde-t-elle à la simplicité d'installation ?

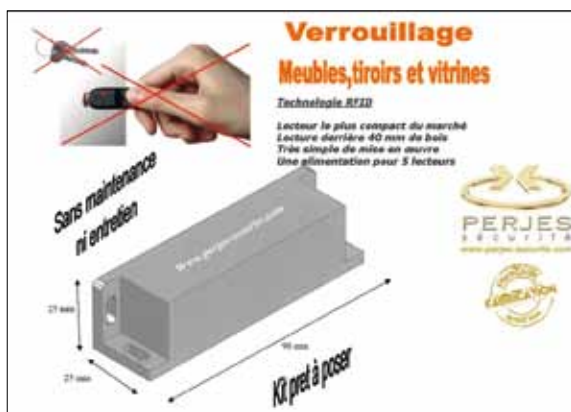
Perjes sécurité : C'est un énorme avantage de ce système simple à installer, et qui s'intègre parfaitement dans le mobilier, il n'existe plus

verrouillage automatique de la vitrine. La solution RFID offre, à celui qui ouvre la vitrine, la certitude du re-verrouillage sans aucune intervention, elle garantit donc contre l'erreur humaine. Un oubli est toujours possible avec un système classique. Le système RFID de gestion des vitrines est un élément qui simplifie la tâche pour l'utilisateur. Il apporte un véritable confort au quotidien, tant pour le responsable de la boutique que pour les employés. Ce système a été développé spécialement pour des bijouteries qui n'ont pas besoin d'un niveau de sécurité élevé sur toutes les vitrines. Les coûts sont limités, l'installation est simplifiée et la RFID offre un confort d'utilisation très apprécié.

L'OHB : Finalement, l'asservissement autonome est d'un excellent rapport qualité/prix.

Perjes sécurité : Il est certain qu'il est inutile, dans ces catégories de bijouteries, de mettre en place des systèmes hyper-sécurisés qui nécessitent des investissements importants. Les niveaux de sécurité doivent être adaptés aux valeurs de la boutique. En tant que concepteur-fabricant et installateur, nous répondons aux besoins spécifiques des bijoutiers avec des réponses adaptées. ■

D.P.



de serrure apparente et autres éléments visibles qui gâchent un peu un beau mobilier, par exemple.

L'OHB : Au niveau utilisateur, quel bénéfice ?

Perjes sécurité : Comme on dit souvent « l'erreur est humaine », pour cette raison, le système assure le re-

NOMBRE D'OR

ARCHITECTURE COMMERCIALE



COMPTOIR D'ITALIE - Kremlin Bicêtre



CHADOURNE - Paris



BALLUAIS - C.Cial CARREFOUR - Tourville la Rivière



L'OR EN SCENE - M CHOPARD - Moulins



HARDY - Metz



MICHEL ANDRÉ - Arpajon



FINET - Macon

Verspieren
consultant de l'officiel H&B



Rosa Léonard



Gilles Caudrelier

L'assurance en dehors du lieu d'exploitation habituel

Les fabricants-distributeurs, les détaillants ou artisans, sont amenés à participer à des manifestations professionnelles en France ou à l'international. Il est toujours bon de vérifier ses contrats d'assurance à ce propos.

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Les professionnels horlogers et bijoutiers, comme les fabricants et artisans créateurs, participent à des salons ou expositions au moins une fois par an. Que faut-il qu'ils vérifient dans leur contrat d'assurance ?

Verspieren : En premier lieu s'ils sont assurés pour ce type d'événement extérieur.

Et ensuite bien entendu la manière dont ils sont assurés.

En effet, en règle générale, l'organisateur d'un événement n'est pas responsable de vos biens présents sur un salon, il garantit uniquement la sécurité du lieu, en termes de filtrage à l'entrée, de gardiennage de nuit et tout autre élément qui lui incombe dans le cadre de l'organisation de l'événement.

En principe, lors de la souscription de son contrat d'assurance « Globale Bijoutiers », le fabricant ou le détaillant détermine avec son courtier si les garanties doivent être étendues à la participation à des événements extérieurs auxquels il participe de façon régulière, salons

professionnels ou expositions temporaires.

Il est ainsi possible de dénommer précisément ces salons et expositions dans le contrat, avec des valeurs prédéterminées pour les marchandises, sans oublier les mobiliers et matériels d'exposition qui peuvent représenter un montant important.

L'OHB : Quand vous parlez d'assurance pour un lieu extérieur à l'exploitation habituel, est-ce que le transport vers cet endroit est aussi intégré dans l'assurance ?

Verspieren : Oui, cela comprend le trajet entre le point de départ et le lieu d'exposition, et bien entendu le trajet de retour. Dans le jargon de l'assurance, on utilise la dénomination « de clou à clou », terme provenant de l'assurance des tableaux, qui sont déplacés d'un lieu vers un autre lieu d'« accrochage ».

L'OHB : Les risques auxquels sont exposés les fabricants sont certainement plus importants..

Verspieren : Plus importants et également plus différenciés. En tant que courtier spécialisé dans le domaine de la bijouterie, nos contrats « Globale Bijoutiers Fabricants » comprennent évidemment les garanties nécessaires concernant la participation à l'ensemble des événements qui se pratiquent régulièrement dans ces métiers : expositions, et également événements promotionnels ainsi que les collections et présentations à la clientèle. Ses garanties spécifiques sont donc prévues dès la souscription du contrat, avec l'indication des montants maximum d'indemnisation par catégorie d'événements, montants pouvant très largement varier suivant les besoins de chaque fabricant.

L'OHB : Nous venons d'évoquer l'assurance des « matériels » appartenant au fabricant, mais qu'en est-il des dommages provoqués à des tiers ?

Verspieren : Il s'agit de l'assurance « responsabilité civile » pour les dommages corporels ou matériels

pouvant être causés à des tiers (visiteurs, clients, autres exposants). Ce que nous appelons la garantie « Responsabilité Civile Professionnelle et Exploitation ».

La plupart des contrats d'assurance appelés « Multirisques Commerce ou Professionnelle » couvrent la participation à des événements externes au lieu d'exploitation habituel. Également certaines limitations ou exclusions peuvent parfois se

révéler gênantes en fonction de l'événement.

En cas de doute, nous conseillons de prendre contact avec son courtier qui vérifiera avec vous la portée de vos garanties et vous donnera si besoin les explications complémentaires que vous souhaitez.

L'OHB : Pouvez-vous préciser, ce qui se passe quand les salons ou expositions ne sont pas inscrites

précisément dans les contrats d'assurance.

Verspieren : Il est alors nécessaire de souscrire une extension temporaire de garanties auprès de son courtier d'assurance.

Attention : même si ces garanties sont déjà incluses, il peut s'avérer qu'un salon n'a pas été prévu à l'avance, ou bien que les montants assurés ne sont pas ou plus adaptés. Une vérification préalable est donc toujours nécessaire. ■ 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 Popelier

Les 12 travaux des Nouveaux Bijoutiers

Comme Hercule en son temps, Bruno Malgat le nouveau président des Nouveaux Bijoutiers, s'est attelé à une série de travaux pour moderniser son groupement, et appréhender avec succès les bouleversements et les mutations qui touchent la profession et le métier de la bijouterie.



Son premier travail a consisté à refondre le site internet des Nouveaux Bijoutiers, pour accentuer leur présence sur le web. Au terme d'un chantier long et difficile, le nouveau site des Nouveaux Bijoutiers a vu le jour dans une nouvelle version en accord avec la stratégie et l'image du groupement. Plus clair, plus ludique, il met en scène de nombreux bijoux et l'ensemble des marques référencées par les Nouveaux Bijoutiers.

Il insiste également sur les points forts du groupement, comme le mariage, et se développe en synergie avec les éditions dont il reprend les accroches en bandeau. De plus,

les magasins des partenaires apparaissent tous dans l'onglet « Nos Magasins ».

Son deuxième travail concerne le logo qu'il a réactualisé et rénové avec Christophe de Jandin, le nouveau directeur de l'agence Havas de Lyon, responsable de la communication des Nouveaux Bijoutiers. Plus épuré, plus sobre, plus actuel, il redynamise l'image des Nouveaux Bijoutiers et permet de véhiculer une image plus luxueuse, plus précieuse de l'enseigne.

En effet, le logo n'avait jamais été modifié depuis sa création, et il était temps de dépoussiérer « la Dame au chapeau », emblème des Nouveaux Bijoutiers.

Son éternel chapeau s'est envolé pour n'être suggéré que par un trait fluide. Son visage s'est adouci, plus aucun angle pour arrêter le regard, le contour du visage est rond, presque juvénile, la bouche plus petite et moins conquérante s'étire en un léger sourire, tandis que la boucle d'oreilles est juste lumineuse

et discrète, à l'image d'un diamant raffiné brillant de mille feux sur le lobe. Le foulard est lui aussi oublié, pour ne laisser que la longue ligne du cou. La Dame se tient droite, dans une posture accueillante comme une invitation à découvrir la nouvelle image des Nouveaux Bijoutiers.

Le logo métamorphosé, est sans doute l'un des plus importants travaux visibles de modernisation des Nouveaux Bijoutiers.

La troisième tâche touche les éditions, qui vont, elles aussi être améliorées.

La quatrième consiste à poursuivre la présence des Nouveaux Bijoutiers à la télévision, à l'approche de Noël.

Les autres travaux en cours seront dévoilés lors d'un prochain sujet, mais les Nouveaux Bijoutiers ont entamé un travail de fond et de titan, pour rajeunir leur image, et améliorer leurs performances. ■ N.K.



Approcast®

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 Bandust 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 ».



La Biennale des Antiquaires 2014

Sous la lumineuse verrière du Grand Palais, la 27^{ème} Biennale des Antiquaires ouvre ses portes du 11 au 21 septembre 2014, sur un événement spectaculaire, où se côtoient la Haute Joaillerie et les plus grands antiquaires du monde entier.



Chanel
Collier Sunset

Pour l'occasion, les grandes Maisons ont imaginé et réalisé des collections extraordinaires qui expriment à elles seules toute la complexité et la diversité de la Haute Joaillerie.

La splendide collection de Cartier, tout simplement « Royal », imaginée autour de pierres d'exception, sélectionnées pour leur noblesse, leur personnalité, et leur histoire, irradie de beauté. Des rubis des mines de Mogok, aux opales multicolores d'Afrique, en passant par les saphirs



VCA
clip baguette magique



Bulgari
émeraude



*Chaumet
Parure 1 - Necklace*



*Piaget
BO saphirs et diamants*



*Cartier
Collier Diamants*

du Cachemire, l'ensemble réuni par Cartier fascine par sa beauté et par l'excellence du travail de joaillerie qui le révèle. Le diamant « de type Golconde », de 30,21 carats, d'une pureté exceptionnelle monté sur un collier de diamants, marquera la Biennale d'une empreinte indélébile. La collection « Rêves d'ailleurs » de Boucheron renoue avec les voyages au long cours que Frédéric puis Louis Boucheron entreprenaient, au 19ème siècle, à la recherche d'exotisme et de pierres fabuleuses. Les contrées lointaines continuent à distiller leur sortilège et à inspirer de remarquables parures, tel le collier composé de treize galets de cristal de roche sertis de diamants et de saphirs bleu profond porté comme une colonne vertébrale. Joaillier de l'exubérance chromatique, Bulgari rend hommage à la

féminité avec sa collection Mvsa, composée de pierres lumineuses aux volumes sensuels. Dans un retour à l'insouciance des années 20, Chanel Joaillerie célèbre la liberté qui a marqué le début du 20ème siècle. Sa collection « Café Society » incarne cette liberté d'esprit, entre une marqueterie pure et architecturée d'or blanc, de spinelles noirs et de diamants, des associations chromatiques inédites, des lignes pures et géométriques soulignées d'un trait d'onyx. Chaumet offre une collection tout en élégance, fluidité et féminité avec ses 53 pièces « Lumière d'eau » qui célèbrent l'eau sous toutes ses formes. « Archi-Dior » réinterprète les codes de la couture et l'héritage de Dior en langage joaillier et travaille les bijoux comme des tissus volants, plissés, ceinturés, drapés.

Fasciné par les années 60-70, « Extremely Piaget » fait revivre les années d'or de Piaget, sur lesquelles soufflait un vent de folie et de frénésie créative. 88 bijoux et 37 montres rejouent la stylisation de cette décennie, avec Jackie O, dont la montre au boîtier ovale en jade serti d'émeraudes et de diamants rime avec éternelle élégance. Placée sous le signe de l'enchantement, Van Cleef & Arpels s'inspire du célèbre « Peau d'Âne » pour livrer une ensorcelante collection de Haute Joaillerie où les bagues cake, les broches baguettes magiques, les bijoux châteaux, se succèdent dans une collection narrative qui ferait presque croire aux fées. La multiplicité des talents remarquables qui se côtoient impose la Biennale 2014 comme un événement international incontournable. ■ N.K.

Les somptueux diamants de couleur de Rio Tinto

Avec un chiffre d'affaires de plus de 37 milliards de dollars en 2013, Rio Tinto figure parmi les leaders mondiaux de la recherche, de l'exploration et de l'exploitation minière. Si le diamant ne représente que 7 % de son activité, contre 70 % pour les mines de fer et d'aluminium, ses mines sont réputées.



Diamants roses de la mine d'Argyle

Rio Tinto est connu pour fournir les plus beaux diamants de couleur du monde. Les fameux diamants roses de la mine australienne d'Argyle, qui lui appartient, représentent 90 % des diamants roses vendus dans le monde. Rio Tinto en a même fait une marque, « Argyle Pink Diamond ». Ces pierres sont très recherchées par la clientèle asiatique qui se toque de diamants de couleur depuis quelques années. Pour ces quelques grammes de carbone, les prix s'envolent et c'est bien souvent la Chine qui emporte la mise. Au point que les diamants

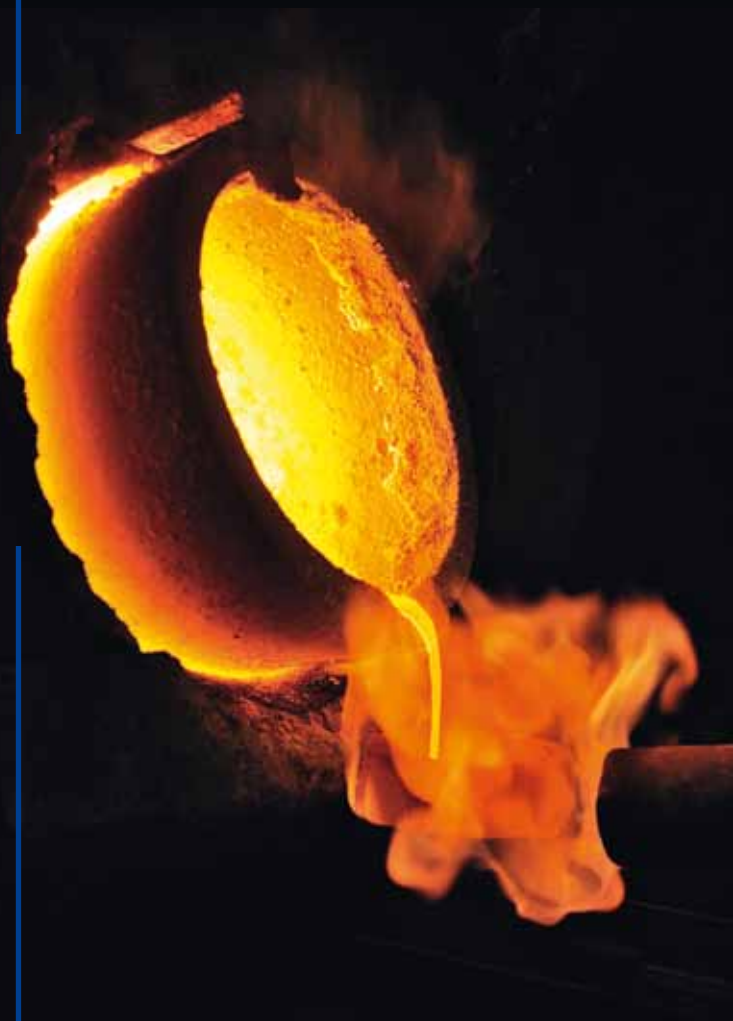
européens se plaignent de cette préemption qui assèche leur offre. Les diamants roses atteignent des sommets aux enchères, dépassant parfois le million de dollars au carat. La mine d'Argyle produit également des diamants rouges, la couleur la plus rare et la plus difficile à trouver. Rio Tinto peut se vanter d'être l'heureux propriétaire de la seule mine du monde qui en fournit, à raison de quelques pierres par an. En mai 2013, la vente aux enchères du magnifique diamant rouge « Argyle Phoenix » a fait grand bruit. François Curiel, président de Christie's Asie, rapporte

au Figaro que le diamant avait déjà été vendu aux enchères à New York en octobre 2001 pour 1,3 million d'euros, presque deux fois moins cher.

Rio Tinto a produit 16 millions de carats en 2013, un peu moins de la moitié que ses grands concurrents de Beers (plus de 31 millions de carats) et Alrosa (34,5 millions de carats). Mais les mines ne sont pas éternelles, et Argyle cessera probablement toute activité... en 2020. Le prix des diamants roses va donc s'envoler de plus belle à l'aune de cette disparition annoncée. Rio Tinto, également propriétaire de mines au Canada et au Zimbabwe, mise beaucoup sur sa dernière découverte à Madhya Pradesh en Inde. Aucune mine de diamants n'avait vu le jour en Inde depuis 40 ans et celle-ci sera l'une des nouvelles mines majeures en activité dans le monde. Son potentiel et la qualité des gemmes s'annoncent remarquables. Mais en rachetant le géant minier Alcan il y a quelques années, Rio Tinto s'est lourdement endetté au point d'avoir essayé de vendre sa branche diamants en 2012. Cette découverte poussera-t-elle le groupe à conserver son magnifique fleuron ? ■ I.H.

POURQUERY DMP

Depuis 1920



- Fonte de déchets d'atelier
- Essais Au - Ag - Pt - Pd - Rh
- Affinage de métaux précieux
- Réalisation d'alliages sur-mesure
- Achat / Vente de métaux fins
- Garantie des métaux précieux
(Organisme de Contrôle Agréé - OCA)
 - Analyses
 - Poinçonnage
- Analyses de seuils de toxicité
(norme REACH)

Reprise de vieil or et valorisation de tous déchets

Possibilité d'assister à vos traitements

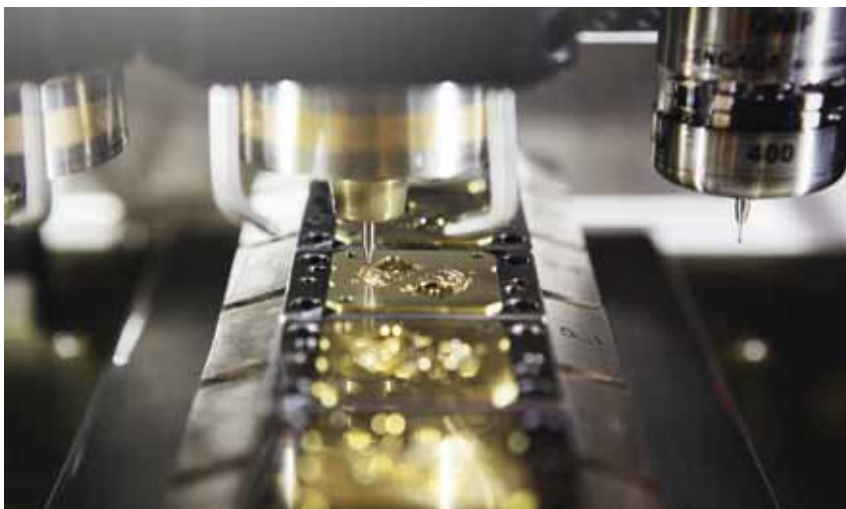


LYON - PARIS - NEUCHATEL - ANVERS
Contact : +33 (0)4 78 61 97 70
dmp@pourquery.fr

Présent à BIJORHCA
STAND K 08

La Haute-Horlogerie solide et mutante

Le département Études du journal Les Échos a réalisé un bilan approfondi sur l'évolution et les perspectives du marché de la Haute-Horlogerie.



Vacheron Constantin inaugure sa nouvelle manufacture de composants à la Vallée de Joux

La croissance a nettement ralenti dans un contexte économique dégradé et de tassement du marché chinois, renforcé par les lois anti-corruption qui ont porté un net coup d'arrêt aux exportations horlogères suisses. Chiffres 2013 : total monde +1,9 %, Chine -12,5%. Juste un coup de semonce, disent certains experts de la Chine, qui ne voient pas là une tendance définitive. Les fondamentaux de la profession restent bons sur le haut-de-gamme, comme les derniers chiffres de Francéclat (UFBJOP) l'ont également montré.

Tensions sur le marché de l'approvisionnement

Sur le long terme, la forte croissance du secteur crée inévitablement des

tensions sur le marché de l'approvisionnement en amont de la filière, renforcées par la stratégie de phasing out du groupe Swatch dans le domaine des mouvements et des assortiments et le durcissement du label Swiss Made, notamment dans le domaine de l'habillage. Afin de sécuriser les volumes et d'asseoir leur légitimité horlogère, les maisons investissent donc massivement dans l'outil de production (43 % des investissements de Richemont au S1 2014), le rachat de sous-traitants (prise de contrôle de Joseph Erard par Hermès en 2013, de VVSA et des Cadraniers de Genève par Richemont, de Leman Cadrans par LVMH en 2012) et les capacités de production (inauguration du site TAG Heuer de Chevenez fin 2013).

Tendance vers une distribution ultra sélective

Les maisons rationalisent leur réseau de distribution, en limitant le développement des enseignes multi-marques (Audemars Piguet entend ainsi passer de 450 à 300 portes) et en développant les boutiques en propre (Vacheron Constantin, Lange & Söhne, IWC s'installent rue de la Paix à Paris en 2012 et 2013).

Concentration dans la production

Dans la production, la poursuite du processus de concentration est inéluctable. Afin de financer les investissements (production et distribution), les nombreuses petites maisons indépendantes pourraient être contraintes d'ouvrir leur capital à des groupes tels que Kering : prise de contrôle de Sowind Group ; rumeurs autour de Richard Mille ou Festina, par exemple.

Il y a aussi de nouveaux entrants et investisseurs, à l'instar de China Haidian (Corum, Eterna), DSKH (Maurice Lacroix), Luxury Concepts Watches Jewellery (Bedat & Co) ou Victoria Holding (de Grisogono).

Etude complète sur :

www.lesechos-etudes.fr ■

I.H.

FOM 2000

Celsius 47 et Magtest

Deux nouveaux outils distribués par FOM 2000 pour contrôler l'étanchéité et le taux de magnétisme d'une montre.



Celsius 47

Le contrôle de l'étanchéité d'une montre peut être effectué par des appareils qui fonctionnent sous vide d'air, sans risque en cas de non étanchéité d'endommager les composants. Pour la France FOM 2000 agent général de Witschi électronique, distribue ce type d'appareil que sont Proofmaster S et Proofmaster M. Ces appareils proposent en cas de détection d'une petite fuite, un test

appelé « Finder ». Il s'agit de positionner la montre dans l'appareil pendant environ une minute sous pression, puis de plonger celle-ci dans un verre d'eau. L'air s'échappant du boîtier forme de petites bulles, qui permettent de localiser la fuite.

Celsius 47

Les testeurs d'étanchéité à eau, permettent également de localiser les fuites. Après avoir remédié à un défaut un nouveau contrôle doit être effectué, il s'agit du test de condensation. La montre est positionnée sur un appareil chauffant précisément à 47 ° C. Une goutte d'eau à température ambiante est alors déposée sur le verre de la montre. Si aucune condensation ne se forme sur le verre depuis l'intérieur du boîtier, la montre est étanche. Dans le cas contraire, le défaut persiste. Celsius 47 est vraiment l'instrument idéal pour remplir cette fonction.



Horotec

Magtest

Cet appareil permet de détecter le taux de magnétisme des montres, mouvements, outils et fourniture d'horlogerie. Ensuite une seconde opération permet de les démagnétiser. Celsius 47 et Magtest sont distribués par FOM 2000, en collaboration avec Horotec. ■ M.T.

INVERNESS®

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

Simply Superior

System 2000

10 % de remise à la première commande

Cassette et Cartouche

Boucle de perçage avec Accroche de sûreté

Nettoyer

Charger

Marquer

Percer

Ejecter

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

L'OCA

Pourquery DMP

Pourquery DMP titre les métaux précieux depuis 1920. Ils ont été parmi les premiers à être agréés en tant qu'OCA par décret en octobre 2004.



L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Qu'est-ce qu'un opérateur dit OCA ?

Pourquery DMP : En France, la teneur en métal précieux des alliages de bijouterie est garantie par l'État et attestée par l'apposition des poinçons de titre. En 2004, lors de la fermeture de plusieurs bureaux de garantie, il a été décidé d'agréer d'autres opérateurs dits OCA, chargés de vérifier la conformité de ces alliages et d'assurer le marquage des ouvrages. Les OCA opèrent en complément des bureaux de garantie maintenus : Lyon, Nice, Paris, Saumur, Strasbourg, Toulouse, Saint Denis de la Réunion, Fort De France, Pointe à Pitre, et Cayenne.

L'OCA agit dans le cadre des attributions qui sont définies par le code général des impôts.

L'OHB : Quelles sont précisément les différentes missions d'un OCA ?

Pourquery DMP : Il existe principalement deux cas de figure : Soit l'opérateur a demandé la détention d'un ou plusieurs poinçons de titre, il est alors délégataire. Il est, de ce fait, tenu de confier à un OCA un pourcentage de sa production ou importation pour titrage par « méthode destructive » selon la norme en vigueur. Soit l'opérateur préfère confier le poinçonnage à un bureau de garantie ou OCA qui teste préala-

blement, à la pierre de touche chaque bijou, qu'il soit neuf ou d'occasion. L'essai à la pierre de touche est dit « non destructif ». En complément, il est obligatoire de réaliser périodiquement un essai destructif en laboratoire pour une précision accrue.

Il est possible que certains professionnels détiennent un poinçon de titre, par exemple or 750 ‰, et confient à un OCA le poinçonnage de leur production platine.

L'OHB : Les fabricants de bijoux ne sont pas les seuls à être assujettis à la garantie des métaux. Qui peut faire appel à un OCA ?

Pourquery DMP : En effet, nous intervenons pour tous les professionnels qui ont signé une convention d'habilitation avec l'administration des douanes et droits indirects : fabricants, importateurs, acquéreurs intracommunautaires, commissaires-priseurs, crédit municipaux, sociétés de ventes volontaires aux enchères publiques ou commissionnaires en garantie.

Tous sont tenus de respecter le plan d'échantillonnage qui leur a été fixé par les services douaniers.

L'obligation de marquage concerne les ouvrages dont le poids est supérieur ou égal à 3 grammes pour l'or et

le platine, 30 grammes pour l'argent, mais le professionnel peut néanmoins marquer des pièces plus petites dans une démarche volontaire.

En cas d'importation, les services douaniers reconnaissent le marquage de certains pays ayant signé des accords de réciprocité comme l'Espagne et la Suisse, mais exigent pour d'autres, comme l'Allemagne, un contre marquage français.

L'OHB : Comment se met en place la démarche avec un OCA ?

Pourquery DMP : Tout d'abord une convention est signée entre l'OCA et le délégataire. Les services douaniers en sont avisés.

C'est au délégataire lui-même qu'incombe la responsabilité de la prise d'échantillon selon le plan d'échantillonnage auquel il est soumis. Il doit aussi en conserver une partie équivalente (ou une pièce du même lot) à disposition de l'administration pendant un mois.

La partie envoyée à l'OCA est accompagnée d'un document déposé auprès du Comité Français d'Accréditation (COFRAC) sur lequel est précisé le titre escompté. Les lots en attente d'autorisation de marquage sont immobilisés. Il est primordial que l'OCA réalise l'analyse au plus tôt afin de minimiser ce délai de carence.

L'OCA doit conserver les échantillons pendant 3 mois. A l'issue de cette période, l'échantillon est restitué au délégataire.

L'OHB : Quelles sont les différentes méthodes utilisées pour doser les métaux précieux ?

Gros plan sur la coupellation



La coupellation est une méthode d'analyse qui permet de doser précisément la teneur en or de tous les alliages de bijouterie, en alliant l'action du feu et de l'acide.

Pour cela, un petit morceau de bijou (ou jet de fonte, morceau d'apprêt, copeau de lingot...) est enveloppé avec un morceau d'argent fin dans une feuille de plomb ; puis l'ensemble est déposé dans une petite coupelle de céramique préalablement chauffée à environ 1100°C, jusqu'à obtention d'une petite bille de couleur argentée appelée « bouton ». Ce bouton contient l'ensemble des métaux précieux présents (principalement or et argent, éventuellement platine et palladium), le plomb ayant disparu par évaporation dans le four et absorption par la coupelle, entraînant avec lui tous les métaux dits « communs » (cuivre, zinc, nickel...).

Le bouton est alors laminé et recuit avant



d'être immergé à plusieurs reprises dans différentes solutions d'acide nitrique bouillant. Cette étape dite de « dissolution » permet l'élimination de tous les métaux précieux à l'exception de l'or fin qui est recueilli sous la forme d'une feuille très mince et très fragile appelée « cornet ».

Le cornet est enfin recuit pour lui redonner suffisamment de solidité pour permettre sa pesée. Le titre en or n'est autre que le ratio du poids du cornet d'or fin obtenu sur le poids d'alliage initialement soumis à l'analyse. De plus, des échantillons témoins de titre parfaitement connu sont analysés en parallèle de chaque échantillon et permettent de pondérer au plus juste les résultats obtenus.

Pourquery DMP : La coupellation (voir encadré) est une méthode ancestrale simple mais néanmoins strictement définie par la norme ISO 11426 dite « voie sèche ».

Pour les ouvrages en argent, la méthode potentiométrique est appliquée dans la norme ISO 11427 dite « Voie humide ».

Le titrage du platine, est plus technique à mettre en œuvre, nous sommes agréés pour deux méthodes différentes :

- la méthode gravimétrique, plus ancienne, définie dans la norme ISO 11489

- la méthode par spectrométrie d'émission à plasma ISO 11494.

L'OHB : Le poinçonnage laser est-il reconnu ?

Pourquery DMP : Le poinçonnage « laser » des bijoux devrait être autorisé sous peu. Nous proposons cette nouvelle prestation en complément du marquage « mécanique ». Il est particulièrement adapté aux pièces fragiles et délicates et permet un marquage plus discret sur des zones jusqu'ici inaccessibles.■

La convention des Nouveaux Bijoutiers

La 22ème convention des Nouveaux Bijoutiers s'est déroulée à Biarritz, dans une ambiance conviviale et sereine sous la présidence de Bruno Malgat, élu à la présidence des Nouveaux Bijoutiers depuis un an.



Bruno Malgat

Montée selon un nouveau format, la Convention des Nouveaux Bijoutiers a reçu l'approbation de l'ensemble des participants et des adhérents. En effet, cette année aucune matinée n'était consacrée aux présentations des collections des fournisseurs, qui disposaient juste de vitrines pour mettre en scène leurs nouveautés.

Bruno Malgat, prenant à cœur son rôle à la tête des Nouveaux Bijoutiers, a détaillé lors de son discours de bienve-

nue, les différents travaux en cours, afin de donner aux Nouveaux Bijoutiers toute la visibilité et le succès qu'ils méritent en cette période de mutation.

- Internet ;
- Le logo ;
- Les éditions ;
- La présence télévisée ;
- Un concept magasin ;
- La formation ;

sont autant de sujets qu'il s'emploie à développer.

S'appuyant sur les atouts du groupement, ses valeurs, la force d'un collectif, il souhaite poursuivre ses efforts et son programme basé sur une forte présence des Nouveaux Bijoutiers sur internet. Il a déjà travaillé sur une refonte globale de leur site web. Aujourd'hui la nouvelle version du site, claire, plus actuelle, plus complète, plus ludique, en harmonie avec la stratégie et l'image du groupement, est en ligne, avec de nombreux bijoux et la présence de l'ensemble des marques référencées.

Après le discours du Président suivi de l'Assemblée générale, les adhérents ont pu profiter des joies de Biarritz entre une après-midi consacrée aux excursions au Musée du Chocolat, ou au Musée de la Mer, le Rocher de la



Bruno Malgat

Vierge, la plage des Basques - rendez-vous des surfeurs -, avant d'assister à la soirée de Gala au Casino. Chaque marque partenaire sponsorisait une partie de la soirée : Pierre Lannier le cocktail, Fossil le spectacle, Seiko le dîner et la soirée dansante.

Le lendemain matin, après une promenade au marché, à la découverte des produits locaux, puis un brunch apprécié, les adhérents sont repartis dans leur région respective, ravis des projets en cours et de l'évolution de leur groupement. ■ N.K.



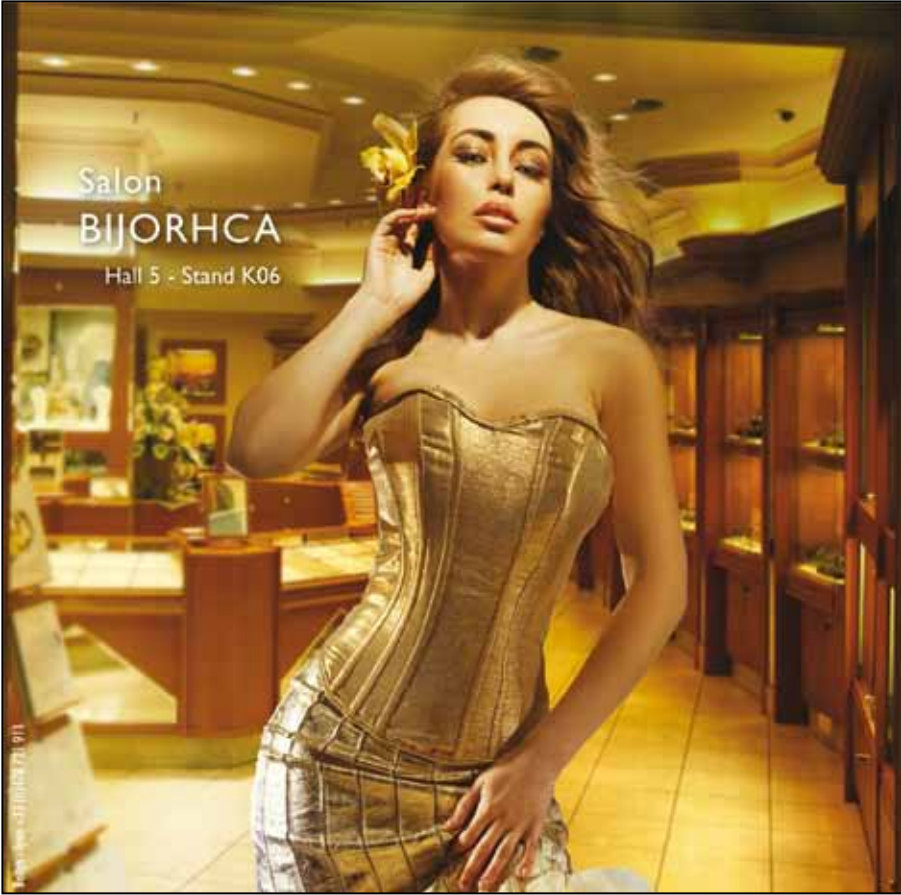
Le dîner



Les vitrines



La terrasse du casino



Salon
BIJORHCA
Hall 5 - Stand K06

assurances *Dufaud*

*leader
national & européen
de
rassurance bijouterie*

Courtage
d'assurances

Détaillant Joaillier
Horloger Enseigne
Groupement Fabricant
Grossiste Diamantaire

LYON - PARIS - BARCELONE - MADRID

49, rue Servient - 69003 Lyon
Lyon : Tél. +33 (0)478 629 011

Paris : Tél. +33 (0)147 178 764

www.dufaud.fr



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^{er} 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

*Source Panel5 - GfK

Bijorhca 2014

Du 5 au 8 septembre 2014

Bijorhca fait son retour aux dates traditionnelles et ouvrira ses portes du 5 au 8 septembre 2014 Porte de Versailles à Paris.



L'or en fusion



Le Club des représentants



*Lyon
Alliances
Brillants*

Le rapprochement avec le salon Printor, depuis la session de janvier 2014, fédère la profession, et consacre Bijorhca comme l'unique salon professionnel en France dédié à la joaillerie, la bijouterie, et l'horlogerie. En concertation avec les exposants et les acheteurs, et avec le soutien des

syndicats, Bijorhca a choisi de revenir à ses dates traditionnelles en septembre, selon un calendrier plus favorable pour l'ensemble de la profession.

Après une session de janvier très réussie, tant en nombre d'exposants, qu'en nombre de visiteurs, Bijorhca entame sa session de rentrée avec l'objectif de développer le secteur précieux.

Les exposants sont venus du monde entier pour cette nouvelle édition : France, Espagne, Italie, Allemagne, Portugal, Grande Bretagne, Grèce, États-Unis, Belgique, Pays Bas, Suisse et Brésil. Devant le nombre croissant des exposants, Bijorhca a localisé son accueil à l'extérieur sur le parvis du Hall 5.

Le premier étage consacré à la Bijouterie horlogerie, garde la même configuration, traversé par une allée centrale, ponctuée d'expositions et d'Espaces comme l'espace Tendances d'Elizabeth Leriche. L'espace précieux, avec son circuit précieux, et son passage précieux

rassemble de plus en plus de marques spécialistes de la joaillerie élégante. Fiana dont les collections pétillantes mêlent diamants et pierres précieuses à la sensualité de l'or, Porchez, ses perles de Tahiti, et sa collection Porchet-Joaillerie, Isabelle Langlois et ses créations poétiques et colorées, Lyon Alliances Brillants qui fabrique des alliances sur mesure depuis 25 ans, et bien d'autres encore.

Au rez de chaussée, sont rassemblés les fournitures, l'industrie technique, et la sécurité.

De nombreuses animations ponctuent le salon :

- **Des conférences**, menées en col-



Fiana



Exposition Antoni Beck Ici et Maintenant
Sculpture- byAalek©



Magic princess

laboration avec l'Union de la bijouterie Horlogerie et Bijorhca Paris, traitent des sujets chers aux visiteurs :

- L'accessibilité des commerces aux personnes handicapées
 - Les nouvelles règles du rachat d'or
 - L'actualité du droit social
 - Conférences autour de la formation
 - La sécurité
 - Les tendances
- **Un espace Tendances** revisité qui met en scène la fantaisie et le précieux : The Wonderstone, autour de thèmes forts : Magic Princess, Dark Queen, Baby Doll, Lady Rock.

Entretien avec Richard Martin



Directeur Adjoint et Directeur artistique du salon

L'Officiel Horlogerie & Bijouterie : Que pensez-vous de cette nouvelle session ?

Richard Martin : Nous sommes satisfaits de

l'évolution de Bijorhca, des nouvelles dates qui fixent le deuxième RDV de l'année en septembre, et des nombreuses animations qui valorisent les métiers du bijou.

L'OHB : Le nombre des exposants précieux augmente.

Richard Martin : Effectivement des marques comme Fiana, des fabricants de grande qualité comme LAB, nous rejoignent, tout comme les artistes bijoutières de Passage précieux et notre espace précieux s' étoffe, comme nous l'avions annoncé dans nos objectifs. Nos animations et nos expositions séduisent également, comme « Petits tatouages entre filles » ou les sculptures monumentales de Antonin Heck recouvertes de feuilles d'or, sans oublier la coulée d'or et les conférences.

Pour notre plus grande satisfaction, nous constatons que de nombreuses marques qui avaient quitté Bijorhca, reviennent avec plaisir.

- **Le Club des Représentants** - Imaginé et orchestré par « L'Officiel Horlogerie & Bijouterie », avec le soutien de Bijorhca, le Club des représentants est devenu un point incontournable du salon. Il a pour objet de mettre en relation les entreprises à la recherche de commerciaux, et les représentants souhaitant trouver de nouvelles cartes. Dans un espace convivial situé au cœur du salon (Stand A17) il offre l'opportunité de rencontres en direct, tandis que les offres et demandes seront affichées et consultables en permanence.

- **L'or en fusion**

« L'Officiel Horlogerie & Bijouterie » en partenariat avec Bijorhca propose aux visiteurs d'assister à des fontes d'or et de platine en direct. Les coulées d'or, connues des professionnels, restent un spectacle dont on ne se lasse pas. Le fondeur répètera son geste, et formera des lingots plusieurs fois par jour, au rythme de :

- 2 fontes le matin
- 3 fontes l'après midi.

Entre le nombre croissant de ses exposants et ses animations multiples qui touchent le cœur de la bijouterie-horlogerie, Bijorhca s'impose comme le rendez-vous professionnel incontournable de la rentrée. ■ N.K.

« **Le Bijou s'expose à Reims** » *par le Comité Francéclat*

La ville de Reims a accueilli du 18 au 23 juin 2014 l'exposition : « Un Bijou d'Expo » organisée par le Comité Francéclat.



Organisée dans le cadre de ses expositions itinérantes de bijoux précieux sur le thème de la couleur à destination du grand public, l'inauguration de l'événement s'est déroulée en présence de Vitalie Taittinger, Mairaine « d'Un Bijou d'Expo ». Personnalité et figure féminine emblématique de la ville de Reims et de la région Champagne-Ardenne, directrice Artistique des Champagnes Taittinger, elle portait avec grâce les couleurs de cette exposition consacrée à la Bijouterie-Joaillerie. Dans le cadre historique de la Demeure des Comtes de Champagne, fabricants, artisans,

bijoutiers-joailliers et créateurs de toute la France présentaient des créations caractéristiques de la bijouterie-joaillerie contemporaine dans une scénographie aussi moderne que dynamique. Les compositions de bleus, de roses, de jaunes et de rouges, qui dominaient l'exposition, ont enthousiasmé les visiteurs séduits par près de 300 bijoux. Disposées dans vingt vitrines multicolores, une soixantaine de marques exposaient leurs plus belles pièces classiques, contemporaines ou design, proposant ainsi un tour d'horizon des tendances fortes de la création. ■

N.K.



Aménagement du Poste de Travail



POT052-HB



POT053-HT

69,00
€ H.T.
la Pièce

POT051 - Potence Réglable Double
à Visser

39,00
€ H.T.
la Pièce

POT030 - Potence Courte (45 cm)
Fixe à Visser

69,00
€ H.T.
la Pièce

POT055-S - Plaque Pivotante
pour Potence 26 x 22 x 6 Cm

69,00
€ H.T.
la Pièce

POT052-HB - Porte Fraises
pour Potence
57 Trous 30 x 8 Cm

59,00
€ H.T.
la Pièce

POT053-HT - Cuvette Rectangle
pour Potence 30 x 8 Cm

48,00
€ H.T.
la Pièce

POT057 - Plaque Hêtre 80 x 20 Cm
+ 2 Adaptateurs Potence

54,00
€ H.T.
la Pièce

POT058 - Plaque Hêtre 120 x 20 Cm
+ 2 Adaptateurs Potence



POT030



ROBERT Frédéric, horloger à Aubenas

Les vrais horlogers aimeraient un peu plus de reconnaissance par les marques

Il y a 30 ans, à Aubenas, toutes les grandes marques horlogères étaient représentées : Jaeger-LeCoultre, Oméga, puis Rolex, Tag-Heuer, Breitling, Zenith, Hermès, Cartier, Longines. Aujourd'hui il ne reste que Tissot. Les horlogers, dépositaires de la marque ou horlogers « en chambre », pouvaient commander les fournitures pour remettre ces montres en état. Aujourd'hui, tout cela n'est plus possible. Pourquoi ? Interview de ROBERT Frédéric, horloger diplômé.



L'Officiel Horlogerie & Bijouterie :
Comment expliquer ce changement de la part des marques qui crée un certain mal être chez les bijoutiers ?

Robert Frédéric. : Aujourd'hui, elles ont des systèmes de vente exclusifs impossible à contourner et nous ne pouvons plus vendre ces belles montres que pourtant nous présentons à nos clients. Certaines personnes acceptent d'aller dans une grande ville pour y avoir accès, mais la majorité ne donne pas suite. Il en va de

même pour toutes ces montres vendues il y a longtemps dans notre ville et qui ont aujourd'hui besoin d'être remises en état. Si cela ne nécessite pas de fournitures, nous pouvons le faire, mais dès qu'il faut commander une pièce, commence alors un chemin de croix. Aujourd'hui, on ne fait plus de distinguo entre un horloger diplômé et un « marchand de montres ». Que ce soit en matière de vente ou de réparation, nous n'existons plus pour ces marques.

L'OHB : Il est vrai qu'en matière de réparation, nombre de grandes marques ont créé leur propre SAV avec des horlogers formés par celles-ci.

R. Frédéric. : Oui et c'est très bien, d'abord pour les dépositaires de ces marques qui n'ont souvent pas d'atelier et ne veulent pas gérer les problèmes techniques, ensuite pour des mécanismes complexes pour lesquels nous ne sommes pas formés, ne serait-ce que parce que nous ne possédons pas l'outillage hyper spécialisé nécessaire, même pour faire une étanchéité.

Mais de là, à ne pas pouvoir se faire envoyer une couronne, un verre ou une lunette pour une montre classique vendue il y a 20 ans et que nous révisons régulièrement, il y a un gros écart. Nous sommes quand même des professionnels ! De plus, le client n'est pas forcément content quand on l'adresse vers ces services de SAV dont les coûts sont très supérieurs aux nôtres. Plus d'un client m'a dit : « ou vous me la réparez, ou je la mets au rebut ».

L'OHB : Voilà une situation où tout le monde est perdant. Quels changements souhaiteriez-vous ?

R. Frédéric. : Un minimum de recon-



naissance par ces grandes marques pour le travail de conseil que nous apportons à nos clients. Il m'est arrivé de devoir tenir tête à un client pour qu'il accepte de confier sa montre au SAV d'une grande marque, sachant que je n'en retirerai aucune compensation financière ni même la reconnaissance de la marque pour mon travail en

amont ! Aujourd'hui, je passe une heure de « bavardage-conseil » avec un client, lui expliquant les différences entre telle ou telle marque sans, au final, réaliser la vente, je ne gagne rien ! C'est un peu démoralisant.

Je finis par me poser des questions. Quelle image devons-nous donner de notre métier ? Dois-je continuer à parler avec passion de ces grandes marques ? Ou me contenter de dire à mon client qu'il n'a aucun intérêt à mettre un tel prix dans une montre mécanique de marque qui, en fin de compte, va lui revenir très cher en entretien et lui donnera l'heure avec moins de précision qu'une bonne montre à quartz et faire la vente !

L'OHB : Concrètement, comment verriez-vous l'évolution des relations ?

R. Frédéric. : Je pense que les grandes marques devraient soigner un peu plus les vrais horlogers, qui travaillent à les mettre en valeur. Il ne faut pas oublier que le client, même si il a acheté une montre chez un dépositaire dans une grande ville, va le plus souvent demander conseil à son horloger lorsqu'il a un problème. Il m'est arrivé de contacter par courriel une marque pour un renseignement sur le prix d'une pièce (bracelet) et ils n'ont même pas daigné répondre... Le client n'a pas apprécié ! Il m'a acheté une autre montre. ■ M.T.



LANDREAU - POITIERS



**DUTRIEUX
AGENCEMENT**

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



PRÉVÔT - BORDEAUX





Christine Bessière

La Compagnie des Gemmes se développe en franchise

La Compagnie des Gemmes connaît une belle croissance et ne compte pas s'arrêter là. L'OFFICIEL HB a rencontré sa Directrice Commerciale, Christine Bessière.



La future boutique

C'est à Paris, dans la passante et joyeuse rue du Commerce, que la Compagnie des Gemmes est installée. Elle a été fondée par deux gemmologues, Laurent Thomas et Frédéric Fontaine en 1992. Depuis 3 ans, Christine Bessière, une ancienne de chez Robert Wan, pionnier de la perliculture en Polynésie, est chargée du développement de la clientèle. Cette gemmologue passionnée de pierres ne parle pourtant que de ses clients, convaincue que la relation humaine, la confiance établie avec chaque personne qui franchit la porte de la joaillerie est l'atout gagnant. Effectivement, pendant l'interview, la boutique ne désemplit pas.

« Nous sommes tous gemmologues

ici. Parler des pierres en professionnel rassure les clients, mais ça ne suffit pas. Il faut s'intéresser vraiment à eux et à ce qu'ils aiment ». Le joaillier a même organisé des soirées-conférences privées chez ses clientes sur le thème des pierres. « Les clientes étaient ravies, elles invitaient leurs amis, et c'est nous qui organisons tout. Nous avons eu de très bonnes retombées ». Créer une relation durable demande du temps et de l'attention, mais aussi des initiatives pour susciter l'intérêt, comme celles de faire réaliser un modèle par une designer, par une bloggeuse de joaillerie, ou encore de créer un blog (ma-bague-de-fiancailles.com) avec des témoignages et des histoires de pierres à faire rêver.



Les bagues de fiançailles assurent 80 % du CA de la Compagnie des Gemmes. La cliente se voit proposer un large choix de pierres précieuses et de pierres fines aux eaux vives, toujours de belle qualité. « Nous allons toujours vers le haut-de-gamme » précise C. Bessière. « Mais nous achetons nos pierres sans intermédiaire, d'où les prix attractifs ». Les ventes ont enregistré une belle croissance, le panier moyen a triplé, passant de 619 à 1 892 €.

Le joaillier cherche à se développer en France par la franchise, et à l'étranger par de nouvelles boutiques qui lui apporteront du chiffre d'affaires mais aussi de la notoriété. « Nous avons fait appel à un architecte d'intérieur pour relooker totalement notre boutique, et ce concept sera diffusé dans nos franchises. Nous avons même envoyé des images 3D du futur mobilier à nos meilleures clientes pour leur demander leur avis ». Un exemple de crowdsourcing inhabituel dans la profession ! ■ I.H.



Mr PONGE - MAUBOUSSIN - C. CIAL JAUDE - CLERMONT FERRAND



CASTELAIN Nicole - SAINT RENAN



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



PARTENAIRE AGENCEMENT

LE RESPECT, LA RIGUEUR
ATELIER B
AGENCEMENT



FERRET - CANNES



CAP AGENCEMENT



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



TENDANCE DE SOUSA CHEVALIER - C. CIAL E LECLERC - CHERRE

Diamants synthétiques **comment les faussaires progressent encore**

Les pierres synthétiques existent depuis longtemps, passant petit à petit de l'usage industriel à la contrefaçon de pierres gemmes. Eddy Vleeschdrager, expert en diamants et pierres précieuses depuis 40 ans, fait le point sur leur évolution.



Des spécialistes de l'Horlogerie et de la Joaillerie, de la vente, du marketing, des métiers d'art et de la gemmologie ont animé fin juin « Made in Création », une semaine de conférences de l'ING ouvertes au public. Eddy Vleeschdrager a fait un état des lieux des diamants de synthèse.

Si la technique des diamants de synthèse progresse, la spectrométrie, qui permet de les déceler, également. Le Laboratoire Français

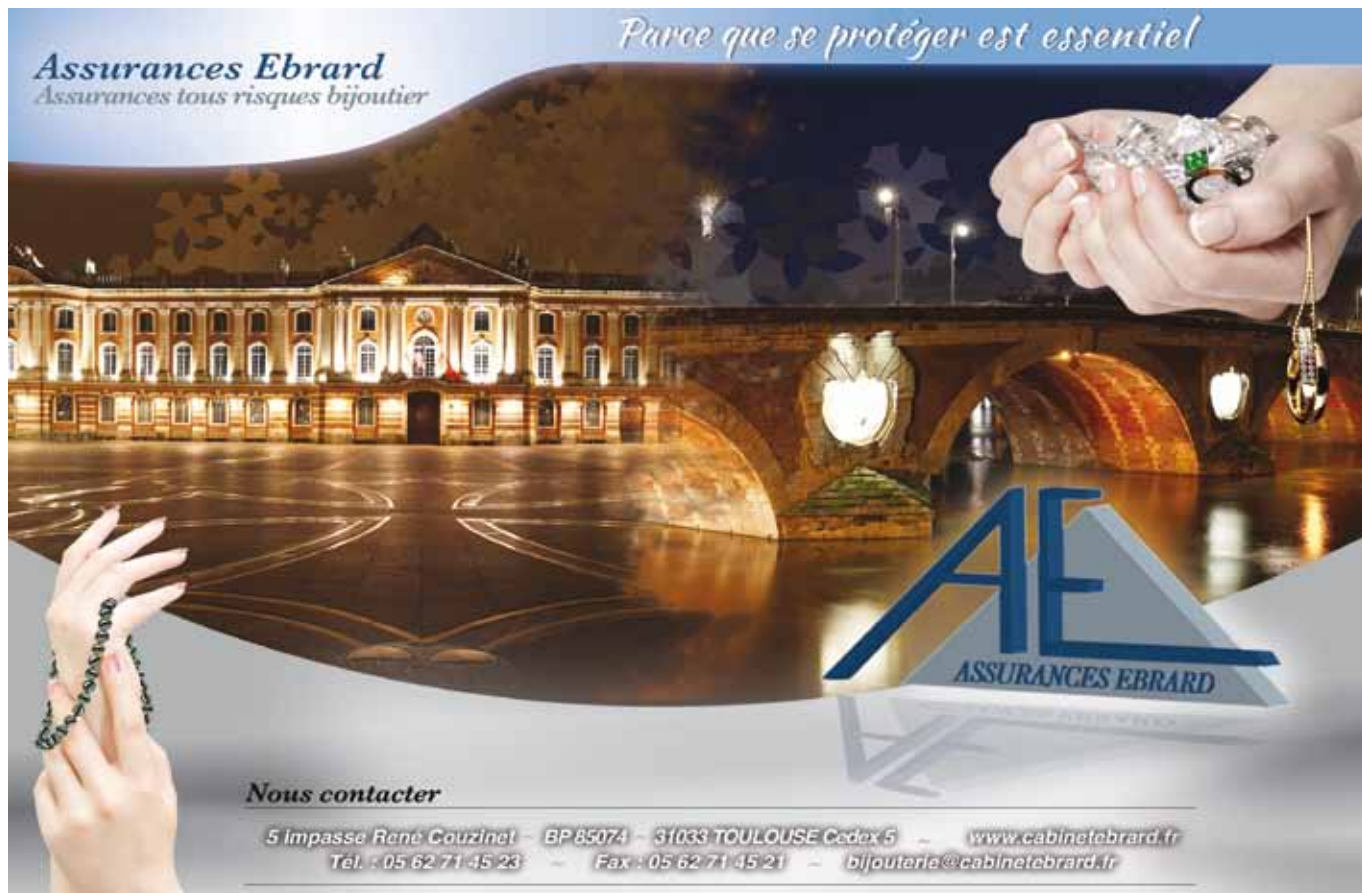
de Gemmologie est, par exemple, équipé du DiamondView dernière version de la DTC-De Beers. Les diamants synthétiques HPHT (Haute Pression Haute Température) et CVD (Chemical Vapor Deposition) sont les deux types de diamants de synthèse qui existent aujourd'hui. Certains CVD seront ensuite encore traités pour gagner en pureté. Plus purs mais moins résistants que les HPHT, ils sont moins facile à identifier à la loupe. En mai 2014 est apparue une

nouvelle méthode d'amélioration de la couleur et de la pureté mise au point par les Russes : la LPHT (Low Pressure High Temperature) par traitement à très basse pression. Les diamants sont chauffés à 2 200°, mais la pression n'est que de 0.0013595 kg/cm², au lieu de 60.000 kg/cm², ce qui rend leur prix beaucoup plus attractif. Plusieurs pierres peuvent être traitées en même temps, et passent de brun à incolore en très peu de temps (quelques minutes à quelques heures). Ces diamants ne sont pas encore sur le marché, mais le HRD travaille déjà sur leur détection. Ils se limitent aux types II et aux CVD selon le HRD, mais les Russes soutiennent que tous les diamants sont concernés.

Les pierres de synthèse de belle qualité vont-elles se faire une place sur le marché de la joaillerie ? Pas tout de suite, rassure Eddy Vleeschdrager, aujourd'hui seuls les Américains sont acheteurs de pierres synthétiques en joaillerie. Les autres marchés restent encore fidèles aux pierres lentement grandies sous la terre. Jusqu'à quand ? Les diamants de couleurs deviennent rares et leur prix aux enchères devient intouchable... ■ I.H.

Assurances Ebrard
Assurances tous risques bijoutier

Parce que se protéger est essentiel



AE
ASSURANCES EBRARD

Nous contacter

5 Impasse René Couzinet - BP 85074 - 31033 TOULOUSE Cedex 5 - www.cabinetebnard.fr
Tél. : 05 62 71 45 23 - Fax : 05 62 71 45 21 - bijouterie@cabinetebnard.fr



Partenaire Pro

Le meilleur logiciel HBJO en toute simplicité



Adéquation parfaite



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



Gains au quotidien

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



Efficacité immédiate

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



Pérennité à long terme

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

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

Analyse de vos besoins sur simple demande



Le point sur les métaux précieux

Or

La situation politique au Proche-Orient, où Israël et Gaza sont entrés dans un nouveau cycle de violences décrit comme le plus grave depuis deux ans, accentue la tension sur le cours de l'or. Par ailleurs, la situation en Ukraine est plus que sensible. Le métal précieux tente à nouveau les spéculateurs, qui parient sur sa hausse et les investisseurs recommencent à placer leur argent dans les ETF or. Les cours sont en juillet au plus haut depuis quatre mois. L'or joue de nouveau à plein son rôle favori de valeur refuge.

Argent

Les cours du métal blanc sont désormais fixés grâce à un mécanisme électronique. Les volumes sont publiés chaque jour pour plus de transparence. Le nouveau système a été mis en place cet été, remplaçant l'ancien, vieux de 117 ans. Le secteur de l'or réfléchit lui aussi à réformer voire à remplacer le processus de cotation du métal jaune, qui est dans l'œil des régulateurs de marché.

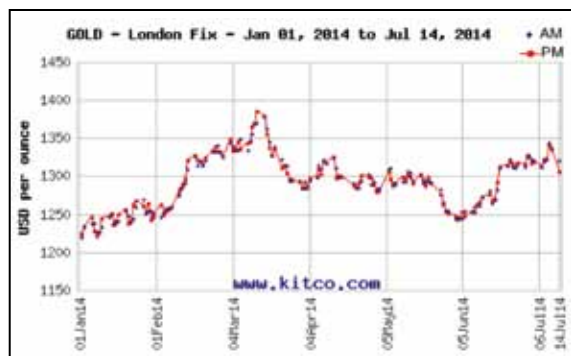
Platine

Le platine et l'argent ont une dimension industrielle nettement plus forte que l'or, notamment le platine très utilisé dans l'industrie automobile. On sait que les métaux précieux industriels surperforment l'once d'or. Ils sont dans la ligne de mire des investisseurs, ce qui influence les cours. Mais contrairement à l'or, le platine est moins sujet aux effets déstabilisants du statut de valeur refuge.

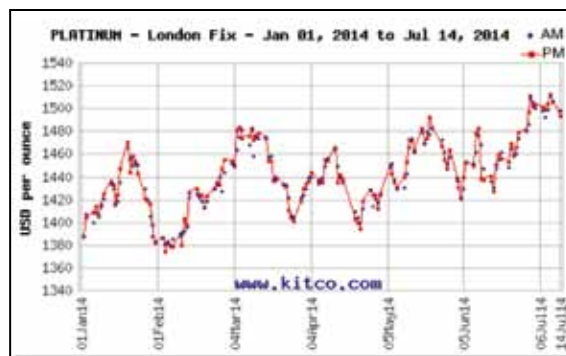
Palladium

Les cours du palladium sont au plus haut depuis un an. La Russie, premier producteur mondial, pourrait se servir du précieux métal comme d'une arme stratégique en cas de sanctions économiques imposées par l'Occident. Cette crainte a fait grimper les cours à leur plus haut niveau depuis un an. Or le palladium est indispensable à l'industrie automobile pour fabriquer les pots catalytiques. Ce ne serait pas une première : au début des années 2000, les prix du palladium avaient atteint des sommets à 1.100 dollars l'once peu de temps après que le pays avait suggéré de suspendre ses livraisons. Un groupe automobile américain avait enregistré une perte de près de 1 milliard de dollars après avoir acheté du métal au plus haut. ■ I.H.

Source : les Echos Bourse



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



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



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



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



AV-GOLD TEAM



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

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

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

Sur : **www.avgoldteam.com**

Or fin dans lingot fondu et titré98% du fixing le gramme.....30,54€ le gramme

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

Débris or : sur la base du fixing de Londres

exemple : fixing du 22/07/2014 à 31167€

24 cts	94% du fixing le gramme.....	29,29€ le gramme
22cts	84%	26,18€ le gramme
18cts	70%	21,82€ le gramme
14cts	51,5%	16,05€ le gramme

Argent : sur la base du fixing de Londres **exemple** : fixing du 22/07/2014 à 495€

Pièces françaises 900‰	ag fin x fixing -6.5%	416,00€ le kilo brut
Pièces françaises 835‰.....	ag fin x fixing -6.5%	386,00€ le kilo brut
Pièces françaises 680‰.....	ag fin x fixing -6.5%	314,00€ le kilo brut

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

Conjoncture

France



Les exportations françaises ont fortement ralenti à destination de nos partenaires extra-européens. **Le PIB croîtrait de 0,7 % en 2014, après +0,4 % en 2012 et 2013.** Le pouvoir d'achat des ménages s'améliore trop faiblement pour conduire à une franche accélération de la consommation, et les investissements en logements neufs continuent de se replier. La légère hausse attendue de l'emploi proviendrait exclusivement des emplois aidés dans l'administration.

Allemagne



L'activité positive au premier trimestre 2014 (+0,8 %) a été soutenue par le rebond de la consommation des ménages et le dynamisme de l'investissement dans la construction. **Sur l'année, la croissance sera de 1,9 %, et les prévisions sont de 2 % sur 2015.** La mise en place d'un salaire minimum, qui concernera 4 millions de travailleurs, est en revanche considérée comme un futur frein à la croissance.

Grande-Bretagne



Forte d'un rebond de la consommation et du marché immobilier, **la Grande-Bretagne revoit son objectif de croissance et table sur une hausse de 2,7 % en 2014.** Il s'agit de la plus forte révision à la hausse de la croissance entre deux budgets depuis au moins trente ans. Malgré tout, le pays reste encore lourdement endetté.

Espagne



Le PIB espagnol a progressé de 0,4 % au premier trimestre et devrait augmenter de 1,2 % sur l'ensemble de l'année. Mais **le taux de chômage est toujours au plus haut en Europe, à près de 26 %, et ne devrait repasser sous les 20 % qu'en 2017.** L'emploi ne répond pas à la - très mince - reprise.

Italie



« En 100 jours, Matteo Renzi a déjà changé l'Italie » titrait le Figaro. Après avoir réduit les impôts des entreprises et des ménages modestes, Renzi a lancé un programme pour **le travail des jeunes, où le chômage atteint le niveau record de 42 %.** D'ici 2015, 110 provinces seront supprimées, économisant 3 000 postes de fonctionnaires.

Etats-Unis



Le FMI et la FED ont coup sur coup abaissé leurs prévisions de croissance de 3 % à un peu plus de 2 %, à cause d'un hiver rigoureux très énergivore. Cependant, les indicateurs de l'emploi et de la production industrielle ne sont pas si négatifs. Malgré l'atonie de l'activité de construction résidentielle ou la relative faiblesse de la demande étrangère, les conditions sont réunies pour une croissance solide.

Pays émergents

Les enquêtes de conjoncture se situaient toujours à un niveau bas en mai 2014. Même si la compétitivité-prix de ces économies est toujours bonne, l'activité conserverait un rythme ralenti. Les importations progresseraient à un rythme plus modeste (environ +1,6 % par trimestre contre +2,2 % en moyenne entre 2000 et 2008).

Sources : INSEE, le Figaro, le Point, les Echos, le Monde, l'Expansion, le Temps



Matériels et
Consommables
pour Fonderie
et Bijouterie



c a b e

AVALON



Retrouvez nous
Au **STAND L03**
au **NIVEAU ÉLÉMENTS**
de votre salon **Bijorhca**



PINCE À DEGRAPPER
PNEUMATIQUE



INJECTEUR DE CIRE



CENTRIFUGEUSE COULÉE
MANUELLE C500



BROSSE FIPA



COLLES ARALDITE



POLISSEUR TE-18x3

Approcast®

Village d'entreprises Morantin
Chemin de Coye la forêt
95270 Chaumontel
Tel: 01 34 71 21 14
Fax: 01 34 71 21 24
Mail: approcast95@orange.fr

Site web: www.approcast95.com

Où en sera le luxe en 2025 ?

Lors d'une conférence organisée par l'Association des Professionnels du Luxe, IPSOS a présenté son étude sur les évolutions de la clientèle du luxe en 2025. Un bilan multicéphale.



En 2025, 60 % de la population mondiale vivra en ville. www.photo-libre.fr

Dans l'étude d'IPSOS sur le luxe en 2025, Rémy Oudghiri, Directeur du département Tendances & Insights, Ipsos Public Affairs a identifié 7 mutations profondes qui vont définir le luxe de demain. Les changements démographiques, économiques, sociaux, le déplacement des valeurs, le bouleversement des attentes et des comportements mais aussi, et surtout, la révolution Internet, bousculent l'horizon.

La révolution démographique : en-dehors de l'Afrique, les populations vont continuer de vieillir. Mais les nouveaux seniors voudront rester en forme,

séduisants, et connectés à la vie sociale. Par ailleurs, les personnes seules seront de plus en plus nombreuses. Elles représenteront 46 % des foyers en France, 38 % au Japon, et les femmes seules au Moyen-Orient seront de plus en plus nombreuses. Les produits de luxe devront être repensés pour ces cibles solitaires de tous les âges. Les occasions de rencontres et d'échanges seront très sollicitées. Dans cette nouvelle organisation de la vie sociale, le luxe lié à la séduction et à la convivialité aura donc toute sa place.

Le triomphe des villes : en 2025, 60 % de la population mondiale vivra en

ville et 41 villes d'Asie compteront plus de 5 millions d'habitants. Dans ce contexte de surpopulation urbaine, le calme et l'espace seront devenus de véritables luxes, tout comme la volonté de se singulariser par son style, de se différencier dans cette nouvelle foule urbaine.

L'évolution des valeurs : le nombre d'individus appartenant aux classes moyennes en Asie va plus que tripler. Dans les pays développés, il sera stable (USA) ou en légère croissance (Europe). Les valeurs d'hédonisme et d'individualisme qui vont de pair avec l'enrichissement vont se diffuser, y compris dans les pays de culture traditionnelle. Ces nouveaux clients du luxe, plus experts, plus critiques et mieux informés, seront attirés par l'histoire et l'authenticité des marques plus que par l'envie de paraître.

Le nouvel ordre technologique : il y aura 5 milliards d'internautes dans le monde en 2020, et d'ici-là, le trafic des données mobiles va se multiplier par 10 environ. Les espaces publics et privés, de moins en moins différenciés, seront ultra connectés. Le développement du commerce mobile rendra les magasins « de moins en moins commerciaux ». Les clients aspireront de plus en plus à faire les choses par eux-mêmes, à avoir des applications et des objets personnalisés. En revanche, si la maison connectée leur facilite la

vie domestique, ils auront de plus en plus besoin de se déconnecter pour décompresser : « Deconnect to reconnect » avec soi-même, la nature, le calme. Ce retour aux valeurs sûres profitera au vintage.

Le boom de la mobilité : en 2030, le nombre de passagers aériens aura plus que doublé. Le tourisme va se développer partout, surtout en Europe. En parallèle, la curiosité pour les cultures non-européennes suscitera de nouveaux territoires d'exploration et la volonté de préserver ceux-ci. Le luxe européen devra donc céder un peu de sa suprématie, tout en étant davantage présent dans un monde où les voyages et le tourisme iront croissants.

La pression écologique : la demande en énergie va exploser, bien au-delà des capacités de la planète, tandis que la biodiversité va poursuivre son déclin. La quête de qualité, d'authenticité et de simplicité va retrouver du sens. Le luxe devra être responsable, respectueux de la bioéthique, transparent sur les processus d'approvisionnement et de fabrication.

La société du « blurring » (floutage) : la frontière entre humain et machine sera plus perméable (connectique, médecine, ...) ainsi que la séparation entre vie privée et vie professionnelle, à l'image du « bleisure » (business + pleasure). Les styles seront hybrides, superposés, mélangés, le mobilier aura des usages multiples. Dans cet esprit, des partenariats inhabituels verront le jour, dans le luxe comme ailleurs.

Le luxe va continuer à évoluer, comme il l'a toujours fait, pour créer le rêve. La qualité et l'exclusivité seront de plus en plus appréciées, la clientèle du luxe éduquée et sur-informée ne laissera plus de place aux faux-semblants. Les nouveaux modes de vie, urbains et nomades, les nouveaux clients, plus âgés ou jeunes solitaires dans la foule, les valeurs d'éthique et d'authenticité, l'ultra connexion partout et tout le temps, ... sont autant de facteurs de transformation lourds. Parallèlement, les jeunes et les classes moyennes aspireront à plus de premium pour entamer leur montée des marches vers le luxe. L'étude d'IPSOS fourmille de nouvelles pistes pour les marques de luxe qui seront toujours désirables si elles savent tenir le difficile équilibre de la rareté et de la proximité. ■

I.H.

fischer

ANALYSES ET TITRES OR ET PLATINE EN QUELQUES MINUTES

Epaisseur Analyse Matériaux
Micro Dureté Contrôle des Matériaux



Elle a tout d'une grande ! Nouveau FISCHERSCOPE® XAN 315, choisissez la qualité et la précision FISCHER à moindre coût »

Notre dernier spectromètre à fluorescence de rayons X (EDXRF) compact est optimisé pour la détermination du titre de l'or, argent, platine ou de tous autres métaux précieux avec une grande précision, inférieure au ‰ (1/1000) pour l'analyse de l'or. La composition exacte des bijoux, de tous les alliages et des revêtements de joaillerie peut être déterminée en quelques secondes. De taille réduite pour un poids de 13 kg, c'est l'appareil de comptoir idéal.»

FISCHER INSTRUMENTATION ELECTRONIQUE
7, rue Michaël Faraday
78180 Montigny-le-Bretonneux
Tél. : 01 30 58 00 58
www.helmut-fischer.com
email : france@helmutfischer.com



Génération Y : future clientèle du luxe

La LOL génération ultra connectée bouscule les codes et se montre exigeante.



Dans leur ouvrage **La génération Y et le luxe***, deux publicitaires, Eric Briones et Grégory Casper, livrent une réflexion dense sur l'attitude des jeunes face au luxe. La génération Y, c'est l'ensemble des jeunes de 18 à 30 ans qui composent la nouvelle vague née de parents baby boomers. Pourquoi Y ? Le terme vient de l'anglais Y qui se prononce « why », c'est-à-dire « pourquoi ». C'est justement une génération qui questionne beaucoup, qui est curieuse et remet en question les acquis. Elle est décomplexée vis-à-vis du luxe qu'elle consi-

dère comme une récompense, un resourcement, un plaisir. Pour autant, celui-ci doit se calquer sur leur univers où l'humour, l'autodérision, la mise en scène et l'appartenance au clan sont les nouvelles valeurs. Rebelles, hyper connectés, sans cesse à la recherche de nouveautés, les Y sont difficile à capter et exigeants dans l'approche des marques. Pour appartenir à leur monde, celles-ci doivent reprendre leurs codes, utiliser toutes les ressources du numérique interactif, avoir une fun attitude tout en ayant de solides fondements. Burberry est

souvent cité en exemple pour avoir su mixer contact physique et performance digitale dans sa boutique londonienne de 2 500 m². Les Y attendent des marques qu'elles adoptent une approche ludique, informent et démontrent.

Car cette LOL génération a désacralisé le luxe d'hier et demande des preuves. Des preuves sur le prix tout d'abord, sur l'envers du décor, c'est-à-dire la qualité intrinsèque du produit de luxe, la fabrication et tous les ingrédients qui justifient la rareté. Le storytelling, c'est-à-dire la façon dont les marques racontent leur histoire et positionnent leur identité, garde toute son importance à leurs yeux. Les Y sont demandeurs d'informations, de connaissances, de codes fortement identifiables qu'ils pourront s'approprier.

Hédonistes et individualistes, ils revendiquent leur propre look et sollicitent des marques la possibilité de créer leur style sur mesure grâce aux conseils des vendeurs. C'est ce que les auteurs appellent le *self branding*. Luxe n'est plus synonyme de prix cher mais plutôt de style. Hermès, avec ses boutiques éphémères, l'animation permanente de son site, ses films à la fois drôles et très léchés, ses petits messages sous forme de dessins animés, ou Chanel, avec ses 10 films Inside Chanel, riches d'un storytelling zappeur et stylé, sont totalement en adéquation avec la cible Y. ■

I.H.

* *La génération Y et le luxe*, Eric Briones et Grégory Casper - Ed. Dunod

L'Asie a-t-elle une culture du luxe ?

Malgré un relatif essoufflement économique, l'Asie reste le moteur du luxe dans le monde. Mais derrière les chiffres se cache une culture du luxe en mosaïque.

Le Japon arrive en deuxième position après les Etats-Unis pour le nombre de millionnaires dans le monde - 1,8 millions - et les grandes fortunes chinoises et indiennes se multiplient. Trois spécialistes de l'Asie ont étudié en profondeur les cultures du luxe de ces pays*. Le Japon, rattrapé par le vieillissement de sa population, une crise économique et un certain « malaise » quant au concept de possession privilégiée depuis quelques années un luxe « immatériel » tel que les onzen (spas de luxe dans les sources d'eau chaudes) et les voyages. Le calme et la volupté sont la nouvelle richesse de ce pays fou de marques occidentales il y a encore quelques années. Un chemin que ne suit pas la Chine. Grâce à son succès économique fulgurant, l'Empire du Milieu s'adonne à la symbolique sociale de la richesse, entre autres l'horlogerie suisse et les bijoux très empierés. Mais ici, contrairement au Japon, on n'admire l'Occident que pour mieux le dépasser. Fait notoire : le numéro un de la haute-joaillerie, ttf HAUTE JOAILLERIE, basé à Shenzhen, vient de s'installer place Vendôme... Quant à l'Inde, si le luxe d'apparat reste une tradition forte depuis les maharajas**, il traduit aussi un art de vivre et ne va pas sans la générosité et la redistribution. La fortune est une juste récompense de vies antérieures méritantes, et dans la population pauvre, les bijoux en or sont un véritable placement, une assurance-vie. Les Indiens gardent un artisanat du bijou très vivace, protégé des importations étrangères par des droits de douane prohibitifs.

Dans une récente étude de l'IFOP***, il apparaît que les clients du luxe des pays émergents rejoignent rapidement les aspirations des Occidentaux : moins de logos, moins d'ostentation, luxe sur-mesure, importance du service,... brûlant ainsi les étapes habituelles et privilégiant un luxe d'expérience et de discernement plus qu'un luxe d'achat. ■ I.H.

* JM. Bouissou, J. Siboni, MJ. Zins Argent, fortunes et luxe en Asie, éd. Picquier 2013

** Exposition L'Inde : les bijoux ayant conquis le monde. Musées du Kremlin de Moscou du 12 avril au 27 juillet 2014

*** IFOP Living Luxury in Emerging Markets, 2013

UNE EQUIPE SERIEUSE
A VOTRE SERVICE

FOM2000

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

Salons professionnels en France

VENDÔME LUXURY

septembre 2014
Paris

BIJORHCA

5 au 8 septembre 2014
Paris

Salons professionnels à l'étranger

BIJOUX

4 au 7 septembre 2014
Milan - Italie

VICENZA ORO

6 au 10 septembre 2014
Vicenza - Italie

DELHI JEWELLERY & GEM FAIR

6 au 8 septembre 2014
Delhi - Inde

MIDORA LEIPZIG

6 au 8 septembre 2014
Leipzig - Allemagne

BANGKOK GEMS & JEWELRY FAIR

9 au 13 septembre 2014
Bangkok - Thaïlande

BISUTEX

10 au 14 septembre 2014
Madrid - Espagne

IBERJOYA

10 au 14 septembre 2014
Madrid - Espagne

EURO BIJOUX COLLECTION

10 au 14 septembre 2014
Madrid - Espagne

GIFTRENDS MADRID

10 au 14 septembre 2014
Madrid - Espagne

HONG KONG JEWELLERY & GEM FAIR

15 au 21 septembre 2014
Hong Kong - HK

NEW YORK ART, JEWELRY & ANTIQUE SHOW

17 au 21 septembre 2014
New York - USA

PORTOJÓIA

25 au 28 septembre 2014
Porto - Portugal

JUNWEX MOSCOW

1er au 5 octobre 2014
Moscou - Russie

HITEX INTERNATIONAL GEMS & JEWELLERY EXPOSITION (HIGJE)

octobre 2014
Hyderabad - Inde

GOLD SILVER WATCH

octobre 2014
Helsinki - Finlande

GSW PRO

octobre 2014
Helsinki - Finlande

IJT AUTUMN - INTERNATIONAL JEWELLERY TOKYO AUTUMN

1er au 3 octobre 2014
Tokyo - Japon

WATCHES & JEWELLERY - HODINY A KLENOTY

2 au 4 octobre 2014
Prague - Rep Tchéque

INTERGEM

3 au 6 octobre 2014
Idar-Oberstein - Allemagne

ESPAIJOIA

10 au 13 octobre 2014
Barcelone - Espagne

MIDEAST WATCH & JEWELLERY SHOW

14 au 18 octobre 2014
Sharjah - EAU

BIJOUX EXPO

16 au 19 octobre 2014
Istanbul - Turquie

ISTANBUL JEWELRY SHOW

16 au 19 octobre 2014
Istanbul - Turquie

PORTLAND CHRISTMAS CASH & CARRY GIFT SHOW

17 au 19 octobre 2014
Portland - USA

	Page
A.AUGIS	1
ANTICA MURRINA VENEZIANA	39
APPROCAST	63/87
ATELIER DU BOIS	81
AV GOLD TEAM	85
BIJOUX BERMO	61
CABINET EBRARD	83
CAP AGENCEMENT	81
CHRONO A.G.	21
D-SIGN	49
DUFAUD	73
DUTRIEUX	79
ETIQUETTES GRILLE	93
FIANA	13
FISCHER INSTRUMENTS	89
FOM 2000	91
FOSSIL	33
GAY FRERES/KIDOU	15
GL ALTESSE	17
INVERNESS	69
LABORATOIRES POURQUERY	67
LA COQUE DE NACRE	3
LES EMPREINTES	25
LES NOUVEAUX BIJOUTIERS	47
LORD SARL	93
LP CREATIONS	11
LYON ALLIANCES BRILLANTS	49
M3 SOFT	83
NOMINATION SRI	19
NOMBRE D'OR	59/4ème DE COUVERTURE
O C S	3ème DE COUVERTURE
PANDORA	29
PERJES	4/5
SYNALIA	73
THABORA	9/1ère DE COUVERTURE
THE SWATCH GROUP / RENATA	45
TRENDY ELEMENTS	2ème DE COUVERTURE
VERSPIEREN	51
VEYRET	77

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

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 :

passer une petite annonce

Nouveau : Vos petites annonces avec photo. Une annonce avec photo est 7 fois plus consultée qu'une annonce sans photo. Tarif petite annonce 12,50 € HT la ligne + 17 € HT par photo (2 photos maximum). Les demandes d'emploi sont gratuites. Votre annonce sera publiée dans le magazine papier et sur le site internet Pour passer des petites annonces dans notre magazine, rédigez votre texte en lettres majuscules dans le tableau ci-dessous **ou rendez-vous sur notre site www.lofficielhb.com**

Veillez retourner votre texte, accompagné de votre règlement à :

PEGAZE VISIONS - 117, rue des Charmettes - 69006 LYON

[illegible]

Raison sociale :

Nom et prénom :

Adresse :

Téléphone :

Fax :

Mail :

Mois de Parution :

Rubriques :

- ☐ JANVIER/FEVRIER
☐ MARS/AVRIL
☐ MAI/JUIN
☐ SEPTEMBRE/OCTOBRE
☐ NOVEMBRE/DECEMBRE

- ☐ Offre d'emploi
☐ Demande d'emploi et stage
☐ Vente de fonds de commerce
☐ Divers

☐ J'ajoute des photos à mon annonce : _____ x 17 € HT par photo

VENTE

Réf.3021011



A Châtelailon-Plage (17340)

dans rue très commerçante, vend Bijouterie-horlogerie. A l'étage, aménagement possible en atelier ou appartement - Tél. 05 46 56 30 43
06 99 26 14 73 - Email: luc.orbinot@sfr.fr

VENTE

Réf.3020821



Vends belle affaire

HBJO cause retraite dépt 79 emplacement n°1 dans ville dynamique devanture récente sécurité aux normes atelier appartement attenants ca 410k ttc fond 168k - Tél. 06 82 25 66 27

Réf.3020871

Vends Atelier-Magasin 92

Fabrication-Transformation-Réparation. CA moyen s/3 ans 450000 euros. Loyer 1400 euros TTC.



Cession avec ou sans stock. Magasin refait à neuf 2013. Tél : 06 68 55 29 35 - E-mail : serge@artisanjoaillier.com



Réf.3020491

Dept 33 vends cause retraite

bij/horl ville touristique loyer 745€
vente 57 000€ - Tél. 05 57 46 44 59 à saisir

Réf.3020481

URGENT projet autre ville Vends AGDE

2bij fantaisie et traditionnelle - CA 215K stable
- prix vente 35 000€ - Tél. 06 03 89 63 73

Réf.3020961

Droit au bail 49100 Angers

magasin et atelier bijouterie fabrication réparation (cause retraite) loyer 660 € TTC
PV 80 000€ - Tél. 02 40 60 09 18 - 06 63 82 23 12

Réf.3020031

Dépt 63 Puy de Dôme ville de 12000 ha

seul dans la ville - 90m² avec ateliers Horlog.& Bij.
+ bureau tout équipé pour la fabrication & réparation - loyer 18384 € / an Bon bénéfice - Prix de vente : 14 000€ 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.3020941

A proximité de Lille, la Ville de Marcq-en-Baroeul
40 000 habitants, 2300 entreprises, accompagne ses commerces et recherche un bijoutier-horloger qui compléterait l'offre de service existante.
S'adresser à Edith Masse : 03 20 45 45 40 / 41
edith.masse@marcq-en-baroeul.fr

Réf.3020911

Préfecture Sud-Ouest 1er ordre
cause retraite bel espace joaillerie, notoriété, avec atelier complet + laser 124m² + 180m² caves 17m de linéaire, alarme, vidéo, fumigène vitrines sécurisées, 2 coffres. CA moyen : 470 000€ HT
BIC confortable. Stock au grès prix : 380 000€
Berbianca2013@gmail.com

OFFRE D'EMPLOI

Réf.3010691

Fabricant français de bijoux
Recherche REP avec cartes HBJO
www.liova.net - Tél. : 01 69 20 34 26
mail : liovarecrite@yahoo.fr

Réf.3020221

HORBINOR SILVOZ recrute
2 VRP exclusifs sur secteur grand Sud Est et grand Sud-Ouest, Portefeuille clients et CA existants envoyer CV à danielhbn@nordnet.fr

OFFRE D'EMPLOI

Réf.3019971

La marque de joaillerie argent APM Monaco présente chez 1300 revendeurs dans 42 pays, recrute un représentant exclusif pour le Secteur Est France, notamment Alsace Lorraine, pour raccrocher ce secteur au succès grandissant que nous connaissons. Expérience dans le milieu des marques ou de la mode souhaitée.

Salaire fixe + variable
et frais. Envoyez votre
CV à kh@apm.mc

apm
MONACO



Réf.3019181

Fabricant de bijoux or et argent
recherche représentants multicartes ou agents commerciaux sur régions Alsace / Lorraine / Sud-Ouest et Centre.
Envoyer CV à fhmonaco@monaco.mc

DEMANDE D'EMPLOI

Réf.3000006

Très bien introduit auprès des HBJO
dans les dépts du Nord de la France, recherche poste Attachée commerciale/VRP Exclusif
D. Lecoutre - e-mail : d.lecoutre@orange.fr

Ce n'est pas le fruit du hasard si plus de 1000 bijoutiers, joailliers et horlogers ont fait confiance au concept André Laval pour organiser leur **LIQUIDATION DE STOCK ET VENTE MASSIVE.**



Pourquoi pas vous ?

Lors d'une opération de **LIQUIDATION** ou de **VENTE MASSIVE**, faites appel à une équipe de spécialistes ! Notre concept met en œuvre cette équipe de professionnels. Leur sérieux et leur compétence feront toute la différence ! Parmi nos références :

• Bijouterie FAUR-QUINTANA, Toulouse • Bijouterie NOEL, Metz • Bijouterie DOTTER, Guebwiller • Bijouterie L'ORADE, Pontarlier • Bijouterie CATTEAU-AUCHÈRE, Vichy
 • Bijouterie Émiphère, Clermont l'Hérault • Bijouterie GUILBERT, Hazebrouck • Bijouterie BLANC, Bagnols Sur Cèze • Bijouterie MAUREL, Saint Affrique • Bijouteries PIERY, Marseille-La Valentine, Roissy, Rouen, Le Havre, Tours, Béziers, Nîmes, Riom, Mulhouse, Dammarie-les-Lys, Bry/Marne, Claye Souilly, Chalons en Champagne, Geispolsheim, Toulouse-Gramont, Toulouse-St Georges, Tourcoing, Lille, Limoges, Martignes, Avignon Cap Sud, Avignon Mistral 7, Le Pontet, Pérols, Vitrolles, Aix-les-Milles, Plan-de-Campagne, Aubagne, Marseille-La Canebière, Marseille-Le Merlan, MArseille-Grand Littoral, Mandelieu, Antibes, Toulon, Hyères • Bijouterie VUILLEMIN, Freyming-Merlebach • Bijouterie L'ECRIN, Wassy • Bijouterie DONNADIEU, Avignon • Bijouterie L'ILE D'OR, Château-Gontier • Bijouterie LA GUILDE DES ORFEVRES, Montceau les Mines • Bijouterie PARRENIN, St Germain en Laye • Bijouterie ROEDELSPERGER, Colmar • Bijouterie BONHOMME, Ribeirac • Bijouterie THILLY, Millau • Bijouterie BELLEC, Landerneau • Bijouterie LE NEVÉ, Pontchâteau • Bijouterie FAURE, Montélimar • HEURE ET MONTRES, Colmar • Bijouterie CHRIS DEL MAR, Vincennes • Bijouterie AZARIAN, Amiens • Bijouterie LA COUPE D'OR, Lagny Sur Marne • Bijouterie PETIT, Montereau Fault Yonne • Bijouterie BEAUMESNIL, Dinard • Bijouterie AUDEON-DURAND, Nantes • LE STYLO DES GRANDS HOMMES, Bordeaux • TRANSPARENCES, Bordeaux • Bijouterie RIVALS, Toulouse • Bijouterie FRED'ERIC SOUDEE, Antibes • Bijouteries JULIEN D'ORCEL, Housen, Munster, Mulhouse, Crépy en Valois, Pacé, Amiens, Dijon • Bijouterie GILLMANN, Queven • Bijouterie BOUQUIGNAUD, Cambrai • Bijouterie GERARD, Thionville • Bijouterie AZY ROMANET, Châlon sur Saône • Bijouterie JOALRIC, Neuilly/Seine • Bijouterie SIEVERT, Digoon • Bijouterie LA GERBE D'OR, Cherbourg • Bijouterie GEORGES, St Grégoire, Rennes • Bijouterie DAURY, Toulon, La Garde • Bijouterie SANCY GOLD, Noyelles Godault • Bijouterie NURIT, Mende, St Etienne • Bijouterie CHRISTOR, Nîmes • Bijouterie DAMADE, Calais • Bijouterie LAFFONT, Lavelanet • Bijouterie HAFNER, St Etienne • Bijouterie THOMAS, Clisson • Bijouterie ORALINA, Saint Denis • Bijouterie COUTURIER, Nemours • Bijouterie GODET, La Roche sur Yon • Bijouterie FERREIRA, Crépy en Valois • Bijouterie MANCEAU, Cholet • Bijouterie MARECHAL, Reims • Bijouterie L'OR DU TEMPS, Chelles • Bijouterie CUVELIER, Chalon sur Saône • Bijouterie PUYBARAUD, Langon • Bijouterie FONTAN, Bordeaux • Bijouterie DOLET, Angoulême • Bijouterie LONGINUS, Strasbourg • Bijouterie CRUMIERE, Valence • Bijouterie JOHANN L., Bourges • Bijouterie CARAT, Blois • Bijouterie BIJOUFOULE, Arbet • Bijouterie de LA CATHEDRALE, Perpignan • Bijouterie au TREFLE D'OR, Dunkerque • Bijouterie LORAINA, Sarreguemines • Bijouterie HORQUIN, Château Thierry • Bijouterie TOURMALINE, Sierentz • Bijouterie LABORDE, Dax • Bijouterie GOLAZ, Morges, SUISSE • Bijouterie MARTIN JULIEN, Limoges • Bijouterie GAMET, Cran Gevrier • Bijouterie BEAUCE, Locminé • Bijouterie LUXE & PRESTIGE, Pornic • Bijouterie NION, Brest • Bijouterie JOROMAR, Paris • Bijouterie DUCAS, Bordeaux • Bijouterie BORD, Biarritz • Bijouterie PROST, Champagnole • Bijouterie OR CENTOR, Cannes • Bijouterie MARIE, Landivisiau • Bijouterie DESCOURS, Le Puy En Velay • Bijouterie RAOULT, Lorient • Bijouterie HERRERO-BOUE, Marseille • Bijouterie VOLAT, Aix-les-Bains • Bijouterie LA GERBE D'OR, Laval • Bijouterie LINGOT D'OR, Lyon • Bijouterie CARAT D'OR, Valenciennes • Bijouterie LE JEUNE, Paris • Bijouterie OREDIAM, Issoire • Bijouterie MARTIN, Dijon • Bijouterie BASTER, Clermont-Ferrand • Bijouterie TUVACHE, Chartres • Bijouterie FAUR, Saint-Jean-de-Luz, Bayonne, Biarritz • Horlogerie EUROPAQUARTZ, Aubagne, Le Pontet, Nancy, Anglet, Grenoble, Montpellier, Marseille, Roncq, Noyelles Godault • Bijouterie BARROUYER, Carpentras • Bijouterie DE LA PLACE, La Madeleine • Bijouterie MALHER, La Souterraine • Bijouterie PAISANT, Lisieux • Horlogerie GOLDY Les Montres, La Défense Paris, Angers, Troyes • Bijouterie PLANETE OR, Paris, Bourg-en-Bresse, Valenciennes, Sète • Bijouterie GRIERE, Caudry • Bijouterie DUGOR, Auray • Bijouterie ROUYR, Epinal • Bijouterie LA LOUVE GRISE, Pont du Château • Bijouterie BARRAUD, Montluçon • Bijouterie ORLYS, Rochefort • Bijouterie L'OR ET L'ARGENT, Lormont • Bijouterie PRIEUR, Tours • Bijouterie GASPARD, Château-Thierry • Bijouterie GAUTHERON, Dijon • Bijouterie TENTATION D'OR, Montauban • Bijouterie GUILLOTIN, Compiègne • Bijouterie BASTIAT, Royan • Bijouterie LASNIER, La Rochefoucault • Bijouterie CASTEL, Lyon • Bijouterie COLONNES D'OR, Limoges • Bijouterie GERBE D'OR, Pau • Bijouterie LEVEQUE, Dreux • Bijouterie HAILLOT, La Seyne-sur-Mer • Bijouterie RAVEL, Hyères • Bijouterie MALLET, Maisons-Alfort • Bijouterie LE LOUPP, Quimper • Bijouterie DELAUNAY, Cognac et Ruffec • Bijouterie DE LUCIO, Drancy • Bijouterie ARTEON, Biarritz • Bijouterie GODECHOT ET PAULIET, Paris • Bijouterie L'ART DU BIJOU, Munster • Bijouterie LOUISET, Bagnols-sur-Cèze • Bijouterie FRANÇOIS, St-Etienne • Bijouterie MOUCHERE, St Hilaire-du-Arcouët • Bijouterie DUCHET, Vesoul • Bijouterie DELOBEL, Armentières • Bijouterie DASSONVILLE, Mauriac • Bijouterie CARLES, Poitiers • Bijouterie POUILLOUX, Royan • Bijouterie BOUR, Freyming-Merlebach • Bijouterie PARRENIN, Brie-Comte-Robert • Bijouterie LA SAJA, Chalon-sur-Saône • Bijouterie SABINE, Sarraïbe • Bijouterie BLUESPIRIT, Rennes • Bijouterie ALAIN CORTOT CARADOR, Montluçon, Brive, Guéret, Valence, Le Creusot, Limoges, St Jacques, Salaise • Bijouterie PORTEJOIE, La-Roche-sur-Yon • Bijouterie GANSTER, Merlebach • Bijouterie VIVIER, Angoulême • Bijouterie VILLARET, La Grande Combe • Bijouterie PERDRIEU, Saint-Yrieix-la-Perche • Bijouterie L'HOSTE, Sablonville • Bijouterie GUILHEM, Béziers • Bijouterie MAQUART, Rethel • Bijouterie d'ARMOR, Quimper • Bijouterie FINET, Mâcon • Bijouterie THIERRY, Dreux • Bijouterie MOREAU, Pau • Bijouterie LEPAGE, Le Havre • Bijouterie ROGER, Bayeux • Bijouterie TRETOU, Lorient • Bijouterie CAUBET, Toulon • Bijouterie GRANSAC, Castres • Bijouterie L'ANNEAU D'OR, Nantes • Bijouterie ORLEAC, Mérignac • Bijouterie BRILLAXIS, Bayonne • Bijouterie GIGANDET, Beaune • Bijouterie LE CARAT, Miramas • Bijouterie CHABRIER, Saint-Denis • Bijouterie GALINIER, Saint-Gaudens • Bijouterie STAHL, Montbrison • Bijouterie CHAPATTE, Montbéliard • Bijouterie BOUSCH, Forbach • Bijouterie PERREARD, Annecy • Bijouterie VERMANDE, Nyons • Bijouterie PEPIN, Orléans • Bijouterie LA GERBE D'OR, Gaillac • Bijouterie GRANDEMANGE, Epinal • Bijouterie LETHU, Lorient • Bijouterie FUSTIER, Clermont-Ferrand • Bijouterie ROCHE, Chambéry • Bijouterie PRELY, Bourges • Bijouterie LES ARCADES, Cherbourg • Bijouterie BERTHIER, Dijon • Bijouterie L'OR et L'ARGENT, Lormont • Bijouterie LA CHAUSSEE D'OR, Paris • Bijouterie GUILMETTE, Caen • Bijouterie CARAUD, Paris • Bijouterie GUEGUIN, Vannes • Bijouterie DUMAS-COMBE, Bourg-en-Bresse • Bijouterie VIBERT, Alberville • Bijouterie GAREL, Annonay • Bijouterie DES ARCADES, Castres • Bijouterie HARDY, Villefranche-sur-Saône • Bijouterie RIEME, Montceau-les-Mines • Bijouterie MARTIN, Massy-Palaiseau • Bijouterie OREDIA, Paris-Rivoli • Bijouterie KAKAL, Orléans • Bijouterie MASSART, Toulon • Bijouterie GERAUD, Le Puy-en-Velay • Bijouterie SARRAZY, Bergerac • Bijouterie PETITEAU, Chalans • Bijouterie MAQUART, Sedan • Bijouterie BUSQUET, Marmande • Bijouterie GENTIS, Royan • Bijouterie LES DIAMANTINES, Pessac • Bijouterie LALLEMAND, Epernay • Bijouterie STUDER, Amiens • Bijouterie LES TOURMALINES, Paris • Bijouterie MIRO, Carcassonne • Bijouterie CHAIZE, Grenoble • Bijouterie TURLIER, Mâcon • Bijouterie ORIANE, Ollioules • Bijouterie SAUTEJEAN, Lannion • Bijouterie KREITER, Haguenau • Bijouterie GERBE D'OR, Caen • Bijouterie ELIE, Poitiers • Bijouterie LASSALLE, Rouen • Bijouterie LA TOPAZE, Epinal • Bijouterie OR ET DIAMANT, Choisy-le-Roi • Bijouterie CHEVALIER, Orléans • Bijouterie COMBE, Besançon • Bijouterie GUIGO, Saint-Renan • Bijouterie LANDREAU, Poitiers • Comptoir CARDINET, Versailles, Le Chesnay • Bijouterie BASSEREAU, Reims...

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

POUR TOUTES VOS QUESTIONS SUR LES LIQUIDATIONS ET VENTES MASSIVES, CONTACTEZ NOUS SANS ENGAGEMENT : OCS CONCEPT A. LAVAL

Tél. 06 03 29 47 24 - Fax 05 62 89 13 28 - e-mail ocs.laval.thomas@wanadoo.fr
 O.C.S. Rue de l'Ambène - B.P. 198 - 63200 Riom - www.liquidation-ocs.com
 (mêmes coordonnées pour nos bureaux Sud de St-Raphaël)

NOMBRE D'OR

ARCHITECTURE COMMERCIALE



PELLEGRIN & FILS - C.Cial LES TERRASSES DU PORT - Marseille - CONCEPTION NOMBRE D'OR



GEORGES - C.Cial ALMA - Rennes - CONCEPTION NOMBRE D'OR



DORISE - Bordeaux - CONCEPTION NOMBRE D'OR



L'ORADE - Pontarlier - CONCEPTION NOMBRE D'OR



MONTRES AND CO- Arras - CONCEPTION NOMBRE D'OR



SO OR - GROUPE ROBBEZ MASSON - CONCEPTION NOMBRE D'OR



GARELL - CONCEPTION NOMBRE D'OR