

TIME FORCE ultimate concept watches

Pág. 24

Comienza un nuevo capítulo para Time Force con rueda de prensa y evento exclusivo.

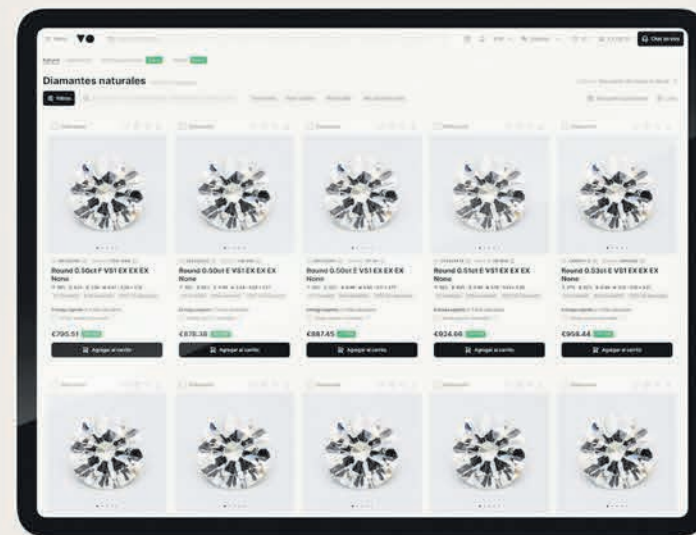
Time Force inaugura sus nuevas oficinas en Madrid.

Novedades 2023 de Time Force con diamantes, piedras curativas y espirituales...

Ana Lucía Domínguez Invitada especial de **Time Force en MadridJoya**

La nueva colección Amorosa de Time Force será presentada en colaboración con la famosa actriz y modelo internacional Ana Lucía Domínguez.

El secreto mejor guardado del sector



- Envíos y Facturación Consolidados
- Crédito Gratuito de 30 Días *
- Política de devoluciones gratuitas en 35 días

NIVODA
Tu aliado en la excelencia



www.nivoda.net

*Sujeto a aprobación

ExtraEstilo

Págs. 54-60

Entre las tendencias de la temporada FW24 destacan la estética clásica reinventada o el mix de materiales.



Pág. 64

Liska continúa innovando en sus colecciones ▶

Pág. 70

Cosar Silver trae novedades y nuevas colecciones



Pág. 80

Las cruces, la joya que más veremos ▶

Págs. 84-85

Premio Moda Baño nuevos talentos 2023



CONTRASTE

ORO Y HORA Mundo técnico desde 1949 | Nº 198 |

www.grupoduplex.com // Abono anual: 15€
Septiembre 2023 // Año MMXXIII // CONTRASTE 262

Págs. 04-09

MadridJoya, ¿la definitiva?

► Las expectativas son altas, las ganas y la ilusión una realidad y, a pesar de que todavía surgen opiniones divididas, ¿qué esperar de MadridJoya septiembre?

► "Hablar de consolidación no ayuda a que la feria siga "activa" en sus iniciativas ya que el mercado es muy cambiante, hay muchas ferias emergentes y necesitamos ser un reclamo..."

Para algunos, MadridJoya septiembre será una primera vez; para otros, un regreso inesperado aunque prometedor y, para otros, una cita a la que ya son fieles. Sea como sea, MadridJoya busca marcar un antes y después con una edición que ya cuelga el cartel de *sold out* desde hace meses y en la que participarán 260 marcas nacionales e internacionales. Esta situación "responde a la apuesta que las empresas han hecho por la feria para

convertirla en el escaparate de tendencias y la plataforma para realizar las compras de cara a la temporada de Navidad", afirma Julia González, directora de la feria. Y es que esta edición contará con una importante representación del sector joyero y relojero. De nuevos nombres a marcas internacionales, fieles a la cita y un universo relojero que cobra relevancia con una representación reforzada. ♦



Tesoros de coleccionista para Only Watch



La subasta benéfica Only Watch nació en 2005 con una intención, crear belleza para hacer el bien y se ha convertido ya en cita imprescindible de la alta relojería con propuestas especiales. Pág. 36

Pág. 18

Pedro Durán y Franco Pianegonda estrechan lazos

Franco Pianegonda comienza su andadura en España con su icónica marca FRANCOPIANE; lo hace de la mano de Pedro Durán, distribuidor oficial para España y Portugal.

Pág. 42

La transformación del sector en VOS23

VicenzaOro septiembre abrirá sus puertas el próximo 8 de septiembre para dar paso a las nuevas tendencias del sector.

Pág. 12

Nuevo diseño, nuevas intenciones. Victoria Cruz se renueva



Victoria Cruz anuncia su ambicioso plan de transformación y lo hace con el objetivo de adaptarse a los nuevos tiempos. Así es que, la marca se ha propuesto cambiar su logo y renovar por completo su imagen de marca. ♦

Asaltan una joyería en Valladolid y rocian con gas pimienta a las dependientas

Las noticias más leídas del mes

grupoduplex.com

La boutique de Piaget en París sufre un millonario robo

Lotus Connected desvela el Reloj Oficial de la Selección Española de Baloncesto

El CRN vuelve a MadridJoya

MadridJoya, ¿la definitiva?

Las expectativas son altas, las ganas y la ilusión una realidad y, a pesar de que todavía surgen opiniones divididas, ¿qué esperar de MadridJoya septiembre?



Thomas Sabo

© Beatriz Badás Álvarez

Para algunos, MadridJoya septiembre será una primera vez; para otros, un regreso inesperado aunque prometedor y, para otros, una cita a la que ya son fieles. Sea como sea, la edición de septiembre de MadridJoya busca marcar un antes y un después. ¿Cumplirá, definitivamente, con las expectativas?. Los protagonistas de la cita ferial hablan.

Las expectativas son altas y el sentimiento de éxito se palpa. La próxima edición de MadridJoya, que se llevará a cabo del 14 al 17 de septiembre, cuenta con "el cartel de completo y hay lista de espera para empresas que desean participar", afirma Julia González, directora de la feria. Por lo que esta situación "responde a la apuesta que las empresas han hecho por la feria para convertirla en el escaparate de tendencias y la plataforma para realizar las compras de cara a la temporada de Navidad", añade. En total, 260 marcas nacionales

e internacionales presentarán sus novedades Otoño-Invierno 2023/24 en la edición de septiembre, la misma que contará con una importante representación del sector joyero y relojero, así como con empresas que lo harán por primera vez. Es el caso de Movado que, como afirman para *Contraste* "este año va a ser el primero en el que participamos con otro nombre, nuestro principal objetivo es darnos a conocer como grupo y presentar las últimas novedades de nuestro potente portafolio de marcas tanto de relojería como de bisutería". Y es que, como decíamos, esta edición se refuerza con la presencia de los principales actores del sector, posicionándose más cerca de ese "todos a una". A los que nunca fallan a la cita, se suman otros nuevos nombres para esta cita nacional como Thomas Sabo o Daniel Wellington que, como afirman, "desde Diffusione Orologi, distribuidor de Daniel Wellington en gran parte de países de Europa,

260 marcas presentarán sus novedades FW 23-24

nuestro objetivo en MadridJoya es mostrar al mercado nacional que la marca se consolida como una propuesta de lujo accesible, con distribución cuidada y no masificada. Hoy en día contamos con 150 puntos de venta y centros El Corte Inglés. En Madrid, vamos a presentar a nuestros clientes de España y Portugal las novedades de producto y estrategias de comunicación del 2024. Hoy en día, la marca tiene más de 4,9 millones de seguidores en su cuenta de Instagram, donde es una de las marcas pioneras en las acciones con *influencers*". Y es que, el espacio dedicado al universo relojero también cobra relevancia en MadridJoya con una representación más amplia y reforzada. Como añaden desde Time Force, "me alegra ver más firmas relojeras participando en esta cita ferial; incluso marcas internacionales han puesto su atención en Madrid".

¿Será entonces la edición de septiembre la consolidación definitiva?

"La concentración de oferta variada y de calidad en las marcas expositoras provoca la respuesta inmediata del profesional que encuentra en la feria el espacio ideal para conocer tendencias, establecer relaciones comerciales y recibir contenidos de calidad, especialmente programados para el visitante. Por otro lado, el programa de compradores internacionales procedentes de Europa y Latinoamérica, mayoritariamente, garantiza la difusión internacional de la feria y la presencia de profesionales de alto nivel que ponen el foco en la industria joyera española", afirma Julia González.

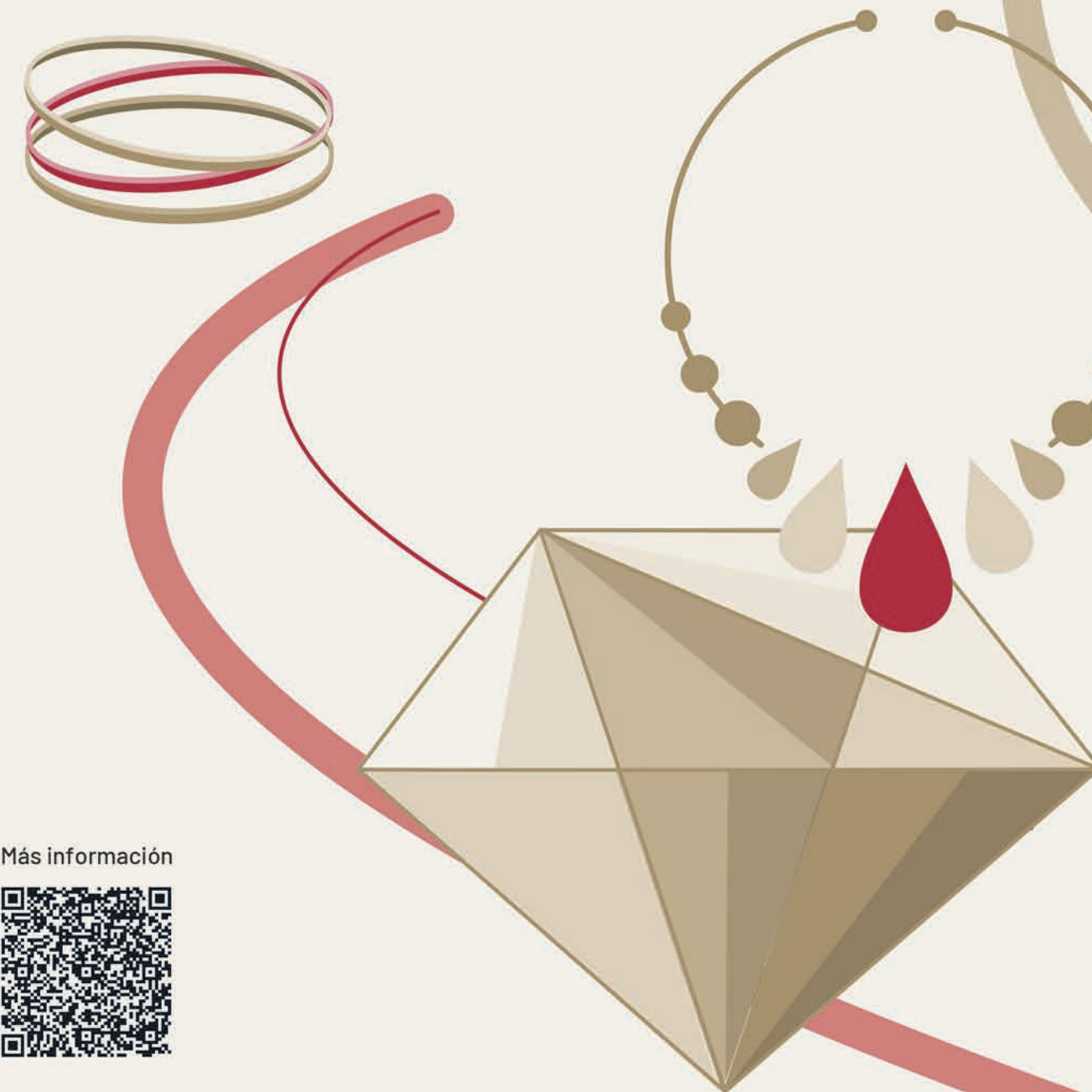
Y es que, para algunos protagonistas de esta edición, como Opla, "la edición de septiembre está ya muy consolidada desde hace años, es sin duda el evento nacional más relevante"; otros expositores fieles a esta edición, consideran que este "es el momento ideal para su consolidación", como afirma Liska; o LECARRÉ, que añade que "seguro que será la consolidación de la edición de Septiembre, pues el

madridjoya

Profesional

En coincidencia con

intergift
bisutex
MOMAD



Más información



Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia.

14-17
Sep

2023
Recinto Ferial
ifema.es





Victoria Cruz

año pasado ya había sido una buena edición y esta, por lo que hemos escuchado, incluso irán clientes que habían dejado de ir a la feria"; o Salvatore Plata que, tras 20 años formando parte de esta edición consideran que "es una feria que debería estar ya muy consolidada dentro del circuito internacional de ferias, pero para eso se debe imponer como un referente dentro de este circuito internacional de ferias ofreciendo diferenciación y comunicando una ventaja competitiva frente a sus ferias competidoras; esperamos que así sea en esta edición septiembre 2023". Para los expositores que confían en MadridJoya por primera vez, como es el caso de Movado, "el año pasado ya se vio que MadridJoya volvía a generar interés entre nuestros clientes y sinceramente creemos que la oferta de este año, que ha crecido tanto en cantidad como sobre todo en calidad, puede ayudar sin duda a que se consolide en el calendario anual de ferias".

Sin embargo, Victoria Cruz afirma que "hablar de consolidación no ayuda a que la feria siga "activa" en sus iniciativas ya que el mercado es muy cambiante, hay

muchas ferias emergentes y necesitamos ser un reclamo para atraer visitantes de fuera, ya que Madrid es una ciudad muy popular y reúne las condiciones para albergar un evento de carácter internacional. La organización debe seguir trabajando, sin relajarse, en ampliar la oferta, mejorar la experiencia y lo más importante, cuidar a los participantes que son los que realizan la inversión confiando en obtener buenos resultados tras la participación".

Si hablamos de datos, recordamos que la última edición registró los mejores en mucho tiempo, con la asistencia de alrededor de 35.000 visitantes (con la suma de Intergift, Bisutex y MOMAD), superando en un 12% los datos registrados en la pasada edición de febrero. Y es que MadridJoya septiembre 2022 ya fue un anticipo del futuro de esta cita ferial y referente nacional, aunque con todavía mucho trabajo por delante. Como afirma Durán Exquise, "para Durán, a nivel nacional puede ser una edición positiva en cuanto a consolidación de visitantes pero a nivel internacional pensamos que todavía queda

Hablar de consolidación no ayuda a que la feria siga activa

mucho camino por recorrer. Creo que hace falta un replanteamiento de los stands *standard* que pone la feria, ya que no pueden ser todos cerrados un una vitrina central, estilo años 90. Pero esta edición de septiembre es la que debe perdurar".

"Esperemos que se vaya consolidando; ya desde la dirección de la feria se está haciendo un esfuerzo importante en ir dotando de contenido y nuevas propuestas para alcanzar un posicionamiento clave dentro las ferias a nivel mundial. Esperemos también que lleguen compradores internacionales, que es uno de los aspectos a trabajar en el presente y que ayudará a consolidar el futuro de Madrid Joya", Sikno.

"En vista a los expositores que participarán en esta edición, pienso que tiene el potencial de ser una feria más interesante de lo que han sido las últimas dos ediciones. Pero considero que todavía estamos lejos de tener la feria realmente consolidada; la competencia internacional es muy fuerte y además goza de ubicaciones geográficas más convenientes, así que MadridJoya tendrá que hacer mucho más para justificar y atraer nuevos empresarios y empresas a Madrid", afirma Time Force.

"Esperamos que sí. La organización de la Feria está realizando un gran trabajo para consolidar esta edición, que cada vez cuenta con más marcas y más visitantes. La reorganización de los pabellones también ha sido clave para impulsar un espacio en donde las marcas pueden exponer de una manera más atractiva y rodeadas de firmas del mismo sector", Marea.

"MadridJoya ha ido consolidándose edición tras edición gracias a la participación de expositores de gran calidad y con amplia experiencia en el sector. Lo que ha permitido a la Feria posicionarse como líder del sector en España", City Time.

"Pensamos que la feria tiene la oportunidad de consolidarse después de la inestabilidad de mercado post pandemia, y enfocarse en una edición única con foco

en campaña de Navidad", Daniel Wellington.

Así es que, queda claro que las empresas participantes en esta edición que representan al sector joyero y relojero apuestan fuerte por septiembre aunque la mayoría coinciden en una cosa, a nivel internacional esta consolidación todavía requiere de una gran labor.

¿Qué expectativas tienen puestas en MadridJoya?

Este escenario es para el sector joyero y relojero un punto de partida, nuevos objetivos y una carta abierta. Quizás por ello septiembre llega cargado de novedades, y no sólo en materia joyas. Por ejemplo, Victoria Cruz presentará una nueva imagen (Página 12 en Contraste) o Time Force, que se instala definitivamente en España (Página 24 en Contraste). ¿Qué esperan los protagonistas de esta edición?

"Para las ediciones de septiembre siempre hacemos una apuesta alta, tanto en las nuevas colecciones como en la innovación de la imagen de marca. Nuestra empresa es fiel y defensora del sistema tradicional y ve en MadridJoya la oportunidad de presentar de forma exclusiva al sector profesional todas las novedades que se presentarán para la nueva temporada de otoño invierno. Actualmente la digitalización nos permite presentar y dar visibilidad a las nuevas colecciones a través de otros medios, pero apostamos por mantener el contacto físico con nuestros clientes y nuevos visitantes, hablar con ellos, conocer sus inquietudes y poner todos los medios posibles en ayudar al sector profesional y a todos los intermediarios que lo componen. Para nosotros ver la reacción de los visitantes al conocer la puesta en escena de nuestra marca es una información muy valiosa para saber si estamos trabajando en la dirección correcta. Somos conocedores del esfuerzo que realiza la organización y esperamos que la respuesta por parte de los expositores y visitantes sea positiva y profesional retroalimentando buenas vibraciones que luego se



Liska



Luxenter en MadridJoya

verán reflejadas en el consumo", Victoria Cruz.

"Durán espera que nuestros clientes actuales y nuevos potenciales clientes puedan apreciar las nuevas colecciones de joyería Durán Exquise y de decoración y regalo de Pedro Durán. Durán también presentará dos nuevas marcas que derrochan creatividad en producto, marketing y comunicación", Durán Exquise.

"Tenemos mucha ilusión en que esta edición sirva para seguir posicionando a Sikno como referentes de fabricación de joyería y bisutería, ya que seguimos apostando por la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente, para esto hemos revalidado la certificación RJC y la ISO 14001. Además ofreceremos una nueva línea de negocio, colecciones propias de Sikno para clientes que necesiten stock rápido y de modelos muy comerciales, sin abandonar nuestro principal negocio, la creación de colecciones en exclusivas para nuestros clientes", Sikno.

"Nosotros siempre vamos muy ilusionados y con buenas expectativas para la feria, ya que presentamos muchas novedades y nuevo catálogo", Liska.

"Septiembre es siempre buena feria, para nosotros, que llevamos más de 40 años como fabricante, y siempre presentes en MadridJoya, es difícil hacer clientes nuevos, pero es siempre muy útil para ver a los antiguos y ofrecer las últimas novedades", Opla.

"Para nosotros es una feria clave para presentar las novedades de LECARRÉ para la campaña de Navidad. Es más, vamos a presentar una gran sorpresa para nuestros clientes y hemos decidido apostar por MadridJoya para esta presen-

tación. Siempre hemos captado nuevos clientes en la feria y la expectativa es que en esta edición con la sorpresa podamos captar incluso más clientes. Seguro será una edición que vale la pena visitar por parte de las joyerías, tanto por los nuevos expositores como por ver que presentan los habituales", LECARRÉ.

"Desde luego estamos emocionados en asistir, parece que crece un sentimiento positivo hacia esta feria que no existía en años anteriores y queremos ser partícipes de ello", Studex.

"Tenemos buenas expectativas, por ello hemos preparado varias sorpresas para septiembre; y no me refiero únicamente a novedades", Time Force.

"Nuestras expectativas son muy altas. Vamos con un stand más grande para poder realizar una amplia presentación de toda nuestra colección de relojes, *smart* y joyas. Después de la experiencia del año pasado, en la que cerramos la feria con muy buen sabor de boca, este año esperamos contar con muchos más visitantes, sobretodo por el interés en asistir que estamos viendo estos días por parte de nuestros clientes", Marea.

"Salvatore Plata como una marca consolidada al 100% en el sector, espera una gran afluencia de la gran mayoría de sus clientes españoles a los que les interesa ver y comprar nuestros nuevos diseños para este próximo Otoño/Invierno 23-24. Nuestra exposición es un espacio de venta, pero también de recepción, de esparcimiento, de reunión, donde nuestros clientes y aquellos que desean serlo se sienten muy a gusto y así esperamos que sea también en esta ocasión. Esperamos que septiembre 2023 sea la

Esta edición, que está completa, espera una gran acogida

feria en la que empiece a notarse la afluencia de visitantes internacionales y tengamos la oportunidad de abrir más clientes fuera de España", Salvatore Plata.

"Nuestras expectativas hacia MadridJoya no están enfocadas únicamente en incrementar las ventas. Vemos a la feria como una excelente oportunidad para crear nuevos contactos, atraer clientes potenciales y atender a nuestros clientes habituales en un entorno diferente. Así mismo, es un espacio muy potente para dar visibilidad a nuestras marcas y presentar nuestros nuevos proyectos y lanzamientos", City Time.

"Aprovechamos MadridJoya para presentar al mercado Español una de nuestras marcas propias, OPS!. Nuestro objetivo en la feria es encontrar un socio local que tenga interés en la distribución de nuestros *smartwatches* que hoy en día son referente en el mercado Italiano. OPS! Es actualmente uno

de los *smarts* con excelente equilibrio precio-beneficio con sello inconfundible de diseño italiano", Diffusione Orologi.

En definitiva, el sector joyero y relojero ya se prepara para esta cita que espera una gran acogida ya que, como añade Julia, "a la vista está que los expositores han respondido muy positivamente a la convocatoria de la feria y de ahí que estemos al completo. Esto nos hace pensar que, dada la gran cantidad de empresas participantes y el nivel de las mismas, tendremos garantizada una excelente participación de visitantes profesionales". Además, la edición de septiembre también contará con novedades como "la celebración de la primera edición de FUTURJOYA, el encuentro de referencia para los profesionales de la joyería, la gemología y la tasación". Así es que, empieza la cuenta atrás de MadridJoya septiembre. ♦

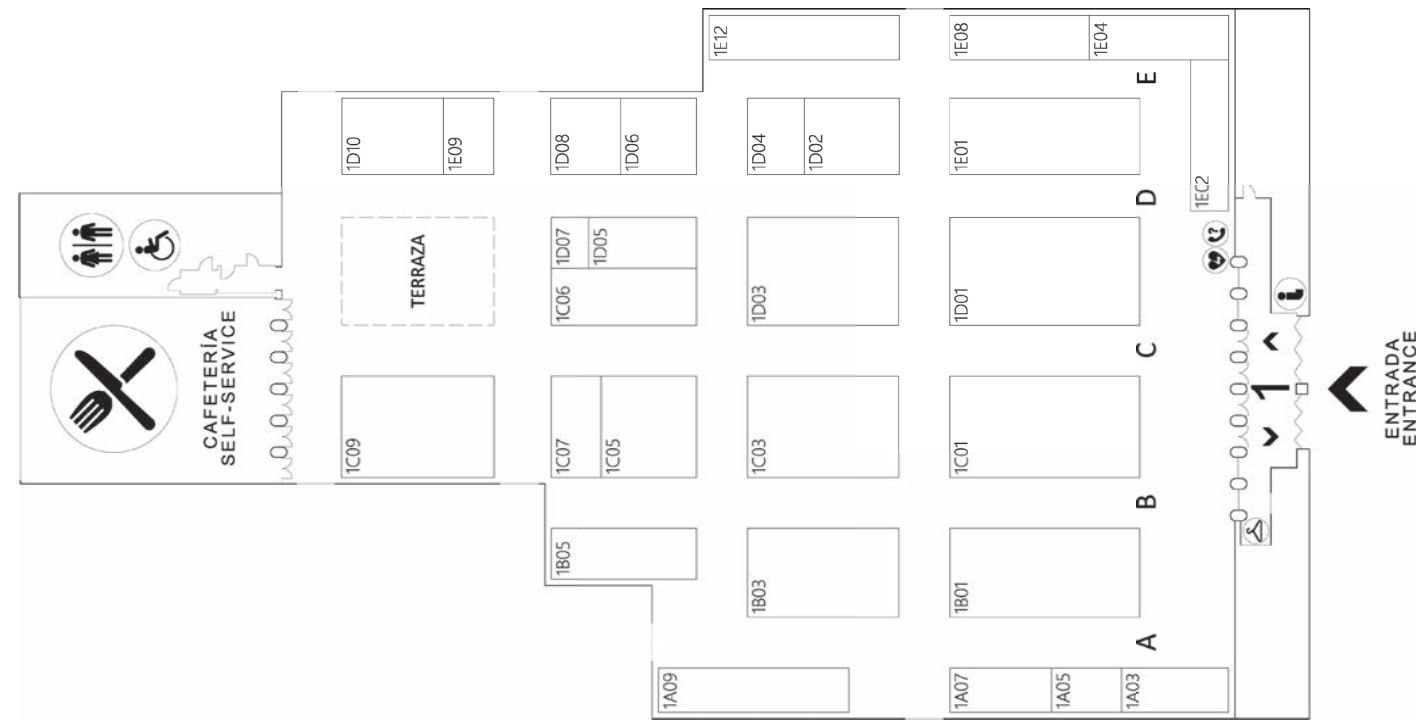


MadridJoya 2022

Listado de expositores MadridJoya

Paellón 1

Cash&Carry



ADITYA GEMS INTERNATIONAL	1C09	JAIN PUSHP VLC	1D01	SADRUDDIN JEWELLERS	1D07	TOUBA MILANO	1C01
GAURAV	1D03	JOYAS DEL MUNDO	1A03	SCHMUCKBASAR	1C03	TURAG	1C05
GEM HUB	1D02	KAHRAMAN GUMUS VE HED.ESYA PAZ.SANTIC	1D05	SILVER IMAGE SNC	1C06	VIDEOTRON GEMS & JEWELLERS	1E02
INDIA PAVILION	1B03	LAPIS FASHION JEWELRY	1D04	SJS	1B01	VISTA DIVINA	1E08
INDIA SILVER JEWELS	1D06	NAILAH	1E09	STAR JEWELLERY SNC	1E01		
JAIN DEEP JEWELS	1E12	NASIP JEWELRY	1E04	TASBIYA GEMS	1D08		

Paellón 6

18K	6D22	CONDEVERA	6N05	GOLD-REX	6A12	LUNA DE BARODA	6E10
2 JEWELS	6F14	CONFUORTO GIOIELLI	6G05	GOVANTES	6B10	LUXENTER	6D18
300 KILOS JOYEROS	6A02	CORALO	6B04	GOVONI FABIO	6F12	MABINA	6F14
ACHITO	6B11	CORDOBESA DE RELOJES Y JOYAS	6F10	GREGIO-GOFREY SILVER JEWELLERY	6D19	MANUEL RUSO JIMÉNEZ	6D06
AGUAMARINA ATELIER	6B09	CRESSBER	6F06	GREMIO JOYEROS, PLATEROS Y RELOJEROS DE MADRID	6C18	MARDUK	6C13
AIA	6A21	CRYSTAL 3 VEINTE	6H20	GRUPO DUPLEX	6N01	MAREA	6B13
ALEN DIONE	6D13	DI MILANO - PEDRO DURÁN	6E15	HERMANOS GONZÁLEZ MUÑOZ JOYEROS	6C06	MAS GEMAS	6B03
ALISIA	6G20	DAHLINGER	6N08	HIJOS DE ALFONSO ROMÁN	6F02	MEDITERRANEO GIOIELLI	6E11
ALPI-OR	6C10	DANIEL WELLINGTON	6B11	HIPER & PLATA	6B01	MEGAGOLD	6E09
ANIA HAIE-GRUPO EXPERTIS	6D17	DE DIOS JOYAS	6A08	HISPANA	6H09	MER JEWELS-GRUPO EXPERTIS	6D17
ANPRE	6A25	DE LA ROSA	6N04	HURJO	6C14	MERINA	6E10
ARMAND NICOLET-ANBOLUXA	6B21	DI BRUNI	6F13	HUGO-MOVADO GROUP ESPAÑA	6B12	MIQUEL SARDÀ	6G08
AS & AS	6E06	DIAMANTES JAVIER GARCÍA	6D04	IBÉRICA CORREAS	6C21		6B10
ASOC. JOYAS SOSTENIBLES	6A05	DIAMONFIRE-GRUPO EXPERTIS	6D17	ICE WATCH-GRUPO EXPERTIS	6D17	MODELADOS J.P.-PERELLI	6D10
ASOC. JOYEROS CORDOBA SAN ELOY	6A00	DIARIO JOYA	GOYA01	IDEA CORAL	6E11	MOREIRA	6B14
ASOC. TASADORES ALHAJAS	6A15	DIMAS PRECIOUS STONES	6B07	IGE	GOYA04	MOVADO-MOVADO GROUP ESPAÑA	6B12
AVAJOYA	6A10A	DISNEY (Artículo regalo)-GLOBAL ARGENTI	6G02	INSTITUTO ESPAÑOL DEL OSMIO	6A14	MR TOOLS	6H14
AVIADOR GLOBAL BRAND	6C15	DOTEA	6G07A	IRON ANNIE-ANBOLUXA	6B21	MUA MUA	6D14
AVINYO	6H06	DURÁN EX'QUE	6E15	ITEMPORALITY-CITYTIME BRANDS	6E18	MURRI	6A11
AZZO PLATA	6C05	ELISENDA DE HARO JOYERÍA CONTEMPORÁNEA	6H05	ITY Lux-CITYTIME BRANDS	6E18	MUNDO GEMAS	6B05
BAUHAUS-ANBOLUXA	6B21	EMMEDIDUE	6D05	JALAJ ENTERPRISES	6B06	MUSEO EFÍMERO-ESPACIO CONTEMPORANEO maDOC	6C11
BIEFFE 2000 SILVER	6F11	ENGINE SOFTWARE	6H11	JORGE REVILLA	6C13	MYSTIC JEWELS	6A06
BOHEMME	6C21	ESCUELA ARTE Nº 3	GOYA02	JOSE MARÍA MARTÍNEZ PRIEGO	6E14	NATURJOYA	6B08
BOSS-MOVADO GROUP ESPAÑA	6B12	ESPACIO ARTE Y TALENTO-CRN	GOYA01	JOY IMAGEN	6A13	NC JOVIMA	6D14
BRIZZLING	6C14	ESTILESTUCHES	6A07	JOYAS MARISOL	6F16	NEGUEUELA GEMS	6D03
BROSWAY-GRUPO EXPERTIS	6D17	ESTIMORUN ACADEMY	GOYA03	KAKTUS	6A04	NOSOLENPLATA	6B02
BUSTINZA JOYAS	6D02	FACCO GIOIELLI-GRUPO EXPERTIS	6D17	KHAILO SILVER	6A10	NOVECENTONOVANTANOVE	6D08
CALERO DESIGN	6H03	FAMILIA JOYERA	6A23	KIDULT	6F14	NOVOBOX	6N03
CALVIN KLEIN-MOVADO GROUP ESPAÑA	6B12	FEMMENA	6D07	KORCZYNSKI ÁMBARY PLATA	6C09	OBRERO JOYEROS	6C03
CAMARA DE JOYERÍA JALISCO	6G09A	FIDDA	6C04	KUVO PLATA	6F14A	OLIVIA BURTON-MOVADO GROUP ESPAÑA	6B12
CAPALA BUILT	6F06A	FLAVIO	6D15	LA PETRA	6F20	OLLIVER ABBOTT-GRUPO EXPERTIS	6D17
CARMON & ESTUVAL	6A01	FMF1990	6C13	LACOSTE-MOVADO GROUP ESPAÑA	6B12	OPLA	6F04
CH JOYEROS	6E05	FORNITURAS Y COMPONENTES	6H10	LECARRE	6D20	OPSI SMART WATCH	6B11
CHAMORRO Y MORENO	6N07	FRAMAX MADRID	6E16	LIDER DOS SACOS	6H04	ORITALIA	6F08
CHANQUET BELLON	6F03	FRANCOPIANE-PEDRO DURÁN	6E15	LINEARGENT	6E22	OUROBRILHO	6D09
CHIARA COSTACURTA JEWELRY	6G06	GENEROSO GIOIELLI 1970	6E01	LISA	6C14	PALAKISS	6H10A
CLM LABORATORIO DE CONTRASTE M1	6A19	GIRBAU BARCELONA	6H16	LORENTE DISEÑO	6E04	PEDRO DURÁN	6E15
COEUR DE LION 3 VEINTE	6H20	GLAMOUR 925	6F07	LIAN PEARLS	6F07	PIERRE CARDIN (Artículo regalo)-GLOBAL ARGENTI	6G02
COMPACT	6N02	GLOBAL ARGENTI	6G02	LUCA LORENZINI	6C12	PLACARI DISEÑO	6F15
COMPACT	6N06	GOFREY SILVER JEWELLERY	6D19	LUIBER	6C12	PLANET STONE	6E03

PROGOLD	6H12	SAVE BRAVE 3 VEINTE	6H20	STUDEX	6H08	TI SENTO-GRUPO EXPERTIS	6D17
QUIDO 3 VEINTE	6H20	SCALA GIOIELLI & FIGLI	6E02	S-UNIT	6C16	TIME FORCE	6B19
R.E. PREZIOSI	6F15A	SECRECY-GERESA	6C19	TAGOR FÁBRICA DE JOYERÍA	6G03	TOMÁS DE FRUTOS	6B09A
RADIANT-GERESA	6C19	SHARMA GROUP	6G01	TALLERES VICTORIA	6F01	TOMMY HILFIGER-MOVADO GROUP ESPAÑA	6B12
RAFAEL RODRÍGUEZ GALIOT / 750 GROUP	6C02	SIF JAKOBS 3 VEINTE	6H20	TALOUMIS	6G09	UOMO-GOFREY SILVER JEWELLERY	6D19
RAPPORT-ANBOLUXA	6B21	SIKNO	6F09	TAUMAC	6H13	URQUIDI	6D12
REGINA CORA F.	6E08	SIMÓN FRANCO	6D01	TEINOR	6G04	VICENTE MANZANO CALDERON	6C04
RODOLFO SERVÁN	6H02	SOTOCA	6E08A	TERERÒ	6H01	VICTORIA CRUZ	6F18
SALVATORE PLATA	6E20	SOVRANI-GLOBAL ARGENTI	6G02	THOMAS SABO	6G07	ZEPPELIN-ANBOLUXA	6B21
SANDRA COLLECTION	6D11	SPINNER-ANBOLUXA	6B21		6G22		

*Listado provisional a fecha 29/08/2023 y sujeto a variaciones



Actualidad Grupo Cadarso



El primer reloj de buceo de Seiko, conocido como 62MAS, renace con un nuevo movimiento. Ref. SJE093JI

Este nuevo modelo presenta un diseño prácticamente idéntico al del original, si bien sus especificaciones están totalmente actualizadas. Incorpora el primer movimiento de la familia 6L fabricado específicamente para los relojes de buceo 6L37.

Gracias a su delicada construcción, el reloj es 0,5mm más delgado. El cristal es de zafiro en forma de caja y es resistente al agua hasta 200m.

Edición Limitada a 1.965 piezas. Disponible a la venta desde el 1 de agosto.

Back to basics con Radiant

Radiant tiene la colección perfecta de joyas finas y sencillas que combinan con todo. Anillos autoajustables, pulseras, pendientes y collares que combinan todos entre ellos. Elige piezas en acabado plata o baño en oro de 2 micras. Todas las joyas son de Plata de Ley 925.

Esta colección incluye algunas piezas con circonita blanca en pendientes de aro cerrados, pulseras de cadena fina, collares elegantes y anillos tipo solitario.

Basics de **Radiant** se va a convertir en tu colección todoterreno para combinar con cualquier *outfit* o complemento.



Georgina Rodríguez, nueva imagen de Guess

Guess arranca temporada con nueva imagen en su campaña otoño-invierno 2023. Georgina Rodríguez, es la nueva imagen mundial de la marca americana **Guess**.

La de Jaca posa espectacular en una campaña donde emula una diva de Hollywood.

“Vuelve y mantén tu esencia”

Inspirada en la autenticidad y la conexión personal que se descubre durante las vacaciones, **Secrecy** ha creado nuevas piezas para su colección de básicos. Essentials se centra en elementos atemporales, aquellos que perduran en el tiempo y que se convierten en el complemento perfecto para realzar tu estilo personal y agregar un toque de elegancia en cada momento.

Al regresar al día a día, esta colección te invita a “volver” y “mantener tu esencia” para conservar lo que has descubierto. Las joyas de la colección tienen formas y texturas orgánicas inspiradas en la naturaleza de la mujer, como pendientes irregulares, collares con textura y anillos voluminosos, que realzan el estilo personal con elegancia.

La nueva colección de Essentials estará disponible a partir de mediados de septiembre.



Descubra las últimas novedades en nuestro portal B2B

Descúbralas entrando en b2b.grupocadarso.com, para más información contacte con nosotros a través de clientes@grupocadarso.com



Nuevo diseño, nuevas intenciones. Victoria Cruz renueva su imagen



© Beatriz Badás Álvarez

Victoria Cruz anuncia su ambicioso plan de transformación y lo hace con el objetivo de adaptarse a los nuevos tiempos, satisfacer las demandas de sus clientes y seguir abarcando público nuevo. Así es que, la marca se ha propuesto cambiar su logo y renovar por completo su imagen de marca. Un cambio que verá la luz en MadridJoya, al mismo tiempo que se presentan las nuevas colecciones.

El nuevo logo de Victoria Cruz refleja las ganas de seguir conquistando al público joven. "Queremos acercar la joyería a los jóvenes, ser el diseño estrella de sus looks de graduaciones, festivales y eventos especiales. Este público, concienciado en reducir el impacto en el mundo, demanda una joya que, además de guardar un recuerdo especial, tenga más de una vida y de un uso", afirman desde la marca para *Contraste*. Además, la nueva tipografía, que es una fuente recurrente, destaca por el buen equilibrio entre el peso y contrapeso de sus letras. Es firme, legible, neutra y simple, y puede ser interpretada de diferentes maneras según su marco y contexto, algo que se adapta a todos los públicos de la marca.

Un nuevo stand a la altura

En MadridJoya, Victoria Cruz contará con un nuevo stand para que la presentación de su transformación luzca a la perfección. Por ello, este stand, situado en el pabellón 6 pasillo 6F18, impulsa la pasión por el diseño atemporal y minimalista. Un nuevo stand que pretende generar un espacio que sirva como principio para sentar las bases de la marca, transmitiendo su esencia y que destaca por su diseño y producción de proximidad, poniendo en valor su producto y diferenciándose de la competencia.

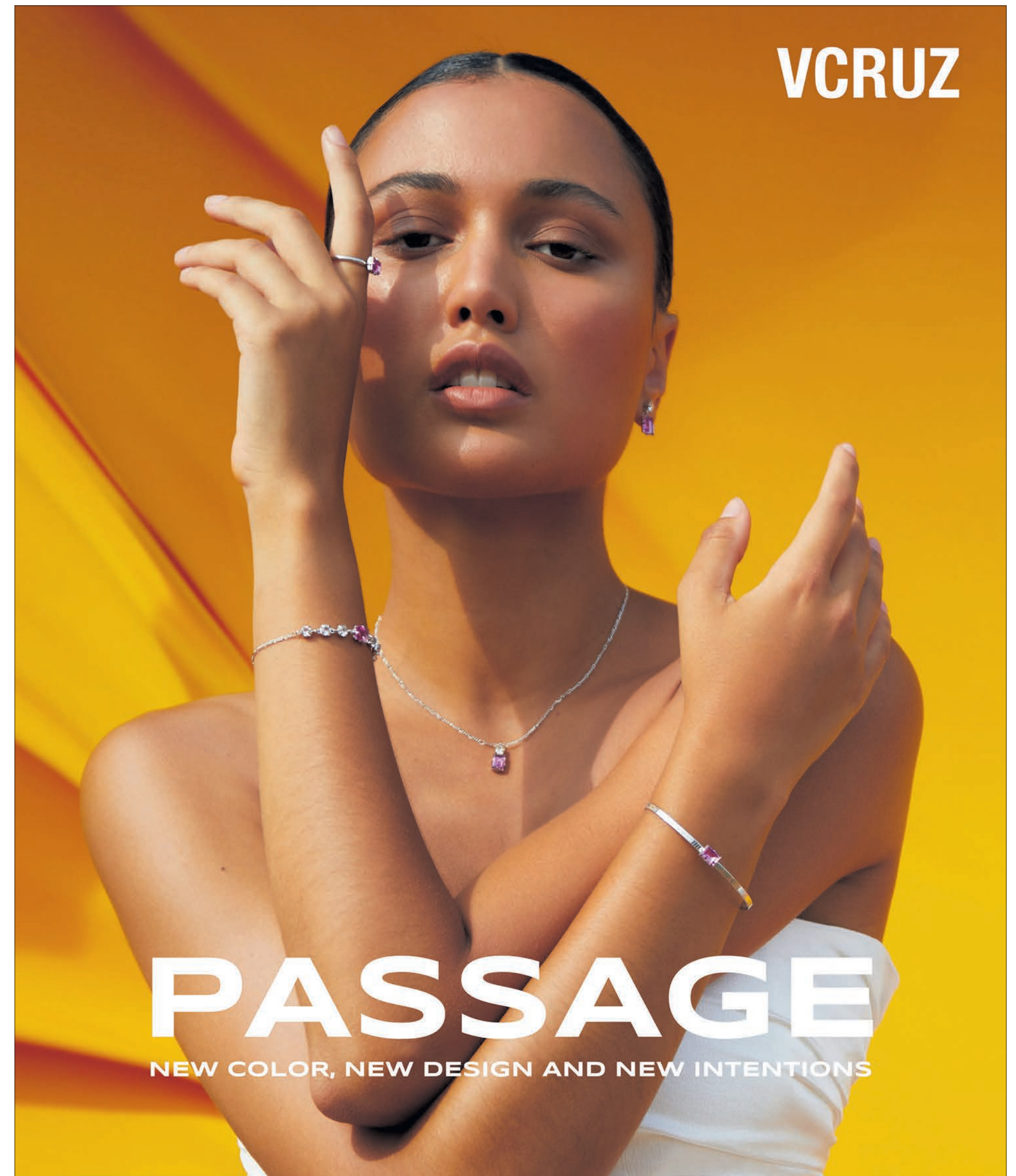
El stand se inspira en los conceptos de "robusto y duradero", utilizando en el mismo materiales y colores que se identifican con la solidez y la atemporalidad a través de la idea de escala monolítica e íntima. Al mismo tiempo, este espacio, de 11 metros de largo y 4,5 m de ancho, se materializa con formas orgánicas que generan un espacio dinámico, lo que da pie a que este sea recorrido con facilidad, creando así una experiencia más inmersiva. El uso de un único color, un terracota oscuro, presente en múltiples elementos de la naturaleza y que nos es amable y conocido, combinado con elementos textiles y un pequeño mobiliario en color hueso, aportan un toque extra de luz y calidez a la atmósfera. Y es que la elección del color no ha sido al azar ya que

este juega una importante partida en la primera impresión y en la percepción que se tiene sobre la marca; por eso, con este nuevo comienzo, Victoria Cruz presenta también un nuevo *packaging* en tonos naranja, verde y blanco. Colores cercanos que se asocian al optimismo, la naturaleza y lo atemporal que, pese a los cambios de estilo e intereses, gozan de un reconocimiento a lo largo del tiempo.

En definitiva, un cambio que promete cautivar los corazones de quienes buscan el brillo de la elegancia y que descubriremos en la próxima edición de MadridJoya.

Passage, la nueva campaña de Victoria Cruz

Passage se inspira en la búsqueda del alma y el propósito en la vida dando paso a unas colecciones que rinden homenaje a la cualidad de las joyas para iluminar los momentos más especiales de la vida. Cada pieza ha sido diseñada en plata de ley y cristales homólogos para capturar la atención y reflejar la personalidad única de quien la lleva. Descubre las 12 nuevas colecciones que expresan el cambio, el desarrollo y el compromiso en las ferias y salones internacionales de joyería, VicenzaOro (Hall 1, stand 328/329) y MadridJoya (Pabellón 6, Stand 6F18). ♦



**8-12 SEP 2023
VICENZAORO**

Hall 1, Stand 328/329

**14-17 SEP 2023
MADRIDJOYA**

Pabellón 6, Stand 6F18

www.victoriacruz.es

info@victoriacruz.es

+34 963 259 149

+34 692 052 714

Novedades Grupo Expertis



¡Descubre todas nuestras novedades en MadridJoya 2023!

Madrid se prepara para recibir uno de los eventos más esperados del mundo de la joyería: MadridJoya 2023. Del 14 al 17 de septiembre, el recinto ferial se convertirá en el epicentro de la elegancia y la sofisticación con la presencia destacada de Grupo Expertis, donde aprovecharemos para presentar las

nuevas marcas que nos acompañan y las nuevas colecciones que serán tendencia esta temporada.

Si eres un apasionado de la joyería y deseas estar a la vanguardia de las tendencias, no puedes perderte MadridJoya 2023. ¡Reserva la fecha en tu agenda y únete a la celebración de la joyería; te esperamos en nuestro Stand 6D17 en el pabellón 6 en IFEMA!



Mobiliario Exclusivo FACCO GIOIELLI. La presentación perfecta

Los exclusivos puntos de venta de FACCO GIOIELLI en España, disfrutan de recibir junto a las preciosas Joyas de Oro auténtico de FACCO GIOIELLI, un mobiliario que ofrece a sus clientes una presentación exclusiva, para que todas las joyas puedan lucir fantásticas en su joyería.

Diferentes muebles iluminados, en variedad de tamaños y alturas; Verticales, horizontales o "Smart"

diseñados para que puedan adaptarse perfectamente a las necesidades de espacio de su joyería, manteniendo siempre la misma elegancia y vistosidad.

Además también viene acompañado de unos *displays* exclusivos para la presentación de las joyas con dos inclinaciones de presentación y presentados en vertical y horizontal.

OLLIVER ABBOTT presenta su nueva y exclusiva colección para caballeros

La reconocida marca de moda y complementos Olliver Abbott, ha lanzado su esperada colección de pulseras para caballeros. Exclusivos diseños que combinan elegancia y estilo en cada detalle.

Desde diseños clásicos y minimalistas hasta piezas más audaces y llamativas.

Esta colección permite a los hombres expresar su personalidad

y marcar tendencia en cualquier ocasión.

Las pulseras de Olliver Abbott destacan por sus exquisitas formas y atención al detalle. Cada pieza es creada por creativos diseñadores que combinan técnicas tradicionales con la última tecnología, para producir sus exclusivos diseños con gran calidad y solidez.



Regresa al futuro con los nuevos ICE Digit, de ICE WATCH

Siempre a la vanguardia de las tendencias, Ice Watch amplía sus gamas digitales y rebosa color con sus nuevas creaciones: Ice Digit Retro e Ice Digit Ultra. Dos nuevas colecciones que destacan por su colorido.

Sin agujas, ligero y colorido con su caja y correa de silicona, este nuevo reloj resistente al agua hasta 10 ATM

está adaptado totalmente a los nuevos tiempos.

La colección Ice Digit Ultra, para lucir tanto en la sombra como bajo el sol, en la ciudad o en la playa, está disponible desde los primeros días de verano en todos los colores del tiempo. Amarillo, naranja, rojo, magenta, morado, verde, azul, negro o blanco...



TISENTO



Nomination elige Florencia para presentar sus novedades



© Beatriz Badás Álvarez

Si siguiendo con lo que ya se ha convertido en un momento muy deseado para sus clientes de España desde hace nueve años, Nomination, la firma de pulseras Composable y joyería prêt à porter Fiorentina fundada hace 36 años por Paolo Gensini, ha presentado las colecciones Otoño-Invierno 2023 junto a sus clientes. Esta vez, la ciudad que se suma a la ya larga lista de localizaciones atractivas de España o Italia ha sido Florencia. "La elección no ha podido ser mejor ya que llevábamos a nuestros clientes a casa", afirman desde la firma.

En el UNAHOTEL Vittoria y de la mano del equipo de marketing y los responsables de la firma para España, Manuel Fernández y Ana Otero, los clientes invitados tuvieron el placer de

ir descubriendo todas las novedades que Nomination presenta en las líneas Composable y Fashion, tanto para hombre como para mujer. Estas colecciones, con diseño y producción italiana, también se presentarán en la próxima edición de VicenzaOro.

"Un encuentro donde siempre intentamos unir el trabajo, el placer y el ocio. El primer día hicimos una visita guiada por la ciudad de Florencia, acabando con una cena informal y divertida donde saborear las mejores pizzas. El segundo día lo iniciamos con la presentación en exclusiva de nuestras colecciones Otoño-Invierno 2023, sorprendiendo a nuestros clientes con todas las novedades que tenemos para esta segunda parte del año", cuentan para *Contraste* desde la firma. Las novedades más destacables de Nomination fueron la presentación de la nueva imagen corporativa,

un nuevo vídeo y la anticipación de la campaña navideña.

Una jornada que continuó con un *training* completo de *visual merchandising* de la mano de los máximos responsables del departamento, para acabar cenando en uno de los restaurantes más emblemáticos de la ciudad Florentina. "Para cerrar este evento no se nos ocurría mejor cosa que llevarlos a nuestras fábricas, situadas a las afueras de Florencia, donde de la mano de nuestros artesanos, los clientes pudieron descubrir como se fabrican los *links* que posteriormente llegan a sus puntos de venta. Sin duda, este fue uno de los momentos más importantes, ya que todos se sorprendieron de descubrir lo artesano que sigue siendo nuestro producto y, por supuesto, el *Made in Italy*", añaden.

Al mismo tiempo, este viaje, que ya

es una tradición, ha servido para debatir acciones e ideas que aportarán frescura a los diferentes puntos de venta, con el fin de que la marca continúe con la trayectoria ascendente que viene siguiendo en los últimos años.

"Auguramos una muy buena campaña, ya que la acogida por parte de los clientes que asistieron a este acto simplemente fue increíble. Damos las gracias a nuestros clientes por hacer que la familia Nomination siga creciendo", finalizan desde la firma. ♦

Para obtener más información:
Ana Otero
ana.suarez@nomination.com

Manuel Fernández
manuel.melero@nomination.com



#ONEFORMEONEFORYOU



NOMINATION
ITALY

CONTACTO ESPAÑA:

ana.suarez@nomination.com Tel. +34 673879040
manuel.melero@nomination.com Tel. +34 608770434



Pedro Durán y Franco Pianegonda estrechan lazos

Una oportunidad perfecta para descubrir y enamorarse de las piezas de FRANCOPIANE



Franco Pianegonda

en el distribuidor oficial de la firma FRANCOPIANE y sus piezas en el ámbito español y portugués. Durán y Franco Pianegonda unen sus fuerzas y amor al arte para crear una sinergia donde presentan nuevas joyas diseñadas para realzar la fuerza y la belleza de cada mujer: un nuevo comienzo que no sólo honra al legado histórico, sino que sienta las bases de un vínculo auténtico y profundo.

Para la ocasión, han creado una colección cápsula juntos que se comercializará en exclusiva para España y Portugal. En esta colección podemos ver una reinención de los famosos iconos de Franco Pianegonda, el corazón, las cadenas y las piedras de color, convertidos en auténticas obras de arte, diseñadas para vestir y adaptarse al cuerpo de la mujer. ♦



© Beatriz Badás Álvarez

Franco Pianegonda comienza su andadura en España con su icónica marca FRANCOPIANE y lo hace de la mano de Pedro Durán, que se convierte en distribuidor oficial de la marca italiana en España y Portugal.

Franco Pianegonda retrata su figura como un artista, escultor y artesano apasionado por el arte y la creatividad, conceptos que se ven reflejados en sus creaciones. Inspirado por el espíritu de Vicenza, ciudad en la que trabaja y vive, famosa por ser un símbolo de excelencia durante siglos en la fabricación de joyería en oro y plata, crea joyas artesanas llenas de personalidad y las convierte en auténticas esculturas para el cuerpo.

Como resultado de su proceso creativo, dónde se ven reflejadas las inspiraciones y su talento, el propio corazón de Franco se plasma en forma de joya y cada una de ellas representa una obra de arte única, diseñada y creada con pasión y creatividad de forma artesanal en

Italia, con los mejores materiales, como el oro, diamantes, piedras preciosas y plata, cuidadosamente seleccionados de fuentes fiables y atendiendo a un proceso de producción respetuoso con el medio ambiente gracias a la atención al detalle de los mejores artesanos locales.

La colección FRANCOPIANE fue concebida por Franco Pianegonda especialmente para mujeres que aprecian el arte y tienen un estilo de vida refinado y natural y que, al mismo tiempo, buscan algo exclusivo y único que exprese su personalidad y belleza natural.

En definitiva, FRANCOPIANE representa la unión perfecta entre arte, belleza y naturaleza. Un lujo auténtico y refinado que representa la personalidad única de cada mujer. Una promesa de exclusividad y autenticidad plasmada en cada joya, testimonio del compromiso y pasión de Franco por crear obras de arte atemporales.

Durán y Franco Pianegonda presentan una colección cápsula

Pasión que comparte y que se funde con Durán, compañía que se convierte

OPLA, líder en el sector en certificaciones para sus cadenas

OPLA ha obtenido la certificación de Código de Prácticas (COP) del Responsible Jewelry Council, RJC, para tres años. Con este certificado, la empresa se consolida como una de las fábricas de joyería más responsables en Europa y la única fábrica de cadenas en España con esta certificación.

“La auditoría del RJC para una fábrica como OPLA, con más de 200 máquinas funcionando y 12 procesos diferentes que certificar, ha sido un proceso que nos ha llevado más de un año preparar”, afirma César del Alcázar, director de OPLA. La variedad de la oferta de OPLA ha hecho el proceso especialmente complicado ya que “fabricamos cadenas de plata, oro de 9kt, 14kt y 18kt y latón. Somos la única fábrica en Europa que cubre esta diversidad de metales y aleaciones. Además, tenemos baños galvánicos propios, los más grandes de Europa, específicos de cadenas y las certificaciones medio ambientales del RJC a este respecto son muy exigentes”, añade César.

Además, OPLA trabaja desde hace más de dos años con metales 100% reciclados. Como afirma César, “fue

una apuesta que realizamos en plena pandemia. Vimos la pujanza de las marcas clásicas, pero sobre todo el nacimiento y consolidación de nuevas marcas muy potentes que no les vale sólo con comprar buena calidad a buen precio. El consumidor final es cada día más responsable y busca asociarse a una marca y unos valores concretos. Y al final todo comienza en la fabricación. Garantizar el uso de metales reciclados, en algunos casos Chain of Custody (COC) permite a nuestros clientes diferenciarse y responder a esa creciente necesidad de un consumo cada vez más responsable”.

OPLA cuenta con laboratorio propio, en el que, como laboratorio autorizado por la Generalitat Valenciana, puede contrastar sus propias cadenas. Dicho laboratorio cuenta, como el resto de la fábrica, con el certificado de calidad ISO 9001. “En 2021 transformamos nuestros procesos para poder garantizar la fabricación con metales 100% reciclados, pero con el sello RJC damos otro paso más, y muy relevante”.

OPLA exporta un 90% de su fabricación, fundamentalmente a países europeos y EE. UU. donde se exigen cada día mejores niveles de calidad y respon-

sabilidad social corporativa. En 2022 OPLA superó los 2 millones de cadenas fabricadas, pero “siempre apostando

por la alta calidad, la personalización y el mejor servicio, es ahí donde nos diferenciamos”, añade César. ♦



RECYCLED CHAINS



OPLA Cadenas - Oro y plata 100%reciclado



Cadenas de Plata, Oro y Latón Chapado
Más de 300 modelos en producción
Baños galvánicos propios - Calidad garantizada

madridjoya

14-17 SEPTIEMBRE

**PABELLÓN 6
STAND F04**

www.opla.es
opla@opla.es
Tel. 961 344 018

Cómo aumentar la eficiencia en tu negocio de joyería



Aumentar la eficiencia de un negocio de joyería no sólo mejora la productividad y ofrece más tiempo para centrarnos en los clientes, si no que también ayuda a reducir costes. Por ello, Nivoda, el principal marketplace de diamantes que recientemente ha añadido piedras preciosas a su oferta, propone cinco prácticas que podemos implementar para aumentar la eficiencia operativa de nuestro negocio.

1. Racionaliza tu logística

Abastecerse de piedras a nivel internacional y gestionar cada relación con los proveedores de forma independiente puede llevar mucho tiempo y resultar engorroso. Para agilizar el proceso de abastecimiento internacional, puedes elegir entre diferentes opciones:

- Ampliar tu plantilla. Aunque suponga un coste, puede que merezca la pena plantearte ampliar el equipo para gestionar la logística.
- Unirte a una plataforma gratuita

como Nivoda, capaz de ocuparse de la logística por ti. Busca entre más de 1,6 millones de diamantes naturales y cultivados en laboratorio y 30.000 gemas de color, compra a los mejores precios del mercado y deja que Nivoda se encargue de todo el proceso logístico por ti. Todo lo que necesitas hacer es añadir las piedras a la cesta y pasar por caja.

2. Optimiza tu inventario

Tener un gran stock puede ser valioso para satisfacer el mayor número posible de las necesidades de los clientes. Sin embargo, también conlleva un mayor riesgo de pérdidas económicas. Puedes mejorar la eficiencia de tu negocio utilizando estos métodos:

- Supervisa el estado de tu stock en tiempo real utilizando datos sobre tendencias de compra. Incluso puedes invertir en herramientas básicas de análisis de datos que te ayuden a prever la demanda del stock.

• Compra a través de un marketplace de diamantes en línea como Nivoda apostando por el modelo de cero inventario.

3. Invertir en tecnología

Cuando los joyeros buscan aumentar la eficiencia operativa, invertir en tecnología es un buen punto de partida. Aquí tienes tres herramientas importantes para tu negocio:

- Herramientas que automatizan los procesos en la tienda y ayudan a tu equipo a cerrar ventas de forma más eficiente.
- La app de Nivoda te permite comprar los diamantes desde cualquier lugar del mundo. Incluso puedes preseleccionar y reservar diamantes, realizar pedidos, recibir facturas y hacer un seguimiento, así como recibir notificaciones importantes sobre los envíos.
- Feed de diamantes que se integra en tu web para que los clientes que la visitan puedan navegar y comprar del

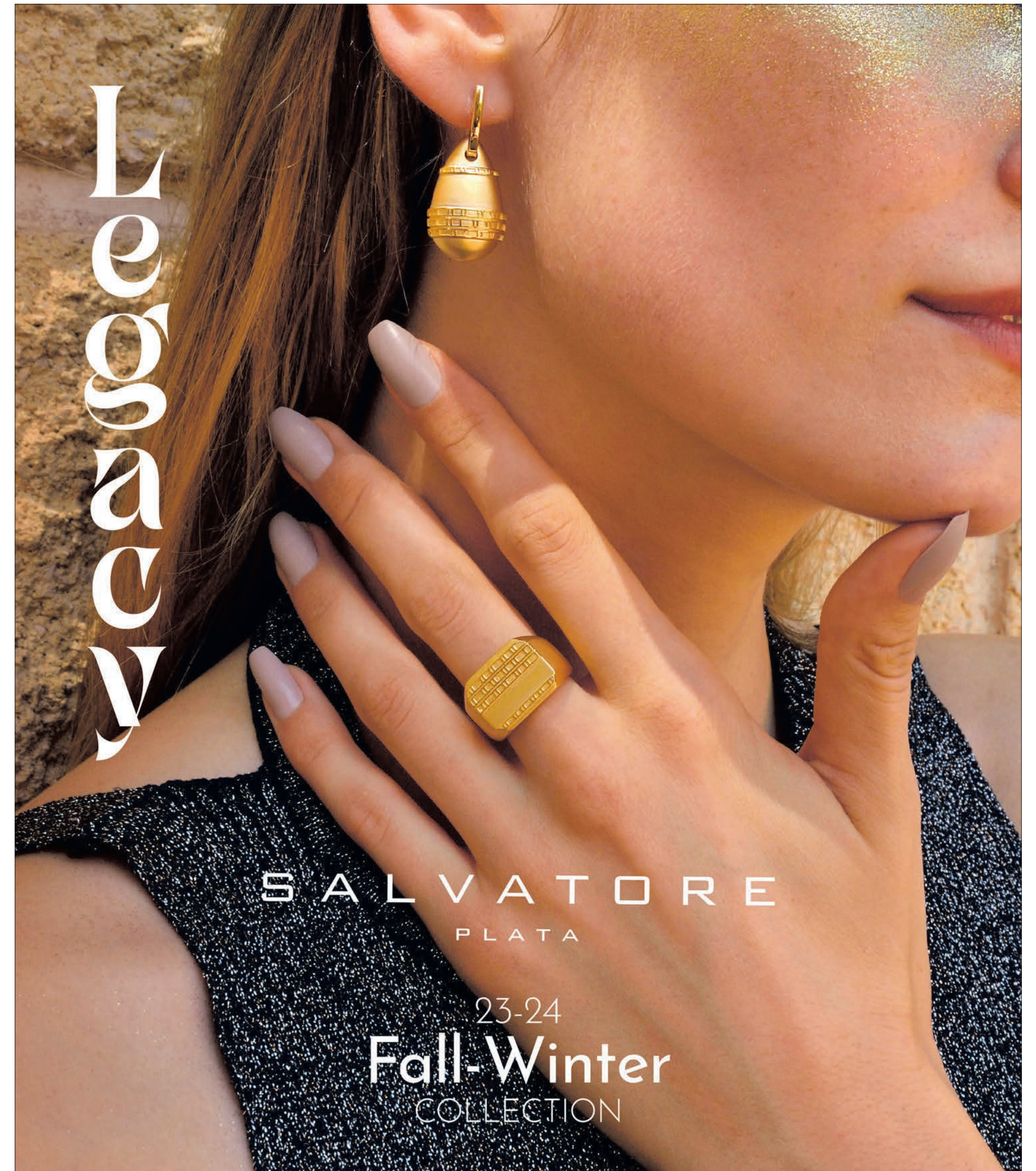
stock global de Nivoda, sin tener que hacer clic fuera de tu tienda online.

4. Invierte en la formación y el desarrollo de los empleados

Tu equipo puede ser tu mayor activo, por lo que centrarse en la formación y el desarrollo es una forma estupenda de mejorar la eficiencia.

Si pones en práctica estos cuatro puntos, podrás aumentar la eficiencia de tu negocio al instante. ♦

Reserva una demo con Nivoda para conocer nuestro inventario global, gestión logística, app y mucho más.



VO the jewellery boutique show
vicenzaoro

Vicenza Oro
8/12 de septiembre
Hall 1, stand 319-318-317-316

madridjoya

Madrid Joya
14/17 de septiembre
Pabellón 6, stand E20

PORTOJOIA

Portojoia
21/24 de septiembre
Pabellón 5, stand A30

Pérez Mora une tradición y modernidad

Pérez Mora Joyeros fue creada en 1965 en Córdoba y ahora ya se ha consolidado como empresa líder en la distribución de joyería de oro y diamantes. Con un amplio catálogo que cuenta con más de 14.000 referencias, todas ellas con un stock actualizado diariamente, Pérez Mora trabaja únicamente con oro de 18 quilates, 9 quilates y diamantes.

Pérez Mora Joyeros se caracteriza por su tradición joyera y profesionalidad, pero también por adaptarse a los tiempos; y es que Pérez Mora es una de las empresas más avanzadas en dar servicios útiles a sus clientes ya que cuenta con un B2B que cumple con todas las necesidades de forma sencilla y eficaz.

Entre las características más destacadas, Pérez Mora realiza envíos en 24h a toda España y Portugal, además de exportar a otros países europeos como Francia, Bélgica o Alemania en un plazo de 48/72 horas, lo que permite no tener que contar con una gran cantidad de stock en la tienda; por otro lado, los clientes pueden tener acceso a una carpeta con más de 10.000 fotos de los productos para que puedan promo-

cionar sus redes sociales, utilizarlas para la web o publicidades; también ofrecen un archivo CSV y una API para que los clientes puedan elegir la manera que les resulte más fácil de subir todos los productos a su e-commerce.

Con precios competitivos, Pérez Mora ofrece todo tipo de joyas para bebé, mujer y hombre con el objetivo de cubrir todas las necesidades como *piercings* de oro, rostros de cristo, cadenas de oro al peso, pendientes, sortijas, joyas de novia y comunión, etc. Además, también ofrecen un catálogo de medallas de santos, vírgenes, cristos, escapularios, ángeles, y más.

La atención al cliente también es un punto fuerte por lo que ofrecen atención vía WhatsApp, email o por teléfono en un amplio horario (de 8.30 a 19.30).

Pérez Mora presenta nueva colección

Encadena-t es la nueva propuesta de esta empresa de Córdoba; una colección de oro de 18 quilates compuesta por cadenas y pulseras forzadas, barbadas, calabrote, rolo, etc. Además, las joyas de esta colección, que se han convertido en un esencial de cualquier joyería, están diseñadas tanto para hombre como para mujer. ♦



FESTINA
Watches since 1902

Miss France
2023
Indira Ampiot



www.festina.com



Time Force se muda

© Beatriz Badás Álvarez

Time Force anunció su regreso en septiembre de 2020, un año especial y complicado a partes iguales. Lo hizo de la mano de la familia Trusendi y Marcello Trusendi, director de la marca para Európa, y sus distribuidores, a través de la empresa distribuidora oficial Iberia Investment Gold S.L. Desde entonces, Time Force ha demostrado su fuerza y objetivo de regresar al mercado para cautivar de nuevo al sector a través de emociones y transmitiendo un legado valioso. En estos tres años, y con su equipo de distribuidores al frente, la marca ya tiene presencia en más de 200 puntos de venta, un hito para la marca. Pero Time Force tiene ambiciones y sus planes no iban a quedarse ahí, por lo que han decidido mudarse para aterrizar, definitivamente, en el mercado español. ¿Cómo lo harán?

Un regreso inesperado aunque bien recibido, a pesar de coincidir con un año en el que todo estaba en el aire por la situación sanitaria que el mundo vivía y, además, por tener una enorme reputación que levantar. A pesar de todo, y sabiendo lo que había en juego, Time Force fue cumpliendo un plan de objetivos ambicioso y muy estratégico que hoy les coloca en lo que es el regreso definitivo; Time Force anuncia en primicia sus nuevas oficinas en Madrid y la creación de una empresa para operar al 100% en España y la Unión Europea. Estas oficinas se encuentran en San Sebastián de los Reyes y, casualidad o destino, están a cinco minutos de las antiguas oficinas del Grupo Valentín, muy conocidas por el sector.

“Empezamos a sentir que la organización estaba creciendo y queríamos estar a la altura de todas las necesidades para garantizar al cliente el mejor servicio; por ello, tanto nosotros como marca y nuestros distribuidores en España llegamos al acuerdo de gestionar el control directo desde la empresa y la mejor opción era instalarnos en España”, afirma Marcello Trusendi. De esta forma, Time Force busca ser así más competitivo y consolidarse definitivamente en el mercado español.

Hasta entonces, la empresa funcionaba desde Suiza y con su llegada a España, Time Force podrá satisfacer las necesidades de los clientes, controlar la red de distribución, implementar directamente las políticas de marca y, en definitiva, trabajar directamente con las joyerías y clientes. Lo hará con Antonio Pages como director comercial, después de haber sido hasta entonces, con mucho éxito, el director comerciales de los distribuidores y puntos de venta, y aunque en las oficinas habrá un pequeño taller para dar solución a problemas básicos, el servicio técnico seguirá de la mano de la prestigiosa firma gallega Posventa Relojeros SL con José Antonio García y su equipo en A Coruña.

Además, la nueva empresa será Time Force Europe S.L ya que el objetivo no es consolidarse únicamente en el mercado español, sino también conquistar y dar respuesta a toda Europa. En definitiva, esta decisión por parte de la empresa de instalarse definitivamente en España traerá consigo numerosas y nuevas ventajas para los clientes y, como afirma Marcello, “las daremos a conocer en la próxima edición de MadridJoya. Es un cambio que refuerza la conquista de España con la marca, un cambio para más, no para menos”.



Time Force en MadridJoya

Las novedades de Time Force no acaban aquí y tras este movimiento que supone un cambio, como adelantábamos, positivo para las joyerías, la empresa relojera crea un puente de unión entre el mercado español y otros países hispanohablantes. Así es que, y como parte de las novedades de producto de la próxima temporada, “Time Force presentará en una rueda de prensa junto con Madrid Joya, su nueva colección de mujer, Amorosa, en colaboración con la reconocida actriz internacional Ana Lucía Domínguez, que acaba de protagonizar la serie de Netflix “Pálpito” o “The Marked Heart”, también conocida por la serie “¿Quién mató a Sara?” y recordada en España por la novela “Pasión de Gavilanes”, donde interpretó dos papeles. Así, la protagonista de “Pálpito”, una de las series más vista de habla hispana en Netflix, y la marca relojera presentarán juntos esta nueva colección durante la edición de septiembre de MadridJoya.



Las novedades relojeras de Time Force

Time Force también presentará dos nuevas colecciones de hombre y piezas con características especiales, como la colección diseñada a partir de un material cautivador y “raro” en el sector relojero que Time Force trae de vuelta, puesto que se trata de un material que hace tiempo que se dejó de utilizar en esta industria. Por supuesto, todas las novedades cumplirán con las expectativas, transmitiendo como es habitual la filosofía “Ultimate Concept Watches”.

“Todos los años buscamos ofrecer piezas de relojería que den algo de qué hablar. Este año no será diferente y, de hecho, será un récord de novedades a nivel de variedad y contenido”, afirma Marcello Trusendi. Y es que, la marca también presentará su primer reloj con diamantes y cristal de zafiro y el primer reloj automático esqueleto. “Con cada paso que damos, nos percatamos del potencial de Time Force en segmentos premium, algo previamente inconcebible pero que desde el primer momento hemos trazado para el futuro de la marca”, añade Marcello.

Así es que, el primer reloj Time Force con diamantes y cristal de zafiro llega tras el exitoso lanzamiento del primer reloj extraplano, el Time Master Ultra Slim, y abre un nuevo capítulo para la marca, indudablemente indispensable para el futuro de esta y con el fin de otorgar a Time Force su lugar en el mundo de la relojería de alta calidad. “Hemos incorporado no solamente los primeros relojes Ultra Slim para mujer, una demanda bastante solicitada, sino también una opción y edición limitada de lujo para aquellos y aquellas que busquen destacarse por medio de un reloj extraplano con materiales muy finos”. Una pieza que previamente no existía en la historia de Time Force y que es una apuesta segura.



En cuanto al primer reloj Time Force automático esqueleto, que precede al éxito experimentando durante el lanzamiento internacional del primer reloj automático en la historia de Time Force, con el Spectrum Macchina, llega para ampliar su segmento y la oferta al incluir de nuevo otra primicia. El Diavolo Skeleton cuenta con un movimiento japonés impecable, digno de la calidad que caracteriza a Time Force junto con un diseño atrevido y propio, también ADN de la marca. En definitiva, los conocedores de la historia relojera podrán distinguir inmediatamente una combinación de la relojería clásica, propia de piezas esqueleto, con la característica deportiva que define el segmento de Time Force.

La marca relojera desvela para *Contraste* otra novedad, el primer Time Force con esfera de piedra preciosa; “definitivamente una de las nuevas colecciones que más nos entusiasma es el Cosmos Infinite”, afirman desde Time Force. Una colección con una estética absolutamente fascinante gracias a su esfera en “sandstone” azul o arenisca, una pieza preciosa altamente venerada históricamente por diferentes culturas gracias a sus propiedades curativas, espirituales y, sin lugar a dudas, estéticas. Esta piedra preciosa viene en tonos de azul que van de claro a oscuro, a menudo con marcas moteadas o motas de otros colores, lo que vuelve cada esfera totalmente única e irreplicable.



Para culminar, Time Force celebrará un evento privado el próximo 16 de septiembre en sus nuevas oficinas de San Sebastián de los Reyes. A la cita acudirán clientes, medios de comunicación selectos y celebridades, que se reunirán en la azotea del edificio, un espacio espectacular en el que se desvelarán más sorpresas. ♦



Andrea Marazzini, una historia italiana de éxito



© Beatriz Badás Álvarez

Al principio de los años 90, Andrea, apasionado del arte y la escultura, crea una línea de joyas hecha a mano, inspirándose únicamente en los materiales, como el metal, las piedras naturales y los cristales preciosos, para transformar, a través de las manos, joyas únicas y sorprendentes. Este es el primer paso de Andrea Marazzini, la marca italiana que en poco tiempo se ha consolidado a nivel nacional e internacional en el sector joyero gracias también a Laura, la mujer de Andrea,

quien desarrolló una colección exclusiva para las joyerías, estableciendo así la imagen de marca.

“Made in Italy” y creatividad

Estos son los pilares de esta marca italiana. Y es que, el trabajo de Andrea se basa en una exploración constante de las formas simples y minimalistas para crear verdaderas esculturas con personalidad. De esta forma, la creatividad se alía con la tradición, ya que Andrea dibuja y crea todas sus joyas en su taller, ubicado en Parabiago, cerca de Milán, con la ayuda de un equipo formado por expertos artesanos.

Así, cada creación nace de la visión de formas y volúmenes contemporáneos, a partir de un sabio trabajo artesanal que juega con la luz para crear reflejos y degradados de colores sorprendentes. En definitiva, joyas originales y sofisticadas que revelan la inconfundible pasión de Andrea Marazzini por la elegancia y el detalle. ♦

Descúbrela en Bisutex Pabellón 4, Stand A19.



Gold&Roses apuesta por el retail

© Beatriz Badás Álvarez

Gold&Roses se suma al retail y toma también impulso en el mercado internacional. La marca de joyería especializada en la creación de joyas de oro, fundada en 2014 por Hannah Rodríguez y Sonia Ruiz, abrirá su primera tienda en Madrid y se apoyará en su red de distribución para dar el salto a América.

Gold&Roses, marca 100% española, diseñada y fabricada de principio a fin en los mejores talleres de nuestro país, con proveedores de oro con el certificado Kimberley, y que es pionera en el diseño y creación de joyas de oro, continúa creciendo. Hasta ahora, la marca centralizaba su oferta en puntos de venta multimarca, marketplaces y a través de su canal online; en total, cuenta con cincuenta puntos de venta repartidos por toda España y, a nivel internacional, la empresa está presente en los mismos canales de distribución en Europa del este y Asia, en concreto Japón y Taiwán.

Planes de futuro

La marca ha decidido dar un paso más allá y este año prevé asentarse en el mercado español ampliando su red comercial, así como aterrizar en Oriente

Próximo con el multimarca. Todo ello sin dejar de lado su canal online.

De cara al 2024, Gold&Roses quiere apostar por el retail con una tienda propia a pie de calle en Madrid con motivo, en parte, de la celebración de su décimo aniversario. Asimismo, quiere también aterrizar en el continente americano. ♦



Sonia Ruiz y Hannah Rodríguez



andreamarazzini.it



ANDREA MARAZZINI

MILANO · VENEZIA · FIRENZE · ALBEROBELLO

La adecuación del Grado 3, en MadridJoya con Rodolfo Serván



Rodolfo Serván Melendo, Director en Rodolfo Serván Aon

© Beatriz Badás Álvarez

El próximo 31 de diciembre llegará el fin del plazo para la adecuación de las medidas de seguridad en joyería por lo que, tras doce años de plazo, los comercios, talleres y fábricas de joyería deberán verificar y garantizar que los sistemas de seguridad se ajusten a la normativa. En el marco de MadridJoya, concretamente el próximo 16 de septiembre, a las 11 horas, Rodolfo Serván ofrecerá una ponencia, en colaboración con Covert Security, con el fin de dar respuesta a todas las dudas de los profesionales del sector, así como dejar claras las medidas necesarias para cumplir con este reglamento.

¿Por qué es tan necesario la adecuación del Grado 3?

“Los establecimientos del sector joyero son negocios que requieren de una protección especial y esta necesidad se establece por imperativo legal y es de obligado cumplimiento para el sector; además, hay unas normas que rigen dicha obligatoriedad con respecto a los elementos a instalar, como los grados o niveles de seguridad de estos, tanto en su fabricación, caracte-

risticas y homologación de dichos elementos y dispositivos. Ahora bien, dicha adecuación ha fortalecido a los establecimientos del sector, ha profesionalizado aún más a las empresas de seguridad y ha creado un nexo entre el cliente y empresa con una comunicación mucho más estrecha que le permite esa bidireccionalidad de los sistemas o módulos de transmisión y servicio más personalizado, además de evitar las falsas alarmas y aumentar la capacidad de reacción por parte de la empresa receptora”, cuenta Rodolfo Serván Melendo para *Contraste*.

“Esta adecuación ha hecho que se reduzcan los delitos de robo en horarios de cierre, es decir fuera de horarios de apertura al público y sin violencia a las personas, pues dichos elementos instalados han actuado correctamente y han evitado que las pérdidas sean cuantiosas y sólo causen daños materiales y no pecuniarios, o que finalmente sean de menos importe. Es cierto que adaptar y adecuar un establecimiento a Grado 3 representa una inversión importante para el joyero, por eso la ley ha ido dando tiempo suficiente para acometer lo requerido hasta el punto de otorgar la última prórroga en el 2020 debido a la situación de crisis

sanitaria que atravesó el mundo, pero este periodo llega a su fin concretamente el próximo 31 de diciembre de 2023 y sin visos de posponer su cumplimiento”, añade.

Por ello, el objetivo de la ponencia que Rodolfo Serván y Covert Security celebrarán en el marco de MadridJoya es informar y aconsejar al sector desde un punto de vista seguro. “Nuestra intención es refrescar lo que establece la normativa y órdenes establecidas para la seguridad privada; queremos hacerlo de una manera distendida aunque sin dejar de transmitir el carácter serio de la adecuación y cumplimiento de la normativa”, afirman desde la Correduría de Seguros. Además, añaden que “aunque no existe la seguridad total, los que cuentan con los medios actuales tanto en dispositivos y elementos de seguridad disponibles en el mercado, todos ellos homologados y certificados y obviamente acreditados con el Grado 3 de seguridad exigida por ley, son claramente los que interceptan y frenan los delitos por robo en el sector. Y tercero, y no menos importante, les aconsejamos que se pongan en manos de profesionales de empresas de seguridad tanto para la instalación, recepción y mantenimiento de estas”.

La situación de los siniestros en el sector joyero y relojero

Para entender como ha ido evolucionando la situación de los siniestros en el sector, es necesario diferenciar siniestros que acontecen en el interior del local, de los que se producen en el exterior de este ya que, como afirman desde Rodolfo Serván, “esto se debe a que nuestra póliza garantiza estos dos ámbitos”. Con respecto al primero, este año ha experimentado un incremento en el que, desde RS, lo etiquetan como expoliación y/o atraco, donde la integridad personal se ve violentada por los malhechores que los perpetraron. “Actúan de manera rápida y mordaz, maniatando y amenazando al personal e incluso a algún cliente que se encontraba en ese momento en el establecimiento. Suelen atacar y sustraer lo que hay más a mano, como son en los escaparates y vitrinas y normalmente no llegan a acceder a las cajas fuertes, pues estas requieren de más tiempo para su apertura y manipulación”.

Respecto al robo, se suele dar más en la noche y aprovechando los puentes o días de cierre por vacaciones. Necesitan más infraestructura y, por ello, en este caso los establecimientos que estaban adaptados a Grado 3 de forma adecuada resultó efectiva, ya que la actuación rápida de los cuerpos de seguridad consiguieron que los autores del supuesto robo desistieran de su cometido, pudiendo sustraer únicamente mercancía que se encontraba fuera de las cajas o cámaras de seguridad. “Lo que sí está a la orden del día es el hurto o robo sin daño o violencia aprovechando el descuido del personal y aquí es donde vemos que son verdaderos genios del engaño”, afirman desde RS.

En cuanto al segundo, el riesgo exterior, se ha incrementado exponencialmente en la modalidad de atraco, siendo testigos por desgracia, de un gran ensañamiento con los viajantes además del daño material. “Después de la situación pandémica, llevamos casi tres años de gran actividad comercial y por tanto los viajantes están en el punto de mira, pero es verdad que cada vez se reduce más y suelen ir con muestras”. Al mismo tiempo, las ventas por parte de comerciales se están sustituyendo por las ventas *online*, por lo que el robo de vehículos de empresas de transporte está incrementando desde el 2020, seguido, aunque de lejos, de las manipulaciones de los paquetes. “No obstante, por la cantidad de número de expediciones anuales realizadas, no es preocupante ni significativo, pero estaremos vigilantes por cómo se comporta la tendencia”, aclaran desde la empresa.

Con el fin de proteger al sector y contribuir al descenso de situaciones como estas, Rodolfo Serván invita a todos los profesionales “a asistir a nuestro stand en MadridJoya y a nuestra ponencia del próximo 16 de septiembre a las 11h en IFEMA, donde estaremos a su disposición para aclarar cuantas dudas y preguntas deseen resolver”. ♦

AON

RS RODOLFO
SERVÁNEspecialistas en seguros
para joyerías

Proteja su patrimonio con este seguro multirriesgo

Asegurar los riesgos del sector joyero requiere especialización y experiencia

En Aon somos especialistas en seguros para joyerías y contamos con un equipo con más de 40 años de experiencia en ayudar a tomar las mejores decisiones para proteger los patrimonios y actividades de los profesionales del sector joyero.

Compruebe las ventajas de nuestro seguro multirriesgo exclusivo para joyerías:

Seguro multirriesgo para joyerías Ventajas

- Coberturas a primer riesgo.
- Protección multirriesgo o todo riesgo nominado.
- Sin franquicias.
- Coberturas de robo, expoliación, incendio y hurto.
- Transporte de fondos.
- Cobertura de muestrarios y joyas en ferias, exposiciones, etc.
- Existencia en vitrinas fuera de local.
- Exportaciones e importaciones.
- Posibilidad de varias situaciones de riesgo.
- Etc.

Un servicio diferencial respaldado por Aon

- Contamos con un **equipo específico para joyerías dirigido por Rodolfo Serván**, profesional referente del mercado.
- **Más de 2.000 clientes del sector de la joyería** confían en nosotros.

Nos vemos en MadridJoya,
el Salón Internacional de Relojería
y Joyería en Ifema



14 - 17
Septiembre



Stand 6H02
Ifema

Más información y contratación:

rodolfoservan@rodolfoservan.com | tfno: 957 49 76 06 | www.aon.es/profesionales/joyerias

Aon Iberia Correduría de Seguros y Reaseguros, S.A.U. Inscrita en el R^o Mercantil de Madrid, Hoja M-19857, Tomo 15321, Folio 133, N.I.F. A-28109247. Inscrita en el Registro Especial de Sociedades de Correduría de Seguros con la clave J-107. Capacidad financiera y Seguro de Responsabilidad Civil concertado según lo previsto en la Ley de Distribución de Seguros.

Solitario, una nueva forma de entender la joyería con diamantes



© Beatriz Badás Álvarez

En el mundo de la alta joyería con diamantes existe un nombre que ha evolucionado con el tiempo, una marca que encapsula el encanto eterno de los diamantes al tiempo que abraza una nueva era de accesibilidad y sostenibilidad; así es Solitario, la primera marca India de diamantes de laboratorio con presencia global.

Bajo el lema "increíbles diamantes, mejor karma" Solitario es una marca de joyería respaldada por una fabricación ética de diamantes de calidad, con el foco puesto en la responsabilidad hacia un futuro sostenible y respetuoso con el medio ambiente. "Ser fabricantes nos permite controlar la cadena de valor y así ofrecer lujo con consciencia en cada pieza y cada piedra", afirman desde la marca.

Por ello, Solitario se caracteriza por un legado brillante. "El viaje de nuestra empresa familiar en el mundo de la alta joyería comenzó hace más de 15 años con los diamantes naturales. De hecho, a día de hoy es un negocio en el que seguimos trabajando, con varias tiendas operando en distintos puntos de la India. No obstante, a medida que los tiempos cambiaban, Ricky Vasandani, Cofounder y CEO de Solitario, entendió que con los diamantes de laboratorio también se abría una nueva forma de entender la alta joyería, de poder conseguir que el lujo fuera accesible para todos y, además, poder contribuir a desarrollar esta industria de una forma respetuosa con el medioambiente", añaden desde Solitario. Así es que, bajo la idea de que cualquiera pudiera disfrutar del lujo, Ricky y sus socios se embarcaron en esta nueva aventura y crearon las fábricas de diamantes de laboratorio en la India con una idea clara: cambiar la famosa expresión de "diamonds are forever" por "diamonds are for everyone".

Con "diamonds are for everyone", Solitario reinventa la creencia de que los diamantes no son únicamente un símbolo de amor eterno, sino también expresiones accesibles de elegancia y estilo. "Nuestra misión es llevar el encanto de los diamantes a un público más amplio, celebrando la exclusividad y los diversos estilos de vida. Cada diamante Solitario cuenta una historia única, un testimonio del hecho de que, efectivamente, los diamantes son para todos", añaden. Y así, el mundo de los diamantes adquiere un nuevo significado.

Solitario apuesta por el mercado español

La visión de marca de Solitario se extiende a través de varios conceptos de tienda que van desde tiendas al por menor, conceptos *shop-in-shop* en colaboración con otras joyerías, tiendas propias gestionadas por la empresa, tiendas insignia, franquicias y más. Con 7 tiendas en centros comerciales de primera categoría, ubicadas en distintas ciudades de la India, y tres tiendas insignia, Solitario se ha convertido en una marca reconocida a nivel nacional.

No obstante, la ambición del proyecto siempre ha ido más allá y qué mejor forma de comenzar el posicionamiento a nivel internacional que en dos enclaves en los que se respira lujo: Dubai y Marbella. El pasado mes de julio, Solitario inauguró dos tiendas en los centros comerciales más prestigiosos de los Emiratos Árabes, Mall of Dubai y Mall of Emirates en Dubai, posicionándose entre las grandes marcas de lujo. La incursión en Europa tampoco se ha hecho de esperar y este pasado mes de agosto se han abierto 4 *shop-in-shops* en boutiques de élite en España.

Desde Solitario ya nos adelantan que esto no ha hecho más que empezar y el ambicioso objetivo de la marca es llegar a las 50 tiendas en 2023 a través de nuevas ubicaciones a nivel internacional. Esta expan-

sión global refleja la determinación de Solitario de compartir su filosofía del lujo responsable y elegancia accesible con personas de todo el mundo. Y es que, en un mercado donde no faltan opciones, Solitario se distingue por sus colecciones con una estética actualizada y diseños sencillos, de forma que sus piezas puedan llevarse a diario como el complemento ideal. Con los anillos, pulseras, pendientes y colgantes como los productos más demandados, la nueva colección "Si by Solitario" combina distintos diseños y formatos, con un amplio rango de cortes y tamaños de diamante y manteniendo siempre los más altos estándares de calidad del lujo, ofreciendo así multitud de opciones que se adaptan al bolsillo de cada persona.

En definitiva, y con un compromiso inquebrantable con el lujo accesible, una fabricación y abastecimiento responsable y un diseño innovador, Solitario está preparada para redefinir la forma en la que el mundo percibe y se viste con diamantes de laboratorio. ♦



SOLITARIO

Great Diamonds, Good Karma

**INSPIRADO POR LA BELLEZA:
ELABORADO CON TECNOLOGÍA**

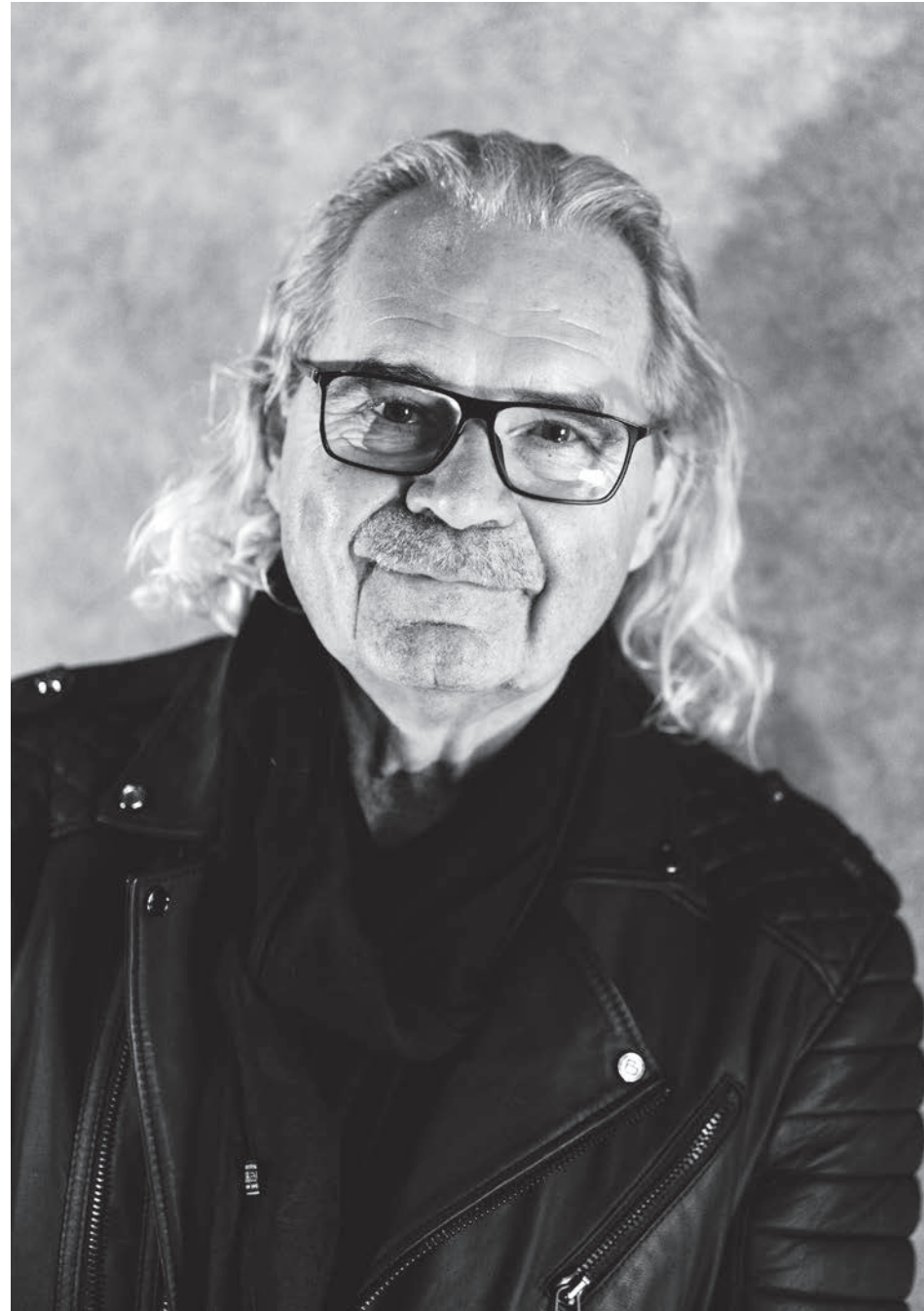
Descubre diamantes de laboratorio
como nunca antes



www.thesolitario.com ricky@thesolitario.com [solitariodiamonds](https://www.instagram.com/solitariodiamonds)

Thomas Sabo, fundador de la marca

Los hitos de THOMAS SABO celebran 40 años



contacto con tu propia creatividad. Si tuviera que hablar de una receta secreta para el éxito, estos serían, sin duda, sus ingredientes principales. Además, es muy importante contar con buenos socios mayoristas; sin la distribución adecuada, una marca sólo tiene una pata sobre la que sostenerse.

Por supuesto, contamos con una estructura sólida de tiendas propias, así como también con presencia en grandes almacenes de confianza como El Corte Inglés en España, Galeries Lafayette o Printemps en Francia y KaDeWe en Alemania. Estos puntos de venta son muy importantes para nosotros, por un lado, para la visibilidad de la marca y, por otro, para ofrecer siempre a nuestros clientes un entorno de compra inspirador.

Después de 40 años en el negocio, ¿de qué logros se siente más orgulloso?

Un momento decisivo en mi carrera fue el momento en que, habiendo completado un programa de formación como mecánico de precisión en Diehl,

me lancé de cabeza a un proyecto radicalmente distinto y tuve que abrirme camino a mordiscos como vendedor independiente de joyas.

El punto de inflexión fue, sin duda, la decisión de llevar la marca THOMAS SABO a la escena nacional e internacional. El gran éxito del lanzamiento de la línea Charm Club en 2006 también significó muchísimo ¡fue de locos! En los últimos tiempos, considero la creación de SABOTEUR y la introducción del concepto CHARMISTA como dos grandes hitos.

THOMAS SABO comenzará la nueva temporada Otoño/Invierno con colecciones en las que, como adelantaba el Señor Sabo, las piedras engastadas y talladas a mano son protagonistas. Líneas que conquistan por su elegancia atemporal, irradian *glamour* con piedras de circonita blanca brillantes o deslumbran con la magia de los tonos en rosados, rojos y violetas.

Además, la esencia de esta marca podrá descubrirse en la edición de septiembre de MadridJoya. ♦



THOMAS SABO lleva transmitiendo su esencia a través de joyas y otros complementos desde 1984. Un periodo de tiempo en el que el universo de la joyería ha evolucionado al mismo tiempo que lo hacían los deseos de los consumidores. Así es que, esta marca que siempre ha sido fiel a su filosofía y valores, está a punto de celebrar su 40 aniversario; por ello, Thomas Sabo, su fundador, nos transmite cómo ha sido esta trayectoria.

imagen de la marca. Juntos seguimos reinventando las líneas Sterling Silver, Rebel at Heart y Charm Club, manteniéndonos fieles a nuestro ADN. Las colecciones de relojes y gafas de sol también son pilares importantes que nos diferencian de la competencia.

Una vez más, la nueva colección otoño/invierno 2023 abre nuevos caminos y rompe los esquemas sin perder nuestra esencia. Para su desarrollo nos inspiramos en el universo en todas sus facetas; por ello, esta nueva colección introduce elementos como esmaltes que brillan en la oscuridad, nuevas técnicas que replantean la funcionalidad de collares y cadenas o la constante apuesta por las piedras talladas a mano, poniendo en valor las fortalezas fundamentales de la firma: artesanía e innovación.

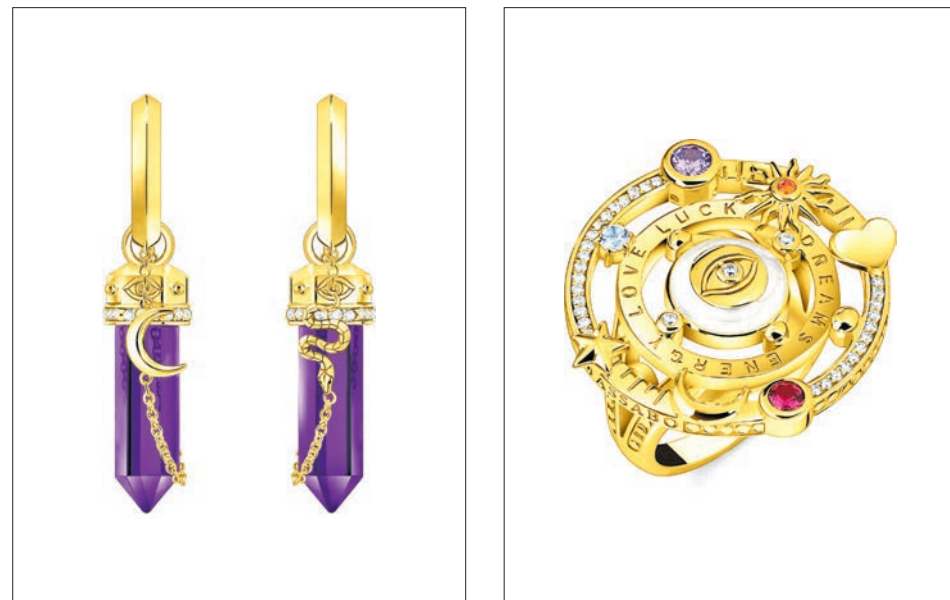
Señor Sabo, ¿qué cree que caracteriza a THOMAS SABO como marca?

Desde su creación en 1984, THOMAS SABO es sinónimo de joyas de alta calidad elaboradas de manera artesanal que pueden lucirse de múltiples maneras, siempre en sintonía con los tiempos. Combinamos artesanía con tendencias para crear joyas y relojes tanto atemporales como extravagantes y divertidas. Nuestras colecciones siempre giran entorno a nuestra emblemática plata de ley 925, procedente de centros de producción certificados.

Otro punto muy importante es que, junto con nuestra Directora Creativa Aurore Melot, soy responsable de la

Pronto celebrará el 40 aniversario de la marca, ¿cuál es el secreto de su éxito?

No creo que haya una receta para el éxito. Creo que, ante todo, hay que trabajar mucho. Sin constancia, empatía y disciplina, es difícil alcanzarlo. Algo muy importante, por no decir imprescindible, es nunca dejar de estar en



MAREA SMART

Esfera personalizable

Habla vía Bluetooth

NUEVO MODELO
B60004
PVP: 89,90 €

Presión sanguínea
 Oxígeno en sangre
 Monitorización del sueño
 Calorías consumidas
 Frecuencia cardíaca
 Modo sport
 Notificaciones de llamadas
 Asistente de voz
 Leer mensajes recibidos
 Control remoto cámara

www.mareasmart.com

PDPAOLA refuerza su presencia en Europa

© Beatriz Badás Álvarez

PDPAOLA continúa con su plan de expansión y tras inaugurar su primera boutique en Milán, la marca de joyería sigue apostando por Italia. Por ello, aterriza en Roma, Trieste, Nápoles y, de nuevo, Milán junto a Coin, el grupo de grandes almacenes más extendido en Italia.

Como afirmó Humbert Sasplugas, CEO y Cofounder de PDPAOLA, para *Contraste* y Grupo Duplex, "Italia es de momento el mercado más importante para nosotros, seguido de España, Francia, Reino Unido y China. Pensamos que el éxito de la marca en Italia se explica por nuestro posicionamiento. PDPAOLA es una marca de moda, más que una marca de joyería. Así nos vemos a nosotros mismos por lo menos, y eso

creo que casa muy bien con el mercado italiano, que desde siempre ha sido un mercado con mucha sensibilidad para la moda". Así es que, siguiendo con la reciente apertura en Milán de su *flagship* en 4 Corso Vercelli, PDPAOLA refuerza su presencia en Italia junto a Coin.

La alianza con el grupo contemporáneo de grandes almacenes implica la apertura de seis nuevos puntos de venta en las principales ciudades italianas. La marca de joyería desembarcó en Roma, Trieste, Nápoles y Milán en julio y, en octubre, abrirá otros dos espacios en Florencia y Verona. Estas aperturas refuerzan la estrategia de expansión a largo plazo de PDPAOLA en uno de sus top 3 países de facturación y responden al deseo de la marca de establecer una conexión más fuerte con sus clientes italianos. ♦



Jose Luis Joyerías inaugura su primera tienda en Toledo

Jose Luis Joyerías continúa inmerso en su proceso de expansión y, tras renovar su concepto de tienda e inaugurar nuevas aperturas en los últimos meses, ahora desembarca en Toledo. Esta tienda se trata de su primer establecimiento en la ciudad de Toledo, que supone al mismo tiempo un refuerzo para su presencia en Castilla la Mancha, donde cuenta también con dos tiendas en la ciudad de Cuenca.

La nueva tienda de Toledo, que se encuentra en la primera planta del Centro Comercial del Tajo, situado en la Avenida del Río Boladiez, sigue la nueva

imagen de la marca, con un concepto de tienda protagonizada por un diseño moderno y elegante, y concebida para dar la máxima relevancia al producto e incrementar la cercanía con el cliente. "Nuestras tiendas son el fiel reflejo de nuestra filosofía. Espacios diáfanos en los que una cuidada exposición de nuestras piezas y el asesoramiento personalizado son los principales protagonistas", afirmaron desde la empresa cuando, a finales de abril, se desveló el nuevo concepto de tienda en el centro comercial La Vaguada de Madrid, con esta nueva imagen de marca que continúa apostando por la modernización. ♦



SRK, empresa líder en diamantes, alcanzará el objetivo de emisiones netas cero en 2024

La empresa líder en diamantes SRK (Shree Ramkrishna Exportaciones SA. Ltd.), especializada en la exportación y elaboración de diamantes naturales a nivel mundial, anuncia que tiene previsto lograr emisiones netas cero para sus dos fábricas de diamantes en 2024, seis años antes de los objetivos marcados por la India para lograr un desarrollo sostenible en 2030.

Valorada en más de 1800 millones de dólares y fundada por Shri Govind Dholakia, SRK emplea a más de 6000 personas y ha desempeñado un papel fundamental en la transformación de la contribución de la India a la economía mundial durante las últimas seis

décadas. Una organización impulsada, además, por el propósito de comprometerse con la confianza, la transparencia y la tenacidad, por lo que SRK es pionera en el cumplimiento de prácticas sostenibles en la industria de gemas y joyas, arrojando luz sobre los esfuerzos urgentes y necesarios para una India con cero emisiones y más allá. Así es que, este objetivo por parte de SRK, Shree Ramkrishna Exportaciones SA. Ltd, supondrá un cambio positivo en la industria del diamante y se alcanzará en colaboración con The Global Network for Zero (GNFZ), un colectivo de liderazgo internacional dedicado a acelerar las soluciones que conducirán a una economía mundial de cero emisiones. ♦



El papel decisivo de la joyería española en Europa

El CRN, Centro de Referencia Nacional, busca unir a todos los agentes del sector joyero y relojero con el fin de promover la dimensión y posibilidades de una industria tan fuerte como la nuestra en España. Por ello, han decidido crear un mapa interactivo en el que todo el sector esté presente, cada uno con su actividad, y con el fin de que España sea la cabeza visible de la joyería en Europa.

Con el avance de la tecnología, se ha vuelto cada vez más accesible la creación de mapas interactivos, una herramienta poderosa que permite visualizar información geográfica de manera dinámica e intuitiva. "Nuestro objetivo ha sido la

creación de un mapa interactivo de la joyería orfebrería que permite localizar a cualquier empresa, autónomo, asociación, medio de comunicación, comercio o centro de formación vinculado a la joyería, como herramienta para transferir conocimiento y ofrecer una ventana al mundo del sector joyero nacional a través de nuestra web", afirman desde el CRN.

Un mapa que está a disposición de todo un sector, con información visual y en un sólo conjunto, por lo que su uso es muy simple:

1. Se hace clic en la lupa de la esquina superior izquierda para poder acceder a los filtros de búsqueda.

2. Se selecciona la región o ciudad y actividad.

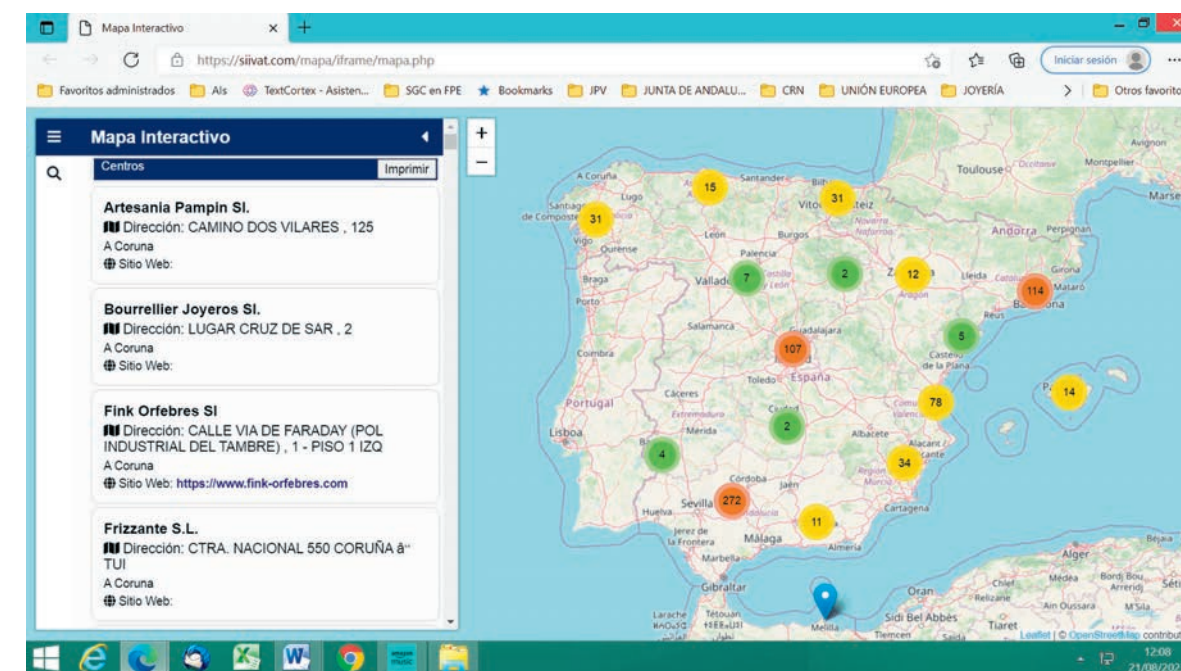
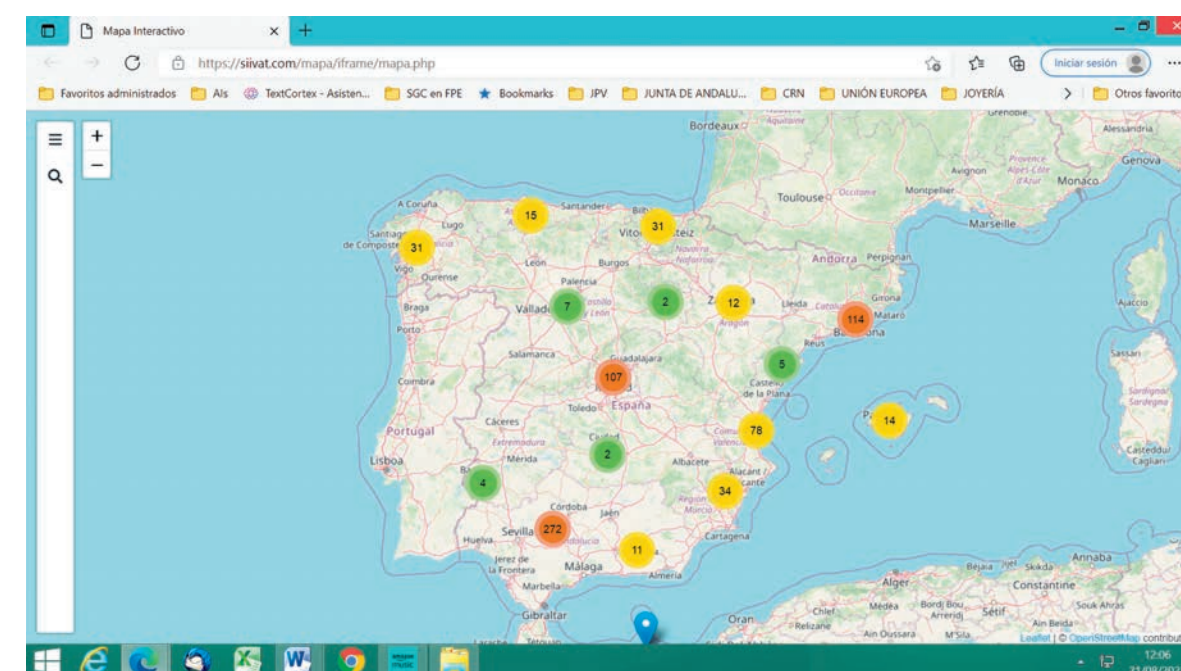
3. Con el cursor colocado sobre las diferentes posiciones que aparecen en el mapa se puede ver la información básica de contacto y actividad del agente relacionado.

4. Si se desea ver el resultado de la búsqueda en formato listado, en lugar de ubicarse sobre el mapa, se pincha sobre el icono de texto que se encuentra encima de la lupa, en la esquina superior izquierda.

5. Si se desea, se puede optar por imprimir el resultado de la búsqueda

en formato listado a comunicación visual y la interactividad.

Actualmente los formatos más consumidos son el vídeo y la imagen, por lo que la interactividad y la comunicación visual ayudan a eliminar barreras y contribuyen a dar forma a una herramienta digital que permite acceder a la información de manera dinámica y gráfica, no sólo a nivel nacional sino que también internacional. Al mismo tiempo, este mapa interactivo se convierte en una herramienta esencial para el avance del sector joyero. ♦



Artículo financiado por



Tesoros de coleccionista para ONLY WATCH

© Beatriz Badás Álvarez

Only Watch nació en 2005 con una intención, crear belleza para hacer el bien; el objetivo es, concretamente, recaudar fondos para la investigación sobre la distrofia muscular de Duchenne a través de una subasta de relojes únicos especialmente creados para esta ocasión. Desde entonces, gracias a la formidable movilización en constante aumento de la industria relojera y al apoyo de todo un ecosistema, esta iniciativa se ha convertido en una cita bienal muy esperada en el calendario de la alta relojería tanto para las marcas como para los coleccionistas. La próxima edición ya tiene fecha, el 5 de noviembre a las 14h en Ginebra, y las marcas relojeras han sacado lo mejor de sus manufacturas. Only Watch 2023 incluirá más de 62 lotes y se llevará a cabo bajo el martillo de Christie's y el patrocinio de Su Alteza Serenísima el Príncipe Alberto II de Mónaco. Desvelamos algunas de las propuestas relojeras más llamativas, diseñadas para la ocasión. ♦



Minute Repeater Only Watch, de L.Leroy

L.Leroy ha creado una impresionante pieza exclusiva inspirada en un antiguo reloj de tacto colgante que Leroy fabricó en torno a 1810 para el príncipe Emilio de Hesse y del Rin; la pieza única L.Leroy Minute Repeater Only Watch. Se trata de un reloj de pulsera sugerente y sofisticado, atractivo tanto para la vista como para el oído. Su construcción es muy compleja, tanto en términos de estilo como en su mecánica. Es una obra maestra de la técnica relojera en el diseño y el montaje de su movimiento de cuerda manual, que incorpora un tourbillon flotante y el mecanismo de repetición de minutos.



Marine Hora Mundi, de Breguet

Breguet presenta una versión única de su modelo Marine Hora Mundi. Este mecanismo, patentado por Breguet, es el único dispositivo que permite cambiar de huso horario con un solo clic, una proeza técnica que resulta posible gracias a la manipulación del pulsador y de la corona. Tras establecer la primera ciudad, así como la hora y la fecha de la misma, el propietario del reloj sólo tiene que seleccionar la segunda ciudad. El mecanismo calcula entonces la hora y la fecha mediante un audaz sistema. Basta presionar el pulsador para pasar de un lugar del planeta a otro sin perturbar la marcha precisa del reloj.



El primer tourbillon volante central de Hublot

El tourbillon central podría interpretarse como una declaración de intenciones por parte de Hublot de devolver el protagonismo a la Alta Relojería, aunque la caja redonda recuerda a un dibujo infantil de una margarita con 12 pétalos. En cualquier caso, la virtud del MP-15 Takashi Murakami Tourbillon Only Watch es precisamente que cada persona verá en él un símbolo del valor al que conceda más importancia. La Alta Relojería se une a la Alta Joyería en este reloj rebosante de creatividad e inspirado en las icónicas flores sonrientes de Takashi Murakami; un reloj en el que florecen tanto valores como colores.



"Turbine Chrono Only Watch", de Perrelet

La marca relojera Perrelet desarrolla un cronógrafo exclusivo para la ocasión, que adopta un nuevo diseño cuyos detalles se destacan en una luz brillante con tonalidad azul, uno de los colores oficiales del evento. Este tono particular tiñe diferentes elementos del reloj, como la turbina representada en la esfera alternando con gris antracita o el segundero central del cronógrafo. Presentado por primera vez en 2013 y seguido de una segunda edición en 2017, el «Turbine Chrono» confirma el enfoque innovador y poco convencional de la Maison para interpretar las complicaciones de la relojería.



Frederique Constant y Christiaan van der Klaauw

El Tourbillon Planétaire Only Watch 2023 reúne en una misma pieza el tourbillon de Frederique Constant, con su notable acabado manual, y el planetario de Christiaan van der Klaauw, el más pequeño del mundo y el primero construido para un reloj de pulsera. Una creación superlativa totalmente acabada a mano, producida en una caja de platino de tan sólo 42 mm, y una primicia mundial que combina el planetario de la casa holandesa con el tourbillon de Ginebra, ataviado para la ocasión con una esfera de aventurina. Y es que a una colaboración excepcional le corresponde una creación excepcional.



El homenaje de Maurice Lacroix

El Maurice Lacroix de Only Watch, un homenaje al color, la transparencia y la excelencia mecánica, cuenta con una caja de zafiro de 43mm, una novedad para la firma. Este material transparente se utiliza también en el bisel y en la corona. Gracias a las propiedades transparentes del cristal de zafiro, Maurice Lacroix ha equipado este reloj con un movimiento esquelético, el Calibre ML330 de manufactura de carga manual. Como se ha mencionado, una característica notable del reloj Maurice Lacroix Only Watch 2023 es que revela un sinfín de componentes que funcionan en armonía.



El Orbis Mundi de Bovet

El galardonado Orbis Mundi fue elegido por Bovet como base para la pieza única de Only Watch de este año debido a su visualización de la hora universal y a cómo los viajes unen al mundo, expandiendo horizontes, fomentando la comprensión y aumentando la compasión. La esfera del Orbis Mundi es de guilloché, cubierta con siete capas de laca magenta vibrante, cada una aplicada a mano y luego se seca antes de aplicar la siguiente capa. En desarrollo durante más de dos años, el Orbis Mundi transmite todo lo necesario para una nueva generación de amantes de los relojes y el savoir-faire de esta industria.


PERRELET
 1777

**TURBINE
TITANIUM**
 CASE Ø 41mm

 www.perrelet.com

#Luxuryinmovement

VAN CLEEF & ARPELS abre su primera boutique en Barcelona

© Beatriz Badás Álvarez

Paseo de Gracia, en Barcelona, se está convirtiendo en escenario idílico para las marcas de joyería y relojería. Ahora es Van Cleef & Arpels quien elige una de las calles más importantes de la Ciudad Condal para instalarse en el número 77, gozando así de una ubicación privilegiada en un edificio que refleja el típico modernismo catalán, y de un amplio espacio de 286 m², que se abre a la calle comercial a través de un gran escaparate flanqueado por dos puertas con elaborados forjados. Una da acceso a la boutique, compuesta de varios salones, mientras que la otra es la entrada al edificio. Un espacio que combina joyería, relojería y arte. ♦



LVMH, Premium Partner de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de París 2024

Con los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de París 2024 a punto de comenzar dentro de exactamente un año, LVMH se ha convertido en Socio Premium de este evento mundial, que resuena con la misión del Grupo, "El arte de crear sueños", haciéndose eco de la visión de París 2024. Esta excepcional asociación permitirá a los artesanos de todo el Grupo LVMH aportar su creatividad, su excepcional saber hacer y su sentido único del *art de vivre* francés a la organización de esta celebración sin igual del deporte de alto nivel.

París 2024 confiará varias funciones esenciales a artesanos del Grupo LVMH. Entre ellas, el diseño de las medallas olímpicas y paralímpicas por Chaumet. Emblemas por excelencia de la búsqueda de la victoria y de la superación personal, las medallas figuran entre los símbolos icónicos y las tradiciones de los Juegos Olímpicos. Chaumet, joyero emblemático de París con siglos de tradición, aplicará su *savoir-faire* para crear el diseño de estas piezas excepcionales que materializan la recompensa definitiva para los atletas tras años de sacrificio y compromiso con el rendimiento. ♦



Antoine Arnault, Amélie Oudea-Castera, Bernard Arnault, Thomas Bach, Anne Hidalgo y Tony Estangué

ROLEX adquiere Bucherer

Rolex ha anunciado que adquiere al minorista relojero Bucherer. Esta adquisición, destinada a mantener los fuertes lazos entre las dos empresas, hará que Bucherer conserve su nombre y opere de forma autónoma. Sin embargo, la integración definitiva en el grupo Rolex espera la aprobación de las autoridades de competencia.

La fusión entre Rolex y Bucherer responde a la decisión de Jörg Bucherer de vender el negocio de su empresa debido a la ausencia de descendientes directos. Ahora, con Rolex a la cabeza, el objetivo es continuar con el legado del éxito de Bucherer y honrar la estrecha asociación que une ambas marcas desde 1924.

Con más de 100 puntos de venta en todo el mundo, 53 de los cuales distribuyen Rolex y 48 ofrecen Tudor, Bucherer se ha consolidado como un actor clave del sector. Por lo tanto, este paso estratégico beneficia no sólo a sus propias marcas, sino también a las marcas asociadas del sector y a

toda la plantilla del grupo Bucherer, incluidas las operaciones relojeras de Carl F. Bucherer. Y, aunque Bucherer mantendrá su identidad e independencia operativa, la transición al grupo Rolex espera la luz verde de las autoridades de competencia, lo que garantiza el cumplimiento de las normas reglamentarias.

De hecho, el día que se desveló esta alianza, el mercado relojero se puso patas arriba cuando las acciones del minorista británico Watches of Switzerland, que también comercializa relojes Rolex, llegaron a desplomarse más de un 25% ante el temor de que la nueva alianza fortaleciera a su rival, al que Rolex podría dar preferencia para vender sus productos directamente, sin necesidad de recurrir a otros intermediarios.

Ante esto, Watches of Switzerland ha señalado en un comunicado que la dirección de Rolex le ha asegurado que la adquisición de Bucherer "no es un movimiento estratégico hacia el comercio minorista". Es decir, que Rolex no participará en la operativa diaria del negocio

de Bucherer ni nombrará miembros no ejecutivos del consejo de la distribuidora. Y lo más importante: tampoco habrá cambios en la asignación de sus

productos a una u otra distribuidora como consecuencia de esta adquisición. ¿En qué quedará esta alianza? ♦



El Calatrava de PATEK PHILIPPE presenta una innovadora complicación

© Beatriz Badás Álvarez

En el año 2019, Patek Philippe presentó una complicación que revolucionaba su colección de relojes con calendario: el calendario semanal referencia 5212A-001. Casi 5 años después, esta pieza de mecanismo semi integrado que indica, además del día y la fecha, el número de la semana en curso, sigue siendo un reloj muy valorado por los aficionados a la alta relojería y, sobre todo, por los hombres de negocios.

El lanzamiento de este novedoso calendario semanal trajo consigo el diseño y desarrollo de un nuevo movimiento de cuerda automática: el calibre 26-330 S C J S, formado por 304 piezas distintas, visibles a través del fondo cristal de zafiro, y que cumplía así con las exigencias del Sello Patek Philippe.

Para la indicación del día y el número de la semana actual, la marca relojera introdujo un mecanismo semi integrado muy novedoso, de 1,52 mm de espesor, que necesitaba por sí mismo, 92 piezas adicionales.

Otra característica de esta pieza es la tipografía de la esfera, especialmente creada para este reloj, que reproduce la auténtica escritura manuscrita de uno de los diseñadores de la Manufactura, y que otorga a la esfera un toque personal, único y poético que recuerda la época, no tan lejana, de las notas escritas a mano en las agendas de papel.

Su caja redonda, del inconfundible estilo Calatrava, es de acero y se distingue por su refinada construcción, con bisel reportado y asas de pulsera curvadas, adornadas con doble gallón. La caja mide 40 mm de diámetro y tiene una altura de 11,18 mm. ♦



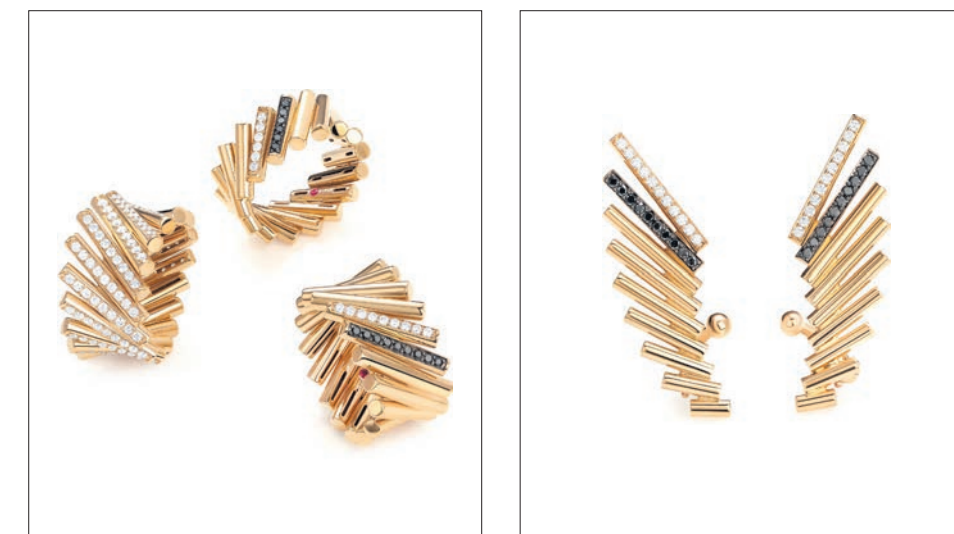
Formas y texturas dan vida a lo nuevo de ROBERTO COIN

© Beatriz Badás Álvarez

Roberto Coin presenta la colección Domino, cuya inspiración se remonta a hace mucho tiempo. Concretamente al año 1100, cuando este juego nació en China y que luego se extendió por el mundo, convirtiéndose en una fuente tradicional de entretenimiento. Ahora, el dominó es también fuente de inspiración para la marca italiana en una colección que transmite a la perfección todo lo que será tendencia la nueva temporada, sin dejar de lado la atemporalidad.

Formada por filas de elementos

idénticos que se repiten a lo largo de toda la superficie, al igual que en el juego chino, las joyas de Domino encajan a la perfección. En esta colección, Roberto Coin trata el oro rosa como una piedra preciosa y cada elemento de las joyas se trabaja como una escultura artística en miniatura. A su vez, los diamantes en blanco y negro que iluminan toda la colección le dan una sensación de profundidad. El resultado es una colección con luz pura y deslumbrante en la que Roberto Coin logra el mismo efecto dominó a través de un nuevo enfoque de la fabricación, iniciando una revolución en el mundo del oro. ♦



"The World Is Yours", el reloj con doble huso horario de JACOB & CO.

© Beatriz Badás Álvarez

The World Is Yours Dual Time Zone es el primer reloj de la nueva colección The World Is Yours. Por su original inspiración, la primera complicación implementada por Jacob & Co. es un doble huso horario con dos subesferas. Está alojado en una caja curvada de oro rosa de 43 mm. El bisel es escalonado, redondeado y muy fino, para ofrecer una esfera lo más amplia posible. Le sigue un gran cristal de zafiro ultra abombado.

Esta característica es necesaria porque la propia esfera es curva, como la Tierra que representa. La diferencia de altura entre el punto más bajo y el

más alto es de 3,7 mm. En consecuencia, las agujas también están curvadas. La corona es corta, integrada en el contorno de la caja, redondeada, pulida y discreta.

El World Is Yours Dual Time Zone está impulsado por un nuevo calibre exclusivo de Jacob & Co. Muestra dos husos horarios, con horas y minutos, alineados verticalmente a ambos lados de un pequeño segundero. Cada huso horario puede ajustarse libremente mediante la corona, hasta el minuto. Se trata de una característica muy poco común, pero que Jacob & Co considera absolutamente esencial, ya que es la única manera de que los países con una diferencia horaria UTC inusual muestren tanto su hora local como otra. ♦



IIJS Premiere se consolida y bate récord



© Beatriz Badás Álvarez

La 39ª edición de IIJS Premiere 2023, organizada por el GJEPC, cerró sus puertas con una respuesta abrumadora por parte del sector, generando el mayor negocio de su historia con más de 70.000 millones de rupias para el comercio. IIJS, que es la segunda feria de gemas y joyería más grande del mundo, recibió a más de 50.000 visitantes en conjunto con las dos sedes del evento: JIO World Convention Center (del 3 al 7 de agosto) y Bombay Exhibition Centre (del 4 al 8 de agosto).

IIJS Premiere dio la bienvenida a 1.850 expositores en su 39ª edición y contó, de forma sustancial, con más de 2.100 visitantes de más de 65 países, incluidos EE. UU., Reino Unido, Emiratos Árabes, Australia, Canadá, Nueva Zelanda, Fiji, Arabia Saudita, Qatar, Irán, Mascate, Italia, Bangladesh, Bahrein, Kuwait, Alemania, Turquía, Singapur, Tailandia, Vietnam, Camboya, Sri Lanka y muchos más. Al mismo tiempo, la lista de invitados distinguidos incluyó delegaciones de 16 países, otorgando al evento una gran visibilidad internacional. El evento también contó con un Pabellón de Italia en la sección de maquinaria y

contó con expositores de 7 países.

"IIJS Premiere 2023 ha logrado un éxito sin precedentes, superando todos los récords anteriores y nuestras expectativas. Por sí sólo ha revertido los sentimientos del mercado y ha impulsado el ciclo económico a toda velocidad, perfectamente sincronizado antes de las temporadas festivas y de bodas. Se estima que en IIJS Premiere 2023 se generaron negocios por valor de 70.000 millones de rupias para el comercio, lo que está mucho más allá de los sueños más locos de cualquiera. Como exposición, IIJS realmente ha entrado en una liga propia", afirma Vipul Shah, presidente de GJEPC.

"IIJS es una de las exposiciones de gemas y joyas más grandes del mundo y podemos estar orgullosos de lo que estamos haciendo. El sector de las gemas y la joyería es muy importante para el Gobierno porque requiere mucha mano de obra. Genera una enorme cantidad de creatividad entre nuestros jóvenes y está vinculado no sólo a las personas que cortan y pulen, sino también a las que diseñan joyas. Por eso creo que esta es una de las industrias más versátiles y es muy importante para nosotros. Como Gobierno, analizamos toda la cadena de valor de las gemas y joyas, desde la

extracción hasta la venta final. En particular, buscamos desarrollar el segmento de joyería con diamantes incrustados, que se encuentra en el extremo de mayor valor", afirma Shri Sunil Barthwal, Secretario de Comercio del Departamento de Comercio que estuvo presente en la feria. "Con la participación de 65 países diferentes y un variado conjunto de más de 2.100 compradores internacionales, esta reunión tiene el potencial de dar nueva vida a las exportaciones del país en los próximos meses", añade.

India ya era uno de los principales mercados del mundo pero, tras la celebración de esta edición, IIJS Premiere confirma que el panorama de la India será una plataforma perfecta para el crecimiento del sector, convirtiéndose en un mercado consolidado e imprescindible.

GJEPC y el India Jewellery Park, Mumbai

Kirit Bhansali, vicepresidente de GJEPC, quien anteriormente fue presidente de India Jewellery Park, dijo: "la industria será testigo de una creciente demanda de gemas y joyas a medida que las cosas se normalicen, no sólo en India, sino también en todo el mundo. El nuevo parque de joyería, un ambicioso

proyecto de GJEPC, es un testimonio de nuestro compromiso. Jewellery Park Mumbai es una empresa innovadora, el primer parque industrial integrado de gemas y joyas de su tipo, diseñado para abarcar unidades de fabricación, espacios comerciales, residencias para trabajadores industriales y servicios integrales de apoyo comercial. Sin duda, esta iniciativa estratégica brindará una valiosa asistencia a los fabricantes y comerciantes de joyería que buscan expandir su presencia en Maharashtra, fomentando nuevos negocios y fortaleciendo las empresas existentes. Además, se prevé que esta empresa transformadora genere 1 lakh de empleos adicionales en el sector, contribuyendo así significativamente al crecimiento económico y las oportunidades de empleo de la región".

Jewellers for Hope

GJEPC también ha ayudado a recaudar fondos para 13 ONG durante los últimos 7 años, lo que ha tenido un impacto positivo en millones de vidas. En el marco de la feria, GJEPC organizó la octava edición de su prestigiosa cena benéfica, 'Jewellers for Hope', en un evento deslumbrante, cuyas ganancias se donaron a Relief Projects India, una ONG líder centrada en cuestiones de educación para mujeres y niños.

Innov8 Global

En su 39ª edición, IIJS presentó por primera vez la iniciativa Innov8 Global, creada para facilitar el emparejamiento personalizado de productos específicos entre compradores y fabricantes internacionales. Esta plataforma innovadora tiene como objetivo mejorar las interacciones comerciales y fomentar asociaciones productivas como nunca antes.

40 Under 40

IIJS Premiere 2023 fue testigo de un momento decisivo cuando la iniciativa GJEPC 40 Under 40 celebró el talento y la innovación excepcionales dentro de la industria. Más que un galardón, la iniciativa GJEPC 40 Under 40 simboliza un movimiento hacia una sinergia innovadora, una sinfonía colaborativa de mentes excepcionales.

En definitiva, IIJS Premiere 2023 continúa impresionando con sus notables estadísticas y ofertas impresionantes, reuniendo a la industria mundial de gemas y joyería en un espectáculo deslumbrante que muestra lo mejor en artesanía, innovación y conexiones globales. ♦



Alen Dione

BIJOUX ATELIER



www.alendione.com
info@alendione.com
@alen_dione_oficial
934 158 080

Estaremos en
madridjoya | JOICAT
14 - 17 SEP 2023 | 07 - 09 OCT 2023
STAND 6D13 | STAND 19

VicenzaOro septiembre desvela las tendencias del sector



© Beatriz Badás Álvarez

Desde la inteligencia artificial a las gemas sostenibles; la revolución digital, datos económicos y perspectivas. La transformación de la joyería será un papel clave en la feria internacional VicenzaOro, que regresa del 8 al 12 de septiembre con la presencia de 1.200 marcas expositoras de 34 países de todo el mundo.

Con una cuenta atrás que llega a su fin, el salón italiano se prepara para una cita en la que cada elemento que está cambiando al sector se pone encima de la mesa para entender el futuro. Y no sólo eso, ya que la presencia joyera y relojera es cada vez más fuerte, incluso a nivel internacional, ya que Alemania, Turquía, China, India y Tailandia serán los países más representados por marcas expositoras internacionales, cubriendo cerca del 40% de la oferta expositiva.

Cambios en espacio y horario

Nada ha quedado libre en VicenzaOro, que agotó su espacio hace meses y cuenta con lista de espera, en particular para la comunidad ICON, la dedicada a la joyería de alta gama. Así es que, para satisfacer las necesidades de las empresas, el IEG ha puesto a disposición

todos los espacios, incluidas las salas de conferencias del pabellón 7.1, creando un área reservada y exclusiva; y se utilizarán conexiones y pasillos de alta visibilidad para potenciar las diferentes áreas de exposición. Habrá además un nuevo horario, con el fin de mejorar el flujo de visitantes, de 10 a. m. a 7 p. m.

El futuro de la joyería

Las nuevas tecnologías están revolucionando la industria joyera. Realidad virtual y NFTs, Inteligencia Artificial y plataformas digitales, apps y visores 3D, desde el diseño hasta el banco de trabajo, la trazabilidad del producto, la logística o la mejora en la experiencia del consumidor. La revolución digital influirá en las elecciones, los deseos y los patrones de compra de los consumidores. En VOS 23, el nuevo Trendbook 2025+ elaborado por Trendvision Jewellery + Forecasting, el observatorio independiente del IEG dirigido por Paola De Luca, referente mundial del mercado de la joyería, explorará las tendencias de consumo, el panorama social y la evolución del consumidor en el mundo del lujo, con avances para los próximos 18 meses. El impacto de la IA en la industria de la joyería y las piedras preciosas también serán el tema de uno de los encuentros organizados por CIBJO, la Confederación

Mundial de Joyería.

Made in Italy y mercados mundiales, datos del sector para la comunidad joyera

El Club degli Orafi y el Departamento de Estudios e Investigaciones de Intesa Sanpaolo presentarán "El sector de la joyería italiana entre el *Made in Italy* y los mercados internacionales", un encuentro sobre la situación de la cadena de suministro italiana y la demanda internacional de oro y joyería. Un sector que sigue con su amplio refuerzo en los principales mercados de salida internacionales y que, en el primer trimestre de 2023, logró unas exportaciones superiores a los 2.000 millones de euros (fuente: Centro de Investigación Intesa Sanpaolo).

Una lista de expositores completa

Lo mejor del *Made in Italy*, empresas alemanas, de Francia o de España, así como propuestas del resto del mundo, darán vida a VOS.

Entre las principales marcas expositoras destacan Damiani, Roberto Coin, Crivelli de Valenza, Fope y Annamaria Cammill, Roberto De Meglio, de Palmiero, Gismondi 1754, Schreiner Fine Jewellery, Yoko London. Autore, Stenzhorn, Akillis, Jörg Heinz, Staurino

Fratelli, Maison Birks, Vendorafa y la marca francesa Djula.

España en VOS23

En cuanto a los expositores españoles, no faltarán a la cita Aguilar de Dios, Alias Concept, Almacenes Bustinza, Almufer, Antonio Algar Díaz, Antonio López Montero, Antonio Millán Gordillo, Artha Jewels, Avilés Spain, Baby Jewellery, Candela, Carrera y Carrera, Claus Union, Compack, Condevera, Crisolara, Dámaso Martínez, Díaz y Villar Joyeros, Enriquez y Cabeza, ValenJewel, Goldgeous, Huecos Raf, JDM Silver, Jorge Revilla, José López García, Larrea Joyeros, LECARRÉ, Luxenter, Macoval, Mondicor, Norreslet, Opla, Orfebres Navarro, Pedro Romero Muriel, Petrai, Pie de Rey, Ragui, Salvatore Plata, Sucesores Simón Franco, Black and White Jewellery y Victoria Cruz.

Vuelve VO'Clock Privé

VO'Clock Privé consolida su segunda edición que llega en un momento en el que el mercado italiano relojero tuvo un valor de 2 mil millones de euros en 2022 (9% más que en 2021), mostrando un crecimiento a pesar de una caída en la producción.

VOS se prepara para abrir las puertas de una experiencia de alto nivel. ♦



VO
vicenzaoro

DISCOVER
MORE —

VICENZA 8/12 SEPTIEMBRE 2023



Vicenzaoro es el evento de referencia internacional para **toda la cadena de suministro de joyería**, una plataforma dinámica para descubrir **noticias y tendencias**, explorar **oportunidades de innovación y networking**, adquirir **conocimientos y habilidades para su negocio**. Y hoy se enriquece con una **nueva comunidad: TIME**, para la **relojería contemporánea**.

Organizado por

ITALIAN
EXHIBITION
GROUP
Providing the future

En colaboración con

ITA
MADE IN ITALY
madeinitaly.gov.it

PRIMA
vicenzaoro

#primavicenzaoro

VO
VO'Clock Privé

vicenzaoro.com

DESCUBRA MAS



Portojoia regresa bajo el lema “más es más”

© Beatriz Badás Álvarez

Portojoia regresa para celebrar su 32ª edición, la misma que pondrá en foco la autenticidad y la irreverencia en el uso de los complementos; así es que “más es más” es el lema del evento que reunirá a expositores nacionales e internacionales del 21 al 24 de septiembre en Oporto, en Exponor-Feira Internacional do Porto.

Durante todas estas ediciones, PortoJoia se ha consolidado como un escaparate de joyería, orfebrería y relojería de la Península Ibérica y como un vehículo que pretende mostrar lo mejor de estos tres músculos. Así es que, el salón portugués distingue positivamente entre marcas, fabricantes, diseñadores y compradores y se prepara para llevar a lo más alto una de las tendencias por excelencia de este universo, “la era del maximalismo”.

La 32ª edición de esta feria internacional pretende, bajo el lema “más es más”, dejar atrás el miedo a arriesgar para jugar a combinar diferentes metales, colores y formas. “Las joyas son un complemento imprescindible de la moda, por eso, año tras año, combinamos esta feria con las nuevas tendencias. Lo que vemos ahora es la adopción del ‘maximalismo’, es decir, la libertad infinita de combinar múltiples colores, formas; la tendencia es crear un estilo único que celebre la autenticidad”, explica Amélia Estevão, Directora de Marketing de Exponor.

En el marco de esta edición, “Art & Jewels” regresa con su 3ª edición para promover alianzas entre joyería y otras áreas creativas, asociando a artistas con diseñadores. Al mismo tiempo, y con el fin de premiar a los mejores, también se presentará el concurso “Best Of '23”, destinado a las siguientes categorías: diseñador revelación, mejor tienda física, mejor escaparate, mejor tienda *online*, estudiante revelación, premio a la carrera, mejor ventana en *stand* y mejor *stand*. La próxima edición también presenta una novedad, el proyecto “Oficina Portojoia”, que será un espacio dedicado a lo que distingue y eleva el sector de la joyería: el arte del *savoir faire*. En él, se unirán artesanos, diseñadores emergentes y estudiantes con nuevas ideas y ganas de crecer.

Los cuatro días de la feria se completarán con otras actividades, como conferencias y debates. Además, la edición anterior reunió alrededor de 100 expositores, de los cuales nueve eran de España, Colombia, Turquía, Italia y Polonia. Cabe señalar que el perfil de los visi-



tantes también se revela a través de las fronteras. En 2022, de los más de 3.000 visitantes, más de 200 fueron extranjeros; por ello, PortoJoia se prepara para continuar conquistando a nivel internacional. ♦

Un nuevo HOMI Fashion&Jewels

© Beatriz Badás Álvarez

HOMI Fashion&Jewels, la feria dedicada íntegramente a los complementos de moda, ropa y joyería, vuelve con una nueva edición del 15 al 18 de septiembre en Fieramilano (Rho). Una cita que, además, presentará nuevos espacios, itinerarios rediseñados para los visitantes, la colaboración con Poli.Design y la agenda con charlas y desfiles.

Con un formato en constante evolución, esta edición de HOMI Fashion&Jewels contará con la presencia de más de 500 marcas, un 35% de ellas extranjeras, que mostrarán sus colecciones de complementos de moda y bisutería para la temporada Otoño/Invierno 23-24, así como algunos adelantos de la próxima Primavera/Verano.

La nueva edición se dividirá en dos áreas, Joyas y Moda, con el objetivo de favorecer una participación cada vez más clara, definida e inmediata. En la sección Joyas, además de mostrar marcas de joyería que van desde la alta joyería hasta la bisutería e interpretar las



tendencias con gusto y personalidad diferenciados, albergará una nueva sección dedicada a la Joyería Contemporánea. En cambio, el área Moda contará con una sección de “accesorios de moda”, con un enfoque en los complementos diseñados para enriquecer y completar conjuntos para un estilo ‘todoterreno’, mientras que la ropa *ready to wear* se ubicará en la sección de “ropa de moda”, con propuestas originales y combinaciones.

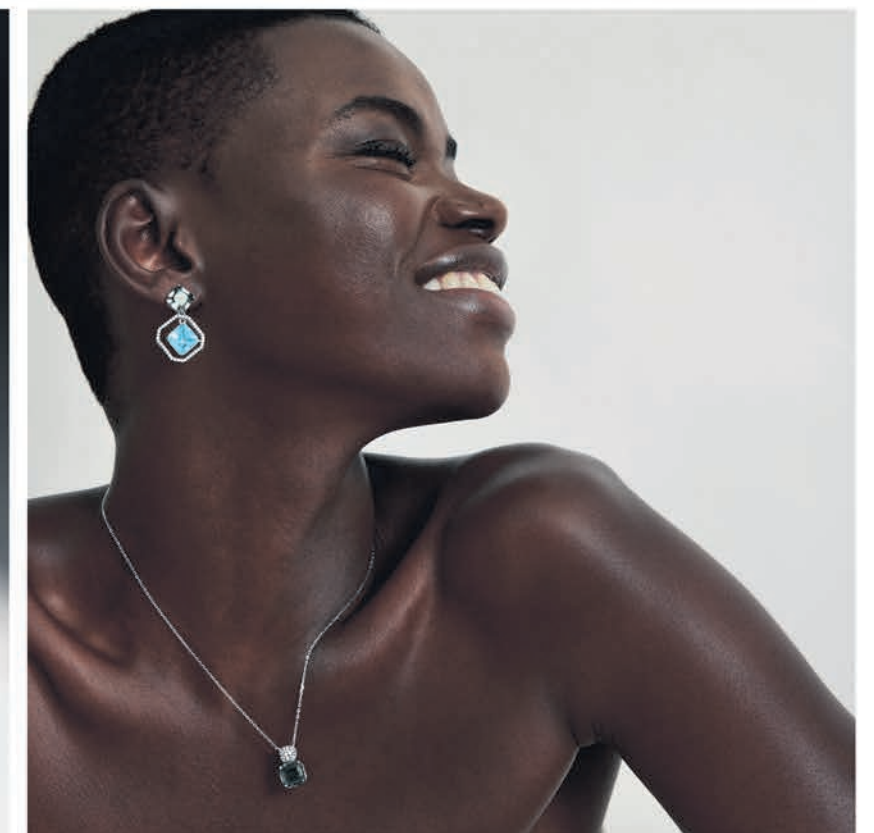
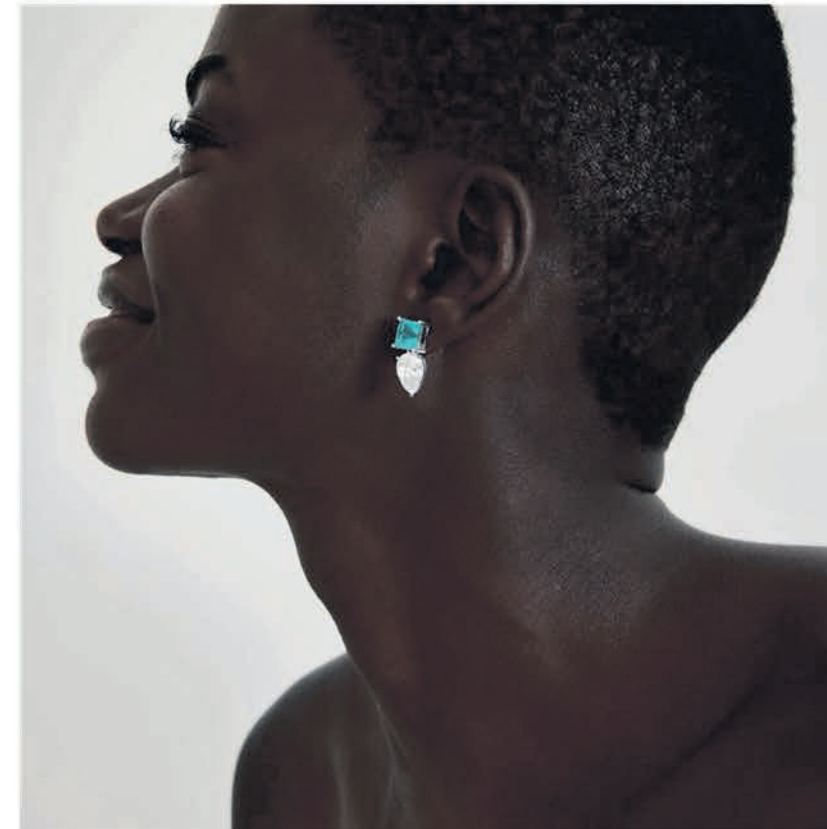
En materia joyas, HOMI Fashion & Jewels también es un centro para descubrir tendencias futuras a través de dos áreas distintas y en colaboración con Poli.Design: Design Direction, un camino multimedia capaz de anticipar las pautas de los próximos dos años para la joyería y los complementos de moda, y Visionaires, que acogerá las propuestas de los diseñadores que mejor interpretan los *must-have* de la temporada y los colores de tendencia con propuestas innovadoras en cuanto a materiales, formas, estilos y colores.

La exposición HOMI Fashion&Jewels te espera del 15 al 18 de septiembre de 2023 en Fieramilano (Rho). ♦

LUXENTER

@LUXENTEROFICIAL

JOYEROS DESDE 1972



ÁLAVA, ALBACETE, ALICANTE, ALMERÍA, ASTURIAS, ÁVILA, BADAJOZ, BARCELONA, BURGOS, CÁCERES, CÁDIZ, CANTABRIA, CASTELLÓN, CIUDAD REAL, CÓRDOBA, CUENCA, GERONA, GRANADA, GUADALAJARA, GUIPÚZCOA, HUELVA, HUESCA, ISLAS BALEARES, JAÉN, LA CORUÑA, LA RIOJA, LAS PALMAS, LEÓN, LÉRIDA, LUGO, MADRID, MÁLAGA, MURCIA, NAVARRA, ORENSE, PALENCIA, PONTEVEDRA, SALAMANCA, SANTA CRUZ DE TENERIFE, SEGOVIA, SEVILLA, SORIA, TARRAGONA, TERUEL, TOLEDO, VALENCIA, VALLADOLID, VIZCAYA, ZAMORA Y ZARAGOZA.

EL CORTE INGLÉS Y JOYERÍAS AUTORIZADAS

Disfruta de Istanbul Jewelry Show con Grupo Duplex



© Beatriz Badás Álvarez

Reconocida como una de las cinco mejores ferias de joyería del mundo, Istanbul Jewelry Show se prepara para dar la bienvenida a la nueva temporada con su próxima edición, que se llevará a cabo en el Centro de Exposiciones de Estambul entre el 5 y el 8 de octubre. La pasada edición se convirtió en la más grande jamás celebrada, por lo que la cita de octubre buscará volver a estar a la altura.

La última edición de Istanbul Jewelry Show, organizada por Informa Markets, se llevó a cabo en marzo y registró sus mejores datos con una edición que reunió a 1500 empresas y marcas de 10 países que se presentaron a los cerca de 32.000 profesionales del sector en la feria. Además, en comparación con la feria celebrada en marzo de 2022, el número de visitantes internacionales aumentó un 17% en esta edición de marzo

de 2023. En este contexto y en comparación con la feria de marzo de 2022, el número de visitantes procedentes de países asiáticos aumentó un 55%, los procedentes de Rusia y los países de la CEI aumentaron un 55%, mientras que los de los países europeos aumentaron un 45%, los de los países balcánicos un 34%, los de los países de América del Sur un 24 % y los de los países de América del Norte, incluidos los Estados Unidos de América, un 23%. Por lo que Istanbul Jewelry Show se consolida como una cita imprescindible para descubrir nuevos mercados y mantener otras relaciones. Para dar respuesta a este crecimiento internacional y promover que esta cita esté al alcance de más profesionales del sector, Grupo Duplex renueva su acuerdo con la Asociación de Exportadores de Turquía. Y es que, Istanbul Jewelry Show contribuye al desarrollo y crecimiento del sector de la joyería al traer a importantes empresas y marcas del sector en cada edición, proporcio-

nando una plataforma adecuada en términos de nuevas oportunidades de negocio e intercambio de información, por lo que la presencia internacional juega un importante papel.

Así es que, y como viene siendo desde hace un lustro, Grupo Duplex te invita una edición más a visitar la feria de Estambul de su mano, con el objetivo de que todos los interesados puedan conocer en primera persona una de las principales ferias internacionales del mundo y, al mismo tiempo, una de las ciudades con más encanto.

Más de 100 compradores españoles ya han disfrutado y aprovechado profesionalmente de esta acción que Grupo Duplex y la Asociación de Exportadores de Turquía desarrollaron con mucho esmero, como es el caso de Glenda López que tras su visita a la pasada edición transmitió a Grupo Duplex que se trató de una experiencia "muy interesante; he visto una feria realmente con fines comerciales, es decir, he visto

verdaderos profesionales comprando y realizando transacciones, lo que me ha sorprendido gratamente ya que, para empezar, el precio de los artículos es bastante elevado y, desde mi parecer, la industria y el comercio de joyería de lujo sigue en sana circulación". O Judith de Joieria Orfi, que ya ha confiando en varias ocasiones en este acción y, tras la última visita confirmó que "esta es de las mejores ferias que hay. En cada visita sigo aprendiendo y cada vez la estoy disfrutando más"; o Miquel Sardá, "el sector allí está en auge, es evidente; y la organización de la feria es fantástica. Hemos vuelto muy animados, la verdad. La experiencia ha sido muy positiva, por la organización y por lo que nos hemos encontrado en feria".

Si quieres ser uno de los invitados por parte de Grupo Duplex, envía un email a andrea@grupoduplex.com para recibir toda la información al respecto. ♦



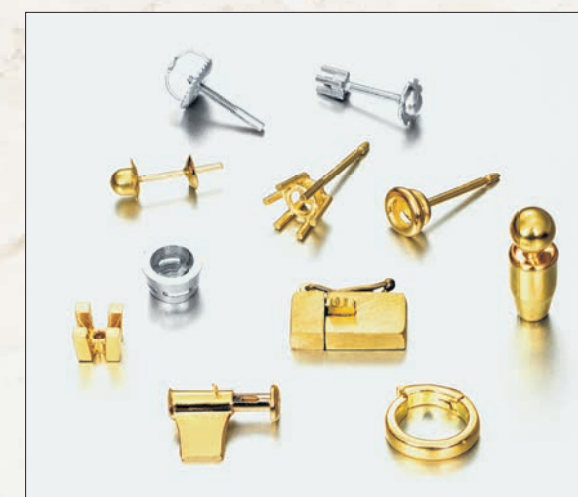
ORO BASE

Fornituras de Joyería, S.A.

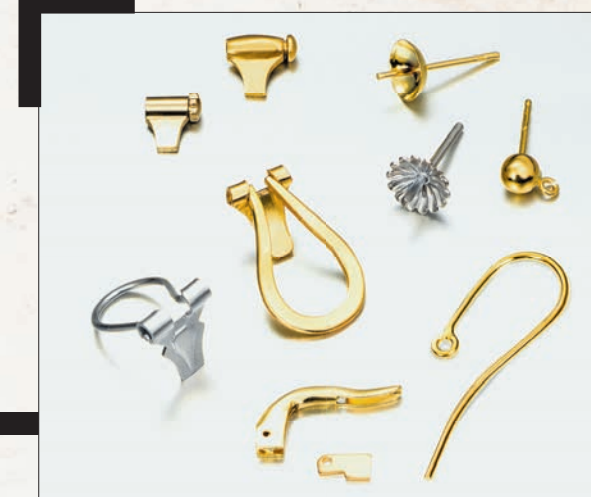
El mayor surtido de fornituras y complementos en oro, plata, gold filled y otros materiales. Todo lo que necesita en un sólo click.



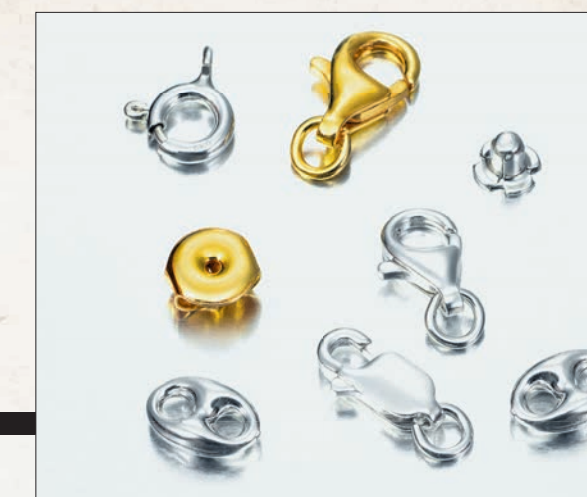
PENDIENTES DE ARO



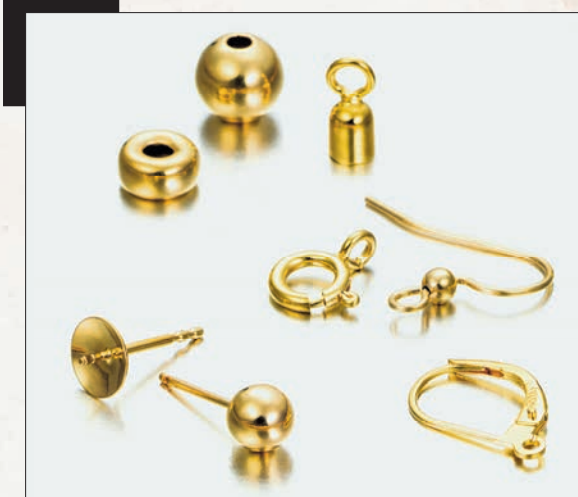
FORNITURAS DE PRECISIÓN



FORNITURAS DE ORO



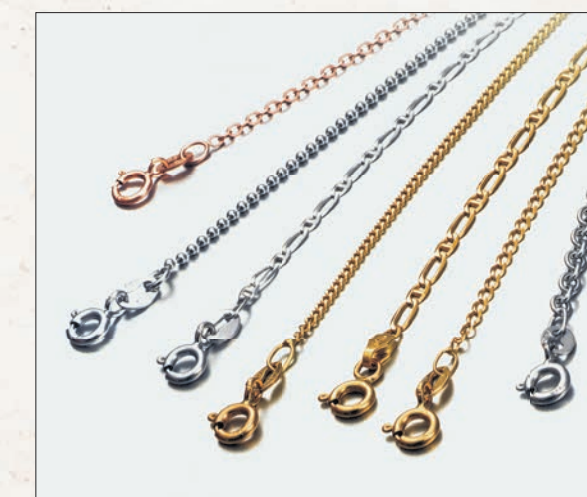
FORNITURAS DE PLATA



GOLD FILLED 14/20



OTRAS FORNITURAS



CADENAS DE ORO, PLATA Y GOLD FILLED 14/20

Usted lo imagina, nosotros lo realizamos. Orobace, siempre cerca de usted

WWW.ORBACE.ES

Delegación Andalucía
Francisco Luque
T. 620 230 174

Distribuidor Oviedo
Comercial Doncel
T. 985 216 281
comercialdoncel2015@gmail.com

Central Madrid
T. 915 310 207
www.orbase.es

Distribuidor Murcia
Palomera, C.B
T. 968 293 860
palomera@comercialpalomera.com

Delegación Bilbao
T. 944 795 267
orbasebilbao@hotmail.com

Distribuidor Cataluña
Justo Comercial de Relojería, S.A.T.
T. 933 175 787
www.justo-relojeria.com



Únete a la historia de éxito del Charm Club con tu tienda

Ofrece a tus clientes las ventajas exclusivas de la nueva Comunidad Charmista. Con la MONEDA CHARMISTA, tus clientes pasan a ser miembros y reciben de inmediato un 15% de descuento en todos los Charms.

15% de descuento en todos los Charms hasta final de año

Para poder canjear este descuento, los clientes solo necesitan presentar su tarjeta de miembro Charmista o mostrar su joya con la MONEDA CHARMISTA.



La exclusiva tarjeta de miembro Charmista

Al comprar una pulsera o collar Charmista, tu cliente recibirá una tarjeta de membresía. Cada tarjeta lleva impreso un código QR con el que podrá recibir un código de descuento aplicable a sus compras online.

Eventos y mucho más

¡Queremos celebrarlo todo junto a nuestra Comunidad Charmista! Por eso, organizamos eventos exclusivos para los miembros del club. ¡Ser Charmista es sinónimo de más fiesta, más Charms y más diversión!

Ven a visitarnos a Madridjoya del 14 al 17 de septiembre del 2023. Nos encontrarás en el Hall 6, Stand 6G22.

#CHARMISTA • Instagram @THOMASSABO • TikTok @THOMASSABO_OFFICIAL
www.thomassabo.com/charmclub

Joicat, un encuentro profesional



encuentro donde poder fomentar la fidelización entre el cliente y el proveedor.

Así es que, el sector joyero y relojero se reunirá de sábado a lunes (7,8 y 9 de octubre) en la Fira Reus, en Tarragona, con el objetivo de promover la joyería y la relojería a través de un evento estudiado y desarrollado por los propios expositores. Por ello, y para mejorar la exposición y satisfacer a los visitantes, entre las necesidades cubiertas, Joicat ofrece catering gratuito para todos los visitantes y expositores, parking gratuito para clientes y expositores o servicio de lanzadera entre el hotel y la feria, así como del AVE o aeropuerto a la feria u hotel, previa reserva gratuita.

¿Por qué Joicat en Reus?

Si buscas una feria donde compaginar trabajo y experiencias gastronómicas y turísticas, Joicat es una buena opción; sobre todo si tenemos en cuenta que la Costa Daurada es un lugar idílico de vacaciones donde, tanto los clientes como los expositores, podrán compaginar días de trabajo con días de

descanso. Reus está justo limitrofe con Salou, la Pineda, Cambrils y Tarragona; lugares donde disfrutar del sol y la playa, con actividades náuticas (descuentos para visitantes y expositores), así como visitar las ruinas romanas de Tarraco o disfrutar de las rutas gastronómicas en Valls, así como actividades lúdicas como Port Aventura. Todo ello en un radio de no más de 22 km del recinto ferial. Además, ¿sabías además que Reus es la capital del Vermut?.

Jornadas prácticas

Además, Joicat se ha aliado con 2Shapes, empresa de tecnología especializada en joyería con una amplia formación profesional, para ofrecer a los visitantes de la feria unos talleres de dos horas de duración enfocados en el diseño y el diseño 3D. ♦

Más información:
www.joicat.com
info@joicat.com
 639 004 772

JOICAT

TALLER PRÁCTICO 2H

COMPATIR TUS DISEÑOS 3D CON TUS CLIENTES Y EN TU WEB

PARA DISEÑADORES Y NO DISEÑADORES

2/HAPES

JOICAT

TALLER PRÁCTICO 2H

DISEÑO AVANZADO DE JOYERÍA CON 2SHAPES PARA RHINO

PARA DISEÑADORES Y FABRICANTES

2/HAPES

JOICAT

TALLER PRÁCTICO 2H

DISEÑO DE JOYAS EN 3D EN TIENDA CON EL CLIENTE

PARA NO DISEÑADORES

2/HAPES

Joicat busca con su primera edición, que se celebrará del 7 al 9 de octubre en Reus, ofrecer a los profesionales del sector joyero y relojero la posibilidad de exponer de una forma diferente con un concepto pensado por los propios expositores para el bienestar de los clientes

profesionales.

“Desde Joicat creemos que es el momento de poder ofrecer y escuchar las propuestas y las necesidades tanto del cliente como del expositor”, afirman desde la organización. Por ello, más que una feria, Joicat es un evento hecho a medida del expositor y del visitante; un

DANIEL WELLINGTON

Pabellón 6, Stand 6B11
 del 14 al 17 de Septiembre en

madridjoya

CONTRASTE

CONTRASTE es una publicación de GRUPO DUPLEX

Depósito legal: B-31556-98
CIERRE DE PUBLICIDAD:
DÍA 20 DE CADA MES

Respetamos la libertad de expresión de nuestros colaboradores y personas entrevistadas.

CONTRASTE no se hace responsable de las opiniones vertidas en sus páginas excepto en el editorial.

Avda. Catalunya, 20-22, Local 10
08291 Ripollet (Barcelona)
Tel.: +34 933 183 738
grupoduplex@grupoduplex.com
www.grupoduplex.com

Editor
Pedro Pérez
pperez@grupoduplex.com

Dirección y Publicidad
Pablo Pérez
pablo@grupoduplex.com

Redacción
Beatriz Badás
beatriz.badas@grupoduplex.com

GRUPO
DU
PLEX

Nunca tuvimos tanto a nuestro alcance para crecer



© Pedro Pérez

Debemos liderar en la diversidad. Es muy necesario formar equipos y tenemos varias posibilidades con personas ya sean parecidas o distintas. En la propia cantera o haciendo fichajes.

Si son parecidas, conectarán bien y el ambiente será más agradable; pero no podemos renunciar a la excelencia, esa que nos llena de talentos que buscan un mismo objetivo y vienen cargados de experiencia. El que sea capaz de amalgamar tal diversidad, se convertirá en un gran líder.

Un gran equipo necesita siempre un gran líder. Busca tu equipo, ya sea homogéneo o

Debemos ser sumisos, explorar y aprender de lo que nos rodea

complejo.

La vida es un movimiento entre subidas y bajadas, todo un torbellino de emociones, un misterio por resolver, un milagro sin explicación.

Estamos llamados a estar vivos y activos en donde debemos aprender, aprovechar y vivir el tiempo que nos toque segundo a segundo. En la vida laboral pasa exactamente lo mismo.

No esperes a que los demás te resuelvan los problemas. Todos queremos tener éxito, pero ¿qué hacemos para lograrlo? ¿Somos de los que hacen que ocurran las cosas o esperamos a que sucedan, o de los que preguntamos qué ha sucedido? Seamos de los coherentes, tanto en lo que decimos como en lo que hacemos.

Luchemos por usar esas tecnologías que tenemos a nuestro alcance, procuremos formarnos para sacarles el máximo partido a todas las herramientas que nos brinda el mundo actual. Tengamos pasión y vocación.

Debemos ser sumisos, explorar y aprender el cómo se hacen las cosas, y el cuándo.... Una gota de sentimiento humano debería existir siempre.

Estamos llenos de macro información. Siempre debemos escuchar y poner muchas horas de trabajo con equipos multidisciplinares. Está claro que esta vida no es fácil, pero es bella. Y es la que tenemos...

Los que amamos nuestra profesión, somos un reflejo de ella. Nunca como hoy tuvimos tantas herramientas a nuestro alcance, tantos medios y motivos para aprender y usarlas... Aprovechémoslas.

Cómo no sabemos que era imposible, lo conseguimos. Debemos recordar esto: las grandes mentes discuten las ideas; las mediocres, los eventos; las pequeñas, a las personas.

Transportando un puñado de tierra todos los días, lograremos hacer una montaña. Lo único que trasciende de nosotros, será nuestra obra.

Sólo la persona superior se atribuye la culpa a sí mismo; el común la echa a los demás.

Para ir a la cima de la montaña, hay muchos caminos, pero recordemos siempre que sólo hay una cima. Y nunca sabemos de lo que somos capaces hasta que lo intentamos.

Teresa de Calcuta nos decía: A veces sentimos que lo que hacemos es sólo una gota en el mar, pero el mar sería menos sin esa gota. Eso es lo que pasa en nuestro día a día y en nuestro trabajo. Sigamos aportando esa gota que es muy valiosa para lograr el mar de nuestros éxitos. ♦

EMPRESA DEL SECTOR DE LA JOYERÍA BUSCA

GEMÓLOGO/A

ESPECIALISTA EN DIAMANTE (HRD ANTWERP, GIA, SSEF, GRS)

REQUISITOS

- Experiencia y conocimiento del sector
- Capacidad para análisis de la joyería, productos, servicios y tendencias
- Aptitud para la resolución de incidencias técnicas
- Habilidades de planificación, organización y trabajo en equipo
- Inglés hablado y escrito a nivel medio-alto. Se valorará conocimientos de francés
- Manejo de Microsoft Office 365 (Word, Excel, PowerPoint...)
- Buena capacidad de comunicación e interlocución

Enviar C.V. a Grupo Duplex
social@grupoduplex.com
REF. DIAESGEM

OROYHORA

Mundo Técnico Desde 1949

Número 198

Pág 02

La inteligencia artificial y su aplicación a la joyería

Pág 04

De la alquimia al I+D, un repaso a la historia

Pág 06

Los metales durante los meses de julio y agosto

El espectrómetro de fluorescencia Compact Eco

© Manuel Ángel Piñero Solsona, técnico y especialista en 3D

Aczet es el socio tecnológico y productor exclusivo de este equipo especializado en el segmento de la joyería que se ha basado en la experiencia de campo de más de dos décadas en tecnología de rayos X de su *partner* alemán con más de 2500 instalaciones satisfechas.

Compact Eco Series es una herramienta de espectrómetro de mesa basada en tecnología de rayos X para medir de forma rápida, no destructiva pero precisa, metales preciosos y joyas acabadas. La herramienta mide con precisión la composición de elementos de aleaciones de joyería de oro, platino y plata. La detección de radiación de fluorescencia por contador de accesorios (o SI PIN) ofrece una gran área sensible, que a su vez captura una gran cantidad de fluorescencia que es vital para un análisis preciso del metal.

Equipado con un *software* moderno

y fácil de usar y un algoritmo de evaluación exacto, su operatividad es fácil, lo que a su vez reduce el requisito de una persona técnicamente calificada para operarlo.

Compact Eco Series es una herramienta de espectrómetro de mesa de última generación que está diseñada para proporcionar un análisis espectral preciso y de alta calidad en un paquete compacto y ecológico. Es perfecto para su uso en una amplia gama de aplicaciones, incluidos entornos de investigación, industriales y comerciales.

Esta herramienta de espectrómetro es muy versátil y se puede utilizar para analizar una amplia gama de materiales, incluidos líquidos, sólidos y gases. También es muy precisa, con una resolución de hasta 0,5 nm y un rango de longitud de onda de 200-1100 nm.

Además de su alto rendimiento, la serie Compact Eco también está diseñada para ser ecológica. Cuenta con un bajo consumo de energía y está fabricada con materiales ecológicos, lo que

la convierte en una opción ideal para organizaciones comprometidas con la sostenibilidad.

En general, la serie Compact Eco es una excelente opción para cualquier persona que necesite una herramienta de espectrómetro de alta calidad que

sea versátil y ecológica. Ya sea que esté realizando investigaciones, realizando controles de calidad o analizando materiales en un entorno comercial, esta herramienta seguramente satisfará sus necesidades y superará sus expectativas. ■



B Technoflux®

Comprueba tú mismo el poder del láser de Technoflux

Gama de maquinaria láser Technoflux

madridjoya

Del 14 al 17 de Septiembre visítanos y prueba la maquinaria láser de soldadura y de corte y grabado de Technoflux en la nueva edición de la feria **MadridJoya 2023**.

MAX50



G.50



Micro
Welder
Power



Novedad
2023



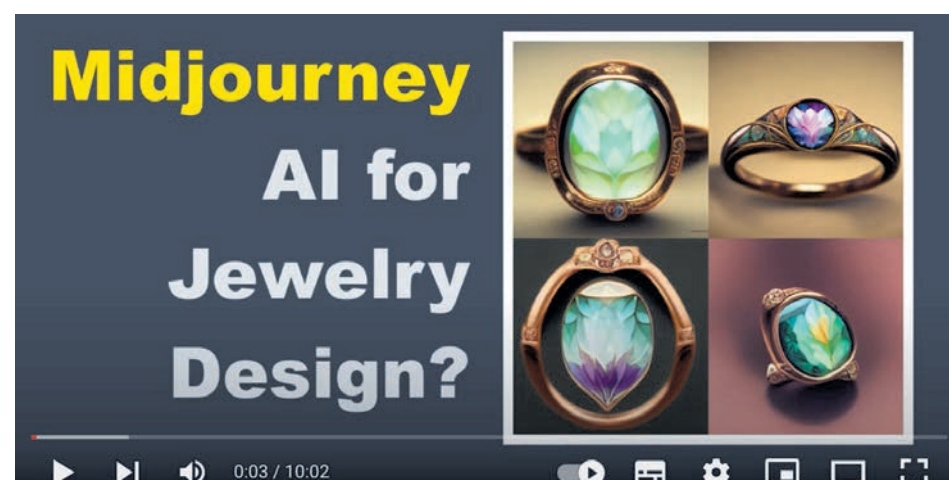
Technoflux MAX80

Además, presentamos el modelo más potente de corte y grabado, con 80W de potencia y fuente láser de alta calidad JPT, con eje Z motorizado y parada automática de seguridad.

DISTRIBUIDOR Y CLIENTE: Consulte con Benmayor S.A. las condiciones de compra y entrega.

La inteligencia artificial (IA) y las ventajas de su aplicación a la joyería

Su uso en el diseño de joyas tiene el potencial de revolucionar la industria y optimizarla



Midjourney es una aplicación específica para generar diseños de joyería



Visualización para el cliente, lo cual genera más efectividad en la elección

© Manuel Ángel Piñero Solsona, técnico y especialista en 3D

La inteligencia artificial ha estado causando sensación en varias industrias, y el mundo del diseño de joyas no es una excepción. Con la ayuda de la IA, los diseñadores pueden ahora crear piezas únicas e innovadoras que antes se creían imposibles.

Una de las formas en que se utiliza la IA en el diseño de joyas es a través del diseño generativo. Esto implica el uso de algoritmos para generar múltiples diseños basados en un conjunto de parámetros, como el tamaño, la forma y el material. Luego, los diseñadores pueden elegir entre estos diseños o usarlos como punto de partida para una mayor personalización.

Otra forma en que se utiliza la IA en el diseño de joyas es a través del aprendizaje automático. Esto implica entrenar algoritmos para reconocer patrones y preferencias basados en datos de diseños anteriores y comentarios de los clientes. Esto permite a los diseñadores crear piezas que se adaptan a clientes o mercados específicos.

La IA también se está utilizando para optimizar el proceso de fabricación. Al analizar los datos de la línea de produc-



Anillo con cabeza de león diseñado a través de la aplicación Starryai

ción, los algoritmos pueden identificar áreas de mejora y sugerir cambios para aumentar la eficiencia y reducir el desperdicio.

En general, el uso de la IA en el diseño de joyas tiene el potencial de revolucionar la industria. Con su capacidad

para generar diseños únicos, adaptar piezas a clientes específicos y optimizar la producción, la IA está ayudando a los diseñadores a crear joyas hermosas e innovadoras que antes se creían imposibles.

En los últimos años, la inteligencia artificial (IA) ha tenido un impacto significativo en varias industrias, incluido el mercado de la joyería. Con la ayuda de la IA, los diseñadores y fabricantes de joyas han podido optimizar sus procesos, mejorar sus diseños y satisfacer las necesidades de sus clientes de manera más efectiva.

El poder de los algoritmos

Una de las formas más importantes en que la IA ha revolucionado el mercado de la joyería es a través de su capacidad para crear diseños personalizados. Los algoritmos de IA pueden analizar las preferencias de un cliente y crear diseños de joyas personalizados en función de sus gustos y estilos únicos. Esto ha hecho que sea más fácil para los clientes encontrar joyas que se adaptan a sus necesidades y preferencias individuales.

La IA también ha facilitado a los diseñadores de joyas la creación de diseños nuevos e innovadores. Mediante el uso de herramientas impulsadas por IA, los diseñadores pueden experimentar con diferentes formas, materiales y colores, lo que les permite crear piezas únicas y llamativas que se destacan en el mercado. Esto ha llevado a un aumento de la creatividad y la innovación dentro de la industria.

Otra forma en que la IA ha impactado en el mercado de la joyería es a través de su capacidad para mejorar el proceso de producción. Con herramientas impulsadas por IA, los fabricantes pueden automatizar varios procesos, incluidos el diseño, la creación de prototipos y la producción. Esto ha llevado a tiempos de respuesta más rápidos, costos reducidos y control de calidad mejorado.

La IA también ha facilitado a los minoristas la gestión de su inventario y ventas. Mediante el uso de herramientas impulsadas por IA, los minoristas pueden analizar los datos de los clientes, identificar tendencias y ajustar su inventario en consecuencia. Esto ha llevado a procesos de ventas más ef-

cientos y a una mayor satisfacción del cliente.

En general, la IA ha tenido un impacto significativo en el mercado de la joyería, desde diseños personalizados hasta procesos de producción optimizados. A medida que la tecnología continúa avanzando, podemos esperar ver aún más innovación dentro de la industria a medida que los diseñadores y fabricantes continúan aprovechando la IA para mejorar sus productos y servicios.

Diseñar anillos con IA

Diseñar anillos con inteligencia artificial es un tema fascinante que ha despertado mucho interés en los últimos años. La IA ha revolucionado la forma en que abordamos el diseño y ha abierto nuevas posibilidades que antes se creían imposibles. En este artículo, exploraremos cómo diseñar anillos con inteligencia artificial y los beneficios de usar IA en el proceso de diseño.

El primer paso para diseñar anillos con inteligencia artificial es recopilar datos. Estos datos pueden incluir imágenes de anillos existentes, preferencias de los clientes y tendencias en la industria. Cuantos más datos tenga, mejor será su modelo de IA para predecir lo que quieren los clientes.

Una vez que se ha recopilado suficientes datos, puede comenzarse a entrenar el propio modelo de IA. Esto implica alimentarlo con datos y permitirle aprender de ellos. Cuantos más datos se introducen en el modelo, mejor será para predecir lo que quieren los clientes.

Uno de los beneficios de usar IA en el proceso de diseño es que puede ayudar a los diseñadores a crear diseños únicos que se adaptan a clientes individuales. Por ejemplo, si un cliente proporciona sus preferencias y estilo, un modelo de IA puede usar esa información para crear un anillo que sea único para ese cliente.

Otro beneficio de usar IA en el proceso de diseño es que puede ayudar a los diseñadores a crear diseños más eficientes. Los modelos de IA pueden analizar datos e identificar patrones que los humanos pueden pasar por alto. Esto puede conducir a diseños más eficientes que son más fáciles de producir y cuestan menos.

La IA también puede ayudar a los diseñadores a crear diseños que sean más sostenibles. Mediante el análisis de datos sobre materiales y procesos de producción, los modelos de IA pueden identificar formas de reducir los desechos y crear diseños más ecológicos.

Además de estos beneficios, la IA también puede ayudar a los diseñadores a crear diseños más precisos. Al usar IA para crear modelos 3D de anillos, los diseñadores pueden asegurarse de que sus diseños sean precisos y no contengan errores.

En general, diseñar anillos con inteligencia artificial tiene muchos beneficios. Desde la creación de diseños únicos hasta la reducción de residuos y la creación de diseños más precisos, la IA está cambiando la forma en que abordamos el diseño. A medida que la tecnología continúa avanzando, podemos esperar ver desarrollos aún más emocionantes en este campo. ■

Mundo Técnico Oro y Hora recomienda

Mirar en este enlace de YouTube una de las aplicaciones utilizadas por inteligencia artificial para generar diseños de joyería. Se trata de Midjourney.



Otra aplicación online para generar imágenes de joyas. Es tan fácil como decirle quiero un anillo con cabeza de león y nos genera diferentes vistas de anillos con cabeza de león.



GRADO 3

ADAPTACIÓN A NORMATIVA ANTES DEL 31 DE DICIEMBRE DE 2023

Colaboramos con Grupo Duplex ayudando a todas las joyerías asociadas a adaptarse a la nueva normativa de seguridad de grado 3.



EN50131

Soluciones inteligentes e innovadoras para joyerías y entidades de alto riesgo



SOLUCIÓN INTEGRAL

Todos los establecimientos de grado 3 tienen que cumplir con la nueva normativa de seguridad antes del 31 de diciembre 2023 para evitar sanciones económicas.



SOLICITA MÁS INFORMACIÓN

+34 902 099 510

www.covertsecurity.es



De la alquimia al I+D



© Ferran Latre, *technical lead* División Joyería de Benmayor

Es curioso discurrir por la historia del sector en su quehacer diario y el papel esencial de la “química” en la joyería. Sin ella, la transformación de los metales hubiera sido imposible. En este artículo se narra la progresión de esta herramienta vital desde antaño hasta la irrupción de Technoflux como la primera y única empresa con una planta dedicada íntegramente a la química aplicada para el sector joyero. Afortunadamente hoy han quedado atrás la inseguridad y los peligros asociados a la manipulación de productos químicos mal medidos y sin formación específica. Para tranquilidad de la profesión y el disfrute de sus clientes.

Durante cientos de años, el joyero ha necesitado emplear la química en su quehacer diario. Como ejemplo, la historia de uno de los productos químicos más habituales en un taller es el bórax, el cual es imprescindible para fundir y soldar.

Las primeras noticias señalan que los egipcios conocían desde hace mucho su existencia, usándolo en las soldaduras de metales preciosos. Además, lo empleaban en medicina y en el proceso de momificación. También es destacable uno de sus orígenes en el lecho de un lago en el Tíbet, desecado por la evaporación. Era trasladado en el siglo VIII del Tíbet a Arabia Saudita, a través de la Ruta de la Seda; siglos más tarde,

por la misma ruta, concretamente en el siglo XIII, llegó a Europa de la mano de Marco Polo.

Desde los egipcios hasta la actualidad, todas las civilizaciones han utilizado lo que nosotros hemos llamado “química”. Sin ella, la transformación de los metales hubiera sido imposible. La alquimia, podríamos decir, fue el punto de partida de la química moderna en nuestro sector.

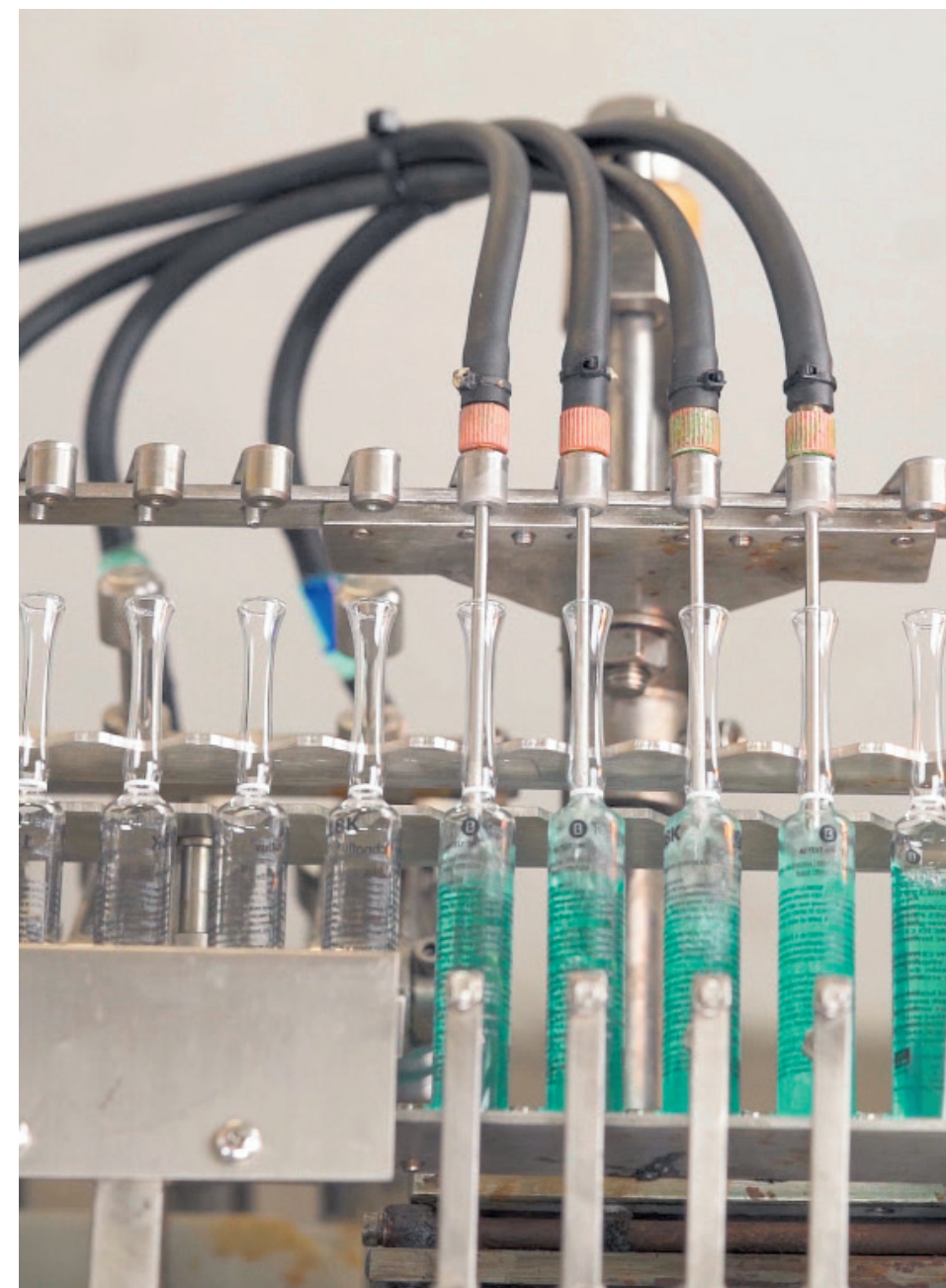
Siglos de secretismo

En un principio, únicamente estaba al alcance de unos pocos, pero la revolución industrial permitió la manipulación y transformación de las materias primas necesarias para la formulación de productos químicos. Esto supuso el inicio de un cambio radical en nuestro sector, la llamada “química de metales”. El avance en la formulación fue lento y rodeado de secreto. El maestro orfebre guardaba las fórmulas de los productos y pocas veces las compartía.

Hasta los años 70 del pasado siglo, esta era la dinámica general. Incluso en aquel entonces, los joyeros anotaban las formulaciones en una libreta, que guardaban en sus mesas de trabajo.

Lo habitual consistía en que el joyero adquiría los productos químicos en la droguería y formulaba según las anotaciones que tenía en su libreta. En ocasiones, esto desembocaba en resultados que no eran los deseados.

Diez años más tarde, la formulación del flux de soldar cambió radicalmente la manera de crearlos. Su fabricación y envasado transformó por completo el



concepto. Nació la marca Diewersol, la cual creo una gama específica de productos químicos para el sector joyero.

La fabricación química aplicada al sector de la joyería acababa de nacer. La realidad se impuso después de siglos de secretismo.

Surge Technoflux

Los joyeros sintieron la necesidad de contar con formulaciones químicas precisas que les permitieran utilizar los productos adecuados en las distintas etapas de fabricación, para obtener resultados correctos y seguros. La conjunción de estos aspectos dio lugar a la creación de la marca Technoflux, que heredó al personal cualificado y los conocimientos para continuar la fabricación de toda la gama de productos antiguamente denominados Diewersol.

Destacaremos Technoflux como la primera y única empresa con una planta dedicada íntegramente a la química aplicada para el sector joyero.

La planta de Technoflux cuenta con un moderno laboratorio de I+D para la formulación y desarrollo de nuevos productos, los cuales son imprescindibles en todas las fases de la fabricación, así como en el análisis y manipulación de metales preciosos. Esta planta está equipada con los sistemas más avanzados para la fabricación y envasado de toda su gama de productos, cumpliendo con todas las normativas de seguridad y homologación europeas. Esto permite superar las inspecciones que realiza la administración para garantizar el cumplimiento de la normativa vigente.

Visijet Wax Red Jewel de 3DZ, una cera más elástica y resistente

Fue presentada por primera vez en la pasada cita de T.Gold y ha logrado una estupenda aceptación en el mercado. Se trata de Visijet Wax Red Jewel de la compañía 3DZ que propone una nueva forma de imprimir en 3D modelos de fundición 100 % colados en cera.

Las principales características de Visijet Wax Red Jewel son su elasticidad y mayor resistencia, lo que hace que esta cera sea ideal para crear las geometrías más delicadas en 3D, adaptándose a cualquier diseño, incluyendo filigranas y espesores extremadamente finos como mallas.

Como indica su fabricante 3DZ, Visijet Wax Red Jewel “está especialmente indicada cuando se quieren reprodu-



cir elementos de pequeño tamaño, como texturas de malla fina de menos de 1 mm, micropavés, pero también para proyectos más complejos que tienen variedad de espesores o para modelos con piedras engastadas”.

Otra de las ventajas de esta cera es lo fácil que resulta retirar los soportes 100% solubles no dejando rastro en la superficie del modelo impreso, lo que reduce la necesidad de acabados manuales logrando joyas de excelente calidad en superficie. Visijet Wax Red Jewel se derrite perfectamente y es ideal para el proceso de fundición de precisión.

Este nuevo material ha sido creado para la impresora 3D MJP 2500 W, la máquina 3D Systems más compacta y rápida. ■

B Technoflux®

Más de 65 años de producción y desarrollo

Gama de químicos para joyería Technoflux



La garantía Technoflux es la confianza y satisfacción de los joyeros y orfebres alrededor del mundo.



Desarrollados con los más altos estándares de calidad.



Vendidos en más de 40 países en todo el mundo.



Asesórate con nuestros expertos para asegurar una compra integral.

No se conforme con productos de segunda, los químicos Technoflux garantizan resultados impecables y duraderos en las joyas

Saber más



La economía mundial no va a salir "de rositas"



© Alberto Vergara, director financiero de Sempsa JP

Retomando el contacto con el mundo real después de las vacaciones y asolados por las sofocantes y recurrentes olas de calor allá dónde se esté, los inversores en metales preciosos se encuentran con un panorama muy similar al de antes del periodo estival. Para resumirlo muy sucintamente, es la Reserva Federal estadounidense la que sigue marcando el compás. Con los Bonos del Tesoro americano a 10 años en el 4.2% o los propios del Banco de España al 3.6% y con la renta variable comportándose de manera positiva a uno y otro lado del Atlántico, es complicado que el metal amarillo ilumine las opciones de inversión. Es decir, ¿por qué alguien tendría oro en su cartera de inversiones cuando el coste de oportunidad está

aumentando y se puede obtener un rendimiento de casi el 5% en los mercados monetarios a corto plazo?

Las amenazas de recesión van y vienen con la misma facilidad con las que los economistas y analistas entonan su "donde dije digo, digo Diego". Pocas veces se han observado tantos palos de ciego a la hora de predecir entornos macro en el ámbito internacional. Contumazmente la realidad niega las previsiones de aterrizaje abrupto y recesivo de las economías en el periodo post COVID, estando aún inmersas en la guerra de Ucrania. En USA, el aterrizaje suave de la economía tras meses de sobrecalentamiento y ya con el IPC en el 3.2%, invitaría a pensar en un inicio de relajación de los tipos por parte de la FED en su reunión del próximo septiembre. En la zona EURO y a pesar del buen e insólito indicador en España (2.3%), el IPC sigue por encima del 5% estando Alemania por encima del 6%. En UK, la cosa sigue desbocada en casi el 7%...

Aparte de cualquier análisis técnico o cortoplacista de los mercados de metales preciosos, la realidad es la que

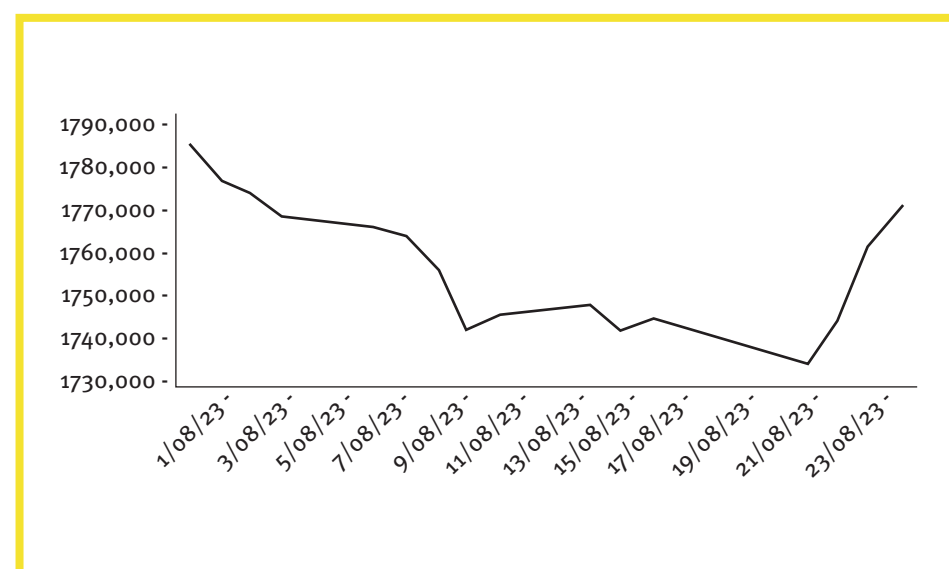
es y eso provoca un evidente sopor en este sector para el inversor tradicional. No obstante, a nadie debiera parecerle creíble que la economía mundial va a salir "de rositas" de todo este embrollo en el que nos metió el COVID y más tarde Putin. El incremento astronómico de

los niveles de deuda soberana, unido a las restricciones logísticas y de oferta en el mercado de las materias primas, deberían pasar una buena factura tarde o temprano. Tiempo al tiempo. El oro, como recurso preventivo, debería estar en nuestras "listas de la compra". ■

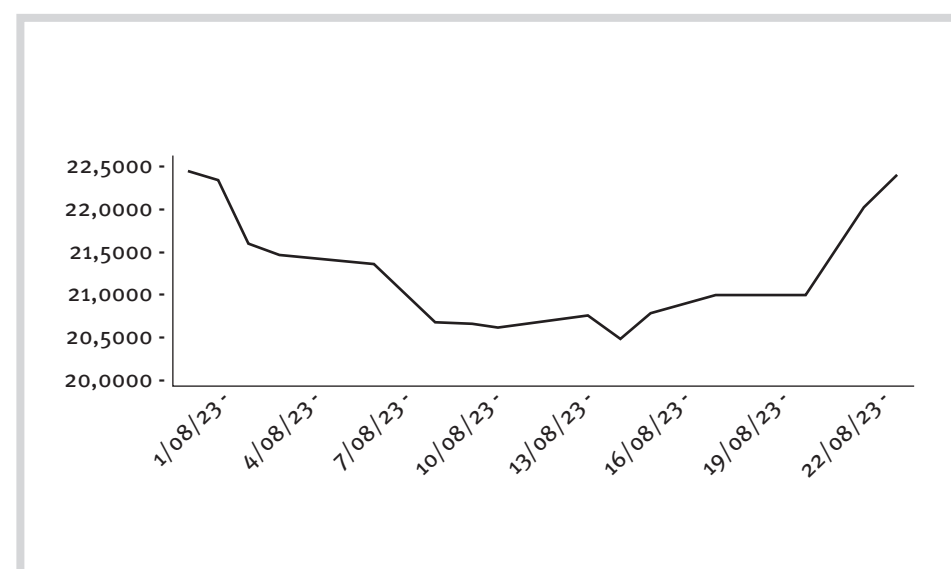
- Efemérides - Cotización del oro y la plata

Años	Oro	Plata
	EUROS/G	EUROS/KG
HACE 15 AÑOS 31/7/2008	19,332	396,026
HACE 10 AÑOS 31/7/2013	33,208	532,008
HACE 5 AÑOS 31/7/2018	34,435	465,060
HACE 1 AÑO 31/7/2022	57,093	693,170
HACE 1 MES 30/6/2023	58,132	732,072

Precio del oro en \$/onza agosto 2023



Precio de la plata en \$/onza agosto 2023



Un segundo trimestre con la joyería como motor

Fuente: World Gold Council (WGC)

Como viene siendo habitual, el Consejo Mundial de Oro ofreció a principios de agosto su análisis de las tendencias de la demanda de oro durante el segundo trimestre de este año en curso. Con respecto al mismo periodo de 2022, se desaceleraron las compras de los bancos centrales, pero esto no supuso una caída importante, ya que siguieron siendo positivas, sumado a la demanda de oro de inversión así como a unas animadas compras de la joyería.

En concreto la demanda cayó un 2% interanual, situándose en 921 toneladas, excluyendo OTC. Pero, si tomamos todo el semestre de 2023, se está hablando de una demanda total de 2.460 toneladas, con un aumento del 5%. Respecto a los bancos centrales, aunque se redujo algo la demanda de marzo a julio, en total tomando el medio año estamos ante cifras récord con 387 toneladas. La positiva actividad compradora

es general a nivel mundial.

En cuanto a la demanda combinada de joyería, junto con lingotes y monedas, es decir, oro de inversión, el World Gold Council destaca la actividad en Turquía con 118 toneladas los seis primeros meses del año. Los expertos aducen tres factores detrás de este apetito por el oro: "Las elecciones presidenciales, la inflación vertiginosa y la debilidad monetaria".

Refiriéndose solo al segundo trimestre, la fabricación de joyería se "comió" 476 toneladas. El WGC estima que los inventarios aumentaron en este periodo alrededor de 15 toneladas, hecho que se achaca sobre todo a que el consumidor de joyería chino no cumplió con las expectativas previstas.

Interesantes también las cifras que ofrece el oro de inversión que "aumentó un 6% interanual hasta 277 toneladas en el segundo trimestre". Como se ha indicado, el factor turco y su alegría inversionista han tenido mucho que ver en estas cifras. ■



© Steve Bidmead en Pixabay

SIKNO # SPAIN

Fabricamos joyas

MOMENTOS

Nosotros **si** contamos con certificaciones de **sostenibilidad y medioambiente:**

RJC
ISO 9001
ISO 14001

RJC

Del **14 al 17 de Septiembre** nos encontrarás en **MADRID JOYA** Stand **6F09**

MADRID JOYA

No solo **diseñamos y fabricamos** colecciones exclusivas para nuestros clientes, **disponemos de productos desarrollados**, con stock y con plazo de entrega 15/20 días.

Nuevos baños en 18 y 24 KTS con más durabilidad.

INNOVADORES

www.sikno.es

TENDENCIAS FW24: las joyas que triunfarán

Joyas de siempre

Los clásicos nunca pasan de moda y en las últimas temporadas hemos sido testigos de como lo "pasado" se convertía en el presente. Las joyas de antes vuelven a ser las favoritas con un pequeño matiz: la magia de la joyería reeditando sus mejores piezas.



Guess



Malizzia



Thomas Sabo



Ti Sento



Ana Haie



© Durán Exquise



Nanis



Ciclón



Miquel Sardà



Sif Jakobs



Ele Ka



Flavio



Coeur de Lion



Victoria Cruz



Roberto Coin



Vidal&Vidal



Durán Exquise



Viceroy



Salvatore Plata

© Beatriz Badás Álvarez

Las tendencias en materia joyas de la temporada Otoño/Invierno 2023-2024 merecen ser analizadas una a una, puesto que demuestran como las joyas más especiales y llamativas se van a colocar en un primer plano para elevar los looks que, en materia moda, serán, sobretodo, minimalistas y sobrios. El lujo silencioso y la estética

pulida y elegante juegan un papel importante, que dejan que todo el peso recaiga en la joyería. Así que sí, esta temporada vuelve a ser la nuestra.

Las joyas con una estética clásica se recuperan con mucha fuerza, como el tubogas, el mix de materiales también será la tendencia por excelencia, sin olvidar el tamaño maxi que, de nuevo, nos conquista. Un sinfin de posibilidades que descubrimos para inspirarnos con todo lo que está por llegar. ♦



Swarovski



Les Georgettes



ECH Jewelry



Mamam et Sophie



Viceroy



Coeur de Lion



Marea



Ti Sento



Flavio



Borsari



Salvatore Plata



Durán Exquise



ECH Jewelry



Roberto Coin



Flavio



Victoria Cruz



Thomas Sabo



Swarovski



Salvatore Plata

Blanco y negro

Toma nota porque esta combinación, la más recurrente en el mundo de la moda, será también la más vista en materia joyas. Oro blanco con diamantes negros, plata y cristales, un mix de tres... sea como sea esta tendencia anuncia su regreso.



Swarovski



Salvatore Plata

TENDENCIAS FW24: las joyas que triunfarán

Todo al maxi

Brazaletes, anillos, *chokers*, las joyas continúan ganando volúmen para mostrar las mejores creaciones y para, como ya adelantábamos, convertirse en las protagonistas de los *looks* más sobrios. La tendencia que refleja el poder de una joya.



Victoria Cruz



Sif Jakobs



UNOde50



Flavio



Pianegonda



GoFrey



Guess



Swarovski



Rue des Mille



Nanis



Viceroy



Durán Exquise



Marea



Nomination



Majorica

Genderless

El joyero *genderless* ha pasado de ser un fenómeno a ser ya una realidad. La joyería explora nuevos territorios en los que ya no existen límites y el universo masculino continúa mostrando ese interés por joyas diferentes y sofisticadas.



Radiant



Rue des Mille



Victoria Cruz



Rochet



Thomas Sabo



© Durán Exquise

D1 MILANO



NAME_ Ultra Thin Midnight	
FOCUS_ Design	
MATERIAL_ Steel	FINISHING_ Brushed
CASE SIZE_ 40 MM	MOVEMENT_ Miyota 1L22

PEDRO DURÁN DISTRIBUCIONES

"Descubre D1 Milano en nuestro stand 6-E-15 en MadridJoya"

TENDENCIAS FW24: las joyas que triunfarán

Joyas fantasía

La joyería explora sin miedo en colores y formas para alejarse del minimalismo. Colores vibrantes, acabados brillantes, formas diferentes, símbolos divertidos y combinaciones de colores en una apuesta estética para los más atrevidos.



Radiant



Nomination



Durán Exquse



Mamam et Sophie



Swarovski



Victoria Cruz



Ele Ka



Marea



Guess



Diamonfire



Ania Haie



Crystalp



Ti Sento



Lotus Silver



Liska



Sif Jakobs



Malizzia

Las estéticas del momento

Estética *child*, el *punk*, *grunge* o el gótico romántico, la tan viralizada Y2K o la estética *vintage*... las joyas de la temporada encuentran su inspiración en diferentes contextos y épocas para ofrecer una gran variedad de estilos.



Malizzia



UNOde50



Rue des Mille



Thomas Sabo



Nomination



Durán Exquse

bepapaia

ADAPTA TU JOYERÍA A LAS NUEVAS TENDENCIAS

Impulsa tus ventas con nuestra línea de piercing al por mayor

Con más de 15 años de experiencia, nos hemos posicionado como líderes en la distribución de piercings, ofreciendo productos de máxima calidad y tendencia para tu negocio.

www.bepapaia.com

Bepapaia Showroom: C. Trafalgar, 41 08010 Barcelona / Email: contact@bepapaia.com / T 93 459 17 18 / T 629 640 176



TENDENCIAS FW24: las joyas que triunfarán

Plata y oro rosa

Además de la combinación de materiales que tanto veremos esta temporada, las joyas doradas se hacen a un lado para convivir con la plata, que ya anticipó su regreso, y el oro rosa, la sorpresa de la temporada que teñirá las joyas más vistas.



LECARRÉ



Maman et Sophie



UNOde50



Les Georgettes



Pianegonda



Vidal&Vidal



Guess



Coeur de Lion



Viceroy



Durán Exquise



Thomas Sabo



Diamondfire



Victoria Cruz



Borsari



Salvatore Plata

Los nuevos pendientes

No hay temporada nueva sin pendientes. Y esta vez son muchas las tendencias que envuelven a esta pieza. Pendientes desparejados, muy largos, maxi, aros reinventados, piercings, earcuffs, nuevas formas o el gesto de lucir un único pendiente.



Nanis



UNOde50



Borsari



Rue des Mille



Bea Soldado



Guess



Cosar



Crystalp



Swarovski



Marea



Coeur de Lion



Gold&Roses



Durán Exquise



GoFrey

El nuevo reloj ultrafino de OBAKU, una obra maestra del diseño danés

© Beatriz Badás Álvarez

Obaku, la renombrada firma danesa de relojes, vuelve a elevar al máximo el arte del diseño danés anunciando el lanzamiento del reloj Note, una pieza que combina elegancia y funcionalidad de una forma sofisticada.

El nuevo reloj Note de Obaku, de 42mm, tiene un grosor de 4,8mm, lo que lo convierte en uno de los más planos del mercado. Su particularidad reside en la elegancia de los 12 tornillos que adornan el bisel superior que indica la hora, añadiendo un toque extra de estilo y funcionalidad a la última creación del diseñador danés Christian Mikkelsen. La caja de acero inoxidable quirúrgico se complementa con una esfera sunray y cristal de zafiro resistente

a los arañazos, lo que garantiza que el reloj tendrá un aspecto estuendo durante años. Además, las manecillas blancas sobre la esfera oscura facilitan la lectura de la hora, incluso en condiciones de poca luz.

El reloj Note también destaca por su brazalete de malla, que se integra con la caja ultrafina mediante una integración patentada, lo que garantiza que el aspecto plano de la caja continúe en el diseño de la cadena. El resultado es un ajuste cómodo y sin costuras que hará del reloj Obaku Note una pieza clave en cualquier colección. En definitiva, este nuevo reloj se ha diseñado pensando en la comodidad. ♦

Para más información: **B. LILARAM, distribuidor oficial para España de la marca OBAKU.** Email: b2b@blilaram.es Teléfono: 922 288 200



MAREA empieza la nueva temporada con fuerza



Marea llega a septiembre con novedades tanto en relojes analógicos y en joyas de Plata de 1ª Ley para mujer

Su colección de relojes Solar está dando mucho de que hablar y, en cuanto a joyas, nos presentan cuatro nuevas colecciones que prometen no dejar indiferente

Marea vuelve del verano con las pilas cargadas y con la intención de sorprendernos con sus novedades. Por ello, hablaremos de las últimas incorporaciones de la marca en cuanto a relojes analógicos y de las nuevas colecciones de Plata de 1ª Ley que han lanzado recientemente.

Empezamos hablando de una de las nuevas joyas de la corona de Marea que está dando mucho que hablar: su colección de relojes Solar.

8 relojes analógicos con diseños para hombre y para mujer, que se cargan con

cualquier tipo de luz. Lo que los hace todavía más especiales es que tienen la placa solar en el radial, de este modo permite diseñar esferas más bonitas y con más color. Por otro lado, encontramos otras novedades de mujer con diseños muy frescos e ideales para lucir en esta época del año, como por ejemplo con detalles de circonitas de colores o relojes de acero inoxidable.

En cuanto a joyas, nos han presentado 4 nuevas colecciones que prometen no dejar indiferente reinventándose con diseños muy llamativos. Incluyendo, como siempre, acabados en rodio y en

baño de oro de 18k.

La colección Abstract hace justicia a su nombre, englobando joyas abstractas que desafían la imaginación combinando elegancia y singularidad. Cada pieza de esta colección evoca la esencia del arte y la creatividad.

Eternity presenta diseños inspirados en la eternidad que representan la belleza sin fin de la vida. Piezas únicas y modernas en las que la figura del infinito en diferentes versiones y estilos es la protagonista.

La colección Aire refleja la elegancia atemporal de las perlas de una manera

original. Un conjunto de joyas delicadas que realzan la belleza y sofisticación de quien las lleva.

Y por último Selene, que se caracteriza por las circonitas en forma de estrella y corazón que añaden un toque mágico y romántico a cualquier look. Un punto de luz para los momentos más especiales.

En definitiva, Marea empieza la temporada con fuerza presentando novedades que abarcan diferentes estilos para todos los gustos, a un precio competitivo, garantizando siempre la mejor calidad. ♦



LISKA continúa innovando en sus colecciones

© Beatriz Badás Álvarez

Liska demuestra una vez más que las joyas hablan de uno mismo y que aportan ese toque distintivo y personal. Por ello, la marca nos presenta, para la nueva temporada, unas colecciones que destacan por una selección de piezas exclusivas, perfectas para lucir en cualquier momento y que se adaptan a todos los gustos y personalidades. ¿Cuál es la tuya? Atrévete a descubrirlo con Liska. ♦



Colección Divina, joyas que brillan con luz propia

Esta colección destaca por complementos elegantes que combinan la plata con preciosos cristales. Pulseras, collares, anillos y pendientes dan vida a la colección Divina; toda una gama de distintas joyas diseñadas con elegantes combinaciones de colores.



Colección Mediterránea, joyas trendy

Las últimas tendencias, con los diseños más virales de Instagram y que llevan las influencers del momento, dan vida a cada pieza de esta colección. Para las que apuestan por las tendencias.



Colección Rebel, joyas con carácter rebelde

Rebelde es la actitud que define las joyas de esta colección. Diseños con cadenas combinados con símbolos como calaveras o cruces. Estas piezas son perfectas para un look vanguardista y moderno.



Colección Firenze, 100% made in Italy

Las perlas y circonitas siempre son la mejor opción para estilismos femeninos, ya que aportan pureza y brillo a cada look. En la colección Firenze, Liska propone joyas con diseños inspirados en la estética italiana que tanto nos conquista.



Colección Leather, diseños exclusivos y elegantes

Las pulseras de colección Leather no pasan desapercibidas ya que embellecen considerablemente nuestra muñeca. Fabricadas y diseñadas en Italia, con materiales de primera calidad, estas pulseras consiguen ser el centro de todas las miradas; además estas joyas se han convertido en el complemento por excelencia de los hombres.



Colección Montecarlo, elegancia y moda

Los diseños de la colección Montecarlo, última tendencia en Italia, combinan materiales con acabados de alta calidad. Piezas destinadas a hombres con un estilo elegante y refinado.

LISKA
IT'S ALL ABOUT TRENDS

liskajoyas.com

Madrid Joya stand 6C14
Del 14 al 17 de septiembre 2023

@liskajoyas

Brilla con luz propia con la nueva y colorida Rio Collection de **NOWLEY**

Con la vista puesta en una estación que llena las calles de múltiples tonalidades, Nowley presenta la nueva Rio Collection, que aporta color y brillo de última tendencia. Una colección de seis relojes con un diseño urbano, fácil de combinar y cómodo; la opción perfecta que realiza todo tipo de looks.

Rio Collection destaca por ser una colección que irradia un aire fresco y desenfadado que se presenta en seis

modelos distintos, todos con un círculo de circonitas de colores que embellece cada una de las esferas, para hacerla más radiante y llamativa. La esfera, además, es nacarada, lo que resalta aún más el colorido diseño.

El modelo con armis plateado y esfera blanca aporta elegancia al diseño; la esfera blanca y los números e índices dorados lo hacen más atrevido; y la esfera negra lo hace más diferente y le otorga una particularidad especial. Cada uno de ellos tiene un PVP de 49,90€.

Por su parte, el reloj con armis bicolor o armis dorado con esfera blanca le aporta una distinción y sofisticación difícil de resistir. Por último, el armis dorado y la esfera azul marino contrasta con las circonitas de colores que decoran la esfera, encumbrando su belleza. El PVP de cada uno de estos relojes es de 59,90€.

Esta colección está especialmente pensada para ser el regalo perfecto, ya que, además, también se presenta en un pack que incluye el reloj y los pendientes

con circonitas de colores a juego, de plata rodiada o dorada. El pack de reloj plateado tiene un PVP de 69,90€ y el pack de reloj dorado un PVP de 79,90€.


Además de ser el regalo ideal, esta novedad también es el reclamo perfecto, dado que este diseño aporta una luminosidad al punto de venta que lo hace más atractivo.

Sigue la tendencia con estilo y entra en www.nowley.com para conocer las novedades que se presentan e inspirate en ellas. ♦



Nowley presenta una colección radiante y llamativa, con esfera nacarada y un círculo de circonitas de colores

Una colección especialmente pensada para ser el regalo perfecto, ya que también se presenta en un pack que incluye el reloj y los pendientes con circonitas de colores a juego



www.nowley.com


Instagram icon

YouTube icon

Facebook icon

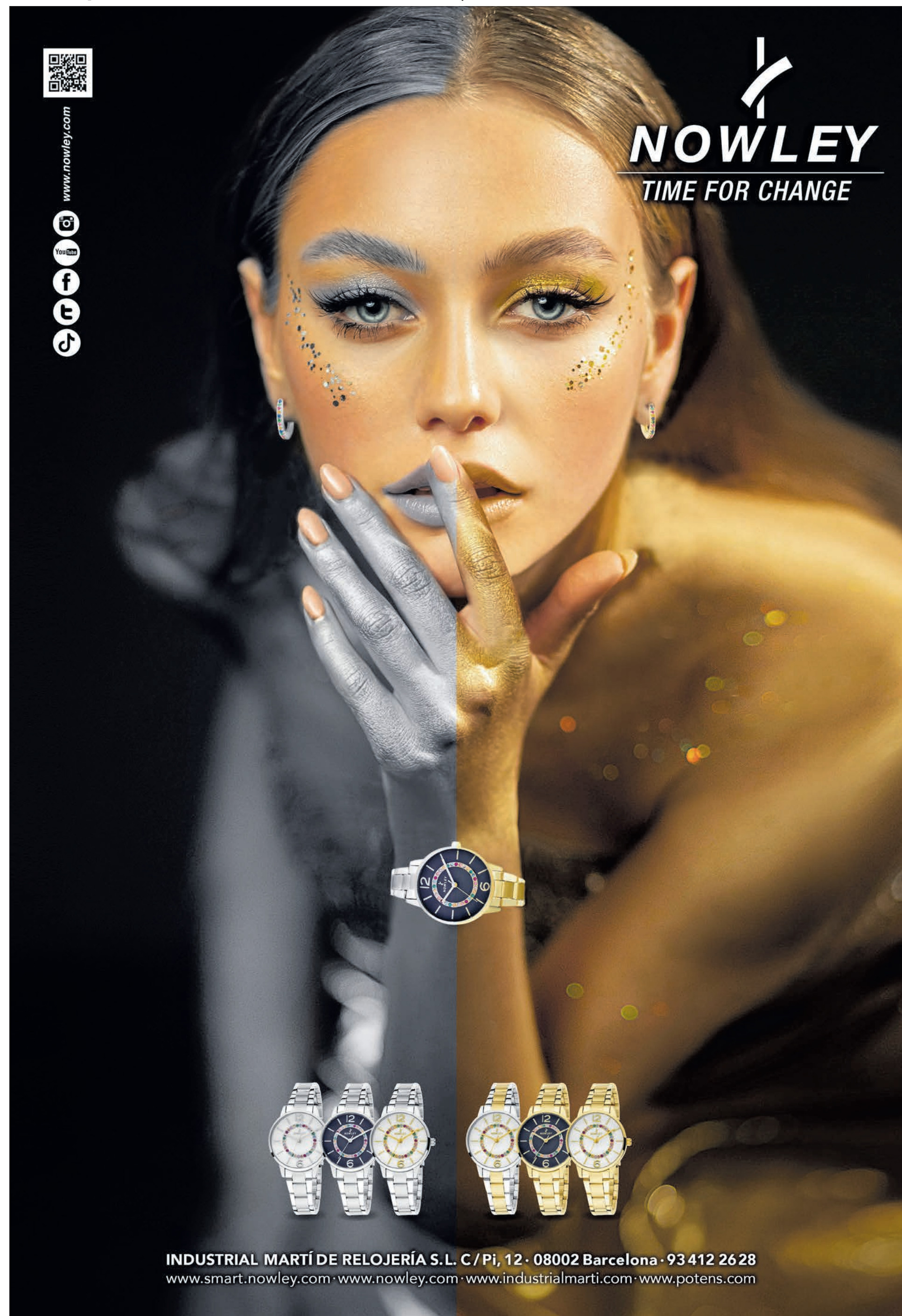
Twitter icon



LinkedIn icon



NOWLEY

TIME FOR CHANGE



INDUSTRIAL MARTÍ DE RELOJERÍA S.L. C / Pi, 12 · 08002 Barcelona · 93 412 26 28

www.smart.nowley.com · www.nowley.com · www.industrialmarti.com · www.potens.com

ALLEN DIONE presenta oficialmente sus nuevas propuestas

© Beatriz Badás Álvarez

La marca de joyería Alen Dione aprovechará las próximas citas feriales nacionales para desvelar sus nuevas propuestas Otoño/Invierno 23-24. Por un lado, no fallarán a la próxima edición de MadridJoya (stand 6D13), que se llevará a cabo del 14 al 17 de septiembre y, por otro lado, formarán parte de la primera edición de la Feria Joicat (stand 19), que se celebrará en Reus del 7 al 9 de octubre. En ambas citas, Alen Dione presentará sus colecciones tanto de oro como de plata.

"Nos gusta mucho apostar por la línea de joyería atemporal para lucir en cualquier ocasión". Por lo que con esta declaración de intenciones, Alen Dione desvela que, una vez más, sus nuevas propuestas cumplen con la filosofía que tanto las caracteriza, apostando por joyas que perduran en el tiempo con un diseño característico y personal.

A esta atemporalidad, se une otra fiel característica de Alen Dione, las gemas de color que cada año tiñen sus colecciones. Así es que, esta nueva temporada no iba a ser menos y la marca ha apostado por diamantes blancos, amarillos, *brown* y negros, así como zafiros azules, púrpura o rosa; rubíes y esmeraldas para todos los presupuestos.

Al mismo tiempo, Alen Dione también presentará la nueva colección de oro, con acabados en mate o pulido, formada por collares, pulseras, pendientes y sortijas que destacan por un estilo ligero aunque vistoso a partes iguales.

A esta colección se suma otro imprescindible de Alen Dione, la colección de plata. Otra novedad que presentarán en las próximas citas feriales nacionales y que "seguro les va a encantar; no pueden faltar en sus escaparates para la Campaña de Navidad. Estaremos encantadas de recibirlos", afirman desde Alen Dione. ♦



Del verano al otoño con CAUNY

© Beatriz Badás Álvarez

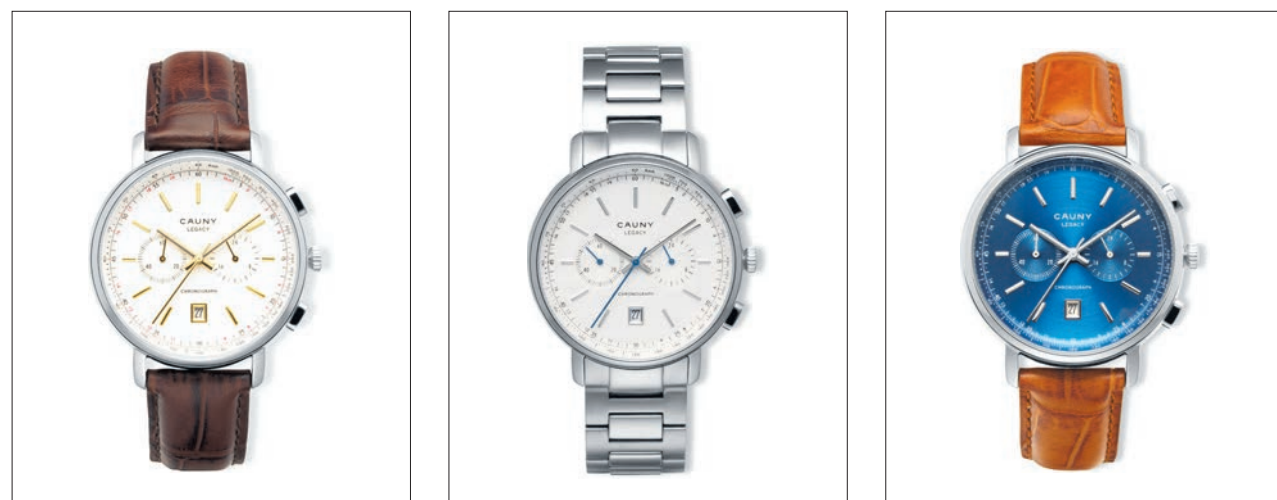
Cauny, la marca creada en Suiza hace casi 100 años, presenta nuevos relojes que continuarán siendo un esencial también en la nueva temporada. Las colecciones de hombre y de mujer se amplían con modelos actuales y coloridos.

La colección Majestic de mujer crece con tres nuevos relojes, todos con caja y brazaletes de acero macizo de alta precisión y esfera en tres tonos diferentes, naranja, magenta y azul; tres colores que conquistarán la temporada Otoño/Invierno 2023-2024. Estos tres nuevos relojes cuentan con la versatilidad que caracteriza a la colección Majestic y con un diseño moderno que eleva el listón para cualquier ocasión.

Para la colección de hombre, Cauny presenta tres nuevos cronógrafos con la particularidad de haber

sido elegidos por los *fans* de Cauny como la reedición moderna del cronógrafo más famoso de la marca. Y es que, en febrero, la marca realizó una encuesta en redes sociales con el objetivo de que los seguidores pudieran elegir entre varios *ex-bestseller* para reeditarlos y, finalmente, el elegido fue el cronógrafo de dos contadores que hoy se presenta con tres nuevas versiones diferentes.

La marca ha creado así un reloj con correa de piel italiana marrón y una virtuosa esfera bicolor, con fondo blanco, índices y agujas dorados y función de fecha en la parte inferior central. El segundo modelo con correa de piel italiana combina una correa de color marrón claro y una impresionante esfera azul con detalles plateados, que recuerda al pasado marítimo de Cauny y, el tercer modelo, combina un robusto brazaletes de acero macizo de alta precisión con una esfera blanca con detalles plateados. ♦



99€



69€











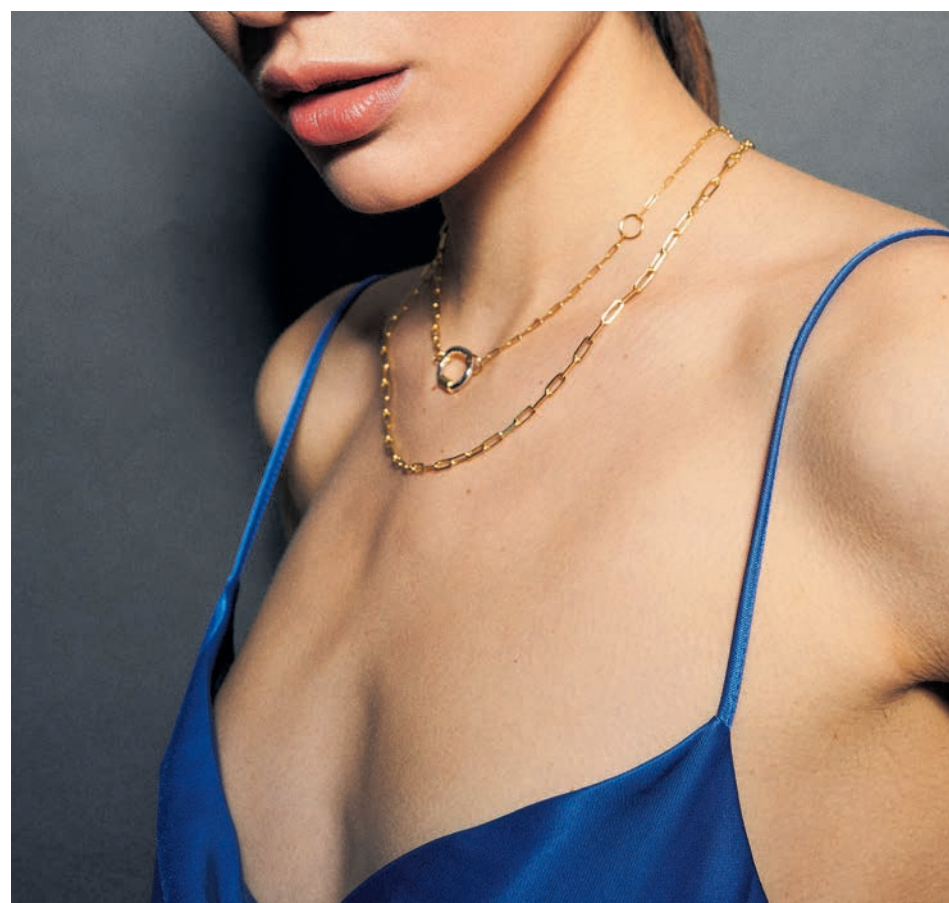







Grupo Expertis
www.grupo-expertis.com

¡Sin descanso! **COSAR SILVER ESPAÑA** trae novedades y nuevas colecciones



© Beatriz Badás Álvarez

Cosar Silver España está en contacto directo y constante con las tiendas del sector, con el objetivo de apoyarlas y ofrecerles siempre una solución a sus demandas. Han pasado unos años muy duros y hay mucha competencia, pero cuando vemos que las grandes marcas de venta *online* empiezan a abrir tiendas en los centros de muchas ciudades, podemos confirmar que la tienda física seguirá siendo irremplazable en joyería. Así es que, Cosar se prepara para una temporada *non stop*: nueva colección en escena, próxima colección en septiembre y firme

compromiso con el comercio local.

Con el objetivo de satisfacer las demandas de sus clientes, Cosar Silver ha decidido no hacer vacaciones. Después del éxito de la inauguración de su nueva tienda *online* para profesionales en primavera, este verano Cosar Silver España ha sacado la nueva colección Talismán.

Novedades frescas, con diseños exclusivos y baños de 1 micra de oro, en las que destacan las nuevas piezas con eslabones en forma de mosquetón bicolor, rosa y lila, los medallones con mensaje, las nuevas cadenas de diferentes tamaños y los collares de *charm* con finas cadenas barbadadas. Tendencias que veremos una y otra vez durante esta

nueva temporada.

Mientras la colección Talismán está deslumbrando en muchas tiendas, desde Cosar ya están preparando la nueva colección que desvelarán a partir de este mes: piezas con la perla como protagonista, otras que juegan con los volúmenes, piezas con circonitas grandes, collares con diseños exclusivos de los signos del zodiaco... y mucho más que pronto descubriremos.

Visibilidad y apoyo a las tiendas de joyería

Asimismo, Cosar Silver España ha querido dar un paso más en su apoyo al comercio local. Lo ha hecho a través de su cuenta de Instagram con un sorteo en

el que para poder participar, los usuarios tenían que hacer mención a la joyería de confianza del participante. El sorteo tuvo mucho éxito y permitió dar visibilidad a centenares de tiendas locales españolas.

La propuesta fue tan bien acogida que desde Cosar han decidido repetir pronto la experiencia para poder así seguir apostando por el comercio local y tejer una red de apoyo a las tiendas de todo el territorio español. ♦

www.cosarsilver.es
[IG.cosar_silver_spain](https://www.instagram.com/cosar_silver_spain)



ANIVERSARIO
65
ANIVERSARIO
ELE KA

Nuevo soporte cerámico
para tus alianzas

www.eleka.com

The End

“UN FINAL FELIZ PARA SU JOYERÍA”

Compramos sus Joyas,
Piedras Preciosas,
Stocks completos

CARRERA JOYEROS

675 628 591 - 669 758 803

mcarrera@carrerajoyeros.com

LOTUS CONNECTED desvela el Reloj Oficial de la Selección Española de Baloncesto



© Beatriz Badás Álvarez

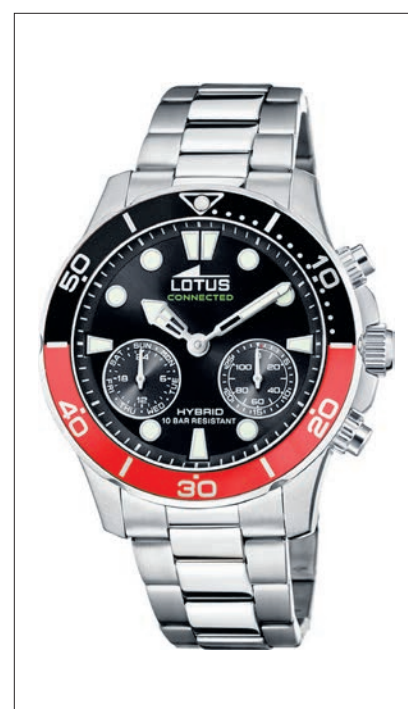
El pasado mes de mayo, la marca relojera del Grupo Festina, Lotus, anunció su colaboración oficial con la FEB, Federación Española de Baloncesto, convirtiéndose así en el reloj oficial de la Federación y de las Selecciones Españolas de Baloncesto hasta 2024. Ahora, Lotus Connected desvela el reloj oficial de la Selección Española de Baloncesto; una edición especial perfecta para sumergirnos en la pasión del baloncesto español. Diseñado para los verdaderos fanáticos y amantes del deporte, este reloj conmemorativo combina la elegancia, la funcionalidad y la innovación que representa el espíritu del equipo nacional.

Lotus, una marca reconocida por su excelencia y estilo, se enorgullece de rendir homenaje a la rica historia de la Selección Española de Baloncesto con esta EDICIÓN ESPECIAL. Cada detalle ha sido cuidadosamente diseñado para capturar la esencia del juego y el orgullo de la nación. La EDICIÓN ESPECIAL no sólo rinde homenaje a la Selección Española de Baloncesto, sino que también se adapta al estilo de vida moderno y activo; un reloj conectado que ofrece una amplia gama de funciones inteligentes, desde seguimiento de actividad física hasta notificaciones en tiempo real.

Esta EDICIÓN ESPECIAL incluye una correa extra especialmente diseñada en colaboración con la Federación Española de Baloncesto y que presenta los colores emblemáticos del equipo y el icónico logo-

tipo de la FEB grabado, uniendo el espíritu del baloncesto con el arte de la relojería. Además, “en Lotus sabemos que los verdaderos fanáticos quieren mostrar su apoyo al equipo en cada ocasión”, por ello cada EDICIÓN ESPECIAL viene con una herramienta fácil de usar que permite cambiar rápidamente de correa, con el fin de adaptar el reloj al estilo de cada uno y lucirlo con orgullo, ya sea en los emocionantes partidos o en la vida cotidiana.

El reloj (18935/1) se presenta en un estuche especialmente diseñado para la Federación Española de Baloncesto, que incluye la herramienta de cambio de correa, lo que lo convierte en un conjunto exclusivo para los aficionados más apasionados. ♦



JAVIER GARCIA

DIAMONDS & JEWELS
BARCELONA

TASACIÓN CON OPCIÓN A COMPRA O CAMBIO DE SUS JOYAS Y DIAMANTES SIN ENGARZAR



madridjoya
14 - 17 SEP 2023
STAND 4D04

FABRICACIÓN EN ORO DE 18 KILATES CON DIAMANTES
WWW.DIAMANTESJAVIERGARCIA.COM

BARCELONA
Tel.: (+34) 93 789 29 66 - Tel.: (+34) 93 780 99 13 - Móvil: (+34) 607 210 558 - Email: javierinterline@gmail.com
INSTAGRAM [diamantesjaviergarcia](https://www.instagram.com/diamantesjaviergarcia)

PANDORA inaugura la temporada con nuevos charms y esenciales



© Beatriz Badás Álvarez

Disney, Pixar, la colección Moments y Signature; Pandora celebra la nueva temporada con diferentes novedades en forma de charms, una pieza que se ha vuelto un imprescindible para transmitir nuestras emociones y personalidad, y a través de joyas que son nuevos esenciales.

La colección Moments crece esta temporada con diseños que se inspiran en las estrellas y en el poder de la amistad.

Nuevas propuestas que se completan con la nueva cadena con tachuelas, que llega con dos acabados metálicos adicionales, añadiendo aún más posibilidades de expresión personal.

Por un lado, nuevos charms del zodiaco presentan las constelaciones del horóscopo en detalles brillantes en pavé, con el nombre del signo estelar grabado en la parte trasera. Perfectos para personalizar un horóscopo de joyería. Por otro lado, los otros nuevos charms: los de la amistad que llegan en forma de símbolos tradicionales de la suerte como la herradura, el trébol de

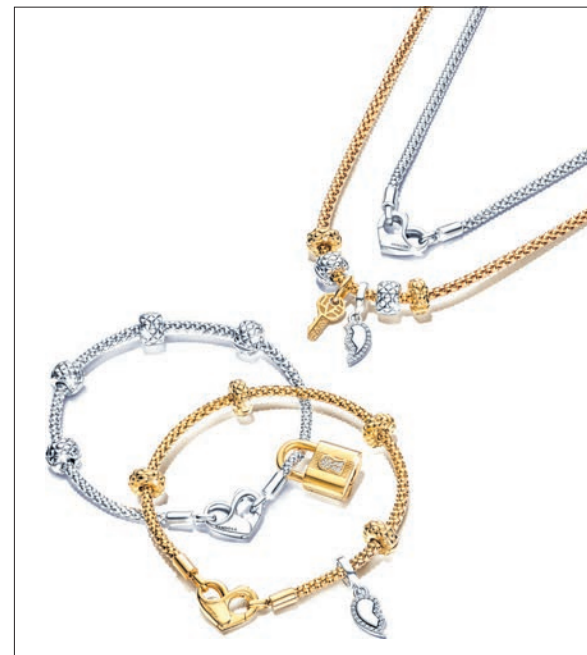
cuatro hojas y los corazones.

A estos nuevos charms se suman la cadena con tachuelas de Pandora, que se introdujo por primera vez en enero de 2023 y que ahora crece con dos nuevos acabados metálicos para ampliar así las posibilidades de lucir charms de una forma creativa.

La marca, que quiere dejar atrás su tradicional imagen de "pulseras y charms", también presenta con Signature nuevos estilos de joyería minimalista con piezas aptas para el día a día, fáciles de combinar y elaboradas en plata de primera ley con un toque bicolor.

100 años de Disney con nuevos charms

Nuevos charms continúan uniéndose a otros favoritos de los fans de Disney en una serie de ocho charms de edición limitada que Pandora está lanzando uno a uno durante este 2023. En agosto fue el turno del sexto charm de la serie, Simba de El Rey León, diseñado con plata de primera ley con detalles en oro de 14 quilates y un diamante creado. Próximamente, la marca continuará lanzando los charms restantes. ♦



ORIENT actualiza su icónica colección Orient Mako

© Beatriz Badás Álvarez

Conocida como Orient Mako desde su lanzamiento en 2004, esta línea tan popular por su diseño informal y elegante combinado con un toque vintage, introduce nuevos modelos aunque manteniendo sus características, como la resistencia al

agua hasta 20bar y el movimiento automático interno que proporciona una alta precisión estable.

El nuevo modelo aporta otra dimensión a Orient Mako, popular tanto como complemento de moda como para su uso diario, con un estilo compacto, simple y liviano. La primera diferencia de este nuevo modelo con el resto de los ya conocidos es el tamaño de la caja:

el nuevo modelo tiene una caja más compacta de 39,9mm, en comparación con los 41,8mm de su predecesor, que tanto hombres como mujeres lucirán a la perfección.

Con la caja más pequeña viene un movimiento que muestra sólo la fecha, así como una pantalla de calendario de esfera más simple. Esta sensación liviana del diseño también se extiende a la forma

del lado derecho de la caja, donde generalmente se encuentra el protector de la corona, que en este modelo se omite, así como el bisel giratorio, que se deja sin color para mostrar la textura del acero.

En definitiva, el nuevo tamaño y diseño, combinado con el movimiento mecánico, hacen que este modelo sea adecuado para disfrutar en diferentes contextos y momentos. ♦





VICTORIA

(Hijos de José Paris, S.A.)

madridjoya
14-17 SEP 2023
STAND 6F01



Tel. 952 390 608 - victoria@talleresvictoria.es - www.talleresvictoria.es

Reverse, la oda a la elegancia de NANIS

© Beatriz Badás Álvarez

La nueva colección de Nanis ofrece joyas muy especiales de oro de 18 quilates, diamantes y piedras naturales y combina a la perfección la artesanía y la contemporaneidad. Pero esta colección esconde un secreto.

Cada joya de Reverse tiene dos caras. Para ello, Nanis ha desarrollado un mecanismo especial que permite girar las joyas y tener dos piezas completamente diferentes. Esta colección permite explorar los collares, pendientes, brazaletes y anillos desde un punto de vista diferente, con las maravillosas piedras alternadas con el brillante pavé como protagonistas. Además, una de estas piezas (el anillo con pavé de rubies y diamantes) está expuesta en el prestigioso Museo de Joyería de Vicenza. ♦



ROGER DUBUIS abre nuevos caminos en color azul



© Beatriz Badás Álvarez

Sobre el asfalto, e incluso más allá, los apasionantes diseños de supercoches de la división Squadra Corse de Lamborghini han inspirado siempre a Roger Dubuis. Motivada por esta larga colaboración, y ampliando las fronteras de su propia destreza relojera, la Maison tiene el orgullo de presentar el reloj Excalibur Spider Huracán Serrato MB, que este año sorprende con una espectacular versión en color azul.

Este expresivo reloj innova con un nuevo y audaz color tras el emocionante lanzamiento del año pasado

con el mismo nombre. La versión de 2022 se creó en un electrificante color naranja, e introdujo una innovadora combinación de mecánica avanzada, materiales hipertécnicos y una estética cargada de adrenalina. Se trataba de la fusión definitiva entre la célebre Hyper Horology™ de Roger Dubuis y la intrépida ingeniería de Serrato. Ahora, por segunda vez, la grava está lista para derrapar, y es que el diseño de este reloj de inspiración da un volantazo para ofrecer una nueva y sensacional versión.

Entre otras características de este modelo destacan el calibre todopoderoso, el RD630, un motor que despierta todas las emociones; además, el volante del

RD630 está situado a un ángulo de 12°. Este innovador ajuste busca el equilibrio de la muñeca cuando se pone sobre una mesa, lo que quiere decir que el volante en sí se mantiene en una posición horizontal y más favorable. También destaca la caja, de 45 mm y diseñada con fibra de carbono de lámina compuesta moldeada (C-SMC); a los lados de la caja, se han añadido unas franjas de caucho azul en homenaje al inconfundible alerón del supercoche. Así como la correa de caucho, con una combinación de tonalidades azules; el estampado es un tributo al espíritu rebelde que define este reloj, y se ha creado usando un ingenioso proceso llamado vulcanización combinada.

Esta versión azul del Excalibur Spider Huracán Serrato MB es una edición limitada de tan sólo 28 unidades, lo que convierte este diseño en una extraordinaria pieza de coleccionista para los apasionados más ambiciosos. ♦



SENSITIVE
by STUDEX

STUDEX® Tube Cube:
¡Más que un expositor!

Promoción
especial
Visítanos:

madridjoya
14-17 Sep Stand 6H08

POR
TO
JÓIA

21-24 Sep Stand 5G32



STUDEX

STUDEX® Iberica SL
Email: info@studex.es
Telefono: +34 913 092 027
Web: www.studex.es



3VEINTE nos descubre la magia del azul en las tendencias de joyería para Invierno 23/24

La temporada Otoño/Invierno 2023-2024 está a la vuelta de la esquina y, con ella, llegan las emocionantes tendencias de joyería que marcarán el ritmo de la temporada. Entre una variedad de colores y materiales, hay un protagonista indiscutible que brilla con luz propia: el azul.

Desde las profundidades del océano hasta la inmensidad del cielo, el encanto del azul se reflejará en nuestras joyas y, en esta ocasión, exploraremos como las circonitas, cristales, plata y acero se convertirán en los mejores aliados para realzar su esencia.

Así es que, las circonitas azules se posicionan como una de las opciones favoritas de la temporada. Con su impresionante brillo y tonos que van desde el azul zafiro hasta el celeste más claro, estas gemas sintéticas capturan el resplandor de las estrellas en las noches invernales. Montadas en delicados pendientes, collares o pulseras, las circonitas aportan un toque de elegancia y sofisticación a cualquier conjunto invernal. Su atractivo reside en su asequibilidad sin comprometer la belleza y el brillo que rivalizan con las piedras preciosas más valiosas.

Ya sea para regalar a nuestros seres queridos o para darnos un capricho, estas joyas en azul nos ofrecen una infinidad de posibilidades para complementar cualquier estilo y ocasión. Así que dejémonos envolver por el encanto del azul en la temporada Otoño/Invierno 2023-2024 y disfrutemos de la elegancia y la sofisticación que nos brinda esta cautivadora tendencia de joyería. Brillemos con el resplandor invernal y permitamos que estas joyas nos acompañen en este maravilloso viaje invernal hacia la belleza y la magia del azul. ♦

CŒUR DE LION
HANDMADE IN GERMANY



CRYSTALP
JEWELLERY



SAFE
BRAVE



SIF JAKOBS
JEWELLERY
COPENHAGEN



QUDO



Ven a visitarnos a nuestro stand y participa en el sorteo de un fabuloso iPhone 14



madrídjova
14-17 SEP
Stand 6H20

Participación exclusiva para joyeros con NIF intracomunitario

*Bases del sorteo publicadas en www.3veinte.com

Distribuido por:



veinte

Info@3veinte.com
José Luis Rodríguez
633 922049
www.3veinte.com

hand
MADE
IN GERMANY

CŒUR DE LION

FASCINATE. CAPTIVATE. DARE.
iConic design

14.-17. Septiembre 2023
MADRIDJOYA,
IFEMA MADRID
Pabellón 6, Stand 6H20

german
brand
award
22
winner

Otro **ICONO** que está de vuelta

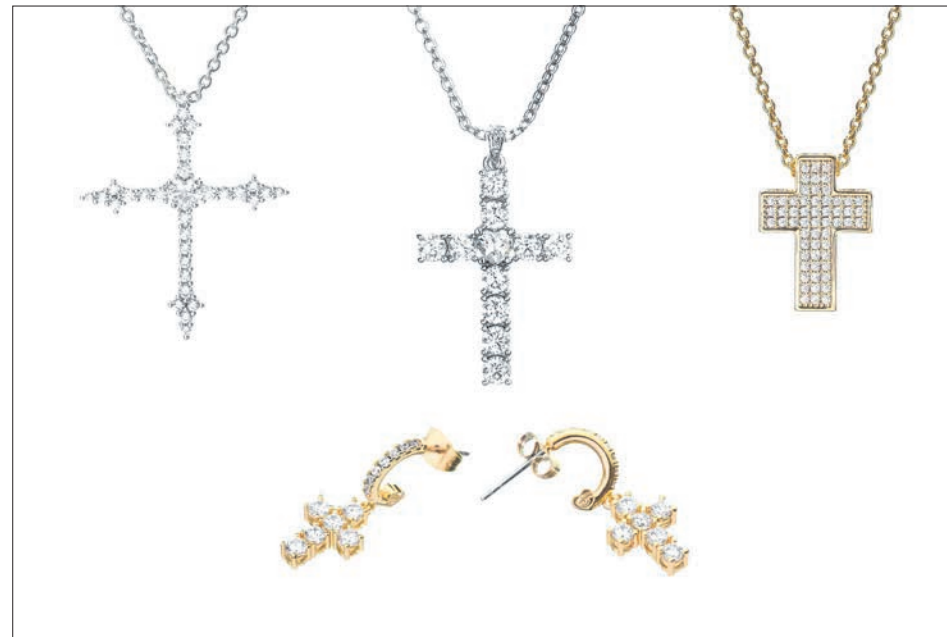
© Beatriz Badás Álvarez

La joya que más veremos la próxima temporada se aleja de su lado más religioso para aportar una connotación más sofisticada y enfocada al diseño. Las cruces, icono por excelencia en el mundo de la joyería, anunció un regreso anticipado que finalmente se consolida. Toma nota, porque sus renovadas versiones son infinitas y llamativas.

Todo vuelve y las joyas con cruces son otra prueba más. Aunque no es la primera vez que renueva su manual de uso o su diseño, esta joya se coloca en un primer plano como nunca antes para aportar un extra de personalidad. Una joya que aunque a veces relacionada con el mundo religioso, o incluso considerada como un amuleto de protección,

es ahora un complemento de moda y un icono universal en la joyería. Dicho de otra manera, este es el collar que más veremos este Otoño/Invierno 2023-2024 después de que en verano hiciera sus primeras apariciones, confirmando lo que sospechábamos que ocurriría. Esta temporada es la de los clásicos que vuelven a reclamar su sitio, por lo que las joyas con cruces no podían quedarse atrás.

Si hablamos de estilo y diseño, los nuevos collares de cruz se declinan por una versión más sofisticada, para convertirse en una segunda piel. Por ello, destacan las piezas con cristales de colores, perlas, en formato medallón para aportar más carácter, combinando materiales, como el oro blanco y el amarillo; y, aunque el formato maxi es el favorito, el estilo clásico no se pierde con piezas más minimalistas. ♦



Chiara Ferragni



LUZZ Diamonds



Durán Exquise



Lotus



Crystalp



Thomas Sabo



Victoria Cruz



Majorica



Radiant

DUWARD
EL TIEMPO PERFECTO

AQUASTAR
NURBURGRING

www.duward.com

Los pendientes **MAXI** ya no son cómo creemos (son mejores)

© Beatriz Badás Álvarez

Son protagonistas en cualquier escenario, han conquistado a todas las generaciones posibles, tienen un poco de otra época, son los favoritos de *celebrities* y prescriptoras de estilo y también invaden el *feed* de Instagram o el tablero de Pinterest. Los pendientes de la nueva temporada Otoño/Invierno 2023-2024 son, como ya adelantábamos en ExtraEstilo, especiales gracias a su manual de estilo, sin límites, a un diseño que aporta un sinfín de posibilidades y a que todas las tendencias llegan cargadas de carácter y personalidad. Pero tenemos que hacer hincapié en una de ellas: (la que ha conquistado incluso a Zara que no ha dejado pasar por alto esta tendencia) los pendientes cuanto más maxi mejor y si parecen literalmente rescatados del joyero de tu abuelo, mejor también.

Las joyas maxi se han consolidado ya como un *must*; los pendientes son, probablemente, la joya que más dice sobre nuestra personalidad y también la que más puede llegar a lucirse, así que esta tendencia que ha llegado para quedarse es sólo apta para las más atrevidas.

Y aunque los pendientes maxi ya se han dibujado como tendencia imprescindible desde hace varias temporadas, esta vez es diferente. Los pendientes que se colocan en un primer plano son aquellos inspirados en épocas pasadas, como la de los 90, y son la nueva obsesión que ya se ha dejado ver en pasarelas, *Maisons* de Moda o cadenas de moda como Zara. Por supuesto, no pueden faltar en el escaparate de cualquier joyería. Los estilos son infinitos pero todos tienen un denominador común: las formas y texturas son protagonistas. Texturas arrugadas, de tubogas, en forma de nudo o formas perfectamente geométricas; diseños irregulares, mix de materiales...

Hablamos de una tendencia en pendientes que definitivamente se consolida para mostrar el lado más clásico de un joyero que, en materia pendientes, va a ser más diferente que nunca. Y una tendencia que

se alía con la corriente actual en la que las piezas que buscan los consumidores son aquellas que comparten la atemporalidad con la tendencia camuflada, buscando

siempre el poder de una joya de trascender en el tiempo. En definitiva, una tendencia que llega para quedarse. ♦



Durán Exquise



Rosie H.-Instagram



YSL-Instagram



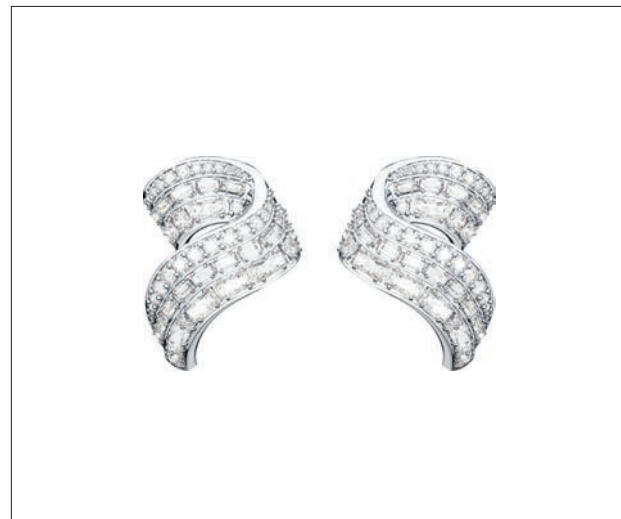
Victoria Cruz



Hailey Bieber-Instagram



Guess



Swarovski



Vhernier



Malizzia



Zara

M A L I Z Z I A



bisutex
14 - 17 SEP 2023
STAND 4D07

Distribuido por:
AG925Milésimas

C/ Toro, 2 - Salamanca
Tel. 625 517 423
malizzia@malizzia.com
925milesimas.com

SE BUSCAN AGENTES COMERCIALES PARA DISTINTAS ZONAS

EL PREMIO NACIONAL DE MODA BAÑO NUEVOS TALENTOS 2023 se consolida en España con la joyería como mejor aliada



Javier González Palacios, ganador del Premio Nacional de Moda Baño 2023



Pasarela MFB



Pasarela MFB

© **Beatriz Badás Álvarez**

La moda de baño y el sector de la joyería no tienen porque estar reñidos; de hecho, existen piezas de joyería que parecen haberse creado precisamente para la época estival, para lucir en un contexto en el que la playa y el mar son protagonistas. Y es que, mientras en el mundo de la moda tenemos elementos comunes que componen el estilismo clave para un día de playa, las joyas son las encargadas de aportar personalidad a estos looks. El Premio Nacional de Moda Baño de Nuevos Talentos 2023 pone en foco esta tendencia que, mientras gana cada vez más relevancia es, al mismo tiempo, una declaración de intenciones.

El pasado 1 de julio se celebró, en el auditorio Óscar Esplá de Benidorm, la sexta edición de la Mediterranean Fashion Beach (MFB) donde pudimos ver en pasarela las propuestas de moda de verano, sirviendo además para arropar a los jóvenes diseñadores que competían esa noche para conseguir el galardón de la mejor colección en el Premio Nacional de Moda Baño Nuevos Talentos 2023. Un evento que pone de manifiesto como el sector de la joyería y el mundo

de la moda deberían estar más unidos al elegir, como expertos en la creación de piezas únicas, a la Asociación Internacional Mubri de manera exclusiva para diseñar las joyas que complementan las deslumbrantes colecciones de los participantes. "A las joyas les pasa lo mismo que al calzado por ejemplo. Dentro del contexto de que la prenda de baño forma una "segunda piel" en el cuerpo del modelo, accesorios y complementos como el calzado y las joyas, son los que mayor visibilidad tienen. Si pensamos como queda un traje de baño en pasarela con los pies desnudos o sin joyas, comprobamos claramente que la diferencia es notable. Por lo tanto la respuesta es que siempre deberían ir unidos por ser una excelente combinación", afirma Juan Matea, CEO de MFB, cuando hablamos con él acerca de si el sector de la joyería y el mundo de la moda deberían de estar más unidos.

La alianza entre Mubri y Moda Baño

Mediterranean Fashion Beach y el Premio Nacional de Moda Baño se unen en un evento que ya cuenta con seis años de vida y una consolidación en el panorama de la moda de baño indiscutible. Durante todo un año, el trabajo de los

participantes y organizadores busca siempre la perfección para celebrar una noche que se convertirá en escaparate referente en la moda baño española; además, se trata de un concurso pionero en la Península Ibérica y el más importante.

Cada año, MFB bate récord de participación y los diseñadores muestran lo mejor de sí. Para ello, la alianza con el sector de la joyería se ha convertido en una parte esencial de este concurso. Así es que, una vez más Mubri ha sido la encargada de poner el broche de oro y lo ha hecho a través de ocho joyeras de la asociación: Mary Astrid Collet, Carla Schiappa, Zoraida Parraga, Katherine Ramírez, Elena Vicente, Lourdes Arias, Nelía Ferreira y Elsy Aragón. Todas ellas se han dedicado en cuerpo y alma a trabajar mano a mano con los diseñadores participantes, para realizar piezas que estén a la altura, exclusivas, y que se adapten a cada colección.

La colaboración entre Mubri y el Premio Nacional de Moda Baño Nuevos Talentos Moda España 2023 es "comprometida, eficaz y muy cordial. La colaboración mutua entre el joven diseñador de moda que participa en el concurso con el apoyo y asesoramiento de la joyera de

Mubri, crea entre ambos un vínculo de creatividad y talento que enriquece la puesta en escena de la colección de cada uno de ellos. Pensamos que es una buena idea unir experiencia y talento en dos aspectos complementarios que juntos elevan el nivel y la apuesta de valor de la colección en pasarela", afirma Juan Matea.

Un trabajo brillante que se tradujo en un evento que fue espectacular. La gala se inició con una muestra de la moda de verano con M47, Isla Bonita, Tesor y Cuplé representando la inspiración en el mediterráneo. Farid en joyería y Creando con Alma con sus diseños artesanos en bolsos, pusieron el broche de oro a esta primera parte del evento.

Un entrante que cerró la ganadora del Premio Nacional de Moda Baño 2022, Marina Tiscar Tortajada, que presentó su primera colección de baño con su marca propia, EMMETE. Este contexto sirvió de ejemplo para los jóvenes diseñadores finalistas que, entre bambalinas, se preparaban para dar lo mejor de ellos mismos y que el público pudo comprobar más tarde.

Ocho estupendas colecciones de baño, con piezas únicas y exclusivas y una puesta en escena bien cuidada,



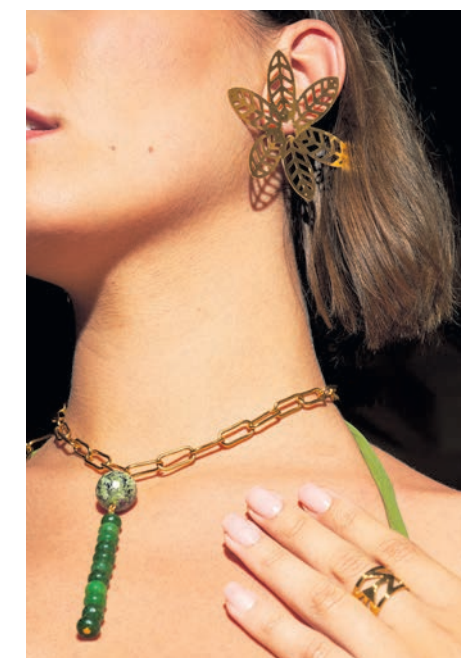
Mary Astrid Collet x Silvia Fernández



Elena Vicente x Cristina Villegas Mendez



Zoraida Parraga x Tania Alonso Sainz



Elsy Aragón x Encarni Espejo García

fueron reconocidas por el público asistente a la gala. Y es aquí donde Mubri puso el broche de oro para mejorar la puesta en escena. La asociación presentó sus exclusivas joyas junto a los diseñadores jugando un papel muy importante, ya que aportaron el toque especial necesario. Como afirma Juan Matea, "haciendo un juego de palabras yo diría que las joyas aportaron "brillantez", pero profundizando un poco más, podríamos asegurar que por la naturaleza en sí del evento, estamos hablando de piezas únicas e irrepetibles, pensadas exclusivamente para mimetizarse y adaptarse a cada estilismo que vemos en pasarela. Una importante carga de creatividad y personalidad de cada una de las joyas que participan en cada colección de baño".

Así es que, pudimos disfrutar de las propuestas de Ainhoa Salinero con colección "Sea Salt"; Cristina Villegas con "Mithology Kami"; Emma Prieto nos mostró "Fiesta de Luces" y Encarni Espejo presentó "Asha". En un segundo bloque, Javier González, nos propuso "Palm Springs", mientras que Raquel Limones apostó por "Ropes", dando tiempo a las dos últimas colecciones de Silvia Fernández con "Sweet" y Tania

Alonso con "Flor de Loto".

En el último tramo de la gala, con el objetivo de poner el broche a una noche mágica y antes de la entrega de galardones, pudimos deleitar la vista con la moda baño que se hace en otros lugares en el mundo en un claro guiño a las múltiples nacionalidades que acoge la ciudad de Benidorm. Portugal y Brasil fueron representados respectivamente por la diseñadora Fabiana Thorres, con la marca que lleva su propio nombre y por Alessandra Raga de la firma Culo Culo, que puso un espectacular cierre de los desfiles de pasarela, en la que incorporó música en directo y máscaras confeccionadas con cristales de Swarovski.

Ganador Premio Nacional de Moda Baño de Nuevos Talentos 2023

El jurado que deliberó al ganador de esta sexta edición estuvo compuesto por prestigiosos profesionales del mundo de la moda de nuestro país como Nuria Sardá, directora creativa de Andrés Sardá y madrina de honor; Charo Izquierdo, consultora de moda, periodista, escritora y conferenciante, y ex directora de la MBFWM; Manuel de Gotor, diseñador de lencería y baño

masculino; Esperanza Garbajosa, directora técnica de Bañadores Venus; Federico Sainz de Robles, CEO de Sepiia; Carmen Torres, secretaria general de Moda España; Marcos Pizarro, CEO de Bañadores Venus y, como asesora, Montse Gallego, presidenta del Triángulo de la Moda de Madrid y CEO de K-Kou.

Fueron ellos quienes finalmente anunciaron el veredicto, proclamando a Javier González Palacios, natural de Barakaldo, como el ganador de esta edición con su propuesta "Palm Springs" como la mejor colección de moda baño 2023. Su trabajo basado en la sociedad de los años 70 y su efervescencia, ha convencido a los miembros del jurado. Además de este premio, se otorgaron también el Premio "Atlante" que promueve Manuel de Gotor y que premia una prenda de baño masculina de entre todas las finalistas, que fue para la colección "Flor de Loto" de Tania Alonso. El Accésit fue para Emma Prieto por su colección "Fiesta de Luces", y el Premio Eco Baño, a la colección más sostenible, se le otorgó a Encarni Espejo por "Asha".

Tras la entrega de premios se puso el cierre a una sexta edición que fue espectacular, en la pasarela de moda baño más

importante de la península ibérica, que tiene en el albor del verano, su puesta en escena en la capital Europea del sol y playa, Benidorm. ♦



Nelía Ferreira x Emma Prieto



Auditorio Óscar Esplá



Carla Shiappa x Javier Palacios



Las joyeras de Mubri y Juan Matea, CEO de MFB



Miembros del Jurado

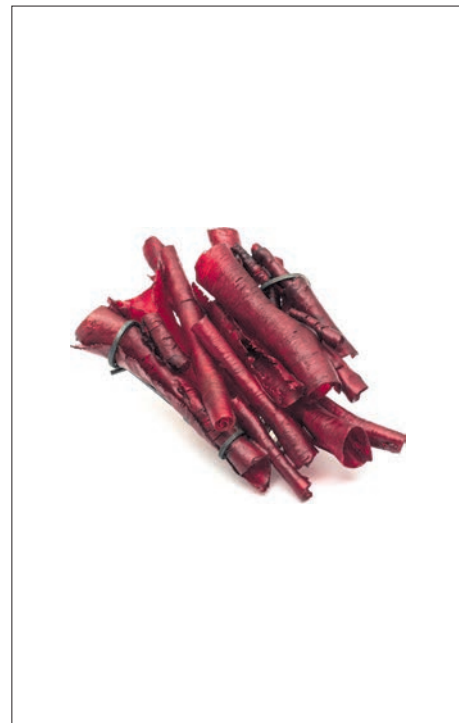


Katherine Ramírez x Ainhoa Salinero

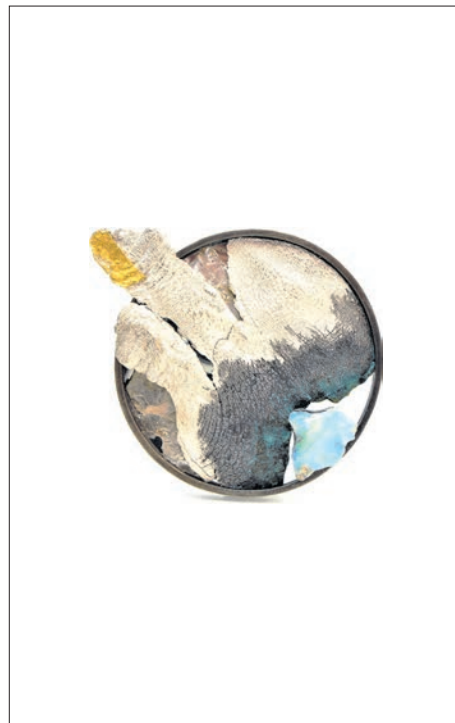


Lourdes Arias x Raquel Limones Martín

CONTEMPORANIA, la nueva feria que promueve la alta artesanía



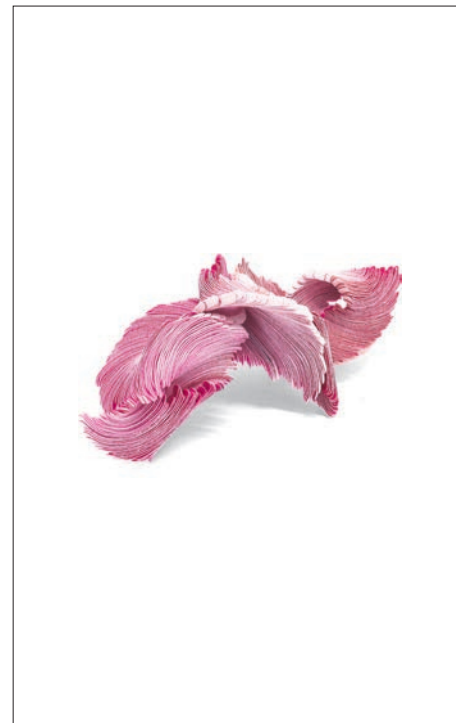
Fabiana Gadano by Sudakas



Lluís Comin by JORGC



Eunseok Han



Yong Joo Kim by SIAT Gallery

Contemporania, la nueva feria en la ciudad de Barcelona, se prepara para celebrar su primera edición y lo hace confirmando la presencia de más de 350 artistas. Una selección comisariada de 130 artistas representantes de instituciones internacionales, artistas individuales, galerías y colectivos que presentarán sus obras dentro de esta feria, así como los más de 240 artistas que estarán en las exposiciones del Circuito OFF por toda la ciudad.

Contemporania se celebrará por primera vez en el Palau Real de Pedralbes, del 28 al 30 de septiembre, y contará con la participación de más de 350 artistas de diferentes oficios que presentarán sus propuestas basadas en la innovación y la visión artística de la alta artesanía contemporánea a través de diferentes tipos de artes aplicadas como la cerámica, la joyería, la laca, el metal, el textil, el vidrio, el papel y la madera. Este año, el Comité Cultural se ha centrado en el significado y la historia de cada artista, porque una obra de arte

no es sólo un objeto o una joya, el verdadero valor reside en el lenguaje y la intención de los artistas para expresar a través del arte.

La selección de estos artistas estuvo a cargo de un comité cultural, que, tras revisar cientos de propuestas, realizó la selección tomando en cuenta logros técnicos, la intención de cada obra, conciencia crítica y visión artística. "Nuestro objetivo es apoyar y ofrecer un espacio seguro a los artistas para que muestren sus colecciones y perspectivas de la alta artesanía contemporánea en un espacio exclusivo de Barcelona, rodeados de lo mejor de la alta artesanía a nivel mundial", afirman desde la organización.

Así es que, desde Contemporania nos invitan a descubrir el trabajo de 40 artistas individuales nacionales e internacionales, 11 ganadores de prestigiosos premios de joyería de arte, como Schmuck-Herbert Hoffman Award (Múnich), Autor (Bucarest), JOYA Barcelona (España), entre otros. En esta primera edición, la plataforma

también acogerá las colecciones de Siat Gallery y Han Collection, con una selección de artistas asiáticos de alto nivel. España estará representada por Rubén Torres Gallery, que, tras participar en diversos circuitos internacionales de arte, presentará su selección en Contemporania.

Al mismo tiempo, no faltará la participación de varios colectivos con diferentes propuestas, como la fuerza de la feminidad de la mano de Sudakas -habitantes del sur (Chile), el trabajo de artistas catalanes representados por JORGC (Cataluña), Bound by Jewellery (República Checa) con una mezcla de técnicas y materiales que se conectan para contar una historia. Representando a Asia tenemos, A Circulation de Shanghai China, el resultado de un grupo de graduados de la Escuela de Bellas Artes, y Sichuan Fine Arts, el colectivo más numeroso que nos traerá innovadoras propuestas.

La presencia de las principales instituciones de artesanía a nivel mundial será uno de los aspectos más destacados

de la feria, un total de 26 artistas representados por: World Crafts Council Europe, Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Cataluña (CCAM), EOI-Fundesarte y el World Crafts Council Africa representarán lo mejor de la alta artesanía. Todo ello en colaboración con Michelangelo Foundation y su guía Homo Faber para el desarrollo de artistas, junto con más actividades, premios y eventos.

Por último y en el mismo contexto, se realizarán eventos OFF C en los mejores espacios artísticos de Barcelona y la III Jornada Profesional de Artesanía denominada "El mundo del lujo reivindica el arte de la artesanía" organizada por el Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Cataluña (CCAM), que se celebrará el viernes 29 de septiembre de 2023 en el Palau Pedralbes. ♦

Entrada gratuita registrándose en: www.contemporania.cat

Para más información contactar con: showroom@le-departement.com



Dita Cossio



German Consetti by Artesania Catalunya



Henar Iglesias by EOI-Fundesarte



Yukiko Kitahara by WCC Europe



Q&Q



PVP: 25€



PVP: 45€



PVP: 39€



PVP: 39€



PVP: 29€



PVP: 39€

Nuestra misión es mejorar la vida de las personas en el mundo, ofreciendo una marca japonesa de relojes de calidad y confianza a precios asequibles para todos.

Tone Watch

Distribuidor Oficial: TONEWATCH - Tel.: 91 327 08 44 - www.tonewatch.com - web@tonewatch.com

Open Call

VIII MUESTRA ORFEBRERÍA CONTEMPORÁNEA

Como cada año, la VIII Muestra Orfebrería Contemporánea vuelve con el mismo objetivo, difundir y promocionar el diseño de orfebrería y joyería contemporáneas a nivel internacional, ofreciendo la oportunidad de participar a todos los diseñadores, independientemente de su nacionalidad o país de residencia. Por ello, AdOC celebrará la VIII Muestra Orfebrería Contemporánea en el Museo Nacional de Artes Decorativas de Madrid del 1 de febrero al 17 de marzo de 2024, coincidiendo con la Semana del Arte-ARCO y en el marco del Madrid Design Festival generando así espacios en museos relevantes de Madrid que crean un itinerario que recorre la capital.

Entre los diseñadores presentes en el Museo Nacional de Artes Decorativas de Madrid, se seleccionarán a aquellos que además expondrán gratuitamente en alguno de los siguientes museos: Museo Cerralbo (Exposición coleccionismo privado Orfebrería contemporánea), Museo del Romanticismo, Museo Lázaro Galdiano, Casa Museo Lope de Vega, Imprenta Municipal-Artes del Libro (Exposición Proceso creativo-dibujo en orfebrería), Museo de Arte Contemporáneo de Madrid (antiguo cuartel del Conde-Duque), Museo de Historia de Madrid (Exposición: Orfebres en Madrid), Museo de San Isidro (Los Orígenes de Madrid) y Museo Efímero-Madrid Joya-Ifema (Exposición Espacio Contemporáneo madOC).

Una vez finalizada la VIII Muestra Orfebrería Contemporánea, la Casa de subastas Segre, previa selección realizada por AdOC y Subastas Segre, subastará piezas de algunos de los autores presentes en el Museo Nacional de Artes Decorativas.

Save the date

Plazo límite de recepción de *dossier* completo de participantes: jueves 21 septiembre 2023.

Confirmación participantes: jueves 5 octubre 2023.

Plazo límite abono de la cuota de participación: jueves 19 octubre 2023.

Plazo límite de recepción de las piezas: jueves 7 diciembre 2023.

Los autores podrán presentar hasta 5 piezas (o conjunto de piezas de una

misma colección). Un comité seleccionará un máximo de 3 obras a exponer por diseñador, correspondientes a las categorías de orfebrería y/o joyería contemporáneas. Dichas obras deberán ser piezas únicas o series limitadas y

podrán combinar cualquier tipo de material, pero al menos un 25% estará realizado en materiales nobles o bañados en dichos metales. ♦

VIII MUESTRA DE ORFEBRERÍA Y JOYERÍA CONTEMPORÁNEAS

1 Febrero - 17 Marzo 2024



VERA BORGHGRAEF. Moulding spaces, collar.

MUSEO NACIONAL DE ARTES DECORATIVAS

Madrid, España



www.gjepc.org



BESPOKE JEWELLERY. CRAFTED IN INDIA, IMAGINED BY YOU.



Exquisite craftsmanship honed over generations. Cutting skills that extract brilliance even from the minutest stone. A rich heritage of creating masterpieces for royalty. The highest standards of service and delivery. Just what it takes to become the gem and jewellery destination to the world. With a USD 40 billion industry, exporting 90 per cent of the world's polished diamonds, it's no wonder the most demanding brands in the world turn to India.

INDIA. THE WORLD'S GEM & JEWELLERY DESTINATION.



Scan to register



THE INDIA JEWELLERY
ENCLAVE
NOW IN DUBAI

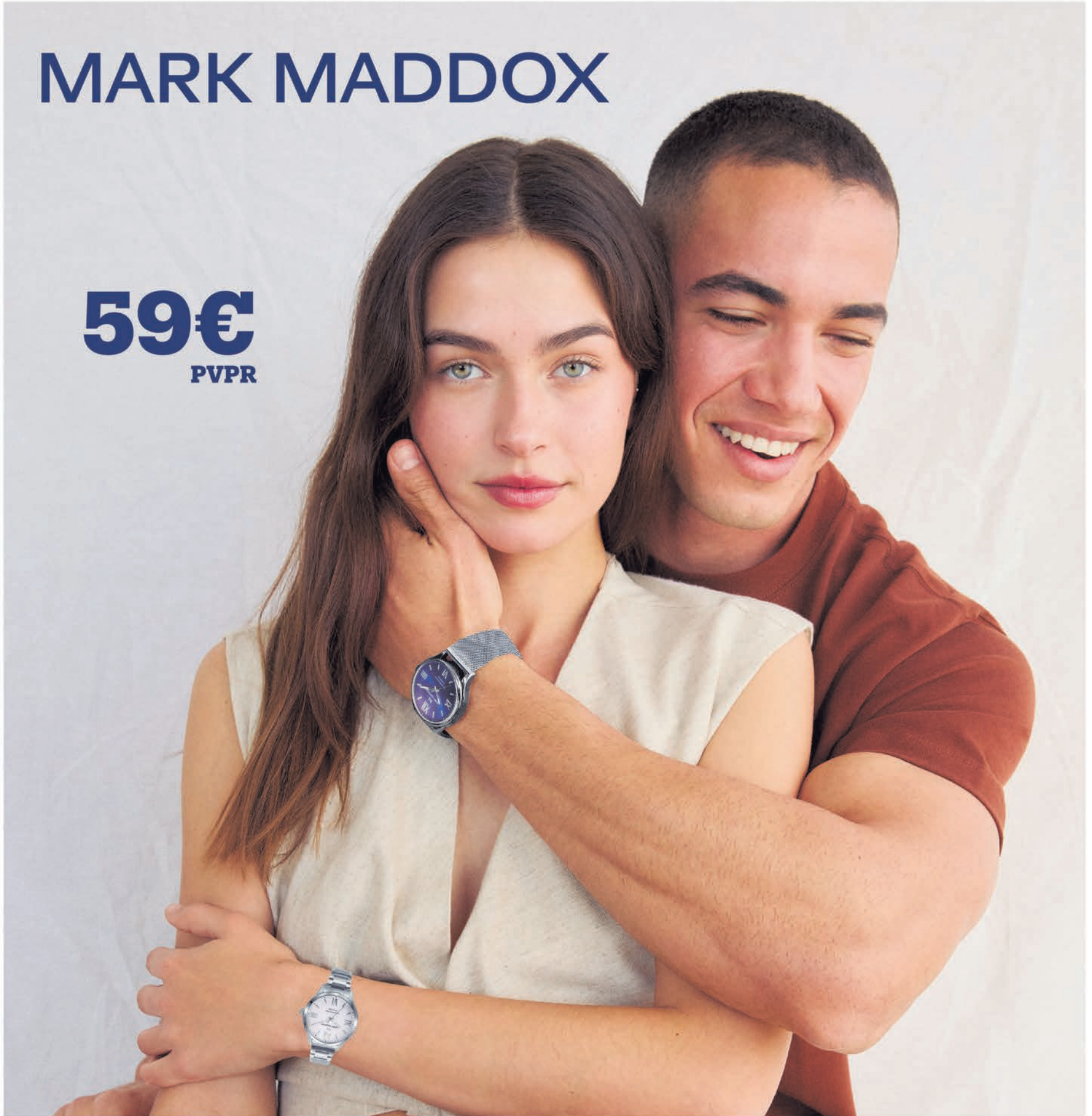
To Know More, Email: ashish.sakhardande@gjepcindia.com

The Gem & Jewellery Export Promotion Council
Sponsored by Ministry of Commerce & Industry, Govt. of India

gjepcindia | gjepcindia | gjepcindia

MARK MADDOX

59€
PVPR



PVPR: 59€
HM1008-33



PVPR: 59€
MM1010-33



PVPR: 59€
HM1007-03



PVPR: 59€
MM1009-03

Caja y brazalete de acero, fondo a rosca y 100 metros sumergibles

MARKMADDOX.COM