

Estilo

Págs. 30-36

El Día de la Madre se imprime de un matiz muy especial en este 2021 en el que todo ha cambiado prevaleciendo el amor



Págs. 44-45

El nuevo *athleisure*

Pág. 46

Retorno a los empolvados con Pittiesisi ▶

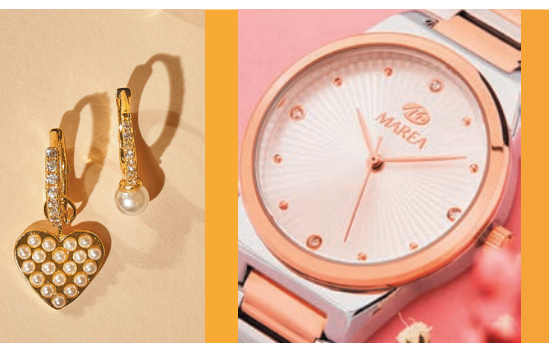


Pág. 41

Lo nuevo de Malizzia ▶

Pág. 38

La primavera es total Marea ▶▶



CONTRASTE

ORO Y HORA Mundo técnico desde 1949 ♦ Nº 174 ♦ EN PÁGINAS CENTRALES

www.grupoduplex.com // Abono anual: 15€
Abril 2021 // Año MMXVII // CONTRASTE 236

Pág. 4

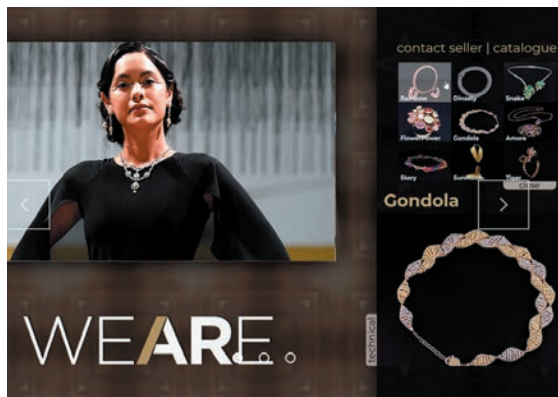
La plataforma WE ARE Jewellery pasa test hasta el 23 de abril

▶ 33 son las empresas italianas que participan en esta iniciativa de feria virtual de Italian Exhibition Group (IEG)

▶ Confirman desde la organización que está funcionando bien, pero es pronto para aportar datos

El desafío a los que ha enfrentado la pandemia a todos los segmentos es, si cabe, más importante para el negocio ferial. En este sentido, el sector pone sus ojos con mayor insistencia en Italia, VicenzaOro, Oroarezzo... e IEG, Italian Exhibition Group, sus organizadores. Ya que constituyen un referente internacional en cuanto a joyería se refiere.

Ante la situación y las restricciones, se embarcaron en WE



▶ Una solución digital ante el COVID-19

ARE Jewellery, un formato virtual en el que están participando 33 empresas del "Made in Italy". *Contraste* invita a conocer la plataforma que estará vigente hasta el 23 de abril. Ha sido ideada para resultar una herramienta de fácil acceso y utilidad. Está por ver los resultados. Mirando adelante, Arezzo, del 12 al 15 de junio, desea convertir su pabellón de exposiciones en la primera cita presencial, seguido por VicenzaOro, del 10 al 14 de septiembre. ♦

Pág. 25

Adiós a Elsa Peretti, y un "nos vemos"

▶ Diseñadora de Tiffany's, quiso hacer de Catalunya el hogar de su creatividad

El 18 de marzo pasado fallecía Elsa Peretti, mundialmente conocida por su larga trayectoria como diseñadora para Tiffany & Co. Apasionada creadora, implicada social y culturalmente, mujer con una fuerza a raudales, cosmopolita... encontró en Catalunya su hogar y en él participó para llevar a cabo todo lo que le inspiraba y hacía. Con D'or Joiers modeló muchas de sus propuestas, más bien, las hizo realidad. Tuvo la capacidad de devolver a la joyería su pasado, con el que



▶ Posando con el Galardò del JORGC en 2015

también construyó su presente y un futuro que permanecerá. Es ese futuro que la industria joyera necesita en cualquier país. ♦

Festina continúa marcando hora en el glamuroso mundo de Miss France



Y lo hace con Amandine Petit, Miss Francia 2021, que luce así, de forma tan sensual y elegante a la vez, uno de los relojes de sus últimas colecciones para mujer. La emblemática firma del grupo liderado por Miguel Rodríguez renueva este año su papel como Reloj Oficial del certamen de belleza en el país gallo.

Págs. 8-10

Entre las novedades empresariales, Majorica y Cauny

Majorica ya tiene "pretendiente oficial", se trata del heredero del imperio Carrefour, el empresario francés Gregorie-Agustin Bontoux-Halley, que parte como favorito por decisión del administrador concursal. Por otro lado, se anuncia el retorno de la emblemática firma relojera Cauny a España.

Págs. 22-23

Premios Gaudí, 'enjoyados' por el JORGC

Por sexto año consecutivo, el Colegio de Catalunya ha organizado la iniciativa para que la joyería catalana "vista" en la alfombra roja y su posterior ceremonia a los protagonistas del principal evento anual del cine catalán. Hasta 129 piezas se presentaron a concurso.

Págs. 14-16

¿Por qué acudir al especialista?

Rodolfo Serván



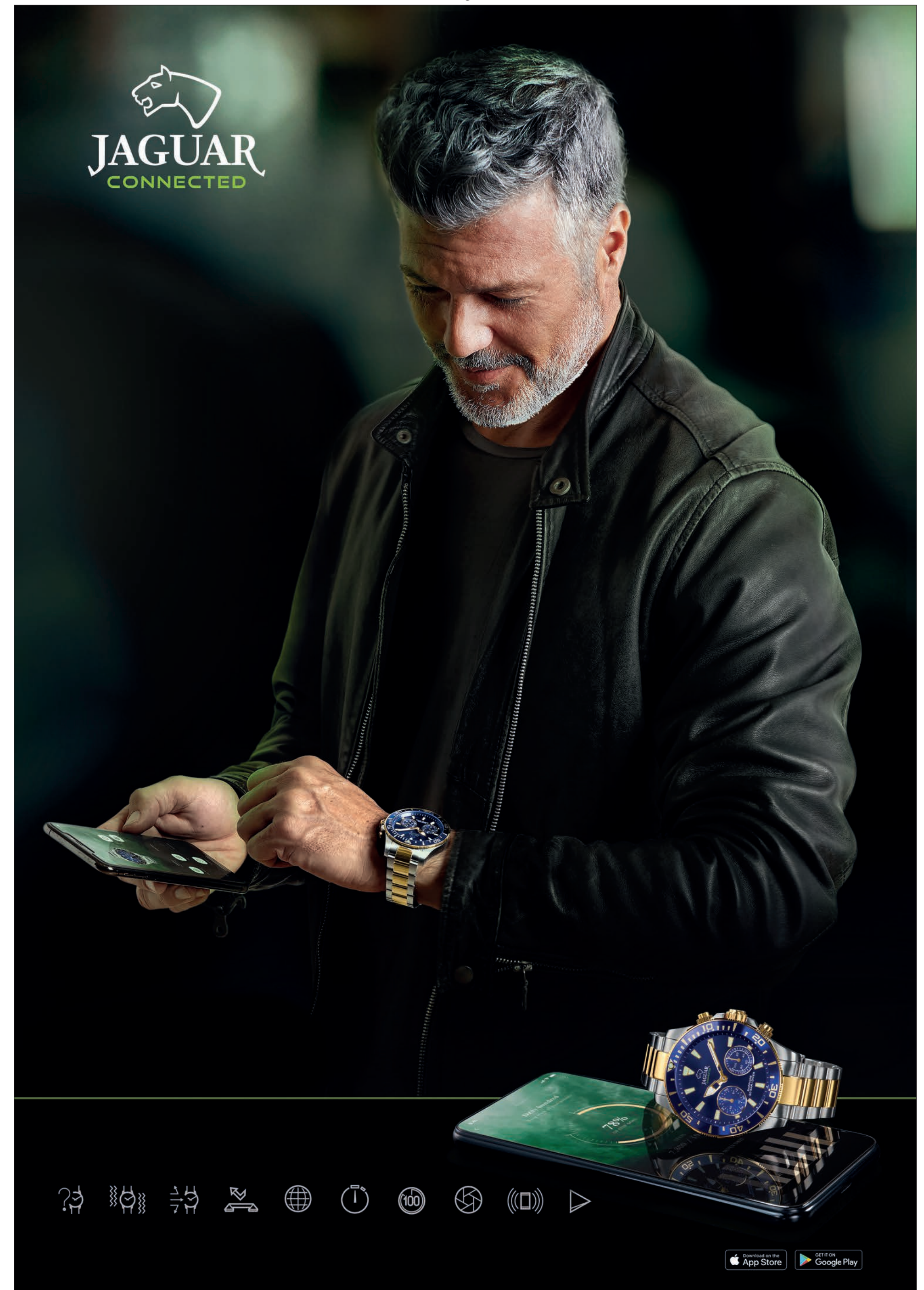
Lo desvela el presidente del grupo RS Correduría de Seguros. Rodolfo Serván fue pionero en ofrecer pólizas diseñadas a la medida del sector, además de atender a sus necesidades. La saga continúa. ♦



*“Para que brilles
hoy y siempre, Mamá”*

vidal & Vidal

FASORCA, S.L. | C/Bijuters, 55 · 07720 Es Castell · Menorca · España | Tel. +34 971 35 72 28 | www.vidal-vidal.com



JAGUAR
CONNECTED

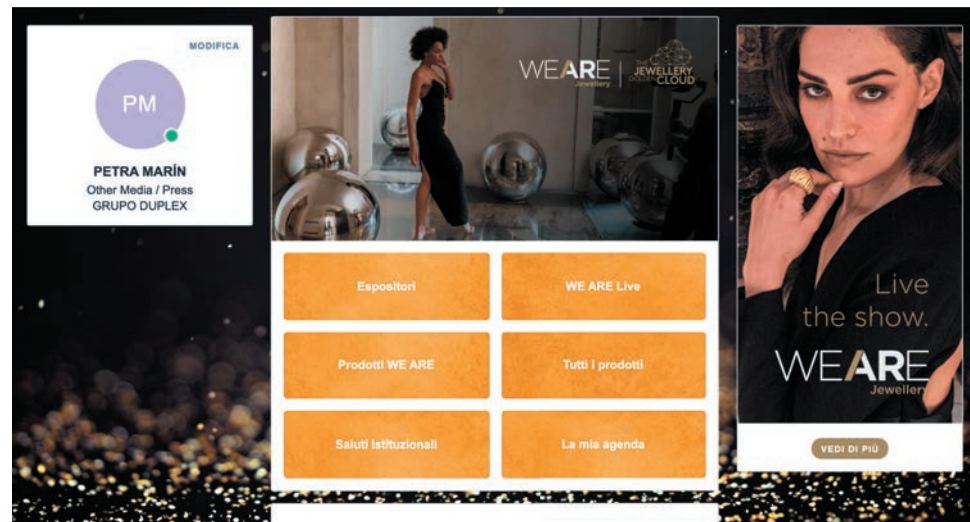
78%

Download on the
App Store

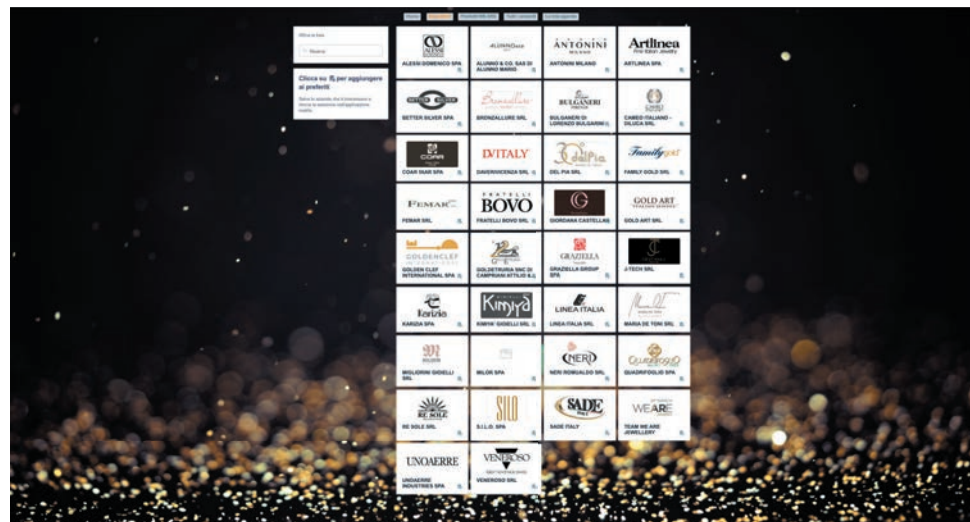
GET IT ON
Google Play

La plataforma WE ARE Jewellery estará abierta hasta el 23 de abril

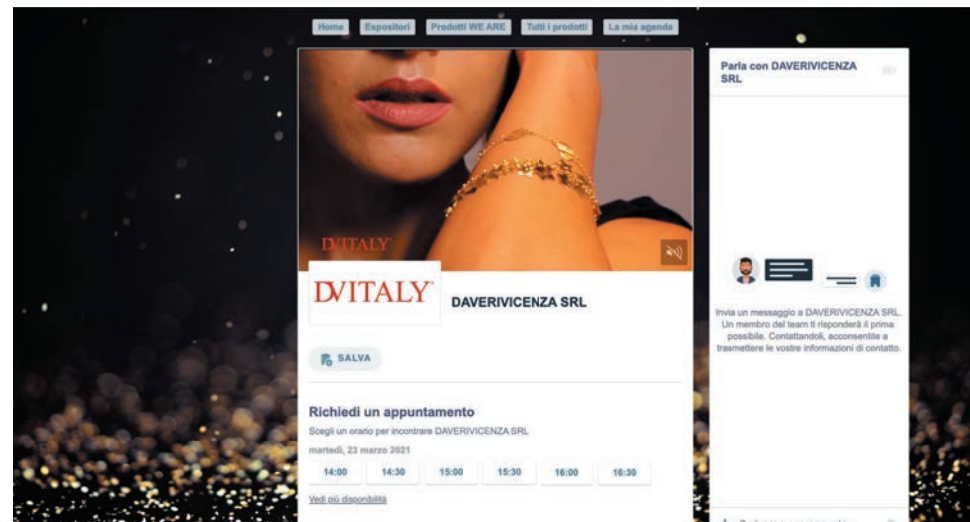
Según nos han confirmado desde Italian Exhibition Group (IEG), se está trabajando bien con esta nueva herramienta comercial, pero todavía es pronto para dar datos



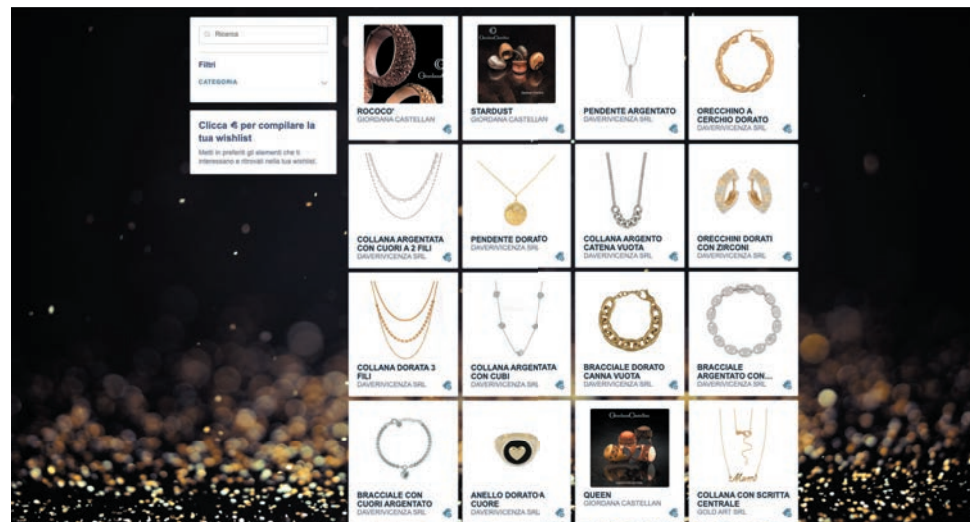
Una vez aprobado el acceso, esta es la image general de la home



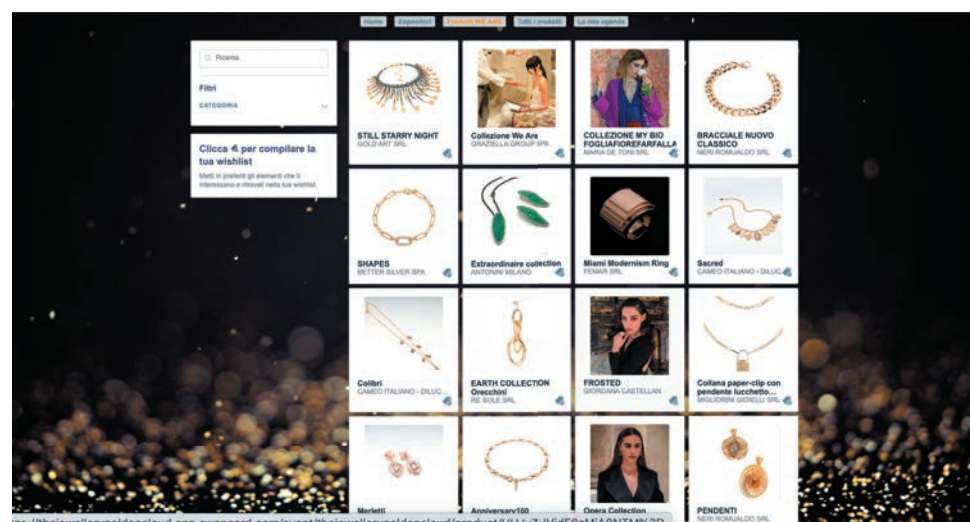
Son 33 las empresas italianas presentes en esta feria virtual



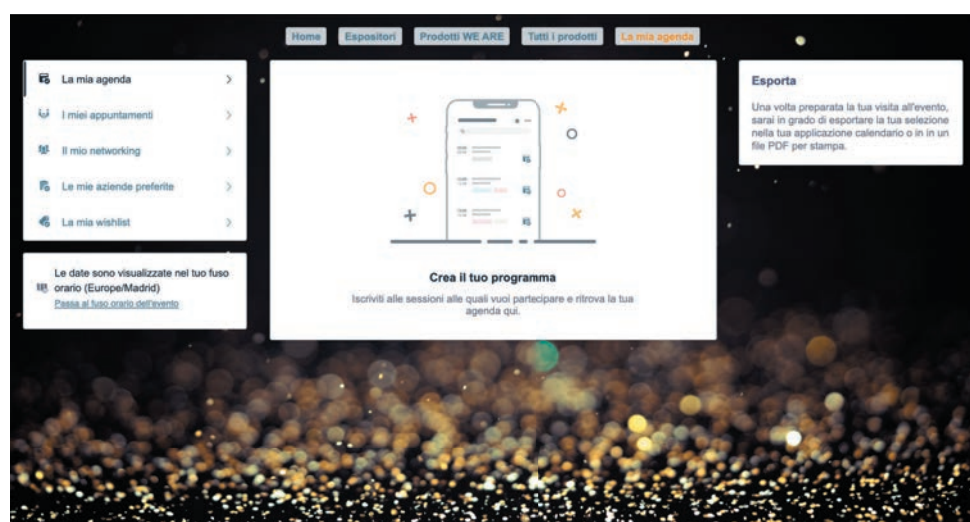
Entrada al "stand" de DV Italy, en el que se puede pedir cita por horas



Una vez dentro de cada marca se pueden visualizar todos los productos



También hay posibilidad de ver todos los productos WE ARE Jewellery



La plataforma permite finalmente que cada profesional cree su propia agenda

© Petra Marín

Se afirma a menudo que una imagen vale más que mil palabras. Por ello hemos decidido resumir lo que está siendo como escenario ferial WE ARE Jewellery en las capturas de imagen superiores. Según la organización de esta feria virtual, Italian Exhibition Group (IEG), todavía es pronto para ofrecer datos finales, ya que está activa hasta el 23 de abril, pero va bien. Recordamos que WE ARE Jewellery sigue en funciona-

miento al cierre de este número de *Contraste*.

A la espera de que pueda cumplirse el calendario final y que las próximas citas presenciales de la joyería italiana se realicen en Arezzo, del 12 al 15 de junio, y finalmente en Vicenza en septiembre, del 10 al 14, esta ha sido la forma de canalizar las ganas de "RE-START" de la industria. Y lo cierto es que su acceso resulta fácil y la herramienta permite navegar de forma muy intuitiva por cada marca, sus novedades para WE ARE Jewellery

“33 empresas participan en esta iniciativa de IEG”

y todos sus productos. Además se pueden programar citas, consensuando horarios disponibles.

Los fabricantes italianos que están participando en ello, del norte a sur de la península, son un total de 33, Alunno & Co., Artlinea, Coar 56AR, DaveriVicenza, Del Pia, Family Gold, Femar, Gold Art, Golden Clef International, Goldestruria, Graziella & Braccialini, Milor, Migliorini Gioielli, Neri Romualdo, Quadrifoglio, Silo y Unoaerre del distrito de Arezzo, mientras que el distrito de Vicenza está represen-

tado por Alessi Domenico, Better Silver, Fratelli Bovo, J-Tech, Karizia, Kimiya Gioielli, Maria de Toni, Punto Oro by Giordana Castellan, Re Sole, Sade Italy y Veneroso, unidos aún más por Antonini Milano, Bronzallure Milano, Bulgneri, Cameo Italiano- Diluca y Linea Italia.

Todos ellos celebran las nuevas colecciones en un entorno digital y con funcionalidades avanzadas hasta que la joyería pueda celebrarse en verdadero "vivo" cuando las circunstancias sanitarias y económicas lo deparen. ♦



LECARRÉ



Actualidad Grupo Cadarso



Seiko celebra su 140 aniversario con una colección de edición limitada

Cuando Kintaro Hattori fundó su empresa en 1881 tenía solo 21 años. Durante sus 50 años al frente de la empresa, Seiko se convirtió en la empresa líder de relojes en Japón. Este logro fue el resultado directo de su visión decidida de que Seiko siempre debía estar «un paso por delante de los demás». En la celebración del 140 aniversario de Seiko,

la visión de Kintaro ahora se materializa en una serie de cuatro relojes de edición limitada que, juntos, muestran la experiencia relojera de Seiko, desde el reloj automático hasta el GPS Solar.

Disponibles en España en mayo de 2021.

Guess lanza su nueva colección de joyería SS2021 para hombre

Guess Jewellery lanza su nueva colección de hombre; la colección Spring-Summer 21. Las piezas de la nueva colección son atrevidas y con mucho ADN Guess: grandes cadenas, insignias, pendientes y *huggies* tanto en dorado como en plata, en acabado brillante y *antique*.

Una extensa colección que no pasará desapercibida y que se convertirá en el gran referente de las colecciones de joyería de hombre.



Descubre la colección Light de Radiant en estética minimalista

Los modelos de esta colección presentan una estética minimalista. Destacan sus brazaletes en acero brillante combinados con tonos plata y oro. Las esferas de estos relojes

cuentan con índices a tono con las esferas y correas. Su estilo clásico y su estética elegante hacen de estos relojes un complemento ideal para cualquier ocasión.

Celebra la llegada de la primavera con la colección Ice-Watch Flower

En Ice-Watch las flores son un elemento clave para hacer los relojes más especiales, es por eso que cuentan con una gran variedad de referencias con detalles florales. Relojes ideales para celebrar la llegada de la primavera y estar de lo más alegre. Complementos suaves, cómodos y de lo más feme-

ninos, perfectos para hacer más especiales los días y llenarlos de color. Los relojes Ice-Watch Flower son una apuesta segura que no puede faltar esta temporada y que aportarán dinamismo y color a todo el escaparate.



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

RADIANT Desde 1948 SEIKO Grand Seiko PULSAR LORUS SEIKO CLOCKS GUESS ROSEFIELD AMENYC TOUS HERVÉ LÉVY PARIS WATX
 MORELLATO MASERATI LA PETITE STORY POLICE Timberland MADE FOR THE MODERN MAN ANIA HAIE GC Ice watch VICTORINOX



Qué hay de nuevo

Ya hay candidato preferido para adquirir Majorica



El heredero del imperio Carrefour parte como favorito

© Petra Marín

El administrador concursal ya ha informado al juez de su candidato preferido en la pugna por adquirir Majorica tras el concurso de acreedores presentado por la compañía el pasado año. Tal como recogió www.grupoduplex.com, se trata del empresario francés Gregoire-Agustin Bontoux-Halley, heredero de Carrefour, que, a través de Majolaperla, ofrecía la mejor oferta económica, 9,7 millones de euros, aunque también un plan de viabilidad con drásticos recortes de empleo en Mallorca y Barcelona, reduciendo la plantilla de los 275 empleados actuales a solo 96. Ante el temor de que la empresa pueda

trasladar su producción a otro país, Bontoux-Halley ha asegurado que no lo hará y que indemnizará a los trabajadores despedidos recuperando plantilla en los próximos años. ♦

Contraste recomienda



Conocer a todos los candidatos que han presentado su oferta por Majorica en www.grupoduplex.com.

Miss Francia 2021, rostro internacional de Festina



Protagoniza la campaña publicitaria de este momento

© Petra Marín

Es conocida la predilección que el mercado galo tiene por la marca Festina, uno de los buques insignias del grupo comandado por el español Miguel Rodríguez. Ahora vuelve a ser noticia ya que la actual Miss Francia 2021, Amandine Petit, protagoniza a nivel internacional su campaña para las novedades de relojería femenina del momento. Así Amandine se convierte en el rostro internacional de la marca proponiendo las colecciones destinadas a la mujer, incluyendo Boyfriend, Petite, Ceramic y Mademoiselle. La campaña publicitaria incluye imágenes elegantes y con encanto, con un acento muy parisino.

Festina continúa así su aventura en el glamuroso mundo de Miss France y renueva en este año su papel como Reloj Oficial del certamen. Amandine Petit, que sustituye a Clémence Botino, fue coronada como Miss Francia 2021 en Puy-du-Fou, Vendée, el pasado 20 de diciembre en un contexto sin precedentes para este concurso célebre en el país vecino. Debido al COVID-19, las guapas candidatas desfilaron en trajes tradicionales y bañadores ante unas gradas vacías. La competición, de larga tradición en Francia, ya que fue en 1927 cuando se celebró su primera edición, continúa siendo un foco de atracción que supera los 8 millones de espectadores en TV. ♦

Tous ya tiene colección 'trazada' con Tracemark



A partir de abril disponible también en España

© Petra Marín

Se llama Teddy Bear Stars, está realizada en oro y diamantes y fue presentada en Navidad para volver a estar disponible este mes de abril en cuatro mercados concretos: España, México, Portugal y Rusia. Es un proyecto piloto con el que la compañía se siente encantada. "Nuestra apuesta por la sostenibilidad de forma transversal ha sido reconocida por el Responsible Jewellery Council (RJC). Y este 2021 seguiremos apostando por el sector y por la sostenibilidad y colaborando con los mejores partners a nivel mundial para lograrlo", ha declarado Rosa Tous, vicepresidenta corporativa de Tous.

Para ello se alía con Tracemark,

que tiene como fundadora y CEO a Berta Serret, perteneciente a una saga bien conocida de la joyería española. Tracemark es la primera solución del mundo capaz de proporcionar la trazabilidad completa y certificada de una joya, desde el origen de las materias primas hasta el consumidor final.

En el caso de Tous y la colección Teddy Bear Stars, los clientes podrán comprobar la procedencia de los materiales, la manufactura que hay detrás de cada joya y sus certificaciones a través de un código alfanumérico o QR que acompañará a cada pieza. Esta operación implica el compromiso con una transparencia a la que la joyería se está abocando. ♦

SALVATORE
PLATA

L'Atelier
Colección
Primavera/Verano 2021

Ver colección completa

C/ José Aguilar, 12 - 46022 Valencia España - Tel. +34 963 712 270
www.salvatoreplata.es / info@salvatorejoyeros.com

Qué hay de nuevo

Cauny regresa a España en junio



Cauny fue la marca más fuerte en España en los 50

© Beatriz Badás Álvarez

Cauny vuelve a España tras ser relanzada hace un año por la compañía Ourtime, pilotada por el empresario portugués Aulácio Costa Almedia, empresario de referencia en el sector. Después de haber sido la marca más fuerte en España y los países mediterráneos, y también en Latinoamérica en aquellos tiempos, para su regreso Cauny rescata su sabor mítico de aquellos diseños que tanto nos conquistaron en los años 50 y 60. Así es que los nuevos relojes de la marca tienen un diseño inspirado en los icónicos clásicos Cauny, destacando los relieves en los diales (esferas) y la flor de lis dibujada en la corona de todos los

relojes. Si hablamos de mecánica, la estrenada colección cuenta con mecanismos de cuarzo japonés Miyota y mecanismos automáticos *Swiss Made*.

Nacida en Suiza, en La Chaux des Fonds, en 1927, Cauny tuvo una carrera meteórica hasta convertirse en una de las firmas más preciadas de nuestro país, por ello estamos esperando con ilusión su regreso; al igual que Ourtime, que ya se está preparando para este especial desafío y lo hará de forma directa, a través de un equipo comercial coordinado por la misma compañía. Por último, su nueva estrategia de comunicación también es destacable, apostando por un estilo moderno, náutico y mediterráneo. ♦

Un paso más del sector hacia la sostenibilidad



Las prácticas éticas se abren camino

© Beatriz Badás Álvarez

La sostenibilidad y la responsabilidad social siguen siendo materia importante en nuestro sector, que continúa hacia adelante. Cada vez son más marcas, empresas y fabricantes que se unen a las prácticas éticas y la transparencia. Como ya anunciamos, Progold, que ya tenía el CoC para oro, se convirtió en el único proveedor de ligas del sector certificado CoC para sus productos que contienen oro y plata. El pasado mes, Facet Jewellery Solutions, S.L. anunció que había recibido la certificación de oro 100% ético y reciclado Chain of Custody (CoC) en su nueva fábrica de alta joyería en España,

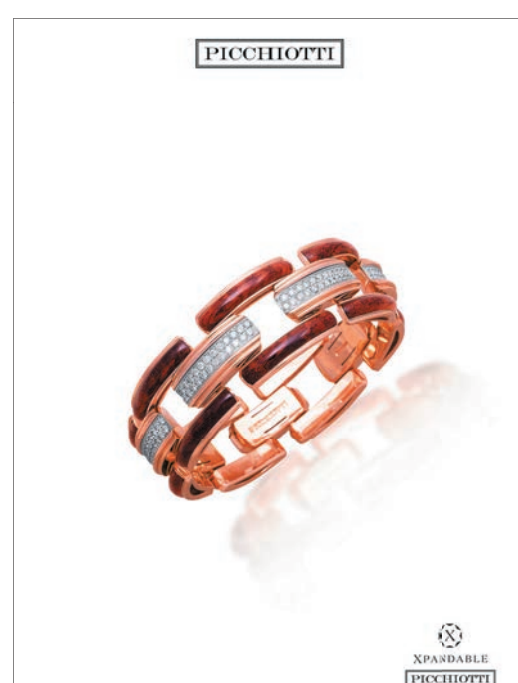
tras superar con éxito la auditoría del Responsible Jewellery Council. Por otro lado, marcas como Gold & Roses también se han hecho eco de sus prácticas éticas, con todos sus talleres formando parte del RJC. ♦

Contraste recomienda



Leer la noticia al completo publicada en nuestra web: www.grupoduplex.com.

Picchiotti celebra el 5º aniversario de Xpandable



Xpandable logró una patente poco común

© Beatriz Badás Álvarez

Lanzada por primera vez en 2016, la línea Xpandable de Picchiotti logró una patente estadounidense poco común y significativa de 20 años. Ahora, y tras haber conseguido un renombre mundial, celebra cinco años de crecimiento y éxito y lo hace con un nuevo diseño.

“Los diseños Xpandable ofrecen comodidad y facilidad de lujo”, afirma Giuseppe Picchiotti, fundador de la casa Picchiotti. Y es que esta colección supuso también una revolución en el mundo de la joyería, ya que por su forma y formato, así como su innovador diseño sin necesidad de un broche de cierre, permite olvidarse de

tallas y los largos cierres. Los clientes leales de Picchiotti lo describen como un invento de joyería fina que “revolucionó el mundo”.

El nuevo brazalete que celebra el quinto aniversario se ha diseñado en oro blanco y rosa de 18 kt y presenta diamantes redondos colocados en una madera de serpiente, en tono natural. El diseño distintivo y elegante es a la vez moderno, creando un equilibrio entre el uso de la manera de una forma inusual, aunque manteniendo su estilo clásico personalizado. Este nuevo brazalete se fabricará en una cantidad muy limitada, de tan solo cinco piezas, lo que la hace aún más exclusiva. ♦

Ref: B41275
PVP: 44,90 €

Colección
MAGIC MOMENTS

Auriculares
Bluetooth
de REGALO

Ref: B35338
PVP: 59,90 €

www.marea.es

MAREA
WATCHES · SMART · JEWELS

A dos bandas con Pablo Pérez

“En San valentín utilicé Instagram 11 horas para atender a mis clientes”

© Pablo Pérez. Edición: Petra Marín

Es joven, mujer y sobradamente preparada. La presentamos en *Contraste* hace pocos meses. Isabel Peña es la cuarta generación de la familia Peña, propietaria de una de las fábricas con más tradición de nuestro país, y ha fundado su propia marca, D'lujo, con tan solo 27 años. Sulanzamiento en Internet ha sido un éxito y ahora durante este 2021 el proyecto es posicionarla en la joyería física. Su visión sobre la joyería es muy interesante por lo que de fresca y sin contaminar tiene. Y, sobre todo, porque forma parte de la nueva generación de consumidores y mira con sus mismos ojos, compartiendo sus necesidades y gustos. Pablo Pérez ha charlado con ella tocando varios aspectos muy interesantes, especialmente la continuidad generacional en el sector, también con los desacuerdos que enriquecen.

Pablo Pérez. Encantado de poder hablar contigo, la verdad. Cuando supimos de tu marca vimos un aire de frescura y tradición que nos llamó mucho la atención. Sí que hay hoy en día muchas marcas digitales jóvenes, pero cuando las analizas, te das cuenta que no tienen esa profesionalización porque conocen el sector solo a pinceladas. Fue emocionante conocer quién estaba detrás de D'lujo y nos gusta lo que haces. La verdad es que mi padre también nos lo vendió muy bien. Quiero que me expliques un poco para que conozcan más de ti los lectores. No te lo tomes como una entrevista. Sencillamente has conocido a Pablo, el hijo de Pedro -todo el sector conoce a Grupo Duplex-, y que me hables, como amigo, cómo ves el sector, qué pensabas de él de pequeña, qué necesidades intuiste...

Isabel Peña. La verdad es que siempre me ha gustado todo lo relacionado con la moda. Y es verdad que de pequeña, cuando iba a la fábrica, no entendía ni la mitad de lo que se hacía... pero a mí me gustaban las piedras, todo lo que se relacionaba con el diseño, y yo quería hacer mi propia colección. Veía que la joyería estaba separada en dos partes, primero en lo clásico, piezas que muchas de las personas de mi edad no se podían permitir, y luego estaban las tiendas *online*, como tú has dicho, que venden piezas muy finas, para el día a día, y a mí me gustaba todo al completo. Pensaba que si yo, en mi armario, tengo unos vaqueros, un vestido para salir de fiesta, un chándal... ¿Por qué no podemos tenerlo todo? Porque a mí me gusta ponerme un día una pieza que digas, ¡guau!, es impresionante, y otras veces unas criollas simples

con un chándal. Quería crear mi propia marca, una marca parecida a Zara, que hubiese de todo para todo el mundo, que pudieses elegir, te sintieses cómoda... Mira, hoy existen las joyerías de nivel alto, a la que solo entras si te lo puedes permitir, o vas a marcas más económicas. Lo que yo buscaba era que, cuando entrases a mi tienda, te sintieras única y que lo que te apeteciera, lo pudieras tener. Y creo que eso faltaba. Le dije a mi padre que deseaba entrar en ello...

P. P. Si no te importa, aquí es donde quiero ahondar, en cómo fue la conversación de una generación con otra, ese choque de pensamientos.

I. P. Pues le dije a mi padre que quería crear mi propia marca. El decirle eso a una persona que lleva tanto tiempo en joyería, tuvo una respuesta lógica, que eso es mucho trabajo, que te tienes que formar y terminar el colegio... Mi padre me puso una condición, si no estudiaba una carrera y si no me formaba, pues no iba a crear nada.

P. P. ¿De cuántos años estamos hablando de esa primera conversación?

I. P. Esta conversación fue hace cinco años.

P. P. Y lanzásteis la marca en octubre de 2020.

I. P. Sí. Me ha costado cinco años, convencerlo (sonríe). Y la verdad que lo entiendo, nuestras conversaciones y disparidad de pareceres eran necesarios.

“Mi padre no se creía que lo mío pudiera ser una oportunidad”

P. P. ¿Y no crees que estas conversaciones se han tenido en otras generaciones anteriores? Me explico, soy más mayor que tú, pero estoy familiarizado con las redes sociales. Cuando hablo con mi padre sobre estos temas, pues me dice, vale, pero también entiendo que hace 20, 30 años, cuando un hijo en el sector le decía a su padre, voy a irme a una feria en Turquía o en otro lado, este le respondía, te estás equivocando... Al final es una barrera generacional.

I. P. Mi padre me ha contado siempre cómo empezó él... Y me cuenta cosas de esas que le ocurrieron con mi abuelo. Cuando empezó, mi padre quería dar pasos más avanzados, buscando gente fuera de España, expandiendo el mercado. Es lo que intentaba hacer yo y él no se daba cuenta. No se creía que lo mío pudiera ser una oportunidad. Pero seguramente me pasará a mí lo mismo con mis hijos. Lo desconocido siempre da miedo, pero al final es arriesgarse.



“Hay que avanzar, pero ahora mismo la joyería está en alza”

P. P. Pregunta del millón. D'lujo, marca de joyas, ¿por facilidad o por convicción? Es decir, si tu familia no estuviera involucrada en el mundo de la joyería, ¿también te hubieras metido en ella?

I. P. El mundo de la joyería lo quería tocar segurísimo porque de pequeña ya me gustaba, colocarme todas las joyas de mi madre por casa... Lo que no quiere decir que me quede solo en ello, me encantaría seguir avanzando.

P. P. Te lo preguntaba porque hay mucha gente que se plantea en tiempos de crisis o cambios, como los que estamos viviendo, toda su existencia, el estar en el sector adecuado... ¿Confías en la joyería como un sector

adecuado y de futuro?

I. P. Sí, hay que avanzar, pero sí, ahora mismo la joyería está en alza, creo yo.

P. P. Me gustaría saber tu opinión en un tema un poco candente. Supongo que por el negocio familiar conocerás las ferias en España, y sabrás que es uno de los sectores más fastidiados por motivo de la pandemia. ¿Cómo ves tú, a corto, medio y largo plazo, el futuro de las ferias?

I. P. Creo que hay que buscar otras alternativas. Casi todo el mundo ya está dando el salto a la página *online*, aunque es verdad que no es lo mismo ver una joya en una foto que en la realidad. Los clientes, cuando reciben mi producto, me dicen: ¡Qué belleza!



“El comercio electrónico no tiene horas, no se cierra”

Cuando ves una joya de manera física te asombra mucho más que recibir otro tipo de producto. Creo que los *showrooms* pueden ser una alternativa, incluso agrupando diferentes sectores. Como evolucionamos las personas, también deberían hacerlo las ferias.

P. P. Te lo comentaba porque nosotros sabemos perfectamente que la joyería es difícil de fotografiar. Y aún fotografiándola con los mejores profesionales del mundo, la pieza llama mucho más la atención al natural que en foto. Y eso ya es un punto para las ferias, pero considero que estas no han de ser solo un lugar para hacer pedidos, sino donde desarrollemos el *networking*, donde la gente comparta sinergias. No hemos de vernos solo como una competencia, sino como patrones de un mismo barco remando en una sola dirección. Si el sector va bien, vamos bien todos. Por eso quería saber tu opinión, que creo me has dejado clara.

I. P. Sí, yo creo que hay que saber evolucionar, además con todo lo que nos ha enseñado la pandemia. Yo, la verdad, si alguna marca *online* tuviera un problema intentaría que trabajáramos juntos por resolverlo. Si su *target* es el mío, ¿por qué no nos juntamos todos para atraer al público y enseñarle lo que queremos?

“Las primeras preguntas que recibo de mis clientes son dudas, les cuesta fiarse”

P. P. Pues sí, porque hay amenazas que acontecen a todo el sector, por ejemplo calidades inadecuadas que repercuten en el prestigio de toda la joyería.

I. P. Sí, es verdad, muchas preguntas que recibo de mis clientes son dudas, les cuesta fiarse. ¿Seguro que son esos materiales? Tú respondes, pues claro. ¿Y si me pasa algo? ¿Se me irá el baño? Porque te explican que compraron *online* una joya y tuvieron problemas con ella. Y tienes que tranquilizar y dar seguridad. En redes sociales no hay tanta cercanía como en una tienda. Pero también es verdad que a través de Instagram puedes crear esa cercanía con las personas, que es lo que intento.

P. P. Me estás hablando en primera persona. ¿Qué significa? ¿Qué hablas directamente con las personas en Instagram?

I. M. Con todo el mundo. Telo digo en serio, estoy en Instagram 24 horas. Contesto hasta a la una de la mañana. Al final, cuando tú vas a comprar, y más si es joyería, la gente la asocia con su vida y te cuenta cosas muy personales. Ahora mismo la gente tiene muchas historias. Instagram y las redes sociales te permiten crear esa cercanía.

P. P. Si tuviéramos que hacer un organigrama de tu tiempo en un día, ¿dirías que el 50% se lo dedicas a Instagram?

I. P. Decírtelo de verdad no sabría, pero creo que una de las semanas pasadas utilicé 11 horas Instagram. En un día.

P. P. ¿En un día? (asombro).

I. P. Sí, en un día. Era San Valentín y la gente estaba como loca haciendo pedidos, informándose... Y es que la gente al final no utilizan el correo, me preguntan por Instagram. Y si a las dos de la mañana veo un mensaje, me supera no poder contestarlo. Y es que tienes que hacerlo porque ahora mismo el comercio electrónico no tiene horas, no se cierra. Si la gente que me compra confía en mí, yo no puedo fallarles.

“Cada generación optimiza su tiempo y lo dedica a lo que va a sacar rendimiento”

P. P. Estás apuntando premisas que funcionan. Y vuelvo a la conversación primera. Si ahora mismo le dices a tu padre o al mío que has estado 11 horas en Instagram en un día, te tachan de loca... Pero mi padre se estaba 11 horas en el coche para ir a Basilea y otras 11 para volver. Y estar en una feria implicaba dedicarle 14 o 15 horas al día, porque además te vas a cenar con clientes. Al final es el mismo trabajo, cada generación optimiza su tiempo y lo dedica a lo que considera que va a sacar más rendimiento.

I. P. Claro, yo noto que a mi padre le cuesta entenderlo. Hay veces que me dice, deja el móvil ya. Él lo ve como una herramienta de ocio y no se da cuenta que ahora mismo es el 80% de mi trabajo. La marca se mueve al 80% por Instagram. Pero ya lo está asumiendo mejor (sonríe)

P. P. Tienes razón. Las generaciones pasadas no están dispuestas a aprender de los errores.

I. P. En generaciones pasadas tú aprendías un oficio, por ejemplo, joyería, y te convertías en el mejor joyero de tu entorno. Mira, a mí hay cosas que se me escapan, y es verdad que, cuando me planteo cosas, algunas no pueden hacerse...

P. P. Una pregunta, entre paréntesis. ¿Y estás convencida que no pueden hacerse? La industria cada vez cuenta con más medios...

I. P. Sí, muchas veces le damos un montón de vueltas y al final encontramos una solución para hacer lo imposible.

P. P. La primera frase es no se puede hacer (sonríe).

I. P. Mira, yo no hice informática pero empecé a hacer la web yo sola y la “cagué” 500 veces. Una persona de otra generación hubiera dicho, contrata a un informático. Y mi generación piensa de otra forma, no te conformas, no te quedas quieto, si lo intentas todo puede salir. Es verdad que tenemos más facilidades. Hoy la gente de mi edad que busca emprender y crear una marca, con las redes sociales lo tenemos como un poco más fácil.

P. P. Me quedo con ese mensaje para el sector, intentar luchar contra sus propios pensamientos o convicciones generacionales. Es un buen consejo porque se avecinan nuevos cambios. Yo le digo a mi padre muchas veces: ¿Crisis? Vivimos una crisis constante, y hemos de irnos cambiando y adaptándonos siempre a ello. ♦



Rodolfo Serván, presidente del grupo RS Correduría de Seguros

“El joyero debe acudir al verdadero especialista y máximo conocedor de un sector”

© Petra Marín

¿Cómo han vivido este periodo de incertidumbre tras el confinamiento y las restricciones desde su posición de aseguradores?

Lo hemos vivido y lo seguimos viviendo con suma preocupación, por varios e importantes motivos.

En primer lugar por el pánico, que aún se encuentra instalado en la sociedad, por el miedo al contagio de la pandemia y que afecta no solo a la salud, sino también a la economía.

Lo primero que se nos ocurrió fue redactar unas normas de seguridad e higiénico-sanitarias en los establecimiento detallistas, fábricas, viajantes y para cuantas personas intervienen no solo en los procesos de fabricación sino en la atención a los posibles proveedores o clientes que visitarán las distintas instalaciones, a fin de evitar los contagios. Dichas normas sirvieron de modelo a una gran parte del sector en su implantación.

Igualmente ocurrió con las normas de seguridad, de autoprotección, en las que quedó patente nuestra especialización, tanto en seguridad electrónica como física, en tan delicados momentos, donde había que cuidar mucho la identidad del posible cliente, oculto tras una mascarilla, unas gafas e incluso ataviado con una gorra, etc.

Otras normas, no menos importantes, fueron las relacionadas con la seguridad contra robos, hurtos, butrones, etc., todas ellas bajo cualquier circunstancia o momentos de la actividad. Nos preocupó y nos preocupó el uso de las mascarillas y las gafas de sol o normales, de uso habitual, por lo que de enmascaramiento de la persona significa donde las cámaras de grabación poco servían y sirven en caso de hurtos o atracos.

También nos preocupó la bajada tan drástica de personas deambulando por las calles y en zonas comerciales, por el confinamiento y por el incremento de la inseguridad que ello suponía, en un primer momento, y de manera especial a determinadas horas.

Ni que decir tiene que también nuestra actividad se ha visto perjudicada respecto a los ingresos por nueva producción de negocio. La falta de ventas ha tenido una clara repercusión en la fabricación de joyería y relojería y resto de artículos propios de la actividad. Los viajantes prácticamente han desaparecido y con ellos los *stocks* que transportaban, dándose de baja en las pólizas, con lo que ello representa en los ingresos por primas no emitidas y cobradas.

La bajada en los envíos de valores habla por sí sola y únicamente se ha visto paliada gracias a la imaginación de los fabricantes e incluso detallistas, que han cambiado su *modus operandi* de venta a través de viajantes por el directo a través de Internet o redes sociales. Esto, unido al resurgimiento y vuelta al cambio de detallistas puros, al



Este pasado marzo Rodolfo Serván recibió la cruz con distintivo blanco “Al Mérito Policial” otorgada por el Ministerio de Interior. El acto tuvo lugar durante la festividad del patrón de la Policía Nacional en Córdoba.

mixto de compra-venta, y fundición de metales han suplido en parte nuestra bajada de negocio, así como la venta de joyería a países de fuera de la Comunidad Europea y apertura de nuevos negocios dedicados a la alta joyería en algunas capitales de provincias.

También nos ha beneficiado la falta de atención y de servicios por parte de otras compañías y corredores de nuestra competencia, que han vuelto de nuevo a nosotros, lo que continúa sucediendo casi a diario.

Ampliando esta pregunta, nosotros también lo hemos aprovechado para unirnos a los nuevos sistemas informáticos utilizados por el sector de seguros y de joyeros, a fin de prestarles un mayor y mejor servicio y unas más rápidas respuestas a sus necesidades de negocio, ampliando nuestras bases de datos e instalando nuevos sistemas y programas más modernos para la intercomunicación entre asegurados, compañías y reaseguros, así como en el tratamiento de los procesos de atención, en casos de siniestros, de los que hablaremos más adelante.

De todo estos esfuerzos, tanto

“Nos ha beneficiado la falta de servicios de otros”

tecnológicos como administrativos, hemos recibido satisfacción de nuestros clientes asegurados.

¿Qué han percibido entre sus clientes los joyeros?

Independientemente de la preocupación por la pandemia en sí, un miedo enorme por el futuro incierto de sus negocios, por la bajada en sus ventas y al posible incumplimiento de sus obligaciones de pago a proveedores.

Muchos se han visto obligados a la venta de parte de sus existencias para poder seguir viviendo. Otros han fundido parte de sus *stocks* para convertirlos en *cash* y atender las mencionadas necesidades, así como el pago de impuestos y otros compromisos. Una cantidad importante, ante la baja de clientes, simplemente han bajado sus persianas y a esperar. Otro grupo, aprovechando su avanzada edad o carentes de sucesores en sus familiares, han preferido traspasar los negocios o vender sus existencias a alguna fundición de metales y jubilarse.

Esta pandemia y las medidas económicas obligatorias equivocadas,

impuestas por el Gobierno, no han hecho más que traernos muertes y ruina.

También hemos percibido, de manera positiva, como le han dado rienda suelta a su imaginación, y se han dedicado a ofrecer a sus clientes la transformación de joyas, incluso antiguas de familia, y cambiarlas por hechuras de nuevos modelos mucho más bonitos y ponibles que los antiguos, utilizando con frecuencia las piedras preciosas o perlas, etc., transformándolos en auténticas piezas de plena actualidad, y les ha ido muy bien.

En el periódico y noticias diarias en Internet promovidos por el Grupo Duplex y *Contraste*, es donde yo he podido informarme y apreciar el enorme esfuerzo que muchos profesionales, tanto pequeños como grandes joyeros, han realizado en este tiempo de crisis, cambiando sus *modus operandi* de actuación para conseguir ventas.

Y no solo del devenir del sector joyero español, sino de ferias y eventos europeos, americanos o asiáticos, desde donde a veces dichas noticias nos han hecho concebir cambios positivos, incluso en el mundo de la relojería, que tan duramente también lo está pasando.

Todo el mundo está esperando que seamos vacunados para volar hacia un futuro más cierto, más estable y económicamente más positivo.

¿Han cambiado sus expectativas respecto a coberturas?

Como cualquier empresa o autónomo que quiere triunfar, nos hemos empleado a fondo y hemos tomado muchas medidas y puesto encima de la mesa ideas, algunas en marcha y con buenos resultados, con el fin de aumentar nuestra cartera de clientes nuevos y antiguos, y abrirnos de manera definitiva a ofrecer a nuestros clientes el aseguramiento de sus propiedades y otros ramos de seguros de nueva implantación que nos están demandando determinados sectores industriales, entre ellos el de joyería. Somos optimistas y creemos que con estas medidas podremos conseguir nuestros nuevos objetivos.

Respectos a coberturas de nuestras pólizas, las nuestras son las más completas del mercado nacional. Y no solo las más completas porque se nos antoje decirlo, no, es que podemos demostrarlo a cualquier joyero, relojero, pedrero u orfebre, ya que en una sola póliza incluimos todas las coberturas posibles de asegurar, por lo que nuestros clientes se ahorran el costo de pólizas del local, Responsabilidad Civil, transportes especiales de mercancías valiosas sin límites, transportes de fondos y muestrarios de mayor valor, ferias en todo el mundo, desfiles de modelos, seguros arancelarios de Cámaras de Comercio, envíos de mercancías o muestrarios a países extra comunitarios, y otros que

Pasa a pág. 16

RODOLFO SERVÁN

La Correduría del Joyero



Aseguramos con su poliza porque...



☉ Queremos ir a una con usted. Su interés es nuestro interés, su negocio, el nuestro.

☉ Ayudándole nos ayudamos a nosotros, llámenos, llegaremos a un acuerdo en el precio.

☉ Damos la talla. Con nosotros están asegurados los joyeros más brillantes de España y también los más pequeños.

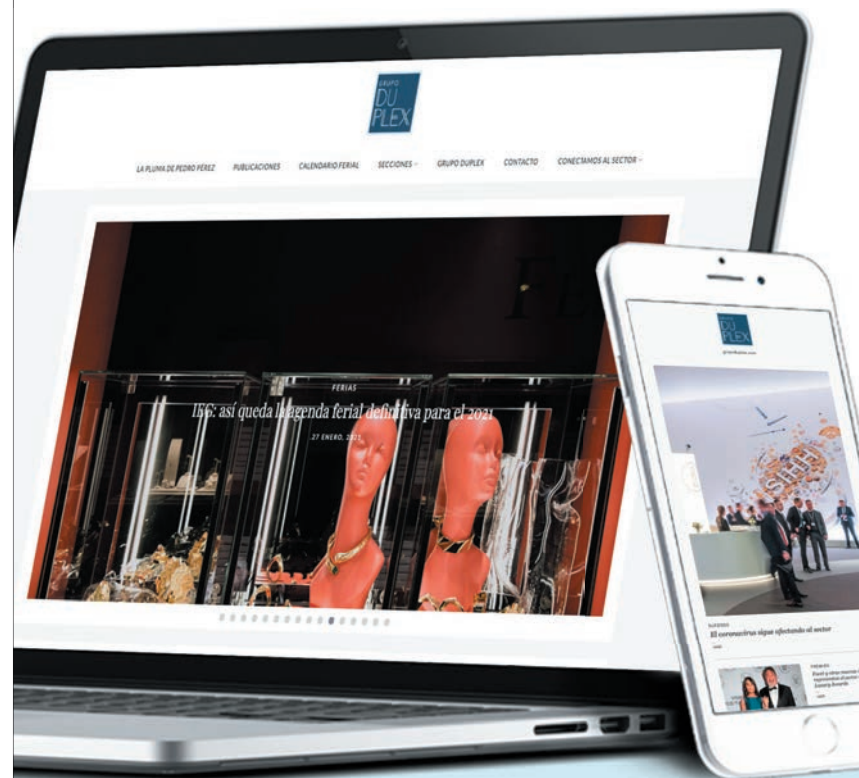
☉ Estamos siempre ahí, nuestro cometido -ayer, hoy y siempre- es evitarle la ruina tras un siniestro.

Sede Central
Avda. Gran Capitán, 24 · 1ª y 2ª planta
14001 · CÓRDOBA
Tel. 957 49 76 06
rodolfo.servan@rodolfo.servan.com
www.rodolfo.servan.com



www.grupoduplex.com

Siempre cerca de ti



Sea cuál sea el canal, estamos para informarte

+ información
social@grupoduplex.com

Viene de pág. 14

quedan recogidos en nuestra exclusiva póliza.

En esta situación, ¿han mantenido su cartera de clientes?

Como he explicado en párrafo anterior, gracias a los cambios, reformas y medidas tomadas nada mas comenzar la pandemia hace ahora un año, hemos logrado mantener nuestro volumen de negocio, no nuestro número de clientes. Todo nuestro equipo ha peleado con uñas y dientes para conseguir este objetivo y poner las bases, como también he dicho anteriormente, para seguir creciendo en la medida que nos sea posible. El esfuerzo ha sido tremendo. Hemos trabajado todos más horas que las empleadas antes de la pandemia, desde nuestras casas o estableciendo turnos de trabajo dentro de nuestras oficinas. Gracias a Dios, ninguno de nosotros ha sido mordido por la enfermedad.

¿Cómo ha actuado o actúa a su vez la delincuencia? ¿Se han reducido los siniestros o han aumentado?

Como de costumbre la delincuencia actúa aprovechando cualquier resquicio que deje sin custodia la sociedad en general, es su oficio y saben cuando tienen más posibilidades. Mirando la parte buena de la mala crisis y debido al cierre de tantos negocios y a la mayor vigilancia callejera y en general por la policía, se han producido menos siniestros de los que habitualmente se registran en épocas normales, pero siguen siendo numerosos y algunos de gran valor. Todos hemos podido ver en los televisores la enorme cantidad de alunizajes en los escaparates de las tiendas, donde ni siquiera las grandes medidas de seguridad instaladas han evitado que se hayan producido. Algunos a plena luz del día, otros de noche. También las aseguradoras y el Consorcio de Compensación se han visto obligados a soportar ingentes cantidades de dinero por siniestros producidos por las inundaciones en comercios y fábricas e incendios en diversos tipos de instalaciones. Del año 2020 tenemos que olvidarnos, aunque será difícil.

Yo, desde aquí, quiero destacar los esfuerzos y logros obtenidos por

"En una sola póliza incluimos todas las coberturas"

las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, de manera especial del Cuerpo Nacional de Policía y de la Guardia Civil, y lo digo incluso con agradecimiento como ciudadano, además de como asegurador de un sector tan delicado y expuesto al delincuente, por la labor tan importante, costosa y delicada, no en resultado final de la detención, sino por la increíble especialización e investigación en casos con apenas rastros de los delitos e incluso de España, donde han sucedido tales delitos.

Nuestro departamento de investigación y seguimiento de seguridad y siniestros cuenta con un extenso archivo de casos resueltos por parte de ambos cuerpos de seguridad policial. Es de destacar de manera agradecida la cantidad de casos resueltos de manera particular en los ocurridos en joyerías. Casos como los de Ibiza, Barcelona o Madrid son un claro ejemplo de lo que digo.

Desde hace varias décadas colaboramos con ambos cuerpos de manera constante y activa, en la base de los principios de la seguridad, en favor del sector joyero, tratando de adelantarnos a los *modus operandi* en la comisión de los delitos y posteriores pruebas para poder, no solo iniciar causas judiciales, sino acompañar a los damnificados a los juicios que se celebren.

¿Qué les dirían a un joyero que no esté asegurado en estos momentos con ustedes?

Que la Correduría de Seguros Rodolfo Serván es la decana y pionera en España de los seguros de joyeros. Fuimos los primeros, incluso en la redacción, entonces inexistente, de la Ley de Seguridad para Joyerías. Los primeros en asegurar, primero, aunque suene raro, a los viajantes de joyería. Posteriormente a los comercios, con unas entonces mínimas medidas de seguridad, y posteriormente a fabricantes y almacenistas. Entonces el fabricante no podía vender a los minoristas, ni acudir a ferias con el fin de vender a minoristas. Era como un pacto entre caballeros a nivel nacional. Por todo lo anterior, queda claro que se debe acudir al verdadero especialista y máximo conocedor de un sector, con una idiosincrasia fuera de cualquier comparación. ♦

A un joyero le diríamos...

Que desde 1975, vivimos, pensamos y trabajamos por y para el joyero, y que cualquier parecido que quiera utilizarse es pura coincidencia. Nosotros tenemos el seguro que el joyero, bisutería, relojero o platero (como gustan de llamarse en Córdoba) necesita, por los siguientes motivos:

- Las coberturas son las mayores del mercado.
- Los importes asegurados son los más altos.
- Las garantías cubiertas son las más completas.
- Es una póliza a primer riesgo, sin franquicias.
- Es una póliza a todo riesgo. Quedan aseguradas todas las pérdidas.
- Es una póliza de riesgos nominados, no puede producir confusión sus coberturas.
- En solo una póliza queda todo asegurado. Se ahorran los costes de otras pólizas que nuestra competencia le cobrará además de la de joyería.
- Puede pagar la póliza de tres formas diferentes. Podemos estudiar sus necesidades.
- Los siniestros se le abonarán tan pronto nos manden la documentación. Recibirá de nuestro departamento de siniestros todo el apoyo y ayuda que precise, desde el minuto primero de su comunicación.
- Con R.S. Correduría ahorrará bastante dinero en el coste de su póliza. Le garantizamos bajar el coste actual de su póliza. Con solo una llamada o comunicación por correo o cualquier medio, nos pondremos en contacto con Ud. O si tiene su póliza contratada a través de algún corredor nos pondremos en contacto con él, y no perderá su mediador, ni tampoco la comisión que perciba de su actual compañía, pero Ud. siempre saldrá beneficiado.

Confíe en nosotros, somos la confianza del Joyero, por eso somos líderes en joyería desde 1975. Végase con nosotros, como ya ha hecho la mayoría del sector. La unión hace la fuerza; con nosotros se sentirá seguro.



www.nowley.com



NOWLEY
TIME FOR CHANGE



BOMBAY
Collection



INDUSTRIAL MARTÍ DE RELOJERÍA S.L. C/ Pi, 12 - 08002 Barcelona - 93 412 2628
www.smart.nowley.com - www.nowley.com - www.industrialmarti.com - www.potens.com



Susana Pérez y Pepe Cidoncha, de Le Cadó

“La Fundación Le Cadó representa el proyecto filantrópico de nuestras vidas”

© Petra Marín

Visitamos virtualmente Burriana, en Castellón, para encontrarnos con Susana y Pepe, el matrimonio que, junto a su familia, guía Le Cadó con ilusión y esmero hace años. Han involucrado la joyería con la moda española desde que nació su marca y continúan trabajando con su línea de diamantes y las joyas a medida. Susana es vicepresidenta de Networking Directivas Castellón desde el pasado febrero, una asociación con el objetivo de poner en valor el papel de la mujer en el empresariado, y ambos junto a sus hermanos -Teresa y Juan- y unos íntimos amigos dan vida desde 2010 a la Fundación Le Cadó, destinada a financiar investigaciones sobre cáncer de mama realizadas en España. Pepe y Susana son una pareja que siente la joyería y también la vive de forma comprometida y solidaria.

¿Dónde, cuándo y cómo nace Le Cadó?

El origen de la empresa se remonta en la ciudad de Burriana (Castellón) hacia el año 1955 cuando el padre de Susana Pérez, Juan Pérez González, funda un taller de joyería para fabricar gemelos de caballero en oro bajo la técnica de estampación.

La sede siempre ha permanecido en Burriana, donde curiosamente hubo un pequeño “cluster joyero” desde los años 40 con alrededor de 15 talleres de joyería hasta bien entrados los años 80.

Sus hermanos Juan y Teresa se incorporan en el año 1987 y Susana Pérez lo hizo 10 años más tarde. A partir de este momento, se comienza a trabajar en una línea de joyería femenina con una marca propia. Así nace la marca de joyas Le Cadó en el 2000. Este vocablo deriva de la palabra francesa “cadeau” (regalo).

¿Han estado siempre unidos al mundo de “Moda Española”, no?

Nuestro vínculo con el mundo de la moda siempre ha sido muy estrecho. Nosotros creamos un concepto nuevo al desarrollar el proyecto de la joyería prêt-à-porter de la “Moda Española”.

La joya es el complemento o accesorio de moda por excelencia y por ello nos unimos a los diseñadores más relevantes de España en aquel tiempo como Angel Schlesser, Antonio Pernas, Devota&Lomba, Roberto Torretta y Elio Berhanyer. Con ellos hemos trabajado creando colecciones para su distribución a nivel nacional e internacional. Esta es una línea que evoluciona al paso de los modistas, una línea que continúa activa dando servicio a nuestra red de clientes joyeros.

Por su parte, Pepe Cidoncha, mi marido, aporta al incorporarse a nuestra empresa su saber hacer joyero



de dos generaciones al cargo de una empresa que también estaba estrechamente ligada, y con mucho éxito, con otros diseñadores como Agatha Ruiz de la Prada, Adolfo Domínguez, Paola Domínguin, Lois, etc.

Otra de sus muy importantes líneas de negocio la constituye la joyería con diamante y la joyería a medida...

Siempre hemos estado muy unidos al mundo de la joyería en oro de 18 kl con piedras preciosas y nuestros continuos viajes a las grandes ferias de la joyería internacional, junto con un exhaustivo análisis del mercado tras la grave crisis del 2008, fueron el detonante para iniciar esta nueva aventura de Diamantes Le Cadó.

La familia de mi marido Pepe Cidoncha ya había trabajado mucho con el mundo de los diamantes, por lo tanto ya había un tradición familiar detrás de esta decisión.

En cuanto a la joyería a medida, el eje vertebrador es nuestro conocimiento del mercado, de las tendencias de moda y de la profesión joyera. El conocimiento y control de los materiales y los procesos de fabricación resulta clave para que las colecciones se adapten a los deseos de nuestros clientes.

Por otro lado, nuestro servicio tailor-made jewellery garantiza el

“Nos preocupa estar al día en formación”

éxito de cada encargo, donde nuestras clientes participan activamente del proceso de diseño de sus joyas.

Tenemos entendido que siguen formándose académicamente en el campo de la joyería. ¿Qué es para ustedes esta formación continua? ¿Un deber, un compromiso...?

Nuestro compromiso con el cliente es darle siempre el mejor producto y servicio. Esta exigencia nos ha hecho consolidar una red de proveedores de gemas y otros colaboradores con la misma filosofía de autoexigencia que nosotros. Parte de esta exigencia es la formación continua. Para ello seguimos formándonos en el Instituto Gemológico Español, la Universidad de Valencia y Barcelona, con Manuel Llopis, con Alfredo González Notario, etc., donde hemos estudiado gemología, diamantes, perlas, corindones, diamantes sintéticos... Somos tasadores de joyas y ahora mismo estamos con un maravilloso curso de la Historia de la Joyería Occidental dado por Margarita Pérez del IGE.

Nos preocupa estar al día en el terreno gemológico, el sector evoluciona rápido en nuevos tratamientos o procesos y síntesis que hay que actualizar y conocer constantemente por nosotros y por nuestros clientes.

A finales de febrero hemos sabido que Susana ha pasado a ocupar el puesto de vicepresidenta de la asociación Networking Directivas Castellón. Volvemos a la palabra compromiso. ¿Empresarial y femenino?

Este es un reto reciente que me hace mucha ilusión porque somos un grupo de mujeres muy potentes, donde el término “sororidad” adquiere el máximo sentido.

Somos una asociación civil de mujeres directivas empresarias y profesionales. Nuestro objetivo es poner en valor el empresariado y al liderazgo femenino dentro del mismo. No hemos de olvidar que el ratio de mujeres directivas en España está en el 34% del total y en la Comunidad Valenciana sólo representa el 26%.

Aquí hay mucho talento femenino que hay que poner en valor y conseguir que las futuras generaciones encuentren en nosotras la inspiración y la ilusión para sacar adelante sus propios proyectos empresariales. Francamente, yo me siento muy identificada con esta causa.

¿Y el compromiso medioambiental y social? ¿Cómo lo aplican en su proyecto empresarial?

Nuestra política de Responsabilidad Social Corporativa se ha hecho patente en nuestra Fundación Le Cadó contra el cáncer de mama que constituimos en el año 2010 junto a unos amigos muy queridos que tuvieron la visión con la finalidad de recabar fondos para la investigación de este tipo de cánceres. En estos momentos somos una fundación muy conocida y reconocida en nuestro ecosistema o territorio social.

En la actualidad estamos financiando tres investigaciones: En el INCLIVA (Hospital Clínico de Valencia), el Hospital Provincial de Castellón y con la Universitat Jaume I. Son proyectos acerca del cáncer de mama en mujeres menores de 35 años y acerca de variantes genómicas distintas de las habituales BRCA1 y 2. ♦

Sobre la Fundación Le Cadó

Así nos cuentan Susana y Pepe lo que es para ellos su joya más preciada: “La Fundación Le Cadó representa el proyecto filantrópico de nuestras vidas, aquel en el que hemos volcado todos nuestros recursos personales y profesionales de manera altruista y que nos devuelve a diario el agradecimiento de miles de mujeres que ven cada día más cerca un futuro sin cáncer de mama. Para la mayoría de nosotros seguramente nuestra fundación es una de las cosas más extraordinarias y maravillosas que nos han pasado en nuestro devenir vital y personal. Ayudar a los demás es algo emotivamente fantástico. Te ayuda a ser mucho mejor persona en todos los sentidos de la vida”.

Más cadenas en oro y plata, mucho más con ORO BASE



ORO



PLATA

Catálogo

Solicítelo sin compromiso, le será de utilidad, garantía ORO BASE



Sus pedidos en 24 h, ORO BASE, como siempre, está cerca de usted

www.orobase.es

Líderes en forniture desde 1980, hoy con casi 4.000 referencias de producto

Fornituras de oro / plata / Gold Filled / de precision / otras forniture y materias primas

Central Madrid T. 91 531 02 07 www.oro-base.es

Delegación Bilbao
T. 94 479 52 67 orobasebilbao@hotmail.com

Delegación Andalucía Ángel Luque
T. 607 505 606

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

Distribuidor Oviedo
Comercial Doncel
T. 98 521 62 81 comercialdoncel2015@gmail.com

Distribuidor Cataluña
Justo Comercial de Relojería, S.A. T. 93 317 57 87
www.justo-relojería.com



Fornituras de Joyería, S.A.

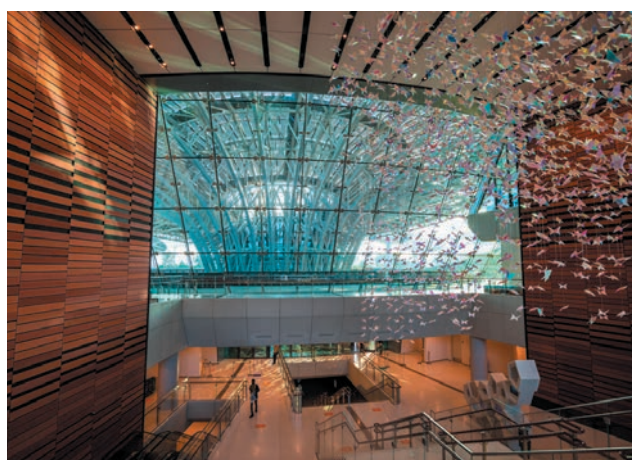
Ferias, último parte

Cambios en Messe Frankfurt



Cambio generacional para los salones de bienes de consumo de Messe Frankfurt, entre los que se encuentra Ambiente. Nicolette Naumann (a dcha.), deja la empresa por voluntad propia y Julia Uherek y Philipp Ferger asumirán el cargo de vicepresidentes de las mismas. Explican desde la entidad ferial alemana que necesitaban savia y perspectivas nuevas, más aún con la nueva situación provocada por la pandemia ya que "la industria de bienes de consumo se enfrenta a desafíos fundamentales, tanto a nivel mundial como nacional". El 20 de abril tiene lugar un nuevo Consumer Goods Digital Day.

Debut de JGT Dubai



Jewellery, Gem & Technology Dubai debutará el 22 de febrero de 2022 en Dubai bajo la batuta de Italian Exhibition Group (IEG) y su *partner* local Informa Markets Jewellery. Experiencia ferial y conocimiento del mercado interno que se verá reforzada con el soporte del Dubai Multi Commodities Centre (DMCC), socio oficial de JGT Dubai. Durante tres días los profesionales tendrán la oportunidad de realizar encuentros comerciales que se verán enriquecidos con un seminario exclusivo y un programa de *networking* con la Dubai Diamond Conference y los premios Jewellery World Awards (JWA).

Ginebra en digital



38 *maisons* esperan dar la bienvenida a operadores de la alta relojería en la edición digital de Ginebra. Son A. Lange & Söhne, Arnold & Son, Baume & Mercier, Bvlgari, Carl F. Bucherer, Cartier, Chanel, Chopard, Chronoswiss, Curren, Ferdinand Berthoud, Greubel Forsey, Hermès, H. Moser & Cie, Hublot, IWC Schaffhausen, Jaeger-LeCoultre, Louis Moinet, Louis Vuitton, Maurice Lacroix, Montblanc, Nomos, Glashütte, Oris, Panerai, Patek Philippe, Piaget, Purnell, Rebellion Timepieces, Resencce, Roger Dubuis, Rolex, Speake-Marin, TAG Heuer, Trilobe, Tudor, Ulysse Nardin, Vacheron Constantin y Zenit.

HOMI Fashion & Jewels



A la espera de la cita de septiembre, en concreto del 18 al 20 en Fieramilano, HOMI Fashion & Jewels ha promovido, del 20 al 27 de marzo, un escaparate digital interactivo que ha presentado las tendencias de la temporada Primavera-Verano 2021 con más de 100 propuestas del universo de los accesorios de moda, bisutería y joyería *trendy*. La iniciativa virtual ha sido bien aceptada como oportunidad de encuentro e intercambio para diseñadores y *buyers* nacionales e internacionales. Las circunstancias obligan a reinventarse.

Istambul sigue en agenda



Al cierre de esta edición del periódico *Contraste*, Istanbul Jewellery Show se mantenía en agenda, del 27 al 30 de mayo en el CNR Expo de la capital turca. Si se llega a esta pretensión ya no dependerá del deseo de sus organizadores, sino de las circunstancias que las restricciones impongan al hilo de la pandemia. Mientras tanto, la joyería turca no se ha quedado cruzada de brazos estrenando el pasado febrero JOIN, Jewellery Online International Network, para reencontrarse con sus clientes. La iniciativa se repite del 14 al 16 de abril.

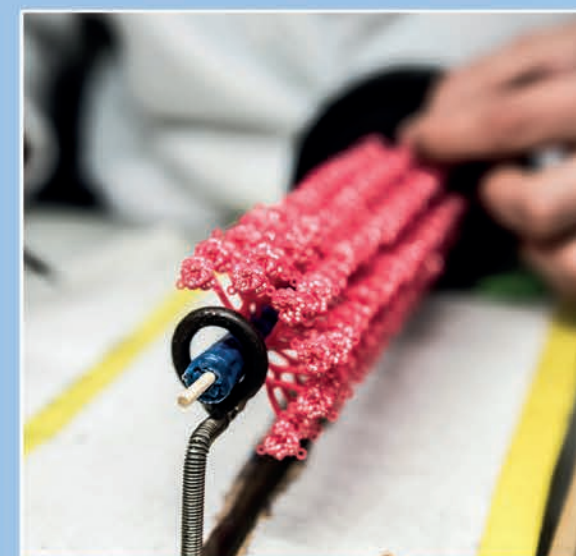
MadridJoya en LIVEConnect



Bajo la plataforma digital LIVEConnect, los salones MadridJoya y Bisutext, así como Intergift, y Momad se celebrarán, también de forma excepcional, en formato virtual a partir del 15 de abril, "manteniendo así viva la actividad del sector hasta la celebración presencial de las ferias en septiembre de 2021", indica el comunicado de Ifema. En una primera fase, la plataforma estará activa con contenidos y actividades del 15 de abril al 15 de mayo, aunque seguirá abierta hasta la edición de septiembre 2021.



Comprometidos con el medio ambiente



Tecnología

Desarrollo, innovación y software avanzado de última generación.

Responsabilidad

Optimización y control de procesos respetuosos con la naturaleza.

Compromiso

Adaptación al cliente: Proceso de producción flexible en tiempos de entrega y cantidades.

Email
comercial@sikno.es

Móvil
609 268 859

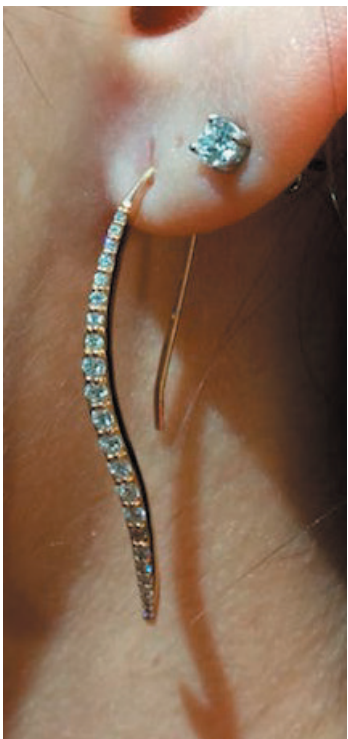
Web
www.sikno.es

El JORGC “enjoya” los Premios Gaudí del cine

En esta iniciativa se brindó a la Acadèmia del Cinema Català 75 piezas preseleccionadas por un jurado en el que participó *Contraste*



La directora y guionista Belén Funes con pendientes de oro e hilo de titanio de Joan Datzira



La actriz Tania Sarria con pendientes de oro rosa y diamantes creados en laboratorio de ALTR Created Diamonds



La presidenta de la Acadèmia del Cinema Català, la directora Isona Passola, con pendientes de oro Fairmined de la firma Majoral, anillo con aguamarina de Miquel Barberà y esclava de oro amarillo de Capdevila Joiers.



La actriz Bella Agossou con pendientes articulados con diamantes de la firma Facet



Broche de plata de 7Embre / Sandra Ortiz que llevó el actor Roger Coma



La directora y guionista Claudia Pinto con pendientes de plata oxidada y oro amarillo de Anna Font y esclava de plata y oro Fairmined de Joan Datzira



La directora de l'Academia del Cinema Català, Laia Aubia, con pulsera de plata combinada con oro amarillo y diamante de Laura Morales

Firmas y joyeros seleccionados por el jurado

- 7Embre / Sandra Ortíz
- Angelorum
- Anna Puig Font
- Arnald Climent (Arnald Joies)
- Arostegui Barcelona, S.C
- Capdevila Joiers
- Carla Moso
- Carles Del Arco / Fabre Gemmòlegs
- Carolina Jerez Ortiz
- Comaposada Joiers
- Cristina Malet Hernández – Lidajoes Barcelona Ech Jewelry
- Elisenda De Haro Joieria Contemporania
- Facet Jewellery Solutions, S.L.
- Fili Plaza
- J.Prats
- Joan Datzira
- Joan Salvador Marín

- Jordi Ferré I Estrada
- Katja Jeseke
- Laura Morales Viaña
- Majoral
- Maria Lanau Joies
- Maria Mercè Nicolau Roset
- Mila Kuzmenco
- Mirta Gil
- Miquel Barberà -Hàbit-
- Miquel Sardà
- Nuria Suñé
- Sara Castells Alcaraz
- Sílvia Serra Albaladejo
- Slovinsky Joyas
- Syl Jewels
- Sunfield
- Toni Mones Joier
- Toni Nef Valenzuela / Gemnef
- We Speak Diamond S.L. & Altr Created Diamonds

© Petra Marín

Es ya la sexta colaboración entre el Colegio Oficial de Joyeros, de Orfebres, de Relojeros y de Gemólogos de Catalunya (JORGC) y la Acadèmia del Cinema Català. Esta iniciativa permite que la joyería catalana brille con excepcionalidad en los Premios Gaudí de cine. La ceremonia de la 13 edición de la entrega de los galardones

tuvo lugar el pasado domingo 21 de marzo en el Auditori Fòrum del Centro de Convenciones Internacional de Barcelona (CCIB). Personalidades de la Academia, actrices y actores tuvieron la oportunidad de escoger entre las piezas seleccionadas por un jurado, en el que participó *Contraste*, y lucirlas tanto durante la alfombra roja como en el transcurso de la ceremonia.

El evento tuvo lugar el domingo 21 de marzo en Barcelona

La preselección de las 75 piezas fue realizada por un comité formado por los joyeros Rosa Tous, Lluís Comin y Nicolas Estrada, las responsables de estilismo de la Acadèmia del Cinema Català Marta Calmet y Mariona Mas y medios de comunicación del sector joyero y relojero (Pepita Hernández de *Gold&Time* y Petra Marín de *Contraste*), teniendo en cuenta criterios artísticos en su

diseño y rigor técnico y de adecuación a los códigos de vestuario de los portadores de las joyas. El JORGC se siente especialmente satisfecho por esta acción que fomenta, una vez más, relaciones transversales con la sociedad y la cultura, a la vez que da soporte y visibilidad a los joyeros catalanes en un evento tan destacado para las artes. Para Àlex Riu, presidente del

Colegio catalán, “la colaboración con la Academia de Cine permite que la joyería disfrute de un protagonismo destacado en este importante evento, no es de extrañar por tanto que cada año recibamos más peticiones para acceder a la preselección del jurado. No obstante, el aspecto más destacado de este acuerdo es que facilita la transmisión de los valores culturales de

la joyería fabricada en Catalunya además de poner en relieve el componente artesanal y el talento activo de nuestros colegiados”. De lo acertado de la convocatoria realizada de forma abierta a todos los colegidos da testimonio el número inicial de piezas presentadas, 129 entre collares, pendientes, esclavas, anillos, pulseras, etc., lo que hizo muy reñida la selección.

La XIII edición de los Premios Gaudí ha servido este año para rendir un especial homenaje a los cines del país, entidades que han sufrido si cabe con mayor rigor las consecuencias derivadas de la pandemia. La Acadèmia del Cinema Català ha querido reivindicar con ello su papel, no solo en el pasado, sino en términos de presente y futuro del sector.

El número de piezas aportadas por los joyeros fue de 129

En este decimotercero encuentro del cine catalán tres obras han sido sin dudas las que han obtenido mayor reconocimiento. Se trata de “La vampira de Barcelona”, “Las niñas” y “My Mexican Bretzel”. La primera con cinco de las 14 estatuillas, la segunda con cuatro y la tercera con tres. El Gaudí a la mejor actriz fue para Candela Peña y Mario Casas logró el de mejor actor. ♦

Alfons Cànovas, con el sector más de 100 años



© Petra Marín

Como le definimos ya en una entrevista en 2011, Alfons Cànovas Lapuente fue, y sigue siendo en nuestro recuerdo, “un joyero de toda la vida”. En la agradable comida que disfrutamos junto a nuestro editor Pedro Pérez en una soleada terraza de la Barceloneta, compartió con nosotros el consejo que les daba cada día a su hijo y nieto: “Hay que procurar tener siempre paciencia y una sonrisa dispuesta al recibir a los clientes. Yo pienso que, aunque no es verdad que el cliente tiene siempre la razón, no hay que discutiársela nunca. El enfrentamiento no es bueno”. Y es que, aunque oficialmente jubilado desde noviembre de 1993, Alfons no se resistía cada día a pasear hasta la joyería familiar, sentarse prudentemente alejado en una silla, pero dar consejo si la situación lo requería.

Y luego fue en noviembre de 2017 cuando su barrio querido, sí, la Barceloneta, le rindió un emotivo homenaje con motivo de su 100 cumpleaños. Y es que Alfons, además de joyero, fue un hombre implicado en la vida vecinal, básicamente desde la vertiente cívica y deportiva, ya que fue waterpolista y llevó con mucho orgullo durante 30 años la presidencia del club de su vida, el Club Natació Atlètic-Barceloneta, del que luego fue presidente de honor hasta su muerte.

En el aspecto político ejerció de teniente alcalde de Barcelona durante el régimen de Franco elegido democráticamente por el tercio familiar. Y lo sorprendente de ello es que en la guerra le tocó en el bando republicano, lo que da cuenta de su talante conciliador. “De la guerra aprendí que el mismo miedo te hace ser valiente y al propio tiempo, más conservador”, nos confesaba.

A nivel asociativo desarrolló una intensa actividad gremial. Los ya veteranos en este sector recordarán que luchó con tesón por la unión de los profesionales en su ciudad hasta lograr que se formara una única asociación bajo la presidencia de Octavi Sardà.

Nacido en Guadalupe, Murcia, el 4 de noviembre de 1917, pero ya de crío en Barcelona, Alfons superó los 100 y nos ha dejado con 103 años muy bien llevados. Esta imagen da testimonio de ello, paseando al borde de la playa que le vio hacerse joyero y donde deja un gran legado. ♦

Un legado escrito, sobre sus vivencias y su barrio, tan polular, la Barceloneta



Opini3n

Desde 1917 hasta 2021

© Pedro Pérez

Parece que fué ayer y ya pasaron tres años desde la celebraci3n del centenario de Alfons Cànovas Lapuente. Vivir 103 años y estar en plena lucidez es un privilegio que no est3 hecho para todos. Desde 1917 que naci3 hasta 2021 que nos dej3, pasaron muchas cosas.

Unas vivencias que comparti3 con todo el que le rodeaba. S3, porque Alfons fue un manantial de humanidad, de colaboraci3n, de saber estar y actuar, de dialogar y compartir. Los que lo conocimos y pudimos tratar, damos fe de que Dios lo dej3 en este mundo tantos años para que pudiera dar ejemplo y tuviéramos un referente donde fijarnos.

Yo creo que en esta vida se eterniz3 para siempre. Dej3 una huella tan profunda que no se nos ocurre pensar que se ha ido. En nuestro sector seguir3 presente m3s all3 del tiempo y del espacio. Era amigo de los de verdad, imprim3a car3cter a lo que tocaba o hacia...

Una vez m3s me gusta recordar las palabras de Cicer3n: “La vida de los muertos perdura en la memoria de los vivos”. Y la Biblia nos recuerda: “No busquéis entre los muertos al que est3 vivo”.

Desde esta orilla seguiremos contigo; desde la otra, t3 implora por nosotros. ♦

Elsa Peretti a trav3s de Ram3n L3pez, descansan en paz



Elsa Peretti y Ram3n L3pez en los a3os 80



Preparando sus salas en el DOR Museum



Una de las salas de la dise3nadora en el museo

© Petra Marín

Aunque parezca extraño, no hab3a tenido la oportunidad de conocer personalmente a Ram3n L3pez, de D’or Joiers, hasta hace pocos a3os, pese a llevar, ambos, mucho tiempo en el sector. El m3s que yo, por supuesto. Para la natural curiosidad de una periodista el motivo de este desencuentro no fue otro

que el querer pasar desapercibido de forma natural. Por discreci3n, no solo suya como cara visible de D’or Joiers, tambi3n la de su socio Rafel y la de toda una empresa familiar que continu3a con el taller y la producci3n de piezas.

Hallarle result3 una sorpresa muy, muy agradable. Su conversaci3n pausada, su elegante forma de escuchar, el conocimiento que irra-

2020-2021 ha cerrado un ciclo de larga amistad y colaboraci3n

diaba como si 3l no fuera nada, para que t3 valoraras o vieras las cosas desde tu propia 3ptica. A trav3s de 3l tambi3n “conoci” a Elsa Peretti. Lo digo entre comillas porque no es lo mismo saber de alguien por las noticias. S3, Elsa era superfamosa, la dise3nadora por excelencia de Tiffany & Co., pero me la top3 con Ram3n en Catalunya y en una cuna del sector.

Musa, dise3nadora, fil3ntropa..., yo prefiero verla desde la perspectiva de Ram3n L3pez, que me cont3, cuando me mostraba las salas dedicadas a Elsa en DOR Museum, que fue ella personalmente la que organiz3 la exposici3n de su obra.

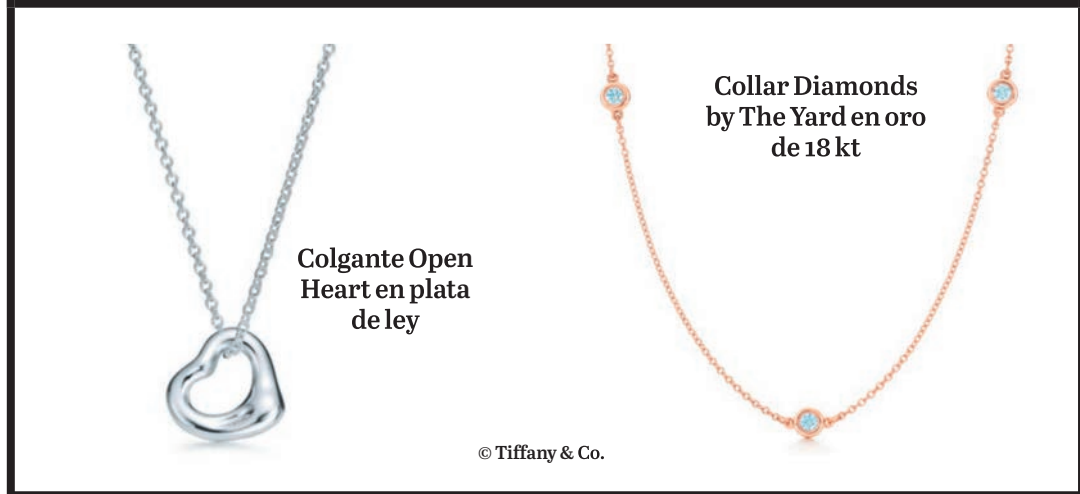
Nacida en Florencia y formada en Roma y Suiza, estudi3 Interiorismo pero pronto destac3 como modelo en Nueva York y Barcelona siendo la musa de artistas tan emblem3ticos como Salvador Dal3. Pero en su alma llevaba la joyer3a. A mitad de la d3cada de los 70 pasaba a las filas de Tiffany’s donde permanecer3a en toda su larga trayectoria como dise3nadora. Muchos medios la han descrito como “ciudadana del mundo”, pero termin3 muriendo en

Sant Mart3 Vell, donde adquiri3 en 1968, antes de lanzarse al otro lado del mar, una casa en lo que entonces era un pueblecito gerundense casi abandonado. All3 est3 su hogar y all3 falleci3, el 18 de marzo, menos de un a3o despu3s en que lo hiciera Ram3n. 2020-2021 ha cerrado un ciclo de larga amistad y fiel colaboraci3n art3stica y productiva.

Sus corazones no nos abandonar3n jam3s, y tantas y tantas de sus obras que se distinguen al instante por su tacto sensual, casi primario y portentosamente bondadoso. Como ella misma y tantos proyectos humanitarios en los que se involucr3.

Para terminar, sencillamente les aconsejo que, cuando la situaci3n lo permita, visiten DOR Museum para reencontrarse con ambos, con la obra de Elsa en este espacio que ide3 Ram3n como colof3n de su larga y fruct3fera carrera joyera. Nos dice Gemma, hija de Ram3n, que actualmente est3n cerrados y en periodo de reflexi3n. 3jala que sus puertas se abran pronto para poder pasear entre el legado de Elsa y muchos otros carism3ticos joyeros. ♦

Algunas de sus piezas m3s emblem3ticas



Opini3n

Una dise3nadora ic3nica

© Àlex Ri3u i Or3, presidente del JORGC

En conmemoraci3n del reciente fallecimiento de la dise3nadora y joyera Elsa Peretti, el JORGC quiere hacer un breve repaso de su excepcional trayectoria. Hace muchos a3os que Elsa Peretti era ya casi un mito y un emblema de la joyer3a. Por este motivo, en 2015 el Colegio la galardon3 con su m3xima distinci3n, el Premio JORGC. Con 3l se quer3a reconocer la visi3n, el trabajo, el talento, la innovaci3n, la modernidad y el 3xito de quien ha sido fiel a una compa3a, pero sobre todo de quien ha sido fiel a s3 misma, materializando formas, buscando su esencia. “El estilo se encuentra en la simplicidad”.

Elsa Peretti, la dise3nadora estrella de Tiffany, era un referente internacional del dise3o de joyer3a y un modelo de 3xito de dise3nadora que trabajaba al lado, codo con codo, con artesanos y productores proyectando las joyas, pensando en su funci3n y en el cliente final. Pero por encima de todo Elsa Peretti es el nombre de una mujer excepcional, conocedora, amante de las artes y las culturas, que ha irradiado energ3a, vitalidad y amor, una persona que nos invita a pensar que la joyer3a sigue siendo el arte aplicado que da sentido a los oficios y al tejido empresarial del que formamos parte. Su arraigo en Catalunya ha sido total; colabor3 de forma muy estrecha

con artesanos y joyeros catalanes durante toda su carrera; ha sido el alma de la recuperaci3n del pueblo gerundense de Sant Mart3 Vell; en 2013 recib3 el Premio Nacional de Cultura del CoNCA; en 2014 cre3 el Teatre Akademia en Barcelona, y a trav3s de la Fundaci3 Nando y Elsa Peretti-Delegaci3 en Catalunya ha apoyado muchos proyectos solidarios relacionados con educaci3n, cultura y conservaci3n.

El Colegio expresa su pesar por la desaparici3n de un icono que puso a la joyer3a en la primera l3nea internacional. Un referente de los que a3n se necesitan muchos m3s de esta significaci3n en nuestro sector. ♦

Estuvimos con 3l estos a3os

Joyer3a de toda la vida, ha fallecido a la edad de 103 a3os



“Derecho creativo” en este nuevo cosmos competitivo

El actual entorno digital impone la exigencia de proteger los diseños a través de sus registros



© Magdalena Entrenas, CEO de Sanivo Abogados S.L.P.

En tiempos de pandemia, la imaginación y la creatividad son valores en alza. La joyería, parte muy importante del motor económico de nuestra sociedad, se resiente especialmente en estos tiempos de crisis pues el producto se convierte en algo prescindible. En tiempos de economía de guerra, cuando además los eventos sociales han disminuido considerablemente y no hay comuniones, bodas o galas y ni siquiera comidas o cenas de trabajo, o entre amigos, que eran siempre los buenos momentos para lucir una joya, el consumo de joyería ha caído de manera exponencial.

Desde esta perspectiva y desde el conocimiento del derecho en el sector de la joyería, creo que existen en este momento dos objetivos para las empresas del sector que pueden ayudar a resistir para mantenerse, porque lo que toca ahora es resistir. Por un lado la “socialización” de la

venta *online* y por otro la “socialización” de la protección del diseño.

El impacto de las redes sociales

Los *e-commerce*, las redes, ese escaparate universal que suponen todas las posibilidades que el mundo digital nos ofrece para poder exhibir los productos están aquí. Ahora no hace falta gastar grandes cantidades de dinero en campañas en televisión, o en las revistas de moda más punteras, para tener la mejor publicidad. Existe una forma de publicar los productos con un alcance incluso transfontetizo y casi universal que puede estar al alcance de cualquiera.

Un escaparate al que se asoman millones de consumidores, siendo muy asequible y posible para cualquier firma de joyería, por pequeña que sea, exhibir sus diseños desde el lugar más recóndito del planeta y hacerlos llegar al otro lado del mismo... y todo ello con un solo clic.

El segundo objetivo, estrechamente ligado con este, viene dado por la exigencia que ahora se impone

Es muy fácil que cualquiera acceda a nuestras creaciones

(y que en otros tiempos solo fue patrimonio de algunos) de proteger los diseños a través del registro de los mismos, precisamente porque ahora es enormemente fácil que cualquiera acceda a esos diseños por esta exhibición y comercialización que se impone de los mismos a través del mundo digital.

#tudefensaesnuestro futuro

Tan importante es llegar a todos, y en todos los rincones del mundo, como proteger lo que hacemos para convertir en exclusivo lo que sale de los talleres y de la inspiración de los auténticos creadores. El otro día ojeando una revista de moda reparé en unos pendientes de la reina Letizia porque me parecían absolutamente singulares. Busqué inmediatamente en Google el nombre de la marca que se reseñaba y ahí estaba. Una firma muy pequeña de dos creadores, muy desconocida, pero con una brillante trayectoria y un volumen de compras exclusivamente por Internet que ya lo quisieran algunos.

Los que nos dedicamos a la protección desde el derecho de la propiedad industrial, de las marcas, del diseño, de la protección a fin de cuentas de los creadores, tan en alza en estos momentos, sabemos que el éxito de muchas firmas ha sido no la excelencia del producto, sino precisamente la protección legítima que han hecho de sus diseños, incluso con una defensa muchas veces desmedida. Desde lo que llamo el “derecho creativo” (tengo registrada la marca, porque no podría soportar que me dijeran eso de “en casa del herrero cuchara de palo”) también los abogados deben poner el derecho al servicio de los clientes que crean e innovan porque como reza el *hashtag* #tudefensaesnuestro futuro.

Estamos en una etapa en donde el éxito está determinado por la socialización del precio, la comercialización *online* para llegar a un mercado muy amplio y la protección en ese cosmos competitivo del diseño de verdad. No lo olviden. ♦

sanivoabogados

s.l.p.

derecho creativo

En Sanivo Abogados somos expertos en “derecho creativo” el derecho que protege a los creadores y sus diseños. También en “derecho de empresas” y en “derecho penal económico”.

#tudefensaesnuestro futuro

C/ Conde de Robledo nº 4, 2ª planta, 14008 Córdoba

Tel.: 957 48 20 13 - 663 308 060 | recepcion@sanivoabogados.com

www.sanivoabogados.com

OROYHORA

Mundo Técnico Desde 1949

Número 174

Pág 02

Las novedades de TGOLD

Pág 03

Soluciones láser de Delarosa

Pág 04

El oro muestra su relevancia estratégica

Witschi presenta lo último en máquinas de control para relojes

El cronocomparador QuartzMaster y el comprobador de impermeabilidad ProofMaster ya están en España de la mano de Comercial Kirman

QuartzMaster

ProofMaster

La marca suiza Witschi, a través de su distribuidor oficial para España y Portugal Comercial Kirman, han dado a conocer las últimas novedades del sector relojero a través del cronocomparador QuartzMaster y el comprobador de impermeabilidad ProofMaster, ambos con la tecnología de medición automatizada con WiCoTRACE.

QuartzMaster, el experto en la medición de relojes de cuarzo abiertos

QuartzMaster ofrece opciones integrales de medición y control para el análisis de relojes de cuarzo abiertos y de la batería. Gracias a sus rápidos y precisos procesos de medición, no solo es indispensable para el servicio técnico y la producción, sino que también es un importante instrumento de medición en el laboratorio de relojes, compacto y fácil de usar.

El compacto instrumento de medición está conectado a un dispositivo de visualización a través de una interfaz USB. Con las teclas de libre configuración y los botones gi-

atorios, los tres prácticos soportes de contacto y el inteligente soporte para el mecanismo de relojería, el control se realiza fácilmente. Y con el simulador de batería opcional, el reloj se conecta rápidamente y fácilmente al dispositivo de medición.

En la gestión de parámetros de control y de resultados de medición WiCoTRACE pueden crearse fácilmente programas de medición automatizados y administrarse de modo centralizado. La aplicación de clara disposición en WiCoTRACE garantiza un procedimiento de pruebas de suma eficiencia.

Los nuevos ProofMaster: más compactos, más rápidos, más precisos

Sus genes responden a la última tecnología y algoritmos inteligentes. Basándose en muchos años de experiencia, la compañía presenta un dispositivo que se caracteriza por su sencillo manejo y ajuste de parámetros. Convince por su fiable y rápida prueba de estanqueidad, el poco espacio que requiere, la óptima protección del reloj contra los arañazos, así como por su diseño ergonómico.

Ambos con la tecnología de medición WiCoTRACE

ProofMaster es flexible. Con dos paquetes de funciones diferentes, se cubren de manera óptima las necesidades individuales de los relojeros, los centros de servicio técnico, las instalaciones de producción y los laboratorios. La actualización posterior a la versión PRO es posible en todo momento.

ProofMaster puede usarse como un dispositivo independiente o junto con el *software* para PC WiCoTRACE. Esto crea posibilidades adicionales para evaluar las mediciones, así como para la gestión profesional de parámetros y resultados a nivel local o central. ■

Para más información: Comercial Kirman, S.L. Tel.: 954 563 712 comercial@kirman.com www.kirman.com

¿Qué es WiCoTRACE?

WiCoTRACE (concepto de trazabilidad de Witschi) es la base del *software* de Witschi. WiCoTRACE hace posible la cooperación entre diferentes dispositivos Witschi dentro de un sistema orientado a bases de datos con fácil trazabilidad de los resultados y valores de las mediciones. Witschi ofrece una amplia gama de productos de *software* WiCoTRACE con el mismo concepto de interfaz.

Novedades en TGOLD

Pese a la inexistencia de ferias presenciales, y por supuesto, sin VicenzaOro, no hay TGOLD. Italian Exhibition Group (IEG) no ha parado de mantener activa una plataforma comunicativa a través de su publicación VO+ recogiendo las novedades que en las industrias afines van apareciendo. Aquí se concentran y se resumen algunas. Es “el lado técnico de la joyería”.

Platinor®, lo nuevo de Berkem



Se trata de una nueva solución de chapado en platino para ganar brillo y resistencia sustituyendo al rodio y al paladio. Con Platinor® se obtienen “depósitos de platino puro o platino-rutenio resistentes tanto al desgaste como a la corrosión, con espesores de hasta 20 micras, brillo excepcional y una blancura eterna con coordenadas de color (L * 88.0, a * 0.6, b * 3.5) similares a los del rodio”, explican. Tiene también el valor agregado de lo que supone el platino en el imaginario del consumidor por su rareza y brillo excepcional.

La nueva serie turbo de LM Industry



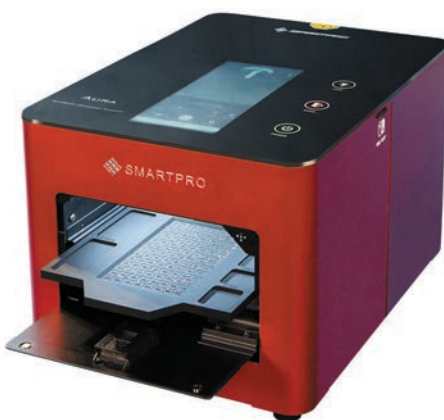
Con motivo de sus bodas de oro, ya que LM Industry cumple ahora 50 años, la compañía ha presentado una nueva serie turbo automática bajo tecnología 4.0. Quiere esto decir que al comunicarse la máquina con el sistema de gestión, es posible cargar fórmulas y rastrear lotes mediante códigos de barras. Explican que el ciclo es totalmente automatizado incluyendo la carga de materiales y piezas, volteo, enjuague y escurrido, “lo que permite un control completo de cada fase del ciclo y la garantía de que cada lote estará acorde a los estándares requeridos”.

Las máquinas de colado de Aseg Galloni



Aseg Galloni SpA, establecida en Italia desde 1948, se enorgullece de haber vendido 21.000 máquinas de fundición en 45 países de todo el mundo. Su gama actual de productos incluyen, entre otros, máquinas de colado a presión y vacío por inducción electrónica y centrífugas electrónicas con o sin vacío. Como su serie G con generadores de baja frecuencia y salida de potencia controlada por ordenador. Dicen que “¡El operador simplemente tiene que cargar el crisol, colocar el matriz de fundición en su posición y presionar un botón!”.

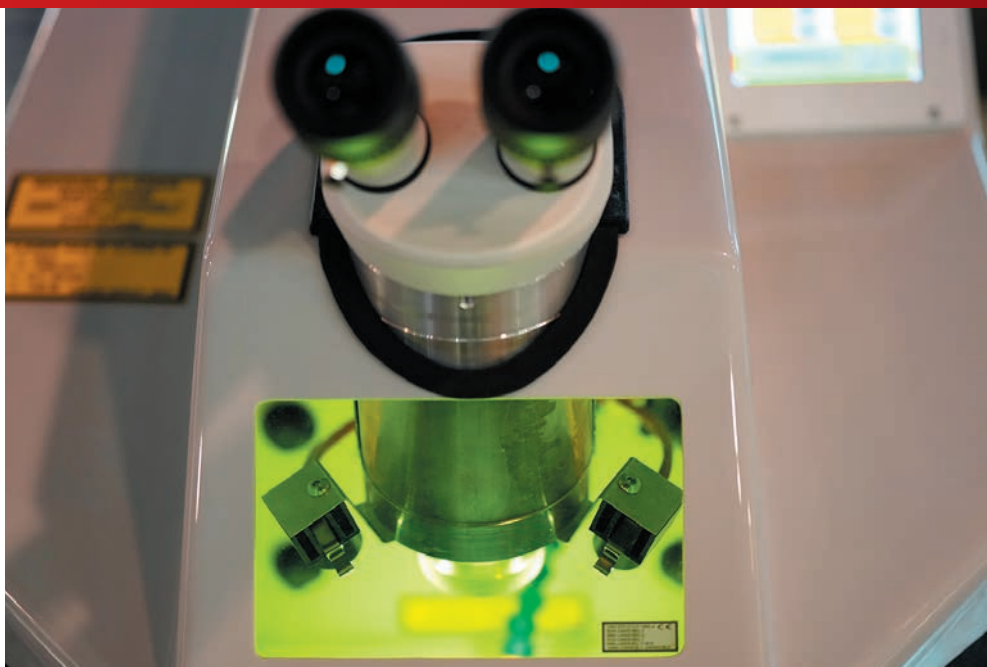
Escanear diamantes con SmartPro Aura®



SmartPro Aura® es el primer escáner de diamantes 100% digital, capaz de examinar joyas montadas al igual que piedras sueltas con varios resultados de prueba: diamante natural, diamante sintético CVD, diamante sintético HPHT, circonita cúbica (CZ) y moissanita sintética -que se muestran como indefinidas-, y además puede filtrar el diamante incoloro de mina de tierra (color D a K). Es capaz de detectar piedras tan pequeñas como de 0.002 mm, e integra un *smartphone* con alta resolución de cámara. A Tgold lo lleva Ernst & Friends GmbH. Distribuye en España MR. Tools.

Qué es TGOLD y que quiere seguir siendo

A la espera de que esta cita vuelva a celebrarse del 10 al 14 de septiembre, Matteo Farsura, *Brand Manager* de la División de Joyería y Moda de IEG, aporta las claves de este formato único para contactar con toda la cadena de producción y que reúne desde maquinaria para la industria de la joyería hasta las últimas innovaciones específicamente para la fabricación de joyería. “La oferta de exhibición está basada en la agrupación de categorías tecnológicas, con seis temas principales para ayudar a orientar al comprador por la feria”. La larga colaboración con AFEMO- Asociación Italiana de Fabricantes y Exportadores de Maquinaria para Joyería- permite a su vez reflejar calidad tanto en su oferta como demanda, acorde a lo que la industria va requiriendo.



Mundo Técnico
Oro y Hora recomienda



Visualizar en línea la
publicación TGOLD 2021

Soluciones láser de Delarosa

En el terreno de las soluciones láser, Delarosa distribuye en España, desde finales del pasado año, las máquinas de soldadura láser de Prolaser Easy caracterizadas por su alto rendimiento. También, con la marca Delaser, Delarosa puede ofrecer marcadoras de última generación, como el nuevo láser de fibra óptica 30W Delaser G30 Cabin.

Para más información:

Delarosa
Tel.: 967 210 555
gestion@forniturasdelarosa.com
www.forniturasdelarosa.com

Delaser G-30, grabado y corte



Delaser ofrece una marcadora con generador de láser de fibra óptica. Su estructura ha sido diseñada para un fácil acceso del operador a la máquina y a las piezas, cubriendo las necesidades de quien necesita una máquina de pequeñas dimensiones, pero con grandes respuestas.

Sus características técnicas le permiten realizar grabados y marcajes profundos y cortes de materiales como el oro, plata, latón, etc. de hasta 1 mm en plata y 1.2 mm en oro, pudiendo aumentar estos grosores con otras lentes disponibles.

Gracias a la transmisión del láser a través de la fibra óptica, se obtienen unos perímetros de marcaje perfectamente definidos y cortes realmente precisos.

El rotor eje giratorio incluido, sincronizado con el láser, facilita el grabado de superficies curvas, como el interior y el exterior de anillos, pulseras o brazaletes. Posiblemente la mejor máquina láser de grabado y corte sopesando calidad-precio del mercado.

Prolaser Easy-1, soldadura



Easy nace de la experiencia de Prolaser adquirida en el campo de la soldadura láser industrial, concretamente en la

producción de cadenas, donde la perfecta estabilidad incluso a alta velocidad, alta potencia y total fiabilidad son características esenciales para tener éxito en un campo donde se llevan máquinas al límite, sin compromiso.

Los soldadores Prolaser destacan por su versatilidad, eficiencia y fiabilidad en el sector de la soldadura láser con las últimas novedades en desarrollo.

Easy está equipada con una gran pantalla táctil LCD Full-HD de 10 pulgadas, que permite leer y configurar los parámetros

con total comodidad. La interfaz de usuario está diseñada para mostrar, a primera vista, toda la información esencial sobre los parámetros y sobre el estado de la máquina. El *software* de Easy, además de los ajustes básicos de la vídeo-cámara, permite capturar imágenes y vídeos cortos de la sesión de soldadura. Incluso la función Zoom permite una ampliación de las imágenes en vivo de 20x y 40x.

Leica o Lynx

Los soldadores láser de sobremesa Prolaser pueden equiparse, como alternativa al microscopio estereoscópico Leica estándar, con Lynx EVO de Vision Engineering, empresa que

se ocupa de la visión 3D, y que ha desarrollado un microscopio avanzado capaz de ofrecer una extraordinaria visión de tres dimensiones en alta resolución, sin el uso de oculares.

Compra todo tipo de productos para la venta en tu tienda

Compra sólo lo que necesitas, sin mínimos, sin obligaciones, sin presiones de venta. Nuestros proveedores incluyen todos tus catálogos de productos para poder ofrecerte con la garantía de artículos nuevos y originales.



¿Más de 100.000 productos en tu tienda?

Este es un servicio sólo para profesionales del sector joyero, relojero y ópticas.

Regístrate de forma gratuita
gemarunb2b.com



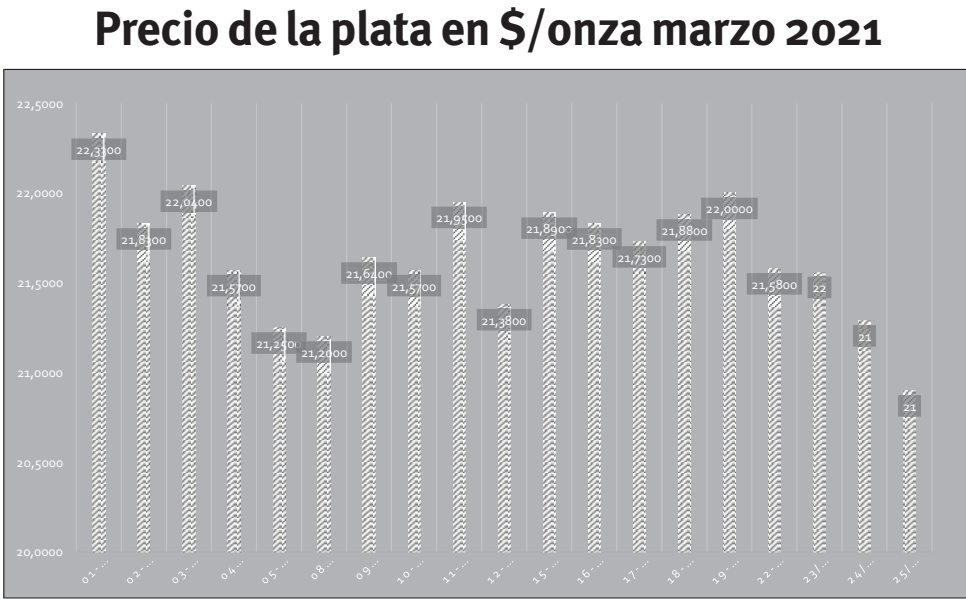
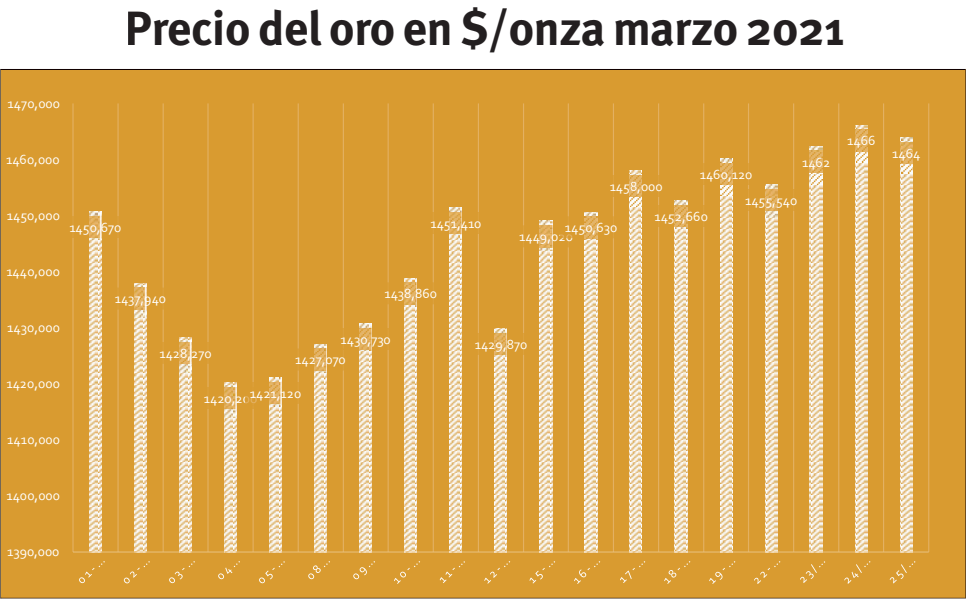
Metales Marzo 2021

– Efemérides –
Cotización del oro y la plata

Años	Oro EUROS/G	Plata EUROS/KG
HACE 10 AÑOS: 31.03.2011	33,329	942,852
HACE 5 AÑOS: 31.03.2016	35,947	478,039
HACE 1 AÑO: 31.03.2020	48,399	450,207
HACE 1 MES: 28.02.2021	48,211	799,462

Sigue existiendo gran demanda de metal físico

Marzo fue bastante “soso” en lo que a la volatilidad de precios de los metales preciosos se refiere (Au y Ag). Si bien el oro se ha apreciado un 1% desde el inicio de mes hasta el 25 de marzo, la plata se ha devaluado un 5% en el mismo periodo, provocando que la ratio Oro / Plata haya pasado desde los 65 hasta 69. Sigue existiendo, no obstante, una gran demanda de metal físico debido a las ventas récord de productos de inversión como monedas y lingotes. La demanda de monedas de inversión en USA ha crecido casi un 300% comparado con 2020. En España sigue habiendo un creciente interés por los lingotes de inversión; ya en 2020 se duplicó la venta de estos productos respecto al año anterior y la senda del 2021 es también muy positiva. A pesar de que las últimas semanas o meses están siendo algo “decepcionantes” para los que esperaban una continuada subida del precio del oro y la plata, es aún pronto para afirmar que el “rally” alcista ha concluido. Actualmente están pesando mucho las altas rentabilidades de la deuda soberana norteamericana, habiendo alcanzado las letras a 10 años el 1.62% presumiblemente anticipando una mejora de la situación económica global antes de tiempo. ■



FEEL

THE MEDIA

Si no comunicamos
no existimos

Las buenas ideas necesitan ciertos ingredientes y aunque no hay recetas para ellas, contamos con un equipo 360º que pone toda la tecnología y la creatividad en cada trabajo.

Luzz Diamonds

Mio Diamonds

Time Force

Potens

Servicios para el sector

Superb

1. Diseño de páginas web y e-commerce

2. Fotografías de Lifestyle y producto

3. Creación de videos y spots

4. Creación de contenidos

5. Diseño de catálogos, folletos, logotipos, flyers

6. Contratación y negociación con influencers y celebrities

FELTHEMEDIA.COM

GUILLEM@FEELTHEMEDIA.COM

699363632

PERFORACIÓN DE OREJA



- Material estéril y de un solo uso
- Más de 200 diseños de perforación diferentes
- Atraiga nuevos clientes a su establecimiento



SYSTEM75™



Studex Ibérica SL
+34 913 092 027 | info@studex.es
www.perforaciondeoreja.es
www.studex.es

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

Dirección editorial:
Petra Marín
pmarin@grupoduplex.com

Redacción:
Beatriz Badás
beatriz.badas@grupoduplex.com

Contabilidad:
Sandra García
sgarcia@grupoduplex.com

Transformación digital, innovación, sostenibilidad



Pedro Pérez

Afrontamos un nuevo año muy incierto en nuestro sector. La vacunación masiva puede traer un poco de normalidad y tranquilidad, así como un aire de esperanza y apuesta por un futuro más prometedor.

La crisis del COVID-19 ha hecho tambalear nuestros cimientos, pero ha acelerado la construcción de otros pilares que se estaban empezando a levantar. Hemos podido ver que además de ser necesarios, era urgente ser reforzados.

Hablo de la transformación digital, innovación, sostenibilidad. Estos van a ser los grandes ejes del futuro y tenemos que ser conscientes de que el cambio llegó para quedarse y apuntalar los planes estratégicos.

Es muy urgente y necesario reforzar la presencia online, y no solo para incrementar las ventas, si no como plataforma que consiga mejorar la experiencia del consumidor, intercambiar información e impulsar la cadena de valor eficiente y transparente. Las plataformas digitales nos permiten llegar a todos en igualdad de condiciones.

Debemos tener además un sentido de responsabilidad y solidaridad más presente que nunca.

Realmente puede ser un año de más incertidumbre, pero tengamos presente en cada momento la cadena de valor que necesitamos.

Desde nuestras plataformas y con nuestros medios y conocimientos, seguiremos trabajando a pesar de las dificultades, para acompañarlos en este viaje hasta ahora un tanto desconocido. Nuestra voluntad es la de acercar herramientas y conocimientos necesarios para afrontar con éxito prometedor y muy retador lo que nos va llegando.

Ante las dificultades, debemos crecerlos para seguir siendo líderes cada uno en su terreno. No debemos escuchar a los que dicen que estamos cambiando; esto ya ha cambiado y nunca volverá a ser como antes. Necesitamos confianza, actitud y comunicación real y positiva.

Para poder crear cualquier realidad de presente y futuro es muy necesario en primer lugar creerlo nosotros mismos, y muy importante es saber que los consumidores de hoy y mucho más los del mañana, pasan poco tiempo en los establecimientos físicos y cada vez más tienden a tomar decisiones de compra antes de acudir a una tienda.

Los hábitos que ha traído esta

pandemia y que llegan para quedarse son muy evidentes. Ejemplos son el teletrabajo y el crecimiento del consumo fuera de locales. Hemos tenido un salto de la digitalización extraordinario. Hay quien dice que nos adelantamos casi diez años.

Otro factor a tener en cuenta va a ser el precio de las cosas y para poder sostenerlo es muy necesaria la tecnología y la eficiencia. Lo más importante en cada operación es saber lo que quiere el consumidor, ya que a este le gusta escoger según su estilo de vida.

Insisto en que las tiendas físicas van a seguir siendo claves en el futuro para terminar la compra. Algunos se atreven a decir que ocho de cada diez compradores terminan su operación en el establecimiento de confianza, pero recordemos que van a tiro fijo, no a la aventura.

Más necesario que nunca es arrimar el hombro y trabajar codo a codo con los proveedores. Vacuarnos contra el miedo y para ello es necesario una buena comunicación. El estado de ánimo es un alto condicionante a la hora de efectuar las compras, y sobre todo pensar en la satisfacción y felicidad del cliente.

Pensemos en crear líderes y no solo seguidores y para ello es muy necesaria la confianza, actitud de servicio y mucha comunicación real y positiva.

Las plataformas digitales son canales muy poderosos de comunicación directa con posibles clientes. Estamos ante un cambio muy acelerado a otro disruptivo que nos desconcierta por su violencia y para superarlo debemos prepararnos con todas las herramientas posibles. ♦

Ante las
dificultades
debemos
crecernos
para ser
líderes

Cita del mes

“Gran cosa es tener la capacidad de retractarse. / Poseer el combustible necesario para dar marcha atrás. / Lucir la valentía de desdecirse, / humillar la petulancia / de pretender hablar desde el púlpito de la tinta, / con un ademán autoocrítico / que transforma los dogmas / los yerros / la retórica / en un rebaño de virutas perfumadas.”

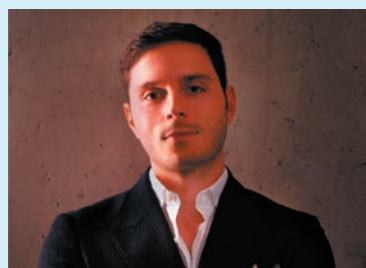
Del poema “Oda a la goma de borrar” de Enrique González Rojo Arthur, poeta mexicano fallecido el 5 de marzo de 2021.

GRUPO
DU
PLEX

Las noticias
más leídas
del mes

WWW.GRUPODUPLEX.COM

Las 5 claves que explican cómo va
a operar Time Force en España



Tous se alía con Tracemark para la trazabilidad de sus joyas

Los míticos relojes Cauny
regresan a España en junio



Los ganadores del Progo3D
Design Contest

¿Por qué los relojes mueven sus manecillas en el ‘sentido de las agujas del reloj’ y no en dirección contraria?

Curiosidades historiográficas del reloj

© José Daniel Barquero, experto en historiografía, catalogación e inversión relojera antigua y fundador de MIARB

actividades reguladas por la ley solar, ya que si se observa la sombra que a lo largo del día va proyectando el palo, se verá que siempre cambia constantemente.



La forma de funcionar del gnomon es la que sigue: si la sombra es muy corta, es el mediodía, si la sombra, por el contrario, es larga, en base a su posición y recorrido, nos indica la hora en la que nos encontramos del día. El principal problema era la falta de sol, ya que al no poder ver la sombra en el suelo del gnomon quedaban desorientados.

Los relojes mueven sus manecillas en el “sentido de las agujas del reloj” como consecuencia de que los primeros relojes de sol, es decir, el gnomon, se encontraban en el hemisferio norte de la Tierra.

El sol, en consecuencia, en su movimiento de este a oeste, proyectaba sobre el gnomon una sombra que se desplazaba de izquierda a derecha, al igual que lo hacen las manecillas de los relojes mecánicos de hoy en día; esa es la explicación. No obstante, en una proeza sin precedentes, en el año 1583 el matemático e ingeniero Pietro Fangazo fabricó para el Palazzo Della Regione de Clusore, en Bérgamo,

Italia, el primer reloj de esfera invertida, es decir, un reloj en el que las manecillas giraban de derecha a izquierda, toda una proeza relojera desafiando los orígenes de medición del tiempo. ♦



Anónimo. S. XVIII, circa 1730
Reloj solar portátil muy inusual; estilo *lepine* sobredorado, dotado de brújula y gnomon abatible. Realizado en Nuremberg, Alemania, para el mercado español.

Ya estan aqui
Los niños de mamá...

Georgina

ORO 18KTS

Tel. 977 361 258
joyas.georgina@gmail.com

FORGET-ME-NOT, la nueva campaña de primavera 2021

LA ELEGANCIA DE LAS FLORES



Para la campaña de primavera 2021 nos hemos parado a observar la grandeza de las flores. A través de ellas hablamos un lenguaje universal y reconocido que expresa amor, cariño y felicidad. Las nueve colecciones que empiezan a formar parte de nuestra marca traen el color y la fuerza que necesitas para triunfar en esta estación.

Resaltamos piezas como los *ear cuffs*. El

LA SUTILEZA DE LOS EAR CUFFS



complemento estrella de la temporada y la joya más recurrente para perfilar las orejas. Su atractivo radica tanto en la belleza de su forma, como en su práctico quita y pon. Son tan fáciles de poner como cualquier otro complemento, y mejor aún, porque la única cicatriz que podrían dejar son tus ganas de volverlos a usar. Descubre los 14 *ear cuffs* ¡son las nuevas joyas más demandadas!

LAS CRUCES SIGUEN DE MODA



Las cruces siguen siendo moda y Alma es la colección que necesitas en tu escaparate. Creada por y para lucir de manera conjunta, esta colección es una de las que no te pueden faltar, ya que la primavera pide joyas de fácil combinación y estas gargantillas son perfectas para cumplir esta misión. Potencia el baile de los complementos combinándolas a algunas diferentes y con nuestra *choker* de La Bohème. ♦

DÍA DE LA MADRE: ‘No todas somos madres, pero tenemos la suerte de ser hijas’

NUESTRA SUERTE



La campaña del Día de la Madre viene cargada de ternura y cariño, porque todos tenemos la suerte de ser hijas e hijos. Queremos celebrar esta fecha tan señalada con todo el amor que ellas nos regalan día tras día, cuidando todos los detalles desde nuestro nuevo *packaging* hasta el diseño de cada joya. Presentamos una colección cápsula en la que toman protagonismo ocho alegres diseños y sus combinaciones a todo color.

TERNURA Y CARIÑO



Disponible en dos acabados: plata de ley con un baño en oro de 18 kt o plata de ley con un baño en rodio. Los diseños abarcan tanto a un público joven como adulto, ya que encuentras pendientes en forma de aros, curvos o largos. Además, los anillos son ajustables por lo que no habrá ningún problema a la hora de saber las tallas de nuestras madres y abuelas. Las gargantillas que forman parte de esta colección traen detalles

DETALLES ESPECIALES



sencillos que nos recuerdan a los clásicos con cristales de colores, pero de manera renovada. Descubre la campaña completa con la que acertarás en el Día de la Madre poniéndote en contacto con nosotros o a través del comercial de tu zona. Nuestras joyas son únicas, diseñadas en España con personalidad de marca y fabricadas en Italia utilizando materiales de primera calidad y cristal de Swarovski®. ♦

Contraste Abril 2021

31

PUBLICIDAD

VICTORIA CRUZ

Acierta en el Día de la Madre.

WWW.VICTORIACRUZ.ES | + 34 963 259 149 | INFO@VICTORIACRUZ.ES | [@VICTORIACRUZJEWELRY](https://www.instagram.com/VICTORIACRUZJEWELRY)

En tu DIA



© Time Road

© Petra Marín

Es una de las campañas quizá más agradecida para el sector, porque, como explican desde Victoria Cruz con su eslogan para ella, “No todas somos madres, pero todas tenemos la suerte de ser hijas”. Y en esta línea, multitud de marcas se visten con sus mejores galas para que regalemos y nos regalen joyería y relojería. Estas páginas se llenan de MMs de emoción, con las que expresar ternura, cariño y un “nomeolvides” de reconocimiento a todas las mamás del mundo.

© Bijou Brigitte



Alisia



Alisia presenta Amazzone, la joya creada por mujeres para mujeres. La elegancia y el refinamiento son el hilo conductor que une todas las creaciones de la marca, donde la atención al detalle ve su máxima expresión en la delicada y nunca predecible combinación de plata 925 y piedras naturales que nos devuelven a nuestras raíces.

Ania Haie



Ania Haie presenta sus propuestas para el Día de la Madre. La colección Turning Tides, elaborada con conchas marinas y turquesas, está inspirada en el océano y en los tonos azules y verdes que irradian del agua; la colección Hidden Gem, muy femenina, tiene como elemento principal la madreperla, y la colección Glow, para las mamis más atrevidas.

Caterina B



De Caterina B hemos seleccionado este precioso anillo Love de la colección Alphabet, en oro de 18 kt. Completa la propuesta la pulsera D-Heart de la colección Shapes. También en oro de 18 kt con motivo de corazón y diamante de 0.01 kt. Lleva el sistema *Sliding System* para ajustar la longitud. Todos disponibles en oro amarillo, blanco y rosa.

Duran Exquise

Muy divertidas y tiernas las pulseras de la colección Family, realizadas en plata 925 con detalles en baño de oro rosa. La colección de cuarzo rosa pertenece a la nueva temporada de Duran Exquise, se llama Dahlia y está inspirada en la flor del mismo nombre. Se trata de plata 925 con baño en oro rosa y cuarzo rosa *milky* en tallas rombo.



Eleka



Muy inspiradora y marchosa, aquí llega la colección Colors de Eleka. “Porque una madre se lo merece todo, -nos cuentan- nuestros anillos y pendientes en oro de 18 kt con topacios de colores son el regalo perfecto para su Día”. Como su nombre indica, los colores son protagonistas de esta línea que se desmarca de lo tradicional.

Finor



Dos de los colgantes de las Joyas de la Madre de Finor, ambos con cadena de oro de 18 kt. El colgante de oro blanco está formado por un rosetón cuajado de brillantes y el de oro amarillo con un brillante luce un círculo con la palabra “Mamá”. Dos formas atemporales para recordarles siempre nuestro amor incondicional.

Ice-Watch



Para celebrar el Día de la Madre, Ice-Watch ha preparado relojes románticos, coloridos y llenos de detalles perfectos para regalar. Los relojes de Ice-Watch son de silicona extra suaves y confortables, perfectos para llevar siempre en la muñeca y darle un toque de color al *look*. Estos dos originales modelos nos devuelven al color de los cuentos de la infancia.

LeCarré

Una joya tiene siempre forma de regalo y más si es en oro. LeCarré ha apostado este Día de la Madre por una revisitación de los clásicos como obsequio atemporal. El colgante puede enriquecerse con los *charms* que mejor personalicen a una madre. Su inicial y el número de hijos e hijas que le tributan su amor con devoción.



Liska



Son los nuevos *smartwatch* Liska para mujer. Dos modelos de relojes inteligentes, de esfera redonda y con correa de malla milanese con dos opciones de color, plateado y *rose gold*. Estos relojes inteligentes son multifuncionales, pero, sin duda, lo que marca la diferencia para la mujer es la función que le permite llevar un control del ciclo menstrual.

Guess



Guess lanza las mejores propuestas para el Día de la Madre. Relojes con un estilo más clásico, en *semi bangle* y con pedrería, y otros con un toque más moderno, jugando con madreperla en las esferas o estampados con pedrería. En joyas, las mariposas son el icono *must* de esta temporada. La marca las combina con cristales en blanco.

La Petite Story



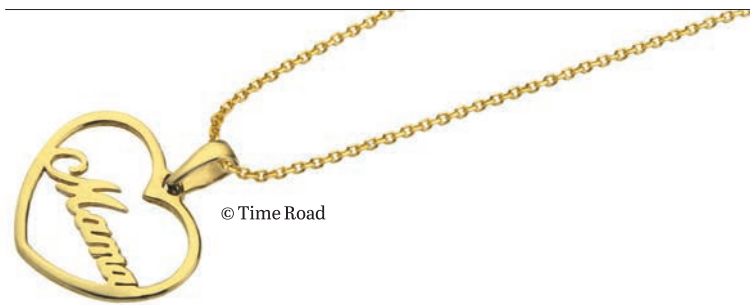
Como su mismo nombre indica, La Petite Story se ha empeñado en narrarnos una pequeña historia en cada una de sus joyas. Una historia que es un mensaje en sí misma y lo que nos evoca, sobre todo en cuanto a valores que son inmortales. El amor, el afecto, el sentimiento de pertenencia a un núcleo familiar, la fidelidad inquebrantable...

Lotus Silver



Preciosa y rotunda esta propuesta de Lotus Silver en acabado rodio y oro rosa. Un corazón para una mamá cosmopolita y de alma romántica que sin duda nunca olvidará que cerca de su corazón late el símbolo del amor que le prodigan. Una joya creada para marcar los momentos más especiales de nuestra vida.

En tu DIA



Luzz Diamonds



Luzz Diamonds presenta su nueva colección SS21, en la que el oro blanco y los diamantes son protagonistas. Un regalo perfecto, lleno de luz y de brillo que destaca también por su calidad ya que cada joya está diseñada a mano por expertos artesanos.



Marea



Su estructura, 100% steel, y su alma... la que pone Marea en hacer que todas las madres del mundo sientan que portan en sus muñecas un guardatiempo delicado y que siempre les hace ir a la moda. Marea desea que este primer domingo de mayo, cada vez más lejos de confinamientos y restricciones, se plasme en un... “¿Te lo pongo?”

Morellato



“Ti voglio bene mamma”, de esta forma Morellato formula un repertorio de nuevas propuestas de estilo atrevido, con una belleza elevada a su máxima expresión en la que se fusionan diferentes estilos y fuentes de inspiración... “Y sin duda -dicen-, todas las madres del mundo nos inspiran. ¡Por ellas, porque se lo merecen!”

Nowley



Nowley nos anima a recordar a mamá lo especial que es con un reloj Chic Collection en color cobre con esfera azul que se convertirá en tendencia esta temporada. También nos propone sorprenderla como se merece con lo más nuevo de la colección Smart Cooper, con el que podrá realizar y recibir llamadas, y que trae consigo una correa negra de esterilla de regalo.



Malizzia



En Malizzia los reyes son los pendientes y nos engalanan de forma cotidiana, porque... ¡quién se puede resistir a sus propuestas! Desde los diseños discretos a los que nos convierten en estrellas del universo. Plata *fashion* para deleitarnos y dar brillo a nuestras sonrisas, especialmente las de una madre, esa sonrisa que siempre permanecerá en nuestro recuerdo.

Mio Diamonds



En la nueva temporada *Spring-Summer 2021* Mio Diamonds se ha propuesto que el oro y los diamantes nos vuelvan a deleitar con sublimes tentaciones. El colgante en forma de corazón y el anillo que sugiere un mar de abrazos se convierten en toda una declaración de intenciones. Mio Diamonds vuelve a ensalzar con acierto los valores tangibles.

Nomination



Con la indiscutible y arrolladora personalidad “composable” que la caracteriza, la firma italiana Nomination hace que este Día de la Madre se escriba en acero con los elementos que nos apetezcan pero siempre con un *charm* Mum en exclusiva para esta fecha de celebración que nos hace estrenar mayo con alegría. Son Edición Limitada.

Radiant



Mamá by Radiant. Bajo este lema la firma de Grupo Cadarso nos seduce con tonos pasteles, diseños que enamoran con piedras blancas y de colores, grandes y pequeñas... “Las madres son de las personas más importantes del mundo...”, las que más brillan. ¡Que no se les olvide, que no se les olvide!, insisten.

Rebecca



La colección, inspirada en el estilo barroco de la capital siciliana, está enriquecida con colores y colgantes ricos en significado. Las cadenas, en bronce bañado en oro, se combinan con hilos de jades de colores que recuerdan los tonos y atmósferas de la chispeante Sicilia. Y un precioso amuleto de Palermo, la flor de loto, símbolo especial del renacimiento.

Salvatore Plata



La madreperla está muy ligada a la condición femenina. Por ello Salvatore Plata la recupera para esta especial colección destinada al Día de la Madre. La plata bañada en oro titila ante el poder de los corazones y nos dice que nuestro destino está eternamente ligado a nuestra madre, como los eslabones de una cadena que sugieren infinito.

Rue des Mille



Las joyas para mamá merecen su propio espacio. Mamá es mamá y nunca podemos hacer lo suficiente para agradecerle y decirle lo importante que es para nosotros. Aquí puedes encontrar la selección de joyas de Rue des Mille dedicada a la mejor superhéroe de todos los tiempos. Todo en plata 925, desde la gargantilla a la pulsera con circonitas rosas.

Seiko



Caprice Diamond Line, qué sugerente nombre para un reloj, y la elección del verde nos es banal. Esta es su razón: “Su amor es incondicional como un bosque profundo te abraza siempre. El verde que siempre está ahí en silencio y con ternura. Regalarle un Seiko con una esfera de madreperla verde a una madre es una forma de homenajear su forma de ser”.

Sunfield



Anillos y pulseras de la Sand Dreams Collection de Sunfield. Esta primavera la marca se ha inspirado en esta necesidad que tenemos todos más que nunca de contactar con la naturaleza. Es su inspiración: “Dormir bajo las estrellas, pasear descalzos por la arena, un baño en el agua del mar o pasear por el bosque nos aportan serenidad y energía.”

En tu DIA



Time Road



Colgante y pulsera en plata de la marca Time Road en la que el nombre de “mamá” va acompañado de una flor, símbolo de la eclosión primaveral con la que nos recibe el mes de mayo. Piezas para lucir de forma cotidiana y que siempre embellecerán a una madre, satisfecha y feliz de su maternidad y lo que conlleva.

Viceroy



Cuatro ejes identifican al instante esta propuesta de la emblemática marca de Grupo Munreco. Por un lado el doble aro, la palabra “mamá”, la perla y la circónita. Todas las piezas en plata de ley y con un diseño que encantará a cualquier mujer. La perla continúa siendo un elemento simbólico de gran fortaleza en la maternidad.

Victoria Cruz



Victoria Cruz ha preparado para esta campaña una colección especial dedicada a la madre. Joyas a todo color para regalar en su día a las personas más importantes de nuestra vida. Una colección cápsula compuesta por ocho alegres diseños con cristales de Swarovski en multicolor y dos acabados, oro de 18 kt y rodio.

T-Adoro



Vamos con T-Adoro y sus joyas con corazón. “El regalo ideal el Día de la Madre, una bonita manera de decirle te quiero y que siempre lo tenga presente”. Pues bien, lo haremos bajo esta sugerencia recordando siempre la palabra “mamá” bajo la expresión de dos símbolos, el círculo y el infinito. El amor maternal nunca se acaba.

Unica



“Corazón de oro derriéndose en diamantes.. una emoción hecha joya”, así define Unica este delicioso e impactante colgante que, como una cascada, va alimentando nuestra sed afectiva. Su lema es hacer de la joyería algo “diferente, distinta, desigual, única”. Y lo logran con oficio y sentimiento, valores de la que es testimonio esta propuesta.

Vidal & Vidal



Llega el Día de la Madre y Vidal & Vidal nos muestra un conjunto versátil y atemporal chapado en oro de 18 kt. El protagonista es el icónico collar Snake Chain que tanto arrasó en décadas anteriores y ahora se ha convertido en el accesorio estrella de la tendencia actual. Un regalo acertado para los seguidores de los clásicos y una apuesta segura.

TopSilver®



www.topsilver.net

Tel. 629 748 085

Color, luz, alegría... ¡PRIMAVERA MAREA!



El reloj sigue siendo un complemento imprescindible cada temporada

Modelos frescos y atractivos, siempre con el sello original de Marea

Desde los *smartwatches* hasta los analógicos, hay mucho donde escoger

Por fin ha llegado la primavera. Teníamos muchas ganas de 2021 y de su primavera, aún más. Hace un año, el invierno se hizo muy largo y este año, ¡la queremos disfrutar el doble!

Con la primavera ya estrenada llega el momento de hacer un cambio de armario. Sacar prendas más frescas y disfrutar por fin del buen tiempo, sin olvidarnos de los complementos imprescindibles que también se adaptan a la nueva temporada. Y como no, uno de los complementos estrella de cada año es el reloj. Marea ha vuelto a sorprendernos con sus nuevos modelos para chica tanto en *smartwatch* como en analógico. Modelos frescos y atractivos con el sello original

de Marea y con precios muy llamativos por su excelente relación calidad-precio. Cuidando hasta el más mínimo detalle, la colección de este año rebosa diseño y espectacularidad. Una colección donde puedes encontrar estilos para todos los gustos, relojes que siguen las últimas tendencias, ideal para combinar con un vestido estampado o también, por qué no, unos sencillos *jeans* de verano y una camiseta básica.

Una verdadera tendencia de esta temporada siguen siendo los *smartwatches* y Marea tiene una colección que abarca desde los modelos más elegantess que combinan mallas milanesa con correas de silicona con colores pastel hasta pulseras de actividad con los estampados de moda.

Esta primavera es muy especial y la marca española no quiere dejar escapar la oportunidad de aportar su granito de arena proporcionando color, alegría y aire fresco a los escaparates de los comercios para contribuir a que así sea. Va a ser una primavera más alegre y, por qué no, un buen momento para darnos un capricho. ¿El problema...? Qué elegir entre todas las opciones que Marea nos presenta para esta temporada. ♦

Para mayor información:
www.marea.es
www.mareasmart.com

PVP: 89,90€
Ref. B59005
Incluye correa de regalo

MAREA SMART

www.mareasmart.com

Nowley celebra la primavera con BOMBAY



La primavera ya está aquí y, con ella, Nowley ha querido homenajear la llegada del buen tiempo con la presentación de Bombay Collection. Una colección inspirada en motivos tropicales que respira alegría y que nos ha fascinado con la vitalidad de sus colores.

La colección Bombay se compone de seis modelos que destacan por el diseño de sus correas, repletas de palmeras, flores, hojas y colores por doquier. Una apuesta segura que completará nuestros estilismos de primavera y verano con un toque rompedor. Sus llamativas esferas nos trasladan a las playas más idílicas con una gama de colores rosas, turquesas y neutros que darán color a cada *look*.

Con Bombay Collection sentirás un auténtico flechazo. Descubre el *glamour* más fresco y siente el paraíso tropical de la mano de Nowley, con una colección que recrea el estilo floral de la naturaleza más salvaje y exótica.

Igual de cautivador que el diseño de Bombay Collection es su precio de 29,90€, que invita a tener varios relojes para así poder combinarlos con cada uno de los *outfits*. Con el buen tiempo, las calles se llenan de luz y lo mejor es inaugurarlo con color. Nowley se reinventa continuamente con nuevos modelos de reloj convencional que coexisten a la perfección con la modernidad de los *smartwatches*, ofreciendo ambas colecciones estilos y prestaciones distintas, para que el consumidor elija el que más se adapte en cada momento. ♦

Reloj tradicional / *smartwatch*

Esta colección con motivos tropicales demuestra una vez más que el reloj tradicional sigue pisando fuerte y continúa siendo un referente de sofisticación y moda. El gran abanico de modelos y de precios que ofrece Nowley permite cambiar de reloj según los *outfits*, lo que supone, en definitiva, poder contar con unos diseños que los hacen realmente únicos y atractivos para los amantes de la moda que está en continuo movimiento. Este concepto de reloj convencional se complementa a la perfección con los *smartwatches*, que han supuesto una auténtica revolución en el sector, al ofrecer unas funcionalidades que los hacen ideales para los deportistas o para quienes buscan practicidad e inmediatez sin tener que buscar ni siquiera el teléfono móvil para comprobar las llamadas o mensajes. En cualquier caso, se trata de dos conceptos distintos que conviven y se necesitan el uno al otro. Tanto si decides adquirir un reloj clásico como un *smartwatch*, Nowley sigue trabajando para seguir siendo el mejor prescriptor de la moda actual a un precio asequible. Y, siempre, con el respaldo de un magnífico equipo técnico que se encuentra en sus propias oficinas.

www.nowley.com

www.smart.nowley.com

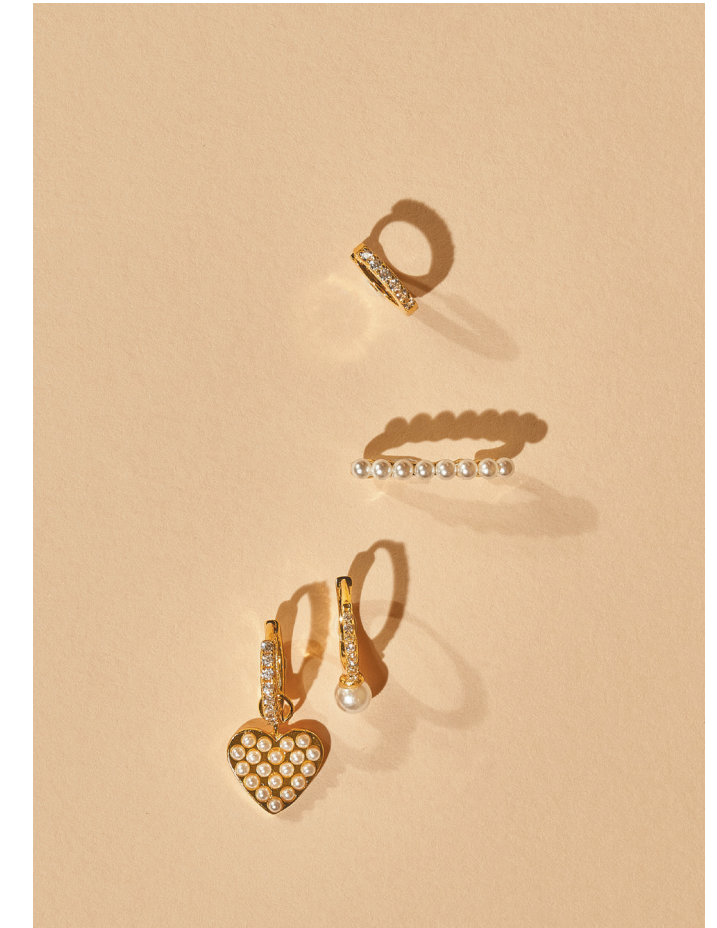
Otra dimensión de *earcuffs* con MALIZZIA

© Petra Marín

Han llegado para quedarse, regalando nuestros oídos con chispitas de luz. Y Malizzia sigue demostrando que es la marca rey de todo tipo de pendiente, aros, *earcuffs* y *studs* con uno de los muestrarios más amplios del mercado. Donde es imposible no hallar diversidad de propuestas sea cual sea nuestro gusto, estilo o edad. Y todo en plata de ley 925 con baños de oro de 18 kt. El modelaje va desde propuestas más sencillas, a las adornadas con circonitas de diversos colores y también perlas naturales, como puede comprobarse en las novedades que lanza ahora la marca española y que mostramos en esta página.

Todos combinables para que la afición y pasión "enganche" y la tienda pueda ofrecer a su clientela mil excusas para volver a por alguno más. Piezas versátiles, que se adaptan a cualquier ocasión y que nos invitan a sumar y coordinar con anillos, pulseras y colgantes. Además con el valor añadido de un precio asequible para podernos dar un capricho sin remordimientos.

Una marca pensada desde la experiencia en el mostrador, ya que su responsable es Víctor Blázquez Parra, segunda generación joyera con tienda en Salamanca y con dilatada trayectoria comercial. ♦





MALIZZIA



AG925 Milésimas

Antonio Blázquez
M. 625 517 423
ag925milesimas@gmail.com

925MILESIMAS.COM

La primavera perfecta según DOSAES

© Beatriz Badás Álvarez

Dosaes propone una primavera llena de joyas, con una selección de sus mejores productos para crear combinaciones ideales que nos acompañaran en estos días del año. “Dicen que la primavera la sangre altera. No sabemos si eso es cierto o no, pero lo que sí sabemos es que esta época del año tiene algo muy especial que nos empapa a todas”. Primavera es sinónimo de altas temperaturas, de flores, de *outfits* llenos de colores y tonos pastel y, también, de joyas Dosaes. ♦

Combinaciones muy soft



Las combinaciones de collares son un *must* en materia joyas, y no sólo en primavera. Aunque, aprovechando que esta es la estación del año en la que más lucen, Dosaes propone la combinación de los collares Oz, con pequeños eslabones de los que cuelgan pequeñas circonitas, Jara White, inspirado en un diente de león revoloteando por el aire y lleno de pequeñas perlas, Eira Pearls, con un cierre marinero y pequeñas perlas, Kea, con una cruz que combina ocho circonitas blancas de diferentes formas y tamaños, y Long Lisbon, inspirado en la luz de las estrellas reflejadas en el río Tajo en Lisboa. Collares que aportan un aire fresco y delicado a todos los *looks* de primavera.

Un aire romántico

La combinación de pulseras en primavera acompañan con estilo y elegancia todos los *looks* del día a día de esta temporada. Por ello, Dosaes propone jugar con materiales y texturas, combinando la pulsera Mini Pearls, una pieza elegante diseñada con perlas de río naturales y el charm Heart que le otorga un aire romántico, la pulsera Tropic, un básico que destaca por una cadena con pequeñas esferas a su alrededor, la pulsera Lisbon, llena de luz por sus destellos de plata, y la pulsera Oz, que dará ese toque atrevido a los looks gracias a los eslabones de los que cuelgan pequeñas circonitas blancas.



El versátil poder de los pendientes



Los *earcuffs* han llegado para quedarse esta temporada y no nos extraña si tenemos en cuenta el poder que tienen para dar un toque único y versátil. Por ello, Dosaes propone combinar diferentes *earcuffs* con diferentes pendientes más minimalistas, consiguiendo así un efecto creativo y muy personal. Unos aros básicos, como los Mini Kim, y otros más gruesos, como los Mau, combinados con *earcuffs* en forma de aro triple, como el Kat, que culmina con tres circonitas de distintos tamaños, y el *earcuff* Fade, en forma de aro abierto que culmina con una circonita en forma de estrella, formarán un conjunto sofisticado.

Estación a todo color



La primavera nos evoca a un campo lleno de flores de todos los colores y, por eso, una combinación de anillos con circonitas de colores no puede ser más primaveral. Dosaes propone su anillo Iris, la joya de la corona con sus tonalidades que inspiran un arcoíris, combinado con los anillos Mein Violet, una pieza entrelazada que culmina en una circonita violeta en la parte superior, el anillo Hana, una pieza con seis mini circonitas blancas y coronada por tres circonitas en forma de pétalo, el anillo Aube White, inspirado en las estrellas reflejadas en el mar, el anillo Vague, que es el equilibrio perfecto entre originalidad y elegancia, el anillo Kido, coronado con una circonita blanca llena de luz y el anillo Tiba, que combina una tira ribeteada con una lisa.

La marca que crece en Instagram

Dosaes empieza a escribir su historia en 2008, con la creación del nombre de la marca. En 2018, y después de que Maria Agost Albiol, fundadora de Dosaes, pasara 10 años compaginando sus estudios, trabajo y su sueño, decide emprender y arriesgar, pasando a dedicarse plenamente a su pasión con la voluntad de consolidar una marca de mujeres para mujeres: Dosaes. Un sueño hecho realidad, de ahí que “Si lo sueñas, puedes lograrlo”, sea la filosofía de esta marca que ha vivido, y vive, su crecimiento en Instagram. Su equipo está formado por nueve personas, ocho de ellas mujeres, que unen profesionalidad con pasión por el oficio.

Luz, fuerza y energía con VIDAL & VIDAL



© Petra Marín

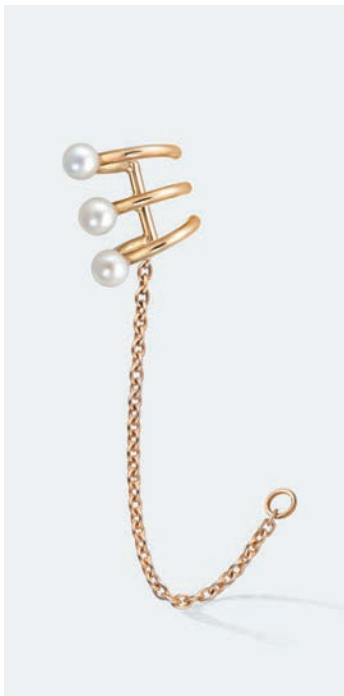
En estos tiempos, estamos si cabe más necesitados que nunca de una cálida inyección de luz, fuerza y energía. Y así nos la canaliza Vidal & Vidal cuando se acerca el Día de la Madre, con un regalo perfecto para este día tan especial o una forma de autoobsequiarnos con buenas vibraciones. En la colección Dreams priman las formas orgánicas que se unen para crear un mosaico de colores inspirados en mundos oníricos llenos de fantasía. Sus protagonistas indiscutibles son las piedras naturales engarzadas. Luz, fuerza y energía que invitan a combinar con otras piezas básicas y del día a día.

Una colección que va ampliándose jugando con las tonalidades y que en este caso que proponemos es el violeta quien domina, un color muy ligado a la esencia femenina, que transmite templanza y espiritualidad. Y muy en línea con el compromiso de Vidal & Vidal de entender y conectar con las necesidades reales de la mujer actual. La marca continúa transmitiendo en cada una de sus líneas una invitación al trato relajado y seguro tanto en el B2B como en el B2C. Y también en ello tiene mucho que ver el espíritu isleño, pues es Menorca el lugar que la vio nacer hace tres generaciones y en el que continúan creando para hacer a la mujer más guapa y feliz. ♦



El nuevo *ATHLEISURE* se llena de brillo

LA COMBINACIÓN PERFECTA



Gold & Roses



The Kooples



La nueva combinación por excelencia surgió el año pasado y se mantiene viva hoy en día. Las sudaderas ocupan hoy gran parte de nuestro armario y, con el fin de lucirlas de una manera más elegante, se han convertido en la prenda mejor aliada de las *blazers*, creando así el combo perfecto del momento. El complemento por excelencia que eleva al máximo este *look* ya apto para cualquier momento del día son joyas originales y especiales.

ESPONTÁNEO Y COTIDIANO



Antik Batik



Nike



Thomas Sabo

Durante las semanas de la moda, y debido a las restricciones, se ha echado en falta el fenómeno *Street Style*, en el que los fotógrafos tomaban imágenes de los mejores estilismos de las y los invitados. Aquí podíamos ver un sin fin de *looks*, algunos más preparados que otros. Para llenar este vacío, Instagram es testigo de un nuevo fenómeno con cuentas ya virales como “Barcelonins in Barcelona” o “Madrilenians in Madrid”; estas cuentas se encargan de publicar fotografías 100% espontáneas y en todas ellas se puede apreciar *looks* relajados, del día a día, que demuestran como nuestra forma de vestir ha cambiado, aunque sin perder estilo.

SASTRERÍA DEPORTIVA



Jane Bardot



Zara



Y el traje de dos piezas también sigue siendo el conjunto más viral aunque, esta vez, con aires deportivos. *Shorts* ciclistas con *blazers* XL, bermudas y americanas *crop top*, en versión punto... todos ellos combinados con calzado relajado, o con bailarinas, el nuevo calzado cómodo llevado a otro nivel, y, por supuesto, con maxi joyas como eslabones, formas geométricas, o piezas que rompen con límites y estereotipos.

CONJUNTOS DE PUNTO



Mio Diamonds



Sandro



Según un estudio de Lyst, desde principios de enero se ha registrado un incremento del 30% en prendas y conjuntos de punto, reflejando la demanda de ropa “de estar por casa” pero arreglado que ahora salta también a la calle. En invierno, los conjuntos *comfy* de punto fueron un éxito, ahora esta tendencia se repite en verano con conjuntos cortos o en otras versiones igual de cómodas, como el *crochet*.

© Beatriz Badás Álvarez

Como siempre ocurre, la moda es un reflejo de la realidad que nos rodea y el pasado año fue, sin duda, el año que lo cambió todo. Y todo lo sucedido se está viendo reflejado también en la actualidad, con nuevas tendencias o tendencias reinventadas. Por ejemplo, nos hemos acostumbrado a un estilo más cómodo y casual, dando paso a un nuevo *athleisure* en el que el estilo se eleva gracias a piezas de joyería en las que diamantes y cristales son protagonistas. En definitiva, mientras la moda se adapta a la

situación, la joyería mantiene ese equilibrio de sofisticación.

Y así, nace la combinación perfecta. Nuevos manuales de estilo y otros que regresan ocupan hoy un primer plano entre las tendencias del momento. La inspiración la podemos encontrar incluso en épocas muy pasadas. Y si no, ¿quién no recuerda a Lady Di con aquellas mallas ciclista y una sudadera *oversized*? Probablemente es el estilismo más repetido hoy. ¿O a Audrey Hepburn luciendo mocasines, calcetines blancos y *leggings*? La última tendencia viral que encuentra el equilibrio entre la sofisticación y el nuevo casual. ♦



Sebago

LA OPORTUNIDAD DEFINITIVA DE LOS *LEGGINGS*



The Kooples



Daniela Millan



Zara

Posiblemente la prenda que mejor defina el nuevo manual de estilo que ha nacido. La prenda por excelencia desde que comenzó el confinamiento y que se ha quedado para salir de casa, elevando el *look* de una forma elegante con una camisa *oversized* y unos maxi pendientes; o la opción perfecta para el teletrabajo... incluso las pasarelas se han hecho eco de ello incluyendo esta prenda en sus últimas colecciones y ofreciendo una estética a caballo entre la comodidad y épocas pasadas.

LA NUEVA TENDENCIA



Lacoste



Brinker & Eliza

La próxima temporada FW21/22 augura un estilo más elegante y las ganas de volver a vestirnos aunque, lo cierto es que, quedará marcada por la tendencia deportiva de este momento. Así es que, tres años más tarde y tal y como confirman los grandes diseñadores como Louis Vuitton, Isabel Marant o Prada, vuelven las chaquetas *bomber* y las beisboleras.

LA TENDENCIA DEL MOMENTO EN CLAVE *SPORT*



Mango



Twin Set

Los chalecos se han convertido en la prenda de la temporada, en tantas versiones que incluso también han cautivado en su estilo más deportivo. La combinación preferida se perfila con camisas de cuello *bobo* por debajo, para aportar un toque más romántico, o con camisetas para continuar con ese estilo *comfy*. Las joyas de eslabones con un toque sofisticado son el otro favorito para estos estilismos.



Morellato

COMPLEMENTOS CLAVE



Karl Lagerfeld



PdPaola

Los calcetines blancos combinados con deportivos o mocasines, las gorras en estilismos elegantes o *comfy*... los complementos deportivos han entrado en el armario con la intención de quedarse para dar juego a la creatividad. Con ellos, se vuelven a unir joyas especiales con mucho brillo para ofrecer un contraste muy personal.

Gestos EMPOLVADOS

© Petra Marín

Nos gusta el término “empolvados”, empleado por Helena Rohner pra presentar sus propuestas primaverales. Se sale del clásico “colores pastel” tan conocido cuando los primeros calores nos invitan a salir a pasear arropándonos con tonalidades más dulces y frescas. Bajo estos parámetros hemos realizado una selección de anillos que nos acompañarán en nuestros gestos “empolvados”. Todavía las manos no están bronceadas y estos colores sientan de maravilla. Rosas, azules, verdes, *beiges* que se tornan casi transparentes al abrigo de las gemas y que coordinan de forma maravillosa con los colores de los metales nobles. Anillos para que el mensaje gestual se torne más lindo en los ojos de quien los observa. ♦



BELÉN BAJO



La amazonita se convierte en la protagonista privilegiada de esta propuesta primaveral de Belén Bajo en plata y oro de 18 kt. Una piedra semipreciosa de un bello color azul cielo.

HELENA ROHNER



El rosa empolvado en todo su esplendor. Un color suave y precioso en todas sus variantes que la diseñadora ha declinado en porcelana de forma ovalada. El modelo se llama Ettore Finger G.

LUXENTER



Es de la colección Atelier y está trabajado en plata con baño de oro rosa de 18 kt. Se llama Rania y luce estas bellas tonalidades rosadas gracias al engastado de cuarzos hidrotermales y circonitas multicolores.

NANIS



Anillo Dancing Azure de Nanis, realizado en oro amarillo de 18 kt, diamantes y una fascinante aguamarina lechosa. La marca italiana ha apostado esta primavera por una colección azul total.

PITTIESISI



Sus anillos son inconfundibles. Esta es la versión azul sobre plata rayada como si su superficie representara el hielo surcado por infinitos bailes de patines. Dicen que quizá solo para atraer caricias “peligrosas”.

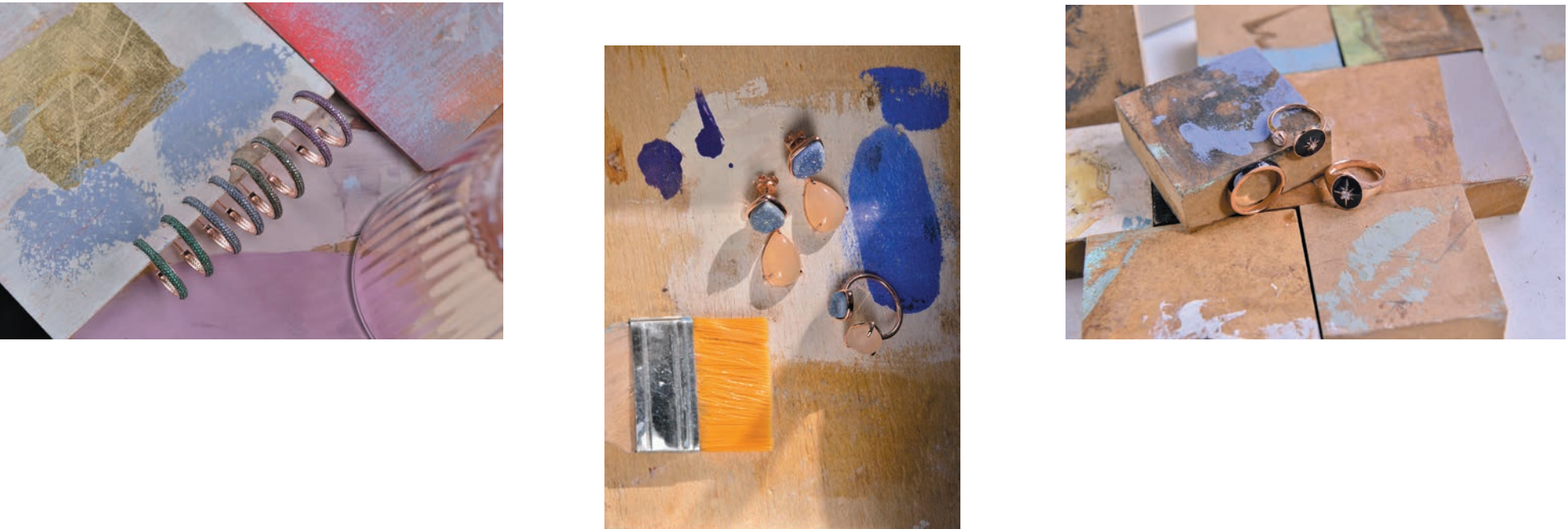
VIDAL & VIDAL



De Vidal & Vidal nos quedamos con este anillo de la colección Dreams, bañado en oro de 18 kt y acompañado de piedras color pastel. Sus suaves tonalidades crean una melodía suave y armoniosa entre los dedos.

Entramos en L'Atelier con SALVATORE PLATA

Todo un viaje a un nostálgico imaginario de plena actualidad que transcribimos bajo la voz de la marca. ¡Una lectura preciosa! Y os recordamos que además de la colección L'Atelier, Miscellany, otro de sus grandes éxitos, presenta más novedades para esta primavera y verano y que su propuesta para el Día de la Madre es genial (en nuestro especial Campañas). Y ahora, sin más, ¡pasad al taller con ojos curiosos!



“Una tarde de junio, la luz filtrada por una ventana entra tenue en mi taller, hace calor. Tiro fuerte de la sábana vieja que protege la antigua cómoda y millones de puntos de polvo brillan a través de los rayos de sol. Huele a barniz y a madera vieja, me sirvo un té frío, pongo un antiguo vinilo en el arcaico tocadiscos, me siento y pienso y recuerdo... hacía mucho tiempo que no lo hacía.

Examinó cada rincón, donde ella colgaba sus pinceles, sus óleos viejos, aquel cuadro que nunca me gustó, la estantería donde, en pequeños botes de cristal, ponía los esquejes de aquellas plantas que iba encontrando, su mesa de madera donde pasábamos horas jugando al ajedrez, esas vigas viejas y aquel baúl... El baúl donde guardaba una veintena de vestidos con los que me gustaba soñar a ser ella.

Ahora, después de tantos años, me encuentro de nuevo sentada aquí, redescubriendo cada grieta de la pared, cada huella de arte que ella dejó y pienso estar todo el tiempo que quiera, aquí, en L'Atelier.”

L'Atelier, la colección más íntima de Salvatore Plata, donde el arte más libre renace e inspira cada joya.

“El año 2020 nos ha obligado a ver la vida desde una perspectiva distinta y sobre todo nos ha mostrado, de la forma más cruda, de lo que somos capaces, capaces de sacar de dentro lo mejor de nosotr@s mism@s, hemos tenido tiempo de conocernos de nuevo y dar rienda suelta a nuestra creatividad.

L'Atelier es un recuerdo lleno de colores, de olores, de tejidos, de luces y sombras, de anhelos y de sueños vistos a través del arte, que ha inspirado de forma tan marcada nuestra nueva colección.

El arte entendido como expresión creativa, como algo que todos poseemos de uno u otro modo, el arte en su forma más primitiva y libre.

Las manos manchadas de pintura, los esmaltes, los panes de oro, el jarrón de rosas al lado de la ventana, las tardes de lluvia en verano, las campanas de la iglesia y esa vieja máquina de escribir.

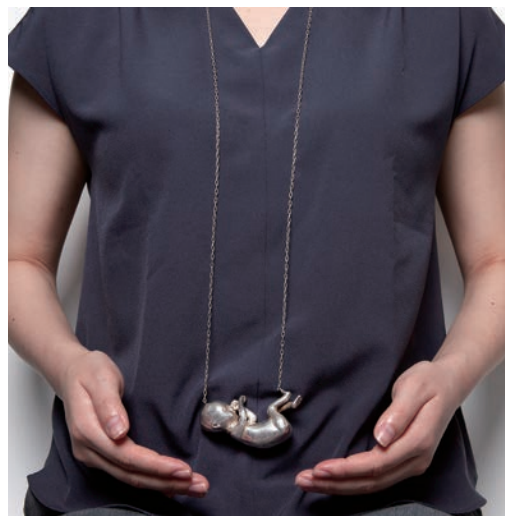
Todo eso en un espacio idílico, el taller que a todas nos gustaría tener, un espacio donde relajar nuestra mente, pintar, bailar y por supuesto, crear”. ♦

ARTE Y JOYA, Contemporary Jewellery Yearbook

Todos los participantes (5)

© Petra Marín

Con este capítulo finalizamos la serie del periódico *Contraste* en la que hemos presentado a todos los participantes en *Arte y Joya Contemporary Jewellery Yearbook* de la edición 2020-2021. Una edición en la que ha primado una incuestionable calidad y creatividad. El total de ellos, con 110 obras, puede visualizarse en la página web www.arteyjoya.com. Y, ahora, desde el mes de marzo se inicia la undécima edición, correspondiente a 2021-2022, con lo que el periodo de inscripciones estará abierto hasta el 31 del próximo mes de agosto. Al igual que en la vez pasada, las primeras inscripciones gozarán de un precio más reducido, al igual que el precio especial destinado a estudiantes. Será en septiembre cuando un jurado formado por expertos en joyería artística y contemporánea decidan a los 32 finalistas, junto con el voto popular que se realizará en la web. De ellos surgirá el undécimo Premio Internacional Arte y Joya que se hará público en JOYA Barcelona, como siempre en la misma jornada en la que el evento internacional destina a dar a conocer diversas premiaciones. Este año se incluyen algunas novedades, pues el ganador/a del premio otorgado por Grupo Duplex tendrá la oportunidad de que su obra protagonice un *shooting* que será ampliamente difundido por los medios de comunicación y redes sociales del grupo. Igualmente el galardonado/a, junto con el resto de finalistas, podrán formar parte de dos exposiciones programadas en Madrid y Barcelona, en las galerías Studio Squina y otra por decidir. Grupo Duplex vuelve a invitar a los creadores a participar en esta nueva convocatoria destinada a promocionar la joyería creativa, primando que la investigación artística sea la hoja de ruta de todos los que hagan de www.arteyjoya.com un lugar de motivación y expresión. ♦



Teruyuki Sano (Japón)
teriyakhi3669@gmail.com
www.sanoteruyuki.shopselect.net
Collar. "Conception"
Cadena de plata 1250 mm., plata 925,
talla de cera
80 x 40 x 25 mm



Yuanzheng Yang (U.S.A.)
xxyz.yang@gmail.com
www.yuanzhengyang.com
Broche. "Chuhan Xiao", 2020
Latón plateado



Um Jaewon (Corea del Sur)
hurry52@naver.com
Broche. "Uncomfortable Gaze"
Latón, acrílico, vidrio, resina
86 x 125 mm



Violeta González (España)
sagujoyas@gmail.com
www.instagram.com/sagu_joyas
Anillo. "Recuerdos de un mar lejano"
Plata 925, aguamarina natural



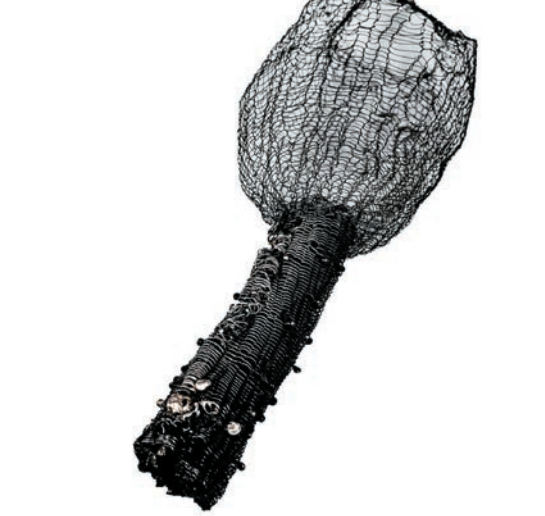
Vivienne Varay (U.S.A.)
viviennevaray@gmail.com
www.viviennevaray.com
Broche. "Truffle", 2020
Piel de conejo, hilo, plata, 440 alfileres
115 x 115 x 75 mm



Yukiko Kakimoto (Japón)
info@atelieriyukiko.com
www.atelieriyukiko.com
Broche. "Metamorphose #5", 2020
Arcilla de alfarero, esmalte, laca japonesa, tinta negra
japonesa, plata pura, etc.



Wiebke Pandikow (Finlandia)
w.pandikow@gmail.com
www.wpandikow.com
Collar. Serie "The Hedera", 2020
Bolsas recicladas de plástico, madera



Yajing Yao (U.S.A.)
jacqueline.euvoce@gmail.com
www.yjyjjewelry.com
Broche. "Breathe XVIII", de la serie "Space", 2020
Alambre de plata Argentium, plata de ley



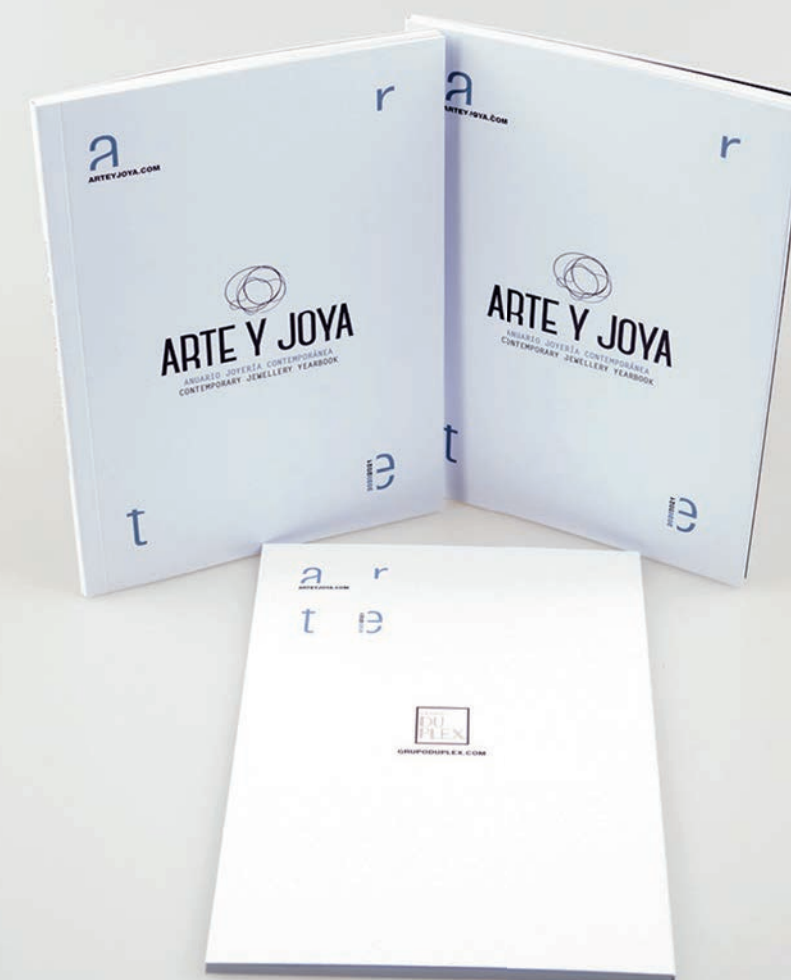
Yoshihiro Arakawa (Japón)
hiro.a@sf.commufa.jp
www.readyfor.jp/projects/Professor
Pendientes. "Yo dicté todas las asignaturas para crear el drama de TV «Peony and Rose» Jewellery en Nagoya Designer Gakuin"



Zuzana Búry Zliechovcová (Eslovaquia)
info@vizuart.sk
www.vizuart.sk
Accesorio para el cabello. "Geranium"
Latón chapado en plata, hojas plegadas hechas a mano

¡Abierta la inscripción!
2021-2022

XI ARTE Y JOYA INTERNATIONAL AWARD



Todo lo que has de saber para participar

• **¡No lo dejes pasar!**

El calendario de inscripciones, abierto en abril, finaliza el 31 de agosto de 2021

• **Self-service online**

El proceso para participar es muy sencillo, lo puede hacer cada uno/a por la web

• **Su coste es mínimo**

Infórmate en www.arteyjoya.com, todos son "minis"

• **¡Al instante estarás!**

Una vez inscrito/a aparecerás en la página web y en las redes Instagram y Facebook

Cómo va el proceso para lograr el premio

• **En septiembre, los finalistas**

Un jurado independiente y un voto popular decidirán los 32 autores para la final

• **¡En octubre, ganador/a!**

El premio ARTE Y JOYA 2021-2022 se anunciará en el marco de JOYA Barcelona

• **¿Qué logra el premio ARTE Y JOYA?**

Además del trofeo, promoción en los medios de Grupo Duplex y un *shooting* con su obra

¡Novedad!

Este año, además de aparecer en el catálogo impreso, FINALISTAS y premiado/a podrán participar con la exposición física en Studio Squina de Madrid y otra galería por concretar en Barcelona

Hannah Oatman, premiada por KLIMT02

© Petra Marín

Aquí presentamos dos obras de Hannah Oatman, graduada de la Escuela de Diseño de Rhode Island de EE.UU., que es la ganadora de la sexta edición del JPLUS Emerging Talent Award de Klimto2. Del 3 al 31 de marzo ha disfrutado de una exposición individual en Hannah Gallery by Klimto2 en Barcelona. "The Line de Hannah Oatman" ha presentado una selección de los trabajos del proyecto de su graduación que consta de tres series: Collect me!, Art Over Time y Build Your Own! El trabajo de la tesis de esta joven joyera "por accidente" investiga las relaciones entre el arte, el producto, la publicidad, el *packaging*, el coleccionismo, la interacción y la elección. ♦



LAURA MÁRQUEZ propone esta primavera

© Petra Marín

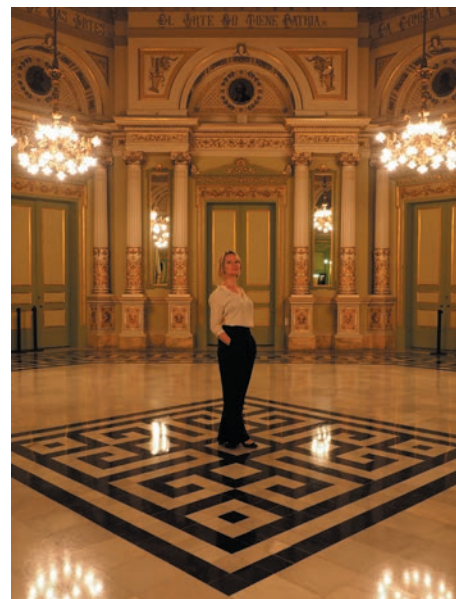
"La primavera llega a mi estudio, floreciendo, incluso en estos momentos en los que ha de prevalecer la salud ante todo", así nos introduce Laura Márquez en sus nuevas propuestas creativas, pendientes pensados para lucirse ante este nuevo sol que nos ofrece la estación que hace de antesala al verano. Los primeros, sencillos y lineales, sujetan a unas espectaculares turmalinas sandías. Los segundos se inspiran en el movimiento del viento, con el oro apaladiado en *degradé* de matices y unos bellos topacios azules. Están realizados a mano. ♦



Symbiosis con Carla, por TERESA ESTAPÉ

© Petra Marín

"Symbiosis es un proyecto de transformación mutua. Una serie limitada de joyas creadas e inspiradas en individuos únicos que han transferido parte de su personalidad a las piezas que presentamos", nos explica Teresa Estapé de esta experiencia de "tú a tú" cuya última incursión ha sido con Carla Huhtanen, cantante de ópera especializada en música barroca y contemporánea. "Amante de lo peculiar y lo sublime, esta canadiense de antepasados finlandeses es una mujer con un agudo sentido del humor y exigente hasta el límite con su trabajo. El collar "Carla" de dos líneas de oro está inspirado en las finas líneas que definen su fisonomía y en la vibración de su voz". ♦





Le invitamos a

La más Moderna, La más Prestigiosa y La más Glamurosa
Feria Virtual de joyería del sector.

Las más distinguidas fábricas y marcas de joyerías se encontrarán
con los compradores internacionales

Primera oportunidad del año, regístrate ahora!
www.joinvirtual.org

JEWELLERY ONLINE INTERNATIONAL NETWORK
JOYERÍA INTERNACIONAL ONLINE NETWORK

JOIN us for REAL



Turkish Jewellery | **JOIN**
JEWELLERY ONLINE INTERNATIONAL NETWORK



MARK MADDOX

markmaddox.com



HC0116-56
75€
Aluminio

HC0120-57
69€
Caja acero

HC0118-35
69€
Caja acero