

CONTRASTE

ORO Y HORA Mundo técnico desde 1949 • N° 181 • EN PÁGINAS CENTRALES

www.grupoduplex.com // Abono anual: 15€

Diciembre 2021 // Año MMXVII // CONTRASTE 243

VICEROY



1) Collar: 1376C01012 • PVPR 49 € Pulsera: 1373P01012 • PVPR 39 € Reloj: 471312-97 • PVPR 119€
2) Pulsera: 1373P01012 • PVPR 39 € • 3) SmartPro: 401257-90 • PVPR 169 € • 4) Reloj: 471308-97 • PVPR 139 €
5) Collar: 1381C01012 • PVPR 49 € Reloj: 471316-27 • PVPR 119 € • 6) SmartPro: 401257-80 • PVPR 159 €
7) Collar: 1371C01012 • PVPR 35 € Pulsera: 1377P01012 • PVPR 29 € • 8) Collar: 15110C100-40 • PVPR 65 €
9) Collares: 1381C01012 • PVPR 49 € 1377C01012 • PVPR 39 € 1371C01012 • PVPR 35 € Pendientes: 15071E01012 • PVPR 35 €

DESCUBRE MÁS DE VICEROY EN:

[/VICEROY](#) [/VICEROYOFICIAL](#) [/VICEROYOFICIAL](#) [/VICEROY](#)

[VICEROY.ES](#) [VICEROYSMARTPRO.ES](#)

VICEROY

Collar: 1381C01012 . PVPR 49€ • Reloj: 471316-27 . PVPR 119€

[/VICEROY](#) [/VICEROYOFICIAL](#) [/VICEROYOFICIAL](#)

VICEROY.ES

Estilo

Págs. 32-40

36 marcas de joyería y relojería visten el Fin de Año para las tiendas buscando entrar en 2022 con buen pie



Pág. 42

Zoe, lo nuevo de Marea

Pág. 50

De azul, la consigna de hoy ►►



Pág. 46

Talking de Nowley ►►

Pág. 56

Dazzle, y mucho más por descubrir ►►



CONTRASTE

ORO Y HORA Mundo técnico desde 1949 • N° 181 • EN PÁGINAS CENTRALES

www.grupoduplex.com // Abono anual: 15€
Diciembre 2021 // Año MMXVI // CONTRASTE 243

Págs. 6-8

Lo que vivimos y destacamos en 2021

Se cierra un año a la espera de lo que venga en 2022

► El año a cierre, el que se bautizó de pospandemia, ha tenido una evolución muy irregular y se continúa sin ver un final definitivo

► Las marcas y el sector no han parado de esforzarse para convertir el negocio en todo un acto de resiliencia

2021 ha sido un año movido, y así lo ha transmitido el sector. Ante la incógnita de lo que podía ser de una estación a otra, de un mes a otro, o de un día a día en tiempo de pandemia no acabada de superar, el esfuerzo se ha notado en todos los negocios. Las ferias han intentado adaptarse a las circunstancias, los establecimientos y la relojería, al inevitable cambio tecnológico... Empresas que

han resurgido porque siguen siendo muy atractivas, como Majorica; jóvenes que han decidido apostar por la joyería y que aportan un aire fresco con sus ideas; debates por afrontar, como el que afecta a la Ley de Metales Preciosos; el compromiso con la sostenibilidad y la producción ética y responsable, y, el también compromiso con la creatividad. Hemos tenido mucho que contar...♦

CONTRASTE



Pág. 22

Los detallistas se ponen las pilas

Son dos ejemplos, pero resumen el porqué evolución el sector del comercio. Con Carlos Baillín y Eternia puede trazarse ahora un mapa de hacia dónde quieren ir quienes dialogan con el consumidor.

Pág. 24

A la espera de VicenzaOro

Y todas las citas feriales que quedan por llegar. Entre ellas MadridJoya. Una noticia a destacar, Baselword se rinde para 2022.



Es la nueva directora de MadridJoya. Transmite cercanía y empatía y está dispuesta a que su experiencia en el mundo de la moda beneficie a la joyería-relojería.♦



"Aquí estamos, animando la joyería", desde Durán

La frase es de Juan M. Albarracín, de una de las empresas con más solera en el sector, yes un gusto compartir con los lectores de *Contraste* esta imagen tan festiva que vale más que mil palabras. ¡Feliz Navidad!

Santoshi
25 ANOS | YEARS

VOICE
SMARTBAND
WS-2358

Pioneros desde 2015

SAMI
Smartwatches

SALUD | HEALTH

PULSO CARDÍACO **NIVEL STRESS** **OXÍGENO EN SANGRE**

alexax built-in

LECTURA WHATSAPP **PANTALLA CON FOTO** **MÁS DE 30 ESFERAS** **PARA NATACIÓN** **ASISTENTE VOZ ALEXA**

SANTOSHI SL [www.santoshi.com](#) | tel: 34-916214134 | e: info@santoshi.com

LOTUS CONNECTED

STAY COOL
STAY CONNECTED

lotus-watches.com

DAILY HUNDRED LEAKED NOTIFICATIONS WALK ME HOME ADDITIONAL TIME ZONE MUSIC CONTROL REMEMBER THIS SPOT IFTTT FIND PHONE

Download on the App Store
GET IT ON Google Play

Contraste Diciembre 2021

FESTINA
CONNECTED
TECNOLOGIA PROPIA

ALWAYS FITS
Gerard Butler

festina.com

Download on the App Store
GET IT ON Google Play

Contraste Diciembre 2021

Lo que vivimos y destacamos en 2021

Enero**Las ferias que no pudieron ser**

El ansiado "re-start" se retrasa también en Vicenza



VicenzaOro, HOMI Fashion & Jewels e Istambul Jewellery Show tenían previsto arrancar en marzo, MadridJoyas/Bisutex, Inhorgenta y Ambiente en abril, pero no pudo ser. Hubo que esperar a septiembre para estrenarse con las citas feriales.

© Mikael Pachay

Febrero**La presencia en la nube, vital**

El sector se retransforma sobre el escenario digital



Lo que antes del COVID-19 y los confinamientos no se consideraba una especial prioridad, pasó a ser una urgencia. La digitalización ha venido para quedarse y el sector se puso deprisa a hacer los deberes. Lo contamos en *Contraste*.

© Mikael Pachay

Marzo**Ready... Set... Force!**

El regreso de un emblemático reloj: Time Force



En septiembre de 2020 *Contraste* ofreció la primicia del regreso de Time Force al mercado español. Ya fichados los primeros *Local Heroes* y con las primeras colecciones en tienda, en primavera testamos la opinión de los comerciantes, muy satisfechos por la excelente acogida de sus clientes a una marca que permanecía viva en el imaginario del país.

**Abril****Majorica resurge de las cenizas**

Con varios pretendientes para asegurar su futuro

Tras el concurso de acreedores presentado en 2020 por el azote de la pandemia, Majorica recibió varios pretendientes, pero al final la escogida fue Majolaperla, al frente del empresario francés Grégoire-Augustin Bontoux-Halley, heredero de Carrefour. En mayo se confirmó la operación tras hacerse público el auto dictado por el juez instructor.

Mayo
La relojería ante el cambio tecnológico

Las cuentas descienden en su facturación en España



Ya es tradición que *Contraste* ofrece cada año los datos de facturación de la relojería en España, esta vez los del 19, o sea, antes de la pandemia. Los números ofrecen un escenario en descenso, un -16% respecto al ejercicio anterior. Está ahí por ver 2020. Las marcas españolas de segmento medio están haciendo un esfuerzo serio por competir en el universo smart.

**Junio****Jóvenes y suficientemente preparados**

Presentamos nuevas voces que refrescan al sector

En la imagen, María Blanco, diseñadora y fundadora de Jane Bardot. Durante este año *Contraste* se ha hecho eco de las nuevas voces que se escuchan en el sector. Jóvenes que entienden la joyería bajo los parámetros de nuevas generaciones y que, si no encuentran lo que buscan, se lo hacen. Marcas como la misma Jane Bardot, D'lujo, Lunain, Rootless... En fin, nueva sabia.

DURÁN
JOYEROS

© Nileen Pachay

© Mikael Pachay

© Nileen Pachay

© Nileen Pachay

THE EXTRAORDINARY
ITALIAN JEWELRY

Embassy of Italy
Madrid

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY

DURAN
JOYEROS

QR code linking to Durán Joyeros

Lo que vivimos y destacamos en 2021

Julio

La joyería se compromete para bien

Bellos y sostenibles, así es como nos queremos ver



Al igual que ha ocurrido con la digitalización, 2021 ha sido el año en el que el sector joyero se ha puesto las pilas para lograr una industria y un producto más sostenibles. En la imagen, la nueva marca propia y comprometida de Grupo Cadarso. Se trata de Secrecy Jewels. Sus piezas son 100% trazables a través de Tracemark.

Septiembre

Damos la bienvenida a las ferias... por fin

Con participación presencial, VicenzaOro y MadridJoya



VicenzaOro confirmaba, a principios de septiembre, la recuperación de las ferias sectoriales con más de 800 expositores, llegó al 80% del número de visitantes registrados en 2019. MadridJoya revalidó estas ganas de trabajar por parte de los operadores en citas presenciales, tal como lo muestra la imagen.

Noviembre

Una activa campaña de Navidad

Todos teníamos ganas y lo hemos dado todo por ello



Durante estos meses de noviembre y diciembre, este periódico ha reflejado el esfuerzo de las marcas por dinamizar la Campaña de Navidad. Novedades, nuevos embajadores, operaciones de marketing y comunicación. El motor de la joyería-relojería se ha reactivado para lograr que las tiendas vendan más y mejor.

Agosto

Arte y Joya International Award se consolida

En su 11 edición cerró números con 168 participantes



La exquisitede la pieza de la ganadora del XI Arte y Joya International Award, Namkyung Lee, da testimonio del nivel alcanzado en esta edición en la que han participado 168 artistas procedentes de 45 países. En agosto se cerró el plazo y en octubre se conoció a la persona premiada. Ahora han comenzado las exposiciones.

Octubre

II Congreso Nacional de Joyería de España

La Ley de Metales Preciosos copa el principal debate



Tuvo lugar a finales de septiembre en Córdoba, arropado por la Diputación, y logró debatir durante dos intensas jornadas los temas que más preocupan al sector. El principal, la Ley de Metales Preciosos que data de 1975. La Administración incluso animó a los profesionales a que la discutan y planteen los cambios pertinentes.

Diciembre

80 marcas confiaron en Contraste

Y de ellas, 26 nuevas, lo que demuestra que esto sigue



Como en el pasado 2020, *Contraste* quiere, en este año que finaliza, rendir homenaje a los "compañeros de viaje" que desde sus páginas se han comunicado con el sector. Un total de 80 marcas con 26 clientes nuevos han sido esencia de su contenido, ayudándonos, entre todos, a aportar vitalidad al mercado.

JAVIER GARCIA
DIAMONDS & JEWELS

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



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

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

Actualidad Grupo Cadarso



Arte japonés para esta Navidad con Seiko: Sharp Edged Series de Presage

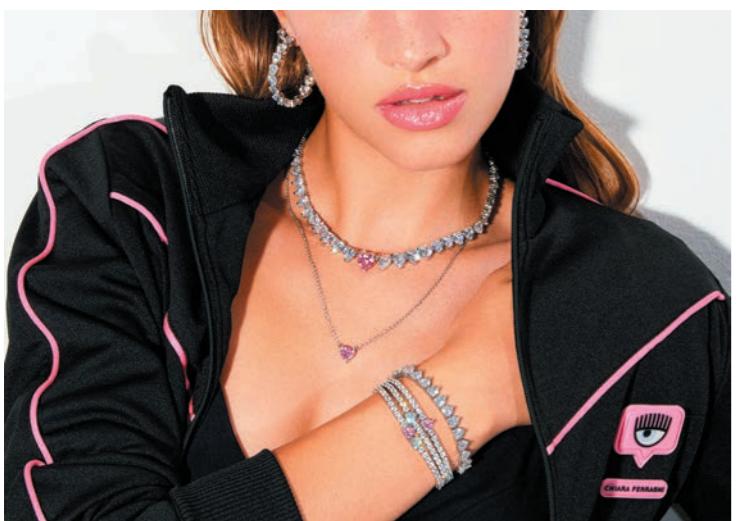
Esta serie de Seiko captura la simplicidad y el refinamiento de la estética japonesa en su esfera de textura delicada de un patrón tradicional *Asanoha* y le da un toque moderno con las líneas de su caja afilada y angular. Un perfecto regalo navideño

que condensa el arte japonés bajo el sello inconfundible de Seiko. Los Sharp Edged Series de Presage están disponibles en dos calibres mecánicos, 6R64 GMT y 6R35 3 agujas.

El Rond Automatic de Tous, todo un descubrimiento

Les invitamos a descubrir el reloj Rond Automatic de Tous, con mecanismo automático visible y trabajado en acero reciclado y reciclabl. De diseño contemporáneo y actual, el nuevo Rond Automatic activa su movimiento tan sólo con el movimiento de la muñeca y está disponible en dos colores distintos.

- Estas son sus características:
- Correa de acero inoxidable.
- Caja de acero inoxidable.
- Diámetro: 32 mm.
- Resistente al agua hasta 5 ATM.
- Cristal de zafiro.
- Funciones: Hora y minutos.
- Movimiento automático analógico.



La nueva colección de joyas y relojes de Chiara Ferragni

Dos mundos propuestos para el debut: cadenas y corazones, elementos icónicos del ADN de la marca y de la estética de Chiara Ferragni. Los dorados iluminan los collares y las pulseras, embellecidos con detalles brillantes de cristal *pavé*. Un toque de plata se suma a la propuesta para animar cualquier *look*. El icónico logo de Eyelike se presenta como detalle en el cierre de las joyas o como protagonista en dife-

rentes tamaños para un estilo que no pasa desapercibido. La colección Diamond Heart refleja el lado precioso y romántico de la marca. Piedras talladas en forma de corazón (zirconia cúbica) en tonos azul zafiro, verde esmeralda y rosa hada se repiten en collares, pulseras, pendientes y anillos. Un imprescindible de esta colección: el collar *riviere* que aporta un toque sofisticado y elegante.

Secrecy Jewels, Time to Shine para esta temporada

La nueva marca de joyería propia de Grupo Cadarso, Secrecy, con el sello Tracemark, destaca una de sus piezas para regalar estas fiestas. El colgante Time to Shine es la joya perfecta, con sus diamantes naturales que hacen brillar su estrella en el centro. Plata de ley

925 reciclada, combinada con baño en oro de 18 kt de 2 micras de espesor. Secrecy combina plata y oro en sus piezas, siguiendo la tendencia del momento, y destaca por su trazabilidad completa, lo que hace de ella toda una verdadera apuesta ética y sostenible.



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



Qué destacamos a nivel empresarial

© Petra Marín

Noviembre ha sido pródigo en noticias relacionadas con el mundo empresarial. Destacamos la nueva incursión de Daniel Wellington en el terreno de los automáticos, con su primer reloj de estas características. Os contamos como Tiffany o Antíquua, dos polos del sector, exploran lazos con el terreno de la moda. Retornamos a Barcelona con la inauguración oficial del establecimiento de Messika Paris en Paseo de Gracia. Finalmente, los planes de PdPaola en Italia y un nuevo récord de subasta con Omega.♦

DW en automático



Llevaban tiempo dando vueltas a la idea, y por fin se han lanzado, incorporando maquinaria automática a su colección Iconic Link. En Daniel Wellington se sientes muy satisfechos. "Por fin tenemos el producto con el volumen y la forma adecuados para albergar una maquinaria más grande sin comprometer el diseño. Creemos firmemente que hay una gran demanda, sobre todo entre hombres".♦

Tiffany se remoza



Y lo hace en colaboración con la marca de streetwear Supreme. Las piezas se han puesto a la venta en las tiendas Supreme de EE.UU., Reino Unido, Australia e Italia desde el pasado 11 de noviembre. Solo se venderá a su vez en determinados establecimientos de Tiffany, en EE.UU., Reino Unido, Japón, Italia y Austria. Es una excepción, ya que sus piezas no se comercializan ni distribuyen en el sector multimarca.♦

El récord de Omega



Hasta 3.115.500 francos suizos se ha pagado por un Omega Speedmaster subastado en la casa Phillips de Ginebra y con un precio de subasta estimado de 80.000 a 120.000. Todo hay que decir que el reloj había envejecido a la perfección en su vida activa, frecuentemente a pleno sol, lo que le ha proporcionado un "bronzeado" muy especial. Forma parte del primer conjunto-trilogía de relojes Omega Speedmaster lanzados en 1957.♦

PdPaola en Italia



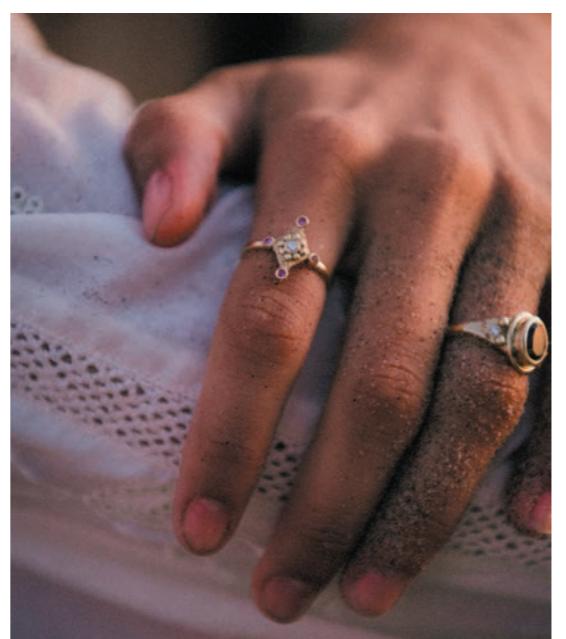
Tras abrir nueva *flagship store* en Barcelona, PdPaola sigue siendo noticia, esta vez en Italia. La revista VO+ ligada a VicenzaOro publicó en noviembre una entrevista en la que Paola Sasplugas y su hermano Humbert hablan de sus proyectos, también en el marco del B2B, en los que se incluye "colocar a Italia en nuestro primer mercado en términos de facturación", cerrando 2021 con 40 millones de euros.♦

Messika Paris en BCN



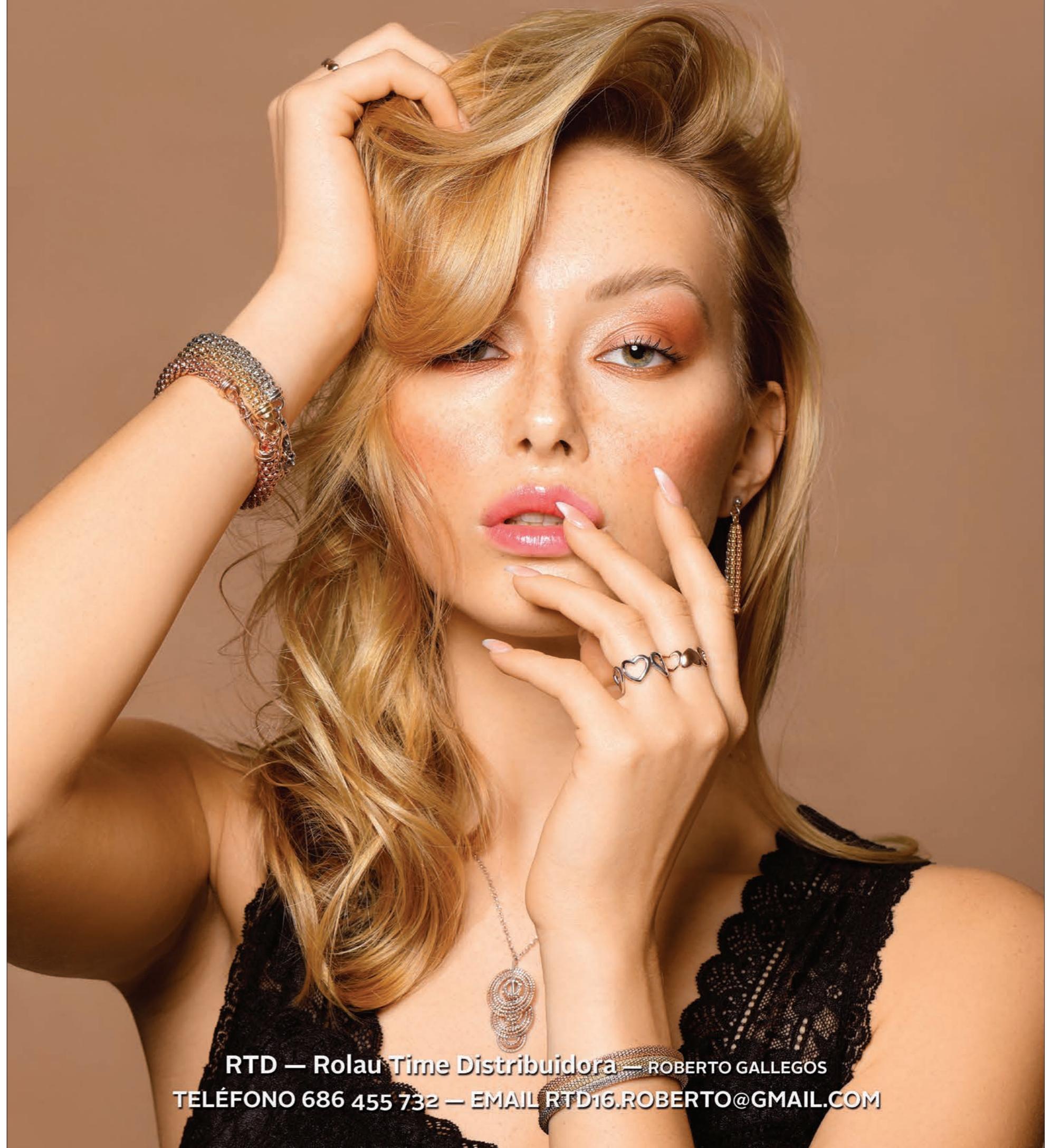
El pasado noviembre Messika Paris inauguraba oficialmente su boutique de Paseo de Gracia, 66, postergada por la crisis sanitaria provocada por el COVID-19. La firma parisina conocida por sus diamantes, que enamoran a famosas como Gigi Hadid y Beyoncé, celebró una velada nocturna en la terraza panorámica Punt de Vistes, situada en el ático de un edificio noble de Barcelona en la Diagonal. Asistieron 80 invitados, especialmente mujeres.♦

Maksu by Antíquua



De nuevo colaboración entre joyería y moda, que ya empieza a notarse, como podemos comprobar en la noticia sobre Tiffany. En este caso se trata de las firmas Maksu y Antíquua que han creado juntas el anillo Rose, inspirado en la rosa de los vientos. Se ha realizado en oro amarillo de 18 kt, lleva un diamante central talla brillante y cuatro rodolitas. Antíquua se ha inspirado en las colecciones de Maksu.♦

Chi Mi Ama
GIOIELLI

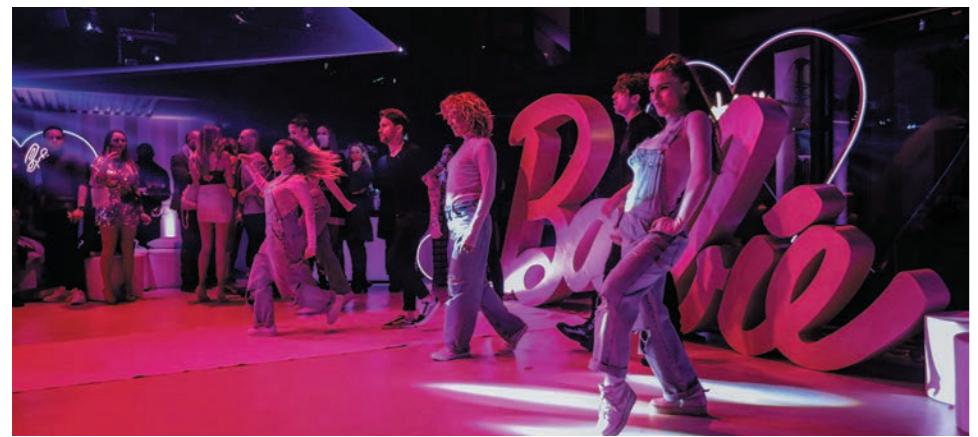


'Rue des Mille meets Barbie'

De fiesta en Milán, con la muñeca más *fashion* y nueve piezas icónicas



La sala Spazio Krizia ambientada para el evento



Actuación de bailarines durante la noche de "Rue des Mille meets Barbie"



La colección de Rue des Mille y Barbie, nuevas joyas inspiradas en la muñeca

© Beatriz Badás Álvarez

El pasado 22 de noviembre, Rue des Mille celebró su último lanzamiento. Lohizocon una fiesta en Milán; una fiesta que nadie quiso perderse y que, como nos cuenta Federica Pieroni, cofundadora y directora de marketing de la firma italiana, fue un gran éxito.

Spazio Krizia, una gran sala ubicada en el corazón de la capital de la moda que también es sede de exposiciones temporales y talleres, se tiñó de rosa y mucho brillo el pasado 22 de noviembre para celebrar la fiesta de "Rue des Mille meets Barbie". La edición especial de la firma italiana iluminó la noche gracias a las nueve piezas icónicas que forman la colección y que estuvieron expuestas en el centro de la sala durante todo el



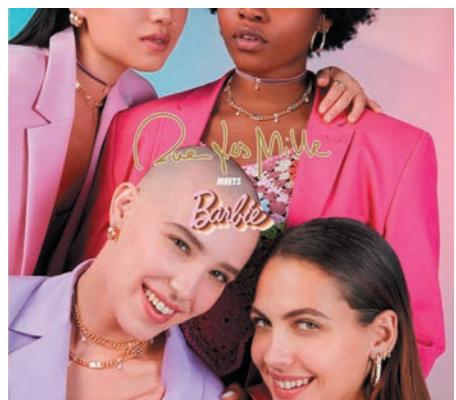
Las nueve joyas icónicas de la colección, expuestas durante el evento



Spazio Krizia se tiñó de rosa y mucho brillo para la ocasión



Federica Pieroni acompañada por otros invitados durante el evento



Es difícil no recordar todos esos momentos de nuestra niñez en los que esta muñeca estuvo presente y sigue estando generación tras generación. Sus diferentes profesiones nos inspiraban en los momentos de diversión y sus accesorios nos acercaban al universo de la moda aunque, si hay un complemento por excelencia, son las joyas de Barbie. Las mismas en las que se ha inspirado la firma de joyas italiana para crear una colección de nueve piezas icónicas que, sin duda, es el capricho de estas navidades.

La colección con Barbie

Más allá, la campaña también busca transmitir un mensaje especial y necesario en la actualidad; y es que, Barbie siempre nos ha animado y nos anima a perseguir nuestros sueños. Como afirma Rue des Mille: "Una invitación a brillar más allá de los prejuicios y las inseguridades. Ser como eres, con tus suspiros y tus maravillas, perfecta, única, bella". Por ello, esta campaña la forman Giulia, Sophie, Giada, Mara, Sofia, Sindiana, y muchas otras personas, que transmiten el mensaje "Just as you are" a la perfección.

www.nowley.com

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

A dos bandas con Pablo Pérez

Fernando Martínez, director general de Engine Software: “Lo que antes de la pandemia era una opción, ahora es una necesidad”

©Pablo Pérez. Edición: Petra Marín

Pablo aprovechó la pasada edición de MadridJoya para plantear un “a dos bandas” con Fernando Martínez, director general de Engine Software. La elección no es casual. Estamos hablando de una empresa de software para establecimientos con más de 700 usuarios activos en nuestro país. Y además manejan un software vivo, es decir, que saben al momento la tienda que se da de alta porque no estaba digitalizada o de baja porque cierra. También su plataforma, outletjoyeria.com, donde proponen a los detallistas poner en venta sus stocks dirigidos a consumidor final, es un buen test. Esta situación les convierte en un oteador privilegiado para saber qué ha ocurrido en los negocios físicos durante la pandemia y cómo han actuado de forma resiliente para capear lo que se nos vino encima.

Pablo Pérez. Lo primero de todo, ¿cómo ves al sector tras la pandemia? Mi sensación es que, de un sector tradicionalmente pesimista, hemos pasado en estos últimos meses a una cierta alegría. Parece que la gente ya no va decadida por las ferias y se ha dado cuenta de que nuestro sector no es más malo que otros, y que, cuando las cosas van mal, puede haber otros que lo pasen peor.

Fernando Martínez. Correcto, yo creo que con esta pandemia los cambios que habría tenido que afrontar el sector un día u otro se han adelantado completamente. Muchas joyerías que no tenían página web buscaron hacerla y las que ya la tenían y apenas la usaban, empezaron a trabajar de verdad con ella; joyerías que tenían el programa en local se lo pusieron en la nube para poder trabajar desde casa... La pandemia ha traído cambios que seguramente hubieran tardado mucho tiempo más en producirse.

P. P. Partiendo de esos cambios, ¿crees que han sido más obligados y a regañadientes? O que bien se ha pensado en un “tengo que innovar, o si no, se me come el mercado”.

“Los cierres durante la pandemia, en muchos de los casos, han sido crónicas de una muerte anunciada”

F. M. Lo que antes de la pandemia era una opción, ahora es una necesidad. Lo que antes aconsejábamos en charlas, y yo he repetido hasta la saciedad, sobre la importancia de digitalizarse, vender en Internet, practicar el marketing online... ya se ha convertido en algo realmente necesario. Te doy un ejemplo. Hace

unos meses realizamos un estudio de campo entre las joyerías que tienen nuestro servicio de software, y el 100% de ellas opinaban que la digitalización no era una opción, era el “ya”, el presente. Al final de lo que comentabas antes, lo del optimismo, una de las cosas que también nos sorprendió es que cuatro de cada 10 joyerías decían que confiaban en volver a recuperar los ingresos que tenían antes de la pandemia en 2022.

P. P. ¿Cuatro de cada diez? Me parece poco porque no llega ni al 50%. Es decir que, según vuestro muestreo, todavía un 60% de los negocios es bastante pesimista. En mi caso, cuando te hablaba de optimismo, tiene que ver mucho con el ambiente que he notado en las ferias, lo que me transmiten los profesionales que están activos. Es decir, que en la feria no te vas a encontrar gente que no quiere exponer, que no quiere comprar... Muchas veces manda el refrán de “mal de muchos, consuelo de tontos”. A veces se buscan argumentos como el de “no voy a la feria porque estará vacía.” A mí me sorprenden los datos que me acabas de dar, pues yo partía de una visión diferente, porque al final socializas en feria con la gente que se quiere mover, mayoritariamente los que están motivados y quieren hacer cosas. Pero, ¿qué impresión tienes tú real de las joyerías? No solo por las llamadas sobre vuestro servicio, sino por lo que detectáis en el uso de vuestro software.

F. M. Mi impresión es que sí, es verdad, se detecta cierto optimismo. Por ejemplo, muchos de los clientes que hacía tiempo no iban a ferias, que tenían cierto hartazgo de las mismas, me dijeron que vendrían a MadridJoya, y así ha sido. Y también ahí pude comprobar que expositores que no iban hacía años, acudieron. Lo que quiere decir es que hay cierto optimismo, tal como tú defiendes. La verdad es que hay ganas, y conforme pase el tiempo y las restricciones vayan reduciéndose, todo irá a mejor y más teniendo en cuenta la época que nos viene ahora, como es la campaña de Navidad.

“Los cierres durante la pandemia, en muchos de los casos, han sido crónicas de una muerte anunciada”

P. P. Vosotros manejáis información y datos porque sois un software para tiendas y tenéis más de 700 usuarios activos. Y la particularidad es que se renueva anualmente, es decir manejas un software vivo con lo que al momento sabéis la tienda que se

“Los cambios a afrontar por el sector se han adelantado”



da de alta porque no estaba digitalizada, lo cual es posible todavía en este sector, o de baja porque cierra. ¿Cómo habéis notado la pandemia en ese sentido?

F. M. Bajos no hemos tenido porque tenemos una clientela muy consolidada y porque realmente una de las herramientas que tienen para llevar bien su negocio es el software de gestión. No, no ha habido muchas bajas de cierre definitivo. Ha habido alguna jubilación, que siempre hay en cada mes, pero no un aumento.

P. P. Entonces no ha implicado un pico fuera de lo normal?

F. M. No, de verdad te lo digo. Lo que sí hemos detectado es lo que te comentaba al principio, es decir, clientes que ya son clientes, que tienen determinados servicios, si se han interesado por otros con el objetivo de digitalizarse mejor. Y de verdad, en plena pandemia, incluso alguna apertura.

P. P. Es interesante el hecho de

manejar datos estadísticamente con 700 joyerías como muestreo. El ver que el ratio de bajas ha sido el mismo aproximadamente que en pre-pandemia hace que no se pueda alegar que los cierres se hayan producido por esta situación tan especial. Ha sido, más bien, por culpa del negocio.

F. M. Correcto.

P. P. ¿Que la pandemia ha sido un acelerador? Sí, pero no ha sido la causa.

F. M. En muchos de los casos eran crónicas de una muerte anunciada, cuando vas dejando de lado tu negocio, no adaptándolo a los tiempos... a la larga eso te acaba pasando factura. Y una pandemia como esta ha sido que la factura sea ya, y no a 30 días.

P. P. ¿Y habéis tenido alguna anécdota curiosa? Por ejemplo, clientes que os hayan pedido un servicio adicional para atender por WhatsApp u otro mecanismo.

F. M. Sí. Mira, yo llevo tratando con joyerías en España desde hace más de 20 años y en esta pandemia he interactuado mucho más con ellas, incluso ya conversaciones que no eran de puro trabajo, dada la larga relación existente. Y los que tenían página web se alegraban, pues estaban vendiendo por Internet y querían vender más, y eso requiere una inversión. O los que te contaban que gracias a vender por la nube podían salir físicamente a sus negocios, o los que no sabían si podrían abrir hoy... Sí, la verdad es que muchas anécdotas y aventuras compartidas... desde el teletrabajo y en casa (riendo).

P. P. Hablando de venta online, vosotros disponéis de una plataforma que es outletjoyeria.com donde ayudáis a liquidar stocks a los joyeros. Durante la pandemia, ¿habéis notado un incremento en la facturación?

F. M. Sí.

P. P. ¿De qué porcentaje?

F. M. No tengo ahora el dato, pero es evidente que, al ser una de las pocas formas con las cuales se podía comprar productos de este tipo, ya se preveía en el momento una subida, y evidentemente la hubo, pero en todos los marketplaces, no solo en outletjoyeria.

F. M. Es que es como llevar un peda-

do encima de la persona que te lo ha regalado. Yo siempre lo he tenido muy claro. He heredado relojes de mi abuelo, y cuando te los pones, sea en momentos puntuales, te da la sensación como si llevaras una parte de él contigo. Y así con cualquier joya o reloj que me hayan regalado. Yo creo que eso no se ha perdido nunca en el imaginario colectivo, pero juraría que ahora está volviendo a coger fuerza.

P. P. Estoy de acuerdo contigo en que no se ha perdido nunca, pero puede ser que se haya olvidado por parte del profesional. Quien no lo ha perdido nunca es el consumidor. A veces los joyeros nos dejamos llevar por la corriente. Quiero hacer hincapié en una cosa que creo que, con la pandemia, será buena para nuestro sector offline. Yes que la gente se está dando cuenta que no se trata de una competencia con el online. Al final, cada parte te aporta unas cosas. Al final, buscas también una garantía, una confianza... pero también una parte muy importante, que es la seducción. ¿Y qué es la seducción? Eso de que yo salgo a la calle sin tener ganas de comprar un reloj una joya, pero paso por delante de un escaparate, me dejo seducir porque el cariño que le tengo al sector, le aconsejaría una joyería, adaptada a los tiempos actuales.

P. P. O sea, que al sector tú le ves futuro.

F. M. ¡Claro que le veo futuro! Sigo apostando por él día a día y trabajo para él día a día. Es que su futuro va ligado al mío y haré todo lo que sea para que ese futuro sea el más provechoso posible.

P. P. De hecho, una de las grandes casualidades que nos hemos encontrado en esta pandemia es que hemos vuelto a sentir que la joyería, la relojería, son sentimientos. Es decir, pasamos por el episodio moda, casi por el “usar y tirar” que dicen. Y ahora me da la sensación de que se están volviendo a valorar los metales preciosos, las piedras preciosas, al regalo, lo heredado... Es decir, otorgar ese valor sentimental al producto, que es una de las grandes hazañas de nuestro sector, y esto es como si se había perdido. Pero la joyería no solo es moda, es sentimiento, arte incluso. Esta pandemia nos ha vuelto a recordar que no es lo mismo que te regalen una joya que una cena, que es efímera.

F. M. Es que es como llevar un peda-

cito encima de la persona que te lo ha regalado. Yo siempre lo he tenido muy claro. He heredado relojes de mi abuelo, y cuando te los pones, sea en momentos puntuales, te da la sensación como si llevaras una parte de él contigo. Y así con cualquier joya o reloj que me hayan regalado. Yo creo que eso no se ha perdido nunca en el imaginario colectivo, pero juraría que ahora está volviendo a coger fuerza.

nuca se lo hubiera planteado. Pero el online nunca podrá, por mucho que se invierta en diseño, en campañas, en inputs... nunca podrá sustituir el trato directo entre las personas, nunca. Eso solo lo puede conseguir, como tú bien has dicho, un buen escaparate de esa tienda por donde tú pasas, ves un producto, te gusta, te dejas seducir por él y, una vez das el paso de decir, voy a entrar en esta tienda, el 90% de esa compra está garantizado.

P. P. O sea, que piensas que todo lo que ha pasado ha sido positivo a nivel de negocio. Es evidente, no en lo que se refiere al sufrimiento humano.

F. M. Yo creo que ha sido positivo el hecho de que la pandemia haya adelantado cambios tecnológicos que hubieran tardado, porque ha obligado al sector a modernizarse a marchas forzadas. Igual que creo que ha sido positivo el hecho de haber parado, por ejemplo, con las ferias, casi un año, año y medio, porque ha sido un revulsivo. Todo tiene su parte buena y su parte mala. Y de la primera, está por llegar la mejor.

P. P. En plan jocoso, cuando estuvimos en MadridJoya, yo comentaba con la gente, a ver si tendremos que hacer como con el Mundial de Fútbol, cada cuatro años (sonríe).

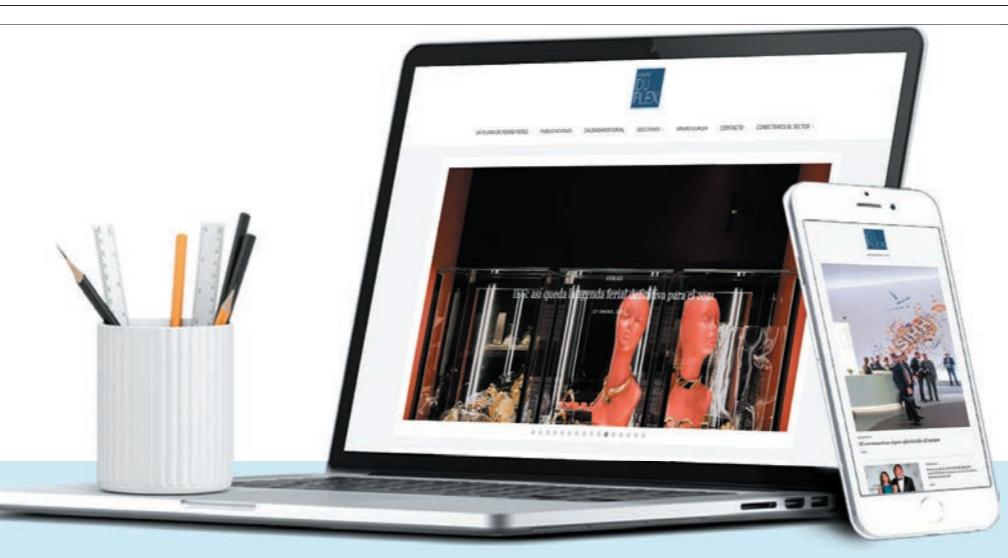
F. M. (Ríe).

P. P. A ver. No encuentro mal que haya dos ediciones feriales al año. Pero, si yo, como visitante, no veo ningún tipo de novedad, pues no me sirve para nada. Si yo me “visto”, entre comillas, siempre igual, no hay manera de seducir. Creo que, al final, lo que la gente ha tenido en este otoño es ganas de ver novedades y de palpar como se mueve el mundo.

F. M. Claro, claro. Lo que te estaba comentando va por ahí. Igual existía la sensación de que ir a ferias año tras año era como un más de lo mismo siempre. O menos, incluso. Y quizás no se conseguía motivar al visitante para que acudiera a la feria.

F. M. Yo creo que lo importante, por mucha tecnología que haya, siguen siendo las personas. Y estamos hechos para relacionarnos y tratar con gente. La tecnología ha propiciado que, durante esta pandemia, mucha gente que no había comprado nunca por Internet, haya tenido que hacerlo. Y eso es ya un nuevo cliente online, que igual, sin lo que pasó,

Pues lo dejamos aquí Fernando, muchas gracias por la charla y te invito de nuevo a compartir la de aquí a unos meses.♦



GRUPO
DU
PLEX

www.grupoduplex.com

Siempre cerca de ti

Sea cuál sea el canal, estamos para informarte

+ información
social@grupoduplex.com

Franco Pianegonda, joyero ecléctico

“La verdadera innovación es volver a ser joyero como un sastre a medida”

© Petra Marín

Franco es un joyero vicentino, mitad español por parte materna y mitad italiano por la paterna -“un 55% más español, me atrevería a decir con permiso de mi padre”. Sin duda, cautiva por su raudal de energía y pasión que transmite en todo lo que piensa, toca y hace. Hace ya años creó la marca Pianegonda, que luego vendrá para, en 2010, enfocar su trayectoria al personal brand con Franco Pianegonda. Practica una joya diferente en su atelier, en Corso Palladio, un referente de la joyería vicentina. Einvita a hacer de este sector un “hazte notar”, porque la joyería ha de vivir y respirar de su tiempo, y el cliente final está reclamando de ella un producto con personalidad, capaz de provocar un “¡guau!”. Bajo esta máxima su trabajo resulta a todas luces provocador y muy inspirado en la fortaleza de la mujer española. Pare eso tiene el ejemplo de su propia madre, nacida nada más y menos que en El Bierzo.

Joyería, pero también artista, escultor, artesano... Nos sorprende su versatilidad y vitalidad profesional. ¿Es por su carácter?

Interesante lo que me pregunta. En realidad es una energía que tienes dentro. Soy mitad italiano y mitad español por parte de mi mamá, castellana, de Pombriego, Ponferrada, en León. Desde niño tuve esta energía, esta sonrisa, esta forma de ser, que algunas veces también me dio problemas en la escuela porque la gente se preguntaba: ¿Por qué este chico está siempre sonriendo, nos está tomando el pelo (ríe)? Pienso que esta energía es un mix italo-español, con mucha influencia española. Y me gusta ser “multitasking”. Pienso que una persona puede ser muchas cosas, no solo una. Tengo adicción por el arte, lo bien hecho, la artesanía, la naturaleza, los productos naturales. Y busco mezclarlo todo y ofrecer mi versión de ello en cada joya, en su packaging, en la comunicación... Es un poco mi carácter. De ahí mi última colección, Character, que define un poco esta mezcla entre artista, emprendedor y artesano. Porque la artesanía no es industria, es una persona que busca disciplina para dar lo mejor que pueda.

¿En su familia había tradición joyera? O bien, ¿qué le impulsó a centrarse en este sector?

No, esta adicción no es de familia. Mi mamá trabajó para que la familia creciera y nos ayudó mucho en la educación, en la disciplina para ser personas completas. Nos mimó, nos amó y nos ama muchísimo. Esto es muy importante, porque un niño que es amado, cuidado, crece



“Las joyas que yo hago hablan mucho de la mujer española”

con autoestima y puede afrontar la vida con mucha fuerza y coraje. Por otra parte, mi papá, que trabajó en el sector de la electricidad y la construcción, fue quien nos inculcó -como así lo hizo mi abuelo, campesino y español- el espíritu del trabajo, de salir todos los días a luchar. Yo comencé a trabajar en una tienda de moda con trajes para hombre. En esta tienda, en Vicenza, tuve la oportunidad de conocer a muchos operadores de este negocio, del mundo de la joyería, como clientes. Y lo que me impresionaba era la disponibilidad económica y, tengo que decir la verdad, la poca cultura sobre el arte, la mujer... Yo pensaba, no soy más inteligente, ni más tonto que ellos. Empecé como vendedor en este sector hace 30 años y aquí sigo hablando con usted de mi historia, con mucha fuerza, todavía mucha inexperiencia, pero con mucha confianza en mí mismo de seguir lográndolo.

No imaginábamos tanto tiempo. ¿Cómo ha sido este largo proceso?

Pianegonda fue mi preparación para lo que quiero y estoy haciendo hoy, en esta nueva y gran revolución. Yale dije que deseó seguir una estrategia de *personal brand* como Steve Jobs que ya no está, pero su equipo tiene en él al creador de toda una filosofía.

¿A esa inquietud artística responden sus últimas colecciones? Vemos que Character es muy transgresora y destinada básicamente al hombre...

Me gusta mucho cuando habla de mi inquietud creativa, que ha de ser también comercial. Solo quien tiene la inquietud de cambiar, puede seguir en este mercado. Sí, en estos momentos hemos presentado una colección para caballero, Character, porque, como le decía, lo que representa su ADN es una personalidad reconocible. Character está hecha para gente global con una mentalidad cosmopolita. Es una colección para el hombre de hoy, con una joya muy masculina pero con un poco de feminidad dentro. Tiene que ser una joya que atraiga a la mujer, y que esta se diga, yo me la pondría. Cuando reflexionaba en cuál podía ser su sentimiento, pensé en mi niñez cuando iba el domingo a la iglesia. Fueras un príncipe o un carpintero, todos íbamos con nuestras mejores galas. Con Character he querido reflejar el retorno a la elegancia con espíritu moderno, y con la firmeza del hombre que no tiene miedo de mostrarse.

Por lo visto en su web, ha hecho otras dos colecciones destinadas básicamente para mujer, ¿verdad?

Sí, PNG68, una línea muy amigable, un “prêt-à-porter”, con joyas más dinámicas, más jóvenes y *friendly's* realizadas en plata rodia y destinadas a una compra impulsiva para su uso como complemento. A ella se suma la colección Franco Piane que es una línea *couture*, de joyas más esculturales, para la mujer que quiere lucirse como única, con anillos de cóctel, pulseras, pendientes y collares que abren una conversación con la gente que te mira.

Y finalmente, la unisex, Jet'aimeNow, toda una declaración de intenciones.

Jet'aimeNow está destinada a parejas cuando quieren señalar un momento especial para ambos, una pedida de mano, una unión, el nacimiento de un hijo, un evento especial, piezas que quedan en la eternidad como joyas que señalan un día, una fecha... Estas piezas llegan de la génesis de mi trabajo, mi punto de vista es hacer una joyería moderna. Desestructurada con el pasado, ha de ser joyería contemporánea, aunque siempre presentes, de forma imprescindible, los mejores

materiales nobles. El nombre Jet'aimeNow surge de la conjunción de palabras en francés, “Je t'aime”, y en inglés, Now, y representan este nuevo lenguaje que practicamos en sociedad, en este caso haciendo referencia al amor. Me ha gustado conjuntarlo, lo suave y la firmeza. Porque si amas has de seguirlo expresando. Es como regar una planta si quieras que esta crezca. Así es el amor.

Tenemos entendido que en su equipo está su hermana. ¿Es cierto?

Sí, María Luisa. Trabajamos juntos, pero somos dos compañías diferentes. Ella hace su propia línea que tiene un estilo similar, pero diferente. María Luisa es más barroca, yo soy más lineal y arquitectónico.

Su atelier, en Corso Palladio, es un referente de la joyería vicentina. Cuéntenos cómo lo fundó y qué alma ha querido imprimir en él.

Le agradezco que me diga que soy una referencia en la joyería vicentina. En realidad, usted sabe que es difícil ser profeta en tu propia tierra. Mi atelier es un punto de encuentro para muchos clientes de la región, del Veneto, que quieren sumergirse en un escenario internacional. Porque mi bisabuela era alemana, mi mamá española, como ya le he dicho, mis hijos tienen pasaporte americano y uno de ellos está estudiando en América.... En nuestra sangre hay una cultura internacional. Así que mi atelier, que se halla en una calle peatonal, la más importante de Vicenza, recibe a partners que tienen una mentalidad similar a la mía, para sentarnos, planear y crecer.

Su relación con España ha sido muy intensa, ya nos ha dicho que es más que medio español...

Nací en Italia, pero España siempre está en mí desde niño. Para mí representa la felicidad hecha país. Ibamos cada dos años con mis padres a ver a la familia y era una fiesta increíble. Lo pasábamos de maravilla rodeados de amor. Considero, sin que mi papá se enfade, que el 55% de nuestra sangre, tanto de mi hermana como mía, es española. España es como mi madre porque mi madre es española.

¿Y cómo ha afectado ello a la evolución en su mercado? ¿En cuántos puntos de venta se halla en la actualidad?

Cuando empecé en el sector, a finales del pasado siglo, en el 98-99, me inicié tanto en España como en Italia, y llegó a conectar mi trabajo

con los escaparates de los joyeros top y con las mujeres españolas. Una mujer fuerte, ardiente, elegante, sabia, amante de su familia... La referencia de una mujer la tengo de mi madre, que es española. Por eso pienso que las joyas que yo hago hablan muchísimo de la mujer española. Porque yo fui un niño criado por una mujer española, una verdadera “torera” en la vida. Bajo esta premisa recorrimos este camino bajo la marca Franco Pianegonda.

¿Y qué ha ocurrido tras su evolución a la marca Franco Pianegonda?

En este momento en España tenemos unos 10 puntos de venta, muy seleccionados, pero el próximo año 2022 nos vamos a focalizar en España con un avance con nuestros socios.

Del “re-start” de la feria de Vicenza, consu showroom abierto en su sede... ¿Qué le transmitieron sus clientes y qué notó en el ambiente comercial?

Ha sido un “re-start” realmente global, pues después de la pandemia que hemos sufrido en estos casi dos años, este reinicio es la oportunidad de empuje para toda la economía. Hay ganas de ello, entre los profesionales, también en el cliente final. Y me gustaría incidir en que hoy, en el comercio de joyas, no hay más posibilidad de hacer trampas, has de ser totalmente profesional porque hay mucha información en la red, el cliente está más informado... He visto muy buena actitud y muy buenos resultados de los joyeros que siempre han trabajado bien y que están invirtiendo en este sector para ampliar y tomar líneas nuevas.

Entonces, bajo su opinión, ¿el sector se mueve?

En estos últimos 10 años, por el miedo al cambio, el sector se ha contentado con piezas minimalistas, chiquitas, finas, sin fuerza, que son banales y pueriles. Veo que este siglo está definiendo, esto se está acabando. En la moda, en el look, están volviendo los años 80 y 90, y con ellos piezas con personalidad, que demuestren que aquí estoy yo y la tengo. El consumidor final quiere disfrutar al comprar,

pero quiere cosas “¡guau!”, innovación. Quiere y sabe lo que quiere tras este año y medio recluido en casa y con la información que ha obtenido en Internet. Nuestro sector debe entender que todo lo que es clásico, fácil, simple y barato se lo va a comer Amazon. Pagado, y ya tienes en casa. La verdadera innovación es volver a ser joyero como un sastre que trabaja a medida. Ese sentimiento lo he vivido este otoño. El verdadero joyero de vanguardia está saliendo del terreno de confort. Iniciamos una ruta apasionante no solo al reconocimiento del arte de la joyería, también al reconocimiento de tu cliente. Que el cliente venga a la tienda de los joyeros para encontrar piezas Franco Pianegonda, que es particular y tiene su esencia, y que puedan informarse de ello sumándose a la reputación de su joyero. Viviremos este cambio, el del joyero que va a ser como un galerista de arte, que va a proponer sus artistas. Este es el cambio que veo muy importante en nuestro mundo.

Finalmente, ¿qué desearía transmitir al público español a las puertas de la Navidad?

Tenemos que engendrar nuestra Navidad y nuevo camino sabiendo que mucho puede pasar en esta vida, nos lo ha demostrado el COVID-19, y que debemos pensar que la vida es hoy, es ahora. Que empezamos un nuevo siglo, tras la pandemia, que será muy positivo, y eso depende mucho de nosotros y nuestra positividad. La vida es ahora. Que disfruten de la Navidad con la familia y, si pueden, que los Reyes nos traigan a todos una joya de Franco Pianegonda (sonríe).

Contraste recomienda

Conocer más novedades de las colecciones presentadas por Atelier Franco P. & Sons en su web.



CHARACTER Univers de l'homme



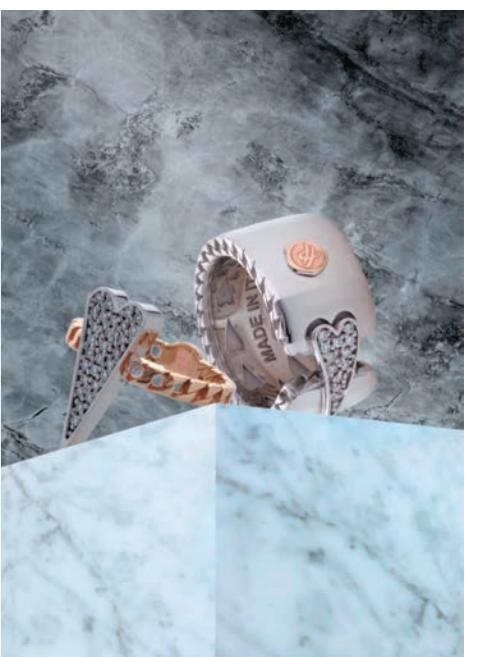
PNG68 Prêt-à-porter Jewels



FRANCO PIANE Couture Jewels



JET'AIMENOW Jewels to say I love you



Julia González, nueva directora de Madridjoya y Bisutex

“Asumo este reto con una enorme responsabilidad y respeto a los sectores”

© Petra Marín

Vuelven las citas de MadridJoya y Bisutex del 3 al 6 de febrero de 2022, y estas primeras ediciones del año tendrán un nuevo rostro en su dirección, Julia González, que también liderará Intergift y otras dos ferias que ya estaban bajo su responsabilidad, como MOMAD. Todos estos salones quedan así concentrados bajo una órbita más de moda, lo que abre la posibilidad de acciones transversales entre ellas, como así lo explica Julia, una mujer muy accesible y simpática, a la que le encantan los collares, como ella misma nos cuenta.

Nuevas responsabilidades, ya que dirigirá sus primeras ediciones de MadridJoya, Bisutex e Intergift. ¿Con qué espíritu y talante asume estos retos?

Asumo este reto con una enorme responsabilidad y respeto a los sectores. Lo asumo también con la ilusión de aportar todo lo que esté en mi mano por seguir consolidando y posicionando las convocatorias con el objetivo de que las empresas vean cumplidas sus expectativas empresariales. Es muy gratificante, además, tener el respaldo de un equipo con un gran bagaje en estos ámbitos y que me acompañará en la continuidad de este proyecto.

El que se celebren estas ferias a la vez es muy positivo por las sinergias que pueden generarse.

Usted viene de dirigir MOMAD y la cita del calzado. ¿Seguirá con ello? ¿Implica que las ferias tendrán todas en conjunto una impronta más de moda?

Sí, seguiré al frente de MOMAD. En esta línea, hay muchas acciones que pueden plantearse de modo transversal para que las ferias respiren moda y generen nuevas experiencias tanto entre los expositores como en los posibles visitantes. Ya estamos pensando en pasarelas y actividades que pongan en valor la creatividad y el espíritu de moda tanto de la joyería como de la bisutería y los complementos.

No se ha comprometido, de entrada, a grandes cambios. ¿Significa ello que estas próximas citas de la joyería y la bisutería continuarán en línea con lo acontecido en septiembre?

La cercanía en las fechas de celebración de las ediciones de septiembre y febrero hace que no haya mucho tiempo para hacer grandes cambios. Poco a poco iremos introduciendo nuevas iniciativas y actividades, pero por



supuesto dejaremos todo lo que funciona pues valoro mucho el trabajo realizado hasta la fecha por la dirección anterior.

◆◆◆
“Las ferias son un reflejo de lo que ocurre en la sociedad”

sentimiento fue de un tremendo orgullo por poder ayudar en esos momentos tan difíciles.

Después, poco a poco, hemos ido recuperando cierta normalidad. Para nosotros es complicado, pues el alma de nuestra compañía está en promover el encuentro entre personas. No obstante, la versatilidad y capacidad de adaptación de todos los equipos hacen posible que podamos celebrar eventos adaptados que están resultando muy positivos para los sectores.

¿Cómo ve el futuro ferial y en concreto el de MadridJoya y Bisutex, que son las que nos afectan al sector?

Las ferias son un reflejo de lo que ocurre en la sociedad y en los mercados y se irán adaptando para responder a las necesidades de las empresas. Nuestro trabajo consiste en estar muy atentos para poder detectar estos cambios e implantarlos en nuestras ferias. En definitiva, es fundamental que nos adelantemos.

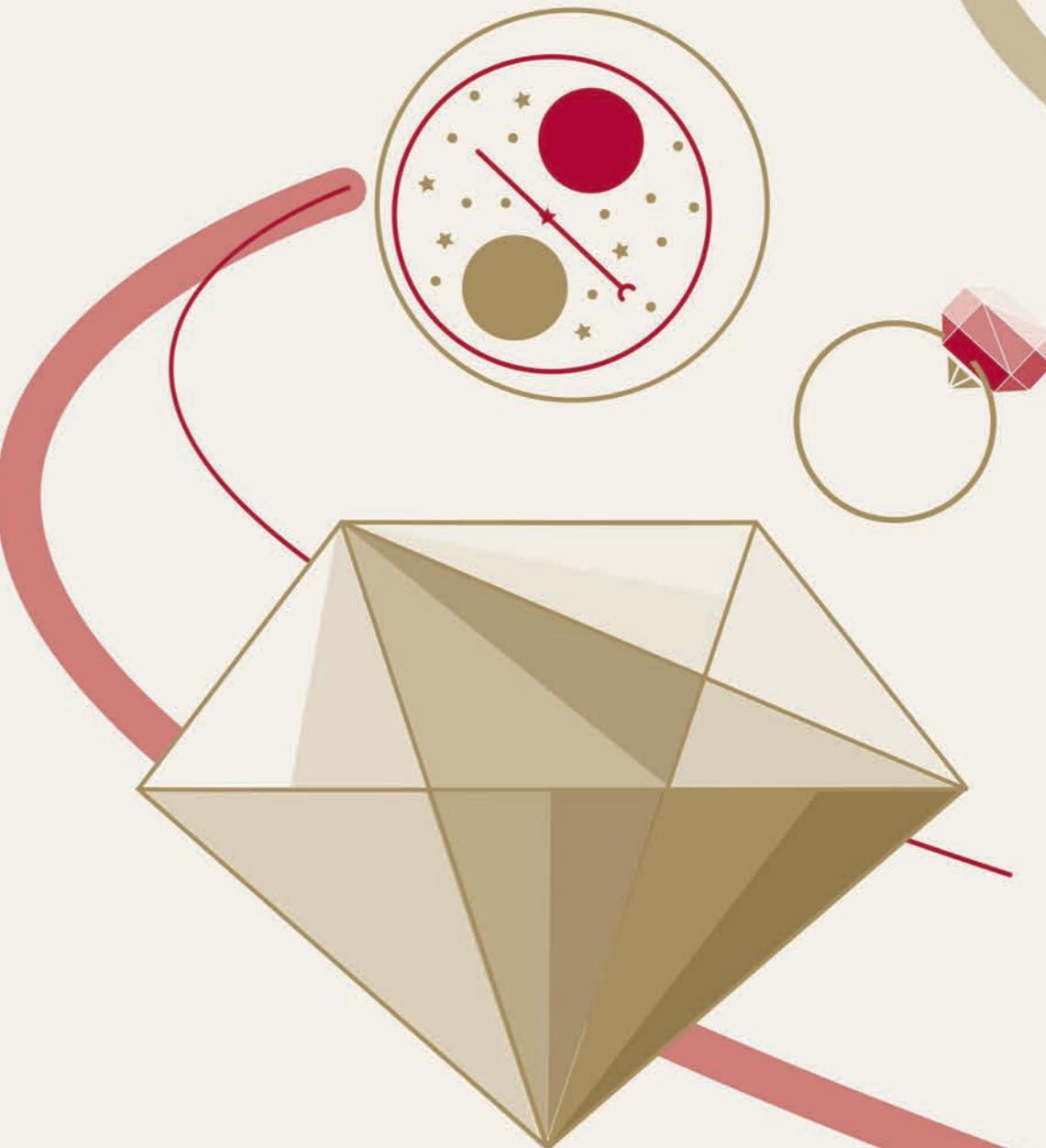
En este sentido, Ifema Madrid vive ahora un punto de inflexión, anticipándose a las exigencias del mercado digital con el desarrollo de plataformas propias que vienen a otorgar una enorme ventaja

madridjoya

En coincidencia con

intergift
bisutex

MOMAD



Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia.

03-06 Feb 2022
Recinto Ferial ifema.es

**IFEMA
MADRID**

Detallistas que suben el listón

© Petra Marín

Es agradable hallar profesionales, en uno u otro ámbito del sector, que se lian la manta a la cabeza para hacer crecer su trayectoria o hacer realidad sus sueños. En este camino nos hemos encontrado con Carlos Bailín de Huesca que, tras 42 años en el sector, se halla en su quinta y última ubicación, esta vez de propiedad, haciendo también realidad el sueño de su hijo de 27 años. Seguimos con Javier Sánchez, especialista en servicio posventa de relojería, que, junto a su mujer, han dado vida a un nuevo espacio en Alzira, Valencia. Un negocio propio después de haber trabajado para las más importantes marcas. ♦

Carlos Bailín

© Petra Marín

Desde el 20 de septiembre pasado, cuando abrieron en Coso Bajo, 7, capital de Huesca, los Bailín se hallan especialmente satisfechos por este paso, ya con tienda en propiedad tras una trayectoria de cuatro ubicaciones distintas en su devenir en la ciudad. El espacio, antiguo establecimiento Lanau, ha sido totalmente renovado y respira un ambiente casi nórdico, dada su decoración en tonos blancos. Carlos Bailín explica que toda esta remodelación y el pilotaje de la tienda se la ha cedido a su hijo de 27 años, Dani Bailín, que tiene sabe bien cuál ha de ser el futuro de

la empresa familiar en el mundo de la joyería. Y da gusto oírles. Porque padre e hijo tienen muy claro su nicho de mercado. Y su objetivo: "Defender la palabra joyería, que la gente está tirando por los suelos. Oro blanco y diamantes y relojería de alta gama, esa es nuestra opción" defiende Carlos Bailín, que no tiene nada en contra de otros productos, pero sabe a lo que quieren dedicarse en familia. Carlos recuerda con cierta añoranza "cuando los joyeros teníamos un prestigio y clientes con cara y ojos". Esta misma sensación ha heredado su hijo que ahora se prepara para viajar a VicenzaOro, un referente del mundo joyero. ♦

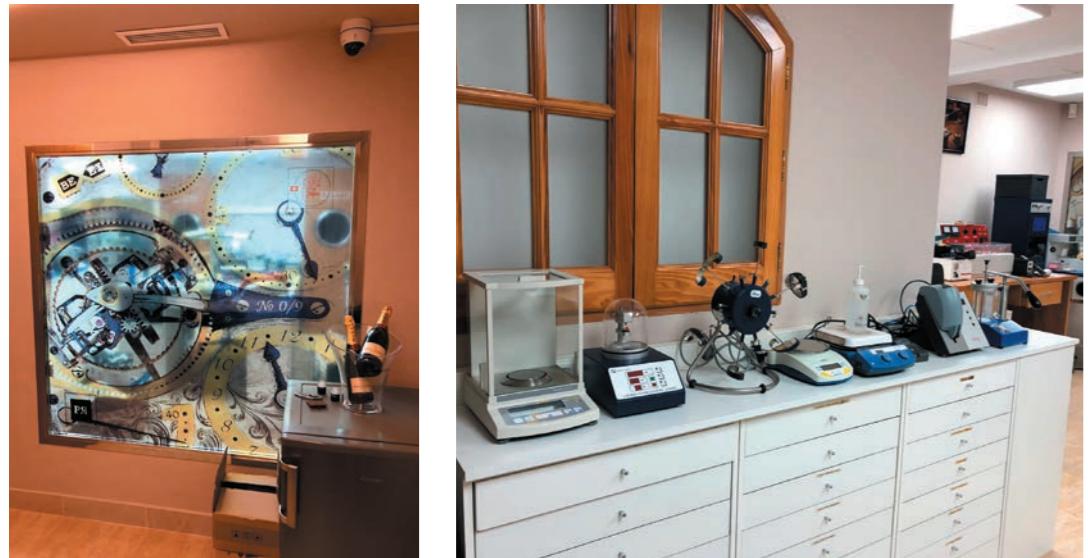


Eternia

© Petra Marín

Eternia está ubicada en Alzira, Valencia. Un total de 180 metros cuadrados en Avda. Sucro, 7, que Javier Sánchez y su mujer, Sonia Ahulló, han remodelado al 100% con mimo. El nombre de marca responde a lo que ellos consideran este sector, uno de los pocos capaces de ofrecer eternidad. "Significa el compromiso que tome una persona en un regalo, algo duradero... Por ello, estamos especializados en la brillantería con diamantes importados desde Amberes y los más rigurosos proveedores, sometiendo en muchas ocasiones las piedras a la

verificación de hasta tres gemólogos independientes con el fin de unificar criterios", explica Javier. Pero su "plato fuerte" lo constituye el servicio posventa en relojería de alta gama "dada la experiencia en el sector de más de 20 años, habiendo trabajado para las mejores firmas relojeras". Y es que Javier Sánchez es todo un referente en su especialidad en la comunidad valenciana, ya que ha desarrollado su labor por cuenta ajena como responsable del servicio técnico. Ahora esta es su primera incursión en el mundo empresarial "y la firma la hemos empezado desde cero". ¡Mucha, mucha suerte! ♦



Los Yanes celebran sus 160 años

© Petra Marín

De izda. a dcha., Jesús Yanes y Marian López Bravo, Marian Yanes, Marta García y Juan Yanes, la alcaldesa de Toledo Milagros Tolón, Manuela Yanes y Jesús Yanes, el rector de la Universidad de Castilla-La Mancha José Julian Garde, Cristina Yanes y José Luis Santos, Ana Corbalán y Luis Yanes. Una imagen casi de familia para celebrar la exposición de la colección "Ars Amandi" de Jesús Yanes en Toledo. Fue auspiciada por la Universidad de Castilla-La Mancha y tuvo lugar en su campus, concretamente en la bella iglesia de San Pedro Mártir de Toledo. A su inauguración, el 16 de noviembre, asistieron 200 invitados, y la muestra estuvo vigente hasta el 20 de noviembre. Se ha dado la coincidencia de los 160 años de esta conocida estirpe de joyeros y han tenido a la capital toledana y a su provincia, origen de la familia, como gustosa anfitriona. ♦



Durán navideño



En la imagen, Juan M. Albaracín con Ester Serafín y Margarita Sánchez de la ITA, Italian Trade Agency, con la que esta colaborando Durán Joyeros para la promoción de Italia en España.

DANIEL WELLINGTON

QUADRO

A NEW ANGLE ON A CLASSIC

WORN BY TINA KUNAEY

Diffusione Orologi srl - Phone: +34 911235358 E-mail: infodw@diffusioneorologi.it

Lo último a saber de las ferias en Europa

© Petra Marín

El mundo ferial europeo finaliza este mes con la cumbre internacional organizada en Arezzo. Estrena 2022 Italia con VicenzaOro, del 21 al 26 de enero. Siguen en febrero MadridJoya en España, y en Alemania Ambiente e Inhorgenta, que han decidido dividir entre Frankfurt y Munich a los operadores del sector en similares fechas, ya que la última encaja entre el 11 y el 14 de febrero. Homi Fashion & Jewels tendrá lugar en Milán del 18 al 21 de febrero y Baselworld se retira del tablero comercial.♦

Cumbre del 'Made in Italy' en Arezzo



A falta de un Gold/Italy que no ha podido ser, Italian Exhibition Group (IEG) ha organizado una cumbre para el "Made in Italy" de la joyería que se celebrará en la misma localidad de Arezzo, Italia, el 14 de diciembre, en colaboración con el Ayuntamiento, la Cámara de Comercio de Arezzo-Siena Fiere e Congressi, y a la que asistirán representantes del Italian Jewelry System.♦

Ambiente, ocupación hasta el 87%



Con más de 2.400 expositores de 74 países confirmados, Ambiente vuelve del 11 al 15 de febrero de 2022. La amplia gama de productos de estilo de vida, entre los que se encuentran la joyería y bisutería, se extenderá en los pabellones de Messe Frankfurt con mayor amplitud para garantizar las condiciones de higiene y seguridad, a lo que se suma el suministro de aire puro al 100%. La venta de entradas es por línea y el comprobante de vacunación vigente, obligatorio.♦

A la espera de esa gran VicenzaOro



Italian Exhibition Group (IEG) ha sumado todos sus esfuerzos y a ellos se suma los de la industria internacional, incluyendo a España. Volvemos a la cita de Vicenza, "Un solo lugar, un solo momento para todo el sector del oro y la joyería", entre el 21 y 26 de enero de 2022. Con ella, T.Gold, destinada a la maquinaria, y VO Vintage (22 al 24 de enero). Se espera que VicenzaOro convoque a su vez a todo la cadena de suministro en una nueva edición que estimule el negocio para todo el año.♦

Baselworld, el fallido reinicio



Dicen que necesitan más tiempo, por tanto no habrá Baselworld en 2022. Programada esta cita previamente para la primavera, queda estancada, entre otras razones, ya no se trata del COVID-19, la industria se aleja hacia otras propuestas como los Geneva Watch Days, y Grupo Richemont gana la partida por ahora. Quien era su actual director general, Michel Loris-Melikoff, es ya un ex.♦

**ORO
BASE**

Fornituras de Joyería, S.A.

¡Brindemos juntos por un excelente 2022!

Que nos traiga salud, buenas emociones y prosperidad en los negocios



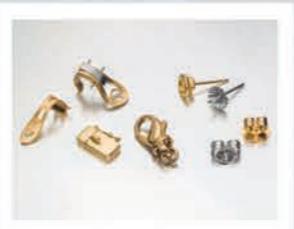
SOLICÍTELO



Gran surtido de cadenas, miles de fornituras y componentes con servicio inmediato 24 h. Innovamos y evolucionamos a su lado para hacer realidad sus mejores creaciones



FORNITURAS
ORO



FORNITURAS DE
PRECISIÓN



CASQUILLAS Y GALERÍAS
DE ORO



FORNITURAS DE
PLATA



FORNITURAS DE
GOLD FILLED



OTRAS FORNITURAS Y
MATERIAS PRIMAS

Todo lo que necesita, siempre cerca de Usted

www.OROBASE.ES

Delegación Andalucía
Ángel Luque
T. 607 505 606

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

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

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

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

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

Grand Prix d'Horlogerie de Genève

Los mejores "cuentatiempos" de 2021



Imagen general de los representantes de las marcas ganadoras junto a miembros del jurado

© Petra Marín

¿Qué sería de los "finde" año sin esta ceremonia que poéticamente nos alinea con los astros de la alta relojería? El 4 de noviembre pasado se dieron a conocer los premiados en esta prestigiosa convocatoria que constituye el Grand Prix d'Horlogerie de Genève. Se cumplían 20 años del

conocido como GPHG, y la fiesta estuvo a la altura, tras una Suiza más relajada -como otros países del mundo- en la cuestión pandémica. Presentado por Edouard Baer, elevó honróa la excelencia relojera al entregar los 19 premios tan codiciados por las "maisons" relojeras. En realidad, 18 relojes, porque el último se refiere a un Special Jury Prize que este año

ha cumplido 20 años del nacimiento de estos galardones

ha recaído en Dubai Watch Week. Un guiño de la relojería suiza a los ya consolidados "emergentes mercados". Aquí se presentan los mejores "cuentatiempos" de 2021. Cómo no empezar por el Gran Premio "Aiguille d'Or" que este año recaió en Bvlgari por el Octo Finissimo. Las marcas Audemars Piguet, Bernhard Lederer, Chopard, Chris-

tiaan Van Der Klaauw, CIGA Design, De Bethune, Furlan Marri, Grand Seiko, Louis Vuitton, MB&F, Piaget, Tudor, Van Cleef & Arpels y Zenith también fueron destacadas, tanto por el jurado como por la GPHG Academy en relación a la calidad de sus creaciones en varias categorías. De hecho, repitieron este presencia en el palmarés MB&F, Louis Vuitton y Piaget. Octuvo el Premio especial del jurado, que reconoce a una personalidad o una institución influyente en el panorama de la relojería, la Dubai Watch Week. Los relojes nominados en este 2021, entre ellos los 18 premiados, se expusieron en el Museo Rath en Ginebra hasta el 14 de noviembre de 2021. Con motivo de su 20º aniversario, la GPHG también invitó descubrir, dentro de dicho contexto, los 20 relojes que ganaron el "Aiguille d'Or" entre 2001 y 2020. Los relojes galardonados este 2021 también estuvieron presentes en la Dubai Watch Week, del 24 al 28 de noviembre, y en este mes en curso en París, del 2 al 5 de diciembre.♦

Contraste recomienda



Ver los videos de todos los galardonados en la página oficial de GPHG.

GPHG: Lista de premios 2021

Gran Premio "Aiguille d'Or"



Bulgari, Octo Finissimo

Premio al reloj femenino



Piaget, Limelight Gala Precious Rainbow

Premio al reloj de complicación femenino



Van Cleef & Arpels, Lady Féerie Watch

Premio al reloj masculino



Grand Seiko, Hi-Beat 36000 80 Hours Caliber 9SA5

Premio al reloj de complicación masculino



MB&F, LMX Titanium

Premio al reloj icónico



Audemars Piguet, Royal Oak "Jumbo" Extra-Thin

Premio Tourbillon Watch



De Bethune, DB Kind of Two Tourbillon

Premio al reloj de calendario y astronomía



Christiaan Van Der Klaauw, CV DK Planetarium Eise Eisinga

Premio al reloj de excepción mecánica



Piaget, Altiplano Ultimate Automatic

Premio al reloj cronógrafo



Zenith, Chronomaster Sport

Premio al reloj de buceo



Louis Vuitton, Tambour Street Diver Skyline Blue

Premio al reloj joya



Chopard, Flower Power

Premio al reloj de artesanía



MB&F, LM SE Eddy Jaquet "Around the World in Eighty Days"

Premio "Petite Aiguille"



Tudor, Black Bay Ceramic

Premio Challenge Watch



CIGA Design, Blue Planet

Premio a la innovación



Bernhard Lederer, Central Impulse Chronometer

Un evento que ha crecido en este siglo

El Gran Premio de la Relojería de Ginebra fue ceado en 2001 y desde 2011 se halla supervisado por una fundación reconocida como organización de interés público. Dicen sus organizadores que "el Grand Prix d'Horlogerie de Gineve (GPHG) ha perseguido durante 20 años la misión de celebrar y promover el arte de la relojería en todo el mundo". Para ello cuenta con el apoyo de socios públicos y privados, en particular su socio principal, FGP Global Properties Swiss & Alps. El desarrollo de las nominaciones corre a cargo de la Academia GPHG que reúne a los principales actores de la industria basándose en crite-

rios de neutralidad, independencia y universalidad. En una primera ronda se escogen 84 nominados entre todos los relojes inscritos, y en una segunda a los premiados del año. Todos los miembros de la institución participan en la primera votación, en la última una selección de 30 reunidos a puerta cerrada con notario y el resto de la academia por plataforma segura. La ceremonia de entrega de premios en este 20 aniversario ha tenido lugar en el Théâtre du Léman de Ginebra, a la que asistieron, como ha sido común, excepto durante la pandemia, representantes de la gran familia relojera. Este 2021 ha contado con una audiencia de más de 1.500 personas.

ANPRE celebra su octava asamblea en Madrid

El encuentro anual tuvo lugar en el Hotel Sancho el 6 y 7 de noviembre



El domingo hubo una presentación de productos Boley



El sábado se realizó un curso de formación con Comercial Kirman

© Petra Marín

La Asociación Nacional Profesional de Relojeros Reparadores (ANPRE) volvió a reunirse una vez más encarando esta última cita general nueve años después de su nacimiento por la dignificación del oficio de relojero. De carácter ordinario y extraordinario, la asamblea nombró nueva junta directiva y el encuentro contó con la colaboración formativa de Comercial Kirman.

ANPRE, la Asociación Nacional Profesional de Relojeros Reparadores, celebró su octava asamblea el 6 y 7 de noviembre en el Hotel Sancho, ubicado en la capital española. El encuentro comenzó el sábado con un almuerzo a las 14:00 h, seguido, a las 16:30 h, por un curso sobre máquinas láser tan en boga actualmente contando con la colaboración de Comercial Kirman.

La asamblea propiamente dicha, con carácter ordinario y extraordinario, tuvo lugar el domingo día 7 por la mañana. Antes de comenzar se presentó una selección de herramientas para relojería de Boley así como los catálogos de dicha empresa con las novedades en el sector. A las 10.00 se dio comienzo a la asamblea ordinaria, durante la cual se leyó, para su aprobación, el acta de la asamblea anterior, quedando aprobada.

Certificación Profesional en Relojería

El vocal de comunicación hasta la fecha, Antonio J. Luis Hernández, presentó un informe sobre la Certificación Profesional en Relojería, comentando las distintas reuniones a nivel de directiva con el Centro Albayzin de Granada y la Escuela de Joyería de Córdoba ambos centros de referencia PEAC (Procedimiento de Evaluación y Acreditación de Competencias). "En dichas reuniones -explica Antonio- se ha creado el germen de futuras colaboraciones de ANPRE con dichos centros para agilizar dicha certificación".

La nueva junta directiva



De izda. a dcha., Antonio Bravo, secretario; Enrique Jordán Pemán, vocal de Comunicación; Manuel Díaz Muñoz, presidente; José Manuel Tirado Ortega, vicepresidente, y Carlos Nicolás Bastida, tesorero.



Contraste recomienda



Seguir en YouTube sus interesantes contenidos



Breves Consecuencias del II Congreso

En una interesante entrevista publicada en nuestra web Óscar Rodríguez, vicepresidente de la Confederación de Joyería de España, valora muy positivamente la realización del II Congreso Nacional de Joyería en Córdoba, los retos que ha planteado y que ahora ha de analizar el sector.♦



Contraste recomienda



Ler la entrevista publicada en www.grupoduplex.com

La cita se aprovechó además para aprender

◆◆◆
Acordaron un futuro examen para recibir a nuevos socios

Otro punto interesante y debatido fue la propuesta de la directiva de que ANPRE se haga socio colaborador de la emblemática escuela suiza de relojería Wostep, quedando aprobado.

Seguidamente se abordó el punto referente a cómo obtendría un nuevo socio la certificación de ANPRE. Aquí hubo un amplio debate, informa la asociación, "ya que desde la directiva se propuso hacer un examen al futuro socio para saber su nivel de profesionalidad, dado que esto afianzaría mucho más el sello de calidad de ANPRE y la confianza de todos los clientes en nuestros asociados". Finalmente se acordó crear un protocolo de examen para unificar criterios y una vez hecho y consensuado se aplicaría.♦

La plata trazable a debate



Seguidamente se procedió a la votación de nueva directiva, la cual se aprobó nombrando nuevo presidente y vicepresidente, secretario, tesorero y vocal de comunicación (ver recuadro).

Al cierre de la asamblea se procedió, por el nuevo presidente Manuel Díaz a la entrega de una placa a los directivos salientes, Guillermo Domínguez y Antonio J. Luis Hernández, agradeciéndoles, en nombre de ANPRE, la labor y dedicación desinteresada a esta asociación.♦

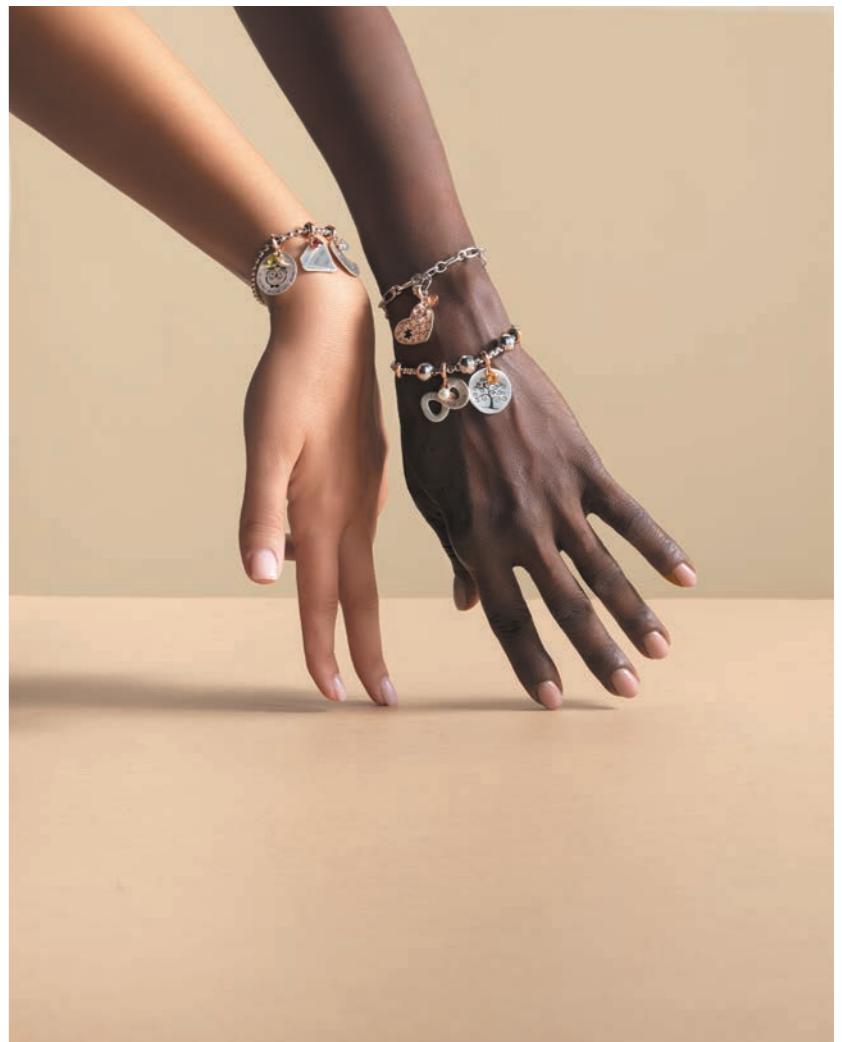
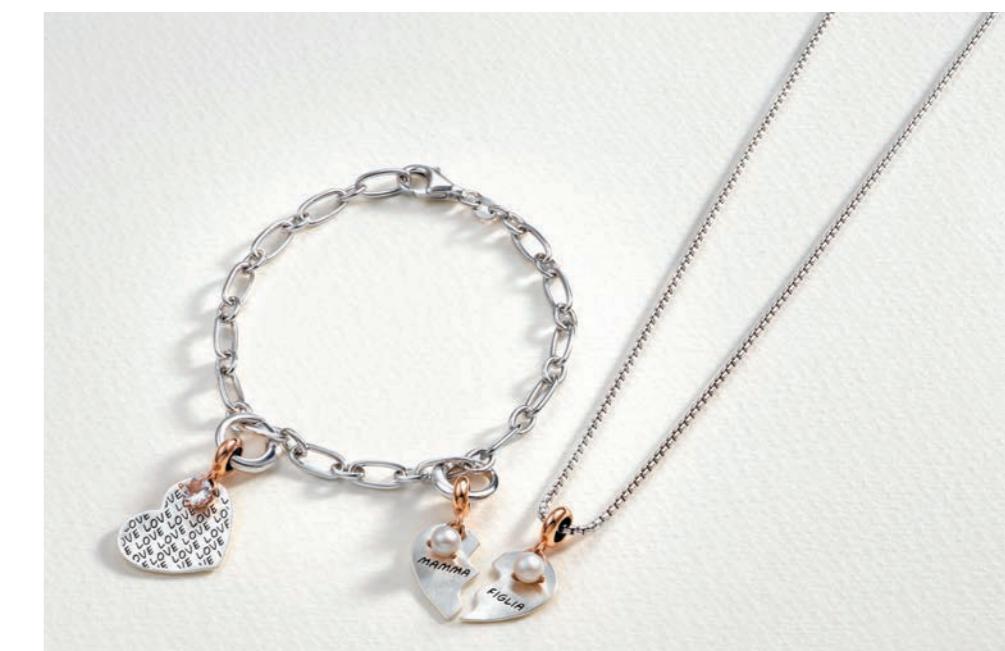
Contraste recomienda



Seguir en YouTube sus interesantes contenidos

Rerum llega a España

Un concepto innovador para memorizar en plata las múltiples emociones de nuestra existencia



Rerum nace en Italia en septiembre del año 2020 gracias a una empresa con más de 20 años de experiencia en el sector de la joyería y relojería.

Rerum celebra las múltiples facetas del alma humana con una serie de colgantes de plata, que marcan las emociones de nuestra existencia.

Toda la colección Rerum vive en armonía con la naturaleza y está realizada en plata de ley de 925 milésimas, piedras naturales y perla cultivada.

Tales gema pertenecen al mundo de la joyería y han embellecido a lo largo de los siglos las joyas más bellas de todas las edades. Cada gema es única, no hay dos iguales, en esto radica toda su originalidad.

La colección se declina en ocho familias que hacen referencia a emociones, sentimientos, situaciones, creencias... Todas ellas relacionadas con el día a día de todos nosotros.

Las gemas empleadas son todas naturales, acompañando a la plata, como amatistas, ónices, topacios azules, peridotos, citrinos, cristales y granates, a los que se suman las perlas.

La colección Rerum, está compuesta por 123 charms de plata (39€ de PVP), cuatro modelos de pulseras en plata, cuatro collares en plata, cuatro pulseras en cuero, cuatro collares en cuero, un anillo, un pendiente, 11 beads, dos cierres y un modelo de stopper.

Se pueden, además, colgar en el bolso, el móvil, las llaves, en infinidad de sitios creando un concepto de joyería totalmente diferente de lo que conocemos.

También hay pequeños detalles los cuales llevan un baño de oro de 18 kt.

En resumen, un concepto moderno, actual, que hará que no pasemos desapercibidos al lucirlas.♦

Las ocho familias de la marca

• AMISTAD • PASIÓN • NATURALEZA • MOMENTOS • FAMILIA • AMOR • DIVINIDAD • PROPÓSITOS

RTD - Rolau Time Distribuidora - Roberto Gallegos
Tel.: 636 455 732
IG: @rtd_rerum_spain
E-mail: rtd16.roberto@gmail.com

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



Pedro Pérez



**Debemos
encarar la
situación
con coraje y
heroísmo**

Estamos ante una nueva revolución tecnológica-digital. Toda la era industrial pre-pandemia se desvanece y abre un camino para la digitalización, nuevas tecnologías y, sobre todo, un abanico de descubrimientos científicos. En este contexto, el que se refugia en el pasado se queda absoleto y tiene el fin a sus puertas.

Todos los avances en automatización trajeron el aumento de productividad a los países avanzados. Los robots con inteligencia artificial están favoreciendo a los países de Occidente de donde salieron. Las fábricas con miles de obreros dejan de ser rentables. Es evidente que caminamos hacia otro mundo hasta ahora desconocido.

Los robots trabajan 24 horas seguidas los 365 días del año, no se ponen enfermos, no tienen bajas, no protestan. No hacen huelgas, su salario está fijado sin variaciones... y son capaces de fabricar productos de alta calidad a costes bajísimos.

Si observamos los centros de producción modernos, vemos que no necesitas grandes cantidades de personal, si no un "número" o número limitado de profesionales a modo de controladores. Mantengamos encendida la llama de la esperanza y perseverancia. Y sigamos las señales puestas en nuestro camino. ¡Les deseó a todos, estimados lectores, un nuevo 2022 en el que, con valentía e ilusión, crezcamos tanto en lo personal como profesional!♦

La producible volverá a los países de origen donde se consuma, y de un modo paulatino. Las fábricas se fueron a Asia en busca de sueldos bajos y ahora regresarán a Europa y a Estados Unidos. Esta vuelta a casa traerá consigo una mejor y rápida respuesta a los consumidores actuales.

Los avances digitales nos están abriendo la puerta a un mundo en el que los datos y su uso son producto y servicio al mismo tiempo, y con su aprovechamiento podemos medir todo en todos los segmentos de las empresas. El COVID-19 logró acelerar todo y nos ha demostrado de lo que somos capaces.

Las tensiones actuales entre Estados Unidos y China se añaden al cóctel de factores para modificar la especialización productiva de los países más avanzados del mundo occidental.

Ya nada es ni volverá a ser igual al viejo mundo pre-pandemia. Ante nosotros se abre una nueva era llena de oportunidades siempre que estemos atentos y que las sepamos aprovechar. Si amamos cada profesión, está transformada y la luz disipa las tinieblas, volverá a brillar. Deberemos encarar esta situación con heroísmo, resignación y coraje. Debemos cambiar la pena y el resentimiento por comprensión y entendimiento. No luchamos contra nadie, solo con nosotros mismos. Y si te vences a ti mismo vencerás al mundo.

Mantengamos encendida la llama de la esperanza y perseverancia. Y sigamos las señales puestas en nuestro camino. ¡Les deseó a todos, estimados lectores, un nuevo 2022 en el que, con valentía e ilusión, crezcamos tanto en lo personal como profesional!♦

Por los años compartidos, hasta esa difícil entrada en la década de los 20, por este 2021 que se nos va... Y por los años que nos quedan por compartir

El equipo de Grupo Duplex



OROYHORA

Mundo Técnico Desde 1949

Número 181

Pág 02 Los proyectos de
Progold Trade España

Pág 04

El oro continúa en
tendencia alcista

Pág 05

Soluciones digitales
para alta de clientes

"The Golden Thread" del World Gold Council

Ya está disponible en línea la serie del WGC que rastrea el impacto del oro en la humanidad



All episodes
available now

© Petra Marín

El World Gold Council (WGC) ha lanzado una serie de cinco documentales titulada "The Golden Thread" y que puede seguirse en línea. En ella se rastrea el impacto del oro en el pasado, presente y futuro de la humanidad. La doctora Hannah Fry presenta los capítulos en los que se recogen los comentarios de expertos de renombre internacional.

Un total de cinco documentales para narrar la apasionante trayectoria del oro, su presente y las expectativas futuras. Así se ha volcado el Consejo Mundial del Oro en el metal más codiciado del mundo. Bajo los títulos "La próxima frontera", "Desbloqueando lo extraordinario", "Haciendo significado", "Transformando la vida"

y "La chispa" se va desgranando lo que el oro hizo, hace y hará en nuestras vidas, a veces cosas ignoradas por muchos de nosotros. Como una imagen vale más que mil palabras, invitamos a adentrarse en una de las últimas acciones del World Gold Council acerca de este metal, que es su razón de existencia y labor diaria. De hecho, como se declara en sus principios, es la organización de desarrollo de mercado para la industria del oro. "Nuestro propósito es estimular y mantener la demanda de oro, proporcionar liderazgo en la industria y ser la autoridad mundial en su mercado". Bajo las premisas de la consistencia de su valor y el hecho de ser un activo muy líquido pero escaso, un refugio seguro en tiempos inciertos, un diversificador de riesgos no correlacionado y,

Mundo Técnico Oro y
Hora recomienda



Ver por Internet los cinco capítulos
que componen esta serie de
documentales del WGC

e-Kirman

Con más de 40 años de experiencia
en el sector, disponemos de **todas las
herramientas** necesarias para el taller
del relojero y taller del joyero, superando
los 12.000 productos: Correas de
reloj, máquinas láser, fornitura de
joyería, consumibles, baterías, fornitura
de relojería, herramientas, y mucho
más...



Los proyectos de Progold Trade España para 2022

Inician la comercialización de productos galvánicos, incorporan nuevas aleaciones y participarán en VicenzaOro y MadridJoya



De izda. a dcha., Pedro Molleja y José Dávila, en la pasada edición de MadridJoya, en febrero vuelven al salón

© Petra Marín

Progold Trade España arranca el nuevo año con muchos proyectos, como así relatan sus responsables José Dávila y Pedro Molleja. Los profesionales los encontrarán como responsables de la red de ventas de Progold para nuestro país tanto en Vi-

cenzaOro (21-26 de enero de 2022) como en MadridJoya, del 3 al 6 de febrero próximo. En estos salones presentarán importantes novedades, entre ellas las derivadas de la fusión entre Progold y Blucad, ya que "en los primeros meses de 2022 iniciaremos a comercializar los productos galvánicos de esta última compañía", nos cuentan

los responsables de Progold para España.

La fusión con Blucad

Progold SpA, fabricantes de aleaciones para joyería y platería, soldadura en pasta y fabricación aditiva para el sector de la alta joyería, y Blucad SpA, empresa italiana dedicada a la galvánica para el mercado de la moda y

el sector del lujo, han firmado un acuerdo para fusionar sus actividades comerciales, lo que dará lugar a la creación de una plataforma integrada al servicio de las marcas más importantes del sector del lujo y la joyería.

Esta integración fomentará las sinergias comerciales y operativas, el intercambio de conocimientos adquiridos a lo largo de los años de experiencia de las dos empresas y una innovación aún mayor, lo que conducirá a la consolidación de posiciones de liderazgo de mercado en sus segmentos.

"Aunque operamos en diferentes sectores del mercado del lujo -explica Pedro Molleja-, nuestras empresas son perfectamente complementarias, y la integración entre ambas conducirá sin duda a la creación de un actor global y un punto de referencia también en el sector de componentes para aleaciones de alto nivel y/o aleaciones".

Nuevas aleaciones y soldaduras en pasta

Progold Trade España también incorpora la comercialización en España de nue-

vas aleaciones para plata de reciente creación como son LUX180 (plata aleada desoxida específica para la microfusión) y GENIA224 (plata aleada certificada CoC y que cumple con la normativa ISO 14021 donde el 100% del metal empleado procede de materias primas recicladas).

Otra de las novedades es

BLANK500, metal en ley de 18 kt para oro blanco, sin níquel y sin paladio. Se trata de un producto de conformidad total con las normativas vigentes, de máxima seguridad al no contener nada de níquel, y ahorro económico al no contener nada de paladio. Esta aleación también está certificada por la RJC con código CoC, empleando para su fabricación metal reciclado conforme a la normativa ISO14021.

Y finalmente las novedosas soldaduras en pasta, como el caso de XBRAZ220, soldadura en pasta para platino, o XBRAZ214, soldadura en pasta para plata con bajo punto de fusión. A ellas se añade XBRAZ221, con un muy bajo punto de fusión para plata, pudiendo ser empleada en piezas de electroformig.

Compromiso con la sostenibilidad



El compromiso de Progold con las buenas prácticas sociales y medioambientales se halla en su mismo ADN.

La compañía es miembro certificado del Responsible Jewelry Council (RJC) y todos sus productos, así como el metal empleado para sus soldaduras en pasta cumplen con la CoC (Cadena de Custodia), tanto en lo que se refiere al oro como a la plata. Grandes pasos en la responsabilidad social y en la transparencia que redundan por un sector mucho más sostenible.

“Los riesgos del láser y su prevención”, un informe de Gravotech



Gravotech ha publicado un informe sobre los riesgos del láser y su prevención. El objetivo de este documento técnico en formato e-book es concienciar a las personas que utilizan habitual u ocasionalmente un equipo láser. En él se detallan los riesgos asociados al uso de láseres y cómo se pueden prevenir.

El láser es una tecnología que se está popularizando en múltiples sectores por su versatilidad a la hora de grabar, marcar y cortar multitud de materiales. Son muchas las empresas que utilizan habitualmente máquinas láser para aplicaciones de personalización, identificación, rotulación, trazabilidad, fabricación, creatividad, etc.

Sin embargo, hay un amplio desconocimiento sobre los riesgos para la salud que implica el uso del láser y qué medidas hay que adoptar para proteger a los empleados y al entorno de trabajo. También sobre la normativa y recomendaciones que se deben cumplir en España.

Por ello, el equipo experto de Gravotech España ha elaborado un documento técnico que pretende dar respuestas concretas a actitudes, hábitos o negligencias en el uso de equipos láser que pueden provocar accidentes más o menos graves y cuál es la forma de evitarlos.

Estos son algunos de los puntos que se desarrollan en el informe:

- Fundamentos del láser.
- Radiación óptica.
- Cuáles son los riesgos del láser.
- Efectos en los ojos, en la piel o en el puesto de trabajo.
- Clasificación de los láseres.
- Medidas de seguridad.
- Qué no hay que hacer cuando se opera con un láser.
- Ejemplos de equipos láseres seguros.

Mundo Técnico Oro y Hora recomienda



En caso de tener o estar pensando en adquirir una máquina láser para grabado, marcaje o corte, descargar el informe para tomar las mejores decisiones para el negocio, los empleados y los clientes.



ESTUCHE DE 10 LINGOTES DE 1 GR SELLADO CON ETIQUETA DE SEGURIDAD

Los lingotes acuñados por Sempsa JP combinan belleza y seguridad. Sus líneas rectas y su impecable grabado muestran la alta calidad de fabricación y el cuidado por cada detalle.

Se trata de una de las elecciones más seguras y perdurables en el tiempo, siempre con una pureza 999,9.



Servidos en elegante caja de metacrilato, estos diez lingotes de 1 gramo son el **perfecto regalo para estas Navidades**. Un regalo atemporal que prevalece con el transcurrir del tiempo sin perder su significado ni su valor.

Puede hacer su pedido en: pedidos@sempsjp.com

Metales noviembre 2021

– Efemérides –
Cotización del oro y la plata

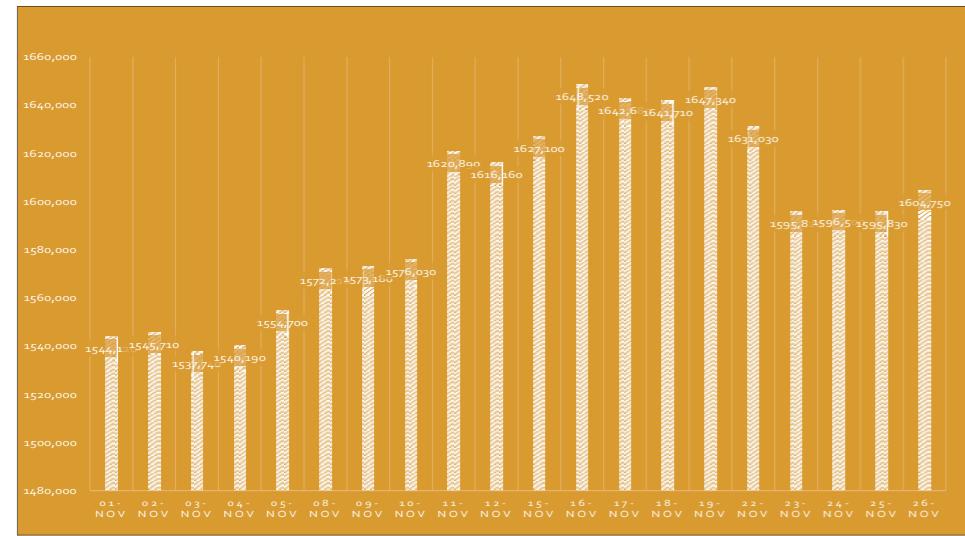
Años	Oro EUROS/G	Plata EUROS/KG
HACE 10 AÑOS: 30.11.2011	42,469	832,369
HACE 5 AÑOS: 30.11.2016	36,938	553,722
HACE 1 AÑO: 30.11.2020	48,967	653,560
HACE 1 MES: 31.10.2021	51,068	728,889

Momento inédito para la economía mundial

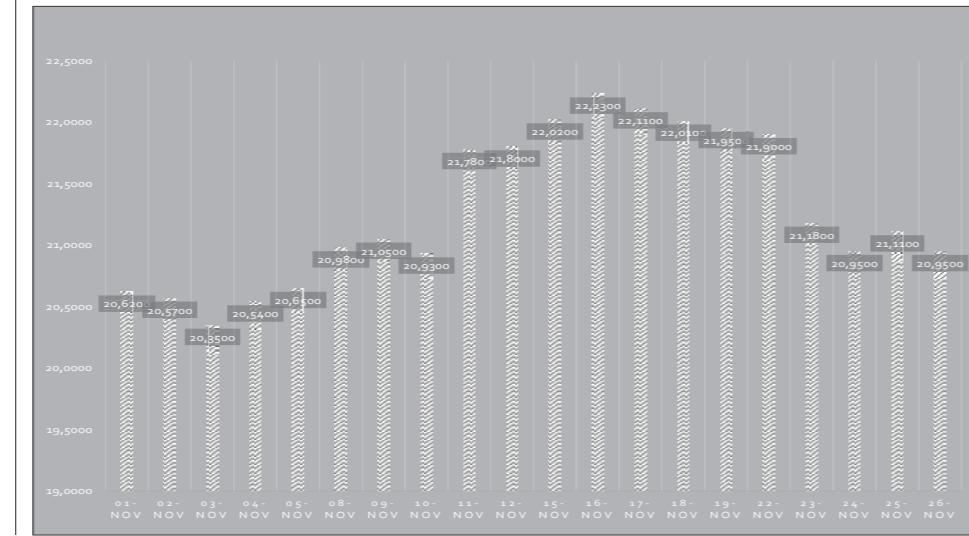
Un 3,3% se ha apreciado el oro en lo que llevamos de mes (hasta el 29 de noviembre). La plata, sin embargo, apenas subió un 0,4%. No obstante, las subidas de los precios de ambos metales fueron importantes hasta que Joe Biden anunció su apuesta por mantener a Jerome Powell al frente de la Reserva Federal en USA. Esto provocó bajas de precio (el oro retornó a estar por debajo de los 1.800\$/oz), pues los mercados de metales preciosos entienden que la FED seguirá con su plan de endurecer la política monetaria elevando los tipos de interés a lo largo de 2022. Esa supuesta retracción de la política monetaria en el país del dólar es presumible que vaya por detrás de la curva de inflación – desbocada en todos los países- y por ende los tipos de interés reales (tipos oficiales descontando la inflación) sigan siendo muy bajos. De ser así, la deuda soberana y el dólar no serán un contrincante de peso para el metal amarillo y muy probablemente siga manteniéndose en precios altos. Adicionalmente, la nueva variante del COVID-19, ómicron, vuelve a generar pánico generalizado, lo cual atenta contra cualquier activo de riesgo, desde las bolsas, pasando por el bitcoin e incluso afectando al oro, el cual volvió a sufrir bajas la semana pasada. Pero la inversión en lingotes o monedas de inversión sigue suponiendo un atractivo innegable para afrontar toda una serie de incógnitas.

SEMPSA JP
Heimler + Meule Group

Precio del oro en \$/onzas noviembre 2021



Precio de la plata en \$/onzas noviembre 2021



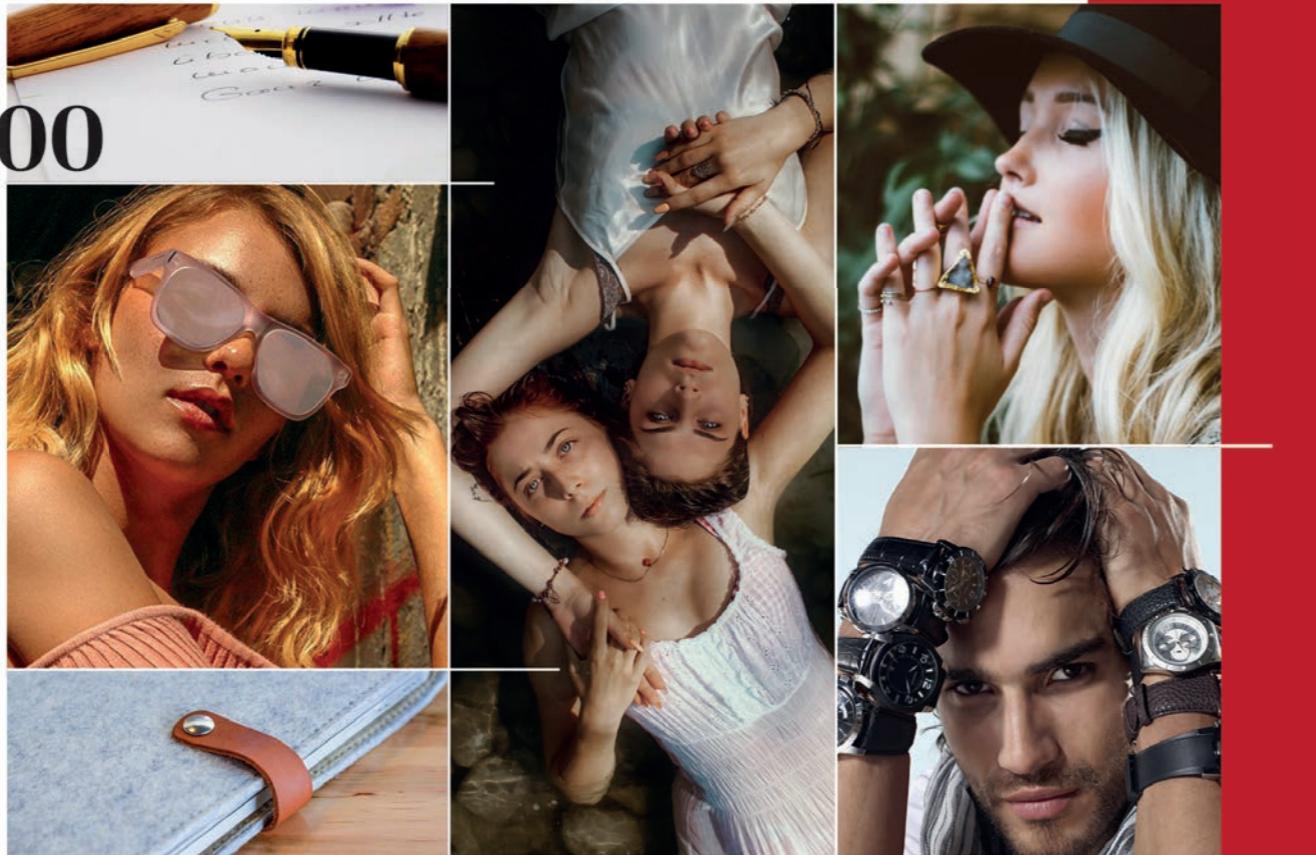
Compra todo tipo de productos para la venta en tu tienda

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

¿Más de 100.000 productos en tu tienda?

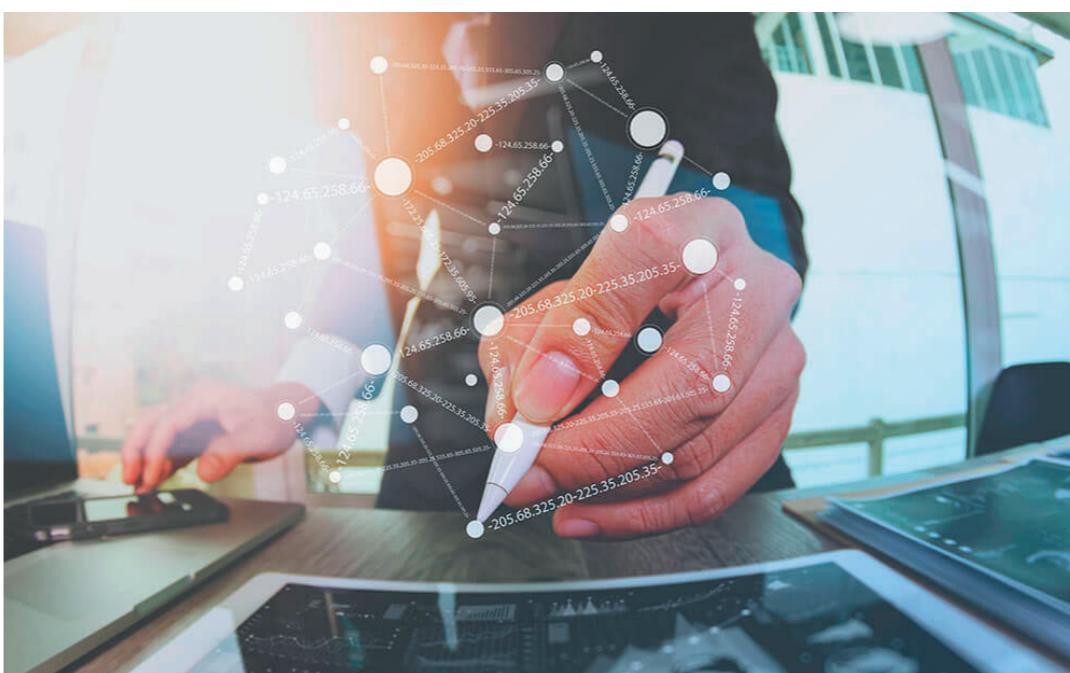
Este es un servicio sólo para profesionales del sector joyero, relojero y ópticas.

Regístrate de forma gratuita
gemarunb2b.com



GEMARUN
B2B

Soluciones digitales para alta de clientes (KYC y Sepblac)



Su rapidez y sencillez de uso permite ofrecer al consumidor una mejor experiencia de compra



La seguridad es una prioridad en el sector del lujo, también en los establecimientos de joyería

La seguridad en las empresas de *retail*, sobre todo comercios del sector lujo como joyerías, es siempre una prioridad. Muchos establecimientos están obligados a mantener un registro de sus clientes (KYC), sobre todo para evitar fraude documental o suplantación de identidad y cumplir con la prevención de blanqueo de capitales (normativa Sepblac).

Cuando el cliente realiza la compra, no quiere perder tiempo en registros, altas y papeleos, por eso es importante tener un sistema de identificación de personas, registro de clientes y firma de documentos ágil, seguro y digital.

Dotar a un establecimiento o joyería de soluciones digitales que permitan reducir ese tiempo de registro y ga-

rantizar la seguridad de sus clientes, es esencial. Por ello, es aconsejable realizar las siguientes preguntas:

- ¿Tiene que cumplir la normativa en prevención de blanqueo y KYC pero quiere ofrecer una buena experiencia a su cliente?
- ¿Busca digitalizar y mejorar el registro de sus clientes?

Las soluciones que ofrece Delta se adaptan al cumplimiento de la normativa vigente y a las necesidades de cada establecimiento. Son fáciles de instalar y manejar e integrables con el sistema informático del establecimiento.

Con Delta ID puede escanearse rápidamente un documento de identidad, volcando de manera automática y sin errores todos los datos, y además, con Delta Signature

se puede realizar una firma digital de documentos, ofreciendo una mejor atención y experiencia a los clientes.

Para más información:
<http://www.deltainformatica.es>
info@deltainformatica.es

Mundo Técnico
Oro y Hora recomienda



Entrar en la solución Delta ID, enfocada a la lectura y registro ágil, seguro y automático de documentos de identidad.



Cumple la normativa en prevención de blanqueo y KYC

Ofrece una excelente atención al cliente

Digitaliza y optimiza tu registro de clientes

www.deltainformatica.es

info@deltainformatica.es

+34 932 151 036

+34 910 888 125

36 marcas visten el FIN DE AÑO

© Petra Marín

Nochevieja nos implica en un momento especial. En ella despedimos el año que llega a su fin y brindamos por el que está por venir. Buscamos las mejores galas para ello. En ese contexto desde *Contraste* hemos propuesto a 36 marcas que nos vistieran el Fin de Año. Y lo han hecho aportando sus mejores apuestas y novedades para cerrar 2021 y abrir 2022



© Bijou Brigitte

viviendo y luciendo joyería y relojería. Ya sea practicando el arte del regalo o bien dándonos el gusto de sentirnos más elegantes que nunca, el sector se esfuerza porque, para ello, encontramos piezas cada vez más confortables. O sea, que lucir guapos sea un gusto. Estrellas, corazones, perlas y todo tipo de pedrería, desde el rey diamante hasta las circonitas, nos permiten dejar volar la imaginación sea cual sea la capacidad de nuestro bolsillo. Este año también se cuelan los *smartwatches* en las propuestas, sin olvidar los sentimentales automáticos. En cuestión de joyas, los eslabones continúan protagonistas, y en general, aunque el diseño de las piezas sea minimalista, no se privan de destellos especiales.♦



AMEN

Para las que quieran entrar el año cumpliendo la tradición de llevar algo rojo, Amen propone los cuernos de la buena fortuna en versión colgante y pulsera como la mejor forma de dar suerte.



BIZZOTTO GIOIELLI

Pulsera y pendientes de la nueva colección de Bizzotto Gioielli. En oro amarillo de 18 kt, llevan una terminación satinada y están engastados con diamantes que imitan el aspecto de las estrellas.



COSAR SILVER

Perlas y estrellas se entrelazan con la plata bañada en oro para augurarlos los mejores deseos en una noche tan especial como es la de Fin de Año. Piezas atemporales y siempre perfectas y elegantes.



FACET

Facet propone un espléndido collar en oro blanco con diamantes *navette*, de la colección de alta joyería Red Carpet. El diseño bailarina en el anillo resalta la esmeralda y los diamantes *taiper*.



DANIEL WELLINGTON

De Daniel Wellington hemos escogido un sofisticado reloj para mujer, el modelo Quadro, y el colgante unisex Elevation, equilibrado y muy personal. Toda una declaración de intenciones.



FESTINA

Cuando la feminidad y el glamour se unen, surge Mademoiselle de Festina. La colección oficial de Miss Francia que aportará un toque de sofisticación a cualquier look y ocasión.



GOLD&ROSES

Su colección Saudade, en oro rosa de 18 kt y diamantes talla brillante y lágrima, se inspira en los encantos de la ciudad de Lisboa y el estilo de sus mujeres, reflejando el espíritu melancólico de Portugal.



GUESS

Glamurosísima la colección Afterglow, en la que las circonitas se convierten en las principales protagonistas adornando las esferas y los brazaletes multilink de estas dos versiones.



© Vidal & Vidal

36 marcas visten el FIN DE AÑO

© Nomos



LES GEORGETTES

Los pendientes redondos de acabado dorado pertenecen a la colección Pure Precieuse y el brazalete a la colección Luminescence. Desde ambas se resalta lo cautivador del firmamento.



LOTUS

La colección Lotus Bliss está formada por relojes femeninos y elegantes para lucir en las ocasiones más especiales, pero también con los que aportarle un toque sofisticado al día a día.



LUXENTER

De la mano de Carmen Lomana nos quedamos con este conjunto en lila de la colección Sekete y bautizados como Nalin. Tonalidad pastel que siempre queda genial con un *little black dress*.



LECARRÉ

Reivindicando la versatilidad y maleabilidad del círculo, Le Carré nos propone el regalo perfecto para significar una fecha y unos sentimientos que perdurarán en el tiempo.



LISKA

Liska acaba el año innovando en su colección Liska Crystals, joyas de creación exquisita con cristales y las tan femeninas perlas.



LOTUS SILVER

Una colección para mujeres cosmopolitas, con alma romántica y con identidad propia. Detalles elegantes para el día y complementos con un toque de clase para las noches especiales.



LUZZ DIAMONDS

El oro amarillo y los diamantes siempre se reestrenan en esta temporada para reivindicar su excelencia en el mundo de la joyería. Nada hay igual a su preciada unión eterna.


www.nowley.com

[Instagram](#)

[YouTube](#)

[Facebook](#)

[Twitter](#)

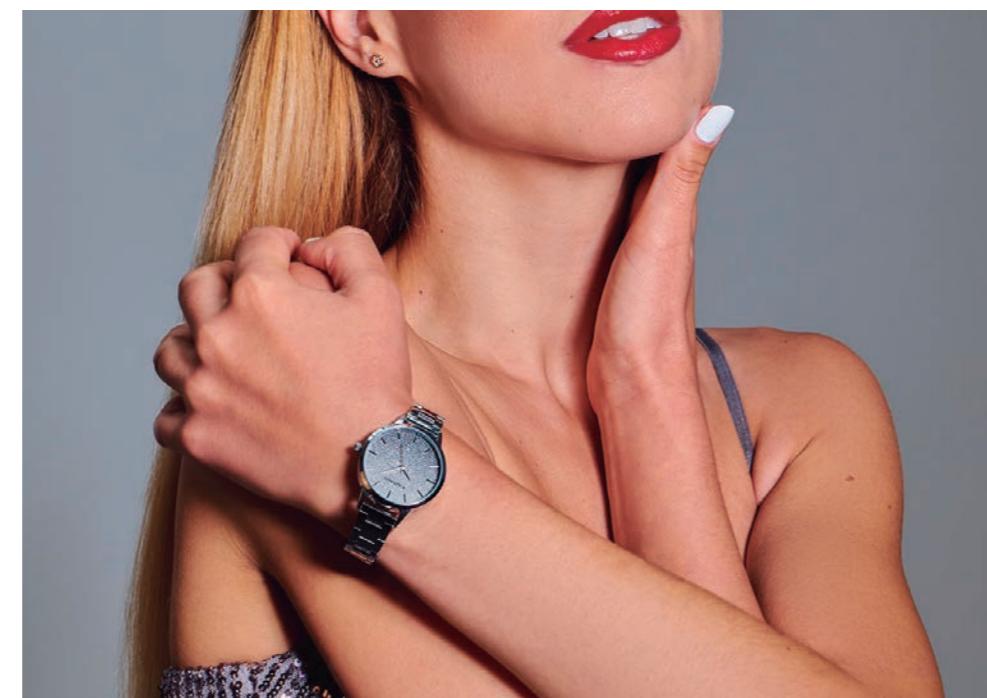
NOWLEY
Jewelry

Eternal Collection

INDUSTRIAL MARTÍ DE RELOJERÍA S.L. C / Pi, 12 · 08002 Barcelona · 93 412 2628

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

36 marcas visten el FIN DE AÑO



MAREA

Un conjunto ideal para lucir en estas fechas, una pulsera con cadena de eslabón y con estrellas, como las que adornan el reloj.



MER JEWELS

Desde el anillo en plata Tirreno con circonitas blancas, muy fácil de lucir, hasta los pendientes de plata, con detalles en circonita blanca 4A, muy elegantes y estilosos. Son un acierto seguro.



MIO DIAMONDS

Oro blanco, diamantes y perlas, la conjunción de la femineidad en unas piezas de estilo atemporal y calidad extraordinaria. Muy bellas estas piezas para lucir en los más elegantes eventos.



MORELLATO

Cadenas gurmete, corazones y piedras..., brillo, belleza y rotundidad para la mujer actual... Así quiere vestir Morellato las 12 campanadas que nos llevarán a un próximo año.



NOWLEY

Estos *smartwatches* de Talking Collection facilitan las tareas con el asistente de voz y la posibilidad de hacer y recibir llamadas, para dedicarse a aquello que de verdad importa en el 2022.



NECKMARINE

Nada hay como un buen reloj para estas navidades. Por ello Neckmarine ha lanzado dos versiones en cuarzo y una en automático y con un diseño espectacular para el regalo perfecto.



RADIANT

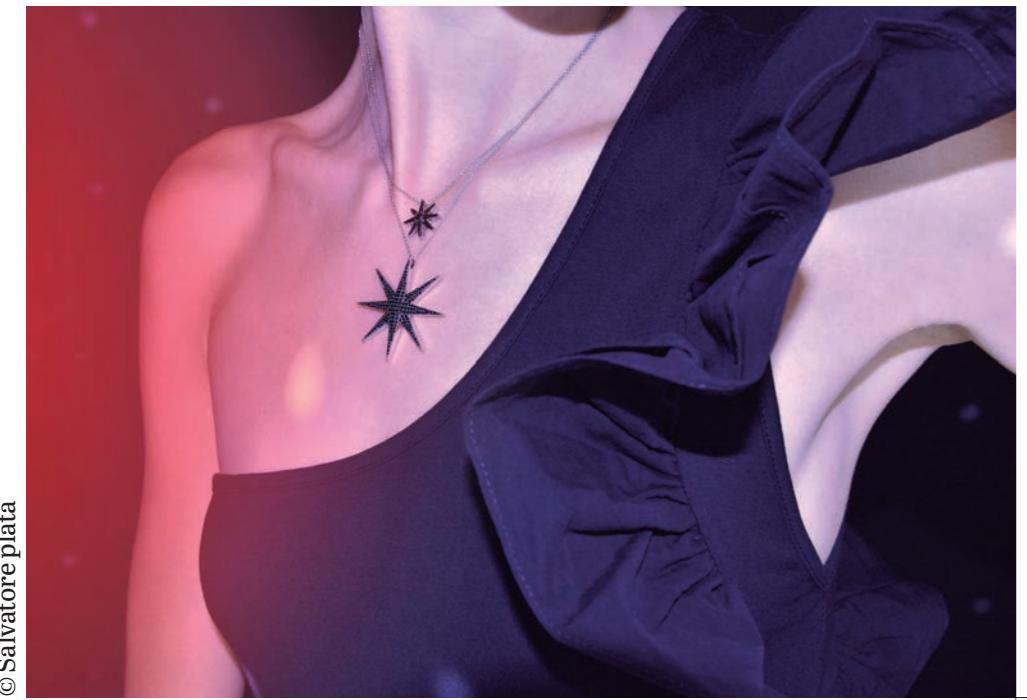
Este fin de año Radiant quiere realizar un especial homenaje a las mujeres que adquieren protagonismo en todas las facetas de la vida, tanto en el ámbito personal como en el social.

 **COSAR**
SILVER JEWELLERY

Feliz Navidad



36 marcas visten el FIN DE AÑO



© Salvatore plata



RUE DES MILLE

Alphabet, un brazalete que dice tu nombre, y una gargantilla plena de corazones y estrellas con el puro estilo Rue des Mille.



SEIKO

Dos de las cinco piezas de Seiko Sports Edición Limitada de One Piece inspiradas en Luffy, Zoro, Sanji, Law y Sabo, personajes del comic japonés, con un diseño muy street style.



SUNFIELD

La nueva colección Forest Dreams pone el acento en la conexión con la naturaleza combinando con armonía texturas y colores siempre con el carácter que define Sunfield.



TECHMADE

Techmade presenta su smartwatch Vision, mezclando elegancia y funcionalidad. Un complemento inteligente con pantalla grande y curva para mejorar la actividad.



TISENTOMILANO

Espectaculares, tanto el brazalete de cadena gruesa como el collar de serpiente con detalles de circonita verde y blanca.

SMARTY2.0 VOICE

EL PRIMER SMARTWATCH CON ALEXA EN TU MUÑECA

amazon alexa



PREGUNTA A ALEXA
Y LEE LA RESPUESTA DIRECTAMENTE
EN TU SMARTWATCH



LISTA
DE LA
COMPRA



ACCESO
AL
CRONÓMETRO



RECORDATORIO
CONSUMO
DE AGUA



CONTROL
LISTA
MUSICA



ENTRENAMIENTO
ACCESO
AL CARDIO
FRECUENCIÓMETRO



INFO



CONTROL
DE
OXÍGENO

Tone Watch

91 327 08 44 - tonewatch.com - web@tonewatch.com

36 marcas visten el FIN DE AÑO



US POLO

Pura elegancia masculina con este smartwatch y la pulsera de piel auténtica y acero que transmite a su vez un espíritu aventurero. Las dos piezas imprescindibles para el hombre de 2022.



© Victoria Cruz



VICEROY

Cronógrafo con bisel de aluminio gris, esfera azul y malla milanesa y reloj con bisel con circonitas.



VICEROY JEWELS

Conjunto de collar y pulsera tipo clip grueso con cierres de barra y lobster.



VICTORIA CRUZ

Formas firmes, de gran impacto y entidad ligera. Así es Capture Collection, con su nueva cadena de eslabones ovalados entrelazados que se ha ido erigiendo hasta convertirse en tendencia absoluta.

VICTORINOX

Vanguardista, luminoso, ligero, así es el reloj I.N.O.X. Carbon Mechanical que Victorinox selecciona para estas fechas. Está fabricado con un resistente compuesto de carbón.



VIDAL&VIDAL

Formas geométricas de esencia vintage en la segunda colección de joyas que ha diseñado la influencer María G de Jaime, Catalina. Madrid, ciudad, noche... Una celebración de buen gusto y glamour.



WELDER

Welder Watch es una innovadora marca de relojes de diseño italiano. Se identifica por su peculiar esfera de vidrio fotocromático que cambia de color, así como por la corona al lado izquierdo.



A SUPERIOR DIAMOND IN A SUPERIOR SIZE.

Grand, Exquisite, Type IIA.



DISTRIBUCIÓN EN ESPAÑA

Copèrnic, 47 Barcelona | info.bcn@altr.nyc | 654 503 007 | 647 908 579

New York | Hong Kong | Mumbai | Seoul | Sydney | Barcelona

www.altr.nyc

MAREA presenta la colección Zoe



La actriz Dafne Fernández en su embajadora tras incorporarse el mes pasado como imagen de marca

Todas las joyas son de plata de ley 925 con dos acabados: rodadas o bañadas en oro de 18 kt

Muchos de los pendientes son “dos looks”, para poderse llevar tanto en el día a día como en eventos

Hace tan sólo siete meses que Marea sacó a la venta su primera colección de joyas de Plata de Ley 925, complementando así su colección de joyería. Desde el primer momento, han recibido una gran acogida por parte de todas sus tiendas distribuidoras y del consumidor. Un hecho que les ha motivado para seguir trabajando en nuevos proyectos y colecciones tanto en joyería como relojería, que podremos ver muy pronto.

Actualmente, Marea cuenta con una amplia gama de joyas con diseños únicos y muy innovadores, todos ellos cuidados al detalle. Tres colecciones con más de 300 modelos con los que cualquier mujer puede sentirse identificada, buscando siempre la mejor calidad al precio más asequible.

Piezas ideales para brillar en estas fiestas

Después de sorprender el mes pasado con su nueva imagen, la actriz española Dafne Fernández, Marea presenta ahora la colección Zoe. Una selección de piezas que han estado diseñadas pensando en estas fechas tan señaladas que se aproximan, siendo ideales tanto para regular como para brillar en todas las fiestas. Como siempre, todas ellas son de plata de ley 925 con dos acabados: plata rodada o bañadas en oro de 18 kt.

En esta última colección, encontramos joyas con muchos detalles que las hacen especiales. Se han introducido piezas que mezclan la joyería clásica con las últimas tendencias, que no pasan de moda y que son un acierto seguro. También podemos disfrutar de una colección más minimalista, de líneas muy finas que aportan

elegancia y sencillez a partes iguales. Y no podemos olvidarnos de la parte más sofisticada de la colección, joyas que sin duda se convertirán en complementos ideales para estas fiestas. Un conjunto de piezas con exuberantes circonitas, gargantillas dobles o piedras verde esmeralda en forma de lágrima. Además, algo muy interesante de esta última colección, es que muchos de los pendientes son “dos looks”, una característica que está muy de moda en la joyería actual y que hace que un mismo pendiente se pueda llevar tanto para el día a día como para los looks más arreglados.

En definitiva, Marea sigue en el mundo de la joyería pisando fuerte, y estamos seguros que estas Navidades se convertirá en una de las grandes protagonistas del sector. ♦

Contraste Diciembre 2021

43

PUBLICIDAD


MAREA
Colección Plata

DAFNE
Fernandez

www.marea.es



Esta Navidad, regala MAREA

Marea lanza varios smartwatches para todos los públicos que seguro serán uno de los regalos estrella!



Nuevos modelos como el B57011 y B58009 donde destacan su función de realizar y responder llamadas de teléfono

Todos ellos con una de las funciones más demandadas por los clientes, la de personalizar el fondo de pantalla

Modelos que cada vez incorporan nuevas funciones, pero siempre ofreciendo el mejor precio

El modelo B57011 es un modelo para caballero que destaca por su diseño y sus prestaciones. Cuenta con una pantalla de 1.30" HD, totalmente táctil y su precio es de 99.90€. En cuanto a las correas, este modelo viene con una de caucho y piel para las ocasiones más elegantes y otra de silicona adicional, para los looks más deportivos e informales. Cuenta con la función destacada de realizar y responder llamadas de teléfono desde el Smartwatch.

Otro modelo que se distingue por la solicitud de hablar vía Bluetooth es el B58009. Un modelo rectangular concebido para vestir tanto muñecas de chica como de chico que se presenta con la opción de llevarlo en milanesa y en silicona como correa adicional. Este modelo cuenta con una pantalla táctil de 1.75", intuitivo y fácil de utilizar y con un precio de venta de 89.90€.

Por otra parte, Marea nos presenta otros dos modelos con diseños muy vanguardistas que son todo un acierto de cara al consumidor:

El modelo unisex B57010 con una espectacular pantalla táctil rectangular de 1.69" y 4 combinaciones de colores diferente tanto de caja como de silicona con un pvp desde 69.90€

El modelo B58008 con líneas más femeninas y una pantalla táctil totalmente redonda, cuenta con 2 correas, una elegante milanesa para lucir los días más especiales de estas fiestas y una correa de silicona de regalo para looks más "casual". Todo ello por un pvp de tan solo 89.90€

Todos los nuevos modelos cuentan con una de las funciones más demandadas por los clientes, la de personalizar el fondo de pantalla con cualquier foto o escoger una esfera de entre las decenas que se encuentran disponibles en la App.

La firma española siempre se ha volcado en la búsqueda de nuevas tecnologías que hagan que sus modelos cada vez incorporen nuevas funciones pero siempre ofreciendo el producto dentro del rango de precio que tiene mayor demanda. Y el mejor ejemplo de todo ello, es esta nueva generación de relojes inteligentes.

Como siempre, estos modelos cuentan con todas las funciones de fitness y salud habituales, al igual que el modo deporte, control remoto de cámara y de música y otras funciones que acaban de hacer de estos relojes, modelos muy completos. ♦

En definitiva, los nuevos smartwatches de Marea, serán sin duda un acierto seguro para regalar estas Navidades. Puedes ver todos los modelos y sus características en www.mareasmart.com



Felices Fiestas

www.mareasmart.com


MAREA
SMART

NOWLEY

presenta Talking Collection

El smartwatch más completo y deseado, con asistente de voz



Inmersos en la época más mágica del año, la Navidad, Nowley ha presentado su nuevo y esperado smart: Talking Collection. Se trata del smartwatch más completo de la gama.

Talking Collection se presenta en dos modelos unisex, pensados para las distintas necesidades del usuario. El modelo se encuentra disponible en una versión con correa de silicona en color azul, rosa, negro o gris, y en otra versión con malla milanesa negra o plateada.

Este nuevo smartwatch con pantalla deslizante integra una de las funciones de las que más se hablará, el asistente de voz. Este asistente está controlado por voz y es de gran utilidad, dado que se le puede pedir información sobre todo tipo de contenido. Entre muchas otras cosas, se puede utilizar el asistente de voz para pedirle que haga una llamada a uno de los contactos, preguntar por la previsión meteorológica, incluso, pedir que conteste a cualquier consulta que se nos ocurra. Este sistema es compatible con los asistentes virtuales controlados por voz más conocidos del mercado, como Siri o Google.

Como era de esperar, otra de las funciones más demandadas que también incorpora este modelo, es la posibilidad de realizar y contestar llamadas de voz por medio del Bluetooth.

Todas estas funcionalidades convierten a este smartwatch de Talking Collection en una herramienta imprescindible que ayuda a planificar el día a día de los usuarios, gestionando sus tareas y respondiendo a sus preguntas.

Otro detalle que nos brinda Talking Collection es que se ha concebido, además, para hacer de agenda, lo que permite añadir recordatorios y eventos. Y, para que el exceso de trabajo no nos pase factura, este smartwatch también incluye la función de monitorizar el estrés.

Y, para que el usuario pueda sentir que este smart está hecho a su medida, existe la opción de personalizar la esfera, pudiendo elegir, o bien una imagen de la galería, o bien una de entre las más de 100 que trae consigo y que ya están prediseñadas o, incluso, se permite diseñar una esfera propia con los elementos que se encuentran a disposición.

Además, dispone de la linterna de pantalla, que nos permite alumbrar con la propia pantalla del smartwatch una distancia corta y que posibilita, entre muchas otras cosas, un hecho cotidiano como es introducir las llaves en la cerradura sin necesidad de encender otra luz. También incorpora los controles habituales de salud como el control de pulsaciones, presión arterial, oxígeno en sangre, calorías consumidas, podómetro, distancia recorrida, recordatorio de sedentarismo, monitor de sueño o ciclo menstrual. Además, el smartwatch integra las funciones de reloj, alarma, cámara remota, encontrar teléfono, mensajes, avisador de llamadas o control de batería.

En definitiva, el smart de Talking Collection lo tiene todo, y está a la venta por el precio competitivo de 99,90€ PVP, que lo convierte en la tentación de esta Navidad.♦

Descubre su diseño y funcionalidad y conoce el resto de colecciones Smart de Nowley en

www.smart.nowley.com

Encontrarás toda la información y tutoriales para poder obtener el máximo rendimiento



NOWLEY
SMART



ASISTENTE DE VOZ
 Y LLAMADAS



TALKING Collection



INDUSTRIAL MARTÍ DE RELOJERÍA S.L. C / Pi, 12 · 08002 Barcelona · 93 412 26 28
www.smart.nowley.com · www.nowley.com · www.industrialmarti.com · www.potens.com

ALKEMEYA: Desde una loma de olivos



© Petra Marín

Después de vivir durante más de una década en dos de las capitales más cosmopolitas de Europa, Londres y París, Daphne Tsitsiliani escapó del bloqueo por el COVID-19 para regresar a su casa de campo en Atenas. Allí, en una pequeña loma de olivos, creó su propia marca de joyería, Alkemeya. "Es una línea en oro y piedras preciosas, inspirada en los símbolos alquímicos, la naturaleza y la historia, así como en las mujeres que me criaron. Joyas vehículos de historias y de las generaciones venideras". ♦

CAUNY: Nueva colección Apollon



© Petra Marín

Como adelantamos en el pasado número de *Contraste*, Cauny regresa al mercado peninsular con nuevos modelos, entre ellos los destinados a la mujer. En este sentido la colección Apollon Woman, un *best-seller* en su tiempo, se reinventa. Conservando el inconfundible diseño de la caja de Apollon, que recuerda a los televisores de la década de 1960, cuando el hombre vio pisar la luna por vez primera, los nuevos modelos cuentan con cajas más pequeñas y un aspecto muy distinguido. ♦

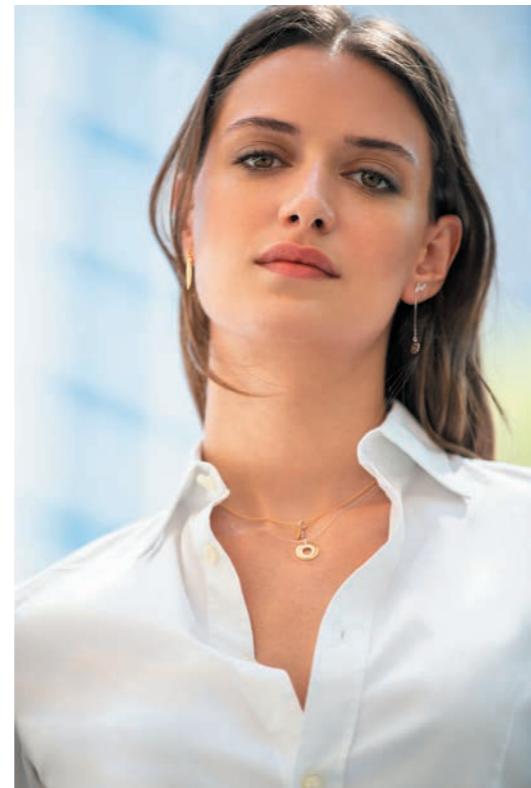
ARTESTONE: Gran acogida de Kibu



© Petra Marín

Así lo vivieron los responsables de Artestone en la pasada edición de Bisutex y continúa ahora siendo una de sus propuestas estrella para Navidad y fin de año. La colección consta de pulseras de tela elástica de primera calidad en diferentes colores combinadas con plata de ley y/o perlas cultivadas. Piezas para darse un gusto o regalar con felicidad. Y fomentan el deseo de "sumar", pues quedan estupendas con el "+ de una", en distintas tonalidades y versiones. ♦

SECRECY JEWELS: Con trazabilidad completa



© Petra Marín

Contraste ha sido testigo de su nacimiento y lo será de su consolidación. La primera marca de joyería propia del grupo empresarial Cadarsa viene para quedarse en un futuro fundamentado en la sostenibilidad y la trazabilidad, de la mano de Tracemark. Además, todas las joyas de Secrecy contienen un mensaje oculto, un secreto, como si se tratase de un instante genuino capturado en el tiempo, una característica íntima de la personalidad de la mujer que las luce. Perfectas en el día a día o para una ocasión especial. ♦

MALIZZIA pinta de color el invierno



© Petra Marín

Ya nos lo avisaron, estaban dispuestos a pintar de color el invierno. Y lo dicho, está hecho. Víctor Blázquez Parra lo confirma, porque, como bien nos decía, no confía en la estacionalidad de los colores. De ahí que la colección de Malizzia para inaugurar el año sea como un pequeño y delicioso arcoíris para las mujeres que deciden optar por sus piezas.

Su objetivo es continuar con ese tono tonal en toda la estación que inauguramos este mes. Circonitas multicolor que, aunque suene arriesgado, entre comillas, van en sintonía con nuestras emociones. "Yo creo que a la gente le gusta el color, y más si es en una pieza como un pequeño pendiente, que tampoco te condiciona un look y se presenta, a todas luces, alegre y diferente", define Víctor.

¿Cuál es su objetivo para 2022? "Seguir apostando por piezas pioneras para el día a día sin que se vayan de precio, para que la gente pueda cambiar de joyas sin que suponga un gran sacrificio económico". En ello está Malizzia, que apuesta por un público joven, fresco, pero "siempre sin perder calidad".

Aunque, como en todos los años, hay nuevos propósitos. Por ello están dando vueltas a una nueva colección, un poco especial, inspirada en el Antiguo Egipto y sus símbolos. Les preguntamos si van a seguir yendo a ferias tras su debut en septiembre pasado en Bisutex. "En ello estamos -ratifica Víctor- porque queremos seguir presentando nuestro producto en estas plataformas comerciales".

Dado que la familia que ha dado vida a Malizzia nace a su vez de una experiencia en el sector detalista, es imprescindible saber de su valoración del denominado *Black Friday*. "Se ha vendido, y es nuestro consuelo por trabajar mucho para esta campaña y con recursos limitados, porque somos una tienda pequeña y familiar, pero notamos el descontento del público a nivel general y quizá pierda importancia en el futuro". ♦



M A L I Z Z I A



AG925 Milésimas

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

925MILESIMAS.COM

AZZZZZZZZZul

© Petra Marín

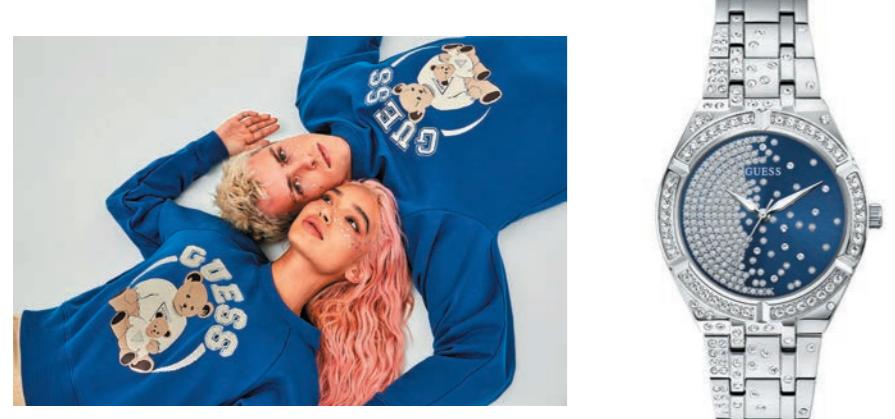
El sector está prendido de este color tan especial que se declina en tantas intensidades y matices que resulta casi infinito. Iniciándose por el cielo nocturno que resulta diferente según la posición de la luna, la densidad de las nubes o el punto del planeta desde el que nos delitamos con él. Continuando por el mar y sus transparencias, o los grados con los que se tiñe de otro color... Precioso azul al que nos asomamos para cerrar este 2021 y dar la bienvenida al nuevo año. ♦

BAUME & MERCIER

"Pide la luna con Baume". Bajo esta llamada, Baume & Mercier presenta tres nuevos cuarzos "Made in Swiss" con una nueva pantalla poética de fase lunar rediseñada, dos de ellos, cómo no, en azul. En la esfera lacada en azul brillan dos lunas. Las correas se presentan en algodón azul y las asas en PVD negro o dorado.

CAUNY

Cauny reclama al hombre con los nuevos modelos de la colección Prima Open Heart, testimonio único de su herencia y *opera prima* deseada por los amantes de la relojería. La seductora esfera azul se abre para apreciar el mecanismo automático bajo el cristal de zafiro, sustentada la caja en acero sólido.

GUESS

No nos hemos resistido a publicar en este número de diciembre las tres versiones de la colección Afterglow, aquí en plateado con esfera azul. Reloj ideal para vivirlo junto a la colección Guess Originals Fall Bear, inspirada en el oso original de la marca introducido a mediados de los 80 y reeditado hoy.

NANIS

Impresionantes las piezas de la colección Danzing Azure de esta firma italiana, en las que los diamantes se entrelazan surcando el oro a la búsqueda del intenso London Blue Topaz. A destacar la técnica de buril "millerighe", que hace que cada detalle en la joya sea único.

LUXENTER

Retornamos al azul con Luxenter y su excepcional embajadora, Carmen Lomana. Su colección Sekete aúna la pasión de dos Cármenes, la prescritora de moda y la fundadora de la marca, por el color. En este caso, circonita topacio azul en los pendientes y el anillo Lozur y circonita Tanzanita en los Hak.

THOMAS SABO

Thomas Sabo nos presenta la ampliación de la colección Magic Start 2021, inspirada por la mística del cielo nocturno. Son más de 30 joyas nuevas con motivos de estrellas y lunas. Algunos de los elementos destacados son los detallados calados, el intenso color azul noche de las piedras facetadas y el efecto piedra arenisca.

OUROBRILHO

Rua Padre Andrade e Silva, 325 e 33
S. Cosme - 4420-240 GONDOMAR - PORTUGAL
Tels. 351 22 464 40 71 / 72
Email: ourobrilho@netcabo.pt
www.ourobrilho.pt

www.facebook.com/ourobrilho
www.instagram.com/ourobrilhoo

Premio Internacional ARTE Y JOYA 2021

Todos los participantes (1)

© Petra Marín

Tras presentar a la ganadora del Arte y Joya International Award 2021, Namkyung Lee, y a los 31 finalistas de esta última edición en el pasado número de *Contraste*, ahora toca ir conociendo mensualmente a todos los participantes. Además con mayor emoción, pues esta onceava convocatoria ha resultado muy reñida, tal como nos ha transmitido el jurado, representado por la profesora de joyería Anna Rafecas, el joyero Lluís Comín, el director de JOYA Barcelona Paulo Ribeiro, nuestro colaborador Nicolás Estrada y la historiadora Beatriz Chadour. Tuvieron ante sí en esa difícil elección a 168 artistas -una participación récord en la historia del certamen organizado por Grupo Duplex- procedentes de 45 países. La coreana Namkyung Lee salió victoriosa demostrando la calidad de las obras presentadas y el esfuerzo realizado por creadores de todo el mundo. A todo aquél que desee comprobar tal asertación, puede visitar nuestra página www.arteyjoya.com. Y recordaros que podrán verse de forma presencial las piezas de los finalistas en diferentes exposiciones y selecciones. Primer en Studio Squina de Madrid (ver pág. 54), luego en 66Mistral Gallery de Barcelona, sumando el First International Meeting of Contemporary Jewelry Back-yard Arte Gallery en Simancas (Valladolid) y la VI Muestra de Orfebrería y Joyería Contemporáneas en el Museo Nacional de Artes Decorativas de Madrid.♦



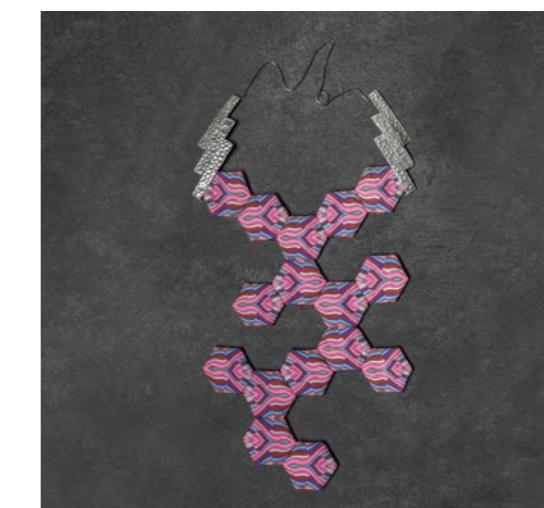
Adriana Badlissi
Broche. "El báculo de esculapio", 2021
Colombia
adriana.badlissi@gmail.com



Aimee Howard-Clinger
Broche. "Safety Measures", colección
Contemporary Amulet from Uneasy Adornment
Series, 2021
Estados Unidos
aimeemhoward@gmail.com



Ana Vrdoljak
Broche. "Assembly No.1",
colección Constructions, 2021
Noruega
ana@heit.no



Arijana Gadžijev
Collar. "Slovanka", Slovanka fifteen-piece
collection, 2019
Eslovenia
arijana.gadjiev@gmail.com



Arijana Gadžijev - Dalija Segá
Collar. "In-between",
colección In-between, 2020
Eslovenia
arijana.dalija@gmail.com



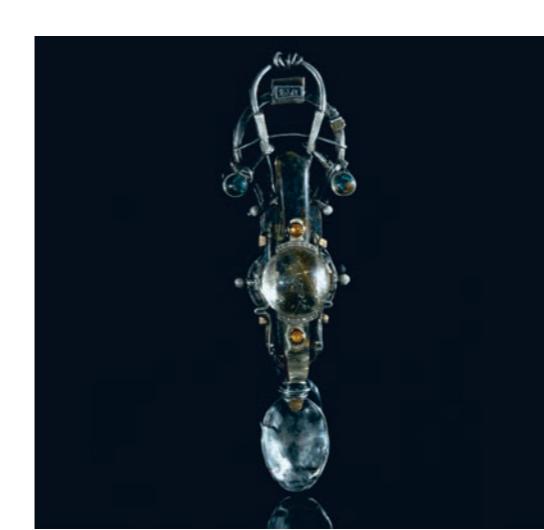
Alexandra Prelipcean
Broche. "Inside Beauty",
colección A Story in White Collection, 2021
Rumanía
foam_bubbles@yahoo.com



Alice - Elena Protopopescu
Collar. "Captive", colección: Captive, 2020
Rumanía
alice.protopopescu@gmail.com



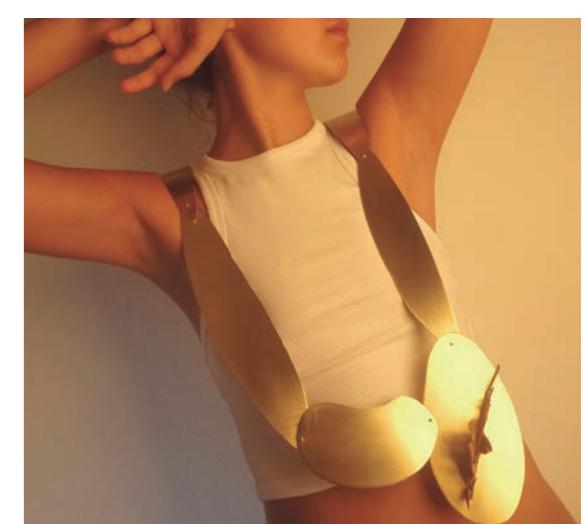
Alicia Salcedo González
Brazalete. "Nocturna número 10",
colección Serie Nocturna, 2021
España
asalcedogonzalez@gmail.com



Artem Budagh
Colgante / Cubiertos. "Friday", 2020
Rusia
gaumaker@gmail.com



Asimi
Anillo. "Flamenco ring",
colección Quarantine rings, 2020
Grecia
asimimail@gmail.com



Bárbara Laso
Collar. "Charcos 02", colección Charcos, 2021
España
barbaralaso@gmail.com



Ana Cecilia Mattera
Colgante. "Diálogo natural",
colección Alma pachamama, 2020
Argentina
ceci.mattera@gmail.com



Ana Ibañez
Gargantilla. "Paisaje Ritual I", colección: Paisajes
Rituales y Arqueoastronomía, 2021
México
anaibanezjoyeriacontempomx@gmail.com



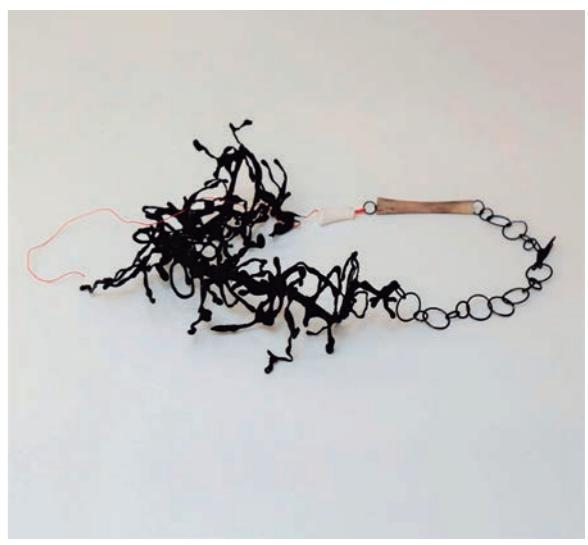
Ana María Pardón
Broche. "Los frutos de la vida I",
colección Los frutos de la vida, 2021
Argentina
anapardon@fibertel.com.ar



Bego Fuente
Collar. "El peso de la nostalgia", 2021
España
info@begofuente.com



Brenda Schweder
Collar "Power to the Gardeners", 2021
Estados Unidos
b@brendaschweder.com



Brigitte Raoult
Collar. "Burn-out", 2021
Bélgica
brigitte.raoult@gmail.com

© Tadej Čauševič

Exposición ARTE Y JOYA en Studio Squina

© Petra Marín



Los 31 finalistas y la ganadora del premio están presentes

Desde el 15 de noviembre hasta el 15 de diciembre el taller Studio Squina de Madrid acoge la exposición de los 32 finalistas del Premio Internacional Arte y Joya. El viernes 19 tuvo lugar la inauguración oficial a la que asistieron algunos de los participantes, entre ellos Esteban Erosky y Sonia Marín. Actuaron de anfitrionas Gimena Caram y Sandra Pampín, las propietarias de este espacio multidisciplinar dedicado a la joyería contemporánea, y en representación de Arte y Joya (Grupo Duplex), nuestro compañero Pedro Méndez.



Sandra Pampín y Gimena Caram con Esteban Erosky



La inauguración tuvo lugar el viernes 19 de noviembre



Pedro Méndez, de Arte y Joya, junto a una invitada

El Arte y Joya International Award ha iniciado su periplo de exposiciones en Studio Squina, el taller-estudio ubicado en la madrileña Calle del Amparo 94 y liderado por Gimena Caram y Sandra Pampín. Los 32 finalistas, entre los que se halla la ganadora de esta edición 2021, la coreana Namkyung Lee, comparten ahora este espacio en una muestra que permanecerá hasta el 15 de diciembre. El viernes 19 de diciembre fue cuando se realizó la inauguración oficial, a la que pertenecen estas imágenes.

Las responsables de Studio Squina han querido trasladar en el montaje de la exposición el vínculo con la publicación Arte y Joya, la emblemática revista decana de Grupo Duplex. Por ello las piezas expuestas tienen como soportes pliegos de papel en A3 y A4. "Es como replicar la publicación, un homenaje a lo que nos permite mostrar y descubrir la joyería contemporánea– indica Sandra-. La verdad es que es para nosotros una grata oportunidad acoger esta selección de piezas internacionales escogidas por un jurado independiente. A la vez nos permite subrayar el compromiso de nuestro espacio por dar a conocer y potenciar en Madrid la joyería contemporánea, así como transmitir y mostrar los procesos de fabricación y diseño".♦

Para más información:
www.arteyjoya.com
www.studiosquina.com

Próximas citas y fechas

• First International Meeting of Contemporary Jewelry Backyard Arte Gallery, Simancas (Valladolid). Con la participación de cinco de los finalistas.

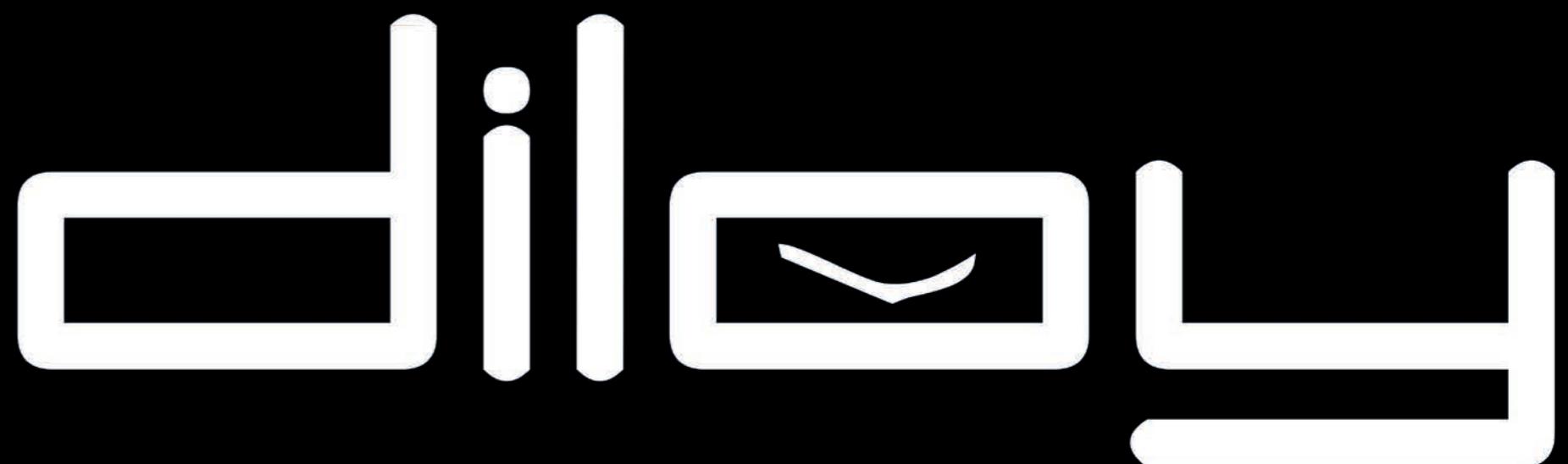
Fechas: 11 de diciembre de 2021 al 6 de enero de 2022

• 66 Mistral Gallery, Barcelona. Con la participación de los 31 finalistas y la ganadora del arte y Joya International Award 2021.

Fechas: 19 de enero al 15 de febrero de 2022

• VI Muestra de Orfebrería y Joyería Contemporáneas Museo Nacional de Artes Decorativas, Madrid. Con la participación de un finalista seleccionado.

Fechas: 3 de febrero al 20 de marzo de 2022



Buscamos comerciales en Baleares,
Valencia, Extremadura y País Vasco
oficina@diloy.com



91 332 1226

DAZZLE INVITES, hasta el 9 de enero

© Petra Marín

Desde el pasado 16 de noviembre hasta el 9 de enero de 2022 tiene lugar esta exposición virtual de joyería contemporánea en la que participan 30 artistas de todo el mundo. Se trata de la segunda edición de Dazzle Invites, se lleva a cabo en el sitio web de ventas actual lovedazzle.com y permite adquirir en línea las piezas comisariadas. Fundada en 2009, lovedazzle se creó como una versión en línea de Dazzle. Dazzle Contemporary Jewellery Exhibitions se dedica a mostrar lo mejor de la joyería de diseño contemporáneo organizando dos exposiciones al año en Edimburgo y Londres.◆



Premiados en la FLORENCE BIENNALE



© Petra Marín

Del 23 al 31 de octubre se celebró la XIII Florence Biennale en Fortezza da Basso, Florencia. La muestra internacional de arte y diseño tuvo presencia joyera, entre otras disciplinas artísticas. Y también sus premiados. El primer puesto de los denominados premios "Lorenzo El Magnífico" correspondió al canadiense Ezra Satok-Wolman, representado por Hannah Gallery de Klimto2. El segundo premio, a Ara Davidi Ghazaryan (Armenia-USA). Como puede comprobarse, dos estilos radicalmente distintos en torno a la joyería.◆

Lo último de Oscar Abba en CONTEXT

© Petra Marín

En las imágenes, de izda. a dcha., anillo "Mies 3 blocs", en plata y mármol travertino, y broche "Poliedre 2", en plata. Son dos de las obras que recoge la exposición de Oscar Abba en la galería Context, Sant Cugat del Vallès (Barcelona) hasta el 15 de enero de 2022. La muestra se titula "Dos reflexos: Dürer 1514 / Mies 1926" y hace referencia a la forma y el simbolismo de dos obras herméticas reinterpretadas en composiciones abstractas. Desde el grabado "Melancolia" de Albrecht Durero de 1514, al monumento a Rosa Luxemburgo y Karl Liebknecht de Ludwig Mies van der Rohe de 1926.◆



Q&Q
by CITIZEN

PVP: 35€

PVP: 49€

PVP: 45€

PVP: 39€

PVP: 39€

PVP: 45€

Tone Watch

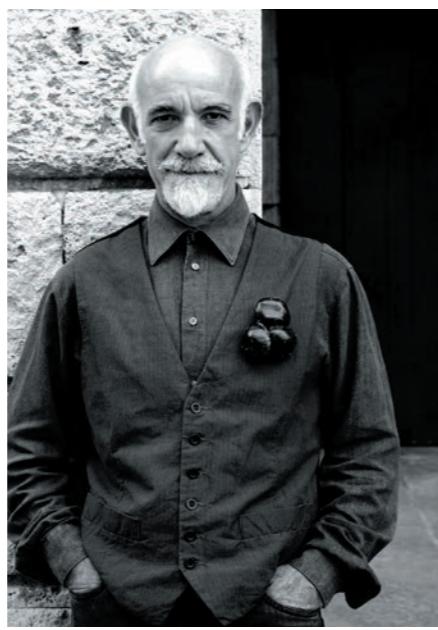
Distribuidor Oficial: TONEWATCH - Tel.: 91 327 08 44 - www.tonewatch.com - web@tonewatch.com

Un mes y 4 ARTISTAS, por Nicolás Estrada

Para celebrar diciembre, presentamos cuatro joyeros italianos con un lenguaje más artístico y artesanal: piezas hechas a mano con gran cuidado y dedicación. Apreciamos la ligereza en las complejas piezas de Corrado De Meo; las pinceladas de oro sobre superficies oxidadas en las joyas de Maria Rosa Franzin; las técnicas tradicionales de nielado y granulación en las piezas de Gigi Mariani, y la combinación de forma, espacio y color en las de Caterina Zanca.♦



Caterina Zanca
Se acerca a la joyería de autor en 2005, encontrando en este contexto la continuidad natural de su carrera en Conservación del Patrimonio Cultural. Después de obtener su título de joyera, va a trabajar con un maestro orfebre de Padua. Así va desarrollando su propia investigación basada en la interacción entre forma, espacio y color, donde la joya se convierte en el nexo entre contraste y equilibrio.



Corrado De Meo
Vive y trabaja en Livorno. Se licenció en Sociología a finales de los 80 y en esos años decidió transformar una pasión que lo acompañó desde muy joven en una profesión: la creación de joyas. En 2005, después de viajar durante largos períodos por todo el mundo, decide dedicarse a la investigación de la joyería contemporánea. En sus piezas, caracterizadas por su ligereza, busca la armonía de las formas dentro de estructuras complejas como las del cuerpo humano.



Broche. "Bla"
Plata, pigmento, resina, acero



Broche. "Superficie 10"
Plata, papel maché, plástico, pintura, acero



Gigi Mariani
Es un joyero italiano cuyo estudio está en la ciudad de Módena desde 1985, allí desempeña su oficio. Paralelamente a la actividad de joyero clásico incursionó en técnicas tradicionales de la orfebrería como el nielado y la granulación. Su investigación en el mundo de la joyería contemporánea le ha llevado a tener exposiciones individuales y colectivas en las más prestigiosas galerías a nivel internacional.



Maria Rosa Franzin
Utiliza técnicas y materiales antiguos, propios de la tradición italiana. Su estrecha relación con el mundo del arte ha influido en sus obras. Las piezas revelan los trazos de oro puro sobre superficies de plata oxidada, como si estuvieran hechas con un pincel. Estos últimos años han visto la introducción del color en su obra, encimeras de resina, elementos de coral o boj, que, al insertarse en los interiores de las piezas, crean un efecto tridimensional.



Brazalete. "Moso"
Plata, oro puro, niello



Brazalete. "Alambre"
Oro, plata, acero



MARK MADDOX SMART NOW



SMART NOW

THE FUTURE IS NOW



SMART NOW



SMART NOW 2.0

[Download on the App Store](#)
[GET IT ON Google Play](#)
[Download on AppGallery](#)

 /MARKMADDOXWATCHES
 /MARKMADDOXWATCHES
 @MARKMADDOXTIME
 /MARKMADDOXPINTEREST
 MARK MADDOX WATCHES



MARKMADDOXSMARTNOW.ES



VICEROY

VICEROY.ES

Collar: 1381C01012 • PVPR 49€ Collar: 1377C01012 • PVPR 39€ Collar: 1371C01012 • PVPR 35€ Pendientes: 15071E01012 • PVPR 35€



/VICEROY



/VICEROYOFICIAL



/VICEROYOFICIAL

