

Estilo

Págs. 30-34

Son esas joyas que lucen con especial resplandor y atraen las miradas, destacando sobre el *look*, son joyas para invitadas



Págs. 42-43

Los imprescindibles de temporada

Pág. 36

Llegan las novedades de Marea ▶



Pág. 38

El color de Cosar ▶

Págs. 44-46

Orizzonti d'Autore en Italia ▶▶



CONTRASTE

ORO Y HORA Mundo técnico desde 1949 ♦ Nº 186 ♦ EN PÁGINAS CENTRALES

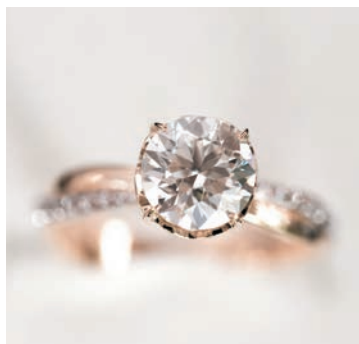
www.grupoduplex.com // Abono anual: 15€
Mayo 2022 // Año MMXXII // CONTRASTE 248

Pág. 12

Fiara Financia permite convertir el *stock* en aval

► Por primera vez surge una forma fácil y segura de convertir el inventario en garantía de préstamo para nuevos proyectos

Con más de 25 años de trayectoria profesional, el equipo experto de Fiara Financia llega para aportar al sector joyero-relojero "el conocimiento y las herramientas necesarias para ofrecer préstamos con inventario de joyas y diamantes como garantía". Posibilidad que hasta ahora estaba bloqueada por entidades de crédito y financieras. ♦



Pág. 14

Marcello Pane se une a la cartera de Rojas Mediterráneo

Desde finales de febrero, Marcello Pane comienza un nuevo camino en la distribución de sus joyas en el mercado español

El "Made in Italy" de Marcello Pane afronta una creciente expansión en el mercado global, bajo la guía de la cuarta generación de Pane, que ahora llega también a nuestro país con Rojas Mediterráneo. La empresa española cuenta en su cartera con marcas conocidas como Soave Oro, Edox, Breil, Meller y Bronzallure. ♦



Pág. 4

Fabricantes KM.0 agrupados por Sebime

Fornituras, componentes, piezas y colecciones por encargo, todo hecho en España. Eso es lo que ofrecen los fabricantes agrupados por Sebime para que los profesionales tengan lo mejor más cerca.

Pág. 10

anartxy rompe esteorotipos

La firma valenciana trabaja acero quirúrgico y materiales nobles logrando un producto de calidad con precios muy competitivos

Pág. 18

MadridJoya, imprescindible

— Julia González —



La directora de MadridJoya anuncia una feria renovada para su edición de septiembre, "con una imagen más *ad hoc* a un sector que debe transmitir moda y prestigio". ♦

Frederique Constant se estrena en el metaverso



Con el apoyo de Rarecubes, una agencia suiza especializada en NFTs y tecnología *blockchain*, Frederique Constant se ha convertido en la primera marca en lanzar un nuevo reloj en el metaverso.

RODOLFO SERVÁN
La Correduría del Joyero

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

RS

Aseguramos
con 
su póliza


FESTINA
1902 **120** 2022

*Miss
France*
2022
Diane Leyre



DURAN
JOYEROS

COMPARTIR DISFRUTAR AMAR CELEBRAR
JOYERÍA ITALIANA EN DURÁN



Fabricantes KM.0 agrupados por Sebime

Fornituras, componentes, piezas y colecciones por encargo, todo hecho en España

© Petra Marín

Cualquier ocasión es ideal para recordar las ventajas de contar con proveedores próximos. Sobre todo en unos momentos en los que la pandemia y los conflictos geopolíticos -guerra de Ucrania- han irrumpido en la labor cotidiana restando operatividad a las marcas demasiado dependientes de mercados exteriores. Defender la producción “Made in Spain” no solo es cuestión de minimizar complicaciones y sustos, sino también de abogar por una mayor calidad de producto y servicio al cliente. Así lo defiende la agrupación Sebime que ha hecho de ello su mejor bandera en el sector de la bisutería. ♦

Contraste recomienda



Entrar en la web de Sebime para conocer al detalle la oferta de cada marca.

20 proveedores de proximidad



Afra Europa



Alpha Bistuteria



Amelia González



Argés Elements



Biorpin



Bisuart Barcelona



Clara Bijoux-Torret



Diabalo



Estampadora Mahonesa



Fijusa Manufacturas



Forteza Bijoux



Inbime-Mahon



Madreperla Elements



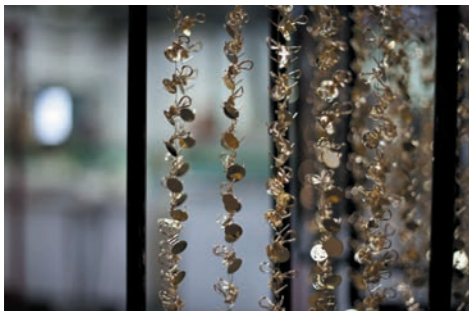
Metal Dreams



Mir Fornituras



Plastimoda



Plating Bijoux



Roman Camps



ROyRO Menorca



Xeret

Contraste Mayo 2022

05

PUBLICIDAD

50

1972 - 2022

SEBIME

Tel. 971 360 313 | sebime@sebime.org

www.sebime.org

COMPONENTES

KM0

FABRICANTES DE FORNITURAS,
COMPONENTES Y PIEZAS
Y COLECCIONES
POR ENCARGO

CONSELL INSULAR
DE MENORCA

MADE IN
SPAIN

Actualidad Grupo Cadarso

Guess se suma a The Trevor Project

Guess vuelve a aportar su granito de arena y colabora con Trevor aportando parte de los beneficios de las ventas de Pride Collection. Fundado en 1998 por los creadores del cortometraje “Trevor”, ganador de un Oscar, el Proyecto Trevor es la principal organización nacional en EE.UU. que ofrece servicios de apoyo, en momentos de crisis, trabajando en la prevención de suicidios entre jóvenes lesbianas, gays, bisexuales, transexuales, *queer*, ayudándoles a solucionar todas sus dudas (LGBTQ). El nuevo reloj deportivo de Guess para esta buena causa se presenta totalmente dorado brillante con la bandera de la organización en la zona central de la esfera.

ALTITUDE. GW0434G1. PVP 219,90€



Nueva colección para hombres de Radiant: Monocrom

La nueva colección Monocrom de Radiant combina la elegancia de los relojes clásicos masculinos con el diseño actual, para convertirlos en piezas atemporales. Esta preciosa línea está disponible en cuatro distintos colores y va siempre acompañada de un brazalete de acero. Su gran tamaño de esfera y la sutileza en los detalles hacen que sea un reloj ideal para hombres que buscan distinción.

SILVER. RA591201. PVP 45,90€
FULL BLACK. RA591202. PVP 54,90€
GOLD & IPGUN. RA591203. PVP 54,90€
FULL GOLD. RA591204. PVP 54,90€



Los espíritus libres tienen su joya Secrecy

“Tu energía, tu espíritu libre, tus ganas de ser, de vivir y de reír te hacen única”. Bajo este lema, Secrecy presenta el conjunto Free Spirit. ¿Su objetivo? Reflejar el brillo de esa fuerza secreta que late en el interior de las mujeres y reivindicarla en cada una de sus miradas, brillando en todo momento.

Todas las joyas de Secrecy contienen un mensaje oculto. Una invitación a descubrir el secreto que yace detrás de cada emoción, encontrando un universo mágico que se materializa en forma de joya. Reflejo de los pequeños momentos, los que queremos compartir o los que guardamos en nuestra intimidad.

Las joyas de Secrecy están elaboradas en plata de primera Ley 925 sostenible, bañadas en oro de 18 kt. Todos los diamantes son naturales y con trazabilidad Tracemark®, porque todas las joyas Secrecy son éticas y responsables.

Colgante FREE SPIRIT. P7171CDAWWC93. PVP 79,90€



Buceo nocturno con Seiko

El buceo nocturno es una excelente manera de disfrutar de una experiencia del mar completamente diferente a la misma actividad acuática durante el día. Seiko presenta tres relojes especiales que evocan el mundo submarino por la noche dentro de la colección Prospex The Black Series. La caja negra expresa la oscuridad y el silencio del océano nocturno, y el color naranja está inspirado en las luces que lo iluminan.

SPB253J1 / SPB255J1 / SPB257J1



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



Top Silver: “No nos vamos a quedar parados y volveremos a luchar”



© Petra Marín

A finales de marzo, los responsables de Top Silver sufrían en sus instalaciones de Catalunya uno de los robos más espectaculares del momento. Lo que los Mossos d'Esquadra identificaron como una operación de la que hacía años “no veíamos algo así”. Santi Farreny y Anna Serratosa han tomado este revés con el temple que les caracteriza. A 28 años de la creación de la marca nada les impedirá defenderla con lo que mejor saben hacer, sus creaciones. Aquí tenemos su mejor ejemplo.

Desgraciadamente la siniestralidad continúa siendo una lacra para el sector. Y a ella tampoco ha sido ajena Top Silver. Nos contaron en

www.grupoduplex.com el 28 de marzo, un día después del suceso, el robo sufrido y del que, aún, se están recuperando. El valor monetario del mismo asciende a una gran cantidad, pero lo realmente inédito han sido el *modus operandi* y las circunstancias bajo las que se ha perpetrado el delito.

Top Silver ha sido noticia sin quererlo, pero ahora, desde estas páginas, se erigen en ella para superar el trance con orgullo: “No nos vamos a quedar parados y volveremos a luchar”. Y así lo testimonian con sus nuevas colecciones que dan gusto.

28 años de “juventud”

El tiempo no pasa para Top Silver, como lo demuestran sus últimas creaciones que beben de la pasión y la experiencia que han hecho de



Tras el robo sufrido, la marca se alza con novedades

ella una marca joven y atrevida para un mercado exigente que rápidamente conecta con el diseño actual. Tras ella se hallan Santi Farreny y Anna Serratosa, Santi, joyero por tercera generación, y Anna, que venía de Bellas Artes. Su conjunción hizo que surgiera esta forma de hacer joyería con el objetivo de que las mujeres hiciéramos de la plata nuestra compañera de viaje en cualquier circunstancia, enamorándonos y convirtiéndose en talismán de nuestro estilo cotidiano.

“Siempre trabajamos con materiales nobles como la plata, perlas, cueros... todo escogido minuciosamente con la ilusión de sorprender en cada colección”, explican ambos. Ello se complementa con servicio, calidad y proximidad. “Creemos que nuestro gran valor es que damos un muy buen precio por un producto

de alta calidad. Lo fabricamos todo íntegramente en Barcelona”.

Las tendencias circulan como savia en el *core* de Top Silver ya que “nuestras colecciones son el producto de leer y estudiar una demanda de mercado, y lo traducimos en joyas chic, boho, clásico...” Siempre bajo su propio sello plenamente identificable que ha logrado crear una red de clientes fiel que constituyen más que una familia. A ellos les encanta Top Silver porque saben que encontrarán siempre un producto fresco y plenamente identificable en el mercado.

En ello continúan Santi y Anna, haciendo que la superación forme parte de su día a día y dar forma y espíritu a joyas que sorprenden e ilusionan a cada mujer que entra en contacto con la marca. ♦

Top Silver®



📍 topsilver_jewels

Tel. 629 748 085

anartxy, nacida para romper esteorotipos

La firma valenciana trabaja acero quirúrgico y materiales nobles logrando un producto de calidad con precios muy competitivos



Nuevas instalaciones de anartxy, desde donde salen cerca de 900 productos nuevos por temporada



Bisutex o Bijorhca son salones habituales a contar con su presencia



Uno de los puntos de venta propios de la marca, en Valencia, su tierra natal



Nueva colección Stone & Pearl, anartxy está siempre atenta a las tendencias

La firma anartxy nació en el año 2009 de la mano de una pareja de jóvenes decidida a romper las reglas de la joyería tradicional y cumplir todas las necesidades del cliente. Una marca con carácter y personalidad que tiene como filosofía ofrecer a cada persona la pieza que mejor se adapte a su estilo. Para ello, la empresa de bisutería online y joyería cuenta con cerca de 900 nuevos diseños cada temporada para que las mujeres puedan vestirse siempre con las últimas tendencias sin tener que renovar su armario. Una extensa colección de joyas que va desde anillos de moda, pendientes y pulseras, hasta collares. Complementos de moda divertidos y contem-

poráneos que rompen con los estereotipos convencionales y aburridos, y dan un toque de color y moda hasta a los looks más básicos.

La firma valenciana se reinventa cada año para ofrecer una propuesta novedosa, pero siempre manteniendo su propio ADN. Piezas novedosas, singulares, repletas de color y creatividad que siempre van de la mano de las últimas tendencias. La mayoría de los diseños de anartxy están producidos en acero quirúrgico y materiales nobles. Esto da como resultado productos de calidad con precios muy accesibles, lo que hace que cualquier mujer pueda llevar joyas únicas en el día a día. Además, la marca cuida hasta el último detalle de sus diseños.

Tres direcciones de negocio

Con un equipo de diseño propio, la misión de anartxy es crear joyas de moda para distribuir a las tiendas y que estas puedan cubrir las necesidades de las clientas. La empresa cuenta con tres direcciones de negocio: por un lado, dispone de tres tiendas propias en la actualidad, dos en Valencia y una en Zaragoza; por otro, posee su propia tienda online con www.anartxy.com. Pero eso no es todo, como proveedor de joyerías también se pueden encontrar joyas de esta marca en puntos de venta de toda España, Italia, Portugal, Francia, Bélgica o Reino Unido, entre otros países. La confianza depositada en anartxy ha permitido que se expanda al mundo, abriéndose al mercado

italiano, portugués, francés, inglés... Han marcado la diferencia a través de su experiencia y conocimientos de la joyería, lo que los hace una empresa a destacar.

De esta manera, anartxy ofrece servicio en todo el mundo destacándose por sus acciones comerciales en las que ocupan un papel destacado los salones comerciales como punto de encuentro con clientes y para mostrar sus novedades. Por su nivel de exigencia, hasta en Bisutex, Bijorhca o HOMI Fashion & Jewels ya confían en anartxy, entre otras ferias. Después de su presencia en Madrid, Milán, París... más de 1.500 puntos de venta de alrededor de todo el mundo poseen un córner de anartxy, un gran dato para sentirse orgullosos. ♦

Sus sellos de identidad: color y acero

Hay pocas firmas de bisutería y joyería en el sector que entiendan el poder de los colores como anartxy. Si hay algo que caracteriza a las colecciones de la firma valenciana es su cromatismo, especialmente aquellos colores inspirados en la frescura y la espontaneidad del Mediterráneo. A pesar del protagonismo de los colores, la firma no ignora aspectos tan importantes como la funcionalidad y el utilitarismo que tanto se ha llevado en estos últimos años. Por este motivo, la empresa elabora joyas que son llevaderas y llamativas.

“Los colores llevan presentes en nuestras vidas desde antes de que fuésemos conscientes de ellos. Vivimos rodeados de colores que influyen en nuestras emociones, estados de ánimo y sentimientos”, explican sus responsables. Por ello, anartxy entiende el verdadero poder de los colores y lleva



años elaborando joyas con esencia mediterránea, con tonalidades como el aguamarina y coral que aportan luz y color a cada diseño. Piezas alegres, vistosas y sobredimensionadas que transmiten “buen rollo” y nos transportan a los años más dulces del pop.

Cada temporada salen con una propuesta de piezas elaboradas en acero, tan diversa como novedosa, repleta de color, volumen y creatividad, para mujeres que quieren llevar estos complementos en el día a día.

El acero es la base de su producto donde el color, el volumen y la amplia variedad dan lugar a la creatividad y la diversión de combinar piezas. La suma de trabajo en equipo, el buen diseño y pasión por lo que hacen es la base principal de lo que son y lo que quieren ser. ♦

Gran variedad de productos con estilo

anartxy puede alardear de conocer muy bien el negocio de la joyería, contando siempre con los mejores proveedores del mercado, con todas las joyas más actuales y más demandadas y con precios muy competitivos.

El equipo de diseñadores siempre piensa en el cliente final, proponiendo piezas con volumen, texturas y mucho color. anartxy se caracteriza por conseguir paso a paso aquello que necesita el cliente hasta recibir el producto final, desde el diseño de la pieza hasta la entrega. Continuamente ofrecen novedades que complementan con cada una de las personalidades de las clientas, y así abarcar un amplio abanico de estilos.

Con la gran variedad de productos que ofrecen, se pueden conseguir impresionantes combinaciones. Adaptables a cualquier ocasión, cualquier bolsillo o cualquier



idea de regalo. Colecciones a todo color, clásicos, ojo de gato, bicolor, atrevido... y un sinfín más. ♦

Contraste Mayo 2022

11

PUBLICIDAD

MAREA

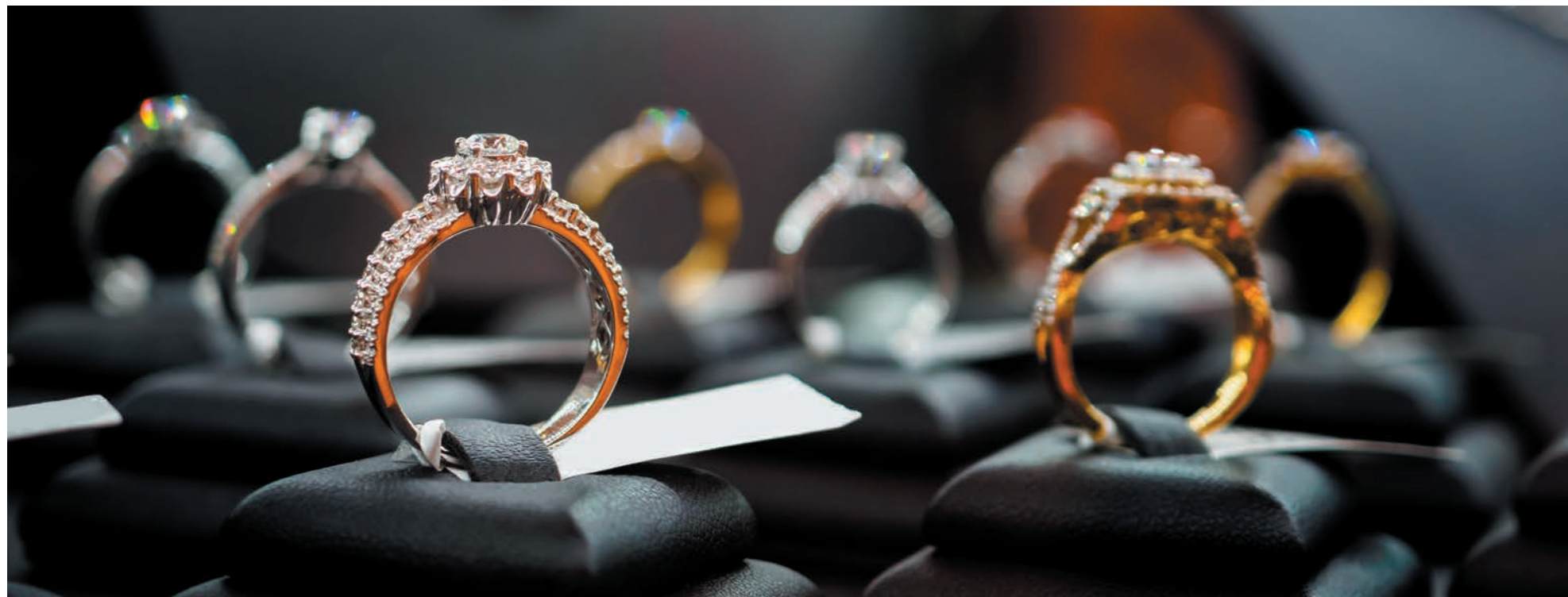
WATCHES · SMART · JEWELS

PVP:
de 59,90 €
a 69,90 €
Ref. B41317 · B41318

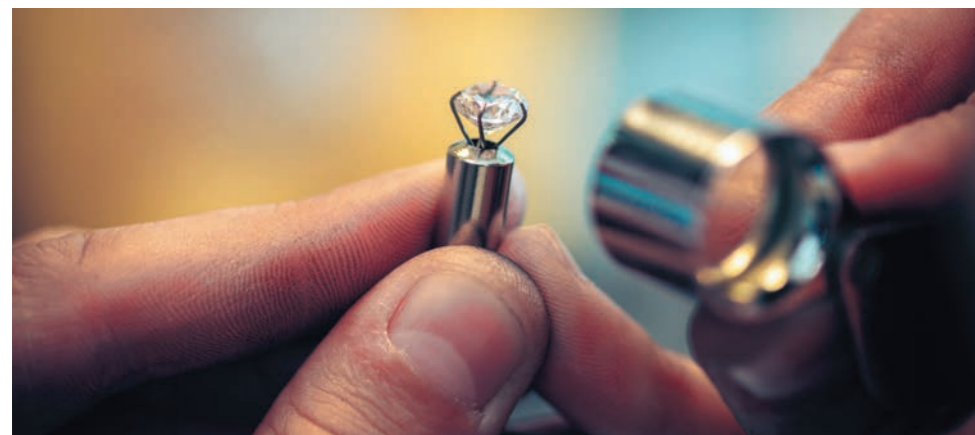
www.marea.es

Fiara Financia: Stoks como garantía de préstamo

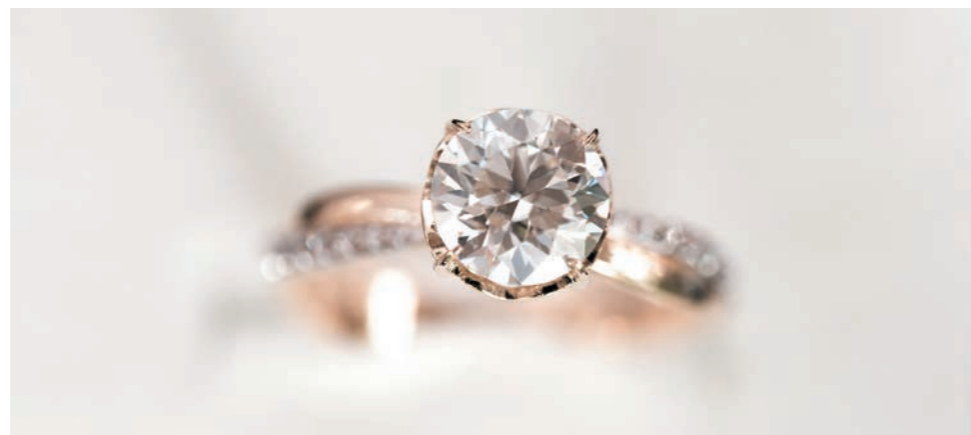
Por primera vez surge una forma fácil y segura de convertir el inventario en aval para nuevos proyectos



Un sistema hecho a medida del sector joyero-relojero y proyectado por un equipo de profesionales con una larga trayectoria en el mismo



Los inmovilizados son un valor que abre nuevas oportunidades



El capital "de casa" permite superar coyunturas transitorias

© Juan José Pérez

¿Quién hay detrás de Fiara Financia y qué persigue en su propuesta empresarial? En primer lugar, un equipo experto en el sector de la joyería y las finanzas, con una trayectoria profesional de más de 25 años, y en segundo, y principal, con "el conocimiento y las herramientas necesarias para ofrecer préstamos con inventario de joyas y diamantes como garantía". Quienes conocen al sector pensarán que materializar una fórmula así seguro podría cambiar completamente la disposición o manera de hacer las cosas, incluso la visión que tenían hasta ahora las entidades financieras y de crédito sobre el mismo. De hecho, se presenta como la primera empresa

conocida que no solo tiene la intención de financiar al sector joyero, sino que además, ha convertido ese objetivo en la base de su negocio.

Y es que este sector joyero-relojero, que dispone de inmovilizados como el oro, el platino, los diamantes y otras piedras preciosas, además de costosísimos relojes de lujo... ha estado tradicionalmente -y extrañamente- bloqueado por financieras a créditos sin avales personales.

Pese a ser un sector privilegiado en el que el valor de las materias primas no para de crecer, constituyéndose en inversiones refugio, es ninguneado por entidades de crédito y financieras.

En este contexto nace Fiara Financia, una empresa que quiere ofrecer "el servicio" de financiación

Otorga créditos a 12 meses en base a la mercancía propuesta

específica al sector. Algo necesario y sin descapitalización personal. Ya que es el propio negocio joyero y relojero quien va a permitir dotar de liquidez inmediata al mismo. Todo ello gracias a una financiación avalada por el propio *stock*, pudiendo elegir aquellos productos menos vendibles en determinados momentos difíciles. Pero eso sí, con una fácil recuperación, según la devolución de las letras de pagos (devolución del crédito).

Un ejemplo de necesidad de liquidez

Póngase el ejemplo de una tienda de joyería, fabricante o mayorista, que, por la situación del mercado y aún disponiendo de *stocks* de importante valor (brillantes, platino, etc.), requiere liquidez para afrontar pagos

o compras mientras no se definen determinadas ventas. Obviamente, no quiere deshacerse del oro permanente, sino como algo puntual. Hasta que supere la coyuntura transitoria y recupere ventas.

Para hacerlo fácil, Fiara otorga créditos a 12 meses, con recuperación de la mercancía de manera trimestral (en cuatro partes iguales), eligiendo en cada trimestre qué parte se desea recuperar según se requiera, o incluso ampliar esa liquidez manteniendo o renovando esa parte (incluso con una nueva valoración e incrementando la liquidez).

Un sistema hecho a medida del joyero y relojero. Para uso y disfrute de su negocio, sea tienda, fabricante o mayorista. ♦

Hágase las preguntas, tenga las respuestas

¿Tiene una joyería, es fabricante o mayorista? ¿Tiene *stock* de difícil venta actual, pero con gran valor en materia prima? ¿Necesita financiación para comprar lo que se vende hoy?

Si responde a estas preguntas de forma afirmativa, piense lo que Fiara Financia puede hacer por usted y su negocio:

1. Puede usar su oro y materias primas como aval, a un importe fijo, mientras este material sigue subiendo de valor.

2. Piense que en una financiación anual, puede dividir su *stock* en cuatro partes iguales y recuperar la parte que quiera trimestralmente.

3. Su único compromiso es ser consecuente con las letras mensuales.

4. Su negocio es quien autofinancia su propio negocio. Al finalizar cada plazo, si quiere puede ampliarlo, renegociando el valor percibido por la subida de los metales durante el tiempo fiado.

Contraste Mayo 2022

13

PUBLICIDAD

Fiara
FINANCIA

¿Necesitas liquidez para impulsar tu negocio?

Obtén un préstamo con tu stock como garantía y hazlo crecer con los recursos que necesitas

Fiara

Solicítalo este mes y llévate una tablet de regalo

Las ventajas de un servicio único en el sector:

Sin burocracia ni bancos

Aprobación en 24h

Sin límite de crédito

Flexible y adaptado a tus necesidades

Obtén ya tu préstamo en fiara.es o llámanos al 623 037 689

*Promoción válida hasta fin de existencias. Todas las bases legales en fiara.es/bases-promoción

Marcello Pane se une a la cartera de Rojas Mediterráneo

Desde finales de febrero, Marcello Pane comienza un nuevo camino en la distribución de sus joyas en el mercado español



© Beatriz Badás Álvarez

Marcello Pane, con sede en Nápoles y un *showroom* en el centro Il Tari, anuncia una nueva trayectoria en su distribución para España y es que, desde finales de febrero, se ha unido a la cartera de Rojas Mediterráneo.

Marcello Pane es una empresa familiar líder en el sector de la joyería,

basando sus pilares en los principios que siempre le han identificado: pasión, tradición e innovación. La empresa fue fundada por el bisabuelo Vincenzo y, desde entonces, la tradición perdura desde hace más de un siglo. Sus colecciones son una celebración del dominio orfebre de la alta joyería y un saber hacer que se expresa en líneas sinuosas y la más alta calidad del producto. El "Made in Italy" de Marcello Pane cuenta con una

Una alianza que promete buenos frutos

creciente expansión en el mercado global, bajo la guía de la cuarta generación de Pane, que ahora llega también a España con Rojas Mediaterráneo.

De esta manera, la elegancia atemporal de Marcello Pane se alía ahora con Rojas Mediterráneo, la empresa dedicada a la fabricación y distribución de joyería y relojería desde 1.983. Entre sus principios, destaca también la tradición y modernidad, por lo que esta alianza promete dar buenos frutos.

Con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes, dando servicio a través de una relación cordial con todos los puntos de venta, la innovación y la calidad también van de la mano en Rojas Mediterráneo, así como las últimas tendencias y la mejor relación calidad-precio. Por ello, la empresa cuenta en su cartera con marcas como Soave Oro, Edox, Breil, Meller y Bronzallure, a la que ahora se une Marcello Pane. ♦



¿Quién hay detrás de esta joya?

ADN marcado en MadridJoya

© Petra Marín

De nuestro último paseo por el salón madrileño y del que volverá en fechas próximas, del 15 al 18 de septiembre, nos centramos en seis empresas-marcas que han hecho distinguible su producción trabajando con paciencia y estra-

tegia un ADN marcado. Sus joyas, sea cual sea su nicho de mercado, se hacen distinguibles y rápidamente “recuerdan a...”. Un resultado que requiere no solo de tiempo, también de confianza y actitud para saber cuál es y mimar a su “caballo ganador”, aquel que los diferencia frente a cualquier competencia. ♦

BUSTINZA



Esta saga familiar bilbaina marca su impronta en cada edición de la feria de Madrid. Con muestrarios renovados en cada temporada al hilo de las tendencias, lo que identifica cada una de sus propuestas es su consumado buen hacer y la profesionalidad que se trasluce en ellas. El origen del negocio se remonta a Domingo, el “abuelo”, que se inició en el sector trasladando la producción cordobesa a las joyerías del País Vasco. Juan Bustinza constituyó la segunda generación, un hombre de carácter al que muchos seguimos venerando por su recio talante sin fisuras en nuestros encuentros en lo

que fue Iberjoya y luego MadridJoya. Con él llegó la consolidación de la empresa familiar, con sello propio e incluso con distribuciones de firmas italianas que respondían al mismo. Tras su fallecimiento, la trayectoria de Bustinza es ahora 100% de la tercera generación: Cristina, Juan y Victoria.

NOVECENOTONOVENTANOVE

Es otra de las firmas que dan carácter al oro que se toca en el salón madrileño. Y es que esta empresa florentina desplaza con buen gusto el “Made in Italy” al mercado español, al que considera y atiende como muy suyo y cercano. Novecentonoventanove y su 999 han hecho de la alta joyería un estilo propio con sus joyas únicas en las que prima el perfecto equilibrio entre clasicismo y diseño. Llevan más de 32 años entendiendo la joyería a mano, desde el diseño a la realización, y podemos afirmar que su lema responde al 100% con la realidad: “Realizamos bellas obras de arte que se distinguen desde siempre”. Su gran logro, que el oro se plegue dócilmente a la piel femenina o adquiera una elasticidad inusitada gracias a la sinuosidad del tubogas que convierte cada una de sus piezas en perfectamente identificables. Todo ello bajo los grandes pilares de la joyería: el oro y los diamantes.



SCALA GIOIELLI



La hechura de este impresionante collar lo dice todo de esta familia de Marcianise (Italia) que entiende la joyería a 180° de la producción industrial o la reproducción comercial a gran escala. En los talleres de Eduardo Scala y su esposa Caterina se han criado sus hijos Luca, Daniele y Alessandro bajo un prisma inquebrantable, el que otorga la mano del lapidario, el engastador, el joyero, el orfebre... profesiones todas que dan ese valor tan exquisito a la joyería trabajada desde el mimo y la pasión artesanales. Los Scala tienen muy claro el tipo de joyería que practican, de líneas suaves, diseño retro y materiales de la más alta calidad. Con ella desafían el tiempo, al igual que desde el lugar en el que la materializan. En su “laboratorio orafó”, lo que ellos llaman “jergos”, refiriéndose a las herramientas joyeras,

lucen cicatrices de uso. Bajo la lámpara de trabajo se iluminan limas, tijeras, limaduras... Las astilleras se hacen espacio entre el horno de fundición y otras máquinas en permanente desafío. Un goce para los sentidos de entendidos y legos que ven surgir del trajín diario de este especial lugar joyas con mayúsculas.

OUROBRILHO



Su fundador, Anselmo Araújo, está empeñado en hacer de la península su mercado, así que desde Gondomar, su origen portugués desde octubre de 1991, ha trabajado España con devoción y pasión desde hace muchos años. Su joyería rebosante de color ya es un clásico en MadridJoya bajo el lema practicante de que una joya ha de hacer sentirse a la mujer como única. Ligado al sector desde hace más de 50 años, Araújo ha logrado desarrollar en nuestro país un trabajo continuado apoyado por la afinidad que siente por él. Y uno de sus mejores comodines es la feria de Madrid, en la que se siente cómodo. Tanto como herramienta comercial como socio que permite

a Ourobrilho promover y dar a conocer sus artículos entre clientes ya existentes y nuevos. Su abanico de propuestas se dirige tanto al oro como a la plata y hemos de afirmar que con él tenemos uno de los mejores del sector en Portugal, tanto por su tesón como por su capacidad de reinventar una joyería alegre y colorida. Como ellos mismos se definen: “Somos profesionales, competitivos y receptivos a las necesidades del mercado”.

En la pasada edición de MadridJoya Luxenter lucía unos pendientes como estos que dicen mucho de su ADN desde que la marca diera ya sus primeros pasos de la mano de Carmen, madre de su actual director, Iván Moreno Lizarriturri. Una plata novedosa y deslumbrante ha sido desde entonces su mejor carta de presentación teniendo a África y su luz bajo el sol como fuente de inspiración. Luxenter es color y así lo practica a diario con sus propuestas, las últimas de ellas acompañadas con dos colecciones cápsulas, una por temporada, con Carmen Lomana. Luxenter hace de cada edición del salón madrileño su mejor evento para compartir con sus clientes un ratito en común, agasajados por todo su equipo que se despliega por atender sonriente cualquier saludo o petición. Sus colores corporativos, el blanco y el azul, lucen de forma especial, “The place to feel at home”, un concepto muy ligado a la esencia de Luxenter, una marca familiar española con más de 40 años de historia cuyos lazos están basados en el amor y en el respeto por y para las mujeres.



KORCZYNSKI

Sus propuestas son tremendamente identificables ofreciendo otro aspecto diferente en la oferta comercial de MadridJoya. Con Korczyński evocamos el ámbar que llega pristino y sugerente de sus talleres en Polonia. También la plata que brinda un cariz diferente moldeada con formas geométricas o acabados inusuales que delatan los más de 20 años de la empresa en Alemania. Jan Korczyński adora el papel como base para plasmar lo que se convertirán en colecciones con un claro ADN, el que él transmite y el que los diseñadores y artesanos polacos aportan bajo un claro criterio que las hace a todas luces reconocibles y con ese aire contemporáneo, con sabor a joya de autor, que sus clientes fieles adoran.

LUXENTER



Carrera Joyeros: Ahora o nunca



Las circunstancias se confabulan para revalorizar cualquier *stock* existente

© Petra Marín

Primero fue la pandemia y los cambios derivados del confinamiento y las restricciones. Ahora convivimos con la guerra de Ucrania y sus consecuencias, entre ellas económicas, que han afectado a Europa especialmente. Vivimos tiempos convulsos, pero en este panorama incierto hay luz para el sector joyero. Así lo defienden desde Carrera Joyeros. “Ahora o nunca”, así de tajante se manifiesta Mariano Carrera, y razones no faltan para quien se halla en la tesitura de decidir si ya es hora de retirarse del mercado para acceder a una jubilación más despreocupada y feliz, o incluso para quien sopesa un viraje de 180° en su negocio. Las circunstancias les son ahora especialmente favorables.

“La guerra de Ucrania, ha provocado una subida brutal del precio del metal, se están produciendo máximos históricos; situación que conocemos y que debemos aprovechar pues ahora podemos valorar de forma más alta nuestros muestrarios. Es el momento de sacar al *stock* una rentabilidad más alta que la media por las circunstancias actuales, por eso defendemos ‘El final feliz’ que acuñamos ante la pandemia, al que tantos profesionales han acudido con resultados tan satisfactorios”, explica el responsable de Carrera Joyeros.

Un servicio en el que no solo cuenta el valor del oro. “Aparte de metal, también valoramos la pedrería... Y es que nosotros no somos un simple compra-venta, ante todo somos joyeros y así tratamos el producto y a nuestros clientes. Conocimiento y experiencia en la profesión, a lo que se suma un

trato exquisito y confidencial. “Por supuesto, cualquier llamada o visita es atendida sin compromiso, y subrayar finalmente que en la forma de pago siempre buscaremos la forma más beneficiosa para la parte vendedora”.

Como hemos de recordar, en Carrera Joyeros el cliente hallará un *partner* a su medida y semejanza. “Somos profesionales con una trayectoria que data desde 1885, por tanto conocemos bien al sector y hablamos de ‘tú a tú’-incide Carrera-. Además, podemos desplazarnos sin compromiso y, una vez tomada la decisión, asesorar fiscal y legalmente para que no existan problemas a posteriori”.

Desde la primavera de 2020, esta propuesta de “final feliz” propugnada por Carrera Joyeros se ha erigido en una oportunidad que ha ido mejorando, incluso, por el devenir de las circunstancias. Ya no solo hablamos de la subida del valor de los metales preciosos, también de la pedrería...

Pero, ¿qué deparará el futuro tras una feliz transacción?, se preguntarán muchos. Mariano quiere tranquilizar y disipar dudas pues “nosotros ayudamos de principio a fin, no solo compramos mercancía, sino que a la hora del cierre legal y fiscal de esa sociedad, nos brindamos a asesorar sin ningún tipo de compromiso. Hay mucha gente que no sabe cómo cerrar un negocio sin tener que pagar a Hacienda una fortuna. Nuestros asesores marcan el camino, pretendemos ayudar también en este sentido para que todo transcurra sin sobresaltos”.

De ello se trata, llegar sin sobresaltos al colofón de la vida profesional con la seguridad de contar con un equipo experto que piensa en la oportunidad de nuestra vida. ♦

The End

“UN FINAL FELIZ PARA SU JOYERÍA”

Compramos sus Joyas, Piedras Preciosas, Stocks completos

CARRERA JOYEROS

675 628 591 - 669 758 803

mcarrera@carrerajoyeros.com

Julia González, directora de MadridJoya

“Septiembre será una cita imprescindible que nadie debe perderse”

© Petra Marín

Su primera edición como directora de MadridJoya fue el pasado febrero. Julia González aportaba a su currículum la dilatada experiencia en los salones de la moda de Ifema Madrid, como es el caso de MOMAD. Ahora se ratifica en su línea de trabajo: “En esta edición los visitantes encontrarán una feria renovada, con una imagen mucho más *ad hoc* a un sector que debe transmitir moda y prestigio”. Y es que Julia quiere motivar y aprovechar las acciones transversales que puedan generarse de concentrar, en las mismas fechas, citas feriales que pongan en valor la creatividad y el espíritu de moda tanto de la joyería como de la bisutería y los complementos. Intergift, Bisutex, MadridJoya y MOMAD se están así preparando para acoger a los profesionales en el calendario de otoño con muchas ganas y un entorno en el que el programa de compradores se erige en clave para que los expositores “puedan invitar a sus clientes o potenciales clientes a visitar la feria. Animamos, desde aquí, a todos los expositores a que se beneficien de este programa, ya que esto permitirá que nuestra feria se internacionalice y tenga mayor relevancia”.

La próxima edición de MadridJoya ya se halla agendada, del 15 al 18 de septiembre, nada más acabar VicenzaOro el 13. ¿En qué han basado la elección de fechas? ¿Qué les han transmitido los respectivos comités de ferias al respecto?

Hemos consensuado las fechas con los comités organizadores de todas las ferias: MadridJoya, Bisutex, Intergift e incluso MOMAD ha tomado la decisión de retrasar sus fechas en favor de la conveniencia entre todos los proyectos relacionados con el estilo en Ifema Madrid.

¿Esperan ya una edición más “normalizada”? ¿Definitivamente menos lastrada por el COVID-19?

En estos momentos nos encontramos con una situación mucho más estabilizada. Esto nos hace suponer que todo irá a mejor y que en septiembre, aún sin olvidar precauciones, la sensación será muy diferente a las dos últimas ediciones.

Tras estrenarse en la dirección de MadridJoya en esta pasada cita de febrero, ¿qué percepción



ciones ha tenido? ¿Qué espera de ellas encauzar en la organización de esta edición de septiembre?

Durante estos meses he tenido la oportunidad de visitar las principales ferias internacionales y aprovechar para tener muchos encuentros con los principales agentes del sector. Creo que hay muchas cosas por hacer para fortalecer la feria y trabajamos para que se consolide como un punto de encuentro imprescindible para los profesionales.

Estoy segura de que entre todos podremos dinamizar el sector y cambiar la percepción.

¿Y respecto a Bisutex?

El sector de la bisutería y los complementos es muy dinámico y la excelente marcha de la feria es



“En esta edición los visitantes encontrarán una feria renovada”

un exponente claro de las ganas que tienen los expositores y visitantes de establecer ese punto de conexión que la feria les brinda cada edición. Además la coincidencia con el salón Internacional de moda, calzado y accesorios MOMAD es otro importante punto para atraer a todo el comercio relacionado con moda y tendencias.

¿Algunas novedades que están estudiando introducir respecto a presentación de stands y marcas?

En primer lugar veremos una configuración del pabellón con stands mucho más actuales y luminosos. De este modo, estamos seguras de que el producto lucirá mucho más y, además, facilitará la tarea al comprador. Igualmente

estamos trabajando en áreas de exposición con nuevas marcas, tanto de relojería como de joyería contemporánea, junto con otras novedades que se sumarán a la oferta actual.

Por otro lado, continuaremos con el programa de compradores, nacional e internacional. Esto es clave, pues permite que nuestros expositores puedan invitar a sus clientes o potenciales clientes a visitar la feria. Animamos, desde aquí, a todos los expositores a que se beneficien de este programa, ya que esto permitirá que nuestra feria se internacionalice y tenga mayor relevancia.

Y en cuanto a eventos paralelos, ¿ya están trabajando para ello?

Sí, estamos diseñando un programa de actividades con exposiciones, conferencias, presentaciones y, por supuesto, la pasarela para los desfiles de tendencia. Confiamos en que estos eventos contribuyan a dinamizar la feria y a atraer a nuevas marcas y, por supuesto, a más compradores.

¿Han iniciado ya contactos con futuros expositores? ¿Qué ánimo van viendo en ellos?

La feria ya se ha lanzado y estamos teniendo muy buena acogida por parte de los expositores. Como decía anteriormente, tenemos peticiones de empresas nuevas y la consolidación de las ya participantes en ediciones anteriores, además de la reincorporación de empresas que habían dejado de participar en las últimas convocatorias.

El sector y nosotros tenemos ganas de feria y nuestro trabajo tiene como objetivo que, precisamente la feria, sea la mejor plataforma de encuentro para todo el sector.

¿Qué desearía transmitir a los potenciales visitantes?

En esta edición los visitantes encontrarán una feria renovada, con una imagen mucho más *ad hoc* a un sector que debe transmitir moda y prestigio. También podrán ver una mayor oferta comercial que, estoy segura, responderá mucho mejor a los intereses de los profesionales. Septiembre será una cita imprescindible que nadie debe perderse.

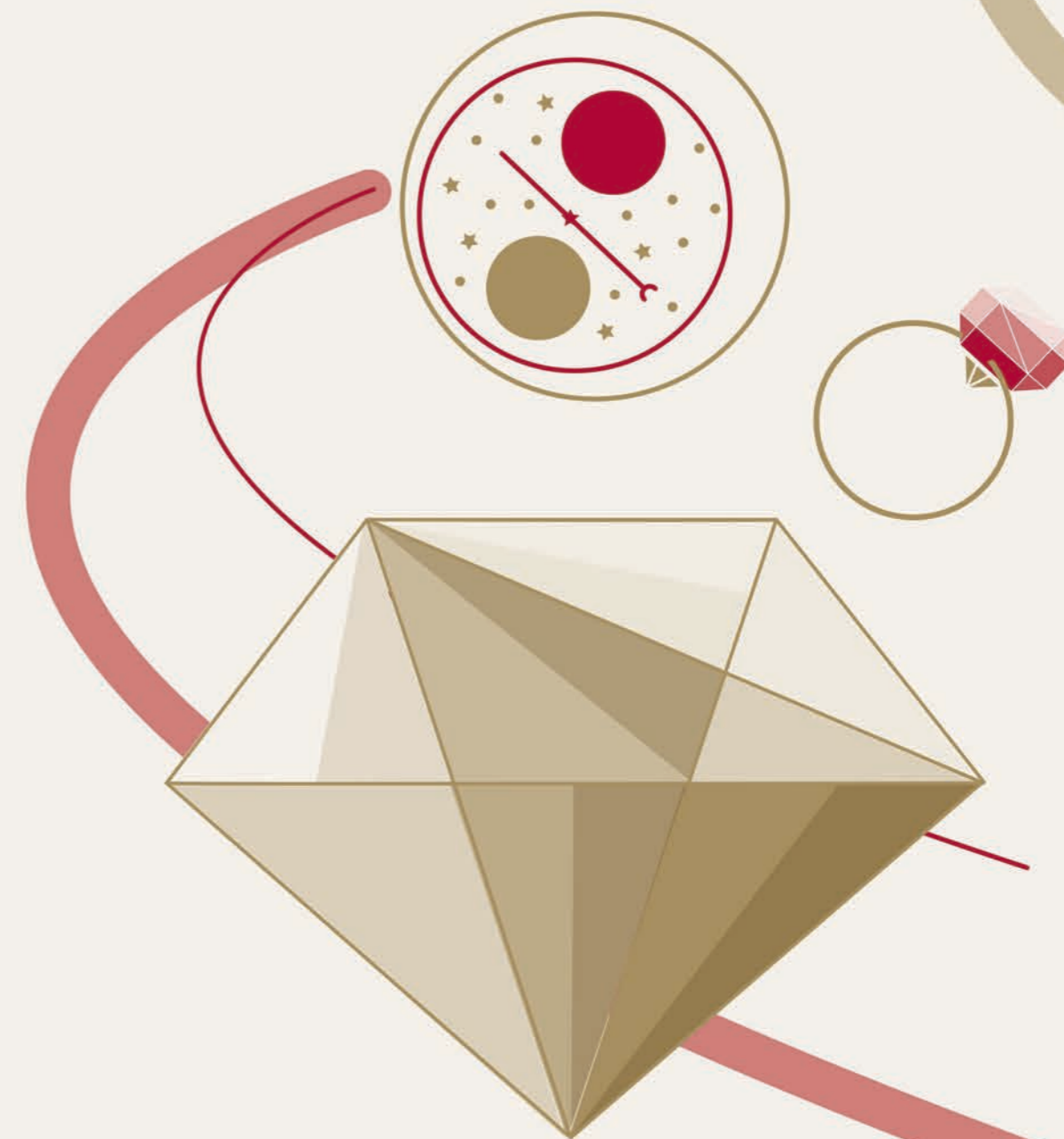
¿Y qué desea y con qué ánimo afronta estas ediciones de septiembre, generalmente las más fuertes del año?

Espero que sea el comienzo de una nueva etapa de recuperación y consolidación de nuestro sector en el que la feria juegue un papel fundamental, siempre contando con el apoyo de las empresas y profesionales más relevantes. ♦

madridjoya

En coincidencia con

intergift
bisutex
MOMAD



Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia.

15-18 Sep

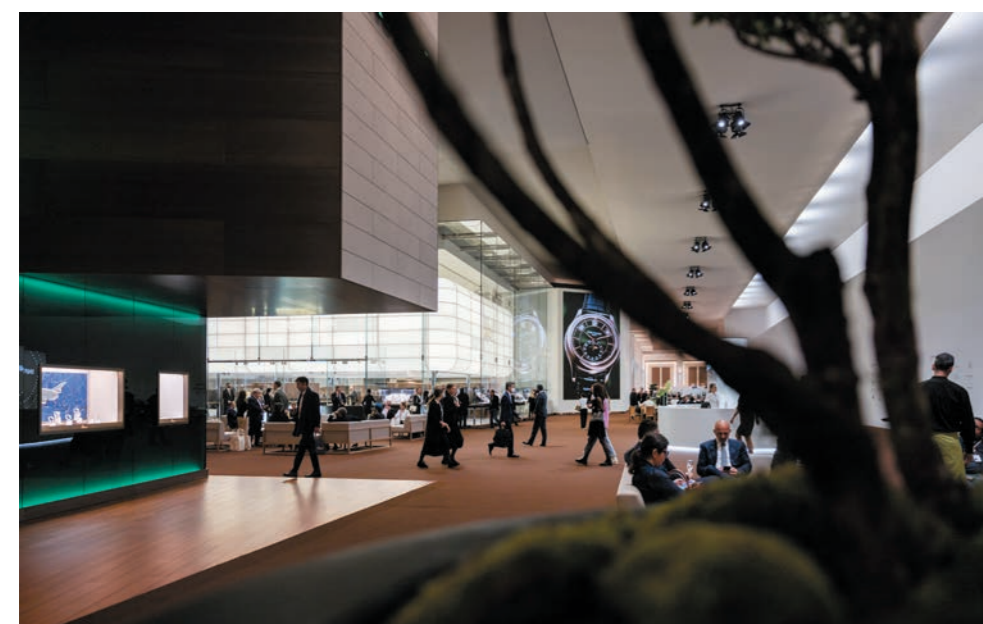
2022

Recinto Ferial
ifema.es



Watches and Wonders: el inicio de una nueva era en un regreso con éxito

Tras tres años de digitalización, el evento relojero de Ginebra celebró un retorno pospandémico con éxito, marcado por novedades y una nueva estrategia



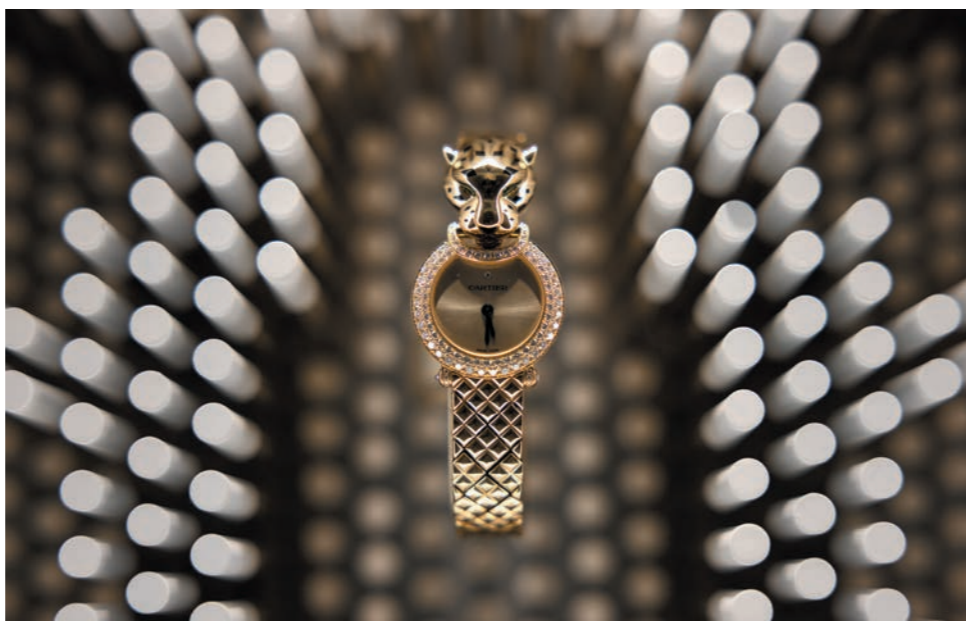
En esta edición, el salón registró un éxito en número de visitantes



Hublot y Takashi Murakami presentaron dos obras digitales NFT



Clásicos renovados, nuevas tendencias y la digitalización fueron protagonistas



38 maisons presentaron sus novedades en fomato híbrido

© Beatriz Badás Álvarez

Watches and Wonders, el salón de relojería y joyería, celebró en Ginebra su primera edición física tras la pandemia. De esta manera, la capital suiza se convirtió, del 30 de marzo al 5 de abril, en el epicentro del mundo de la relojería. La primera edición llegó en 2019 como respuesta a la decisión de operadores del sector por abandonar Baselworld, así como a la cancelación del mismo salón. Tras la pandemia y la consecuente digitalización, Watches and Wonders ha podido celebrar la primera edición en formato híbrido en

Ginebra con resultados exitosos que se demuestran en datos: alrededor de 22.000 visitantes frente a los 23.000 que recibió en 2019, una plataforma digital que registró 155.000 usuarios y 1.000 periodistas; todo ello gracias a las 38 maisons participantes, incluidas las 19 recién llegadas.

Un éxito reflejado también en los negocios, ya que la edición produjo buenos resultados y, en ocasiones, superó todas las expectativas ya que algunas marcas vendieron sus piezas incluso antes de que concluyera el evento. Entre estas casas participantes se encuentran Zenith, Chanel, Rolex y

22.000 visitantes frente a los 23.000 de la edición de 2019

Tudor, las veteranas Cartier, Hermès, IWC Schaffhausen, Jaeger LeCoultre, Piaget, Ulysse Nardin y Vacheron Constantin; y las compañías fabricantes Angelus, Arnold & Son, Trilobe y Czapek, entre otras. El espacio LAB, que alberga 15 iniciativas digitales y tecnológicas de los expositores, también atrajo muchos visitantes; así como la exposición Time Design, dedicada a la historia del diseño de relojes de pulsera a través del tiempo, que reunió a cerca de 4.500 visitantes en una colección de más de 100 relojes, en el Pont de la Machine, del 14 de abril al 8 de mayo.

El formato híbrido ha sido el otro éxito de esta edición con un alcance estimado de 350 millones de personas y 800.000 publicaciones bajo #watchesandwonders en diferentes canales y plataformas. La plataforma propia que constituye la misma watchesandwonders.com logró un gran impacto atrayendo a 155.000 usuarios únicos con cerca de 80 presentaciones de novedades transmitidas digitalmente.

Con tres citas anuales en Ginebra, Shanghái y Sanya, la próxima edición tendrá lugar en Shanghái, del 7 al 11 de septiembre de 2023. ♦

Atraer nuevas generaciones

Los fabricantes relojeros buscan atraer a una nueva generación de aficionados a los productos de lujo y lo hacen mediante nuevos materiales, mostrando ganas por innovar. Por ejemplo, la marca H. Moser presentó un reloj recubierto de *vanablack*, un material negro que absorbe la luz y que crea la ilusión de un agujero negro. Oris

mostró en el salón cómo recicla los residuos de plástico y, con ello, crea las esferas de los relojes. La gran innovación llegó con TAG Heuer que rompe las reglas y utiliza, por primera vez, diamantes de laboratorio en uno de sus modelos estrella. De esta manera, la marca demuestra otras posibilidades sin renunciar al lujo.

Tendencias vistas en Ginebra

Una de las grandes tendencias del momento y que ha quedado más que demostrada en esta edición de Watches and Wonders son las correas intercambiables y la posibilidad de personalización que ofrecen. Modelos con reservas de energía cada vez más largas también han destacado, así como la competición entre relojes GMT y cronó-

grafos. Modelos equipados con repetición de minutos y el movimiento esqueleto o tourbillon también se colocan en un primer plano. Al platino se le une el titanio, cada vez más generalizado, y en cuanto a colores, el azul y el verde siguen siendo los favoritos, aunque con novedades como el naranja, el coral, el rojo o los tonos minerales.

Contraste Mayo 2022

21

PUBLICIDAD

**TIME FORCE**
ultimate concept watches





www.timeforcewatch.com

 timeforcewatches

 timeforcewatches

info@timeforcewatch.com

Distribuidores

Iberia Investment Gold SL - Asturias, Castilla La Mancha, Castilla y León, Extremadura, Galicia, Islas Canarias, Madrid, Gibraltar - ingold@timeforcewatch.com - +34 691 21 37 75 - **Liska Joyas S.L.** - Andorra, Andalucía, Aragón, Cantabria, Cataluña, La Rioja, Murcia, Navarra, Valencia - liska@timeforcewatch.com - +34 630 96 08 30 - **Illestime C.B.** - Islas Baleares - illestime@timeforcewatch.com - +34 670 35 64 20

Servicio Técnico Oficial

Postventa Relojeros SL - service.es@timeforcewatch.com - +34 981 91 41 34

Inhorgenta Munich: gran afluencia y éxito en una muy esperada edición

© Beatriz Badás Álvarez
Fotos: Pablo Pérez

Tras un cambio de fecha en el último momento, moviendo la edición de febrero a abril, Inhorgenta Munich pudo celebrar una edición esperada por muchos con ganas e ilusión. Y así lo confirman también los datos oficiales.

Del 8 al 11 de abril, Munich se convirtió en el escenario de joyeros, relojeros, expositores y visitantes para celebrar una edición tras dos años de pandemia. Con 732 expositores y 17.285 visitantes, el salón contó con una fuerte participación internacional en un momento desafiante. Esto demuestra que, a pesar de lo sufrido en los últimos años, las ganas de volver a trabajar están presentes. 33 países expositores dieron vida a esta edición, registrando visitantes de 79 países diferentes y, como afirma Klaus Dittrich, presidente y director ejecutivo de Messe München, "la proporción de visitantes internacionales ha crecido el 40%; entre los expositores, esta participación se mantiene estable en un 45%". Entre estos expositores, la presencia española no ha fallado de la mano de LeCarré, Festina, Diloy, PDPaola, As & As, Cervera, Condevera, Dámaso Martínez, Gemstone-Fermol, Joan Datzira Masip, José López García, Lunas y Quilates, y S-Unit.

¿Qué ha llevado a Inhorgenta Munich a este éxito? Principalmente su valor duradero y la apuesta por marcas fuertes, marcando un nuevo comienzo para la industria y apostando por el valor y la calidad del sector. Un gran valor añadido que ha impulsado los negocios en la feria para que expositores y visitantes profesionales cumplan así sus objetivos. Por ejemplo, tras el regreso de Thomas Sabo a Inhorgenta, Oliver Besta, director mayorista de la firma, afirma que "nuestra participación en Inhorgenta cumplió absolutamente con nuestras expectativas". Citizen Watch también confirma la importancia de la feria para el éxito empresarial.

Además de una edición bien organizada, con expositores satisfechos por el trabajo realizado y una buena oferta formada desde alta joyería hasta joyería comercial, pasando por relojería, complementos y afines y hasta joyería contemporánea, otros factores han formado parte de este claro éxito. La sostenibilidad ha vuelto a ser debate en el sector joyero y tema clave tanto en la exposición como en el programa Trendfactory; todo ello después de confirmar en el primer estudio realizado por Deloitte e Inhorgenta Munich que "los consumidores quieren joyas sostenibles".

El regreso de Inhorgenta Award también celebró su quinta edición por todo lo alto en la noche del 9 de abril demostrando que los escenarios lúdicos también funcionan. ♦



Los momentos "afterwork", otro éxito del certamen



Gran afluencia profesional en el regreso de la feria alemana



Festina Group también celebró el regreso de este salón



El equipo de Diloy con Pablo Pérez, director general de Contraste



La sostenibilidad fue tema clave en la sección Trendfactory



Una amplia variedad de propuestas dieron vida a esta edición



El stand de LeCarré en Inhorgenta Munich



PDPaola no falta a la cita en sus últimas ediciones



GRUPO ORQUIDEA, DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO PARA ESPAÑA
Edificio Grupo Orquidea. Ctra Palma Manacor Km 30. 07230 Montuiri (Mallorca)
Tlf. +34 971 644 144. email. borsari.spain@perlasorquidea.com

Ferias muy vivas en pro del sector



© Pablo Pérez, director general de Contraste

Tras unas cuantas ferias a mis espaldas durante este pasado mes de marzo y principios de abril... puedo sacar tres conclusiones de manera muy clara:

1) Que nuestro querido sector joyero y relojero está muy vivo, y si no sabemos verlo, tenemos un problema.

2) Que las ferias están muy vivas, y si no sabemos verlo, tenemos dos problemas.

3) Para que los dos anteriores se den, tiene que haber unidad en el sector. Y si no sabemos verlo, aquí tenemos el gran problema.

Lo que he podido ver durante mis estancias en Milán, Vicenza, Estambul y Munich es un sector muy activo con ganas de trabajar, y cuando todos reman en la misma dirección, los resultados suelen ser muy positivos.

HOMI Fashion & Jewels. reino de la bisutería

He de apuntar que, de las cuatro ferias, la que me dejó un sabor de boca más agri dulce fue la de Milán en la que a oferta de joyería y relojería se refiere. Quizás por la cercanía con la feria internacional por excelencia que es Vicenza, se vió un poco más perjudicada con su oferta de expositores, y a la vez clientes de estos sectores. Pero sí que se vio potente la bisutería. Allí nos encontramos, entre otras cosas, con empresas españolas, Afra y Madreperla, que llevan años trabajando en ella con satisfacción. Y por primera vez anarthy con su tan exitosa propuesta de colorido.

La perspectiva internacional de VicenzaOro

En Vicenza fue donde agradecí estar en el sector en el que estamos, que a veces hemos de viajar para recordárnoslo. A veces no nos paramos a pensar de manera objetiva, y nos anclamos en pensamientos pesimistas fáciles, sin ver que existen dificultades en todos los sectores.

¿Por qué llegué a esta conclusión? Por encontrarme ante una feria realmente internacional, con compradores muy fuertes, con los que ya coincidimos en el avión (como

pasaba antiguamente en las grandes ferias, en las que mucho *networking* ya empezaba incluso antes de que abrieran sus puertas).

Aparte de los compradores internacionales, una oferta de expositores muy amplia con más de 1.000 empresas y marcas. Y una buena presencia relojera con la incorporación de Vo'Clock y su representación de nivel medio-alto, en un formato ferial que tuvo muy buena aceptación y que parece que se mantendrá en el tiempo. Quizás echamos en falta (y ya llevamos mucho tiempo echándolo en falta) los relojes más comerciales... pero esa sorpresa nos llegaría unas semanas más tarde en otra cita ferial.

Por lo que pudimos hablar con diferentes expositores y visitantes, por lo general el optimismo y la alegría eran el factor predominante, aunque siempre hay excepciones. Ya sabemos que en una feria internacional con tanta oferta, dependes mucho de ubicaciones, de cómo actúan los visitantes y por dónde se mueven, y como atraerles con visuales impactantes... y más desde que Vicenza utiliza un formato de stands genéricos que es muy agradecido por los visitantes, pero



que a los expositores les gustaría modificar para afianzar su ADN.

Otra de las cosas que más nos gustó de Vicenza es que tienen una organización perfecta, y que trabajan de manera unida para el sector con la premisa de que si el sector funciona, ellos funcionan. Esa fórmula les está dando mucho éxito.

En cuanto al tema COVID, en Italia las restricciones son muy fuertes, y por ello era necesario un *green pass* para poder acceder a la feria y mirar la temperatura (como ya nos pasó en Madrid Joya en febrero).

Istanbul Jewelry Show, normalidad sin comillas

Tras la feria de Vicenza, nos tocó

◆◆◆
"Hay que enseñar al mundo que España tiene mucho que decir"

viajar a Estambul, donde tuvimos la oportunidad no solo de visitar la feria, sino de invitar a algunos *players* del sector importantes para que pudieran visitarla con nosotros.

Lo cierto es que, en plena guerra de Ucrania, nos dirigíamos a Turquía con un poco de miedo... Pero una vez allí, pudimos comprobar que ni el COVID ni guerra podían con esta feria que llevaba unos años ansiando realizarse de la manera en que se hizo.

Muchos, pero muchos visitantes, compradores de todas las partes del mundo, pasillos y stands llenos de gente... La gente sin mascarillas, sin *green pass*... Parecía que no hubiera pasado el tiempo y que volvíamos a la época pre pandemia

Otro de los grandes puntos, que consideramos que es vital, es la



unidad de todo el sector turco con un único fin (el mismo que en la organización de Vicenza) trabajar por y para el sector, sabiendo que el éxito del mismo hace que funcione todo.

A partir de nuestra visita en estas tres ferias sacamos una clara conclusión: La unidad del sector y la internacionalización son las claves del éxito para un buen funcionamiento de un salón.

Inhorgenta Munich, oferta al completo

Pero la confirmación nos llegó con Inhorgenta. Una feria que personalmente a nosotros (Grupo Duplex) nos tiene enamorados. Quizás es la ciudad, la oferta variada, la perfecta organización, el recinto... No se lo que tiene, pero desde hace muchos años es una feria que nos encanta. Y con mucha nostalgia, ya que la última vez que asistimos a ella (y que se organizó) fue en febrero de 2020, justo antes de que nos confinaran a todos.

Inhorgenta consiguió agrupar una oferta variada de alta joyería, joyería más comercial, joyería más artesanal, y a ello se le sumó una oferta de la industria de afines muy interesante (*packaging*, programas de gestión, maquinaria, etc...). Y si a todo ello le sumamos un pabellón de relojería muy muy interesante (como la última edición que asistimos, ya que parece que siguen apostando por

Munich como feria global del sector), el resultado es completo.

La relojería, qué papel más importante tiene... Aunque no lo parezca, los relojes son las joyas de los hombres por excelencia. Por ese motivo, a la hora de hacer una feria y pensar en el sector, no podemos olvidarnos de ellos. Y no solo eso, si no que tenemos que tratarlos como uno de los *players* importantes.

Inhorgenta nos recuerda una cosa muy importante: el reloj está de moda. Mucho más de moda de lo que nos quieren hacer creer muchos de nuestros pensamientos fáciles (la típica frase de los relojes ya no se venden...), pero tendríamos que mirar y analizar si este pensamiento es realmente así. De hecho, hemos visto como Vicenza introduce el concepto

Vo'Clock (muy aplaudido) e Inhorgenta continúa con su apuesta firme por mantener un pabellón con una oferta de relojes inigualables.

Dicho esto, otra de las cosas que me gustó muchísimo fue ver a la directora y la responsable comercial de Madrid Joya tanto en la feria de Vicenza como en la feria de Inhorgenta. Que analicen lo exitosas que pueden ser las ferias cuando se trabajan de manera unida y profesional y con una visión con un único objetivo, el sector. Lo que se traduce en éxito del sector, y, a su vez, en éxito de la feria, de los expositores y de los visitantes de la misma.

Creo firmemente que ha llegado el momento de enseñar al mundo que España tiene mucho que decir en el sector de la joyería y relojería. Tendríamos que unirnos todos y



trabajar en pro del sector. Y puestos a pedir, hacer que Madrid Joya sea el centro del sector a nivel internacional, ya que tiene los mejores ingredientes para poder hacerlo. No será un camino fácil, ni rápido, pero cuanto antes demos los primeros pasos del trayecto, antes llegaremos a la cima. ◆

Tu imaginación es nuestro límite

SMART
WATCH

www.duwardsmartstyle.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

GRUPO
DU
PLEX

Papel en la economía circular y horizontes posibles



Pedro Pérez

Si estamos siempre dispuestos a ser felices, es inevitable no serlo alguna vez.

Recordemos que amar no es mirarse el uno al otro; es mirar juntos en la misma dirección. Recordemos que el presente es nuestro, que lo pasado ha huido y el futuro está ausente.

Sólo hay una manera de avanzar, y es en equipo. Por si solos, no vamos a poder resolver las cuestiones que afectan al sector. La economía circular es la única opción posible a futuro, y en esta todos jugamos un papel crucial.

Para que todo funcione, y esperemos a que así sea, es necesario innovar. Hay que ser creativos e impregnar al sistema mucha humanidad. Tenemos un montón de proyectos, de cambios a los que debemos sumarnos y participar para obtener los resultados deseados.

La economía está en plena

transformación y debemos participar de ella. No esperemos vivir de ayudas y fondos, porque siempre tienen un punto final. Se avecinan tiempos de hiperregulación para el consumo, y esto va a impactar mucho en cada negocio.

Estamos en el buen camino. Hablemos de recursos que se revalorizan después de cada uso. Hoy más que nunca es prioritario recuperar la eficiencia y rentabilidad de cada operación. Hay que ganar agilidad y flexibilidad para responder a las exigencias del consumo. La prioridad de este año 2022 debe ser dinamizar ventas y la potenciación de la cuenta de resultados.

Todos los que participamos en esta cadena

del sector debemos de hacer el ejercicio de repensar de qué va este lío en el que estamos inmersos y definir los propósitos. Hay que conseguir una recuperación justa y equilibrada.

Debemos reinventarnos y buscar lo diferente, y que no sea solo a base de un crecimiento ilimitado, si no en generar cada vez mas calidad, tal y como lo hace la propia naturaleza.

Busquemos horizontes comunes en la sostenibilidad y competitividad. Nos merecemos un camino en el que construir sea una de nuestras lanzas de crecimiento. Construir sintiéndonos orgullosos de que cada idea, estrategia o producto generado hace el bien en nuestro cliente y en nuestro negocio.

Sentirnos bien al levantarnos cada día, y sentirnos felices por ello. Cada pequeño acto es una semilla en estos horizontes que serán nuestros, de todo el sector, porque hemos sabido definir los buenos propósitos y descubrir las direcciones para ello. ♦

Fe de erratas



En el último *Contraste* nº247 Abril 2022, en el especial Día de la Madre, pág.32, se coló un error: “Para las madres todoterreno, las que no paran, las que están en todo...Para todas ellas. Ice-Watch propone una selección de relojes en tonos suaves, confortables, sumergibles y muy resistentes. Con diseños acordes a las últimas tendencias, tonalidades suaves y decoraciones florales; a juego con una pulsera de regalo”. El texto original sería: “Para las madres todoterreno, las que no paran, las que están en todo...Para todas ellas. Ice-Watch propone una selección de relojes en tonos suaves, confortables, sumergibles y muy resistentes. Con diseños acordes a las últimas tendencias, tonalidades suaves y decoraciones florales; a juego con una pulsera”. La pulsera está disponible para la venta. ♦

Para
que todo
funcione en
el futuro, es
necesario
innovar

OROYHORA

Mundo Técnico Desde 1949

Número 186

Pág 02

Ampcor, a las puertas
de su 35 aniversario

Pág 03

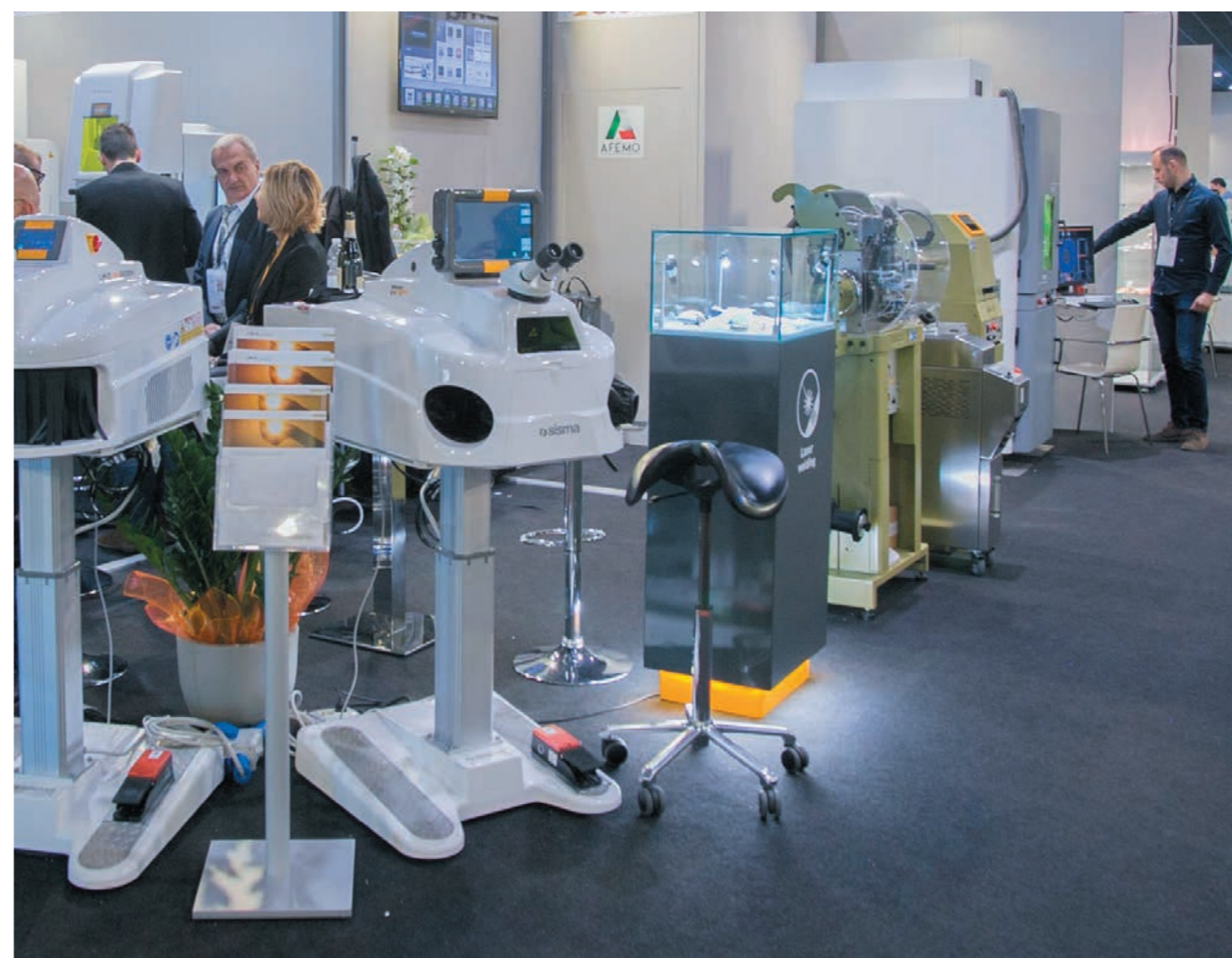
Más novedades
de T.Gold

Pág 04

Demanda de oro en el
primer trimestre 2022

La tecnología vuelve a adquirir protagonismo con OroArezzo

Del 7 al 10 de mayo los pabellones de Arezzo Fiere e Congressi acogen la 41ª edición de este salón italiano que en maquinaria cuenta con la colaboración de AFEMO



La oferta Tech es profusa y diversa ocupando un 18% del área expositiva

© Petra Marín

A través de la colaboración con la Asociación de Fabricantes y Exportadores de Maquinaria para Joyería (AFEMO) implementada por Italian Exhibition Group (IEG), los operadores de la feria OroArezzo pueden descubrir, en un pabellón completo, las mejores técnicas de orfebrería del sector.

El universo de las industrias afines siempre ha hallado en la ciudad de Arezzo una de las mejores anfitrionas para dar a conocer su oferta, en consonancia con la fortaleza y el dinamismo productivo de esta región italiana en lo que a producción joyera se refiere. Un área que registró un crecimiento de +23,5% en comparación con el nivel anterior a la crisis provocada por el COVID-19, es decir, 2019, según datos del Departamento de Estudios e Investigación de Intesa Sanpaolo. En esta especial edición, la número 41 y en plena recuperación de la pandemia, no iba a ser menos. De ahí que la oferta Tech, con un escaparate

exclusivamente tecnológico, sea profusa y diversa ocupando un 18% del área expositiva.

Una colaboración oportuna

Es bien conocido el talante conciliador de Italian Exhibition Group (IEG) a la hora de sumar esfuerzos en pro del mejor transcurso ferial, sean cuales sean las áreas implicadas. En este caso, el organizador de OroArezzo ha implementado una colaboración con AFEMO, Asociación de Fabricantes y Exportadores de Maquinaria para Joyería, que permite reunir la representación más completa y de calidad de las industrias afines.

AFEMO data de 1983, cuando un grupo de compañías italianas decidió crear una organización referente en el mundo de la maquinaria para joyería. En su larga trayectoria se ha convertido en la única asociación nacional que ha logrado aglutinar a todos los productores de las mejores tecnologías ligadas al sector de la joyería, orfebrería, platería y bisutería con el objetivo principal de promoverlas en el mundo. La misma marca

T.Gold nació de la colaboración con Fiera di Vicenza, al que se suma el trabajo desarrollado en común con IEG hace pocos años en OroArezzo. AFEMO no solo representa a lo más granado del “Made in Italy” en términos de maquinaria. También pretende ser una marca de garantía que afiance el prestigio de empresas singulares que sirven a los mercados mundiales con seriedad y profesionalidad.

Junto a Tech, una oferta completa

Tech no se presenta en solitario. Cuatro pabellones dedicados a la fabricación de joyería y una zona de Cash&Carry consolidan la posición de OroArezzo en la agenda de joyería pautada por IEG. Expondrán más de 300 marcas, incluidas empresas con sede en Arezzo como Unoaerre, Giordini, Gold Art, Graziella Group, Richline y Lusso. A destacar, a su vez, la asistencia del distrito de Vicenza con Chrysos, Rancangelo, Alessi Domenico, Superoro, Ronco y Sharma Group World, o la del distrito de Nápoles con Roberto Giannotti y de la capital milanese con Milor. La

Tech se
suma a
los cuatro
pabellones
de joyería y
Cash&Carry

fabricación de joyería representará casi el 70% de la oferta, de la que un 15% es internacional. El evento está dirigido a los principales países de venta de joyas “Made in Italy”, en concreto, América del Norte, Oriente Medio, América del Sur, así como minoristas italianos. Los profesionales españoles también gustan de esta feria y la incluyen desde hace tiempo en su calendario de citas anuales.

Eventos de formación y networking

OroArezzo también tendrá la oportunidad de beneficiarse de la formación técnica y la actualización del sector para apoyar el desarrollo del proceso productivo gracias a contenidos que se centrarán en dos eslabones de la cadena de suministro de la orfebrería: la tecnología y la joyería. Los organizadores esperan que la participación de la ciudad de Arezzo, que dará la bienvenida a operadores y compradores con una serie de eventos e iniciativas culturales fuera del espectáculo, también será beneficiosa para la creación de redes profesionales.

Capítulo aparte merece el concurso Premiere que, en su 31 edición, pone el foco de atención en la pulsera. “El brazalete, como símbolo del infinito y de los lazos indisolubles, también recuerda el mensaje de paz y unión universal -sin fronteras políticas, culturales, geográficas y religiosas- enviado por la edición 2022 de OroArezzo”, explican sus responsables en relación al conflicto bélico sufrido en Europa este año en curso. ■

Mundo Técnico Oro y
Hora recomienda



Acceder al listado de expositores del salón aretino en las categorías de tecnología, maquinaria y packaging, servicios, fusión, elaboraciones mecánicas, prototipado y producción digital, acabado, afinaje y recuperación, utensilios, bancos y materiales.

GRUPO
DU
PLEX

Las noticias
más leídas
del mes

WWW.GRUPODUPLEX.COM

Un atraco en Tarragona y un botín de 230.000 euros



La pulsera solidaria de Durán Exquise y Lel Mutua Madrid Open

Pandora abandona el Responsible Jewellery Council (RJC)



Cartier, otra más que abandona el Responsible Jewellery Council



Ampcor, a las puertas del 35 aniversario

El laboratorio español, ubicado en el Parque Joyero de Córdoba, ha introducido por este motivo la fabricación de lingotes de oro



Fundición de metales



La recuperación de metales preciosos permanece en el core de Ampcor y sus servicios



Desde 1988 lleva impulsando su oferta al sector con los instrumentos adecuados

© Petra Marín

“¡Déjenos ayudarlo!” Bajo esta premisa, Ampcor, S.L. se define como el “laboratorio amigo” destinado a aquella empresa que necesita y valora asesoramiento constante, cercano y de máxima fiabilidad en su segmento. De ahí que este laboratorio español, nacido en 1988 y ubicado en

el Parque Joyero de Córdoba, ofrezca un servicio personalizado, dirigido a resolver los problemas de sus clientes con una amplia gama de opciones para la recuperación de sus metales preciosos en el ciclo de producción. Así, durante décadas, Ampcor, S.L. se ha especializado en el análisis y recuperación de metales de alto valor añadido, llegando a

ser, en este dilatado transcurso, una de las refinerías de metales preciosos de referencia en el país. También resulta primordial para todo su equipo la cercanía con el cliente: “Al hacernos su encargo de trabajo -explican los responsables de Ampcor-, le asignaremos una persona de nuestra empresa, con la que podrá contactar en todo momento para conocer el



Su servicio principal es el análisis y afinaje de metales preciosos

estado de proceso en que se encuentra su material”.

Análisis, afinaje y recuperación

Entre los servicios de laboratorio proporcionados por Ampcor, destacan el análisis y afinaje de metales, tanto oro como plata, así como la recuperación de paladio, platino y rodio. “También realizamos la recuperación de escobillas, en las cuales podrá estar presente durante la fundición”, aclaran desde el laboratorio.

“Contamos también con una amplia gama de productos semielaborados, como chapas de diferentes medidas y grosores, en oro y plata, utilizadas para fabricar productos elaborados a láser. También ofrecemos hilo, en diferente grosor, en oro de diferentes quilates y plata para la elaboración de fornituras como reasas o palillos”. Para finalizar, concluyen: “Entre nuestros servicios también ofrecemos la compra y venta de oro y plata a profesionales del sector a precios muy competitivos”.

Novedades de producto y compromiso

Como novedad por su 35 ani-

versario en Ampcor se sienten orgullosos de anunciar su introducción en la fabricación de lingotes de oro, hechos mediante el proceso de estampación, de 50 gramos y de 20 gramos. “Todos nuestros lingotes van acompañados de un certificado, el cual garantiza la calidad del mismo, garantizando que es oro de 999.9 milésimas. Todos ellos llevan un número de registro grabado, correspondiente con su certificado”, detallan sus responsables.

Pero existen más novedades para su especial cumpleaños, que se celebrará el año próximo, ya que Ampcor se está certificando para el Responsible Jewellery Council (RJ), “para garantizar nuestro compromiso con el medio ambiente, entregando oro ecológico, el cual mediante su proceso de reciclado no perjudica el medio ambiente”.

Su compromiso para mejorar servicios y productos en el objetivo de la excelencia ha sido ha sido una de las constantes desde su origen, de ahí que Ampcor busque siempre la forma de abordar nuevos retos que repercutan en calidad para sus clientes. ■

Servicios de calidad y a medida

- Con una capacidad superior a los 50 kg por día, Ampcor se sitúa en el top nacional de las refinerías españolas con un sistema de afinaje de metales preciosos adaptado al cliente, disponiendo de servicio de recogida que abarca desde restos de producción hasta chatarras y residuos de taller.
- Ampcor también gestiona la compra-venta de metales preciosos a precios muy competitivos con un proceso rápido y que permite cerrar el precio de compra a la mejor conveniencia, sea antes del envío del material como una vez entregado. La forma de pago se realiza por transferencia en menos de 24 horas.
- Ampcor también dispone de un servicio de aduanas dirigido a terceros con el fin de realizar sus operaciones de importación y exportación con las máximas garantías y ventajas que supone vincularlo a su propio depósito aduanero.

Desde lingotes de oro a semielaborados, ligas y soldaduras con certificado de calidad



Como ya se ha indicado, la oferta de lingotes de oro con un peso de 50 y 20 gramos es la gran novedad introducida por Ampcor últimamente. Productos que se suman a su gama de semielaborados (chapa de oro y plata, hilo y palillos -1/2 muecas o con rosca) y una docena de ligas y soldaduras de las marcas Pandora y Legor.

‘L’Italiano’ en versión máquina

© Petra Marín

Bajo el “lasciameti cantare” (dejadme cantar) de Toto cutugno y su famosa canción “L’italiano” que muchos recuerdan, versionamos el país hermano con los últimos ecos de las novedades presentadas y encontradas en T.Gold de Vicenza. Estas las localizamos de la mano de Fuensanta Serrano, una española que lleva empresas de maquinaria italianas. Para contactarla: Móvil: + 34 609 112 315 E-mail: fuen.serrano@hotmail.com

Lavadoras ultrasónicas Violi, novedad en T.Gold



Constituyeron la novedad presentada en la última edición de T.Gold por parte de Violi S.r.l. Meccanica Industriale, que precisamente cumple este año su 30 aniversario de su fundación, constituida en 1992. Las lavadoras ultrasónicas Violi son adecuadas para aplicaciones industriales de alta potencia de limpieza y/o desengrase final e intermedio de componentes variados en las industrias mecánicas, galvánicas, orfebres, dentales, automotrices y en la industria en general. También son adecuadas para el mantenimiento de plantas y para la limpieza, de una manera extremadamente versátil y eficaz, de piezas de difícil acceso y de objetos de variada forma compleja. Estas son sus principales características:

- Regulación e indicación de la temperatura de lavado.
- Ajuste y visualización del tiempo de lavado.
- Regulación y visualización de la potencia ultrasónica.
- Botón para abrir/cerrar el llenado del tanque.
- Regulación automática de la frecuencia en función de la cantidad que se esté trabajando dentro del tanque.
- Gestión automática con funciones periódicas de desgaseificación del líquido de limpieza.

- Combinación adecuada de modulaciones de amplitud de frecuencia en la forma de onda de la señal de salida para optimizar el poder de penetración de la cavitación sobre los objetos tratados.
- Ventilación forzada que garantiza un funcionamiento continuo a máxima potencia.

Violi también dispone de una máquina especial con sistema de recirculación de agua continua que permite, gracias a un tanque suplementario, eliminar el aceite en la superficie para evitar la contaminación de la pieza en fase de extracción. ■

Mundo Técnico Oro y Hora recomienda



Para obtener más información sobre Violi, visitar su sitio web.

Sobre Violi

Violi S.r.l. es una empresa italiana especializada durante 30 años en el diseño y producción de maquinaria para el sector de la orfebrería, la industria y la recuperación de metales preciosos. La empresa produce una amplia gama que incluye:

- Trefiladoras hidráulicas lineales para tubos y barras con varias longitudes y potencias desde 10.000 hasta 30.000 Kg.
- Trefiladoras de pasadas múltiples para alambres.
- Máquinas para enderezar tubos, barras y alambres también con sistema de corte al vuelo.
- Máquinas de limpieza y rectificado con sistema de filtro autolimpiante.
- maquinaria para la recuperación de metales preciosos (molinos trituradores, hornos - microondas, mezcladores de cenizas.
- Compactadores y briqueteadoras para metales preciosos y no preciosos.
- Lavadoras ultrasónicas especiales de alta potencia.

Crisoles y matrices de grafito isotrópico de Eurografite



Eurografite es una empresa vicensina en constante expansión que opera en todo el mundo desde hace varios años en el sector de los productos y accesorios utilizados en la fundición de metales preciosos. Nacida hace 20 años y especializada en la producción de crisoles y matrices en grafito isotrópico de alta densidad



para hornos de colada continua, Eurografite es capaz de satisfacer cualquier tipo de necesidad del cliente. Entre los principales productos también se encuentran:

- Crisoles y matrices de grafito isostático para hornos de colada continua.
- Crisoles y obturadores en grafito para hornos al vacío y

eléctricos.

- Crisoles de grafito completos de cerámica para hornos estáticos y de inducción, recipientes cerámicos y otros repuestos de cerámica.
- Soportes y lingoteras en grafito.
- Recambios en fibra cerámica (anillos, tapas, transpor-



tadores...), productos químicos (silicona)

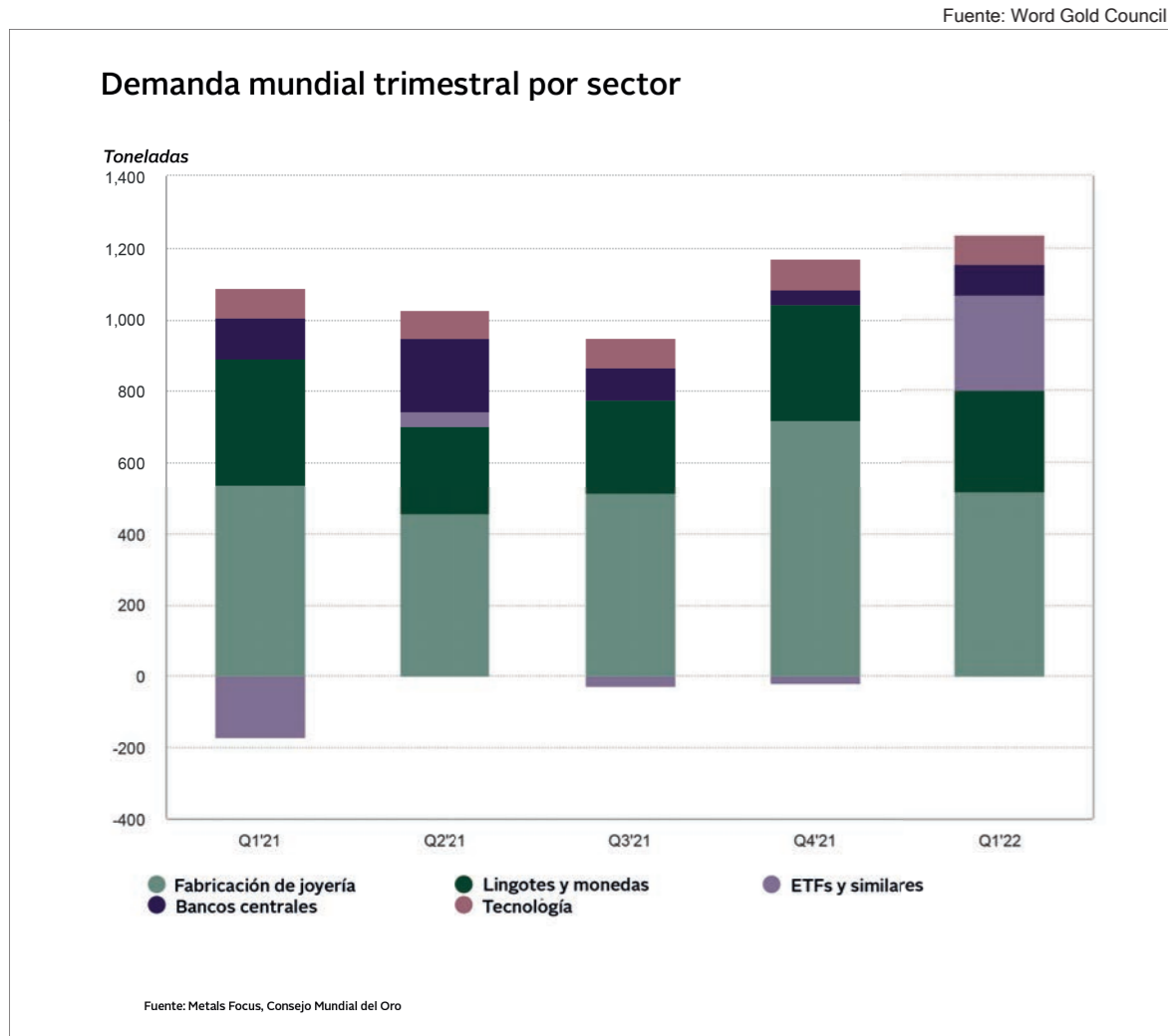
- cerámica, masilla cerámica, grafito líquido...), termopares, termómetros digitales.

Además, gracias al profundo conocimiento de los problemas presentes en los hornos de fusión de aleaciones preciosas,

en Eurografite explican que se proponen a los clientes no sólo como un simple proveedor, “sino sobre todo como un socio capaz de asesorar a sus clientes en la elección de los materiales de grafito, y proponer alternativas de solución válidas, basadas en la experiencia adquirida a lo largo de los años”. ■

Demanda de oro en el primer trimestre de 2022

Fue un 34% más alta respecto al año pasado impulsada por fuertes entradas de ETFs



© Petra Marín
Fuente: WGC

Como viene siendo habitual, el Word Gold Council (WGC) ha ofrecido su primer informe trimestral del año, muy esperado por el mercado y los operadores económicos dadas las condiciones geopolíticas y económicas convulsas y su incidencia en el mercado. Según los datos manejados por este organismo experto en el noble metal, la demanda de oro aumentó a 1.234 toneladas en el primer trimestre de este año en curso, siendo la cifra más alta desde el cuarto trimestre de 2018. El sector que ha propiciado este fuerte impulso ha sido el de las ETFs que “tuvieron sus entradas trimestrales más fuertes desde el tercer trimestre de 2020. Las existencias aumentaron 269 toneladas, impulsadas por la demanda de refugio seguro”, indican desde el Consejo Mundial del Oro.

En general, la demanda de oro fue un 34% más alta en comparativa con el mismo periodo durante el pasado año. El tirón provocado por las ETFs no se ha traducido por igual en los otros acostumbrados consumidores, como es el caso de la industria de la joyería, que “perdió impulso en el primer trimestre. La demanda disminuyó un 7% interanual, lo que refleja en gran medida una menor demanda en India y China” explican en el informe trimestral.

También hay que apuntar a la inversión en lingotes y monedas que se redujo un 20% respecto al primer trimestre de 2021. Pero también resaltar que se mantiene fuerte si nos atenemos a su crecimiento de un 11% por encima del promedio trimestral de cinco años. En cuanto a la actividad de los bancos centrales, esta continúa en ascendencia: “Las reservas oficiales mundiales de oro aumentaron en 84 toneladas durante el trimestre” explicita el WGC. Mención aparte merece a su vez la oferta de metal, que ha experimentado un aumento de un 4% interanual, no solo propiciado por la mayor extracción minera, sino también por el reciclaje, lo que constata que el concepto de la sostenibilidad no constituye una moda pasajera, sino que ha venido para quedarse. En este sentido, un dato importante: “La oferta de oro reciclado saltó a 310 toneladas (+15% interanual). Este fue el primer trimestre más fuerte para la actividad de reciclaje de oro en seis años”.

Pero, ¿qué ha propiciado este hambre por el oro? Cualquier lector-a podrá dar la respuesta. Es evidente que la guerra de Ucrania y el aumento de la inflación están detrás del impulso de la demanda de oro así como de su precio. Ante este escenario, el mercado del oro presume de un comienzo sólido para este 2022. Como bien se apuntaba en el pasado número de *Contraste*, la guerra de Rusia con Ucrania continúa apoyando la demanda de metal precioso como moneda refugio al margen de políticas monetarias que bien podrían ser negativas en este aspecto. Pero ni las subidas de tipos, ni la fortaleza del dólar o el alto precio del petróleo han podido socavar la denominada “fiebre compradora”. Por ello los especialistas siguen siendo más que optimistas en sus previsiones y auguran que el oro planeará en vuelos altos en lo que nos resta de año. ■

Compra todo tipo de productos para la venta en tu tienda

Compra sólo lo que necesitas, sin mínimos, sin obligaciones, sin presiones de venta. Nuestros proveedores incluyen todos tus catálogos de productos para poder ofrecerte los 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

Contraste Mayo 2022

27

PUBLICIDAD

ORO BASE

Fornituras de Joyería, S.A.

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

FORNITURAS DE ORO

FORNITURAS DE PRECISIÓN

FORNITURAS DE PLATA

FORNITURAS DE GOLD FILLED

CADENAS DE ORO Y PLATA

OTRAS FORNITURAS Y MATERIAS PRIMAS

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

WWW.ROBASE.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.oro-base.es

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

Delegación Bilbao
T. 944 795 267
oro-basebilbao@hotmail.com

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

12 razones por las que los agentes comerciales tienen futuro

La profesión es más necesaria que nunca para ayudar a las empresas a vender más y mejor



“Generan 55.000 millones de euros de ventas al año”

tics de los principales portales de empleo y las más prestigiosas consultoras de recursos humanos. El área comercial y ventas acapara una de cada cuatro ofertas de trabajo en nuestro país, y dentro de esta categoría destaca cualitativamente la profesión de agente comercial en claro crecimiento con un 52% más de ofertas que el año anterior, según el último informe del mercado laboral Infojobs-Esade.

2. Es la profesión con mejores perspectivas de empleo

No solo es una de las ocupaciones con más contratación, sino una de las que ofrecen mejores perspectivas de empleo según los datos oficiales del Observatorio Anual del Mercado de Trabajo del SEPE del Ministerio de Trabajo, que la sitúa entre las 10 profesiones con más oportunidades. Esto es así porque sigue gozando de unos niveles bajos de competencia, con una media de 17 inscritos por oferta frente a los 600 de otras ofertas, para unos niveles de ingresos de 35.000€ de media.

3. Cada vez más empresas demandan agentes comerciales

Esta tendencia se ha mantenido pese a la crisis del COVID-19 y ahora con la crisis de la guerra de Ucrania, pues según los datos del Portal de Empleo de los Agentes Comerciales de España, el único que cuenta con el respaldo institucional del Consejo General de Agentes Comerciales de España, las empresas continúan demandando profesionales comerciales externos para impulsar sus ventas y abrir nuevos mercados, adaptados a los nuevos retos de

la economía. De hecho, durante el pasado ejercicio el censo de agentes comerciales colegiados se incrementó durante varios meses consecutivos, a pesar de las circunstancias adversas de la economía.

4. Las empresas demandan profesionales colegiados

Las empresas demandan agentes comerciales porque son, por definición, los mayores expertos en el mercado a cubrir; conocen como nadie el público al que vender; son también los mayores especialistas en el producto; y en definitiva, no lo olvidemos, son a día de hoy la fórmula externa más flexible, eficaz y rentable. Como profesionales autónomos que cobran las comisiones de las ventas, están siempre orientados a objetivos y resultados. Además, la colegiación es un marchamo de referencia para las empresas, que encuentran en el profesional colegiado la garantía de formación, deontología, buenas prácticas y servicios que solo un colegio profesional puede brindar.

5. Mueven la economía

Los agentes comerciales de España generan 55.000 millones de euros de ventas al año y dan empleo directo a 288.000 personas. Su labor de intermediación y representación es fundamental para las 412.000 empresas españolas para las que trabajan, en su inmensa mayoría *pymes*, según los datos de Eurostat y de la International United Commercial Agents & Broker (IUCAB), la asociación internacional que aglutina a

los profesionales de la venta de Europa integrada en Eurocommerce. En el conjunto de la Unión Europea, 590.000 agentes comerciales generan unas ventas totales de 500.000 millones de euros y proporcionan empleo directo a más de un millón de personas. Los agentes europeos realizan operaciones comerciales en nombre de 1,7 millones de empresas, de las que un 88% son *pymes*.

6. Son esenciales para la economía comunitaria

“A pesar del empuje de las nuevas formas de comercio electrónico, el modelo de representación de los agentes comerciales continúa creciendo en Europa ya que es una opción atractiva para las *pymes* que desean cruzar las fronteras de su país y establecerse en nuevos mercados”. De nuevo no lo decimos nosotros. Son las palabras textuales de un informe de la Comisión Europea, que decidió mantener la Directiva Comunitaria de los Agentes Comerciales sin reforma porque ampara a “un mercado muy importante en continuo crecimiento en varios sectores de la economía”.

7. Están impulsando la internacionalización

El Consejo General de Colegios de Agentes Comerciales de España, como parte de su política de impulso a la profesión y mejora de su formación, ha puesto en

marcha el I Curso de Agente Comercial Internacional con la colaboración de la institución de referencia cuando se habla de internacionalización en nuestro país, que es el ICEX. Un curso que supone un más profundo nivel de especialización después del Curso de Acceso a la Profesión, que imparten igualmente CGAC e ICEX, y que da respuesta a una nueva realidad: nuestra profesión tiene una demanda creciente no solo en España sino en los mercados internacionales.

8. Son pioneros en la transformación digital

De la mano del Consejo General, los agentes comerciales vienen emprendiendo un proceso de transformación digital sin precedentes. Esto les ha permitido ser la primera corporación profesional en firmar un acuerdo con Google España para impulsar la Oficina Virtual de los Agentes Comerciales de España, una *suite* de herramientas con la tecnología del líder mundial que incluye presentaciones, calendario, formularios de pedidos, diseño de webs y mucho más. Esta preparación tecnológica les ha valido el reconocimiento de empresas como Cepsa o Repsol, que han elegido al Consejo para implantar de forma pionera la digitalización en el proceso de solicitud de las tarjetas de descuentos en carburantes antes que en ninguna otra profesión.

9. Utilizan herramientas tecnológicas para vender más y mejor

No, Internet no está matando al agente comercial. Al contrario, le está dando armas para ser invencible. Además de la mencionada Oficina Virtual, los agentes comerciales son los primeros en contar con el primer carnet digital elaborado con *blockchain* y disponen de un CRM diseñado por y para agentes comerciales para poner toda la tecnología al servicio de su trabajo como profesionales de la venta. Además, estamos trabajando en un *marketplace* que definitivamente va a convertir lo que podía ser una amenaza, la desintermediación de Internet, en nuestra mejor oportunidad. Sin ir más lejos, Amazon es un agente comercial que cobra comisiones de todo lo que se vende. Nosotros, que ya eramos agentes comerciales antes de que naciera Jeff Bezos, no vamos a quedarnos fuera de este gran mercado que es Internet.

10. Ofrecen un asesoramiento personal y personalizado difícil de sustituir

Los agentes comerciales están utilizando todas las ventajas de la tecnología para ponerlas a su servicio para vender más y mejor, pero hay algo que la tecnología no puede sustituir. El cara a cara, el contacto humano, la relación personal, y en definitiva el asesoramiento personal, y personalizado, que un robot no puede -por

“Seguimos ayudando a vender, ayer, hoy y siempre”

mucho que nos empeñemos-darnos.

11. Son también cada vez más asesores de compra

A los agentes comerciales siempre se nos ha visto como asesores de venta, pero cada vez más, al hilo de la transformación digital, nos estamos convirtiendo también en asesores de compra, y esta es una función que ningún otro profesional está cubriendo y para la que estamos sobradamente preparados.

12. El futuro de los agentes comerciales es brillante porque, como siempre ha sido, depende de nosotros mismos

Los agentes comerciales estamos en constante proceso de reinversión. Así ha sido desde los orígenes de nuestra profesión, y ese ha sido y será el secreto de nuestra supervivencia a través de los años y de los diferentes modelos económicos. Somos emprendedores, profesionales independientes que se tiran a la carretera y ahora a los aeropuertos a abrir nuevos mercados para nuestros representados, a veces sin ninguna garantía de éxito. Somos colonos en tierra desconocida, somos la vanguardia de las empresas, somos la primera línea en la batalla de la economía. Por eso, y porque solo dependemos de nosotros mismos, seguiremos ayudando a las empresas a vender, ayer, hoy y siempre. ♦

© Francisco Manuel Maestre Barrajón, presidente del Consejo General de Agentes Comerciales de España

De catastrofistas y agoreros están llenos los foros y los espacios públicos de la sociedad desde que el hombre es hombre. Llevamos siglos oyendo hablar del fin del mundo, la desaparición del cine, el ocaso de la radio, el advenimiento de la Tercera Guerra Mundial, la muerte del comercio, el apocalipsis final y, en definitiva, el adiós de la civilización tal y como la conocemos. Sin duda, el catastrofismo vende y es capaz de atraer en torno a cualquier falso mesías que se sube a una caja de cartón a toda una multitud asustada y ávida de respuestas.

El problema es cuando se realizan afirmaciones gratuitas

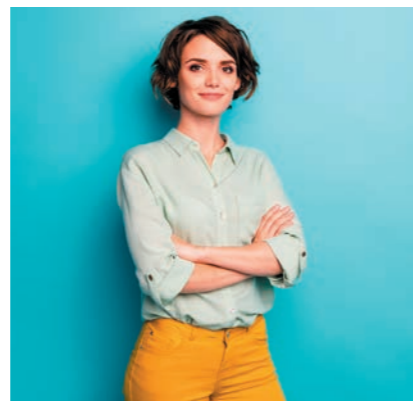
sin fundamento, con el simple objeto de construir un titular impactante que después sea fácil de replicar en redes y enviar hasta el infinito, sin que nadie se detenga un momento a calibrar si lo que ahí se afirma resiste un mínimo análisis.

En este artículo no voy a replicar una a una las “12 amenazas del agente comercial en peligro de extinción”, publicadas en el pasado número de *Contraste*, porque cualquiera puede ver que caen por su propio peso. Simplemente vamos a resumir las 12 razones por las que el agente comercial tiene futuro, y solo 12, simplemente por motivos de espacio:

1. Es la profesión más demandada

No lo decimos nosotros, lo dicen año tras año las estadís-

Actual Plan de Fomento del Autoempleo Joven y Femenino



#Tu profesión
Tu futuro.

¿Quieres trabajar en la profesión más demandada por las empresas españolas? Si tienes hasta 35 años o eres mujer de cualquier edad, ahora puedes iniciar tu carrera profesional como autónomo emprendedor con el respaldo de una nueva edición del Plan de Fomento y Ayuda al Autoempleo Joven y Femenino de los Agentes Comerciales de España.

tuprofesiontufuturo.com



FUNDACIÓN AC.
Agentes Comerciales de España



www.grupoduplex.com



Siempre cerca de ti

Sea cuál sea el canal, estamos para informarte

+ información
social@grupoduplex.com

Joyas para INVITADAS



© Perlas Orquidea

© Beatriz Badás Álvarez

Este año es el de las celebraciones; el año en el que recuperamos la ilusión y las ganas por volver a celebrar como siempre lo hacíamos, por volver a capturar momentos y vivirlos con nuestros seres más queridos. Por ello, las firmas de joyería apuestan fuerte por colecciones exclusivas para eventos y fiestas, dando protagonismo a novias e invitadas que vuelven a celebrar su día más especial. Diamantes, oro, mucho color, propuestas atrevidas y otras más clásicas dan vida a joyas perfectas para un día memorable, sin perder ese código estético que las mantiene en el tiempo. Descubrimos las últimas propuestas del sector y sus ganas de volver a brillar. ♦

Secrecy



Las joyas de Secrecy son la perfecta alternativa para invitadas con gusto por la delicadeza y la artesanía. Sus pendientes, colgantes y pulseras son finas piezas hechas a mano, de plata de ley reciclada y bañada en oro de 18k. Pequeños diamantes naturales y un mensaje oculto las hacen más especiales.

Guess



Guess presenta dos colecciones para la temporada de celebraciones. Enchanted, que destaca por maxi eslabones y Solitaire, que aporta la sofisticación y la elegancia que complementarán cualquier estilo.

Durán Joyeros



Clásicos renovados que nunca fallan. Joyería Italiana x Durán Joyeros propone la colección triple aros para las invitadas que buscan joyas elegantes en las que el oro rosa con diamantes blancos y diamantes brown talla brillante marcan la diferencia.

Vidal & Vidal



Un conjunto de piezas estelares y elaborados diseños de alta calidad que destacan por su diseño multicolor y por la presencia de brillantes circunitas. La elegancia y el glamour para momentos especiales.

Facet



Facet presenta unas propuestas para invitadas en las que la sofisticación es protagonista, como este collar transformable en dos al poder usar la pieza central como colgante corbatero o solitario, y unos pendientes con diamantes River que parecen flotar en el aire.

Nomination



Nomination reedita su icónica pulsera para ofrecer un diseño perfecto para una invitada atrevida. De esta manera, la colección Extension en acero se viste con cristales blancos o de color, añadiendo un toque que marca la diferencia.

Liska



Liska ofrece diseños atemporales con unos códigos estéticos que representan la sencillez, la elegancia y la sofisticación; tres características esenciales para que una joya pueda definirse de alta costura y brille por sí sola.

Joyas para INVITADAS

Luzz Diamonds



El oro blanco y los diamantes se alían con el Sky Blue y la amatista para aportar una dosis de color y luz a los estilismos de las invitadas más elegantes. Luzz Diamonds nunca falla en materia invitadas y novias y sus joyas siempre brillan.

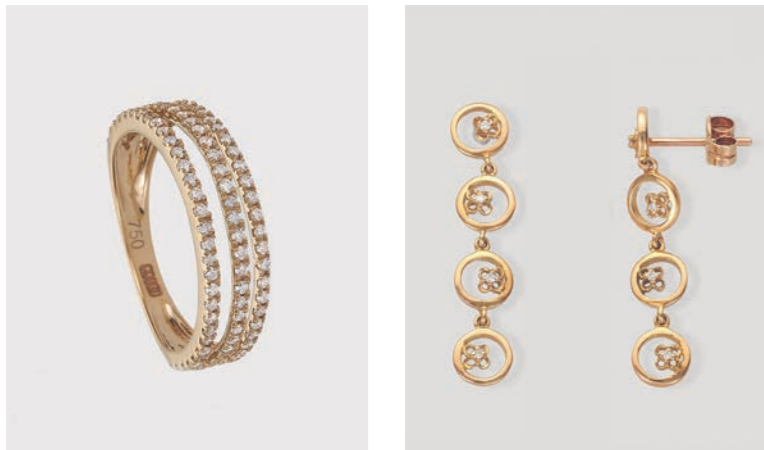
Marea



Joyas únicas para lucir en eventos especiales. Marea propone pendientes versátiles que no pasarán desapercibidos a juego con un anillo. La circónita en forma de lágrima es protagonista.



MIO Diamonds



Oro amarillo y diamantes dan vida a estas dos joyas de MIO Diamonds, especialistas en joyas de invitadas y novias. Dos piezas que, además, perduran en el tiempo y se adaptan a otros momentos del día. La forma perfecta de elevar un look.

Argyor



Argyor crea joyas nupciales y de invitadas desde 1954, creando piezas que unen momentos y personas. Estos pendientes se adaptan a cualquier estilo: con topacio para aportar color, o en forma de aro con diamantes.

Gold&Roses



Gold&Roses Atelier crea joyas a medida para cualquier persona que quiera simbolizar un momento único, viviendo cada paso, desde la idea, hasta el desarrollo y la pieza definitiva, dando vida a piezas especiales.

CH Joyeros



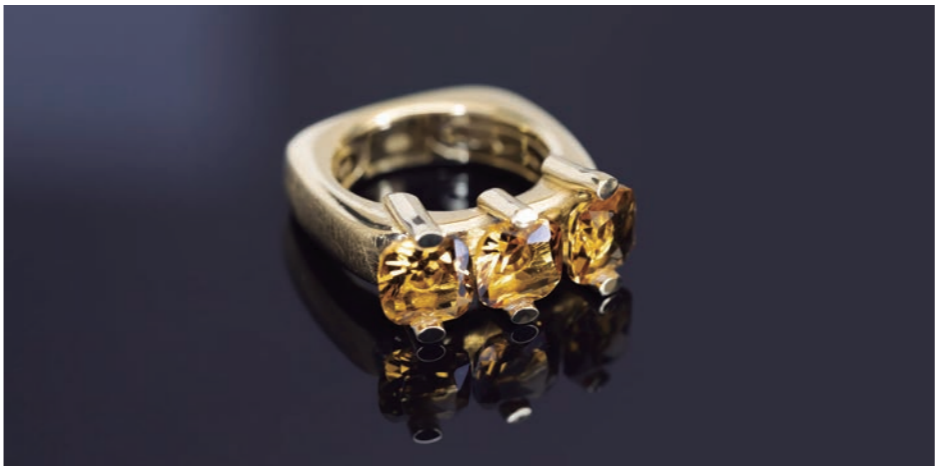
Los anillos son otra perfecta opción para completar un look de invitada. Los anillos de CH Joyeros, de oro, aportan un toque diferencial y un extra de brillo. Una pieza indispensable y atemporal que nunca falla.

Salvatore Plata



Los pendientes siempre son un acierto en materia invitadas, por ello Salvatore Plata presenta un clásico: los pendientes tipo cascada de plata de ley, chapados en rodio con circonitas blancas en distintas tallas.

PittieSisi



El anillo de PittieSisi de la colección Trilogy, de plata 925 dorada en oro amarillo con cuarzo coñac, se convierte en la opción perfecta. Una joya diferente y con carácter para poder seguir luciendo después y en cualquier momento del día.

Victoria Cruz



Las joyas de evento de Victoria Cruz son un símbolo de empoderamiento a la mujer. Entre sus propuestas, destacan estos pendientes en color verde, la gran tendencia de la primavera, con aire sofisticado.

Luxenter



La colección Atelier de Luxenter se convierte en la perfecta opción para invitadas. Los pendientes Sirzad, de plata de ley 925 y circonita esmeralda, con baño de rodio, elevarán cualquier estilismo.

LeCarré



El verde conquista nuestro joyero esta temporada y se alía con las celebraciones de esta época estival. LeCarré propone un anillo y un colgante en oro de 18k con cuarzo verde esmeralda y topacios white, a juego con unos pendientes.

Borsari Gioielli



Borsari Gioielli propone una colección que se caracteriza por suaves hilos de cobre, bañados en plata, esmaltados y adornados con perlas, circonitas y cuentas de plata talla diamante. Una joya deseo que combina con cualquier look.

Joyas para INVITADAS

Anartxy



Anartxy presenta una colección de piezas atemporales que pueden ser combinadas según la ocasión. Una elección perfecta que destaca por detalles suaves y elegantes que no pueden faltar en cualquier joyero. Joyas para una invitada atrevida.

© Perlas Orquídea



Gofrey



La colección exclusiva Gofrey se compone de pedientes muy delicados de plata de primera ley 925 con circones blancos, que captan todo el protagonismo y son una apuesta segura y moderna para que las invitadas los luzcan con elegancia y estilo.

Unica

La elegancia y delicadeza en su máxima expresión y convertida en una joya. Unica propone un colgante realizado en oro blanco, diamantes y perlas Australianas que transmite una sensación de movimiento.



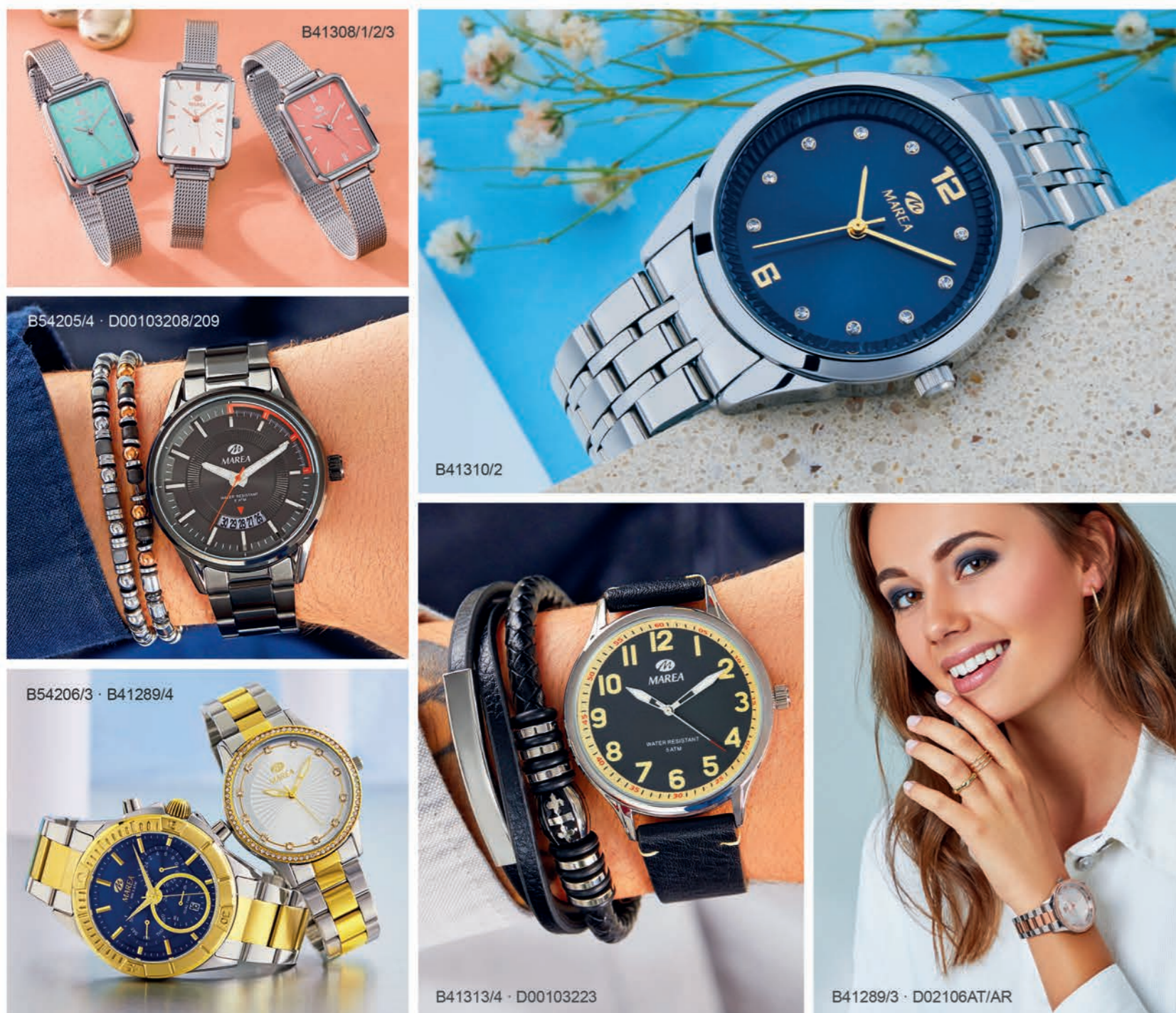
Contraste Mayo 202235PUBLICIDAD

DANIEL WELLINGTON

QUADRO
STUDIO

Distributed by DIFFUSIONE OROLOGI srl - www.diffusioneorologi.com
Phone: +34 911 235 358 E-mail: infodw@diffusioneorologi.it

Las novedades de MAREA llegan con la primavera



Novedades tanto en relojes como en joyería en plata de ley para mujer y en acero para hombre, donde destacan el diseño vanguardista, el color y la calidad

Encontramos desde líneas clásicas con un toque moderno, relojes de estilo *vintage*, hasta relojes deportivos o elegantes, pero, sobre todo, diseños muy frescos

Las novedades en joyería en plata de ley siguen sorprendiendo, y su embajadora Dafne Fernández hace gala de ello en cada aparición pública

La primavera ya está aquí y ha llegado el momento de lucir los nuevos complementos de Marea. Vamos a poder disfrutar de novedades tanto en relojes como en joyería en plata de ley para mujer y en acero para hombre. El diseño vanguardista, el color y la calidad son el alma de esta nueva colección.

Marea nos tiene acostumbrados a una gran cantidad de novedades que siguen las modas y estilos de cada época del año, pero lo que sigue sorprendiendo es la constancia en los últimos años a este lanzamiento de nuevos productos. Es una marca que continuamente está innovando tanto en producto, en comunicación, como en materiales de exposición para los puntos de

venta, y esto es un gran soporte para sus clientes que, a la vez, ayuda a incentivar sus ventas.

La marca relojera nos ha preparado una colección donde confluyen diferentes estilos. Encontramos desde líneas clásicas con un toque moderno, relojes de estilo *vintage*, hasta relojes deportivos o elegantes, pero, sobre todo, diseños muy frescos.

Vamos a ver esferas de colores que combinan perfectamente con las tendencias en ropa de esta primavera, o detalles en piedras tanto blancas como de colores para hacer un "match" perfecto con lo último en joyería.

Siguen dominando los relojes con cadena de acero o malla milanese, pero la introducción de correas de

colores es algo obligatorio en esta época del año, así que Marea ha preparado novedades tanto en piel como en silicona con los colores más de moda de esta temporada.

Y como hemos visto recientemente, las novedades en joyería en plata de ley siguen sorprendiendo, y su embajadora Dafne Fernández hace gala de ello en cada aparición pública.

Y todo ello con la misma filosofía que ha mantenido la firma española desde sus inicios: Productos de calidad a precio muy asequible para todo tipo de consumidores. ♦

Para más información, www.marea.es

La propuesta colorida de COSAR SILVER para este SS22



© Beatriz Badás Álvarez

Esta temporada las joyas discretas se quedan en un segundo plano para dar paso a las joyas más coloridas. Tendencia en auge que invade el joyero y que aporta ese toque alegre y divertido a los estilismos de la temporada más estival. Cosar Silver, fabricante de joyería en Turquía para las tiendas de joyería y con presencia en España desde 2016, se une a esta tendencia con unas propuestas convertidas en deseo para esta temporada SS22.

Cosar Silver cuenta ya con una trayectoria de 20 años como fabricantes y se caracterizan por cumplir con todas las necesidades para que el cliente reciba su producto final en perfectas condiciones. Destaca también por los materiales, de la más alta calidad, que adquieren de proveedores internacionales de confianza. Circonitas, piedras semipreciosas, perlas naturales... son algunas de los materiales que dan vida a joyas de plata.

Joyas a todo color

Las joyas esmaltadas también son especialidad de Cosar Silver y, al mismo tiempo, la gran tendencia de la temporada. Una tendencia que ya se coló el año pasado y, ahora, sube al podio; por ello, Cosar Silver lo incluye en diferentes propuestas como aros de plata con circonitas y una línea esmaltada en azul, fucsia o amarillo.

Los símbolos también están al alza esta temporada y Cosar ha decidido aliar dos tendencias en una misma joya: rayos, estrellas y corazones se tiñen de colores vibrantes en pendientes y colgantes. También eslabones, la indiscutible tendencia por excelencia que, en realidad, ya se ha convertido en un esencial al que Cosar Silver da un giro para teñirlos de los mismos colores. ♦

www.cosarsilver.es
@cosar_jewelry

MALIZZIA apuesta por el *waterproof*

© Petra Marín

Esta apuesta de temporada, que todas las mujeres pasemos el verano cómodamente enojadas sin preocuparnos de llevarlas. Así Malizzia propone una colección de collares y tobilleras a juego de acero inoxidable. Es la colección Waterproof. Como explica Víctor Blázquez Parra, uno de los responsables de la marca salmantina, “todo resistente al agua, con un baño de oro buenísimo para que no pierdan el color. Unas piezas que son muy sencillas y muy coloridas. De cara al verano, la gente busca complementos que les sean supercómodos para ir a la piscina, a la playa, y no tengas que quitarte la joyas y puedas lucir tus collares, pendientes, etc. sin problemas o cuidado alguno”. Malizzia ha ideado esta colección de joyas Waterproof para no tener que pensar ni siquiera que las llevas puestas.

La firma española continúa, a su vez, con mucho color de cara a la

nueva temporada, “mucho esmalte, circonitas de color, pendientes en forma de fruta, todo muy veraniego y divertido -prosigue Víctor-. Es nuestra apuesta del verano, y faltan todavía muchas cosas por caer, pero todo va ir en esta línea de color y diversión. Para que el profesional pueda poner estas piezas en el escaparate y llamen la atención. Joyería que de ganas y mucha alegría”.

Como alegría aportan estos piercings “que hemos fabricado nuevos y ponemos en relieve -explica de nuevo Víctor-. Son piezas también en acero quirúrgico 316 L, hipoalergénico, con circonitas y baño de oro, porque también los tenemos así para ofrecer las dos tonalidades que más se venden ahora. Estos piercings no molestan en absoluto porque son de tuerca plana y así puedes vivir con ellos, dormir con ellos o ir a la playa con ellos, que no les va a pasar absolutamente nada, ni a la oreja ni al pendiente, ni se pone negro, ni nada de nada”. Un gustazo para estrenar este verano a prueba de esa deliciosa agua que ansiamos. ♦



M A L I Z Z I A



AG925 Milésimas

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

925MILESIMAS.COM

Racing Collection 10 ATM de NOWLEY

Duradera y resistente al agua, garantiza el mejor chapuzón del verano



Un imprescindible para ir a la playa y a la piscina de la forma más estilosa, bañarse y practicar actividades náuticas sin temor a tener que quitarse el reloj

Es todo un gusto descubrir la nueva colección Racing y las últimas tendencias de Nowley, llenas de color y, sobre todo, sumamente prácticas para una época del año en la que priman la comodidad y la necesidad de poder ver la hora en cualquier momento del día y en cualquier situación.

La vitalidad que aporta la temporada de calor trae consigo una línea Racing repleta de colores, energía y buen rollo que marca la diferencia al seguir las tendencias sin dejar de lado la versatilidad, al ser relojes perfectos para disfrutar en cualquier momento del día y que hacen más favorecedores los *outfits*.

Un imprescindible para ir a la playa y a la piscina de la forma más estilosa y presumir con un gran aliado para aprovechar al máximo el radiante sol y las noches de verano.

Duradera y resistente al agua, la colección Racing presenta relojes 10 ATM para mujer y hombre. Los relojes de mujer se presentan en llamativos colores, como el verde agua o el rosa pastel, con un PVP de 35,90€. Los relojes de hombre, más sobrios a la par que *casual*, podemos encontrarlos en color verde oliva, gris marengo que contrasta con los botones de color naranja, negro con bisel plateado, o total *black*; todos ellos con un PVP de 39,90€.

Una colección perfecta para la llegada de los meses más cálidos del año con la que poder bañarse y practicar actividades náuticas sin temor a tener que quitarse el reloj cada vez que se hace una actividad relacionada con el agua. ♦

Más en www.nowley.com

Desde luego, los relojes de la colección Racing tienen unas prestaciones que los convierten en un *must* de este verano. Además de esta colección, se puede conocer el resto de colecciones en www.nowley.com con multitud de relojes, estilos y diseños, para combinar a gusto con las prendas de entretiempo y más frescas para los meses de calor.

NOWLEY
TIME FOR CHANGE

RACING COLLECTION 10 ATM

INDUSTRIAL MARTÍ DE RELOJERÍA S.L. C/Pi, 12 · 08002 Barcelona · 93412 2628
www.smart.nowley.com · www.nowley.com · www.industrialmarti.com · www.potens.com

Los IMPRESCINDIBLES de temporada

Los anillos de ella/él



BELÉN BAJO

Son para ella, son para él. Los anillos de plata de ley con dibujo esmaltado de Belén Bajo no entienden de diferencias de género. Se calzan por igual con una aparente simplicidad formal para acompañar una mano y un gesto de una forma atemporal, sencilla y con cierto sabor geométrico.

Retornan las tobilleras



BIJOU BRIGITTE

Con su estilo algo *hippie* y setentero, piedrecitas, pompones de colores, cuentas con iniciales y conchas nos animan a usar y usar... hasta el próximo verano. Combinan de maravilla con los complementos de ganchillo, cintas textiles y de piel. ¡Atentos a las superposiciones!

A la cera perdida



BONA CALVI

Con la técnica de modelación de la cera perdida, tan indisoluble de la joyería, trabaja la italiana Bona Calvi sus microesculturas. Porque sus joyas son pequeñas esculturas para llevar que nos reproducen fauna y flora con mucho encanto. Para ejemplo, estas “anchoas” de bronce.

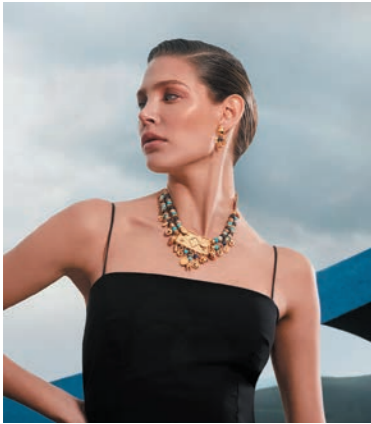
Mensajes secretos



FALCINELLI

La firma italiana Falcinelli da un golpe de tuerca en este seductor arte de esconder secretos al que tanto se presta la joyería. Y lo hace con una nueva colección SS donde anillos o colgantes llevan un mensaje grabado en oro que se puede descubrir con un simple gesto manual.

Referencia turquesa



GIOVANNI RASPINI

Siempre nos ha interesado el diálogo que Giovanni Raspini mantiene con la naturaleza y que reinterpreta en cada temporada con frescura. Nos quedamos en esta con la colección Tuareg, inspirada en las tribus nómadas bereberes, en plata dorada con howlita teñida (sí, lo dicen) en turquesa.

De restos orgánicos



HELENA ROHNER

Esta diseñadora afincada en Barcelona nos vuelve a llamar la atención sobre las posibilidades por explorar que le quedan a la joyería en busca de “materiales” sostenibles. Estos brazaletes están reallizados con un filamento PLA, un biopolímero hecho de restos de carbohidratos como la patata y la yuca.

Anillazos



LUXENTER

Luxenter lo tiene claro. Es la tendencia del momento. Los anillos son los protagonistas indiscutibles y no solo uno, los anillos XXL combinados crean una estética de exceso que es la última tendencia. La firma española propone el anillo Yahad, lo más nuevo con Carmen Lomana.

Oro verde



MELLERIO

La decisión se debe a Laure-Isabelle Mellerio, directora artística y presidenta de Mellerio, que ha decidido evocar la renovada vivacidad de la vegetación con el uso de esta aleación conocida como oro verde, que ha sido exhibida con frecuencia por la casa familiar desde el siglo XIX.

Filigrana portuguesa



MISTICAJÓIAS

Es toda una delicia, esta vez en versión portuguesa con MísticaJóias, nacida hace más de 20 años en Guimarães. Joyería de autor que preserva y cultiva una técnica íntimamente ligada a la joyería y que abre celosías estéticas sobre la piel procurando un mágico juego de luces y sombras.

Románticos sellos



MONBOUQUETTE

Aunque su uso original haya caducado en el tiempo, los anillos sello siguen cautivando a más hombres de los que imaginamos y se renuevan contemporáneamente con propuestas como esta de Monbouquette, una firma estadounidense creada por madre e hija con perspicacia fuera de lo común.

Amuletos



NANIS

Los nuevos Nanis Amuleti (amuletos) son impactantes. Preciosos talismanes, hechos de aguamarina, aventurina verde y naranja y piedra luna, e inspirados en lugares sorprendentes y fronterizos. Toda una demostración de lo que inspira el descubrimiento y la aventura en el ser humano.

El toque de color



RADIANT

Y de lo más elegante, como ocurre en esta colección de Radiant. Un reloj en apariencia clásico cuyas correas plateadas o doradas (según versión) combinan a la perfección con sus originales esferas protagonizadas por piedras de colores que aportan un detalle de luz y color único.

Mecánicos modernos



SEIKO

Nueva caja, nuevo calibre y nuevos diseños en la serie Presage Sharp Edged de Seiko. Sus cinco modelos estarán disponibles a partir de junio en las Seiko Boutiques y en tiendas seleccionadas. En esta versión la rica profundidad de construcción de la esfera azul indigo aloja un calibre 6R38.

La sonrisa Smiley

MESSIKA PARIS



Parece mentira, en este 2022 el famoso emoticono, fuerte símbolo de la cultura pop, sopla sus cincuenta velas. Entre las también 50 grandes firmas de moda, joyería y relojería seleccionadas por The Smiley Company para celebrarlo ha estado Messika Paris. Y lo ha hecho con diversión.

Contraste recomienda

Ver en YouTube el video exclusivo de David Guetta con Felix Da Housecat y Kittin que se une a la campaña de positividad de Smiley. En el video también aparecen el maestro grafitero André Saraiva y el instagramer Dude With Sign.

Larga vida al cuello



TERESA ESTAPÉ

Así lo realiza la creadora Teresa Estapé de forma muy gráfica sobre la piel. Con un collar que señala y delimita, con un gesto lineal y geométrico, toda la belleza y atracción que transmite. El cuello pide lucirse en toda su maravillosa profundidad con joyas que parecen tenues pero son tenaces.

Snake Spirit



THOMAS SABO

La tentadora serpiente ha sido fuente de inspiración para el nuevo reloj de mujer Snake Spirit de la colección SS 2022 de Thomas Sabo. La esfera está decorada con una extraordinaria serpiente que presenta un bello efecto tridimensional adornada con piedras de colores y circonitas.

© Petra Marín

Tenemos 16 motivos para hablar de imprescindibles esta nueva temporada. Muchos de ellos nos devuelven técnicas muy imbricadas en la joyería. Otros nos piden deleitarnos en el latido mecánico de un reloj o en su sencilla elegancia realzada por un toque de color. Nos gustan los mensajes de amor secreto que se escriben con oro y diamantes gracias a una pluma verdaderamente profesional o simplemente colgarnos una y otra, y otra tobillera... por puro placer veraniego. Aquí están las propuestas que animarán al sector y le sacarán la mejor de sus sonrisas en este verano que está al caer. ♦

ORIZZONTI D'AUTORE

Del 7 de mayo al 24 de julio en Asolo (Italia) se dan cita los grandes

© Petra Marin

El Museo Cívico de la bella localidad toscana de Asolo acoge, del 7 de mayo al 24 de julio próximo, la exposición “Orizzonti D'Autore. Tra Visioni e Materia”, un estrenado evento de joyería de autor, con carácter bienal, que reúne esta primera vez 120 obras de 24 artistas de fama internacional provenientes de 14 países de cinco continentes, destacando un premio a la trayectoria, Premio Archeometra alla carriera, que recibe el reconocido creador italiano Giampaolo Babetto. La muestra está curada por Thereza Pedrosa, nacida en Río de Janeiro (Brasil) y afincada en Europa, y cuenta con presencia creativa procedente de España: Lluís Comín y Ramon Puig Cuyàs.

En un esfuerzo sin precedentes nace el evento bienal de joyería de autor Orizzonti d'Autore que se hospeda en las salas del Museo Cívico de Asolo, burgo amurallado y “urbs picta” del Véneto, vecino a Venecia y considerado uno de las más bellos de Italia. Su objetivo en esta primera edición es explorar los confines de la creatividad, favorecer el diálogo internacional y estimular a los visitantes bajo el criterio “entre visión y materia”. Han sido invitados a participar 24 artistas de cinco continentes, dos de ellos procedentes de España: Lluís Comín y Ramon Puig Cuyàs. Giam-

paolo Babetto es especialmente honrado como gran maestro con una retrospectiva.

Thereza Pedrosa, de origen brasileño, es la curadora. En su haber, una reconocida trayectoria como conservadora, catalogadora y curadora en Europa, además de impulsora de la Thereza Pedrosa Gallery. Entre los eventos programados del 7 de mayo al 24 de julio se incluyen las siguientes actividades que ofrecemos a modo de resumen:

– “Orizzonti d'Autore. Tra visione e materia”. Muestra colectiva compuesta por 70 obras de 24 autores de 14 países que presentan una completa panorámica de la joyería de autor.

– Giampaolo Babetto. Premio Archeometra a la carrera. Retrospectiva única con más de 60 piezas, entre joyas, platería y otros objetos de 55 años de trabajo del artista considerado uno de los grandes maestros mundiales de la joyería artística contemporánea.

– Inauguración y otros eventos. Tras el 7 de mayo, fecha de inauguración de ambas muestras, el 14 de mayo será Eliana Negroni, presidenta de la AGC Associazione del Gioiello Contemporáneo, quien realice una visita guiada de las muestras. El 21 de mayo se presenta en anteprima el libro “Giampaolo Babetto”, editado por Arnoldsche. El 18 de junio por la mañana está prevista una conferencia del artista joyero Giovanni Corvaja y el mismo día por la tarde una visita guiada con Thereza Pedrosa. ♦



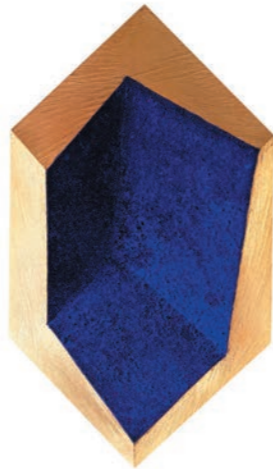
Los 24 artistas seleccionados

• Giampaolo Babbeto (Italia). Premio Archeometra a la carrera • Ralph Bakker (Países Bajos) • Lluís Comín (España) • Giovanni Corvaja (Italia) • Corrado Del Meo (Italia) • Clara Del Papa (Venezuela) • Teresa F. Faris (EE.UU.) • Maria Rosa Franzin (Libia/Italia) • Malene Kastalje (Dinamarca) • Hee-ang Kim (Corea del Sur) • Jil Koehn (Alemania) • Stefania Lucchetta (Italia) • Gigi Mariani (Italia) • Kazumi Nagano (Japón) • Barbara Paganin (Italia) • Renzo Pasquale (Italia) • Ramon Puig Cuyàs (España) • Carla Riccoboni (Italia) • Jacqueline Ryan (Reino Unido) • Ezra Satok-Wolman (Canadá) • Aisegül Telli (Turquía) • Flora Vagi (Hungría) • Wu Ching-Chih (Taiwán) • Annamaria Zanella (Italia)

El homenaje a Giampaolo Babetto

Es, sin lugar a dudas, un referente en la joyería contemporánea internacional. Son 55 los años de carrera que jalonan su trayectoria, en los cuales Giampaolo Babetto ha sido investigador, precursor, revolucionario y maestro. Ahora Asolo reúne unas 60 creaciones en esta retrospectiva que recoge más de cinco décadas y dice mucho del artista, sus inquietudes y su insustituible contribución a la formación de nuevas generaciones de artistas joyeros. El premio que recibirá Babetto recibe el nombre de Archeometra, la empresa dedicada a la formación tecnológica que ha dado soporte a esta iniciativa y tiene en su fundador, Evio Vazzoler, y ahora su presidente, Giampietro Bertì, unos incansables defensores de los intereses del territorio y el apoyo de su cultura.

Broche, 2007
Oro amarillo de 18 kt, pigmento



Contraste recomienda



Entrar en la web del Museo Cívico de Asolo para más información, además de acceder a través de Instagram y Facebook: @orizzontidautore @asolomuseo @thereza_pedrosa @visit_asolo



Aisegül Telli
Broche. Colección Anemone series, 2020
Latón chapado en oro, plata, acero, aleación, resina, pintura acrílica, vidrio, perlas



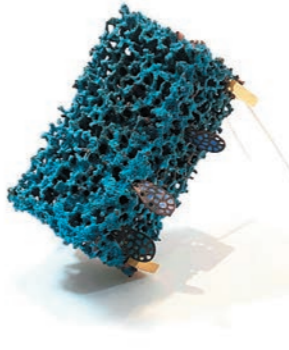
Annamaria Zanella
Collar. “Mediterranea”, 2017
Ébano, crin de caballo, polvo de lapislázuli, oro, resina, índigo



Barbara Paganin
Collar. “Containers”, 2015
Plata, porcelana, hueso, marfil, polimetacrilato, madera, oro



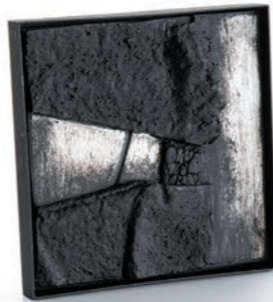
Carla Riccoboni
Collar. “Ellisse Phitos”, colección Alphabet series, 2016
Plata, oro



Chinh-Chih Wu
Broche. “Blue Square”, 2016
Cobre, bronce, esmalte, chapado en oro



Clara Del Papa
Anillo. “Kesho”, 2015
Plata, keum boo, oro, pigmento



Corrado Del Meo
Broche. “Black II”, 2021
Plata, papel maché, pintura acrílica, PVC, acero



Ezra Satok-Wolman
Broche. “The Mathematical Fingerprint of God”, 2012
Oro amarillo de 791 milésimas, oro blanco de 750 milésimas, seda japonesa



Flora Vagi
Broche. “Enlight II”, 2013
Madera, esmalte frío, plata, acero



Gigi Mariani
Anillo. “Parallel worlds”, 2014
Plata, oro, niello, patina



Giovanni Corvaja
Broche. “Mandala”, 2018
Oro



Hee-ang Kim
Broche. “Proliferation 25”, 2018
Latón chapado en oro, arcilla de piedra, arcilla polimérica, pintura acrílica

ORIZZONTI D'AUTORE

Del 7 de mayo al 24 de julio en Asolo (Italia) se dan cita los grandes



Jacqueline Ryan
Broche "Oval cones", 2017
Oro, esmalte vítreo



Jil Koehn
Broche "Scopulum"
Diamante, plata, acero



Kazumi Nagano
Broche. 2022
Hilo de seda, hilo de oro, hilo de nailon, plata



Lluís Comín
Broche. "Magic Mountain", 2019
Plata, oro, cobre, lapizlázuli, madera



Malene Kastalje
Pieza de cuello. "It was closer than the year before but no one noticed", 2018
Silicona, pigmento, imán de neodimio



Maria Rosa Franzin
Broche "White", 2009
plata, oro, metacrilato



Ralph Bakker
Collar "Green Crock", 2004
Oro, plata, esmalte



Ramon Puig Cuyàs
Broche. "Subtle Architectures n. 1511", 2014
Plata, turquesa reconstruida, plástico, esmalte sobre cobre



Renzo Pasquale
Gargantilla "Inside the form" 2019
Oro



Stefania Lucchetta
Broche. "Vertebrae 274", 2021
Titanio, acero



Teresa F. Faris
Collar. "Collaboration with a bird III 13", 2013
Plata, madera alterada por un pájaro

XII ARTE Y JOYA INTERNATIONAL AWARD ¡Abierta la inscripción! 2022-2023



1 Todo lo que has de saber para participar

¡No lo dejes pasar!

El concurso está abierto a nivel internacional a todos quienes quieran aportar su visión creativa e investigadora en el terreno de la joyería contemporánea. El periodo de inscripciones va desde el 1 de abril hasta el 31 de julio de 2022.

Self-service online

El proceso para participar es muy sencillo, lo puede hacer cada uno/a por la web **www.arteyjoya.com**, aportando imagen de obra y los datos requeridos.

Su coste es mínimo

Al igual que en la pasada edición, se establecen las siguientes tarifas:

Autores: 75€ hasta el 30 de mayo de 2022 inclusive. 85€ del 1 de junio al 31 de julio inclusive.

Alumnos de escuela: 50€.

¡Al instante estarás!

Una vez inscrito/a, obra, datos e información quedarán publicados de inmediato en la página web **www.arteyjoya.com** y en las redes **Instagram** y **Facebook**.

Grupo Duplex vuelve a invitar a los creadores a participar en esta nueva convocatoria destinada a promocionar la joyería creativa, primando que la investigación artística sea la hoja de ruta de todos los que hagan de **www.arteyjoya.com** un lugar de motivación y expresión.



2 Cómo va el proceso para lograr el premio

En septiembre, los finalistas

Un jurado independiente formado por expertos en joyería artística y un voto popular, que tendrá el mismo valor que el de cada miembro del mismo, decidirán los 32 autores para la final. Todas sus obras serán publicadas en un catálogo impreso.

¡En octubre, ganador/a!

El premio ARTE Y JOYA 2022-2023 se anunciará en el marco de JOYA Barcelona en octubre de 2022.

¿Qué logra el premio ARTE Y JOYA?

Además del trofeo físico-obra de la escultora y joyera Fili Plaza-, promoción en todos los medios de Grupo Duplex y redes sociales y un *shooting* con su obra.

Promoción en Contraste

La totalidad de los participantes, una vez finalizado el proceso, tendrán presencia con su obra en el periódico *Contraste* que se imprime todos los meses.

Exposiciones en Madrid y Barcelona

Además de aparecer en el catálogo impreso, finalistas y premiado/a podrán participar con las exposición física de su obra en las muestras que se celebrarán en Madrid y en Barcelona en fechas a decidir.

INSCRÍBETE PARA PARTICIPAR
www.arteyjoya.com



Premio Internacional ARTE Y JOYA 2021

Todos los participantes (6)

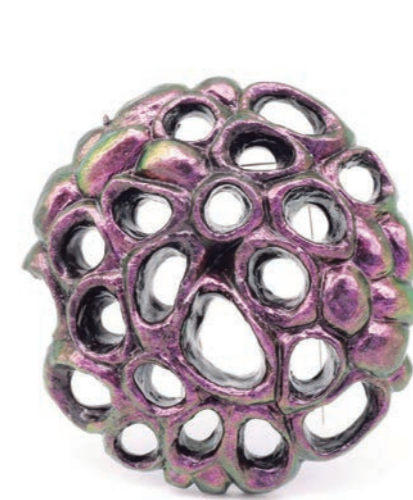
© Petra Marín

Continuamos con la sexta presentación de los creativos participantes en la pasada edición del Arte y Joya International Award. Un concurso destinado a promocionar la joyería artística actuando como laboratorio de investigación y aporte de tendencias. Bajo la cabecera de *Arte y Joya* constituye asimismo una plataforma donde resulta sencillo participar y usar todas las herramientas que la editorial Grupo Duplex pone al alcance de quienes tienen inquietudes en uno de los ramos más enriquecedores del sector: joyero. Recordamos a los lectores que ya está abierta la hoja de ruta para la próxima convocatoria 2022-2023. El proceso para inscribirse se realiza en dos fases atendiendo a su coste: 75 euros hasta el 30 de este mes de mayo y 85 del 1 de junio al 31 de julio inclusive. Los estudiantes gozan de una inscripción especial que se sitúa en 50 euros. Participar resulta muy fácil y desde la inscripción ya se está presente con obra, información y datos de contacto tanto en www.arteyjoya.com como en las cuentas de Instagram y Facebook. Tras el verano se activa todo el proceso que lleva a la elección, primero de los 32 finalistas y finalmente del ganador o ganadora. Grupo Duplex selecciona para ello un jurado independiente, de carácter internacional y reconocida trayectoria, que da sus votos en favor de las obras consideradas más atractivas, por calidad, innovación y exploración de nuevos lenguajes creativos. En octubre se desvelará el Premio Internacional Arte y Joya en su doceava edición, e inmediatamente se pondrán en marcha toda una serie de acciones paralelas que contribuirán a su divulgación, y con ella, las obras de todos sus participantes. ♦

Contraste recomienda



Entrar en la web de Arte y Joya para ver la obra al completo de los 168 participantes en el XI Premio Internacional Arte y Joya.
www.arteyjoya.com



Michelle Kraemer
Broche. "Time", colección Prismatica, 2021
Austria / Luxemburgo
info@michellekraemer.com



Micol Ferrara
Collar. "Break", colección Unpredictible?, 2021
Italia
jewelrhythmicdesign@gmail.com



Olga van Doorn
Anillo. "Berries on Small Branches", 2019
Países Bajos
olgavandoorn@gmail.com



Panchi Silva
Pendientes. "Gnocchi colores", colección Gnocchi, 2021
España
panchisilva.design@gmail.com



Paolo Gambarelli
Anillo. "Lost Labyrinth Garden with Shelter", colección Iron and Gold, 2021
Italia
info@lunante.it



Mineri Matsuura
Broche. "Another sky", 2021
Japón
mineri@coast.ocn.ne.jp



Miriam Chacón
Collar. "Nostalgia", colección Colores Inesperados, 2021
Venezuela
miriam.dac.2017@gmail.com



Misaki Nomoto
Collar. "Inori", 2021
Japón
lifeiscomedy.hm@gmail.com



Patricia Iglesias
Anillo. "De las ausencias", colección Reflejos Mestizos (serie), 2021
Chile
patriciaiglesiasjoyas@gmail.com



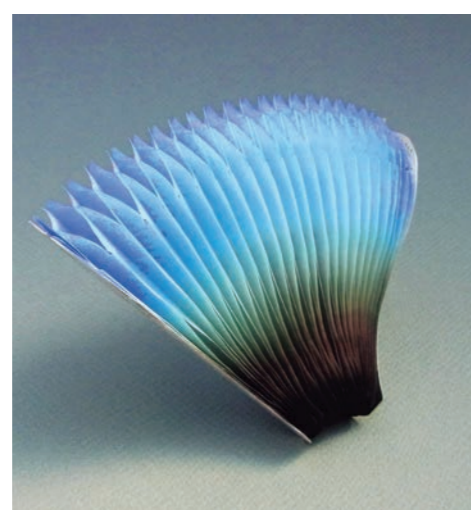
Paula Petiz
Broche. "Overlays", 2020
Portugal
ciclopaulapetizatelier@gmail.com



Pauletta Brooks
Colgante / Collar. "Medallion", 2021
Estados Unidos
paulettabrooks@gmail.com



Mitami Jewelry
Anillo. "Diversity", 2021
Italia
mitamijewelry@gmail.com



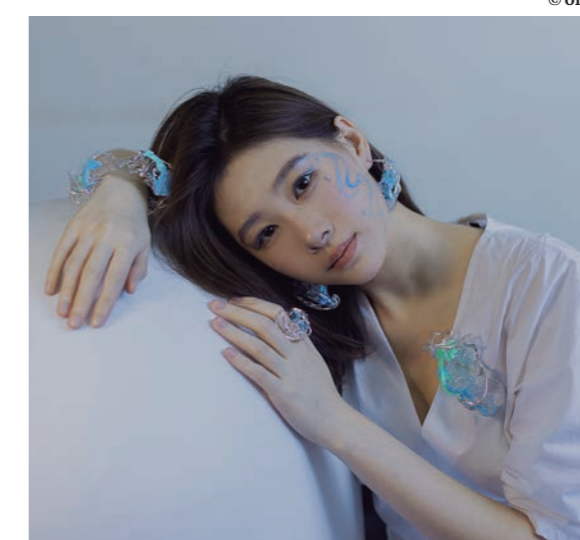
Nahoko Fujimoto
Broche. "Blooming", 2021
Japón
cream_13@palette.plala.or.jp



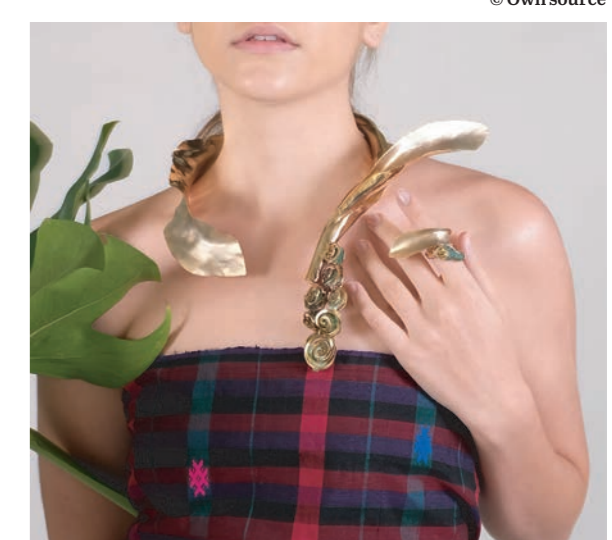
Nuo
Broche. "True Nature", colección True Nature, 2021
China
nuojewelry20@gmail.com



Peleg Mercedes Matityahu
Pieza para el cuello. "Lost Memories", colección 7, 2021
Israel
peleg17@gmail.com



Peng Xinyan
Anillo, broche, pendientes y brazalete. "Wanton", colección One, 2021
China
1071430279@qq.com



Phawa Sine Nwe
Collar, Anillo. "Jinghpaw", 2021
Myanmar
rebeccahpawa77@gmail.com

Un mes y 4 ARTISTAS, por Nicolás Estrada

Este mes de mayo cumpla 22 años de vivir en Barcelona, la ciudad que me abrió sus puertas, me acogió, me permitió hacer lo que yo quería hacer y ser quien yo quería ser. Por esto mismo, en la columna de este mes, quiero hacer un homenaje muy especial a este maravilloso lugar presentando a otros joyeros venidos de fuera que, como yo, encontraron en Barcelona el espacio ideal para desarrollar su arte, darse a conocer y triunfar. ♦



Judy McCaig
Escocesa. Estudió arte en Dundee, donde comenzó su fascinación por las joyas. Continuó su investigación durante un máster en el Royal College of Art de Londres. Desde 1991 vive en Barcelona, donde enseña en la Escuela Massana desde 2001, y en el Taller Perill desde 2009. En su obra hay un espacio invisible donde reside la esencia de todas las cosas, siendo la joya un espejo o el detonante visual y metafórico de un viaje dentro de uno mismo.

Instagram:
@judymccaig

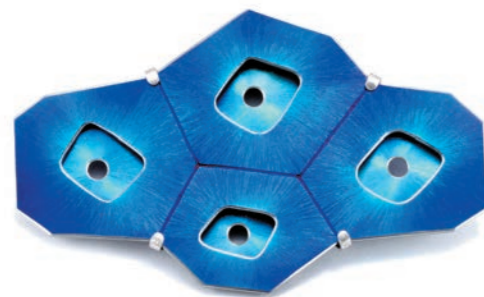


Pieza. "Shadowland"
Acero, alpaca, tombac, oro, cristales de diamantes, herkimmer, metacrilato, aluminio



Eugen Steier
Orfebre y platero alemán que llegó a Barcelona en 2003. Trabajó en varios talleres y en 2006 fundó La Casa Espiral, donde daba clases de joyería y realizaba sus diseños. En 2014 abrió su tienda en el centro de Barcelona para desarrollar su propia marca y seguir enseñando. Sus piezas transmiten su amor por el detalle, las formas geométricas y los colores primarios. Su obra podría considerarse minimalista, auténtica y atemporal.

Instagram:
@eugen_steier_jewelry



Broche. "Hexacoral #1"
Titanio tratado con calor

Trinidad Contreras
Sevillana residente en Barcelona, la ciudad que le permitió descubrir la joyería y la cerámica al mismo tiempo durante sus estudios en la Escuela Massana. Desde 2010 trabaja en paralelo los dos oficios, llegando a desarrollar su particular y reconocido lenguaje en el ámbito de la "joyería con cerámica". Trinidad también trabaja como docente y encuentra en Barcelona un público curioso y creativo.

Instagram:
@trinidad_contreras



Broche. "Crypsis II"
Gres refractario, porcelana, cuero, plata, tornillos, acero



Gastón Rois
Nacido en Argentina, de formación autodidacta, emprende camino a Barcelona para estudiar joyería artística en la Escuela Massana y sigue ampliando su formación en Europa. En este tiempo conoce la técnica del electroformado, la cual le fascina e inicia un camino de investigación hasta especializarse en ella. Desde entonces, su trabajo se desarrolla por un lado como joyero, exponiendo sus obras en diferentes galerías de Europa y América, y por otro como docente e investigador del electroformado.

Instagram:
@gaston.rois.electroforming



Broche
Cobre electroformado, esmalte



Our mission is to enrich the everyday lives of people in the world by exposing them a quality, reliable Japanese watch brand. Offering our affordable collections available to everyone, everywhere.

Tone Watch

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






MARK MADDOX



CAJA Y BRAZALETE EN ACERO 100 METROS SUMERGIBLE
PVP MUJER 59€ · PVP HOMBRE 65€



 /MARKMADDOXWATCHES
 /MARKMADDOXWATCHES
 MARK MADDOX WATCHES

markmaddox.com