CURT EDICIONES SA

**Le agradecemos la adquisición el ejemplar digital de nuestra revista**




A continuación le indicamos instrucciones necesarias para leer un PDF, de la manera más clara y sencilla posible.

La mayoria de los navegadores más modernos incluyen lector de pdfs integrado, pero si desea leer en modo revista le recomendamos se descarge el software

Adobe Acrobat Reader DC

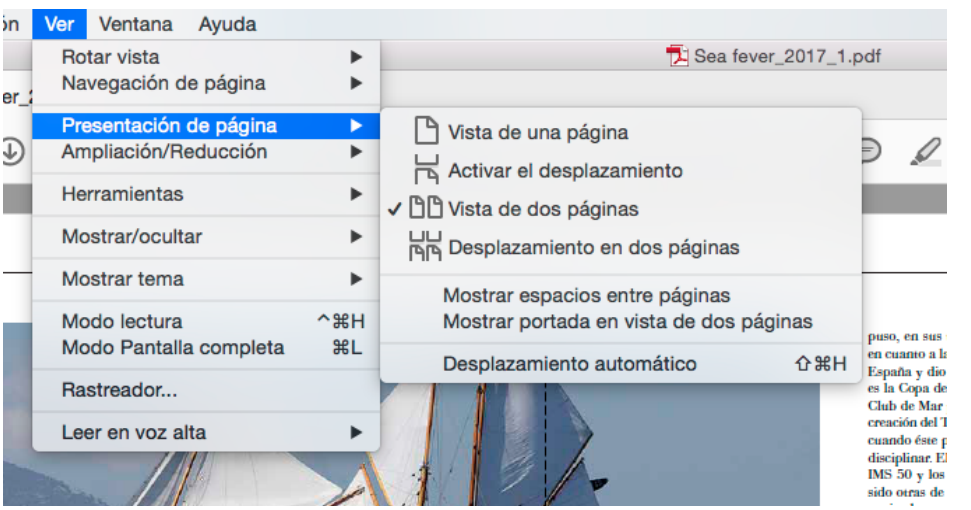
Una vez visualizada su revista en el Adobe Acrobat Reader

seleccione en el menú

Ver la presentación de la página a dos páginas.

También para una lectura más comoda escoja

Modo pantalla completa.




Esperamos disfrute con nuestra publicación.

No olvide volver a visitar nuestra página e inscriberse en el newsletter que le mantendrá informado de la publicación de nuevos ejemplares.

Copyright 2017 CURT EDICIONES, S.A.

# THE BEST JOYAS

nº 68 • 12 €

www.revistajoyas.com

## LES GEORGETTES BY ALTESSE

CREACIONES PERSONALIZADAS



Foto: LES GEORGETTES BY ALTESSE

## ESTILO

VUELVE EL ANIMAL LOOK

ESPECIAL

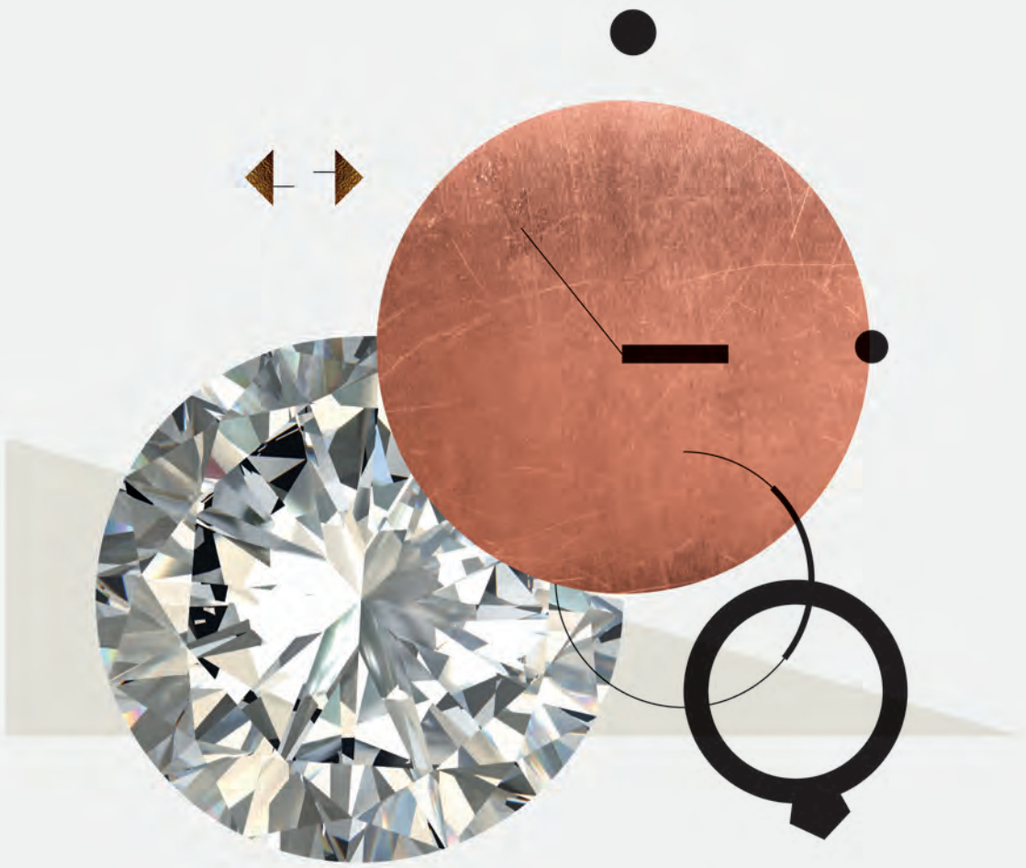
## PROPUESTAS ESTRELLA PARA 2019

**DE MODA:** JOYAS PARA UNIVERSOS MÁGICOS • **PIEDRA DEL MES:** LA AMATISTA

**TENDENCIAS:** MAXIBRAZALETES Y DIAMANTES

# madridjoya

Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia



EN COINCIDENCIA CON

intergift

bisutex

MO MAD

7 -10 FEB 2019

www.madridjoya.ifema.es

SÓLO PROFESIONALES

ORGANIZA

IFEMA Feria de Madrid



GUCCI

jewelry




Fotografía portada: **LES GEORGETTES BY ALTESSE.**

# THE BEST **JOYAS**

# SUMARIO

Nº 68




## SUMARIO EDITORIAL
2 Rutina con glamour

## TENDENCIAS
4 Maxipulseras
5 Diamantes

## RELOJES JOYA
6 Expresiva singularidad

## ALTA JOYERÍA
8 Boucheron

## ESPECIAL
10 Propuestas estrella para 2019

## DE MODA
16 Universos mágicos

## ESTILO
20 Animal look

## NOTICIAS FLASHES
24 Novedades del sector

## SOCIEDAD & CELEBRITIES
26 Eventos e inauguraciones




**REPORTAJES**

30 Les Georgettes by Altesse
34 Bvlgari
36 Chopard
38 Chantecler
40 Cartier
42 Giovanni Ferraris
44 Dinh Van
46 Swarovski
48 Rosefield
50 Pretty Rumour





**PERSONAJE DEL MES**

52 Carlo Palmiero

**JOYAS ESTRELLA**

55 Un toque vintage

**LA PIEDRA DEL MES**

60 Acuario y la amatista

**DE DISEÑO**

63 Presentación
64 Joyas contemporáneas
66 Joyas de plata
68 Joyas masculinas

**FERIAS**

70 Noticias ferias






# EDITORIAL

## RUTINA CON GLAMOUR

Tras las fiestas navideñas es necesario volver a la rutina, al día a día. Y lo hacemos en unos momentos en los que el invierno ataca con toda su crudeza, sin tregua. Los días son cortos, y el sol escaso. Se dice, además, que algunas de las jornadas de principios de año resultan particularmente duras, y que son proclives a la tristeza y el desasosiego.

Nuestro especial consejo es que conviene enfrentarse a este panorama gris con alegría, optimismo y vitalidad, ¿y qué mejor manea de hacerlo que acompañados del brillo de una joya? La joyería ofrece, para estas ocasiones, unas piezas que parecen haber sido creadas para disolver el mal humor y levantar el ánimo.

En las páginas de este ejemplar de la revista The Best Joyas incluimos unas creaciones que son todo un antídoto contra la melancolía, ya que se ofrecen vibrantes, originales y apetecibles. Nos hacemos eco de las tendencias que reinarán a lo largo del año y nos rendimos a la belleza exótica de los universos mágicos y del Animal look. Y como no podría ser de otra manera, mostramos las novedades más representativas de las grandes marcas.



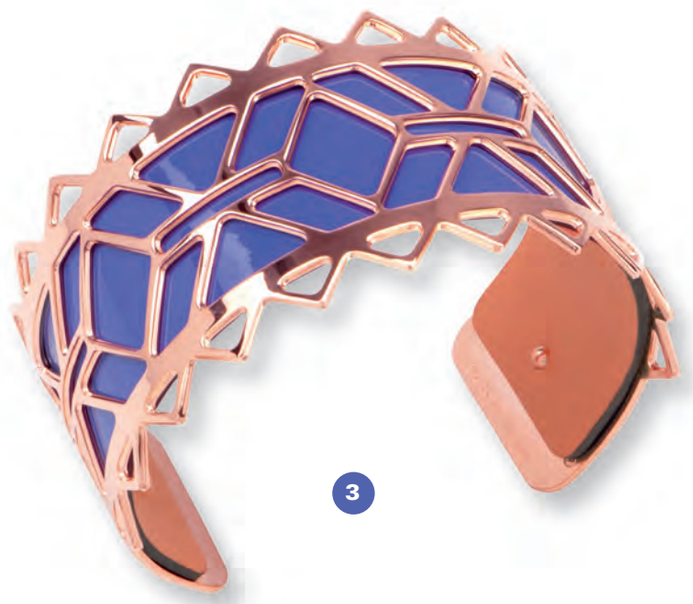

1



2

# MAXIBRAZALETES CON PERSONALIDAD

LOS BRAZALETES AMPLIOS Y CONTUNDENTES ESTÁN ESPECIALMENTE DE ACTUALIDAD. SE COMPORTAN COMO UN COMPLEMENTO CLAVE, QUE LLAMA LA ATENCIÓN Y CAPTA LA MIRADA. LOS HAY DE TODOS LOS ESTILOS Y GUSTOS, CON EL METAL PULIDO, CEPILLADO O GRABADO, E INCLUSO CON ELEMENTOS DE COLOR.

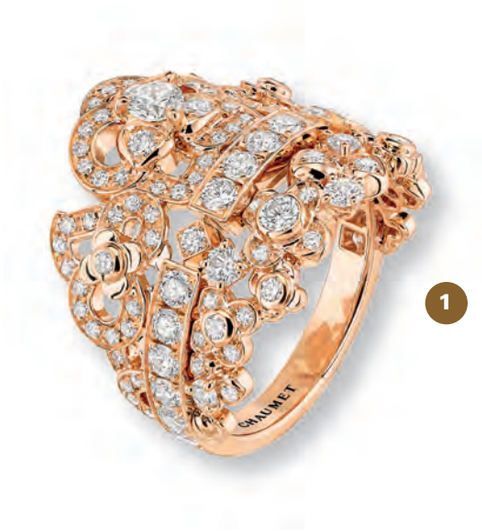


3



4

**1.** Los brazaletes rígidos "Amore" de **Pasquale Bruni. 2.** Un diseño que nos remite a la antigua Roma: "Pompeya", de **Daniel Espinosa**. **3.** Brazalete perteneciente a la colección "Les Essentielles" de **Les Georgettes by Altesse**. **4.** Esta pulsera amplia, labrada y ligeramente engastada, forma parte de la colección "Clover" de **Chocrón**.




1



2

# DIAMANTES
# GEMAS ETERNAS

TRADICIONALMENTE SE DICE QUE UN DIAMANTE ES PARA SIEMPRE, QUE ACOMPAÑARÁ A SU PROPIEATIA A LO LARGO DE SU VIDA Y QUE SE TRANSMITIRÁ DE GENERACIÓN EN GENERACIÓN.  ASÍ SON LAS JOYAS QUE TOMAN AL DIAMANTE COMO PROTAGONISTA: BELLAS, GENERACIONALES, ETERNAS.



3



4

**1.** El anillo "Hortensia" de **Chaumet**. Exhibe un engaste exquisito y una belleza de marcado carácter retro. **2.** Los "Precious Lace Earrings" de **Chopard**. En este caso los diamantes presentan tallas y tamaños diversos, desde los más pequeños hasta las espectaculares piezas centrales. **3.** Estilizada pulsera de la colección "Divas' Dream" de **Bvlgari**. **4. Cartier** combina los diamantes con formas redondeadas, obteniendo un efecto claramente escultural.



Fotografía de **LONGINES.**

# EXPRESIVA SINGULARIDAD

**UNA DE LAS VIRTUDES DE LOS RELOJES JOYA ES QUE SON CAPACES DE MANIFESTAR EMOCIONES Y DE COMUNICAR SENTIMIENTOS. LO HACEN A TRAVÉS DE LA EXPRESIVIDAD QUE TRANSMITEN SUS FORMAS, COLORES Y TEXTURAS. POR ESO EXISTEN MODELOS ADECUADOS A SITUACIONES DIVERSAS.**



1




2




3




4




5




6

**1.** La colección "Panthere" de **CARTIER** vuelve a la actualidad, convenientemente adaptada al paso del tiempo. Este modelo de oro blanco totalmente engastado destaca por sus manchas de esmalte negro. **2.** El "Oyster Perpetual Cosmograph Daytona" de **ROLEX** en su versión más femenina y colorista. Es de oro Everose, adornado con 36 zafiros talla *bagette* en gradación cromática. **3.** El exquisito "Serpenti Incantati" de **BVLGARI**. Dispone de caja de oro rosa, con diamantes talla brillante y elementos de malaquita engastados. La serpiente se enrosca alrededor de la caja del reloj, abrazándola con los característicos movimientos de su cuerpo sinuoso. **4.** El "Happy Sport" de **CHOPARD**, presentado en acero u oro rosa, rinde homenaje al primer brazalete de grano que portaba el primer reloj de esta colección icónica nacida en 1993. Se trata de un armis de metal, pero tan suave como una malla. **5.** En el "Big Bang One Click Paraíba", **HUBLOT** hace explotar el "Big Bang" con los vibrantes e intensos colores de la turmalina Paraíba, una gema muy singular que destaca por su exclusividad, dada su rareza. **6.** El mítico "Class One" de **CHAUMET** –primer reloj de buceo de la firma- ha cumplido 20 años, y lo ha hecho con un modelo con caja de acero, cuyo bisel giratorio se ha adornado con diamantes.

# BOUCHERON




## *Excelencia joyera*

**CREADA POR FREDERIC BOUCHERON EN 1858, LA FIRMA BOUCHERON HA SABIDO MANTENERSE, A LO LARGO DE CUATRO GENERACIONES, EN LAS MANOS DE LOS DESCENDIENTES DIRECTOS DEL FUNDADOR. DISEÑADOR VISIONARIO Y PRIMER JOYERO DE LA PLACE VENDÔME, BOUCHERON ENCARNA LA EXCELENCIA EN ALTA JOYERÍA Y RELOJERÍA. SU ESTILO, LIBRE Y AUDAZ, CONTINÚA CREANDO AUTÉNTICOS CLÁSICOS DEL MAÑANA. EN ESTA OCASIÓN, LAS NOVEDADES FORMAN PARTE DE DOS LÍNEAS MÍTICAS DE LA MAISON: "SERPENT BOHÈME" Y "QUATRE".**



La colección "Serpent Bohème" nació hace quince años, y en la actualidad está considerada como uno de los iconos de la casa. La serpiente, animal protector y símbolo del infinito, es también un emblema de libertad e independencia individuales. A la mujer Boucheron le gusta pasárselo bien con los códigos, dictados y modas, y por este motivo, con el paso del tiempo, las piezas que componen esta colección se han transformado, adaptándose a los gustos y necesidades de sus usuarias. En el año 2017, "Serpent Bohème" introdujo el color, adornando las distintas piezas con gemas, y la pasada primavera se incluyeron nuevas variaciones en su repertorio.
Esta temporada, el azul profundo de las turquesas ha añadido carácter y vitalidad a la colección.














Combinadas con oro amarillo y diamantes, las turquesas se alzan como protagonistas de nueve poderosas creaciones: dos anillos, entre los que se incluyen los dos modelos "Toi et Moi" con dos piedras, con sus turquesas encarándose una a la otra; dos colgantes (con motivos pequeño y mediano); un brazalete pequeño; dos modelos de pendientes (unos de tipo broche y otros colgantes con cuatro turquesas); dos collares largos, uno con 6 motivos, y otro con 16.

## "QUATRE", COLECCIÓN GRÁFICA Y FUTURISTA

"Quatre", de diseño contemporáneo y escultural, incorpora códigos actualizados en su bien definida estética. Como el icono del siglo XXI que es, "Quatre" está embebida de la libertad creativa y del espíritu de la *Maison*.
Tras revisar los motivos característicos de la colección (*Clou de Paris, Double Godron, Grosgrain*), así como el engaste espejo, "Quatre" continúa reinventándose con nuevas formas, y se ha ampliado con doce innovadoras creaciones que reinterpretan las señas de identidad de la colección, entre las que destacan la intemporalidad y la audacia.
Ahora disponibles en una versión más sutil y ligera, los seis nuevos brazaletes "Quatre", *Grosgrain* y *Clou de Paris*, han sido diseñados para acompañar a la mujer Boucheron en cada momento del día.
La colección incluye también cuatro pendientes de clip desparejados. Con ellos, sus usuarias podrán afirmar su personalidad llevando un solo pendiente en solitario, o varios juntos, en cualquier parte de la oreja. Por otra parte, Boucheron ha experimentado con sus icónicos pendientes "Quatre Radiant", retirando uno de sus motivos, el *Grosgrain*. El espacio vacío dejado en el pendiente marca la ausencia de este símbolo, consiguiendo que su existencia resulte aún más real.



Foto: CARTIER

# Especial PROPUESTAS ESTRELLA PARA 2019



1





2



3

2019 ES UN AÑO QUE VERÁ BRILLAR INNUMERABLES GEMAS PRECIOSAS, COMBINADAS CON MATERIALES NOBLES Y EN RICOS ENGASTES. CONVIVIRÁN TENDENCIAS CONTRAPUESTAS, YA QUE POR UN LADO REINARÁN PIEZAS DE GRANDES DIMENSIONES Y DISEÑOS EXUBERANTES, JUNTO A OTRAS DE CARÁCTER MINIMALISTA, QUE PONEN POR ENCIMA DE TODO LA SENCILLEZ.



4

**1.** Anillo de **ANTONINI**, de la colección “Cento100”, de oro blanco con diamantes.

**2.** Pendientes de estructura geométrica, con diamantes engastados de **LEOPIZZO**.

**3.** Broche “Blé” de **CHAUMET**, inspirado en la figura de la espiga.

**4.** Engastes concéntricos para los anillos “Mini Waves” de **BIGLI**.



5



6

APRECIAMOS EL CASI ABSOLUTO PREDOMINIO DE LAS FORMAS ORGÁNICAS, QUE BUSCAN SU INSPIRACIÓN EN LA NATURALEZA. JUNTO A ELLAS, SE MANTIENE AL DÍA EL GUSTO POR LA GEOMETRÍA, CON LA QUE SE COMPONEN ESTRUCTURAS CALIDOSCÓPICAS DE NOTABLE IMPACTO VISUAL. EL ORO SE TRABAJA DE DIFERENTES FORMAS, CON ACABADOS DIVERSOS. SE RECUPERAN TÉCNICAS COMO LA DE LA FILIGRANA.

7



5. Las sinuosas formas del collar “Cento100” de ANTONINI.

6. Pendientes de oro blanco, turquesas y diamantes de BOUCHERON.

7. Pulsera “Blossom” de ELEUTERIO, todo un trabajo de encaje joyero.













**8.** Conjunto de pulseras y colgante de **TAMARA COMOLLI**.

**9.** Collar “Night and Day” de **CASATO**.

**10.** El estilizado brazalete “Nature” de **OLE LYNGGAARD COPENHAGEN**, rematado con pavé de diamantes, coral y lapislázuli.

**11. GIOVANNI FERRARIS** aporta en los pendientes “Bella” un juego de formas y colores.



12



13



14



15

**12.** Exuberante collar de **CARTIER**.

**13. SANJURJO** cuenta en su colección con estos elegantes pendientes calados.

**14.** Pendientes en plata vermeil rosé, con zafiros de varios colores, espinelas y perlas cultivadas de agua dulce. Son de **TOUS**.

**15.** Anillos pertenecientes a la colección “Stelle in Fiore” de **PASQUALE BRUNI**.



16



17



18

LA BÚSQUEDA DEL MOVIMIENTO ES UNA CONSTANTE QUE SE REPITE TEMPORADA TRAS TEMPORADA, LLEGANDO INCLUSO A APARECER PIEZAS DE CARÁCTER REVERSIBLE, CAPACES DE MOSTRAR DOS CARAS OPUESTAS. LOS ENGASTES DE TIPO PAVÉ MANTIENEN SU REINADO INDISCUBIBLE. ALGUNAS JOYAS SORPRENDEN POR CIERTAS NOTAS DE EXOTISMO, MIENTRAS QUE EL GUSTO POR LO VINTAGE CONTINÚA GENERANDO NUMEROSAS COLECCIONES.



19

**16. CHOPARD** con Giambattista Valli en La Semana de la Costura de París. La modelo luce unos pendientes de la colección "Precious Lace".

**17.** Anillos "Tulip", con un topacio y una amatista. Son de **TAMARA COMOLLI**.

**18.** Los estructurados anillos de la colección "Sauvage Privé" de **ROBERTO COIN**, en oro rosa y blanco con diamantes.

**19.** Colorista pulsera "Divas' Dream" de **BVLGARI**.

# UNIVERSOS MÁGICOS



FOTO: MAGERIT




1



2

SERIES COMO “JUEGO DE TRONOS” Y EL AUGE QUE ÚLTIMAMENTE ESTÁN EXPERIMENTANDO LOS CLÁSICOS DE J.R.R. TOLKIEN PROPICIAN LA CREACIÓN DE UNAS JOYAS QUE PARECEN HABER SURGIDO DE UNIVERSOS MÁGICOS. SUS DISEÑOS, INSPIRADOS EN EL MEDIOEVO, TIENEN ALGO DE TALISMÁN, Y COMBINAN TÉCNICAS TAN DIVERSAS COMO EL GRABADO, LA FILIGRANA, EL ENGASTADO Y EL ESMALTE.



3



4

**1.** Anillo “Toi & Moi” de la colección “Serpent Boheme” de **Boucheron**, en oro amarillo con una turquesa.

**2.** Un broche muy particular de **Thomas Sabo**, de la línea “Dragon Nights”.

**3.** En estas pulseras “Serpenti”, **Bvlgari** reproduce las gruesas escamas del animal.

**4.** Pendientes “Valiente” de **Magerit**. Se ofrecen como dos pequeñas esculturas.



5



6



7



8

**5.** El gran brazalete "Fly me to the Moon" de **Choices by DL**. Incluye dos grandes piedras de la Luna.

**6.** Medallón de carácter mítico de **Thomas Sabo**, de la colección "Dragon Nights".

**7. Choices by DL** presenta este anillo de cuerpo grabado, rematado por una citrina roja.

**8.** La estética del abalorio en la colección de **Trollbeads**.



9

10



ESTE TIPO DE JOYAS, QUE PODRÍAMOS CALIFICAR DE "LEGENDARIAS", PRESENTAN FORMAS PERFECTAMENE DEFINIDAS, Y EN ELLAS, UN MOTIVO RECURRENTE ES EL DRAGÓN, FIGURA MÍTICA POR EXCELENCIA, QUE SE ERIGE COMO CENTRO DE MUCHAS COLECCIONES. LAS PIEZAS MÁS REPRESENTATIVAS SON LOS GRANDES MEDALLONES, LOS BRAZALETES ANCHOS Y LOS ANILLOS REMATADOS POR GEMAS DE NOTABLE TAMAÑO.



11



12

**9.** Conjunto de colgante y anillo de **Eleuterio**.

**10.** Brazalete rígido de clara inspiración medieval. Es de **Eugenio Lumbreras**.

**11.** Brazalete de terciopelo negro con engastes, de **Casato**, modelo "Daphne".

**12. Carrera y Carrera** se inspira en la fauna de los bosques para crear su anillo "Savia", en oro amarillo, cuarzo ahumado y diamantes.



FOTO: BVLGARI

# Animal look

## SOMETHING WILD




1



2

CADA DÍA SON MÁS LAS JOYAS QUE SE INSPIRAN EN LA NATURALEZA, CONCRETAMENTE EN EL REINO ANIMAL. POSEEN UN MAGNETISMO SALVAJE Y UN CARÁCTER ESCULTURAL QUE LAS HACE UNICAS. LAS FORMAS SE REPRODUCEN MEDIANTE METALES NOBLES Y A TRAVÉS DE FILIGRANAS Y ENGASTES, RECURRIÉNDOSE EN OCASIONES A LA MARQUETERÍA JOYERA.



3



4

**1.** “Hopi, el colibrí” de **Boucheron**. El pico del animal, totalmente engastado, apunta a una gran morganita.

**2.** Estos pendientes forman parte de la colección “Océanos” de **Carrera y Carrera**. Son de oro amarillo, con perlas negras y diamantes.

**3.** La mítica pantera de **Cartier**, realizada en oro, con manchas de esmalte negro.

**4. Ole Lynggaard Copenhagen** utiliza la figura del elefante para confeccionar un charm.

## ESTILO NATURALEZA EXUBERANTE

5





6



7



8



**5.** Estas delicadas mariposas de **LeoPizzo** son de oro rosa, engastado con diamantes blancos.

**6.** La fiereza de la serpiente en estos anillos de la colección “Twist” de **Giovanni Ferraris**.

**7.** “Serpenti” de **Bvlgari** exhibe toda la belleza del sinuoso animal.

**8.** También **Ole Lynggaard Copenhagen** se ha dejado seducir por la hipnótica magia de la serpiente.





AUNQUE LOS ANIMALES REPRESENTADOS SON DIVERSOS Y LAS POSIBILIDADES CREATIVAS INFINITAS, SÍ ES CIERTO QUE EXISTEN ALGUNOS QUE ATRAEN DE MANERA ESPECIAL. ESTE ES EL CASO DE LAS SERPIENTES, QUE SE ENROSCAN ALREDEDOR DE MUÑECAS Y CUELLOS, EN UN SINOUSO ABRAZO. Y LO MISMO SUCEDE CON LAS MARIPOSAS, LOS ELEFANTES Y LOS GRANDES FELINOS.





**9. Thomas Sabo** ha dado la forma de un colorista loro a este anillo.

**10.** "Le Marché des Merveilles" de **Gucci** evoluciona alrededor de la figura del felino.

**11.** Colgante "Vita" de **Tous**, en oro amarillo, amazonitas y rubíes.

**12.** Estilizado broche en forma de pavo real de **Trollbeads**.

## ALMAHISPANIA

### CLASE DE HISTORIA

Almahispania presenta una colección de accesorios, que reúnen en 12 símbolos la historia de España, desde las pinturas rupestres de Altamira, la Guerra de la Independencia, hasta la actualidad. Pulseras, pendientes, colgantes, gemelos y pines son algunas de las piezas de esta línea, que incluyen unos originales iconos patentados. Las joyas de Almahispania se elaboran a mano por joyeros locales, con materiales de gran calidad, como el oro y la plata. Todas las piezas se inspiran en la rica herencia de nuestro país y tienen un ADN 100% español.



## VERSACE

### PROPUESTA ROMÁNTICA




Versace presenta, con motivo de la celebración de San Valentín, el reloj "V-Flare". Su correa de cuero envolvente en color rojo intenso se encuentra en el límite entre una pulsera y un reloj. En ella, en un guiño juguetón, unas letras y el logo de la marca con baño de oro amarillo se deslizan sutilmente. La pequeña caja circular de color champán aporta un toque elegante y extremadamente femenino.

## THOMAS SABO

### NUEVAS COLECCIONES



El fundador de la firma, Thomas Sabo, y la Directora Creativa, Susanne Kölbli, presentan su colección joyera "Paradise Colours", revestida de tonos paradisíacos, vivos y alegres, con los que se componen patrones florales y motivos simbólicos. Con las nuevas piezas, la firma amplía su icónica gama de joyería de plata 925 –en la que encontramos algunas piezas chapadas en oro-, incorporando gemas de colores y nácar.

## NICOL'S

### PRIMERA FIRMA DE ALTA JOYERÍA ESPAÑOLA EN AMAZON




Desde hace ya algunos años, Grupo Nicol's ha apostado por la venta *online*, tanto de joyas como de relojes, un mercado quizá poco explotado aún en Internet debido al valor elevado de las piezas. Pero esto no ha sido ningún obstáculo para la firma, que en poco tiempo se ha convertido en referente nacional en venta de relojes de lujo y alta joyería en Internet. Cada vez son más los clientes que confían en su web para realizar sus compras.

Por este motivo, Nicol's ha querido dar un paso más, y ha apostado por poner a la venta sus joyas best seller al alcance de todo el mundo a través de Amazón. Un paso que la convierte en la primera firma de alta joyería que vende en Amazon.

## HUBLOT

### COMPLEMENTO PERFECTO



Para todos aquellos aficionados al reloj y, sobre todo, admiradores de la marca Hublot, la firma ha lanzado una colección de pulseras que ostentan los rasgos distintivos de la marca. Disponen todas ellas de correa negra de caucho, de unas medidas de 26x14 mm, y se cierran con un broche de acero inoxidable satinado o de oro rosa King Gold. Dichos elementos incorporan signos tan significativos como el logo de la firma o los tornillos que cierran la caja de los relojes.

## PIA BARCELONA

### ALIANZAS ALTERNATIVAS

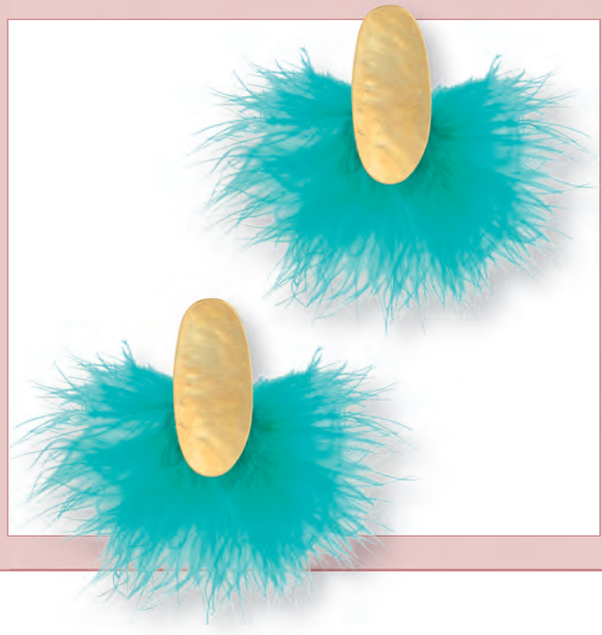
La diseñadora de joyas Pia Amat, responsable de Pia Barcelona, ha presentado una colección de alianzas hechas a mano para las parejas que decidan darse el "sí quiero" con originalidad. Estas alianzas presentan texturas orgánicas e irregulares, inspiradas en la naturaleza y de estilo bohémio. Algunas de ellas ostentan un toque rockero, como el modelo "Love Rock", hecho con textura de roca de rubí. La pasión y la sensibilidad de Pia Amat se mezclan en el proceso artesano de cada joya, en el que la diseñadora combina de forma natural los metales con minerales y piedras semipreciosas de gran calidad.



## ÉMOLO

### ARTESANÍA Y NATURALEZA

La colección de Émolo se compone de joyas realizadas a mano en España, con materiales de alta calidad, y con diseños que se inspiran en la Naturaleza. Las distintas piezas, bañadas en oro, combinan plumas, perlas naturales y piedras semipreciosas. Las formas resultan especialmente atractivas e innovadoras, con diseños con cierto aire *vintage*, que nos remiten al Art Déco, pero que no pierden el encanto del abalorio ni la informalidad de las cuentas de colores. El color y la fantasía se abren paso, definiendo unos pendientes, anillos, pulseras y collares especialmente seductores.





## EDIAMOND

### DIAMANTES ECOLÓGICOS

El 14 de febrero es la fecha en la que todos deseamos demostrar el amor por nuestra pareja a través de los obsequios más especiales. Por ello, David Locco, propone elegir entre sus diseños más románticos, acordes con esta fecha del calendario anual tan señalada: la alianza "V" o el anillo "Love." Ambos son diseños exclusivos que contienen toda la esencia de esta marca, la primera en Europa que apuesta por trabajar con diamantes ecológicos de laboratorio. Así, tanto la alianza "V" como el anillo "Love" se presentan como piezas elegantes y atemporales que aportan distinción a quiénes las llevan gracias al toque único de los EDiamonds que incorporan.

## MONTBLANC
### CELEBRA EL ESPÍRITU DE LA ALTA RELOJERÍA

La firma Montblanc rindió homenaje a la Alta Relojería y a su espíritu de creatividad en el transcurso del Salón Internacional de Alta Relojería de Ginebra (SIHH). Contó con la presencia de algunos de los embajadores y amigos de la marca más destacados.

Para celebrar el lanzamiento de sus nuevos relojes, Montblanc organizó una experiencia multisensorial, diseñada para que los visitantes tuvieran la impresión de que se encontraban en un auténtico entorno natural. El concepto del stand se inspiraba en la colección de relojes "1858", basados en modelos profesionales de Minerva de los años 1920 y 1930, concebidos para la exploración y el uso militar. Tras tres años de desarrollo, el CEO de Montblanc, Nicolas Baretzki, presentó por primera vez el "Star Legacy Metamorphosis Limited Edition 8", un innovador modelo, equipado con una serie de complicaciones, desarrolladas y producidas totalmente por los ingenieros y maestros relojeros de la manufactura.













**UNA FIESTA DIFERENTE**

Mientras el dúo de DJs de Munich The Spectacular Now amenizaba el ambiente, el chef Chicco Cerea (tres estrellas Michelin) sorprendió a los visitantes con sus creaciones. El actor Hugh Jackman, embajador de Montblanc, y los amigos de la *Maison* Isabeli Fontana, David Gandy, Aldo Comas, Juan Avellaneda, Lawrence Wong, Sveva Alviti, Nanni Saul, Numan Acar, Mr. Kira y Blanda Eggenschwler participaron en una sesión de mixología, en la que se presentaron unos cócteles con el sabor y los aromas de las montañas, y que llevaban nombres tan sugerentes como "The 1858", "The Jackman" y "The Fontana".

Para mostrar su compromiso con la naturaleza, Monblanc dio a conocer en el transcurso del evento su apoyo a CREA Mont Blanc, donando unos fondos al Centro de Investigación del Ecosistema Alpino, que sustituían a los tradicionales obsequios que la firma solía entregar a sus invitados.



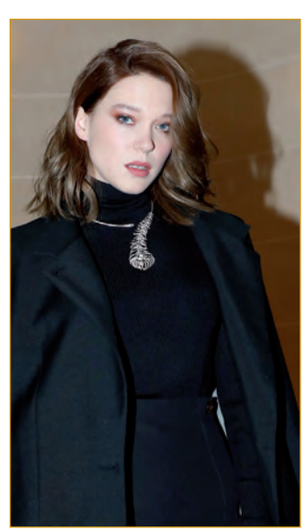




## BOUCHERON
### REAPERTURA DEL EDIFICIO HISTÓRICO DE *LA MAISON*

Con motivo de la reapertura de la histórica *boutique* Boucheron en 26, Place Vendôme, François-Henri Pinault, presidente y CEO del grupo Kering, así como Hélène Poulit-Duquesne, CEO de Boucheron, recibieron en el curso de una cena a sus invitados, entre los que destacaron rostros tan conocidos como Salma Hayek, Laetitia Casta, Léa Seydoux, Uma Thurman Zhou Dongyu, Gong Li, , Catherine Deneuve, Fanny Ardant, Laurent Lafitte, Aymeline Valade, Valeria Golino, Marina Hands.
Construido en 1717 y clasificado como monumento histórico desde 1930, el palacete "Hôtel de Nocé" se ha convertido con el tiempo en el anclaje de los oficios y de la casa de la familia Boucheron. Por esta razón, con ocasión de la celebración de su 160 aniversario, la *Maison* decidió emprender, con el apoyo del grupo Kering, su renovación en profundidad. El objetivo prioritario del proyecto se elaboró rápidamente. El hotel de Nocé es parte del patrimonio de la Plaza Vendôme desde 1717, de la historia de Boucheron desde 1893 y del patrimonio inmobiliario del grupo Kering hoy, por lo que resultaba indispensable mantener el espíritu original, llevando a cabo una renovación histórica y patrimonial. Este objetivo ha guiado la elección de Michel Goutal, arquitecto jefe de los monumentos históricos, para ir a la reconquista de este lugar, hojear 300 años de historia y restaurar su antiguo lustre.
De esta manera, el 26, Place Vendôme continúa representando la quintaesencia del espíritu Boucheron. Toda su historia, savoir faire y valores se concentran en esta reforma. Todos los oficios de la *Maison* tienen su lugar: desde la creación hasta la venta pasando por la fabricación. En esta casa familiar, los visitantes tendrán una nueva y excepcional experiencia de joyería ya que son recibidos como amigos, más que como clientes. en el segundo piso se encontraran en un regio apartamento donde pueden descansar, tomar una copa o bien pasar la noche.







## MESSIKA
### CON LADY GAGA

La siempre sorprendente cantante y actriz Lady Gaga asistió a la gala de los National Board of Review Annual Awards en el conocido restaurante Cipriani de Nueva york, luciendo piezas de Messika Paris. Gaga fue honrada con el premio a la Mejor Actriz del Año" por su actuación en su última película, Ha nacido una estrella. Concretamente, la actriz lució los pendientes espiral, de la nueva colección joyera de la marca.






## JORGC
### PREMIO NACIONAL DE ARTESANÍA DE LA GENERALITAT DE CATALUÑA

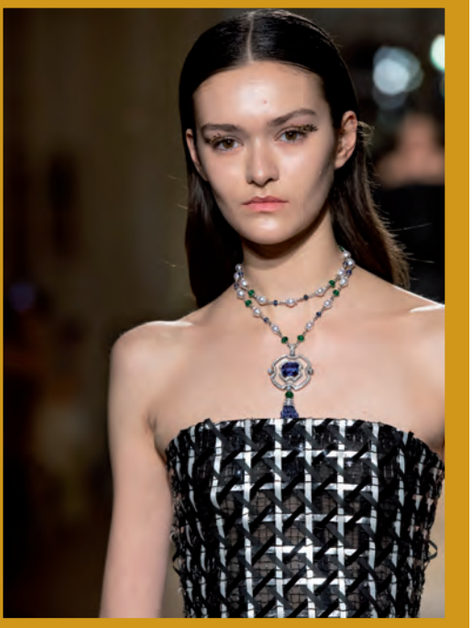
La Escuela de joyería del Colegio Oficial de Joyeros, Orfebres, Relojeros y Gemólogos de Catalunya (JORGC) recibió, de la mano del presidente de la Generalitat, el Premio Nacional de Artesanía en la categoría "Prestigio" por su preservación del componente artesano y empresarial del mundo de la joyería catalana y por haberse convertido en un centro de excelencia formativa.
La Escuela de joyería JORGC, situada en el antiguo Taller de la Federación Catalana de Joyeros, cuenta con una larga trayectoria profesional de más de 26 años de experiencia en la formación de los futuros profesionales del sector. Durante todo este tiempo más de 7.000 alumnos han pasado por sus aulas y han podido aprender de sus más de 500 cursos de joyería, diseño, relojería, escaparatismo y seminarios que contribuyen a un mayor conocimiento en el sector.




## IWC
### PRESENTA SUS NUEVOS RELOJES DE AVIADOR EN UNA ESPECTACULAR GALA

IWC Schaffhausen celebró el lanzamiento de sus nuevos relojes de aviador con una exclusiva velada de gala en el Salón International de la Alta Relojería (SIHH) de Ginebra. Entre los asistentes se encontraban destacados embajadores de la firma de relojes de lujo suiza, como Bradley Cooper, Rosamund Pike, Dev Patel, Adriana Lima, James Marsden, Karolina Kurkova y Sonam Kapoor. El primero de los muchos grandes eventos de la noche llegó cuando se escenificó de forma espectacular el aterrizaje de un verdadero Spitfire y de él salió el piloto británico Matt Jones, que planea embarcarse el próximo verano en el Silver Spitfire en un viaje alrededor del mundo que partirá desde Goodwood, Inglaterra. IWC apoya el proyecto "Silver Spitfire – The Longest Flight" como patrocinador principal.









## BVLGARI
### LA ALTA JOYERÍA SE DA CITA EN PARÍS CON LA *HAUTE COUTURE*

Bvlgari, firma romana de alta Joyería, llevó a la pasarela parisina de alta costura su colección de primavera/verano 2019 de la mano de Ashi Studio. La firma italiana y la marca de moda libanesa unieron sus fuerzas, por primera vez, en una colaboración única y diferente, integrada por diseños espectaculares, de artesanía impecable y descarada feminidad. Vestidos de *Haute Couture* de increíbles y escultóricas formas compartieron protagonismo con joyas de vivos colores, que irradiaban luz, mientras que audaces volúmenes desprendían un espíritu poco convencional, inspirador y poderoso.

Con el nombre de "Letters from Margaret", la nueva colección de Ashi Studio representa una vuelta al pasado, concretamente a la recatada década de los 50, aunque con impactantes detalles del estilo propio de los 90 como ultravoluminosas siluetas armonizadas con sutiles toques femeninos.

Los 50 fueron un periodo emblemático en la historia de Bvlgari. En realidad fue durante esa década gloriosa cuando *La Maison* romana rescribió por vez primera las reglas del diseño de joyas, apostando por las grandes piedras de corte cabujón en lugar de facetadas e introduciendo una combinación de colores sin precedentes. En los 90, Bvlgari continuó creyendo fielmente en la creatividad, adoptando un enfoque atrevido e irreverente para sus diseños de Alta Joyería y estableciendo, en realidad, los fundamentos que definen su propio espíritu.

En esta ocasión, dos épocas y dos marcas han trabajado, codo con codo, para dar forma a una historia de arte excepcional. En la prestigiosa pasarela parisina, las modelos lucieron las exquisitas gemas de Bvlgari, especialmente de su icónica "Heritage Collection". Así pudo verse desde un juguetón *choker* tipo tubogás de la "Festa Collection" -serie que expresa a la perfección el concepto de estilo de la firma y se remonta a la antigüedad mediante piezas simbólicas y gemas espectaculares-, a un atemporal zafiro negro *Sautoir* de "Parentesi" (2006) -colección que se ha convertido en un clásico de joyería para la mujer moderna-.

Todas las creaciones de Bvlgari otorgaron glamour a los etéreos diseños de Ashi Studio. Una de las piezas más excepcionales que pudieron verse en el *show* fue, sin duda, el icónico collar "Bib", con zafiros multicolor y diamantes, que pertenece a la "Heritage Collection" (2005) de la selecta firma italiana.






# LES GEORGETTES BY ALTESSE

LA MARCA FRANCESA LES GEORGETTES BY ALTESSE DESEA ASEGURAR LA DISTRIBUCIÓN A TRAVÉS DE ALGUNOS DE LOS MEJORES MINORISTAS DE ESTE PAÍS, PERO SU VOLUNTAD DE AFIANZAMIENTO VA MUCHO MÁS LEJOS. LA FIRMA, RECORDEMOS, BASA SU ÉXITO EN LA CALIDAD, EN LA PERSONALIZACIÓN DE LAS JOYAS CON COLORES INTERCAMBIABLES Y EN UN *SAVOIR-FAIRE* QUE NOS TRASLADA A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX.



Decir que Les Georgettes ha experimentado un rápido crecimiento desde que fue lanzada en su Francia natal en 2015 no sería exagerar. El concepto de joyería intercambiable se introdujo en un principio con el reconocido brazalete, y con el paso del tiempo ha llegado a constituir una oferta joyera completa. La firma cuenta en la actualidad con subsidiarias en nueve mercados fuera de Francia, y opera, a través de distribuidores, en otros muchos mercados, sumando más de 3.100 puntos de venta en 60 países de todo el mundo.

Por otra parte, para la marca ha resultado también fundamental el concepto *shop-in-Shop*, que ha permitido crear espacios propios en algunos de los grandes almacenes más conocidos de Europa, entre los que se encuentran Printemps y Galerías Lafayettes. Recientemente, la compañía abrió su primera *boutique* en el moderno distrito de Marais, en Paris, ubicada a poca distancia del primer taller de joyería del fundador de Altesse, Marius Legros. La tienda ofrece la gama completa de productos de la marca y representa una estrategia de Les Georgettes para centrarse en mostrar sus diferentes líneas, esperando conseguir que sus distribuidores y socios minoristas comiencen a trabajar todas las colecciones.

"Ya podemos ver en Francia que los *retailers* que invierten más en las diferentes colecciones y muestran la marca de la manera correcta obtienen mejores resultados", explica el vicepresidente de ventas Frederic Brunel Acquaviva. Gracias a esta estrategia, que Brunel Acquaviva describe como "distribución optimizada", España es un ejemplo del acelerado crecimiento de Les Georgettes.







# LA MARCA SE AFIANZA EN ESPAÑA

Se plantea una asociación, y se muestran a los mejores clientes independientes en España las formas en las que la firma está dispuesta a trabajar con ellos para impulsar aún más las ventas y, con suerte, conseguir que la marca sea tan exitosa en España como lo es en su mercado local francés.

## ESTRATEGIAS DE MERCADO

Exhibir en el escaparate una marca llamativa y llena de color puede atraer a numerosos clientes. De hecho, fue este tipo de positividad sobre la marca la que llevó a Les Georgettes a convertirse en Brand to Watch en los Premios de Joyería del Reino Unido en julio –este es solo uno de los muchos galardones a los que la firma ha optado-, y que llamó la atención en los salones JCK en Las Vegas y Vicenza Oro en Italia.

Con este fin, la marca destacó su enfoque en las estrategias de mercadotecnia locales, destacando su voluntad de invertir en campañas publicitarias en áreas locales, así como de organizar eventos en las tiendas para presentar Les Georgettes. La firma considera que regalar brazaletes al personal de ventas para que los luzcan resulta especialmente positivo para convencer al cliente final, al igual que invertir en un programa de formación para el personal de venta.







En Francia, las campañas de marketin con *influencers*, así como la entrega de regalos a celebridades también han ayudado a impulsar la marca y a generar conciencia entre los consumidores finales, algo que se espera reproducir ahora en España. Desde agosto, la firma ha estado trabajando con la plataforma de marketing Zine para invitar a *influencers* a que compartan valores con Les Georgettes y a que colaboren en diferentes campañas.

Shona Greedon, responsable de relaciones públicas globales y redes sociales para Les Georgettes, explica: "estamos trabajando en campañas, que consisten en que las *influencers* reciban productos a cambio de publicar contenido en Instagram. También les ofrecemos un código de descuento personalizado para publicar junto con su contenido, que es una buena manera de rastrear la efectividad de estas campañas. Comenzamos regalando a los nuevos *influencers* su brazalete personalizable que ellos mismos crean y adaptan a su estilo, ya que sentimos que esto realmente muestra el concepto y el atractivo de la marca.

Por su parte, Caroline Duong, directora ejecutiva de Zine, agrega: "Les Georgettes llegó a Zine con la ambición de ejecutar una estrategia de marketing para *influencers* siempre activa en Europa y Estados Unidos. Después de los dos primeros meses, la marca realizó campañas en siete mercados diferentes en Europa y en Estados Unidos, activando más de 160 *influencers*. Algunas *influencers* publicaron hasta tres imágenes etiquetando la marca en su post.

"Les Georgettes abordó el marketng de influencers como debería ser. Llegar a una variedad de *influencers*, regalar brazaletes y dar códigos promocionales en algunas campañas. Todo esto es lo que impulsó el compromiso y proporcionó resultados rastreables para la marca. No hay una talla única para el marketing de *influencers*, por lo que cada marca debe encontrar su propio punto dulce con *influencers* y el tipo de colaboración".







## REINASSANCE LUXURY GROUP

La fábrica Altesse, fundada a principios del siglo XX, ha participado en la fabricación de joyas durante más de 100 años y, antes de la creación de Les Georgettes, ya contaba con una larga historia de creación de bisutería para marcas propias, dirigidas a minoristas de todo el mundo. Asimismo, se encargaba de la producción de piezas con licencia para algunas marcas de prestigiosos diseñadores. Aunque gran parte de esta producción continúa en la fábrica de Altesse en la actualidad, entre el 70 y el 80% de su capacidad de producción se dedica ahora a la fabricación de joyas de Les Georgettes.

En otra parte de Fancia, Le Texier, con su fábrica en Bretaña, ostenta un pedigrí similar. Se dedica a la producción de cuero para algunas de las marcas más conocidas del mundo, además de fabricar las bandas intercambiables de cuero que definen a los productos de Les Georgettes.

Los equipos de la fábrica Altessse y de la oficina central de Les Georgettes en París se sienten muy orgullosos de lo que han logrado con la marca hasta la fecha, y con razón. En un mercado tan atestado, donde tantas firmas luchan por ofrecer algo diferente, Les Georgettes parece haber encontrado su nicho, ofreciendo joyas personalizables, llamativas, de buena calidad y coloridas, a un precio asequible.









# BVLGARI

BVLGARI HA PRESENTADO SU ESPECTACULAR COLECCIÓN DE JOYAS CON DIAMANTES "FIOREVER". ESTA SERIE -CUYA FUENTE DE INSPIRACIÓN ES, COMO EN OTRAS COLECCIONES, LA FEMINIDAD- VA A CONVERTIRSE, SIN DUDA, EN UN NUEVO ICONO DE LA SELECTA FIRMA ITALIANA.



El significado de "Fiorever" es la unión mágica entre la palabra "flor" en italiano, *fiore*, y la palabra "eternamente" en inglés, *forever*. Así, la flor se ha escogido como símbolo oficial de la prestigiosa firma de joyería de la Ciudad Eterna, Roma. Esta se convierte en la apoteosis de la belleza natural y en un icono de la joyería que la *Maison* italiana lleva representando desde 1920 con cuidada artesanía y audaz creatividad. Ahora Bvlgari inmortaliza la flor de cuatro pétalos, un emblema de la pasión romana por la vida, en una deliciosa creación con diamantes.

La insignia de la colección es, de esa forma, una flor salvaje de cuatro pétalos que surge del patrimonio de la ciudad. El grácil motivo decora muchos de los vestigios del Imperio Romano como los frescos botánicos de la Villa de Livia, las esculturas del Palazzo Massimo y los mosaicos del techo del Mausoleo de Santa Constanza. Este nuevo icono, diseñado con líneas atrevidas y diamantes, celebra la belleza atemporal de la Ciudad Eterna, la alegría desbordante y la irreverencia de la mujer "Fiorever".

## LA FEMINIDAD COMO FUENTE DE INSPIRACIÓN

La actriz española Úrsula Corberó encarna a la mujer "Fiorever" en la nueva campaña de Bvlgari, firmada por el reconocido fotógrafo Mario Sorrenti. Esta barcelonesa ha alcanzado la fama internacional gracias, especialmente, a su actuación estelar en la exitosa serie de Netflix La Casa de Papel. Úrsula irradia positividad y posee, además, la alegría romana por la vida, una energía deslumbrante y una espon-





# ESENCIA DE MUJER

taneidad desenfadada que la transforman en la mujer “Fiorever” por excelencia. Esta mujer disfruta de la *dolce vita*, sigue su instinto y es siempre fiel a sí misma. Sus días son divertidos, sus noches son emocionantes y su vida es una aventura colmada de espontaneidad. “Fiorever” le invita a llenar de pasión su día a día para que sea tan resplandeciente e inolvidable como esta singular y brillante flor.

## JOYAS ETERNAS

La energía de espíritu libre de “Fiorever” brilla a través de la flor de cuatro pétalos con el resplandor de diamantes de la más alta calidad (color D-F, pureza IF-VVS). En su centro destaca un precioso solitario de 0,10 a 0,50 quilates y, rodeando su núcleo, se abren los delicados pétalos de cada flor; toda una muestra del estilo distintivo de diseño de la firma italiana. Esta sensibilidad escultural otorga vida a la pieza e invita a acariciarla como una cautivadora flor natural. A diferencia del efímero brote, la flor “Fiorever” se compone de piedras preciosas, famosas por su perennidad, y crece con fuerza y, de forma eterna, en 24 características piezas. Al mezclarse, crean un maravilloso ramo con las flores más preciadas del mundo y cada una de estas joyas se custodia para siempre como un codiciado tesoro.
“Fiorever” se inspira en las creaciones de alta joyería presentadas en 2017 que seguirán siendo la joya de la corona de la nueva colección de diseños con diamantes de Bvlgari.















# CHOPARD

LAS CREACIONES JOYERAS DE CHOPARD, SOBRE TODO LAS PERTENECIENTES A SUS COLECCIONES "RED CARPET" Y "HAUTE JOAILLERIE" ENTRE OTRAS, SE OFRECEN COMO LA MÁXIMA EXPRESIÓN DEL GLAMOUR CINEMATOGRÁFICO. SE CONCIBEN PARA SER LUCIDAS EN LAS ALFOMBRAS ROJAS DE TODO EL MUNDO. POR ELLO, FUERON MUCHOS LOS ACTORES Y ACTRICES QUE ESCOGIERON PIEZAS DE LA MARCA PARA LUCIRLAS EN LA 76 GALA DE LOS GOLDEN GLOBES.

A lo largo de los últimos 159 años, Chopard se ha convertido en un referente internacional por sus diseños únicos, su artesanía excepcional, sus gemas espectaculares y, recientemente, por su compromiso con el lujo sostenible. Debido a ello, la firma está sobradamente acostumbrada a los *flashes* de las alfombras rojas cinematográficas. Y es que cada vez son más las estrellas legendarias y las jóvenes promesas que escogen joyas de la *Maison* para acudir al Festival Cinematográfico de Cannes -del que la *Maison* es patrocinador oficial desde hace 21 años- o a la entrega de los César, Bafta, Golden Globes, Oscar o Emmy.

En el caso de la 76 edición de los Golden Globe Awards, escogieron joyas de Chopard celebridades como Julia Roberts, Julianne Moore, Saoirse Ronan, Melissa McCarthy, Connie Britton y Stephan James.

Julia Roberts, nominada como Mejor Actriz de Serie Dramática televisiva, por su papel en Homecoming, escogió unos pendientes con diamantes engastados de diferentes tallas, pertenecientees a la colección "Red Carpet"; una pulsera de la "Precious Lace Collection", un anillo de la "Green Carpet Collection" y un anillo de "L'Heure du Diamant Collection".

Por su parte, Julianne Moore, una de las presentadoras de la ceremonia, escogió unos pendientes "Precious Lace", dos brazaletes "Haute Joaillerie", ambos en titanio engastado, así como un anillo de la misma colección en oro ético *Fairmined*.






# ALIADO DE LAS ESTRELLAS

## JOYAS DE ENSUEÑO

Otra de las presentadoras de la gala, la actriz Saoirse Ronan, se decantó por pendientes y anillos de la colección “Haute Joaillerie”, junto a un anillo de “L’Heure Du Diamant”.

La actriz Melissa McCarthy, nominada como Mejor Actriz por su papel en Can You Ever Forgive Me?, lució unos espectaculares pendientes de platino y diamantes, un anillo de oro blanco rematado por una amatista y diamantes, y otro adornado con un diamante fancy amarillo talla pera.

Connie Britton, nominada a Mejor Actriz por su papel por la película televisiva Dirty John, prefirió lucir unos pendientes adornados con un diamante triangular de 5.36 k de la colección “Haute Joaillerie”. Y completó su estilismo con dos anillos más, uno de la colección “L’Huere Du Diamant” y otro “Imperiale Collection”.

Por último, el actor “Stephan James, nominado por su papel en la película If Beale Street Could Talk, lució, para la ocasión, el reloj “L.U.C Regulator”, así como unos gemelos de oro rosa y diamantes..















# CHANTECLER

LAS JOYAS DE CHANTECLER SON EL MÁXIMO EXPONENTE DE LA BELLEZA Y DEL SABER HACER ITALIANO EN EL MUNDO DE LA ORFEBRERÍA. CON MOTIVO DE SU 35 ANIVERSARIO, *LA MAISON* HA CREADO NUEVOS DISEÑOS QUE DEFINEN A LA PERFECCIÓN SU ESENCIA MÁS GENUINA, TOTALMENTE LIGADA A SUS ORÍGENES EN LA BELLA ISLA DE CAPRI.

Chantecler es, ante todo, la historia de una gran amistad, la que se forjó entre Pietro Capuano y Salvatore Aprea, dos amigos muy especiales, aunque de caracteres muy diferentes.

A Pietro Capuano, estudiante de joyería y viajero incansable, le apodaban "Chantecler" -por el gallo protagonista de la novela homónima del poeta francés Edmond Rostad-, dada su afición a celebrar fiestas que se prolongaban hasta altas horas de la madrugada. Poseía un carácter extravagante y seductor a la vez, y era heredero de una noble familia de joyeros napolitanos.

Salvatore Aprea, por su parte, era un joven rebelde y obstinado, natural de Capri. A pesar de asistir a la universidad para estudiar leyes, decidió dedicar su vida al arte y en particular a la Alta Joyería. Su impresionante creatividad le llevó a producir creaciones de sobrecogedora artesanía.

Chantecler se fundó en 1947, año en el que también se abrió la primera *boutique* en Capri. La fama de los dos joyeros superó los límites de la isla gracias a una clientela incondicional, y en 1994 la firma escogió Cortina, la perla de las Dolomitas, para abrir su segunda *boutique*, a la que le siguieron Milán y Tokyo. Además, gracias a su amplia red de distribuidores, muchas de sus colecciones pueden encontrarse en los mejores establecimientos italianos y de todo el mundo.

En la actualidad, Chantecler -una de las empresas de joyería más importantes de Italia- está dirigida por los hijos de Salvatore Aprea, que son fieles a su legado y continúan derrochando la misma ilusión y pasión que sus predecesores.





# TRIBUTO A CAPRI

## CON CAPRI EMPEZÓ TODO

Chantecler considera a Capri como el origen de todo. Capuano y Aprea fueron capaces de expresar, a través de sus joyas, el optimismo, la elegancia y también la excentricidad, la sensualidad y el lujo que definen el auténtico espíritu de la Isla Azul, a los que añadieron notas de innovación, materiales de gran calidad, y la eterna pasión femenina por los ornamentos. Y es que en los años de la "Dolce Vita", las mujeres se engalanaban con vestidos de noche de generosos escotes que invitaban a lucir importantes joyas. En aquellos días -tal y como continúa sucediendo en la actualidad- Chantecler solía considerar la joya como un elemento precioso, que provocaba emociones a través de la belleza.

La claridad y la rareza de las gemas empleadas por la firma se corresponde absolutamente con su singular arquitectura, su ligereza visual, su original montaje y su artística manufactura.

Las creaciones Chantecler son atemporales, al margen de tendencias, y trascienden el paso del tiempo, sin perder su aura mágica y su encanto.




## LAS DAMAS DE CHANTECLER

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, renació cierta alegría por disfrutar de una vida mundana, cosmopolita y en cierto modo excéntrica, de la que Capri se presentaba como el mejor exponente. En los años 50 y 60, la bella isla italiana empezó a recibir visitas ilustres procedentes de todo el mundo. Y muchas de estas notorias celebridades se convirtieron en clientes de Chantecler, como es el caso de Audrey Hepburn, Jackie Onassis, Ingrid Bergman, Maria Callas o Grace Kelly.

## LA BELLEZA DE LA EXTRAVAGANCIA

Cada una de las sorprendentes y extravagantes creaciones de Chantecler combina diseño, calidad, creatividad y un profundo conocimiento del estilo italiano aplicado sabiamente a la Alta Joyería.

Sus colecciones de joyas presentan combinaciones únicas de colores, piedras y formas, hermosas reminiscencias de esa alma de lujo y glamour que tan bien define a la mediterránea Isla Azul. En su fabricación, en la que se cuida minuciosamente cada detalle, se emplean materiales tradicionales e innovadores como el coral, las turquesas, las amatistas y también los diamantes, los zafiros o los rubíes. Estas piezas se convierten en singulares y exclusivos *must-have*.







# CARTIER



"BOHEMIN RHAPSODY" Y "ROMA" SE ERIGIERON COMO AUTÉNTICAS TRIUNFADORAS DE LA 76 EDICIÓN DE LOS GLOBOS DE ORO, UNO DE LOS FESTIVALES CINEMATOGRÁFICOS MÁS PRESTIGIOSOS DEL MUNDO. JUNTO A LAS GRANDES ESTRELLAS BRILLÓ CARTIER DE MANERA INDISCUTIBLE.

*Bohemian Rhapsody*, el biopic de Freddie Mercury, ha sido la gran vencedora llevándose en el tramo final de la noche el Globo de Oro a la Mejor película dramática y al actor en drama (Rami Malek). *Roma* ha ganado los premios a Mejor director (Alfonso Cuarón) y película de habla no inglesa. En el género de comedia *Green Book* se ha llevado el de Mejor serie de comedia, guion y actor de reparto (Mahershala Ali). En la gala de entrega de los destacados galardones, fueron muchas las estrellas que decidieron acompañarse de joyas y relojes de la firma Cartier. Este es el caso de Amy Adams, Rachel Weisz, Glenn Close, Thimotée Chalamet, Rami Malek, Christian Bale, Michael B. Jordan, Lucas Hedges, Alfonso Cuarón, Edgar Ramírez, Troye Sivan, Topher Grace, Nadine Labaki, y Brad Goreski.

Entre las piezas lucidas, ellas se decantaron por joyas pertenecientes a la colección "Les Galaxies", de edición limitada, inspirada en el cosmos y que se ofrece como la libre expresión de la fuerza de la creatividad. Se vieron, asimismo, collares y pulseras pertenecientes a la colección de Alta Joyería, con ricos pavés de diamantes, en metales nobles como el oro o el platino. Y no faltaron diseños de carácter *vintage*, caracterizados por sus atractivos elementos Art Déco.







# BRILLA EN LOS GOLDEN GLOBES AWARD

## ELEGANCIA MASCULINA

La elegancia masculina, por su parte, se puso de manifiesto a través de los relojes escogidos, entre los que no faltaron modelos como el carismático “Tank”, el “Santos”, el “Rotonde”, en sus diferentes versiones. Y muchos de los asistentes los combinaron con joyas propiamente masculinas como los gemelos –este es el caso de Alfonso Cuarón, Brad Goreski, Edgar Ramírez, Christian Bale, Rami Malek o Thimotée Chalamet. Este último, además, acompañó su estilismo con pulseras pertenecientes a las líneas “Ecrou”, “Juste in Clou” o “Love”. El más atrevido fue tal vez Michael B. Jordan, que prendió en su esmoquin un broche de 1934, realizado en platino, oro blanco de 18 k y engastado con diamantes.
















# GIOVANNI FERRARIS

CON SUS CREACIONES, GIOVANNI FERRARIS DESEA DESPERTAR LOS SENTIDOS Y SORPRENDER A TRAVÉS DE LA BELLEZA. EXPERIMENTA CON FORMAS, TEXTURAS, COLORES, DANDO LUGAR A UN UNIVERSO ÚNICO, TREMENDAMENTE EXPRESIVO EN EL QUE TODO PARECE POSIBLE.

Tras haber aprendido a amar el arte de la joyería con auténtica pasión, Giovanni Ferraris decidió, en 1985, fundar su propia empresa para convertir sus ideas en proyectos reales. Y no resulta sorprendente que decidiera establecer su manufactura en San Salvatore, una población rodeada por las encantadoras colinas de Monferrato, cerca de Valenza, donde se genera el 80% de la producción joyera italiana. En sus inicios, Ferraris se especializó en la producción de relojes joya, una actividad que requiere habilidades técnicas específicas, y que le permitió estar al día en todo tipo de nuevas tecnologías. Posteriormente, trasladó su pericia a la joyería, aunque nunca abandonó del todo su amor por los relojes. Cabe destacar que tras cada creación firmada por Giovanni Ferraris se encuentra el cerebro y el corazón del fundador de la empresa, y que los avances tecnológicos se aplican siempre a la producción artesanal; en ningún caso la sustituyen.

## UNA GRAN COLECCIÓN

Entre las distintas líneas de la colección de Giovanni Ferraris destacamos las siguientes:

• **Contrasti:** se inspira e un amanecer temprano, y en el contraste existente entre las sombras y las luces de madrugada. Se reproduce con diamantes negros o zafiros azules.

• **Armonie:** una línea compuesta por anillos curvos, adornados con diamantes, zafiros, rubíes, esmeraldas.

• **Bella:** refleja la belleza de la Naturaleza en todo su esplendor. Está integrada Por joyas con rubíes, zafiros de colores y esmeraldas,

• **Fraganze:** evoca un mundo hecho de sueños y recuerdos así como la exquisitez de los capullos. Los anillos ostentan un tamaño menor, y están cubiertos de diamantes *fancy* talla rosa, en diferentes colores.

• **Titanium:** es una línea en la que la firma puede explotar al máximo su creatividad. El titanio constituye un desafío, aunque abre un mundo de posibilidades.

• **Velvet:** es una línea romántica y encantadora, capaz de trasmitir emociones y que experimenta con texturas y formas.





# DESPERTAR LOS SENTIDOS

• **Twist:** está considerada como la línea más destacada de la firma. Resulta muy especial, con su diseño patentado, y se compone de piezas realizadas en oro y titanio. Este año se complementa con delicadas mariposas de diamantes y zafiros.
• **Divina:** anillos compuestos por siete bandas, de notable versatilidad, ya que pueden lucirse con sus siete bandas, o bien dividirse en dos anillos de tres o cuatro bandas.
• **Gravity:** anillos de diamantes que ofrecen algo más. La estructura apenas se aprecia, con lo que los diamantes dan la impresión de estar suspendidos.
• **Grace:** colección caracterizada por su gracia y feminidad. La elección de las gemas es clásica, pero la forma y el tamaño son contemporáneos.
• **Vanity:** recupera la elegancia intemporal de las perlas de diferentes tamaños, acompañadas de diamantes y zafiros.
• **Anastasia:** colección decorada con maxiamatistas, tanzanitas, rubelitas, topacios y diamantes.
• **Iris:** zafiros que crean una perfecta alquimia entre color y elegancia.
• **Wonderland:** celebra la maravilla de las piedras preciosas, de las tallas y los diseños.











# DINH VAN

TODAS LAS COLECCIONES DE LA FIRMA JOYERA FRANCESA DINH VAN TIENEN SU PROPIA HISTORIA, UN LENGUAJE DEPURADO E INTEMPORAL Y SU INSPIRACIÓN INDIVIDUAL. LOS DISEÑOS GEOMÉTRICOS SE APODERAN DE LAS ICÓNICAS JOYAS DE LA MARCA, ESTABLECIENDO LA PERFECTA COMBINACIÓN ENTRE CADA UNO DE ELLOS. DE SUS DISTINTAS LÍNEAS, DESTACAMOS EN ESTA OCASIÓN "LE CUBE DIAMANT" Y LA NUEVA SERIE "PULSE".



En los talleres de Dinh Van nada está automatizado ni mecanizado. La pasión por el metal y los movimientos guían al artesano cuando martillea un simple disco de oro de 24 quilates. Y son precisamente estos movimientos los que dan vida a una creación única, que combina arte y técnica.

La historia de Dinh Van surge de Jean Dinh Van, un espíritu libre creador de la joyería minimalista. Nacido en 1927, cerca de Paris, decidió crear joyas, influenciado por su padre, un artesano lacador. Al terminar sus estudios de Bellas Artes en París, aprendió el oficio de joyero en la casa Cartier, e inició una historia de amor con el metal. Esa experiencia le permitió acceder a una visión muy personal del lujo y la belleza.

A mediados de los años 60, sintió el deseo de bajar la joya a la calle. Se interesó por su época, por todo lo nuevo, e inmerso en un grupo de creadores, aspiró a más modernidad, a sacar la joya de sus límites de preciosismo. Ambicionó crear joyas que pudieran llevarse todos los días y para mujeres en plena emancipación. En 1965 fundó su empresa en la plaza Gaillon. Inventó una joyería esencial, personal, una joyería de lo cotidiano. En la actualidad, la firma, en un continuo esfuerzo por ofrecer piezas originales, creadas con excelentes materiales, se deja guiar por un *leitmotiv* centrado en la interpretación optimista de los objetos cotidianos.







# ALEGRÍA Y DESENFADO

## JUEGOS DE DISEÑO

Para la elaboración de sus joyas, Dinh Van recurre a sorprendentes juegos de diseño, en los que todo es posible: anillos cuadrados en forma de espiral, pendientes cúbicos, collares con objetos cotidianos -como las esposas de la colección “Menottes”-. Las pulseras de la colección “Le Cube Diamant”, de formas redondeadas y sensuales, son un reflejo de la personalidad de quienes las lucen.

“Le Cube Diamant” es una colección única, en la que el cubo, perforado por sus cuatro caras, permite que la luz fluya y resalte la belleza del diamante. Se compone de numerosos anillos, sencillos o triples, abiertos o cerrados, y de collares, pulseras y pendientes.

“Pulse”, por su parte, se compone de joyas en oro blanco y rosa. Esta nueva colección está inspirada en la música actual y juega con la acumulación, en referencia a la repetición de una melodía, de un ritmo.







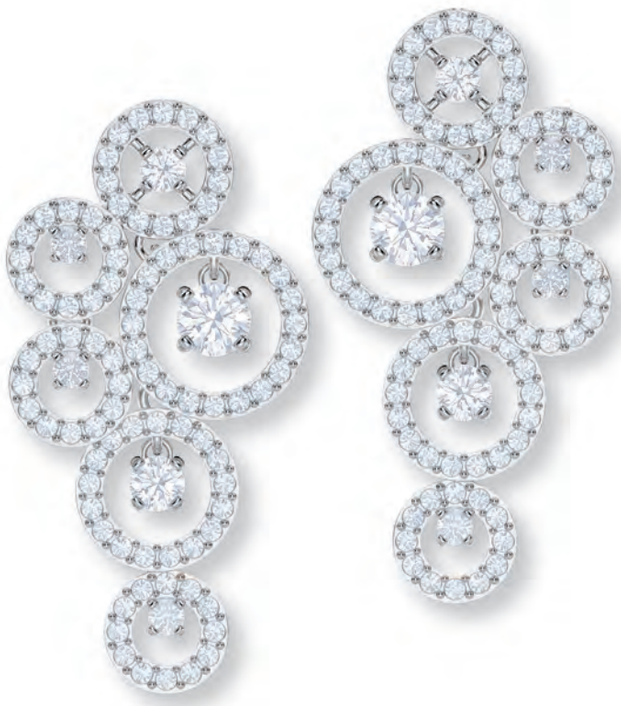






# SWAROVSKI

SWAROVSKI ES UNA FIRMA QUE CAUTIVA CON SU BRILLO INIMITABLE Y QUE CON SUS MÁGICOS CRISTALES CONSIGUE QUE TODAS LAS MUJERES SE SIENTAN RADIANTES. LA INSPIRACIÓN DE LAS JOYAS QUE MOSTRAMOS EN ESTAS PÁGINAS SURGE DE UN JARDÍN ENCANTADO DE CUENTO DE HADAS, CONGELADO EN EL TIEMPO.



Según la directora creativa de Swarovski, Nathalie Colin, las creaciones de la marca se dejan llevar por el lema "Brilliance for all" (brillo para todas), y este es uno de los valores centrales de la empresa, una mentalidad que ha pasado de generación y que está profundamente arraigada en la marca familiar. Las nuevas joyas aportan un toque de modernidad a la visión inicial del fundador, Daniel Swarovski, cuya esencia se refleja intensamente en deslumbrantes joyas diseñadas para que cada mujer luzca y se sienta aún más hermosa.

La colección incluye diferentes líneas. Por un lado se encuentra "Lousion", compuesta por accesorios capaces de transformar incluso los atuendos más sencillos con su diseño etéreo y deslumbrante, que toma como referencia las hojas heladas del invierno. Por su parte, la familia de accesorios "MayFly, de inspiración botánica, rinde homenaje a la belleza de la naturaleza, evocando las hojas de un bosque encantado a las que se incorporan detalles brillantes.

Las piezas a la vez llamativas y ponibles, como la brillante silueta de filigrana de la familia "Creativity", destacan por su singularidad, mientras que los adornos para la oreja en estilos deslumbrantes están de plena actualidad esta temporada -un par de ellos puede revelarse como todo un acierto y transformar un *look* básico en uno atrevido-. La silueta en cascada de los pendientes de araña "Creativity" aportan una increíble sensación de movimiento.

## AMPLIA GAMA DE PRODUTOS

Swarovski ofrece una amplia gama de productos que brillan por su calidad, excelencia artesanal y creatividad. La empresa, fundada en 1895 en Austria, se dedica a diseñar, producir y comercializar cristales de alta calidad, piedras preciosas naturales y sintéticas, y productos acabados que abarcan bisutería, accesorios e iluminación.







# BRILLO INIMITABLE

Swarovski Crystal Business, que ahora está gestionada por la quinta generación de miembros de la familia, es una empresa de proyección mundial, con aproximadamente 3.000 tiendas en unos 170 países, más de 27.000 empleados y unos ingresos de unos 2.700 millones de euros en 2017. Swarovski Crystal Business forma parte del Grupo Swarovski junto con sus empresas asociadas, Swarovski Optik (dispositivos ópticos) y Tyrolit (abrasivos). En 2017, el Grupo generó unos ingresos de cerca de 3.500 millones de euros y dio empleo a más de 32.000 personas. El mantenimiento de relaciones responsables con las personas y con el planeta siempre ha sido uno de los aspectos que integran el legado de Swarovski y, en la actualidad, es una parte fundamental de la establecida agenda de iniciativas de la empresa en pro de la sostenibilidad. Con el programa de formación Swarovski Waterschool, la empresa ha conseguido llegar a 500.000 niños de zonas próximas a los principales ríos del mundo, mientras que la Fundación Swarovski, creada en 2013, trabaja para promover la cultura y la creatividad, fomentar los derechos y el bienestar de las mujeres y los niños, así como para conservar los recursos naturales para lograr un impacto social positivo.













# ROSEFIELD

LA FIRMA DE RELOJES ROSEFIELD HA LANZADO UNA COLECCIÓN DE JOYAS QUE DESTILAN ENCANTO, BELLEZA ATEMPORAL Y QUE, ADEMÁS, SE PUEDEN PERSONALIZAR CON EL MENSAJE QUE SE DESEE.







Las joyas se han convertido en un complemento indispensable para poner el broche final a nuestro *look* y definen, en gran medida, nuestra personalidad. Hay diseños que apuestan por las líneas más clásicas, mientras que otros escriben nuevos códigos y se adaptan a las últimas tendencias del momento. Sin embargo, la mayoría acaban transformándose en un *must-have*, en el detalle que marca la diferencia. De hecho, estas han dejado de ser un capricho temporal o un regalo de un momento determinado. Las joyas forman parte de nuestro yo, de nuestra propia esencia. Y podemos afirmar, además, que cada vez se busca más la exclusividad, la diferencia y la calidad.

En muchas ocasiones, como hemos dicho, la belleza de la tradición se combina en armonía con el diseño actual, haciendo que estas piezas no pierdan su alma más genuina. De esa forma, marcas como Rosefield, especializada en relojes, ha lanzado su primera línea de joyas, apostando por esa hermosa fusión entre lo antiguo y lo moderno mediante su colección "Rosey". Esta serie se compone de piezas clásicas con un toque muy personal. En realidad, la colección se ha diseñado con el objetivo de que cada joya tenga un significado especial para cada mujer que la luzca. Para ello, es posible añadirle sus propias iniciales, el nombre de un ser querido o un mensaje personalizado. Así, su propietaria tiene la oportunidad de relatar una pequeña parte de su vida, de su historia, y mostrarla con orgullo, convirtiéndose en su mejor diseñadora.

La colección incluye una amplia gama de aros, pulseras, collares y anillos. Todos estos diseños están fabricados a mano con materiales de alta calidad y con acabado en oro de 14k, oro rosa de 14k o plata con baño de rodio.

Cada una de las piezas de "Rosey" destilan encanto y una elegancia atemporal que las hace perfectas para lucir en cada momento. La línea de diseño es, como hemos destacado anteriormente, sencilla y clásica a la vez. Por eso, regalar una






# JOYAS 100% PERSONALIZABLES




joya Rosey resulta una magnífica idea. Por ejemplo, en los brazaletes lisos, el nombre se puede grabar como motivo central, al igual que en los colgantes y *charms*. Las cadenas clásicas poseen una chapa personalizable para el nombre o el mensaje, que recuerdan las medallas de antaño. Y los anillos evocan el sello tradicional pero con un toque contemporáneo.

Y como cada una de estas piezas posee un encanto especial, proponemos regalarlas por San Valentín, grabándolas con un mensaje de amor.

Estos diseños se encuentran disponibles en exclusiva en www.rosefieldwatches.com.

## SOBRE ROSEFIELD

Rosefield es una firma de relojes asequibles que ha decidido apostar por el diseño de joyas, también asequibles, con las distinguidas y actuales propuestas que forman parte de la colección "Rosey", ideales para mujeres modernas y con estilo.

Los relojes de Rosefield están inspirados en grandes urbes cosmopolitas como Ámsterdam y Nueva York. Son, en definitiva, joyas urbanas, elegantes y versátiles. Presentan un estilo contemporáneo donde las líneas clásicas se han modernizado. La moda y las tendencias se fusionan, así, con la funcionalidad. La firma combina, por un lado, el diseño minimalista holandés, y por el otro, la estética contemporánea de la moda neoyorkina. El resultado es una línea de relojes que ofrece un diseño poco convencional, femenino y muy *chic* para acentuar el *look* de cada mujer. Estas creaciones, perfectas para lucir a diario, son un tributo a las buenas vibraciones, a la energía positiva y a la tolerancia a la libertad de pensamiento, rasgos que definen a la perfección estas grandes urbes.














# PRETTY RUMOUR

LA MÁXIMA DE LA MARCA DE JOYERÍA *ONLINE* PRETTY RUMOUR ES OFRECER JOYAS DE DISEÑO ÚNICO Y EXCLUSIVO, DE GRAN CALIDAD, Y A UN PRECIO ASEQUIBLE. SUS CREACIONES DESTILAN ELEGANCIA Y PERSONALIDAD PARA VESTIR A UNA MUJER CON ESTILO PROPIO.

Pretty Rumour es un proyecto fundado y liderado por María Saldaña. Amante de la moda y el diseño, María -licenciada en Ingeniería Industrial en Barcelona y con formación en joyería en la prestigiosa escuela Central Saint Martins de Londres- se lanzó a crear una marca de joyería *prêt-à-porter* de corte contemporáneo, con identidad propia y de estilo singular.

Las joyas de Pretty Rumour están dirigidas a una mujer sofisticada, con personalidad, que sabe lo que quiere y que es capaz de crear su propia tendencia; una mujer decidida, femenina, con estilo propio y que cada día escribe su propia historia.

En el el proceso creativo de estas joyas -en el que, por supuesto, se pone especial énfasis en el diseño, la calidad y el precio- sus artífices dicen inspirarse en la moda, en el *street style*, en la sociedad y, lógicamente, en la mujer, aunque, eso sí, siempre con el firme objetivo de marcar la diferencia. En Pretty Rumour ofrecen una amplia gama de pendientes, anillos, pulseras y collares. Se trata, en definitiva, de joyas *online* de estilo actual que se pueden adquirir en la web y en los puntos de venta de la marca.

## JOYERÍA *ONLINE* HECHA EN ESPAÑA

En Pretty Rumour combinan la sofisticación y versatilidad de la joyería *online* más innovadora y vanguardista con el buen hacer de la joyería tradicional. Para ello, trabajan siempre con los mejores materiales como son la Plata 925 o el Oro de 18 kilates, y piedras preciosas y semipreciosas.





# DISEÑO *ONLINE*

En Pretty Rumour apuestan, además, por las joyas hechas en España, principalmente por la calidad y el buen hacer de los artesanos joyeros nacionales. Esto garantiza que todas sus clientas puedan disfrutar y comprar *online* las mejores joyas a un buen precio, porque, además, creen firmemente que el maravilloso mundo de las joyas no debe ser exclusivo de tan solo unos pocos.

## DISEÑOS A MEDIDA

En Pretty Rumour no solo diseñan sus propias joyas, sino que también pueden hacer realidad los diseños que deseen sus clientas. Apuestan, como ya hemos dicho, por la máxima calidad en sus diseños, pero también por la joyería artesanal. Por ello, además de comercializar sus propias colecciones, también ofrecen el servicio de "Hecho a Medida", tanto para adaptar sus diseños como para crear aquellas joyas que anhelen sus clientas, ya sea para lucir en una ocasión especial, como una boda, una pedida o un regalo. Y todo ello con los materiales y calidades que estas escojan y siempre a precios ajustados, trabajando siempre de forma cercana y personalizada, para crear una joya única para cada mujer.

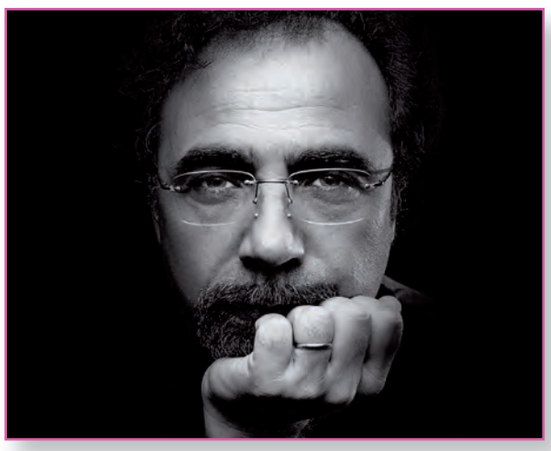


## *MIX AND MATCH*

Cabe destacar, además, que la filosofía de esta marca de joyas también gira en torno al concepto *Mix and Match*. De esa forma, es posible combinar distintas joyas hasta encontrar el *look* ideal, adaptado a la personalidad de cada mujer, a sus gustos y a cada ocasión.



# CARLO PALMIERO



# BUSCANDO LA PERFECCIÓN







PARA CARLO PALMIERO, UNA JOYA DEBE SER CAPAZ DE DESCRIBIR FORMAS Y COLORES, DE COMUNICAR EMOCIONES INTENSAS Y DE EXPRESAR LA PASIÓN DESATADA TANDO DE LA PERSONA QUE LA HA CREADO COMO DE QUIEN LA LUCIRÁ. POR ELLO, RESULTARÁ ÚNICA E INIMITABLE, Y EXHIBIRÁ EL ESPÍRITU DE LAS OBRAS DE ARTE.

Carlo Palmiero, fundador de Palmiero Jewellery Design, representa el artista vanguardista por excelencia en el sector de la alta joyería. Desde sus inicios ha sido capaz de establecer nuevas tendencias, modificando constantemente los estándares de la joyería clásica y trasladando el punto de atención del centro a la superficie. Ha alargado las formas y añadido color. De esta manera, por poner un ejemplo, sus anillos se ofrecen como auténticas esculturas tridimensionales, enriquecidas con gemas irrepetibles. Sus joyas se caracterizan por su estilo plástico y refinado. Todas ellas se reconocen a primera vista; surgen de una idea, que posteriormente se transforma en formas y colores, a través de una creatividad increíble. Se inspiran en los trazos geométricos, en la naturaleza, en las obras de los pintores del siglo XX. Y se complementan con metales nobles y piedras de gran pureza y calidad: diamantes blancos, negros, coñac, azules, verdes, amarillos y púrpuras; zafiros azules, rosas y amarillos; topacios reales, tanzanitas, rubelitas, ópalos, etc.





## LA BELLEZA COMO SALVADORA DE MUNDO

Palmiero plantea su colección joyera como un antídoto contra el caos, como un vehículo necesario para la redención. Estas son algunas de sus líneas más destacadas:

• **Moulin Rouge:** el concepto que se oculta tras esta concepción es de la ligereza y la frivolidad. Su inspiración proviene de los ballets del Moulin Rouge, lugar de origen del cancán, así como de los vestidos que llevaban las bailarinas. La pieza clave es un collar con diamantes y rubíes engastados en una estructura flexible que abraza el cuello. Es fácil de llevar y se presenta acompañado de unos pendientes y un anillo a juego.

• **Melting Colors:** con esta colección de pendientes, Carlo Palmiero ha querido mostrar una vez más su habilidad para combinar color y creatividad con técnicas refinadas. Los pendientes se componen de pequeñas piezas unidas entre sí como si se tratara de un puzzle. Cuando se lucen, las distintas partes que componen dichos pendientes se mueven de manera alternativa, lanzando sombras de color.

• **Masterpieces:** en esta colección se integran las líneas "Captured Stones" -en la que un pavé de diamantes rodea, sostiene y embellece una intensa rubelita central-, y "Embracing Flowers", que representa unas flores exquisitas realizadas con diamantes, zafiro y ópalos.

• **Swan:** se trata de una línea especialmente poética, inspirada en el "Lago de los Cisnes de Chaikovski, y de carácter escultural. Muestra a la princesa transformada en un cisne por un hechicero.






## BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

THE BEST JOYAS

JOYAS

Envíar este boletín
de suscripción a:
**CURT EDICIONES, S.A.**
Consell de Cent, 398 bajos
08009 Barcelona
Tel. 933 180 101
Fax. 933 183 505
E-mail: distribucion@curtediciones.com
www.revistajoyas.com

☐ Si, deseo suscribirme a la revista trimestral **THE BEST JOYAS** por el periodo de 4 ejemplares al precio de 36 €.

Nombre_____ Apellidos _____
Dirección_____
Población_____ C.P. _____ Provincia _____
Tel. _____ NIF_____
Por el periodode un año a partir del número_____ mes _____

**FORMA DE PAGO ESPAÑA, 36 €:**
Adjunto talón nº _____ por importe de 36 €
Mediante giro postal nº_____ por importe de 36 €
Contra reembolso del primer ejemplar.
Tarjeta-crédito VISA ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ vto. ☐☐☐☐

Titular_____ Firma del suscriptor _____
Importe de la suscripción: 36 €. _____ Fecha de la suscripción: _____
**FORMA DE PAGO EUROPA, 60 €:**

Tarjeta-crédito VISA ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ vto. ☐☐☐☐
Adjunto talón nº _____ por importe de 60 €

En cumplimiento al Reglamento General de Protección de Datos 2016/679 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de esos datos, le informamos que los datos personales que se solicitan en el presente formulario se incluirán en una base de datos informatizada titularidad de **CURT EDICIONES SA**. El titular de los datos dispone de los derechos de acceso, rectificación, supresión, limitación, portabilidad y oposión, que podrá ejercitar mediante correo postal a la dirección de la empresa en **c/ Consell de Cent, 398 Bjos. 08009- Barcelona**. Le informamos que los datos obtenidos a través del presente formulario, responden a la finalidad, única y exclusiva de poder facilitar a los clientes los servicios solicitados. Para más información puede consultar nuestro Aviso Legal en la página web: **www.curtediciones.com**









# *Un toque vintage*

## ECOS DEL PASADO

LA JOYERÍA ES UNA INDUSTRIA –Y TAMBIÉN UN ARTE- QUE A MENUDO MIRA A SU PASADO, A SU PROPIA HISTORIA, BUSCANDO LA INSPIRACIÓN EN CREACIONES DE OTROS TIEMPOS. PERO NUNCA REPRODUCE EXACTAMENTE, SINO QUE PASA SUS DISEÑOS A TRAVÉS DEL TAMIZ DEL TIEMPO, OTORGÁNDOLES UN NUEVO LENGUAJE ESTÉTICO. EL RESULTADO ES SIEMPRE FASCINANTE.




**CHIC DE AYER Y HOY.** Schreiner ofrece esta colección de marcado carácter retro, en la que los aspectos clave son la combinación de oro blanco y perlas. Con las perlas, precisamente, ensartadas unas tras otras se han compuesto unos delicados colgantes en movimiento.

## CARTIER



**PARÍS ETERNO.** Con la colección "Nouvelle Vague", Cartier nos traslada al París de la creatividad, de la bohemia, y lo hace a través del oro martillado, gallonado, calado, enrejado o retorcido. Estos pendientes actualizan los clásicos modelos colgantes. Se han realizado en oro rosa, con zafiros azules, calcedonias, lapislázuli, turquesas, piedras lunares, aguamarinas y diamantes.




**ENCANTO SUTIL.** Giovanni Ferraris apuesta, en la colección "Anastasia", por un encanto sutil; por eso, sus joyas, a pesar de su tamaño poderoso, resultan etéreas e incluso oníricas. Este colgante combina oro rosa, diamantes, amatistas verdes y zafiros verdes.

## PASQUALE BRUNI



**FEMINIDAD Y FANTASÍA.** Pasquale Bruni sabe rendir, tal vez mejor que nadie, un merecido culto a la feminidad. Lo hace a través de sus engastes y, sobre todo, mediante formas exclusivas.

# ACUARIO

## *Y LA AMATISTA*





1



2

LA AMATISTA ES LA VARIEDAD DEL CUARZO MÁS APRECIADA Y UNA PIEDRA SEMIPRECIOSA QUE COMPARTEN SIGNOS ZODIACALES COMO PISCIS, ARIES, ESCORPIO, SAGITARIO Y CAPRICRONIO; PERO SOBRE TODO ESTA ES LA GEMA DE LOS NACIDOS AL AMPARO DE ACUARIO, A QUIENES PROPORCIONA LA SERENIDAD Y EL EQUILIBRIO QUE EN OCASIONES LES FALTA.



3

Acuario es el signo de los nacidos entre el 21 de enero y el 19 de febrero. Su poder define a individuos simpáticos y humanitarios; honestos y leales, originales y brillantes. Los acuario son personas independientes e intelectuales, a quienes les gusta luchar por causas justas, soñar y planificar un futuro feliz. Están abiertos a la verdad y dispuestos a aprender de todos. A veces sienten la necesidad de retirarse del mundo para meditar o pensar, y por norma general se niegan a seguir a la multitud. Sin embargo, la lógica de Acuario puede llegar a resultar fría: deberían dejarse llevar más por su intuición y sentimientos. Les cuesta reconocer sus fracasos y tienden a culpar a los demás de sus fallos. Para ellos, todo tiene un orden y una lógica, y no hay lugar para el azar o el destino.

La amatista es la gema por excelencia del signo de acuario. A sus nativos les proporciona toda su fuerza regeneradora, así como consuelo y calma.

### VARIEDAD DEL CUARZO

La amatista es una variedad macrocristalina del cuarzo. Su color violeta característico puede ser más o menos intenso, según la cantidad de hierro que contenga. Puede presentarse coloreada por zonas con cuarzo transparente o amarillo. Las puntas suelen ser más oscuras o degradarse hasta el cuarzo incoloro.

**1. Giovanni Ferraris. 2. Choices by DL. 3. Nanis.**



4

Se trata de un mineral de origen magmámico. Se forma en filones con soluciones ricas en óxidos de hierro, que le dan su color morado característico a temperaturas inferiores a los 300º C. Lo más habitual es encontrar la amatista como tapizado del interior de ágatas en forma de geodas, a veces gigantescas. También se pueden encontrar como drusas (cristales que recubren la superficie de una piedra) o en filones, acompañadas de otros minerales.

## LA GEMA DE LA SOBRIEDAD

El nombre de amatista proviene del griego amethystos (no borracho), ya que esta piedra estaba considerada como un potente antídoto contra la embriaguez. Según la mitología griega, Dionisio, dios del vino y el desenfreno, pretendía a una doncella llamada Amethystos, la cual deseaba mantener su castidad. La diosa Artemisa escuchó sus plegarias, y transformó a la mujer en una roca blanca. Dionisio, humillado, vertió vino sobre la roca a modo de disculpa, tiñendo así de púrpura los cristales.
La amatista se conoce desde hace milenios, pues ya en el antiguo Egipto se utilizaba para crear joyas, sellos personales y tallas. En la Edad Media, el cristianismo adoptó la amatista como símbolo de renuncia a los bienes terrenales y castidad, y aún hoy en día la continúan llevando, engastada en anillos, muchos cardenales y obispos.

## GEMAS EMPLEADAS EN JOYERÍA

Las amatistas más perfectas se tallan para joyería, y el resto se emplean en la elaboración de objetos de arte.
En joyería existen varios términos utilizados para describir sus distintas tonalidades. “Rosa de Francia” es el nombre que toma la amatista de color lila claro, mientras que “Siberiana” es la amatista de color violeta intenso con destellos rojizos. En el mercado se encuentran gemas que son una mezcla natural entre amatista y citrino, a las que se les ha dado el nombre de “amitrino” o “bolivianita”.



5



6



7



8

**4. Chopard. 5. Eugenio Lumbreras. 6. Tamara Comolli. 7. Choices by DL. 8. Tous.**

# Ahora también en formato digital







**MAYOR COMODIDAD**
**consulta tu revista en cualquier lugar**

## Descárgatela en

**www.curtediciones.com**
**www.revistajoyas.com**




CURT
EDICIONES SA

SABEMOS
LO QUE LE INTERESA

OFICINA CENTRAL BARCELONA:
Tel. 00 34 (9) 3 318 01 01 • Fax: 00 34 (9) 3 183 505
joyas@curtediciones.com
DELEGACION MADRID: Tel. 00 34 (9) 1 547 37 69
Fax: 00 34 (9) 1 547 07 10
www.curtediciones.com



Foto: TAMARA COMOLLI

# DE DISEÑO

**EL DISEÑO EN JOYERÍA ESTÁ MÁS VIVO QUE NUNCA, Y LO DEMUESTRA, DÍA A DÍA, CON UNAS JOYAS QUE ARRIESGAN Y EVOLUCIONAN, QUE SE ATREVEN A REINTERPETAR LOS CÓDIGOS ESTÉTICOS MÁS TRADICIONALES. LAS JOYAS PARA MUJER PROPONEN UNA ELEGANCIA FRESCA MUY SINGULAR, MIENTRAS QUE LAS MASCULINAS OPTAN POR CIERTO CARÁCTER REBELDE.**

# EN ORO Y VERDE

UNA COMBINACIÓN QUE ACTUALMENTE PROTAGONIZA NUMEROSAS COLECCIONES JOYERAS ES LA DEL ORO ROSA O AMARILLO CON GEMAS EN TONALIDADES VERDES. RESULTA PARTICULARMENTE ELEGANTE Y TRANSMITE UNA BELLEZA SERENA Y DELICADA. LAS DIFERENTES PIEDRAS OSTENTAN TALLAS DIVERSAS, SEGÚN CUAL SEA EL EFECTO ESTÉTICO QUE SE PRETENDE ALCANZAR.

## NANIS ITALIA





## CHOPARD SUIZA



## BVLGARI ITALIA



## GIOVANNI FERRARIS ITALIA



## BIGLI ITALIA



## OLE LYNGGAARD COPENHAGEN DINAMARCA

## MINÙ ITALIA



JOYASDEPLATA



PANDORA.

# SIEMPRE AL DÍA

LAS NUEVAS JOYAS REALIZADAS EN PLATA OSTENTAN UNA ELEGANCIA MUY PARTICULAR, NO EXENTA DEL SIEMPRE NECESARIO TOQUE DE FRESCURA. POR ESTE MOTIVO, RESULTAN ESPECIALMENTE ADECUADAS PARA LA TEMPORADA PRIMAVERA-VERANO. SUS TRAZOS OSCILAN DESDE LOS MÁS MINIMALISTAS Y ESQUEMÁTICOS A LOS MÁS SOFISTICADOS , ROTUNDOS Y EXCLUSIVOS.



**THOMAS SABO** ALEMANIA



**ROSEFIELD** HOLANDA



## ARISTOCRAZY ESPAÑA



## TOUS ESPAÑA




## CLUSE HOLANDA



## PANDORA DINAMARCA

# JOYAS**MASCULINAS**



Foto presentación: **THOMAS SABO**

## ELEMENTOS DISTINTIVOS

LAS JOYAS ESTRELLAS DE LOS CABALLEROS SON LOS GEMELOS –DE LARGA TRADICIÓN HISTÓRICA-, LOS BRAZALETES RÍGIDOS, LAS PULSERAS CON CUERPO DE CAUCHO O CUERO, LOS ANILLOS DE GRANDES DIMENSIONES Y LOS COLGANTES CON MOTIVOS MÁS O MENOS PROVOCATIVOS. LUCIRLAS PUEDE LLEGAR A SER TANTO UNA CUESTIÓN ESTILO COMO DE AUTOAFIRMACIÓN.



## CHOPARD

Exclusivos gemelos de Chopard en cuyo centro se aprecia la "C" característica del logotipo de la marca.



## NICOL'S

El exuberante anillo perteneciente a la colección "Megalodón" de Nicol's. Destaca la combinación de materiales.




## DINH VAN

"Lame de Rasoir", un colgante que otorga un tratamiento y una categoría especial a la tradicional cuchilla.



## RABAT

Elegantes gemelos, realizados en oro rosa con unos ónix tallados.



## HUBLOT

Pulsera con pieza King Gold, de acabado satinado, y caucho trenzado. Satisfará especialmente a los amantes del reloj Hublot.

## THOMAS SABO

Pulsera abierta y rígida en plata de ley. Destaca por el volumen de su superficie.



## MADRIDJOYA: TENDENCIAS Y NOVEDADES

**Del 7 de febrero al 10 de marzo**

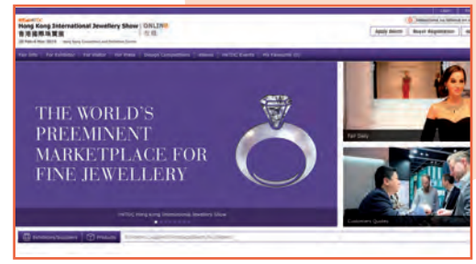



MadridJoya, el Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia, se ofrece como la herramienta de venta, promoción y marketing más completa que existe en nuestro país para la industria de la joya y la bisutería. Presenta, además, la más amplia gama de complementos con las últimas tendencias y propuestas de moda, combinando todas las acciones comerciales y de marketing existentes con la mejor relación coste-efectividad para llegar de la manera más rápida y directa a los clientes.

## HKTDC HONG KONG: GRAN EXPONENTE DEL SECTOR

**Del 28 de febrero al lunes 4 de marzo**

La feria anual Hong Kong International Jewellery Show presenta productos y servicios, además de la última información sobre todos los aspectos de la industria de la joyería. Hong Kong International Jewellery Show incluye: joyería fina, piedras preciosas, relojes y marcas de relojes, y herramientas y equipos para joyería, entre otros. Además, una serie de seminarios con expertos de la industria también se organiza como parte de la muestra, permitiendo a los participantes mantenerse actualizados sobre las últimas tendencias, así como nuevas técnicas y las iniciativas de marketing.




## MJSA EXPO NEW YORK: FABRICACIÓN Y DISEÑO

**Del 10 al 12 de marzo**




MJSA Expo Nueva York es una gran Feria de EEUU dedicada a la fabricación y diseño de joyería. En MJSA Expo Nueva York participan proveedores de materiales, de herramientas y de equipo y fabricantes entre otros, acercan lo último en materiales, maquinaria, componentes, servicios y productos terminados. Se celebra en el Jacob K. Javits Convention center de Nueva York.

## BASELWORLD

**Entre el 21 y el 26 de marzo**




En la próxima edición de Baselworld los expositores y los visitantes se encontrarán con un salón completamente renovado, más asequible y mejor conectado, de acuerdo con las necesidades de los nuevos tiempos. Según informó el director General de Baselworld, Michel Louis-Melikoff, uno de sus objetivos prioritarios ha sido el de fortalecer el área de la joyería. Por ello, el sector ocupará una posición más central, en el Hall 1.2, un espacio con un atractivo importante para el visitante, que incluye una plaza de espectáculos con una espectacular plataforma de 240º, donde se celebrarán tres espectáculos en vivo. Esta plataforma podrá utilizarse también para la celebración de eventos por la noche.

# DIRECCIONES DE INTERÉS

**A**

**A CUCKOO MOMENT.**
www.a-cuckoo-moment.de
**ALFEX. FEBEX DISTRIBUCIÓN, S.L.**
www.alfex.es
**ALBANU.** www.albanu.mc
**AMRAPALI.** www.amrapalijewels.com
**ANTONIO BERNARDO.**
www.antoniobernardo.com.br
**ARISTOCRAZY.** www.aristocrazy.com
**AUTORE.** www.pearlautore.com.au.

**B**

**BIGLI.** www.bigli.net
**BOUCHERON.** www.boucheron.com
**BRUMANI.** Tel. +55 11 3083 0507.
**BVLGARI.** Bvlgari España, S.A.
Tel. 914 34 21 20. Fax: 914 342 130.

**C**

**CARTIER.** Richemont Iberia, S.L.
Tel. 914 441 800.
**CARRERA Y CARRERA.** Tel. 918 435 193.
**CHANEL.** www.chanel.com
**CHAUMET.** www.chaumet.com
**CHIMENTO.** www.chimento.it
**CHOPARD ESPAÑA S.L.**
Tel. 934 146 920. www.chopard.com
**CHRISTIAN DIOR.** Tel. 917 810 782.
**COLEGIO DE JOYEROS, ORFEBRES, RELOJEROS Y GEMÓLOGOS DE CATALUÑA.** Tel. 932 170 516.
**CORUM.** Tel. 933 633 608. Fax: 934 106 131
**CRIVELLI GIOELLI.** www.crivelligioelli.com

**D**

**DANA LEVY.** www.danalevy.co.uk
**DAVITE & DELUCCHI.** www.davitedelucchi.it
**DE GRISOGONO.** Tel. +41 22 817 8100.
**DINH VAN.** www.dinhvan.com
**DIOR.** www.dior.com
**DODO (POMELLATO).**
**Madrid.** Tel. 915 765 173.
**Barcelona.** Tel. 932 180 243.

**E**

**EASTERN MYSTIC JEWELLERY.**
www.easternmystic.com
**ÉBANO.** Tel. 935 862 084.
**EMPORIO ARMANI.** www.armani.com
**ENGELSRUFER.** All Swis Distribuidor.
Tel. 00 34 917 080 389. info@allswisswatches.com
**EUGENIO LUMBRERAS.**
www.eugeniolumbreras.com

**F**

**F DE CARBERONIA (JOLFER).**
Tel.: 915 233 545. mirandouro@mirandouro.com.br
**FEI LIU FINE JEWELLERY.** www.feiliu.co.uk
**FOSSIL.** www.fossil.com

**G**

**GAYUBO.** www.gayubo.com
**GL PARIS (GRUPO GL).**
Licencias y distribuciones GL, filial del Groupe GL. Tel. 934 521 437. info@lydgl.es - www.glparis.fr
**GELLNER.** Tel. +49 (0) 704 196 110.
info@gellner.com
**GEORG JENSEN.** www.georgjensen.com
**GIOVANNI FERRARIS. CENTERJOYA.**
Tel. 914 170 434. www.ferraris.it
**GIOVANNI RASPINI.** www.raspini.it
**GUESS.** Eurocrono. Tel. 933 021 548.
**GUCCI JEWELERY & WATCHES.**
www.gucci.com

**H**

**HULCHI BELLUNI.** Tel.+32 0 9 280 06 66.

**I**

**IFEMA-MADRIDJOYA.**
www.ifema.es/madridjoya_01/
**IJL LONDON.** www.jewellerylondon.com
**INHORGENTA (Feria Munich).**
Tel. 934 881 720.
**IPPOCAMPO.** www.ippocampogioielli.it
**ISABEL GUARCH.** www.isabelguarch.com
**ISABELLE FA.** www.isabellefa.de

**J**

**JAEGER-LECOULTRE.** Richemont Iberia, S.L.
Tel. 914 441 800. Tel. 915 754 444.
**JARTWEN.** www.jartwen.com
**JEWELLERY THEATRE.**
Rusia: Tel. +7 095 775 44 00.
**JOAILLERIE DE FRANCE.**
www.emotionfrance.com
**JOLFER.** Tel. 915 233 545.
Fax: 915 310 125.
**JOYERÍA FLASH DE RABAT.**
Tel. 932 722 423.

**K**

**KIARA, CIELO VENEZIA 1270 s.p.a.**
www.cielovenezia1270.it

**L**

**LEOPIZZO.** www.leopizzo.com
**LES GEORGETTES.** www.lesgeorgettes.com
**LINEARGENT.**
Tel.: 938 895 074. www.lineargent.com
**LISKA.** www.liskajoyas.com
Consolat de Mar, 18. 43850 Cambrils (Tarragona).
Tel. 977 369 103.
**LUXENTER.** Tel. 91 411 06 91.
luxenter@luxenter.com

**M**

**MAGERIT.** Vitral Group. Tel. 913 274 358.
**MAJORICA.** www.majorica.com
**MATTIA CIELO.** www.mattiacielo.com
**MATTIOLI.** Tel. +39 011 248 17 66.
**MEISSEN JOAILLERIE.** www.meissen.com
**MESSIKA.** Tel +33 01 48 01 96 86.
**MI MONEDA.**
All Swiss Madrid. Tel. +34 917 080 389.
**MILUNA, CIELO VENEZIA 1270 s.p.a.**
www.cielovenezia1270.it
**MONICA VINADER.** www.monicavinader.com
**MONTBLANC.** www.montblanc.com

**N**

**NADA G™.** www.nadag.com
**NANIS.** jose@nanis.it Tel. 609 156 703.
**NICOL'S.** Tel. 914 316 837.
**NOVECENTONOVANTANOVE.**
www.novecentonovantanove.com

**O**

**OLE LYNGGAARD COPENHAGEN.** Hispania distribuidora. Tel. 937 119 510.
www.olelynggaard.com
**OMEGA.** The Swatch Group, S.A. (España). Tel. 913 346 300.
**OPS OBJECTS.** www.opsobjects.com.

**P**

**PANDORA.** www.pandora.net
**PATRICIA NICOLÁS DESIGNER.**
www.patricianicolas.com.
**PASQUALE BRUNI.** Tel. +39 02 80 27 18 11.
**PEKAN.** www.pekanjewellery.com
**PLATADEPALO.** www.platadepalo.com
**POMELLATO.** Madrid. Tel. 91 576 51 73.
Bcn. Tel. 93 218 03 42.
**PONTE VECCHIO.** ww.pontevecchiogioielli.it

**Q**

**QUDO.** All Swiss Madrid. Tel. +34 917 080 389.

**R**

**RAMON JOIERS.**www.ramon.es - ramon@ramon.es
**REBECCA.** www.rebecca.it
**RICHARD MILLE.** www.richardmille.com
**ROBERTO COIN.** www.robertocoin.com
**ROBERTO DEMEGLIO.** ww.robertodemeglio.com
**ROLEX ESPAÑA.** Tel. 914 358 448.

**S**

**SALVATORE JOYEROS.**
info@salvatorejoyeros.com
www.salvatore.es
**SAMARA JOYAS.** www.samarajoyas.com
**SANJURJO.** Tel. 981 791 638. www.annique.es
**SCHOEFFEL.** Tel.+49 711 470020.
**SCHREINER.**
www.schreiner-jewellery.com
**SHAMBALLA JEWELS.**
www.shamballajewels.com
**SILLAM FINE JEWELLERY.** www.sillam.at
**STEFAN HAFNER.**
Tel. + 39 0131 973 411.
**STENZHORN.** www.stenzhorn.com
**STEPHEN WEBSTER.**
Tel + 440 20 7486 6576.
**STROILI.** www.stroilioro.com.
**SUÁREZ.** Tel. 915 781 410.
Fax: 917 812 771. www.joyeriasuarez.com
**SUPERORO.** www.superoro.es
Tel. 937 573 223. Fax: 937 987 082.
**SUTRA.** www.sutrajewels.com
**SWAROVSKI.**Tel. +932 867 053.
**SWATCH.** The Swatch Group, S.A. (España).
C/ Yuca, 2. Edificio C. Madrid. Urb. El Soto de la Moraleja. Tel. 913 346 300.

**T**

**TAG HEUER.** Tel. 917 810 782.
**TAMARA COMOLLI.** ww.tamaracomolli.com
Tel. +49 8022 70 44 22.
**TINY-OM.** www.tini-om.com
**THOMAS SABO.** Tel. 937 552 576.
**TROLLSBEADS.** www.trollsbeads.com

**U**

**UNIÓN JOYERA DE BERGONDO, S.A.**
Tel. 981 791 379.
**UNO DE 50.** www.unode50.com
**UTOPIA.** www.utopia-jewels.com

**V**

**VACHERON CONSTANTIN.**
Richemont Iberia, S.L. Tel. 914 441 800.
**VHERNIER.** www.vhernier.it
**VICEROY.** Munreco. Tel. 914 848 000.
**VICTOR MAYER.** www.victormayer.com
**VICTORIA DE LA CALVA.**
www.victoriadelacalva.com

**W**

**WEGGENMANN.** mw@weggenmann.com
**WEMPE JOYERÍA.** Tel. 914 262 226.

**Y**

**YAEL SONIA.** www.yaelsonia.com.br
**YANES.** www.yanes.es
**YOKO LONDON.** www.yokolondon.com
**YVONE CHRISTA.** www.yvonechrista.com

**Z**

**ZENANA.** www.zenana.es
**ZINZI JEWELS.** www.zinzi.com
**ZOCCAI.** info@zoccai.com - www.zoccai.com









# avance próximo número



TAMARA COMOLLI

## ESPECIAL
## JOYAS PARA LA NUEVA ESTACIÓN

Los días se alargan y las temperaturas se suavizan. Las joyas se apuntan al color, la sorpresa, la alegría, y combinan el metal con gemas y acabados únicos.



TINY OM

## DE MODA
## DISEÑOS MINIMALISTA

Las piezas de carácter minimal se caracterizan por su trazos impecables, ya que la sencillez suele exigir una notable dificultad de manufactura.

## ESTILO
## FORMAS INDUSTRIALES

Joyas cuadradas, estructuras rígidas, nuevos materiales: la industria se adueña de la estética joyera.



ANTONINI

## TENDENCIAS:

- PULSERAS APILABLES
- CUERPOS CELESTES



SUTRA


JOYAS THE BEST

**DIRECTORA:** Laura Curt. **REDACCIÓN:** Pilar Ansola. **DISEÑO GRÁFICO:** Curt Ediciones. **PUBLICIDAD COORDINADORA:** Pilar Pallás. **PUBLICIDAD:** L. Curt.
**CENTRAL BARCELONA:** Consell de Cent, 398 bajos. 08009 Barcelona. Tel. 933 180 101. Fax: 933 183 505. E-MAIL: joyas@curtediciones.com.
**DELEGACIÓN MADRID:** delegaciónmadrid@curtediciones.com. **DISTRIBUCIÓN Y SUSCRIPCIONES:** Encarna Rubia. Tel. 934 121 177. Fax: 933 183 505.
**IMPRESIÓN:** Novoprint. **DISTRIBUCIÓN ESPAÑA:** S.G.E.L., S.A. **SUDAMÉRICA:** Dist. Lanzamientos, S.L. **BRASIL:** Publisher Comercio Internacional Ltda. **DEPOSITO LEGAL:** B-46677-2004.
Revista trimestral. Enero 2019.

CURT EDICIONES SA

C/. Consell de Cent, 398 bajos. 08009 Barcelona. Tel.: 933 180 101. Fax: 933 183 505. www.curtediciones.com
**Presidente Fundador:** Enrique Curt. **Consejera Delegada:** Laura Curt



Los dibujos, fotografías y artículos que se publican son propiedad del Editor, quedando prohibidos su reproducción total o parcial sin la autorización precisa.
El Editor no se responsabiliza de la opinión de sus colaboradores redaccionales.


BASELWORLD
2019
THE PREMIERE SHOW
21 – 26 DE MARZO
WWW.BASELWORLD.COM

SANJURJO

BERGONDO LA CORUÑA

1959



*Anillos "Shapes" en oro 18k. y diamantes*

www.sanjurjo.es Tel. +34 981791638