

Estilo

Págs. 28-29

El concurso Premiere de OroArezzo redescubre el poder del anillo en el sector joyero y sus infinitas e insólitas variantes.



Pág.40

Chicos a la última con Marea

Pág. 34

Key Moments, "atrapa los momentos", llega a España



Pág. 38

LeCarré viste esta temporada con glamour a la 'invitada perfecta'



CONTRASTE

ORO Y HORA Mundo técnico desde 1949 • Nº 157 • EN PÁGINAS CENTRALES

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

Mayo 2019 // Año MMXIV // CONTRASTE 219

Págs. 3-4

¿Qué facturó la relojería en 2017? En exclusiva en 'Contraste'

► Tras una década, el aumento de la facturación anual del sector relojero en España ha rozado tan solo los 147 millones de euros.

► En el segmento medio, la compañía que continúa marcando la diferencia es Festina Lotus, superando los 195 millones de euros.

Según los datos manejados en exclusiva por Grupo Duplex, el volumen de facturación de las empresas españolas que operan en el sector relojero llegó a 1.187.462.802 € en 2017, con un incremento de unos 11 millones y medio de euros respecto a 2016, y de solo 147 millones respecto a las cifras obtenidas en 2007, o sea, tras una década.

Contraste ofrece un análisis de los tres segmentos que operan en este mercado, tanto de las marcas españolas como de las internacionales que poseen filiales en España; el ranking de los grupos distribuidores, así como el de los grandes grupos del lujo que copan el 43,72% de los ingresos en bruto del total de la venta del sector en el país.

Pág. 6

Galicia celebra su II Congreso de Joyería al cabo de 22 años

Todo este tiempo separa el primer del segundo congreso que el sector joyero ha vivido en Galicia. Una convocatoria que ha vuelto a ser recibida con satisfacción. Bajo el eslogan "El comercio de la joyería tiene futuro", el acto fue organizado por el Colegio Oficial de Joyería de Galicia (COXGA) y la Federación Gallega de Joyeros con la colaboración de la Consellería de Economía, Empleo e Industria

de la Xunta de Galicia, y contó con la presencia de un centenar de profesionales preocupados por la deriva del sector.



Pág. 16

Pesavento abre 'flagship' en Vigo

Es toda una noticia por la involucración del "Made in Italy" en España. Pesavento abre su primera tienda propia en territorio nacional, en concreto en Vigo. Y lo hace de la mano de Juan Carlos Comesana, International Brand Manager de la firma italiana.

Pág. 20

Chamila dice adiós a Europa

La conocida marca estadounidense de joyería modular, propiedad de Swarovski, abandona al 100% la eurozona, tanto el 'retail' como el negocio 'online'.

Págs. 12-14

Distribuidora Ibelujo

Charles Gastine



Esta compañía posee en su portfolio en la actualidad a Frederique Constant, Alpina, MeisterSinger, Ebel y las firmas de joyería Messika y Marco Bicego.

Mónica Cruz repite como 'mujer Majorica'



La actriz y bailarina Mónica Cruz vuelve como embajadora oficial de la firma de joyería y, por segundo año consecutivo, será la imagen de Majorica para este 2019, según lo anunciado en abril.

GRUPO
DU
PLEX

Las noticias más leídas del mes

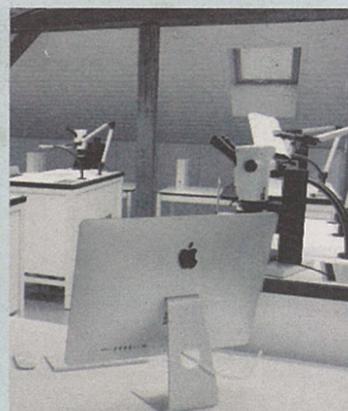
WWW.GRUPODUPLEX.COM

Tous supera barreras y apuesta por el e-commerce



¿Hasta cuándo la inseguridad en nuestras joyerías?

La escuela de relojería suiza L'Wostep imparte un curso en España por primera vez



¿Millennials o Nanoinfluencers? La era digital pide un cambio

Juan Carlos Comesana, International Brand Manager de Pesavento

“El 3 de junio abrimos en Vigo nuestra primera ‘flagship’ española”

© Petra Marín

Es toda una noticia por la involucración del “Made in Italy” en España. Pesavento abre su primera tienda propia en territorio nacional. En concreto en Vigo, a primeros de junio. El principal artífice de este proyecto es un gallego, que cumplirá en septiembre 20 años trabajando para la firma vicentina. Juan Carlos Comesana pasó a ser en 2009 International Brand Manager de la misma. ¿Y qué mejor lugar para compartir un sueño que en su propia tierra? Chiara Carli y Marino Pesavento, los propietarios, están encantados con este primer paso, al que seguirá una próxima flagship en Kuala Lumpur, Malasia, con un distribuidor de la marca. Pesavento ha propiciado un viaje electrificante a través de la investigación e innovación continuas, con un estilo original e inmediatamente reconocible, haciendo de sus joyas un objeto de deseo en un “retail” muy escogido con el que se busca compartir sinergias y... crecimiento.

¿Cuándo y cómo surge su relación con Pesavento?

Pronto cumpliré 20 años en la casa. En 2009 dejé mi vida de agente comercial para dedicarme a gestionar la marca a nivel mundial buscando distribuidores, el primero en España. Después de esta primera experiencia que duró seis años y con dos distribuidores distintos, viendo que nuestro mensaje no estaba llegando al mercado en la forma que nosotros queríamos, me decidí a montar yo mismo una distribuidora, Consulting Almaana, y transmitir directamente nuestra forma de trabajar con los clientes, más cercano y con un mensaje mucho más contundente en el punto de venta, selecciones de producto más ajustadas a nuestro estilo, espacios más importantes en los puntos de venta, eventos, córneres... y comenzamos así un momento feliz para Pesavento en España. Es mi país y no podía ser que no funcionara....

Ustedes son un referente de alta joyería en plata...

Sí, lo somos, pero también importante en oro hasta 2009, pero, independientemente del metal trabajado, no olvidemos esto. El paraguas importante de Pesavento parte de ser una fábrica italiana, reconocida por su calidad y diseño. Los mejores joyeros del mundo -clientes de Rolex, Patek...- entraron rápidamente en la marca por calidad, exclusividad, garantía, en un sistema parecido a la alta relojería: nombre, diseño, servicio postventa... Hemos logrado continuidad en el punto de venta medio alto donde la marca se encuentra cómoda, entre 100 y 1.000 euros, donde hemos hecho nuestro business y es nuestro negocio.



Juan Carlos Comesana (a izda.) con Chiara Carli y Marino Pesavento, responsables de la compañía, durante la celebración del 20 aniversario de Pesavento en 2012

¿Cuántos clientes tienen ahora en España?

En España, en la actualidad, 75 clientes. No queremos confundir cantidad con calidad. Es decir, nuestra política comercial no es lograr más clientes, sino que, los que tenemos, facturen más. De ahí que aboquemos nuestros esfuerzos publicitarios al cliente final, en Vogue y otros medios afines, promocionando nuestros puntos de venta... Mantenemos una línea de exclusividad, somos una marca única, diferente.

¿No es un momento difícil para ser selectivos?

No creemos en el volumen, sino en la selección de tiendas y con gente realmente convencida de que Pesavento es una marca para compartirla. Clientes contentos, seguros de formar parte de la familia Pesavento, de nuestras experiencias compartidas desde hace 25 años... Sabemos que ahora es nuestro momento y estamos felices de que todos nosotros tengamos esa oportunidad. Aquí todo el mundo participa. Nunca hay que perder el hilo de humildad, de que todo se hace entre todos. No lo podemos gestionar de otra forma más que teniendo carácter de familia; somos felices de asegurar que vendemos porque tenemos creatividad y solucionamos pequeños problemas, hacemos una venta personal minimalista en una compañía multinacional...

¿Y ferias a las que acuden?

En total son cuatro citas, dos en VicenzaOro, y las de Basilea, Las Vegas e Inhorgenta en Alemania. Todo ello nos ha permitido estar presentes en 45 países a nivel mundial, Europa, Sudamérica, Estados Unidos, Caribe...

“Tendremos a Paloma Lago y otras sorpresas más”

Tenemos entendido que el 3 de junio realizan su primera apertura de tienda imagen en Vigo...

Esto parte de una estrategia bien analizada. Lo que buscamos son distribuidores Pesavento en el mundo, un feeling desde nuestro showroom y formas de compartirlo que den paso a nuestra presencia en tienda y la distribución asociada. La próxima que abriremos es en Kuala Lumpur en las Torres Petronas, con nuestro distribuidor de Malasia, que nos visitará en Galicia para ver como está la tienda que queremos exportar desde Vigo.

¿Nos puede adelantar características de esta ‘flagship’?

Será una tienda muy exclusiva y diferente, monomarca. No queremos cargarla de muchas joyas, sino que también constituya un espacio de relajación, de diseño, con obras de galería de arte, exhibición permanente, con un toque italiano, pequeña barra, zonas de café... Queremos que el cliente se envuelva y perciba que se adentra en un mundo diferente, fuera del concepto joyero convencional, con espíritu Pesavento. Como dice nuestro logo “Pesavento Art Expression”, respirará una fuente importante de inspiración. Con dos plantas, ubicamos en la de arriba la distribución. Para quien nos quiera visitar: Álvaro Cunqueiro, 16, Vigo. Pontevedra.

En unos momentos no muy dulces para el sector... ¿Dónde colocaría a Pesavento?

Se lo aseguro. Estamos disfrutando de una realidad distinta, fuera de lo que hay en el mercado. Llevamos un crecimiento de más del 30% año tras año, sin hacer aperturas, con los mismos clientes,

haciéndoles crecer... Mire, considero que es fruto de los tres valores más importantes en la compañía: calidad, exclusividad y atención al cliente. Algo que no cambiaremos en la vida, atención a todos, desde el cliente joyero al final. Nuestra garantía es mundial y no queremos perder este objetivo.

¿Y unos apuntes del interior de la compañía?

El 85% de nuestra plantilla es femenina, comenzando por uno de sus dueños, Chiara Carli, involucrados en los temas relacionados con la reivindicación del papel de la mujer en todos los ámbitos. Somos una compañía muy atípica, todo lo que se implimenta, lo mismo lo disfrutan los trabajadores. Queremos compartir la capacidad de ese sacrificio e implicación, y que esto beneficie a la sociedad. En Vicenza, Pesavento es un referente para el mundo político y social a la hora de dar repercusión a la ciudad, intentando devolver lo que recibimos en labores sociales.

Finalmente, ¿alguna sorpresa mediática en Vigo?

Tendremos a Paloma Lago y algunas sorpresas más. Somos muy activos en redes sociales, no tanto para venta, sino para transmitir el espíritu Pesavento, la filosofía de marca, que es lo que nos importa... para notoriedad de nuestros clientes joyeros. ♦

Su última colección



Polvere di Sogni & DNA Wave, inspirada en el movimiento sinuoso del mar, a semejanza de una danza de ondas que crea reflejos de luz.

Contraste recomienda



Entrar en el estudio de Pesavento para conocer su proceso de creación y fabricación en los que la compañía se mantiene fiel a sus raíces ‘Made in Italy’ centrándose en los valores de la creatividad, la cultura estética, la habilidad en la transformación de materiales y la artesanía.

PESAVENTO

Art expressions



Calvo, A CORUÑA; Royo, ALBACETE; Antonio Valor, ALCOY; Casas Urtubia, ALFARO; Pedro García Barbera, ALICANTE; Miras, ALMERIA; Mínguez, ALMORADÍ; Gema, BAIONA; Bernat Rubí, BARCELONA; Mercedes Moya, BARCELONA; Molins Joier, BARCELONA; Torrents Gianni, BARCELONA; Toni Aurum, BARCELONA; Vercelli, BURGOS; Art en Joies, CALA RAJADA; Marta Serrano, CAMBRILS; Carlos Guinot, CASTELLÓN; Dirdai, EIBAR; Moya Torres, ESPLUGAS DE LLOBREGAT; Ereaga, GETXO; Ramírez de Cartagena, GIRONA; Miguel Muñoz, GRANADA; Espelt, GRANOLLERS; Fernando Ramírez, IBI; Rosa Lluciá, IGUALADA; Sancy, LANZAROTE; Sancy, LAS PALMAS DE GRAN CANARIA; Saphir, LAS PALMAS DE GRAN CANARIA; Cuende, LLANES; Luque, LLEIDA; Calvo, LUGO; Cabranes, MADRID; Carbal, MADRID; Copernic, MANRESA; Puig, MARTORELL; Saterra, MATARÓ; Irala, MONDRAGÓN; Ramiro, MONZÓN; Blasco, MURCIA; Xelecta, ORIHUELA; Cuende, OVIEDO; Sanchez Vallina, OVIEDO; Muñoz, PAMPLONA; Calvo, PONFERRADA; Ferse, PONTEVEDRA; Luz Jewels, PUERTO BANÚS, MARBELLA; Santi Pamies, REUS; Sarda, SAN CUGAT DEL VALLES; Antonella, SAN SEBASTIAN; Xaubet, SANT CELONI; Isabel Suarez, SANTIAGO DE COMPOSTELA; Tomas, SANTURTZI; Roviralta, SITGES; Santa Gemma, TARRAGONA; Saphir, TENERIFE; Ferré, TORTOSA; A. Diestro, TUDELA; Stones by Bernardo, VALENCIA; Rafael Torres, VALENCIA; Jose Ramón Potente, VALLADOLID; Roca, VIC; Anna Joiers-1995, VILASSAR DE MAR; Frida, VITORIA; Alba, ZAMORA; Cesar Saiz, ZARAGOZA; Nerea Aixas, ANDORRA.

Distribuidor exclusivo: Consulting Almaana - Email: info@consultingalmaana.com - Telf. 881 898 878