



## Même l'empire du Milieu parle maintenant le Palladium



Pas la peine de vanter les mérites du palladium aux Chinois car cela fait longtemps que le métal à la blancheur et aux reflets lunaires a ses quartiers de noblesse dans l'empire du Milieu. En 2010, la Chine a façonné 510 000 onces, soit 15 tonnes de palladium en haute joaillerie. Et il ne faudra pas longtemps pour que le palladium soit également utilisé pour les boîtiers de montres.

### Des avantages qui ne séduisent pas que les Chinois:

**Son coût modique:** environ moitié moins cher que l'or blanc et deux tiers moins cher que le platine.

**Sa grande pureté:** titrant à 950 millièmes, il est aussi pur que le platine et plus pur que l'or blanc.

**Sa légèreté:** 26% plus léger que l'or blanc, 41% plus léger que le platine.

**Rhodiage?** Superflu pour le palladium! Ce métal noble du groupe du platine conserve son éclat et sa blancheur immaculée des années durant.

Apprenez maintenant le Palladium – la langue internationale du succès. Prenez contact avec les spécialistes en métaux précieux de Johnson Matthey & Brandenberger AG. Ils vous renseigneront sur les qualités du palladium et vous garantiront un conseil global, de l'achat à la production.

**Contact:** Silvia Witschi, responsable Joaillerie et horlogerie, e-mail: [silvia.witschi@matthey.com](mailto:silvia.witschi@matthey.com), tél.: +41 (0)44 307 19 71

## PALLADIUM – DES BIJOUX AU SECOURS DE LA PLANÈTE

## PLATINE – LE COURONNEMENT DE L'AMOUR

## BASELWORLD & SIHH 2011

ECONOMIE:  
LE MARCHÉ DU  
PLATINE PROCHE DE  
L'ÉQUILIBRE EN 2010

## Recul de la demande pour la joaillerie en platine

Sous l'effet de la hausse du prix du métal enregistrée en 2010, la demande mondiale en platine dans le secteur de la joaillerie a reculé de 14%, s'inscrivant à 75,1 tonnes au total.

Après une année record en 2009, la demande a chuté en Chine et s'est également révélée légèrement plus faible au Japon et en Europe.

Aux États-Unis, en revanche, la demande dans le secteur de la joaillerie s'est accrue de 1,2 tonnes, à 5,4 tonnes après une légère embellie de l'économie et un regain de confiance de la part des consommateurs finaux. Quelques détaillants ont proposé de nouvelles lignes de bijoux au poids réduit, ce qui a soutenu les ventes.

Bien que les consommateurs japonais aient à nouveau acheté des bijoux en 2010, la hausse du prix du métal au Japon s'est également fait sentir et la demande a chuté de 0,3 tonnes pour s'établir à 10,1 tonnes.

Sur le marché nippon du mariage, la platine demeure très populaire, mais la diminution du nombre des mariages ainsi que des alliances d'un poids plus léger ont eu une influence sur la consommation totale.

L'Europe était aussi à la traîne. Les incertitudes dans l'eurozone, l'augmentation du prix du platine et les répercussions de la crise économique ont entraîné conjointement un recul de la demande à 5,4 tonnes en Europe.

En Inde, en revanche, le métal a gagné en popularité auprès des jeunes consommateurs urbains.

Dans l'industrie horlogère suisse également, aucun rétablissement ne s'est encore fait jour pour les montres en platine.

Selon les derniers chiffres de la Banque Nationale Suisse, seulement 3,7 tonnes de platine pour boîtiers de montres ont été façonnées en 2010 – contre 5,6 tonnes l'année précédente.

Les grandes foires du début de l'année ont brossé un tableau déjà presque euphorique de la relance dans l'industrie horlogère – qui a effectivement eu lieu – mais manifestement pas dans tous les secteurs.

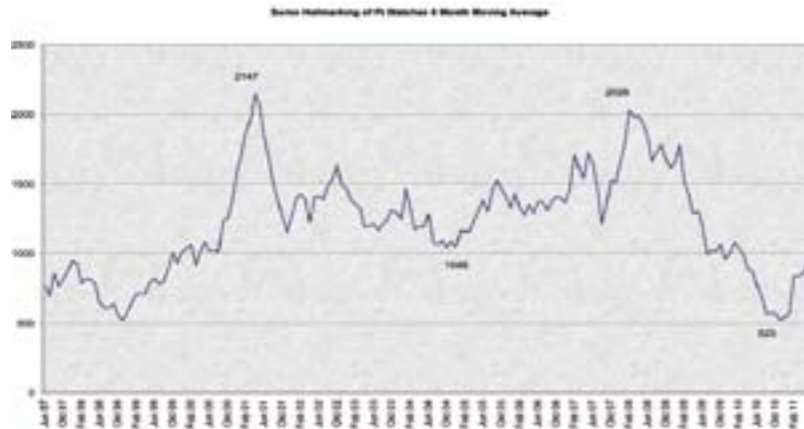


*Silvia Witschi*  
Redaction

La statistique mensuelle des montres en platine poinçonnées présente de fortes fluctuations. Afin de lisser ces variations, le graphique ci-dessus représente la moyenne mobile sur six mois (MM6).

L'avant-dernier boom pour les montres en platine poinçonnées a connu son apogée à raison de 2806 pièces en mai 2001. La MM6 s'inscrivait à 2147 pièces.

Ensuite, avec les fluctuations saisonnières survenues jusqu'en août 2004, le nombre des montres en platine poinçonnées a chuté à 747 pièces. En moyenne mobile sur 6 mois, le plancher a été touché en novembre avec 1042 pièces.



Le boom suivant a commencé modérément et a pris fin en mai 2008, avec 2391 pièces. La MM6 affichait déjà son sommet en mars 2008, avec 2026 pièces. Mais cette fois, la chute fut plus rapide, et en août 2009, seules 365 montres en platine ont été poinçonnées. Ensuite, la MM6 a également reculé à 523 pièces en décembre 2010 – son plancher historique. Désormais, il semble que la page ait été tournée.

Grafique: John Fineron

# Platine 2011

## LE MARCHÉ DU PLATINE A ÉTÉ PROCHE DE L'ÉQUILIBRE EN 2010

Dans le sillage de la reprise économique mondiale de 2010, la demande brute de platine a augmenté de 16 % pour atteindre 7,88 millions d'onces, selon les chiffres de Johnson Matthey dans «PLATINE 2011», publié aujourd'hui.

Les approvisionnements mondiaux de platine ont augmenté de 0,6 % pour atteindre 6,06 millions d'onces, tandis que le recyclage du platine a augmenté de presque un tiers pour atteindre 1,84 millions d'onces. Une croissance à nouveau en plein essor dans les secteurs de l'automobile et de l'industrie a permis au marché du platine d'être proche de l'équilibre, avec un surplus de seulement 20 000 onces, en comparaison avec un surplus de 635 000 onces en 2009.

### LES APPROVISIONNEMENTS EN PLATINE ONT LÉGÈREMENT AUGMENTÉ EN 2010

Les approvisionnements mondiaux en platine ont seulement augmenté de 35 000 onces pour atteindre 6,06 millions d'onces en 2010 après une année mitigée pour les producteurs. Bien que la production raffinée en Afrique du Sud ait augmenté en 2010, le métal n'a pas été livré dans sa totalité à la fin de l'année, ce qui a conduit à une stagnation des ventes de platine provenant d'Afrique du Sud à 4,64 millions d'onces. Les approvisionnements de platine russes ont augmenté de 5 % pour atteindre 825 000 onces. Les approvisionnements provenant du Zimbabwe ont augmenté d'un quart pour atteindre 280 000 onces suite à une accélération des projets d'expansion dans le pays.

### LA DEMANDE DE PLATINE A AUGMENTÉ LORS DU REDRESSEMENT DE L'INDUSTRIE AUTOMOBILE

La demande de platine d'autocatalyse a augmenté de 43 % pour atteindre 3,13 millions d'onces alors que le secteur automobile mondial se remet d'une mauvaise année 2009. L'achat de platine pour une utilisation dans le contrôle des émissions automobiles a augmenté dans toutes les régions tandis que la production de véhicules s'est accrue. La plus grande augmentation de la demande de platine s'est située en Europe, où le platine est large-

ment utilisé dans la formulation des auto-catalyses diesel. De meilleures conditions économiques ont contribué à l'augmentation des achats de véhicules du parc automobile, qui tendent à être des véhicules diesels, et la fin des plans nationaux de prime à la casse a signifié la récupération d'une part de marché pour les véhicules diesels.

### LA DEMANDE INDUSTRIELLE DE PLATINE S'EST NETTEMENT ACCRUE

La demande industrielle brute de platine s'est accrue de 48 % pour atteindre 1,69 million d'onces en 2010. La reprise économique dans les marchés des pays développés, et une forte croissance dans les pays émergents, ont conduit à des niveaux supérieurs de production dans les secteurs électriques, du verre et chimiques qui utilisent le platine dans le produit fini ou dans le processus de fabrication. On a assisté à une forte augmentation des achats de platine pour la fabrication du verre LCD, utilisé dans les téléviseurs et les écrans électroniques. La demande de platine dans l'industrie chimique s'est accrue tandis que les usines ont augmenté leur capacité afin d'approvisionner les marchés indien et chinois en pleine croissance.

### LA DEMANDE DE PLATINE POUR LA JOAILLERIE A DÉCLINÉ EN 2010

L'achat de platine dans le secteur de la joaillerie a chuté de 14 % pour atteindre 2,42 millions d'onces en 2010

suite à une année 2009 extrêmement forte. La demande du secteur de la joaillerie chinois est restée forte, à 1,65 millions d'onces, mais ce niveau était très en deçà du niveau exceptionnel de 2009. La combinaison de la hausse du prix des métaux et des stocks élevés a contribué à ce déclin. Cependant, la demande en Chine a été sensiblement supérieure à celle de 2008, dernière année où le prix du platine s'est trouvé à des niveaux élevés similaires à ceux de 2010.

### LA DEMANDE D'INVESTISSEMENTS MATÉRIELS NETS EN PLATINE EST RESTÉE FORTE

Stimulée par des taux d'intérêt peu élevés et une attitude positive en faveur des fondamentaux d'offre-et-demande, la demande d'investissements matériels nets en platine est restée forte en 2010 à 650 000 onces, un volume similaire à celui observé l'année précédente. Les investisseurs ont acheté massivement dans le fonds indicatif négociable en bourse (FINB) du platine lancé récemment et soutenu financièrement en Amérique du Nord. Les participations aux FINB européens plus mûrs ont été légèrement en déclin.

## UNE DEMANDE RECORD A POUSSÉ LE MARCHÉ DU PALLADIUM AU DÉFICIT EN 2010

La demande brute de palladium a augmenté de 23 % pour atteindre un niveau record de 9,63 millions d'onces l'année dernière. Ceci a été principalement dû à un achat accru par les secteurs d'investissement matériel et de l'automobile. Bien que les approvisionnements en palladium se soient accrus l'année dernière, et que les niveaux de recyclage aient augmenté d'environ un tiers pour atteindre 1,85 million d'onces, le marché est entré dans un déficit fondamental de 490 000 onces en raison de la forte demande.

### LES APPROVISIONNEMENTS EN PALLADIUM ONT LÉGÈREMENT AUGMENTÉ EN 2010

Les approvisionnements mondiaux en palladium ont augmenté de 190 000 onces pour atteindre 7,29 millions d'onces l'année dernière. Les approvisionnements en palladium provenant des mines russes ont augmenté de 2 % tandis que les ventes de palladium des stocks de l'Etat russe se sont une fois de plus élevées à environ 1 million d'onces.

### LES VENTES DE PLATINE DEVRAIENT ÊTRE SUPÉRIEURES À CELLES DE 2010

La croissance de la demande automobile et industrielle devrait se poursuivre et, avec une expansion limitée des approvisionnements, Johnson Matthey prévoit que le prix du platine s'élèvera en moyenne à 1870 \$ par once dans les six prochains mois, par rapport à un prix moyen de 1762 \$ pendant les six mois menant jusqu'à la fin du mois d'avril 2011. Avec des fondamentaux offre-demande positifs et une croissance économique mondiale continue, le platine pourrait se vendre à un prix de 2 000 \$ dans cette période. Si les taux d'intérêt dans les marchés clés restent bas, les intérêts d'investissement spéculatifs devraient également soutenir le prix du platine. Bien que l'augmentation du prix du pétrole ou le sentiment négatif entourant l'endettement des pays souverains puissent une fois de plus se révéler constituer un frein sur le prix, les importants investissements au comptant de la Chine constitueront probablement un bon soutien en cas de chutes de prix - en d'autres termes, le platine a peu de chances de descendre en dessous de 1 750 \$.

### LA DEMANDE BRUTE DE PALLADIUM POUR L'AUTOCATALYSE A AUGMENTÉ DE 35 %

Une augmentation de la production mondiale de véhicules utilitaires légers, ainsi qu'une législation plus stricte sur les émissions dans certains marchés, ont contribué à accroître la demande de palladium de 35 % pour atteindre 5,45 millions d'onces en 2010. Une croissance rapide du secteur des utilitaires légers a augmenté de 42 % la

demande de palladium pour l'automobile en Chine, atteignant un niveau record de 975 000 onces.

### LES ACHATS INDUSTRIELS DE PALLADIUM ONT AUGMENTÉ L'ANNÉE DERNIÈRE

La demande industrielle brute de palladium était supérieure de 70 000 onces en 2010, atteignant 2,47 millions d'onces. L'utilisation du palladium dans l'industrie chimique a augmenté de 22 % tandis que la demande de plastique de la part des consommateurs a conduit à l'augmentation significative des capacités de production et à une plus grande utilisation des infrastructures existantes. La demande dentaire en palladium a ralenti alors que la demande dans le secteur électrique a augmenté.

### LA DEMANDE DE PALLADIUM POUR LA JOAILLERIE A CHUTÉ MAIS L'INVESTISSEMENT MATÉRIEL A ATTEINT DES NIVEAUX RECORDS

La demande brute de palladium dans le secteur de la joaillerie a chuté de 20 % pour atteindre 620 000 onces, largement en raison d'un déclin de la fabrication de bijoux en palladium en Chine qui a plus que contrebalancé l'augmentation de la fabrication de bijoux en palladium en Europe et en Amérique du Nord. La demande identifiable d'investissements matériels de palladium a augmenté de 74 % pour atteindre 1,09 millions d'onces en 2010 avec des achats massifs dans les FINB américains. L'intérêt dans cet investissement a été soutenu par des fondamentaux d'offre-et-demande de palladium positifs, ainsi que par un prix en hausse et un faible manque à gagner pour les investisseurs.

### ON PRÉVOIT UN PRIX MOYEN DU PALLADIUM DE 825 \$ DANS LES SIX PROCHAINS MOIS

Les approvisionnements en palladium devraient être en déclin en 2011 en raison d'une baisse des ventes provenant des stocks de l'Etat russe qui fera plus que contrebalancer l'accroissement de la production dans d'autres pays. La demande dans les secteurs automobile et industriel devrait continuer de croître cette année et même si les niveaux exceptionnels de demande d'investissements matériels de palladium observés en 2010 ne se reproduisent pas, le marché du palladium est susceptible de se trouver à nouveau en déficit. Johnson Matthey prévoit que de forts fondamentaux maintiendront le prix entre 715 \$ et 975 \$ pour les six prochains mois, avec un prix

moyen de 825 \$ pendant cette période, par rapport à une moyenne de 762 \$ au cours des six mois menant jusqu'à la fin du mois d'avril 2011.

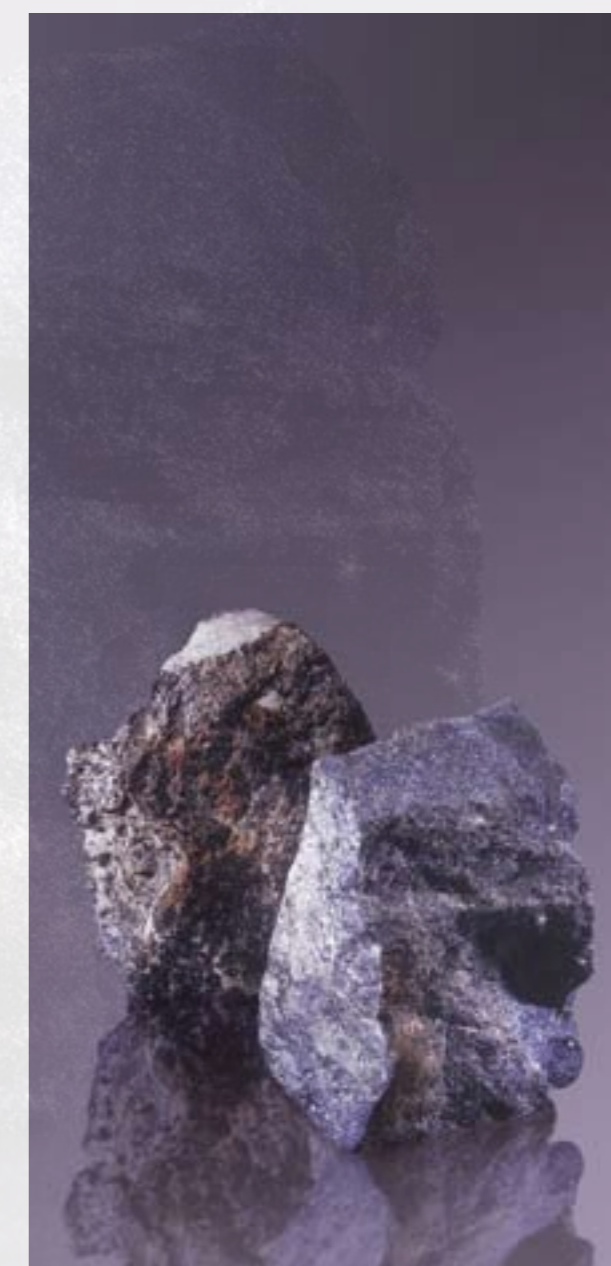
Pour de plus amples informations, veuillez contacter :

Jonathan Butler	+44 (0)7967 278024
Peter Duncan	+44 (0)7967 278236
Rainaldo O'Meara	+44 (0)7967 278018

Platine 2011 est une étude de marché sur les métaux du groupe platine publiée gratuitement par Johnson Matthey.

Johnson Matthey est l'autorité mondiale en matière de production, d'offre et d'utilisation des métaux du groupe platine.

<http://www.platinum.matthey.com/publications/pgm-market-reviews/>



# BASELWORLD 2011 rayonne sur l'industrie mondiale de l'horlogerie et de la bijouterie

BASELWORLD 2011 entre dans l'histoire comme salon phare de la branche. Avec 103 200 visiteurs (+2.5% / 2010) et des chiffres d'affaires remarquables, la satisfaction des exposants était très significative. Les nouveautés et les tendances ont souligné la position de BASELWORLD comme leader mondial du secteur de l'horlogerie et de la bijouterie.

## UNE IMPRESSIONNANTE FRÉQUENTATION ET DES EXPOSANTS TRÈS SATISFAITS

On peut parler cette année d'un afflux impressionnant de visiteurs: avec 103 200 visiteurs en provenance de plus de 100 pays, BASELWORLD signe le deuxième meilleur score de toute son histoire, soit une progression de 2,5% par rapport à l'an dernier. Côté exposants, la qualité du visitorat a été jugée exceptionnelle.

Cette année, les entreprises exposantes se montrent extrêmement satisfaites aussi bien au niveau des ventes que des chiffres d'affaires réalisés.

## BASELWORLD 2012

Les responsables de BASELWORLD peuvent jeter un regard optimiste sur l'avenir. La directrice du salon Sylvie Ritter, le confirme: «L'édition 2011 de BASELWORLD a été l'une des meilleures de tous les temps. Nous poursuivrons nos efforts pour nous établir avec succès à ce haut niveau d'excellence. Ce salon restera l'événement phare le plus important pour l'industrie de l'horlogerie et de la bijouterie.» En raison du chantier de construction du nouveau complexe de halles, le Salon Mondial de l'Horlogerie et de la Bijouterie BASELWORLD 2012 aura lieu du 8 au 15 mars 2012 à Bâle.



## BERNHARD LEDERER THE GAGARIN TOURBILLON

Il y a exactement 50 ans, Youri Gagarine réalisait la première orbite autour de la terre à bord du vaisseau spatial Vostok. Pour célébrer l'événement, le maître horloger a créé une série de 50 exemplaires dotés d'un tourbillon particulier. Ce dernier tourne autour du cadran en 108 minutes, soit le temps qu'a passé le cosmonaute dans l'espace, et est suspendu à un pont qui s'inspire du monument dédié à Youri Gagarine dans la ville d'Engels. Une loupe permet d'en admirer les détails et le boîtier en platine en souligne la préciosité.



## BLANCPAIN VILLERET 6614-3437-55B

Villeret est le village du Jura Suisse où la manufacture a été créée en 1735. C'est également le nom de la collection la plus classique du catalogue, qui se distingue par son style et son élégance intemporelle. Des réinterprétations récentes en ont modifié l'esthétique et la conception et les modèles les plus prestigieux adoptent désormais un boîtier en platine. Par exemple, la montre qui affiche uniquement l'heure avec un calibre manuel mécanique qui offre une réserve de marche de 8 jours; 88 exemplaires destinés aux fins connaisseurs de l'horlogerie de qualité ont été fabriqués.



## BLANCPAIN VILLERET 6639-3437-55B

Depuis sa création dans les années 1980, cette collection incarne les valeurs de la maison. Le modèle doté du quantième complet et des phases de lune (qui peuvent facilement être corrigées par le propriétaire sans connaissances techniques particulières) constitue l'emblème de la nouvelle collection. Les 88 exemplaires au boîtier en platine possèdent un cadran en émail « grand feu », des chiffres romains peints à la main et une main en forme de serpent qui indique la date, conformément à la plus pure haute horlogerie classique.





**BREGUET**  
**CLASSIQUE HORA MUNDI**

Première mondiale, cette montre destinée aux globe-trotters est le résultat de trois ans d'étude et de quatre brevets. Elle permet de connaître l'heure de deux villes sélectionnées au préalable et de passer rapidement de l'une à l'autre en appuyant sur un poussoir. Les aiguilles bougent mais la date et l'indicateur AM/PM le peuvent également en cas de besoin. Le boîtier en platine abrite un cadran laqué qui peut afficher différentes parties du monde : l'Amérique, l'Europe, l'Afrique ou l'Asie et l'Océanie, selon les souhaits du propriétaire.

**BREGUET**  
**MARINE TOURBILLON CHRONOGRAPH**

Depuis son lancement en 2007, cette montre représente la synthèse entre la tradition et les technologies les plus modernes. Ce calibre à remontage manuel rend hommage à la plus célèbre des complications d'Abraham-Louis Breguet, le tourbillon, et la réinterprète en utilisant des matériaux novateurs et des composants en silicium (brevetés). Aujourd'hui, nous la retrouvons dans une version plus précieuse mais toujours dans le style habituel. Le boîtier en platine présente les flancs cannelés habituels alors que le cadran au décor « vague » est rehaussé d'une finition en platine et possède les aiguilles à pomme évidée caractéristiques.



**FRANCK MULLER**  
**GIGA TOURBILLON**

Voilà une montre qui attire les regards à coup sûr. Le boîtier en platine aux dimensions généreuses est entièrement serti de diamants (il existe également une version non sertie). Il abrite un grand tourbillon de 20 mm de diamètre, avec les ponts en forme des initiales de la marque, occupant la partie inférieure du cadran, tandis que la partie supérieure laisse apparaître les deux barillets. Le mouvement squelette a été renversé afin de renforcer l'aspect technique de la montre.

**GRANDE SECONDE**



**GRANDE DATE**



**THE TWELVE CITIES**



**JAQUET DROZ**

Une collection unique de montres en platine qui réinterprètent les modèles les plus caractéristiques de la maison selon un style exclusif. De la Grande Seconde, icône de la marque, qui rend hommage au créateur de la maison, aux différentes complications, toutes présentent une esthétique traditionnelle. Elles partagent le boîtier caractéristique bassiné et le cadran en algues pétrifiées (un minéral d'origine fossile) avec des incrustations de nacre qui mettent en valeur l'expertise de la maison dans le travail des métaux rares et précieux.

**CHRONO MONOPUSHER**



**THE TIME ZONE**



**PERPETUAL CALENDAR**



**MOSER**

**PERPETUAL DOUBLE HAIRSPRING**

L'échappement Double Hairspring avec deux spiraux Straumann pour élimination de l'erreur due à la force de gravité combiné à l'absolument unique calendrier perpétuel flash de Moser.



**BOÎTIER EN TROIS PARTIES EN PALLADIUM**

- Cadran à surface fumé avec finition manuelle
- Verre de couverture saphir traité antirefl et sur la face intérieure
- Fond transparent en verre saphir moulé traité antireflet sur la face intérieure
- Bracelet en alligator avec fermoir déployant en or blanc

REMONTOIR MANUEL AVEC RÉSERVE DE MARCHE DE SEPT JOURS

**OMEGA**

**SPEEDMASTER CO-AXIAL CHRONOGRAPH**

C'est le nouveau look de la plus classique des montres sportives d'Omega: la célèbre « Moonwatch » que les astronautes ont portée lors de leurs missions sur la lune. Le boîtier en platine a été agrandi afin de pouvoir abriter le dernier calibre à remontage automatique : un mouvement chronographe avec l'exclusif échappement Co-Axial et des composants en silicium, permet une lecture immédiate des fonctions chrono. Le certificat du COSC est un gage de précision.



**OMEGA**

**HOUR VISION CO-AXIAL SKELETON PLATINUM LIMITED EDITION**

Présenté dans la collection De Ville de 2007, le modèle Hour Vision possède depuis l'origine des ouvertures transparentes sur les flancs du boîtier qui laissent apparaître les profils du mouvement exclusif Co-Axial. Cette nouvelle édition va un peu plus loin: le boîtier en platine devient une structure essentielle, une espèce de cadre qui renferme un second boîtier entièrement en verre saphir qui offre une vue à 360° du calibre squelette. Elle est disponible dans une édition limitée de 88 exemplaires.



**HALDIMANN**

**H8 FLYING SCULPTURA**

C'est une création étonnante : un grand tourbillon volant attire tous les regards au centre du boîtier en platine. Pas d'aiguilles et donc pas d'indication de l'heure mais seulement un mécanisme qui rythme les heures et les minutes qui passent. Plus surprenant encore, tous les composants de cette montre (à l'exception du balancier, du spiral, des pierres précieuses, du verre saphir et du bracelet) ont été fabriqués par Haldimann à la main ou à l'aide d'instruments anciens, sans aucune aide électronique.





### ULYSSE NARDIN FREAK DIAVOLO ROLF 75

C'est vraiment une montre d'avant-garde, sans aiguille, cadran ni couronne. Le modèle Freak utilise le silicium pour certains composants depuis 2001. Son carrousel unique, qui tourne en 60 minutes, est sans cesse amélioré. Le dernier modèle, nommé Diavolo car l'indicateur de réserve de marche ressemble à deux cornes, a été spécialement créé en édition spéciale afin de célébrer les 75 ans de Rolf W. Schnyder. Depuis son décès récent, il est devenu un hommage au président de la manufacture et les collectionneurs rêvent de posséder les 75 exemplaires en platine.

### ULYSSE NARDIN HOURSTRIKER EROTICA

C'est une montre qui réinterprète la longue tradition des montres érotiques apparues à la fin du XVIIIe siècle et fabriquées par les plus grandes maisons, souvent sur commande. Certains collectionneurs spécialisés les apprécient toujours et elles atteignent des sommes astronomiques lors des ventes aux enchères. Ce modèle, sous son apparence ludique, recèle toutefois dans le boîtier en platine une véritable complication associée, dans ce cas, au mécanisme de la sonnerie. Les automates bougent au rythme de la sonnerie et sur demande.



### HARRY WINSTON RENDEZ-VOUS

Depuis l'avènement de l'art déco, le platine est le métal de prédilection des créations joaillères les plus précieuses car il permet de réduire la monture au strict minimum et rehausse la couleur des pierres précieuses. Ce qui est le cas pour cette magnifique montre-bijou «à secret». Pour faire apparaître le cadran il suffit de soulever d'un simple geste le cache du boîtier dissimulé au milieu du bracelet. Les diamants, entièrement montés dans le platine, semblent flotter au dessus du poignet et l'enveloppent d'une large étreinte.

# Le SIHH 2011

## une cuvée d'excellente augure

Changement de ton au 21<sup>ème</sup> Salon international de la Haute Horlogerie (SIHH). Après une édition 2010 marquée par l'incertitude, les 19 Maisons participantes affichent un optimisme conforté par une année de forte croissance.

Le 21<sup>ème</sup> Salon International de la Haute Horlogerie, qui a fermé ses portes le 21 janvier 2011, vient confirmer le sentiment de confiance des Maisons de la branche après un exercice 2010 à nouveau placé sous le signe de la croissance. L'ensemble des 19 marques participantes souligne en effet l'intérêt marqué des détaillants pour les nouveautés de l'année. Fait réjouissant, la

demande n'est pas le seul fait des pays asiatiques en général, et de la Chine en particulier, mais émane également des pays européens en pleine résurgence, des marchés latino-américains, tout comme des Etats-Unis.

La clientèle professionnelle du SIHH, distributeurs et détaillants, a été majoritairement en provenance d'Europe (60%), de-

vant l'Asie (20%), les Amériques (12%) et le Moyen-Orient (8%).

Fidèle à sa vocation de Salon exclusif dédié aux professionnels de la distribution et des médias, le SIHH a connu une fréquentation comparable aux éditions précédentes avec quelque 12'000 visiteurs, dont plus de 1'000 représentants des médias.





### A. LANGE & SÖHNE LANGE ZEITWERK STRIKING TIME

C'est l'innovation qui se cache derrière les heures et les minutes sautantes qui a permis à cette montre de remporter de si nombreux prix. Ce modèle est aussi la première montre-bracelet compliquée à sonnerie de la maison allemande. Les petits marteaux et les gongs qui sonnent les heures et les quarts font partie intégrante de l'esthétique. Le boîtier en platine est fonctionnel et souligne la musicalité des notes qui composent la célèbre ouverture de la cinquième symphonie de Beethoven. Elle est disponible dans une édition limitée de 100 exemplaires.

### F.P.JOURNE OCTA UTC

En général, les montres avec deux fuseaux horaires affichent le Temps Moyen de Greenwich (GMT). Celle-ci affiche toutefois le Temps Universel Coordonné (UTC) et met en œuvre un système mis au point et breveté par le créateur horloger. Il suffit simplement de choisir une région du globe, représenté avec ses 24 fuseaux horaires, afin que l'aiguille du deuxième fuseau horaire se positionne automatiquement à l'heure correspondant à cette région. Le mouvement unique est protégé par un élégant boîtier en platine.



### A. LANGE & SÖHNE RICHARD LANGE TOURBILLON "POUR LE MÉRITE"

Quelques montres seulement se distinguent par le titre «Pour le Mérite» qui n'est décerné par la manufacture saxonne que pour des réalisations d'exception, comme c'est le cas de ce régulateur en édition limitée à 100 montres en platine. Ce modèle, dont le mécanisme et l'esthétique s'inspirent d'une montre de poche de 1807, est extrêmement précis et utilise le même dispositif de transmission de l'énergie. Il dispose également d'un compteur inhabituel qui affiche les heures entre 8 heures et 10 heures sur un cadran mobile, révélant ainsi le tourbillon.



### GREUBEL FORSEY DOUBLE TOURBILLON 30° TECHNIQUE

Cette montre est une interprétation originale du premier modèle à double tourbillon fabriqué par Greubel et Forsey. Cette version inédite en platine laisse apparaître le mouvement et, surtout, le double tourbillon dont les deux cages sont inclinées de 30°, la plus petite effectue sa rotation en 60 secondes et la plus grande en 4 minutes. Un message, qui décrit la passion pour l'horlogerie qui habite le créateur et son désir de la faire évoluer grâce à la recherche technologique, est gravé sur la carrure.



### CARTIER EXTRAFLACHE BALLON BLEU DE CARTIER

Cette collection, lancée en 2007, propose de nombreux modèles différents, dont certains compliqués. La dernière version est une montre extra-plate et très élégante avec un boîtier en platine fin mais généreux, dans les tons du bleu. Ce garde-temps est disponible dans une édition limitée de 199 exemplaires. Toujours aussi emblématique, elle renferme tous les détails caractéristiques de la collection, y compris la couronne qui a donné son nom à la montre. Protégée par une arche et rehaussée d'un cabochon en saphir bleu, la couronne permet d'identifier cette montre sur le champ.



### GREUBEL FORSEY INVENTION PIERCE 2

Grâce aux séries spéciales Invention Pieces, les deux maîtres horlogers Stephen Forsey et Robert Greubel rendent hommage aux innovations les plus étonnantes réalisées dans leurs ateliers. Le modèle Invention Piece 2 réintroduit le quadruple tourbillon dans un mouvement complètement revisité. Ce dispositif séduisant, composé de deux paires de tourbillons inclinés à 30°, chacun avec deux cages inclinées à 30°, a pour but d'améliorer la précision de la montre. Cette édition unique se compose de 11 garde-temps avec boîtier en platine.





**IWC**  
**PORTUGIESER GRANDE COMPLICATION**

C'est la nouvelle esthétique de la Grande Complication que les ingénieurs de la maison de Schaffhouse ont conçue il y a plus de 20 ans. Elle comporte une fonction chronographe qui mesure jusqu'à 12 heures, une répétition minutes avec une membrane spéciale en platine fixée au verre afin d'amplifier le son, un quantième perpétuel programmé jusqu'en 2499 (ne devant être corrigé qu'en 2100, 2200 et 2300). C'est un instrument conçu pour défier le temps, ses 50 exemplaires ont donc été fabriqués dans le plus résistant des métaux, le platine.



**JAEGER-LECOULTRE**  
**MASTER GRANDE TRADITION**  
**À TOURBILLON 43**

Un modèle qui incarne parfaitement la quête de la précision qui caractérise cette grande maison. Cette montre, célèbre parmi les passionnés de micro-mécanique car elle a remporté en 2009 le premier prix du concours de chronométrie organisé par le musée d'horlogerie du Locle, est maintenant proposée en édition limitée à 200 exemplaires avec un boîtier en platine et un texte sur le cadran pour rappeler ce trophée. L'aiguille qui indique la date présente une particularité, elle saute en effet un arc important entre le 15 et le 16 du mois afin de ne pas masquer le tourbillon.

**MONTBLANC**  
**NICOLAS RIEUSSEC CHRONOGRAPH**  
**ANNIVERSARY EDITION**

Lancé en 2008, c'était le modèle des débuts équipé du premier mouvement conçu à l'interne par les ateliers de la maison. Il tire son nom de l'horloger qui a créé le premier chronographe de l'histoire et c'est bien sûr aussi un chronographe monopoussoir avec des compteurs spéciaux tournants pour la mesure des temps courts et pour l'indication de la date. La nouvelle édition anniversaire comporte 25 pièces avec un boîtier en platine et fête deux événements en même temps: les 230 ans de la naissance de Nicolas Rieussec et les 190 ans de son invention.



**MONTBLANC**  
**VILLERET 1858 TOURBILLON**  
**BY-CYLINDRIQUE**

C'est la dernière invention de Minerva, la petite mais néanmoins prestigieuse manufacture que Montblanc a rachetée en 2007 : un tourbillon équipé de deux ressorts-spiral cylindriques optimisés afin d'améliorer la précision. Côté esthétique, elle reprend celle du Tourbillon Heures Mystérieuses où les aiguilles semblaient flotter dans l'espace grâce à un système de disques en verre saphir. Il n'en n'existe qu'un seul exemple avec un boîtier en platine mais il peut être reproduit sur commande et personnalisé pour le client.





### OFFICINE PANERAI RADIOMIR 3 DAYS PLATINO 47 MM

Cette montre est une réplique fidèle d'un modèle historique de la fin des années 1930 dont on ne connaît que deux exemplaires. La version moderne conserve l'esthétique minimaliste du cadran et l'étanchéité du boîtier. Le mouvement, entièrement conçu et réalisé en interne, est toutefois différent, ainsi que le métal du boîtier : les 199 exemplaires du nouveau modèle sont en platine et représentent une édition spéciale destinée aux amateurs de la marque.

### ROGER DUBUIS LA MONÉGASQUE MILLESIME FLYING TOURBILLON

Cette montre possède un tourbillon « volant » dans un boîtier en platine qui abrite un calibre entièrement de manufacture Roger Dubuis (y compris le spiral) et marqué du poinçon de Genève. Fabriquée en édition limitée à 28 exemplaires, cette montre est le modèle phare de la nouvelle collection présentée au dernier Salon International de la Haute Horlogerie. Elle s'inspire du monde du jeu et des casinos et présente une esthétique aux formes sobres afin de mettre en valeur les aspects techniques. Elle annonce le renouveau de la manufacture sous la direction de Georges Kern.



### VACHERON CONSTANTIN PATRIMONY COLLECTION EXCELLENCE PLATINE

Très à la mode dans les années 1950 et 1960, les montres extra-plates présentent des difficultés de fabrication en raison des limites de la miniaturisation. Elles représentent la fierté de quelques manufactures et sont une tradition chez Vacheron Constantin, comme l'illustre cette montre qui n'affiche que l'heure et est équipée d'un mouvement à remontage automatique qui mesure juste 2,45 mm d'épaisseur. Le platine utilisé pour le boîtier, le cadran et même les aiguilles, souligne l'esthétique et l'élégance de cette montre. Elle est disponible dans une édition limitée de 150 exemplaires.



## De l'atelier de Peter Tannheimer, St-Gall: Cadrans solaires en format de poche

Les cadrans solaires de voyage ou cadrans solaires de poche sont connus depuis près de 4000 ans.

L'empereur Auguste lui-même les utilisait déjà pendant ses campagnes.

Dans les Alpes du Nord, les cadrans solaires de voyage connus sous le nom de cadrans solaires équatoriaux, ou anneaux solaires, sont fabriqués et vendus depuis le 11<sup>ème</sup> siècle.

### Véritables garde-temps

Pour Peter Tannheimer, les cadrans solaires sont de véritables garde-



Cadran solaire de poche avec pièce en or, lapis lazuli

– chaque pièce devenant ainsi un exemplaire unique.

### Orienté vers le Nord

Le fonctionnement d'un anneau solaire peut s'expliquer sans grande connaissance astronomique. Une boussole est montée sous le socle du boîtier, que l'on peut s'imaginer comme une boîte à bijoux. Le cadran solaire est ainsi orienté vers le Nord. Une toute petite pièce rabattable facilite le maintien horizontal dans la main. Un anneau à chiffres romains gravés sert d'horloge. Il se rabat à la hauteur voulue pour notre position à l'aide d'une échelle à gradients.

Le style est alors positionné à angle droit vers le haut pour les mois d'été et vers le bas, pour les mois d'hiver – on obtient ainsi la véritable heure locale, ou heure solaire.

Ainsi, un midi solaire correspond exactement à la position du soleil au zénith c.a.d. au plus haut de sa course, par rapport à l'emplacement du cadran solaire. Car un cadran solaire n'indique pas le temps avec précision – il ne connaît pas d'heure d'été et diverge d'environ une demi-heure par rapport à notre système de mesure du temps. Lorsqu'une montre digitale affiche onze heures le matin, le style d'un cadran indique environ 10h30.



Montre motif dragon

temps. Les montres modernes sont, en revanche, de purs instruments de mesure qui calculent de manière mécanique, électrique ou électronique, sans aucune référence au ciel.

Ainsi, ses cadrans solaires faits main sont des véritables œuvres d'art, réalisées dans les matériaux les plus nobles : or, argent, pierres précieuses et bois précieux.

Les cadrans solaires de poche sont petits – guère plus gros que les montres de poche modernes. Les boîtiers peuvent être façonnés individuellement, avec des devises gravées sur le couvercle ou l'instrument de mesure



Détail de l'ours sur fond lapis lazuli

# JOHNSON MATTHEY SUSTAINABLE DESIGN AWARD

Johnson Matthey NY a créé ce concours afin de donner à de jeunes designers ambitieux la possibilité de réaliser leurs projets en platine.

Mark Danks, responsable Ventes & Marketing, NY: «Depuis un certain temps, nous déclarons que la durabilité ne concerne pas seulement l'environnement, mais aussi d'autres éléments comme le travail en communauté, qui sont tout aussi importants. Nous aimerions faire pencher la balance dans ce sens afin de faire en sorte que les clients retournent au platine et abandonnent les alternatives bon marché. En collaborant avec les plus jeunes designers dans l'industrie, nous espérons ainsi apporter notre contribution au design et à la fabrication de bijoux en platine en Amérique du Nord.

Sur les 100 candidats provenant de toute l'Amérique, trois gagnants ont été sélectionnés pour la créativité de leurs bagues faciles à porter et pour leur simplicité de fabrication.

Le concours a été parrainé par: Carrera Casting, Corp., Guilde Internationale du Platine, Rare Creative et Manufacturing Jewelers & Suppliers of America.

1. Jason Dow,  
de Jason Dow Jewelry, Honolulu.  
«The Empress Ring», bague de fiançailles  
avec 9g de platine et diamants de 6,2 ct.



2. Stephanie Satow, de SCS Jewelry,  
Colorado Springs.  
Bague de fiançailles réglable.



3. Erik Stewart, Tucson  
Bague en platine avec 1ct de diamants colorés.

# Platinum Design Awards 2011 D'excellents designs en platine à Baselworld

La Guilde internationale du Platine (PGI) a une nouvelle fois lancé un concours intitulé «Platinum Design Awards» à la foire Baselworld 2011. Trente-six nouveaux designs en platine, parfois époustouflants, ont été notés. Ces bijoux étaient présentés par les fabricants participants sur leurs stands respectifs. Plus de 30 journalistes du monde entier ont voté sur les nouveautés en platine dans les trois catégories suivantes: «Bagues de fiançailles ou alliances en platine», «Bijoux en platine» et «Platine pour hommes».

Les membres du jury devaient sélectionner, pour chaque catégorie, la pièce de joaillerie en platine la plus belle et la plus inédite. Les noms des gagnants ont été annoncés durant un cocktail présidé par Mme Ruth Donaldson, directrice de la PGI Grande-Bretagne, qui a également remis leurs distinctions aux gagnants du concours.

## Platine pour hommes

1<sup>er</sup> prix pour «Free» de Philippe Tournaire, France  
Bague en platine avec brillant – pureté maximale (Pt 999) pour l'homme élégant et unique en son genre.



## Les gagnants des «Platinum Design Awards 2011» sont les suivants:



## Bijoux en platine

1<sup>er</sup> prix pour «Animalier» de Roberto Coin, Italie  
Pendentif et broche en platine «Animalier» avec une perle et des diamants.



## Bagues de fiançailles ou alliances en platine

1<sup>er</sup> prix pour «Unique» de Picchiotti, Italie  
Bague en platine avec diamants en forme de cœur  
et diamants taille baguette (env. 3ct.)

# PROMENADE DU PLATINE

## Des designs brillants pour la «Promenade du Platine»

Cette année également, la **Guilde Internationale du platine (PGI)** a tiré parti de la diversité des nouveaux designs de bijoux en platine au «Forum du Platine» de la **Inhorgenta** pour récompenser les plus marquants d'entre eux. Ont été notées **81 nouvelles pièces de joaillerie réalisées en platine 950** par 26 manufactures et designers provenant d'Allemagne, de Suisse, d'Autriche et de Grande-Bretagne. Pour gagner ce concours, les bijoux favoris en platine devaient être innovants et faciles à porter et refléter l'esprit de notre époque.

«Nous sommes ravis de l'importante participation à ce concours où nous tenons particulièrement compte de l'augmentation de la demande pour les alliances en platine», déclare **Mme Gertrud Gross-Stahl, directrice de la PGI**. Le jury – composé de représentants des médias, du commerce et du design – a fait son choix dans cinq catégories. Les noms des gagnants ont été annoncés durant un cocktail présidé par **Mme Verena Wriedt, animatrice de télévision**.

Gagnant: **Alliances en platine, Pt 950, avec diamants taille baguette.**

M. Sandro Erl: «Nous sommes ravis de cette distinction. Avec ces alliances, nous avons réinterprété le design des années 1950».



People-Motiv, de g. à d.:

Verena Wriedt, Sandro Erl, directeur de Furrer-Jacot, gérant, Gertrud Gross-Stahl, directrice de la PGI Allemagne



Gagnant: **Triset en platine, Pt 950, bagues pour dames avec brillants.**

M. Fabian Meister: « Avec ces trois bagues, nous fêtons la renaissance du Triset en Platine. Chaque bague de fiançailles de Meister s'allie parfaitement à l'alliance, et les diamants étincèlent avec le platine encore plus qu'avec tout autre métal noble.



Photos: PGI Allemagne



People-Motiv, de g. à d.:

Verena Wriedt, Fabian Meister, directeur de Meister, Gertrud Groß-Stahl, directrice de la PGI Allemagne

# Joaillerie en platine:

## Durabilité du métal et de la demande

**James Courage, CEO de la Guilde Internationale du Platine (PGI), nous fait part de ses réflexions sur une année 2010 riche en contrastes pour la joaillerie en platine et regarde avec optimisme vers 2011.**

2010 a été une année toute en contrastes, avec la hausse des prix des matières premières et les incertitudes de la conjoncture qui ont posé de nombreux défis à plusieurs secteurs économiques. Mais le platine a pu maintenir sa forte position à l'échelle internationale, tant dans la joaillerie que dans les bijoux de mariage.

2011 continue à présenter de fortes opportunités pour le platine au sein du secteur de la joaillerie. Les marchés en expansion comme la Chine et l'Inde permettent à de nouveaux consommateurs d'acquiescer des bijoux en platine, la demande et les aspirations de ces nouveaux clients étant encore stimulées au niveau du haut de gamme, souvent par des designers spécialistes et par de grandes marques de joaillerie internationales qui ont connu une nette relance à l'international, y compris en Europe.

En Inde, l'engouement croissant envers les bijoux pour hommes constitue une opportunité supplémentaire pour la joaillerie en platine, cet intérêt étant en outre renforcé par l'évolution du marché des montres haut de gamme en Asie.

La PGI continue de tirer parti de ces tendances sur les marchés décisifs en collaboration avec des partenaires clés tout en lançant ses propres campagnes publicitaires afin de soutenir l'attrait des consommateurs pour la joaillerie en platine.

L'Inde a connu une demande croissante pour les alliances en platine afin de célébrer le «Day of love™» pour jeunes couples au travers de la campagne «Platinum Day of Love™» et des activités correspondantes.

En Chine, la PGI a renforcé ses activités pour jeunes mariés dans 32 villes, et le lancement d'une campagne actualisée en faveur de la joaillerie ciblant les jeunes consommateurs est prévu pour l'automne 2011.

Au Japon, la campagne «Love = Platinum» continue de sensibiliser au choix du platine en tant que métal privilégié, tant pour l'industrie que pour les consommateurs. Le programme «Thanks Days Platinum», qui visait auparavant un segment limité de consommateurs plus âgés, touche à son terme et va désormais élargir sa couverture par le biais d'une nouvelle campagne TV et d'activités médiatiques liées à cette dernière à partir du mois de mai.

La PGI reconnaît également l'importance croissante des jeux en ligne pour les consommateurs de bijoux. Son site Internet pour consommateurs, [www.preciousplatinum.com](http://www.preciousplatinum.com) ainsi que des activités promotionnelles visant des sites et des plateformes

de médias sociaux à fréquentation élevée continuent d'informer et de nourrir l'intérêt pour la joaillerie en platine parmi les consommateurs privilégiant l'Internet.



Allemagne



Inde

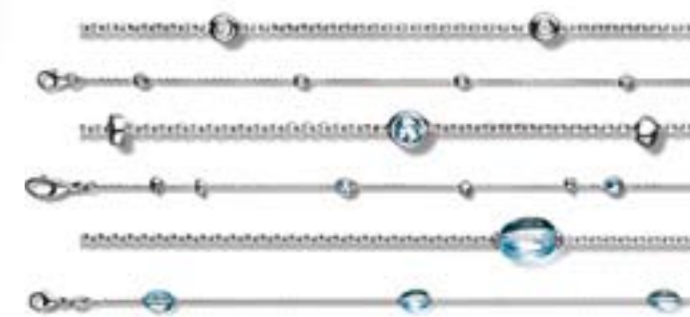


Grande Bretagne



Chine

Japon



Suisse



## LE MARIAGE

### Une tiare en platine pour la mariée de l'année

Lors d'un événement tel qu'un mariage princier, les bijoux recèlent une foule de symboles et de messages. Si l'on considère juste celui de la couronne, la tiare (ou diadème) est le bijou de cérémonie par excellence.

Kate Middleton, future duchesse de Cambridge, se devait de porter un diadème et d'avoir l'allure d'une princesse. Et les spéculations sont allées bon train à ce sujet pendant les préparatifs du mariage.

La tiare «Halo» en pur platine portée par la duchesse de Cambridge avait été confectionnée par Cartier en 1936 pour le duc d'York, qui allait devenir le roi George VI 3 semaines plus tard. Celui-ci l'a offerte à sa femme, la reine mère, qui l'a transmise à sa fille, la princesse Elisabeth, la reine actuelle, le jour de son 18<sup>e</sup> anniversaire.

En portant ce diadème, la mariée perpétue la tradition royale et jette un pont symbolique entre le passé et une nouvelle génération royale à laquelle aspire le pays.

Et pour sublimer sa magnifique robe romantique, la duchesse de Cambridge portait également des pendants d'oreilles en forme de goutte en platine et diamants, un cadeau de ses parents.

## LE CADEAU

A l'occasion d'une visite au Canada, le prince William, duc de Cambridge et son épouse Catherine Middleton, duchesse de Cambridge, ont reçu des cadeaux confectionnés dans le plus précieux de tous les métaux nobles – le platine.

A l'occasion d'une séance du Parlement de la Jeunesse réuni en Assemblée Législative à Yellowknife, Floyd K. Roland, chef du gouvernement des Territoires du Nord-Ouest, a offert au Prince William une paire de boutons de manchettes en platine avec pavé de diamants de Harry Winston. La forme originale de ces boutons de manchette représente un ours polaire – blason officiel du gouvernement des Territoires du Nord-Ouest. Le design du cadeau de la duchesse de Cambridge, une broche ornée de diamants également signée Harry Winston, reprend lui aussi le célèbre ours polaire du Nord canadien.

Grâce à sa couleur blanche naturelle, le platine est le métal de prédilection des bijoux précieux car il exalte l'éclat et la beauté des diamants et des gemmes.

Crédit photo: gettyimages



# PLATINUM SOULMATE

*Le couronnement de l'amour, c'est lorsque deux âmes s'unissent, liées par une force d'attraction inexplicable qui demeure toute une vie durant. Pour les deux êtres qui partagent cette émotion, une bague de fiançailles ou une alliance en platine est plus qu'un simple bijou. Elle représente un lien spécial qui les unit et sublime leurs sentiments. Les propriétés du platine, le plus précieux de tous les métaux nobles, sont le symbole parfait de l'amour d'une vie entière et exaltent cette magie pour que jamais elle ne rompe. Tout comme deux être se sentent irrésistiblement attirés par l'amour, il existe une force d'attraction entre les meilleurs joailliers et ce métal précieux. De Cartier à Tiffany – le platine, pur, rare et éternel est le matériau de prédilection des plus grands noms de la joaillerie. Résistant et durable, il constitue une monture idéale pour les pierres précieuses.*



Graff



Mikimoto



Asprey

# Des bijoux en palladium pour sauver la planète

**Christina Hendricks fait le mannequin pour la collection de bijoux en palladium «Get a Life» de Vivienne Westwood**

La collection de bijoux de la designer britannique comprend aussi bien des bijoux de haute couture qu'une ligne prêt à porter. Les pièces sont réalisées en palladium, métal précieux du groupe du platine, d'une couleur naturellement blanche qui se distingue par la durabilité de sa forme et de sa couleur. Les objets précieux travaillés sur mesure par Madame Westwood comprennent des éléments qui rappellent la nécessité de protéger activement notre environnement afin qu'il puisse continuer à prospérer. Le design de ces petits bijoux est inspiré de la nature ainsi que de symboles païens. Le gland, le chêne et le cœur représentent la vigueur, la force et l'espoir – l'espoir d'un changement allant dans le sens d'un meilleur avenir pour notre environnement.

Parmi d'autres créations, Christina Hendricks présente le collier en palladium avec pendentif en forme de cœur portant l'inscription «Gaïa». Le pendentif en forme de cœur symbolise l'espoir – l'espoir qu'il n'est pas trop tard pour influencer l'avenir de notre environnement pour les générations futures. En outre, depuis la nuit des temps, dans de nombreuses cultures, le cœur est aussi le symbole de la compassion, du bonheur et de l'amour du prochain.

La nouvelle collection «Get a Life» a été présentée lors d'un événement spécial pendant la London Fashion Week en février de cette année.

Voici ce que déclare Vivienne au sujet

de cette collection: «Les bijoux n'ont rien à voir avec «Get a Life» – «Get a Life» se préoccupe de savoir comment nous pouvons contrer le changement climatique et, partant, préserver la vie pour les futures générations tout en ayant nous-mêmes une meilleure vie. A l'heure actuelle, je me concentre sur la manière dont un individu peut agir pour stopper le changement climatique, pour sauver la planète. L'érable symbolise la forêt vierge et son importance, et notre devoir premier consiste à la protéger.»

«Depuis toujours, Vivienne Westwood est l'une de mes designers préférées. Cela a donc été un grand honneur pour moi lorsqu'on m'a proposé de présenter la collection de bijoux en palladium «Get a Life», a déclaré Christina Hendricks avec enthousiasme. «Je trouve que Vivienne a eu une idée géniale en décidant d'utiliser ses designs pour inspirer un changement. De plus, ces créations sont vraiment splendides.

J'ai été notamment conquise par les bijoux spectaculaires comme la tiare et la chaîne cœur. Mais les pièces plus sobres, comme les boucles d'oreilles en forme de glands, m'ont également séduite. Le palladium étant composé d'un métal naturellement blanc, le bijou scintille magnifiquement dans la lumière, et j'ai hâte de le porter bientôt sur le tapis rouge!»

L'une des créations les plus impressionnantes de la collection de bijoux de haute couture est la tiare. Façonnée en palladium avec des feuilles de chêne et des glands aux formes parfaites, la tiare traduit idéalement l'esprit de la collection: puisqu'il est l'un des plus grands arbres et l'un des plus solides de la forêt, le chêne est considéré dans de nombreux pays comme le roi de la forêt. Dans bon nombre de cultures, le chêne est sacré, en raison de sa force, il rayonne avec une dignité incomparable. En tant que représentation de Gaïa, la Terre Mère, avec ses feuilles de chêne enlacées, la tiare en palladium symbolise ainsi la nécessité de respecter notre environnement.

«Christina est une incarnation de la beauté et nous nous réjouissons de sa collaboration à la présentation de cette nouvelle ligne de bijoux. Son style sublime le caractère naturel de mes designs. Elle est le mannequin parfait



pour cette campagne», se réjouit Madame Vivienne Westwood.

La collection de bijoux en palladium «Get a Life» de Vivienne Westwood est disponible depuis mars 2011 dans les magasins Westwoods à Londres et à Los Angeles. Les prix pour la ligne prêt à porter varient entre 445,00 et 900,00 dollars US, et vous pouvez consulter les prix des pièces réalisées sur mesure de la ligne de haute couture sous [www.VivienneWestwood.co.uk/](http://www.VivienneWestwood.co.uk/).

## Au sujet du palladium

Nommé d'après «Pallas», la déesse grecque de la sagesse, le palladium a été découvert en 1803 par le chimiste anglais William Hyde Wollaston. La couleur naturellement blanche de ce métal précieux moderne est très durable. Le palladium est un métal noble, léger et pourtant solide doté de propriétés exceptionnelles. Compte tenu de son poids relativement faible, il convient tout particulièrement à la création de colliers et de bracelets qui peuvent être sertis de pierres fines d'assez grande taille.



# Johnson Matthey crée une ligne promotionnelle POS pour le palladium

**B O N N E N O U V E L L E**

Johnson Matthey a le plaisir de vous présenter sa gamme COMPLETE d'objets promotionnels POS. Ces articles publicitaires font partie intégrante de nos efforts constants pour soutenir nos clients joailliers à introduire de nouveau métal auprès de leur clientèle.

TOUS les articles sont gratuitement à la disposition des revendeurs et doivent aider ces derniers dans la promotion des produits en palladium.

**Palladium-Z-Card:** Il s'agit d'un dépliant en forme de carte de visite contenant des informations détaillées sur ce métal et sur son entretien. Son format pratique en fait un cadeau idéal pour les clients qui ont acheté un bijou en palladium ou qui s'intéressent à ce métal.

**Counter Card:** cette affichette est disponible en deux versions et peut être utilisée, soit dans une vitrine, soit sur un comptoir pour mettre en évidence les articles en palladium.

**Blocs palladium:** ces blocs ingénieux peuvent être utilisés en position verticale ou horizontale afin d'attirer l'attention des clients sur des articles en palladium et dynamiser leur présentation.

**Guide des ventes palladium:** parce que le palladium est un métal relativement nouveau et que les clients veulent savoir ce qui le différencie



des autres – et parce que vous êtes l'expert en joaillerie qui va les renseigner et les guider dans leur choix – nous avons conçu ce guide des ventes afin de vous transmettre, ainsi qu'à vos collaborateurs, tout ce que vous devez savoir à propos du palladium. Vous pourrez ainsi élaborer une communication claire et cohérente sur le palladium et présenter ce métal en toute confiance.

**Manuel technique:** un manuel complet qui explique clairement et de manière exhaustive à nos experts techniques comment travailler le palladium.

L'ensemble du matériel publicitaire est fondé sur le slogan „an expression of who you are“, qui positionne le palladium en tant que métal précieux et original – pour ceux qui osent la nouveauté, qui savent reconnaître l'exceptionnel et qui ne transigent pas sur la qualité.

Données pour la commande de la gamme POS PALLADIUM GRATUITE (pour le moment seulement en anglais):

[geraldine.beutler@matthey.com](mailto:geraldine.beutler@matthey.com)



I'll try anything once — and in some cases — twice.  
 But if it weighs me down — it's got to go.  
 That's why I love wearing jewelry made from palladium,  
 the lightweight precious metal. Palladium is also  
 naturally white, strong, sensitive to your skin and  
 looks great on camera. Just like me.

*Pamela Anderson*

**I'M SO OVER  
HEAVY METAL**

Palladium.  
Tough. Sexy. Sensitive.

**pd**  
PALLADIUM  
PALLADIUM ALLIANCE INTERNATIONAL

[ImSoOverHeavyMetal.com](http://ImSoOverHeavyMetal.com)

## Les Stars hollywoodiennes dans l'ombre des bijoux en palladium

Dans le cadre de la nouvelle campagne marketing de la Palladium Alliance Int., les stars Pamela Anderson, Kelly Osbourne et Rose McGowan ont participées à une séance photo de taille à Los Angeles, pour promouvoir le palladium.

Chacune des ces stars est une icône de style à Hollywood et représente un type de femme bien particulier. Toutes trois font un effort constant pour se maintenir en forme et recherchent des bijoux portables qui les accompagnent toute la journée, malgré leur agenda chargé.

La campagne du PAI joue avec les vertus du palladium : TOUGH, SEXY, SENSITIVE.

À ce jour il s'agit de la campagne la plus importante sur le plan médiatique, englobant non seulement des annonces classiques imprimées, mais aussi des aspects digitaux et adaptés aux nouveaux médias sociaux.

La campagne sera lancée à travers les États-Unis dès septembre et sera publiée dans les magazines tels que Cosmopolitan, InStyle, Glamour, W, Elle, et mise à faire connaître le palladium non seulement auprès des consommateurs, mais aussi auprès des joailliers et designers.



### Grande initiative marketing pour les bijoux en palladium aux États-Unis et en Chine

Palladium Alliance International (PAI) annonce que des bijoux en palladium seront commercialisés aux États-Unis et en Chine.

La décision d'élaborer un programme de marketing en faveur de ce métal blanc précieux a été prise suite à une étude réalisée pour le compte de la PAI à laquelle avaient participé des consultants indépendants ainsi que l'International Platinum Group Metals Association.

Selon un communiqué de la PAI, dans le cadre de cette initiative marketing, le groupe Norilsk Nickel, le plus grand producteur mondial de palladium, assumera le rôle de chef de file, et il sera soutenu par les plus grands producteurs de palladium d'Afrique du Sud (Anglo Platinum, Impala Platinum et Lonmin) ainsi que des États-Unis (Stillwater Mining Company).

L'objectif commun poursuivi par les producteurs, les designers et fabricants de bijoux ainsi que par les détaillants consiste à positionner clairement le palladium en tant que métal de bijouterie à part entière et de le renforcer en tant que marque. Les auteurs de cette initiative entendent développer un marché durable pour les bijoux en palladium ayant de bonnes opportunités de croissance.

Ces efforts de marketing avaient été précédés par un programme de promotion des bijoux en platine qui est soutenu depuis 1975 par les fabricants de platine d'Afrique du Sud. Le groupe Anglo Platinum est le moteur de ce programme en faveur du platine qui sera poursuivi.

Norilsk Nickel et Stillwater Mining Company soutiendront pour leur part ce programme de promotion du platine.

Le financement des deux programmes de promotion de marché précités – l'un en faveur des bijoux en platine, l'autre en faveur des bijoux en palladium – provient certes de la même source, mais ces programmes sont dirigés par des organisations différentes. Une identité de marque propre aux bijoux en palladium sera développée.

Il s'agit d'une étape stratégique capitale pour la branche, dès lors qu'elle permet à la fois de consolider la position de marché des bijoux en platine et d'améliorer considérablement l'importance du palladium en tant que métal de bijouterie à part entière, ont déclaré les principaux producteurs de l'International Platinum Group dans le communiqué.

#### IMPRESSUM

Platinum&Palladium Times paraît annuellement en allemand et en français

Edition et rédaction: Johnson Matthey & Brandenberger AG, Glattalstrasse 18, CH-8052 Zurich  
 Téléphone ++41.44.307 19 19, Fax ++41.44.307 19 20, E-mail: [silvia.witschi@matthey.com](mailto:silvia.witschi@matthey.com), [www.johnson-matthey.ch](http://www.johnson-matthey.ch)  
 Rédaction: Silvia Witschi

Le plus grand soin a été apporté à la conception de cette publication ce qui ne garantit pas l'exactitude de son contenu. La rédaction décline toute responsabilité à cet égard.

Impression et reproduction autorisées seulement avec mention de la source. Les suggestions sont les bienvenues.

© Copyright 2011, Johnson Matthey & Brandenberger AG, Zurich

# TAPIS ROUGE

## pour le platine

Les plus grandes stars d'Hollywood fêtent leurs récompenses aux Golden Globe et aux Oscars en parures de platine



**Halle Berry:**  
Boucles d'oreilles platine-diamants et 5 bracelets de chez Harry Winston.



**Reese Witherspoon:**  
Bracelet, platine-diamants, bague platine-diamants et émeraude. Boucles d'oreilles platine-émeraude et diamants de chez Neil Lane.



**Anne Hathaway:**  
Collier en platine orné de diamants 94.29ct, bague platine avec un diamant 5.13ct et boucles d'oreilles platine ornées de diamants 10.5ct; le de chez Tiffany.



**Scarlett Johansson:**  
Parure en platine ornée de diamants des années 30 de chez Van Cleef & Arpels.



**Sandra Bullock:**  
Boucles d'oreilles platine-diamants, bracelet antique platine-diamants de chez Harry Winston.