

L'ORAFINO

valenzano

Organo Ufficiale dell'Associazione Orafa Valenzana
Pubblicazione bimestrale
nr. 3/80

11-15 ottobre:
appuntamento a
Valenza
per la
3^a mostra
del gioiello
valenzano





effe-vi

Effe-Vi di Verita & Fantini - Via Trieste, 9 15048 Valenza telefoni 0131/94012/91286 - 1581 AL



CASTAGNONE & LANZA
artigiani gioiellieri

Viale Manzoni, 33 - 15048 VALENZA - Tel. (0131) 92673

1917 AL

**SALVATORE
ARZANI**

gioielleria
15048 Valenza
via del Vallone, 2
tel. 0131/93141-94835





carlo buttini
gioielli

CARLO MONTALDI & C.

FABBRICA GIOIELLERIE

15048 VALENZA

Viale Santuario (Palazzo Garden)

Tel. (0131) 91.273/94.790

200 AL





ROBERTO LEGNAZZI

15048 VALENZA - Via Melgara, 27 - Tel. (0131) 975.339



MARIO TORTI & C.

oreficere
15048 Valenza - Circonvallazione Ovest 22
tel. (0131) 91.302-93.241
20121 Milano - Piazza Diaz 7
tel. (02) 800.354

bariggi fratelli

VALENZA

2314 AL





BUZIO LUCIANO & C.

Fabbrica oreficeria, gioielleria
Largo Costituzione Repubblica 5a
15048 VALENZA
Tel. (0131) 93.418





pietro costa chiavaro

Casa fondata nel 1890

Catania - Via Puccini, 30 - Tel. (095) 327.144
Valenza - Via Vercelli, 33 - Tel. (0131) 952.276

12 CT

ellepi

GIOIELLI LIVIO PINATO

Circonvallazione Ovest, 24 - Tel. (0131) 97.73.39 - 15048 VALENZA



1217 AL
Fiera Vicenza Stand n. 404
Fiera Milano Stand. n. 843
Valenza Mostra del Gioiello Valenzano

MILANO PIERO

20123 Milano - P.za Santa Maria Beltrade, 1 - Tel. 02/8690490
15046 S. Salvatore Monferrato (AL) - Via Frascarolo, 30 - Tel. 0131/33112 - 621 AL



Gioielli concepiti
e tradotti in disegno da
uno stilista francese,
vissuti
e interpretati da un
maestro orafo italiano.
Fusione di esperienze,
tradizioni,
culture.
Questa è la linea
Swan.

Bijoux conçus
et exprimés sur dessins
par un styliste français,
interprétés et réalisés
sur la direction
d'un Maître Joaillier
italien.
De ce mélange
d'expériences et de
traditions est née la ligne
Swan.

Jewels,
creative ideas of a French
Stylist perfectly
and skilfully transformed
into living pieces
by an Italian Jeweler.
A result
of different experiences,
traditions, cultures:
this is the
Swan collection.

swan

Diffusione: Mondor srl
Via Pantano, 2
20122 Milano - Italia
Tel. 02-860101
Telex 312254 BENDMI I



swan



SWAROVSKI

twenty seven elements
joined by flexible links
gold weight: gr. 60.20 -
gold loss 830⁰⁰⁰
423 diamonds full cut TW,
VVS, for a total of 10.65
carats set in gold plate
with "mise à jour"
a central octagonal cut
emerald weighting ct. 4.24
bordered by gold 800⁰⁰⁰

vingt six éléments plus
un élément central
reliés ensemble
poids de l'or: gr. 60.20 -
perte 830⁰⁰⁰
423 diamants full cut
TW, VVS, pour un total
de 10.65 carats sertis
avec "mise à jour"
une émeraude de 4.24
carats sertie clos à l'or 800⁰⁰⁰

ventisei moduli e castone
centrale legati da cavallotti
impermeati
gr. 60.20 oro a calo 830⁰⁰⁰
423 diamanti full cut TW,
VVS, per complessivi
ct. 10.65 incassati con
"mise à jour"
uno smeraldo ottagonale
ct. 4.24 incassato battuto
su oro 800⁰⁰⁰

SWAN

Diffusione: Mondor srl
Via Pantano, 2
20122 Milano - Italia
Tel. 02-860101
Telex 312254 BENDMI I

FREZZA & RICCI

15048 VALENZA - Via Martiri di Cefalonia, 28

Tel. (0131) 91101-953380

785 AL



oreficeria e gioielleria

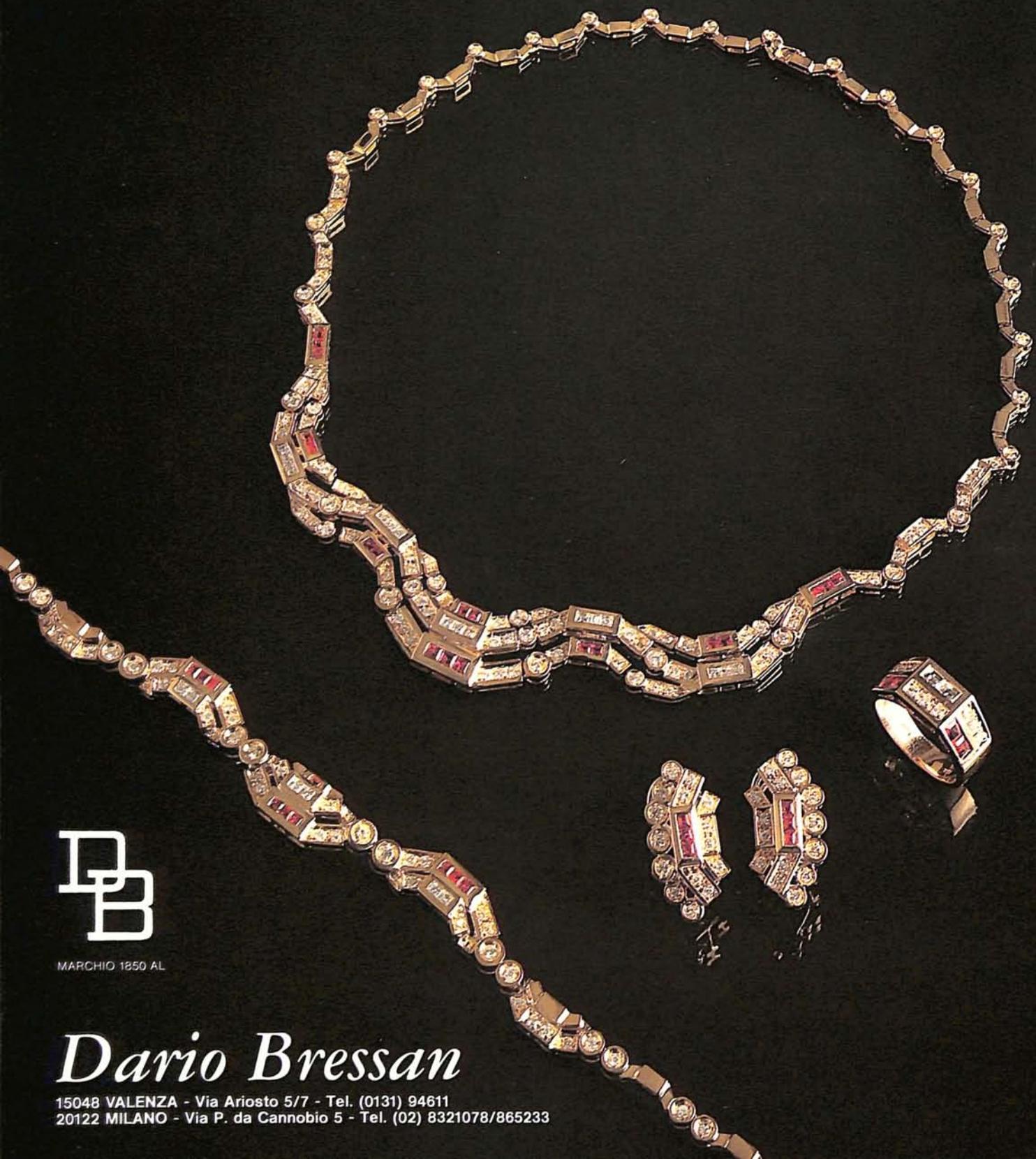
ponzone & zanchetta

15048 VALENZA (ITALY)
CIRCONVALLAZIONE OVEST, 90 - TEL. (0131) 94043
1207 AL

PASINO ROBERTO

36100 Vicenza - Via Vivorio, 51 - Tel. 0444/500496
506 VI





MARCHIO 1850 AL

Dario Bressan

15048 VALENZA - Via Ariosto 5/7 - Tel. (0131) 94611
20122 MILANO - Via P. da Cannobio 5 - Tel. (02) 8321078/865233



Sgioielli
di
B lalla

in esclusiva:

BUCCI FERDINANDO s.a.s. - Piazza S. Stefano, 1 - FIRENZE - Tel. (055) 214235 - 218546
COSTA CHIAVARO PIETRO - Via Puccini, 30 - CATANIA - Tel. (095) 327.144
Via Vercelli, 33 - VALENZA - Tel. (0131) 952276
FARO - Piazza S. Sepolcro, 1 - MILANO - Tel. (02) 896181 - 872704 - 860609

FERRARIS FERRUCCIO & FIGLI

Gioielleria oreficeria

Via Tortrino, 8 - 15048 VALENZA - Tel. (0131) 91.670
925 AL

FOTO POGGI per OV



FIERA DI VICENZA Stand 124
FIERA DI MILANO Stand 459



BIEMME

via Fratelli Rosselli, 10/A - 15048 Valenza (Italy) - Tel. 0131/94852

2014 AL



Korova

di **GIORGIO DOTTA** - Via S. Giovanni, 17 - I-5048 VALENZA - Tel: (0131) 91569

GIOIELLI D'ARTE VALENZANA
1705 AL

ELIO LINGUA & C.



15048 Valenza - Viale Vicenza, 3 - Tel. (0131) 91690 - 93336 1834 AL

Elio Lingua



Fratelli Raia
OREFICERIA - GIOIELLERIA

15048 VALENZA (AL) - Via Banda Lenti, 1 - Tel. (0131) 951809

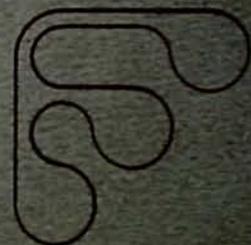
Leo Pi⁷⁰₅₅



orafo e gioielliere
in valenza
78 circonvallazione ovest
0131 977282
15048 valenza

FERRARIS & C. s. n. c.

oreficeria gioielleria
viale dante 10 - 15048 valenza (italy)
tel. (0131) 94.749



**ZAGHETTO
STEFFANI
BARBIERATO**
Fabbrica gioielleria

1570 AL

Via Noce, 2-4 - 15048 Valenza (Italia) - Tel. (0731) 94.679-





ORSI F.lli
Fabbrica oreficeria - gioielleria
15048 VALENZA
Via Mario Nebbia, 3
Tel. (0131) 951.879
2160 AL

CORTI & MINCHIOTTI

Gioielli

Via Tortrino, 16 - 15048 VALENZA - Tel. (0131) 97.53.07-97.78.14 - 1774 AL

FOTO ZACCHÉ per OV





FRANZOSO

Viale Galimberti, 6
Tel. (0131) 93.415
15048 VALENZA
1891 AL



PHOTOCHROM

M. RUGGIERO

Import-export

perle coltivate - coralli - cammei - statue in pietra dura

15048 VALENZA - Via Canonico Zuffi, 10 Tel. (0131) 94.769 - Cable RUMA Valenza



**MANDIROLA
& DEAMBROGI**

15048 VALENZA - Via Bergamo 34 - Tel. (0131) 92.078

LINEA UOMO



DUCCO F.lli

15048 VALENZA - P.zza B. Croce, 30 - Tel. (0131) 92.109
679 AL



Taverna & C.
Gioielleria

15048 VALENZA - Viale Repubblica, 3 - Tel. (0131) 94.340
1557 AL

SO.RO.

Export
Oreficeria - Gioielleria
15048 VALENZA
Via Nebbia, 55
Tel. (0131) 92.777
AL 1838



GASTALDELLO F.lli

15048 Valenza - Via Vittorio Veneto, 18
Tel. (0131) 94233 - 1381 AL



Pascal

le opere più prestigiose
della città dell'oro

FOTOSTUDIO 18 KT



distribuzione esclusiva creazioni

VENDORAFA



gioiellerie morosetti
di carlo moro
corso garibaldi 102
15048 valenza po (al) - tel (0131) 91269

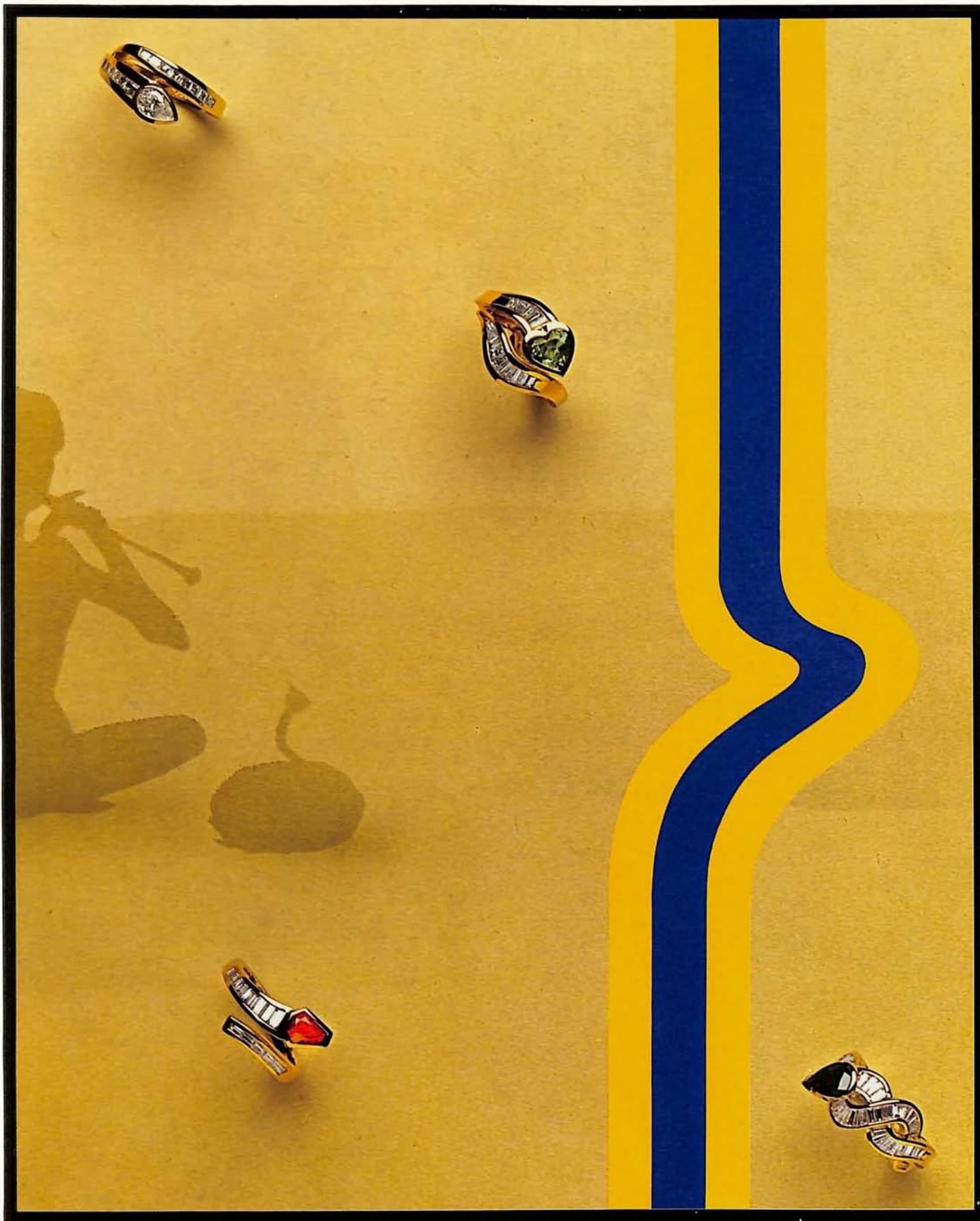
VENDORAFA





Mussio & Ceva

Gioielleria - Oreficeria
15048. Valenza (AI) - Via Camurati, 45
Tel. (0131) 93.327



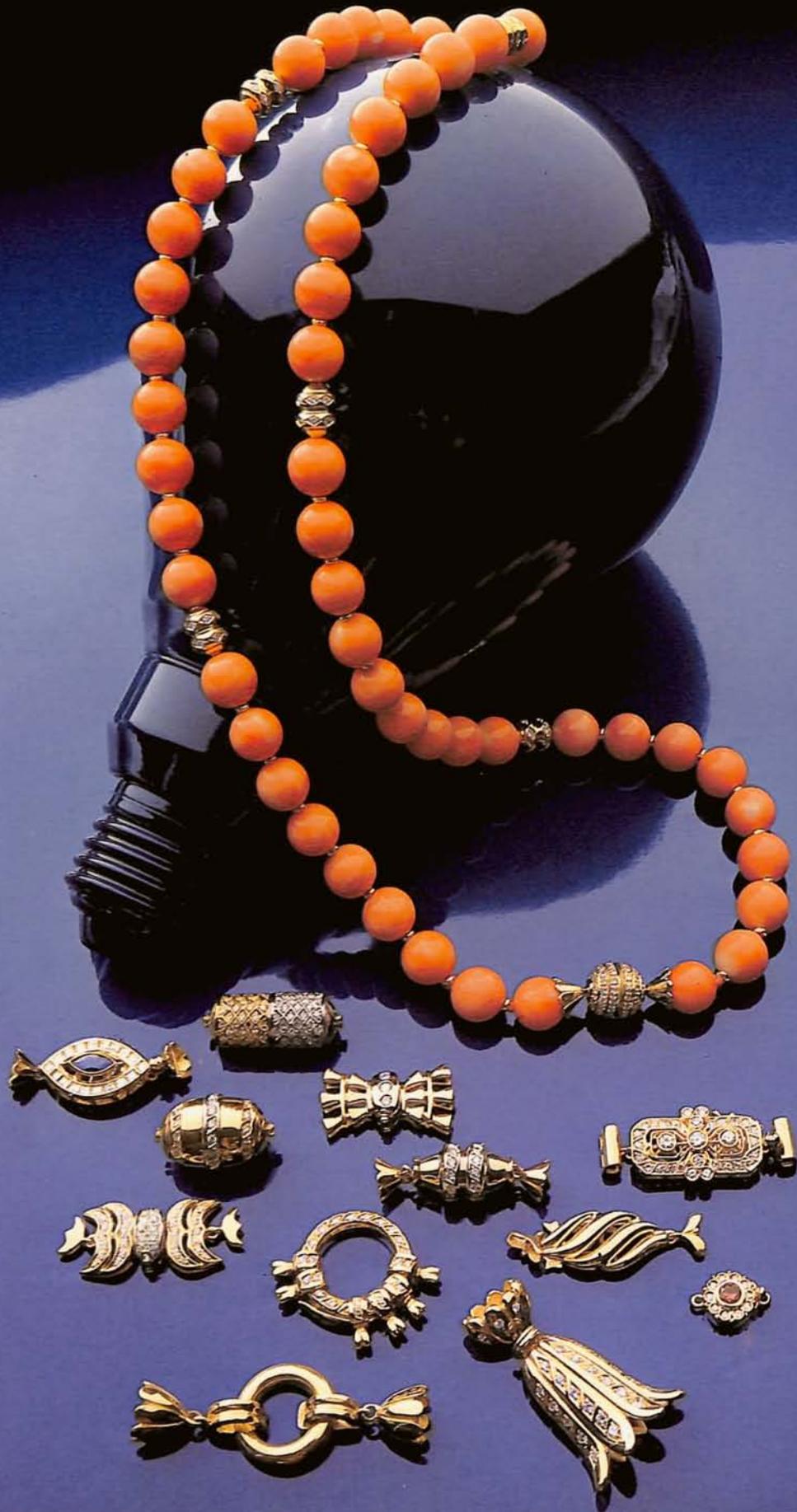
Harpo's

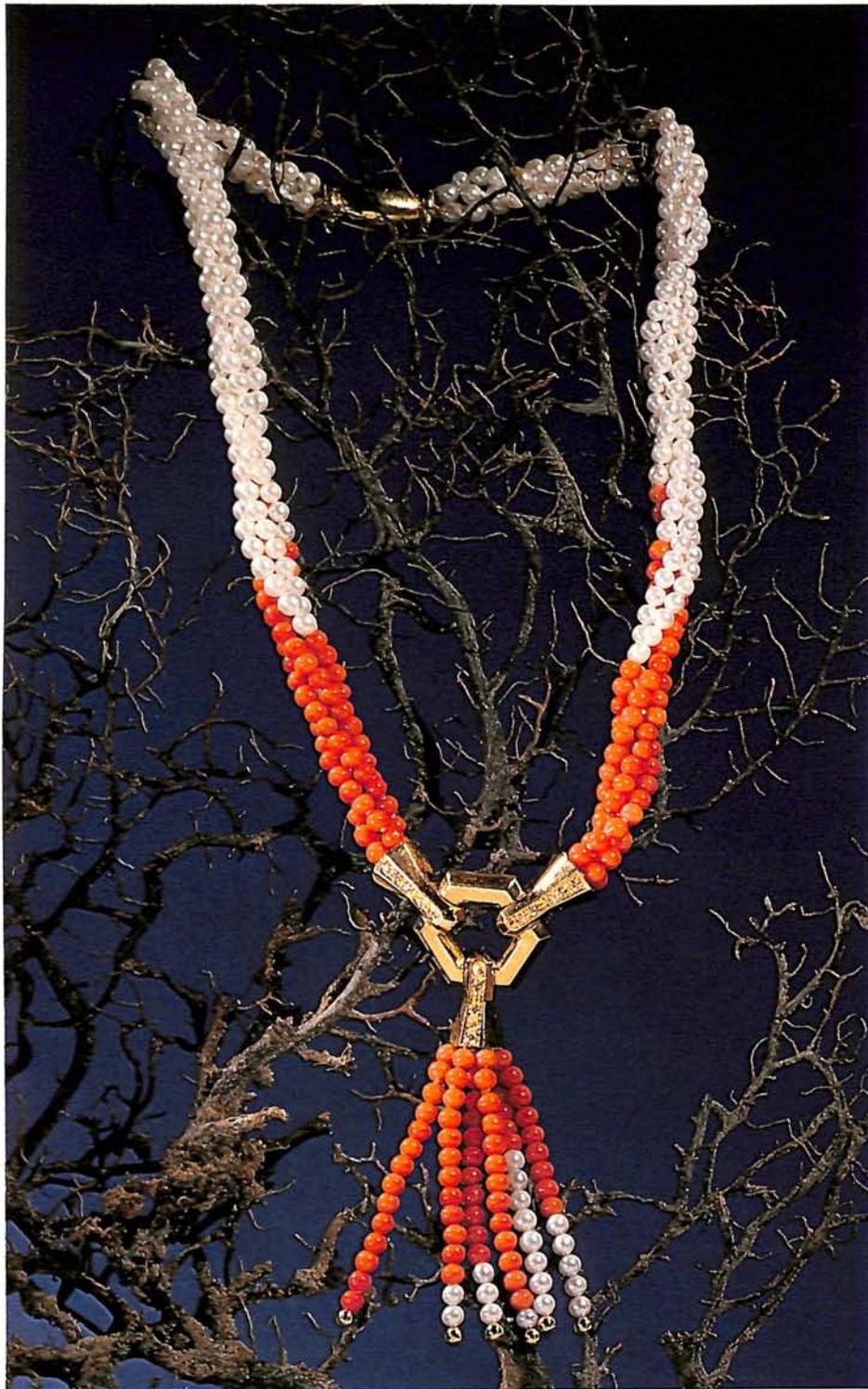
Harpo's gioielli - viale Dante, 11 - Valenza (AL) - tel. 0131-94959/953733-4

DEAMBROGIO F.LLI

Orefceria - Gioielleria

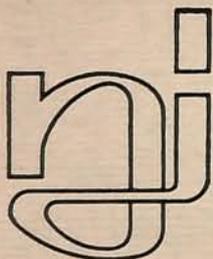
15048 VALENZA Viale della Repubblica, 5H Tel. (0131) 93.382 - 1043 AL





dr **DE REGIBUS FRANCO**

15046 San Salvatore Monferrato (AL) - Via Santuario, 5 - Tel. (0131) 33.486
20100 Milano - Via Paolo Da Cannobio, 5 - Tel. (02) 808351
Telex: 212377 DIERRE I
608 AL



nia - New Italian Art
di Mantelli & C. s.a.s.
Via Mazzini, 16 - Tel. 95.37.21 (4 linee)
15048 Valenza Po (Italy)



barberis & prati

JEWELRY - EXPORT - 15048 VALENZA (Italia) - via Mazzini, 47 - tel. (0131) 97.53.00

Angelo Bli LINE

Angelo Boli LINE

VALENZORO



**Ferrante
Deambrogi
& Bellotto**

Oreficeria-Gioielleria

Viale Vicenza, 9
Tel. (0131) 91.820
15048 VALENZA

2108 AL

ART.O.VA

Artigiani Orafi - Creazioni proprie
15048 Valenza - Via Camurati, 32
Tel. (0131) 92.730 - 2242 AL



ANELLI - ORECCHINI - SPILLE - GIROCOLLI - BRACCIALI
GIOIELLI IN PARURE



BARACCO ALESSIO

ARGENTERIA - OREFICERIA - GIOIELLERIA

15048 VALENZA - Corso Matteotti, 96 - Tel. (0131) 92308
1456 AL

CALLEGARO ERMANN0 & C. s.n.c.

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA

Via Pellizzari, 29 - Tel. (0131) 93531
15048 VALENZA (AL)
1004 AL



ANGELO BAIO

LAVORAZIONE GRANATI

Oreficeria

Via Trieste 30 - 15048 Valenza

Tel. (0131) 91.072

880 AL

Una presenza preziosa



OPM
GIOIELLI

Uffici e fabbrica: 27035 Mede Pavia (Italy) Via Invernizzi, 7 - Telefoni (0384) 80022/80304
Ufficio vendite: 20123 Milano - Via Lupetta, 2 - Telefoni (02) 870277/803134



LENTI & VILLASCO

15048 VALENZA (Italia) - Via Alfieri, 15 - Tel. 93584



Oreficeria - Gioielleria

FIERE:

- VICENZA: Gennaio-Giugno, stand n. 627
- MILANO: Aprile, stand n. 861
- VALENZA: Ottobre

LUIGI TORRA

Oreficeria - Gioielleria
Via Salmazza, 7/9 - 15048 VALENZA
Tel. (0131) 94.759 - 2071 AL





LEVA GIOVANNI

FABBRICA GIOIELLERIA 15048 VALENZA PO - VIALE DELLA REPUBBLICA, 5 - TEL. (0131) 94.621 - 96.191

MOLINA & C. S.N.C.

JEWELLERY MANUFACTURERS

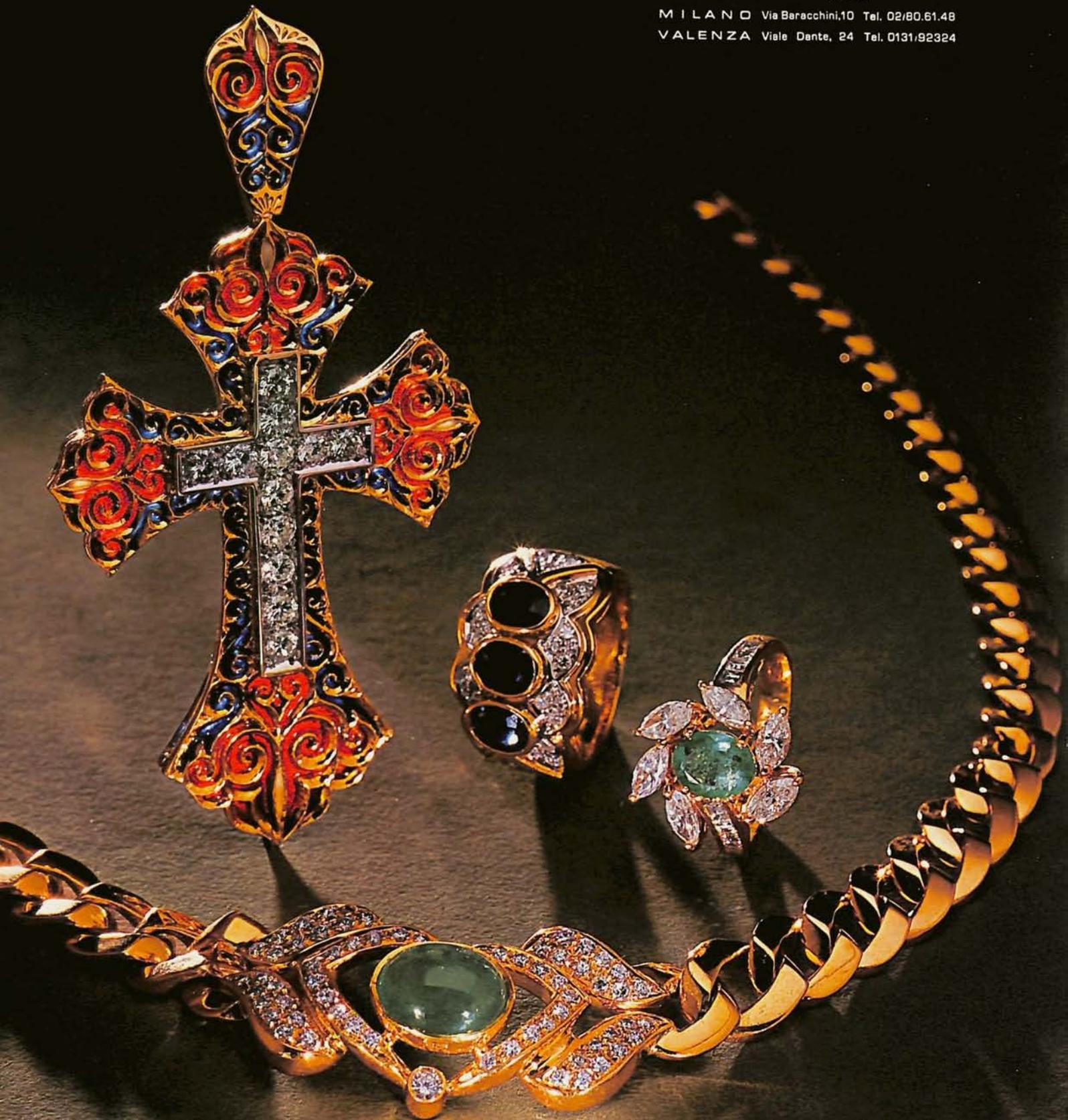


AL 319 18 Kt (Italy)

EXPORT

MILANO Via Baracchini, 10 Tel. 02/80.61.48

VALENZA Viale Dante, 24 Tel. 0131/92324





VALENZA



ABR

via Lega Lombarda 14
Tel. 0131/92082



BIERE MILANO

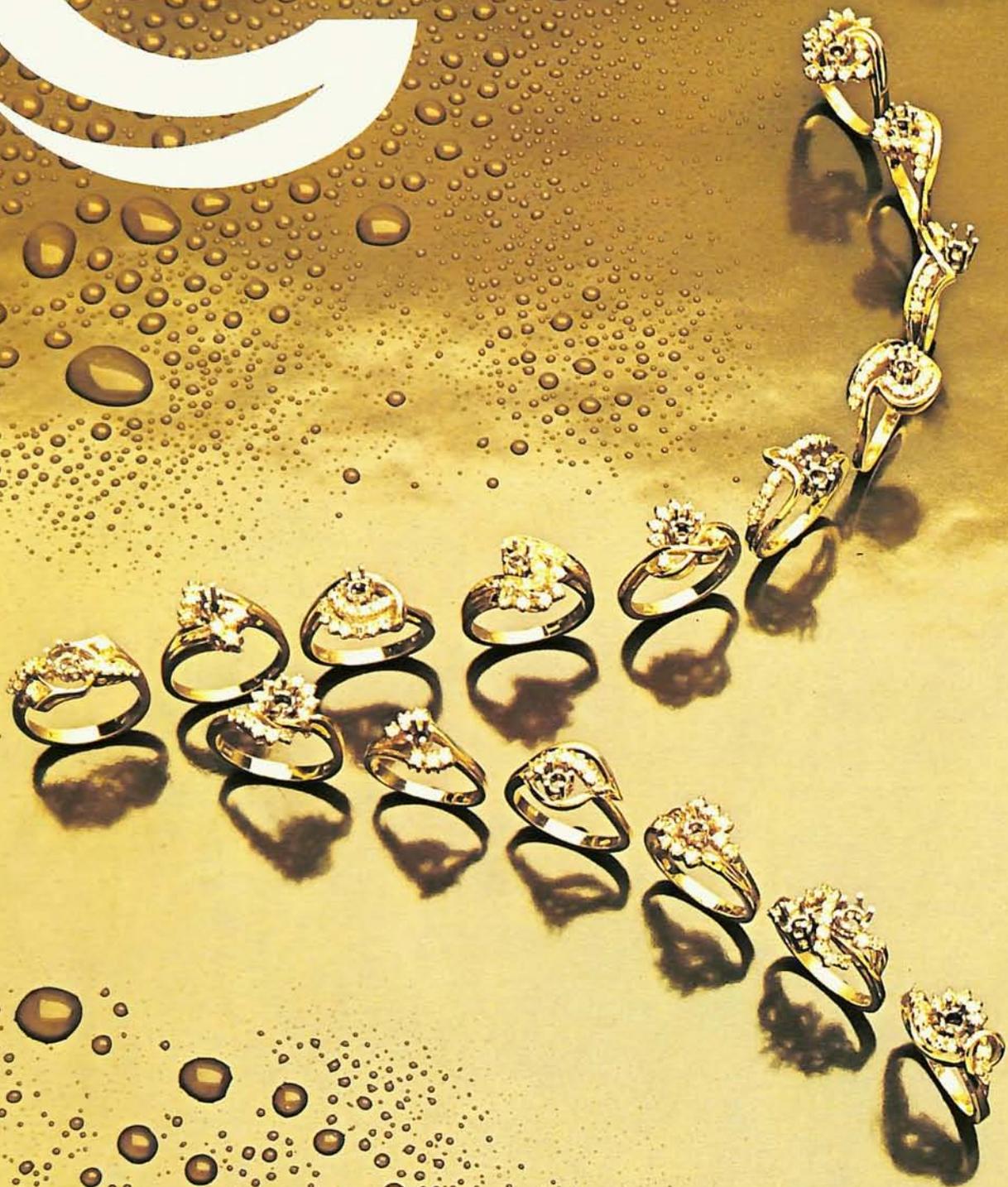
NEW YORK TOKYO

COMM **GARAVELLI ALDO & C. S.N.C.**

FABBRICA GIOIELLERIA OREFICERIA

VIALE DANTE, 24 TEL. (0131) 91350-91248

15068 VALENZA ITALY



Photochrom

eurogold
gioielli

STAND FIERA DI VICENZA 334

STAND FIERA DI MILANO 711-713

VIA C. ZUFFI, 10 - TELEF. 94690 - 951201
15048 VALENZA (AL) ITALY



Gioielli

RCM

di Ricci, Corbellini, Manfrinati
Valenza
1792 AL

L'ORAFO

Valenzano

Organo ufficiale dell'Associazione Orafa Valenza - Pubblicazione bimestrale nr. 3/80



Direzione, Redazione, Pubblicità, Amministrazione:

Piazza Don Minzoni, 1 - 15048 Valenza
Tel. (0131) 91.851

Commissione stampa: P. Vaglio Laurin
U. Bajardi
F. Cantamessa
G. Verdi

Autorizzazione nr. 134 del Tribunale di Alessandria

Direttore Responsabile: Ugo Boccassi
Stampa Arti Grafiche Pirovano

Spedizione in abbonamento postale gruppo IV
Pubblicità inferiore al 70%
Associato all'USPI - Unione Stampa Periodica Italiana

Abbonamenti:

Italia:
— in omaggio a Dettaglianti e Grossisti
Estero:
— L. 30.000 per 6 fascicoli annui.
Spedizione per via aerea



In copertina:

Tormaline rosa e verdi compongono il disegno di un collier concepito in funzione delle pietre impiegate.

GIOIELLO E MODA: RAPPORTO DIFFICILE O IMPOSSIBILE?	Pag. 58
La grande alleanza: firma, distribuzione, pubblicità	» 60
I bijoux di Re Mida	» 60
Esperienze	» 60
E i consumatori?	» 60
Valenza, Valenza... di Rosanna Comi	» 61
L'ORO DI VALENZA	» 64
TORMALINE & C.	» 70
GIOIELLO COME ARTE. L'ESPRESSIONE BELGA	» 74
DALLA BOTTEGA ORAFA DEL '500 UN'EREDITÀ NON SOLO CULTURALE	
di Franco Cantamessa	» 78
"L'ORAFO È UN IMPRENDITORE, NON UN AGENTE DI CAMBIO"	» 80
LETTERA DELL'ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA AL MINISTRO REVIGLIO	» 81
ORAFI EUROPEI DI FRONTE ALLA CRISI	
di Luciano Arati	» 82
A BASILEA IL TEMPO È PREZIOSO	» 83
DAL CONVEGNO ORAFO ALLA FIERA DI VICENZA	» 84
TACCUINO VALENZANO	» 86



GIOIELLI E MODA

rapporto difficile o impossibile?



Terza decade di agosto. I settimanali di moda cominciano a pubblicare i primi servizi con le anticipazioni delle linee autunnali; fanno seguito i mensili specializzati, a ritmo serrato, con la presentazione dell'alta moda e del prêt-à-porter italiano e francese, le firme che contano sui mercati internazionali, quelle che "fanno" la moda.

Sfogliamo insieme.

Abiti da mattina, pomeriggio, gran sera... tutti presentati con bijoux che ne riprendono stile, disegni, colori.

Ecco che sul tema dei pampini, ad esempio, c'è tutta una serie di bijoux in armonia con gli abiti di Versace per cui sono stati creati in esclusiva. Basile, altra notissima firma del prêt-à-porter italiano, presenta sul tema della scimitarra una gradevolissima linea di spille, pendenti.

Gli abiti di Genny sono presentati alle lettrici con piacevoli orecchini a stella, a mezzaluna...

Sono oggetti che per tema, armonia di disegno, anziché bigiotteria potrebbero essere autentici gioielli.

Ma questi splendidi comprimari di un prêt-à-porter di lusso non sono mai firmati da un gioielliere.

Perché?

Il desiderio di capire, di analizzare le ragioni di questa assenza, ci hanno spinto ad affrontare in questo servizio il dibattuto rapporto moda-gioiello e in queste pagine riportiamo le impressioni ricevute, le perplessità e, perché no, le nostre proposte.



LA GRANDE ALLEANZA: FIRMA DISTRIBUZIONE PUBBLICITÀ

Lo stilista di moda è, in linea di massima, il creatore dei bijoux che accompagnano una collezione.

Versace, Armani, tanto per citare due dei più importanti stilisti italiani, disegnano tutti gli accessori per i loro abiti.

Della loro realizzazione, dai prototipi alla produzione seriale, si occupa poi una casa specializzata nella produzione dei vari articoli. I bijoux dei due stilisti citati, ad esempio, sono realizzati da Ugo Correani, nome che ad ogni stagione firma i pezzi più fotografati dai giornali di moda.

Questa collaborazione, peraltro molto interessante, è soltanto uno dei moltissimi atout di cui dispone la bigiotteria per la sua diffusione sul mercato.

Infatti, quale accessorio ideato dallo stilista per i suoi abiti, il bijoux segue l'abito in tutte le manifestazioni legate alla moda: sulla passerella durante le sfilate, sotto i riflettori per i servizi fotografici, nei negozi di abbigliamento per la presentazione-vendita al dettagliante. E il dettagliante, che ben conosce la macchina pubblicitaria che sta dietro le collezioni, acquista sicuro gli oggetti più stravaganti e che possono sembrare invendibili: la firma dello stilista e i giornali, che presenteranno questi modelli con suggestivi servizi fotografici, ne facilitano la vendita.

Il dettagliante di abbigliamento compra, insieme all'abito, anche il bijoux. Sa benissimo che chi acquisterà un capo da 300/400.000 lire non rifiuterà il bracciale o la collana che accompagna il modello il cui costo è di 30/40.000 lire!

Siamo nell'epoca dell'"usa e butta" e anche la signora abituata al pezzo di alta gioielleria non disdegna il gioiello "pazzo" da portare anche per una sola sera.

Ecco il grande, enorme, vantaggio della bigiotteria: la distribuzione. Se il bijoux non fosse già abbinato all'abito, lì sotto i suoi occhi per un acquisto immediato, forse la stessa signora neppure si sognerebbe di andarselo a cercare.

I BIJOUX DI RE MIDA

Poniamo l'ipotesi, assurda, che la gioielleria volesse allinearsi con la bigiotteria, ricalcarne il percorso, insomma, volesse seguire la moda. "Va" la linea scimitarra? Azzardiamo un nostro preventivo: brillanti, incassatura, mano d'opera, circa 40 grammi d'oro, una pietra per l'impugnatura, un equo ricarico per il fabbricante, una giusta maggiorazione per il dettagliante ed ecco il costo al consumatore: 12 milioni. Il prezzo della spilla di Basile? 29.000 lire.

Anche il bracciale con le foglie di vite potrebbe essere un bellissimo pezzo di gioielleria. Però: zaffiri carè, brillanti, eccetera, il consumatore dovrebbe pagarlo dieci milioni, contro le 39.000 lire del suo pezzo in bigiotteria.

Anche se fosse possibile superare tutti i problemi a monte (conoscenza dei temi di moda con molto anticipo, approwigionamento delle materie prime, distribuzione) quante consumatrici sono disposte a spendere dieci milioni per un pezzo così pubblicizzato, destinato quindi ad invecchiare rapidamente?

No, davvero è un'assurdità pensare che la gioielleria possa seguire la moda. Non può e non deve. Non in questo modo, almeno.

ESPERIENZE

Ma la moda ha un suo prestigio e il suo innegabile fascino esercita un forte richiamo sul gioielliere.

A Valenza, qualcuno ha già tentato questa strada, qualcuno la sta tentando ora.

Riportiamo due interviste che testimoniano due esperienze diametralmente diverse: quella di Nino Bergamino, già conclusa, con la grande creatrice Mila Schön e quella di Lorenzo Ricci che sta vivendola con Lancetti.

Parla Nino Bergamino.

"La mia collaborazione con Mila Schön risale alla fine degli anni sessanta e continua fino ai primi anni settanta. In quel periodo, a mio parere, l'Alta Moda italiana raggiunge il massimo dei livelli in campo internazionale e le collezioni Mila Schön ne sono l'espressione più raffinata.

I gioielli ideati da Mila Schön erano il complemento ideale come accessorio di lusso agli abiti delle collezioni in quanto ricalcavano i colori e i disegni dei tessuti ed erano destinati ai clienti dell'atelier.

La mia collaborazione iniziava con una verifica a tavolino, con la signora Schön, sulle possibilità di realizzazione delle varie idee, e nella ricerca da parte mia dei materiali e delle tecniche più valide. Naturalmente ogni collezione, due all'anno, avevano colori, forme e tipi di gioielli diversi. Medaglioni, spille, orecchini, cinture, bottoni, con grande impiego di smalti, allora di gran moda, che ci permetteva di trovare con più facilità i colori desiderati.

I gioielli quindi nascevano in funzione di un certo abito e questo, a mio parere, è un concetto limitativo del gioiello che viene ridimensionato al ruolo di accessorio.

Da questo, con altri fattori quali i notevolissimi aumenti dei materiali e della mano d'opera, l'interruzione della collaborazione.

Io penso che il gioiello debba sempre essere allineato alla moda di un certo periodo ma debba nascere autonomamente in quanto gioiello, sganciato dal concetto di accessorio troppo legato ad un arco effimero di validità come può essere quello di un modello di abito.

Comunque dal punto di vista professionale l'esperienza che si trae dalla collaborazione con un grande creatore di Alta Moda è sempre utile sul piano dell'affinamento del gusto e nella ricerca della perfezione.

Devo in gran parte a questa esperienza l'attenzione severa nel combinare i vari colori o aver capito che si può pensare ad un gioiello guardando, che so, la pittura di Klimt o i disegni di Erté o di Beardsley o il disegno di una stoffa indiana, giapponese o messicana.

Io consiglierei a tutti gli orafi che si occupano della creazione dei gioielli di seguire almeno una volta all'anno le collezioni di Alta Moda per essere costantemente aggiornati sul tipo di gioiello valido e sui colori da proporre.

L'esperienza di Lorenzo Ricci

Signor Ricci, sappiamo della sua collaborazione con Lancetti. I gioielli sono disegnati in funzione degli abiti?

I gioielli che noi realizziamo e sono distribuiti con la firma mia e di Lancetti non nascono come accessori di un abito ma come pezzi di gioielleria con una propria vita e dimensione.

Come nasce l'idea? Da Lei o da Lancetti?

Parlerei di fusione di idee. Lancetti crea moltissimi disegni, tutti splendidi, con un estro e una eccezionale fantasia. Non tutti, però, sono realizzabili. Io intervengo operando una selezione o effettuando delle modifiche secondo criteri anche commerciali, dettati dalla mia esperienza di gioielliere.

Lei presenta, come avviene per la moda, due collezioni ogni anno?

No. I tempi di modellazione e di produzione ci impegnerebbero troppo. Ritengo più produttivo realizzare una sola linea con molte varianti.

Come avviene la distribuzione?

Al dettagliante, dietro commissione fatta al rappresentante.

Lancetti è molto noto per le sue linee molto importanti, realizzate con tessuti prevalentemente stampati, comunque molto vistosi. Com'è, secondo Lancetti, il "suo" gioiello?

Lancetti sente e disegna gioielli che potrebbero essere anche indossati con i suoi abiti. Quindi, gioielli importanti. A me va benissimo perché questo è il genere che noi normalmente produciamo. Anzi, è per questo motivo che ho accettato di collaborare con Lancetti. È una questione di scelte, non accetterei di produrre oggetti "a buon mercato". Comunque so che altri hanno fatto delle combinazioni con dei sarti e che la linea Lancetti - Ricci è stata la più venduta.

In Francia il discorso gioiello firmato da un sarto è già molto avanti. Il dettagliante accetta questa novità?

Sì, in Francia l'abbinamento sarto gioiello è più avanzato. Si tratta però quasi sempre di oggetti a basso costo e di larga diffusione, vale a dire un fenomeno squisitamente commerciale.

Sono oggetti che non varcano mai la soglia delle gioiellerie e solo raramente quella di qualche oreficeria di livello mediocre.

In Italia di verifica proprio il contrario. Ad accettare il nome del sarto è il gioielliere della fascia più alta perché alto è il prodotto che noi gli proponiamo.

E I CONSUMATORI?

A questo punto si impone una piccola digressione. Abbiamo posto la domanda "Il gioiello deve seguire la moda?" ad alcuni opinion leader, persone cioè che per la loro attività e popolarità sono particolarmente in vista. Ecco alcune risposte.

ROSANNA VAUDETTI
annunciatrice tv

Le piacciono i gioielli, signora Vau-detti?

Abbastanza, ma non ci faccio pazzie.

Ama in particolare una o più pietre preziose?

No, sono tutte belle per me.

Su quale base fa la scelta di un gioiello?

Dò importanza alla sua fattura e mi piacciono soprattutto i gioielli antichi, che hanno una storia. Io ho gioielli di famiglia che non indosso mai ma mi piace pensare che da anni lontani sono arrivati fino a me. E poi sono oggetti che appagano il mio senso estetico, come le tabacchiere o le scatole preziose.

Perché non indossa i suoi gioielli?

Secondo me il gioiello è strettamente legato all'abbigliamento e non saprei quindi in quale occasione metterli. Adesso ci si veste semplicemente, anche la sera, e un gioiello prezioso è troppo importante per questa moda: stone-rebbe.

Nella vita quotidiana mi rivolgo, allora, all'alta bigiotteria, più facilmente accostabile a un vestito di oggi. Mio marito ha smesso di regalarmi gioielli per questo motivo pratico.

SERENA FOGLIA scrittrice

Serena, alla presentazione del tuo ultimo libro, "Protagoniste", ho ammirato la tua stupenda parure di perle, uno tra i tanti bellissimo gioielli che tu possiedi.

In genere si tratta di rifacimenti di gioielli vecchi. Quello che possiedo, infatti, è in parte ereditato, gioielli dalle montature pompose, pesanti, che non si potevano mettere su niente, per cui ho rimontato le pietre in stile moderno, lineare, semplice.

Hai particolari predilezioni per una o più pietre?

Fra quelle preziose preferisco il rubino, ma amo molto anche il corallo, anche se non si può considerare una pietra preziosa. E poi adoro le perle, che adotto per moltissimi gioielli, orecchini, collane, anelli, e che indosso molto spesso.

Ti preoccupi di abbinare il gioiello all'abito?

Sì, senza dubbio, non posso mettere qualsiasi gioiello con qualsiasi abito. E faccio moltissimo caso anche ai colori da abbinare, al punto che preferisco indossare un monile falso che bene si adatta all'abito, piuttosto che un gioiello vero le cui pietre non siano in armonia con il colore del vestito.

MARIA GIOVANNA ELMI annunciatrice tv

Le piacciono i gioielli?

Sì, purché non siano vistosi e che siano preferibilmente antichi.

Ha una predilezione verso una pietra in particolare?

Mi piacciono molto i brillanti e gli zaffiri.

Quando sceglie un gioiello, perché sceglie proprio quello e non un altro?

Oh, non ho mai questo problema, semplicemente perché non ho gioielli. Né mai me ne hanno regalati. Ho solo alcuni anellini che indosso sempre, ma non li considererei gioielli. Ad ogni modo, se un giorno potessi comperarne uno, lo sceglierei per la sua forma, la sua fattura, anche prezioso ma non vistoso, perché altrimenti lo sentirei addosso come un posticcio, una cosa in più.

Non penserebbe di acquistarlo per abbinarlo a un certo abito?

No, no. Il gioiello mi affascina di per sé, lo guardo come un'opera d'arte. Io penso che abbia una sua vita autonoma, potrei benissimo indossare un brillante con i jeans.

Non crede che sia importante che ci sia almeno un'armonia di colori fra abito e gioiello?

Non darei molta importanza ai colori. Adesso, poi, si mettono insieme anche i colori più pazzi, che una volta mai si sarebbero abbinati. Come ripeto, il gioiello ha una sua vita autonoma.

TONY BINARELLI show man

Tony, ti piacciono i gioielli?

In senso assoluto sì. Mi piace però che abbiano un significato, che siano personalizzati, in simbiosi con la persona che li indossa. Oro, argento, pietre preziose hanno un loro significato magico di cui bisogna tenere conto, quando si sceglie un gioiello.

Fatto salvo questo principio, quando regali un gioiello a tua moglie, pensi anche a quali abiti potrà avvicinarlo?

Sì, scelgo sempre un gioiello che sia di complemento o di valorizzazione dell'abito, che non gli sia estraneo.

Io sarei per i gioielli da sera, da pomeriggio, da mattina, differenziati fra loro, proprio come i vestiti, perché no?

Tieni conto anche del colore, nell'abbinamento vestito-gioiello?

Certamente sì, faccio il possibile per conciliare la necessità della pietra talismano, per me importante come ho detto, con la necessità dell'armonia cromatica.

CLAUDIO LA VIOLA stilista di moda

Le piacciono i gioielli?

Sì, certo, quelli antichi e quelli moderni, perché sia fra gli uni sia fra gli altri si possono trovare oggetti bellissimi o, al contrario, un po' meno... Io, per esempio, ho una collezione di vecchie spille da cravatta: ma non ho comprato tutte le vecchie spille che ho trovato, ho scelto solo quelle che mi piacevano. E il gioiello moderno può avere un design così elegante da non dover invidiare niente a quello antico.

Qual è la pietra che le piace di più? Mi piacciono molto gli zaffiri.

Quando sceglie un gioiello pensa all'abito cui dovrà accostarlo?

No, no quando un gioiello è bello, quando l'abito è bello, sicuramente le due cose stanno bene insieme; anzi, direi che stanno meglio, hanno più personalità che se vengono scelte in vista di essere abbinate. In quest'ultimo caso, infatti può capitare che uno debba essere sacrificato all'altro, proprio come un accessorio di scarsa importanza.

Se volevamo una conferma, l'abbiamo avuta. Bijoux e gioielli possono continuare la loro pacifica coesistenza. C'è un dichiarato interesse — da parte dei consumatori — per entrambi i settori: ai bijoux si chiede semplicemente di completare un abito sottolineandone linea e colore mentre del gioiello si rispettano valori non solo intrinseci ma estetici, creativi, culturali. D'altra parte, perché pensare solo e soltanto in termini di moda? Perché partire dall'abito, chiedendo all'accessorio — bijoux o gioiello che sia — di completarlo?

Per i valori che esprime, il gioiello ha diritto ad essere il protagonista di certe situazioni di vita, soprattutto per i pezzi più importanti.

Chi, di fronte a un collier di rubini, poniamo, tenna nell'acquisto temendo di non sapere con che toilette indossarlo? Motivi di dubbio, al momento dell'acquisto di un gioiello possono senz'altro essercene, ma certamente non per i suoi possibili riferimenti con la moda!

Un collier importante, orecchini da primo piano, agli occhi di una donna che li desidera non sono oggetto da investimento ma solo possibili complici del proprio fascino.

Sa che con essi potrà designare la propria personalità e sarà l'abito — per questi gioielli — l'accessorio, quello che serve per completare e sottolineare una bellezza di per sé compiuta.

VALENZA, VALENZA...

Cos'è un gioiello? Un'opera d'arte realizzata con materiali preziosi? Un investimento? Uno status-symbol? Un accessorio di lusso? Forse tutte queste cose insieme e altre ancora.

La valutazione che si dà di un gioiello è sempre soggettiva perché tante sono le componenti di una personalità per cui cultura, gusto, filosofia individuale si esprimono in scelte diverse.

Ci sono tuttavia momenti di creatività particolarmente felici, così mirabilmente tradotti in oggetti davanti ai quali è solo possibile unanimità di consensi.

È facile, a Valenza, trovare pezzi di questo genere. Piccole opere d'arte da godere, soppesare, sentire.

Sono oggetti fuori dal tempo e dalle mode, concrete testimonianze di una tradizione e di una fama che i gioiellieri di Valenza si sono con tenacia e con fatica costruiti.

Ma i tempi cambiano, rapidamente. Oggi il gioielliere deve creare, produrre, vendere, secondo nuovi ritmi produttivi e diverse strutture commerciali che condizionano la sua creatività.

Oggi più che mai la produzione deve essere marketing oriented, intesa cioè ad assecondare il mercato soddisfacendo le sue richieste.

Ma che cosa chiede il mercato? Il gioielliere non deve seguire la moda, concordo pienamente con questa posizione, ma neppure deve ignorarla.

La moda produce costanti modificazioni evolutive del gusto, che vengono rapidamente acquisite e maturate dai consumatori attraverso i mass media. Sarebbe sbagliato non tenerne conto.

Ma il gioielliere valenzano crea, produce, vende... e gli resta poco tempo per incontrare i propri colleghi, per discutere ed esporre le reciproche esperienze, i problemi comuni.

A volte mi scopro a pensare che non sarebbe neppure difficile fare "qualcosa" nel generale interesse della categoria.

E se invece di seguire le tendenze della moda i valenzani ne creassero una propria? Sì, già esiste lo stile valenzano, ma è dato più dal suo tipo di lavorazione che dal design.

Se si facesse veramente "qualcosa" per spingere i consumatori nei negozi?

Non sarebbe impossibile, anzi. La moda ha già tracciato un percorso in questa direzione, impariamo la lezione.

Basterebbe che un gruppo ben assortito di gioiellieri (fabbricanti, commercianti, dettaglianti) concordassero linee, colori, tempi di presentazione.

Nessuna dittatura: soltanto "indicazioni" che i gioiellieri potrebbero seguire secondo le proprie disponibilità tecniche, i propri livelli di costi, in funzione della già acquisita clientela.

È possibile che i dettaglianti oppongano in un primo tempo delle resistenze, anche giustificate, ma — il segreto è tutto qui — basterebbe comprare la stampa!

Nessuno mette più in dubbio il peso della pubblicità sul consumatore.

Una campagna collettiva al prodotto, non alle case, sulle testate più diffuse potrebbe senza dubbio favorire forti sviluppi. E i dettaglianti sarebbero i primi a beneficiare di una simile operazione.

Non è utopia. C'è una grossa porzione di mercato disponibile per consumi di non primaria necessità. La gioielleria deve farsi avanti e prendersi la sua parte.

Valenza ha un'Associazione molto attiva, una Mostra, un Organo di stampa, Gioiellieri eccezionali: forza!

Rosanna Comi

L'ORO DI VALENZA

Quando arriva a Valenza è soltanto metallo giallo, affascinante, prosaicamente concentrato in un semplice lingotto, come tutto l'oro del mondo.

Solo nel momento in cui entra nelle botteghe artigiane mani espertissime e sapienti sanno dargli vita, forma, bellezza, splendore. È in questo preciso momento che diventa "L'ORO DI VALENZA".

L'oro che non avrebbe nemmeno bisogno di un marchio per essere riconosciuto, poichè lo stile valenzano è facilmente identificabile tra i gioielli di una vetrina. Grado di finizione, design, funzionalità sono la sua carta di identità.

Una costante ricerca, alimentata da un fortissimo spirito di concorrenzialità che spinge le aziende più qualificate a differenziarsi tra loro creando di continuo modelli, unita all'ingegno pratico di chi è abituato a fare da sè, magari scoprendo e sperimentando nuove tecniche: questo è l'artigianato valenzano e "L'ORO DI VALENZA" ne è l'espressione.



Panelli - Angelo Blu - Piccole viti d'oro bianco trattengono le maglie di una catena ispirata all'industrial design. Nella parure anello-bracciale due bellissime acquemarine legano il giallo, il bianco e il rosso dell'oro.



Torti - La parure bracciale-collier
presenta una maglia di sottili fili d'oro.
Piccoli brillanti fermati a castone
si frappongono tra le morbide volute.



Vendorafa - Semplice e lineare il girocollo a canna che conduce lo sguardo a concentrarsi sull'unico piccolo brillante di taglio ovale incastonato al centro.



Gioielmoda - Una cascata di sottilissime catene
trattiene un ovale d'oro
su cui sono incastonati tanti piccoli diamanti.



Mocchi - Un originale impiego della forma del cuore
in questo collier.
I cuori con brillanti sono alternati a maglie ovali di oro lucido.

Tormaline, topazi, ametiste, rubini e zaffiri di colore meno intenso, tagliati a cabochon... La gioielleria registra oggi un crescente impiego di queste pietre, che molti giustificano attribuendo al loro minor costo maggiori possibilità di vendita.

Pietre diverse esigono però un diverso impiego: è un momento di grande impegno per il gioielliere che alla propria creatività deve attingere nuove idee per esprimere in forme adeguate una nuova interpretazione del gioiello.

È in formazione un grosso mercato per questo genere.

Spingere in questa direzione gli sforzi creativi e produttivi cercando nuove soluzioni tecniche ed estetiche e

seguendo il processo evolutivo del gusto femminile potrebbe, in un prossimo futuro, rivelarsi un ottimo investimento.



TORMALINE & C.





Vaccari

Rubini e zaffiri tagliati a cabochon danno colore e vivacità a questa parure che interpreta in chiave moderna una linea sobria e tradizionale.

Legnazzi

Topazio a forma ottagonale la cui tavola è incisa e arricchita da un disegno in oro e brillanti. Lo completa una collana di piccole perle e boules di topazi.



Buttini
Una gradevole combinazione cromatica rivela la bellezza delle pietre usate per questo girocollo.



Servizio di Rosanna Comi
Foto: U. Zacché
Hair Styling: Silvestro
Make up: Anna Ancarani per PHAS.
Ombre crèmeivoire per le palpebre, fondo tinta
beige ocré, rouge ombré per le guance.

Bergamino

Un ricercato e insolito accostamento di colori: lo zaffiro e il topazio entrambi tagliati a cabochon.

Pendente "Cigno con serpenti". Cigno scolpito in iris, serpenti in oro cesellato, perla a forma di pera. brillanti e rubini cabochon.



Da sempre esistono gioielli con funzioni ornamentali, oggetti d'uso preziosi e gioielli con valore di arte. I primi poggiano su antiche tradizioni, spesso magiche, i secondi sono simboli di prestigio, hanno alimentato — ed alimentano — il prodotto puramente artigianale. Infine i terzi sono prodotti artistici, concepiti da scultori e pittori i quali sono consapevoli che un prodotto di oreficeria non è una forma minore di belle arti, ma al contrario un mezzo di espressione, anche se legato a un attributo funzionale.

Il gioiello infatti deve essere portato. René Lalique ha creato veri capolavori che però non possono essere compiutamente ammirati se non sono immaginati al collo, al polso, al dito, nella cintura o nei capelli di una donna.

Il gioiello, dopo aver raggiunto in Occidente il suo massimo momento di splendore nel Rinascimento, proseguito più stancamente nel Barocco, ha preso a decadere come gusto estetico fra il '700 e l'800. La reazione liberatrice in Belgio come altrove, si è manifestata ai primi del '900 con l'Art Nouveau che ha messo in discussione l'essenza stessa dell'arte, della sua forma, del suo spirito.

È il grande momento delle "arti applicate", fra cui i gioielli: Philippe Wolfers, scultore ed orafo degno emulo di Lalique, introduce materiali nuovi, come l'avorio, le pietre semipreziose, la pasta di vetro, gli smalti opachi. Ispirandosi alla mitologia antica, incorpora il nudo femminile e la maschera nelle sue composizioni simboliche e nei suoi meravigliosi giardini ove sbocciano tutti i fiori rari e fragili tanto cari ai Preraffaelliti.

Prendiamo ad esempio la fibbia "Penna di pavone" del 1898: si tratta di un gusto progettuale liberty applicato ad un oggetto funzionale. Il suo pendente "Cigno con serpenti" presenta una geniale utilizzazione di una pietra scolpita con una inconsueta prospettiva di un cigno dalle ali aperte. Il gioiello è anch'esso del 1898.

La tradizione belga presenta tutt'ora ad opera di Marcel Arnaud grandi spunti di innovazione formale: la sua spilla della collezione "Maeght", per esempio, è una interessante ricerca dei rapporti luce-forma basata su un impianto formale di grande semplicità ma di notevole forza espressiva. Pierre Caille, artista contemporaneo, rivolge la sua ricerca nelle espressioni dell'arte precolombiana. È una fuga nel surreale che si concreta in pendenti come "Il Cavaliere d'oro" fantasiosa rielaborazione di un'opera di ispirazione Maya.

F.C.

Gioiello come arte. L'espressione belga.

Philippe Wolfers - Scultore e orefice. A diciassette anni, laureato all'Accademia Reale di belle Arti di Bruxelles, dove aveva seguito i corsi di Paul Hankar, Henry Permeke, Isidore de Rudder, raggiunge il padre, Louis Wolfers, per iniziarsi all'arte dell'oreficeria. Disegna di continuo, quasi un migliaio di fogli con fiori, animali, figure umane. Le prime opere del 1890 sono di ispirazione floreale. In quel tempo si libera da impegni commerciali e fonda uno studio personale dove riunisce alcuni artigiani. Diventa ben presto uno dei maggiori esponenti dell'oreficeria belga e riviste di tutto il mondo parlano delle sue creazioni. Il successo è confermato a numerose esposizioni come quelle della Secessione di Monaco nel 1899, di Torino nel 1902, del Salone di Parigi nel 1903. In queste pagine, alcune delle sue più significative creazioni.



Fibbia per cintura "Penna di pavone". Interpretazione di una penna di pavone ripiegata su se stessa per formare un anello ovale. Oro cesellato, opale, brillanti, rubini calibrati.



Pendente "Freesia". Infiorescenza di fresie montate su una architettura molto semplice. Smalti opachi e traslucidi, cloisonnés d'oro, incrostazioni di brillanti taglio rosa, brillanti e smeraldi.

Pendente "La Notte". Figura scolpita a tutto tondo nella cornalina, oro cesellato, ravrivato da smalti trasparenti, smalti a giorno delimitati da un filo d'oro, radice d'opale intagliata, perla barocca, rubini cabochon.

Marcel Arnould: pittore e scultore, ha partecipato a diverse biennali di scultura del Middelheim ed a numerose esposizioni. Parecchie sue opere figurano nelle collezioni di Stato del Belgio. Pendente in oro e argento.



Pierre Caille: scultore in ceramica, bronzo, ferro, legno policromo, realizza gioielli in argento e oro, si dedica al disegno e all'incisione. Le sue opere sono presenti nei principali Musei belgi e di altre nazioni. Pendenti in oro 18 Kt.

José Vermeersch: laureato all'Accademia Reale di Courtrai, poi all'Istituto Superiore di Belle Arti ad Anversa. Ha esposto a Faenza, Lodz, Varsavia, Marsiglia, oltre che in numerose città del Belgio. Pendente in alabastro e oro.



Emile Souply: ha studiato oreficeria alla Scuola d'Arte di Maredsous. Crea nel 1961 i suoi primi gioielli. È anche scultore e creatore di mobili per l'industria ed è stato premiato col "Sign d'Or" nella selezione dell'Industrial Design del 1963.

Spilla "Il Marabù". Oro giallo, pinze di gambero, 2 perle.

Pol Bury: Pittore di tendenza surrealista dal 1939 al 1945, diventa pittore astrattista dal 1949 al 1953. Abbandonata la pittura, espone per la prima volta a Bruxelles i suoi piani mobili divenendo uno dei promotori de "l'art en mouvement". Diversi Musei, tra cui il Museo d'Arte Moderna di New York, ospitano sue opere.

Spilla - Steli su un disco rotondo

Spilla - 8 sfere su 16 piani tagliati (Coll. Maeght - Parigi)



Wies Peleman: studia pittura e grafica all'Accademia di Belle Arti di Malines. Insignito di diversi riconoscimenti, è attualmente professore di disegno all'Institut des Arts et Métiers" di Malines.
Spilla - Ceramica argentata.

DALLA BOTTEGA ORAFI DEL '500 UN'EREDITÀ NON SOLO CULTURALE



FOTO: ELIO CORTI

Benvenuto Cellini rappresenta, meglio di ogni altro, la profonda trasformazione intervenuta nell'ambiente fra il '400 ed il '500.

La bottega artigiana del '400 fu il momento di formazione di una infinità di artisti, che iniziarono le loro esperienze proprio come garzoni orafi, costruendo non solo opere per uso religioso, come per esempio crocifissi, calici, reliquiari, ecc. ma anche artigianato al servizio della vita quotidiana, spesso a torto definito minore, come posate, calamai, lucerne, serrature, battenti per portoni ecc.

Molti di questi artisti divennero in seguito grandi pittori e scultori, ma la loro giovanile esperienza di orafi traspare sempre nelle loro opere, là dove occorreva

ornare un bel ritratto di ricchi gioielli, o nelle decorazioni di piedistalli ed armi riprodotti in pittura e scultura.

Entrare nella corporazione degli orafi era cosa abbastanza ardua.

Innanzitutto occorreva un lungo apprendistato, e poi presentare un'opera perfetta tale da dimostrare la raggiunta maturità artistica. Il periodo di tirocinio in bottega si aggirava fra i 5 ed i 7 anni, ma non sempre, ciò malgrado, si poteva entrare a far parte della corporazione ed anziché maestri, si poteva restare apprendisti tutta la vita.

Particolarmente privilegiate furono le famiglie di artisti artigiani che di padre in figlio seppero tramandare attraverso il lavoro di bot-

tega tutti i segreti della loro arte.

La loro forza era la concentrazione delle botteghe affini per prodotto in una stessa zona urbanistica, sicché si respirava palmo a palmo, in contatto continuo ed in fruttuosa e feconda rivalità, l'aria creativa. Nacquero così le vie indicanti queste concentrazioni artigiane, come Via Mercanti, Via Orefici, Degli Spadari, Dei Calderari, ecc.

Con il pieno rinascimento e l'avvento delle scoperte geografiche e dell'economia mercantile, venne meno la forza di coesione delle corporazioni, in quanto nello stesso ambiente artigiano si verificò una dicotomia fra il commerciante ed il produttore.

Nasce il mercante il quale si occuperà della commer-



cializzazione del prodotto favorendo l'industria a domicilio ove il processo produttivo si scompone in diverse fasi prima di giungere al prodotto finito.

Nasce in questo momento la figura dell'artigiano umanista, che si affranca dalle dipendenze dei ricchi e dei potenti imponendo la sua cultura ed il suo genio. Egli tratta da pari a pari i suoi committenti e spesso ottiene la massima libertà di esplicitare il suo estro creativo, (non senza qualche volta entrare in dure polemiche, come si evince dalla stessa autobiografia del Cellini).

Scrivono Agenore Bassi: "Il maestro che fino a qualche decennio addietro aveva diviso il lavoro, il guadagno, la mensa, e spesso anche la dimora con il garzo-

ne e non aveva disdegnato di realizzare opere di quotidiana e comune utilità, non trascura ora di sottolineare la paternità dei suoi lavori, mira a distinguersi per accedere agli ambienti privilegiati e non si cura più tanto di raggiungere una utilizzazione pratica delle sue opere, quanto soprattutto una realizzazione ideale".

(Storia dell'Artigianato Italiano "L'artigianato nel XIV e nel XV sec." Etas Libri - Milano 1979).

La concentrazione delle piccole botteghe fu la forza dello sviluppo dell'artigianato rinascimentale. Il lungo apprendistato fu la ragione dell'alto livello qualitativo e della alta professionalità degli orafi.

Sono trascorsi 400 anni ed un fenomeno sociologico che presenta analogie con

questo si è verificato in una piccola cittadina piemontese di nome Valenza.

Forse non nascerà mai più un Cellini, né un Verrocchio o un Donatello, o un Ghiberti, ma sta di fatto che per un insieme di cause anche in Valenza è la concentrazione delle piccole e piccolissime aziende che forma un ambiente particolarmente propizio per la creatività orafa. Esse vivono l'una dell'altra, in diretto contatto, porta contro porta, finestra contro finestra, in forte concorrenzialità fra di loro, e la professionalità si ottiene dopo un lungo tirocinio che, malgrado le scuole professionali, non può che raggiungersi compiutamente in "bottega", ove le tecniche di lavorazione dell'oro sono ancora non molto dissimili da quelle rinascimentali (il Trattato dell'Oreficeria del Cellini potrebbe essere un manuale ancora attuale), ed il vecchio orafo tramanda ai giovani allievi i suoi "segreti" di lavorazione.

Cambia la committenza: non più Papi o grandi regnanti, (ma qualcuno c'è ancora!), ma le classi medie emergenti, che richiedono un prodotto non seriale, esteticamente valido, di gusto raffinato, culturalmente aggiornato ai più recenti modelli estetici.

Un prodotto che ancora una volta fuoriesce dalle mani dell'uomo per esaltare le sue straordinarie capacità di "homo faber".

In una società "computerizzata" come la nostra, l'esigenza di una professione a misura d'uomo e di un prodotto che si richiami alla più antica tradizione culturale Italiana, è fortunatamente ancora attuale e dimostra quali profondissime radici abbia l'artigianato nella nostra civiltà.

Franco Cantamessa

Torinese, 45 anni, il Prof. Franco Reviglio, Ministro delle Finanze dal 1979, docente universitario, consulente economico del F.M.I., è il "tecnico" che qualche giornale, fra il serio ed il faceto, ha voluto paragonare al "Grande Fratello" descritto da Orwell nel suo celebre libro "1984". È questa la migliore dimostrazione del rapporto quasi freudiano di amore-odio che i contribuenti italiani hanno per quel distinto signore settentrionale, dagli occhi azzurri ed il tono dialogante e discorsivo, che ha messo con decisione le mani in uno dei più importanti e spinosi nodi della nostra società: la politica fiscale.

L'incontro si è svolto al Centro Comunale di Cultura, promosso dal Circolo Turati, presente una folta rappresentanza di orafi cittadini. Dopo aver messo in evidenza la fama mondiale di cui gode Valenza per il suo qualificato artigianato orafa, il Ministro Reviglio ha immediatamente affrontato il tema della conferenza: Sviluppo economico, politica fiscale, ruolo dell'artigianato degli anni '80.

Egli ha esordito affermando che la spinta iniziale di sviluppo del reddito e della produzione non deve illuderci: ci troviamo di fronte a preoccupanti sintomi di decelerazione. L'aumento dei prezzi delle materie prime, e particolarmente del petrolio, è stato "assorbito" dai Paesi industriali con l'inflazione.

"L'inflazione ha consentito di attuare, come dicono gli economisti, il mutamento delle ragioni di scambi fra le materie prime ed i prodotti

L'ORAFO È UN IMPRENDITORE, NON UN AGENTE DI CAMBIO

Il Ministro Franco Reviglio
a Valenza

In fase di dibattito sono stati presentati al Ministro i diversi problemi, anche fiscali, che agitano in questo delicato momento il nostro settore. Al Ministro Reviglio è stato consegnato dal Presidente dell'Associazione Orafa un documento che qui pubblichiamo integralmente.

Signor Ministro,

La scrivente Associazione a nome della categoria orafa di Valenza, appresso Le annota, quale promemoria, i problemi di natura fiscale che maggiormente preoccupano gli operatori del settore, chiedendo che vengano da Lei valutati nella loro giusta prospettiva.

A) Allineamento aliquota IVA in seno alla CEE per oggetti preziosi.

Premessa l'esistenza di notevoli divari nelle aliquote IVA per gli oggetti di gioielleria e pietre preziose nei Paesi della CEE dove è maggiormente concentrata la

produzione orafa, quali la Germania con aliquote del 13%, la Gran Bretagna 15%, l'Italia 35%, da cui emerge per il nostro Paese una situazione di sperequazione, da cui sono derivate negli ultimi tempi:

a) Una notevole contrazione delle esportazioni degli oggetti con pietre preziose verso l'estero.

b) Una corrispondente diminuzione delle vendite dirette degli stessi oggetti ai turisti stranieri da parte del dettaglio.

c) una accentuata proliferazione di trafficanti irregolari operanti fuori dalla professione con conseguente danno per gli

industriali. Ma questo meccanismo si è inceppato, perché il prezzo delle materie prime ha preso a seguire di pari passo quello dei prodotti industriali".

Esiste il problema dei paesi industrializzati di finanziare i disavanzi delle loro bilance dei pagamenti: in Italia per esempio si prevede che pagheremo per le forniture di petrolio 15.000 miliardi di lire, nel 1980.

I principali Paesi industrializzati, USA, Germania, Giappone dovranno ricorrere ad una deflazione della domanda interna. Si prevede quindi che per la seconda metà dell'anno vi sarà per il nostro paese una caduta della domanda estera, per cui sarà difficile gestire un andamento dei tassi di cambio favorevole, cioè stare nel mezzo fra dollaro e marco.

"Noi non possiamo — ha sostenuto Reviglio — consentirci una caduta della domanda estera, occorre prepararsi in tempo".

La lotta alla inflazione, non solo è importante per ragioni di equità, ma anche per la sopravvivenza stessa del sistema economico italiano, per la difesa dei livelli di occupazione e della produttività.

Il disavanzo pubblico non dovrà andare oltre il tetto dei 40.500 miliardi ed è necessario che l'aumento dei costi del lavoro trovi una compensazione in aumenti della produttività interna.

Sopravviveranno meglio quelle economie che dimostreranno mag-

giori capacità di adattamento e di trasformazione: più spirito imprenditoriale, più capacità organizzativa, più inventività, più mobilità, salvaguardando l'efficienza: questa — ha sostenuto l'oratore — è la sfida degli anni '80".

Alla politica fiscale spetta dunque un compito importante, la ricostruzione di un fisco equo in questo Paese, cioè una condizione essenziale per una società democratica più giusta.

"Il fisco deve diventare una istituzione in cui i cittadini si ritrovano: se tutti pagano le tasse, lo stato si legittima, e queste potranno anche diventare più eque. Ma chi paga le tasse deve poter riconoscere che i denari pagati vengano bene usati. Occorre quindi non solo legittimare il fisco, ma rilegittimare anche le istituzioni, ridurre le inefficienze e gli sprechi della spesa pubblica. Occorre inoltre ridurre la sperequazione fra quelli che pagano e quelli che non pagano".

"Se non si riequilibra il fisco — ha proseguito Reviglio — si introduce gradualmente nella società una leva d'esplosione".

L'oratore ha poi affrontato il tema della piccola impresa e della economia così detta "sommersa". L'economia sommersa è in parte viva e vitale, e paga tasse e contributi, in parte è viva in quanto paga meno imposte. La grande impresa, al contrario, paga le imposte ma richiede per i suoi problemi interni, dovuti anche agli alti contributi sociali, un forte intervento dello Stato. Né si può pensare che si pos-

operatori più scrupolosi e per l'Erario.

Si chiede che vengano messe in atto senza indugio le misure necessarie ad ovviare al grave pregiudizio che ne discende per l'artigianato nazionale ed alla collettività tutta, provvedendo a restituire ai nostri operatori la possibilità di operare su un piede di parità rispetto alla concorrenza straniera, nello stretto rispetto di quanto al proposito è previsto dalla 6° direttiva della CEE.

A tal fine si richiede indispensabile il ripristino per le pietre preziose e per gli oggetti di gioielleria

della stessa aliquota prevista per gli oggetti di oreficeria (14%) ponendo fine ad una discriminazione che sta provocando un danno all'economia ed all'Erario che evidentemente non era stato previsto, nè forse poteva esserlo, al momento della emanazione della relativa normativa. A complemento della richiesta di cui sopra e nello spirito di collaborazione che anima i responsabili delle categorie interessate nei riguardi dell'Amministrazione dello Stato gli scriventi, pur ritenendo che sulla base di quanto su esposto e degli ulteriori chiarimenti che potranno essere successivamente forniti, non dovrebbero sussistere

dubbi sulla validità obiettiva del provvedimento richiesto, si permettono di suggerire che, ove lo ritenga necessario ad ulteriore garanzia degli interessi dell'Erario il provvedimento stesso potrebbe essere fatto precedere, prima di essere esso definitivo, da un periodo transitorio sperimentale della durata minima di dodici mesi, nel corso del quale gli organi competenti avrebbero modo di verificare obiettivamente i benefici che ne scaturirebbero per l'Amministrazione dello Stato.

B) Bolle di accompagnamento
Si fa rilevare l'opportunità che le forme relative alle bolle di ac-

compagnamento delle merci viaggianti in base alle esperienze maturate dopo la loro entrata in vigore, vengano modificate, facendone salva la sostanza, nella loro parte applicativa, tenendo conto delle obiettive difficoltà cui vanno incontro le piccole ditte artigiane per adeguare le proprie strutture amministrative ai crescenti obblighi di carattere fiscale e non si risolva in pratica in una misura discriminatoria nei riguardi di queste aziende a giusto titolo considerate asse portante dell'economia nazionale. Ringraziando per la Sua cortese attenzione, gradisca i nostri deferenti saluti.

Associazione Orafa Valenzana

sa fare a meno della grande impresa, la quale produce determinati beni che non possono essere forniti da una struttura diversa. Ecco quindi la necessità di riequilibrare il settore produttivo, contemporaneamente fornendo più servizi pubblici, seguendo una politica diversa della istruzione, del credito, ecc. Il processo di ricupero dell'evasione deve essere necessariamente lento, perché occorre adeguare gli strumenti, e soprattutto bisogna mettere in condizione l'economia sommersa di sopravvivere pur pagando le tasse, arrivando a ridurre le tasse perché tutti le paghino. Deve essere fatto salvo il concetto di competitività con gli altri Paesi per poter importare le materie prime necessarie.

Facendo cenno ai problemi degli orafi per l'impennata e la successiva oscillazione verso il basso del prezzo dell'oro, il Ministro ha accennato alla possibilità di mettere allo studio una specie di cassa di compensazione per le materie prime. "Gli orafi non possono trasformarsi in agenti di cambio — ha aggiunto — ma devono poter svolgere il loro compito di imprenditori".

"Se ognuno si impegna nel suo campo — ha concluso — con lo sforzo di tutti è possibile costruire una società diversa, un Paese ove tutti trovino lavoro, ove vengano smantellati certi privilegi".

FRANCO CANTAMESSA

Orafi Europei di fronte alla crisi: dall'Italia una risposta positiva

Dopo Vicenza, New York e Monaco di Baviera che avevano messo in risalto, con i risultati delle loro fiere specializzate, la progressiva, costante e preoccupante contrazione delle vendite di orficeria, argenteria e gioielleria, l'attenzione dei produttori e dei distributori di tutto il mondo si era concentrata sui due importanti appuntamenti fieristici di Milano e di Basilea.

Queste due Fiere, sia pure con un diverso grado di importanza, rappresentano da anni il più completo e qualificante punto di incontro fra produzione e commercio, fra coloro che "pensano" il gioiello e il fruitore ultimo, cioè il grosso pubblico. Da queste due manifestazioni sono sempre emerse, chiare e inconfutabili, le tendenze del mercato e le indicazioni della moda che avrebbero condizionato per tutto l'arco dell'anno il movimento internazionale dell'oreficeria e della gioielleria.

Purtroppo però queste due Fiere non hanno saputo rispondere agli inquietanti interrogativi che assillavano gli operatori di tutti i livelli sulle prospettive del mercato dei preziosi per gli anni ottanta.

Preannunciandosi mediocre il risultato finale della Fiera di Milano, che vede ogni anno scemare il numero dei visitatori qualificati importanti, gli osservatori hanno preferito attingere i dati per un bilancio sulle Fiere di primavera su Basilea, che con il richiamo mondiale dell'orologeria e con la presenza dei più qualificati produttori europei di orficeria, argenteria e gioielleria, poteva garantire valutazioni più sicure.

È sulle rive del Reno infatti che le migliori scuole europee di orficeria hanno dimostrato con quanto impegno uomini di marketing e designers avevano affrontato i problemi posti dal rincaro vertiginoso delle materie prime. Ognuno dei Paesi produttori di preziosi aveva cercato di sfruttare al massimo la creatività, la tecnologia e la preparazione commerciale dei propri uomini migliori.

Mentre le industrie tedesche puntavano sul laminato e proponevano, sia pure a livello di sondaggio, l'oro a 4 (quattro) carati, gli orafi greci, ultimi arrivati sul proscenio di Basilea, puntavano tutte le loro fortune sulle riproduzioni artigianali dei gioielli antichi custoditi nei loro Musei.

Fra questi due estremi, l'Italia, la Francia e la Spagna offrivano allo svogliato stuolo dei compratori la consueta splendida gamma di gioielli, espressione limpida del patrimonio di creatività e di tradizione degli orafi latini.

Richiamandoci ai comunicati emessi dalle singole delegazioni nazionali nel corso della Conferenza Stampa finale organizzata dall'Ente Fiera, vorremmo tracciare un succinto compendio dei risultati economici ottenuti dai più importanti Paesi produttori di orficeria e di gioielleria.

Premesso che la Fiera Svizzera di Basilea ha ribadito anche quest'anno il suo incontrastato primato in fatto di organizzazione, di numero di visitatori qualificati e di varietà e vastità di fronte espositivo, dobbiamo constatare che ad un uguale numero di visitatori-clienti ha fatto riscontro un calo del volume delle vendite.

Mentre il bilancio a livello di contatti è stato favorevole per tutti, non si sono registrati quegli affari sostanziosi che la consuetudine, la particolare clientela di Basilea e la lunga stasi di mercato facevano logicamente sperare in sede di previsione.

Produttori Italiani, Tedeschi, Francesi, Spagnoli e Svizzeri hanno dovuto ammettere più o meno forti cedenze dei loro bilanci rispetto a quelli dello stesso periodo del 1979.

Ma ecco in sintesi il succo dei vari comunicati ufficiali.

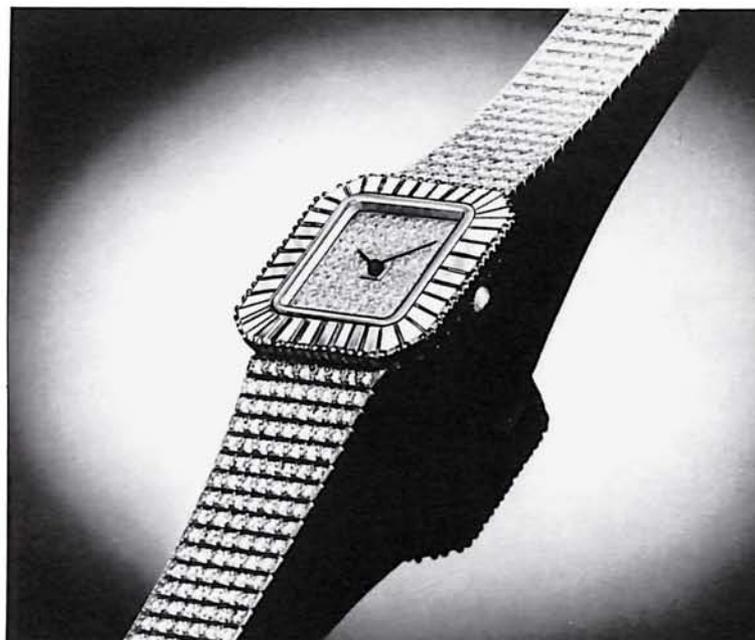


Modelli di linea "baguette" in cui sono evidenziate due tendenze: una molto squadrata e l'altra più arrotondata. Lunette molto sottili a parecchi livelli fanno da contrasto al quadrante molto spoglio. Corona realizzata con cabochon.



In questo modello Corum le ore sono indicate da un brillante mentre un cuore smaltato, color rubino, segna i minuti. Sulla lunetta diamanti a pavè. Le ore sono rappresentate da 12 rubini incastonati in un cerchio con brillanti.

Orologio riviere di linea classica e molto moderna, caratterizzato da linee molto definite, leggermente arrotondate. 38 diamanti taglio baguette per complessivi 5.24 carati. 116 brillanti a pavè sul quadrante e 405 brillanti per il bracciale.





A BASILEA IL TEMPO È PREZIOSO

Inventare nuove forme nell'ambito della produzione di orologeria non è cosa facile in quanto, a differenza della produzione orafa-gioielliera, si è troppo legati alla funzionalità specifica dell'oggetto.

Tuttavia l'estro creativo dei designers riesce egualmente a creare sempre nuove varianti sul tema obbligato del trascorrere delle ore.

Nella fiera di Basilea anche quest'anno si sono potuti osservare i lavori delle principali firme nel campo della produzione di orologeria.

Due sono le tendenze che ci è dato riscontrare: la ricerca pura di forme che si adattino alla quasi impalpabile sottigliezza che la moderna tecnologia riesce ad ottenere nel campo della meccanica d'orologeria, e l'inserimento dell'orologio in veri e propri gioielli che riprendono i più classici canoni della gioielleria.

Da una parte dunque il valore concentrato nella ricerca tecnologica e formale, dall'altra nell'uso generoso di pietre preziose, fino a creare intere parure.

All'orafa di Valenza non può sfuggire l'alto livello di specializzazione raggiunto nel campo della progettazione, e la cura artigianale con cui sono creati gioielli degni della migliore tradizione di gioielleria con in più... un orologio incastonato fra i diamanti.

Orologi a quarzo in oro 18 Kt. ultrapiatti, di grande equilibrio estetico e di perfetta esecuzione.

GERMANIA OCCIDENTALE - Tre quarti degli espositori tedeschi hanno denunciato un bilancio appena soddisfacente in rapporto alla attuale situazione del mercato mondiale dei preziosi. Solo le ditte orientate verso l'esportazione e con la migliore organizzazione commerciale hanno avuto buoni risultati. Buono rispetto allo scorso anno l'andamento dei prodotti laminati in oro.

FRANCIA - Il cinquanta per cento degli espositori francesi ha dichiarato un bilancio pari a quello del 1979; l'altra metà un bilancio nettamente inferiore. Tutti gli espositori hanno messo in risalto di aver riscontrato una scarsa propensione all'acquisto da parte di tutti i visitatori sia europei che d'oltre oceano.

SPAGNA - Con il 67% di clienti già noti e con il 33% di clienti nuovi gli espositori spagnoli hanno dichiarato un bilancio pari a quello del 1979 ma solo per valore globale.

GRECIA E NORVEGIA - Per gli espositori di questi Paesi "emergenti" nel panorama della produzione mondiale di orficeria presenti a Basilea da soli due anni e con una produzione singolare per concezione e realizzazione, il bilancio è stato favorevole ma solo a livello di contatti.

SVIZZERA - I gioiellieri svizzeri, nonostante una massiccia campagna collettiva a favore del gioiello "Made in Suisse" hanno denunciato un bilancio che penalizza proprio l'alta gioielleria. Per il resto il 50% degli espositori ha dichiarato un bilancio pari a quello dello scorso anno, il 15% risultati migliori e il rimanente 35% risultati deludenti. Per l'argenteria massiccia per la tavola e per l'arredamento e per la posateria hanno pure registrato un calo nelle vendite in termini di peso.

INGHILTERRA - I 59 espositori inglesi affermano nella loro dichiarazione finale di aver sofferto al pari di tutti gli altri colleghi del turbamento che ha colpito il mercato mondiale dei preziosi. Hanno però venduto bene i gioielli più costosi.

ITALIA - Affari scarsi per la quasi totalità degli espositori sia rispetto allo scorso anno che rispetto al numero di clienti contattati negli stand. L'oreficeria fine, la media e alta gioielleria e il corallo semilavorato hanno avuto i bilanci più favorevoli. L'oreficeria, il catename e i produttori di bracciali e casse in oro per orologi, soprattutto per quelle aziende orientate verso i mercati tedesco e francese, hanno avuto un bilancio più negativo.

L'argenteria per la tavola, il vasellame e l'oggettistica in argento massiccio hanno presentato un bilancio pari a quello dell'anno scorso con alcune punte favorevoli per la posateria, le scatole in argento e oro, argento e smalti e le cornici di linea moderna. Fin qui le dichiarazioni ufficiali. Dato però che i sondaggi erano stati effettuati quattro giorni prima della chiusura, possiamo aggiungere che la Fiera è finita in crescendo. L'andamento degli affari negli ultimi quattro giorni ha modificato in meglio numerosi bilanci di singole aziende, anche italiane, il che consente di affermare che anche taluni bilanci nazionali e il consuntivo globale della Fiera di Basilea ne avranno tratto giovamento.

Tutti gli espositori italiani, orafi, gioiellieri, argentieri, orologiai ed affini hanno espresso la loro intenzione di partecipare alla edizione 1981 della Fiera di Basilea. Una ventina di ditte italiane ha già sottoscritto richieste di aumento dello spazio espositivo per oltre 300 metri quadrati.

È stata questa, alla fine, la positiva risposta degli operatori del più importante Paese europeo produttore di orficeria, gioielleria e argenteria alle paure e alle perplessità del mercato.

LUCIANO ARATI

Dal Convegno Orafo alla Fiera di Vicenza

Nel contesto del Convegno Orafo svoltosi a Vicenza nell'ambito della fiera di giugno Paolo Vaglio Laurin, Consigliere dell'A.O.V. e Presidente dell'Associazione Valenzana Pietre Preziose, ha svolto una relazione sui problemi fiscali e tecnici inerenti le pietre preziose e il loro impiego nella gioielleria.

Poiché l'argomento trattato è particolarmente interessante ne riportiamo alcuni brani.

PROBLEMI FISCALI

Malauguratamente c'è l'abitudine quando le cose vanno bene di non chiedersi perché vanno bene e di non cercare di distinguere tra ciò che è destinato a durare e quanto invece rappresenta un fatto meramente congiunturale.

Così è avvenuto, ad esempio, che in passato, nel nostro campo, parlo della gioielleria, si siano accettate delle normative fiscali obiettivamente discriminatorie senza opporsi con la dovuta fermezza solo perché in quel determinato periodo si era ritenuto che i loro effetti potessero venire assorbiti in modo relativamente indolore dal mercato. Oggi che la lievitazione del costo del lavoro e l'accresciuta concorrenza estera rendono sempre più difficile la collocazione dei nostri prodotti all'estero, specialmente quelli in cui l'incidenza del costo delle pietre è più elevato, ci accorgiamo che c'è il rischio, se non si corre ai ripari al più presto, non soltanto di perdere qualche fetta di mercato ma di compromettere la nostra stessa immagine di produttori di un certo tipo di merce. E ciò soprattutto per il fatto che certa merce che prima veniva esportata montata ora invece è venduta in montatura il che, è logico, non ci aiuta a mantenere quel prestigio che pure eravamo riusciti faticosamente a

conquistarci. Partendo da queste considerazioni e dalla constatazione che una delle principali difficoltà per le ditte era rappresentata dall'alta aliquota di IVA che esse pagavano sulle pietre preziose (il 35%), l'Associazione Orafa Valenzana già da tempo, si era rivolta alla Confedorafì perché questa fornisse il suo aiuto per ottenere che questa aliquota venisse allineata a quella del resto d'Europa.

Quindi, non assistenza o privilegi ma una perequazione ritenuta sacrosanta e del resto prevista dalla 6ª Direttiva CEE.

Se la Germania ha un'aliquota del 13%, la Gran Bretagna del 15%, la Francia pensa di ridurre la propria che è già la metà della nostra, non si vede perché l'Italia debba pagare il 35%...

Non dimentichiamo per inciso che l'Italia è l'unico Paese europeo in cui la materia prima, pietre preziose, è assoggettata ad un'aliquota superiore a quella del prodotto finito in cui viene incorporata. Quanto agli Stati Uniti d'America l'aliquota per i diamanti è stata abbattuta recentemente addirittura dal 4% all'1%. E gli Stati Uniti non godono certo la fama di essere un paradiso fiscale.

Ma noi siamo anche convinti e l'abbiamo detto già in altra sede che in condizioni di mercato normali, l'aumento delle vendite che

seguirebbe presumibilmente la riduzione dell'aliquota, in conseguenza dell'aumentata competitività del prodotto finito dovrebbe portare sia direttamente che attraverso l'aumento indotto del reddito delle imprese ad un maggiore introito fiscale per lo stato.

Questo a prescindere dal contributo non trascurabile che porterebbe alla normalizzazione del mercato. Ma se tutto ciò non bastasse ci sono altre considerazioni pratiche che ci confortano nella nostra richiesta...

...Si potrebbe a questo punto chiudere il tema fiscale, ma il quadro non sarebbe completo se non ricordassimo un'ultima anomalia che va eliminata ed è quella del vincolo delle licenze ministeriale per l'esportazione delle pietre preziose vendute da operatori italiani a ditte straniere.

Anche in questo rappresentiamo un caso unico nella CEE e poiché non riusciamo onestamente a intravedere quale possa essere la ragione perché una pietra di cui è ammessa l'esportazione a dogana quando è montata su di un anello qualsiasi, debba richiedere il rilascio di una licenza ministeriale quando invece viene esportata "in cartina", ci sia permesso che anche su questo punto venga richiamata in questa sede l'attenzione dell'Amministrazione dello Stato.

PROBLEMI TECNICI

Non c'è dubbio che il più importante sia quello della certificazione dei diamanti da parte dei Gabinetti Gemmologici.

Non voglio fare qui la storia di questi gabinetti, ma credo non sia inutile ricordare la funzione che essi sono andati progressivamente assumendo negli ultimi vent'anni. Si può dire che in questo arco di tempo la spinta alla certificazione tramite laboratorio sia passata successivamente dalle mani pubbliche a quelle private, ed infine alle categorie professionali.

Risalgono al primo periodo l'attività del G.I.A. (Gemmological Institute of America), del Gabinetto Gemmologico della Chambre Syndicale di Parigi, la D.G.G. (Deutsche Gemmologische Gesellschaft) col Forschung Institut legato all'università di Mainz, ed infine i Gabinetti delle Camere di Commercio di Alessandria e di Milano per citare i più significativi.

Le certificazioni emesse erano forse meno dell'1% di quelle odierne.

In genere non andavano oltre alla constatazione della purezza della pietra, come poteva essere rilevata con una lente a 10.

Il Gabinetto di Parigi si limitava anzi ad usare lenti a 3 e 10 ingrandimenti.

Le pietre non venivano sigillate. Negli anni '70 si apre il secondo periodo, che coincide con la crisi monetaria provocata dall'aumento del prezzo del petrolio, alla inflazione generalizzata e alla conseguente corsa ai cosiddetti "beni rifugio".

Tra questi ultimi figurano in primo piano i diamanti, il cui collocamento viene largamente sottratto al commercio tradizionale dalle Società di investimento e da altre forme di intermediazione extra professionale. Queste preoccupate di dare agli acquirenti una parvenza di garanzia e soprattutto per mascherare la loro fondamentale impreparazione tecnica inventano letteralmente in breve tempo, laboratori e certificati di ogni tipo che forniscono per lo più dati incompleti o equivoci mentre le pietre sigillate nel cellophan escludono a priori ogni possibilità di verifica da parte di terzi.

Le conseguenze di questi comportamenti anche se provenienti dall'esterno della professione si sono fatti sentire più tardi e si trascinano ancora oggi sul mercato.

Da qui la preoccupazione della professione di correre ai ripari, cercando di rivalutare anzitutto il proprio ruolo fiduciario presso il cliente indipendentemente dall'emissione o meno di una certificazione scritta e di assicurarsi a sua volta quegli elementi di valutazione che prima non aveva sentito il bisogno di procurarsi. A muoversi per prime sono le WFDB e l'IDMA che nel loro congresso del 1972 ad Anversa si pongono il problema, ma senza decidere nulla, salvo a riprenderlo tre anni dopo ad Amsterdam per realizzare attraverso 4 anni di studi che vanno dal '74 al '78 una serie di norme di comportamento e di suggerimenti pratici che vengono presentati poi al Congresso di Tel-Aviv del 1978. Perno dell'iniziativa è l'High Council for Diamond meglio conosciuto con il nome di Hoge Raad vor Diamant, che servendosi del proprio staff di laboratorio conduce la parte scientifica dell'operazione...

Dello stesso problema non ha tardato a farsi carico la C.I.B.-J.O., la Confederazione Internazionale delle Pietre Preziose e della Oreficeria di cui fa parte la Confedorafi, che dopo avere collaborato con le Borse Diamanti quando si è trattato di mettere ordine nel campo dei laboratori e dei certificati e di trovare assieme una serie di pietre di riferimento (le cosiddette "Master Stones") per la classificazione dei colori dei diamanti, quando poi ha visto che i laboratori delle Borse sigillavano le pietre e a tavolino prendevano decisioni unilateralmente, come quella di considerare i 5 micron come misura di riferimento oltre la quale una eventuale inclusione doveva essere riportata sul certificato, si è rifiutata decisamente di seguire le Borse su questa strada.

È anzi giusto precisare che l'atteggiamento dell'Italia in seno alla C.I.B.-J.O. con gli interventi fatti a suo tempo dai sigg.: Antonini, Puerto e Vespasiani ha avuto sulle decisioni relative a questa materia un peso decisamente determinante.

Un fatto questo che dovrebbe fare riflettere circa l'importanza di essere sempre presenti dove si discutono i nostri problemi.

Del resto oggi non ci pare azzardato affermare che la nostra fermezza dimostrata allora sulla questione dei 5 micron ed i contatti stabiliti dalla C.I.B.-J.O. con la G.I.A. per giungere ad una armonizzazione delle rispettive norme stanno trovando una loro eco anche nel campo delle Borse se è vero come ci risulta che nel recente Congresso di Johannesburg le Borse degli Stati Uniti che trattano il 60% dei diamanti del mondo hanno voluto che come loro laboratorio ufficiale per il prossimo anno fosse riconosciuto quello della G.I.A. che sulla questione dei 5 micron e del sigillo è più vicino alla C.I.B.-J.O. che all'Hoge Raad vor Diamant che pure è molto legata alle Borse stesse...

Forse le Borse risolveranno le attuali contraddizioni nel Con-

gresso dell'83 ma poi ne sorgerranno delle altre. Ecco perché è necessario ribadire in modo chiaro quale sia il campo di applicazione delle norme di laboratorio e quale quello delle norme della professione.

Le prime devono ovviamente continuare a suggerire ai laboratori i mezzi per raggiungere una certa uniformità di metodo di lavoro e di linguaggio tecnico, ma le seconde, le norme professionali, non possono mettersi a rincorrere le prime, permettendo ad esempio, che il valore delle pietre che l'operatore ha in stock e la sua stessa credibilità professionale possano essere messe in forse dall'oggi al domani dall'andamento della ricerca pura e che intere fasce di prezzi possano essere manovrate da chicchessia sulla base di considerazioni scientifiche di comodo.

In sintesi si tratta di smitizzare il certificato come strumento di vendita per riportarlo alla sua funzione originale di ausilio e non di surrogato della professione.

Del resto con questo non si ha altra pretesa se non quella di riaffermare la validità degli usi vigenti in quasi tutti i Paesi per cui, ad esempio, l'accertamento della purezza di una pietra va fatto semplicemente in condizioni di luce normale da parte dell'operatore professionale a mezzo di una lente acromatica, aplanatica, a 10 ingrandimenti.

Questa va ricordato che era anche la procedura prevista a suo tempo dal nostro laboratorio di Stato.

A questa norma chiara, precisa e certa, come certo deve essere il diritto, circa il concetto di purezza "legale" del diamante si contrappongono le classificazioni che abbiamo menzionato e forse altre ancora che sorgeranno in seguito. Tutto questo non potrà comunque disturbare troppo il commercio se noi riusciremo a convincere la nostra categoria ed il grosso pubblico dei consumatori sia della relatività del concetto di purezza del diamante che noi sappiamo es-

sere mai assolutamente puro, sia della relatività di tutte le classificazioni che al riguardo sono state fatte finora. Perciò ci sembra più logico anziché ignorare queste classificazioni, il che del resto sarebbe impossibile, cercare di approfondirle dando loro il valore che gli compete. Nè di più, nè di meno.

Scopriremo così tra l'altro che proprio alcune di queste norme contengono in se stesse l'indicazione dei propri limiti.

Così è ad esempio per la definizione C.I.B.-J.O. relativa alle V.V.S. (very very small inclusions) quando si dice che "sono molto difficilmente rilevabili con la lente a 10x e con ciò implicitamente si mette in evidenza la loro irrilevanza dal punto di vista legale, visto che legalmente quella che conta è proprio la lente a 10x. A questo punto si potrebbe chiudere, ma non si può fare a meno di rammentare a tutti e a noi stessi che se la ricerca va avanti celermente e noi dobbiamo sforzarci per tenerle dietro, ancora più rapidamente progredisce l'informazione.

Di qui la necessità di una sempre più attenta preparazione anche per essere in grado di meglio informare gli altri. Per fortuna non ci mancano gli strumenti adatti a questo scopo: il laboratorio C.I.B.-J.O. diretto dalla sempre informatissima Prof.ssa Bignami Cavenago e credo che anche l'I.-G.I. con la sua dinamica struttura di base possano fornire alla Confedorafi una collaborazione valida sotto ogni punto di vista. Ma non meno impegnativo sarà il compito della Confedorafi e delle Federazioni per quanto riguarda la stampa e l'opera costante di aggiornamento culturale che questa dovrà svolgere a tutti i livelli perchè in contrapposizione al mito della omologazione della pietra preziosa come merce venga rilanciata l'immagine della pietra preziosa miracolo unico ed irripetibile della natura con cui può competere soltanto un altro miracolo: quello della creazione artistica dell'uomo, dei nostri disegnatori, dei nostri artigiani, dei nostri fabbricanti.

Sammy Hutter Director Diamond High Council President (Antwerpse Diamantring S.V.) ha visitato l'Export Orafi Mostra Permanente su invito del Presidente Ubaldo Bajardi. All'incontro erano presenti il Vice Presidente Gian Piero Ferraris ed il Presidente dell'A.O.V. Paolo Staurino. Durante l'incontro si è parlato della certificazione dei diamanti e anche delle disposizioni fiscali che in Belgio regolano il commercio. Sammy Hutter si è compiaciuto per la qualità ed il gusto degli oggetti esposti in Mostra, ed ha ricordato la stretta collaborazione che intercorre fra gli operatori del settore di Anversa e di Valenza, motivo di reciproca soddisfazione.

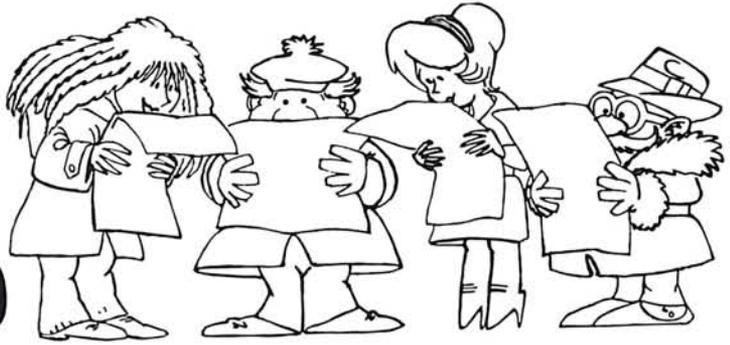
Anche quest'anno - all'Hotel Ritz di Parigi - sono stati nominati i vincitori del "Triomphe de l'Excellence Europeenne". Questo Grand Prix è stato fondato circa 10 anni fa da René Cassin, premio Nobel per la pace ed è assegnato alle Aziende che contribuiscono alla diffusione della cultura e del prestigio nel mondo. Quest'anno molti riconoscimenti sono andati alla gioielleria e all'orologeria. Tra i premiati: Gerard (Francia), Tiffany (USA), Tane (Messico), Cartier (Francia), Gianmaria Buccellati (Italia), Eterna e Piaget (Svizzera).



Anello in oro 18 kt. arricchito da 40 brillanti, che racchiude un minutissimo movimento a quarzo. Eterna.



Taccuino Valenzano



Il Consigliere dell'A.O.V. Paolo Vaglio Laurin è stato nominato dalla Confederafi tra i suoi delegati al C.B.-J.O. (Confederazione Internazionale dell'Oreficeria; Gioielleria, Diamanti, Perle e Pietre preziose).

Nel quadro dell'attività promozionale della Associazione Orafa Valenzana a favore delle scuole orafe di Valenza, si è svolto un incontro con insegnanti e rappresentanti degli studenti dell'Istituto Statale d'Arte e del Centro di formazione Professionale della Regione Piemontese.

Nel corso della riunione sono stati trattati i problemi inerenti i rapporti delle scuole orafe con la categoria e l'Associazione Orafa ha consegnato al Presidente dell'ISA prof. Ferrazzi 3 trapani da banco a bassa frequenza da usarsi per scopi didattici nel laboratorio d'oreficeria dell'Istituto.

Alla prof. Laura Bruna, direttrice del Centro Professionale Regione Piemonte è stato consegnato un televisore 26 pollici adatto per l'inserimento di video-cassette, sempre per scopi didattici.

Il Dr. Gianfranco Pittatore, Vice Presidente della Cassa di Risparmio di Alessandria, ed i colleghi Consiglieri Gian Piero Ferraris e Gino Gaia hanno visitato al Centro I.C.E. di Dusseldorf gli stand dell'Export Orafi Mostra Permanente Oreficeria accolti dal Presidente

rag. Ubaldo Bajardi. È seguito un incontro con il Dr. Sarti responsabile I.C.E. per la Germania ed il Dr. Tarantelli responsabile del Centro di Dusseldorf nel corso del quale è stata presa in esame la situazione del mercato tedesco nel momento attuale.

La partecipazione a questa manifestazione è stata realizzata dalla Export Orafi M.P.O. con la tangibile collaborazione della Cassa di Risparmio di Alessandria nell'intento di contribuire alla promozione del prodotto orafa valenzano all'estero.



Questa "Oasi" in argento massiccio è stata una delle tante attrazioni per i visitatori della Fiera di Basilea. Esemplare unico, realizzato dall'argenteria Mazzuccato di Milano, l'Oasi ha richiesto l'impiego di oltre 650 Kg. di argento a 925⁰⁰⁰.

Su un basamento in marmo nero con un movimento idrico luminoso si alza la palma d'argento alta m. 3,30, un beduino alto cm. 95, il cammello alto m. 1,10 e quattro caprette alte cm. 45.

L'influenza dell'aumento dell'oro sulla gioielleria e oreficeria italiana è stato l'argomento che ha maggiormente interessato i giornalisti convenuti alla conferenza stampa organizzata dal gruppo di espositori italiani presenti a Basilea. L'incontro con la stampa internazionale è ormai un appuntamento consueto nell'ambito della Fiera e, data la consistente presenza italiana sui mercati di tutto il mondo, la posizione delle nostre aziende di fronte alla crisi riveste per la stampa un particolare significato. Gianni Cacchione (argentiere), Paolo Staurino (Presidente dell'A.O.V.) e Gian Piero Ferraris (Consigliere) hanno animato un vivace dibattito che ha coinvolto molti dei qualificati rappresentanti della stampa. Agli intervenuti è stato presentato un omaggio di Vaccari: un tarocco realizzato con smalti su argento.



Quarantadue giornalisti in rappresentanza delle più importanti riviste di settore europee ed americane e dei più diffusi quotidiani svizzeri e tedeschi hanno preso parte alla Conferenza Stampa degli espositori italiani dando vita ad un vivace ed interessante dibattito.



Un momento della conferenza stampa organizzata a Basilea dagli espositori italiani. Da sinistra nella foto: Gian Piero Ferraris, Paolo Staurino, Gianni Cacchione e Luciano Arati.

Neo ragionieri in visita alla Mostra Permanente



Il 17 maggio presso il salone riunioni dell'A.O.V. si è tenuto il consueto incontro con i neo-raionieri dell'Istituto Statale Tecnico "Carlo Noè" di Valenza, che dopo aver visitato la Mostra Permanente, hanno ricevuto gli auguri da parte dei sigg. Adelio Ricci e Aldo Pasero rispettivamente Vice-Presidenti dell'A.O.V. e dell'Export Orafi M.P.O. È stato ricordato ai presenti che una seria preparazione nel settore orafa è molto importante per le costanti difficoltà e per il mutare delle continue disposizioni che regolano i rapporti e gli scambi commerciali specialmente per i mercati esteri.

Per l'occasione i commercialisti Dott. Spartaco e Rag. Diego Mattaccheo, hanno intrattenuto i presenti con un'interessante dialogo tecnico, inerente i problemi contabili ed extracontabili per il commercio estero.



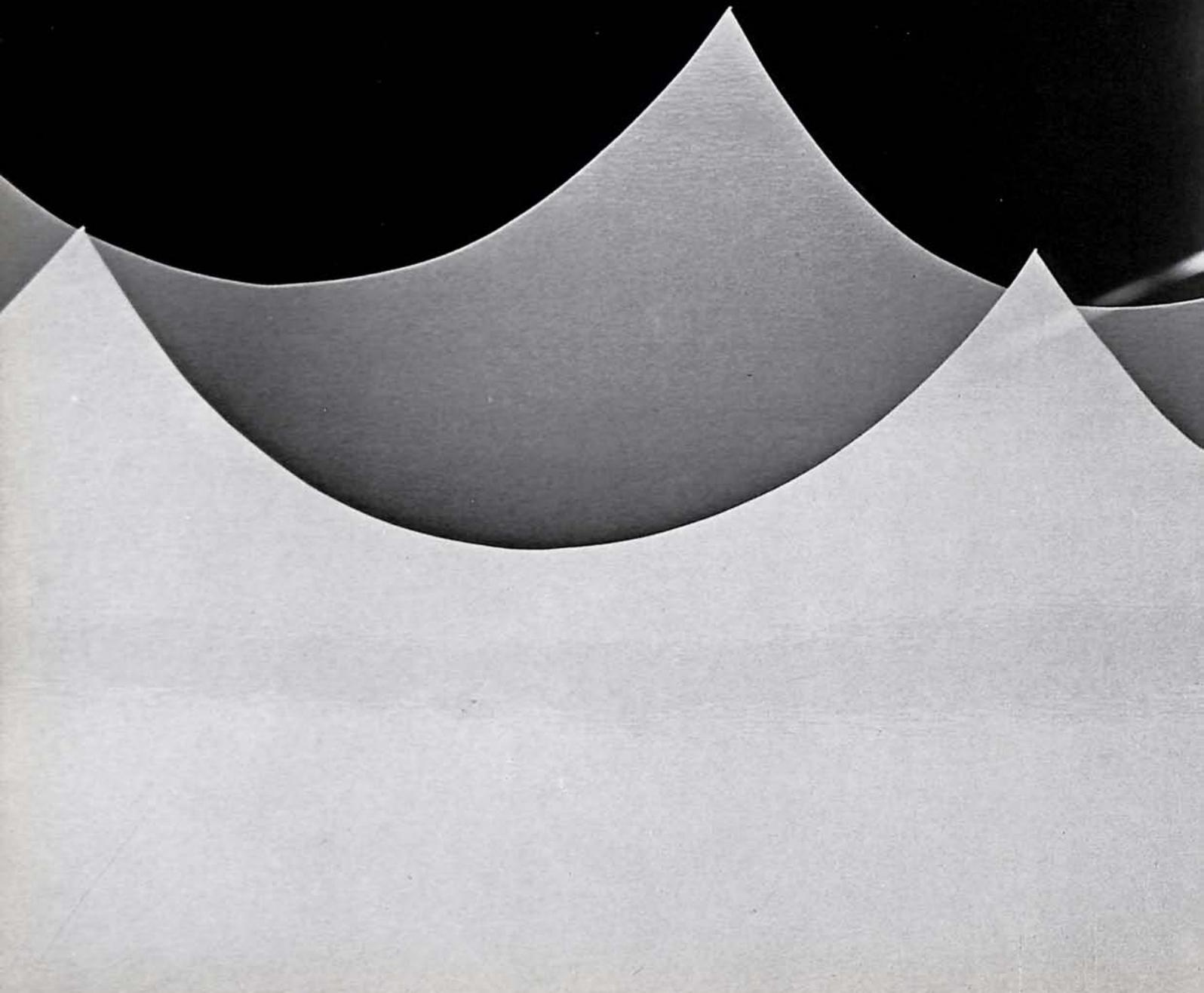
Sabato 31 maggio è stata inaugurata la mostra itinerante "Manualità - Città dell'artigianato artistico: Valenza, Venezia, Volterra, Faenza, Gubbio". La manifestazione d'apertura si è svolta a Faenza, promossa dai rispettivi Comuni con il patrocinio delle Regioni Emilia-Romagna, Piemonte, Toscana, Umbria e delle provincie di Alessandria, Pisa, Perugia, Ravenna.

Nell'arco del 1980 la mostra itinerante giungerà anche a Valenza. La mostra, che accoglie la produzione più qualificata di città note per il loro prodotto artigianale intende qualificare l'attività manuale dell'artigiano che rappresenta una delle tradizioni economiche culturalmente più interessanti del nostro Paese.

L'Associazione Orafa Valenzana ha bandito un concorso tra gli allievi dell'ISA per i migliori disegni, che verranno successivamente realizzati. Verranno consegnate 12 borse di studio da lire 100.000 ai primi 12 disegni segnalati, e 20 borse di studio da lire 50.000 ai secondi.

Con questo si intende promuovere fra allievi e categoria una maggiore collaborazione, pubblicizzando le opere premiate, e successivamente realizzate, sui giornali di categoria nazionali, mentre le ricerche effettuate dagli allievi stessi potranno essere un'utile occasione di confronto fra le esigenze di mercato e quelle di nuovi schemi progettuali.

**3^a MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO
VALENZA - 11-15 Ottobre 1980**



Appuntamento a Valenza

- per incontrare oltre 200 qualificati espositori valenzani
- per scegliere tra una produzione vastissima che abbraccia tutti i settori merceologici dell'oreficeria e della gioielleria
- per prendere visione dei "gioielli inediti", esposti solo nelle vetrine della Mostra del Gioiello Valenzano
- per poter effettuare al momento più opportuno i riassortimenti del periodo pre-natalizio
- per vedere tutti i gioielli che una valigia non può contenere

Un'occasione per cercare, rivedere, confrontare...

A VALENZA, PER VEDERE DI PIÙ

Valenza, facilmente raggiungibile dall'autostrada.
A meno di un'ora di macchina da Milano, Torino, Genova.
Alberghi e ristoranti tipici entro un raggio di 30 km.

Per informazioni o prenotazione alberghi telefonare a:
Associazione Orafa Valenzana, Piazza Don Minzoni, 1
15048 VALENZA - Tel. (0131) 91.851

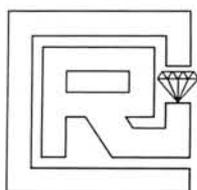
FRACCHIA & ALLIORI

GIOIELLERIA

Lavorazione anelli con pietre fini

Circ. Ovest, 54 - Tel. 93129 - 15048 Valenza

Marchio 945 AL



RAG. FRANCO CANTAMESSA & C.

Produzione e commercio Preziosi

Via G. Calvi, 18 - Telef. (0131) 92243 - 15048 Valenza

Marchio 408 AL

FABBRICA OREFICERIA

SI ESEGUONO LAVORI SU DISEGNO

creazione propria

BARBIERATO SEVERINO

15048 VALENZA (Italia) - VIA SASSI N. 9 - TEL. (0131) 94807
Marchio 2080 AL

CCIAA 113948 AL

Dirce Repossi

GIOIELLIERE

Viale Dante, 49 - Telef. 91.480 - 15048 VALENZA PO

Creazioni Corol

Per personalizzare
i vostri ciondoli scegliete
una catena
fra i mille gioielli esclusivi che
COROL propone





l'oro e i gioielli di
PONZONE F.lli s.n.c.

**al negozio direttamente
il gioiello nuovo**

15048 VALENZA - VIA XII SETTEMBRE, 49 - TEL. 93381
MARCHIO 1706 AL

GIUSEPPE MASINI
gioielleria - oreficeria

CREAZIONI PROPRIE

15048 Valenza - via del Castagnone, 68 - tel. (0131) 94418 91190
20122 Milano - via Paolo da Cannobio, 10 - tel. (02) 800592



Giuseppe Capra

orafo e gioielliere in Valenza

GIUSEPPE CAPRA - IMPORT - EXPORT

15048 Valenza (Italy) Via San Salvatore 36 - Tel. 0131/93144 - 952182 - Casella Postale 110

**BALDI
& C. SNC**

**FABBRICA
OREFICERIA
GIOIELLERIA**

15048 VALENZA
VIALE REPUBBLICA, 60
TEL. 91.097

Marchio 197 AL

Alfredo Boschetto

FABBRICA OREFICERIA

anelli - boccole - spille cammeo - ciondoli

CREAZIONI PROPRIE

15048 VALENZA (Italy) - Via Sandro Pino, 15 - Tel. 0131-93.578 1603 AL

**CANEPARI
RENZO gioielleria**

Anelli stile antico - fantasia - classici - in oro bianco

*via del Castagnone, 1 - Tel. 94289
VALENZA
Marchio 1467 AL*

**MARCO CARLO RENZO
CEVA**

Via Sandro Camasio, 8 - Tel. 91.027 - 15048 VALENZA

Marchio 328 AL



firma l'oro dal 1882



Deposito fiduciario: Ettore Cabalisti
via Tortrino 10 - tel. 92780 VALENZA



GIOVANNI BALESTRA & FIGLI
SEDE E STABILIMENTO: VIA DELLA RESISTENZA 1/3 CAMPESE
38061 BASSANO DEL GRAPPA (VI) - TELEF. (0424) 80.221 (r.a.)
TELEX 430098 BALESTRA - BASSANOGRAPPA - ITALIA

VARONA GUIDO

FABBRICA OREFICERIA

ANELLI BATTUTI
CON PIETRE SINTETICHE E FINI
MONTATURE

15048 VALENZA (AL) - Via Faineria, 15 - Tel. (0131) 91038



GIANFRANCO LENTI

Gemmological Instruments

15048 VALENZA PO - CASELLA POSTALE 152 - T. (0131)94.525
Fiera di Vicenza presso Stand 658



Gruppo speciale a luce normalizzata per la graduazione dei diamanti, nuovo modello (non illustrato).

Altri tubi fluorescenti, per la selezione sul piano di base e per la classificazione con diamanti di paragone.

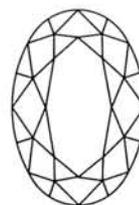
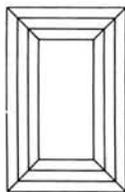
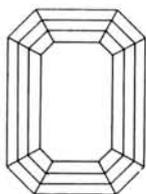
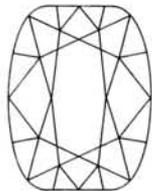
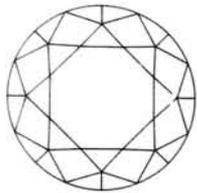
Equipaggiamento U.V. ad onda lunga (366 NM) per la stima della fluorescenza.

Emissione U.V. verticale e schermata, per l'uso a luce ambiente. Non dannosa per l'osservatore.

Nota: la valutazione della fluorescenza si rende particolarmente necessaria dovendo incastonare più diamanti insieme, già selezionati come uguali alla luce bianca; è noto infatti che il colore dei diamanti fluorescenti (f. azzurra della serie Cape) viene sopravvalutato in misura proporzionale alla quantità di fluorescenza stessa.

Cambiando però le condizioni di osservazione (luce di tipo diverso, meno ricca di U.V.) i diamanti appariranno diversi fra loro. Il "System Eickhorst" comprende la serie completa degli strumenti di analisi per il gioielliere ed il gemmologo realizzati in modo da formare un laboratorio professionale moderno con criteri ed apparecchi d'avanguardia.

Prezzo Lit. 285.000 + IVA 14% - Netto franco Valenza
Cataloghi e listini a richiesta.



KIMBERLEY DIAMONDS ITALIA S.R.L.

VALENZA (ITALIA) - Viale Dante 24
Tel. (0131) 93592 - 93478 - telex 21051

KIMBERLEY DIAMONDS INC.

JOHANNESBURG (S. AFRICA)
L.C. Diamonds Cutting Works
Dashing Centre - 1 st floor
240 Commissioner street
Tel.: 29-2191/7 - 29-1081/88
Telex 84133 SA



diamanti e pietre preziose

viale Dante, 24
tel. 93.592 - 93.478
telex 21051

i nostri diamanti sono una scelta accurata in tutti i tagli
sia classici che fantasia



insieme nel mondo

servizi estero Sanpaolo

dove puoi trovare collaboratori esperti;
dove puoi operare al passo con i tempi, con sicurezza ed efficienza;
dove i tuoi affari possono assumere nuove e più ampie dimensioni.

ISTITUTO BANCARIO SAN PAOLO DI TORINO

Istituto di credito di diritto pubblico - Sede Centrale Torino - piazza S. Carlo 156

Zeppa Franco

OREFICERIA GIOIELLERIA

Laboratorio e uffici:

Via XXIX Aprile, n. 36 Tel. (0131) 93477 VALENZA

**Valenza
export**

**gioielleria
oreficeria**

Viale Santuario, 50
tel. 91321
VALENZA PO

GIOIELLI
LOMBARDI GIORGIO
15048 VALENZA
Viale della Repubblica, 4/A
Tel. (0131) 93462-91820 / (0142) 60438
Marchio AL 2467
Stand Milano 27241 / Stand Valenza 127

Fratelli CERIANA s.p.a.

BANCA
fondata nel 1821



TORINO VALENZA

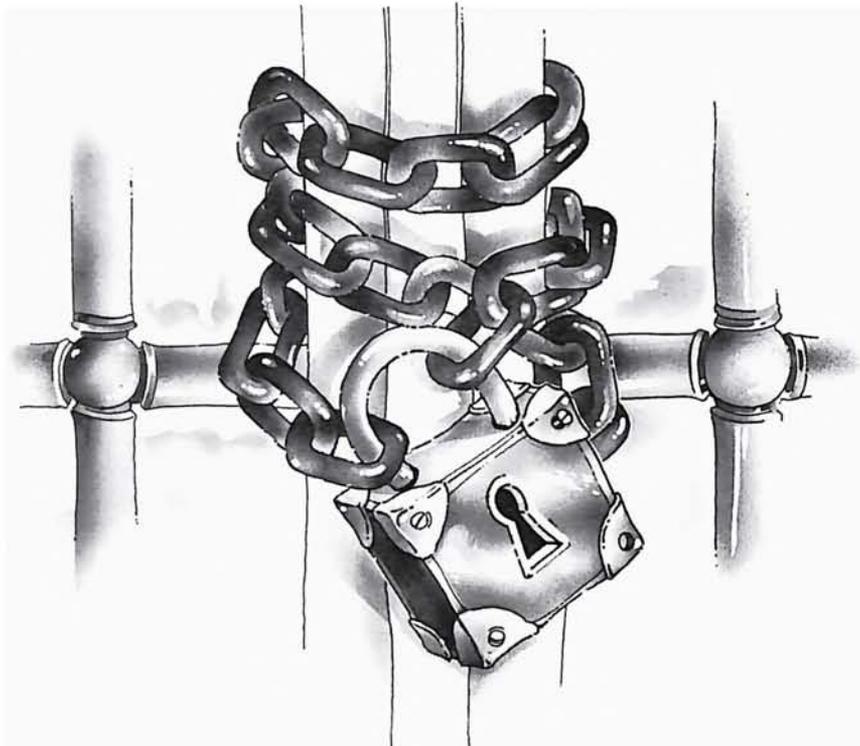
Lunati

fabbricanti
gioiellieri
export

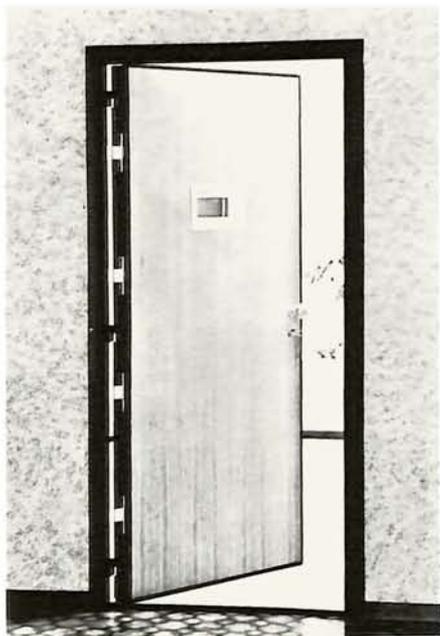
Via Trento · Tel. 91338/92649 · VALENZA PO

Marchio 160 AL

LA SICUREZZA E' UN AFFARE SERIO



non scegliere un sistema di sicurezza qualsiasi!



porta corazzata antipallottola

Conforti, una delle aziende leader nel settore della sicurezza, propone diversi sistemi su misura.

I nostri prodotti maggiormente utilizzati nel campo della sicurezza passiva sono: porte corazzate per appartamento, anche nel modello antipallottola, cassaforti, armadi blindati e atermici ecc.

Nel campo della sicurezza attiva è stato messo a punto un impianto d'allarme progettato per consentire la massima affidabilità unita ad una flessibilità in grado di adeguare l'impianto alle esigenze di ogni singolo utente.



impianto d'allarme

Conforti

Ufficio Vendite di Valenza Po: Via F. Cavallotti, 1 - tel (0131) 977778
Ufficio Vendite di Torino: Via A. Vespucci 55/c - Tel. (011) 598802

LOMBARDI PIETRO

OREFICERIA

Via Noce, 14 - Tel. 0131/951204
15048 VALENZA PO (Italy)

MARCHIO 1443 AL

CM
gioielli di Capra & C.

15048 VALENZA - Via F.lli Rosselli 8 - Tel. (0131) 94.400

Elkron.



CELLINI Benvenuto - Saliera di Francesco I - Vienna: Kunsthistorische Museum. Foto I.C.P. Milano

Antifurto un po' cari per cose un po' care.

Forse la vostra casa non è un museo, ma per voi è piú cara di un museo.

Con l'aiuto di Elkron, potete fare in modo che ciò che è vostro oggi, sarà vostro anche domani. Elkron crea vere opere d'arte nel campo delle apparecchiature antifurto ed è un nome odiato dai ladri di tutta Europa.

I suoi sistemi integrati di sicurezza, costituiscono il 24% di tutto il mercato degli antifurto a sensori volumetrici a microonde o a infrarossi passivi.

Se avete qualcosa da custodire, consultate un buon impiantista di antifurto: nessuno meglio di lui saprà consigliarvi qual è il sistema Elkron piú adatto alle vostre esigenze. La gamma è vastissima: dal semplice sensore al piú sofisticato impianto con centrale computerizzata e collegamento a distanza.

E se non conoscete nessun installatore, inviateci il coupon qui in basso: vi metteremo in contatto con l'esperto Elkron piú vicino.

Ma fate presto; perché quando **(((ELKRON)))**
Elkron non c'è, i topi d'appartamento ballano.

Antifurto, non giocattoli.

per informazioni e documentazioni:



nome o ditta _____

via _____

città _____

telef. _____

W A M A

P.za Garibaldi 21 - Tel. 0131-443148
15100 ALESSANDRIA

GIUSEPPE BENEFICO



BRILLANTI

PIETRE PREZIOSE

CORALLI

MILANO

Piazza Repubblica, 19 - Tel. 662.417

VALENZA

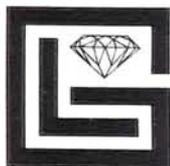
Viale Dante, 10 - Tel. 93.092

BEGANI ARZANI

gioielleria

AL 1030
C.C.I.A. n. 75190

via s.giovanni,17
tel. (0131) 93109
15048 VALENZA



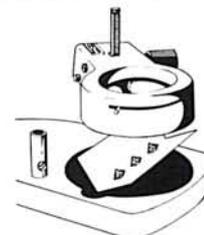
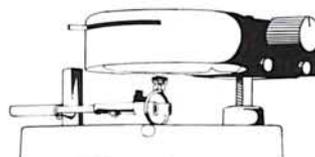
GIANFRANCO LENTI

Gemmological Instruments

15048 VALENZA PO - CASELLA POSTALE 152 - T. (0131)94.525
Fiera di Vicenza presso Stand 658



microscopio speciale per diamanti mod. STEREO - GRANDANGOLARE



Ottica: ZOOM da 7x a 45x (14x-90x con cambio oculari)
Illuminazione: a luce diurna normalizzata (5000° K)
su cremagliera
Osservazione: in campo chiaro ed in campo oscuro
Ampio e solido piano-base, per selezione lotti
Pinzette con attacchi magnetici
Prezzo: L. 2.500.000 (provvisorio) + 14% IVA franco Valenza, netto
Accessori facoltativi:
Oculari 20x (ingr. da 14x a 90 x)
Oculari proportion (per diamanti)
Oculari micrometrici (dimensione inclusioni)
Oculari discroscopici (esame p. di colore)
Accessori per micro-foto (reflex 35mm o Polaroid)
Base orizzontale per esami in immersione (per p. di colore)

SYSTEM EICKHORST - MICROSCOPI PER GEMMOLOGIA - DIAMANT FOTOMETER - LAMPADE PER DIAMANTI - U.V. - SPETTROSCOPI - RIFRATTOMETRI, POLARISCOPI - PROPORTION-SCOPES - APPARECCHI ED APPLICAZIONI SPECIALI PER ANALISI - CATALOGO E LISTINI A RICHIESTA.

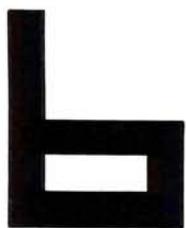
SISTO DINO

FABBRICANTE
GIOIELLIERE
EXPORT

CREAZIONI FANTASIA

V.le Dante 46/B-ang. via Ariosto - Tel. (0131) 93.343
VALENZA

Marchio 1772 AL



oreficeria - gioielleria - argenteria

Fratelli BIANDRATE
EXPORT

15048 VALENZA (Italy) - VIA DONIZETTI, 10/A - TEL. (0131) 91484

gian carlo piccio
gioielliere

VIA P. PAIETTA, 15 - TEL. 93423 - 15048 VALENZA
AL 1317

ERIKA

FABBRICA OREFICERIA e ARGENTERIA
CREAZIONI PROPRIE

Vasto assortimento di catene, ciondoli bracciali e anelli

Via Rogna 2 - Tel. 0142/63283 - 15040 MIRABELLO MONF. (AL)
1825 AL

J.^{lli} Fusco & C.
Fabbrica Gioielleria Oreficeria - export

DISEGNI E MODELLI ESCLUSIVI

15048 VALENZA (Italia) - VIALE B. CELLINI, 28/A - TEL. 0131/91988
1311 AL

MARCHIO  DEPOSITATO CONF. SVIZZERA



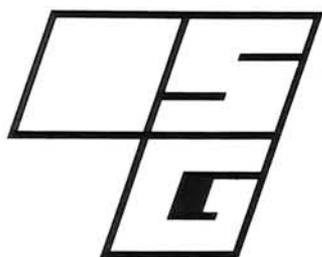
CANEPARI SERGIO

OREFICERIA
GIOIELLERIA

15048 VALENZA
Viale Vicenza n. 1
Tel. (0131) 94358 - 975212

Bottini *artigiani orafi*

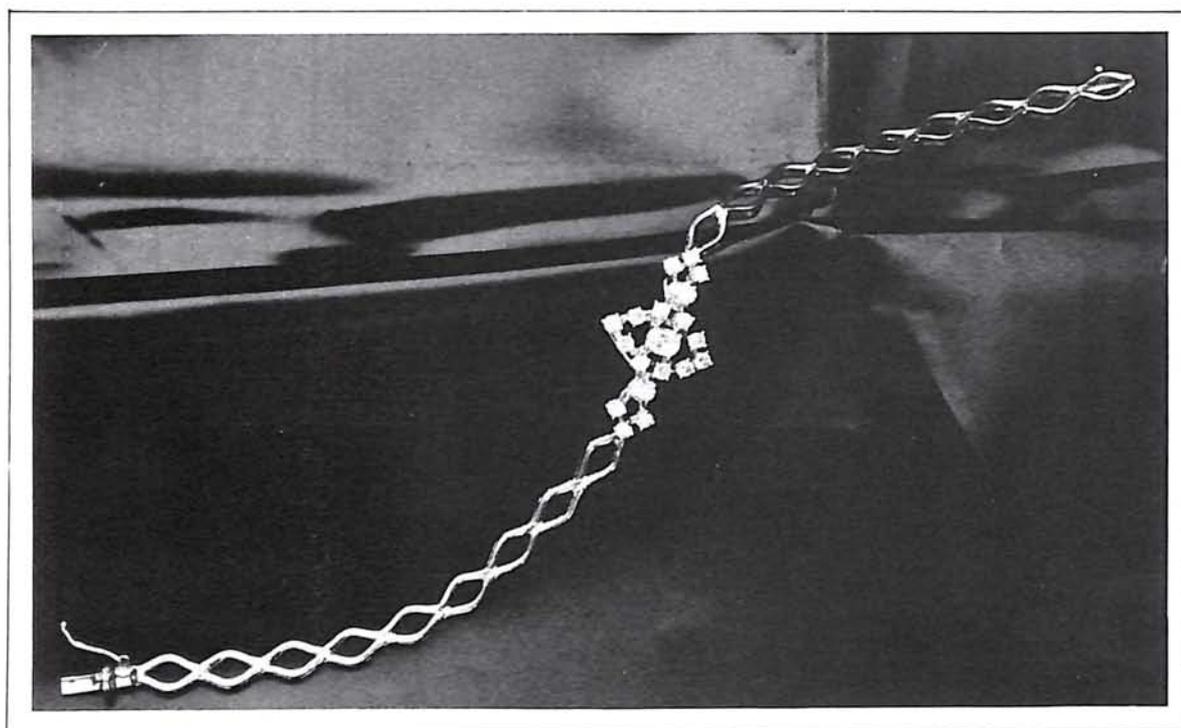
bottini - artigiani in valenza (al) 30 via del pero - tel. (0131) 94347 - M. 2010 AL



Seven Gold s.n.c.

15048 VALENZA - Via Mazzini, 16
Tel. (0131) 91.450 - 91.742 (2 linee urbane)

*Gioielli Arianna
Valenza*



**pasero
acuto
pasino**

15048 Valenza
Via Carducci 17 - tel. 91.108
marchio 2076 AL

ORAFI



ditta BAJARDI LUCIANO

fabbrica gioielleria orficeria
export

15048 Valenza (Italy) · viale Santuario, 11 · tel. (0131) 91756

**B. TINO & VITO
PANZARASA**

**DAL 1945
OREFICERIA E GIOIELLERIA
della migliore produzione valenzana**

28021 BORGOMANERO (Novara)
Via D. Savio, 17 - Tel. 0322/81.419

**Sergio
Mercadante**

lavorazione propria fantasia

**OREFICERIA
GIOIELLERIA**

15048 VALENZA (Italy)
Via Roma, 11 - Tel. 93368

MARCHIO 1543 AL

COBRILL

International

DIAMANTI

38 VIA S.SALVATORE · VALENZA · TEL.94549

CORRAO s.n.c.
FABBRICA GIOIELLERIA

1912 AL

via Camurati, 1 • Tel. (0131) 94737
15048 VALENZA PO

**AIMETTI
& BOSELLI**

**LABORATORIO
OREFICERIA**

Telefono (0131) 91.123
Via Carducci, 3
VALENZA
Marchio 1720 AL

Cavallero Giuseppe
Oreficeria Gioielleria

VIA SANDRO CAMASIO, 13 • TEL. 91.402 • 15048 VALENZA PO



MANCA

Gioielli

VALENZA

Via Mario Nebbia, 7
Tel. (0131) 94112

1258 AL



**RACCONE
& STROCCO**

*via XII Settembre 2/a
tel. 0 0131-93375
15048 VALENZA (Italy)*

BANCA POPOLARE DI NOVARA

Società cooperativa a responsabilità limitata
Fondata nel 1871
Sede sociale e centrale in Novara

mezzi
amministrati
oltre
5.200 miliardi

UFFICI
DI RAPPRESENTANZA:
A BRUXELLES, CARACAS,
FRANCOFORTE sul Meno,
LONDRA, NEW YORK,
PARIGI E ZURIGO.
UFFICIO DI MANDATO
A MOSCA.
RECAPITO A MADRID.

Tutte
le operazioni
di Banca

Banca agente
per il commercio
dei cambi

AL 31 DICEMBRE 1979:

CAPITALE L. 12.456.167.000
RISERVE E FONDI L. 240.330.421.634
RACCOLTA OLTRE 7.500 MILIARDI

357 SPORTELLI
92 ESATTORIE

TUTTE LE OPERAZIONI ED I SERVIZI DI BANCA, BORSA E CAMBIO

Distributrice dell'American Express Card
Finanziamenti a medio termine all'indu-
stria, al commercio, all'agricoltura, all'ar-
tigianato e all'esportazione, mutui fondiari,
"leasing" e servizi di organizzazione
aziendale e controllo di gestione tramite
gli istituti speciali nei quali è partecipante

Succursale di VALENZA
via Lega Lombarda, 5/7 - Tel. 92754-5-6
Agenzia di BASSIGNANA
via della Vittoria, 5 - Tel. 96129

VECCHIO & C.

GIOIELLI

VALENZA - Viale Cellini, 28
Tel. (0131) 953011 - 93235

MILANO: Fiera Pad. 27 - Stand 801-803

VALENZA: Mostra del Gioiello Valenzano

ARGENTERIE ARTISTICHE POSATERIE

I.M.A. - GUERCI & C.

CASA FONDATA NEL 1920



- ARGENTERIE ARTISTICHE
- CESELLI E SBALZI
- VASELLAME PER TAVOLA
- SERVIZI CAFFÈ
- CANDELABRI COFANETTI
- CENTRI TAVOLA
- JATTES VASI ANFORE
- CRISTALLERIE E PORCELLANE ESTERE
- POSATERIE

Alessandria - Via Donatello, 1 - (spalto Borgoglio) Tel. 43243 - Telegr. IMA - Cas. Post. 27
Marchio 23 AL

MOSTRA PERMANENTE DI MILANO
Via Paolo da Cannobio, 11 - Tel. 875527

VISITATE LA NOSTRA ESPOSIZIONE PRESSO IL NOSTRO RECAPITO DI MILANO.

Lampada Elettrofluorescente "TRUE - LITE"

Troverete l'elettrofluorescente
«TRUE-LITE» dall'esclusivista

Cav. GIAN MARCO CHIAPPINI

negozio:
27100 PAVIA - Via Olevano, 100
Tel. 0382/467965

studio e progettazioni:
27100 PAVIA - Via Cuzio, 26
Tel. 0382/29171

Luce naturale del giorno
Risparmio del 20% di Energia Elettrica

con la lampada «TRUE-LITE» il progresso tecnologico ha posto l'alt.

- 1) ai noiosi disturbi agli occhi causati dai tradizionali corpi illuminanti (lampade);
- 2) all'alterazione delle tinte. La lampada «TRUE-LITE» infatti riproduce la luce naturale del giorno. È una salvaguardia per i Vostri occhi.

Provate Voi stessi le lampade «TRUE-LITE» l'elettrofluorescente, sono intercambiabili sui normali circuiti esistenti.

Più luce a parità di consumo.

**Non ha bisogno di pubblicità. CONOSCENDOLA,
scoprirete Voi stessi i suoi pregi.**

C. APRILE

CIELO-TERRA-MARE

**SPEDIZIONI INTERNAZIONALI
AEREE - MARITTIME - TERRESTRI**
UFFICI: Aereoporto Milano Linate
Tel. 718441 - Telex 311402 APRIAR
Aereoporto Milano Malpensa - Tel. 868002

**AGENTE IATA.
DICHIARANTE
DOGANALE.
SERVIZIO CON:
CAMION BLINDATI
PER RITIRO VALORI.
SPECIALIZZATO IN:
SPEDIZIONI VIA AEREA DI
GIOIELLERIA, VALORI,
ORO, PIETRE PREZIOSE.**

UFFICI COMMERCIALI
APRIL BROS - 3405 Francis Lewis
Boulevard Flushing - N.Y. 11358
Tel. (212) 3584700-3
Telex 230125 ATB UR

UFFICI OPERATIVI

GENOVA
ROMA
MODENA
CARPI
TREVISO
CARACAS
PORLAMAR

**ALCUNI ESEMPI DI TASSI
ASSICURATIVI PER IL
TRASPORTO VIA AEREA
DI GIOIELLERIA**

CANADA
USA
EUROPA
GIAPPONE
AUSTRALIA

1,8‰
1,8‰
1,2‰
2,6‰
3‰

MARIO LENTI

Fabbrica gioielleria, oreficeria

Via M. Nebbia, 20 - 15048 Valenza - Tel. (0131) 91082

483 AL

ESSE-BI

di Alberto Siligardi

Oreficeria e gioielleria

15048 VALENZA - Piazza Gramsci 8 - Tel. (0131) 93.431

2000 AL

VISCONTI & BALDI

Gioielleria

15048 VALENZA - Viale Dante 15 - Tel. (0131) 91.259

229 AL

BERISONZI & DEMARTINI

OREFICERIA GIOIELLERIA
FABBRICA LAVORAZIONE PROPRIA

15048 VALENZA (Italy) - Viale Padova, 10 - Tel. (0131) 91830

1676 AL

Fiera VICENZA: Gennaio-Giugno - stand n. 688

Fiera MILANO: Aprile - stand n. 27/411

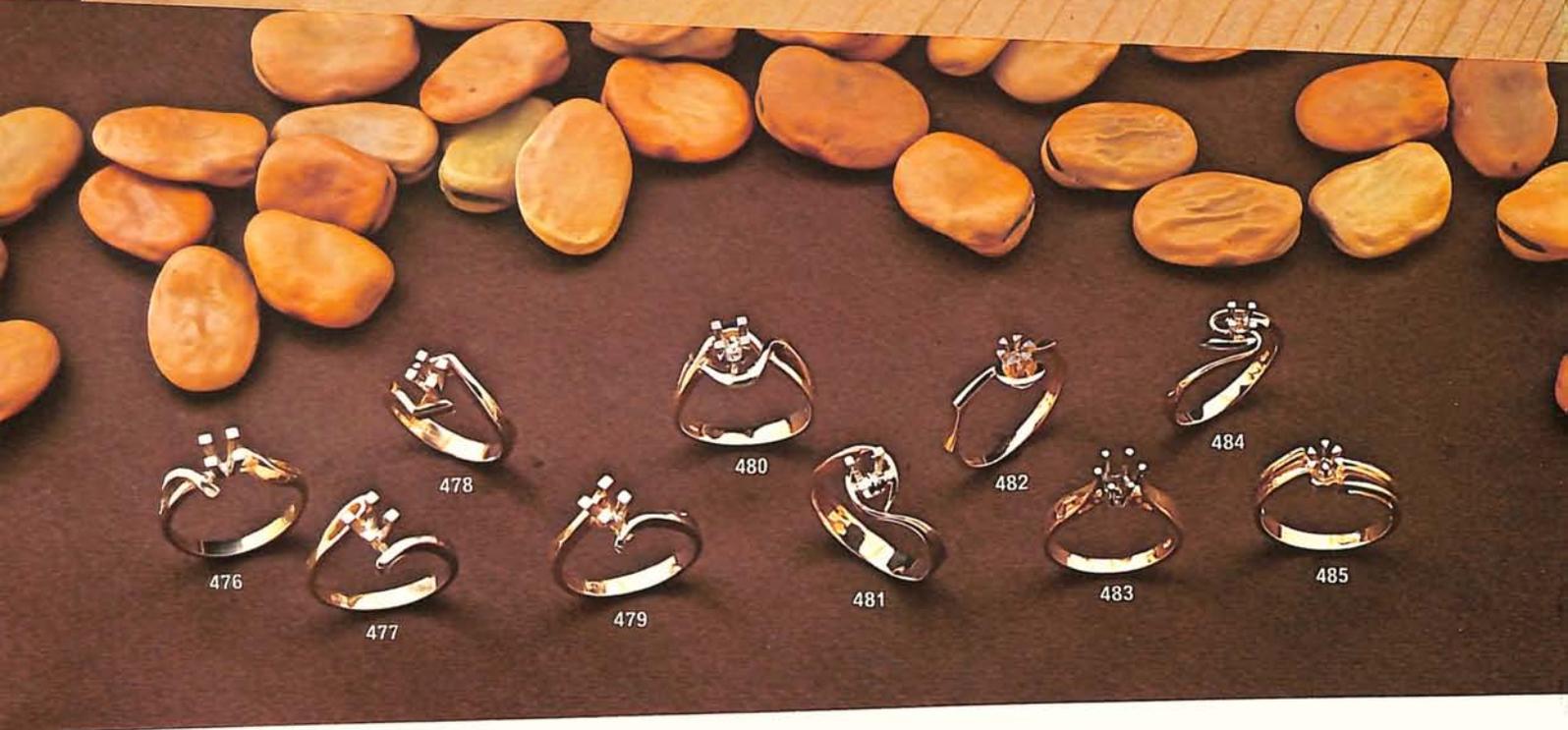
MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO





DAVITE & DELUCCHI





Aprite il sipario sul vostro successo.

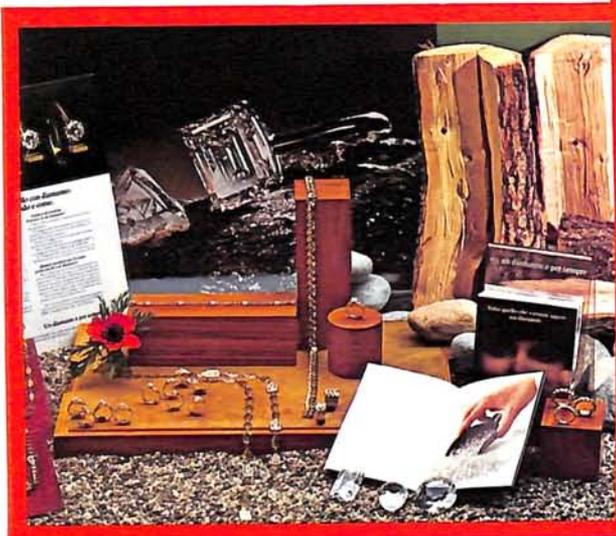
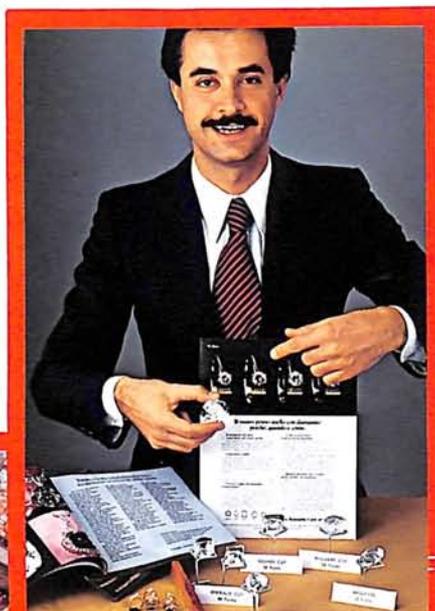
Per un grande successo di vendite occorre una vetrina che abbia il massimo impatto sul pubblico e lo inviti a varcare la soglia della Vostra gioielleria.

E una volta all'interno del negozio, occorre del materiale che incuriosisca, informi e valorizzi i Vostri gioielli con diamanti.

A questo scopo, il Centro Promozione del Diamante ha predisposto un vasto assortimento di materiale promozionale, perfettamente funzionale e particolarmente vantaggioso per Voi, perché ora potete disporre dell'intero stock, al prezzo promozionale di sole L.60.000!

Approfittatene per organizzare una piccola campagna locale personalizzata! Il materiale De Beers è quanto di meglio occorra per stimolare il cliente all'acquisto.

E per attirarlo, serviteVi come richiamo della vetrina: il nostro Servizio Allestimento Vetrine può esserVi di grande aiuto a rinnovarla nelle principali ricorrenze-regalo dell'anno.



Desidero ricevere lo stock del materiale promozionale comprendente:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Nuovo libretto (100 copie) | <input type="checkbox"/> Espositore da vetrina |
| <input type="checkbox"/> Espositore per libretti | <input type="checkbox"/> Serie 3 manifesti |
| <input type="checkbox"/> Libretto "Diamante: capolavoro della natura" (10 copie) | <input type="checkbox"/> Cartello informativo da vetrina |

Allegato invio assegno di L.60.000 intestato a J. Walter Thompson Italia S.p.A. - Via Durini, 26 20122 MILANO

Gioielleria _____ Via _____

Città _____ Cod. Fiscale _____ Telefono _____



tutte le pietre, le perle, i coralli

GAIA GEMMINDUSTRIA

15048 Valenza Po - via Solferino, 39 - telefono (0131) 91260

20123 Milano - via Falcone, 7 - telefono (02) 803437 - 867290



**Giuseppe
Benefico**

brillanti, pietre preziose, coralli
Viale Dante, 10 - Tel. 93.092 - Valenza

BARBERO E RICCI

Export/Oreficeria - Gioielleria

15048 VALENZA - Via Ariosto 8
Tel. (0131) 93.444 - 1031 AL



Basilea: Stand 113/43 - Vicenza: stand 257

GIORGIO BETTON



Laboratorio oreficeria, gioielleria
15030 VALMADONNA (Al)
Strada Provinciale Pavia, 36 bis
Tel. (0131) 50.108



effe GIOELLI

Corso Garibaldi, 139 - tel. 0131 / 92138

15048 VALENZA (Italy)



Photochrom



eugenio torri & C.

208 ROMA

piazza s. giovanni in laterano, 18 - roma
tel. 06/777.652-775.738 - telex: 614317 torri i-M 709102
filiale di valenza: v.le galimberti, 26 - tel. 0131/953775



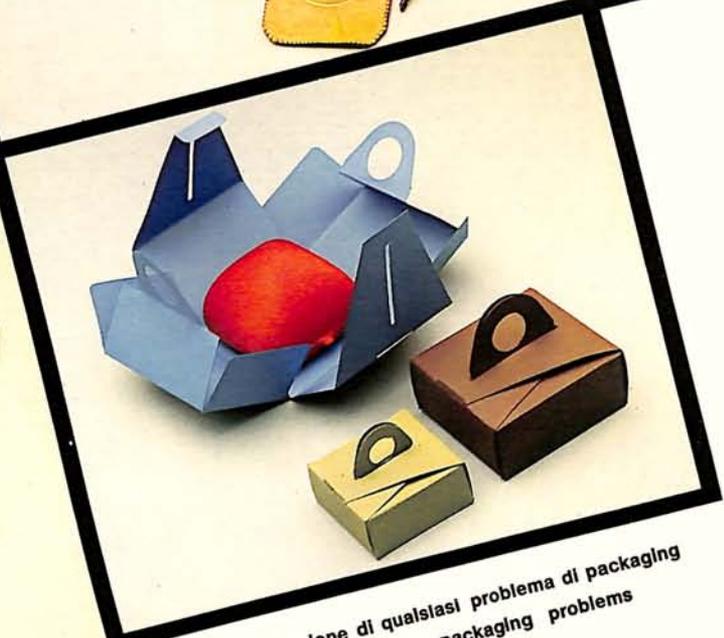
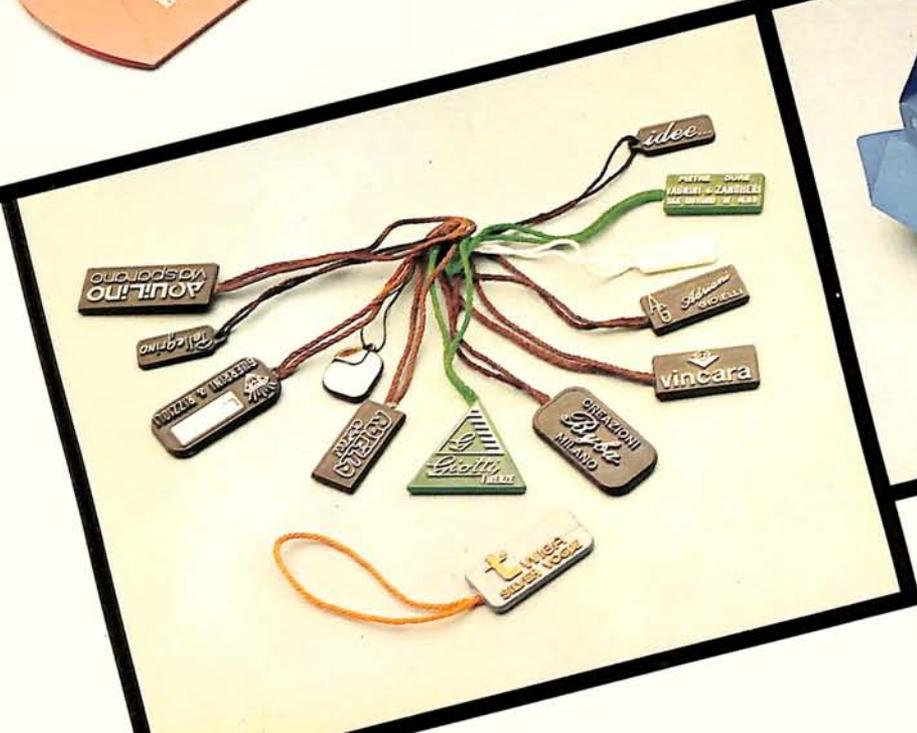
CATU

S.R.L.

20123 Milano
Via dei Piatti, 5
Tel. 866.828
Import - Export

- Sacchetti renna per gioielli - orologi - astucci
- Carta pastello opaca extra lusso e seta
- Carta plastificata
- Scatole in cartoncino a scatto
- Scatole porta astucci
- Scatole Florida
- Sacchetti in carta plastificati
- Sacchetti Miami 5 misure 4 colori
- Borse juta
- Borse telate colorate
- Borse jeans
- Etichette in plastica (qualità segna prezzi)

- Etichette autoadesive negative positive
- Nastro autoadesivo
- Nastri in rajon intestato
- Nastri per fiocchi
- Elastici dorati con fiocchetto
- Bustine per riparazione
- Blocchi per riparazione
- Garanzie per brillanti e generiche
- Biglietti da visita generici e stampa a caldo
- Forniture per dettaglianti e grossisti
- Carta pubblicitaria in blocchi
- Cataloghi e depliant
- Stampati di ogni genere

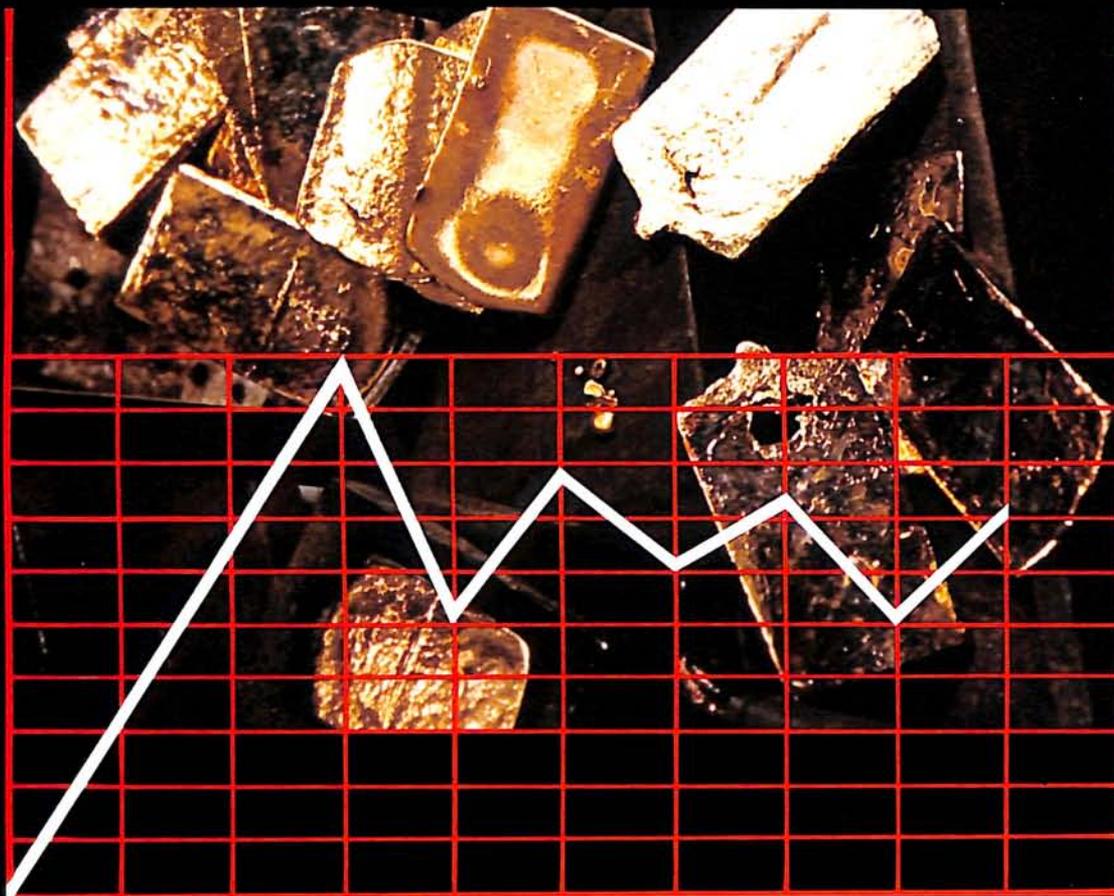


Studio e soluzione di qualsiasi problema di packaging
Study and solution of any packaging problems

**SERVIZIO SEGRETERIA TELEFONICA
QUOTAZIONI DELL'ORO E DELL'ARGENTO
02/80.22.24 - 80.40.91 - 80.40.94**

La Mario Villa, metalli preziosi, offre a tutti gli operatori economici ed ai rivenditori del settore orafa argentiero un servizio continuo ed aggiornato sulle variazioni delle quotazioni dei metalli.

Foto: Guido Alberto Rossi
ada®



*Per ulteriori informazioni e per le operazioni rimane a disposizione
della Spettabile clientela
l'ufficio contrattazioni 02/80.97.41 (10 linee ric. aut.)*



Mario Villa S.r.l.
METALLI PREZIOSI

20123 MILANO - VIA G. MAZZINI, 16 - TEL. 02/80.97.41 (10 linee ric. aut.)

Stabilimento: 20159 MILANO - Via G. Bovio, 16 - Tel. 02/60.73.241 (5 linee ric. aut.)

Telex: 334111 MAVILLA - Telegrammi: VILLABANC - P.O. Box: 924 MILANO - Marchio ID 360 MI



Export Orazi Mostra Permanente Oreficeria s.r.l.

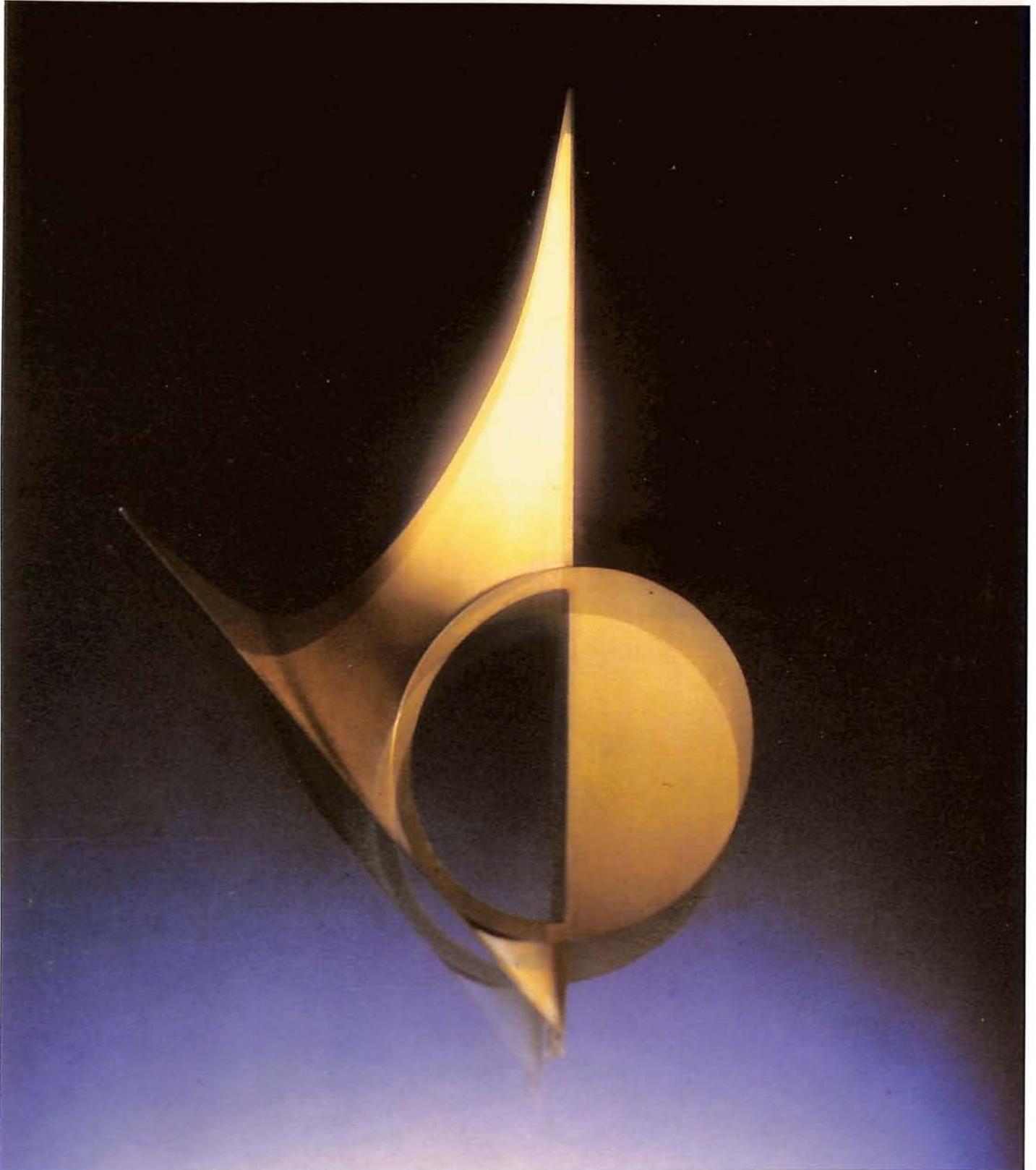
15048 Valenza (Italy)

Via Mazzini, 11

Piazza Don Minzoni, 1

Telegr. Exportorazi-Valenza

Telefono Ufficio Export (0131) 93395/94593 Telefono Ufficio Mostra (0131) 92184/975290 Telex 210106 Exoraf



We exhibit at: VICENZA - January-June - RJA - February-July - MILANO - April
BASLE - April - DUSSELDORF - March-September - VALENZA - Permanent show



BRATA

gioielleria

15048 - VALENZA (ITALY)

VIA MANZONI, 17 - TELEF. (0131) 92.315



Se la prima cosa che chiedete
di un gioiello è il costo
per favore non fatevi mostrare
i gioielli di Mario Fontana.



*Gioielli
di Mario
Fontana*
MILANO-PARIGI