

Valenza

gioielli

Autorizzazione Direzione
Provinciale PT Alessandria
Pubblicità 50%



Luci d'ottobre
Valenza Gioielli
e le sue famose vetrine

Sinfonia
monocromatica:
geometrismi
e armonie

TOPKAPI 95

il programma prezioso



Topkapi è un programma che gestisce in forma integrata e nella maniera più semplice le attività amministrative, commerciali e statistiche delle gioiellerie e delle oreficerie.

Gestisce in forma specifica:

gioielleria - oreficeria - orologeria - argenteria - oggettistica

Topkapi nasce dalle elaborazioni del Centro Studi della CID Computers, leaders nazionali nei servizi informatici applicati ai settori merceologici di oreficeria e orologeria.

**CID Computers: programmi preziosi;
preziosi come Topkapi.**

*Sono interessato ad avere maggiori informazioni sul programma Topkapi.
Vi prego di inviarmi:*

visita di un nostro funzionario

depliant esplicativo

(timbro e firma della Ditta richiedente)

C.I.D. Computers s.r.l. - Piazza Marconi, 38 - 15100 Alessandria
tel. (0131)/252978 - 252214 - fax (0131)/260900

chi l'ha visto?



CLIO

mario ruggiero



MARIO RUGGIERO SNC

IMPORT EXPORT

PERLE COLTIVATE - CORALLI - CAMMEI

15048 VALENZA ITALY - VIA CANONICO ZUFFI, 10

TEL. 0131/92 47 69 - 92 73 88 - FAX 0131/94 67 53

FIERE: VICENZA - VALENZA

orlow
orlow
orlow
orlow
orlow
orlow



orlow gioielli

VIA ROMA, 197 - TEL./FAX 0142 455260
CASALE MONFERRATO (AL)



CARLO BARBERIS



FIERE:
BASILEA
VALENZA
VICENZA

CARLO BARBERIS SRL

MARCHIO AL 39

15048 VALENZA ITALY - VIALE BENVENUTO CELLINI, 57 - TEL (0131) 941611 - 927310 FAX (0131) 941029



64

Sommario



60



72



50

- 46 **Preludio al 3000**
L'assemblea dei soci AOV
- 50 **Neo Geo**
Gioielli nella wave delle tendenze più attuali
- 60 **Platinum puzzle**
Una selezione di anelli in platino
- 64 **Dettagli**
Particolari che personalizzano i gioielli più portabili
- 72 **Capri, ori e magie** *di Nino D'antonio*
Storie e vetrine dei gioiellieri della "piazzetta"
- 80 **Anni '20** *di Nino D'antonio*
Come storia, arte e movimenti sociali influenzano la gioielleria. Prima parte

86 Free style
Oro giallo, una passione mediterranea senza tempo

90 Le terre dell'oro *di Rosanna Comi*
Week-end con la batéa sul greto di un fiume

94 Il cemento e l'invenzione
Concorso tra le scuole orafe valenzane

98 Mal di fiera *Dott. Vittoria O. Acick*
I consigli di un medico per affrontare certi appuntamenti

100 English text

Cronaca, attualità, rubriche

12 Hanno collaborato 15 Viola d'inverno 23 Progetto platino 25 Mirage 29 Incassare con stile 33 Charms, amore mio 39 Dedicato a Vicenza 43 Il gruppo 45 Invito a Valenza 106 Oroscopo

I gioielli presentati in questo numero, salvo diverse descrizioni, sono tutti "Made in Valenza". Controllate, sull'ultima pagina di questa Rivista, i loro riferimenti. The jewels presented in this issue, with certain exceptions, were all "Made in Valenza". You will find them referred to on the last page of this Magazine.

Le foto di questa pubblicazione non possono essere riprodotte in alcuna forma senza autorizzazione scritta dell'editore.

In copertina: una sintesi delle attuali tendenze che vedono ancora in primo piano metallo bianco, diamanti e un design rigorosamente geometrico.
Anello di **Orlow**



Valenza Gioielli

Periodico trimestrale dell'Associazione Orafa Valenzana
Pubblicità 50%
Fascicolo 3/97
1° settembre 1997

Direttore Responsabile

Rosanna Comi

Addetto Stampa

Bruno Guarona

Art direction e Grafica

Studio Chiarpei

Corrispondente per l'estero

Claude Mazloum

Traduzioni

Virginia Shuey

Pubblicità

Salvina Gandini

Direzione, Pubblicità,

Amministrazione

AOV Service
Piazza Don Minzoni, 1
15048 Valenza (AL)
Tel. (0131) 941.851
Fax (0131) 946.609

Redazione

20145 Milano - Via Rotondi, 2
Tel. (02) 469.54.39
Fax (02) 468.068

Abbonamenti

Italia: L. 25.000
AOV Service Srl
Piazza Don Minzoni, 1
15048 Valenza (AL)

Estero: L. 75.000

A.I.E. S.p.A. Via Manzoni, 12
20089 Rozzano (Milano) Italia
Tel. 02/57.51.25.75
Fax 02/57.51.26.06

Distribuzione

In omaggio a dettaglianti e grossisti italiani ed esteri, a rotazione.

Impianti litografici

Plus Color
New Graphic Contact

Stampa

Grafiche Nava Spa

Autonizzazione del Tribunale di Alessandria n. 134

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana



80







Servizio Clienti
Tel. 0131/941731 - Fax 0131/946779

Luisa Pallavidini & C.
Perle e pietre preziose

Viale Manzoni, 42
15048 VALENZA
Tel. 0131/ 924074
Fax 0131/ 946784

I nuovi "solitaire"



OFIR

GIOIELLI

*Corso Matteotti, 59 - 15048 Valenza
Tel. 0131/943200 - Fax 0131/947232*

*Basilea - halle 224/281
Valenza - stand 547*

Hanno collaborato



Nino D'Antonio. Da questo numero riprende la collaborazione con questa firma. Nell'ambito dell'editoria orafa Nino D'Antonio è una sorta di caposcuola, essendo stato tra i primi ad aver proposto l'abbinamento moda-gioiello, una formula che ha segnato un radicale rinnovamento anche nella stampa di settore. Napoletano, con un patologico vizio della curiosità (al quale ha dedicato un libro) tira a far tardi per poter meglio legittimare le *scialate* di sonno mattutino. L'insegnamento di letteratura italiana, il giornalismo, oltre una dozzina di libri miracolosamente esauriti, alcuni documentari televisivi completano una vita di giramondo. Ha un *locus animi*, Furore: un borgo di case sparse sulla costa alta di Amalfi, di cui è cittadino onorario.



foto di Oliviero Toscani

Famigliatrentotto. Chicco, Mimo, Paolo: un simpatico e scanzonato trio di fotografi che potrebbe essere scambiato per un gruppo rock. E l'impressione è accentuata dal bizzarro nome della formazione, derivato da un comune indirizzo che ha visto nascere e svilupparsi la loro singolare carriera a sei mani. Sono infatti completamente intercambiabili e lavorano in squadra sia nelle riprese che nella ricerca, alla quale dedicano entusiasmo e passione. Con i risultati che i nostri lettori più attenti già hanno sicuramente rilevato. Con la macchina fotografica amplificano il piacere di un'attività in sintonia con uno stile di vita che li tiene svincolati da impegni noiosi e ripetitivi.



Gemma Cresci. Un nome sicuramente sconosciuto ai nostri fedeli lettori, dietro il quale si cela l'autrice di una delle nostre più seguite rubriche: l'oroscopo. Preferisce infatti firmarsi Axum (nome mutuato a una dea del Parnaso brasiliano) e a Milano è molto nota per il suo stile moderno e disincantato nell'interpretare astri e configurazioni celesti. Disdegna ciarlatanesche previsioni, limitandosi a sottolineare le caratteristiche individuali per mettere a fuoco pregi e difetti della personalità. Il suo obiettivo è quello di indirizzare verso comportamenti utili per sfruttare le opportunità del momento o aggirare le negatività. Il suo consiglio a tutti i lettori è quello di fare affidamento su se stessi e di fare leva sulle proprie forze perché nulla è regalato.



RAIMA

Complice la Luce

internet: <http://www.raima.it>
E-MAIL: giambruno@raima.it
pagina web: www.raima.it
per informazioni: 0131/945700

Viola d'inverno

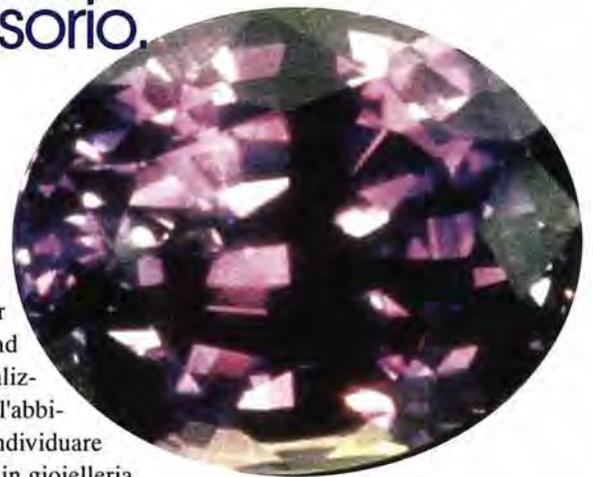
Uno sguardo alla moda e
uno di gioielli che le faranno
da prezioso accessorio.

Qualche suggerimento ci viene dall'Ica (acronimo di International Colored Gemstone Association) che - dopo aver rilanciato negli Usa su vasta scala il rubino e ad aver acceso i riflettori sullo smeraldo - ha fatto analizzare da esperti i colori usati dai grandi stilisti per l'abbi- gliamento del prossimo inverno, allo scopo di individuare delle gemme da accreditare come moda in gioielleria.

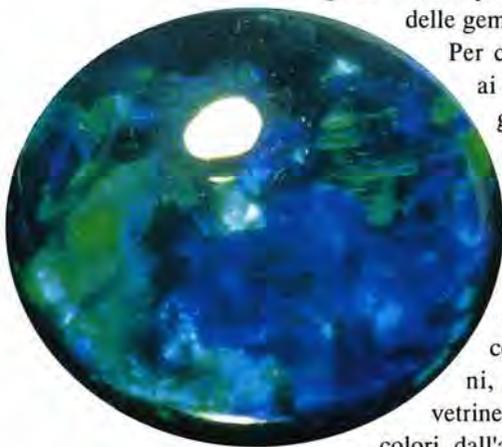
Per cominciare, da abbinare ai neri, ai grigi, e ai marrone eternamente presenti nella stagione invernale, quali pietre se non il viola e il blu violaceo potranno sottolineare l'attualità delle nostre future "mise"?

L'ametista - una tra le gemme più amate - è infatti prevista come regina dell'inverno, ovviamente accompagnata da tutte quelle che fanno parte della gamma blu/viola come certe varietà di zaffiri, tormaline, zirconi, spinelli viola, tanzaniti e così via. Dalle vetrine ci coinvolgeranno però forti richiami multi- colori, dall'arancio al rosso lacca, al giallo oro, al verde ed ecco che la gioielleria potrà esibirsi con la ricchezza delle sue gemme: dal fantastico opale nero all'arancio sgargiante dell'opale di fuoco al giallo del topazio, del corindone e del citrino e tante altre. Consigli non del tutto disinteressati, ovviamente, dato che l'Ica rappresenta commercianti ed estrattori di tutte le miniere del mondo, ma come dar loro torto?

Queste gemme sono belle davvero e, se poco o scarsamente impiegate dai gioiellieri italiani, incontrano invece in altri paesi un successo che dovrebbe far riflettere.



Un raro zaffiro cangiante, qui fissato in una splendida tonalità violacea, e un eccezionale black opal.
Foto di Burt Curren per ICA.





Luciano Cavalli s. r. l.

GIOIELLI

1017 AL

15048 Valenza - Viale Dante, 46/c
Tel. 0131/942682-945360 - Fax 0131/924817

Fiere: Orocapital - Orolevante - Valenza Gioielli



Terzano F.lli S.R.L.

di Ninetto Terzano

520 AL

Viale Dante, 10 - 15048 Valenza (Italy)

Tel. 0131/942174 - Fax 0131/952089



QUAL È LA DIFFERENZA? IL PREZZO.

ⓑ



gioielli in oro e diamanti

Ⓐ



gioielli in oro e cubic zirconia

hori

gioielleria a peso

15048 Valenza AL
Circonvallazione Ovest 30
tel 0131 / 943546
fax 0131 / 952278
Italia

Fiera di Valenza, stand 305

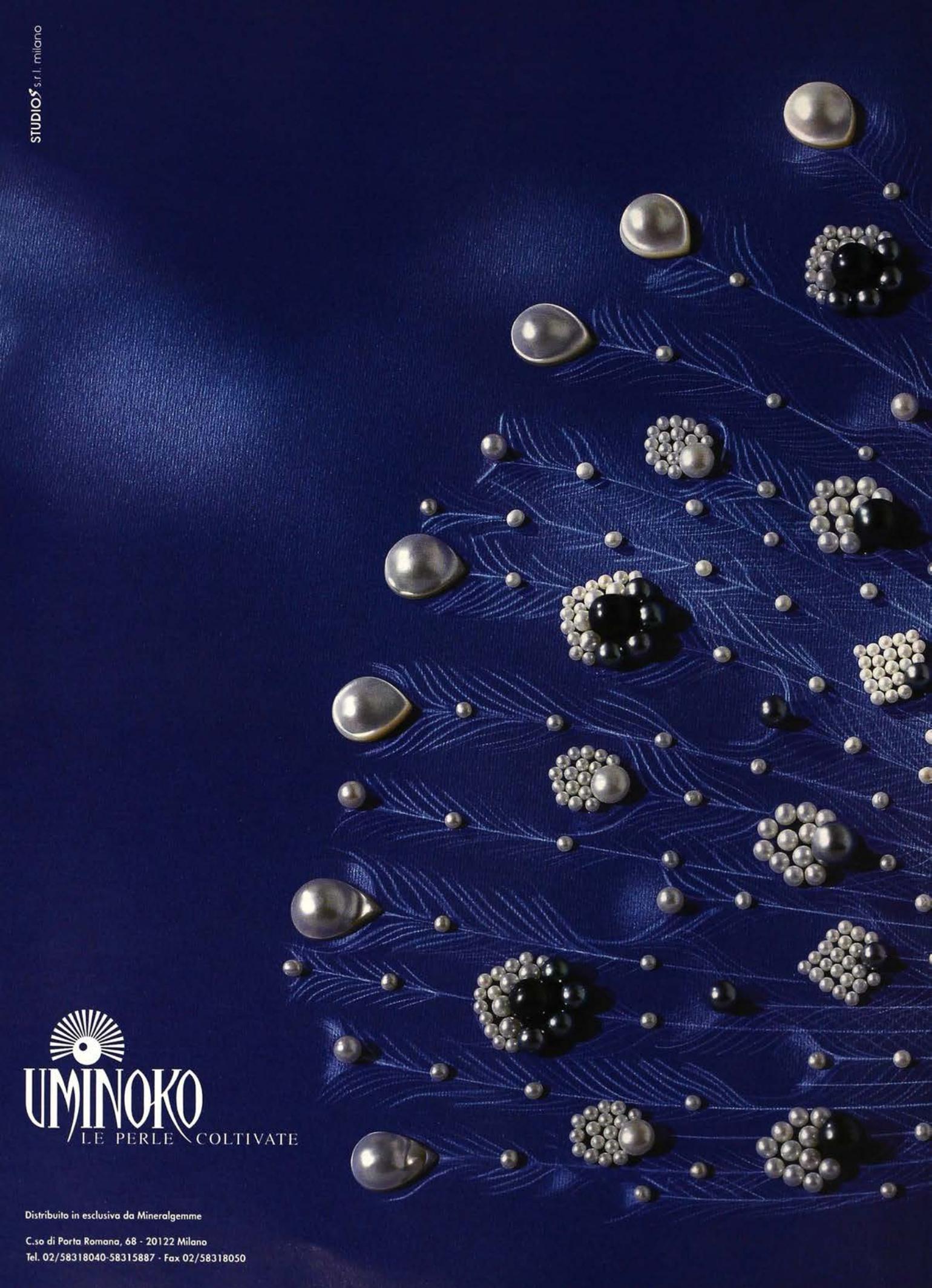
Exclusive Foreign Countries

bob

Arezzo-Vicenza

Fiere:
Vicenza
Basilea
Madrid

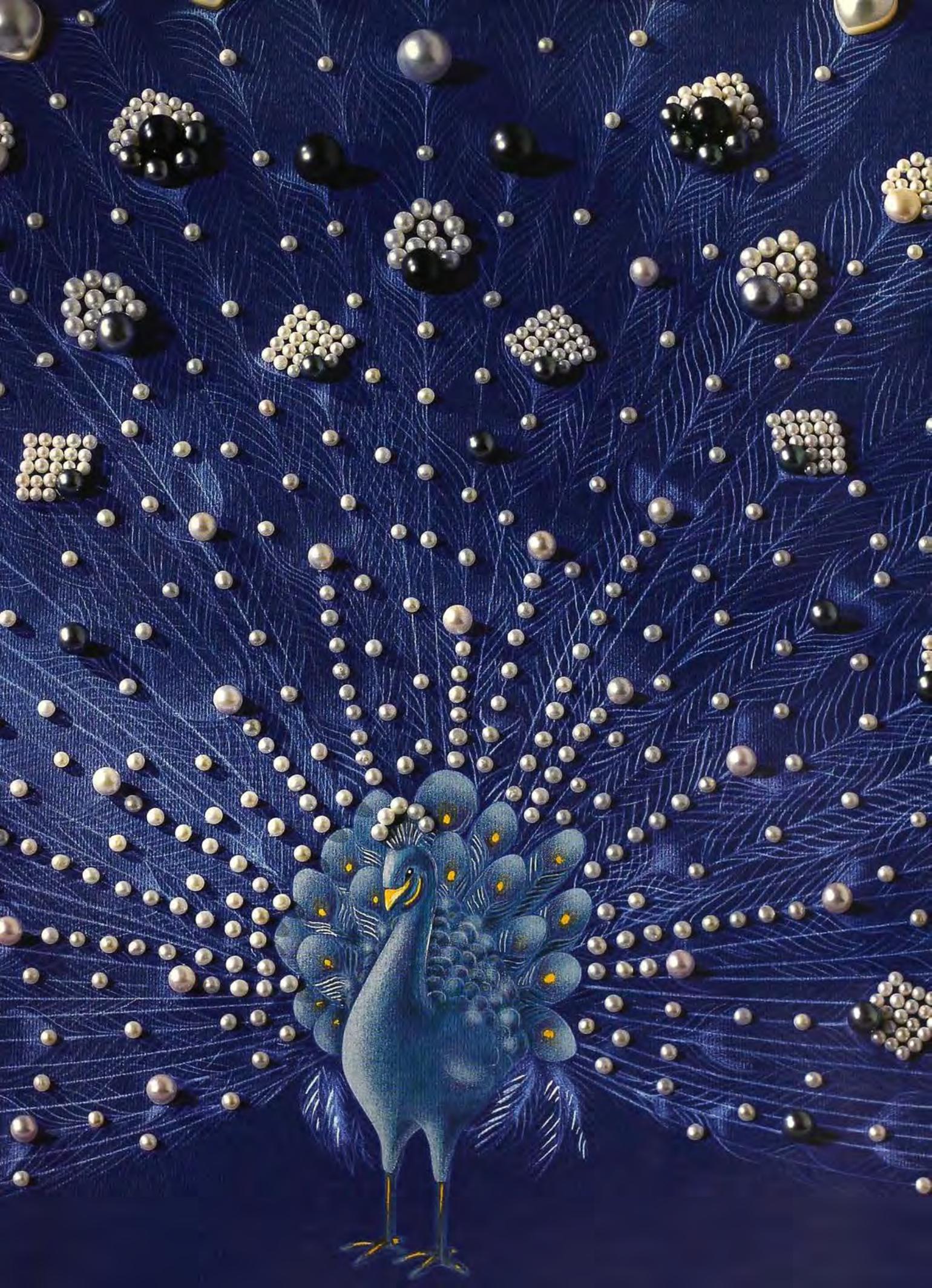





UMINOKO
LE PERLE COLTIVATE

Distribuito in esclusiva da Mineralgemme

C.so di Porta Romana, 68 - 20122 Milano
Tel. 02/58318040-58315887 - Fax 02/58318050





2076 AL

Pasero - Acuto - Pasino
ORAFI



Via G. Carducci, 17 - 15048 Valenza (AL) • Tel. 0131/941108 - Fax 0131/946970

Basel Fair - Halle 223 Stand 321
Valenza - Stand 468/471 • Vicenza - Stand 1809 Pad. G



*Fabbrica Oreficeria
Piacentini*

Fabbrica Oreficeria PIACENTINI di Mauro Piacentini & C. snc
Via Dosso, 5 - Tel. e Fax 0384-800778 - 27020 SARTIRANA (PV)
Fiere: Macef Milano - Valenza

sempre



Ferrari
GIOIELLI

Progetto platino

Inuovi anelli



Le signore conoscono il platino? Una risposta decisamente positiva è fornita da un Istituto di ricerca, la Delfo di Milano, che per rilevare dati aggiornati ha condotto sul tema un'indagine motivazionale.

Il risultato, forse scontato presso le consumatrici meno giovani - che ancora ricordano cronache di favolosi gioielli appartenuti a mitiche star del cinema, a chiacchierate signore della ricca borghesia o a donne fatali per le quali si poteva anche perdere un regno - è indubbiamente carico di diverso significato se riferito ad un campione della generazione compresa tra i 18 e i 24 anni, risaputamente più disincantata. Anche in questa fascia è infatti emerso un atteggiamento più che positivo verso il platino, conosciuto ed apprezzato in tutte le sue caratteristiche e ritenuto perfettamente adatto ad esprimere il concetto di preziosità sia in termini concreti che emotivi.

Decisamente un premio per "Diffusione Platino" l'organizzazione che da anni svolge una intensa attività nell'ambito dell'informazione e della sensibilizzazione a favore di questo aristocratico metallo, alla quale va il merito di aver stimolato e favorito una moda monocromatica e dai riflessi lunari che si è allargata anche all'oro.

Serrate campagne promozionali attivate con criteri moderni e funzionali agli obiettivi hanno dunque portato il platino nelle case di milioni di italiani, con accattivanti immagini veicolate da riviste femminili a grande diffusione.

Per l'imminente stagione di vendita l'accento è stato posto sull'anello, voce merceologica che rappresenta oltre l'80% delle vendite di gioielleria e sicuramente l'oggetto più amato per le valenze affettive in esso implicate e il più indossato per la sua facilità di adattamento a qualsiasi circostanza.

Un nuovo catalogo, ricco di centinaia di modelli realizzati da 46 produttori, costituirà il nucleo sul quale si svolgerà nei prossimi mesi una intensa attività di informazione che culminerà nella diffusione in centinaia di migliaia di copie in abbinamento a testate di moda.

In questo fascicolo pubblichiamo in anteprima una serie dei nuovi anelli in platino, estrapolati dal progetto anelli di Diffusione Platino e che costituiscono una sintesi dei motivi sviluppati in un lungo e variegato percorso stilistico.

Verette ed anelli di platino che riassumono le attuali tendenze: rigorose geometrie e il colore come nota emergente.
Gioj - Rubens

BY DARIO

L'IDEA CHE FA FIORIRE LA PIETRA.

STUDIO S.p.A. milano



GUERCI & PALLAVIDINI
Fabbrica Oreficeria Gioielleria
Via Bergamo, 42 - 15048 Valenza (Italy) - Tel. 0131/942668 - Fax 0131/953807

BIERE: VICENZA - VALENZA - BASILEA: Hall 204 - Stand 521



Mirage

Una nuova esperienza nell'ambito del dettaglio

Ad ogni stagione linee nuove che altri non possono neppure visionare? Sicura esclusiva senza doversi impegnare con rischiose quantità? A prezzi competitivi?

Per alcuni questo miracolo si è davvero materializzato e ne è prova tangibile un marchio che suona allusivo: "Mirage".

Si tratta di una formula squisitamente commerciale elaborata da un gruppo di gioiellieri sparsi sul territorio del centro-nord che in essa hanno ravvisato la possibilità di gestire linee proprie, disegnate in esclusiva per loro, i cui costi di creazione e modellazione possano essere distribuiti in parti eguali tra coloro che compongono il Gruppo, che si è costituito proprio per lo svolgimento di questo programma.

Che nel suo svolgimento - con una descrizione approssimativa - pare estremamente semplice. Tutto ruota intorno a uno stilista - scelto dal Gruppo per le sue esperienze di laboratorio oltre che per la sua risaputa creatività. Nino Bergamino, questo è l'uomo, elabora delle linee e le sottopone ai fruitori di "Mirage" per una prima, elastica selezione.

Più impegnative le decisioni della seconda riunione, quando alla scelta finale viene sottoposto un numero più ristretto di possibilità, tutte corredate da preventivi di costo perché si possano valutare con realismo le possibilità di assorbimento da parte dei rispettivi clienti.

Alla terza riunione i giochi sono fatti. I disegni definitivi vengono affidati a laboratori - quasi tutti valenzani - che vengono scelti in funzione delle rispettive caratteristiche in termini di manualità.

Il laboratorio produce dunque merce commissionata, a costi in precedenza concordati annullando così - o riducendo sensibilmente - ogni finale perplessità. Abbiamo semplificato, naturalmente, perché ogni passaggio implica decisioni, stretti contatti per metterle a fuoco e qualche rischio finanziario, ora non più addebitabile al produttore di turno. Ma la cosa sembra funzionare e i protagonisti di questa vicenda si dichiarano soddisfatti.

Nessuna pubblicità intorno a "Mirage" poiché se l'intera operazione ha anche il dichiarato scopo di abbattere i costi sarebbe insensato gravarli con investimenti di questo genere. La sola forma di comunicazione consiste nella loro esposizione nelle rispettive vetrine, 10 per ora, poiché tanti sono i gioiellieri coinvolti.

Il numero non è elevato perché a questa specie di club appartengono gioiellieri orientati verso una fascia di consumi piuttosto alta e solo uno per città. Naturalmente non si escludono nuove ammissioni, purché si tratti di gioiellerie di uguale livello ad evitare dispersivi allargamenti di tipologia dei prodotti da allestire. Un nuovo modo di affrontare il mercato, dunque, di aggredirlo con chiarezze di idee e incisività d'azione.

Probabilmente - a causa degli investimenti connessi al tempo e ai costi per raggiungere la sede delle riunioni - che di volta in volta può variare - "Mirage" si è arrestata alle soglie del centro Italia ed è un peccato - ammettono gli attuali membri della società, che tanti importanti nomi possano restare fuori.

Nelle intenzioni di chi condivide l'iniziativa, con "Mirage" è coperta una fascia di consumi nella quale è più forte la competizione e più difficile trovare risposte remunerative. Nel campo dei prodotti di livello superiore, invece, quando si deve attingere a gioielli d'avanguardia o personalizzanti, ad espressioni di gioielleria fortemente creativa o di oggetti "haut de gamme" per tutti la risposta sarà sempre una soltanto: Valenza.

Per ora, al progetto "Mirage" hanno aderito:

Bazzani di Casale Monferrato / **Boîte d'or** - Cuneo / **Callegari** - Padova / **Ceccuzzi** - Busto Arsizio / **Citterio** - Milano / **Lamperti** - Rovato / **Olivero** - Torino / **Oppenheim** - Trieste / **Fratelli Piccini** - Firenze / **Trossello** - Aosta.

Per informazioni:

Associazione "Mirage" Tel. e Fax 0142-454696



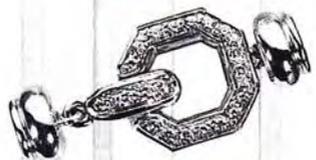
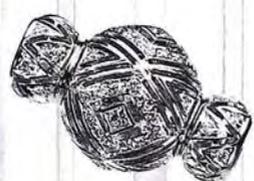
Dal laboratorio di design orafa "Hommage à Jacquot" di Nino Bergamino; studio per una broche "retro."



ZP

Ponzone & Zanchetta s.r.l.

15048 VALENZA (Italy) Circonv. Ovest 90 Te; 0131 - 924 043 Fax 0131 - 947 491
Presenti alle Fiere di Vicenza, Basilea e Valenza.



REALITY..B

A
ADAMAS



E' l'incassatura che fa la differenza: **Adamas** non ha ancora due anni di vita ma già sta raccogliendo i risultati di una politica che ha fatto della perfezione il suo filo conduttore. Del resto, il giovane titolare Antonino Farina si muove a suo agio in laboratorio e ne conosce ogni segreto avendo egli stesso praticato a lungo l'attività di incassatore per le più esigenti fabbriche valenzane.

Il passaggio dal banco dell'orafo alla scrivania dell'imprenditore non ha rappresentato che la logica conclusione di un processo evolutivo nel quale l'autore dei gioielli si trasforma nel loro diretto interprete presso l'acquirente.

Nella trasformazione, l'obiettivo davvero impegnativo è la ricerca di interlocutori qualificati e in grado di apprezzare un gioiello davvero pregevole e per conseguirlo Adamas punta sulle mostre settoriali e sulla comunicazione diretta.

Essenzialità e attualità delle linee, prevalentemente anelli, e garanzia totale del prodotto: queste le sue carte vincenti.

Incassare con stile



ditta Scorcione felice
di Vitale licio
pietre preziose

15048 Valenza (Italia)
Viale Cellini 42/44 - Tel. 0131/941.201
Fax 0131/946.623

Vendita solo a Fabbricanti e Grossisti



Un'attività ininterrotta
da quasi 75 anni.
Tre generazioni al timone dell'azienda,
fondata nel 1918



FORTI EMOZIONI



SERVIZIO CLIENTI
Tel. 0131 - 924 038 Fax 946 727
Fiere: VALENZA - VICENZA - BASEL

Charms

amore mio

Un viaggio, un evento, un gesto, un'abitudine, un hobby: ricordi, emozioni tradotte e riprodotte in ciondoli da agganciare ad una catena, simbolo di eterno legame. Gli inglesi chiamavano charms questi ciondolo-ricordo da regalare all'amata e nell'800 diedero vita ad una seguitissima moda.

Questa loro valenza è stata riscoperta da Roberto Corsico, appassionato ricercatore di espressioni appartenenti alla gioielleria del nostro ieri, che ripropone accanto a quelle del nostro tempo, commercializzandole con la rete **GEAL**. Nella sua cassaforte trovano spazio autentiche opere d'arte uscite da famosi atelier internazionali, ma anche rifacimenti che per rigore di esecuzione e aderenza



ai canoni dell'epoca cui si riferiscono toccano la perfezione. Il passaggio da gioielli autentici pazientemente collezionati presso ogni possibile fonte a quelli riprodotti in laboratori del nostro tempo non è che l'inevitabile risposta alle sollecitazioni dei consumatori altrettanto appassionati a questo genere.

Chi, ad esempio, si era assicurato un autentico paio di orecchini d'epoca desiderava infatti poterli coordinare a una spilla, a un anello o addirittura a un collier per formare un'intera parure. Da qui, l'avvio di una invidiabile specializzazione.

Altrettanto inevitabile fu la materializzazione di idee fissate sulla carta e che in passato non avevano potuto prendere corpo a causa di difficoltà tecniche considerate insormontabili, ora avviate grazie ad aggiornate tecnologie. Come la spilla presentata in questa pagina, ripresa da un disegno originale di Mauboussin, mai realizzata prima d'ora. Identiche le proporzioni, i dettagli e il sapore, anche se le perle hanno sostituito drop di smeraldo.

Un recupero in grande stile, dunque. Un repêchage grazie al quale abilissime mani valenzane ridanno vita e splendore a disegni che forse sarebbero eternamente rimasti tali.

Dove, tutto questo splendore? A Basilea, Valenza e Vicenza, nelle vetrine di GEAL.

Spilla di recente realizzazione, da un disegno di Mauboussin degli anni '20.
GEAL.



EMMETI



M.T. - EMMETI SpA

SEDE: 20122 MILANO - VIA PAOLO DA CANNOBIO, 2

TEL. 02/86464911 - FAX 02/801110

FILIALE: 15048 VALENZA - CIRCONV. OVEST COINOR LOTTO 14/Bb

TEL.0131/941302 - FAX 0131/943241

FIERE: BASILEA - VALENZA - VICENZA



10/10/04
10/10/04



Taverna & C.

15048 VALENZA PO (Italy) Viale Repubblica, 3 - Tel. 0131 - 924340 - Fax 0131 - 947011
We exhibit at: VICENZA - VALENZA - BASEL

Dario Bressan & C. snc

Fabbrica gioielleria 1650 AL

15048 Valenza - Via Trieste, 13

Tel. 0131/924611-946196 - Fax 0131/953068

Fiere: Valenza - Vicenza



I portasterline

Modelli brevettati



DEAMBROGIO FRATELLI SRL

Viale Repubblica, 5/H - 15048 VALENZA PO - Italy - Tel. e Fax 943 382
Fiere: VICENZA - VALENZA - BASILEA - TOKYO

Dedicata a **Vicenza**

Una sede più che legittima, quella della **Fiera di Vicenza**, per un **convegno-dibattito** sull'**artigianato orafa** della provincia di **Vicenza**.

Un'occasione che ha anche sollecitato la curiosità di ripercorrere con gli amici artigiani orafi vicentini il tracciato della loro straordinaria presenza nei secoli - sottolineata in una bellissima brochure dalla quale abbiamo isolato i passi qui di seguito trascritti.

L'arte "del fare l'oro" in Vicenza ha origini remote. Ha probabilmente avuto inizio fin dai paleo veneti; sicuramente era presente già nell'età longobarda.

Nel 1352 il consiglio cittadino approvò il 1° statuto della corporazione degli orifici a cui potevano curiosamente appartenere i pochi "eletti" con precisi requisiti: dimostrare condizione agiata, aver lavorato per almeno 4 anni in una bottega orafa, essere in grado di realizzare un monile d'oro, solitamente un anello. Negli anni la fama e il prestigio dell'arte orafa vicentina si espandevano oltre i limitrofi confini, tanto da richiamare maestri orafi da Venezia, Padova e Verona, da tutta l'area dell'Italia del nord e anche dalla Francia e dalla Germania.

Il patrimonio culturale e tecnico della città si arricchiva così di nuove influenze e la produzione orafa di Vicenza di nuove tipologie di lavorazione.

Più tardi fu inevitabile l'istituzione di un organo di controllo che smascherasse frodi e raggiri. Nacque così la figura del "gastaldo" con il compito di controllare

e supervisore. Norme severe regolarono le attività delle botteghe orafe e la periodica ispezione del gastaldo su bilance, titoli e pesi (il saggio si effettuava con il metodo della tocca sulla pietra di paragone), scoraggiò i lestofanti. In ogni caso ai "mastri" artigiani orafi era vietato emigrare ed esercitare altrove la propria arte. Nei primi anni del XVI secolo, dopo la disfatta della Serenissima, anche Vicenza conobbe gli orrori delle invasioni e dei saccheggi.

Nel 1536 la "franglia degli orifici" era ridotta a 5 componenti. In quel tempo esercitò la sua arte Valerio Belli: uno dei più grandi e raffinati maestri orafi vicentini. Gloriatosi e immortalato dal Vasari egli fu senz'altro un incisore dei più famosi realizzando magnifiche opere per principi, papi e potenti dell'epoca. Molte di queste opere sono andate perdute ma alcune sono conservate anche nel Museo della città di Vicenza. Malgrado le calamità l'artigianato orafa continuò a progredire e proliferare rapidamente e già nel 1800 la produzione dell'oro lavorato superava i 100 chili all'anno per toccare agli inizi del '900 i 2.500 chilogrammi.

Tocca a stella.
Da una collezione privata di Vicenza.



SPIRIT OF CHALKS LINE®

by
Staurino Fratelli
VALENZA

SERVIZIO CLIENTI

0131•943137 - fax 0131•952908

AGENTI:

NORD-EST: 0336•572645

NORD-OVEST: 0338•6992193

TOSCANA E UMBRIA: 051•6446000

CENTRO: 06•3226581



Tutti i modelli della linea CHALKS LINE® sono depositati



SERVIZIO CLIENTI

0131•943137 - fax 0131•952908

AGENTI:

NORD-EST: 0336•572645

NORD-OVEST: 0338•6992193

TOSCANA E UMBRIA: 051•6446000

CENTRO: 06•3226581

SUNFLOWER
COLLECTION

by
Staurino Fratelli
VALENZA

Tutti i modelli della linea SUNFLOWER® sono depositati

Gruppo  **GIVAL.** Valenza
gioielli



£. 468.000



£. 568.000



£. 538.000

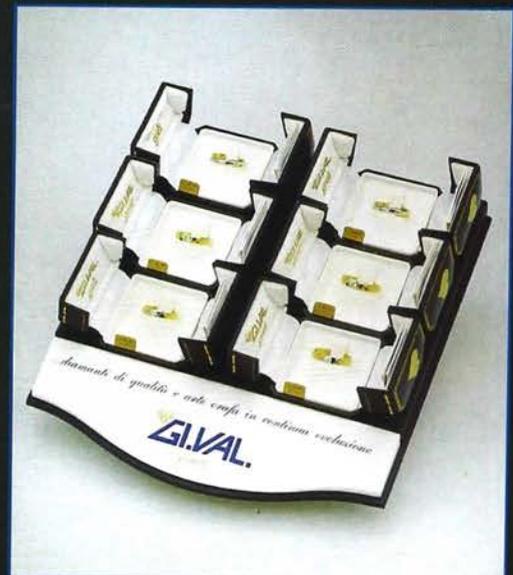
ORO 750‰ E BRILLANTI



£. 598.000



£. 325.000



£. 478.000



Ufficio Commerciale: 21100 VARESE
Via Magatti, 7 - Tel. 0332/830719
Fax 0332/234081
Fabbrica: 15048 VALENZA (AL)
"CO.IN.OR." 14 B/b n°33b
Tel. 0131/953433 - Fax 0131/928693

il Gruppo



Testo a cura di GI.VAL. Gioielli

Il meglio di quanto può proporre la produzione orafa valenzana per lavorazione e materiali preziosi e un alto livello di qualità e di servizi: queste sono le caratteristiche dei prodotti del Gruppo **GI.VAL.** Gioielli, i cui soci nel mercato operano da oltre vent'anni. Oro giallo e bianco, platino, diamanti e pietre preziose sono i protagonisti di una vasta gamma di anelli, orecchini, girocolli, ciondoli, tutti di produzione propria.

Sono tre i principali punti di forza dell'azienda valenzana: i severi controlli di qualità cui viene sottoposto ogni singolo gioiello; il certificato di garanzia internazionale che accompagna i diamanti; la politica del prezzo imposto al pubblico, un prezzo trasparente che varia dalle 200 mila lire al milione e mezzo. All'amministrazione, ai contatti con l'estero ed alle relazioni esterne si è collocato uno dei soci, Girolamo Nucifora, da anni attivo in questo ambito, mentre, grazie alla competenza che gli è derivata dall'esperienza col mercato, Antonio Monaco ha assunto la direzione commerciale.

Al socio Antonio Dini è stata demandata la responsabilità

della produzione e la scelta è stata motivata dalla sua lunga presenza quale produttore in area valenzana. Al Socio Maiorana Carmelo la direzione tecnica e il controllo qualità.

Grazie a una rete capillare di 24 rappresentanti sul territorio nazionale, in contatto diretto con i punti vendita, Gi.Val. da sempre è in grado di "controllare" le esigenze dei consumatori e, allo stesso tempo, di offrire un servizio efficiente al dettagliante, fornendogli espositori da vetrina, packaging raffinato, manifesti e vetrofanie per promuovere le vendite. La scelta del "prezzo imposto", oltre a essere uno dei pilastri della filosofia commerciale del Gruppo, si è dimostrata vincente non solo in Italia ma anche nei mercati esteri, come Svizzera, Spagna, Gran Bretagna e Germania.

L'azienda partecipa alle principali manifestazioni fieristiche italiane ed europee: Macef di Milano, Orolevante a Bari, Vicenza, Sicilia Oro a Taormina, Iberjoya a Madrid, Basilea, Inhorgenta, a Monaco di Baviera.

E' disponibile un ricco catalogo.

Oggetti appartenenti
a diverse linee
di Gruppo **GI.VAL.**

BASILEA: Halle 204/122
MACEF: Pad. 33/B 13
VICENZA: Pad. C/2124-2125
VALENZA: 255-256-259-260
BARI: Pad. 3/80

STUDIO PHOTOCHROM-VALENZA



1922 AL

salvatore arzani

gioielli e preziosi

via del vallone, 2 - 15048 valenza, italy
tel 0131/943141-924835
fax 0131/955308

Valenza:

4-8 Ottobre
L'appuntamento con la migliore
produzione italiana di gioielleria

La Mostra d'ottobre non è certamente l'unica occasione per incontrare i gioiellieri valenzani. Infatti, a Basilea, Vicenza, Milano e in numerose altre analoghe manifestazioni la loro presenza è sempre anche numericamente significativa, sollecitata perché ovunque porta innegabile lustro.

Ma a Valenza, in un'atmosfera diversa da tutte le altre, raccolti in una dimensione razionale, disposti su un percorso efficiente che non logora il visitatore, gli artigiani di questa città mostrano una compattezza che altrove è negativamente stemperata tra spazi a volte esorbitanti e presenze non sempre pertinenti.

Solo qui, isolati da ogni altro genere di prodotto, i loro gioielli possono manifestarsi con incredibile splendore, esplodere per ricchezza di proposte, così differenziate stilisticamente e nel contempo così squisitamente fedeli ad un'unica matrice artistica. E' l'ultima opportunità dell'anno per visionare le novità più recenti ed assicurarsene l'esclusiva; per scoprire tra migliaia di oggetti le forme più originali, i disegni più singolari, per garantire alla propria clientela scelte meditate e personali. E, soprattutto, per verificare con quale impegno i produttori di questa città orafa sanno rispondere alle difficoltà del mercato ed offrire a prezzi competitivi smaglianti soluzioni per ogni fascia di consumo. A Valenza, dunque: i suoi "Maestri Orafi" sono sempre pronti a stupirvi.

Per informazioni:

Associazione Orafa Valenzana: Tel. 0131/941851 - Fax 0131/946609

Prenotazione alberghi, ristoranti, viaggi e taxi gratuito dall'aeroporto:

Gold Travel - Tel. 0131/924971 - Fax 0131/946707

Valenza:

4-8 October
your date with the world's
most famous jewelry.

The exhibition in October will certainly not be your only opportunity to meet Valenzan jewelers. Basel, Vicenza, Milan and many other places, where important shows are held, will bask in the aura of prestige that accompanies these artist-artisans, wherever they go.

But in Valenza, gathered together in a rational dimension, along an efficiently planned route that won't wear the visitor out, these master artisans show a compactness that is negatively watered down, elsewhere, among too many booths and presences that have nothing to do with Valenza jewels. It is only here, in Valenza, isolated from every other kind of product, that their jewels are set off in all their incredible splendour in an explosion of masterpieces, each different in style from all the others, yet faithful to a single artistic mother lode.

Valenza, therefore, is the place where you can see the latest novelties and be sure of getting exclusive items, and where you will discover, among thousands of pieces, the most original shapes and unique designs, to ensure your clientele of carefully thought-out, custom-made items. Best of all, you can see for yourself the extent to which Valenza jewelers are committed to responding to the ups and downs of the market, going to any lengths to offer riveting solutions for all consumers segments.

So off to Valenza, where Master Jewelers are waiting to show you creations you never dreamed could exist.

For information: Associazione Orafa Valenzana - Tel. 0131/941851 - Fax 0131/946609

Hotel reservations, restaurants, travel and taxi free of charge from the airport:

Gold Travel - Tel. 0131/924971 - Fax 0131/946707

milleottantasette
XX
EDIZIONE
D'AUTUNNO
4-8
OTTOBRE
1997
VALENZA,
PALAZZO
MOSTRE
VALENZA GIOIELLI
VALENZA: IL VALORE DELLA TRADIZIONE NELLE MANI DEL FUTURO
VALENZA,
PALAZZO
MOSTRE
Informazioni
AOV SERVICE S.R.L.
TEL. 0131-941851 - TEL. 0131-946609
PALAZZO MOSTRE
TEL. E FAX 0131-9461
RISERVATO AGLI OPERATORI DEL SETTORE

Preludio al 30000



Lorenzo Terzano, Presidente AOV.

Nel corso di una affollata assemblea, l'Associazione Orafa Valenzana ha coinvolto i suoi Soci anche nella delineazione degli scenari in cui Valenza si troverà ad operare. Marco Botta

Giovedì 24 luglio, giornata antecedente la festività di San Giacomo, Patrono di Valenza, e momento tradizionalmente destinato alle ultime operazioni aziendali prima delle ferie estive, l'Associazione Orafa Valenzana ha organizzato, presso il Palazzo delle Mostre, l'Assemblea annuale dei Soci 1977. Un'Assemblea anomala in quanto dedicata non solo agli adempimenti statutari, quanto piuttosto alle delineazioni degli scenari nazionali ed internazionali in cui è calata la realtà orafa valenzana.

Aperta dalla relazione morale del Presidente AOV Lorenzo Terzano, che ha tracciato un quadro generale delle strategie a lungo e medio termine e delle attività nelle quali l'Associazione è stata impegnata mettendo in risalto alcuni passaggi fondanti quali il rapporto con l'Università, quello con il Ministero degli Esteri e le realtà istituzionali, il valore ed il significato attribuito alla formazione - campo dove l'AOV ha dato vita recentemente ad uno specifico Consorzio - l'Assemblea è stata guidata nell'incontro con gli scenari internazionali delle reti lunghe e della concorrenza fra sistemi.

La brillante relazione del Direttore AOV Dr. Germano Buzzi - anche in qualità di responsabile del neonato centro studi e documentazione dell'AOV - con l'ausilio di una trentina di lucidi ha fotografato la situazione del comparto orafa sia nella sua dimensione mondiale che in quella nazionale e valenzana.

La relazione di marketing strategico del Dr. Buzzi - di cui riportiamo ampia sintesi - ha costituito la premessa all'intervento dell'architetto Augusto Cagnardi dello Studio Gregotti Associati

International, che ha illustrato all'Assemblea e agli autorevoli ospiti presenti il progetto del nuovo Palazzo Mostre.

Il progetto che prevede un tempo di realizzazione fissato tra i dodici ed i diciotto mesi, parte dalle osservazioni fondanti:

- inserire un nuovo palazzo poli funzionale nell'ambiente cittadino offrendo alla città una soluzione che aumenti la vivibilità generale;

- creare una struttura espositiva che sappia trasmettere l'idea di preziosità di quanto in essa viene presentato mantenendo inalterate le sue caratteristiche di polifunzionalità indispensabili per salvaguardare le esigenze e le economicità, efficacia e fruibilità dell'iniziativa.

Sinteticamente il progetto Gregotti prevede su un'area di circa 22.000 metri quadrati:

a) la creazione al piano strada di un'area verde caratterizzata da alcuni elementi architettonici - cupola, laghetto, anfiteatro, labirinto - che sono espressioni di elementi presenti ai piani sottostanti;

b) la struttura espositiva posta a circa sei metri sotto il livello stradale è caratterizzata da elementi che conducono luce direttamente all'esterno. Su una superficie di circa 14.000 metri quadrati potranno essere ospitati circa 360 stand (m 4 x 4). La struttura per la sua conformazione, ha la possibilità di essere utilizzata anche parzialmente ed è destinata ad ospitare permanentemente uffici di supporto alle manifestazioni fieristiche ed ai servizi correlati alla categoria orafa;

c) un secondo piano interrato sarà destinato a parcheggio e magazzino.



Il Presidente AOV Lorenzo Terzano, infine ha condotto l'assemblea verso alcune riflessioni proposte dagli autorevoli ospiti presenti. Il Presidente della Cassa di Risparmio, dr. Gianfranco Pittatore ha assicurato l'interesse dell'Istituto di credito e della Fondazione nei confronti di Valenza e dei suoi progetti, articolati sia verso la cultura e quindi verso l'iniziativa museale che verso il momento commerciale e di marketing rappresentati dal nuovo palazzo esposizioni.

Un palazzo che dovrà avere un riflesso su tutta la provincia divenendo un motivo di unione tra i diversi centri produttivi, commerciali e culturali delle nostre realtà territoriali. Così si è espresso il Presidente della Provincia di Alessandria, dr. Fabrizio Palenzona che anche in qualità di Presidente Cofisal, ha promesso attenzione alla progettata struttura polifunzionale e alla sua complessiva, ma articolata gestione.

I pareri positivi espressi da questi autorevoli rappresentanti delle istituzioni, sono stati condivisi anche dal Sindaco di Valenza, Germano Tosetti, che ha sottolineato come il progetto si inquadri in un miglioramento strutturale di cui la città sente e ne avverte il bisogno e come l'iniziativa vada a vantaggio del comparto orafa ma anche della qualità della vita in genere. Al termine di questi graditi interventi il Presidente Terzano ha invitato l'ospite d'onore, prof. Giuseppe De Rita, Presidente del CNEL, a esprimere all'Assemblea il suo parere relativamente alle attese del distretto orafa valenzano.

Il prof. De Rita con profonde analisi e con grande capacità di sintesi ha posto tre ordini di riflessioni dal cui esame e soluzione dipenderà lo sviluppo del comparto:

- 1) il passaggio generazionale che incombe in gran parte delle aziende sviluppatesi negli ultimi trenta/trentacinque anni;
- 2) la capacità di passare dalla frantumazione aziendale che risultava essere punto di forza del passato ad una capacità di merger - fusione di aziende indispensabile per affrontare le attuali complesse dinamiche commerciali;
- 3) il ripensamento della mostra che non può essere più soltanto luogo di scambio commerciale vero e proprio ma anche un marchio esportabile in realtà in sviluppo che sappia dare il segno, il valore, la diversità, l'identità in ogni luogo della rassegna italiana e valenzana.

Sulle parole del Prof. De Rita che costituiscono uno stimolo a mantenere attiva la volontà di studio e progettazione del futuro e sulle riflessioni conclusive del Presidente Terzano - che ha ribadito come alcuni dei suggerimenti di De Rita siano già stati fatti propri da Valenza - l'Assemblea dei Soci AOV si è formalmente conclusa ma in realtà si è aperta con il dibattito e lo scambio di opinioni che prosegue tuttora.

All'Assemblea dell'AOV hanno presenziato esperti di economia di mercato studiosi e personalità, più che mai vicini a Valenza ed interessati al ruolo che questo centro produttivo sta ridisegnandosi.

Tra gli altri: l'arch. Augusto Cagnardi, che ha firmato un progetto per la nuova sede di "Valenza Gioielli"; il Prof. Giuseppe De Rita Presidente del CNEL; Fabrizio Palenzona Presidente dell'Amministrazione Provinciale; il Dr. Gianfranco Pittatore, Presidente della Cassa di Risparmio di Alessandria; Germano Tosetti, Sindaco della città.

Spazio ai numeri

Le elaborazioni dell'Ufficio
Studi dell'AOV nella
relazione del suo direttore,
Dr. Germano Buzzi

La relazione dell'ufficio studi AOV, tenuta dal Dr. Germano Buzzi, ha introdotto i lavori assembleari offrendo alla riflessione una serie di dati e di analisi quantitative. Sono state illustrate tre serie di dati sia tratti da qualificate fonti che di autonoma elaborazione dell'Ufficio Studi AOV.

In particolare il primo lucido proiettato (fonte Ceris / CNR) ha subito posto in risalto il rilievo del settore "gioielli" che si pone al quarto posto tra i primi gruppi di prodotti italiani nelle esportazioni mondiali con una quota di mercato del 36,6%. **(Tavola I)**

I primi gruppi di prodotti italiani nelle esportazioni mondiali (Quote di mercato %)

	Tavola I
Piastrelle in ceramica	56,9
Pietre da costruzione	54,6
Lavatrici	37,9
Gioielli	36,6
Stoffe di seta	31,2
Macchine per legno e ceramica	31,0
Tessuti di lana	30,3
Maglioni	29,3
Sedie	29,1
Frigoriferi	28,9
Calzature in pelle	28,5
Borse	27,3
Montature per occhiali	26,0
Calzature in gomma e plastica	25,8
Uva fresca	25,2
Mobili in legno	24,5

Valenza: scenari della domanda e dell'offerta di gioielli **Tavola 2**
 Ipotesi di evoluzione qualitativa della domanda di
 oreficeria-gioielleria nel mondo

Oreficeria/Gioielleria

Alla ricerca dell'equilibrio

MATERIA PRIMA

FUNZIONE

Valore

Tradizione

Ornamento

indistruttibilità
 rarità
 unicità
 ricchezza
 eternità
 potere
 mito

religione
 rito
 cultura
 superstizione
 simbolo

decorazione
 status
 distinzione
 miglioramento
 moda
 design
 arte

Culture: Araba, Asiatica
 Indiana

Culture: Latina
 Paesi emergenti

Culture: Occidentale,
 Giappone

Titolo elevato

Titolo elevato

Titolo medio/basso

Ha fatto seguito una serie di esemplificazioni grafiche a cura di World Gold Council, tratte dal seminario "La gioielleria valenzana: domanda ed offerta oltre il 2000" tenuto a Valenza dal Dr. Fabio Torboli (vedere ad esempio la **Tavola 2**, concernente ipotesi di evoluzione qualitativa della domanda di oreficeria-gioielleria nel mondo).

La seconda tranche di dati ha messo a fuoco la struttura del settore produttivo di Valenza con serie storiche dell'andamento demografico, elaborazioni e raffronti dei dati sulla ripartizione della popolazione per settori di attività, l'acquisito livello, per Valenza, di seconda città industriale della provincia; sono stati anche proiettati ed analizzati dati sul PIL del distretto valenzano, comprendente dieci comuni, sul numero delle imprese, sulle attività del sistema bancario (la **Tavola 3** concerne la struttura dell'occupazione nell'evoluzione dei tre ultimi censimenti).

La terza serie di dati con un'analisi del mercato italiano e delle sue peculiarità distributive ha interessato il sistema fieristico (fonti principali: dati De Beers, Promoro e World Gold Council; la **Tavola 4** propone una esemplificazione visiva - forzosamente approssimata - della distribuzione delle frequenze relative alle vendite per "fascia", dalla piramide degli anni '50 alla omologazione degli anni '70, alla disomologazione dei consumi nella "clessidra" degli anni successivi alla Guerra del Golfo).

I ruoli nuovi ed incisivi per manifestazioni fieristiche connesse ai distretti produttivi sono emersi come opzioni di sviluppo nel contesto di qualità del prodotto, di comunicazione del nesso polo-produttivo-polo commerciale-polo tecnologico.

Comune di Valenza: **Tavola 3**

la popolazione attiva in condizione
 professionale per settori
 (composizione percentuale)

Anno	Agricoltura	Industria	Terziario
1971	5,32	68,55	26,13
1981	2,92	60,78	36,30
1991	1,76	59,60	38,64

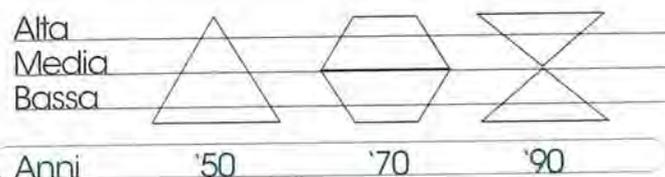
Raffronti per il dato più recente

Alessandria	2,46	30,30	67,24
Casale Monf.	3,85	42,09	54,06
Tortona	3,28	35,14	61,58
Novi Ligure	1,90	40,09	58,01
PROVINCIA	7,90	38,10	43,00

Elaborazione su dati Istat dei censimenti

Frequenze relative delle vendite **Tavola 4**

Fasce di prezzo

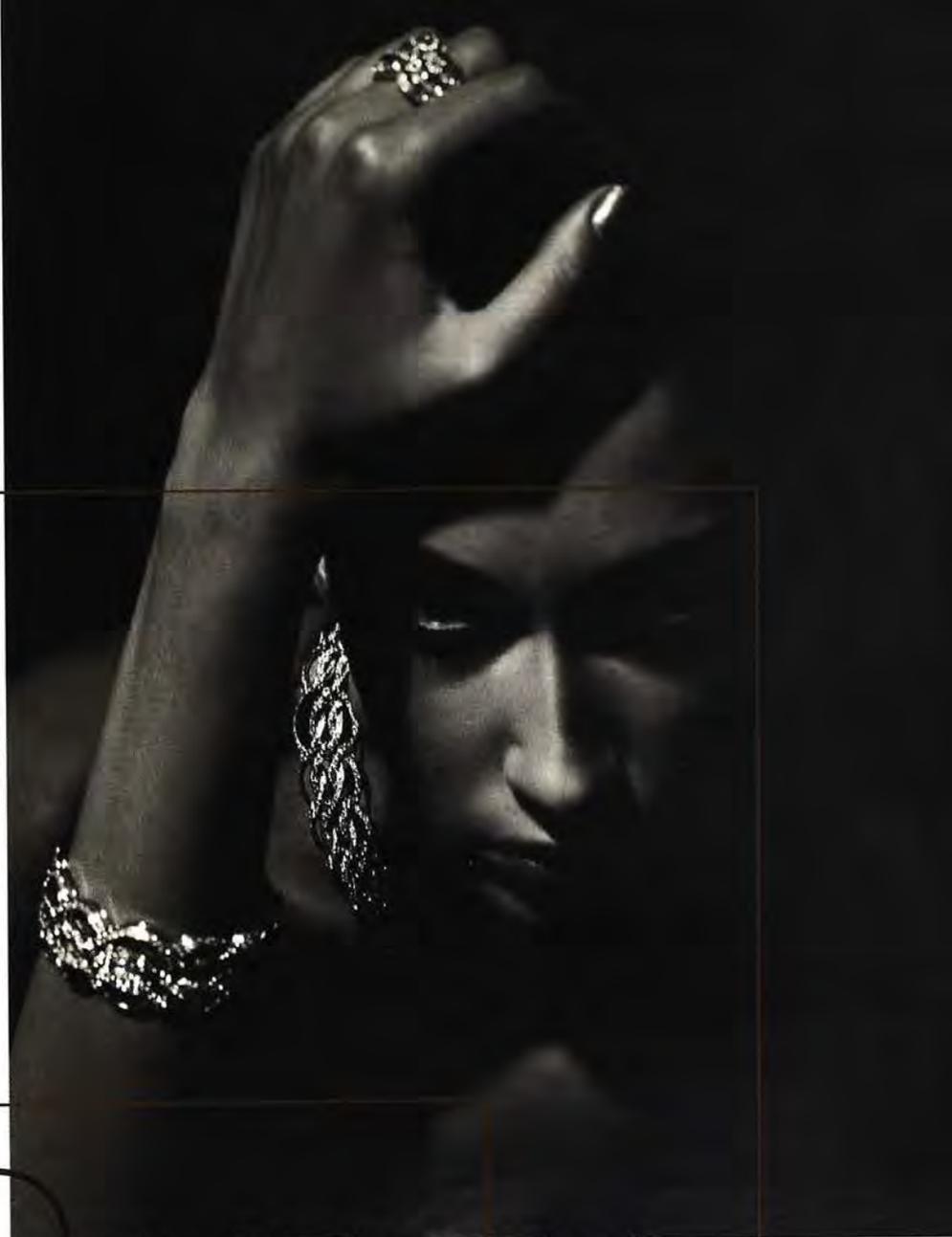


Elaborazione AOV da "Il Sole 24 Ore"



Elongated, almond-shaped
ovals clamber after one
another over several layers,
breathing life and movement
into a sumptuous necklace,
partnered by bracelet and ring.

Ovali allungati a mandorla
disposti su più strati si rincor-
rono dando vita e movimento
ad un sontuoso collier, com-
pletato da bracciale e anello.
ORO TREND



neo geo

Un po' aggressivi, sicuramente vistosi, i gioielli più nuovi sembrano rispondere ad una comune corrente: geometrismi! E su questo stimolante tema i giochi si fanno infiniti, le interpretazioni più personali che mai, sospese e ondegianti tra richiami neoclassici e incontenibili inclinazioni verso non meno allettanti esplorazioni del presente. Estrema soggettività, dunque, per geometrismi in assoluta libertà, decisamente nuovi: neo geo, appunto.

Foto di Davide Tama

Rigourously square links,
welded into mesh that turns
into a bracelet. The leitmotiv
is offered in metal only or
enriched with small diamonds.

Maglie rigorosamente quadrate,
saldate in una rete che diventa
bracciale. Il leitmotiv è proposto
in solo metallo o impreziosito
da piccoli diamanti.
PREZIOSISMI



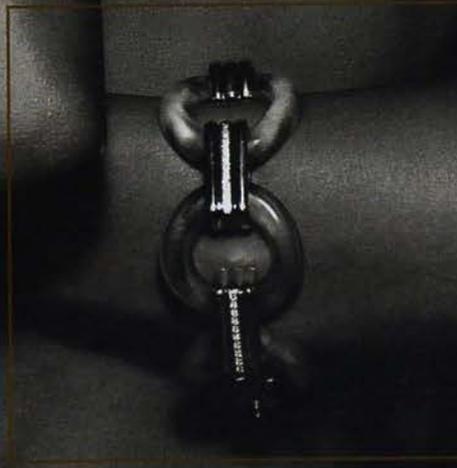
Spiral movement with a commanding presence winds around the neck to form a superb necklace.

Movimento elicoidale di forte presenza che si avvita intorno al collo formando un superbo collier. Oro bianco e diamanti.
SALVATORE ARZANI





Carved out of rock crystal, oval and circular shapes chase each other around bracelets with a stunning impact. Small bars of white gold and diamonds.

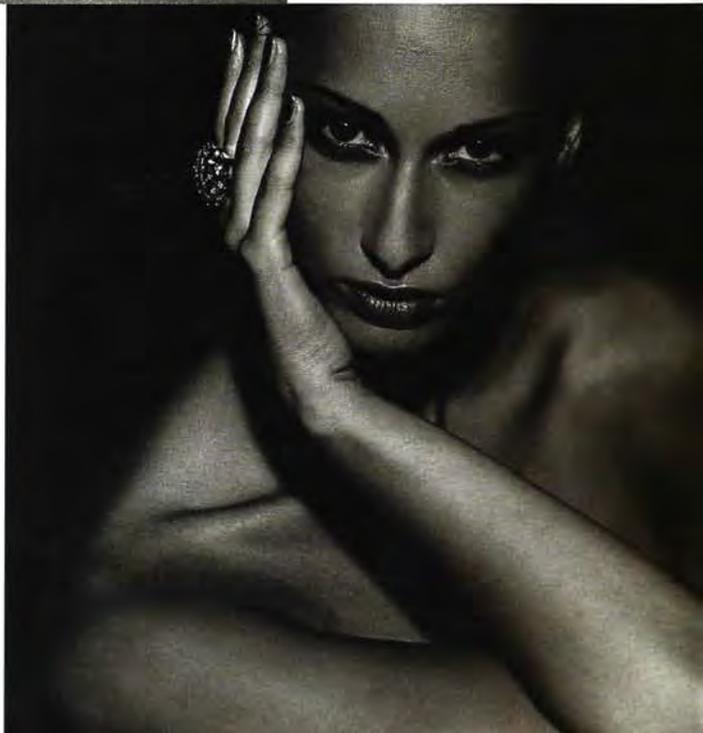


Scolpiti nel cristallo di rocca, forme ovali e a cerchio si inseguono in bracciali di grande effetto. Barrette di oro bianco e diamanti.
NINO VERITA'



A rounded span in the form of a hoop is perforated with the lacework of dozens of triangles. A design that's as hot as a pistol has flowered into a rich series of items.

Lastra bombata a forma di cerchio, che rivela decine di triangoli in essa abilmente traforati. Un design decisamente attuale, sviluppato in una ricca serie di oggetti.
ORLOW



A close-up photograph of a woman with her eyes closed, wearing a dark blue, possibly velvet, dress. She is holding the fabric of the dress near her neck. A multi-strand necklace made of circular diamond links is draped across her shoulder and chest. The lighting is dramatic, highlighting her skin and the facets of the diamonds.

Even the most fragile little flowers can be marshalled into geometric effusions. In this triad, pink and yellow diamonds beat out a rhythm of today's hottest colours.

Anche i più delicati fiorellini sono ricondotti ad espressioni geometriche. In questa triade, diamanti rosa e giallini ritmano i colori più in voga.
FRATELLI STAUERINO

neo geo

On the aggressive side, so you can't miss them, the latest jewels would seem to mirror a common trend - geometrics! An infinite number of effects can be produced on this exhilarating theme, interpretations that are more highly customized than ever, hovering between neoclassical quotes and an irrepressible yearning for no less enticing explorations of the present. The ultimate in subjectiveness, therefore, for free - and - easy geometrics that are nothing if not new-neo geo.



Rectangular shapes encompass hundreds of small diamonds arranged in ingenious compositions and geometric interplays.

Sagome rettangolari racchiudono centinaia di piccoli diamanti disposti secondo compositi e piacevoli geometrismi.
CARLO BARBERIS & C.

Rigourously linear bracelets hug the wrist with spectacular flare. Sand-strewn white and pink gold.

Bracciali di rigorosa linearità che abbracciano il polso con grande evidenza. Oro sabbaiato bianco e rosa. G. VERDI & C.

Abiti di Massimo Degli Innocenti e Paola Frani.





Una nuova, eccitante, coinvolgente avventura col platino, protagonista di una ricca collezione di anelli per la prossima stagione. Un'eterogenea passerella sulla quale sfilava la creatività dei migliori orafi italiani.

Foto di Sandro Sciacca

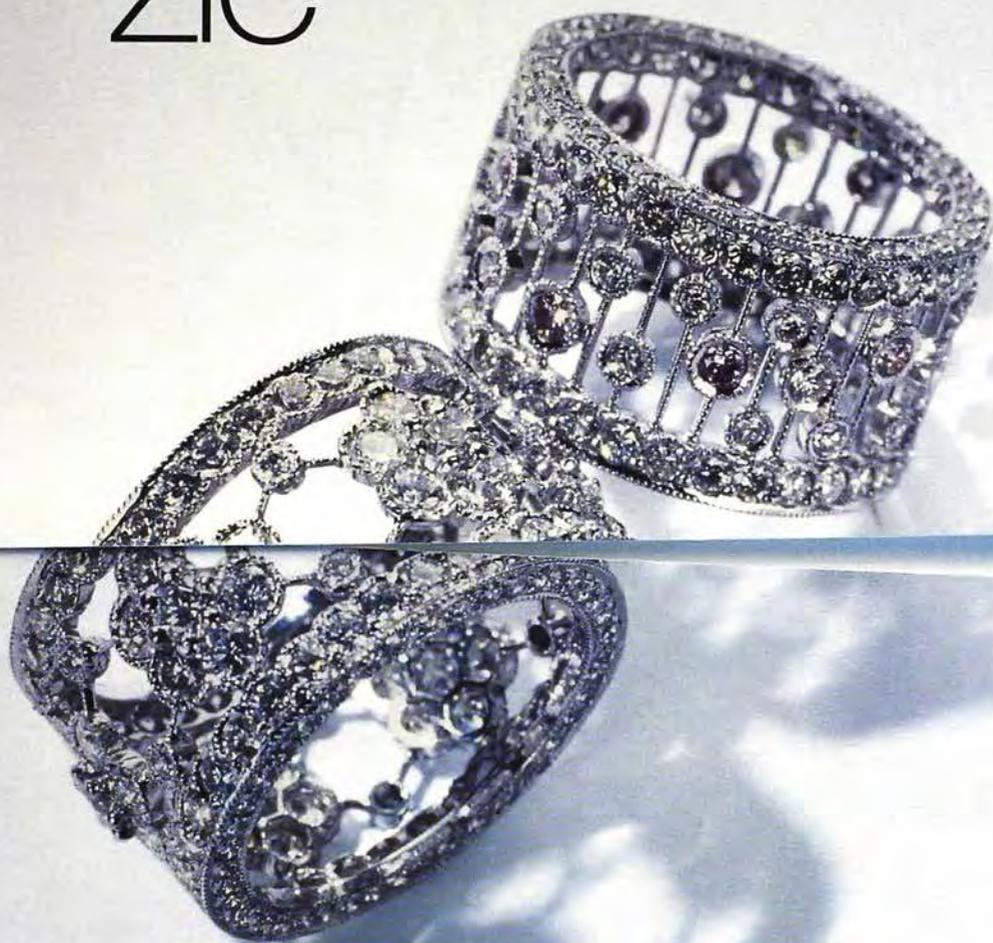
Plati
num
puz
zie

Perle e platino.
Un incontro
stimolante, come
in questi anelli
creati da
Pieffe (in alto)
Favero e Platina.

Pagina accanto.
Ieri e domani:
con il platino,
misurate
rielaborazioni
di temi déco e
forme asimmetriche
sottolineate
da zaffiri.
Reposi (in alto)
e **Poiello**.



Plati num pu zie



Effetto trina.
Platino ridotto
a sottilissimi
fili in due fasce
che rivelano
una manualità
d'alta scuola.
Piero Milano.

Pagina accanto.
Volumi: grande
fascia, romantiche
allusioni e remake
di una classica
chevalière.
Oggetti in platino di
Giò Caroli (in alto)
Recarlo e Antilope.



Il tema non cambia: ancora metallo bianco e ancora diamanti. Sempre diverse le interpretazioni, che restituiscono alla materia un'originalità che si rinnova in ogni gioiello. Dettagli che diventano moda.

dettagli e dettagli e dettagli

Foto Famigliatrentotto





sovrapposizioni sovrappo

Ring and earrings
are built on a pair of
overlapping strands.

Anello e orecchini
costruiti sul motivo
di due fasce che si
sovrappongono.
RECARLO



Lustrous bands and surfaces alternate with diamond inlays in a delightful profusion of ideas.

Un'alternanza di superfici lucide e bande con inserti di diamanti si moltiplicano in una gradevole serie di oggetti.
MICHELE RINALDI

idee
multiple

a tutto tondo

The flawlessness of a circle is reiterated dozens and dozens of times in a sober necklace matched by a pair of earrings.

La perfezione del cerchio ripetuta decine e decine di volte nella sobria parure che comprende anche gli orecchini.
FRANCESCO CURCIO



details details details

The theme hasn't changed: it's still white metal and, of course, diamonds. No matter how it's interpreted, the material retains an originality that gets a fresh look in every jewel. Detail work that creates fashion.



Stunning proof of highly skilled workmanship, tiny perforations lighten up spaces held in thrall by diamonds and a turquoise.

All'insegna di una esper-tissima manualità, minuscoli trafori alleggeriscono gli spazi sui quali svettano diamanti e una turchese.

TERZANO FRATELLI
DI NINETTO TERZANO

doppio
gioco



stelline stellate

A spell is cast by stars whose contours are etched by an original hand. Myriad minuscule diamonds lend body to an ethereal design.

L'incanto di stelle dai contorni tracciati con mano originale. Una miriade di minuscoli diamanti danno corpo al leggero disegno.
RAIMA

Make way for fantasy: lapel pins or a revival of alluring and quintessentially feminine clips?

Largo all'immaginazione: spille da revers o revival di invitanti e femminilissime clips?
MANGIAROTTI

come
prima





con fermezza

Jewelled clasps, captivating in their simplicity, add an inspiring note of elegance to a merely functional raison d'être.

Chiusure gioiello di accattivante semplicità create per aggiungere una nota di eleganza alla funzionalità.

REALITY B



Profumi, **colori, incanti** e moderne
leggende: un incontro con i
gioiellieri che **si affacciano** sulla
Piazzetta **più celebre** del mondo.



Capri ori e magie

Nino D'Antonio



Ha senso tentare un'anagrafe di Capri? Dei miti, dei riti, dei luoghi, delle storie, dei personaggi che hanno fatto la vita e la magia dell'isola? E a chi gioverebbe? Ognuno ha la "sua" Capri, irripetibile e inviolabile, come solo può esserlo ogni emozione. Alla fine, le manchevolezze sarebbero tante, che nessuno si ritroverebbe.

Così continuano a convivere, in una sorta di confusa stratificazione e di ambigui accostamenti, la Capri di Augusto (creatore per l'isola di un nome quanto mai appropriato, ma privo di fortuna: Apragopoli, città del dolce far niente) e quella severa e chiusa dei padri certosini; la Capri di Tiberio, che vi soggiorna undici anni sino al 37 d.C., e quella dei bolscevichi, da Gorkij a Lenin a Lunacorskij a Bogdanov; e ancora l'isola di Axel Munthe, di Malaparte e di Norman Douglas accanto a quella di Krupp e di Fersen. Apragopoli. La definizione, quasi banale, ha una sua sottile filosofia. Il far niente a Capri comporta assai più di un impegno, di un lavoro: è una sorta di attività metafisica, nella quale solo pochi eletti possono vantare di esserci riusciti.

Di certo no Tiberio, ipocondriaco e triste anche nelle esaltazioni orgiastiche, ma sicuramente Krupp e Fersen, che dell'isola faranno un incomparabile luogo di piacere, all'insegna dell'este-

tismo più raffinato e decadente. In ogni caso, i protagonisti sono uomini. Sempre e solo uomini. Perché, ad onta di quanto si possa credere, Capri è un'isola al maschile. Non ci sono "divine" nella sua storia. Nessuna femme fatale ha alimentato una qualche leggenda, ma solo storielle, aneddoti, frivolezze. E' mancato alle donne che l'hanno frequentata il gusto per la grande trasgressione, per l'errore che non consente riparazioni e pentimenti. Così la donna più famosa rimane ancora la bella e popolare Carmelina, la pittrice naïf padrona di un'osteria al Salto di Tiberio, straordinaria divulgatrice di fatti e misfatti (conditi di abbondante fantasia) di Villa Iovis, e moglie del custode del cimitero, uno spazio verdissimo, a picco sul mare. Un luogo di particolare bellezza, che fa dimenticare la funzione cui è destinato. Così capitava che nelle magiche sere d'estate, soldati americani un po' brilli, invaghiti del posto, chiedessero di prenotare un loculo per il loro ultimo riposo. Una stretta di mano, una manciata di dollari e la raccomandazione finale: Reservation, please. Proprio come per una camera d'albergo.

D'accordo, a ognuno la sua. Ma quante Capri! Nè manca, ovviamente, quella imprenditoriale,

mercantile, che se ha meno storia delle altre è di certo più viva e godibile. Pensate al profumo "Aria di Capri". Risale al 1380. Giovanna d'Angiò, regina di Napoli, decide di conoscere Capri. Il priore della Certosa deve improvvisare un dono per l'ospite. Raccoglie i fiori più belli e li pone, senza gambo, in un recipiente d'argento. Ma un'improvvisa tempesta fa ritardare di tre giorni l'arrivo di Giovanna. I fiori sono avvizziti, ma l'acqua conserva integro l'intenso profumo. E pensate ancora alle scarpe famose che i personaggi del bel mondo, Agnelli in testa, acquistano a dozzine e le usano senza alcuna distinzione d'estate e d'inverno.

Sono le scarpe di Canfora: morbide, elegantissime, da accostare a borse, valige, tessuti e ombrelli realizzati "made in Capri" da Livio De Simone, napoletano, avvocato, occhio attento e gusto sicuro nel mutuare i gialli del sole e tutte le variazioni dell'azzurro cielo-mare per i suoi eccentrici vestiti.

E poi i gioielli. Tanti. Da sempre. Per i quali Capri vanta fin dalla sua origine greca una indiscussa vocazione. Intendiamoci: non che l'isola possa vantare una sua tradizione orafa (i gioielli di età romana, come quelli rinvenuti a Pompei e a Ercolano erano tutti realizzati a Napoli), ma certamente un suo spiccato gusto nel selezionare e mettere insieme monili prodotti altrove e fatti capresi da una nota di eccentricità: la forma di una perla, l'accostamento di più pietre dalle particolari colorazioni, l'uso dell'avorio, del cristallo di rocca o del corallo, l'applicazione sapiente degli smalti. La frequentazione con un pubblico esigente e scaltrito, abituato a scegliere nelle gioiellerie della Quinta Strada o a Place Vendôme ha affinato negli anni la proposta dei capresi, sino a conferire ai loro gioielli una sorta di identità isolana. La grande fonte per questi loro ensemble fantasiosi e bizzarri rimane Valenza, con la sua fitta rete di laboratori ai quali "si può chiedere di tutto. Qualunque modifica in fatto di modello e di pietre, senza che questo possa dar luogo a spiacevoli sorprese".

Su nove gioiellerie presenti sull'isola, sei non hanno avuto difficoltà a riconoscere (sia pure a microfoni spenti) il loro antico legame con gli orafi valenzani e la cordiale amicizia che con molti di loro si è venuta a stabilire in tanti anni di reciproca collaborazione. "Il mio fornitore viene spesso a trovarmi in bassa stagione. E così profitiamo per mettere a fuoco insieme qualche pezzo nuovo". Il punto sul quale tutti insistono è questo: non comprano quello che c'è in produzione, ma tendono a realizzare, per quanto è possibile, gioielli propri. Lo scopo è fin troppo evidente: dare qualcosa che non sia reperibile altrove e tutelarsi così dai rischi della concorrenza. L'isola è piccola e ben sette gioiellerie sono in Via Vittorio Emanuele, a pochi metri l'una dall'altra. Sui nomi dei fornitori, invece, comprensibili reticenze. Ognuno ha il proprio referente e si guarda bene dal farlo sapere. Di qui il primo impegno che chiedono ai fabbricanti: una rigorosa esclusiva, perché "se metto in vetrina qualcosa - mi dice

Gerald Ford e signora, frequentatori de "La Campanina". Al centro, Lina Federico contitolare, col marito Alberto, del celebre negozio.

Sotto: anni '70: Jacqueline Kennedy con Salvatore Aprea e Pietro Capuano.



La frequentazione con **un pubblico esigente** ha affinato negli anni **la proposta dei capresi**, sino a conferire una sorta di **identità isolana**.



Augusto Di Losa - devo essere ben certo che almeno a Capri non ce l'abbia nessuno". Una preoccupazione più che legittima, se si pensa che l'isola tende da anni ad accreditare come creazioni proprie (se non come realizzati in loco) quei prodotti potenzialmente destinati ai turisti. Il che in qualche caso è vero, ma più spesso il "made in Capri" lascia piuttosto perplessi. La celebrata torta caprese è un banale dolce di origine viennese; l'onnipresente limoncello è conteso da Procida, Amalfi (terra del famoso "sfusato") e Sorrento; il vino tanto esaltato è più che una rarità e gran parte delle ceramiche capresi hanno i colori e i decori di quelle di Deruta e di Vietri. Arrivo da Chantecler sotto un sole imbronciato e voglioso di esplodere in una gran pioggia. Al di là dell'ingresso, a fare da vetrina, c'è una portantina del Settecento napoletano. E' il marchio di Chantecler, la conferma che qui niente è cambiato dalla sua scomparsa, nell'81.

"Conosce la storia della portantina? Questa è venuta dopo, perché la prima fu venduta a un ricchissimo allevatore messicano, nei primi anni sessanta. Chantecler non voleva venderla e continuava a ripetere: i gioielli dove li metto? Questa è la mia vetrina, capisce? E il messicano pronto: allora dammi la portantina con tutto quello che c'è dentro. Affare fatto".

Di aneddoti e storie, protagonista Pietro Capuano, ribattezzato Chantecler, è piena Capri. Approda all'isola per una vacanza e non se ne allontana più. Estroso, irrequieto, dotato di una fantasia e di un gusto assolutamente



Negli orecchini di Chantecler una esplosione di colori in armonia con i mutevoli scenari offerti dall'isola.

Sotto: Ingrid Bergman nel 1954, all'apice del successo, si lascia consigliare da Pietro Capuano.



ineguagliabili, straordinario affabulatore anima le notti capresi dell'immediato dopoguerra. Il suo grande charme e i suoi bizzarri comportamenti ne fanno in breve l'emblema stesso di una certa Capri. Le feste nella cantina della sua casa a Tragara - Faraglioni dentellati sotto cieli di ardesia e lune di pergamena - con gli ospiti di riguardo distesi su un autentico triclinio romano, si concludevano con un rito tutto napoletano: pasta e fagioli servita dal padrone di casa.

La sua lunga e discussa amicizia con Edda Ciano, reduce dal confino di Lipari dopo il crollo del regime, consente a Chantecler di allargare le sue frequentazioni al mondo dell'arte e della cultura. Fu una love story, la loro? Le preferenze sessuali di Pietro Capuano porterebbero ad altre conclusioni, i ma i capresi non rinunciano al beneficio del dubbio. Ne parlo con Maria Elena Aprea, figlia di Salvatore, che lavorò a fianco di Pietro Capuano dal giugno del '47 e che oggi conduce insieme ai fratelli Gabriele e Costanza la famosa azienda. L'ambiente è intatto e conserva tutto il sapore e la suggestione di un'epoca. Anche la qualità dei gioielli è rimasta fedele alla grande tradizione della Casa. Gemme di straordinaria purezza,

pietre di colore e perle, tutte montate con manufatti originali e di altissimo livello. Nell'album d'oro, foto e testimonianze di Jacqueline Kennedy, Maria Callas, Ingrid Bergman, Brigitte Bardot, Liz Taylor: tutte rapite, tutte ospiti, amiche e clienti di questo napoletano fascinioso e creativo.

I gioielli, tutti con il marchio Chantecler, sono ovviamente tutelati contro eventuali imitazioni e venduti solo nei negozi della Casa a Capri, Cortina e



“Un disegno, un fax, qualche telefonata e via. Il risultato è sempre sicuro. Sono convinto che a Valenza si produca la migliore gioielleria del mondo.”

Palm Beach. Provo con insistenza a lodare la particolare finitura di una fermenza con pavé di brillanti, sottolineando quanto mestiere e perizia essa abbia richiesto. Maestri valenzani? La domanda non trova risposta.

Un fiume di parole scatena invece la famosa campanina, diventata poi il più diffuso portebonheur e il simbolo stesso di Capri. Ma paternità caprese a parte, qui le versioni sono due e così poco concilianti (c'è disaccordo perfino sul nome del presidente cui fu donata: Roosevelt o Truman?), che vale la pena di riferirle tutte e due, così come le ho ascoltate.

Prima versione: nella gioielleria Chantecler c'è una campana in bronzo, altezza circa 30 centimetri, raffigurante da una parte San Michele che uccide il drago e dall'altra un'allegoria di putti. E' la copia di quella ideata da Chantecler e offerta a Roosevelt, che l'avrebbe suonata a fine guerra, in segno augurale. Di qui - mi dice Maria Elena Aprea - tutta la tipologia di piccole campane in oro, brillanti e pietre di colore che ancora oggi, in occasione del cinquantenario dell'azienda, s'identificano non solo con essa ma ne costituiscono l'immagine più accreditata. A conforto di questa tesi, ritagli di giornale e foto d'epoca. La seconda versione mi viene invece da Alberto e Lina Federico, titolari de "La Campanina" (nome che già richiama la vicenda), certamente tra le più antiche famiglie di gioiellieri operanti sull'isola. Alberto Federico racconta: "Mia suocera, Olimpia Aprea (il cognome è solo un'omonimia con gli attuali proprietari di Chantecler) aveva un negozio di oreficeria, coralli e perle in Piazzetta. E, prima con i tedeschi e poi con gli americani, aveva fatto buoni affari anche durante gli anni di guerra. Naturalmente marchi e dollari venivano di volta in volta cambiati in lire, operazione che non era possibile invece per le monete metalliche, bronzo o nichel che fossero.

Di qui un accumulo sempre crescente di queste monete, in un momento nel quale c'era assoluta penuria di metalli. Così donna Olimpia pensa di fondere tutto quel bronzo per ricavarne una piccola campana in onore di San Michele. Sua, quindi, l'idea e la materia per realizzarla, precisa Federico. E Chantecler? Era allora a Capri solo da qualche anno e non aveva avviato ancora alcuna attività. Anche se come figlio di Nicola Capuano, notissimo gioielliere napoletano, era ben introdotto tra gli orafi dell'isola. Venuto a conoscenza del progetto, il giovane si offre di aiutare donna Olimpia a realizzarlo. Va perciò a Napoli, contatta lo scultore Enrico

Tessitore, sceglie la fonderia e segue le fasi del lavoro sino a portare a Capri la campana. Olimpia Aprea libera allora la vetrina di ogni altro oggetto e la pone trionfalmente al centro. In serata, nel corso dei quattro passi in Piazzetta, l'Avvocato Brindisi - sindaco di Capri - e il marchese Ettore Patrizi notano la campana e sono affascinati dall'originalità e dall'esecuzione del pezzo. Da qualche tempo hanno in animo di inviare un segno di gratitudine al presidente Truman (e non Roosevelt), per gli aiuti inviati a Capri.

E la campana sembra ai due l'oggetto ideale. Così ne parlano con donna Olimpia per accordarsi sul prezzo. La risposta è sorprendente: " se la campana va al presidente degli Stati Uniti e serve ad aiutare Capri, ve la regalo". Fin qui il racconto di Alberto Federico, il quale aggiunge: "Ed è proprio per questa storia che abbiamo chiamato "La Campanina" la nostra gioielleria quando Lina ed io ci siamo sposati". I protagonisti di questa vicenda sono purtroppo tutti usciti di scena. Per cui, da un lato, resta l'insegna prestigiosa de "La Campanina" col suo retaggio di clienti illustri, da Soraya a Onassis a Farouk, e le sue originali collezioni di gioielli, e dall'altro la mitica figura di Chantecler che certamente ha vissuto in prima persona la nascita della campana e della quale è stato di sicuro il più straordinario propagandista.

Accanto a "La Campanina" è nata "la Galleria di Alberto e Lina", uno spazio di grande suggestione, arredato con mano felice. Nei banchi a vetrina, pezzi di alta gioielleria, senza alcun risparmio di oro e pietre. Mani valenzane? Alberto Federico non ha difficoltà a farmi i nomi di Gaspari, Frascarolo, Cantamessa. "Ho fatto con loro gioielli appariscenti, bracciali da gladiatori con soggettì marini, spille con draghi e gatti interamente ricoperti di pietre di colore,

anelli vistosi. Ne ricordo uno eccezionale, per grandezza. Lo chiamavamo l'Andrea Doria perché ricordava la potente prua di quella nave tristemente scomparsa: occupava tutta la prima falange ed era un trionfo di diamanti e rubini".

Rischio di essere sommerso dalla storia e dall'amarcord di gioiellieri di lungo corso. Punto perciò su un'azienda giovane (ha aperto solo dieci anni fa). Il titolare Augusto Di Losa ha un forte legame con Valenza. "Ho un artigiano lassù molto bravo, che lavora quasi esclusivamente per me. Oggi è più facile: un'idea, un disegno, un fax, qualche telefonata e via. Il risultato è sempre sicuro. Sono convinto che a Valenza si produca la migliore gioielleria del mondo". Ma vedo tanto corallo. "Certo. E' un settore al quale mi dedico molto, anche perché è una materia che viene dal mare e a Capri è di casa da sempre. Ma se decido di accostarlo all'oro e ai brillanti, faccio sempre capo a Valenza". Ripercorro via Vittorio Emanuele, fra la Piazzetta e il Quisisana, non più di un raccordo fra due luoghi consacrati. Le gioiellerie sono tutte qui e la sosta dinanzi alle vetrine è rituale. Valenza fa capolino con discrezione tra questi Ori di Capri. ■

La vetrina e uno scorcio sull'interno di Chantecler, che quest'anno celebra mezzo secolo di di fortunata attività.



Ricerca stilistica,



Una snella silhouette per
anelli al cui centro sono
incastonati quattro diamanti
tagliati per formare un tondo.

CEVA



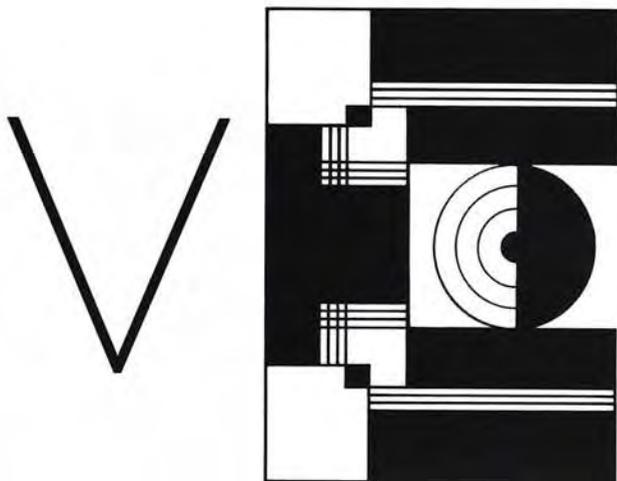
verifica
proposta.

Da un'aggiornata
riedizione di
stilemi cari all'800,
a gradevoli
rivisitazioni di soggetti
intramontabili.

Iniziali in sintonia con l'imperante neo geometrismo. Invece della tradizionale belière, la catena è costretta in uno spazio scavato nella lettera, suggerendo così una disinvolta fruizione.
CEVA

L'arte orafa tra
storia e costume

ANNI



NTI

Nino D'Antonio

Non è facile ricostruire i sotterranei legami tra la scomposizione dei piani in un quadro e il geometrismo di un gioiello, ma il rapporto c'è e non mancano le testimonianze.

In queste pagine: "Seated woman" di Pablo Picasso e spilla in oro bianco, onice, brillanti, tartaruga bionda e scura, realizzata intorno al 1920.



Un **design** che si ponga **controcorrente** rispetto al **generale orientamento** è solitamente **destinato** solo a **suscitare commenti**. Le **avanguardie** influiscono però **vivacemente** sul tessuto sociale e **attirano** nella loro orbita gli esponenti **più attenti** di ogni **forma espressiva**.

Allo scoppio della Grande Guerra i fiori del Liberty sono ormai appassiti. E' stata una splendida stagione, ma tirata oltre i suoi confini naturali e ora che il gusto sta cambiando gli esiti di questo stile che è diventato manierismo e accademia non trovano più mercato. L'introduzione del platino, agli inizi del secolo, ha cambiato le cose solo sul piano tecnico. Niente più argento nelle montature. Il nuovo metallo non solo non si ossida, ma presenta eccezionali doti di resistenza che permettono di ridurre al minimo gli spessori dei castoni, esaltando così le caratteristiche delle pietre. Ridotte all'essenziale, le griffes alleggeriscono l'immagine del gioiello (nasce allora l'espressione "montare nuda una pietra") e creano un mercato anche ai brillanti di più modesta caratura, sino ad allora soffocati dalle vecchie tecniche di lavorazione.

E' un momento significativo nella storia della gioielleria, specie se si tiene conto dei risultati raggiunti da molti artigiani di Valenza nel realizzare spille a nastri, archetti e stelle, dove la struttura dell'oggetto non è più che un sottilissimo reticolo per la disposizione delle pietre.

Poi la lunga pausa imposta dal conflitto e gli anni difficili del dopoguerra. Il fronte si è ora spostato a casa dove l'inflazione, il caro vita e gli scioperi sono all'ordine del giorno.

Non c'è lavoro né si sa come tirarlo fuori. Al Nord le industrie hanno appena finito di produrre materiale bellico ed ora dovrebbero riconvertire i loro impianti; nel Mezzogiorno l'agricoltura impoverita dall'abbandono durante gli anni della guerra (la partecipazione più larga al conflitto è venuta proprio dalle popolazioni meridionali) non ha più risorse.

Così, mentre nelle città folle di reduci si spostano dai distretti alle prefetture in cerca di un sussidio e di una sistemazione, nelle campagne i contadini occupano le terre. E' un coro cre-



scente di proteste, che sfocerà più volte in gravi fatti di sangue. E' il clima che prepara l'avvento del fascismo, mentre la spinta inflazionistica brucia il piccolo risparmio e mette a dura prova i lavoratori a reddito fisso. L'ultimo tentativo per salvare il Paese passa attraverso il ritorno al Governo del vecchio Giolitti, strappato a 78 anni alla quiete della campagna piemontese. Ma è troppo tardi anche per un uomo con il suo carisma.

Nell'area più ristretta del gioiello, gli anni '20 portano l'impronta della Bauhaus. Intendiamoci: non che gli orafi italiani abbiano assunto i canoni estetici della famosa scuola di Weimar come riferimento per le loro creazioni, ma l'influenza esercitata da questa équipe di artisti, da Gropius a Klee a Kandinsky a Marcks è tale che niente in quegli anni può dirsi estraneo ai suoi principi.

Intanto è proprio Bauhaus (che nasce come scuola di architettura) a cercare i primi contatti con le arti applicate ed a sostenere che "il fine ultimo è il lavoro artistico collettivo, in cui non ci saranno barriere tra arti strutturali e arti decorative".

Questo porta come conseguenza che alla scuola di Gropius troviamo non solo pittori e scultori ma tipografi, ebanisti, incisori, orafi e il risultato di questo lavoro di gruppo è un disegno chiaro, semplice, di linea pulita, che contrasta enormemente con ogni precedente esperienza.

Ecco: l'insegnamento della Bauhaus più largamente acquisito dai nostri orafi (e se si vuole, indirettamente, proprio per il diffondersi che questo nuovo orientamento estetico riesce ad avere in ogni campo) sta nella essenzialità della linea, nella convinzione che un gioiello non migliora caricandolo di particolari motivi, nel rifiuto di certe stanche soluzioni che avevano caratterizzato la produzione del primo dopoguerra.

Ma il vento rinnovatore di Weimar non è il solo a soffiare sull'arte



Bauhaus, la famosa scuola di Weimar fondata da Gropius sostiene che "... il fine ultimo è il lavoro artistico collettivo in cui non ci saranno barriere tra arti strutturali e arti decorative". Ricco bracciale in platino di Raymond Templier, eseguito nel 1925, la cui decorazione sembra suggerito dall'opera "Still life" di Juan Gris.

Nelle tre illustrazioni della pagina a fianco: nel dipinto di Braque, nel piccolo scaffale di Gropius e nel pendente di H. David è evidente la comune origine di diverse sperimentazioni.



orafa. Il Cubismo, ad opera soprattutto di Picasso e di Braque, sta vivendo la sua grande stagione ed anche in questo caso gli effetti non tardano a venire.

Certo è difficile ricostruire i sotterranei legami tra il geometrismo di un ciوندolo e la scomposizione dei piani in un quadro, ma il rapporto c'è e le testimonianze non mancano.

Piuttosto bisogna aggiungere che siamo sempre nell'area della ricerca, per cui anche gli esiti di questa avanguardia non entrano nella grossa produzione. Ma la cosa non può sorprenderci, se ancora oggi un design che si ponga controcorrente rispetto al generale orientamento del gusto è destinato solo a suscitare commenti e a fare vetrina.

Così, mentre in Francia Brandt e Fouquet (il cui padre era stato un maestro del Liberty) realizzano gioielli di linea astratta, sui quali dispongono audaci geometrie di diamanti a pavé, a Valenza non si vegeta.

Con meno estremismo, forse, ma certamente con altrettanto rigore, nasce una piccola serie di gioielli geometrici, impostati su semplici composizioni di quadrati, cerchi e ovali.

E' probabile che questi artigiani (specie se si tiene conto del livello medio di cultura di quegli anni) non sappiano chi sia Braque, come già prima ignoravano chi fosse Gropius, ma non ha importanza. Resta il fatto che non sono rimasti indifferenti ed estranei ad una corrente di gusto e di pensiero che ha rivoluzionato l'arte

moderna. Ma a voler spulciare tra le "presenze" più originali della gioielleria italiana degli anni Venti, non manca qualche altra curiosità. Mentre infatti la produzione cammina sui binari di una certa tra-



dizione e del recupero degli stili più accreditati, primo tra tutti il Settecento, gli orafi più attenti non si lasciano sfuggire una straordinaria occasione che, nel '22, farà chiasso nel mondo non meno della marcia su Roma.

La scoperta del favoloso tesoro di Tutankhamon rilancia d'improvviso la civiltà egizia, il mondo dei Faraoni, la magia delle sue tombe. La vecchia Europa impazzisce e, come avvenne agli inizi dell'Ottocento per i reperti romani di Pompei e di Ercolano, tutto ciò che ha da fare con l'Egitto diventa di moda. E' un'esplosione (insieme a quella delle cineserie e in senso lato di ogni forma di artigianato orientale) di vasta eco, ma destinata a non durare a lungo.

Tuttavia, per qualche anno numerose collezioni si rifaranno a temi e motivi dell'arte egizia che, sia pure variamente elaborati, continueranno ad ispirare la nostra gioielleria.

E forse la popolarità che negli anni Venti avranno le spille a forma di cane o i braccialetti-amuleto non è estranea alla persistenza di quel gusto orientale, che aveva tra l'altro accreditato la moda del gioiello-talismano.

E la tecnica? Che c'è di nuovo su questo piano? Influenze estetiche e design a parte, è sul banchetto che nasce un gioiello, per cui la scoperta della cosiddetta molletta-doppia entra di diritto nella storia di questi anni.

Niente di eccezionale, a pensarci bene (uno scatto a due sezioni che, agganciate, consentono di utilizzare insieme le due parti di un oggetto) ma la soluzione incontra così largamente il favore del pubblico da determinare una piccola rivoluzione nelle campionature esistenti.

Il mercato intanto continua a segnare il passo. C'è stata una certa ripresa, nei primi anni del dopoguerra, grazie all'aumento dei matrimoni e soprattutto all'affermarsi di un ceto mercantile ma ora si riparla di crisi.

Il regime, alle corde dopo il delitto Matteotti del '24, punta sulla politica economica per guadagnare credito. Viene decisa la rivalutazione della lira rispetto al dollaro e alla sterlina e questo riduce immediatamente l'area delle nostre esportazioni. In più, le impo-



La sveltante silhouette del Chanin Building (1929 - Sloan & Robertson) si rimaterializza con oro bianco, corallo, smalto nero e brillanti nelle grafiche clips realizzate da un gioielliere americano intorno al 1930. Geometrismi perfettamente anni '20 anche nel bracciale di Georges Fouquet, 1925 circa.

La scoperta del favoloso tesoro della tomba di Tutankhamon negli anni '20 favorirà un grande slancio della gioielleria di ispirazione egizia. Il suo fascino contagia anche la grande Maison Cartier che su questo tema si esibisce in una splendida serie di gioielli, come la spilla di questa pagina, del 1923.



ste doganali gravano a tal punto sul manufatto orafino da indurre i valenzani a spedire all'estero merce senza pietre, per non perdere del tutto i mercati.

La situazione è resa più pesante dall'espansione che il settore ha avuto in questi anni. A Valenza si contano ormai poco meno di cinquanta aziende con oltre settecento addetti e l'improvvisa contrazione del mercato ripropone lo spettro della disoccupazione.

Vero è che gran parte di queste imprese sono a conduzione familiare e che il lavoro a domicilio annovera il maggior numero di operatori, ma non mancano le fabbriche industrialmente attrezzate (Mino ad Alessandria produce già da qualche anno macchine peroreficeria) che per sopravvivere hanno bisogno di mantenere determinati ritmi produttivi.

Una spinta al mercato potrebbe venire dalla moda, ma l'Italia si è messa in divisa ed anche in questo campo ha rafforzato le frontiere. Basta con la Francia e la soggezione ai grandi sarti parigini. Basta con la donna fatale, un po' decò, che ama i larghi cappelli, le giarrettiere, le calze velate. Il regime punta sulla donna-madre che accudisce i figli e crede nel futuro del Paese e per la quale la prima regola è la praticità.

Ma si tratta evidentemente di scelte velleitarie, anche se ad appoggiarle scendono in campo i più bei nomi dell'Italia fascista, primo fra tutti Marinetti, padre del Futurismo.

Pur di contrastare la moda francese, Marinetti scrive persino un manifesto sull'uso del cappello e arriva a proporne venti modelli, per tutti gli usi ed esigenze: cappello veloce, notturno, solare, piovoso, alpestre, marino e così via. Tutti da arricchire, come vuole l'autarchia, con piume caserecce, da quelle di anatra a quelle di fagiano.

Per fortuna la moda si rivela la più fiera oppositrice del regime, tanto che Mussolini, nel '33, dirà che "Ogni potere, qualunque esso sia, è destinato a fallire di fronte alla moda. Se la moda dice che le gonne devono essere corte, non si riuscirà ad allungarle neppure con la ghigliottina".

E' il solo terreno sul quale il fascismo riconosce di essere stato battuto. Non è stato facile, e la gioielleria italiana in questa battaglia ha avuto il suo posto. ■

Porta sterline. Elementi-
contenitori sviluppati per
bracciali ma disponibili
anche in ciondoli e
spille di diverso volume.

Pound cache. Elements-
case-pieces created
for bracelets but also
available in pendants
and pins of various sizes.
Bressan



free style

Yellow gold is the leitmotiv for a series of items, each of which differs from the others in concept and target. A clear appeal to look up on jewels as free-as-a-bird accessories you can combine with clothes of any kind, with the greatest of ease, anywhere, any time.

Foto Famigliatrentotto



Intramontabili. Pochi grammi e tanto effetto in oggetti esteticamente gradevoli e di facile indossabilità.

Never out of style. A stunning impact in just a few grams for aesthetically exciting, very wearable items.

Dierre

Oro e cubic zirconia.
Un'accoppiata che
abilmente sfruttata
apre infinite opportunità
commerciali.

Gold and cubic
zirconia. A betrothal
that, skillfully
nurtured, sparks an
infinite array of new
opportunities.

Masini



Oro giallo come
filo conduttore per
una serie di oggetti
tra loro diversi per
concetto e
destinazione.
Un esplicito invito
a considerare i
gioielli anche
quali disimpegnati
accessori da
accompagnare
con disinvoltura e
in ogni circostanza a
qualsiasi genere di
abbigliamento.

Stile libero

Mille gusti. Dall'oro
bianco al giallo, con
diamanti o smalti:
forme geometriche o
romantiche proposte
in mille varianti.

A thousand tastes.
From white to yellow
gold, with a sprinkling
of diamonds or
enamels. Geometric
or romantic shapes
are offered in
a thousand variants.

Barbero & Ricci



A metà strada
tra sport e hobby,
alla pesca dell'oro
nei fiumi padani
si dedicano
parecchie centinaia
di appassionati.

Rosanna Comi

Le terre

I polsi assecondano un'antica gestualità e le mani si muovono rapide imprimendo al piatto un'alternanza di sapienti movimenti rotatori e ondulatori. Lo sciabordio dell'acqua che avanza e si ritrae per un po' si mescola al rumore dei sassolini che cantano rotolando l'uno sull'altro mentre progressivamente vengono restituiti al fiume. Quando nel piatto non ci sono più sassi, ma solo finissima sabbia, si rinnova l'atteso miracolo e tra granelli quasi impalpabili di mica, magnetite e ilmenite fanno capolino luccicanti pagliuzze: oro!

È la cronaca ordinaria di un tranquillo week-end sul greto di uno dei tanti fiumi padani nei quali da millenni l'oro scivola tra i flutti che lo depositano ove capita, secondo una geografia non sempre facile da identificare.

Le gambe fasciate da lunghi stivaloni di gomma, la schiena curva e le mani perennemente nell'acqua, si contano ormai in centinaia i "pescatori d'oro" che a questa attività dedicano il tempo libero, tutti animati da straordinaria passione e incuranti di sacrifici spesso durissimi ai quali si assoggettano di buon grado. Il premio finale non ha alcun rapporto con la fatica investita, visto che mediamente in una giornata di ininterrotto lavaggio di sabbia aurifera questa non cede che mezzo grammo del prezioso metallo che nasconde; a ripagare è unicamente l'emozione, sommata al piacere di una romantica solitudine in mezzo alla natura a misurarsi in un innocente gioco e sentirsi con essa in privilegiata simbiosi.

L'idea di cercare oro negli affluenti del Po è tutt'altro che peregrina, anzi non è che la replica - in scala infinitesimale - di quanto è



Una pagliuzza d'oro sulla quale sono evidenti i segni prodotti dall'attrito con materie più dure; ad evitare illusioni, precisiamo che è stata esageratamente ingrandita

A destra: al lavoro con la batea

stato fatto nel corso di parecchi secoli. Nella "Naturalis Historia" Plinio afferma che contrariamente a quanto avveniva altrove, ..."l'Italia è risparmiata dallo sfruttamento in virtù di un antico decreto di interdizione del senato... Si conserva il testo della legge censoria sulla miniera d'oro di Victumulae nel territorio di Vercelli, con cui si proibiva agli appaltatori pubblici di impiegare per lo sfruttamento più di cinquemila uomini".

Con qualche calcolo approssimativo si può valutare in quantità impressionanti il metallo estratto perché se oggi - dopo uno sfruttamento di migliaia di anni - alle sabbie del Ticino in un giorno si può ancora mediamente sottrarre circa mezzo grammo è certamente plausibile ipotizzare almeno in un intero grammo la produzione pro-capite di allora, e quindi...

La raccolta nel Ticino e in altri affluenti del Po nel secondo e primo secolo a.C. risulta da pochissime fonti, mentre le testimonianze si fanno più precise a partire dalla fine del primo millennio, grazie a testi conservati in vari archivi provinciali e sui quali alcu-

Cogne, ad esempio, era già attiva nel XII secolo e fu definitivamente abbandonata solo nel 1940, mentre nel distretto aurifero della Valle di Chaland nell'attività estrattiva di uno dei tanti filoni auriferi una società inglese arrivò ad impiegare fino a 500 minatori, ricavando diversi quintali d'oro. Ogni attività estrattiva è andata cessando proprio nel nostro secolo a causa degli investimenti implicati, mai giustificati dalle previsioni di rendimento. Del resto, già nel 1672 in un documento si legge che "la coltivazione sarebbe senz'altro conveniente a patto di poter utilizzare la manodopera di condannati o schiavi, come si usava fare nell'antichità."

Avare con l'uomo, dunque, le rocce cedono invece con relativa facilità agli agenti naturali e l'oro nativo in esse contenuto, insieme a rame, ferro ed altri metalli, grazie all'erosione prodotta da vento, acqua, gelo, umidità e al conseguente naturale sgretolamento si stacca dalle pareti in cui si trova e viene trascinato verso valle dall'acqua vorticoso dei torrenti. Nella sua corsa, mentre altri minerali e rocce vengono frantumati e dispersi, l'oro nativo viene liberato



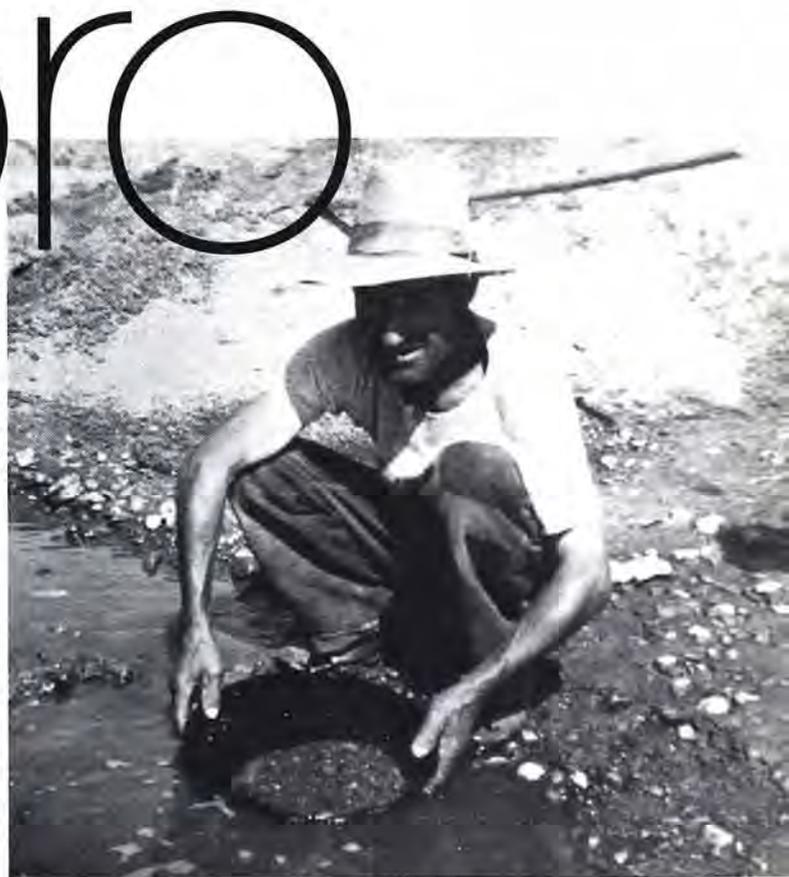
oro

ni studiosi hanno effettuato fruttuose ricerche. In uno scritto appaiono elencati tutti i fiumi dell'alta Italia e nel contesto è affermato che tutto l'oro in essi pescato deve essere tassativamente consegnato alla Regia Camera di Pavia. Un vincolo sulla cui osservanza ogni dubbio è sicuramente lecito.

A raccogliere l'oro alluvionale provvedeva una abbondante manodopera reclutata da appaltatori che ricevevano in concessione i territori - a seconda delle vicende storiche che andavano via via alternandosi - da vescovi o imperatori, tra i quali figurano anche i nomi di Enrico IV, Corrado II, Federico I il Barbarossa.

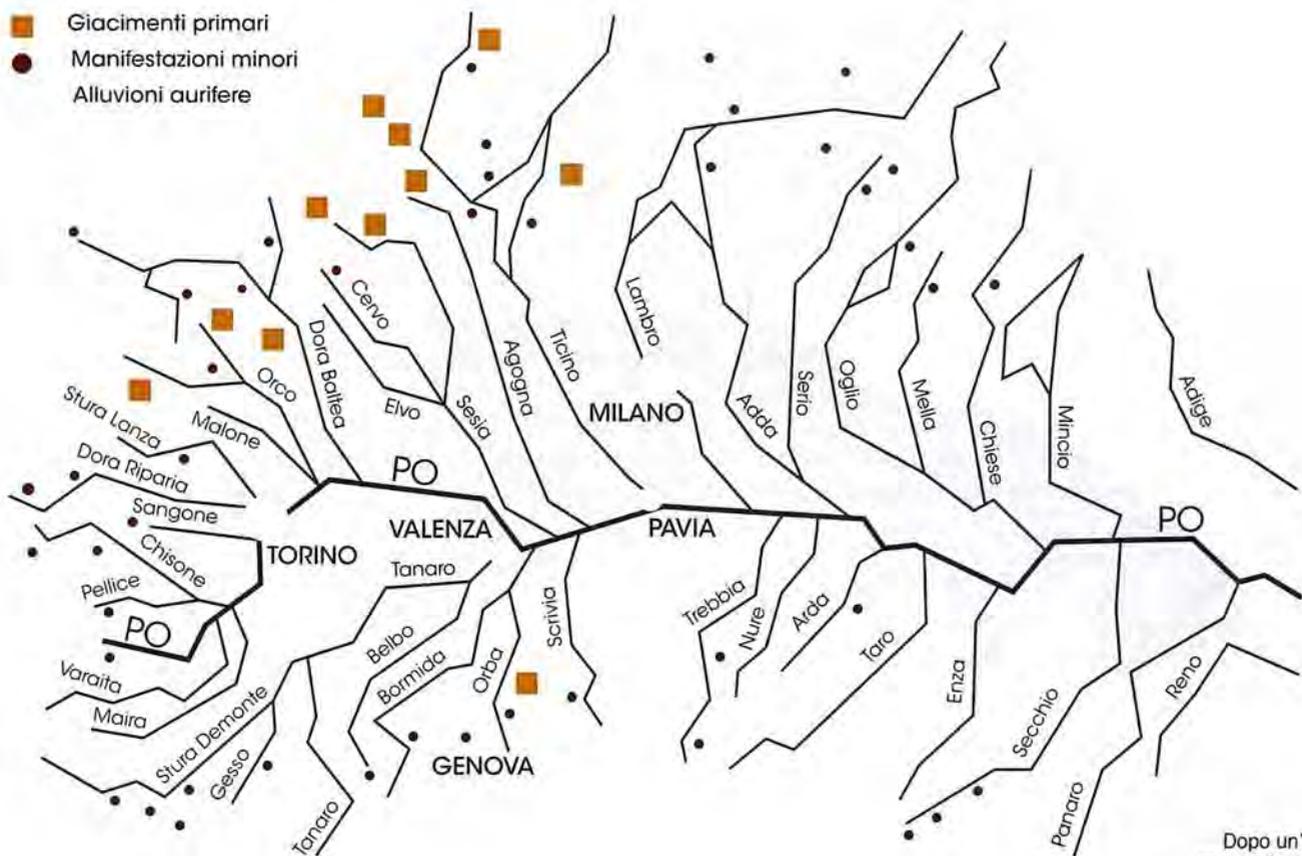
In epoca successiva anche i vari Comuni si riservano diritti di sfruttamento che, contro il riconoscimento di un canone, cedono poi a terzi e che passano attraverso numerose altre mani mediante contratti di affitto e subaffitto. In barba ai numerosi divieti, parecchio oro segue percorsi alternativi a quello della imposta legalità; questo non impedisce che il raccolto sia comunque abbondante, come risulta da documenti della Zecca di Torino alla quale, tra il 1814 e il 1857 vengono avviati 52 kg di oro in pagliuzze.

Ma, tutto questo oro, come è finito nei nostri fiumi? Gli italiani hanno sempre guardato con comprensibile invidia ai sottosuoli che hanno fatto e fanno la ricchezza di molti altri Paesi ma - ancorché non sfruttabili razionalmente - anche il nostro vanta un certo numero di giacimenti. La presenza di metalli è infatti abbastanza cospicua anche nell'arco alpino con considerevoli concentrazioni di rame, galena argentifera, piombo, magnetite, pirite, calcopirite, argento e oro. La miniera di argento della Valeille, nella zona di



dalle matrici di quarzo con cui si è staccato dal filone e grazie al suo considerevole peso specifico resta sul posto per poi depositarsi - in condizioni opportune - lungo gli alvei dei corsi d'acqua: qui lo cercano i pescatori.

Trattandosi di materiale molto malleabile e soggetto ad usura, più si allontana dai veri e propri giacimenti più assume forma appiattita e dimensioni ridotte. Per lo più si trova in scagliette che difficilmente superano il millimetro di diametro, mentre le parti più fini.



Dopo un'alluvione, i cercatori saggiano una "punta" per valutarne il contenuto aurifero

Pagliuzze d'oro raccolte in un pomeriggio fortunato: quasi mezzo grammo!

sminuzzate come polvere, vengono trascinate sempre più lontano e attraverso lo scorrere dei fiumi raggiungono il mare.

Giacimenti primari di una certa consistenza sono disseminati lungo tutto l'arco alpino soprattutto occidentale e centrale ed è per questa ragione che l'oro alluvionale, cioè il prodotto che si è sgretolato dai filoni originari, è presente prevalentemente negli affluenti di sinistra del Po.

Le pagliuzze possono avere diverse sfumature di colore che variano a seconda del corso d'acqua. Se si tratta di un bel giallo, ad esempio, un 10% sarà costituito da argento mentre se sono rossastre la componente sarà il rame e, sia pure con una certa approssimazione, si può quindi risalire al giacimento primario dal quale provengono.

Per staccarsi dalla roccia madre e trasformarsi in pagliuzze l'oro ha impiegato milioni di anni e quello che ancora si trova nei fiumi per lo più rappresenta lo scarto lasciato dai cercatori del passato, ma questo non scoraggia quelli del nostro tempo.

In termini di presenza l'oro in pagliuzze - con un tenore aurifero medio che supera il 90% - varia da pochi decimi di grammo ad oltre un grammo per metro cubo, vale a dire che per ricavare un grammo d'oro si deve setacciare e lavare un metro cubo di ghiaia. Ma nulla può arginare il fiume in piena della passione.

La ricerca professionale è stata esercitata a lungo anche in questo secolo addirittura da famiglie, che con il ricavato ci campavano. Gli ultimi sussulti di questa casereccia e peraltro tiepidissima *gold rush* si sono manifestati immediatamente dopo la secon-

da guerra, quando le alternative di impiego erano quasi inesistenti ma oggi qualsiasi salario, anche il più basso, supera largamente i proventi economici conseguibili con la pesca dell'oro.

Lo spazio, dunque, è totalmente di chi vi si dedica per hobby; sono ovviamente spariti i vincoli del passato e ognuno può tenersi ciò che trova. Il bottino può persino essere considerevole, qualcuno sottovoce parla di una ventina di grammi raccolti in un solo giorno, ma si tratta ovviamente di casi limite legati a speciali condizioni e cioè bisogna essere davvero bravi e soprattutto riconoscere tempestivamente i posti e il momento giusto.

Le pagliuzze, infatti, restano sul fondo dei fiumi, qui trattenute dal loro peso specifico superiore a quello della ghiaia. Quando però si verifica una piena il fiume tracima portando con sé detriti, sabbia e sassi e a fine alluvione è facile che nei sedimenti così formati si trovi dell'oro, mosso e risucchiato dal fondo dall'impeto dei flutti. I tecnici chiamano "punte" queste neoformazioni e un occhio allenato le individua facilmente, quasi sempre in corrispondenza di anse. Tuttavia, la quantità d'oro in esse presenti rappresenta sempre una sorpresa e per rilevarla, unitamente alle zone di maggiore concentrazione, non c'è che il saggio. Con un badile si raccoglie sabbia e ghiaia ad una ventina di cm sotto la superficie, se ne pone un po' nel piatto (la famosa *batéa*) e comincia l'attesa. Il procedimento di recupero col piatto costituisce l'ultimo passaggio di tutto il lavoro di pesca e il principio su cui si basa è tecnicamente assai semplice. L'oro è sempre miscelato a sassolini, sabbia, magnetite, ilmenite e anche ad altro;

poiché il suo peso specifico è superiore, tende a depositarsi sul fondo e il cercatore facendo opportunamente ondeggiare e ruotare il piatto, aiutandosi con l'acqua smuove il tutto portando progressivamente in superficie le materie più leggere, scartandole con gesti decisi e questo più e più volte fino a che nel piatto non rimangono che le pagliuzze. Ma è più facile spiegarlo che farlo!

Se la presenza di oro è certa o la ricerca viene effettuata su un'area estesa, il lavoro diventa d'équipe e con canaletta o scaletta, trulla e altri strumenti non molto dissimili da quelli usati secoli or sono si esplora e si sfrutta il fortunoso giacimento.

Se il lettore immagina movimenti ripetitivi, gesti stereotipati e un tran tran senza colore non si sbaglia: ad un primo e superficiale incontro tutto sembra proprio così, non diversamente dalla paziente e apparentemente inerte attesa del pescatore che ha lanciato la lenza. L'atmosfera si fa invece incandescente quando i cercatori organizzano vere e proprie gare di bravura durante le quali bisogna trovare nel minor tempo possibile le pagliuzze che - in numero segreto e uguale per tutti - gli organizzatori hanno nascosto in un secchio colmo di sabbia e sassi.

Dal secchio si prende un poco alla volta tutta la materia per lavarla con la batèa e questa operazione può avvenire indifferentemen-

te sistemi semi industrializzati ma c'è ancora spazio per i solitari. Ogni anno viene organizzata una sfida a livello mondiale, che quest'anno si terrà proprio in Italia.

Per concludere, ci sembra doveroso spendere qualche parola su un personaggio-chiave al quale è totalmente ascrivibile la nascita e la diffusione in Italia di questo hobby: il Dr. Giuseppe Pipino.

Geologo, per la sua tesi di laurea ha studiato la presenza dell'oro nei fiumi italiani e tanto gli è bastato per farne uno scopo di vita. Col tempo ha raccolto anche documenti storici e attrezzi che ha ordinato in un Museo dell'Oro, visitabile su appuntamento a Silvano d'Orba, vicino al quale ha anche fatto approntare delle vasche nelle quali i visitatori possono improvvisarsi cercatori.

Non sono rare le scolaresche avvicinate a questo insolito metodo per imparare qualcosa di più, e dal vero, sul comportamento dei metalli e su una vivace parte di storia della nostra civiltà.

I greti dei fiumi, però, non sono stati violati solo dai cercatori d'oro. Enormi escavatrici hanno asportato milioni di tonnellate di ghiaia per trasformarla in materiale edilizio e prima della triturazione non viene effettuata alcuna selezione a causa degli ovvi criteri di improduttività. Perciò - possiamo anche immaginarlo con un brivido - ma anche le mura delle nostre abitazioni possono contenere oro! ■



te nel fiume, quando i concorrenti non sono molti, o utilizzando delle vasche predisposte con acqua corrente: cambia solo il paesaggio poiché per il resto la gara procede assolutamente identica in entrambe le versioni. Chi avrà rinvenuto tutte le pagliuzze totalizzando il miglior tempo è dichiarato campione.

La pesca dell'oro ha anche un risvolto culturale poiché permette la rilevazione di dati relativi ai metalli e alla loro concentrazione nei vari fiumi e torrenti, che vengono poi inviati per l'analisi e il censimento al Museo di Storia Naturale di Milano. Inoltre, favorisce scambi con appassionati di altre nazioni ove questo sport conta degli adepti, a cominciare, ovviamente, dai rivieraschi del Klondike e dello Yukon, nei quali l'estrazione è tuttora attiva con

Ringrazio il Dr. Giuseppe Pipino per tutte le informazioni tecnico-scientifiche; Elio Rotella per l'avvincente descrizione dell'attività della Federazione dei Cercatori d'oro della quale è presidente; Armando Pasqualini, campione mondiale, che con il supporto del figlio Luca mi ha introdotto - purtroppo con scarso rendimento da parte mia - ai movimenti della batèa; Vanna ed Emilio Fedi coi quali ho trascorso un simpatico pomeriggio sul greto della tumultuosa Piota.

Per avvicinarsi a questo simpatico hobby e visitare il Museo dell'Oro di Silvano d'Orba la chiave è il Dr. Giuseppe Pipino - Tel e Fax: 0143/873176.



Il cemento e l'invenzi

I ragazzi d'oro dei due
istituti specializzati
valenzani che
preparano gli orafi della
nuova generazione

Gli imprenditori di Valenza seguono con vigile interesse i programmi didattici delle due scuole orafe locali e cioè l'Istituto Statale d'Arte Benvenuto Cellini e il Centro di Formazione professionale. Che, con metodiche, didattiche e finalità diversificate tendono verso un comune obiettivo e cioè preparare quelli che saranno gli orafi del vicino domani. Tra gli studenti dell'ultimo anno di entrambi gli Istituti l'Associazione Orafa Valenzana indice ogni anno un concorso allo

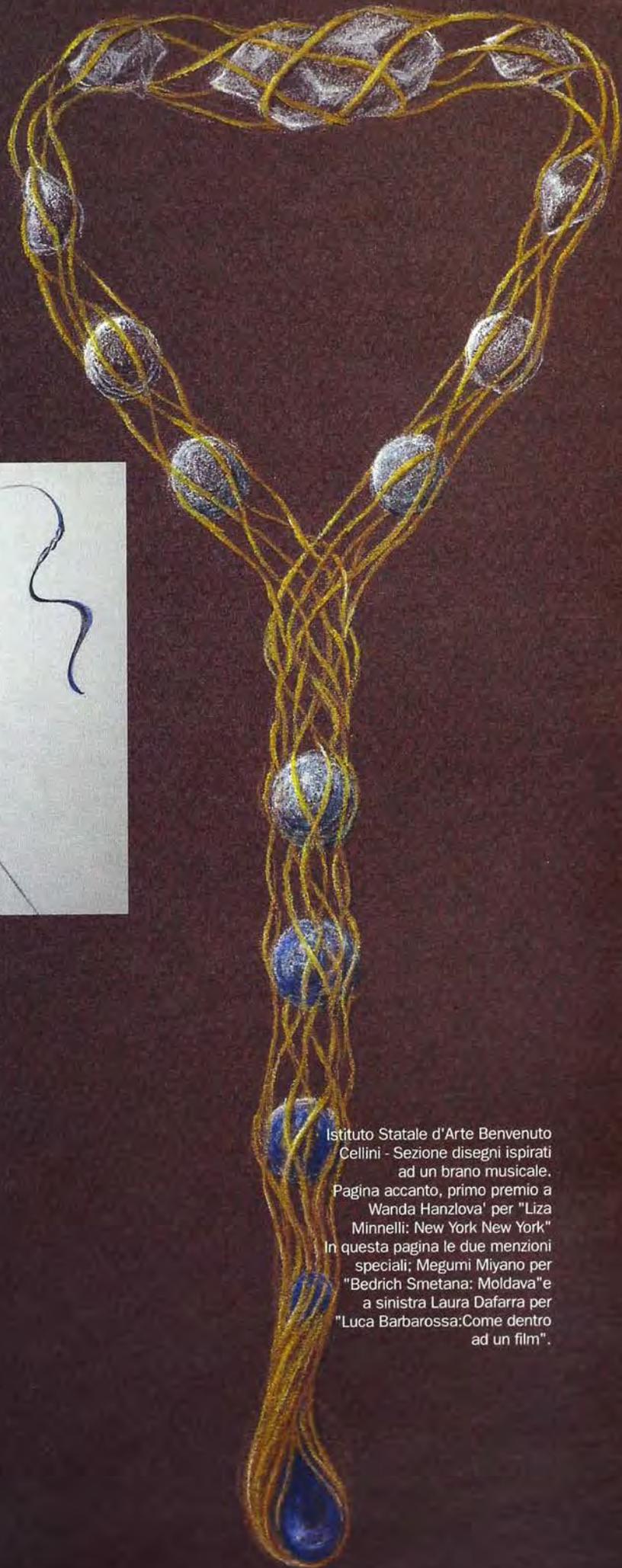
scuole



one

scopo di stimolare e mettere in evidenza le qualità dei partecipanti, e solitamente gli obiettivi sono più che soddisfacenti.

Per l'edizione '97, mentre gli allievi del Centro Formazione professionale potevano costruire un oggetto senza alcun vincolo tematico quelli dell'ISA sono stati invitati ad ispirarsi ad un brano musicale, spunto che è stato accolto e sviluppato con ricchezza di idee. Dai grattacieli ispirati dal musical "New York New York" e tradotti in un coloratissimo collier al lento fluire



Istituto Statale d'Arte Benvenuto Cellini - Sezione disegni ispirati ad un brano musicale. Pagina accanto, primo premio a Wanda Hanzlova' per "Liza Minnelli: New York New York" In questa pagina le due menzioni speciali; Megumi Miyano per "Bedrich Smetana: Moldava" e a sinistra Laura Dafarra per "Luca Barbarossa: Come dentro ad un film".



della Moldava, alle suggestioni di una canzone di Barbarossa.

Personalità di spicco tra la Giuria, presieduta da Lorenzo Buccellati, grande e notissimo orafo; una presenza doppiamente pertinente poiché anche appassionato violinista e con un passato di strumentista nell'orchestra della Gioventù Musicale.

Poiché creatività e tecnologia costituiscono un indissolubile binomio, anche le innovazioni tecniche rappresentano un ambito nel quale l'Associazione



Centro di Formazione Professionale - Sezione oggetti a tema libero.
A destra il primo premio: bracciale di Marcello Fradiani.
Menzioni speciali: ciondolo di Agata Luoni e anello di Stefano Laterza.

Orafa valenzana invita al cemento. Contestualmente ai due concorsi nelle scuole orafe, dallo scorso anno è stato introdotta anche una competizione nell'ambito della tecnologia. Le prime tre posizioni sono state conquistate da allievi del Centro di Formazione Professionale.

Il primo premio è andato ad Andrea Monteleone che ha elaborato un innovativo stocco luminoso che permette di migliorare il lavoro con la cera.

Alla seconda posizione si è collocato

un trio composto da Laura Grazioli, Stefano Laterza e Andrea Monteleone con il cannello Argon, "per il notevole grado di intuizione di un problema tecnico comunemente sentito e diversamente affrontato".

Ad un'altra ragazza, Patrizia Ercoli, è stato attribuito il terzo riconoscimento per un contenitore per pietra ad olio "per il contributo di immediata utilità in termini di pratica realizzazione". ■

Un terzo concorso, sviluppato in ambito tecnico. Il contributo della tecnologia come stimolo alla creatività più aggiornata.



Il mal di fiera

Una malattia del nostro tempo, che colpisce espositori e visitatori molto più spesso di quanto non si creda.

Dott. Victoria O. Acick

Il "mal di fiera" è il nome di fantasia che possiamo dare a un insieme di patologie che ho notato presentarsi ripetutamente durante il mio servizio di Pronto Soccorso presso la Mostra "Valenza Gioielli". Le mie annotazioni non hanno certo la pretesa di uno studio statistico-epidemiologico, ma penso possano dare un quadro del lato umano di una manifestazione economico-commerciale. Nella

rosa delle patologie più frequenti si trovano gastriti, gastroenteriti, problemi pressori (sia iper che ipo), sindromi influenzali, cefalea muscolotensiva, piccole ferite da taglio, lombo sciatalgie. Ci sono stati casi anche pittoreschi come, ad esempio, quello della gentile signora alla quale ho dovuto estrarre la punta di una matita che le era accidentalmente entrata sotto un'unghia; oppure quello di un visitatore egiziano che è venuto a chiedermi conferma della validità della terapia prescrittagli dal suo medico al Cairo.

Tornando alle patologie più frequenti è interessante notare che alcune si presentano con maggiore frequenza tra gli espositori e altre sembrano "preferire" i visitatori.

Agli espositori va infatti il primato delle ferite da taglio, tipiche da allestimento di stand. Sembra incredibile, ma a quanto pare sbattere la testa contro lo spigolo dell'anta della vetrina o tagliarsi sul bordo metallico della stessa non è poi così difficile; seguono poi le ferite da uso maldestro di piccoli arnesi o valigette metalliche.

Altro problema tipico degli espositori è la sindrome influenzale, specie se appena tornati da un viaggio di lavoro e con alle spalle variazioni climatiche e di fuso orario non indifferenti. In realtà anche i compratori non ne sono immuni, ma difficilmente un visitatore si mette in viaggio se presenta già qualche sintomo di raffreddamento, mentre l'espositore è molto più motivato e stoicamente viene e resiste nel suo stand. I visitatori sembrano invece più colpiti da problemi di tipo gastroenterico, probabilmente dovuti ad una alimentazione eccessivamente disordinata. In entrambe le categorie troviamo problemi pressori e lombo sciatalgie, lievemente più presenti tra gli espositori e il personale della fiera stessa; e poi ancora cefalea muscolotensiva, sensibilmente più presente tra i compratori che evidentemente fanno un maggiore sforzo per la scelta dei modelli e dei prezzi della merce. Le caratteristiche che accomunano tutti senza distinzione è la necessità di stare bene subito perché essere malati in questo contesto rappresenta una perdita di tempo e come sappiamo il tempo è denaro. A questo punto possiamo facilmente dedurre che il grande protagonista del "mal di fiera" è lo stress.

Stress

È un termine che usiamo spesso ma dal significato non conosciuto con precisione da tutti. Lo stress può essere definito come una forza che trae origine da fattori fisici o psichici e che agisce sull'individuo. I fattori che danno origine allo stress sono però numerosi: fame, ansia, rabbia, cambiamenti improvvisi rispetto alle proprie abitudini alimentari, folla, presenza di estranei, tabacco, cambio di casa, cambio di lavoro, vita irregolare, viaggi, eccitamento, affaticamento, matrimonio, divorzio, Natale, lutto, rumore, nascite, litigi, precedenti malattie, febbre, eccessiva esposizione al sole, improvvisi cambiamenti climatici e altri ancora. Fortunatamente, grazie alla nostra individualità che



rende ogni persona diversa dall'altra, ciò che è causa di stress per uno non lo è necessariamente per un altro. La risposta a uno stimolo stressogeno generalmente passa attraverso tre tappe principali.

1 ALLARME L'organismo riconosce lo stress e si prepara al cosiddetto "flight or fight" e cioè fuga o combattimento. Ciò avviene attraverso la stretta collaborazione esistente tra sistema nervoso e sistema endocrino che con il rilascio di diversi ormoni danno luogo ad un aumento del battito cardiaco, della pressione arteriosa, della respirazione, della glicemia, della sudorazione, dilatazione delle papille e rallentamento della digestione. In questa fase tutta l'energia dell'organismo viene resa prontamente utilizzabile.

2 RESISTENZA Questa fase comporta l'adattamento dell'organismo. Questo stato però non può essere mantenuto a lungo e se lo stress non viene rimosso allora l'organismo prosegue verso la terza tappa.

3 ESAURIMENTO Uno stress continuo impoverisce le energie dell'organismo che quindi può cadere facile preda di malanni di vario tipo. Ci sono studi che provano la connessione esistente tra stress e malattie cardiache, ipertensione arteriosa, tensione muscolare (cefalea muscolotensiva, lombalgie), gastriti gastroduodeniti e conseguente ulcera, infezioni streptococciche faringee. Un inciso particolare va fatto per coloro che in fiera si procurano delle ferite da taglio. Anche queste fanno parte dello stress da competizione tanto quanto i traumatismi degli sportivi durante le partite. Uno studio dell'Istituto di Medicina dello Sport dell'Università di Roma ha dimostrato che maggiore è l'ansia dell'atleta, maggiore sarà la possibilità di andare incontro ad un traumatismo; infatti, gli atleti ansiosi inconsciamente desiderano il trauma per evitare la gara. Anche in questo caso il rilassamento riveste un fondamentale ruolo di prevenzione. Consigliamo quindi ai nostri lettori di tenere presenti alcune considerazioni.

1 LO STRESS È INEVITABILE e fa parte della vita.

2 LA MIGLIORE DIFESA È RICONOSCERLO, conviverci con l'aiuto di una sana alimentazione, regolare attività fisica, rilassamento e valutazione periodica delle priorità della vita.

3 BISOGNA RICONOSCERE CHE TALVOLTA LO STRESS È UNA FORZA POSITIVA che ci stimola e ci aiuta nelle nostre conquiste; ben diverso dal distress che invece, per la nostra incapacità di adattamento alla situazione, è responsabile degli effetti dannosi.

Col tempo lo stress porta ad un deficit energetico che aumenta il fabbisogno nutrizionale dell'organismo, soprattutto di proteine, vitamine e minerali. Ne consegue che un organismo in buono stato nutrizionale risponde meglio allo stress, mentre la malnutrizione costituisce uno stimolo addirittura stressogeno. Quando si è stressati si tende istintivamente a scegliere alimenti che ci diano una sensazione di sicurezza; la maggior parte delle persone tende a scegliere alimenti a base di latte probabilmente perché questo alimento ricorda la sicurezza e la protezione godute durante l'infanzia, ma l'alimentazione moderata e bilanciata è sicuramente più raccomandabile. Seguite i nostri consigli per una sana alimentazione e buona fiera a tutti! ■

CIBI	CONSIGLIATI	SCONSIGLIATI
Latte e derivati	Latte scremato Formaggi magri Yogurt naturale	Formaggi stagionati Gelati
Pane e Cereali	Pane tostato Fette biscottate, Pizza	Torte e Pasticcini Dolci ricchi di creme
Carni e Pesci	Pollo, Tacchino Pesce azzurro	Salumi Frutti di mare
Frutta	Frutta fresca Succhi non zuccherati	Frutta sciroppata Marmellate e Canditi Noccioline tostate salate
Verdura	Verdure miste sia crude che cotte	Patatine fritte
Altro	Acqua e tè Qualche caffè Alcolici con moderazione	Bevande gassate Succhi dolcificati Cioccolato

Capri, gold and witchcraft.

The jewelers
on the most famous
square in the world.

Jewels, galaxies of them, which have been the pride and *métier* of Capri ever since it was ruled by Greece. Don't get us wrong. The island cannot claim to have a goldworking tradition of its own. Jewels in the days of ancient Rome, such as the ones found in Pompeii and Herculaneum, were all made in Naples. Well, they may be made elsewhere, but they are selected and put together with an offbeat flair that is the exclusive property of the natives of Capri. Six out of nine jewelers on the island have no trouble acknowledging their time-honoured link with Valenzan goldsmiths and the cordial friendships that have grown up over decades of reciprocal collaboration.

"My supplier often comes to see me during off-seasons. We take advantage of the extra time we have at our disposal to put together a few new pieces". The point that everyone insists on making is that they don't buy what is being produced by others, preferring to create their own items. For an all-too-obvious reason. They want to give the buyer something he could never find anywhere else, thus protecting themselves from the risks of competition. The island is small, but there are all of seven jewelry stores on Via Vittorio Emanuele, with only a few meters' distance from one to the other. It's only natural that these jewelers should worry about the competition, when you realize that the island has for years been taking credit for products, even though not made locally, that are potentially aimed at tourists. Of course, many products are made on the island, but the Made in Capri label, more often than not, leaves the buyer a little puzzled. At the Chantecler, just beyond the entrance, which serves as a store window, is a sedan chair from the Neapolitan eighteenth century.

"Do you know the story of our main door? The one we had before this door



was sold to a very wealthy Mexican rancher in the early sixties. Chantecler didn't want to sell it and kept on saying, 'Where will I put the jewels? This is my showcase, you know.' And the Mexican replied, 'Then give me the sedan chair and everything that goes with it. It's a deal'".

Pietro Capuano, rechristened Chantecler, is full of anecdotes and stories of which he is the protagonist. He went to Capri on vacation once and hasn't been off the island since. Restless, outgoing and gifted with a matchless style and fantasy, he is an extraordinary spinner of yarns that turned night into day in the years right after the Second World War.

He has kept intact all the flavour and charm of that era, the quality of his jewelry remaining faithful to the great tradition of the House. Gems of exceptional purity, coloured stones and pearls, all mounted in super-top quality, original, handmade settings. In his gold album are photographs and testimonials by Jacqueline Kennedy, Maria Callas, Ingrid Bergman, Brigitte Bardot and Elizabeth Taylor - all enthralled guests, friends and clients of this enchanting and creative Neapolitan.

The dam bursts, when we ask about an intriguing-looking bell, unleashing a flood of words that gives us one of several different existing versions of its history.

The first goes something like this: The bell we spotted at the Chantecler jewelry store is made of bronze, approximately a foot high and graced on one side by a bas-relief of St. Michael killing a dragon and, on the other, an allegory about putti or plump little angels. It's a copy - Capuano tells us - of a bell dreamed up by Chantecler and offered to President Roosevelt, who was

supposed to have rung it at the end of the war as a good omen. It was the "big bang" that gave rise to a whole typology of small bells in gold, diamonds and coloured stones that not only are identified with the legendary bell but also constitute its most reliable image. All profusely vouched for, of course, by newspaper clippings and photos from the period.

The second version, on the other hand, I got from Alberto and Lina Federico, owners of "La Campanina" (the bell), surely one of the oldest families of jewelers on the island. Alberto Federico tells us, "My mother-in-law, Olimpia Aprea (that last name is the same as that of the present proprietors of Chantecler), had a store that dealt in gold-work, corals and pearls on the Square that did very well, first with the Germans and then with an American clientele, during the war years. They had a lot of foreign metal currency at the time, which couldn't be converted into lire. So they decided to melt down all that bronze to make a bell in honour of St. Michael.

And what about Chantecler? Finding out about the project, the youngster, who was unemployed, but the son of jewelers, offered to help Olimpia carry it out. So he went to Naples, got hold of a sculptor by the name of Enrico Tessitore, picked out a foundry, supervised every phase in the casting process and brought the finished bell to Capri, where it was put on display in Donna Olimpia's store window. At this point, the Mayor, who had been thinking for some time of sending President Truman (not Roosevelt) a token of his gratitude for all the help Truman had sent Capri, admired the bell, and Donna Olimpia offered to give it to him as a gift. "And that's why - her son-in-law winds up - we decided to call our jewelry store "La Campanina", when Lina and I got married".

Next to "La Campanina" is Alberto and Lina's Gallery, a fascinating space, furnished with exquisite taste. In the showcases are jewels of the highest quality, crafted by a hand that didn't stint on their gold and precious-stone content. Valenzan hands? Alberto Federico promptly gives us three names - Gaspari, Frascarolo and Cantamesa.

I go on with my survey by interviewing the owner of a young firm, which opened only ten years ago. Augusto Di Losa has strong ties with Valenza. "I have a wonderful arti-

san up there, who works exclusively for me. It's easier these days - you get an idea do a design, send a fax and perhaps make a phone call. I'm always sure of a great result. I'm convinced that Valenza produces the world's finest jewelry".

But I see slews of coral. "Oh yes. It's a sector I dedicate a great deal of time to because it's a material that comes from the sea, and Capri is full of it. But if I want to combine it with gold and diamonds, always turn to Valenza for help". ■



Jewels from the twenties.

The jeweler's art in history and apparel.

When World War I broke out, Art Nouveau flowers had already withered.

They had had a glorious season but, held over beyond their natural life spans, their style, once so popular, had become mannered and academic, its market whisked away from under its nose by a radical change in taste.

The introduction of platinum, in the early years of the century, changed things only on a technical plane. Silver mountings were out. The new metal not only did not rust, but also proved to be exceptionally tough, which meant that the thicknesses of mountings could be reduced to a minimum, thus enhancing the characteristics of the stones.

Cutting it to the bone, the big names lightened up on the image of the jewel, doing what someone described as "mounting a stone in the nude". A market was thus created for smaller stones, which had heretofore been smothered under old workmanship techniques.

It was an important moment in the history of jewelry-making, especially when you think of the results achieved by many artisan-artists in Valenza, when they make pins with ribbons, bows and stars, whose structure is nothing more than a gossamer-thin grid or network, in whose interstices stones are embedded.

Then came the long hiatus brought on by the conflict and the troubled postwar years.

The battlefield shifted to the home front, where galloping inflation, the high cost of living and strikes were the order of the day.

There were no jobs and nobody who knew how to create them. In the north, industries had just finished producing weapons and had to convert back to making consumer goods. In the South, agriculture was practically at a standstill due to its loss of manpower. The South, in fact, was the region that sent the greatest number of men to war and so had depleted its resources.

In the cities, crowds of veterans moved from the districts to the prefectures in search of a hand-out and a job while, in the country, the land was occupied by farmers. There was a swelling chorus of protests, which not infrequently erupted into blood baths.

It was a climate in which fascism would take root and flower, aided and abetted by a tornado of soaring inflation that sucked people's savings into its vortex and left workers with a fixed income flat on their faces. A last stab was made at saving the country by coaxing 78-year-old Giolitti out of retirement in the placid Piedmont countryside to head the government. But it was too late, even for a man with his charisma.

In the smaller universe of the jewel, the twenties bore the mighty imprint of the Bauhaus movement. Which does not mean that Italian jewelers took on the aesthetic

canons of the famous school in Weimar and applied them to their creations. But the influence exerted by the apostles of the movement from Gropius to Klee to Kandinsky to Marcks was such that nothing in those years could wriggle out from under the weight of its principles.

However, the fresh gust of wind blowing in from Weimar was not the only one sweeping over the jewelry-making art. Cubism, promoted by Picasso and Braque in particular, was jolting the entire visual art world, and its repercussions were soon felt - and seen - in jewelry.

While it may be hard for some of us to see the hidden links between the geometry of a pendant and the decomposition of a painting into planes, the connection exists, and there is no dearth of testimonials to that effect.

What should be added at this point is that we are in the realm of research, and avant-garde approaches never make it into volume production. So it should come as a surprise to no one that these days a design that goes against the tide of prevailing tastes is doomed to live out its life in a store window and arouse nothing in the way of a reaction outside of a few disparaging remarks.

So, while in France, Brandt and Fouquet, whose father was a master of Art Nouveau, were doing jewels with an abstract line that underpinned bold geometries of pavé diamonds, in Valenza jewelers were not vegetating.

With less extremism, perhaps, but certainly with just as much rigour, a small series of geometric jewels was born, based on simple compositions of squares, circles and ovals.

It's probable that these artisans (especially if we recall the average level of culture in those years) didn't know who Braque was, just as they were unaware of Gropius at first, but it didn't matter. The fact remained that they were neither indifferent nor alien to a current of taste and thought that revolutionized modern art.

While production kept to the straight and narrow route of a certain tradition and the retrieval of the most firmly established styles, with the emphasis on the eighteenth century, the most astute jewelers didn't let an extraordinary opportunity slip through their fingers which, in 1922, would create as much of an uproar in the world as the March on Rome.

The discovery of the fabulous treasure of Tutankhamon suddenly relaunched

Egyptian culture, the world of the Pharaohs and the fascination of the pyramids.

What about technology? Was there anything new in that neck of the woods? Quite apart from aesthetic influences and designs, it is at a bench that a jewel is born, which is why the discovery of the so-called double spring formed an integral part of the history of those years.

There is nothing particularly remarkable about this device (a catch in two sections which, hooked together, allow the two parts of an object to be used together), but the solution made such a smash hit with the public that it caused a mini-revolution in sample collections of that era.

The market, meanwhile, continued to mark time. There was a pick-up to a certain extent, in the early postwar years, thanks to an increase in marriages and, even more important, the rise of a merchant class, but there was again talk of an imminent slump.

The regime, on the ropes after the Matteotti crime in 1924, zeroed in on economic policy to gain credit. It was decided to raise the value of the lira in relation to the dollar and pound, and this had the immediate effect of shrinking the area of Italian exports. Moreover, customs duties cut so deeply into the price of the jewelry product that Valenzans were forced to ship their goods to foreign countries without stones, to keep from losing their markets.

The situation was made even worse by the expansion in the sector during that period. Valenza numbered no fewer than fifty companies and more than seven hundred workers, so the sudden diminution in the market brought back the specter of unemployment. Fashion might have given the market the stimulus it needed, but Italy was in uniform, and the frontiers were beefed up in this field too. France got the ax along with Paris couturiers, the femme fatale with her déco haircuts, cartwheel hats, garters and sheer stockings. The regime idolized mothers who raised families and believed in the future of the country as well as the primary rule of their lives, which was practicalness.

It was evidently a vain ambition, even though it got the full support of Fascist Italy, led by Marinetti, the father of Futurism.

However, fashion proved to be the regime's most powerful opponent. In fact, Mussolini said in 1933 that "Every power,

whatever its origin, is doomed to fail in the face of fashion. If fashion says that skirts have to be short, we won't be able to lengthen them - not even under the threat of the guillotine". It's the only terrain where Fascism acknowledged defeat. It wasn't easy, and Italian jewelry played a distinctive role in the battle. ■

Gold country

The Gold Rush, Italian style.

In his "Naturalis Historia", Pliny the Elder tells us that, as opposed to what happens elsewhere, "Italy was spared the scourge of exploitation by an ancient decree banning it, passed by the senate... We have the text of the censorious law on the *Victumulae* gold mine in the territory of Vercelli, which prohibited public contractors from using more than five thousand men to work the mine".

Alluvial gold, found in the Ticino and other tributaries of the Po River, was collected in the Ist and IInd centuries B.C. We have only a very few sources attesting to this fact but, starting with the end of the first millennium, documents started appearing in various provincial archives, giving scholars a goldmine of material to do research on.

There was an abundance of labour to do the job, recruited by contractors who received the territories in concession - depending on the historic events that happened to be onstage at the time - from bishops or emperors, including names like Henry IV, Conrad II and Frederick I or Barbarossa.

How did all this gold happen to end up in Italian rivers?

The presence of metals has been reported everywhere in Italy, the Alpine arch being the center of a particularly high concentration of copper, galena or lead sulfide containing silver, lead, magnetite, pyrite, chalcopyrite, silver and gold. In the gold

district of the Chaland Valley, in modern times, for example, an English company used up to 500 miners to get several quintals of gold out of a single vein.

All mining activities started drying up in our century because of the investments involved, which were never justified by yield estimates. In fact, a document written in 1672 tells us that "cultivation of this activity would undoubtedly be worthwhile if one could use convict or slave labour, as they used to do in the old days".

The rocks may have been reluctant to give up their treasure to man but, with nature it was a different story. They relinquished their gold, along with copper, iron and other metals under pressure from erosion produced by wind, water, intense cold and moisture. They crumbled, falling away from the walls of rock, where they had been held prisoner for thousands of years, and were swept toward the valley, by the churning waters of mountain torrents, into the great rivers.

The collection of gold as an activity was carried on for decades in this century by entire families, who lived off the profits from it. The last bastions of this cottage-run mini-gold rush, they thrived in the period immediately after the Second World War, when work alternatives were practically zero. Any one of today's salaries, even the lowest, is a small fortune



compared to the profits realized by panning for gold. So anyone who pans for gold these days does it only as a hobby.

When you find gold, it is always mixed with pebbles, sand, magnetite, ilmenite and other substances. Since its specific gravity is higher than all of its companions, it sinks to the bottom and the panner, by shaking and rotating the pan until the lighter material rises to the top, gets rid of the latter, little by little with decisive gestures, until there is nothing left but nuggets of gold. But it's much easier said than done!

Italy is not the only nation with a host of fans of this sport, and there are exchanges with other countries starting, of course, with the coastal regions of the Yukon and Klondike, where mining is still going great guns with highly organized systems. However, there is still room for loners. Fans organize a competition every year at the world level, this year it being Italy's turn to play host to the other nations.

The banks of the rivers, it should be made clear, have not been the victims of the gold-rushers alone. Dinosaur excavators have gouged millions of tons of gravel out of them to transform it into building material, without sifting it before subjecting it to the grinding process. So you can just imagine how much gold is walled up in the house where you live! ■

Test and invention

Golden boys from the Valenzan professional training institutes.

Valenzan entrepreneurs keep tabs on the teaching programs at the two local jewelry-making schools, namely the Benvenuto Cellini State Art Institute and the Professional Training Center. Although the teaching methods and aims of the two schools differ, they have one goal in common, which is to prepare the jewelers of tomorrow.

The Valenzan Jewelers' Association announces a competition every year for students in their final year at both institutes, its purpose being to stimulate and put a spotlight on the qualities of the participants.

For the '97 event, pupils of the Professional Training Center were free to construct any object they wished without being tied down to any particular theme. Undergraduates at the I.S.A., on the other hand, were asked to draw on a musical theme for inspiration, an idea which they snapped up and developed with a startling wealth of ideas.

There was everything from a skyscraper inspired by the song, "New York, New York", and rendered in a necklace blazing with colour, to the lazy flow of the Moldau River to the charm of a Luca Barbarossa song.

An outstanding personality on the jury was its president, Lorenzo Buccellati, a great and world-renowned jeweler who is also a musician, hence his presence was particularly relevant. He is a violinist who used to play in the Gioventù Musicale (musical youth) orchestra. ■



JOAILLERIE

The 2nd Jewellery & Watches
Exhibition for the Middle East

Liban '97

La porta del
mercato orientale

9-12 October 1997

The Venue


FORUM
BEIRUT

Organised by

IFP  الشركة الدولية للمعارض
International Fairs & Promotions

P.O. Box 55576 Beirut - Lebanon Tel: 961 1 582083/4/5/6 Fax: 961 1 582326 E-mail: ifp@ifp.com.lb

Beirut
Fashion
Week

Fiera Internazionale Della Gioielleria

Vi prego di mandarmi informazioni come espositore Joaillerie Liban'97 visitatore Joaillerie Liban'97

Nome: _____ Titolo: _____

Ditta: _____ Telefono: _____

Indirizzo: _____

_____ Fax: _____

FIN-MARK srl

1-40126 BOLOGNA

Via del Borgo di s. pietro 134

Tel: 051 / 246 136

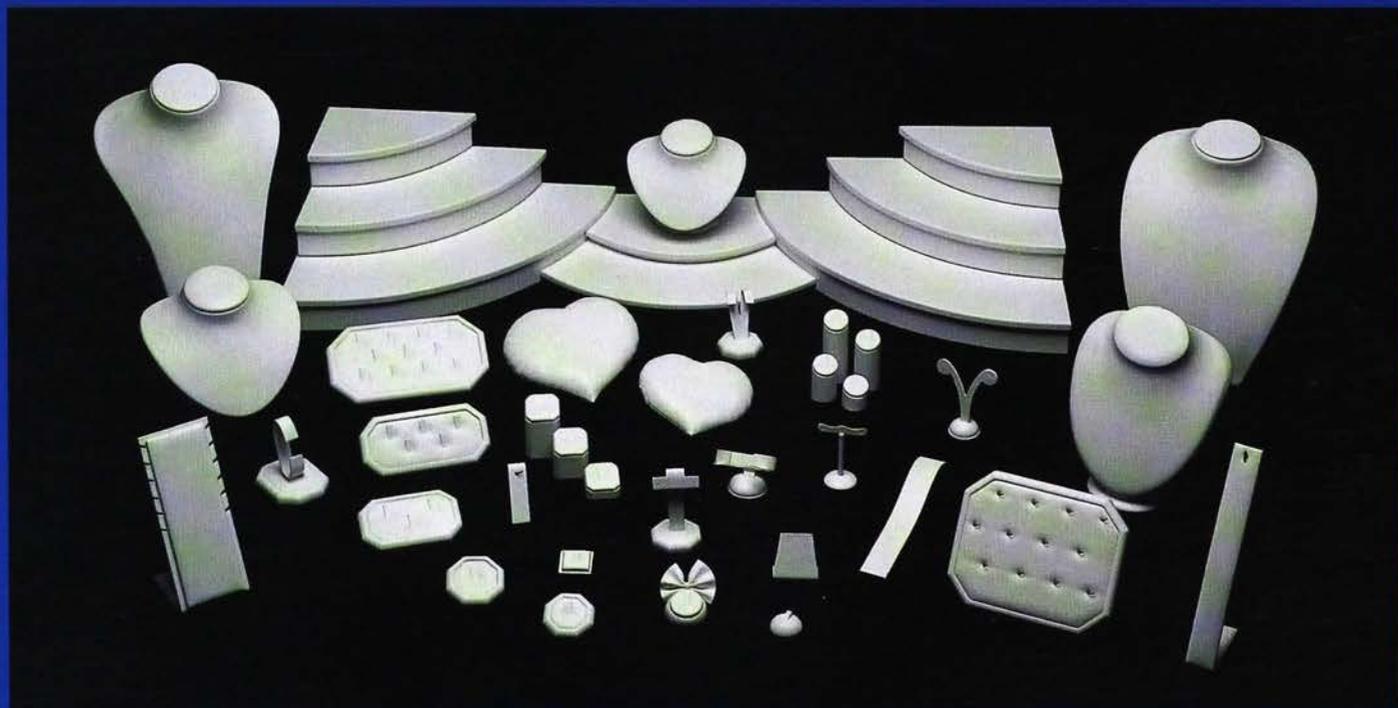
Fax: 051 / 249 333



OTTONE PARK HOTEL

Cascina S. Michele - MUGARONE - BASSIGNANA (AL)
Tel. 0131/94.02.45 - Fax 0131/94.05.11

ROSSI ASTUCCI



ESPOSITORI PER VETRINE
ROTOI
VALIGIE CAMPIONARIO
VASSOI

- ASTUCCI PER OROLOGERIA
- CONTENITORI PER GIOIELLI
- ARTICOLI GEMMOLOGICI
- ETICHETTE-GARANZIE-BUSTE ecc.

PRODOTTI PER LA PULIZIA DI ORO - ARGENTO - PERLE ecc.



15048 - VALENZA - Via Lega Lombarda, 40
Tel. 0131 - 924041 - Fax 0131 - 947153
MOSTRE: VALENZA GIOIELLI - STAND. 106

fortuna, affari, lavoro.

settembre, ottobre, novembre

VERGINE: Siete i più instancabili lavoratori dello zodiaco, nessuno più di voi merita il successo in carriera. **BILANCIA:** Abili nell'organizzazione del lavoro siete i capi ideali che sanno ottenere disciplina e dedizione al lavoro dai dipendenti. **SCORPIONE:** Se farete buon uso delle doti naturali di fascino e simpatia avrete la clientela ai vostri piedi e non vi mancheranno mai lavoro e denaro.

Ariete

Gli astri sembrano impegnati ad inviarvi messaggi di incoraggiamento perché possiate investire tempo, energie e denaro oggi per avere successo poi nei mesi futuri. Siate coraggiosi come sempre e vedrete che gli altri, colleghi, superiori o sottoposti, vi seguiranno con entusiasmo e riconosceranno il vostro sesto senso negli affari, l'originalità delle idee, le capacità imprenditoriali e vi aiuteranno nelle iniziative che, nei prossimi mesi, saranno numerose. State cavalcando la tigre ed è giocoforza ballare per non perdere le buone occasioni. Attenti però a non bluffare e a non mettervi in situazioni di rischio perché non è tempo di azzardo ma di cose serie.

Toro

Le combinazioni astrali vi suggeriscono di dare un taglio netto alle spese inutili. Questo non sembra tempo di investimenti a lungo termine perché, al momento dei bilanci, potreste forse accorgervi di aver speso troppo. D'altra parte Urano spinge a forti cambiamenti che tuttavia sarebbe meglio rimandare ai prossimi mesi quando la posizione di Giove sarà decisamente più favorevole al vostro segno. Cercate allora di

agire ora all'insegna della prudenza e concedetevi del tempo per approfondire quelle conoscenze che si dimostreranno utili nel prossimo futuro.

Gemelli

I tempi sono maturi per voi perché possiate compiere grandi passi della vostra vita lavorativa perché, ora più che mai, gli input celesti sono fortissimi ed impellenti: è praticamente impossibile resistere ad Urano che vi suggerisce di ampliare la vostra attività, a Giove che vi regala dosi massicce di ottimismo e a Saturno che vi vuole più razionali e logici che mai. Ci sono insomma tutti i requisiti perché otteniate il massimo da voi stessi e dagli altri. Fatevi cullare dall'onda delle energie positive ma siate tuttavia prudenti e non mettete troppa carne al fuoco.

Cancro

Il successo è alle porte ma ancora dovrete lottare per affermarvi con la grinta e l'energia che sono proprie della vostra natura cancerina. In Settembre, con la complicità di Marte, sarete più che mai forti, tenaci, volitivi e forse un po' troppo sicuri di voi stessi. Saturno dissonante rende un poco pesante l'atmosfera intorno a voi ma vi conduce per mano a vi aiuta a prendere decisioni fondamentali perché possiate apportare miglioramenti su molti fronti della vostra vita: affari, amore, sistemazione di vecchie pendenze ecc.

Leone

Il vostro segno è quello che sicuramente riceve più aspetti sia positivi che dissonanti rispetto agli altri. Si occupano di voi Plutone, Urano, Giove, Saturno per parlare solo dei pianeti

lenti: In pratica ciò significa che la vostra vita sta cambiando in meglio, che vi siete svegliati a nuove iniziative e che avete grandi possibilità di riuscita solo che lo vogliate: Il fatto poi che Giove sia dissonante porta solo dei vantaggi perché vi impedisce di commettere errori di valutazione e vi fornisce di un pessimismo che vi caute. Anche Saturno vi aiuta dandovi un pensiero lucido e brillante.

Vergine

Tutto andrà liscio come l'olio e voi andate incontro a questi mesi autunnali con una grande volontà di sfondare e di conquistarvi posizioni economiche e lavorative sempre più vantaggiose. L'impegno che mettete in tutte le cose che fate è la vostra carta vincente. Ora più che mai ci si fida di voi, della vostra proverbiale tenacia, delle capacità organizzative: A voi tocca solamente avere coraggio ed osare e buttarvi nelle imprese con quel pizzico di imprudenza in più che, in questo momento, può essere più di aiuto che di danno.

Bilancia

Tira aria per voi di salutarci cambiamenti che stavate meditando da lungo tempo ma che prima non sapevate come risolvere. E adesso dovete rompere ogni indugio e combattere la vostra battaglia da cui uscirete vincitori. Non è dunque ora di rilassarvi ma di impegnarvi su tutti i fronti possibili fidando sulle vostre energie psico-fisiche che sono praticamente inesauribili. Siete aiutati dai buoni auspici di Giove, il pianeta della fortuna, che vi assiste benevolmente in tutte le faccende finanziarie e vi regala una buona dose di ottimismo e di buon umore costante.

Scorpione

Le posizioni astrali consigliano un periodo di prudenza negli investimenti e nelle spese, meglio allora assestarsi sulle posizioni precedentemente conquistate piuttosto che lanciarsi in nuove iniziative che al momento, non sembrano nascere sotto una buona stella. È pure consigliabile fare qualche risparmio perché è possibile che andiate incontro a spese impreviste che saranno utili e costruttive per lo sviluppo della vostra attività in futuro ma che al momento potrebbero crearvi qualche preoccupazione. Moderate gli eccessi di aggressività nel mese di Settembre.

Sagittario

State andando incontro ad uno dei periodi più belli della vostra vita per la benevolenza di

quasi tutti i pianeti dello zodiaco. La Dea Fortuna, tolta la benda dagli occhi, vi assiste e vi guida verso le mete che vi sono care. Senza un eccessivo impegno, senza preoccupazioni pressanti ogni cosa si sistemerà come per incanto e voi godrete di un buon umore costante che vi renderà più comunicativi e simpatici che mai tanto che riceverete inviti e farete una vita sociale molto impegnata. Sarà tuttavia inevitabile ad Ottobre qualche momento di nervosismo complice un battagliero Marte transitante nel vostro segno.

Capricorno

Siete in un periodo molto fattivo della vostra vita in cui dovrete prendere anche decisioni importanti su cui stavate meditando da tempo. Certo non vi mancano gli impegni, le tensioni, le preoccupazioni ed i momenti di nervosismo che superate tuttavia con il vostro solito smalto. Darete molta importanza alla vita affettiva e forse dedicherete più tempo del solito alle persone che amate perché capite che sono importanti per il vostro equilibrio. Gli affari andranno a gonfie vele e saranno il giusto premio al vostro impegno, alla costanza, alla buona volontà e, perché no, alla vostra ambizione.

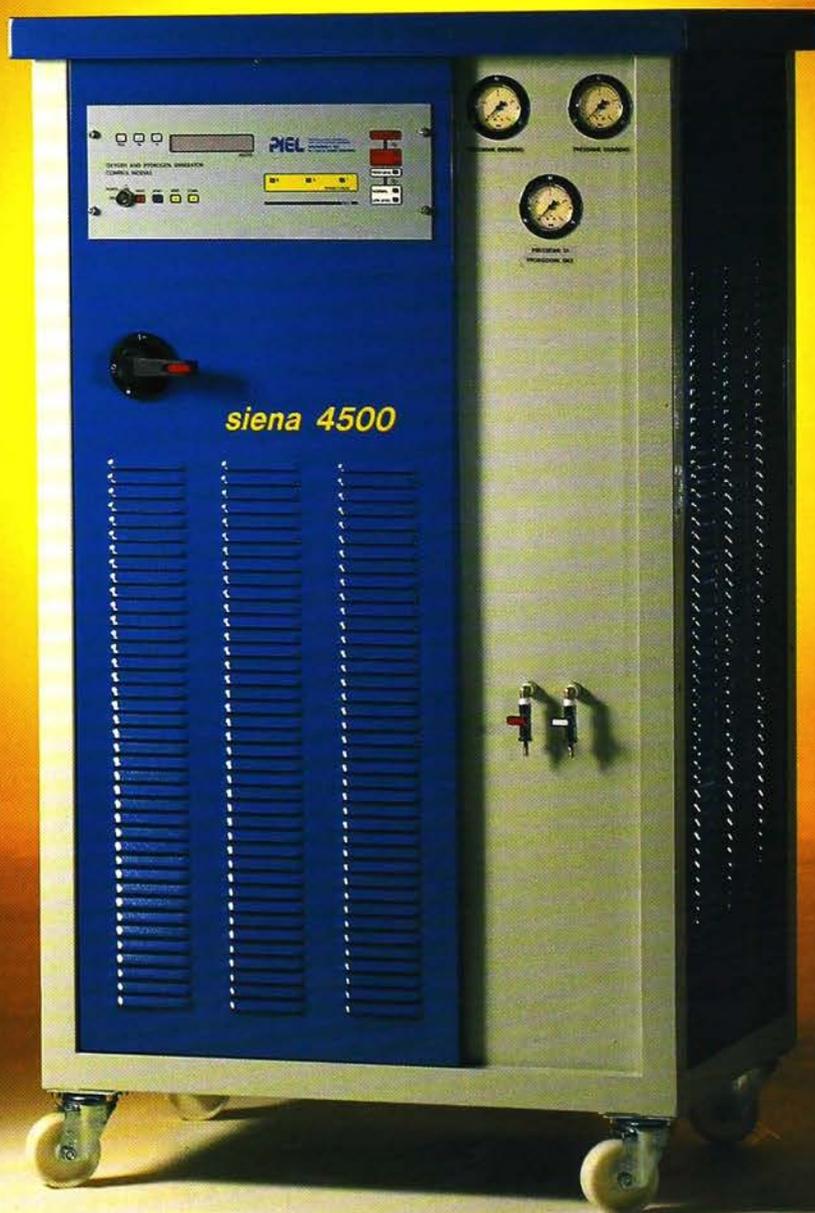
Acquario

Continua la serie positiva per voi che siete letteralmente bombardati dai passaggi planetari che coinvolgono felicemente il vostro segno. State ben attenti a non perdere le buone occasioni che si offriranno nei prossimi mesi e tenetevi psicologicamente pronti ad avvenimenti strabilianti che coinvolgeranno piacevolmente tutti gli aspetti della vostra vita e che sono la base per il vostro brillante futuro. Nel frattempo troverete anche il tempo per i divertimenti, per i viaggi e per gli svaghi come suggerisce la posizione di Giove. Occhio alle calorie se ci tenete alla linea per una generale tendenza a mettere su qualche chilo.

Pesci

Gli astri continuano a volervi bene e vi inviano velati suggerimenti perché tutto nella vostra vita sia positivo dai pensieri alle azioni. Siate solo un po' prudenti e vedrete che ogni cosa andrà per il giusto verso e sarete in grado di mostrare la vostra grinta migliore specie nel settore lavorativo: Ma anche il campo sentimentale si presenta buono e favorevole soprattutto a chi è in cerca dell'anima gemella perché sono in vista nuovi incontri interessanti che vi faranno sognare ad occhi aperti. Nel complesso l'umore sarà sul bello stabile.

GENERATORI DI GAS - PIEL: UN RISPARMIO PULITO PULITO



SI
risparmio



SI
ecologia



NO
bambole



NO
scoppio



NO
fossico



Le saldatrici ossidriche PIEL (generatori di idrogeno ed ossigeno separati) sono il sistema più razionale per avere i gas puliti e soprattutto molto economici. Prodotte in una vasta gamma di modelli, soddisfano le esigenze di tutti i settori dell'industria e dell'artigianato: oreficerie, arredamenti e minuterie metalliche, lampadaristi e ottonisti, vetrerie, occhialerie, ecc.. Tutta la tecnologia PIEL al servizio dell'ambiente: un risparmio pulito pulito.

PIEL: 56025 PONTEDERA (PI) ITALY - Via Turati, 18
Tel. (0587) 290464 - Fax (0587) 291688

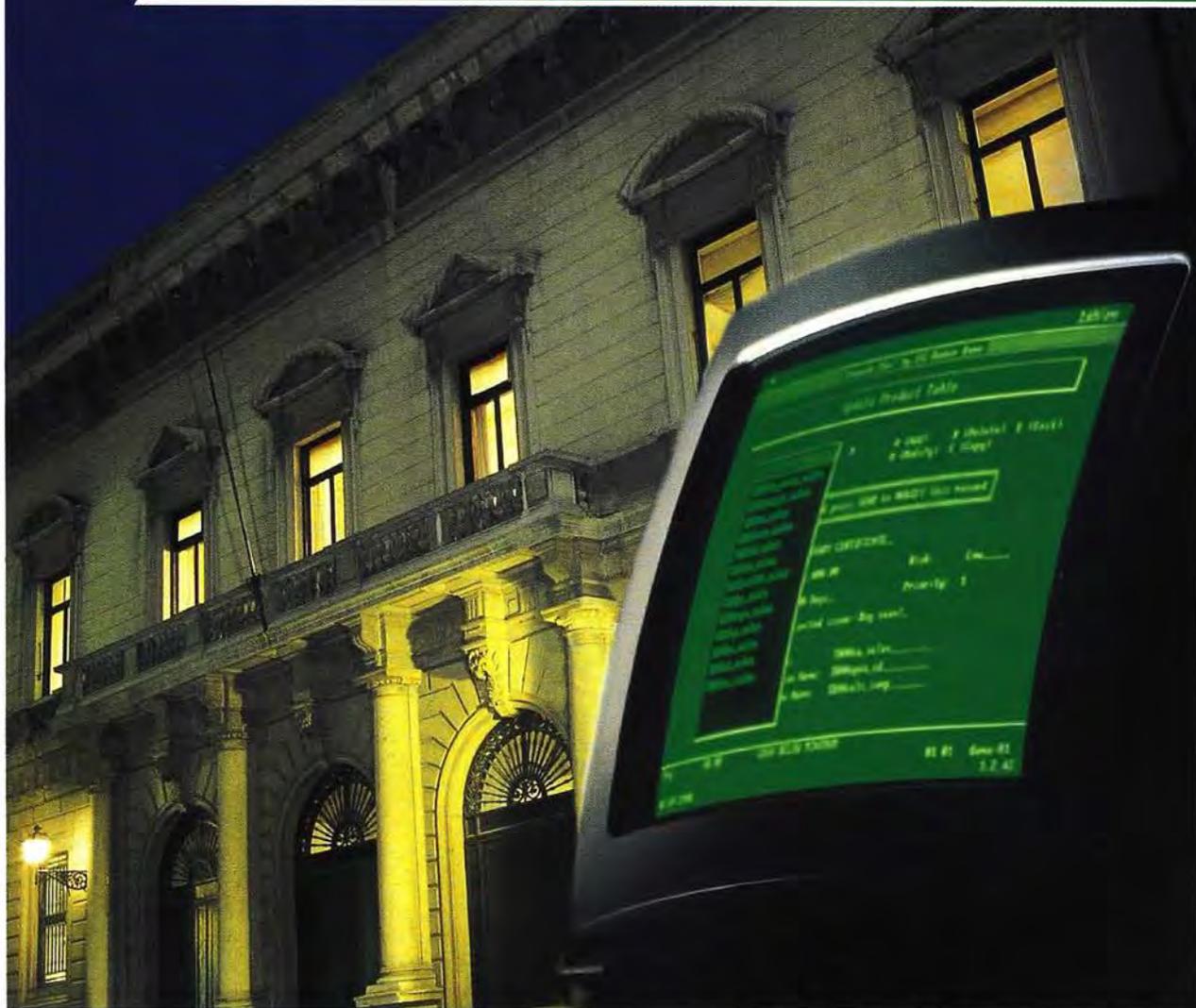
PIEL

Tecnologia, Ecologia

CENTRI ASSISTENZA PIEL:

ITALIA NORD-OVEST	Valenza	0131/955252
ITALIA NORD-EST	Vicenza	0424/72682
ITALIA CENTRO	Arezzo	0575/357349
COSTA TIRRENICA	Pisa	0587/291688
COSTA ADRIATICA	Macerata	0733/638938

**un punto d'incontro,
una banca.**



UN RIFERIMENTO SICURO IN UNA SOCIETÀ CHE CAMBIA.

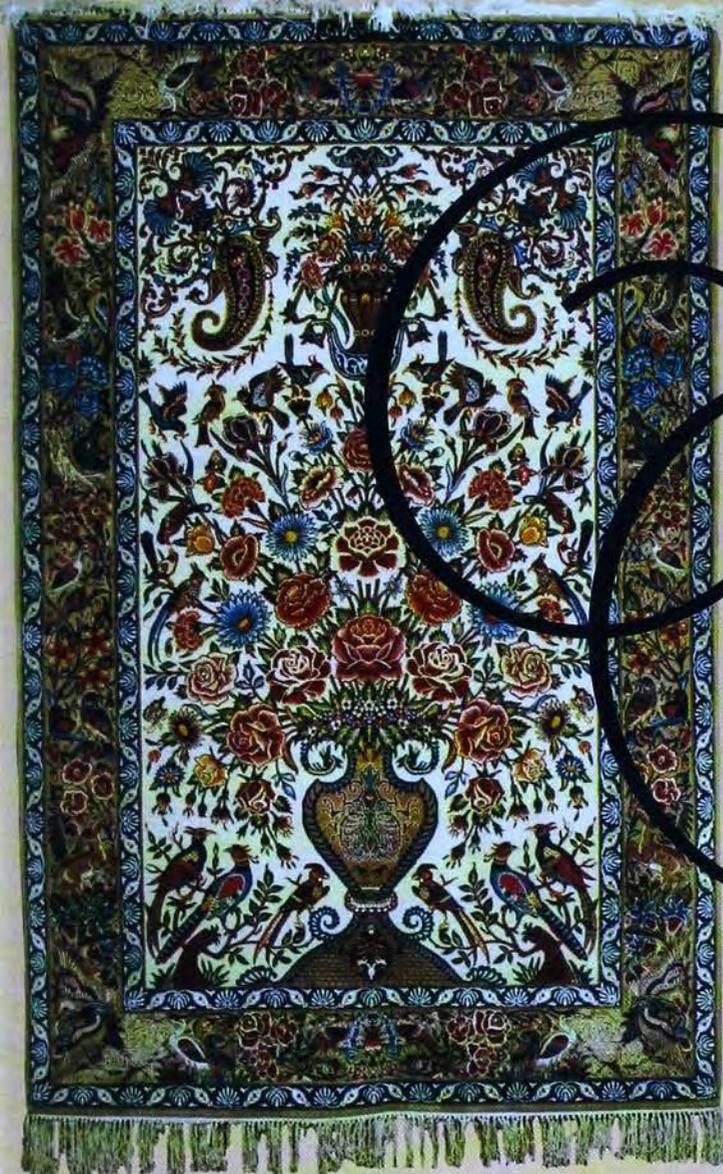
Siamo puntuali con le esigenze di chi quotidianamente lavora con noi. Conosciamo le reali necessità e siamo sensibili ai problemi perché viviamo in prima persona il rapporto con i nostri clienti. Ogni giorno diamo il nostro contributo concreto alla crescita dell'economia locale. Lo facciamo da oltre 150 anni e lo faremo ancora domani, per voi.

Guardate al futuro con fiducia, c'è una grande realtà al vostro fianco.



**CASSA DI RISPARMIO
DI ALESSANDRIA SPA**

la numero uno, qui da noi.



Villa

*Geometrici o floreali,
quadrati rettangolari rotondi,
nuovi vecchi antichi,
a colori o in bianco e nero,
comunque sia il tappeto che sognate
provate a cercarlo da noi.*



AD Maurizio Puccinelli

Villa Ratiusecia

Tappeti Orientali e Argenti Antichi

aperto tutti i giorni, festivi compresi - pagamenti agevolati

Strada Panoramica Zegna - Regione La Volpe - Tel. 015 - 981526
COSSATO - Biella

nineteen hundred and ninety seven

XX

AUTUMN
EDITION

4-8

OCTOBER

1997

VALENZA,
EXHIBITION
CENTRE

VALENZA GIOIELLI

VALENZA: TRADITIONAL VALUES IN THE HANDS OF THE FUTURE

VALENZA,
EXHIBITION
CENTRE

Informations

AOV SERVICE S.R.L.

TEL. 0131-941851 - TEL. 0131-946609

EXHIBITION CENTRE

TEL. E FAX 0131-9481

Subscription form

RISERVATO ALL'ITALIA

Sottoscriviamo un abbonamento annuale (4 fascicoli)
alla rivista "Valenza Gioielli", a partire dal primo fascicolo raggiungibile

Spedire a: _____

Indirizzo _____

CAP e città _____

Partita IVA _____

Il relativo importo di L. 25.000 viene da noi versato
a mezzo allegato assegno

numero: _____

sulla Banca: _____

Intestato a: **AOV Service Srl** _____

Timbro e firma: _____

We would like to take out a year subscription (4 issues)
to the magazine "Valenza Gioielli" - Lit. 75.000

To send to: _____

Here enclosed please find cheque

n° _____

Bank: _____

Made out to: **A.I.E. - Via Manzoni, 12 - 20089 Rozzano - Milano (Italy)** _____

Signature: _____

Periodico trimestrale. Organo ufficiale dell'Associazione Orafa Valenzana

Periodico trimestrale. Organo ufficiale dell'Associazione Orafa Valenzana

Valenza gioielli

Valenza

Valenza

Subscription form

Put in an envelope and send to: /Tagliare, inserire in busta chiusa con relativo assegno ed inviare a:

AOV Service

Sezione Abbonamenti
Piazza Don Minzoni, 1
15048 VALENZA (AL)

A.I.E.

Agenzia Italiana Esportazioni S.p.A.

Sezione Abbonamenti
Via Manzoni, 12 - 20089 Rozzano - Milano (Italy)
20152 MILANO (Italy)



OROLEVANTE

SALONE DELL'OREFICERIA GIOIELLERIA
ARGENTERIA OROLOGERIA
CRISTALLERIA E ACCESSORI



SALONE DELLA BOMBONIERA
E DELL'ARTICOLO DA REGALO

17-20 OTTOBRE 1997
BARI - FIERA DEL LEVANTE

OROLEVANTE e TULLE & CONFETTI due importanti saloni specializzati che vi offrono l'opportunità di presentare e far conoscere la vostra produzione al grande mercato centro-meridionale, un mercato preziosissimo ed ansioso di conoscere novità e idee.

Tel. 080/5366325-5366324 - Fax 080/5366489

**È UNA INIZIATIVA
FIERA DEL LEVANTE**



STUDIO VALLETTA

Gioielli d'Autore

I gioiellieri di questo numero

Adamas Tel.0131-945500 Fax 0131 953077 **Arzani** Tel.0131-943141 Fax 0131-955308 / **Barberis Carlo**
Tel.0131-941611 Fax 0131-941209 / **Barbero & Ricci** Tel.0131-943444 Fax 0131-953311 / **Bibigi**
Tel.0131-237012 Fax 0131-237955 / **Bressan** Tel.0131-924611 Fax 0131-953068 / **Cavalli Luciano**
Tel.0131-942682 Fax 0131-924817 / **Ceva** Tel.0131-941027 Fax 0131-954773 / **Curcio F.** Tel.0131-952645
Fax 0131-927608 / **Davite Delucchi** Tel.0131-941731 Fax 0131-946779 / **Deambrogio** Tel.0131-943382
Fax 0131-943382 / **Dierre** Tel.0131-237015 Fax 0131-237987 / **Emmeti** Tel.0131-941302 Fax 0131-943241
Femini Tel.0131-941953 Fax 0131-952796 / **G.M.D.** Tel.0131-943166 Fax 0131-955068 / **Geal**
Tel.0131-924038 Fax 0131-946727 / **GI.VAL** Tel. e Fax 0332-234081 / **Guerci & Pallavidini**
Tel.0131-942668 Fax 0131-953807 / **Hori** Tel.0131-943546 Fax 0131-952278 / **Leo Pizzo** Tel.0131-955102
Fax 0131-9466881 / **Luca Carati** Tel.0131-954533 Fax 0131-924630 / **Mangiarotti** Tel.0131-924347
Fax 0131-953162 / **Masini Gioielli** Tel.0131-929211 Fax 0131-929300 / **Mineralgemme** Tel.02-58318040
Fax 02-58318050 / **Nino Verità Design** Tel.0131-924012 Fax 0131-941286 / **Ofir** Tel.0131-943200
Fax 0131-947232 / **Orlow** Tel. e Fax 0142-455260 / **Oro Trend** Tel.0131-952579 Fax 0131-946240
P.A.P. Tel.0131-941108 Fax 0131-946970 / **Pallavidini Luisa** Tel.0131-924074 Fax 0131-946784
Piacentini Tel. e Fax 0384-800778 / **Ponzone & Zanchetta** Tel.0131-924043 Fax 0131-947491
Preziosismi Tel.0131-924358 Fax 0131-951630 / **Raima** Tel.0131-945700 Fax 0131-955911
RCM Tel.0131-945392 Fax 0131-955968 / **Reality B** Tel.0131-943654 Fax 0131-920125
Recarlo Tel.0131-941303 Fax 0131-953916 / **Rinaldi Michele** Tel.0131-953331 Fax 0131-953333
Ruggiero Mario Tel.0131-924769 Fax 0131-946753 / **Scorcione F.** Tel.0131-941201 Fax 0131-946623
Sidra Tel.049-609222 Fax 049-8641011 / **Staurino Fratelli** Tel.0131-943137 Fax 0131-952908
Taverna Tel.0131-924340 Fax 0131-947011 / **Terzano di Ninetto Terzano** Tel.0131-942174
Fax 0131-952089 / **Verdi & C.** Tel.0131-927254 Fax 0131-924464.

RCM



Via Camurati, 45 - 15048 Valenza
Tel. 0131/945392 - 952815
Fax 0131/955998

Rockfeller Plaza, 45 - Suite 2440
New York - 10111 NY
Tel. 212/4896320 - Fax 212/4896323

We exhibit at the jewel shows in:
Basel - New York - Valenza - Vicenza

Leo Pizzo

