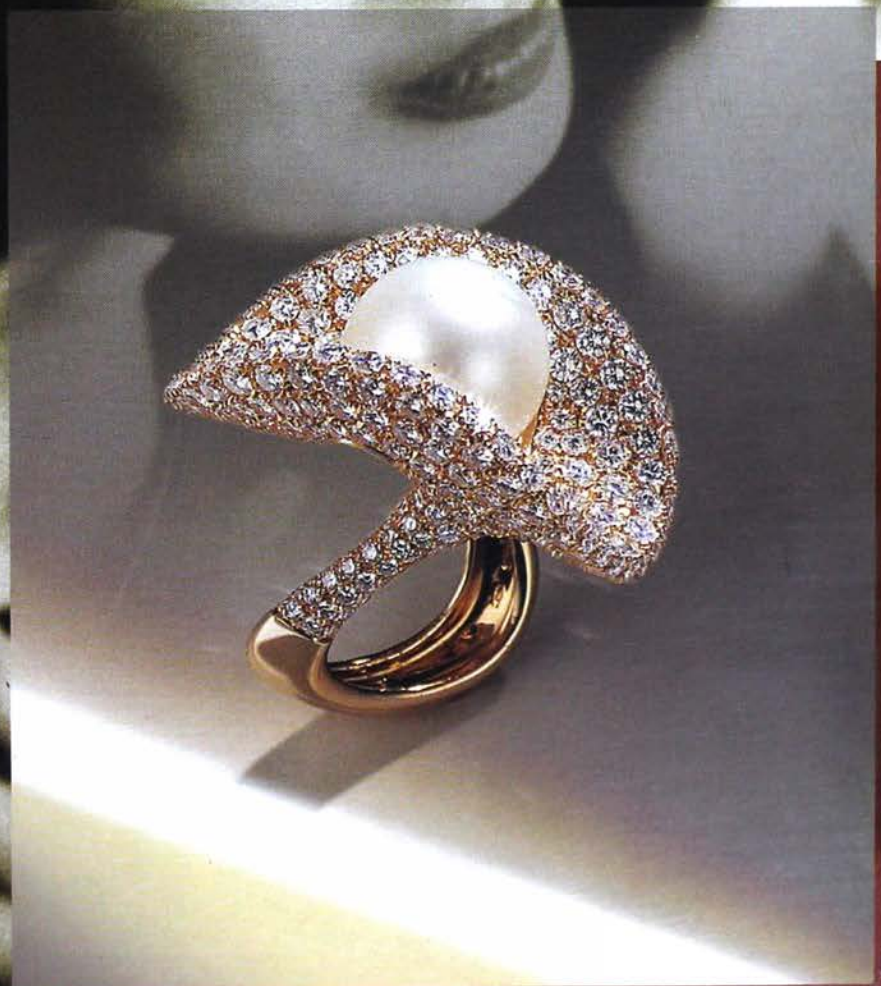
Valenza gioielli

Autorizzazione Direzione
Provinciale PT Alessandria
Pubblicità 50%

Anello della linea
MIKASWA
di Casa Damiani



Periodico
dell'Associazione
Orafa
Valenzana

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

BIBIGI'
CLIO

ÖRO TREND

15048 Valenza
Circ. Ovest - Co.In.Or. 13/A
Tel. 0131/952.579
Fax 0131/946.240

Basilea - Macef
Valenza - Vicenza

GIORGIOVISCONTI
GIOIE QUOTIDIANE

Giorgio Visconti srl
Viale Galimberti 12/A
15048 Valenza (Alessandria) Italy
For information:
Phone +39 131 955988
Fax +39 131 941583

Staurino Fratelli
Valenza
CHALKS LINE®
Fancy Diamonds

Servizio Clienti: tel. 0131/943137 fax 0131/952908 - **Agenti:** Nord-Est tel. 0336/572645

Staurino Fratelli
Valenza

SUNFLOWER
COLLECTION

Fancy Diamonds

Nord-Ovest tel. 0336/790097 - Toscana e Umbria tel. 051/644600 - Centro tel. 06/3226581

hori

Gioielleria a peso

Circonvallazione Ovest, 30
15048 Valenza
tel. 0131/943546
Fax 0131/952278

Fiere:
Basilea - Madrid
Valenza stand 305
Vicenza

Exlusive
Foreign Countries

bob export

ag

andrea galassini
gioielli

vicolo m. del pero, 8
15048 valenza (al)
tel. e fax 0131/947747

siamo presenti alla mostra "valenza gioielli" stand 308

Francesco Curcio

2489 AL

15048 Valenza (AL)
Circ. Ovest CO.IN.OR. 14 Ba
Tel 0131/952645
Fax 0131/927608

MACEF Pad. 33/C-5 bis
Valenza Gioielli Stand 537

Oreficeria, gioielleria
Bracciali, collane
anelli e orecchini in parure
Lavorazione propria

FORTI EMOZIONI

AL 3142 G.M.D. di Domenico Cuccato & C. Via Rimini, 6/G - 15048 Valenza (AL) - Tel. 0131/943166 - Fax 0131/955068
Presenti Alle Fiere: Vicenza - Valenza - Basel

STUDIO 2 s.r.l. milano

STUDIO PHOTOCHROM - VALENZA

Taverna & C.

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

P.A.P S.N.C.

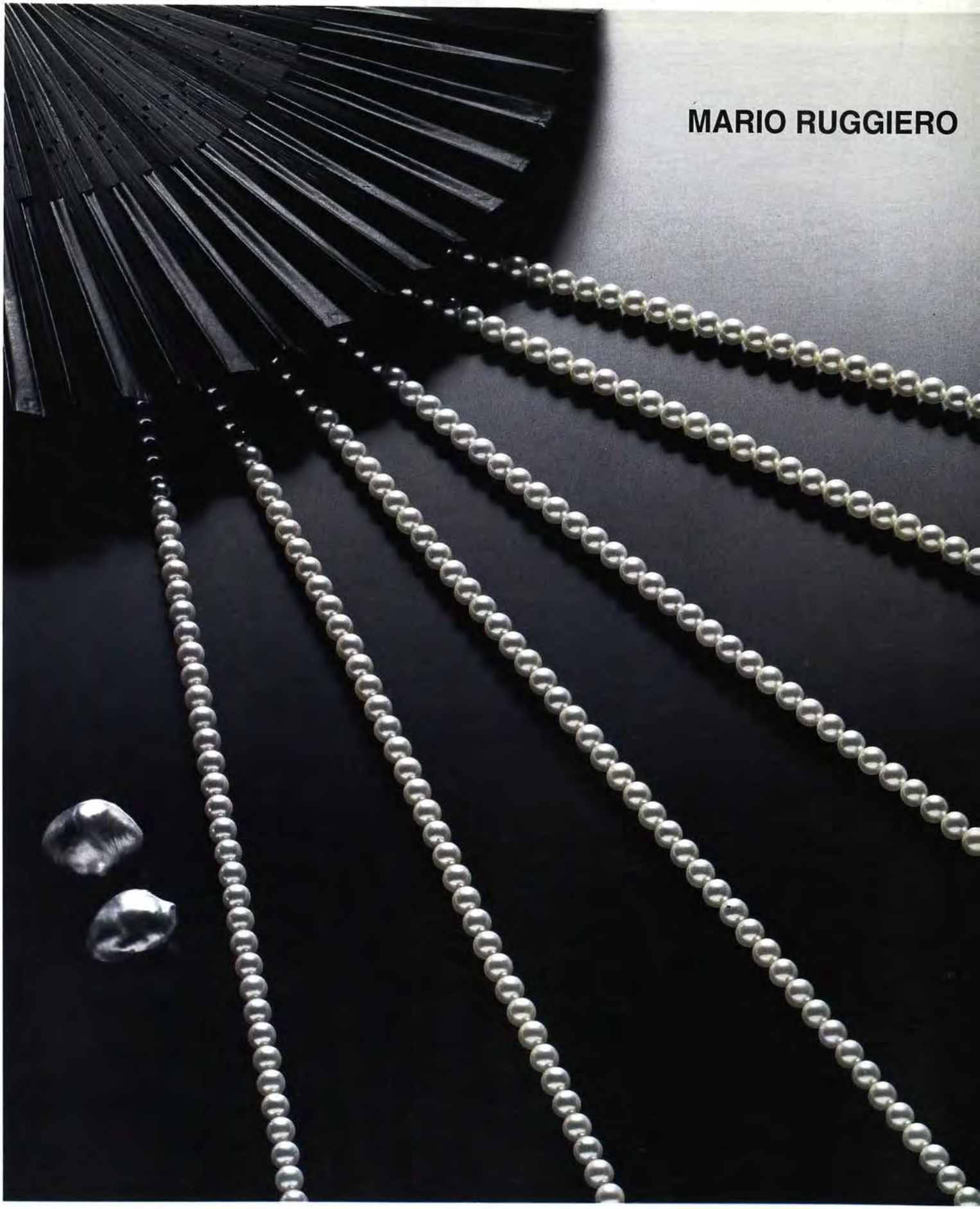
2076 AL

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

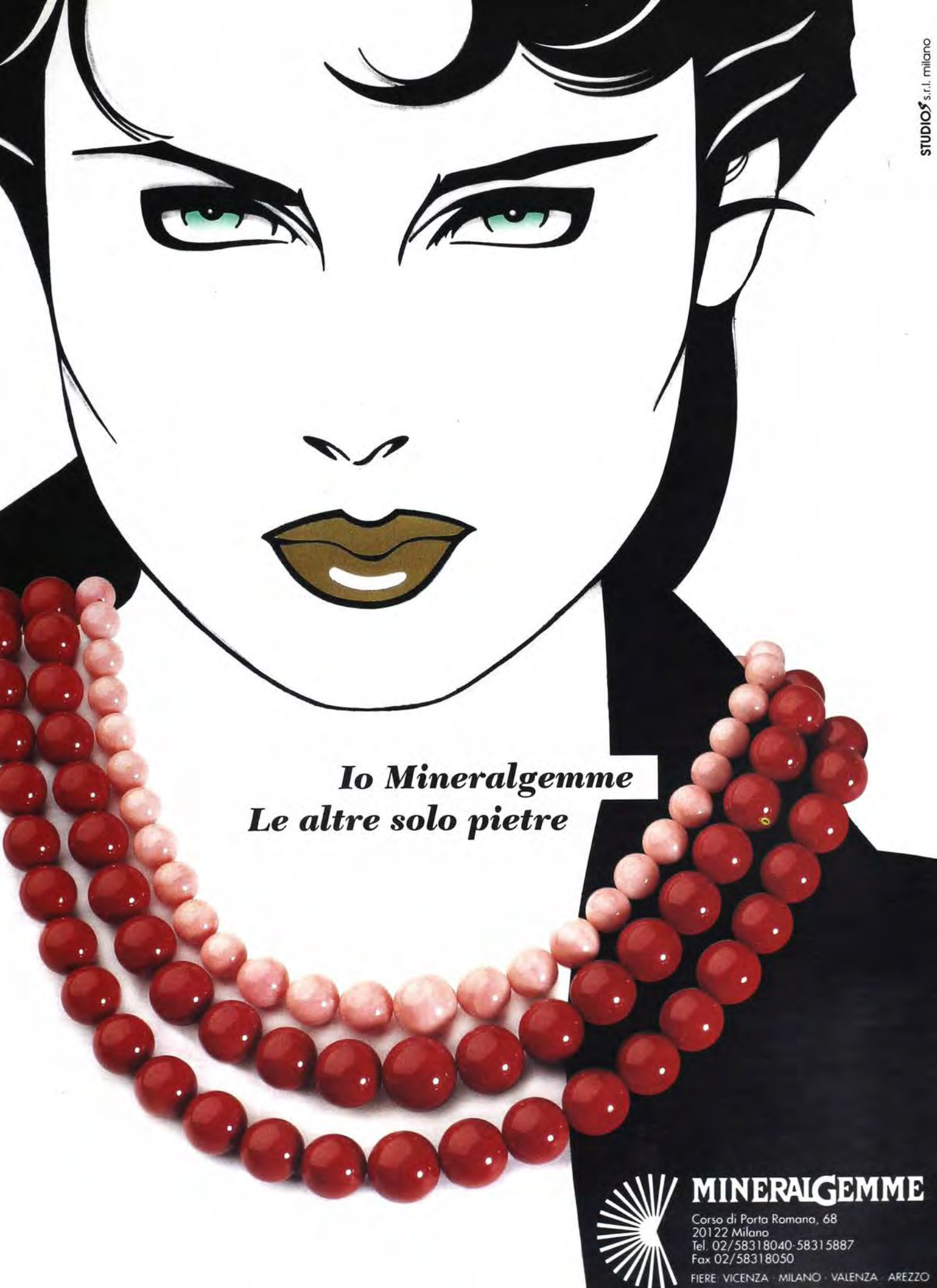
Servizio Clienti
Tel. 0131/941731 -Fax 0131/946779



MARIO RUGGIERO snc IMPORT-EXPORT PERLE COLTIVATE, CORALLI, CAMMEI

Via Canonico Zuffi, 10 - 15048 Valenza Italy - Tel. 0131/924769 - Fax 0131/946753

Fiere: Valenza - Vicenza - Milano


Io Mineralgemme
Le altre solo pietre
MINERALGEMME
Corso di Porta Romana, 68
20122 Milano
Tel. 02/58318040-58315887
Fax 02/58318050
FIERE · VICENZA · MILANO · VALENZA · AREZZO
STUDIOS s.r.l. milano

OROLEVANTE

SALONE DELL'OREFICERIA GIOIELLERIA
ARGENTERIA OROLOGERIA
CRISTALLERIA E ACCESSORI

Tulle & Confetti

SALONE DELLA BOMBONIERA

18-21 OTTOBRE 1996
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. 080/206325-206324 – Fax 080/206489

È UNA INIZIATIVA FIERA DEL LEVANTE

STUDIO VALLETTA

Gioielli d'Autore

GIULIO PONZONE

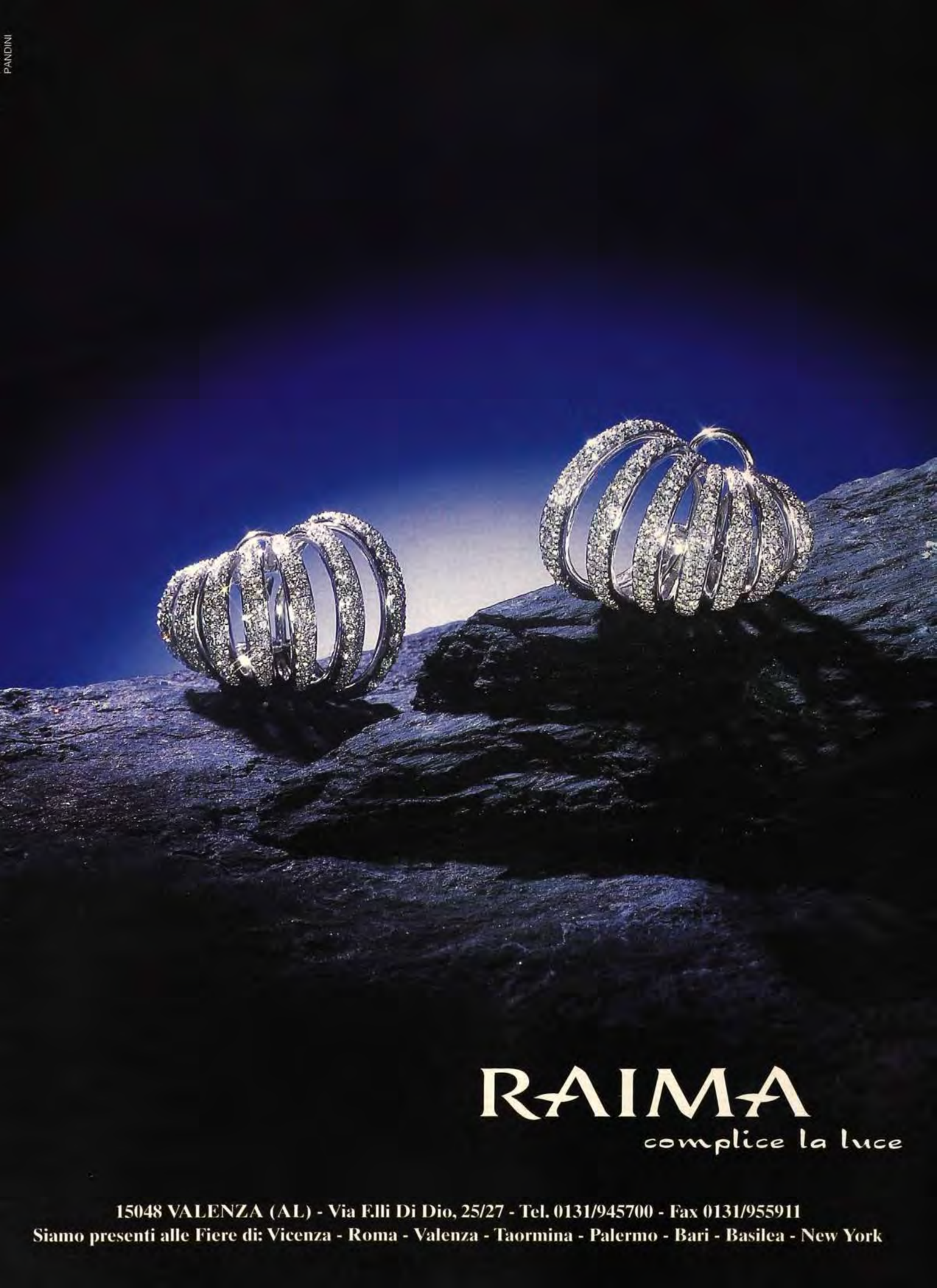
gioielli

15048 Valenza - corso Garibaldi, 107
tel. 0131/927.218 - fax 0131/924.939

AL 1857

fiere: Valenza Gioielli
marzo-ottobre - stand 311

PANDINI



RAIMA

complice la luce

15048 VALENZA (AL) - Via F.lli Di Dio, 25/27 - Tel. 0131/945700 - Fax 0131/955911

Siamo presenti alle Fiere di: Vicenza - Roma - Valenza - Taormina - Palermo - Bari - Basilea - New York

grilloro
ori & moda

15048 valenza
via F. cavallotti, 63
tel. 0131/943651 - fax 943651

EMMETI

M.T. EMMETI S.p.A. - 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: Vicenza-Valenza-Basilea

STUDIO5 s.r.l. milano

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**

STUDIOS s.r.l. milano

LE NUOVE TRADIZIONI

Una data: 1957, una sigla: 794 AL.

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

FIERE: VICENZA-VALENZA-BASILEA

modelli brevettati

Via A. Da Forlì, 64 bis - 35100 Padova - Tel. 049/609222 - Fax 049/8641011

Fiera di Vicenza: gennaio - giugno - settembre

STUDIOS s.r.l. milano

REALITY..B

15048 Valenza (AL) Italy - Via F. Cavallotti, 57/1 bis - Tel. 0131/943654 - Fax 0131/920125
FIERE: VICENZA - VALENZA - BASEL

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.

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

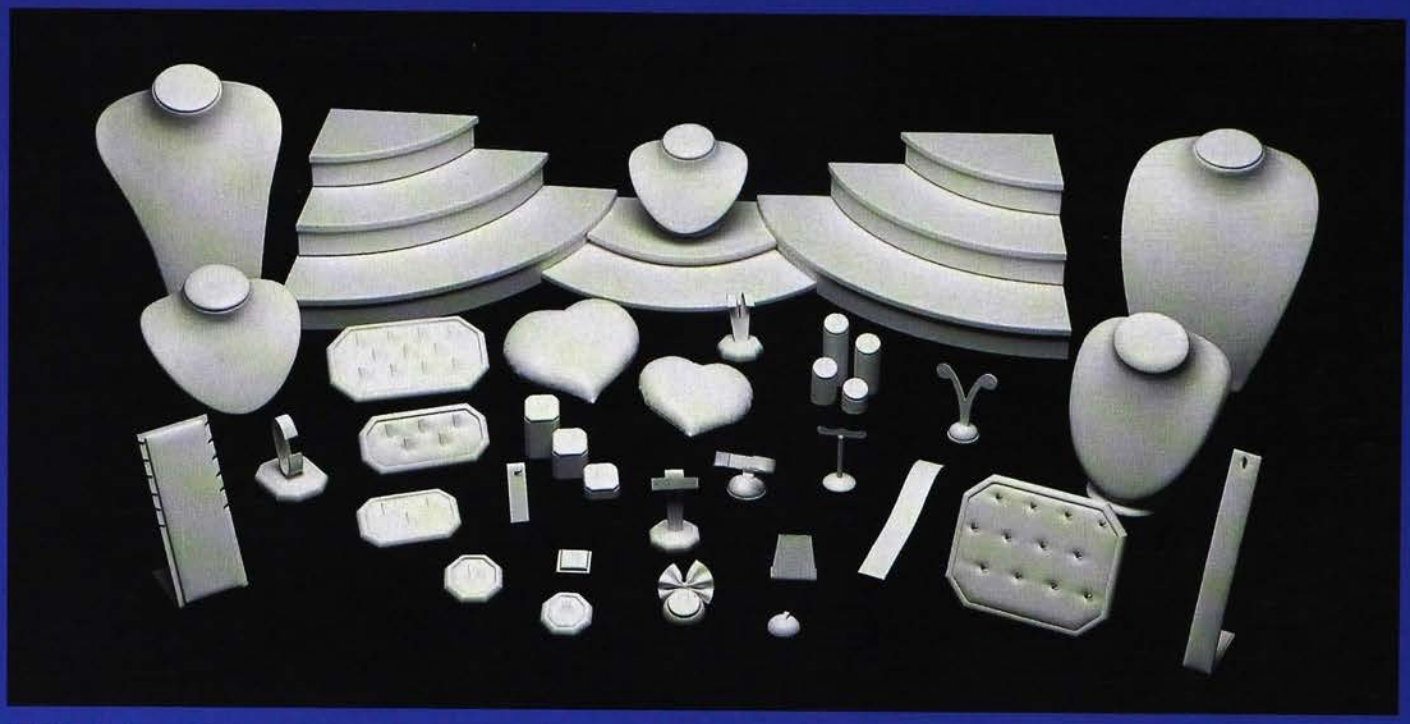
salvatore arzani

gioielli e preziosi

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

Oroelle©
CREAZIONI
LENTI MARIO
FABBRICA GIOIELLERIA - OREFICERIA - EXPORT
15048 VALENZA (AL) ITALY
Via Mario Nebbia, 20 Tel. 0131 - 941 082 Fax 0131 - 945 840 - Fiera Valenza stand 237

ROSSI ASTUCCI



ESPOSITORI PER VETRINE
ROTOLI
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

enrico terzano S.R.L.
GIOIELLERIA

Viale Vicenza, 4/B - 15048 VALENZA PO (Italy) Tel. 0131 - 924884 Fax 0131 - 924884
Fiera di Valenza stand 412 (marzo e ottobre)

RAFO

Rassegna Permanente Fabbricanti Orafi

L'unica mostra italiana riservata ai grossisti vi invita a scoprire i suoi artigiani.

A permanent Jewelry show for Wholesalers only invites you at Valenza to discover its artisans.

Lunedì/Venerdì 8,30/12 - 14/17,30

Piazza Don Minzoni, 1 - 15048 Valenza - Tel. 0131/941852 - fax 0131/946609

ORO BIANCO
& DIAMANTI

PRESI DA
UN UNICO
DESTINO

Fenini
GIOIELLI

PER INFORMAZIONI TEL. 0131/941953

FOTO - 2000 - VALENZA
LINEA
GIRASOLE
DAL LAGO 15048 VALENZA (ITALY) - VICOLO VARESE, 6 - TEL. /FAX (0131) 951903

DB

Dario Bressan & C. snc

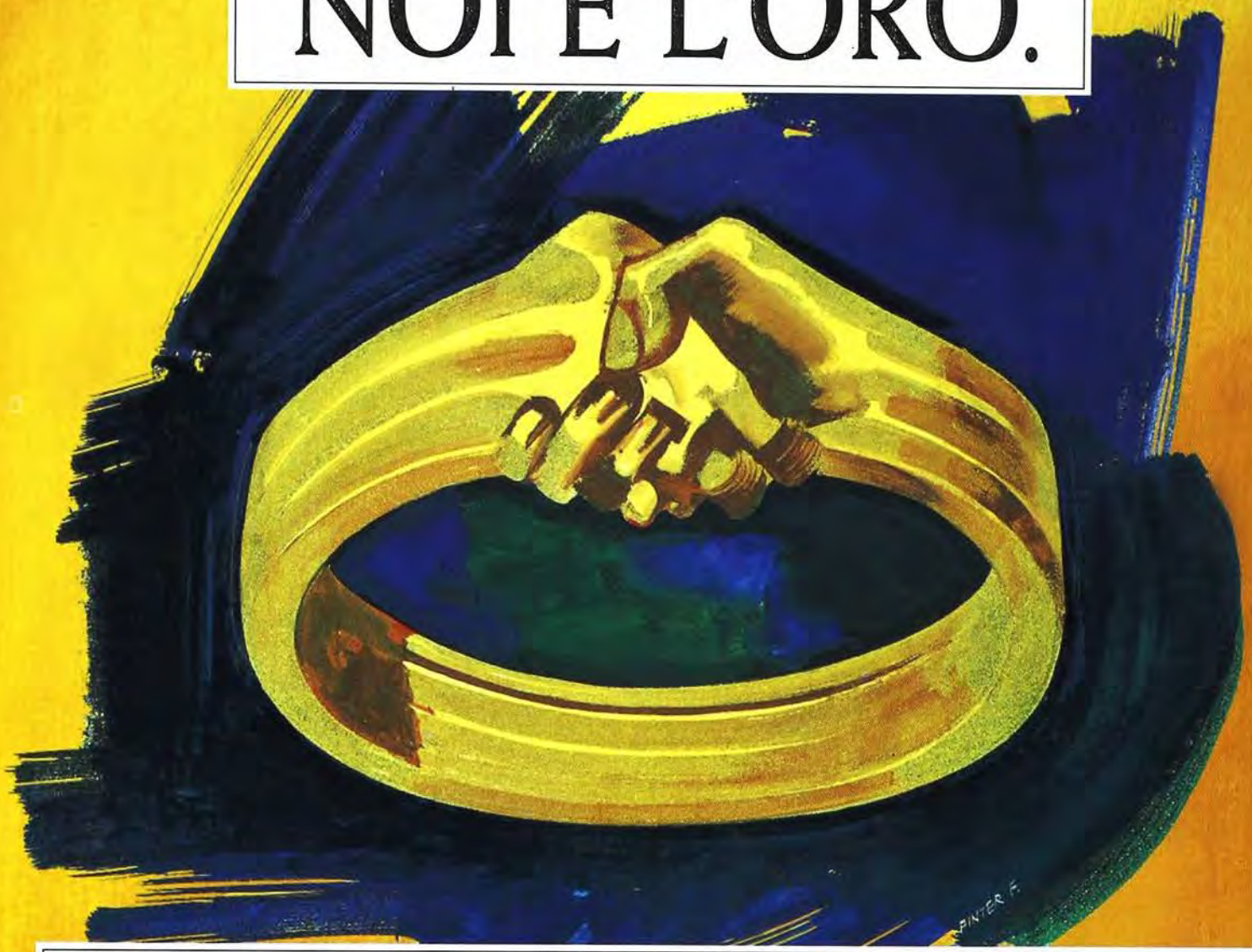
Fabbrica gioielleria

1650 AL

15048 Valenza - Via Trieste, 13
Tel. 0131/924611 - 946196
Fax 0131/953068

Fiere: Valenza - Vicenza

NOI E L'ORO.



VENDITA E PRESTITO DI ORO GREGGIO, PROGRAMMI ASSICURATIVI A CONDIZIONI AGEVOLATE E MOLTI SERVIZI MIRATI PER LA VOSTRA AZIENDA ORAFA.

Nel corso degli anni, abbiamo creato un rapporto di stretta collaborazione con molte aziende orafe. Oggi, grazie alla nostra esperienza, siamo in grado di offrirvi una serie di servizi realmente mirati alle vostre esigenze.
Ad esempio potete **acquistare o chiedere in prestito oro greggio** in qualsiasi forma, quantitativo e titolo presso tutte le nostre Filiali. In più, nelle zone di tradizionale attività orafa, abbiamo aperto gli **Sportelli Oro,** strutture che vi offrono assistenza, consulenza e operatività specializzata. Inoltre abbiamo creato un **programma assicurativo a condizioni agevolate** che proteggerà voi e il vostro lavoro e, se desiderate dare nuovi impulsi alla vostra Azienda, vi offriremo **finanziamenti e leasing a condizioni esclusive.** Se invece lavorate con aziende straniere, o se decidete di esportare i vostri prodotti avrete un'assistenza completa: dai supporti finanziari alla consulenza sui nuovi mercati. Naturalmente, oltre a tutti questi servizi, vi offriamo la competenza e la disponibilità del nostro personale, in grado di trovare la migliore soluzione insieme a voi. Noi, voi, e il vostro lavoro.

Tassi e condizioni economiche sono indicati nei "Fogli Informativi Analitici" a disposizione del pubblico in tutte le nostre Filiali.

Banco Ambrosiano Veneto

LA GRANDE BANCA PRIVATA ITALIANA

GRUPPO AMBROVENETO

GENERATORI DI GAS - PIEL:
UN RISPARMIO PULITO PULITO

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

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

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

CLAUDE MAZLOUM

BOOKS & JEWELLERY - LIVRES & BIJOUX - LIBRI & GIOIELLI - BÜCHERN & SCHMUCK

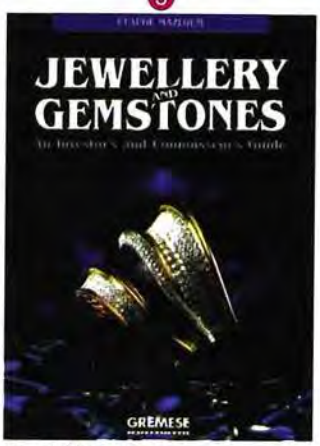
1

Relié, 175X225 mm; 132 pages

2

Relié, 175X246 mm; 192 pages

3

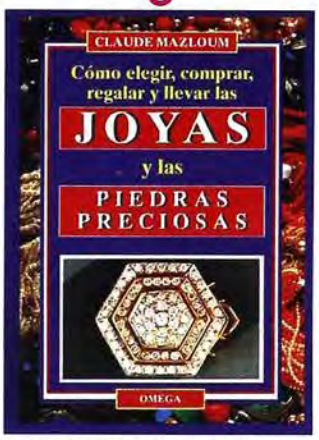


H/b, 246X175; 192 pages

4

Rilegato, 175X246 mm; 192 pagg.

5

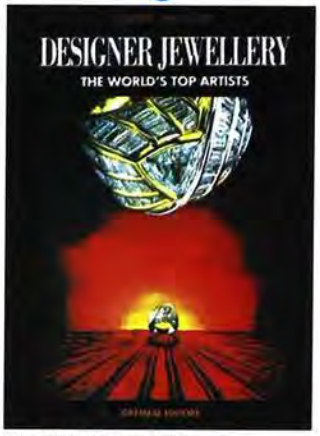


Encartonada, 220X300 mm; 192 páginas

6

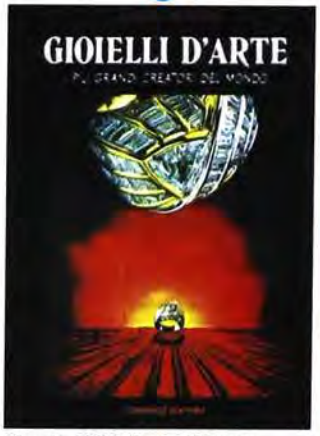
Relié, 220X295 mm; 192 pages

7



H/b, 295X220 mm; 192 pages

8



Rilegato, 220X295 mm; 192 pagg.

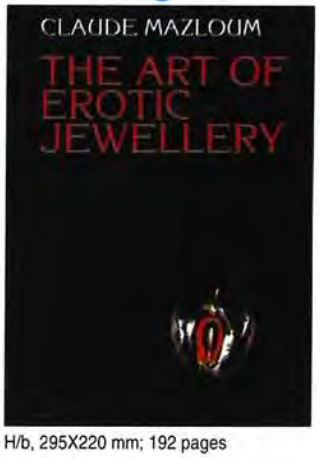
9

Gebunden, 220X295 mm; 192 Seiten

10

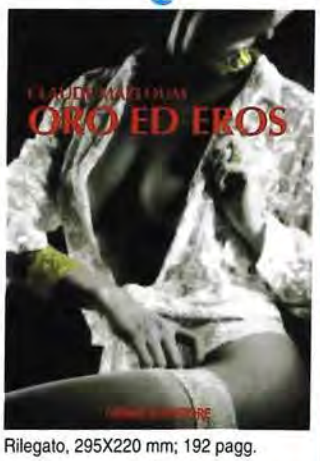
Relié, 220X295 mm; 192 pages

11



H/b, 295X220 mm; 192 pages

12



Rilegato, 295X220 mm; 192 pagg.

ORDER FORM

Price per copy: N° 1 to N° 5 = ITL 39.000, USA 26,00, GBP 12,95, FRF 160, BEF 980, SFR 41, DM 43
N° 6 to N° 12 = ITL 85.000, USA 72,00, GBP 38,00, FRF 330, BEF 2,000, SFR 86, DM 100

NAME .....

ADDRESS .....

ORDERS: N° ..... COPIES OF N° ..... AT (TOTAL AMOUNT) ..... CURRENCY .....

Payment: ☐ cash on delivery only, or ☐ by cheque to: **GREMESE INTERNATIONAL S.r.l.**
Via Virginia Agnelli, 88 - 00151 Roma, Italy

14-18 Settembre 1996

SALONE INTERNAZIONALE DELL' OROLOGERIA

SALONE DEGLI ARGENTI

SALONE DEGLI ARGENTI

Mostra di oreficeria e gioielleria

ENTE FIERA DI VICENZA

BANCA POPOLARE VICENTINA
Sponsor Ufficiale

Orogemma

ENTE FIERA DI VICENZA Via dell'Oreficeria C.P. 805 - 36100 Vicenza - Italy - Tel. 39.444.969111 - Fax 39.444.563954 - Tlx 481542 FIERVI I

VALENZA GIOIELLI

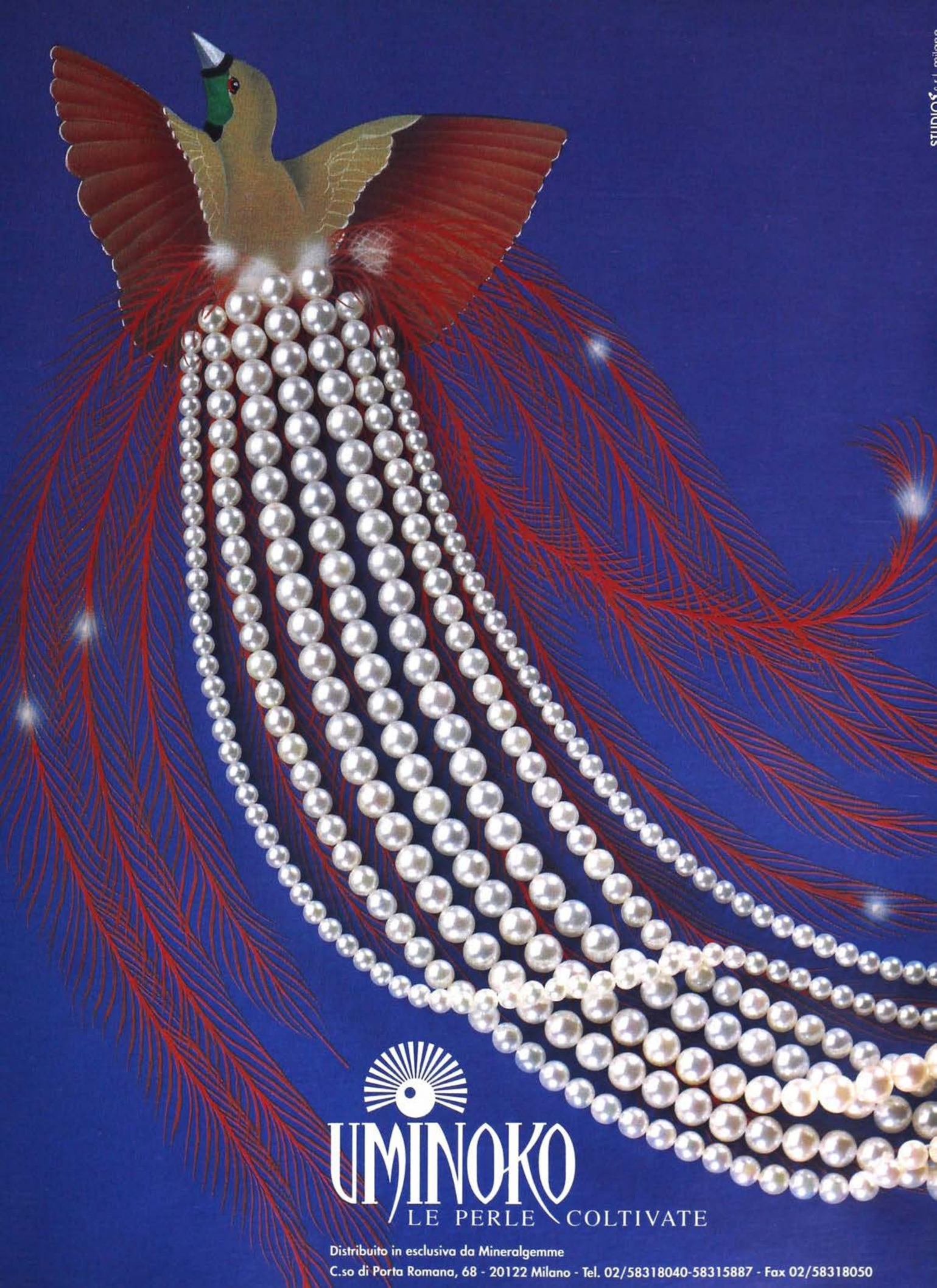
Mostra di gioielleria e oreficeria riservata agli operatori del settore

Valenza: il valore della tradizione nelle mani del futuro

L' appuntamento con la vetrina privilegiata della creatività valenzana

5-9 Ottobre 1996

Per informazioni: AOV Service s.r.l. P.zza Don Minzoni, I 15048 Valenza Italia tel. 0131/941851 fax 0131/946609



Distribuito in esclusiva da Mineralgemme
C.so di Porta Romana, 68 - 20122 Milano - Tel. 02/58318040-58315887 - Fax 02/58318050

un artigiano,

una banca.

UN SERVIZIO DI PRONTA ASSISTENZA PER OGNI AZIENDA ARTIGIANA

Un sostegno concreto per tutti gli artigiani che desiderano sviluppare l'attività. Un programma innovativo della Cassa di Risparmio di Alessandria che consente, tra l'altro, di abbreviare i tempi di erogazione dei finanziamenti speciali riservati alla categoria. "Pronto Artigiani" offre assistenza, informazioni e collaborazione attiva per scegliere le opportunità più interessanti, per superare gli ostacoli burocratici e per programmare piani di sviluppo razionali e personalizzati.
"Pronto Artigiani" affronta e risolve ogni altro problema bancario, assicurativo e di investimento, grazie ad un pacchetto di soluzioni moderne, convenienti e sicure.
"Pronto Artigiani" mette a disposizione dei titolari anche il numero verde
"Pronto Artigiani" non è solo un conto corrente: è il punto di partenza di ogni obiettivo futuro.

NUMEROVERDE 167-804070

CR CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA SPA

la numero uno, qui da noi.

Per informazioni sulle condizioni e norme che regolano il servizio proposto dalla Cassa di Risparmio di Alessandria SpA si invita a prendere visione dei FOGLI INFORMATIVI ANALITICI (Legge 17/2/92, n. 154 e D.M. 24/4/92) e, per le attività in valori mobiliari, del DOCUMENTO INFORMATIVO (Legge 2/1/91, n. 1) disponibili presso tutti gli sportelli.

Valenza Gioielli
Periodico trimestrale
dell'Associazione Orafa Valenzana
Pubblicità 50%
Fascicolo 3/96
Settembre

Direttore Responsabile
Rosanna Comi

Commissione stampa
Laura Canepari

Pubblicità
Salvina Gandini

Corrispondente per l'estero
Claude Mazloum

Grafica
Rory Pesce

Testi inglesi
Virginia Shuey

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

Redazione di Milano
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

Tiratura
copie 11.000

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

Fotocomposizione
MaEmi

Impianti litografici
Plus Color
New Graphicontact

Stampa
Sap

Autorizzazione del Tribunale
di Alessandria n. 134

Associato all'Unione Stampa
Periodica Italiana

Sovrapposizione di gioielli: l'anello "Moonlight" della ***Linea Mikawa*** *- in oro giallo, diamanti e una superba perla australiana - e il volto espressivo di Isabella Rossellini. L'attrice è stata scelta come testimonial per la campagna pubblicitaria 1996 di* ***Casa Damiani***

43 Una Mostra amica
44 Anteprima
68 I fatti nostri
70 Colori in primo piano
74 Un secolo da Re
76 Così falsi, così belli
80 Bracciali in platino
88 Oro asiatico
90 Saranno famosi
96 Se il brillante non brilla più
97 La memoria per innovare
98 Il sesto gioiello
100 Gioielli profumati
102 Cronaca
108 Oroscopo

VALENZA GIOIELLI

Mostra di gioielleria e oreficeria riservata agli operatori del settore

Valenza: il valore della tradizione nelle mani del futuro

L' appuntamento con la vetrina privilegiata della creatività valenzana

5-9 Ottobre 1996

Per informazioni: AOV Service s.r.l. P.zza Don Minzoni,1 15048 Valenza Italia tel. 0131/941851 fax 0131/946609

VALENZA, UNA FIERA AMICA

Lorenzo Terzano - Presidente AOV

Ai più attenti non sarà certamente sfuggito che ad un momento di conclamata crisi Valenza sta rispondendo con atteggiamento innegabilmente positivo, anzi rinnovatore in molti dei suoi aspetti.

Una prima reazione è stata la rivalutazione del proprio passato storico e la riaffermazione della propria egemonia culturale, concretamente manifestate dapprima con un ricerca sulle proprie origini artigianali e solo pochi mesi orsono, durante la sessione primaverile di Valenza Gioielli, con un convegno e una tavola rotonda che hanno visto riunite le massime espressioni dell'*intelligenzia* orafa nazionale.

Un secondo, non meno tangibile risultato, Valenza sta ora conseguendolo con una coordinata, collettiva scalata ai Paesi emergenti dell'Est, che con crescente interesse stanno avvicinandosi al nostro prodotto e che probabilmente troveranno nella Fiera di Lipsia le migliori possibilità di incontro. Mentre, parallelamente, si vanno consolidando le posizioni già occupate in Europa e in Occidente.

Per la clientela italiana, dal gusto più avanzato ed esigente, contrariamente ad altri Centri produttivi che mostrano qualche cedimento Valenza non ha diminuito i suoi investimenti in termini creativi e i risultati - ad ottobre - saranno sotto gli occhi di quanti vorranno concedersi una visita alla capitale della gioielleria.

Gioielli di ogni genere, dal più tradizionale al più trendy attendono dunque i visitatori per l'ultimo appuntamento pre-natalizio, in quell'atmosfera tutta valenzana, permeata di amichevole accoglienza e generosità commerciale che non esita neppure di fronte a supporti onerosi, se necessari in una visione globale di sviluppo di una collaborazione davvero fattiva.

E, dietro a tutto questo, la nostra Associazione con i suoi servizi e supporti, pronta ad evadere ogni necessità del dettagliante e del grossista poiché al momento dell'ingresso in Fiera si conclude la fase dell'invito per aprirsi quella della totale disponibilità che solo una manifestazione organizzata direttamente dagli Espositori può garantire.

A Valenza, dunque, **dal 5 al 9 ottobre** per un incontro tra amici molto speciali, nel contesto di una **Mostra riservata ai Professionisti.**

Per informazioni: AOV Service srl
Tel. 0131/941851 - Fax 0131/946609 e Videotelefono

Prenotazioni alberghi e taxi gratuiti dagli aeroporti:
Goldtravel Tel.0131/924971 - Fax 0131/946707 - Telex 211360 GOLDVA I

In questo servizio: le mode, i colori, le forme, i volumi dei gioielli firmati Valenza

Moda in pelle: Bruno Mattei
Knitwear: Avant Toi
Servizio con fotomodella: Sandro Sciacca
Still-life: Loris Barbano/Fotolineadieci

In gioielleria - ovviamente e necessariamente - le mode non durano l'espace d'un matin. Ovviamente, quando l'originalità del soggetto o l'abilità dell'artefice elevano un gioiello al livello di autentica opera d'arte e, in quanto tale, avulsa dalla temporalità. Necessariamente, quando nel prodotto è presente l'anticipazione di mode future, cioè tendenze decodificabili con immediatezza solo da una ristretta élite di consumatori e che solo successivamente si dilatano verso la massificazione.

Questa è una premessa che va sottolineata quando si parla dei creativi targati Valenza e, soprattutto, della loro Mostra di ottobre, ove i visitatori vengono accolti da una miriade di vetrine nelle quali pezzi unici di rara bellezza, gioielli in sintonia con l'avanguardia dei consumatori o prodotti ancorati alla tradizione convivono con eloquente comprimarietà.

Poiché - così ci è stato più volte confermato - questa rivista per molti rappresenta un punto di riferimento nella moda del gioiello, in questa anteprima non possiamo dunque che presentare una imparziale carrellata sul prodotto valenzano nella sua poliedricità di proposte per contenuto stilistico, livelli di difficoltà esecutiva, fasce di prezzo.

Naturalmente, un commento sulle tendenze più avanzate ci conduce ancora una volta a sottolineare il predominio del "bianco" - oro oppure platino - sempre accompagnati da diamanti che esaltano le rispettive, specifiche tonalità. Ma... in sordina, per ora appena un timido accenno, già si sta insinuando una variante del tutto bianco; una risposta al mai assopito richiamo che il colore esercita sui gioiellieri di Valenza, al quale alcuni già cominciano a rispondere pur restando nella scia della tendenza imperante.

Ciascuno a suo modo. Può trattarsi semplicemente di qualche bagliore ottenuto con oro giallo, rosa o rosso per aggiungere una nota diversa, oppure l'incastonatura di pietre di colore che adagiate nel bianco di metallo e diamanti rimandano una spettacolarità che sicuramente sarà più a fondo esplorata nelle prossime stagioni. Stiamo ovviamente parlando di poche punte d'avanguardia e di messaggi ancora da verificare, anche se noi già ci crediamo.

Né va dimenticato che il trionfo del giallo, colore per antonomasia dell'oro, è tutt'altro che esaurito. Anzi, ad accompagnare i diamanti arricchendoli di luce solare l'oro giallo si ripropone con immutata aggressività.

Del resto, con i suoi 1200 laboratori Valenza raggiunge ogni angolo del mondo e probabilmente una delle ragioni del suo indiscutibile successo poggia su una precisa filosofia: un occhio alla moda, l'altro al mercato.

Accordi nuovi: pelle stampata a serpente e il glamour di un gioiello

Nel contesto della moda piu' attuale, oro bianco, diamanti e perle si sposano dando vita a un'esplosione di luci monocrome ma dalle mille sfumature. Oggetti versatili, da indossare con disinvoltura con ogni genere di mise.

Within a context of the hottest trends, white gold, diamonds and pearls combine in a three-way marriage, birthing an explosion of monochrome lights with a thousand nuances.

Versatile items that go with any outfit to make any occasion seem important.

Leo Pizzo

"Angeliche" espressioni di gioiellieri che amano attingere ispirazioni all'umano quotidiano, caricandolo di gradevole humour.
"Angelic" outpourings from jewelers who are great at drawing on the humdrum for inspiration and seeing the humorous side of it.
Bibigi'

L'ormai famoso anello "ragno" si e' qui arricchito di colore grazie a gemme che al centro delle solide strutture si alternano a perle o ai brillanti della ricca collezione.
The well-known "spider" ring has gotten a face lift from colourful gems that alternate, at the center of solid structures, with pearls or diamonds from a mouth-watering collection.

Bibigi'

Un collier di sinuosa scioltezza, studiato per aderire al collo assecondandone ogni movimento senza mai alterarsi nel disegno. In parure, anelli variamente combinabili e bracciale.
A necklace so supple it follows every in and out, and every movement, of the neck without ever altering its design. In sets, variously combined rings and bracelet.
Recarlo

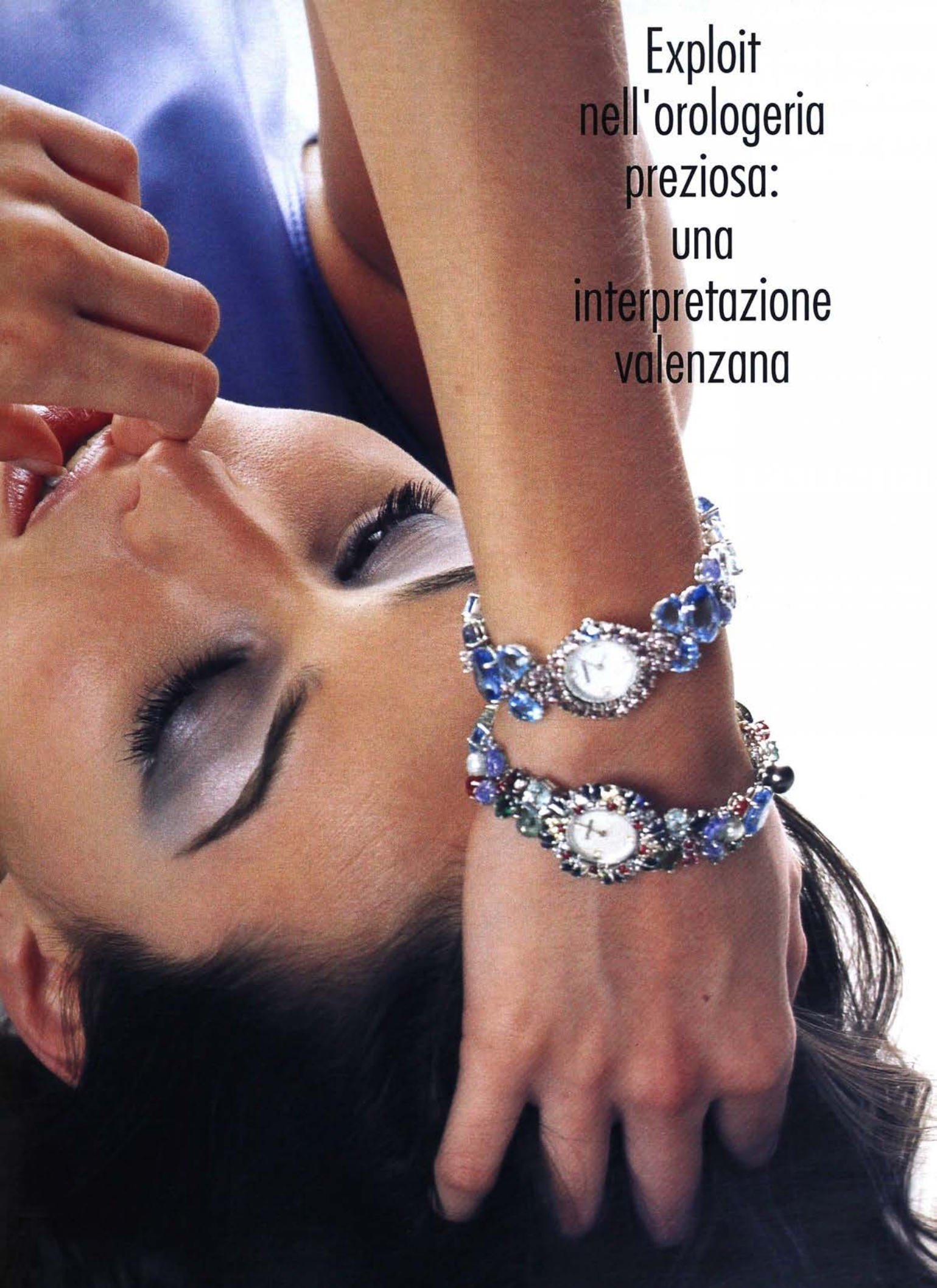
Una nuova tendenza: metallo bianco e qualche tocco di colore.

Il rigore del tutto bianco si stempera nel lieve decoro ottenuto con un sottile filo d'oro giallo che attraversa anelli ed orecchini. Uno smeraldo inserito nello stesso disegno illumina di un nuovo colore lo stesso soggetto.
The rigour of all-white is softpedaled in a lacy decor achieved with a slender yellow gold thread winding in and out of rings and earrings. An emerald added to the design bathes the subject in an undersea-green light.
Michele Rinaldi

Un sontuoso set nel quale la luminosità delle grandi perle rivaleggia con quella dei diamanti che le circondano, tutti calibrati per seguirne la rotondità. Su oro giallo.
A sumptuous set gets its luster from large pearls that vie with the flash of surrounding diamonds, the whole crafted to favor the roundness of the design. In yellow gold.
Mikawa
Casa Damiani

Un segno leggero, tracciato con piccoli diamanti raccolti in un filo di oro bianco. Il tema del cuore diventa un collier dal disegno vagamente astratto, con piccoli inserti d'oro giallo.
A lighthearted hieroglyph, traced in small diamonds gathered onto a white gold strand. The heart is the theme of a necklace that has given it a new, vaguely abstract treatment, laced with small yellow-gold inlays.
Ghezzi

Una casa dallo stile inconfondibile che assortendo i colori piu' disparati, stagione dopo stagione inventa incantevoli gioielli. Sulla perfezione tecnica di movimenti svizzeri ha questa volta costruito casse-bracciali che sono un trionfo del colore, un tributo alle gemme e ai loro policromi bagliori.
A house with a style like no other can't help but invent enchanting jewels, season after season, with the aid of an infinite repertoire of shades. The technical flawlessness of Swiss movements provides the perfect foundation for a superstructure of cases and bracelets that are a riot of colour - a tribute to the gems and their glistening palette
Unici di Santagostino Corti & Associati



Exploit nell'orologeria preziosa: una interpretazione valenzana

Grandi volumi si stemperano nel rigore monocromatico di oro bianco e diamanti disposti a pavé con magistrale manualità.
Secondo l'attuale tendenza, si sviluppano tridimensionalmente, su doppio piano di lettura.
Momentous volumes are held in check by the monochromatic rigour of white gold and pavé diamonds, masterfully arranged.
In line with present trends, the accent is on a three-dimensional feel, with readings on two levels.

Ceva Gioielli

Originali soluzioni per fedine il cui disegno si piega a quello dei vari tagli dei diamanti usati. L'oro giallo ne definisce i contorni e crea piacevoli effetti ottici.

Original solution for the ubiquitous wedding ring features a design that is the handmaiden of the cuts of diamonds used. Yellow gold retraces its contours and creates pleasing optical effects.

Ceva Gioielli

Fashions in jewelry, like mayflies, last for "l'espace d'un matin", vanishing forever almost as quickly as they emerge.

Clearly, when the originalness of the subject or the skill of its author raise a jewel to the level of an authentic work of art, it loses its transitory quality, becoming like the diamond which, as the ads tell us, "is forever". When an inkling of future fashions is present in the product, which means trends that can be readily deciphered only by a narrow élite, its proliferation into goods for the mass market can only come about in a much later phase.

This is a premise that should be given a certain emphasis, when we talk about Valenza jewelry creators, and even more so when we rave about their show in October. Visitors will be dazzled by myriad store windows, where they will be mesmerized by one-of-a-kind pieces of rare beauty. Jewels in synch with the most refined needs or products anchored to tradition are eloquent members of Valenza's

all-star cast.

PREVIEW

Because - we've heard it confirmed any number of times - this magazine is a frame of reference for so many people in the sector, we can't avoid presenting an impartial running shot of the Valenzan product in all of its facets including stylistic content, productive level and price segment.

Of course, a comment on the hottest trends means putting the emphasis, once again, on the predominance of "white - gold or platinum - invariably accompanied by diamonds that spotlight the specific tones of each".

But...a new note, barely a timid hint for now, is creeping into the vast expanse of white, a variant that's a response to the unquenchable fascination colour has always had for jewelers in Valenza. Some are already yielding to the impulse to use colour, even though they haven't abandoned the court of the reigning trend.

Chacun à son goût. It may be just a new - and different -gleam that catches your eye from a yellow, red or pink gold band or a cluster of coloured stones forming a stunning contrast with a platinum and diamond mounting. Just two approaches to the use of colour that is bound to be explored in far greater depth in upcoming seasons.

Clearly, there have been very few forays into the avantgarde, and they are sending messages that have yet to be checked out, but we firmly believe they are harbingers of things to come.

We shouldn't forget that the triumph of yellow, the colour of gold, has not been sidelined by any means. On the contrary, yellow gold, which has been on a perpetual honeymoon with the diamond ever since the two were discovered, is coming to the fore more aggressively than ever.

After all, with its 1,200 ateliers, Valenza reaches every corner of the globe, one of the reasons for its success stemming from a very down-to-earth philosophy:

One eye on fashion and the other on the market.

Diamanti disposti su una originale catena fissata in un doppio giro e conclusa al centro da un cuore in oro rosa. Collier di grande effetto che al garbo dei colori abilmente assortiti aggiunge la perfezione dei volumi.

Diamonds pursue one another in an original chain, anchored in a double strand and ending in a pink gold heart at its center. An impactful necklace that adds the grace of exquisitely assorted colours to flawlessly proportioned volumes.

Giuseppe Verdi

La leggerezza di sottili fili d'oro, impreziositi da anellini sovrapposti sia nei bracciali che nell'orecchino. Un messaggio di eleganza discreta e raffinata.
The thistledown lightness of threads of gold is highlighted by overlays of tiny rings on both bracelets and earring. A message of ultrarefined and discreet elegance.
Gioj

Tre pezzi appartenenti ad altrettante linee sviluppate in piu' varianti: una croce tridimensionale, anello a fascia con un taglio obliquo, orecchini con diamanti disposti su due piani.
Three pieces parented by three lines find expression in several variants such as a three-dimensional cross, a ring with a diagonal cut and earrings with split-level diamonds.
Bruni Bossio

Portachiavi di forme aggraziate, destinate alle signore, o piu' aggressive e massicce pensate per gli sportivi. La marca di ogni Casa automobilistica può essere sostituita a piacere.

Key cases in graceful shapes for the ladies or more massive and aggressive for the sports-minded. But if car trademarks are not your thing, they can be easily replaced.
Barberis & Prati

Volume e leggerezza: oro martellato per cuori disponibili in diverse dimensioni da indossare come disinvolti ciondoli o come orecchini. Con la stessa lavorazione, anche verette a fasce di diversa altezza.

Volume and lightness in gold hammered into hearts of various sizes, worn as pendants or earrings. The same workmanship lends grace to engagement rings and bands in various heights.

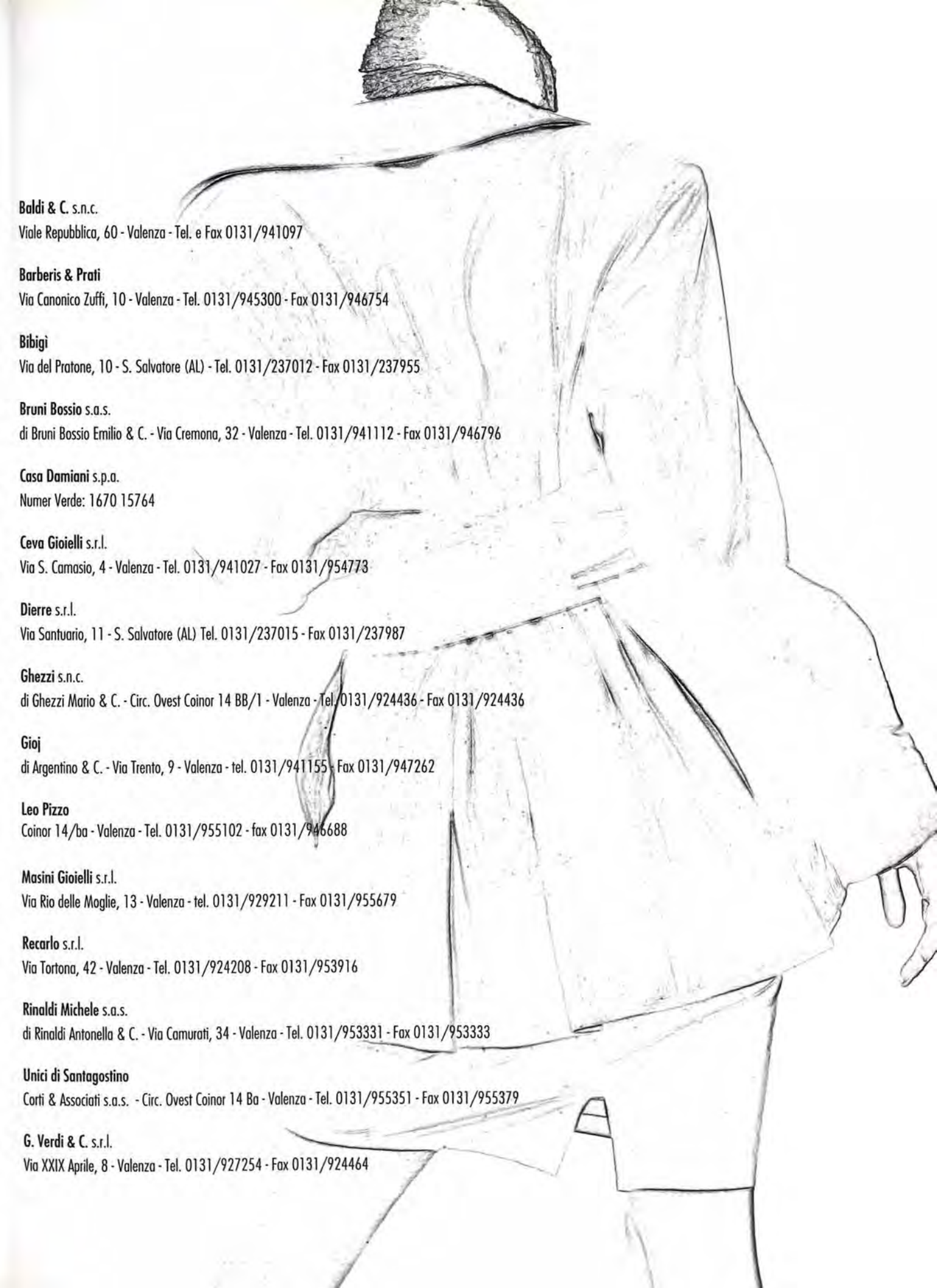
Dierre

Una perla adagiata tra minuscoli brillanti: ricordi che riaffiorano con un nuovo sapore. L'idea e' interpretata in mille varianti, tutte pronte a trasformarsi in ciondolo, orecchini, anello.

Cherished memories take on a new flavour when a pearl nestles into a firmament of tiny diamonds. An idea that lends itself to being interpreted in a thousand variants, all ready to be transformed into pendants, earrings or rings.

Baldi & C.

Le possibilita' cromatiche dell'oro giallo, rosa e bianco sono state esplorate per oggetti variamente combinabili tra loro. Comuni caratteristiche, peso leggero e gemme dal costo piu' che abbordabile.
The chromatic potential of yellow, pink and white gold has been deftly exploited in variously combined creations. Traits in common, light weight and gems that are more than affordable.
Masini Gioielli



Baldi & C. s.n.c.
Viale Repubblica, 60 - Valenza - Tel. e Fax 0131/941097

Barberis & Prati
Via Canonico Zuffi, 10 - Valenza - Tel. 0131/945300 - Fax 0131/946754

Bibigì
Via del Pratone, 10 - S. Salvatore (AL) - Tel. 0131/237012 - Fax 0131/237955

Bruni Bossio s.a.s.
di Bruni Bossio Emilio & C. - Via Cremona, 32 - Valenza - Tel. 0131/941112 - Fax 0131/946796

Casa Damiani s.p.a.
Numer Verde: 1670 15764

Ceva Gioielli s.r.l.
Via S. Camasio, 4 - Valenza - Tel. 0131/941027 - Fax 0131/954773

Dierre s.r.l.
Via Santuario, 11 - S. Salvatore (AL) Tel. 0131/237015 - Fax 0131/237987

Ghezzi s.n.c.
di Ghezzi Mario & C. - Circ. Ovest Coinor 14 BB/1 - Valenza - Tel. 0131/924436 - Fax 0131/924436

Gioj
di Argentino & C. - Via Trento, 9 - Valenza - tel. 0131/941155 - Fax 0131/947262

Leo Pizzo
Coinor 14/ba - Valenza - Tel. 0131/955102 - fax 0131/946688

Masini Gioielli s.r.l.
Via Rio delle Moglie, 13 - Valenza - tel. 0131/929211 - Fax 0131/955679

Recarlo s.r.l.
Via Tortona, 42 - Valenza - Tel. 0131/924208 - Fax 0131/953916

Rinaldi Michele s.a.s.
di Rinaldi Antonella & C. - Via Camurati, 34 - Valenza - Tel. 0131/953331 - Fax 0131/953333

Unici di Santagostino
Corti & Associati s.a.s. - Circ. Ovest Coinor 14 Ba - Valenza - Tel. 0131/955351 - Fax 0131/955379

G. Verdi & C. s.r.l.
Via XXIX Aprile, 8 - Valenza - Tel. 0131/927254 - Fax 0131/924464

i fatti nostri

Cinquant'anni di vita costituiscono sempre un'occasione celebrativa per fissare nel ricordo date, percorsi, protagonisti, per compiacersi dei risultati raggiunti e per tracciare orientamenti e scelte per gli anni a venire.
All'appuntamento col mezzo secolo Confedorafi si presenta con un'immagine forte, con una grande coesione al suo interno, una chiara visione delle imprese da concludere o intraprendere nell'interesse dell'intero comparto.

Rosanna Comi

"Confedorafi? Cos'è?" Al mio ingresso in gioielleria, quasi una ventina di anni fa questa era la risposta che ricevevo da parecchi dei miei interlocutori quando - per capire - esploravo la mentalità degli orafi che andavo via via conoscendo.
Nulla di nuovo, del resto, poiché come è noto quando tutto va bene le Istituzioni appaiono come entità astratte e remote; si paga una quota associativa a quelle del territorio in cui si è attivi perché non si sa mai, contestualmente acquistando una sorta di diritto alla critica contro Consiglieri e Presidenti che tanto non fanno mai niente o comunque mai abbastanza.
Non tutti, fortunatamente, vedevano o vedono le cose in questo modo, considerando cioè le varie cariche non come reali e onerose incombenze ma solo favorevoli posizioni attraverso le quali magari carpire qualche privilegio. Ma se questa è da da parte di alcuni la considerazione corrente per le Istituzioni del proprio territorio figuriamoci per Confedorafi che oltre a tutto è a Roma, lontana dalle sedi di lavoro della maggior parte delle aziende italiane e quindi quasi un'entità sconosciuta.
Salvo riscoprirla nei momenti di panico. Ricordo i drammatici mesi a cavallo del '79 e '80 quando il prezzo dell'oro era in incontrollabile ascesa e nel suo fatale andamento comprimeva gli orafi in una impotente attesa, li angosciava con terribili interrogativi sulla loro stessa sopravvivenza.
Anche chi perennemente diserta le occasioni di incontro gremiva la grande sala delle conferenze della Fiera di Vicenza stringendosi nell'abbraccio della massima Istituzione ansioso di avere indicazioni, suggerimenti, incoraggiamento. Si respirava in quell'occasione un clima di assoluto, totale coinvolgimento, culminato tra l'altro nella vera e propria tragedia quando l'allora Presidente Fedele Di Nunzio, colpito da infarto, vacillava e si accasciava davanti al microfono.
Rientrata la crisi, le speranze rinverdiscono; gli anni '80 elargiscono nuove vittorie commerciali e la Confedorafi ridiventa lontana, nuovamente cosa solo romana.
Da qualche tempo qualcosa è cambiato e persino i più indifferenti hanno finalmente compreso la necessità di unire consapevolmente la propria voce a quella degli altri perché si trasformi in potente coro.
La concorrenza di altri Paesi produttori, l'urgenza di normative accettabili in campo europeo, comuni battaglie in ambito internazionale per non essere schiacciati da leggi discriminanti, la necessità di conferire fruttuosamente col Governo per mettere ordine nel nostro settore modificando leggi superate o per ottenere maggiore attenzione esigono una posizione univoca di tutte le espressioni intercategoriali che devono confluire in un solo organismo che le rappresenti tutte e di questo forte.

La ricostruzione

Da quasi tre anni la Presidenza Confedorafi è affidata a **Emanuele De Giovanni** e la sua presenza ha obiettivamente introdotto una ventata rinnovatrice che non ha tardato a manifestarsi in tutto il suo vigore.
Avvantaggiato dalla precedente esperienza di Presidente dell'Associazione Orafa Lombarda nella quale convivono fabbricanti, grossisti, commercianti di gemme, artigiani, dettaglianti e operatori in attività collaterali, ancora prima della sua nomina aveva già messo a fuoco in ordine di importanza e di precedenza i problemi che affliggono gli orafi. Questo, associato alle sue innegabili doti di ascoltato mediatore e abile negoziatore e alla stima personale di cui largamente gode, gli ha permesso da un lato di essere immediatamente operativo e dall'altro di avere dalla sua tutto il sostegno di quanti si aspettavano dei cambiamenti.

Che non si sono fatti attendere. Immediata l'apertura di un ufficio anche a Milano finalizzato allo svolgimento di operazioni di marketing e iniziative speciali lasciando alla sede di Roma tutti gli altri non meno importanti interventi, compresi i rapporti con i vari Ministeri che si sono fatti ancora più stretti.

L'ufficio di Milano ha successivamente finito col rivelarsi un ottimo investimento per il miglioramento dei rapporti personali favoriti dalla prossimità della nuova "casa" Confedorafi col cuore italiano della produzione. Rapporti dei quali De Giovanni si sente particolarmente gratificato.

"Una delle cose che più mi hanno appagato nel corso del mio mandato è stata quella di vedere periodicamente riuniti intorno al tavolo della discussione i nove diretti interlocutori della Confederazione. Se in un primo momento sembravano riluttanti e ancorati a posizioni che potevano risultare dissonanti tra loro, l'importanza del dialogo è stata subito compresa e molte relazioni si sono andate via via cementando in amicizia o reciproca considerazione.

Ora i nove esponenti di altrettanti Organismi **(Federgrossisti, Federdettaglianti, Federorafi, Federargentieri, Federpietre, Federazione Banchi metalli, Federazione Rappresentanti, Associazione Orafa Lombarda, Associazione Orafa Valenzana, Associazione Produttori Corallo)** sono disponibili a comprendere tematiche che prima sembravano in antitesi con i rispettivi interessi, scoprendo inoltre che i problemi possono essere affrontati con maggiore successo se si può contare anche sul supporto degli altri".

E' sulla forza di questo primo risultato, e cioè sulla totale collaborazione che si è finalmente instaurata tra le parti, che De Giovanni ha potuto avviare una nuova serie di passi intesi a raccogliere intorno a questo gruppo operativo altre forze che si sono proficuamente aggregate: Organizzazioni attive nel campo della promozione (**World Gold Council, De Beers, Diffusione Platino**) un Istituto di credito (**Banco Ambrosiano Veneto**) e quattro organizzazioni di Mostre settoriali (**Milano, Arezzo, Vicenza, Valenza**).

Per queste ultime la Confedorafi ha fatto di più, ufficialmente riconoscendole come le sole manifestazioni fieristiche accreditate, fermo restando il diritto di ogni altro Ente di inserirsi nel calendario fieristico ottenendo anche il patrocinio delle Federazioni interessate.

Aggiunge de Giovanni "L'autonomia delle varie Federazioni e Associazioni che si riconoscono in Confedorafi è pienamente rispettata e ognuna è libera di muoversi nella direzione ritenuta più confacente agli interessi dei propri associati. C'è comunque una encomiabile tendenza da parte di tutti a segnalare preventivamente i propri programmi, anziché limitarsi come accadeva in passato a darne comunicazione a cose avvenute. Ne deriva una migliore possibilità di coordinamento, che si traduce in un'immagine di efficienza a vantaggio di tutti".

Si può dunque parlare di rinascita?

"Senz'altro si, afferma il Presidente. All'inizio abbiamo speso molte delle nostre energie con interventi sulle fondamenta dell'edificio che con i nostri nove interlocutori intendiamo ora costruire. Ci attendono battaglie su molti fronti ma, non mancano le possibilità di uscirne bene. Ovviamente la crisi che stiamo attraversando oppone inevitabili rallentamenti. Su questo fronte nessuno può azzardare ipotesi fino a quando non si conoscerà l'andamento di Macef, Fiera di Vicenza e Valenza, ma riteniamo che per allestire vetrine decorose i dettaglianti dovranno muoversi. La vera incognita è il '97 e molto dipenderà dalla disponibilità del Governo e il conseguente avvio di una politica economica che ridia slancio ai consumi. Purtroppo il nostro settore è il primo a subirne le contrazioni e l'ultimo a partecipare alla ripresa".

Emanuele De Giovanni, Presidente della Confedorafi.

Tra i futuri programmi di Confedorafi c'è - tra l'altro - anche un progetto di comunicazione verso il consumatore finale per sottrarre spazio a consumi concorrenti. Sicuramente nei prossimi anni, dietro la spinta iniziale, accelererà il ritmo con azioni incisive in ogni direzione. Ce lo aspettiamo.

Ci auguriamo però che agli attuali 12.000 iscritti se ne aggiungano parecchi ancora perché più forte sarà la voce di questa Istituzione, migliori saranno i risultati che potrà conseguire a beneficio di tutta la categoria.

Non dimentichiamo infatti che tutto quanto intraprende ci riguarda da vicino e i problemi che affronta sono fatti squisitamente nostri.

COLORE in primo piano

L'International Colored Gemstone Association sta lanciando negli USA il rubino come gemma dell'anno.

Progetti a breve e lungo termine per accendere i riflettori sulle gemme e i loro mille affascinanti colori anche in Europa e nel resto del mondo.

Come resistere al fuoco smagliante di un rubino, alle verdi, intense profondità di uno smeraldo, al blu vellutato di uno zaffiro? Fonte di emozione e ammirato stupore, gli ammalianti colori di queste splendenti stelle da sempre sprigionano un appeal tutto particolare, che al di là di ogni moda ha attraversato indenne il percorso dei secoli e continua a risvegliare pulsioni e ricordi ancestrali.

Ne sono ben consapevoli i Membri dell'ICA (**International Colored Gemstone Association**) un gruppo di gem-dealers, estrattori, taglierie e gemmologi riuniti in una eterogenea ma ben coordinata Organizzazione a estensione mondiale il cui Statuto, tra l'altro, prevede la sperimentazione di nuove modalità di dialogo sul tema del colore, l'elaborazione di una comune strategia per affrontare il mercato e favorire una migliore conoscenza presso i consumatori, la sollecitazione di un nuovo interesse attraverso campagne promozionali.

Malgrado nell'ICA siano rappresentate categorie a diverso indirizzo commerciale, talvolta persino in contrapposizione, col tempo si sono focalizzati non pochi punti di incontro sui quali poggiare una solida intesa, sfociati in un programma che da quest'anno porta questa Organizzazione verso il grande pubblico, proponendosi come qualificato punto di riferimento per le gemme di colore.

Questo primo approccio con i consumatori ha come area operativa gli Stati Uniti e come gemma protagonista il rubino. Ad illustrare le motivazioni che hanno condotto a queste scelte è **Paolo Valentini** da un anno Presidente in carica.

"Queste scelte sono derivate da un'inchiesta condotta tra i nostri associati, che ha rivelato in termini numerici la quantità di gem dealers ed estrattori che trattano questo prodotto, mentre analisi di mercato hanno indicato gli USA come Paese con una maggiore disponibilità - in linea di massima - a recepire un messaggio-moda se adeguatamente presentato.

A me è toccato il privilegio di dare il via ad una operazione che era stata minuziosamente studiata e pianificata in precedenza, durante il mandato del mio predecessore, il giapponese Fujita".

Il primo exploit dell'ICA verso il pubblico si è materializzato durante il *Couture Show* di Pasadena, un evento particolarmente seguito dalla stampa americana; si è puntato sulla presentazione di rubini sfusi di rara qualità e caratura e sulla sfilata di eccezionali opere di Van Cleef & Arpels, Harry Winston, Hammermann e altri, tutte con rubini. L'idea si è rivelata vincente; l'*exposure* di cui questo evento ha beneficiato e la sua ricaduta sul mercato non sono ancora stati misurati dato il breve tempo trascorso, ma sul mercato di Bangkok e altrove già si stanno raccogliendo segnali di una positiva reazione.

Continua Paolo Valentini: "Le sfilate di Pasadena non resteranno un caso isolato, anzi a questa prima esperienza che ci ha tra l'altro consentito di esplorare da vicino il terreno sul quale muoversi e di collaudare la nostra efficienza, seguiranno iniziative mirate ad un coinvolgimento ancora più stretto di detta-

Paolo Valentini, Presidente dell'ICA, alla cerimonia di inaugurazione della campagna promozionale "rubino" al Couture Show di Pasadena (USA).

glianti e produttori di gioielleria, questi ultimi chiamati a realizzare pezzi espressamente per una sorta di show itinerante che raggiungerà ampie fasce di possibili fruitori".

"Analogamente a quanto già è stato fatto per altre materie prime, ci stiamo dunque avvicinando ad interventi che accenderanno i riflettori sulle gemme di colore, poiché dopo il rubino altre saranno prese in considerazione. I colori che saranno via via enfatizzati potranno anche essere diversi da Paese a paese a seconda delle ipotesi di possibile assorbimento. I vantaggi di queste proposte collettive di consumo non potranno che tradursi in tendenza e produrre una ricaduta di vasta portata a beneficio di tutti".

"Poiché di moda si tratterà e chi - poniamo - non può accedere al rubino potrà essere abilmente indirizzato verso rubellite, granato o altra gemma di colore rosso".

E in Italia? All'ICA c'è molta attenzione per il nostro Paese perché da qui partono le idee nuove che quasi sempre vengono poi assorbite e moltiplicate altrove.

Le modalità connesse ad un eventuale coinvolgimento dell'Italia non potranno comunque prescindere da **Federpietre**, l'Istituzione che costituisce un riferimento per il mercato italiano delle gemme. Da pochi mesi al suo vertice siede lo stesso Valentini, e questo non può che favorire un ancora più stretto e proficuo scambio di esperienze tra le due organizzazioni.

"Fino ad oggi - sottolinea Valentini - grazie soprattutto all'impegno e agli sforzi dispiegati dal mio predecessore Francesco Roberto, la Federpietre si è impegnata nel consolidamento della propria immagine ed aggregazione, nonché alla collaborazione per la costruzione di infrastrutture, premesse indispensabili per la costruzione di piani futuri. Dopo la divulgazione delle normative UNI stiamo ora lavorando ad una soluzione che consenta, da un lato, di rispondere al diffuso e auspicato bisogno di maggiore trasparenza e dall'altro non imponga onerosi e inutili sacrifici a quanti quotidianamente si scontrano con pratiche commercialmente illegali e delle quali subiscono la concorrenza. Si tratterà di uno *strumento* da introdurre per gradi successivi e che fornirà ai nostri Soci un ulteriore elemento distintivo e che insieme alla Federpietre riqualificherà anche quanti potranno vantarne l'appartenenza".

Tra i progetti di Federpietre non mancano anche obiettivi a breve termine che vanno da una verifica con i primari interlocutori fabbricanti di Valenza, Milano, Napoli e altri centri di produzione di gioielleria, per individuare punti di convergenza per poi procedere alla formulazione di sinergie di reciproca utilità.

"Naturalmente, conclude Paolo Valentini, i nostri Associati non potranno mai sostenere in toto l'onere di un budget per azioni collettive come quelle di Pasadena, ma sono certo che in presenza di una reale disponibilità allo svolgimento di azioni promozionali congiunte tra importatori di gemme, fabbricanti e dettaglianti, trovare i fondi necessari non sarà impossibile".

Chiudiamo qui, su questo messaggio che è un palese invito al dialogo e alla ricerca di un'intesa tra le parti: i tanti e pressanti problemi che oggi mortificano lo sviluppo della nostra categoria vanno affrontati con convinzione, fattiva partecipazione, unione di forze sinergiche e, soprattutto, con mutata mentalità.

COLOUR IN THE LIMELIGHT

Can anyone resist the enthralling fire of a ruby, keep from losing himself in the sea-green depths of an emerald or avoid falling under the spell of the velvety blue of a sapphire? An unending source of wonder, the radiant colours of these splendid miracles of nature vaunt an appeal all their own that has been fad-proof through the centuries and continues to enkindle hidden drives and ancestral memories.

It's an old story for the ICA (**International Coloured Gemstone Association**), a group of gem-dealers, miners, cutters and gemologists, who have gotten together in a heterogeneous but well-coordinated organization with branches all over the world. The statute of the association provides for experimentation on new ways of dealing with the all-impor-

The International Colored Gemstone Association is launching the ruby in the United States as the gem of the year. Short- and long-term projects for training a floodlight on gems and their thousands of enchanting hues in Europe and the rest of the world as well.

tant theme of colour, working out a common strategy for coping with the market and getting consumers better acquainted with the product, not to speak of awakening new interest through promotional campaigns.

Despite thè fact that the ICA is a universe of categories with different commercial messages, at times in opposition to one another, they have managed over the years to zero in on not a few common meeting grounds. These have served as the basis for solid understanding, resulting in a program that has brought the organization into contact with the public at large, who see it as a qualified trend-setter for the coloured-gem sector.

This first approach to the consumer has had the United States as its field of operations and the ruby as its protagonist. Setting forth the motivations that led to these decisions, **Paolo Valentini**, who has been chairman of the association for the past year, says:

"These decisions were arrived at on the basis of a survey of our members, which told us how many gem dealers and miners are dealing in this product. Market analyses revealed the United States as the country whose people are most receptive to a fashion message, if properly presented.

I had the privilege of firing the starting gun for an operation that had been thoroughly researched and planned beforehand, while my predecessor, Mr. Fujita, was in office.

The ICA's first public-oriented project materialized during the Couture Show in Pasadena, an event given saturation style coverage by the American press. It focussed on the presentation of loose rubies of a rare quality and weight, and a fashion show of extraordinary works from Van Cleef & Arpels, Harry Winston, Hammermann and others, all done with rubies. The idea turned out to be a winner. The exposure the event was treated to and its impact on the market have not yet been sorted out, given the brevity of the time that has elpased since then, but the markets in Bangkok and elsewhere are already getting signals of a positive reaction.

Paolo Valentini goes on, "The Pasadena shows won't be just an isolated case. On the contrary, this first experience, which let us explore the terrain we will be moving on, will be followed by initiatives aimed at closer collaboration between retailers and jewelry producers. The latter will be called upon to carry out pieces created expressly for a sort of touring show of the most representative retailers or those capable of reaching broad segments of future users".

"Similar to what has been done for other raw materials, we are about to do things that will throw the spotlight on coloured gems, because the ruby will be followed by other gems. The colours that will be given a place in the sun, one after another, may differ from country to country according to their levels of absorption. The advantages of these collective consumer offers cannot help but translate into trends and produce wide-ranging repercussions to the benefit of all concerned.

"Because we are dealing with fashion here so, if you can't afford a ruby, you can let yourself be talked into buying rebellite, garnets or other red stones".

"And what about Italy? The ICA keeps its eye on Italy, because the country is a hotbed of new ideas that are nearly always absorbed and multiplied elsewhere.

Procedures linked to an eventual involvement of Italy can't, of course, be adopted while leaving **Federpietre** out of the picture, an institution that has been a bright beacon to the Italian gem market. Valentini has been at the helm of the group for the past few months, which can't help favoring even closer collaboration and a more profitable exchange of information between the two organizations.

"Up until today - Valentini points out - thanks mainly to the commitment and efforts made by my predecessor, Francesco Roberto, Federpietre worked hard to consolidate its image and aggregation, as well as collaborate on the construction of infrastructures, preliminaries essential to carrying out our future plans. We are now working, in the wake of the propagation of the UNI regulations, on a solution that will allow us, on the one hand, to respond to a widespread need for greater clarity and, on the other, doesn't require burdensome and useless sacrifices by those who must wrestle every day with illegal business practices and compete with the people who perpetrate them. It will be a tool to be introduced, step by step, and will give our members still another distinctive

Una delle superbe parure con rubini firmate dai più famosi gioiellieri del mondo, che a Pasadena hanno suscitato grande ammirazione nella stampa americana.

element which, together with Federpietre, will requalify those who can vaunt membership in the latter.

Among Federpietre's objectives are short-term goals such as a survey of leading manufacturers from Valenza, Milan, Naples and other jewelry-producing centers to pinpoint areas of convergence, subsequently proceeding to the formulation of mutually useful synergies.

"Naturally, winds up Paolo Valentini, our members will never be able to bear the burden of a budget for group actions like those in Pasadena. However, I'm sure that wherever there is real willingness on the part of gem importers, manufacturers and retailers to pull together in joint promotional efforts, finding the necessary funds will be easier than we think".

We should like to leave you with this message, which is a clear invitation to set up a dialogue and search for an agreement among all the categories in the sector. The many pressing problems that are strangling growth in our category must be faced up to with conviction, dynamic participation, a union of synergetic forces and, most of all, a radical change in attitude.

Nello smagliante firmamento della gioielleria internazionale da un secolo brilla una stella che si chiama Mouawad, quattro generazioni di orafi di altissimo rango che hanno conquistato il mondo.

Claude Mazloum

un secolo da re

La storia di questa dinastia inizia nel 1860, quando Daoud Mouawad lascia il Libano, suo Paese natale, per trasferirsi dapprima negli Stati Uniti e successivamente nel Messico col preciso scopo di impadronirsi dell'*Arte* della gioielleria e dell'orologeria.

Passano trent'anni prima che Daoud ritorni alla sua dolce Beyrouth; qui apre un piccolo laboratorio per la riparazione di orologi, ma la sua principale attività è la costruzione di orologi da chiesa e la creazione di pezzi unici originali, bellissimi e perfetti per una ricca clientela.

Comincia così quella che diventerà poi una tradizione familiare, una filosofia della perfezione che ancora oggi si perpetua a oltre un secolo di distanza, osservata con fedeltà dalle quattro generazioni che si sono succedute per giungere immutata fino ai nostri giorni.

Il percorso indicato da Daoud è immediatamente seguito dal figlio Fayez, che si appassiona a quanto suo padre va via via insegnandogli. Toccherà anche a lui lasciare "la terra dei cedri" e per cercare la sua affermazione come gioielliere sceglie l'Arabia.

E' il primo ed unico straniero ad essere gratificato dal privilegio di un decreto reale che lo insignisce del titolo "Gioielliere del Re", un riconoscimento prestigioso che ovviamente lo avvantaggia anche professionalmente e che trasmette poi al figlio Roberto.

I "gioiellieri del Re" hanno realizzato insieme opere sontuose, creazioni nelle quali fasto e talento si incontrano dando vita a pezzi strabilianti, soprattutto quelli destinati ad eventi speciali legati alla vita privata o mondana dei vari committenti. Ora Roberto divide il peso del suo successo con i suoi tre figli: Fred, Alain e Pascal e i loro straordinari e spettacolari gioielli e orologi trovano estimatori in Europa, Medio Oriente e Sudest asiatico.

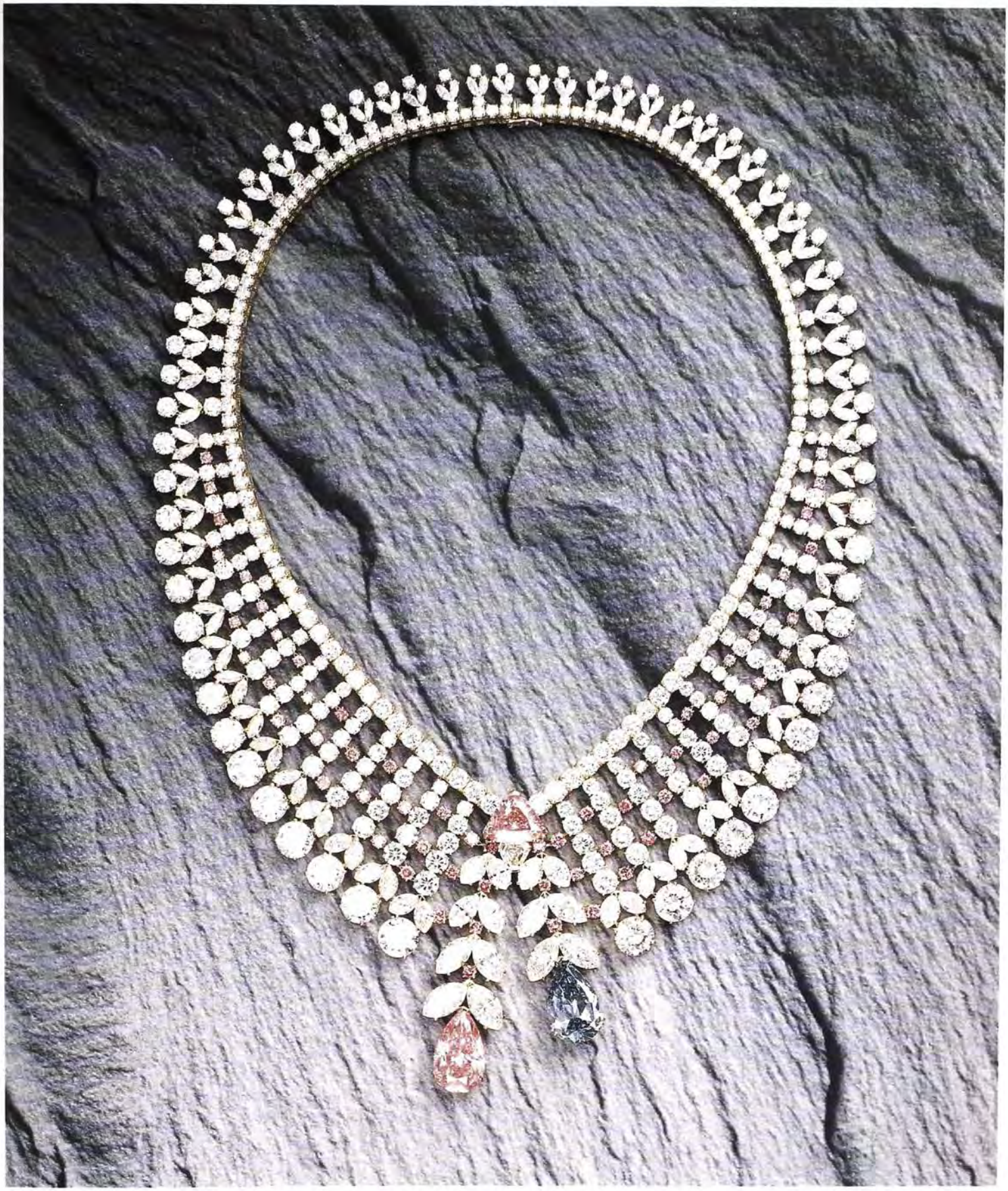
Dall'Arabia Saudita, luogo di partenza della sua sfolgorante cavalcata tra i protagonisti dei preziosi, il gruppo Mouawad si è pian piano esteso in tutto il mondo, ovunque conquistando non soltanto per la bellezza dei suoi pezzi ma anche per la sua continua ricerca nel campo dell'originalità di forme, preziosità dei materiali e le sperimentazione di tecniche d'avanguardia, sempre sostenute dal supporto di una schiera di grandi artigiani che ne interpretano le idee.

Il tutto avviene rapidamente. In Europa comincia a Parigi, dove il fascino della grande gioielleria non ha mai visto cadute. Apre laboratori a Valenza, dove sa di poter contare sulla manualità di artigiani unici al mondo e depositari della nobile arte di forgiare gioielli; il percorso prosegue poi con Ginevra, Anversa, Bangkok, Manila, New York, mentre a Beyrouth, Jeddah, Khobar e Riadh il suo prestigio continua a crescere.

L'ultima conquista è il Giappone, dove la Maison dispone di 24 boutiques distribuite su tutto il territorio.

Oggi come un secolo fa il motto della casa non è cambiato: *quality is priority.*

Ma non è tutto. Come i più grandi gioiellieri del mondo, la famiglia Mouawad nel tempo ha collezionato una serie di gemme rarissime e che giustamente costituisce il suo orgoglio poiché attualmente è considerata la più ricca, completa e splendida tra quelle esistenti in tutto il mondo. Molti diamanti sono così cari alla famiglia da portarne persino il nome, come il Mouawad Splendour, un diamante di 101,84 carati, il Mouawad Monolith di 104,22 e soprattutto il Muouwad Magic: 108,81 carati, colore D, purissimo che quasi sicuramente è il più grande diamante al mondo con taglio a smeraldo. Senza poi contare i diamanti fancy: rosa, rossi, champagne, blu incastonati in smaglianti creazioni.



Delizioso collier nel quale il garbo compositivo e la rara qualità dei diamanti concorrono alla definizione di un gioiello decisamente sontuoso. Robergé è il marchio col quale Mouawad firma i suoi orologi-gioiello. Nella pagina accanto, un pezzo interamente realizzato con diamanti.

così falsi, COSI' BELLI

Robivecchi e mercatini per molte persone costituiscono una vera mania e in essi trovano fonti di emozione, stupore, piacevoli scoperte o riscoperte. C'è chi compra a casaccio cose eterogenee e chi invece fa del vero e proprio collezionismo e con un'applicazione maniacale cerca all'infinito sempre diverse varianti del tema scelto.

E' questo il caso di *Gabriella Mariotti*, veneziana di nascita e da decenni cittadina di New York, che ha contratto una ineluttabile passione per un soggetto abbastanza insolito: spille di bigiotteria a forma di cestini. I suoi precedenti quale assistente di produzione cinematografica e i suoi contatti col mondo della moda hanno favorito anche la comprensione del loro contenuto storico e sociale aumentando le motivazioni per questo collezionismo monotematico, sfociato in una raccolta impressionante per qualità e bellezza dei pezzi.

Raccolte in un volume dal titolo *"All my baskets"* - che è stato realizzato da *Franco Maria Ricci* in collaborazione con *Fiera di Vicenza* - queste vivaci e coloratissime spille oltre che all'ammirazione si offrono anche quale traccia di un periodo storico che dal 1930 si conclude all'incirca con la fine della seconda guerra mondiale e, in parte, tocca anche i nostri giorni.

La storia della bigiotteria inizia prima ancora di quella della gioielleria, ma il suo momento magico scatta con la grande depressione del '29 quando su questi oggetti - sostituti dei gioielli coi quali competono per bellezza e originalità - converge l'attenzione delle consumatrici americane.

"Depression jewels" sono stati definiti per il materiale povero col quale venivano realizzati: nel miglior caso argento dorato o metalli meno nobili semplicemente placcati e decorati con smalti, vetri e pietre sintetiche di ogni genere, dimensione e colore.

Nati come appariscenti elogi del falso, entrano con prepotenza nel quotidiano delle donne americane che a differenza delle europee non hanno

Una serie di stupende spille di bigiotteria realizzate in America nel periodo della depressione. Da: All My Baskets edito da Franco Maria Ricci.

una tradizionale cultura per il gioiello autentico.
Ne parlano "Vogue" e altre famose riviste di moda, e il cinema fa il resto.
Col termine *costume jewelry* viene tuttora definita la bigiotteria, dove costume deriva probabilmente da costume di scena, mentre altri lo attribuiscono a Coco Chanel che decorava i suoi costumes con elaboratissimi bottoni dorati, metri di catene e grande profusione di perle di imitazione. Non per nulla chiamava certi suoi modelli *jewelry dresses*, cioè abiti per la gioielleria.
La moda della bigiotteria attecchisce rapidamente anche grazie all'involontaria complicità del blocco degli USA alle importazioni di articoli di lusso. La scomparsa dei pregiati e lavoratissimi tessuti francesi obbliga i couturier d'oltreoceano a ricorrere alla tinta unita, accessoriando ogni modello con vistose fibbie o bottoni commissionati ai bigiottieri che nel frattempo erano diventati famosi, specializzatissimi, con stili personali e riconoscibili.
Greta Garbo, Joan Crawford e altre star indossano ornamenti necessariamente vistosi per spiccare dal bianco/nero dei film dell'epoca e, sul loro esempio, non c'è americana che sul revers di un rigoroso tailleur, magari ricavato da un abito del marito in guerra, non applichi una spilla altrettanto vivace.
Le fabbriche prosperano e si moltiplicano fino alla fine della seconda guerra mondiale.
A questo punto incomincia il decadimento e l'inevitabile controtendenza: il flusso del denaro torna a scorrere, è più facile trovare gioielli veri in oro, diamanti e altre gemme preziose, come quelli che ormai indossano le ladies dell'aristocrazia e le ricche opinion makers del momento.
I *depression jewels* vengono relegati in un cassetto o avviati ai robivecchi che, al principio, li svendono per poche lire, salvo far risalire i prezzi alle stelle man mano che - appagate dai gioielli autentici ormai a portata di mano - le consumatrici più colte riscoprono queste bellezze del recente passato; cominciano a ricomprarle e persino a indossarle, ostentandole con fierezza.
Oggi è inutile andare per mercatini alla loro ricerca; i rari pezzi superstiti di quello che è stato un grande boom produttivo si trovano ormai solo dagli antiquari più celebri, a prezzi che talvolta superano quelli di gioielli autentici di simile fattura.
Le fabbriche di bigiotteria, alcune delle quali disponevano anche di migliaia di dipendenti, erano per lo più concentrate a Providence, nel Rhode Island da dove prendevano la strada verso tutti gli angoli degli States.
Se all'inizio i pezzi ricalcavano lo stile di Van Cleef o Cartier, di cui sembravano le copie, successivamente andò formandosi un filone del tutto autonomo e non meno apprezzato. Questo, grazie a disegnatori di fertilissima creatività, soprattutto francesi e italiani, che spinti dalla crisi della gioielleria lasciavano atelier dai nomi altisonanti per passare alla fiorente industria della bigiotteria, nella quale trasferivano il loro coltivato gusto per la bellezza, l'esperienza nell'uso dei diversi materiali, raccogliendo e interpretando i desideri delle nuove consumatrici.
Esaminando quanto fortunatamente non è andato disperso non è difficile stabilire la provenienza delle varie opere poiché sul retro molte sono firmate o contrassegnate da un marchio di fabbrica. Nomi come Trifari, Miriam Haskell, De Rosa, Eisenberg & Sons, Hobé, Mazer Bros e tanti altri sono celebri nell'ambito dei collezionisti e alcune delle loro spille possono essere ammirate anche nel Museo della bigiotteria di Providence.
Perché questo particolare settore si è sviluppato proprio a Providence, e perché tanti nomi italiani?
Secondo una teoria abbastanza accreditata sembra che la ragione possa essere fatta risalire al 1790 circa, quando i trafficanti di schiavi e di rhum che facevano scalo a Providence Plantation si rivolgevano agli orafi del luogo per trasformare in tazze, vassoi e teiere le loro monete d'oro e d'argento. Questa richiesta favorì l'insediamento di immigrati esperti nella lavorazione dei metalli: molti di questi provenivano dall'Italia, e specialmente da Itri, tanto che verso la fine dell'Ottocento il 58% circa della popolazione di Providence era di origine italiana.
Pare anche che parecchia della lavorazione di bigiotteria venisse affidata a lavoranti a domicilio: le donne si erano specializzate nel raccordare gli anelli delle catene mentre le bambine, dotate di vista più acuta, già a nove anni cominciavano ad incastonare pietre piccole come punte di spillo.

Fusione in metallo rodiato. A destra: spille a forma di alberello vistosamente decorate che venivano appuntate sui revers delle pellicce di visone durante le festività natalizie.

una nuova occasione

BRACCIALI IN PLA

per distinguersi con
un oggetto
d'avanguardia
per indossare
un gioiello
diverso

Servizio realizzato in collaborazione con Diffusione Platino
Foto di Sandro Sciacca - Elaborazione al computer di Nicoletta Montanari

e personalizzante
per una moda
non massificata

TINO

Una cadenza obbligata, un appuntamento fatale, un distillato di manualità, un'occasione per emergere...

Si possono trovare mille definizioni per presentare l'evento che obiettivamente da qualche tempo è uno dei più importanti nell'ambito della gioielleria: il momento del platino.

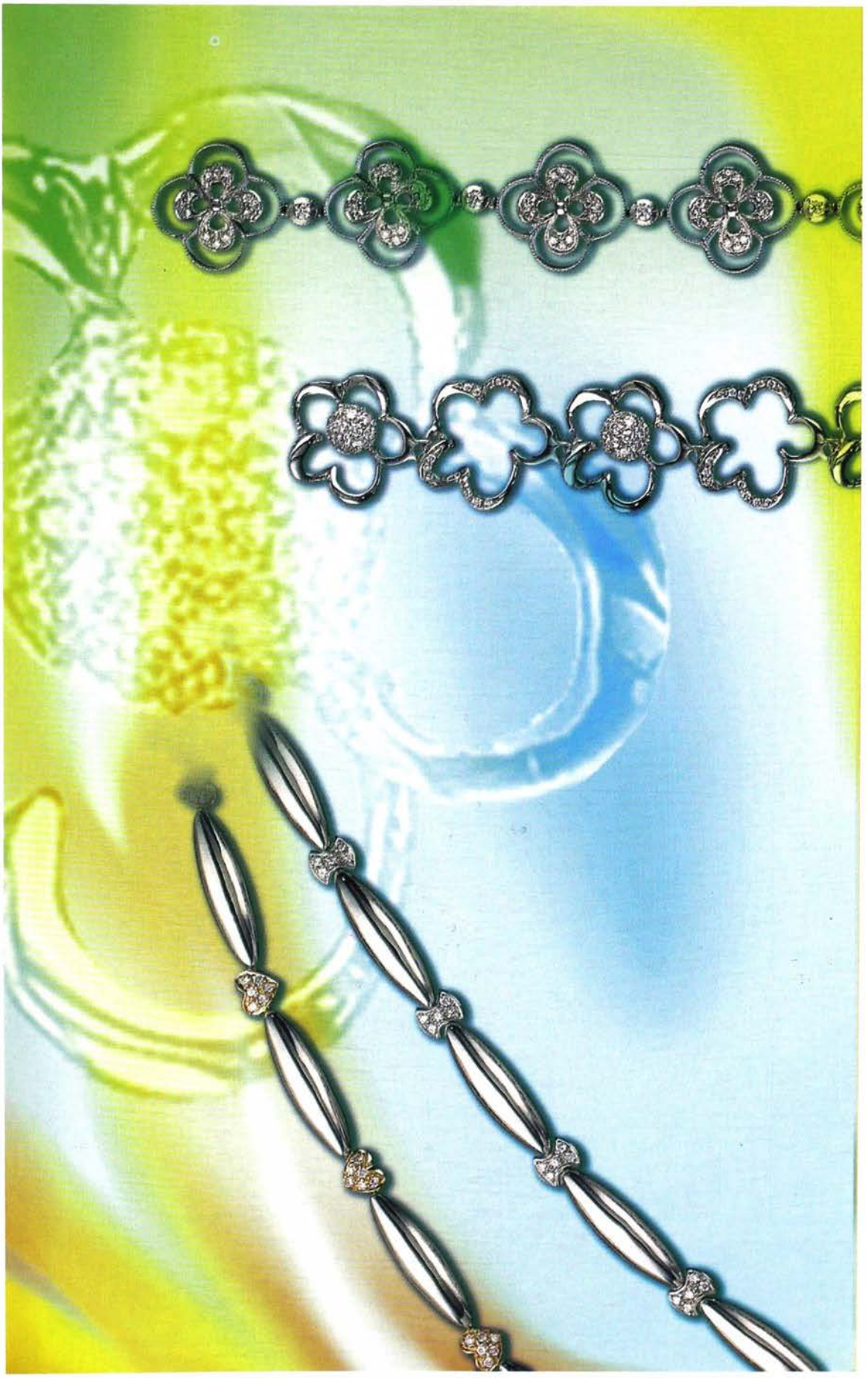
Quest'anno, l'occasione di abbracciare nelle sue decine e decine di varianti un unico tema è stata colta nel bracciale, dopo fedine, anelli da fidanzamento e ciondoli che hanno animato i contatti produttore-dettagliante-consumatore negli anni passati.

E sul bracciale, uno dei più amati complici della femminilità, si sono liberate interpretazioni varie e soggettive, diretta derivazione di un personale rapporto col platino, metallo che sa piegarsi docilmente lasciandosi trasformare in mille forme solo da chi possiede anche la chiave tecnica per domarlo.

Al nuovo cimento proposto da Diffusione Platino hanno risposto trenta orafi di ogni parte d'Italia, con opere che partendo da un piccolo gioco di catenelle pensato per un polso sottile esplodono in consistenti, corposi, ricchi bracciali da sera. I dettaglianti saranno tutti presenti a Vicenza in settembre e in ottobre a Valenza alle rispettive Fiere. I consumatori saranno invece raggiunti attraverso il mensile Marie Claire che col suo numero di novembre regalerà un catalogo con l'intera collezione dei bracciali in platino.

In queste pagine presentiamo in anteprima una piccola sezione di opere eseguite da gioiellieri valenzani, rinunciando all'opulenza di quelle più spettacolari e scegliendo invece come filo conduttore i bracciali dalle dimensioni più contenute, quelli creati per sottolineare con discrezione la quotidiana gestualità. Sono bracciali dal disegno semplice e lineare, oppure traduzioni di motivi floreali; giochi astratti di metallo puro o con il supporto di diamanti, che nel platino trovano la cornice ideale per mostrarsi nella loro luce più splendente. Sono destinati a fruitori che scelgono un gioiello non, o non solo, per il suo valore materiale ma anche per quei contenuti non sempre chiaramente decodificabili ma innegabilmente presenti, che colpiscono anche con messaggi particolari chi ama lasciarsi sedurre dall'insolito.

In alto a sinistra: **GRILLORO** - In alto a destra: **STEFANO PALLAVICINI** - In basso: **POLELLO**

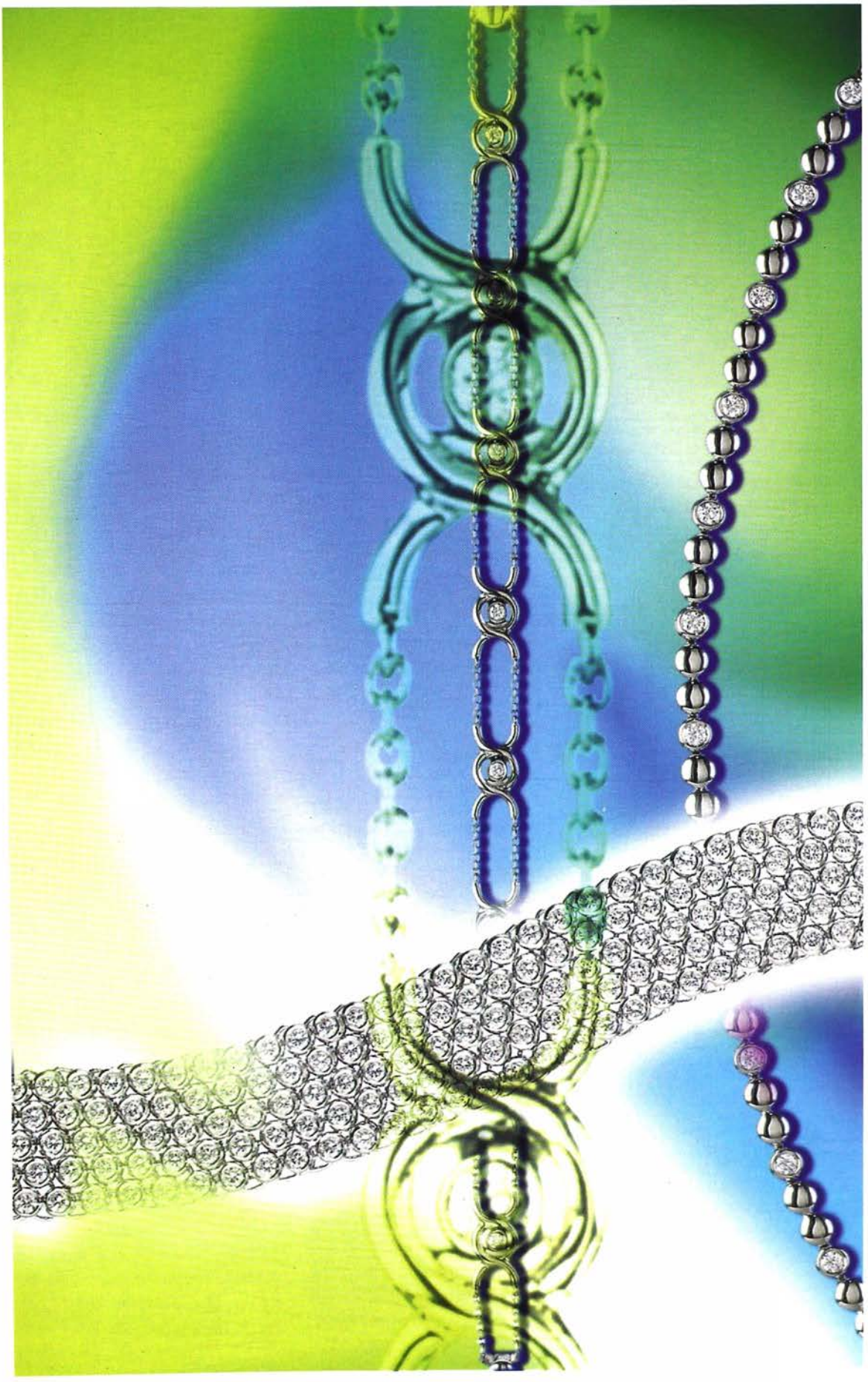


In alto: **ALFIERI ST. JOHN** - In basso: **BONETTO**

A sinistra: **MONILE** - Al centro e margine destro: **GIACOBBE** - In basso a destra: **DEAMBROGIO**

Nella pagina: **PRINCESS - SALVINI - CASA DAMIANI**

Dall'alto: **M. LOMBARDI/VENDORAFA - PLATINA**



In verticale: **ARATA GIOIELLI** - In basso: **LENTI & VILLASCO**

ORO ASIATICO

Attingendo al patrimonio tradizionale tipico di ogni area, gli orafi del sud-est asiatico sono riusciti a costruire un ponte tra passato e presente.

Il più diffuso luogo comune sulla gioielleria asiatica è quello di considerarla una deviazione di quella occidentale, una ripetizione più o meno pedissequa di idee e stilemi appartenenti ad altre civiltà e solo più o meno fedelmente riprodotti.

C'è parte di vero, soprattutto nella gioielleria con gemme nelle quale impera uno stile decisamente europeo, ma nell'oreficeria questo incontro-scontro non ha luogo, anzi, è un terreno nel quale l'Asia si rivela con encomiabile autonomia.

Il merito di farci incontrare questa sorprendente realtà con opere create in Corea, Indonesia, Singapore, Malesia e Thailandia va a World Gold Council che con l'operazione "quaderno delle tendenze" alza il sipario su una realtà sconosciuta, su una libertà creativamente poetica lontana dai nostri canoni, su opere insolite, di ispirazione inequivocabilmente asiatica per i riferimenti in essi contenuti.

Pur attingendo al patrimonio tradizionale tipico di ogni area, gli orafi di questi Paesi sono riusciti a costruire un ponte tra passato e presente, rileggendo la simbologia culturale e cultuale classica alla luce delle influenze del nostro tempo: fiori di loto, il batik, i poli opposti yin e yang, tutto si trasforma in gioielli espressi con visione poetica, fedeltà interpretativa e nel contempo stilisticamente innovativa.

In queste pagine, alcuni esempi di oreficeria originale creata e prodotta nel Sudest asiatico, un invito ad avvicinare antiche culture che si offrono con estrema semplicità anche al piacere di neofiti.

Alcune opere di oreficeria prodotta nei Paesi del Sudest asiatico. Sono evidenti i riferimenti a motivi ornamentali tipici di queste aree.
Proposte raccolte da World Gold Council negli ormai famosi "quaderni" e presentate in anteprima a giugno alla Fiera di Vicenza.

La ricchezza futura di una località a monocultura produttiva come Valenza risiede anche nella sua capacità di formare nuove leve da avviare alle imprese, scoprire i talenti sui quali investire per garantirsi un *turnover* senza traumi della sua celebrata manualità, che deve attingere alla tecnologia per migliorarsi in termini di competitività, ma mai lasciarsi da questa sostituire.

Per questo le due principali Istituzioni di formazione orafa, l'**Istituto Statale d'Arte Benvenuto Cellini** e il **Centro di Formazione Professionale Regione Piemonte** da sempre trovano nell'Associazione Orafa Valenzana e nel tessuto attivo della città una attenzione tutta particolare, che si esprime anche con supporti gratificanti per gli allievi dell'ultimo corso, alla loro uscita dalle due scuole.

Ogni anno viene infatti per loro bandito uno speciale Concorso e la partecipazione è sempre numerosa. I ragazzi sono infatti consapevoli che al di là dell'aspetto pecuniario che ne deriva ai finalisti - una lusinghiera affermazione personale è il modo più sicuro per garantirsi un qualificato accesso al mondo del lavoro.

I Concorsi sono sempre suddivisi in due sezioni, una per ogni scuola, perché diverso è il loro indirizzo e quindi differenti devono

Dalle due scuole orafe di Valenza escono giovani speranze che si avviano al mondo produttivo con il supporto di una specifica preparazione.
Alla fine di ogni anno scolastico, un Concorso mette in luce i nuovi talenti.

saranno famosi

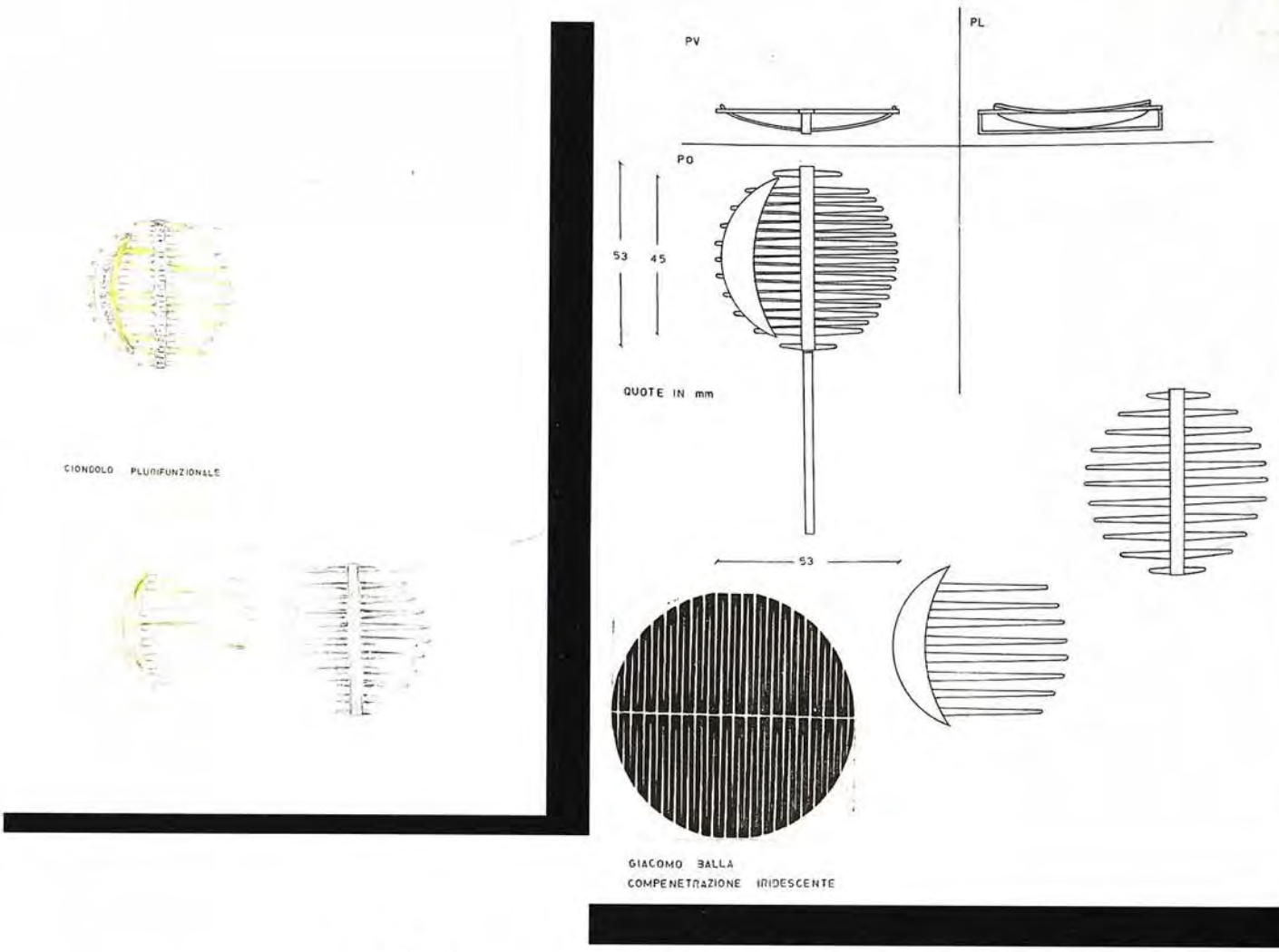
A sinistra: premiazione dei giovani che hanno partecipato al concorso "Tecno-Design".

Particolarmente seguiti i corsi serali "Luigi Illario", che completano la formazione professionale di persone già inserite nel mondo del lavoro. Alla cerimonia di chiusura: il Presidente AOV Lorenzo Terzano tra Nino Verità e Adelio Ricci, della Commissione Scuole.

essere le prestazioni da richiedere: gli allievi dell'ISA devono infatti proporre un progetto grafico mentre quelli del Centro di Formazione Professionale sono chiamati a cimentarsi nella realizzazione fisica di un pezzo.
Oltre 100 sono le opere presentate quest'anno, che hanno messo in serio imbarazzo i pur esperti componenti della Giuria.
Particolarmente impegnativo il tema proposto dall'ISA, e cioè la progettazione di un gioiello traendo ispirazione da un'opera d'arte. I risultati, come si può verificare nelle pagine che seguono, sono stati più che soddisfacenti.
Al passo coi tempi, Valenza non sottovaluta però la tecnologia, soprattutto quando certe modifiche a strumenti già esistenti portano a un loro migliorato utilizzo e sono l'evidente risultato di fantasia abbinata a personale abilità o sagacia.
Perciò, oltre a sostenere e favorire lo sviluppo e la manifestazione della creatività espressa attraverso la realizzazione e la progettazione di gioielli, quest'anno si è voluto esternare un riconoscimento anche ai giovani che hanno espresso particolari capacità anche in campo tecnico, con progetti che sono stati presentati per la prima volta nel corso delle "Giornate Tecnologiche" nell'ambito del Concorso "Tecno-Design".
Le strumentazioni che hanno incontrato maggiore interesse sono:
- un buratto magnetico polifunzionale, per la sua innovazione, facile adattabilità ed economia dei costi;
- un kit per bilancia idrostatica, completato con un accessorio di rapido e pratico impiego che favorisce una più facile rilevazione del peso specifico di materiale gemmologico o di leghe in metalli preziosi.

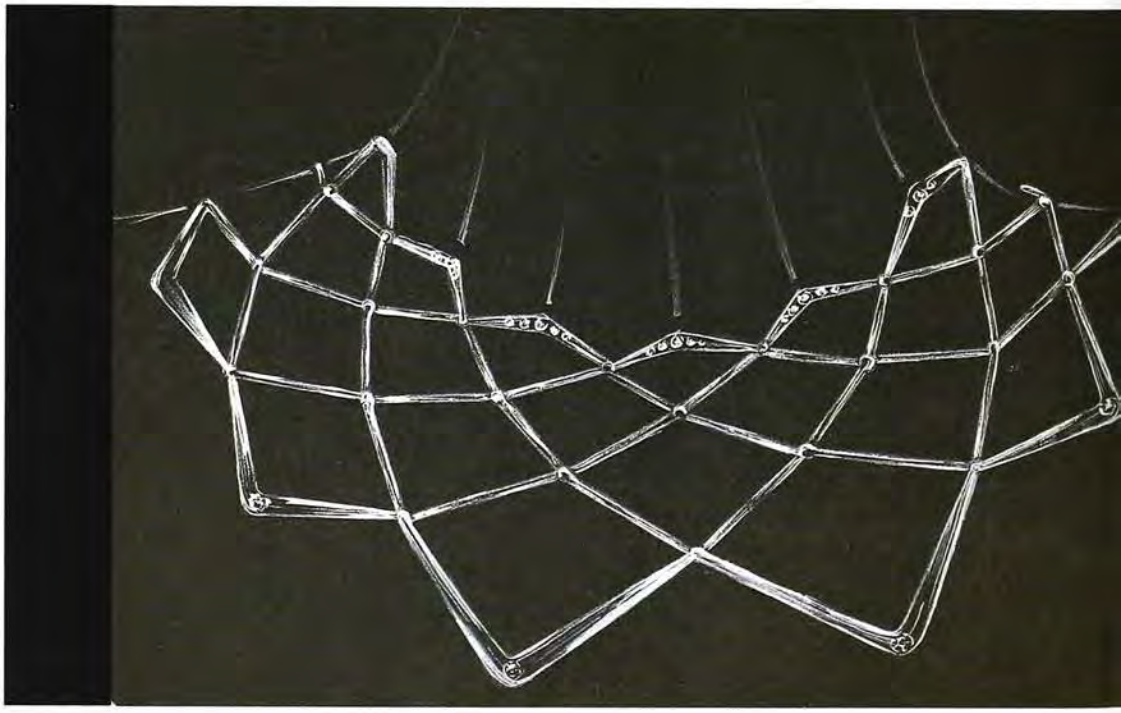
Le due innovazioni sono state messe a punto nel Centro di Formazione Professionale da Andrea Benvenuti, Guido Chirotti, Fabio Giuliano, Alan Impellizzeri, Claudio Mazzetti, Andrea Monteleone.
Un terzo congegno, un portaseghe che tra l'altro assicura la ripetitibilità del valore impostato, è invece opera di Michele Moretto dell'ISA.
Scorrendo i nomi degli Autori di ogni singola opera, orafa o tecnica, appare evidente che nella sfera della progettazione e realizzazione di gioielli c'è una prevalenza di appartenenti al gentil sesso, mentre la parte tecnica è appannaggio tutto maschile.
Come sempre o quasi, del resto, e in ogni campo.

Concorso tra le Scuole: la Giuria esamina le opere presentate, che quest'anno erano un centinaio.

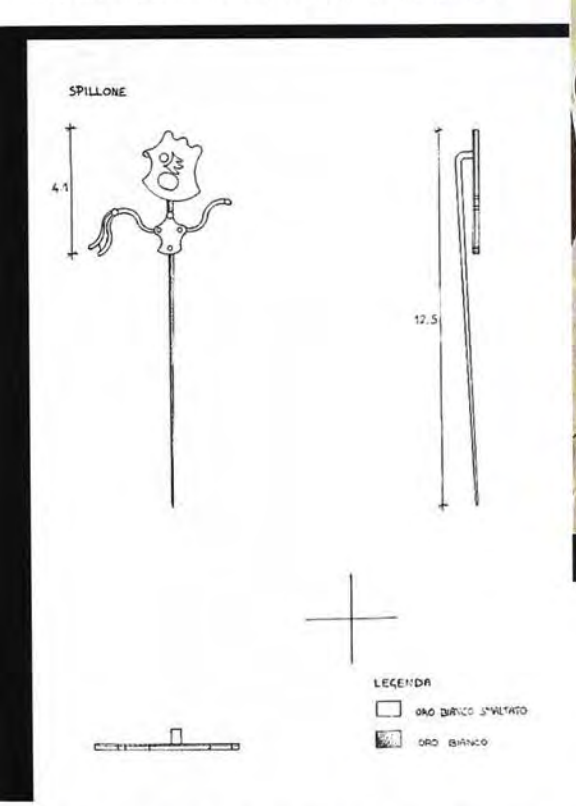


Tema per gli allievi dell'ISA: un gioiello ispirato ad un'opera d'ar

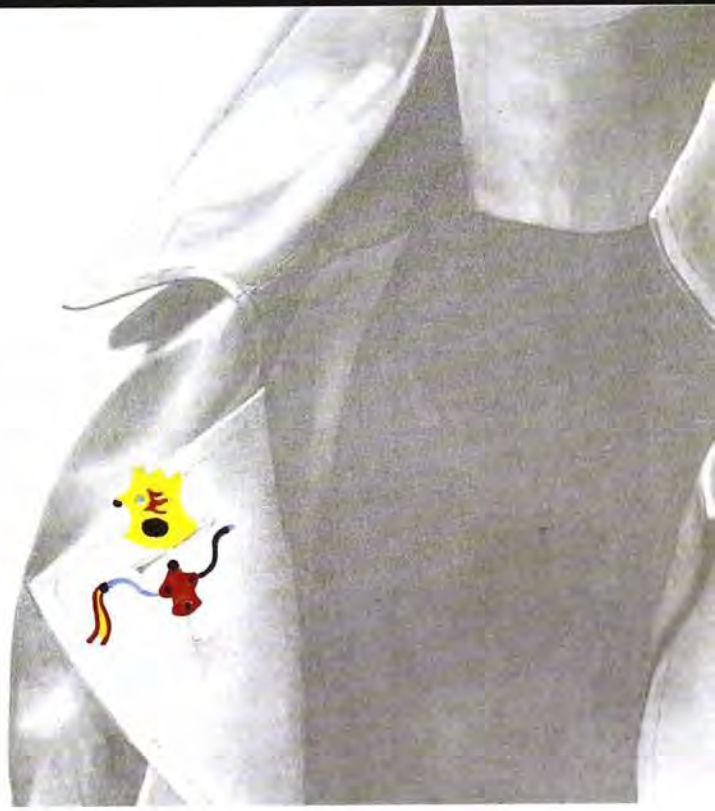
Qui sopra l'opera di Giacomo Balla "Compenetrazione iridescente" e la sua interpretazione in ciondolo polifunzionale da parte di Raffaella Liguori, alla quale è stato conferito il Primo Premio.



Due concorrenti sono stati gratificati da una menzione speciale, e precisamente: Enzo Aceto che ispirandosi a "Il Carnevale di Arlecchino" di Juan Mirò ne ha sintetizzato l'esplosione cromatica con una spilla.
Cristina Zaccone, seconda menzione speciale, ha invece tradotto in dinamico collier il gioco astratto delle linee che decorano la pavimentazione di Piazza del Campidoglio.



n primo classificato e due menzioni speciali.

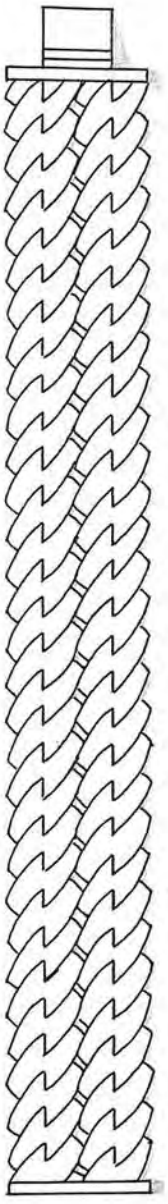


ORO GIALLO
ORO ROSSO

PIETRE
DURE E
ORO GIALLO

DIAMANTI E
ORO BIANCO

ORO GIALLO
ORO ROSSO
ORO BIANCO



A tema libero il concorso tra gli allievi del Centro di Formazione Professionale, invitati ad esprimersi con un'opera elaborata plasticamente.
La Giuria ha assegnato due primi premi ex-aequo a:
Viviana Bona, per un progetto di bracciale e una serie di possibili varianti;
Caterina Alba, per una spilla dal movimento asimmetrico, eseguita con sicurezza di mano.
Due anche le menzioni speciali, riconosciute a:
Alan Impellizzeri, per un ciondolo a diversi moduli sovrastati da un riporto con pietra;
Barbara Ronchese, per un anello nel quale rigore geometrico e fantasia si fondono armoniosamente.

Se il brillante non brilla più

Dalla CSO un segnale positivo: un aumento del 3% sul prezzo del grezzo, che si trasformerà in 7% sul tagliato. Senza controllo e in sovrapproduzione il brillantato di bassa qualità.

Francesco Roberto

Nel giorno 3 dello scorso luglio, tra la riconferma di Boris Elstin alla guida della Russia e l'invio da parte della De Beers di comunicati ufficiali annuncianti un aumento del prezzo dei diamanti praticamente non è trascorsa più di mezz'ora.
Sgombrato il campo da eventuali spiacevoli incognite nella politica economica di quel Paese e avuta la certezza di poter contare sugli stessi interlocutori ha consentito a De Beers di poter applicare senza riserve il contenuto del Memorandum d'Intesa firmato il 23 febbraio 1996 e, quindi, di attuare il suo programma che per l'immediato futuro prevedeva un nuovo aumento del grezzo, con decorrenza praticamente immediata.
Di grande importanza per De Beers anche l'accordo stipulato con l'Angola per la prospezione e lo sfruttamento di nuovi giacimenti, il cui prodotto sarà incanalato nella CSO.
Si è invece interrotto il flusso di diamanti delle miniere di Argyle, fatto di cui il Cartello tende a sminuire la portata sia indicando in un 6% al massimo il totale che uscirebbe dal suo controllo, sia definendo la perdita irrilevante sul piano della qualità.
A parte il fatto che come è ben noto attualmente i rarissimi diamanti rosa e rossi oltre a molti di colore champagne sono prodotti esclusivamente da Argyle, non condividiamo la posizione della Central Selling Organization circa la sottovalutazione di quel 6%, qualità a parte, perché ora questo prodotto arriverà comunque sul mercato ma senza nessun controllo, andando ad aggiungersi a quello che Russia, Angola, Zaire e altre nazioni proprio grazie ad una convenzione con De Beers possono commercializzare direttamente.
Questo problema non tocca i diamanti dai 15 punti a salire, che saranno inevitabilmente influenzati dall'annunciato aumento: 3% sul grezzo e quindi circa 7% sul tagliato, al quale tutti ovviamente si uniformeranno.
Problematica, e destinata a peggiorare se non vi si porranno rimedi, è invece la situazione che concerne i diamanti da 1 a 5 punti, quella merce per intenderci solitamente definita "indiana" perché prevalentemente tagliata a Bombay, Surat e in altre località dell'area, ove i tagliatori toccano quasi il milione di unità.
Questo prodotto di basso livello, in taluni casi addirittura infimo e per di più in allarmante sovrapproduzione, sta danneggiando gravemente il mercato, principalmente per due ragioni:
- l'incostanza della sua quotazione, tendente al basso come si può rilevare raffrontando i prezzi che dal '95 ad oggi mostrano un cedimento del 5-10%;
- montati su oro e venduti a consumatori di poche pretese, e non solo nei mercati definiti emergenti, contribuiscono a svilire l'immagine del gioiello.
Sul loro assorbimento da parte del mercato ci sono conferme persino a Valenza, dove alcuni produttori sono rientrati dalla Fiera di Las Vegas e da quella di New York con ordini che prevedono l'impiego di brillantato anche di 200 dollari al carato, contro quello da 600/700 dollari solitamente consumato.
Per controbattere l'evidente pericolo che incombe sulla gioielleria è urgente e indispensabile muoversi rapidamente. Da un lato, la De Beers può ricorrere al razionamento dei diamanti di questa caratura o, in alternativa, ritoccarne il prezzo automaticamente riqualificando la merce migliore. Frattanto, noi commercianti dovremo intervenire parallelamente per imporre l'introduzione obbligatoria di modalità commerciali che tengano conto delle quattro C *(color, carat, clarity, cut)* e rendere inequivocabilmente manifeste le differenze qualitative.
La concorrenza, altrimenti, potrebbe presto soffocarci.

La memoria per innovare

Insediati gli Stati Generali del Piemonte

Sotto l'alto patrocinio del Presidente della Repubblica, alla presenza del Presidente della Camera dei Deputati Luciano Violante e del Vice-presidente del Consiglio dei Ministri Walter Veltroni, si sono insediati gli Stati Generali del Piemonte.
Il Presidente AOV Lorenzo Terzano chiamato a far parte del Consiglio nel settore "Impresa, Lavoro e Sviluppo".

Da "Notizie" della Regione Piemonte

Il Piemonte intende affrontare con determinazione le complesse problematiche relative al proprio disegno territoriale, all'autosufficienza economico-finanziaria, alle nuove competenze politico-amministrative chiamando a raccolta tutte le proprie risorse.
Per questo il Consiglio regionale ha approvato una legge, la n. 13 del 1996 che istituisce gli Stati Generali del Piemonte "con lo scopo - afferma il Presidente dell'Assise subalpina Rolando Picchioni, che ha fortemente sostenuto l'iniziativa - di interrogare il passato, analizzare il presente e progettare il futuro con un salto culturale, un atto clamoroso, uno scarto di mentalità che la faccia finita con i vizi provinciali e caratteriali di questa regione, per certi versi ancora troppo lontana dal suo confine con l'Europa".
Gli Stati Generali, come prevede la legge istitutiva, si strutturano in un Consiglio degli Stati Generali del Piemonte che si è insediato il 29 giugno, all'Auditorium "G. Agnelli" del Lingotto di Torino, composto dai soggetti collettivi regionali (istituzioni, università, partiti, sindacati, associazioni, fondazioni culturali e professionali) ed in un Comitato Culturale coordinato da Giuseppe De Rita, presidente CNEL.
Affianca De Rita un gruppo di lavoro composto dal filosofo Gianni Vattimo che si occuperà dell'area identità del Piemonte, dall'economista Sergio Ricossa per i settori impresa, lavoro e sviluppo, dal giurista Giorgio Lombardi per l'area istituzioni e dallo scienziato Tullio Regge per il settore ambiente.
"Nell'arco di un triennio è prevista una serie di appuntamenti di portata storica - ha spiegato Picchioni - per coinvolgere, nei luoghi emblematici del territorio piemontese, intellettuali, imprenditori, politici, artisti, creatori di immagine e fautori di idee, in una grande terapia di gruppo, in un'analisi plenaria del nostro senso di appartenenza e della nostra condizione spirituale con l'obiettivo di produrre identità e storia, in una parola orientare la società ed il governo piemontesi in un'epoca di transizione che per gli economisti è il nuovo paradigma tecnologico, per i sociologi è la formazione del villaggio globale, per i politologi è una crisi delle forme di pattuizione sociale, per i filosofi è una revisione antropologica della nostra vita, dei nostri costumi, delle nostre tradizioni".
Con questa iniziativa il Piemonte intende cioè partecipare in modo concreto al processo di rinnovamento del Paese ed alla costruzione di una Federazione Europea, nella consapevolezza che l'appartenenza della nostra Regione all'Europa non può prescindere da una strategia che risani la sua economia, adegui le sue infrastrutture al livello dei Paesi europei più avanzati, riordini il suo assetto istituzionale.

il sesto GIOIELLO

Dopo *Salvini, Princess, Mikawa, Asayo, Casa Damiani* presenta Isabella Rossellini, testimonial della sua campagna di comunicazione dei prossimi mesi.

Chi non ricorda il bellissimo spot che si concludeva sul *pay off* "Damiani, la cosa più bella che hai"? Lo scorso anno ha fatto parlare a lungo, poiché ognuno vi leggeva un messaggio diverso, lasciava spazio all'immaginazione, intrigava per quel suo sapore di mistero.

Fedele al suo appuntamento col mercato, a settembre **Casa Damiani** partirà con una nuova campagna di comunicazione verso il consumatore, con pagine che appariranno sulle più diffuse pubblicazioni nazionali, mentre successivamente un suadente richiamo si effonderà dai teleschermi.

Anche questa volta non mancherà di sorprendere perché alle sue cinque linee di gioielli Casa Damiani ne aggiungerà uno tutto nuovo: il volto di **Isabella Rossellini**, testimonial dell'intero programma.

Una scelta tra le più felici: una donna moderna, dalla poliedrica personalità, ad un tempo attrice, giornalista, madre, donna che in sé riassume la quintessenza della femminilità e le sue molteplici espressioni accomunata alle peculiarità di valori ed emozioni che tratteggiano ogni gioiello di Casa Damiani.

Così versatile, con la sua eccezionale capacità di proporsi di volta in volta fresca, sofisticata, misteriosa, con la sua naturale eleganza, Isabella Rossellini ha subito armoniosamente interpretato le diversità e le assonanze di Mikawa, Asayo, Salvini e Princess, riconoscendosi in quei contenuti di originalità raffinata che caratterizza queste linee.

Le riprese fotografiche, questo già si può anticiparlo, sono state eseguite da Fabrizio Ferri in esterni a Pantelleria, mentre lo spot, dalla trama avvincente e coinvolgente, è stato prodotto per la regia di Federico Burgia, un giovane talento che ha ulteriormente valorizzato la partecipazione di Isabella.

Già sulla nostra copertina abbiamo interpretato questo felice abbinamento, che solo un'Impresa come Casa Damiani poteva concretizzare. Un'azienda in continua crescita il cui successo è avallato da significativi numeri: 250 dipendenti, 120 miliardi di fatturato nel '95, (con un incremento del 25% rispetto all'anno precedente) 16 vittorie al Diamond International Award, un record mondiale.

Fortissima anche nei suoi servizi post-vendita, quest'anno ha ulteriormente aumentato la sua disponibilità verso i consumatori gratificandoli con una speciale polizza di assicurazione a copertura dei suoi gioielli: **in caso di furto entro 3 anni dall'acquisto il**

I tre Vice-Presidenti di Casa Damiani: Silvia, Giorgio e Guido Grassi.

Un'intensa espressione di Isabella Rossellini, utilizzata per la nostra copertina.

gioiello viene immediatamente sostituito. Casa Damiani, la più grande impresa italiana di gioielleria, con una fitta rete distributiva sia in Italia che all'estero, è una Società per Azioni di cui è interamente proprietaria la famiglia Grassi, che forma anche l'esecutivo, attualmente così composto: Presidente, Gabriella Colombo Grassi, mentre i tre figli sono Vicepresidenti. Silvia è responsabile dell'immagine e comunicazione e dell'acquisto di perle; Guido è responsabile del mercato per l'Italia e della Forza vendita; Giorgio si occupa dei mercati esteri e della produzione.

Silvia Grassi, responsabile della comunicazione, con Isabella Rossellini.

Gioielli profumati

A Padova, nello storico *Stabilimento Pedrocchi* una singolare esposizione raccoglie oggetti da toletta e portaprofumi di ogni genere. Col Comune di Padova e con Istituzioni Culturali ha collaborato Callegari, l'antiquario gemmologo.

Il piacere di vivere in ambienti profumati e di cospargersi il corpo con olio odoroso è documentato anche in remote civiltà; un privilegio ovviamente riservato a pochi e conferito dal rango sociale o dal potere economico.

Una conferma della preziosità di questi prodotti ci viene perfino dal Nuovo Testamento che indica in incenso e mirra due dei doni che i Re Magi portano al Messia, equiparando il loro valore al terzo, l'oro.

Attraversando rapidamente i secoli si osserva che dalla profumazione degli ambienti col tempo prende il sopravvento quella destinata al corpo, un'usanza che è in realtà un'esigenza poiché ad una scarsa igiene e pulizia personale fanno da coprente aromi forti nel tentativo, peraltro non sempre riuscito, di camuffare sgradevoli olezzi. Ci sono anche ricorrenti ondate di peste dalla quale bisogna difendersi e unguenti e profumi sono i soli palliativi ai quali affidare la propria incolumità.

Con forti essenze vengono anche impregnati i guanti di pelle come misura per alterare la puzza di conce eseguite in modo inadeguato; mentre nel '700 si profumano parrucche, biancheria, abiti e si arriva a profondere

A sinistra:
cristallo inciso, con tappo a scatto.
Francia inizi XIX secolo.
Collezione privata, Venezia.
Al centro e a destra:
cristallo di rocca tagliato a ventaglio (Francia, Olanda?) e cristallo a goccia (Francia) entrambi con ornamenti e tappo in oro giallo.
1850 circa.
Dalla collezione Maria Callegari, l'Antiquario Gemmologo.

Boccette portaprofumo in cristallo e oro.
Dall'alto:
- prodotto in Germania agli inizi del XX secolo il flaconcino Jugendstil;
- cristallo in gabbia d'oro;
- cristallo sfaccettato e decorazioni in oro, Francia 1850;
- dello stesso periodo e stessa provenienza la quarta boccetta.
Tutte da una collezione privata, Treviso.

effluvi persino sulle tovaglie e sui piatti.
Di pari passo con l'introduzione di una maggiore igiene personale, da pomate e unguenti di odore greve e fortemente coprente si passa a fragranze che via via si fanno sempre più lievi con le quali aspergersi non più per riparare le nari da indesiderati odori ma per puro piacere: nasce l'arte del profumo.
Ad accendere la diffusione della nuova moda concorre l'opera di abili artigianali, soprattutto vetrai e orafi, che si sbizzarriscono nella creazione di contenitori che in quanto a bellezza gareggiano con il fascino delle essenze che i profumieri creano in continuazione, cercando di interpretare il gusto delle consumatrici che ogni giorno si moltiplicano, se non addirittura educandole alla scelta di fragranze in armonia con l'occasione, il proprio carattere, il tipo di femminilità che si vuole esprimere e altre distinzioni che col tempo si fanno sempre più sottili.
Gli uomini più sofisticati amano spostarsi portando con sé piccole scatole contenenti sostanze odorose da annusare di quando in quando con ostentato distacco, mentre le dame apprezzano i piccoli flaconi, per "sali" o profumi, da mettere in borsetta o da indossare frivolamente come gioielli.
Di questi piccoli capolavori, come quelli esposti a Padova, ci sono esemplari raccolti in vari Musei, ma la maggior parte appartengono a collezioni private. L'ultimo, grande trionfo della sniff-bottle si è avuto negli anni '20 e '30, poi, il silenzio, anche se qualche gioielliere non ha mai trascurato questo femminilissimo oggetto.
Oggi è sempre più frequente imbattersi in bottiglie portaprofumo dal modernissimo e levigato design: rievocazioni di un non lontano passato per il piacere delle consumatrici del nostro tempo.

Macef d'autunno

Da **venerdì 6 a lunedì 9 settembre**, Fiera Milano ospita l'edizione Autunno '96 di **Macef**, mostra internazionale di articoli per la tavola, casalinghi e da regalo, argenteria, oreficeria e orologeria, una manifestazione considerata fra i più importanti appuntamenti fieristici in Europa per questi settori.
Per 4 giorni, i visitatori professionali, in prevalenza dettaglianti, grossisti, operatori import-export e buyers della grande distribuzione, potranno vedere in anteprima il meglio della produzione di circa 3.000 aziende, il 15% delle quali estere, particolarmente qualificate e innovative in queste importanti categorie di beni di largo consumo.
Contenitore unico di diverse specializzazioni correlate, il Macef offre un quadro d'insieme vasto e differenziato, tale da costituire un appuntamento irrinunciabile per gli operatori, che possono scoprire tutte le novità delle principali aziende, cogliere indicazioni sulle più avanzate lavorazioni e conoscere le tendenze future.
Il Macef fa parte del portafoglio di fiere specializzate nell'ambito *consumer goods*, servite da Fiera Milano International, joint venture controllata pariteticamente da Fiera Milano e dal gruppo Blenheim e ha cadenza semestrale: Macef Autunno in settembre e Macef Primavera in febbraio.

Oro italiano a Mosca

La gioielleria italiana sbarca in Russia, accompagnata da Fiera di Milano. **BYT Italia '96** - la mostra dei beni di consumo italiani organizzata a Mosca dall'Ente Fieristico milanese e dalla Camera di Commercio di Milano **dal 12 al 16 novembre** - ospiterà infatti per la prima volta una quarantina di aziende orafe provenienti da Vicenza, Valenza, Arezzo, Milano e dalla Campania, che esporranno il meglio della loro produzione.
Una presenza così nutrita e qualificata di operatori del settore, che arricchisce la BYT di uno dei comparti di punta del made in Italy, ha impegnato gli organizzatori nella realizzazione di una complessa rete di sicurezza per il trasporto e l'esposizione dei preziosi, che nei giorni di mostra verranno esibiti in un'area "isolata" con opportuni accorgimenti dal resto dell'esposizione e sorvegliata da guardie giurate e dalla milizia moscovita ventiquattr'ore su ventiquattro.
Il mercato Russo sembra offrire eccezionali opportunità all'oreficeria italiana. La Russia è diventata negli ultimi anni uno dei primi importatori al mondo di preziosi, grazie alla scarsa concorrenzialità della produzione interna, alla domanda esigente espressa dall'emergente classe sociale dei nuovi ricchi e alla consuetudine di investire in "beni rifugio", per difendere i risparmi dall'inflazione.
Secondo dati doganali, che tuttavia sottostimano ampiamente la realtà, nel '94 la Russia ha così acquistato all'estero 58,7 milioni di dollari di gioielli in oro.
L'Italia figurava però solo al terzo posto tra i Paesi di provenienza, dietro Belgio e Germania ed a pari merito con l'Olanda.

Alessandro Biffi, Vice-Presidente Federorafi e Presidente di Emagold.

Notizie da Federorafi

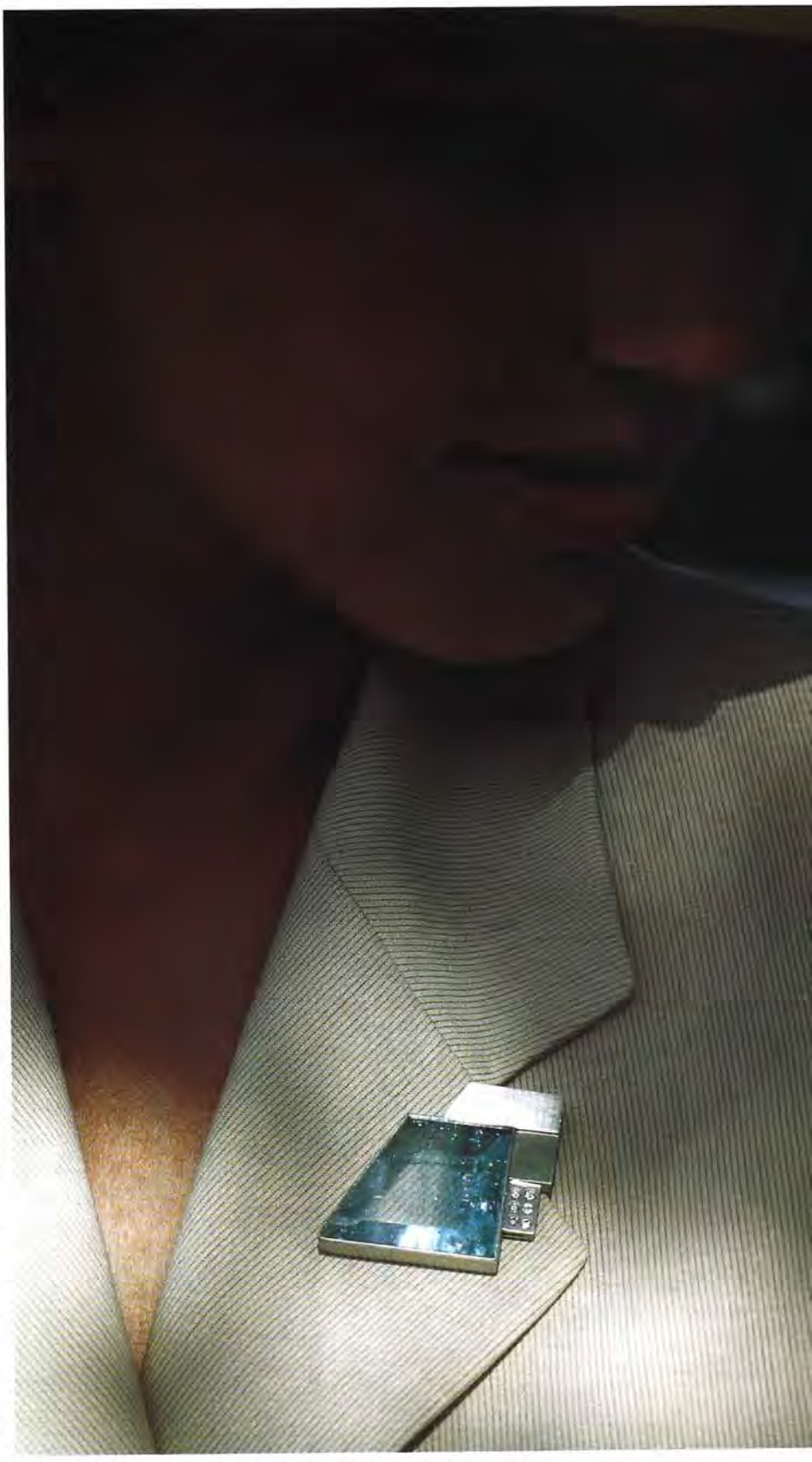
Agostino Roverato, imprenditore orafo vicentino è stato confermato Presidente della **Federazione Nazionale Orafi Gioiellieri Fabbricanti** (Federorafi) per il triennio 1996-1999. Vice-Presidenti - oltre ai confermati Alessandro Biffi e Luigi Stella - è stato nominato Vittorio Gori, da poco chiamato alla Presidenza della European Jewellers Associations' Group con sede a Bruxelles.

Tendence

Sotto il nuovo nome **Tendence** si terrà **dal 24 al 28 agosto 1996** la Fiera Internazionale di Francoforte. Le pluralità dei generi di consumo di grande valore sono riunite alla Tendence '96 nelle tre nuove tematiche: Domus & Lumina, Idee Regalo, Cultura della Tavola e della Cucina, con una partecipazione pari a circa 5.000 espositori, dei quali il 45% esteri.
La maggior parte degli espositori proviene dalla Germania, dall'Italia, dalla Francia e dalla Gran Bretagna. Il quartiere fieristico di Francoforte copre un'area complessiva di 285.000 metri quadrati.
Nel salone specializzato **Gioielli ed Orologi**, accolto nella sezione "Idee regalo", saranno presenti circa 470 aziende con monili di diamanti, gioielli in oro, argento e platino, pietre preziose e orologi, ornamenti di grande valore, gioielli ed accessori alla moda.

Pensione per gli orafi

Il **Banco Ambrosiano Veneto** ha raggiunto con la Confedorafi un accordo per la definizione di un Fondo Pensione aperto, dedicato agli operatori del settore orafo, che si aggiunge alle altre forme di risparmio gestito già disponibili. Si tratterà di un fondo collettivo privato, volto ad integrare le prestazioni di tipo pensionistico erogate dall'INPS.
L'Ambroveneto ha infatti le capacità per offrire consulenza ed assistenza nella nuova materia previdenziale e può:
- sviluppare al meglio la gestione finanziaria del Fondo Pensione, garantendo agli orafi associati il miglior rendimento possibile ai capitali versati;
- attivare la gestione assicurativa di pagamento delle rendite all'atto della quiescenza dell'associato e offrire la possibilità di sottoscrivere tutele assicurative integrative per l'invalidità permanente oppure a favore degli eredi;
- risolvere tutte le incombenze amministrativo/contabili riguardanti il Fondo Pensione, provvedendo anche a soddisfare tutti gli aspetti informativi e di trasparenza previsti dalla legge sia verso gli associati sia verso gli Enti terzi.



L'insolito taglio di una grande acquamarina per una spilla in platino e diamanti. Produzione tedesca.

Oreficeria Friulana

Dopo il successo del '95, l'Ente Fiera Udine Esposizioni propone per il quarto anno consecutivo il **Concorso d'Arte Orafa**, aperto non solo agli orafi del Friuli-Venezia Giulia, ma a tutti gli artisti del settore italiani, dell'Austria e della Slovenia. L'iniziativa si svolge nell'ambito della XIII Mostra d'Arte orafa che si terrà a Udine **dal 15 al 18 novembre** nei padiglioni del Quartiere Fieristico, e vuole essere un'occasione per sottolineare l'importanza della tradizione orafa locale, che ha origini antiche e per promuovere un confronto con gli altri filoni regionali ed esteri.

"Suggestioni di fine millennio" è il titolo del tema sul quale gli artisti saranno chiamati a cimentarsi; l'argomento è volutamente sfumato, per lasciare spazio alla fantasia e alla creatività.

L'oggetto da realizzare è un ciondolo di non più di 8 cm di diametro, mentre la tecnica è libera. L'unico vincolo è dato dalla necessità di eseguire pezzi unici completamente realizzati a mano.

La struttura del concorso è tale da garantire una selezione altamente qualificata e, al contempo, una notevole risonanza per il grande pubblico.

Le creazioni sono sottoposte ad un doppio giudizio, quello di una giuria composta da artisti, storici, giornalisti e tecnici del settore, che sceglierà il gioiello basandosi su criteri stilistici e tecnici, e quella dei visitatori della Mostra.

Lo Show del colore

Un originale disegno ottenuto con agata naturale e interpretazioni di taglio finalizzate all'esaltazione delle naturali inclusioni di ogni cristallo. Da sinistra: acquamarina, quarzo, ametrino, citrino, ametista, acquamarina. Lorenz Edelstein Design di Idar-Oberstein.

Dal 27 al 30 settembre aprirà i battenti **Intergem**, il più ricco panorama europeo di gemme di colore provenienti da ogni parte del mondo.

A **Idar-Oberstein** palcoscenico naturale di tanta bellezza, questa Mostra si offre ai tagliatori, ai commercianti di gemme e ai produttori di gioielleria come un autentico crocevia di novità. Nelle sue vetrine come di consueto trovano posto le pietre più rare, colori inimmaginabili, tagli fantasiosi.

Da secoli questa cittadina del Palatinato, poco distante da Francoforte, è conosciuta come attivissimo centro di taglio specializzato in gemme di colore e qui vengono anche ritagliati, e cioè portati alla perfezione assoluta, anche cristalli altrove tagliati con minore perizia. Ad Idar viene convogliata la materia prima dalle miniere di tutto il mondo e questo centro di taglio e smistamento è sempre più classificato come una sorta di filtro obbligato attraverso il quale praticamente passano in anteprima tutte le novità in tema di colore, rarità e dimensione.

Intergem costituisce un'occasione davvero unica per una visione globale di quanto questo variopinto settore è in grado di offrire, mentre per i più geniali creatori di gioielleria può costituire il momento conclusivo della ricerca dell'originalità soprattutto quando si tratta di realizzare arditi o spettacolari pezzi unici.

Congresso della Federgrossisti

A Taormina, a conclusione del 29° Congresso della Federazione, il Dottor Gaetano Cavalieri é stato riconfermato alla presidenza della Federgrossisti. Il voto finale che ha ridato la fiducia a Cavalieri per il prossimo triennio é venuto al termine di un intenso dibattito in cui sono stati messi a fuoco i principali problemi che assillano in questo momento il settore orafo sotto l'aspetto economico, normativo e commerciale. Nel corso del Congresso sono stati anche sottolineati i risultati conseguiti da Cavalieri e dal direttivo della Federgrossisti nello scorso triennio. Fra i dati più eloquenti l'incremento del numero dei Soci, tra i quali oggi si contano 137 tra le maggiori aziende del paese. Numerose e qualificate, inoltre, le iniziative poste in atto a livello associativo e ministeriale, compresi gli interventi per migliorare la normativa per quanto concerne il prestito d'uso e la bolla di accompagnamento. Da segnalare altresì gli accordi con Federargentieri e Federdettaglianti per creare collegamenti in campo distributivo a tutela del titolo e della qualità del prodotto. C'è stata poi la diffusione di un marchio della Federazione, contestualmente all'avvio di un programma per la gestione contabile informatizzata.Fra gli obbiettivi futuri la riqualificazione professionale della figura del grossista non solo come anello di congiunzione tra la produzione e il dettaglio ma anche come vero e proprio distributore nell'ottica di un servizio di alto livello e ormai slegata dagli standard del passato e rivolta verso una filosofia più ampia in chiave anche europea.

Ventinovesimo Congresso della Federgrossisti. Uno scorcio della sala con, in primo piano Solly Cohen di Fiera Milano International, Emanuele De Giovanni e il Dott. Di Dato rispettivamente Presidente e Consulente fiscale Confedorafi. Nelle foto a lato: il riconfermato Presidente Gaetano Cavalieri, Gianni Cacchione Presidente Federargentieri e Sergio Billé Presidente Confcommercio.

Istituto Gemmologico Italiano

L'Istituto Gemmologico Italiano comunica le nomine del Consiglio di Amministrazione eletto per il triennio 1996-1999:
Isidoro Zaro - *Presidente onorario*
Gianmaria Buccellati - *Presidente*
Bruno Ceccuzzi - *Vice-Presidente*
Piero De Stefano - *Vice-Presidente*
Raffaele Maino - *Segretario*
Vittorio Boni - *Economo*
Aldo Arata - *Consigliere*
Alessandro Biffi - *Consigliere*
Andrea Broggian - *Consigliere*
Nicola Curto - *Consigliere*
Carlo Nuzzo Goretti - *Consigliere*
Nicola Mossa - *Consigliere*
Al nuovo Consiglio i nostri auguri per una proficua attività.

dicono di noi

I gioielli di Valenza raggiungono i mercati di tutto il mondo affascinando i compratori con la loro squisita perfezione ed artistico impegno: se da un lato la loro bellezza si concretizza in appaganti consensi commerciali, dall'altra si traduce in prestigio per questo piccolo, grande centro produttivo.

Ma come si suol dire "nessuno è profeta nella sua patria" per cui l'origine dei tanti gioielli valenzani che occhieggiano dalle vetrine italiane è nota spesso solo ai dettaglianti; i consumatori, purtroppo quasi mai conoscono la provenienza di quanto stanno acquistando o, pur conoscendo l'esistenza di Valenza, ne ignorano la reale dimensione in termini produttivi e qualitativi.

La sua prorompente vitalità non sfugge però ai consumatori delle vicine Regioni, grazie anche agli operatori dell'informazione che non perdono occasione per mettere in luce questo settore, trainante per l'indotto, di grande peso nell'occupazione e che ovunque irradia un lustro che indirettamente ricade sull'intero Paese.

Cogliendo il "rumore" prodotto dall'ultima Mostra cittadina, ecco qualche commento apparso sulla carta stampata.

Anche una mostra d'arte alla tradizionale esposizione orafa

«Valenza gioielli» propone i disegni di Pablo Picasso

VALENZA. S'annuncia memorabile la 13ª edizione di primavera, a marzo, di «Valenza gioielli»: accanto al convegno sui «Gioielli in Italia», ecco una mostra di Picasso, in esclusiva per i visitatori. «Non è una scelta casuale - spiega il presidente dell' Associazione orafa, Lorenzo Terzano - vuole sottolineare il rapporto inscindibile fra Valenza e il mondo del collezionismo e dell'arte, a testimonianza delle necessità comuni di chi crea il bello».

E questo nuovo momento artistico, collaterale alla più famosa esposizione valenzana dell'anno, si pone come una pietra miliare sul cammino della rassegna. «Abbiamo pensato di documentare l'attività di disegnatore di Picasso - prosegue Terzano - che è tanto vasta da occupare una parte primaria nella sua produzione».

Si sono messe assieme 14 opere, tra le più rappresentative dell'ispirazione di Picasso, che coprono un arco temporale di oltre cinquant'anni, dal 1919 al '70. Significativa la varietà delle tecniche: acquarello, china, matita, matite colorate, inchiostri colorati, gouache.

Tra le altre, sono presenti «Nature morte sur un table» acquerello del 1919; «Déjeuner sur l'herbe» matita del '59; «Homme assis à la pipe», realizzato ad inchiostri colorati nel '69. [r. c.]

A Valenza 14 disegni di Pablo Picasso

Tendenza al bon-ton per u

Il brillant

Nelle vetrine il platino

VALENZA - Ritorno al classico con cura particolarmente elegante dei dettagli. Questa, in sintesi, la prima impressione dei prodotti preziosi in mostra a Valenza. Chi, come noi, si aggira trasognato tra le mesi - vetrine delle gallerie allestite all'interno del palazzo museo, coglie la sensazione di come, ancora una volta, la moda si uniforma in tutte le sue espressioni più significative.

Le creazioni in esposizione sono infatti ricche di classe, discrete nella loro fattura massiva e accurata, che appare ricca di un fascino discreto ma che, nello stesso tempo, evoca immagini di pura classe.

L'oro bianco e il platino sono in primo piano.

Le montature, le chiusure, i supporti e i sedimenti dei diversi cuscinetti da appoggio su cui poggiano le

Il prossimo appuntamento
con lavetrina privilegiata della creatività valenzana

5-9 ottobre 1996: "VALENZA GIOIELLI"

LA STAMPA

Valenza Gioielli, la rassegna si è conclusa ieri con positive indicazioni

Orafi: «business» con l'estero

Fiera ideale per i clienti stranieri, aumentati del 25 per cento. Sempre notevole l'interess per il gusto italiano. E il diamante resta la «pietra regina». Apprezzata la mostra di Pica

aggiunta l'incertezza d
do preelettorale - ossi
land Smit, addetto stan
Federpietre -, ma l'i
per il gusto italiano no
cato e si è notata un'ac
propensione verso il

VALLEZA
straordinario fa
ni all'edizione
Valenza Gioie
mai caratterizz
collaterali di gr
Oltre al conve
Italia.
Te
XIX
no
dell'
sette
ha i
oper
stri
La
dom
scelt
seni

Penali
Val
per

Shopping e musica alla rassegna orafa

Modelle in sfilata a Valenza Gioielli

VALENZA. L'arrivo della delegazione composta dai dettaglianti delle città turistiche e d'arte e il convegno «Gioielli in Italia. Temi e problemi del gioiello italiano dal XIX al XX secolo» hanno accentuato l'attenzione che da sempre Valenza riserva ai temi culturali connessi con l'oreficeria-gioielleria.

E «Valenza gioielli», al secondo giorno d'apertura, ha compiuto un altro passo avanti nella considerazione della clientela. I consensi li ha espressi il dottor Curto, segretario della ideali: «Ciononostante - ha assicurato - Valenza ha una fiera di grande vivacità che merita tutte le fortune. Assicuriamo la nostra collaborazione».

Sulle sfilate, svoltesi alle 10, alle 13 e alle 16, Curto ha osservato che «la proposta dei gioielli sotto questa forma è di grande interesse. Va sviluppata per dare maggior risalto alle aziende produttrici, che hanno dimostrato un grande sforzo creativo».

Le sfilate si ripeteranno oggi alle 10, alle 13 e alle 16 con nuovi gioielli e nuove ambien-

IL PIEMONTE

Speciale Valenza Gioielli

Conclusa ieri la XIII edizione primaverile di Valenza Gioielli

Mercato del gioiello in stal

Aumentano gli operatori stranieri ma in Italia si respira ancora aria di crisi

stile italiano in gioielle

ante confronto tra mondo dello studio e mondo dell'imprendit

di classe

torno alla grande

bianco abbinati a perle rosa

VALENZA - Straordinaria la partecipazione di pubblico alla tavola rotonda dal titolo "*Il gioiello italiano oggi. Esiste uno stile italiano in gioielleria?*" che si è svolto sabato nello Palazzo Mostre, caratterizzata- nto dialettico del convegno che entro Comunale di Cultura. li un appuntamento che ha per- ronto, ma anche uno scambio o studio e mondo imprendito- duzione, allo scopo di chiarire te contemporanei quali il rap- e gioielli, il design orafo, la anguardia. Di grande prestigio e hanno accettato l'invito degli d hanno dato vita al dibattito di Storia della Miniatura e te: Silvia Maria Grassi, sponsabile della comunic gine e designer di "Casa modoro, grande artista ita. le mostre personali a lui c ternazionale; Joseph Sass ciologia della Comunica versità di Milano, fondator cerca "Alphabet" speciali sulla comunicazione e sul La tavola rotonda è stata ieduta da Maria Cristina nalista di fama che dall'85 le Arti Minori "MCM La che promuove lo studio

Premiata anche la Damia

A Parigi que per gli orafi

VALENZA. I designer valenzani salgono ancora per 4 volte sul più alto gradino del podio nel Diamond international awards

A STAMPA

ALESSANDRIA E PROVINCIA

La presenza in rete ha portato in città le inviate di due giornali statunitensi

«Valenza gioielli» va in Internet

Della rassegna si occuperà pure il «Washington Post». Ieri l'inaugurazione. Già arrivate le iesi e croati. Le molte speranze degli orafi

collaterale di grande prestigio

collaterali iscono un

SO

opere

rento ver nice in que erile della t'anno co na serie di eresse. ionale "Gi

ALESSANDRIA E PROVINCIA

Tra i risultati della rassegna un gemellaggio con la Fiera di Lipsia

Il sipario su «Valenza gioielli»

Oggi si chiude la mostra: positivo il bilancio

VALENZA. Tra sfilate di mc e nuovi arrivi di clienti pres giosi, «Valenza gioielli» si av alla conclusione. Oggi, ultii giorno di apertura, è attesa l le 11 l'onorevole Maria Gra Siliquini, relatrice della le contro l'usura, un argomento grande attualità.

Ed è già ora di tentare i pri

Tanti appuntamenti per i visitatori di "Valenza

Mostra a misura d'uo

Iniziative culturali ma anche momenti di relax per g

lezza del cia. Ques zione ha portare di davanti a cucina lo hanno pa

Una novità assoluta per le aziende orafe di Valenza

Tanti gioielli in passere

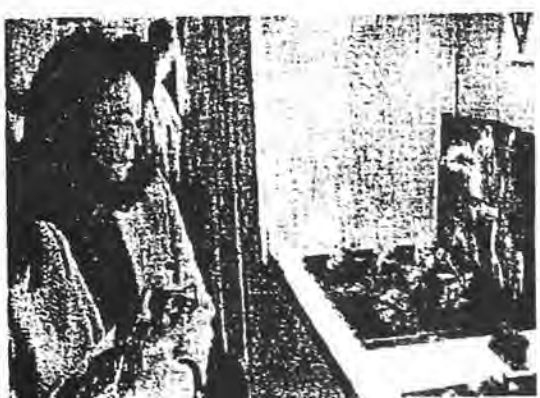
rano pettinate dal parrucchiere Maurizio F

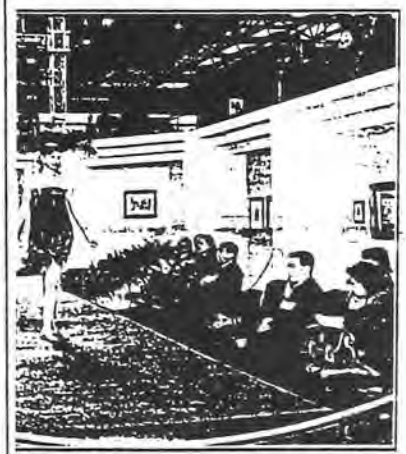
l'Italia, maggior produttrice mondiale

nza alla «guerra» dazi sui gioielli

Europa e doganali Uniti sui maggior ne sop- eguenze. 'Uruguay denti: da ili ai pro- dei prin- ri non si nalmente europea eciprocità fronti dei in via di

ituazione roduzione utto per ntualizza





oielli che si sono tenute nello Spazio Arte

oni degli orafi. Deci- azienda che in questi i hanno esposto alla a valenzana hanno parte a questa iniziati- che ha riscosso un successo. Le modelle proprio salone in Spalto Marengo, 47. "*Sono ad Alessandria da cinque anni, ho sempre lavorato per il Maurizio Contato Staff del quale sono diventato direttore artistico -*

il Festival di Sanremo, varie edizioni di Miss Italia, le sfilate di Laura Biagiotti, due edizioni di Buona Domenica. The look of the year. Moda mare Portofino. Donna sotto le stelle e la prestigiosa sfilata di Trinità dei Monti con tutti i maggiori stilisti italiani".

Niente male se si pensa che Massimo Ferraroni ha solo 24 anni. Il salone da lui aperto ad Alessandria risponde alla richiesta di una larga fascia di pubblico. L'ambiente è piacevole e semplice, l'atmosfera è estremamente rilassante, il tutto studiato per creare un contatto diretto fra acconciatore e cliente. Da Massimo Ferraroni, come hanno dimostrato anche queste sfilate valenzane, si va per il look di tendenza ma anche per l'acconciatura tradizionale, grazie alla diversificazione delle professionalità all'interno del salone nel quale lavorano cinque acconciatori. "*E' riservato a tutti* - aggiunge Ferraroni - *voglio che sia così il mio salone e la clientela deve*

l'oroscopo

di ***Oxum***

SETTEMBRE, OTTOBRE, NOVEMBRE.

VERGINE:
operosi, instancabili, sempre impegnati sul fronte del lavoro, il successo in carriera per loro è garantito.

BILANCIA:
li aiuta a sfondare la loro socievolezza innata e la capacità di organizzare il lavoro proprio e quello dei dipendenti.

SCORPIONE:
sono abili venditori anche perché sono simpatici, immediati, spontanei e sanno prendere gli altri nel verso giusto.

Ariete
21 marzo - 20 aprile

Giove vi consiglia di essere prudenti nelle spese ed accorti nelle proiezioni dei prossimi tre mesi. Se nell'immediato futuro riuscirete a ridurre le spese potrete poi, nei mesi successivi, quando gli aiuti planetari saranno più consistenti, fare affari d'oro. Ora dovete impegnarvi con tutte le vostre energie ed i risultati futuri saranno lusinghieri; per voi infatti sono in vista nuovi vantaggiosi contratti ed un più ampio giro di clientela. Se siete un poco superstiziosi e volete ricorrere ai rimedi che la magia brasiliana vi offre, munitevi di *Po' Chama Dinhero* e mettetene un pizzico ogni giorno tra le vostre carte di lavoro, se ne avvantaggeranno gli affari.

Toro
21 aprile - 20 maggio

Anche se Giove è dalla vostra parte tuttavia siate cauti nel gestire gli investimenti della vostra impresa perché potreste peccare di eccesso di ottimismo. Se invece saprete essere equilibrati ora, otterrete buoni risultati in seguito. La vostra proverbiale pazienza sarà messa a dura prova specialmente nel mese di ottobre per il transito dissonante di Marte che tende ad innervosire ma poi ogni tensione scomparirà. Se volete prolungare nel tempo i benefici influssi gioviani bruciate ogni tanto qualche *Defumador Budha Do Dinhero* e il denaro fluirà ancor più facilmente nelle vostre tasche.

Gemelli
21 maggio - 20 giugno

A ben vedere non esistono nel cielo astri avversi al vostro segno solare e voi potrete allora procedere sicuri di non trovare intoppi sulla vostra strada. Seguite il vostro istinto e, se vi sentirete in vena di fare nuovi investimenti, lanciatevi con entusiasmo. L'umore sarà buono anche perché intuite che le stelle vi sono amiche disposte come sono ad appoggiare ogni vostra iniziativa, anche la più coraggiosa. In tanto ben di Dio vi potrei suggerire come ulteriore portafortuna un *Patuà Oxumaré*, talismano favoloso che favorisce i buoni affari.

Cancro
21 giugno - 22 luglio

La situazione astrale suggerisce ancora prudenza nelle esposizioni finanziarie perché Giove, avverso, tende ad ingigantire le spese e a comprimere le entrate. Pare invece un ottimo periodo per fare investimenti immobiliari da attuare solo dopo avere valutato con la massima attenzione i pro e i contro. I Cancro di giugno dovranno prendere importanti decisioni non più procrastinabili nel tempo perché tutte le situazioni non più chiare richiederanno una soluzione. In un periodo buono e denso di novità è bene fornirsi di un *Patuà Oxum*, talismano che aiuta a dare un favorevole inizio a tutto ciò che si intraprende di nuovo.

Leone
23 luglio - 23 agosto

Le stelle autunnali guardano benevole al vostro segno e a voi ambiziosi Leone non resta che fare tutti gli sforzi possibili per ottenere il successo che meritate. Sarete molto dinamici, pronti ad esplorare vie nuove per i vostri affari. Ci si mette anche il buon Saturno a darvi una mano preziosa perché vi suggerisce favorevoli e pratiche soluzioni a vecchi problemi. Ce n'è abbastanza perché possiate annoverare questi prossimi mesi fra i più fattivi e proficui degli ultimi anni. Se desiderate una ulteriore protezione per i vostri affari bruciate di quando in quando un *Defumador Tira Quizanga* e non ve ne pentirete.

Vergine
24 agosto - 23 settembre

Quel vago senso di inadeguatezza che voi cercate di soffocare ma che talvolta vi affligge sparirà come per incanto per qualche tempo. Merito soprattutto di Giove che dalla sua posizione favorevole vi regala una nuova fiducia in voi stessi ed una visione più rosea della realtà. Siete sul punto di raggiungere le mete che da tempo vi eravate prefissi e l'umore è già buono ed ancora migliorerà più vi avvicinerete al traguardo. Il consiglio è quello di non eccedere nelle spese personali perché in questo periodo dovete investire solo nel vostro lavoro. Il *Pai do Santo* brasiliano vi consiglia l'uso dei bagni *Hei de Vencer* che rafforzano la volontà.

Bilancia
24 settembre - 23 ottobre

Prudenza è la parola chiave che improntera la vostra vita privata e lavorativa nei prossimi mesi: ora è il periodo opportuno per fare programmi a lunga gittata e per pensare al futuro anche a costo di qualche momentaneo sacrificio. Eviterete dunque le spese inutili ed investirete tutte le vostre risorse economiche e le energie psico-fisiche nel lavoro cercando di espandere i vostri commerci e di aumentare il vostro prestigio. Potreste sfidare la sorte e tentare una vincita al lotto o al gioco d'azzardo confidando in un colpo di fortuna. In questo caso fatevi aiutare dalla magia brasiliana che vi suggerisce l'uso dei *Defumadores Vence Tudo* che in ogni caso favoriscono le vincite di qualsiasi tipo.

Scorpione
24 ottobre - 23 novembre

Il successo a cui tenete molto è ormai alle porte ma voi ugualmente dovrete mettercela tutta ancora per i prossimi mesi. Vi sostiene la forza di volontà che è compagna insostituibile per chi, come voi, è ambizioso e vuole fare carriera. I Pianeti vi sono amici e vi danno volentieri il loro valido sostegno perché gli affari vi vadano meglio: Giove vi regala ottimismo e autostima, Urano vi stimola a cambiare anche a costo di cominciare tutto da capo, Saturno vi rende razionali ed elimina gli eventuali ostacoli. Avete dunque a disposizione tutti gli ingredienti per realizzare i vostri progetti. Chi volesse ancor più farsi aiutare dalla fortuna si lavi con la saponetta *Chama Fregues* per attirare i clienti.

Sagittario
24 novembre - 23 dicembre

Questo è indubbiamente uno dei periodi importanti della vostra vita perché siete al centro delle attenzioni dei pianeti che transitano in questo cielo d'autunno. Principalmente Saturno che invia i suoi benefici raggi dal segno dell'Ariete vi invoglia a prendere decisioni che riguardano il lavoro e propizia nuovi contratti, incontri, opportunità che contribuiscono ad aumentare il volume di lavoro. Avrete il coraggio di rinnovarvi e saprete con molta abilità apportare al vostro metodo di lavoro le opportune modifiche. Dovrete curare con particolare attenzione la clientela estera. Un suggerimento per i più superstiziosi: tenete sempre in tasca un *Patuà Sete Poderes*, una tra le più potenti protezioni.

Capricorno
24 dicembre - 20 gennaio

Per via di Giove rischiate di essere un po' superficiali nell'amministrazione delle vostre finanze e di eccedere nelle spese. L'ottimismo che impronta le vostre scelte rischia di confondervi e di farvi perdere la vostra normale accortezza. Siate dunque più cauti e riflettete a lungo prima di progettare nuove spese. Guardatevi anche dagli investimenti speculativi che per voi ora sono rischiosi. Il mago brasiliano vi può consigliare di accendere una *Candela Sete Dias* marrone ogni mercoledì esprimendo il desiderio che il lavoro vada sempre meglio.

Acquario
21 gennaio - 29 febbraio

Aspettatevi un buon periodo denso di avvenimenti per lo più positivi che movimenteranno la vostra vita e terranno lontano la noia. E, si sa, la fuga dalla routine è il miglior toccasana per la vostra salute fisica e mentale. Il vostro smalto, la sicurezza che saprete ostentare, la grinta che sprizza da tutti i pori contribuiranno a spalancare molte porte, ad aprire vie nuove per ampliare l'attività, promuovere i vostri prodotti ed aumentare gli introiti. Per attirare la fortuna negli affari spargerete ogni tanto sulle carte di lavoro un pizzico di *Po' Fortuna* e, se ciò non bastasse, mettetene un pizzico sulla soglia di uffici, laboratori, negozi ecc.

Pesci
20 febbraio - 20 marzo

I tempi duri sembrano finiti per voi che ora potete tirare il fiato e guardare con ottimismo al futuro sia per quanto riguarda il lavoro che gli affetti. Gli stimoli celesti sono buoni ma voi riposerete sugli allori quel tanto che la vostra personale pigrizia ve lo consentirà. Poi la vostra naturale irrequietezza vi spingerà a darvi da fare e allora darete via libera alla vostra fantasia per mandare in porto nuovi progetti. Potrete nei prossimi mesi contare sull'aiuto consistente di amici influenti che vi daranno una mano con fiducia e simpatia. Chi conosce la magia brasiliana vi potrebbe suggerire di lavarvi ogni giorno le mani con la *Saponetta Chama Dinhero* che propizia la fortuna negli affari.

Per i prodotti di magia rivolgersi a 02/69009180

Perché accontentarsi di una copia ogni tanto?

Con sole 25.000 lire potete ricevere "Valenza Gioielli" ogni tre mesi direttamente sul vostro tavolo.

Per abbonarsi, utilizzare il coupon qui a fianco.

Why settle for getting this magazine every so often?

With a subscription costing only 75,000 lire, you can have it on your table 4 times year.

To subscribe, just fill out the coupon on this page.

CEDOLA DA UTILIZZARE PER L'ABBONAMENTO A "VALENZA GIOIELLI"

SUBSCRIPTION FORM

Periodico trimestrale.
Organo Ufficiale dell'Associazione Orafa Valenzana

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. - Milano

Signature:

CEDOLA DA UTILIZZARE PER L'ABBONAMENTO A "VALENZA GIOIELLI"

Tagliare, inserire in busta chiusa con relativo assegno ed inviare a:

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

SUBSCRIPTION FORM

Put in an envelope and send to:

A.I.E.
AGENZIA ITALIANA ESPORTAZIONI S.p.A.
Settore Abbonamenti
Via Gadames, 89
20152 MILANO (Italy)

Periodico trimestrale.
Organo Ufficiale
dell'Associazione Orafa Valenzana

RCM

Via Camurati, 45 - 15048 Valenza
Tel. 0131/945392 - 952815 - Fax 0131/955998
Tlx 214317 RCMVAL I

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

STUDIO FRANZA FASCIOLO • FOTO GIANNI PEZZANI

Leo Pizzo

LEO PIZZO S.R.L. - CIRCONV. OVEST - CO.IN.OR. 14/BA - 15048 VALENZA - ITALY
TEL. 0131-955102 • FAX 0131-946688