

LA PRIMA MOSTRA DEL GIOIELLO - UNA SVOLTA NEL SETTORE ORAFO VALENZANO

di Franco Cantamessa

Gli anni '70, un decennio difficile

La nascita della Mostra del Gioiello Valenzano è caratterizzata dalla esistenza di due diverse situazioni economiche: da una parte fu il frutto di un annoso dibattito all'interno del settore orafa valenzano, dall'altra fu la spinta decisiva di una proficua collaborazione fra la Regione Piemonte, il Comune di Valenza e l'Associazione Orafa Valenzana.

La Prima Mostra del Gioiello Valenzano vide la luce nell'anno 1978. Un periodo che a livello nazionale giunge nel pieno degli anni di piombo, anni di disordini, di lotte armate e omicidi politici. In quell'anno fu fatto trovare dalle brigate rosse a Roma in via Caetani il corpo esanime di Aldo Moro, assassinato dopo averlo rapito, "processato" e condannato in un processo farsa.

Molto era lo sgomento ed anche la difficoltà di operare anche per i commercianti e gli artigiani orafi, in una situazione economica che dava a tutti la sensazione della precarietà, del pericolo, della impossibilità di prevedere o programmare il proprio futuro anche più prossimo. La situazione politica nazionale aveva mantenuto comunque la stabilità e i partiti di maggioranza, con la DC, e di minoranza con il PCI, avevano tenuto: il PCI che aveva aumentato i propri consensi elettorali si preparava a un possibile governo in coalizione con il partito di maggioranza, progetto stroncato dal rapimento Moro. Si affacciavano gli anni '80 del popolare Presidente Pertini e di Craxi (segretario PSI), con la DC di Forlani e De Mita. Anni di "edonismo Reaganiano", con la svalutazione della lira a due cifre "scappata di mano", ma di sostanziale stabilità. In questo contesto, a fronte di una crisi del nostro settore dovuta agli sconvolgimenti esterni e all'aumento vertiginoso del prezzo dell'oro, e ad una crisi strisciante di sovrapproduzione per la contrazione della domanda dei mercati interno ed esteri, anche gli enti pubblici rappresentativi prendevano atto della difficoltà degli operatori commerciali di raggiungere i propri clienti attraverso i canali tradizionali per la presen-

za di furti e rapine ad opera non solo di delinquenti comuni, ma anche di brigatisti che rapinavano e a volte uccidevano per finanziare i loro surreali progetti di destabilizzazione. Infine si aggiunga il conseguente recesso o contrazione del rischio portavalori delle compagnie assicuratrici specializzate del settore, anche se non deliberatamente dichiarato. Gli enti pubblici locali non potevano certamente stare a guardare e subire la crisi di un settore produttivo artigianale d'avanguardia di livello non solo piemontese, ma anche nazionale ed internazionale quale era il nostro.

Il ruolo della Associazione Orafa e delle Unioni Artigiani.

Già dieci anni prima della inaugurazione della prima mostra del gioiello Valenzano (1978) il mercato del gioiello aveva subito una crisi della domanda, (che chiameremmo ciclica) sia sul mercato interno che quello estero. Si discusse nella Associazione Orafa sulle misure da intrapren-

Associazione Orafa Valenzana



Anello "Dandelion".

dere e si ritenne di poter accrescere la domanda seguendo maggiormente la moda e partecipando alle varie manifestazioni; contemporaneamente si proponeva di creare un patentino che avrebbe qualificato gli operatori ufficializzandoli per distinguerli da altri, "non ufficiali" sotto molti aspetti, non ultimi quelli fiscali, nell'ottica di uniformarli nei comportamenti commerciali, evitando eccessi di concorrenzialità "sleale". Venne creata una commissione che si occupasse di dare vita ad un "Centro di difesa e di

sviluppo del prodotto orafa valenzano" (CEDIS, presidente Elio Provera). Intanto gli artigiani valenzani più creativi partecipavano al concorso "Diamanti oggi" istituito dal Centro di promozione del diamante, ed al "Diamonds International Award" concorso internazionale vinto da Gianfranco Cagnina con la stupenda collana denominata "Onda Marina" in oro, brillanti e smalti e Antonio Giè con l'anello "Dandelion" (il soffione dei prati) composto da una mirabile sfera di diamanti tagliati a baguette. Altro anello premiato di Giè era ispirato ai difficili rapporti in sud africa ai tempi di Nelson Mandela e alla situazione di apartheid

della popolazione nera e di quella bianca. L'anello "Together" (Insieme) era composto da un corallo bianco ed un corallo nero legati con l'abbraccio dei brillanti montati su oro bianco, due coralli naturali uno vicinissimo all'altro a comporre la testata. Fu un messaggio politico molto apprezzato nel mondo della gioielleria e anche dalla De Beers, che lo premiò. Furono questi grandi successi promozionali italiani ed esteri non solo per le aziende vincitrici, e naturalmente per i due orafi-artisti provenienti, è bene ricordarlo, dal famoso I.P.O, Istituto Professionale di Oreficeria, ma anche naturalmente per l'intera città.¹

Nel mese di settembre 1968, dieci anni prima della Prima Mostra del Gioiello, Valenza partecipò alle sfilate di moda del SAMIA di Torino e il 23 novembre venne allestita nel ridotto del Teatro Regio di Parma una rassegna istituzionale dei gioielli valenzani. E' anche importante ricordare la partecipazione a una esposizione a Savona, in accordo con il locale gruppo negozi di gioielleria, guidato dal valenzano (d'adozione) Ferrarassa e quella alla Fiera di Milano con uno stand collettivo nel salone internazionale. Sono i presupposti di altre iniziative che alla fine sfoceranno tutte nella Prima Mostra del Gioiello Valenzano.

Associazione Orafa Valenzana



Anello "Together".

Il settore orafa Valenzano cominciava a guardarsi attorno alla ricerca di una domanda sempre più ampia e consolidata del proprio prodotto e non circoscritta ai soli mercati esteri. La sola Export Orafi non pareva più sufficiente a sostenere la sola domanda estera: necessitava di un ampliamento e occorreva regolamentare, sostenere e rafforzare anche la domanda del mercato interno. Il CEDIS, all'interno della AOV, sarà un momento di grande riflessione e di dibattiti sulle azioni da intraprendere.

Intanto aleggiano nuovi importanti temi: in quell'anno 1968 si comincia

(1) Cfr: "XXX di vita associativa" 1945-1975: Ricostruzione storica a cura di Franco Cantamessa pp. 99 -104 - Il biennio '67-68. Ass. Orafa Valenzana, diffusioni grafiche SPA, Villanova Monferrato, luglio 1976.

a parlare a livello mondiale di una nuova regolamentazione internazionale del mercato dell'oro, che sfocerà nella fine degli accordi di Bretton Woods, e poi nella riforma della legge sui titoli dei metalli preziosi, e nella riforma fiscale con il passaggio dal regime IGE e quello dell'IVA. Si avvicinava un momento cruciale che non è iperbolico definire "rivoluzionario" per il nostro settore. Valenza in quell'anno contava 1330 aziende fra piccole e grandi, con 11500 addetti, comprese quelle nei paesi limitrofi (si chiamerà il distretto orafa di Valenza) ove si erano nel

Paola Illario



Il Cavaliere del Lavoro Luigi Illario.

frattempo dislocate molte oreficerie. La scuola orafa, Istituto Professionale di Oreficeria (I.P.O) era passata dai 12 allievi degli inizi nel 1957 ai 200 di quell'anno; la Mostra Permanente fu ampliata mentre anche il giro d'affari con l'estero aumentava moltissimo. Il settore orafa italiano si preparava ad affrontare un importante convegno nazionale, quello sulla nuova legge sui titoli dell'oro e relativo regolamento, mentre il Mercato Comune Europeo faceva sentire la sua voce in merito con innovative proposte. Valenza doveva esprimere e difendere le sue posizioni, per la salvaguardia del settore italiano e valenzano. La nostra città ormai era divenuta importantissima all'interno del settore orafa nazionale e tramite il Cavaliere del Lavoro Luigi Illario

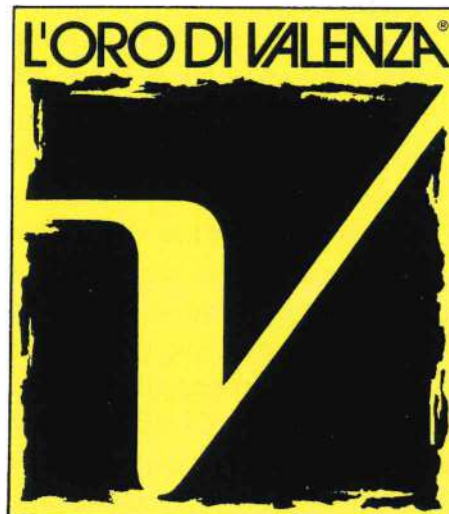
(presidente AOV) e la Confedoraf, nella quale rappresentava il settore nazionale della gioielleria, ottenne che il convegno si tenesse proprio a Valenza, al cinema teatro Nuova Italia, di recente costruzione domenica 10 novembre 1968, a pochi passi dalla sede della AOV. Parteciparono le rappresentanze orafe italiane ed anche molti parlamentari locali e nazionali. Valenza, al massimo del suo sviluppo e della sua notorietà, raggiungeva l'apice del suo prestigio all'interno del settore nazionale².

(2) *Ibidem. La legge sui titoli ed il Convegno Nazionale degli orafi pp. 103-104.*

Il Marchio di Qualità e la promozione del prodotto

Abbiamo fatto cenno alla realizzazione del CEDIS: esso ha costituito il presupposto di tutti i successivi eventi per la promozione del prodotto. In primo luogo aveva individuato i nodi che occorreva sciogliere all'interno del nostro settore prima di affrontare i successivi obiettivi: puntare su un prodotto altamente qualificato, e nel medesimo tempo tutelarne la proprietà artistica. Il tema dei plagii, cioè delle copie dei modelli era diventato per gli orafi valenzani più creativi una specie di ossessione, da quando si inaugurò la Mostra Permanente. Non solo fu resa accessibile solo ai compratori esteri ma un regolamento ferreo impediva agli orafi valenzani l'accesso. C'erano delle interpreti che avevano anche l'incarico di far rispettare questo regolamento a tutti gli orafi locali. Si ricorda che quando il 16 luglio 1959 il Presidente della Repubblica Giovanni Gronchi inaugurò la Mostra Permanente, il Presidente della AOV Cav. del Lav. Luigi Illario, titolare della più importante azienda valenzana, si dovette fermare, scusandosi, sulla soglia, fra lo stupore del seguito di numerosi parlamentari e dei giornalisti: il regolamento andava rispettato! Molti ne parlarono come di una curiosità folkloristica, ed invece si trattava di

Associazione Orafi Valenzana



Il Marchio "L'Oro di Valenza".

un vero problema - quello dei plagii dei modelli - che costituì forse uno dei maggiori freni per tutte le successive realizzazioni che trovarono poi sbocco nella prima Mostra del Gioiello Valenzano. Altri punti erano: un migliore controllo dei prezzi praticati agli acquirenti e i costi del credito bancario.

Il presupposto era la creazione di un "marchio di qualità", un logo che avrebbe contraddistinto tutti gli operatori e la loro produzione, che dovevano impegnarsi a sottoscrivere una "carta dell'orafo", cioè un contratto collettivo sul *modus operandi* commerciale. Fu incaricato un esperto, il responsabile dello Studio Ciarli, di fare le ricerche di mercato e tutte le successive proposte. Non era facile far collaborare i fabbri-

canti con i commercianti-viaggiatori, e questo fu un altro freno pari se non superiore a quello dei plagi³. Era nato in quell'anno il gruppo viaggiatori orafi, cioè dei commercianti-raccoglitori e distributori in proprio della produzione rivolta principalmente al mercato interno. Intanto si avvicinava il momento tanto temuto soprattutto dalle piccole aziende del passaggio dall'IGE, che nel frattempo era salita alle stelle, all'IVA, che avverrà ufficialmente il primo gennaio 1973. Un momento, di radicale riforma del sistema fiscale che appariva alle piccole aziende di una grande complessità applicativa. Ma emergeva anche un'altra difficoltà: il problema delle rapine. Circolare per le strade italiane con dei campionari non di modelli su cui raccogliere gli ordini e dunque campionari ridotti, ma di prodotti in pronta consegna con la formula della "tentata vendita", era diventato un rischio, purtroppo anche della vita per tutti i portavalori da cui le stesse assicurazioni tendevano a recedere innalzando i premi. L'AOV, tramite Giampiero Ferraris, aveva preso contatti con alcuni rappresentanti delle compagnie assicurative estere (i Lloyds) che avrebbero potuto, anche riassicurando quelle nazionali, sbloccare le difficili trattative per le coperture assicurative dei portavalori.

Diventava dunque ancor più attuale il dibattito sulla esigenza di creare una mostra espositiva a Valenza diretta anche al mercato interno, superando gli scogli concorrenziali fabbricanti-viaggiatori fin qui accennati nel rispetto dei rispettivi ruoli.

Il progetto CEDIS stentava a partire, malgrado la sua indubbia necessità in quel particolare momento economico, per le solite incomprensioni, all'interno del settore valenzano. Giampiero Ferraris, attivissimo vicepresidente della AOV, facente funzioni in quel momento dello storico presidente in carica cavaliere del lavoro Luigi Illario in procinto di lasciare l'incarico per motivi di salute e di età, era stato contattato a nome della AOV dalla Intergold Co, società finanziata dai produttori di oro, per una campagna promozionale sul mercato interno che si ispirava ai progetti non ancora realizzati dal CEDIS.

Si creò così, con la compartecipazione di Intergold Co e della AOV il marchio depositato "L'Oro di Valenza", che caratterizzava i gioielli

(3) *Ibidem. Il biennio '69-70. pag. 106. Nato nel 1969, il Gruppo viaggiatori orafi si proponeva lo scopo di moralizzare e rilanciare la produzione creando una "carta dei viaggiatori" che sanciva alcune regole comuni che avrebbero dovuto esser praticate da tutti gli aderenti, e di porsi come interlocutore con il CEDIS.*

degli aderenti con i cartellini che lo riproducevano da applicare ai manufatti, ed i cartelli espositori da vetrina per i negozi di tutta Italia⁴. Si acquistarono pagine a colori nelle principali riviste di moda e di prestigio nazionali. Si creò lo slogan *“in un regalo d'oro c'è sempre amore, ma ora c'è anche un pizzico di intelligenza”* e la body copy della Intergold era *“L'oro che arriva a Valenza è uguale a tutto l'oro che arriva in tante altre città, ma i gioielli che ne escono sono diversi dagli altri. Diversi perché hanno l'impronta di una tradizione artigianale e creativa che si perde nel tempo. Valenza preferisce lasciare la lavorazione alla mano dell'uomo*

Associazione Orafa Valenzana

*ed i suoi gioielli si riconoscono perché hanno dentro la personalità dell'artista che li ha creati”*⁵.

L'obiettivo della Intergold era promuovere l'oro come materia prima per i gioielli e quello dell'AOV promuovere Valenza come centro produttivo di grande tradizione e specializzazione e inoltre di rendere distinguibile per il consumatore finale, per quanto fosse possibile, la sua produzione da quella degli altri centri produttivi. Era un momento magico di risalita dalla crisi cui si aggiunse il concorso che premiò con una penna d'oro il migliore articolo scritto su Valenza orafa pubblicato a livello nazionale dai



Foto di gruppo con i giornalisti al seguito del Giro d'Italia nella tappa Sanremo-Valenza.

(4) Il marchio “oro di Valenza” si ispirava alla superficie increspata di un lingotto d'oro ove su campo rettangolare appariva la “V” di Valenza con un richiamo alla linea di un grafico ascendente e più sopra “L'Oro di Valenza”. Il richiamo diretto all'oro era voluto da Intergold che finanziava la campagna promozionale. Lo stesso marchio appariva sui cartellini da legare ai gioielli e sui cartelli da vetrina per i negozi di oreficeria. Ciascun aderente richiedendo il materiale promozionale da distribuire ai propri clienti partecipava anche al finanziamento della campagna promozionale.

(5) XXX Anni di vita associativa. La campagna promozionale “L'Oro di Valenza” pp.112-113

giornalisti giunti al seguito del Giro d'Italia, (la tappa Sanremo-Valenza) un evento che coinvolgeva moltissimo pubblico. E soprattutto, pochi mesi dopo, la pubblicazione del prestigioso volume edito dalla Cassa di Risparmio di Alessandria "Arte Orafa Valenzana" nel quale era rappresentata la migliore produzione di gioielli, in quadricromia ed in grandi dimensioni, con saggi introduttivi di Libero Lenti, docente Universitario della Bocconi, che trattò la storia economica di Valenza orafa, e di Gino Pugnetti, esperto giornalista che descrisse l'ambiente e le tecniche di lavorazione del laboratorio artigianale valenzano. E' stato un potentissimo biglietto da visita anche per tutte le autorità italiane ed operatori esteri per una presa d'atto, se ancora ce ne fosse stato bisogno, della importanza di Valenza all'interno della economia nazionale e non solo quella⁶.

Ci si può domandare come mai i produttori sudafricani di oro avevano messo a disposizione, tramite una loro apposita società, i fondi per finanziare una campagna pubblicitaria sull'oro lavorato. Una risposta forse c'è. A fronte di un giro di transazioni di oro enormi fra istituzioni bancarie internazionali con il prezioso metallo ancorato al cambio fisso del dollaro, e con l'oro tesaurizzato in garanzia nei forzieri delle banche centrali, soffiava il vento della fine della parità aurea del dollaro, e degli accordi presi nel 1944 a Bretton Woods. Qualcuno molto in alto pensò che il mercato dell'oro si dovesse ricordare che migliaia di artigiani lo trasformano quotidianamente con le loro mani come materia prima creando un meraviglioso mercato "parallelo", non speculativo, e sostenendo una domanda costante, che non poteva non favorire le industrie degli estrattori del prezioso minerale. Si affacciava una grande rivoluzione economica mondiale, all'interno della quale, al contrario dei Re Mida della speculazione mondiale che trasformavano l'oro in tesaurizzazioni sotto forma di anonimi lingotti, anche la piccola Valenza, un puntino nel mappamondo, che sapeva magistralmente trasformare l'oro in gioielli, assumeva un suo preciso ruolo.

La fine degli accordi di Bretton Woods: l'oro alle stelle.

Il cambio fisso dell'oro/dollaro fissato con gli accordi di Bretton Woods fra le grandi potenze che nel 1944 si avviavano a vincere il conflitto

(6) *Ibidem* pag. 115. *Giornale - Il Piccolo*, 28 dicembre 1974. F. Cantamessa "Arte Orafa Valenzana" libro edito dalla Cassa di Risparmio di Alessandria.

mondiale, cioè 35 dollari l'oncia pari a 31,10 grammi d'oro puro, saltò il 15 agosto 1971, e l'oro fu quotato nel mercato libero. Nel '72 l'oro già in salita era quotato 44 dollari l'oncia, e due anni dopo, dicembre 1973, 140 e poi nel gennaio 1974, 180 dollari. Ridiscese nell'estate a 140, risalì nel 1975 fino a 200 dollari. Tre anni dopo, nel '78, anno della Prima Mostra del Gioiello Valenzano raggiungeva 180 dollari l'oncia. Pareva di essere sulle montagne russe! L'oro passò grossomodo da 1000 a 10.000 lire al grammo in 10 anni! (1972- 1981).

Facile immaginare che di questa rivoluzione del prezzo della materia prima qualche conseguenza Valenza avrebbe dovuto subire. Occorrevano in quel 1978, data di riferimento della Prima Mostra del Gioiello Valenzano, capitali ben maggiori

per acquistare l'oro, inoltre veniva a incidere anche la percentuale di IVA anticipata sull'acquisto; si salvava chi commerciava il prodotto cambio-oro, ma con le sue oscillazioni era comunque difficilissimo instaurare qualunque trattativa in conseguenza della aleatorietà dei prezzi del prodotto finale e della velocità con cui essi oscillavano al rialzo. Intanto le banche stringevano la cinghia delle erogazioni del credito a fronte di un mercato così colmo di difficoltà e rischi, e fu creato il Con-

sorzio di Credito Agevolato (1974/75) convenzionato con la Cassa di Risparmio di Alessandria, per un aiuto finanziario alle piccole e piccolissime aziende. Il mercato interno, la cui domanda era retta dalla tradizionale commercializzazione del gioiello a prezzo comprensivo di oro, manifattura e pietre insieme, e dalla concessione di pagamenti dilazionati e dagli accordi di merci in conto "tentata vendita", subì più di tutti le conseguenze.

All'inizio del 1975 si registrava, unica notizia positiva, che l'organo associativo della AOV cambiava veste e diventava una bella rivista con foto in quadricromia e gioielli indossati da indossatrici specializzate del settore; diventerà poi bimestrale con tiratura di 3.000 copie, puntando di più quindi sulla promozione del prodotto sui mercati italiani ed

Associazione Orafa Valenzana



esteri. “L’Orafo Valenzano”, che più tardi cambierà nome e si chiamerà “Valenza Gioielli”, come fu in seguito chiamata la Mostra del Gioiello Valenzano, sarà il potente strumento promozionale per tutte le future manifestazioni fieristiche⁷.

Il trentennale della AOV 1945-1975. Uno spartiacque.

Il nuovo consiglio dell’anno del trentennale della fondazione della Associazione Orafa Valenzana si apre con un importante avvenimento. Lo storico Presidente cavaliere del lavoro ragioniere Luigi Illario non ripresenta la sua candidatura per ragioni di età e di salute, Sarà solennemente eletto Presidente Onorario durante i festeggiamenti del trentennale della fondazione. Presidente del consiglio è eletto l’attivissimo Giampiero Ferraris, già Vicepresidente, contitolare di una nota azienda orafa e molto vocato alle pubbliche relazioni dirette alla salvaguardia ed al potenziamento del ruolo di prestigio della AOV e del settore orafa valenzano, come già distintosi nel precedente biennio. Vicepresidente e addetto stampa è riconfermato Franco Cantamessa. Luigi Illario, il più importante gioielliere di Valenza cui si devono le maggiori realizzazioni e con lui molti vecchi orafi, soci fondatori e ex consiglieri furono premiati in occasione del Trentennale della fondazione con un solenne riconoscimento ed una pergamena con una medaglia d’oro.

Fu redatto per l’occasione il libro “XXX anni di vita Associativa”, per la ricostruzione storica degli avvenimenti di quei trent’anni. Oltre alla parte propriamente storica a cura di Franco Cantamessa vi è anche una seconda parte più propriamente economica che fa un quadro quanto mai completo di dati e statistiche della situazione contemporanea alla fine del trentennio ad opera del Presidente Giampiero Ferraris.⁸

(7) *Ibidem. pag.116. Nel 1974 l’Orafo Valenzano cambia veste, e diventa più simile ad una rivista di moda del gioiello, stampata in quadricromia su carta patinata. La copertina era all’inizio blu con il nome stilizzato della rivista in giallo oro, ma successivamente si differenzierà con belle fotografie di gioielli e diverrà da mensile a bimestrale. A latere di questa verrà inviato mensilmente un “Notiziario” a tutti i soci stampato in economia e in bianco e nero nella sede AOV con tutte le notizie tecnologiche e legislative e fiscali che interessavano il settore.*

(8) *Chi scrive queste memorie ricorda ancora quella cartella di pelle che portava sempre con sé gonfia di documenti, statistiche, decreti legislativi e appunti. Aveva una grande passione e dedizione per il suo ruolo rappresentativo del settore valenzano e lo ricordiamo ancora oggi in cui scriviamo con stima ed affetto, dopo che purtroppo per una malattia ci ha lasciati prima del tempo.*

In quell'anno, 1975, fu ripresa la campagna promozionale "L'Oro di Valenza", anche se il progetto, se pure realizzato con successo nel biennio precedente, faceva sentire gli striccioli del costantemente difficile reperimento fondi⁹.

Forse molti ritenevano che con la ripresa della domanda di gioielleria non sarebbe stato più necessario investire nella promozione, oppure si

Associazione Orafa Valenzana



Consiglieri e soci AOV, luglio 1975, anno del trentennale.

poteva immaginare che la crisi avesse reso "il fiato corto" alle piccole aziende in fatto di investimenti sulla promozione. Fatto sta che se le piccole non erano entusiaste dei risultati non immediatamente tangibili, le grandi a loro volta ritenevano più confacenti ai loro interessi le pubblicità individuali. In quell'anno si registrava un segnale im-

(9) *Ibidem. Il parte. Giampiero Ferraris: Valenza orafa, oggi. Estratto dalla Relazione ai soci della assemblea del 28 febbraio 1976. pag.161. Bilancio delle campagne istituzionali '74-'75. Annunci su testate con pagine a colori: OGGI, 4; EPOCA, 5; DOMENICA DEL CORRIERE, 4; L'ESPRESSO, 4; PANORAMA, 5, ESPANSIONE, 2. Tot. 24 annunci per una diffusione media di 2.389.000 copie per numero, a partire dalla prima settimana di novembre, fino a dicembre 1974 Costi 1974: 70.510.977 + 13.027.706 + IVA 8.461.317. Tot. 92.000.000 di lire interamente coperti da Intergold e dai fondi disposti dagli aderenti alla iniziativa. Totale annunci istituzionali con il marchio "L'Oro di Valenza" 1974 e 1975: 75.546.000.*

portante: l'AOV partecipò ad una manifestazione nazionale contro il dilagare delle rapine, richiedendo maggiori controlli anche nell'ambito delle possibilità di riciclaggio legale dei gioielli rapinati. Si richiedeva una modifica legislativa, con un inasprimento delle regole che facevano capo ai Monti Pegno. Proseguiva con il Presidente Ferraris la trattativa con le compagnie di assicurazione nazionali che avevano aumentato i premi mentre tendevano, come già accennato, a recedere dai troppi rischi e con i Lloyds di Londra si convenne sulla proposta di un contratto base che non eccedesse nel valore di rischio dei portavalori e prevedesse inoltre, come *conditio sine qua non*, tutte le protezioni messe a disposizione dalla moderna tecnologia contro i furti e rapine nelle aziende. Conseguentemente si stava prendendo atto a poco a poco della opportunità di una fiera a Valenza, mentre già molti produttori rivolgevano la propria attività di rappresentanza e di vendita verso la partecipazione con i loro stand individuali alla Fiera di Vicenza, uno sbocco resosi sempre più importante, necessario ed in espansione. Si diceva tuttavia che a Valenza mancavano gli alberghi, per accogliere i visitatori e tutti gli operatori che fossero giunti per la visita ad una eventuale futura rassegna. Era l'inizio di un dibattito fra tutte le forze in campo: le categorie commercianti e fabbricanti. interne alla AOV, gli artigiani raggruppati nelle loro due associazioni di categoria, fino alla Amministrazione Comunale ed alle forze politiche che stavano dibattendo la stesura ed approvazione importantissima del nuovo piano regolatore. Era quest'ultima una grande opportunità: stavano maturando i tempi per la nascita della Prima Mostra del Gioiello Valenzano, e, molto più importante, la Zona Orafa, ove qualcuno proponeva di insediare all'interno anche la Mostra del Gioiello, meglio chiamata Palazzo degli Affari. Vedremo come le indecisioni derivanti da un lungo logorante dibattito per interessi spesso non convergenti nei riguardi di una mostra del gioiello per i mercati sia interno che estero, ma soprattutto interno, tenuto conto che la già esistente Mostra Permanente era stata creata per quello estero, furono nuovamente superati soprattutto dal decisionismo del presidente della AOV Giampiero Ferraris.

Intanto, con il nuovo piano regolatore, affioravano altri problemi, Con le nuove leggi gli orafi dovevano adeguarsi alla depurazione delle acque reflue e alle norme di igiene dei laboratori che, come si diceva allora, dovevano finalmente fuoriuscire dai "tradizionali ambienti", tanto cari a chi voleva romanticamente descrivere la tradizione ottocentesca delle

prime “botteghe” artigiane di Valenza al fine di valorizzare il prodotto artigianale ed a chi puntava quindi su una promozione “folkloristica” del prodotto. E fuoriuscire da ambienti non idonei: i sottoscala e i seminterrati del centro storico e dei condomini sorti negli anni ‘50 e ‘60, sottintendeva anche operare di più “alla luce del sole”, cioè uscire dal “sommerso”, porre freno alla evasione¹⁰.

Giampiero Ferraris sintetizzava molto bene il concetto usando il dialetto valenzano: *bāsta, ad travajā ‘n sal pum dal let!* (il pomo del tradizionale lettone di casa sostitutivo del razionale stocco del banco da orafo nel laboratorio attrezzato). Gli artigiani orafi valenzani capiranno molto bene questa efficacissima locuzione che sostituisce un lungo discorso sia di tipo strutturale (la razionalizzazione degli ambienti di lavoro) che fiscale. Nel libro “XXX anni di vita associativa”, Giampiero Ferraris illustrava la nuova Legge Regionale 8 novembre 1974 n.32 per la tutela delle acque reflue e dell’ambiente. Stava maturando una grande rivoluzione del settore, ove la carenza di una Mostra del gioiello e di un albergo, della necessaria rilocalizzazione o di adeguamento delle aziende orafe con la razionalizzazione degli ambienti produttivi prevista dal nuovo Piano Regolatore, che sfocerà nella nascita nel Co.In.Or Consorzio Insediamenti Orafi nella Zona Orafa D2, costituiranno il radicale cambiamento strutturale del settore fino ai giorni nostri¹¹.

Le conclusioni della relazione del Presidente Giampiero Ferraris nel capitolo “La commercializzazione del prodotto” del citato libro “Trent’anni di vita associativa” sono illuminanti per comprendere le ragioni che maturano la nascita tre anni dopo della Prima Mostra del Gioiello Valenzano.

“La struttura distributiva caratteristica della intermediazione del prodotto ha retto bene fino al primo gennaio 1973, poi si è innestata l’introduzione dell’IVA e la instabilità del prezzo dell’oro, di conseguenza non è stato più possibile commerciare in un certo modo, cioè con con-

(10) Solo per dovere di informazione specifichiamo che la nota allocuzione di “sommerso” usata dagli economisti intende rappresentare quelle piccole unità produttive contoterziste che spesso non intendono apparire essendo il loro prodotto commercializzato e distribuito, per accordi, dalle grandi.

Altra cosa è l’estensione lessicale che qui ne viene data.

(11) “Il ciclo orafo di Valenza Po” Franco Angeli editore, Milano, 1979. Ricerca diretta da Liliana Treves. La ricerca, testo fondamentale per comprendere le ragioni della nascita della Zona Orafa e del nuovo PRG è stata svolta nel 1977-78 e fa riferimento a informazioni raccolte a tutto il 1977.

tratti a lungo termine, ed ancora più grave, cioè gravissimo, è il problema della sicurezza dei portavalori."

Con la presa d'atto della crisi del sistema distributivo per questi motivi *"i contatti fra produzione e dettaglio si sono notevolmente avvicinati per la massiccia presenza delle imprese produttive a mostre e fiere."*¹²

Nel n. 2 dell'Orafo Valenzano del marzo '76 a pag. 18 si dà notizia di un "convegno sulla ricettività alberghiera", sollecitato dalla AOV, alla presenza nella sala delle assemblee delle autorità comunali cittadine e della rappresentanza della Camera di Commercio, delle banche e delle Associazioni artigiane. Preso atto che da un anno era stato chiuso l'Hotel Smeraldo, non rimanevano che la Croce di Malta e l'albergo Roma, ritenuti insufficienti per soddisfare il fabbisogno di una città, e obiettivo ancora non esplicitamente dichiarato ufficialmente, ma sottinteso, inadeguati ad accogliere i visitatori di una futura mostra del gioiello a Valenza. Tutte le autorità intervenute non si mostrarono contrarie ad un possibile futuro intervento finanziario pubblico-privato, ma fu soprattutto positiva la presa d'atto del problema della ricettività, propedeutico ad un rilancio del settore orafa in Valenza.

Si discute la proposta della Prima Mostra del Gioiello

Qualcosa iniziava a muoversi all'interno del grande dibattito accennato nel precedente capitolo. Una forte spinta proveniva dalla Unione Artigiani e dalla Libera Artigiani due facce della stessa medaglia che si muovevano pur partendo da due diverse visioni politiche. Nel n.2 dell'Orafo Valenzano del giugno 1977, l'anno precedente della prima mostra, si leggono tre diverse iniziative, tutte rilevanti. Sul piano culturale si era mosso il Centro Comunale di Cultura con un convegno sul

(12) G.P.Ferraris. *La Commercializzazione del prodotto. "XXX di vita associativa. parte seconda. Valenza Orafa, oggi. Pag.169.*

Il libro del trentennale, "XXX anni di vita associativa 1945-1975" pp. 200 si compone di due parti: Parte prima: Franco Cantamessa (coordinatore del libro), "Ricostruzione Storica" -Parte seconda: Giampiero Ferraris "Valenza orafa oggi: relazione svolta alla assemblea dei soci della AOV il 28 febbraio 1976 con allegati ricerche e progetti". Collaboratori: grafici Ezio Campese e Roberto Torriano, Illustrazioni e lavorazione Moreno Gallone. Fotografie dell'archivio fotografico dell'Orafo Valenzano. Questo libro si può a ragione definire un prezioso documento tutto realizzato in casa AOV tranne la stampa, e ci è stato molto utile anche oggi per queste memorie.

tema “ L’Oro ieri ed oggi” con relatori scrittori, docenti ed artisti orafi ed era posto il tema di come far leva con nostra cultura della tradizione artigianale , per differenziare la nostra produzione dalle altre di realtà concorrenti, puntando sulla originalità creativa e per far questo un indispensabile supporto sarebbe stata anche la creazione a Valenza di un Museo dell’Oreficeria, attorno al quale si sarebbero svolte ricerche non solo storiche ma tecnologiche e di nuovi modelli. Nello stesso numero del giornale associativo si legge un’ampia relazione del Consorzio di credito agevolato della Cassa di Risparmio, che consentiva alle piccole aziende di fruire del credito per ottenere maggior liquidità e per l’acquisto delle materie prime, con la garanzia del consorzio medesimo, credito che altrimenti non avrebbero ottenuto per le loro piccole dimensioni o per la carenza di beni immobili da dare in garanzia. Ecco dunque delinearsi un nuovo clima, una nuova presa di coscienza della realtà che andava maturando nella nostra città. Da una parte il grande dibattito sul nuovo PRG e la creazione della zona orafa, e poi la proposta di un museo dell’oreficeria, e quella per incrementare la ricettività alberghiera, dall’altra un consorzio delle piccole aziende artigiane per finanziare il proprio lavoro, le materie prime e la acquisizione di eventuali quote per finanziare le iniziative di interesse collettivo. Il momento per puntare su una mostra orafa a Valenza era ormai maturo.

In quello stesso numero del nostro giornale associativo appare infatti sotto un titolo molto generico “Incontri alla AOV”, la notizia di un incontro con l’assessore Regionale al commercio fiere e mercati dott. Marchesotti, alla presenza degli esponenti delle associazioni artigiane e del consiglio AOV tema:” I programmi della Regione in favore dello sviluppo ed incentivazione dello artigianato e dell’industria piemontese”. Erano presenti gli alti dirigenti del SAMIA, una associazione con capitale regionale pubblico-privato nata per il rilancio della moda dell’abbigliamento. L’incontro con questa istituzione, voluta dalla Regione, faceva seguito a una precedente proposta di creare in Torino una fiera dell’artigianato orafa, con adeguata promozione di marketing. L’assessore Marchesotti nel sottolineare l’importanza piemontese e nazionale del settore orafa disse che *“in Piemonte non si fanno solo automobili”* ed aggiunse una frase molto significativa *“un’opera di promozione ed incentivazione del settore (orafa n.d.a) è senz’altro auspicabile programmando adeguate strutture collettive soprattutto se il settore stesso saprà muoversi in modo unitario”*.

La Regione - aggiunse - ha creato la Pro-Mark, una SPA con partecipazioni da parte di enti pubblici e privati per incentivare i mercati esteri, collegata con Torino esposizioni. (vedremo presto come la Pro-MarK avrà un ruolo essenziale nella realizzazione della Prima Mostra del Gioiello). La riunione si concluse con la creazione di una apposita commissione per lo studio con la Regione Piemonte di una proposta operativa, ma era chiaro l'appello a superare conflitti di interessi sia sul piano economico che politico e di muoversi in modo unitario. Solo così gli incentivi sarebbero arrivati: la Regione era pronta ad accogliere le proposte concrete.

A dare una spiegazione più esplicita alle parole di Marchesotti appare qualche mese dopo, nel numero dell'Orafo Valenzano di Novembre 1977, un articolo a pagina 27 dal titolo ancora molto prudente e generico "L'oreficeria Valenzana: riflessioni e considerazioni per confrontarsi e dibattere" ma nel testo molto diretto senza peli sulla lingua, a firma di Giulio Mario Vecchio, un collega orafo che ricopriva la carica di assessore comunale e di rappresentante dell'Unione Artigiani, lui stesso un abile artigiano più tardi docente del For AL. consorzio di formazione per gli orafi, si sviluppò un discorso molto articolato.

L'inizio del suo intervento era un accenno alla grave crisi della oreficeria italiana e Valenzana. *"Noi abbiamo perso più di 2000 addetti e tutto ciò ha visto all'origine una sola matrice, la non coincidenza di interessi fra la distribuzione e la produzione, cioè, il divario e la scelta parassitaria di capitali finanziari, e l'investimento fuori del settore". E la colpa è del settore "distributivo" i cui grossi redditi non sono stati finalizzati a ricerche di mercato, strutture di studio, centri di rielaborazione. La conseguenza sono i decentramenti produttivi con l'indebolimento del corpo produttivo e anche della capacità creativa. Nel frattempo si sono sviluppate le grosse strutture distributive".* Ed ecco la conclusione: *"per questo noi pensiamo che oggi l'artigiano orafo debba darsi una dimensione commerciale sua e debba ricercare gli strumenti che gli permettano di superare i limiti della piccola impresa. ... Diventa fondamentale avere una struttura collettiva per collocare il prodotto delle piccole imprese."* La proposta? - *"Un consorzio Mostra, come pure un consorzio acquisti promosso dal Consorzio di Credito."* Il tutto rientra nel grande disegno del Consorzio Insediamenti Orafi (CO.IN.OR), momento di rinnovamento non solo urbanistico, ma soprattutto organizzativo della produzione. *"Dovrebbe emergere un nuo-*

vo modo di produrre e di pensare nell'interesse di tutta la collettività, dove i valori del lavoro siano davvero principi e governo del progresso". Si tratta chiaramente di un discorso molto politicizzato che è frutto delle posizioni dibattute all'interno della Unione Artigiani e delle forze politiche in Consiglio Comunale, con il pregio di esser molto chiaro, diretto ed esplicito negli obiettivi.

La scelta di puntare troppo sui consorzi per orientare attraverso i loro organismi le scelte, costò da parte di qualche forza politica in campo l'accusa di "dirigismo"¹³.

L'annuncio "Mostre Orafe a Valenza per il mercato interno"

Nel numero 3 del. luglio 1978 dell'Orafo Valenzano appare nelle pagine interne un titolo davvero "rivoluzionario": "Mostre Orafe a Valenza per il mercato interno". Il titolo tiene più di mezza pagina, l'altra mezza è una "bomba". Con i toni di un vero diktat l'AOV informa della delibera del Consiglio Direttivo per organizzare mostre aperte ad operatori italiani con le seguenti caratteristiche:

1) le mostre aperte ad operatori italiani dovranno essere indipendenti e separate dall'attuale Mostra Permanente; essendo le forze orafe valenzane composte da realtà diverse, si rende necessario organizzare due mostre con scopi ed obiettivi differenti e precisamente:

a) una mostra a carattere sociale dal 7 all'11 luglio 1978 che avrà come espositori i fabbricanti artigiani e come visitatori acquirenti i commercianti ed i viaggiatori iscritti alla AOV. Sistema e luogo di esposizione in vetrinette individuali con il nome dell'espositore, assistite da hostess.
b) una seconda e ben più importante esposizione della durata di una settimana, denominata "Mostra del Gioiello Valenzano" da effettuarsi in settembre/ottobre rivolta agli Operatori qualificati del mercato italiano. Potranno partecipare solo Espositori Soci della AOV (ancora le maiuscole per ben sottolineare l'esclusività e la provenienza delle forze coinvolte). Ingresso vietato al pubblico (quindi solo esclusivamente per gli operatori). Le due mostre saranno reclamizzate a livello locale e nazionale con i mezzi più appropriati". In un riquadro al centro del testo si

(13) Pier Giorgio Maggiora. *Il Novecento a Valenza. Politica economia lavoro ed altro fino ai giorni nostri. Capitolo: Economia, lavoro ed altro 1972-1991.* pp.361-362. Cartoleria Giordano, editore, marzo 2010.

annuncia che è in corso di pubblicazione un numero speciale per questo evento dell'Orafo Valenzano.

Una rivoluzione copernicana, che aveva tutta l'aria, per qualche cronico dubbioso, di un "golpe". Cosa era successo? Semplice. I tempi delle discussioni e delle indecisioni erano finiti. Il Presidente Ferraris a proprio rischio aveva sottoposto a una commissione ristretta il regolamento della mostra per l'interno elaborato in fretta, ma discusso già da tempo in segrete stanze. La Regione Piemonte si era mossa in favore della grande mostra per il dettaglio, ed aveva messo a disposizione gli stand espositivi creati per manifestazioni di moda dell'abbigliamento già pronti per essere trasportati con installazione compresa, della "Pro Mark" la società collegata al Samia, con una locazione "di favore" a carico della AOV e poi ripartita fra gli espositori. Il Comune di Valenza aveva messo a disposizione il suo "gioiello", il Palazzetto dello Sport, e molti erano gli artigiani orafi già immediatamente aderenti. Per la cronaca più avanti nello stesso giornale in un articolino "Brevi note sulla fiera" si parla di quella di Vicenza, edizione estiva del mese di giugno, si prende atto di un calo di visitatori e di interesse, e contemporaneamente di un aumento di espositori valenzani e viene posta la domanda: perché Vicenza e non Valenza? Per l'occasione della Prima Mostra del Gioiello fu creato un numero speciale dell'Orafo Valenzano patrocinato dalla Regione, che si apriva con la foto del marchio "L'oro di Valenza" a tutta pagina e l'invito a venire a Valenza con tanto di tagliando prestampato da compilare per accedere più velocemente all'ingresso riservato ai soli compratori, e con all'interno la presentazione dell'assessore regionale Marchesotti e del Presidente AOV Ferraris. Vi era anche la doppia pagina intera dell'Intergold, la finanziatrice della campagna pubblicitaria al dettaglio ed al consumo, con la scritta in grande evidenza: "L'Oro di Valenza, un marchio prezioso da ricordare per tutti gli operatori orafi. Anche i consumatori lo ricorderanno". Era il messaggio dedicato ai negozi di oreficeria per i quali erano stati approntati i cartelli da vetrina ed i cartellini di riconoscimento del logo da applicare ai singoli gioielli valenzani. Il logo era pubblicizzato sulle riviste nazionali di grande tiratura. Insomma, è facile arguire che vi fu in quel 1978 la convergenza del sostegno dei vari enti pubblici ed associazioni. Come sopra accennato, era prevista prima di quella, una mostra sociale all'interno della sede della AOV, tenuta dai fabbricanti e riservata ai soli viaggiatori- commercianti orafi, la R.A.F.O (Rassegna

fabbricanti orafi). L'AOV mise a disposizione un numero di vetrinette in grado di ospitare circa 120 aziende con i loro campionari nella sala seminterrata delle assemblee della sede di Villa Scalcabarozzi. Le vetrinette erano anonime, ma numerate progressivamente ed i visitatori, cui era richiesta la licenza per accedere alla mostra, dovevano qualificarsi come viaggiatori-grossisti. Questi prendevano nota del numero e successivamente la direzione dava loro gli indirizzi delle aziende prescelte. La responsabilità della direzione della mostra venne affidata all'inflessibile consigliere Cominetti, di concerto con le associazioni artigiane. A partire dal 1980 questa mostra si tenne due volte l'anno nella sede della Mostra del Gioiello Lo scopo era ovviamente di mettere fine alle annose diatribe fra fabbricanti e viaggiatori creando una occasione per sviluppare nuovi rapporti più corretti e costruttivi. Seguì anche una mostra "Tecnologica" per le aziende fabbricanti.

14-18 ottobre 1978:

Si inaugura la prima Mostra del Gioiello Valenzano.

Furono necessari pochi giorni per allestire la mostra con gli stand appositamente predisposti e già pronti per le mostre e fiere dai professionisti arredatori della Pro-Mark. Iniziata il giorno 14, il 15 ottobre vi fu la inaugurazione ufficiale domenica ore 11. Le aziende espositrici erano 107 il massimo che poteva contenere il Palasport di Valenza in Largo Machiavelli (scritto Macchiavelli nella pubblicità... tanto per differenziarsi!). Presenti alla inaugurazione il Presidente della Regione Viglione, con gli assessori Marchesotti ed Alasia, il Sindaco di Valenza on. Lenti e tutte le autorità provinciali e comunali. Oltre agli stand delle aziende produttrici vi era lo stand della Polaroid che presentava un nuovo sistema di fotografare i gioielli per uso di schedature e pubblicitario. Era presente un fotografo professionista a disposizione degli espositori per proporre campionari fotografici, importanti da esibire ai clienti in tempi di rapine; l'Intergold Co. finanziatrice della campagna promozionale "L'Oro di Valenza", il Centro di Informazione del Diamante di Milano, finanziato dalla De Beers, che aveva realizzato i concorsi nazionali ed internazionali "Diamanti Oggi" e International Diamonds Award ove in entrambi Valenza si era particolarmente distinta, lo sportello bancario della Cassa di Risparmio di Alessandria e del Consorzio di credito agevolato, l'ufficio di consulenza assicurativa della IBRO (International brokers) per illustrare la nuova polizza per i gioiellieri

proposta dai Lloyds di Londra. Sull'Orafo Valenzano campeggiava la foto del nostro bel Palazzetto dello Sport con il parcheggio delle auto al gran completo, e con il grande cartellone della AOV affisso alla parete esterna dell'entrata: "Prima Mostra del Gioiello Valenzano". Il flusso di visitatori non si fece attendere. Ed ecco i dati finali dichiarati dall'intraprendente Presidente Ferraris non nascondendo la sua grande soddisfazione per la riuscita della manifestazione: A fronte di 3.500 inviti a visitare la mostra fatti pervenire ai soli operatori-compratori qualificati e selezionati, 450 di questi, il 12,5%, si presentarono alla reception con l'invito pre-compilato. Si trattava di titolari d'azienda, cui era consentito l'accesso privilegiato. Un buon risultato se si considera che si era trattato di una nuova manifestazione sconosciuta ai più, de-

Associazione Orafa Valenzana



La prima Mostra Orafa del 1978 al Palazzetto dello Sport.

ra della mostra fu di soli quattro giorni, in quanto si svolgeva in una struttura pubblica comunale dedicata allo sport gentilmente concessa. Contemporaneamente alla mostra fu raccolta una indagine statistica sul suo gradimento. Ecco i risultati: riguardo la organizzazione 30% ottima, 40% buona, 10% discreta. E riguardo al pubblico dei visitatori della mostra? Il 40% la giudicò interessante, il 50% soddisfacente, il 10% scarsa. Dunque un generale gradimento, e quel 10% non soddisfatto lo è stato in quanto non conoscendo come si era pervenuti alla decisione, si aspettava forse una manifestazione più grande. Un ottimismo che spinse Giampiero Ferraris a conclusione della rassegna ad annunciare già la data della successiva manifestazione: 13-16 ottobre 1979.

cisa ed annunciata pubblicamente solamente meno di tre mesi prima. I visitatori del settore orafa italiani ed esteri che visitarono la mostra (i soli autorizzati: alcuni clienti esteri o venditori di pietre preziose erano presenti a Valenza casualmente, per svolgere i loro affari) superarono tuttavia ampiamente le due migliaia, e non si dimentichi che l'apertura

Fra il generale ottimismo e la soddisfazione di tutti, pare che si fosse levata una voce preoccupata dall'ombra degli spogliatoi del Palazzetto dello sport: *"ci hanno calpestato in migliaia la nuova pavimentazione di gomma!"* (come è noto per proteggere le pavimentazioni ad hoc sono richieste nelle palestre le scarpe da ginnastica), Ma qualcuno gli rispose forte e chiaro dalle tribune: *"Parigi val bene una messa! E l'Oro di Valenza val bene un tappeto di gomma calpestato"*.

L'anno successivo, nella modestissima ultima pagina de L'Orafo Valenzano n.4 - ottobre 1979 appare il bel resoconto della seconda mostra del gioiello valenzano con il bizzarro titolo "2° Salone (sic!) del gioiello valenzano. Qualcuno paragonò i bianchi tendoni tensostatici a quelli di una tendopoli del deserto, altri giornalisti chiamarono la mostra "circo dell'oro". Che era successo? A fronte delle richieste degli espositori passati da 107 a 160 bisognava trovare un altro spazio, Non c'era altro modo che optare per una soluzione precaria. Il successore di Giampiero Ferraris, il presidente Paolo Staurino, più riflessivo ma egualmente fermo e rapido nelle decisioni, messo alle strette, in tre mesi trovò una soluzione. Si locarono due tendoni tensostatici di 2000 mq. ciascuno. La mostra si svolse sotto una insistente pioggia battente. Ma il "Circo dell'Oro", funzionò perfettamente. Nel "circo" non c'erano naturalmente dei saltimbanchi, tutt'altro, c'erano gli orafi valenzani tuttofare secondo la loro tradizione di artigiani inarrestabili di fronte alle difficoltà. Nel 1978 i visitatori erano stati 450 (per visitatori si intendono i soli titolari di azienda e potenziali acquirenti); i visitatori l'anno dopo seconda edizione del 1979 furono 815 (+ 81,5%), ed almeno 3000 persone si presume che abbiano avuto accesso alla mostra. Degli 815 visitatori "acquirenti" 57 erano clienti esteri, e ben 487 italiani provenienti da ogni parte del Paese, e 271 provenienti dai centri limitrofi. Ricorda Moreno Gallone: *"Numerosi erano i giornalisti e fotografi giunti nella nostra città, i cineoperatori, Rai-Televisione, TV private, ", tutti a parlare dell'Oro di Valenza, di una città, dei suoi abitanti, del suo lavoro, della Mostra"*.

"La mostra è stata il polo d'attrazione di questi primi giorni autunnali, il centro dei discorsi tenuti nei bar, della curiosità intorno alla bianca struttura della mostra, i ristoranti pieni di gente, i negozi del corso che espongono l'edizione speciale dell'Orafo Valenzano e la monografia su Valenza edita dalla Cassa di Risparmio."

E da ora ai livelli più alti, si comincia a parlare di strutture prefabbricate

cate “permanenti”, ma dovrà passare qualche anno e occorrerà agire in grande creando una struttura finanziaria ad hoc, la Finorval , Finanziaria Orafa Valenzana, (1983) con lo scopo di acquisire in proprietà una struttura prefabbricata di 9000 mq. in piazza Giovanni XXIII. Ma prima ancora i tendoni passarono da 2 a 3 (1980); e poi a 4 (1981); fino a coprire 8500 mq. cioè a più che raddoppiare la superficie iniziale, per i 236 espositori. (si erano mosse anche le Ditte più grandi che fin dall’inizio avevano osservato gli sviluppi della mostra, bisogna pur dire, con un certo malcelato scetticismo). Ma tutta questa è un’altra storia....