l'orafo
valenzano

organo
ufficiale
dell'associazione
orafa
valenzana

4 ottobre
1977

Una bocca di squalo può chiudersi sul polso delle tue clienti.

"Bocca di Squalo": Damiani l'ha creata, una grande giuria l'ha premiata, tu puoi regalarla!

C'è una "Bocca di Squalo" in palio fra gli acquirenti di un gioiello Damiani.
Tu che sei del mestiere puoi valutare tutta l'importanza di questo splendido regalo.
Un regalo che non ha prezzo: 448 diamanti fissati nell'oro di un bracciale dalla forma nuova ed audace. È un bell'argomento per convincere le tue clienti a comprare un gioiello Damiani.

Tanto bello che la massima autorità nel campo dei diamanti ha voluto premiarlo con il Diamonds International Award.

Damiani

grande anche nelle piccole cose

AUT. MIN. CONC.

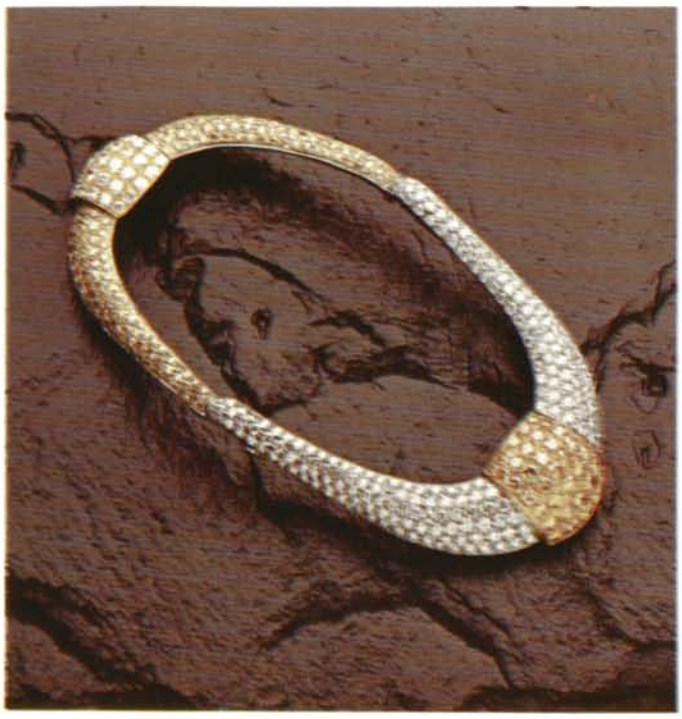
"Bocca di Squalo": il premio in palio fra chi compra un oggetto Damiani.

Chi compra uno di questi piccoli Damiani

può avere gratis questo "grande" Damiani.

"Bocca di Squalo". 448 diamanti. Premiata con il Diamonds International Award.

AUT. MIN. CONC.



I piccoli Damiani: deliziosi gioielli in oro e brillanti da portare disinvoltamente al collo o al polso. Il grande Damiani: bracciale di alta gioielleria in oro trapunto di 448 diamanti.

Comprando i primi puoi avere gratis il secondo. Perchè oggi fra gli acquirenti di gioielli Damiani c'è in palio una "Bocca di Squalo". Tanto bella che la massima autorità nel campo dei diamanti ha voluto premiarla. Tutti i Damiani, dal piú divertente al piú impegnativo, sono fatti con la stessa arte: anche l'oggetto che forse ti regalerà la "Bocca di Squalo".

Nei negozi che espongono i Damiani ti diranno come partecipare al concorso. Entra e chiedi.

Damiani

grande anche nelle piccole cose

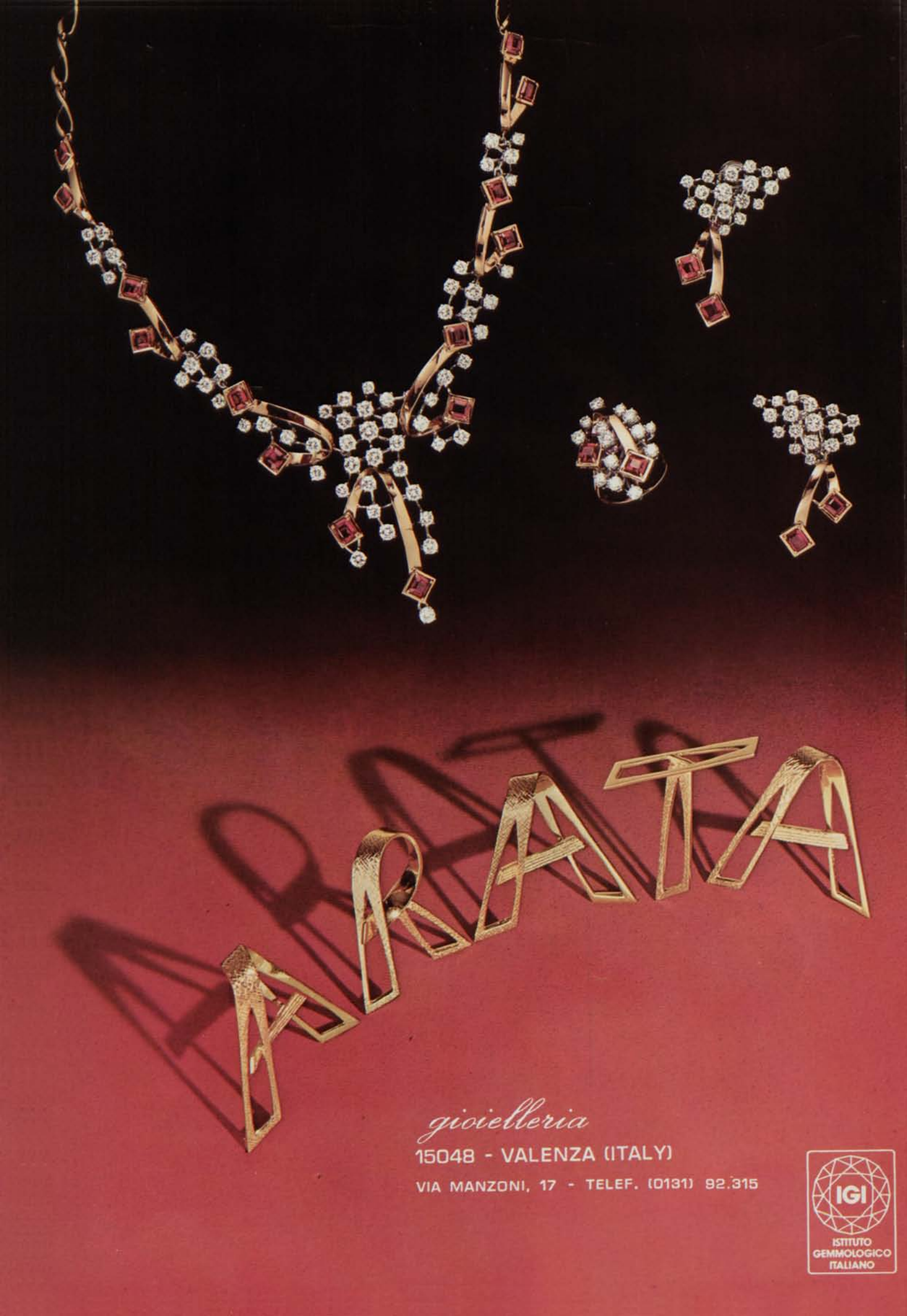
LANI FRATELLI

690AL

Gold and jewellery factory
Goldwaren und Juwelenfabrik
Fabrique de joaillerie et articles en or

EXPORT

Sales departements Verkaufsbuero. Bureaux de vente:
VIALE DANTE, 13 - TELEFONO 91.280 - VALENZA PO
VIA P. CANNOBIO, 8 - TEL. 893.740 - 20122 MILANO
Laboratorio
VIALE DANTE, 24 - TELEFONO 94.080 - VALENZA PO


ARATA
gioielleria
15048 - VALENZA (ITALY)
VIA MANZONI, 17 - TELEF. (0131) 92.315
IGI
ISTITUTO
GEMMOLOGICO
ITALIANO

ASSINI & C.

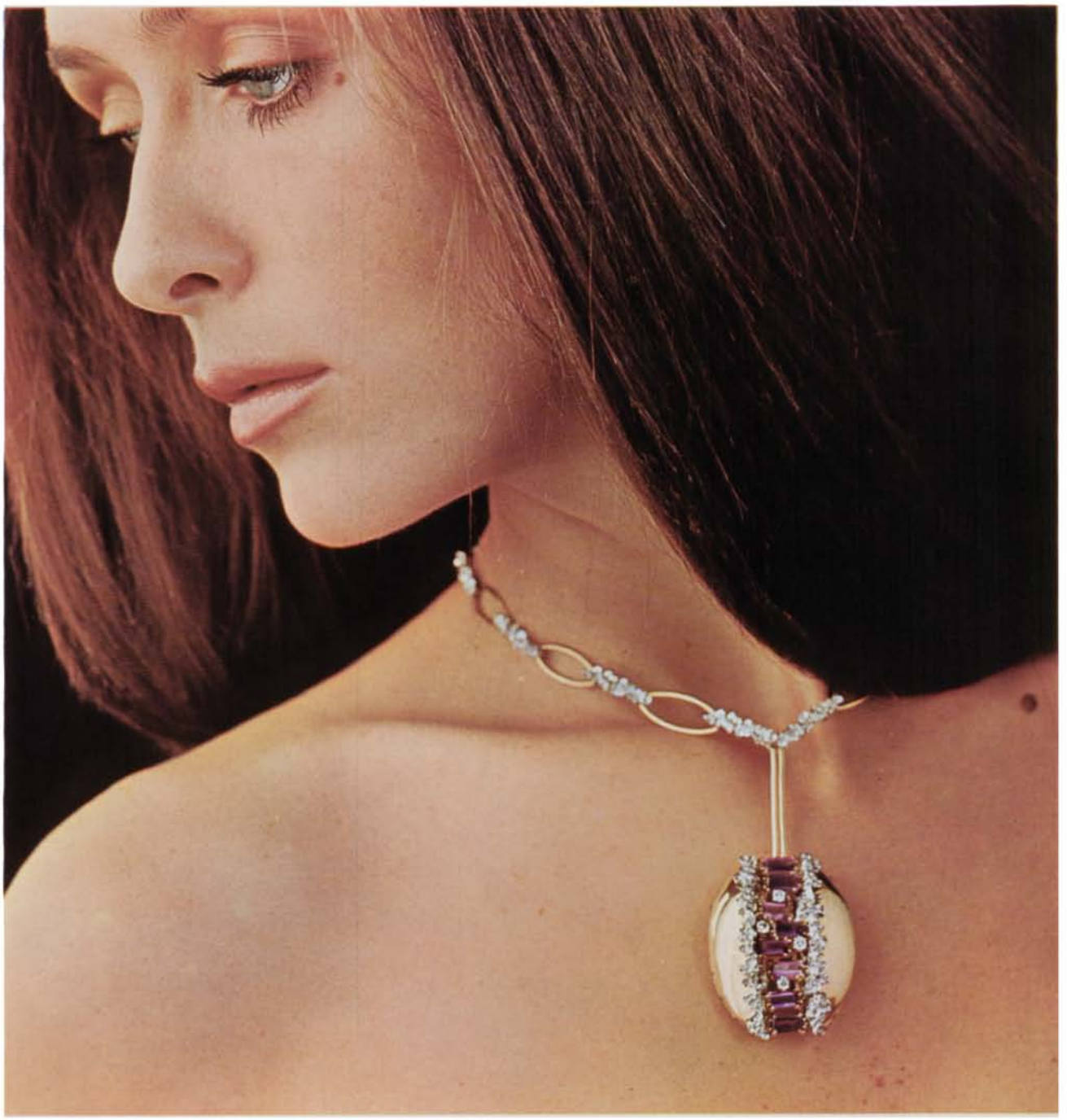
FABBRICA OREFICERIA

via XX Settembre 16/c
Tel. 93400
15048 VALENZA PO (Italy)

1538 AL

VALENZA
Via Ludovico Ariosto, 5/7 - tel. 94611

MILANO
Viale L. Scarampo, 19 - tel. 43.62.71/43.48.82

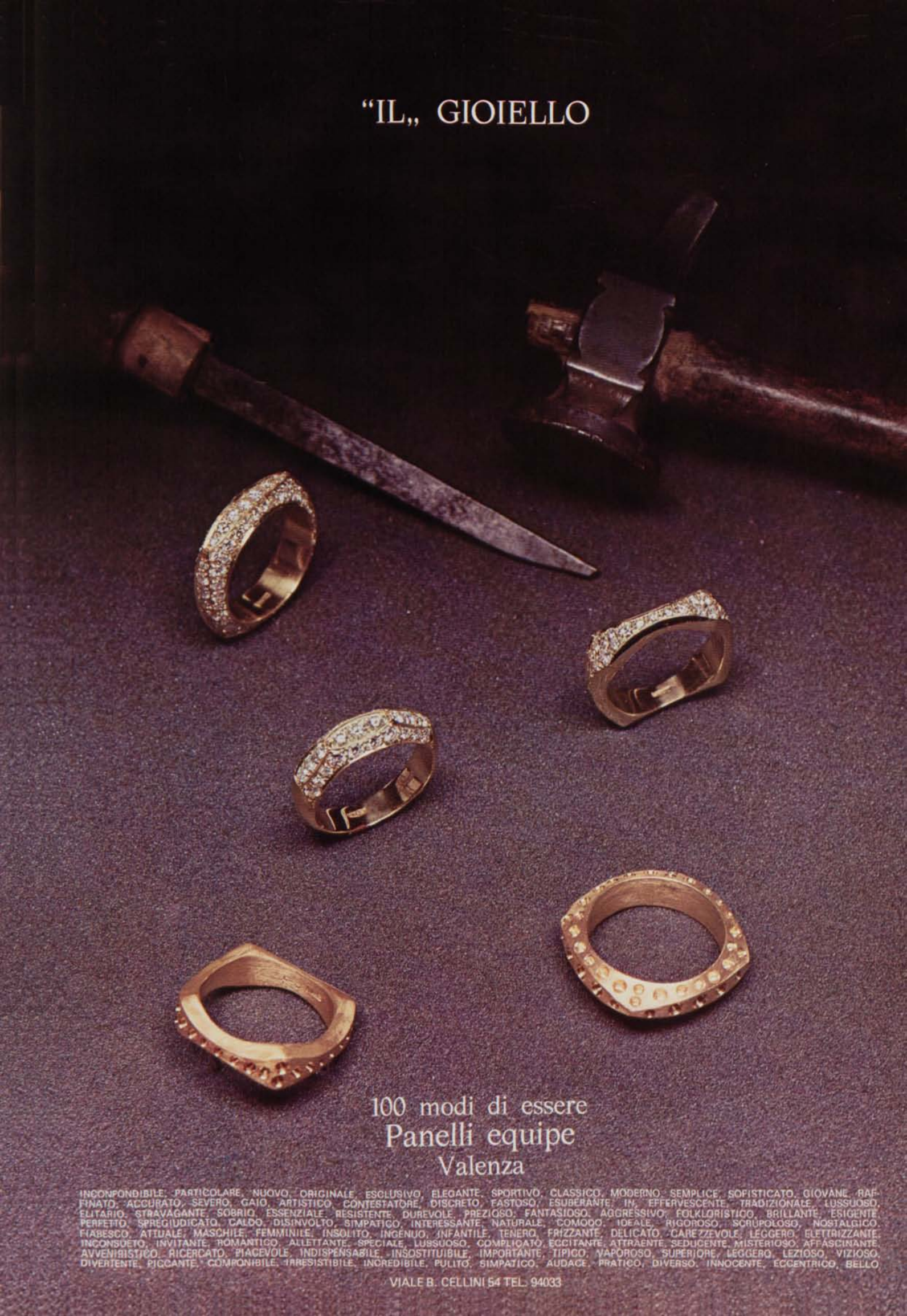


VENDORAFA S.R.L.- EXPORT

creazioni gioielleria

15048 VALENZA PO
VIA MAZZINI, 15
TELEF. 91.812 - 93.300

LOMBARDI MARIO & F.LLO
GATTI & C. - GARAVELLI


"IL„ GIOIELLO
100 modi di essere
Panelli equipe
Valenza
INCONFONDIBILE, PARTICOLARE, NUOVO, ORIGINALE, ESCLUSIVO, ELEGANTE, SPORTIVO, CLASSICO, MODERNO, SEMPLICE, SOFISTICATO, GIOVANE, RAFFINATO, ACCURATO, SEVERO, GAIO, ARTISTICO, CONTESTATORE, DISCRETO, FASTOSO, ESUBERANTE, IN, EFFERVESCENTE, TRADIZIONALE, LUSSUOSO, ELITARIO, STRAVAGANTE, SOBRIO, ESSENZIALE, RESISTENTE, DUREVOLE, PREZIOSO, FANTASIOSO, AGGRESSIVO, FOLKLORISTICO, BRILLANTE, ESIGENTE, PERFETTO, SPREGIUDICATO, CALDO, DISINVOLTO, SIMPATICO, INTERESSANTE, NATURALE, COMODO, IDEALE, RIGOROSO, SCRUPOLOSO, NOSTALGICO, FIABESCO, ATTUALE, MASCHILE, FEMMINILE, INSOLITO, INGENUO, INFANTILE, TENERO, FRIZZANTE, DELICATO, CAREZZEVOLE, LEGGERO, ELETTRIZZANTE, INCONSUETO, INVITANTE, ROMANTICO, ALLETTANTE, SPECIALE, LUSSUOSO, COMPLICATO, ECCITANTE, ATTRAENTE, SEDUCENTE, MISTERIOSO, AFFASCINANTE, AVVENIRISTICO, RICERCATO, PIACEVOLE, INDISPENSABILE, INSOSTITUIBILE, IMPORTANTE, TIPICO, VAPOROSO, SUPERIORE, LEGGERO, LEZIOSO, VIZIOSO, DIVERTENTE, PICCANTE, COMPONIBILE, IRRESISTIBILE, INCREDIBILE, PULITO, SIMPATICO, AUDACE, PRATICO, DIVERSO, INNOCENTE, ECCENTRICO, BELLO
VIALE B. CELLINI 54 TEL. 94033

Giusti Roberto
Oreficeria · Argenteria
via Nebbia, 33
15048 Valenza Po
Tel. 92163
Marchio 1979 AL

BAIO
ANGELO
OREFICERIA
via Trieste 30
tel. (0131) 91072
15048 Valenza

Paolo Rotti
oreficeria - gioielleria
Via Dell'Orefici, 20 - Tel. 44467
15048 Valenza Po - Italy

SCORCIONE FELICE

di VITALE LICIO

dal 1917,
fabbrica gioielleria
in Valenza Po

EXPORT

Viale Benvenuto Cellini, 42/44
Telef. 91201

139 AL

FRATELLI DEAMBROGIO

15048 Valenza Po (Al)
V.le Repubblica 5H
Tel. (0131) 93.382

LABORATORIO
OREFICERIA
GIOIELLERIA

EXPORT
CREAZIONI
PROPRIE

■ANELLI - RINGE - RINGS■CIONDOLI - ANHANGER - CHARMS■BRACCIALI - PERLAR-
MBANDER - BRACELETS ■ SPILLE - SCHLIEBEN - BROOCHES ■ FERMEZZE

TAVERNA & C.
Gioielleria
Viale Repubblica, 3
15048 Valenza
Italy - Tel. 94340

ZAGHETTO
STEFFANI
BARBIERATO
GIOIELLERIA
Marchio 1570 AL
VIA DI CILICCA, 2 ang. Via San Salvatore - Tel. 94.679
15048 VALENZA PO

pietre
preziose

MILKAB

di MOSHE VERED GOL

VIALE DANTE, 10 - TEL. 92.661/93.261 - VALENZA PO

ditta BAJARDI LUCIANO

fabbrica gioielleria oreficeria
export

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

Giuseppe
Benefico
brillanti, pietre preziose
coralli
viale Dante, 10 · tel. 93092 · VALENZA

l'orafo

Sommario

15 L'oro di casa nostra

18 L'artigianato nei tempi

20 Il fidanzamento
e l'anello di fidanzamento

27 Export

31 Consiglio A.O.V.

33 Croce al merito per
Paul Kraemer della Hogut & Co.

35 Il mercato dell'oro
nel Medio Oriente nel 1976

DIRETTORE RESPONSABILE
ugo boccassi
AMMINISTRATORE
federico garbieri
REDAZIONE E PROMOTION
moreno gallone
GRAFICO
ezio campese
FOTOSTUDIO ORAFO VALENZ.
FOTOSTUDIO DIELLE
COLLABORATORI
gt.cantamessa / e.campese
pl.de bathiBs./d.mattacheo/e.leone/e.soro
COMMISSIONE STAMPA
g. prendi / f. cantamessa / g.p. ferraris / a. cernesola
g. ilario / a. raccogna / a. rioli / a. verita

Associato all'USPI - Unione Stampa Periodica Italiana

PUBBLICAZIONE N. 4
EDITA A CURA DELLA ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA
DIREZIONE AMMINISTR. PUBBLICITA'
VALENZA - Piazza Don Minzoni, 1
Tel. 91.851/ c.c.p. 23/12595

Registrato col n. 134 presso la Cancelleria del Tribunale di Alessandria.
Spedi. in abb. postale gruppo IV

Prezzo fascicolo L. 900
Abbonamenti Italia L. 5.000
Estero L. 10.000

La pubblicità di questo numero è infer. al 70%

Diffusioni Grafiche S.P.A.
15030 Villanova Mont. - Tel. (0142) 83.206/8
Printed in Italy - Grafico: Massimo Belletti

L'ORO DI CASA NOSTRA

Se per gli Stati Uniti d'America la corsa all'oro rappresentò un periodo di notevole importanza economica e nello stesso tempo segnò un'ulteriore spinta per l'occupazione dei territori dell'ovest,

la ricerca dell'oro in Italia si effettuò fin dai tempi antichissimi in un clima tutt'altro che febbrile.
Dopo aver vagliato una serie di notizie abbiamo individuato gli ultimi cercatori d'oro del fiume Po. Questo ci ha dato la possibilità di avere delle notizie precise sull'attività dei famosi cercatori d'oro alluvionale che operavano sul fiume già a partire dal 1800, ed avallare tutte le notizie che si avevano sul caso, ma che non avevano mai avuto una precisa conferma.
La famiglia Robiola, residente in Valmacca, paese vicino a Valenza, si è sempre data a questa ricerca da almeno tre generazioni. I campi di ricerca sono sempre stati i greti dei fiumi, piccoli giacimenti di oro alluvionale corrosi dalle acque

durante il percorso montano e depositati non appena il fiume trova le condizioni ideali, in pianura, di un letto più ampio e di correnti meno vorticose.
L'oro in Italia sebbene non sia concentrato in depositi di primaria importanza è comunque presente sulle nostre Alpi.
Sia la Val d'Ossola, che il suo versante Valdostano sono interessati da giacimenti auriferi. L'oro è anche presente sull'Appennino ligure e viene trovato in alcuni torrenti della provincia di Alessandria.
Inoltre i depositi alluvionali riguardano tutta una serie di torrenti della Val Sesia e della Val d'Aosta che si immettono direttamente o indirettamente nel Po.
Le prime notizie storiche di questa attività, ci vengono dal periodo romano.
Anche se i romani non furono dei grandi lavoratori del nobile metallo si diedero comunque ad attività estrattive nel periodo dell'impero oltre che nei territori conquistati anche dai fiumi della Gallia Cisalpina.
I metodi di estrazione, prima di sentire cosa hanno da raccontare i fratelli Robiola, sono comunque rimasti invariati nei tempi.

Nella ricerca dell'oro dai banchi alluvionali, che lo contengono sotto forma di polvere, pagliuzze o piccole pepite, l'uomo ha sempre impiegato gli stessi mezzi seguiti dalla natura nella formazione dei depositi e tanto gli attrezzi: la batea, lo sluice e le tavole a scosse usate per la concentrazione dei minerali sono basati su accorgimenti di meccanica idraulica, alla cui risoluzione si giunge ovviamente osservando la natura ed il lavoro delle acque.

La concentrazione di minerale nei depositi alluvionali dei fiumi italiani è mediamente da 1,5 gr. a 7 gr. per tonnellata di sabbia, media di tutto rispetto se confrontata ad altri depositi; degli Urali da 0,8 gr. a 8 gr. per tonnellata, fiumi australiani da 1,7 gr. a 5 gr.
Ritornando ai nostri ricercatori locali, i Fratelli Robiola, ora ottuagenari e perciò in riposo, esercitavano questa professione saltuariamente e soprattutto nei periodi di magra del fiume, nel tratto tra Valenza e Casale. Posto ideale, poichè il fiume assume un corso più tranquillo, il suo letto è molto ampio e forma ghiaieti molto estesi ed inoltre raccoglie le acque del Sesia, poco lontano, altamente aurifere.
La famiglia Robiola, stabilitasi nella zona verso la metà del 1800, esercitava già questa professione, pensiamo che alla base di questo trasferimento a Valle vi sia stata la

ricerca di una maggior redditività nel bacino fluviale del Po nei confronti dei torrenti montani.
Rivivere questa nostrana epoca della ricerca dell'oro non sarebbe stato molto difficile. Fino a qualche decennio fa, con un pizzico di attenzione, avremmo notato lungo il Po, nel tratto Casale-Valenza, tre uomini intenti ad uno strano lavoro ed alle prese con un'altrettanto inconsueta apparecchiatura; non

erano certamente pescatori.
Il lavoro praticato, a quanto ci risulta solo dalla famiglia Robiola e forse da qualche imitatore, richiedeva una perizia inconsueta ed una conoscenza profonda del fiume.
Alla base di ogni operazione bisognava per prima cosa ispezionare i ghiaieti al fine di trovare una concentrazione d'oro per la quale valesse la pena iniziare il lavoro di estrazione. Fatto questo ed individuato il punto migliore si separava la sabbia dai ciotoli e la si trasportava vicino ad un canaletto predisposto artificialmente nel quale l'acqua defluiva di continuo, ma molto lentamente. La sabbia veniva quindi sparpagliata sulla tavola a sbalzi in modo che l'acqua corrente portasse via il materiale più leggero lasciando depositare così negli sbalzi della tavola il materiale più pesante

e tra questo l'oro.
La parte più difficile consisteva ora nel separare ulteriormente l'oro dagli altri minerali e ciò avveniva con il caratteristico piatto concavo facendolo roteare fra le mani fino a che si separava l'oro.
Un grammo d'oro ricavato rappresentava una giornata di lavoro di tre uomini per cui le cose in genere non andavano male per la famiglia Robiola.
In media si potevano recuperare quattro o cinque grammi di oro al giorno, anche se ciò non avveniva certamente tutti i giorni, capitò anche che in un solo giorno estraessero in meno di un metro cubo di sabbia ventotto grammi di oro.
Abbiamo chiesto ai Fratelli Robiola se l'oro fosse venduto a Valenza, ma con grande stupore per noi, a Valenza non trovarono mai clienti interessati all'acquisto, mentre a Casale un commerciante acquistava l'intero ricavato.

l'artigianato NEI TEMPI

Concluso l'ampio ventaglio di considerazioni sul parallelismo esistente fra storia ed economia in relazione alla nascita ed allo sviluppo di Valenza, apertosi con il presupposto di rinvenire eventuali tracce di una tradizione artigianale locale anche nei secoli precedenti la venuta di Vincenzo Morosetti, apriamo ora un nuovo capitolo nel quale verranno, volta per volta, ospitate e documentate alcune delle più interessanti espressioni d'arte scaturite nel corso dei millenni dalla mano dell'uomo.
Ben difficilmente sarà possibile scindere la realizzazione artigianale da quella puramente artistica, opere commissionate per uno specifico uso comune si sono rivelate in determinati casi come pietre miliari delineanti il gusto e lo stile di un'epoca.
La tradizione artigianale ha radici molto profonde, per raggiungere i primordi dobbiamo rifarci alla preistoria: inizialmente la realizzazione di utensili non proveniva da uno specifico settore produttivo, l'interscambio commerciale era inesistente per cui ogni nucleo familiare produceva in proprio ciò che gli occorreva.
Malgrado la lavorazione della pietra scheggiata o la trasformazione del legno in utensili possa già apparire come una sostanziale forma di artigianato, si denota una mancanza di organicità e specializzazione, quindi non si può inserire come base della struttura.
Più tardi, con l'avvento dei metalli sorsero le prime industrie: i singoli nuclei non disponendo delle attrezzature atte alla fusione o essendo privi della materia prima, erano costretti a cedere parte dei loro beni in cambio di utensili. Lo scambio di prodotti e manufatti attraverso il baratto ha avviato il processo commerciale e la specializzazione delle categorie.
Lo sviluppo delle tecniche produttive non è stato comunque uniforme in quanto condizionato da fattori climatici, dalla maggiore o minore facilità di comunicazione, dal flusso migratorio di alcuni popoli e dal conseguenziale collegamento con i ceppi indigeni.
Il bacino del Mediterraneo, fu la culla di espressioni artistiche ad altissimo livello, mentre le regioni dell'Italia settentrionale e quelle transalpine rimasero emarginate per secoli e quando subirono l'influsso, esso si ridusse molto spesso ad un semplice riflesso e mai interamente assimilato, se non dai ceti dominanti.
Fra le culture che ci hanno lasciato una testimonianza di eccelsa creatività, occupa una posizione basilare quella etrusca. Questo popolo fu portatore di uno stile sconosciuto alle popolazioni dell'Italia centrale, riuscendo ad irradicare forme ed usanze tipicamente orientalizzanti.
Non potendo per comprensibili ragioni elencare in un solo brano le multiformi espressioni di alto artigianato prodotte da questo nucleo sovrappostosi alla civiltà villanoviana, ci limiteremo per il momento a prendere in considerazione un aspetto particolarmente suggestivo: quello del culto dei defunti, dominato da opere di rara forza espressiva.

ETRUSCHI: LA SCUOLA VOLTERRANA

Numerose furono le località in cui fiorì la civiltà etrusca; nel primo rigoglioso processo di espansione si avvantaggiarono le città marittime quali: Cere, Tarquinia, Vetulonia, Populonia, mentre Volterra, meta del nostro interesse, posta al centro di una zona prevalentemente agricola e mineraria, potè godere solo di riflesso dei contatti commerciali con i popoli del Mediterraneo.
Il IV secolo A.C. segna l'inizio dello sviluppo demografico di Volterra. La poderosa spinta romana dal sud, l'invasione gallica della regione emiliana e le incursioni dei liguri sbarrarono la spinta espansionistica degli etruschi creando nel contempo pressanti problemi difensivi. Le città maggiormente difendibili vengono cinte da mura, Volterra diviene così la più importante base strategica della valle inferiore dell'Arno.
Nella città fortezza si svilupparono forme artigianali uniche al mondo ora conservate nello stupendo museo comunale.
Il panorama si apre con una documentazione delle culture preistoriche e pro-storiche del territorio volterrano, prevalgono nell'esposizione tombe e materiali spettanti all'età del ferro o villanoviana. Dalla sala tre ha inizio la serie delle urne cinerarie, le quali costituiscono l'espressione più autentica dell'arte locale dal IV secolo A.C.
Talvolta i cadaveri venivano inumati invece che cremati e deposti nel terreno in casse di legno, solo eccezionalmente di pietra. Le urne cinerarie sono scolpite in tufo o alabastro; fatta eccezione per i tipi semplici riproducenti l'immagine di una casa o di un tempio, il coperchio dell'urna riproduce la figura del defunto coricato con il fianco sinistro sul letto del convito, nella mano destra tiene un attributo che per gli uomini è un

Bronzetto etrusco arcaico.

Volterra: Museo Archeologico - Urna etrusca con ritratto della defunta. (Fabbrica Volterrana) II-I sec. a. C.

boccale o materiale per la scrittura. Le donne invece esibiscono: ventagli, portaprofumi, melagrana, simbolo della fecondità. La testa è di proporzioni superiori a quella del corpo, dà risalto ai caratteri somatici del defunto; in molti casi le riproduzioni sono convenzionali, mentre più raramente si hanno veri e propri ritratti il cui accentuato realismo raggiunge un notevole grado di potenza espressiva. Negli uomini la corona che appare come accessorio ornamentale, nella maggior parte dei coperchi, è portata molto bassa sul capo, dalla parte inferiore esce solo una piccola frangia di capelli. Nelle donne la pettinatura più comune è semplice: i capelli sono spartiti da una scriminatura centrale in bande ondulate raccolte all'indietro.
Circa l'abbigliamento degli uomini erano vestiti del solo mantello raccolto in modo da lasciare scoperta la parte superiore del corpo. Le donne indossavano un lungo chitone trattenuto alla vita da una cintura completato da un mantello che copriva la parte posteriore del capo, gli ornamenti comprendevano diademi, orecchini e collane. Alcuni coperchi recano inciso in etrusco o in latino il nome e l'età del defunto.
La cassetta dell'urna su cui posa il coperchio è variamente istoriata, si hanno rappresentazioni mitologiche, decorazioni floreali ed altro.
Il simbolismo più sviluppato tende ad illustrare in vari modi il concetto che l'uomo dopo la morte debba mettersi in viaggio per raggiungere l'aldilà. La scena del congedo si completa con la rappresentazione del servo che dovrà portare le provviste e del cavallo sul quale il defunto farà il viaggio. In altre urne il defunto compie il trapasso su un carro a due ruote coperto da un pesante tendone di tela, tirato da una pariglia di muli o cavalli, è frequente in questi casi la presenza di un piccolo servo, di un battistrada e di un demone che agita due tondi a raggi. Il viaggio in quadriga è un soggetto che si trova unicamente nelle urne volterrane, rappresenta di solito un magistrato che compie il viaggio preceduto da suonatori di flauto, corno e cetra; analogo motivo esprime il viaggio per mare ed il congedo del defunto dalla moglie prima di partire per le Isole Beate.
Significativo è il risalto che viene dato ad ogni evento delittuoso, quando il defunto è vittima di una morte violenta il sarcofago ripropone la scena dell'aggressione.
Nel museo di Volterra oltre ai circa 600 sarcofaghi sono custodite opere di eccelso rilievo artistico come ceramiche, gioielli, monete e bronzi. Fra le realizzazioni nel campo orafo meritano una particolare citazione le fibule, sorta di spilla di origine antichissima che serviva per chiudere i lembi del mantello.
La produzione era generalmente in bronzo sia ad arco rigido che serpeggiante, quelle più rappresentate sono ad arco molto ingrossato dette di solito a navicella le vuote, a sanguisuga le piene. Non mancano esempi di fibula a conchiglia romboidale.
Le monete esposte nelle bacheche del museo provengono in parte da scavi fatti a Volterra e nel suo territorio, in parte da donazioni o acquisti. Di particolare importanza è la collezione dell'Aes Grave volterrano emessa fra gli ultimi decenni del IV ed i primi decenni del III secolo A.C.; essa si compone di tre serie: sul dritto di ognuna è la testa di Giano bifronte; il rovescio reca la scritta in etrusco Velathri e si diversifica nel simbolo.
Sono poi visibili monete in oro, argento e bronzo di altre parti dell'Etruria. La serie assai ricca di bronzetti abbraccia tutto l'arco della civiltà etrusca dall'orientalizzante all'ellenistica e si addentra anche nel periodo imperiale; oltre alle statuette votive vi sono opere ornamenti quali la sommità di candelabri, parte di anse di vasi, amuleti.
La descrizione del museo di Volterra potrebbe proseguire ancora a lungo data la presenza di reperti di eccezionale forza espressiva e stilistica, il nostro obiettivo non vuole comunque raggiungere l'apertura di una relazione scientifica, ma solo aprire uno spiraglio fra l'arte e l'artigianato attraverso i secoli. Il nostro lavoro non seguirà un rigido ordine cronologico in quanto sarebbe troppo vincolante, punterà invece qua e là senza limiti di tempo nè confini geografici, con la speranza di cogliere l'interesse del lettore e dotare l'artigiano valenzano di un bagaglio di riferimenti utili ad una migliore conoscenza delle origini di un'espressione produttiva sorta in pratica con la venuta dell'uomo sulla terra.

Ennio Soro

il fidanzamento e l'anello di fidanzamento

Questo documento espone i risultati principali di due indagini di mercato, una quantitativa ed una attitudinale, sul possesso e sugli atteggiamenti del pubblico nei confronti del fidanzamento e dell'anello di fidanzamento. Le due indagini, condotte su scala nazionale nel corso del 1975, sono state commissionate e realizzate per conto della De Beers Consolidated Mines.

La ricerca quantitativa è stata realizzata dall'Istituto Doxa che ha intervistato con il metodo "omnibus" 10.748 donne di età dai 15 anni in poi.

La ricerca attitudinale riguardante gli atteggiamenti del pubblico nei confronti del fidanzamento e dell'anello di fidanzamento è stata realizzata dall'EMARBI e si è svolta in due fasi successive: 32 interviste individuali in profondità, seguite da una fase quantitativa di 389 interviste ad un campione nazionale rappresentativo dei giovani non sposati di età compresa tra i 20 e i 26 anni per i maschi e tra i 18 e i 24 anni per le femmine, di condizione socio-economica fino alla media/inferiore compresa.

Tutti i campioni sono stati stratificati per zona geografica e ampiezza del centro di residenza.

Iª PARTE

1. POSSESSO DELL'ANELLO DI FIDANZAMENTO

Il 62% delle donne sposate intervistate nel corso della ricerca ha dichiarato di possedere un anello di fidanzamento in generale, mentre il 26% ha dichiarato di possedere un anello di fidanzamento con diamante.

Il possesso dell'anello di fidanzamento è maggiormente diffuso nelle classi socio-economiche superiore e medio/superiore (58%) ma si mantiene a buoni livelli anche presso la classe media (35%).

Percentuali di possesso superiori alla media sono state registrate per donne di età compresa tra i 21 e i 34 anni (42%) e residenti in centri con oltre 100.000 abitanti (35%).

La proporzione di donne sposate in possesso di un anello di fidanzamento in generale è aumentato dal 48% di quelle sposate prima del 1950 all'80% di quelle sposate tra il 1965 e il 1966. Gli anelli di fidanzamento con diamanti sono stati i principali artefici di questo aumento: il possesso infatti è passato dal 15% del primo gruppo al 44% del secondo (vedi tavola n. 1). Una leggera flessione viene tuttavia registrata in questi ultimissimi anni, ma tranne che per il 1974, il livello medio di possesso si è mantenuto oltre il 40%.

Le differenze relativamente ai centri di abitazione sono minime, mentre si mantengono considerevoli le discrepanze tra le classi socio-economiche: 71% della classe medio/superiore a confronto del 30% della classe medio/inferiore.

2. TIPO DI ANELLO DI FIDANZAMENTO POSSEDUTO

Il solitario resta il tipo di anello di fidanzamento più popolare: il 70% degli anelli di fidanzamento posseduti dalle donne intervistate è risultato infatti essere un anello con solitario.

Nel corso degli anni tuttavia si sono registrate fluttuazioni abbastanza sensibili in proposito. La percentuale di possesso di anelli di fidanzamento con solitario è infatti passata dal 67% delle donne sposate prima del 1950 al 77% di quelle sposate tra il 1960 e il 1964, per ridiscendere al 68% dal '70 al '74. (vedi tavola n. 2).

Al contrario, a partire dalla metà degli anni '50 si è avuta una ripresa nel possesso di anelli di fidanzamento con più di un diamante (con un passaggio dal 7% degli anelli di fidanzamento ricevuti negli anni 1955-1959 al 12% del periodo 1970-1974) e con un sostanziosissimo 22% riguardante le donne attualmente fidanzate.

3. PERIODO DI ACQUISIZIONE

Nel corso della prima metà degli anni '70, la maggior parte delle donne riceveva l'anello di fidanzamento due o tre anni prima del matrimonio, come risulta dalla seguente tabella:

Anno di acquisizione
% di donne sposate nel periodo
1970-1975

Un anno dopo il matrimonio	*
Anno stesso del matrimonio	21
Anno prima del matrimonio	34
2 anni prima del matrimonio	17
3 anni prima del matrimonio	8
Periodo antecedente	11
Non specificato	8
	(390)

* = *Meno del 0,5%*

II^a PARTE

ATTEGGIAMENTI NEI CONFRONTI DEL FIDANZAMENTO E DEL-L'ANELLO DI FIDANZAMENTO

Scopo dell'indagine era quello di verificare a livello profondo gli atteggiamenti generali nei confronti del fidanzamento e dell'anello di fidanzamento presso un gruppo di persone potenzialmente coinvolte nel problema.

La prima parte dell'indagine è stata condotta utilizzando un approccio qualitativo, sono stati cioè condotti 32 colloqui in profondità con ragazzi e ragazze divisi a metà per quanto riguardava:

a) *classe medio/superiore - classe media e media/inferiore*
b) *residenti nel Nord - residenti nel Centro/Sud*
c) *fidanzati - non fidanzati.*

IL FIDANZAMENTO

Senza avere la pretesa di un'analisi sociologica, il tipo di ricerca condotta ha messo in luce una certa crisi del fidanzamento, come istituzione e come termine, mentre la condizione del fidanzamento attraversa una fase evolutiva.

Per quanto riguarda il fidanzamento come termine, c'è da notare innanzitutto la difficoltà a definire (e a far definire) le persone sulla base del paramentro fidanzato/non fidanzato, proprio perchè essendosi disgregata la istituzione del fidanzamento come fatto rituale, il ruolo del "fidanzato/a" viene vissuto in modo estremamente soggettivo.

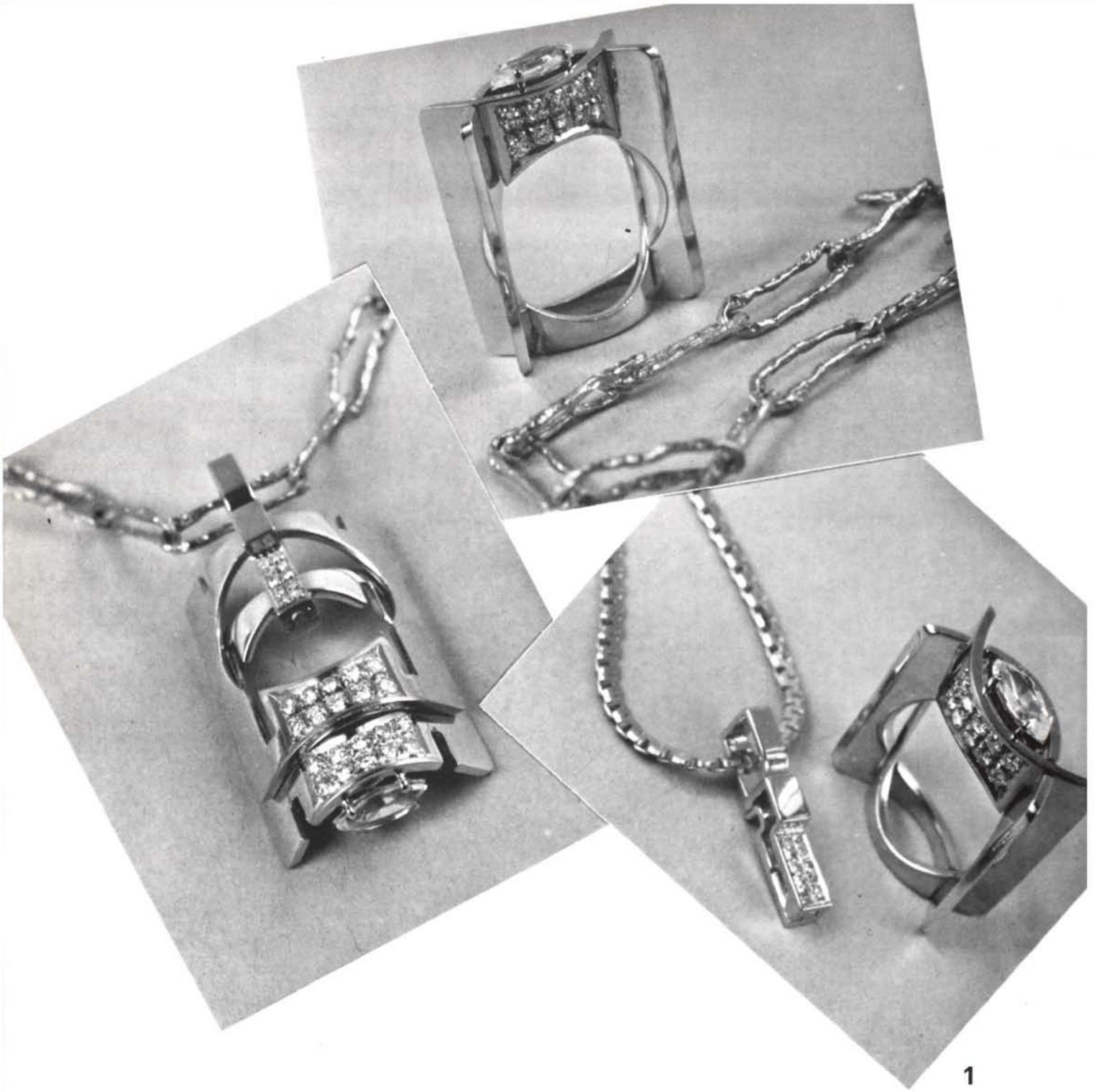
Abolito quindi il rituale (con relativo coinvolgimento di famiglie ed impegni ufficiali), resta la condizione vissuta a livello personale e alla ricerca di una definizione autonoma.

Generalizzando si può dire che nel contesto del gruppo di persone accostate, le persone che più facilmente definivano se stesse come "fidanzate", riconoscendo implicitamente un certo valore al ruolo che tale termine implica, sono situabili da un punto di vista socio-economico agli estremi superiore e inferiore della classe media, mentre da un punto di vista di età si collocano nella fascia più alta.

I "contestatori" del fidanzamento

2

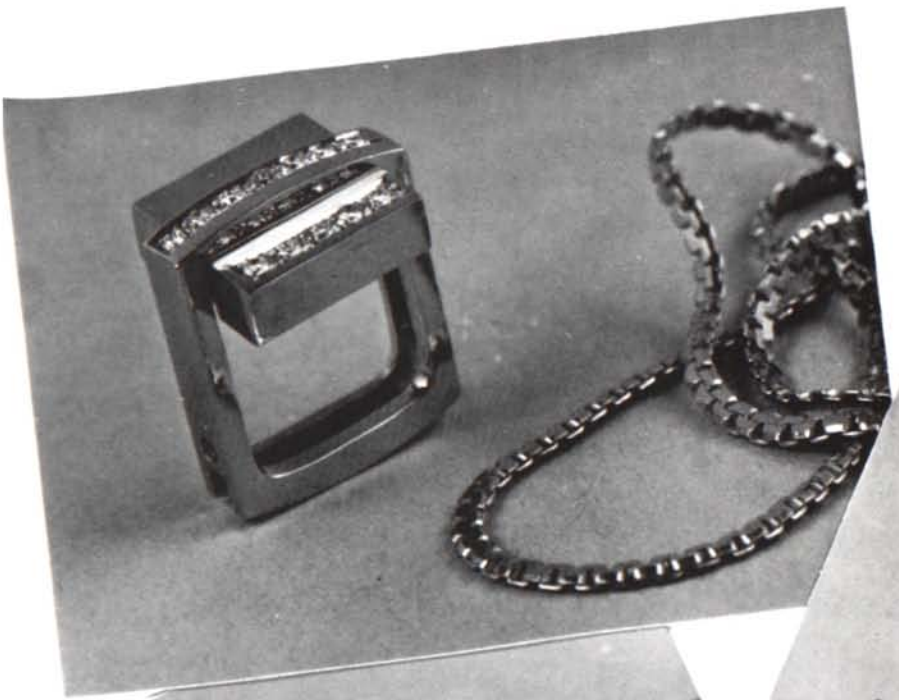
3



1

TIPO DI ANELLO DI FIDANZAMENTO CON DIAMANTI					
Donne sposate (*anno matrimonio*)	*Solitario*	*Diamante centrale con due diamanti di contorno*	*Più diamanti*	*Più pietre*	
				Diamante princip.	*Diamante second.*
Prima del 1950	*67*	*7*	*13*	*7*	*6*
1950 - 1954	*72*	*6*	*14*	*4*	*3*
1955 - 1959	*75*	*6*	*7*	*6*	*5*
1960 - 1964	*77*	*6*	*9*	*6*	*3*
1965 - 1969	*74*	*8*	*11*	*4*	*3*
1970 - 1974	*68*	*7*	*12*	*6*	*7*
Donne non sposate *Fidanzate*	*53*	*10*	*22*	*3*	*12*
Tutte le donne intervistate	70	7	12	6	5

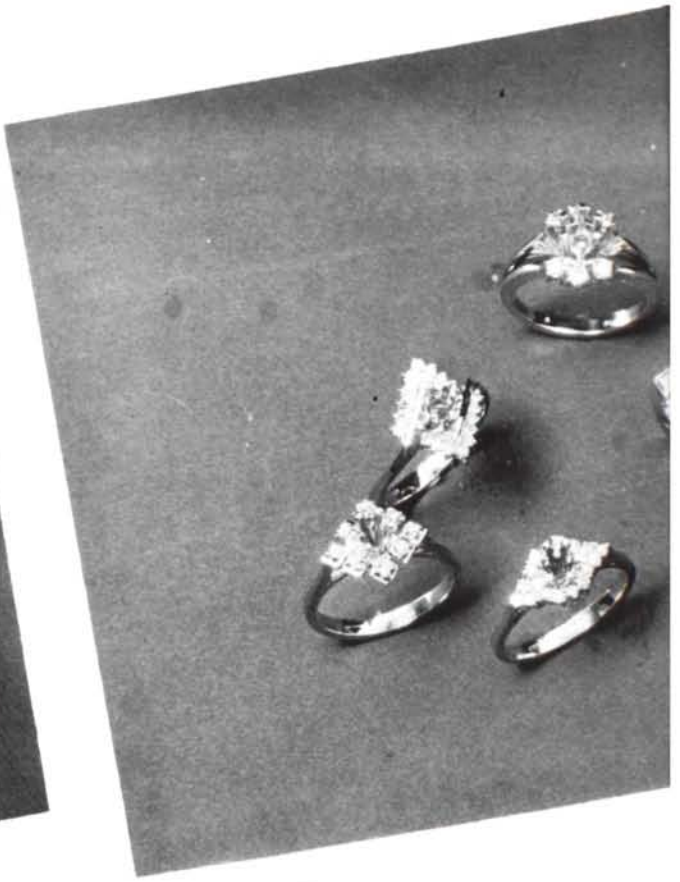
POSSESSO DELL'ANELLO DI FIDANZAMENTO				
Donne sposate (*anno matrimonio*)	*Anello fid. in genere*	*Anello fid. con diamanti/e*	*Anello fid. e altre pietre*	*Anello fid. senza pietre*
Prima del 1950	*48*	*15*	*12*	*21*
1950 - 1954	*68*	*24*	*20*	*24*
1955 - 1959	*70*	*28*	*21*	*21*
1960 - 1964	*74*	*36*	*18*	*20*
1965 - 1969	*80*	*44*	*16*	*20*
1970	*80*	*46*	*13*	*21*
1971	*72*	*40*	*15*	*17*
1972	*76*	*40*	*18*	*18*
1973	*74*	*45*	*9*	*20*
1974	*74*	*37*	*19*	*18*
1975	*68*	*40*	*10*	*18*
Tutte	62	26	15	21
Donne non sposate				
Fidanzate	*60*	*23*	*11*	*26*
Non fidanzate	*7*	*3*	*1*	*3*
Tutte le donne intervistate	54	23	13	19



1

Anello di linea moderna
che ripiegandosi si trasforma in originale pendente.
Designer Piero Tinelli

4



5

sono invece giovani al di sotto dei 20 anni (o appena al di sopra), appartenenti soprattutto ad una classe medio-larga.

In generale del fidanzamento si accetta la possibilità che il termine offre di definire una situazione prematrimoniale o di preconvivenza, situazione che è di per sè accettata ma non ancora codificata con un nuovo termine. Che poi la si voglia definire fidanzamento è già più discutibile: in sostanza si accetta la situazione mentre più difficilmente si accetta il termine. Esiste quindi ancora, e più che mai, il rapporto che in passato veniva definito come fidanzamento, anche se scevro degli antichi rituali, ma il termine è saturo e non è più adeguato ad esprimere tale rapporto così com'è nella sua nuova realtà.

L'ANELLO DI FIDANZAMENTO

Se rappresenta l'espressione formale di una unione inevitabilmente destinata a sfociare nel matrimonio viene spesso rifiutato, mentre assume una certa rilevanza il significato dell'anello come simbolo della unione tra due persone, senza eccessivo impegno ma nemmeno con completo disimpegno, comunque senza coinvolgimento delle famiglie.

In realtà l'anello inserito nel nuovo modo di vivere il rapporto a due rappresenta un elemento tradizionale che è possibile recuperare a livello intimo. Ma perchè tale recupero avvenga è necessario che l'anello si spogli di tutti i suoi significati ostentativi e formali per assumere caratteristiche idonee ad esprimere il nuovo tipo di rapporto.

Il diamante come quello di fidanzamento rappresenta soprattutto una tradizione di cui tuttavia non sempre si conosce il significato simbolico. Al diamante sono immediatamente associati concetti come purezza, luce e preziosità. Il prezzo che i giovani intervistati pensano si possa pagare per un anello con diamante adeguato al loro contesto sociale varia dalle 20 mila lire ai due milioni e più, con una certa concentrazione sulle 500 mila lire.

C'è da notare un certo generico atteggiamento favorevole nei confronti dei diamanti che, se svincolati da simbologie e tradizioni superate, sono sempre belli, eleganti, di gusto e comunque rappresentano un buon investimento.

La seconda parte dell'indagine era estensiva, a livello quantitativo, della precedente ricerca integrata. A questo scopo sono state eseguite 389 interviste ad un campione nazionale rappresentativo dei giovani non sposati di età compresa tra i 20 e i 26 anni per i maschi e tra i 18 e i 24 anni per le femmine, di condizione socio-economica fino alla media/inferiore compresa. Il campione è stato stratificato per zona geografica e ampiezza del centro di residenza.

7

6

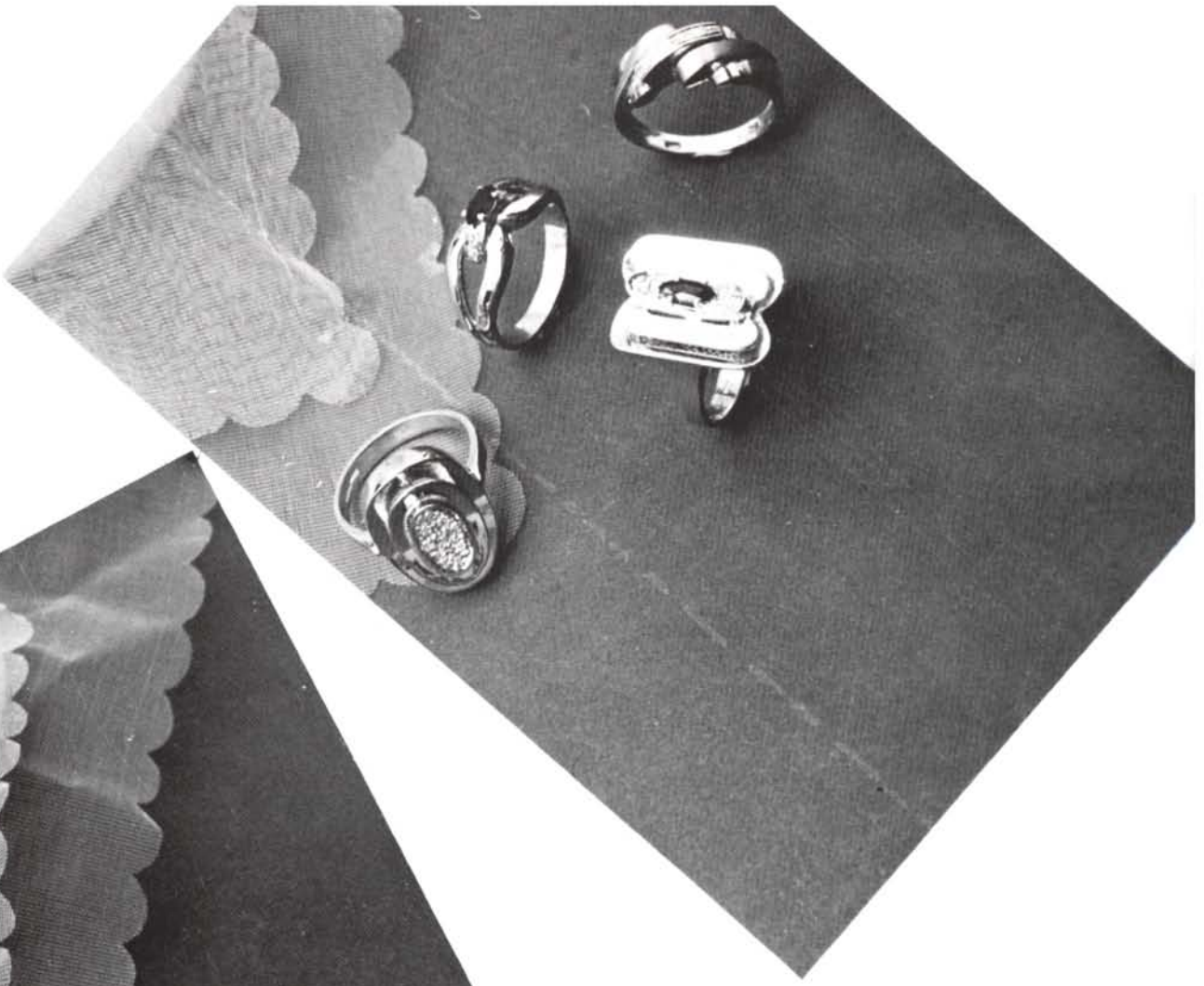
IL FIDANZAMENTO

Il 62% dei giovani dai 18 ai 26 anni dichiara di avere legami affettivi sia a livello fidanzamento che a livello meno profondo. Malgrado questi legami, una buona parte del tempo libero fuori casa viene passato nella socialità (insieme ad amici e/o amiche).

Il 41% degli intervistati dichiara di considerarsi fidanzato, mentre il 21% di essere legato affettivamente pur non considerandosi fidanzato. Il fidanzamento viene vissuto soprattutto come momento di conoscenza reciproca, non inteso come impegno tassativo a sposarsi o come momento di abitudine ad essere fedeli.

Viene inoltre vissuto analogamente dagli uomini e dalle donne soprattutto come evento individuale e non di convenienza sociale.

Quanto all'anello di fidanzamento, un buon numero di intervistati fidanzati (69,8%) ha dichiarato di possedere l'anello di fidanzamento. Tra i



8

9

non fidanzati, la maggioranza (41,3%) *dichiara che riceverà o regalerà l'anello di fidanzamento, mentre una certa consistenza ha anche l'area di incertezza* (27,4%), *così come l'area di rifiuto* (27,4%).

Il diamante, pur avendo perso presso la maggioranza la prerogativa di pegno d'amore, mantiene intatti il suo prestigio e la sua attualità: viene infatti visto come del tutto consono sia ad un modo di vestire moderno che all'adattabilità a gioielli di gusto moderno. Esso non ha una caratterizzazione fortemente ostensiva, mantenendo tuttavia una ragguardevole desiderabilità da parte femminile. C'è inoltre una preferenza per i diamanti piccoli e puri piuttosto che per i grossi diamanti con qualche imperfezione. Il diamante viene inoltre enfatizzato come pietra più bella e costosa che mantiene il valore nel tempo. In generale, dunque, il diamante ha mantenuto anche presso i giovanissimi tutto il suo prestigio rivelandosi assai adeguato anche alla nuova maniera di vivere e ad un suo inserimento in una sfera di privatizzazione dei rapporti.

Hanno collaborato le seguenti ditte:

1 Raccone e Strocco
2 Montaldi Carlo & C.
3 Assini & C.
4 N.I.A.
5 ABR
6 Leva Giovanni
7 Ferraris Ferruccio
8 Marelli e Vanoli
9 Favaro Sergio

alcune forme di pagamento nel commercio internazionale

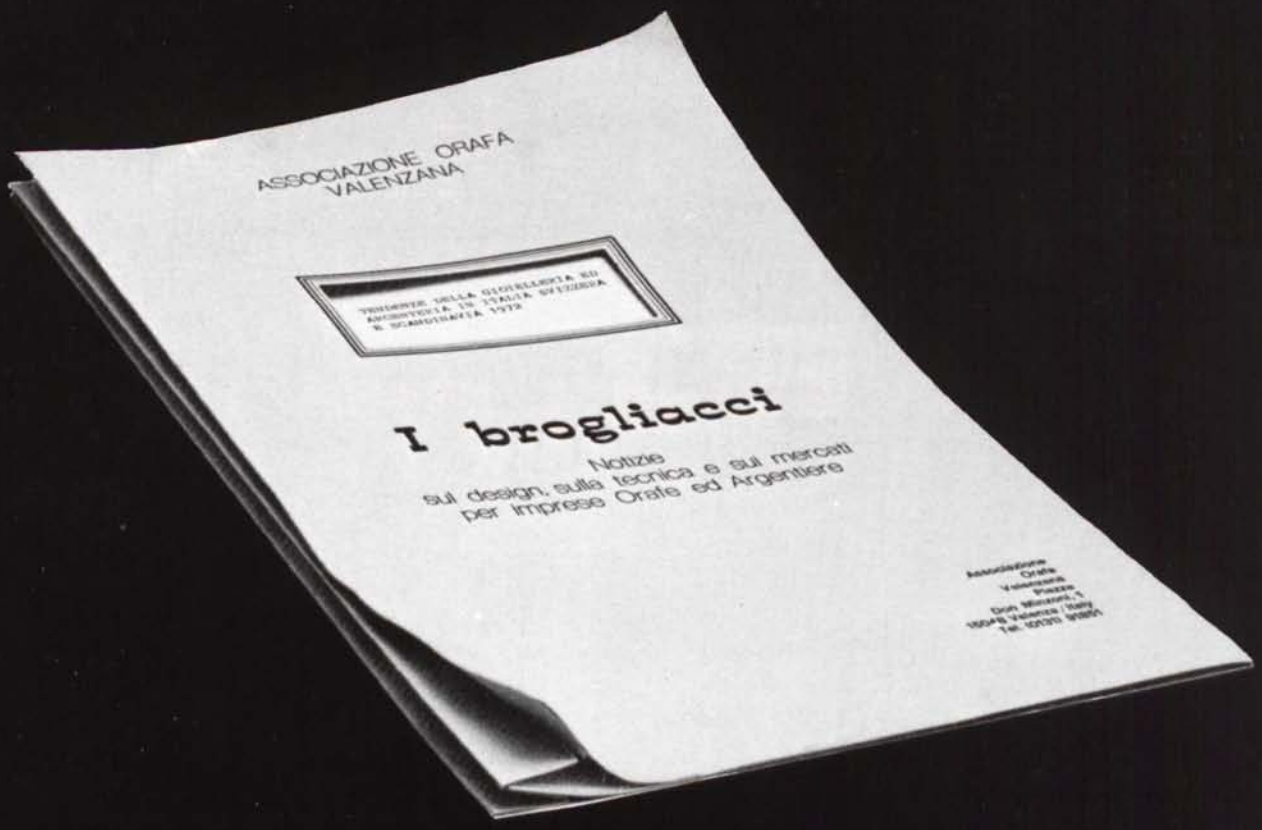
Non è un argomento attuale, non è una tesi dibattuta ma è un tema basilare.
Non si desidera ritornare su argomenti discussi, non si vogliono impartire disposizioni di linee programmatiche di lavoro o di modi di agire, si vuole solo argomentare ed informare su qualche caso che è di massimo interesse nei rapporti con i clienti esteri. Abbiamo difatti trattato dei nostri collaboratori esteri e dei rapporti che dovrebbero intercorrere tra le nostre ditte e gli stessi onde operare con un rapporto chiaro e preciso, abbiamo parlato anche dei rapporti e dei contratti di agenzia così come sono regolati nei vari Stati.
Abbiamo posto delle premesse ed abbiamo trattato un problema che se opportunamente approfondito non serve solo quale fine ad un rapporto maggiormente sicuro sul piano economico finanziario, ma determina necessariamente uno sviluppo di scambi chiari e conseguentemente un aumento in volume di trattazioni ed in termini reali grandi percentuali di aumenti in valore.
Sono ormai terminati i tempi ed i momenti dell'improvvisazione nel commercio con l'estero e tutto dovrebbe essere perfettamente regolato da accordi ben precisi.
Con questo non si vuole affermare che dovrebbe venir meno quella fiducia che esiste tra produttore ed acquirente, tra esportatore e cliente estero, ma sicuramente si può dire che esistendo, al momento dell'ordine un accordo preciso tra le due parti, la fiducia aumenta.
Forse c'è chi pensa che nebulosità nelle trattative, approssimazione negli accordi significhi amicizia e fiducia.
Commette un errore madornale chi pensa in questo modo. Come si può difatti affermare che un accordo impreciso, frettoloso possa portare alla fiducia tra le parti?
Qualche cosa di impreciso fatalmente incrina la fiducia che esiste oppure, nella più felice delle ipotesi, mantiene l'amicizia e la fiducia esistente su un piano statico, fermo, abulico.
Ma sul piano della chiarezza non basta esaminare i rapporti che intercorrono tra esportatore e agenti o rappresentanti esteri, ma anche qualche cosa che riguarda direttamente gli esportatori ed i propri clienti esteri, siano gli stessi acquisiti per il tramite dei rappresentanti, siano gli stessi acquisiti direttamente.
Non è che si desideri fare completamente un flash tecnico su qualche modalità di pagamento, ne deriverebbe qualche cosa di completamente differente da quello che è il proposito delle nostre trattazioni.
Un approfondimento sui singoli temi trattati, sulle varie modalità che ne derivano e che sono accennate è sempre possibile nel corso di successive trattazioni anche con altre argomentazioni, ma trattare gli argomenti sempre, solo ed esclusivamente sotto il profilo tecnico pare qualche cosa di eccessivamente arido.
Si parla di regolamento delle merci esportate ed è argomento continuo non solo ricorrente. Non è che si voglia in questa sede fare un esame di tutte le modalità di pagamento, dei casi che possano presentarsi e delle possibili soluzioni degli stessi.
Si vuole solo dare una scorsa veloce a qualche condizione che può ricorrere frequentemente. Proprio a proposito di modalità di pagamento alcuni fabbricanti si sono orientati nel porre come condizione il pagamento tramite lettera di credito.
Certamente con "l'irrevocable letter of credit" l'esportatore ha la certezza che la Banca emittente del documento pagherà l'ammontare dovuto sempre che siano stati osservati tutti gli adempimenti richiesti; naturalmente la lettera di credito deve essere emessa da una Banca di primaria importanza.
La lettera di credito difatti contiene l'autorizzazione data al beneficiario dalla Banca emittente perchè siano emesse su di essa, per conto dell'importatore, tratte a vista o a diverse scadenze per importi precisati, ed il documento suddetto contiene, come abbiamo detto, la premessa che la banca trattaria pagherà detti importi se la tratta sarà accompagnata dai documenti rispondenti ai requisiti stabiliti.
Per l'esportatore si ha poi la possibilità di negoziare o meglio di fare negoziare la lettera di credito da una delle sue Banche.
Nella pratica però le cose non sono così semplici come possono apparire in teoria. Difatti vediamo che la negoziazione delle tratte relative alla lettera di Credito viene effettuata dalle Banche corrispondenti con le dovute cautele, sia per quanto riguarda l'accertamento dell'importanza economica della Banca emittente, sia per quanto riguarda la rispondenza dei documenti e sia per quanto riguarda anche la solvibilità dell'esportatore,

in quanto tutte le lettere di credito vengono negoziate "salvo buon fine" e siccome i documenti viaggiano sempre e comunque a completo rischio del beneficiario, lo stesso rimane assoggettato ad azione di rivalsa sino a che tutta la documentazione non sia accettata e ritenuta perfetta da parte della Banca che ha emesso la lettera di Credito.
Vi sono poi particolari lettere di Credito in base alle quali le tratte a copertura delle stesse sono emesse non a carico della Banca, ma devono essere spiccate sull'ordinante.
La differenza tra le due forme è sostanziale in quanto mentre nella prima forma citata e descritta la Banca emittente la lettera di Credito dichiara di onorare la tratta, nella seconda forma la Banca dichiara unicamente di negoziare la tratta.
Con questa forma di pagamento si ha quindi una tranquillità, che pur non potendosi dichiarare assoluta è pur sempre considerevole. Non si può più dire assoluta in quanto potrebbero verificarsi eventi, considerando di primaria importanza la Banca emittente, che permettono di rifiutare il pagamento in quanto non sono stati effettuati gli adempimenti richiesti e si sono verificate discordanze tali per cui non è possibile l'immediato pagamento e si dovrà procedere a tutta una serie di accertamenti e di chiarificazioni tra esportatore, Banca ed imprenditore.
Altre modalità di pagamento possiamo averle con:
- il pagamento anticipato
- il pagamento a scadenza
- il pagamento alla consegna.
Con il pagamento anticipato l'importatore fa invio del corrispettivo ammontare dell'ordine, in via anticipata, cioè contemporaneamente o quasi all'invio dell'ordine, l'importatore paga la merce.
È una forma di pagamento raramente usata nel commercio internazionale in quanto deve sussistere una notevole e reciproca fiducia tra produttore e compratore, difatti il compratore corre il rischio dell'insolvenza del fornitore, oppure, anche non considerando questo caso estremo, vi sono i rischi di ritardi nella consegna, oppure di differenze tra il prodotto ordinario e quello ricevuto. Pur non essendo frequente il caso di pagamenti anticipati da parte di nostri clienti e questo solo per ragioni di carattere economico, la fiducia sussiste con i nostri clienti ed elimina anche solo il pensiero che vi siano altri rischi oltre a quello del costo del denaro ed il rischio del cambio, che pure nei vari Stati esteri sono abbastanza notevoli.
Con il pagamento a scadenza invece si procede all'emissione della tratta a carico dell'importatore. La tratta dovrà essere accettata dall'importatore stesso, o dalla sua Banca, oppure dall'importatore con avallo della sua Banca. Inoltre la tratta può essere una "clean bill": giunge cioè sulla piazza dell'importatore indipendentemente dai documenti, oppure può essere una "documentary bill" quando alla stessa sono allegati i documenti.
Le tratte così accettate sono poi sottoposte nei vari Stati di pagamento alle legislazioni vigenti negli stessi con tutte le conseguenze derivanti in caso di mancato pagamento.

Il pagamento alla consegna è praticamente il pagamento contro documenti che è comunemente usato nel commercio internazionale. Le banche estere consegnano i documenti rappresentativi della merce al destinatario, solo se quest'ultimo paga l'ammontare della merce stessa Anche in questo caso si devono verificare le responsabilità che le Banche estere hanno per i documenti all'incasso e che sono diversi da Stato a Stato.
Parlando di regolamento posticipato dopo l'ispezione della merce si fa riferimento ad un pagamento libero che verrà poi effettuato con un bonifico semplice.
Si ha l'ispezione della merce da parte dell'importatore che ne verifica la rispondenza immediata con l'ordine. In qualche caso certe Banche estere fanno eseguire questa operazione sotto la diretta sorveglianza di loro funzionari ciò per garantire l'esportatore.
La pratica bancaria anglosassone prevede una vendita condizionata assistita da una "trust receipt" in base alla quale il compratore si impegna a versare alla Banca l'importo della merce non appena questa sia stata venduta ed incassato l'ammontare.
Abbiamo accennato all'emissione di tratte ed alle legislazioni vigenti nei vari Stati che ne regolano l'emissione e la negoziazione.
È un tema questo che può essere oggetto di una successiva trattazione in quanto lo stesso è molto vasto ed interessante.
Basti pensare che una parte degli Stati Europei ed Extraeuropei hanno aderito alla "Convenzione di Ginevra relativa alla cambiale" e pur applicandone il protocollo relativo hanno apportato nei loro codici delle lievi differenziazioni.
Altri Stati, pur non aderendo alla "Convenzione" hanno fatto riferimento alla stessa nella regolamentazione del regime cambiario però con notevoli modifiche.
Addentrandoci in questa materia si potrà notare l'esattezza dell'affermazione esposta in premessa relativamente alla stipulazione di accordi chiari e precisi con i nostri clienti esteri.
È una cosa che abbiamo considerato non sotto il profilo della sfiducia, ma solo ed esclusivamente per migliorare il nostro commercio.

Diego Mattacheo

A.B.R. VALENZA
Una proposta
ABR
per vestire
i diamanti
con classe
ABR
via Lega Lombarda 14
Valenza



Notizie sul design, sulla tecnica e sui mercati per imprese orafe ed argentiere

FABBRICAZIONE ARGENTERIA IN CANADA E STATI UNITI

TECNICHE CONTINENTALI E MACCHINARI PER LA FABBRICAZIONE DELLA GIOIELLERIA ED ARGENTERIA

SVILUPPI DELLA MICROFUSIONE

UNO SGUARDO ALL'INDUSTRIA DELLA GIOIELLERIA IN FINLANDIA

SALDATURA DI LEGHE ORO 9 kr.

CONVENZIONE ITALO-SVIZZERA SULL'USO DEI PUNZONI SUI METALLI PREZIOSI

UN ESAME DEGLI ADESIVI PER METALLO NELLA PRODUZIONE DELL'ARGENTERIA E GIOIELLERIA

UNO SGUARDO ALL'INDUSTRIA SPAGNOLA DELLA GIOIELLERIA ED ARGENTERIA

IDEE DAL NORD AMERICA PER GIOIELLIERI ED ARGENTIERI

TENDENZE DELLA GIOIELLERIA ED ARGENTERIA IN ITALIA, SVIZZERA E SCANDINAVIA 1972

CONVENZIONE SUL CONTROLLO E MARCATURA DEGLI ARTICOLI DI METALLI PREZIOSI

PER OGNI RICHIESTA RIVOLGERSI PRESSO LA SEGRETERIA A.O.V. PIAZZA DON MINZONI, 1 - TEL. 91851

CONSIGLIO DELL'A.O.V. RISULTATI ELEZIONI BIENNI '77-78

Si sono tenute presso l'Associazione Orafa Valenzana le elezioni per il Consiglio Direttivo per il biennio 1977/78. I risultati di dette elezioni, che qui di seguito riportiamo, hanno riconfermato nella carica il Presidente, il Vice-Presidente, il Segretario. Sono stati inoltre nominati i Presidenti delle commissioni di lavoro.

Presidente	*: FERRARIS Gian Piero*
Vice-Presidente	*: CANTAMESSA rag. Franco*
Segretario	*: BAJARDI rag. Ubaldo*
Pres. Comm. Finanziaria	*: ILLARIO dr. Giovanni*
Pres. Comm. Disciplina	*: CARNEVALE Arno*
Pres. Comm. Stampa	*: PRANDI Ginetto*
Pres. Comm. Mostra Permanente	*: RACCONE Andreino*
Pres. Comm. Viaggiatori	*: RICCI Adelio*
Pres. Comm. Tecnico Organizzativa	*: VERITÀ Stefano*

Consiglieri :

BAGGIO Vincenzo
BATAZZI Luciano
BUTTINI rag. Carlo
CAVALLERO Aldo
CASSOLA Gilberto
ICARDI Giuseppe
LENTI Gian Franco
MANCA Piero
MILANESE Ugo
PEROSO Delio
TERZANO rag. Arno
VECCHIO Giulio

COLLEGIO SINDACALE

Sindaci effettivi:
CAVALLI Massimo (Presidente)
AGLIOTTI Attilio
MONTINI Marco

Sindaci supplenti:
CAPRA Giuseppe
DUCCO Giuseppe

LE COMMISSIONI DI LAVORO

COMMISSIONE DI PRESIDENZA

FERRARIS Gian Piero (Presidente)
CANTAMESSA Franco
BAJARDI Ubaldo
CARNEVALE Arno
ILLARIO Giovanni
RACCONE Andreino
RICCI Adelio
PRANDI Ginetto
VERITÀ Stefano
CAVALLI Massimo

COMMISSIONE FINANZIARIA

ILLARIO Giovanni (Presidente)
CANTAMESSA Franco
CAVALLERO Aldo
RICCI Adelio

COMMISSIONE STAMPA

PRANDI Ginetto (Presidente)
CARNEVALE Arno
ILLARIO Giovanni
RACCONE Andreino
RICCI Adelio
VERITÀ Stefano

COMMISSIONE GRUPPO VIAGGIATORI

RICCI Adelio (Presidente)
BAJARDI Ubaldo
BUTTINI Carlo
CANTAMESSA Franco
TERZANO Arno

COMMISSIONE TECNICO-ORGANIZZATIVA

VERITÀ Stefano (Presidente)
BUTTINI Carlo
CASSOLA Gilberto
ICARDI Giuseppe
MANCA Piero

Membri aggiunti:
CIARLI Carlo
GALLONE rag. Moreno
PANELLI rag. Pier Angelo

COMMISSIONE DISCIPLINA

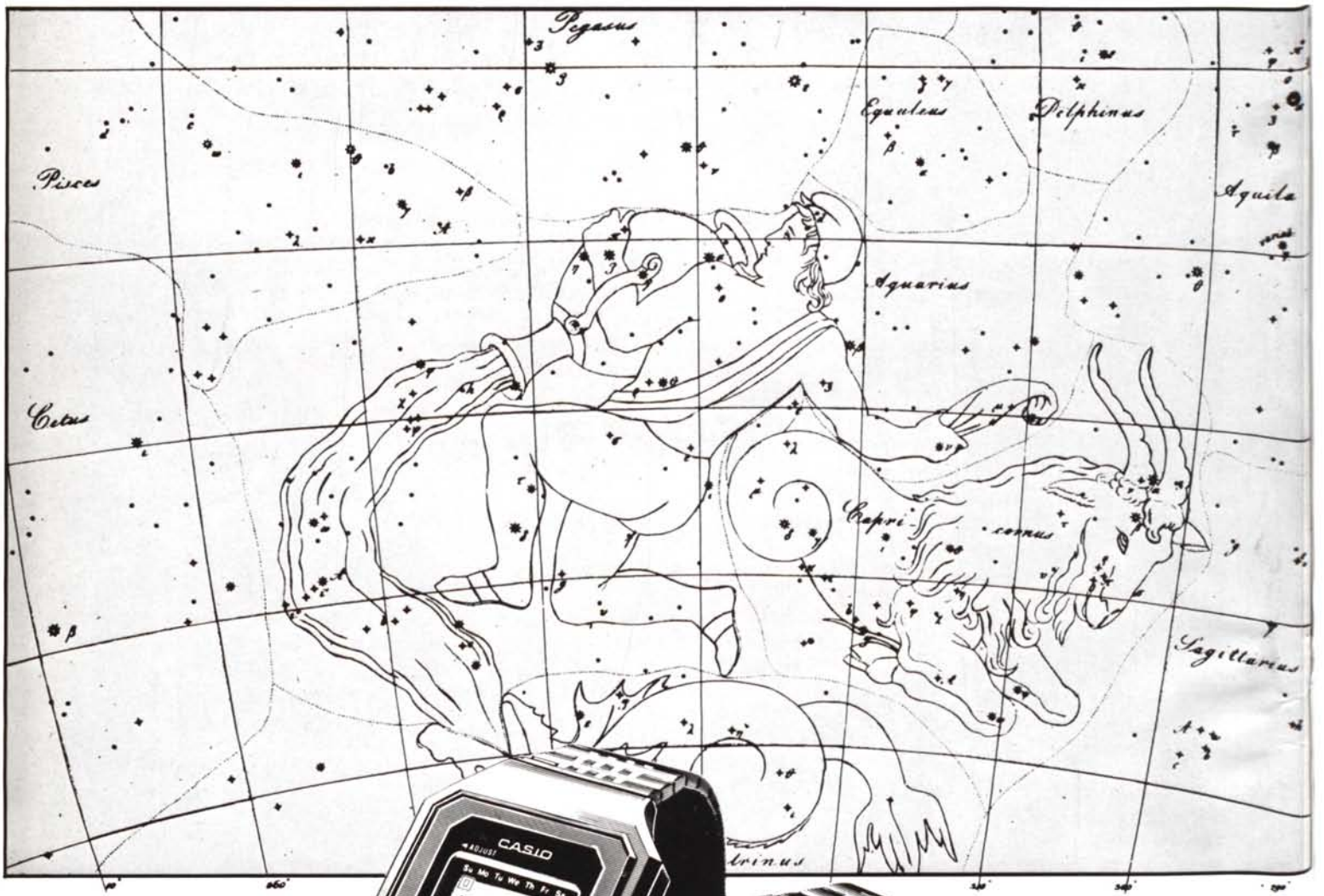
CARNEVALE Arno (Presidente)
BAGGIO Vincenzo
BATAZZI Luciano
MILANESE Ugo
PEROSO Delio
TERZANO Arno
VECCHIO Giulio

COMMISSIONE MOSTRA

RACCONE Andreino (Presidente)
BAJARDI Ubaldo
CAVALLERO Aldo
CASSOLA Gilberto
LENTI Gian Franco

Membri scelti tra gli espositori
CANE Piero
COMINETTI Mario
DE BATTISTIS Walter
GASTALDELLO Elia
PANCOT Guido
ZANCHETTA Ottorino
BICCIATO Gianni
SANPIETRO dott.ssa Marisa

Il primo orologio dell'uomo fu il firmamento



Poi vennero le meridiane,
e clessidre, gli orologi ignei,
gli orologi meccanici e
quelli a pesi e contrappesi,
gli oriuoli, gli orologi elettrici,
automatici, elettronici.
Per ultimi gli orologi al quarzo
e finalmente CASIO.
I modernissimi computers
CASIO a cristalli
liquidi LCD, dotati di memoria selettiva e
precisione eccezionali, nascono dalla
tecnologia d' avanguardia
dei giapponesi.
È per questo che si
inseriscono nella storia
dell'orologio divenendo
testimoni preziosi
della sua continuità.

CASIO
continua la storia dell'orologio

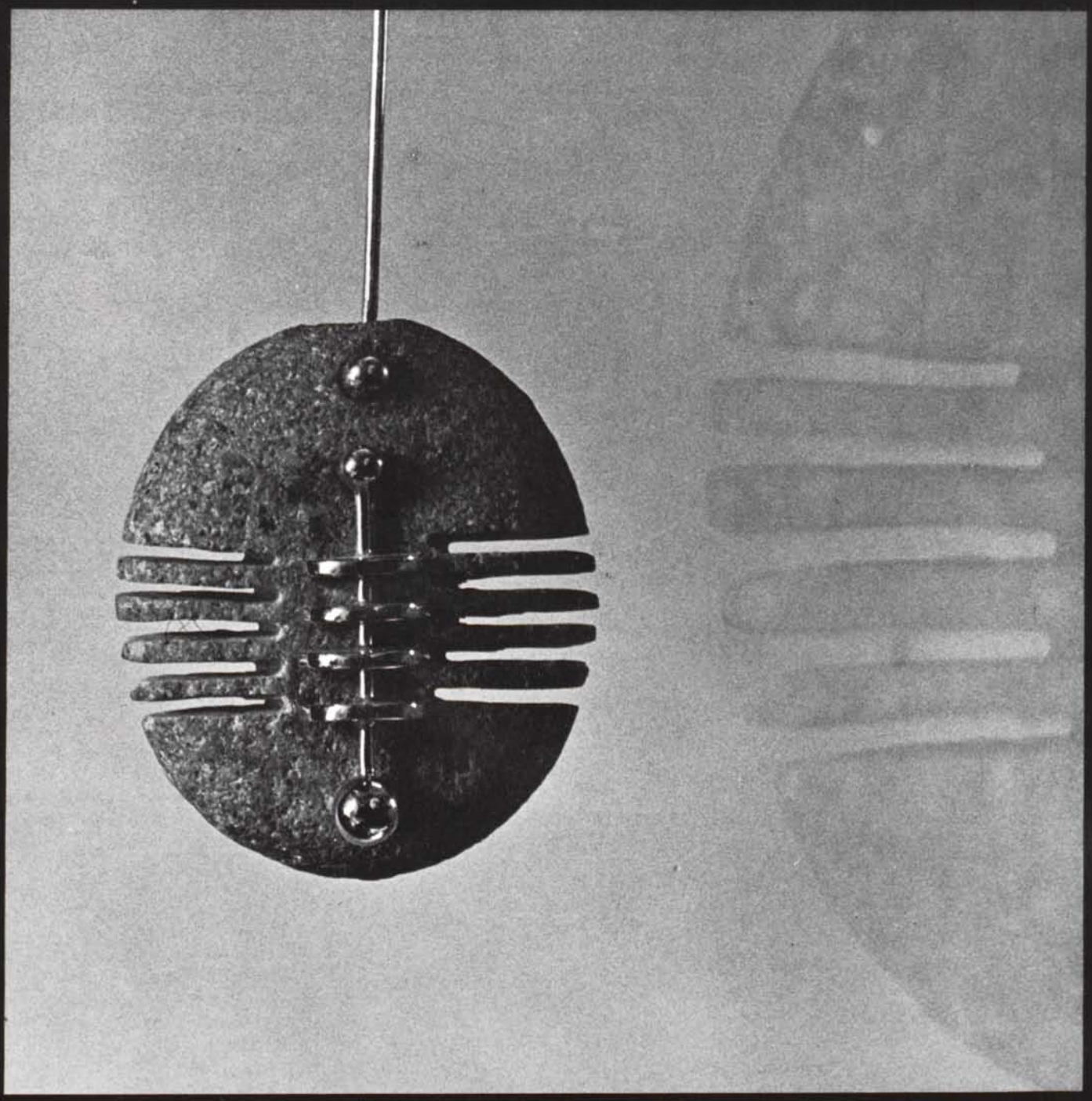
Garanzia internazionale.

CASIO
distribuzione
LORENZ

In vendita nelle Orologerie e Gioiellerie / Importazione e distribuzione esclusiva.
LORENZ s.p.a. - Milano 20121 - via Marina, 3 - tel. 701584 / Esposizione Centro P.R. via Montenapoleone, 12

Croce al merito per Paul Kraemer titolare della ditta Hogut & Co. di Colonia

Da 18 anni aiuta i giovani "che stanno nell'ombra della vita".
La croce al merito della Repubblica Federale Tedesca è stata conferita il 13 luglio 1977 al Signor Paul Kraemer di Frechen.
L'impulso per il conferimento era stato dato dal Sindaco Heinz Filz, dal Direttore distrettuale Dr. Helmut Bentz e dal Direttore dell'associazione regionale della Renania, Dr. Helmut Czischke.
In presenza di rappresentanti del consiglio e dell'amministrazione della città di Frechen e di molti amici il Presidente della giunta provinciale Dr. Bernhard Worms onorò il signor Kraemer con un'ora di raccoglimento.
Nella motivazione della proposta si dice: con parole e-fatti il signor Kraemer, avendo egli stesso avuto un bambino subnormale, si mise 18 anni fà a disposizione della scuola speciale per subnormali. Dopo la trasformazione in una scuola distrettuale nell'anno 1971 la società degli amici e promotori della scuola di Frechen-Buschbell scelse il signor Paul Kraemer come Presidente onorario. Come riconoscimento dei suoi meriti particolari nei confronti di questa scuola, la giunta distrettuale di Colonia intitolò la scuola al suo promotore Paul Kraemer.
Egli fondò nel 1971 la donazione "Gold-Kraemer" che non ha soltanto lo scopo di aiutare i bambini handicappati, ma promuove anche l'assistenza sociale della gioventù e la previdenza per le persone anziane. Da quando esiste questa fondazione, essa mette a disposizione dell'associazione degli amici e promotori della scuola Paul Kraemer un importo annuo di D.M. 50.000.
Inoltre quest'istituzione ha donato nell'anno 1974 un terreno alla città di Frechen per la costruzione di un asilo, assumendosi una parte delle spese di allestimento. In più sono state aiutate con stanziamenti finanziari non insignificanti numerose istituzioni sociali, tra cui anche la Società Olimpica Tedesca.
Nello stesso modo il Sig. Paul Kraemer ha sovvenzionato i clubs culturali e favorito il progredire della vita culturale della città di Frechen.
Il presidente della giunta provinciale Dr. Bernhard Worms si complimentò con lui cordialmente.
Il vice-sindaco Sig.na Gertrud Schmitz portò le congratulazioni della città.



FERRARIS & C.

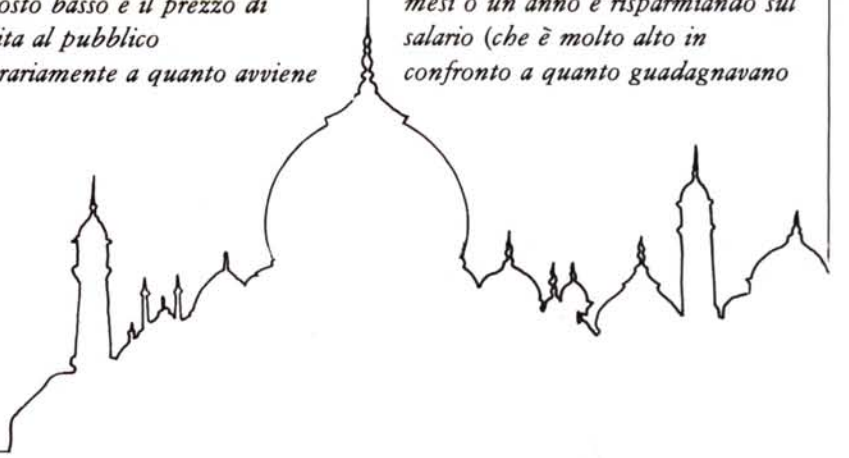
oreficeria / gioielleria / viale dante 10 / tel. (0131) 94749 / 15048 valenza / italy

Il mercato dell'oro nel Medio Oriente nel 1976

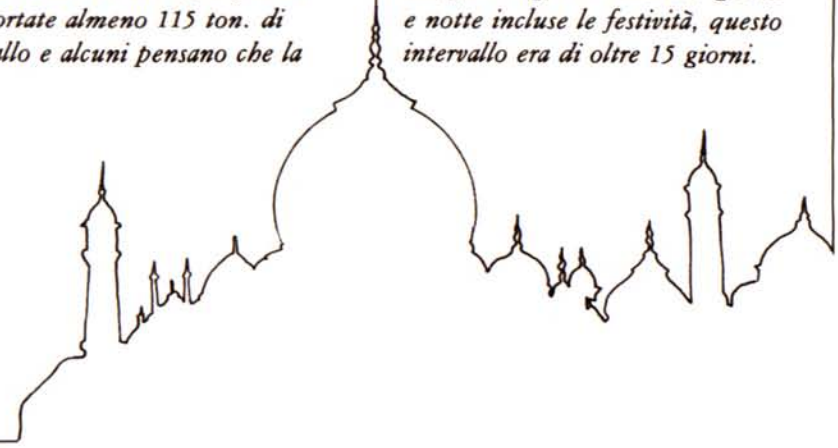
L'importanza del mercato Mediorientale per l'industria orafa italiana è stato più volte sottolineato specie in occasione di manifestazioni o fiere dagli addetti ai lavori.
Ci pare quindi molto interessante per i nostri lettori l'articolo che tramite la International Gold Corporation, Timothy Green ci ha fatto pervenire e che mette a fuoco con chiarezza molti dei punti cruciali della questione. Timothy Green è stato per 10 anni consulente per il mercato del Medio e Lontano Oriente presso la Consolidated Gold Fields.

Il Medio Oriente ha assunto un ruolo particolarmente significativo relativamente al mercato dell'oro durante il 1976 anche se forse non proprio come molti avevano sperato.
Da quando l'aumento del prezzo del petrolio ha messo a disposizione di molti Paesi come l'Arabia Saudita, il Kuwait e l'Unione degli Emirati importantissimi surplus monetari c'è stata una costante pressione speculativa affinchè quelle Nazioni effettuassero grandi investimenti in oro.
In pratica questo non è avvenuto. Invece c'è stato un boom eccezionale nell'acquisto della gioielleria d'oro ottenuta a prezzi assai bassi in corrispondenza del rapido aumento del potere di acquisto degli abitanti.
Perciò durante il 1976 il Medio Oriente è divenuto un importante compratore di metallo che è stato trasformato localmente in gioielleria 22 carati o coniato; inoltre i produttori italiani di gioielleria hanno ricevuto massicci ordini dal Medio Oriente specialmente per catename prodotto a macchina.
Conteggiando assieme gli acquisti diretti di metallo e gli acquisti di oreficeria italiana si raggiungono quasi le 500 ton. ossia quasi un terzo dell'oro immesso sul mercato.
La domanda è stata particolarmente forte durante i mesi da agosto a dicembre e anche a questo si deve se il prezzo dell'oro non scese sotto i 100 dollari l'oncia e risalì consistentemente dopo la metà di settembre.
Quando diciamo «Medio Oriente» dobbiamo comprendere nel nostro discorso non solo l'Egitto, la Siria, la Giordania, i Paesi del Golfo e l'Iraq ma anche lo Yemen, l'Iran e la Turchia.
La Turchia è inclusa perchè come le Nazioni arabe della regione essa è essenzialmente un mercato di accumulo e la popolazione locale investe la maggior parte dei suoi risparmi in ornamenti d'oro; essa in passato riceveva le forniture dalla porta del Medio Oriente ossia da Beirut e ora viene approvvigionata via Damasco.
La tragica guerra civile libanese durante il 1975 e 1976 ha provocato profondi cambiamenti nel quadro della distribuzione dell'oro in questa area.
Mentre per molti anni il mercato di Beirut è stato il principale centro di distribuzione per la maggior parte del Medio Oriente, esso è stato ora rimpiazzato (almeno temporaneamente) dalla espansione dei mercati di Jeddah, Kuwait e Teheran.
Jeddah e Teheran in particolare sono divenuti assai significativi; Jeddah ha importato oltre 20 ton. di oro durante il 1976 e Teheran quasi 70 ton.
All'opposto Dubai, in passato passaggio obbligato per la maggior parte dell'oro destinato all'India, è ora assai ridotto, e nell'anno 1976 ha visto contrattazioni per meno di 50 ton.
(Le leggi promosse da Indira Gandhi, in vigore fino al marzo 1977, hanno veramente diminuito il contrabbando.)
Complessivamente questi importanti mercati hanno importato nel 1976 circa 375 ton. di oro, principalmente in lingotti da un chilo o dieci tola.
Inoltre ci sono state spedizioni dirette per circa 40 ton. verso altri Paesi come la Libia, il Qatar, il Bahrain e il Marocco, usualmente in forma di lingotti ma anche di semilavorati.
In pratica 451 ton. di oro sono entrate nella regione considerata. Dobbiamo sottolineare che questi dati si riferiscono al metallo fisicamente trasferito nel 1976; le scorte di oro depositate a Londra, a Zurigo o New York per investimento o speculazione sia da privati che da fondi di investimento non sono state conteggiate. Alle sopraddette

spedizioni di lingotti d'oro sono da aggiungere le 60 ton. di oreficerie importate dall'Italia.
Dire che l'industria della gioielleria italiana è stata revitalizzata dagli ordini pervenuti dal Medio Oriente è poco, essa è stata infatti addirittura trasformata. Dopo due anni di magra che avevano fatto passare molte aziende alla produzione di gioielleria di argento molti dei maggiori produttori italiani hanno dovuto constatare che essi addirittura non potevano fronteggiare gli ordini in arrivo dall'Arabia Saudita, il Kuwait e l'Unione degli Emirati.
In particolare è risultata elevatissima la richiesta di catename.
Molti fabbricanti hanno potuto garantire le spedizioni solo a 6 o 9 mesi dalla fine del 1976.
Come conseguenza l'impiego d'oro per gioielleria è passato in Italia dalle 80 ton. del 1975 alle 180 del 1976.
Anche i produttori arabi di oreficerie hanno goduto di un anno eccezionale. È davvero sorprendente come siano numerosi nel Medio Oriente i fabbricanti che acquistano nuovo macchinario per la lavorazione dell'oro.
Anche in Arabia Saudita, che non dispone di una sofisticata industria orafa, è stato notato che molto dell'oro entrato a Jeddah era subito trasformato in gioielleria 22 carati.
Oltre a ciò, molte tonnellate di oro sono state trasformate in monete da offrire ai pellegrini.
E nel Dubai, che come detto è un punto di smistamento per il commercio con l'India, molto dell'oro importato è stato poi trasformato dall'industria locale.
Lo stesso accade negli altri Paesi del Golfo Arabico; nell'Abu Dhabi, nel Qatar, nel Bahrain e nel Kuwait è sempre più grande la quantità di metallo trasformata da fabbricanti locali.
Come nell'Iran, l'industria orafa cresce ovunque rapidamente.
Una Ditta ha dichiarato di impiegare oltre 600 operai e sta importando macchine per la produzione di catename e altro macchinario specializzato dall'Italia.
Al momento il fabbisogno di oro è ovunque molto alto perchè la maggior parte dei manufatti è in oro 22 carati (eccetto che nell'Iran che adotta il 18 carati), e il ricarico è molto basso.
In genere il ricarico su manufatti tipo braccialetti in Paesi come il Kuwait o l'Arabia Saudita non è più del 20-30% del valore del metallo.
Ciò è da mettere in confronto con il ricarico del 300% o più oggi effettuato in Europa o negli Stati Uniti d'America. Pertanto da ciò deriva che il compratore di oreficeria nel Medio Oriente oggi riceve in cambio del proprio denaro molto più oro che altrove.
Il motivo principale dell'acquisto è normalmente il desiderio di risparmiare o di tesaurizzare e pertanto un ricarico così modesto è assolutamente essenziale. Gli oggetti di oreficeria sono rivenduti in occasione di necessità familiari per lucrare la differenza di prezzo se la quotazione del metallo aumenta sufficientemente (in molti Paesi del Medio Oriente l'oro tesaurizzato fu venduto nel 1973 e 1974).
A causa di quanto sopraddetto la differenza fra il prezzo di acquisto e quello di vendita si mantiene piuttosto basso e il prezzo di vendita al pubblico (contrariamente a quanto avviene in Europa) fluttua giornalmente in corrispondenza delle quotazioni ufficiali.
Un fatto importantissimo accaduto in questi Paesi produttori di petrolio è che l'aumento del potere di acquisto ha raggiunto un largo strato della popolazione specialmente di quella che lavora nelle città. Buona parte di questa nuova ricchezza è stata utilizzata per acquistare beni di consumo come automobili, condizionatori d'aria, orologi e apparecchi radio televisivi ma una quota importante è stata pure impiegata nell'acquisto di gioielli.
In città come Teheran o Jeddah si nota, a partire dal 1969, un aumento costante di negozi di gioielleria.
Nel bazaar di Teheran dove prima vi era solo una strada destinata ai gioielli ora vi sono più di cento negozi che offrono oreficeria.
Essi espongono non solo prodotti locali a 18 carati ma anche oreficerie importate dall'Italia.
La vetrina tipo, qui e in ogni altro Paese Arabo, consiste in una mostra di almeno 15-20 chili di oreficeria.
Il commercio è assai vivace. Molti negozianti ammettono che in un giorno vendono circa un chilo di gioielli tipo braccialetti o catene.
Le vendite sono anche aumentate dalle richieste dei molti milioni di lavoratori immigrati provenienti dall'India, Pakistan e vari Paesi Africani e perfino dalla Tailandia e dalla Corea del Sud giunti nel Medio Oriente per lavorare nel settore edile e nelle altre industrie in rapida espansione. Molti di costoro rimangono solo per sei mesi o un anno e risparmiando sul salario (che è molto alto in confronto a quanto guadagnavano



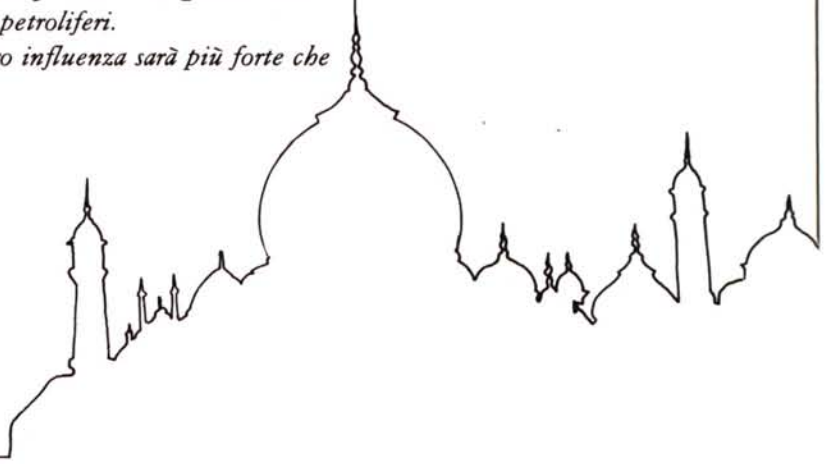
in patria) possono comperare beni di consumo e oreficerie per riportarli alle loro famiglie.
L'acquisto di oro da parte di questi «pendolari» è particolarmente elevato in Arabia Saudita e negli Emirati.
Nel Dubai, Abu Dhabi e nel Bahrain la maggior parte della produzione orafa è effettuata da Indiani o Pakistani che realizzano oggetti in armonia con il gusto estetico dei connazionali che lavorano in tali Paesi.
Il commercio è pure vivacizzato dalle molte migliaia di Europei e Americani che lavorano nel Medio Oriente e che trovano molto conveniente il prezzo dell'oreficeria locale a causa del basso ricarico prima descritto.
Parlando con i negozianti è facile accertare che molti visitatori qui comprano più gioielli (specialmente in termini di peso) di quanto farebbero nei loro Paesi d'origine.
Del resto un braccialetto che pesi per esempio 20 gr. costa in Medio Oriente non più di uno di 6-7 gr. in Europa.
La domanda non è stata buona solo nei Paesi produttori di petrolio ma durante il 1976 essa è pure marcatamente aumentata nelle regioni limitrofe.
I grossisti dell'Egitto e del Marocco, ad esempio, segnalano grandi aumenti nelle loro vendite.
Nel solo Egitto stimiamo che nel 1976 quasi 25 ton. d'oro siano state trasformate in gioielli contro le 6 ton. scarse dell'anno precedente.
Veramente la produzione di gioielleria è così aumentata che l'ufficio metrico del Cairo poteva fronteggiare le richieste di marcature solo lavorando giorno e notte e anche durante le festività.
Ciò è dovuto al fatto che l'investimento in gioielli rimane per la maggior parte della gente la forma più agevole di risparmio e durante gli anni scorsi, malgrado le difficoltà economiche interne, il livello dei salari è aumentato (specie nel settore edile) per mantenere il confronto con i salari offerti dall'Arabia Saudita o dalla Libia.
Inoltre molti Egiziani sono andati a lavorare in Libia e possono cosí inviare denaro alle loro famiglie.
Un fattore importante è anche il prezzo dell'oro sufficientemente basso.
In Egitto e in Marocco, oltre che in molti Paesi Arabi, vi fu un forte smobilizzo quando, durante il 1973 e ai primi del 1975, il prezzo dell'oro superò i 160 doll/oncia.
Durante il 1976, essendo il prezzo del metallo mediamente più basso, il consumatore era preparato a comprare di nuovo.
In effetti il prezzo dell'oro fino in Egitto non è mai stato basso come sul mercato internazionale.
Nella prima parte dell'anno con un prezzo, su Londra, di circa 120-130 doll. l'oncia il prezzo egiziano rimase sempre sopra i 150 doll., durante l'estate esso cadde a 130 doll. e poi a 116,50 doll. il 6 settembre per risalire oltre i 140 doll. prima della fine dell'anno.
La differenza di prezzo giustifica la forte domanda. Al contrario in Turchia la differenza di prezzo tra il mercato locale e quello internazionale non è mai stata così esagerata ma la domanda è stata egualmente notevole.
Poichè le forniture di oro fno arrivano tutte clandestinamente non sono disponibili dati ufficiali ma si stima che nel 1976 furono importate almeno 115 ton. di metallo e alcuni pensano che la cifra possa essere anche maggiore.
La domanda ebbe un momento culminante fra l'agosto e l'ottobre 1976 quando almeno 60 ton. di oro furono immesse sul mercato turco.
In quel periodo il prezzo locale a Istanbul era superiore di 5-11 doll. al prezzo internazionale.
Una domanda così elevata è stata generata dal classico cocktail di inflazione elevata (20%), incertezza politica e graduale svalutazione della moneta che oltre tutto ha coinciso con un raccolto di grano e tabacco senza precedenti nella storia della Turchia mentre il prezzo dell'oro era al minimo livello dal 1973.
Schematicamente queste sono le regioni che hanno spinto all'acquisto di oro, oltre al potere di acquisto dei privati.
Gli agricoltori turchi ancor oggi stimano come base del risparmio l'acquisto di gioielleria 22 carati e di monete prodotte in loco e, se essi ottengono dei buoni raccolti, la domanda di oro aumenta in proporzione.
L'andamento degli acquisti di oreficeria nell'autunno scorso sembra sia stato eccezionale.
Due dettaglianti che sono sul mercato di Istanbul dal 1930 hanno affermato di non aver visto niente di simile salvo durante un breve periodo coincidente con una crisi politica una ventina di anni fa I produttori di braccialetti in oro quasi non riuscivano a tenere il ritmo delle consegne.
Normalmente tra l'ordine e la consegna di una partita di braccialetti intercorrono due o tre giorni ma nell'autunno scorso, malgrado ognuno lavorasse giorno e notte incluse le festività, questo intervallo era di oltre 15 giorni.



Un fabbricante ha detto che alcuni suoi operai che erano con lui da 15 anni si sono dimessi e hanno subito aperto delle botteghe artigiane per profittare di tale periodo di boom.
La Zecca di Istanbul ha utilizzato ben 14,3 ton. di oro per coniare monete ed è stata fatta marciare a piena capacità.
Questa domanda così tesa sembra sia stata causata da una combinazione davvero unica di eventi.
Dall'inizio del 1977 il mercato a Istanbul è tornato a livelli normali con un prezzo molto più vicino alla quotazione internazionale.
Sebbene le incertezze di ordine politico ed economico rimangano, il potere di acquisto è sempre ridotto durante il rigido inverno turco.
Il vero test si avrà alla stagione dei raccolti e se essi saranno buoni la domanda potrebbe aumentare.
Lo stesso interrogativo, naturalmente, si presenta per tutto il Medio Oriente durante il 1977.
È stato forse il 1976 un anno eccezionale?
L'elevata richiesta di oro da parte delle manifatture locali e la importazione di gioielleria italiana hanno costituito un breve momento di acquisti e di formazione di sotcks per approfittare di un prezzo del metallo tra i più bassi di questi ultimi anni?
In questi mesi in cui il prezzo dell'oro è aumentato la domanda è rallentata. Certamente a prezzi di 140 doll./oncia e oltre non c'è da aspettarsi di vedere la domanda agli stessi livelli di quando il prezzo era sotto i 130 doll./oncia.
Ciò premesso è comunque chiaro che la domanda totale di oro per uso in gioielleria in tutto il Medio Oriente e specialmente nei cosiddetti Paesi del surplus petrolifero rimarrà nei prossimi anni a un livello più alto di quello osservato negli anni dal 1960 ai primi anni del '70.
L'aumento del potere di acquisto della popolazione e l'influsso dei lavoratori immigrati sarà determinante a questo fine. Ciò che diviene sempre più importante, comunque, per un rialzo del prezzo dell'oro, è l'interesse sia per speculazione che per investimento da parte dei facoltosi privati o dei governi dei Paesi petroliferi.
La loro influenza sarà più forte che nel 1976 allorquando l'acquisto non sembrava attraente data la cedenza delle quotazioni nei primi otto mesi dell'anno.
Così, sebbene l'acquisto effettivo quest'anno può non essere eguale al record dell'anno passato, l'acquisto indiretto sotto forma di metallo depositato presso le banche europee da parte di clienti del Medio Oriente potrebbe compensare la differenza sopraddetta.
Sarebbe sbagliato prevedere grossi spostamenti verso l'oro ma un investimento in oro del 3-4 o 5 per cento di portafogli in rapido sviluppo è altamente ipotizzabile.
E anche un investimento così modesto coinvolgerebbe un considerevole ammontare di metallo.
Il Medio Oriente rimane quindi un punto cruciale del mercato.

Timothy Green

Traduzione a cura de ''l'Industria Orafa Italiana''



CERCASI
ESPERTO RAPPRESENTANTE
INTRODOTTO NEL SETTORE,
CHE CONOSCA BENE LE LINGUE
Per informazioni rivolgersi a:
L'ORAFO VALENZANO Piazza Don Minzoni n. 1
citando l'inserzione V. 1

tel.
91851

L'ORAFO
VALENZANO
si sta muovendo,
se ne sono accorti tutti.
Anche tu devi muoverti,e subito.
Inserisci la tua pubblicità
su L'ORAFO VALENZANO / nuova serie
o rinnovane la grafica:
sarà il tuo primo
"passo d'affari"

l'orafo valenzano / studio grafico & fotografico

pubblicità design illustrazioni packaging marchi stands

FOS

FABBRICA OREFICERIA SANNAZZARO

PIAZZA GRAMSCI 13-14 - TEL. (0131) 91.001 *di Alberto Sannazzaro* - VALENZA PO

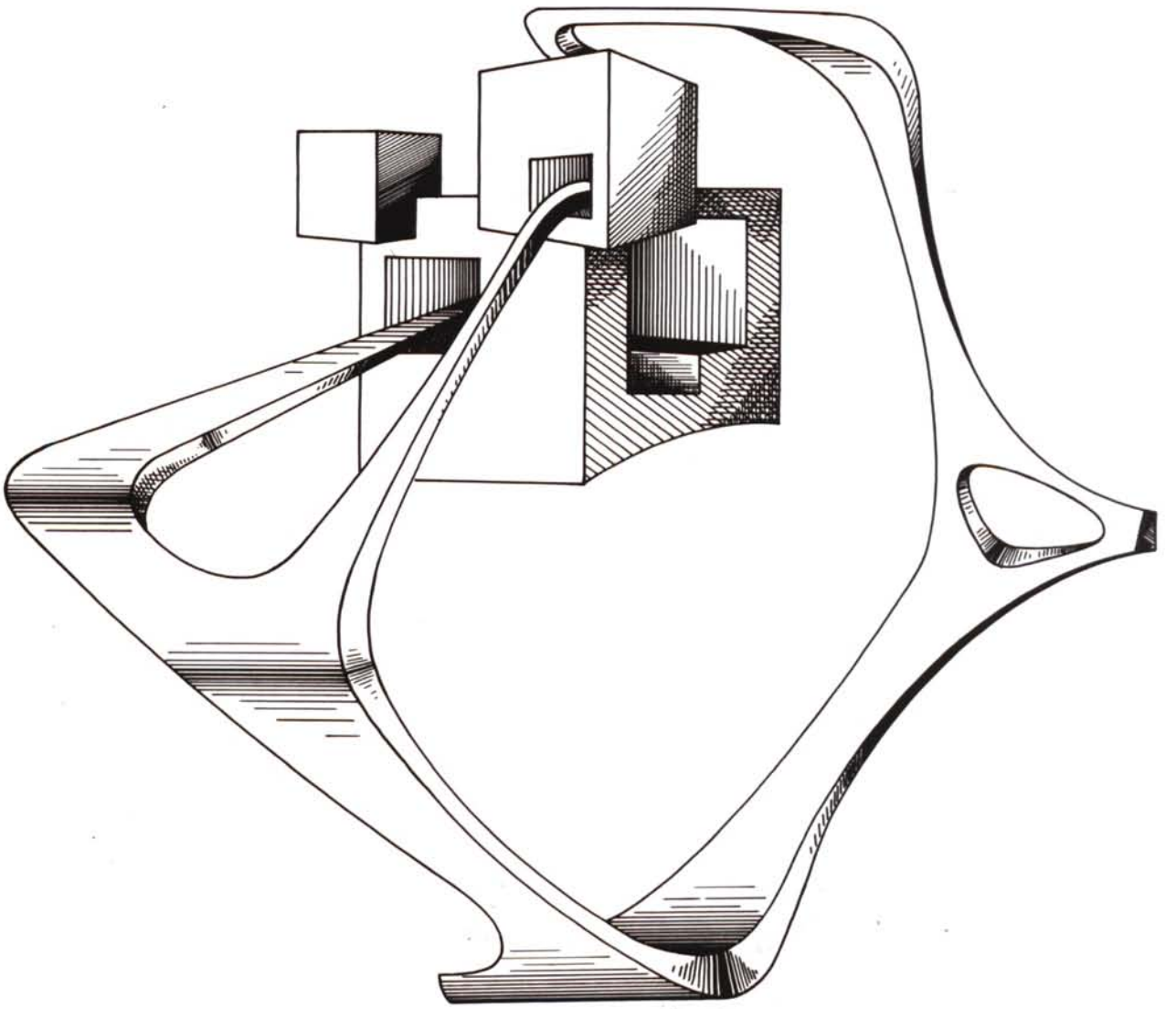
ESPERIENZA TRENTENNALE NELLA PRODUZIONE DI SEMILAVORATI PER USO ORAFO

CATALOGO A RICHIESTA

NEW ITALIAN ART s.r.l.

CREAZIONI GIOIELLI

15048 VALENZA (AL) • VIA MAZZINI 16 • TELEFONO 0131-93234

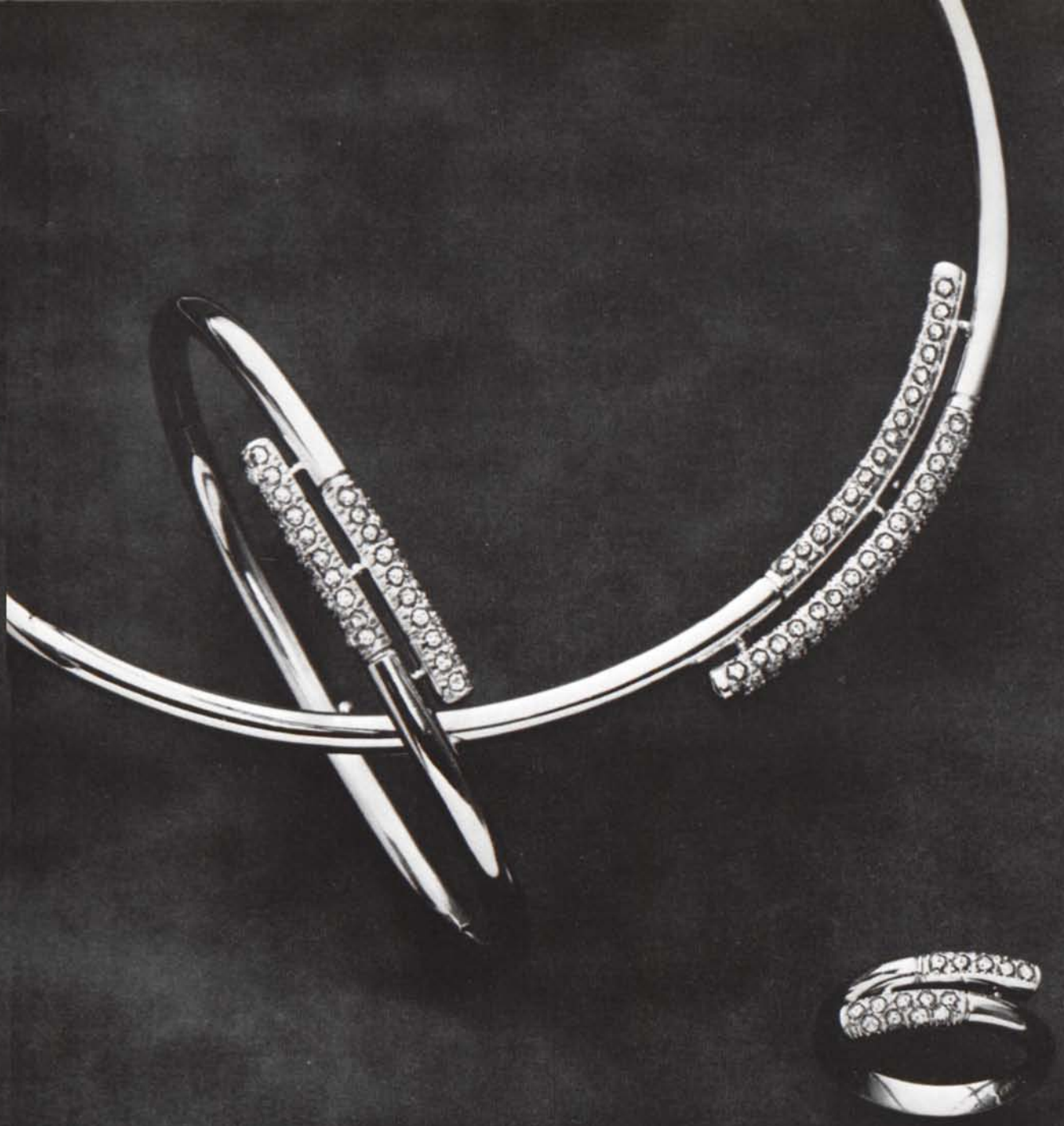


CREAZIONI

zeta

OREFICERIA GIOIELLERIA EXPORT di GUIDO ZUCCHELLI

Uffici: Via MAZZINI, 4 — ☎ 91.537 — VALENZA PO (ITALY)



In circonvallazione ovest

al n. 22

OREFICERIE

MARIO TORTI & C.

s.n.c.

Tel. 0131/91302 Valenza

Lunati

fabbricanti
gioiellieri
export

Via Trento · Tel. 91338/92649 · VALENZA PO

Marchio 160 AL

Baracco Alessio

MARCHIO 1456 AL - C.C.I.A. n. 89207 - M/021278

OREFICERIA
GIOIELLERIA

15048 VALENZA - CORSO MATTEOTTI, 96
TEL. (0131) 92.308 - AB. 94264

MADE BY **korova**

Via S. Giovanni, 17-15048 Valenza (Alessandria)-Tel. 0131/91569

CPS CREATIVE PUBLICITY STUDIO

GIOVANNI BALESTRA & FIGLI

FABBRICA CATENE D'ORO
D'ARGENTO E METALLI VARI
36061 BASSANO DEL GRAPPA
ZONA INDUSTRIALE CAMPESE (ITALIA)

EVOLUZIONE
DI UN' ESPERIENZA
EVOLUTION
OF AN EXPERIENCE
EVOLUTION
D' UNE EXPERIENCE
EVOLUTION
EINER ERFAHRUNG

Deposito: ETTORE CABALISTI via Tortrino 10 · tel. 92780 **VALENZA**

DEP. FIDUCIARIO IN VALENZA : ETTORE CABALISTI - VIA TORTRINO 10 - TEL. 92780

Davite & Delucchi

Export-Gioielleria

Via Bergamo 12
Tel (0131) 91.731
15048 Valenza

Marchio n. 1995

DALLE PRESTIGIOSE OPERE
DEI MAESTRI CESELLATORI
ALLE CREAZIONI PIU' MODERNE
IN ARGENTERIA E OREFICERIA

GUIDI & LENTI

ARGENTERIA OREFICERIA

15048 VALENZA (Italy)
via Tortrino, 6
Telef. (0131) 977934

MARCA DI FABBRICA

23 AL

MARCHIO DI IDENTIFICAZIONE

ARGENTERIE ARTISTICHE
POSATERIE

I.M.A. - GUERCI & C.

CASA FONDATA NEL 1920

MOSTRA PERMANENTE DI MILANO

Via Paolo da Cannobio, 11 · Tel. 87.55.27

TELEFONO N. 43.2.43
TELEGRAMMI: IMA
CASELLA POSTALE 27

ALESSANDRIA · Via DONATELLO, 1 (SPALTO BORGOGLIO)

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

VISITATE LA NOSTRA ESPOSIZIONE PRESSO IL NOSTRO RECAPITO DI MILANO.

CARLO BARBERIS & C. S.N.C.

fabbricante
gioielleria

39 AL

Viale B. Cellini 57 - Tel. 0131/91611
Valenza Po (Italy)

Banco Ambrosiano

SOCIETÀ PER AZIONI FONDATA NEL 1896 - SEDE SOCIALE E DIREZIONE CENTRALE: MILANO - VIA CLERICI, 2
ISCRITTA AL TRIBUNALE DI MILANO AL NUMERO 3177 - CAPITALE L. 20.000.000.000 - RISERVE L. 71.385.000.000

Sportelli:

BOLOGNA • FIRENZE • GENOVA • MILANO • ROMA • TORINO VENEZIA

ABBIATEGRASSO • ALESSANDRIA • BERGAMO • BESANA • CASTEGGIO • COMO CONCOREZZO • ERBA • FINO MORNASCO • LECCO • LUINO • MARGHERA • MONZA • PAVIA • PIACENZA • PONTE CHIASSO • SEREGNO • SEVESO • VARESE VIGEVANO

Affiliate e Collegate:

BANCA DEL GOTTARDO S.A. Lugano • **BANCO AMBROSIANO HOLDING S.A.** Lussemburgo • **LA CENTRALE FINANZIARIA GENERALE S.p.A.** Milano • **TORO ASSICURAZIONI S.p.A.** Torino • **BANCA CATTOLICA DEL VENETO S.p.A.** Vicenza • **CREDITO VARESINO S.p.A.** Varese • **BANCA MOBILIARE PIEMONTESE S.p.A.** Torino • **BANCO D'IMPERIA S.p.A.** Imperia • **BANCA PASSADORE & C. S.p.A.** Genova • **BANCA ROSENBERG COLORNI & Co. S.p.A.** Milano • **CISALPINE OVERSEAS BANK LIMITED** Nassau • **ULTRAFIN A.G.** Zurigo • **ULTRAFIN INTERNATIONAL CORPORATION** New York • **IL PIEMONTE FINANZIARIO S.p.A.** Torino.

FILIALE DI ALESSANDRIA

PIAZZA DELLA LIBERTÀ 40 - TELEF. 51.121/2/3

Il Banco Ambrosiano fa parte del **"GRUPPO DI BANCHE INTER-ALPHA"**

Pratiche di finanziamento a medio e lungo termine quale Banca partecipante a **INTERBANCA S.p.A.** - Milano

CORRAO s.n.c.
FABBRICA GIOIELLERIA

1912 AL

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

FORSE NON LO SAPEVATE:

DA TEMPO ABBIAMO ASSICURATO GRATUITAMENTE TUTTI I VOSTRI CONTI

come a dire ..alla

CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA

il vostro denaro vale il doppio

BANCA POPOLARE DI NOVARA

AL 31 DICEMBRE 1976

CAPITALE L. 6.848.983.000
RISERVE L. 146.780.420.480

mezzi amministrati oltre 3800 MILIARDI

Tutte le operazioni di Banca

Banca agente per il commercio dei cambi

UFFICI
DI RAPPRESENTANZA
A BRUXELLES,
FRANCOFORTE sul Meno,
LONDRA,
ZURIGO
E NEW YORK

333 FILIALI
89 ESATTORIE

TUTTE LE OPERAZIONI DI BANCA

Opera anche nel settore dei finanziamenti a medio termine all'industria, al commercio, all'agricoltura e alle esportazioni, dei mutui fondiari, nonchè nel campo del "leasing" e dei servizi di consulenza aziendale, col tramite degli Istituti speciali dei quali è partecipante.

Filiale di VALENZA
viale Lega Lombarda,5
Tel. 92754/92755

TORRA LUIGI

Oreficeria Gioielleria

Specializzato
in verette
con pietre di forma

VIA SALMAZZA,7/9 · TEL.94759 · VALENZA

DORIA F.lli

fabbricanti

363 AL *orafi gioiellieri*

Viale Benvenuto Cellini, 36
Telef. 91261

VALENZA PO

COBRILL
International

DIAMANTI

38 VIA S.SALVATORE · VALENZA · TEL. 94549

MARCHIO 200 AL

Carlo Montaldi & C

di **Carlo e Terenzio Montaldi** s.n.c.

Gioiellerie

Viale Santuario, 23 - Tel. 91.273 - 94.790 *VALENZA PO*

LENTI & VILLASCO

VIA ALFIERI, 15 · TEL. 93584
15048 VALENZA PO

EXPORT
Fiera di Vicenza / stand n. 624

Dotati degli ultimi ritrovati nel campo della tecnica-orafa siamo in grado di offrire svariate creazioni, ottenute con una nuova e prestigiosa lavorazione dell'oro, basata su utensili di diamante.
Constaterete: perfezione, lucidità, durata e stile; in: anelli, boccole, bracciali, collane e fedine.

...a **valenza** la filiale Sanpaolo
è in corso Garibaldi, 111/113
telefono (0131) 94721 (3 linee)
telex 21569

sanpaolo UIP

ISTITUTO BANCARIO SAN PAOLO DI TORINO

Fratelli
CERIANA
s.p.a.
BANCA
fondata nel 1821

CF
1821

TORINO VALENZA

Marchio 1467 AL

CANEPARI
RENZO
gioielleria

Anelli stile antico
fantasia
classici
in oro bianco

via del Castagnone n. 1 - Tel. 94289
VALENZA PO

Zeppa Franco
OREFICERIA GIOIELLERIA
Laboratorio e uffici:
Via XXIX Aprile, n. 36
Tel. (0131) 93477
VALENZA

OREFICERIA
GIOIELLERIA

Sergio Mercadante
lavorazione propria fantasia

15048 VALENZA (Italy)
Via Roma, 11 - Tel. 93368
C.C.I.A. 106506 - MARCHIO 1543 AL

Giuseppe Capra

oreficeria gioielleria

IMPORT
EXPORT

via S. Salvatore - residenza S. Giorgio - Tel. 93144
VALENZA PO

ORAFI RIUNITI MEDESI
FABBRICANTI
GIOIELLIERI

Via Mazzini, 24 - 27035 - **MEDE** - Pavia (Italy)
Tel. (0384) 80.022 - 80.304

EXPORT

Fiera di Milano (stand n. 27/573)
Fiera di Vicenza (stand n. 407)

GIUSEPPE BENEFICO

BRILLANTI

PIETRE PREZIOSE

CORALLI

MILANO
Piazza Repubblica, 19 - Tel. 662.417

VALENZA
Viale Dante, 10 - Tel. 93.092

di

FRANCO CANTAMESSA & C.

s.n.c.

OREFICERIA
GIOIELLERIA

marchio

408 AL

Via G. Calvi 18 • Tel. 92.243 - VALENZA

NARRATONE & BONETTO

GIOIELLERIE
OREFICERIE

MARCHIO 1569 AL

15048 VALENZA
viale
della Repubblica 16
tel.
91960

945 AL

FRACCHIA & ALLIORI

Oreficeria - Gioielleria

Lavorazione anelli con prietre fini

CIRC. OVEST, 54 TEL. 93129
VALENZA PO

Frezza & Ricci

OREFICERIA - GIOIELLERIA

ANELLI UOMO

785 AL

VALENZA PO

15048 - VIA MARTIRI DI CEFALONIA, 28 - TEL. 91.101

GIOIELLIERI E ORAFI VALENZANI

COOPERATIVA
HANDICRAFT GOLDSMITHS COOPERATIVE
COOPERATIVE OF JEWELS MANUFACTURERS
GENOSSENSCHAFT VON JUWELENERZEUGERN **V.O.G.**

SEDE ED ESPOSIZIONE
15048 VALENZA PO (Italy)
16, VIA MAZZINI - II P.

SOCIETÀ COOPERATIVA ARTIGIANA a Responsabilità Limitata

(0131) 91.450

Cas. Post.
P.O. BOX **151**

IVO ROBOTTI

Oreficeria - Gioielleria

FABBRICAZIONE PROPRIA

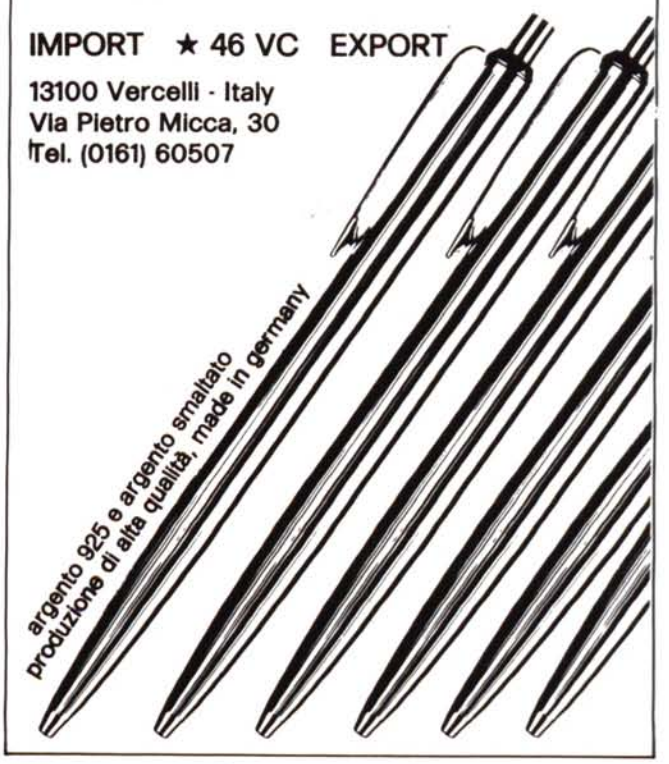
via C. Camurati, 27
tel. 91992
15048 VALENZA

GOVER

argenterie

IMPORT ★ 46 VC EXPORT

13100 Vercelli - Italy
Via Pietro Micca, 30
Tel. (0161) 60507



Marchio 1706 AL MPV

VIA XII SETTEMBRE, 49
TELEFONO 93.381
15048 VALENZA PO

MARIO PONZONE & Figli s.n.c.

al negozio direttamente
il gioiello nuovo

Visconti & Baldi
fabbricazione propria di Gioielleria
e oggetti di alta fantasia

VIALE DANTE 15 - TEL. 91259 - VALENZA PO
MARCHIO 229 AL

Varona Guido

- ANELLI ACQUA MARINA E AMETISTA FINE
- ANELLI MONETA
- ANELLI PIETRE SINTETICHE
- CORALLI – CAMMEI – TURCHESI

1475 AL

VIA FAITERIA,15 · TEL.91.038 · VALENZA PO

Ponzone & Zanchetta

1207 AL

GIOIELLERIA
OREFICERIA

15048 VALENZA PO · CIRC. OVEST,90 · Tel. 94.043

FABBRICA OREFICERIA

SI ESEGUONO LAVORI SU DISEGNO creazione propria

BARBIERATO SEVERINO

15048 VALENZA (Italia) - VIA SASSI N. 9 - TEL. (0131) 94807
Marchio 2080 AL *CCIAA 113948 AL*

Sisto Dino

GIOIELLIERE - CREAZIONE PROPRIA

EXPORT

VIALE DANTE, 46B/15048 VALENZA PO/TEL. 93.343

Marchio **1586 AL**

Masini Giuseppe

GIOIELLERIA·OREFICERIA·ARGENTERIA

CREAZIONE PROPRIA - EXPORT

VIA DEL CASTAGNONE, 68 - TEL. (0131) 94.418/91.190 - 15048 VALENZA PO (ITALIA)
VIA UNIONE 3, II° piano - TEL. (02) 90.05.92 - MILANO

BATAZZI & C.

S.R.L. - Capitale Sociale L. 1.150.000.000

FONDERIA
LAMINAZIONI
AFFINAZIONI

per la lavorazione
dei metalli preziosi
delle ceneri
e dei residui
auro - platino - argentiferi
Laboratorio

15048 VALENZA PO
VIA ALESSANDRO VOLTA 7/9
TEL. 91.343 - 91.342

angelo cervari

oreficeria · gioielleria

anelli, orecchini,
ciondoli e girocollo

● via alessandria, 26
· tel. 96.196 ·
15042 bassignana (al)

Marchio 1552 al

LUNATI GINO

FABBRICA
OREFICERIA

Specialità
spille e anelli

Marchio 689 AL

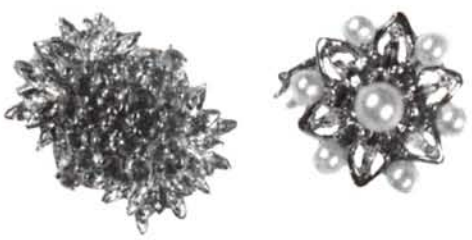
Vasto assortimento

Viale della Repubblica, Condom. "Tre Rose,, 5/F
Telefono 91.065 15048 VALENZA PO

MUSSIO & CEVA

EXPORT 994 AL

OREFICERIA · GIOIELLERIA



ASSORTIMENTO DI LAVORI CON PERLE:
ANELLI - SUSTE - BRACCIALI

Via Camurati, 45 - Telefono 93.327
15048 VALENZA PO (AL)

RUMA

M.Ruggiero

PERLE COLTIVATE
CORALLI
CAMMEI
STATUE PIETRA DURA

IMPORT · EXPORT 2256 AL

15048 VALENZA PO
Via Canonico Zuffi, 10
Telefono 94769

Dirce Repossi
GIOIELLIERE

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

Marchio 483 AL

lenti & bonicelli

FABBRICA OREFICERIA · GIOIELLERIA

LAVORAZIONE ARTISTICA IN STILE ANTICO

VIA M. NEBBIA, 20 – ☎ 91.082 – 15048 VALENZA PO

ORITAL
JEWELLERY EXPORT BIJOUTERIE
ITALY

GIOIELLERIA

Anelli in brillanti e in perla

Marchio 806 AL

Viale della Repubblica, 5/D - Tel. 93.006 **15048 - VALENZA PO**

CREAZIONE PROPRIA

Alfredo Boschetto

FABBRICA OREFICERIA

anelli - boccole - spille cammeo
anelli fantasia - topazio

Via S. Massimo, 9 - Tel. 93.578
15048 VALENZA (Italy)

1603 AL

BALDI & C. SNC

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA

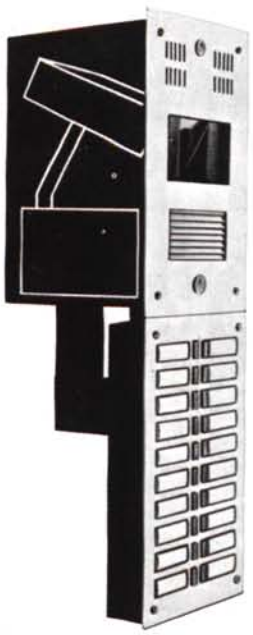
Marchio 197 AL

VIALE REPUBBLICA, 60 • **15048 VALENZA PO** • *TEL. 91.097*

videocitofono

urmet

citofonia
telefonia



lazzarin giovanni

viale Santuario, 41
condominio Le Magnolie
Telef. 94.866
15048 VALENZA (AL)

creazione propria
spille e anelli a mignolo
lavorazione
miniature antiche

OREFICERIA GIOIELLERIA

MARELLI & VANOLI

EXPORT

circonvallazione ovest 12
Tel. 91.785
15048 VALENZA
MARCHIO 367 AL

LORENZ S.p.A.

OROLOGERIE ALL'INGROSSO
CREAZIONI PROPRIE

Sede: 20121 MILANO - Via Marina, 3
Tel. 701.584/5/6

Centro PR - Assistenza: 20121 MILANO
Via Montenapoleone, 12
Tel. 702.384 - 794.232

Agenti regionali con deposito

LORENZ - orologi di moda e di attualità.
CERTINA - Quartz Chronolympic.
CASIO - orologi elettronici ad alta tecnologia.
LOOPING - svegliette e pendolette da viaggio.
L'EPEE - pendolette francesi stile antico.
LAURENS - orologi di attualità per i giovani.
LORENZ - orologi da parete elettronici per la casa.

LORENZ STATIC
PREMIO COMPASSO D'ORO

bariggi fratelli

GIOIELLI E PIETRE PREZIOSE

Concessionario OMEGA - SEIKO

15048 VALENZA (Italy) - Via Trieste, 13
Tel. (0131) 97.52.01 - 95.26.76

CARNEVALE ALDO

fabbrica oreficeria gioielleria

CREAZIONE PROPRIA

marchio 671 AL

15048 VALENZA PO · VIA TRIESTE, 26 · TEL. 91.662

Ferraris Ferruccio

FF

EXPORT

OREFICERIA GIOIELLERIA

925 AL

VIA TORTRINO, 8 - TEL. 91.670
15048 **VALENZA PO**

Fiera di Milano - Stand. 27461
Fiera di Vicenza - Stand 131

Barbero & Ricci

OREFICERIA
GIOIELLERIA
EXPORT

Viale B. Cellini, 45 - Tel. 0131 - 93.444
15048 VALENZA (Italy)

GIORGIO BETTON

LABORATORIO OREFICERIA
GIOIELLERIA

15030 VALMADONNA (AL)
Strada Provinciale Pavia, 36 bis - Telefono (0131) 50108

ERIKA

1825 AL

FABBRICA OREFICERIA E BIJOTTERIA IN ARGENTO

CREAZIONI PROPRIE

Vasto assortimento di catene, ciondoli, bracciali e anelli

Via XX Settembre, 38 - Tel. 0142/63.283 - 15040 MIRABELLO MONF. (AL)

Cavallero Giuseppe

Oreficeria Gioielleria

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

TINO PANZARASA

DAL 1945
OREFICERIA E GIOIELLERIA
della migliore produzione valenzana

28021 BORGOMANERO (Novara)
Via D. Savio, 17 - Telefono 81.419

BONZANO ORESTE ARAGNI & FERRARIS

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA

Vasto assortimento di anelli e boccole
CREAZIONE PROPRIA
Marchio 276 AL
Valenza Po · L.go Costituzione, 15 · Tel. 91.105

gian carlo piccio

catene con brillanti
anelli - spille

AL 1317

EXPORT

VIA P. PAIETTA, 15 • TEL. 93.423 • 15048 VALENZA PO

Valenza export

gioielleria
oreficeria

Viale Santuario, 50
tel. 91321
VALENZA PO

803AL

Ricaldone Lorenzo

Bracciali · Spille · Fermezze

EXPORT

VIA C. NOE', 30 • TELEFONO 92.784 • 15048 VALENZA PO

R. & I. GARZINO
TAGLIERIA PIETRE PREZIOSE

12030 SANFRONT (Cuneo)
Tel. (0175) 94760
Recapito: Valenza - Tel. 977081
RUBINI, SMERALDI, ZAFFIRI
Riparazioni e Lavorazione conto clienti

EXPORT

Raselli Fausto & C.

FABBR. OREFICERIA · GIOIELLERIA

923 AL

Piazza Gramsci, 19

Lab. 91.516 - Ab. 94.267

15048 - VALENZA PO

SPILLE ORO BIANCO
ANELLI FANTASIA
ANELLI CON ACQUAMARINE
LAPIS, AMETISTE E CORALLI

Marchio 328 AL

CEVA

MARCO
CARLO
RENZO

Via Sandro Camasio, 8
Tel. 91.027
15048 VALENZA PO

LEVA SANTINO

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Anelli a griffes lapidé
diamanti - Fermezze

Via Carlo Camurati, 10 - Tel. 93.118
15048 - **VALENZA PO**

RACCONE & STROCCO
15048 VALENZA PO (Italy)
via XII Settembre 2/a ☎ 0131-93375

pasero
acuto
pasino

ORAFI

marchio 2076 AL

Via Carducci 17 - tel. 91.108
15048 Valenza Po

ROMA - CENTRO
OTTIMA POSIZIONE
CEDESI

NEGOZIO E PRIMO PIANO
CON AMPI LOCALI
AVVIATISSIMO

OREFICERIA - ARGENTERIA
REGALI

Per informazioni telefonare al (06) 360.55.00 - 360.54.55

SOCIETÀ DI DISTRIBUZIONE
INTRODOTTA AD ALTISSIMO LIVELLO
NAZIONALE ED ESTERO

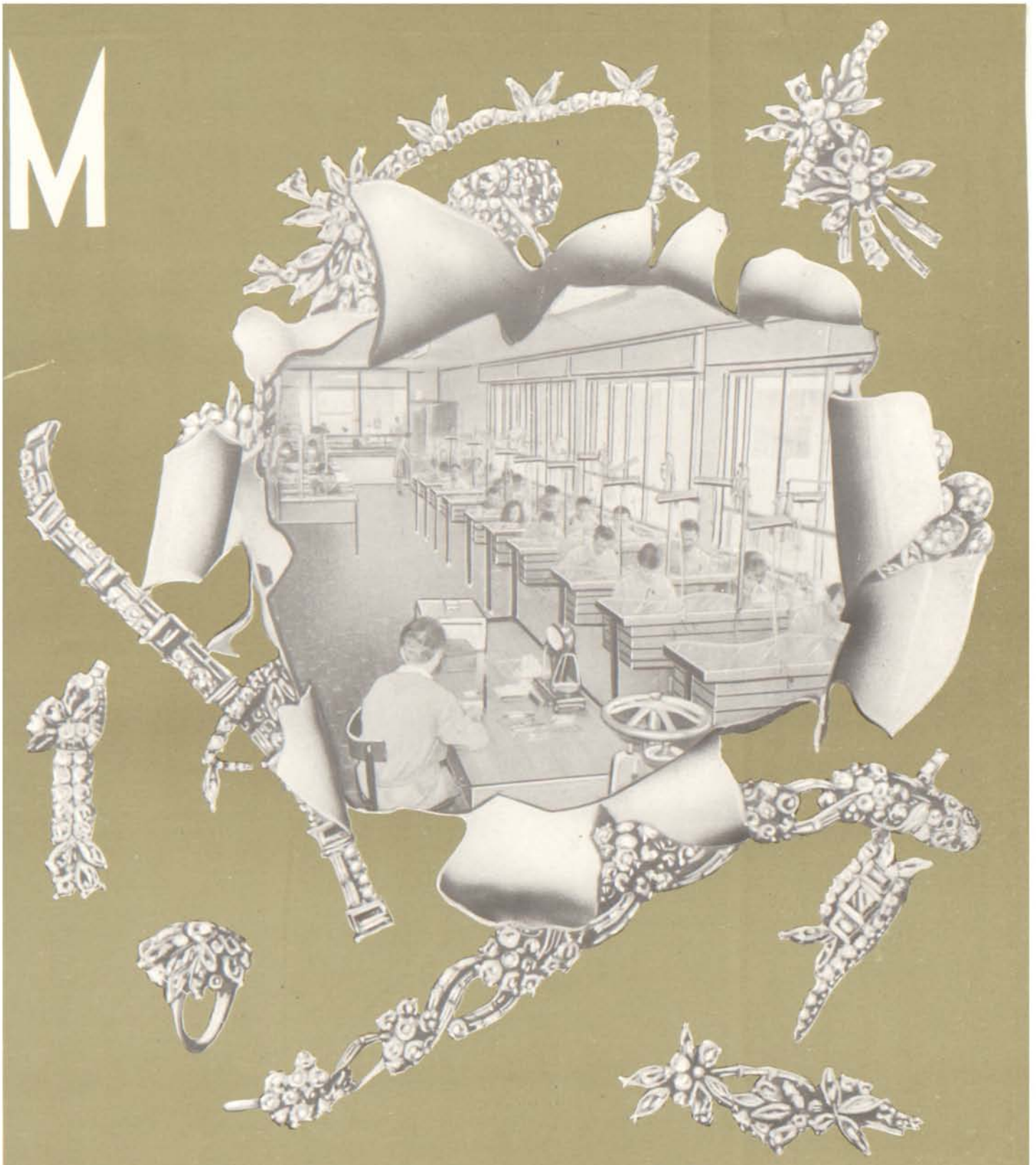
CERCA

Azienda produttrice tecnologicamente molto qualificata per la realizzazione di linee di oreficeria.

Scrivere a: **«L'Orafo Valenzano»**
P.zza Don Minzoni, 1
15048 VALENZA (Al)
RIF. CH5

Importante societe diamantaire en expansion recherche d'urgence pour sa societe suisse a geneve, sertisseur de grande classe pour joaillerie, horlogerie, remuneration en rapport avec la competence, situation d'avenir et stable.

*Ecrire sous chiffre/***123**



F.lli Moraglione

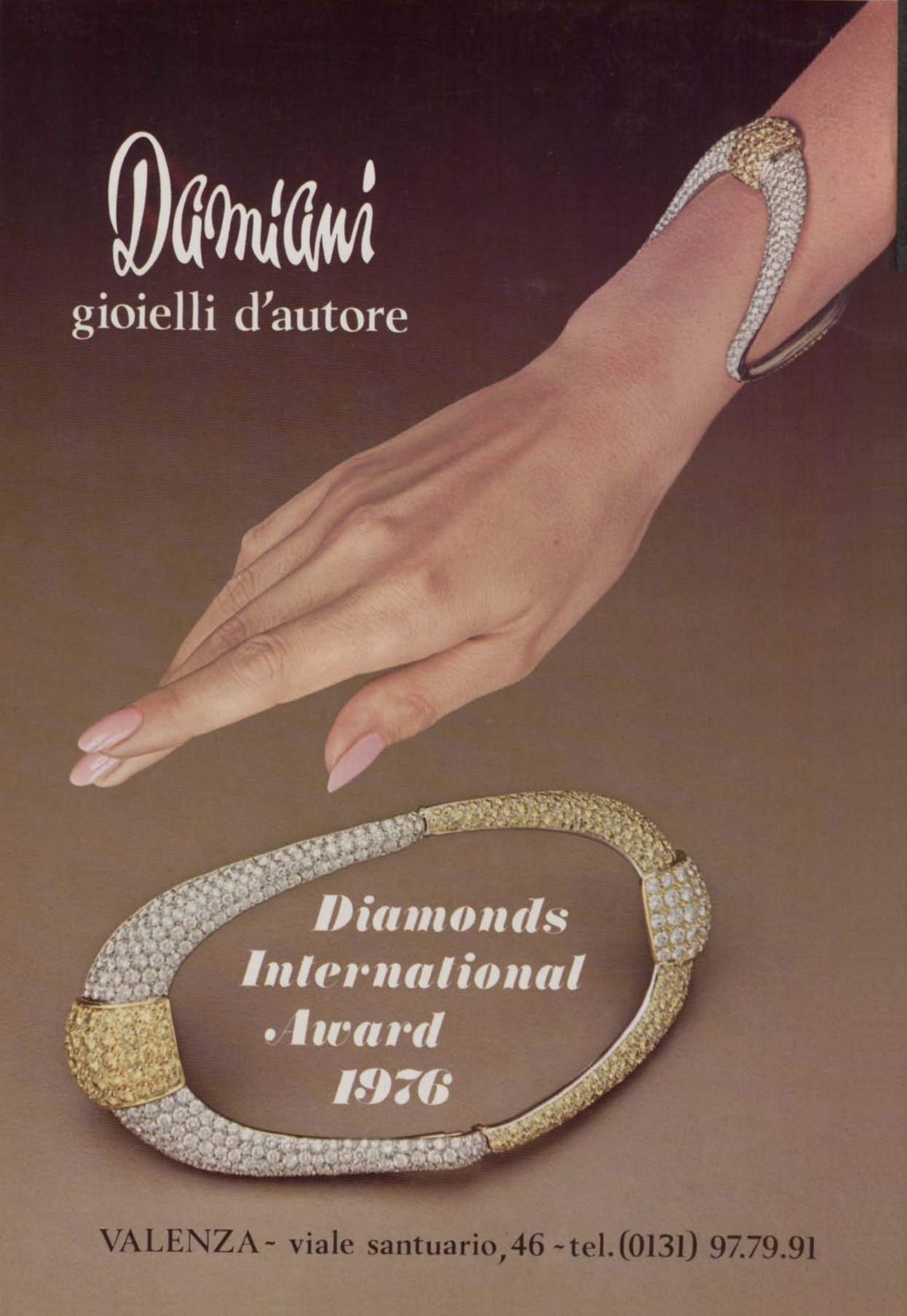
FABBRICANTI ORAFI GIOIELLIERI

PARM

MANUFACTURING JEWELLERS EXPORT

VALENZA

MARCHIO 428 AL - VIA SASSI, 45 - TEL. 91.719


Damiani
gioielli d'autore
Diamonds
International
Award
1976
VALENZA - viale santuario, 46 - tel. (0131) 97.79.91