5
1973

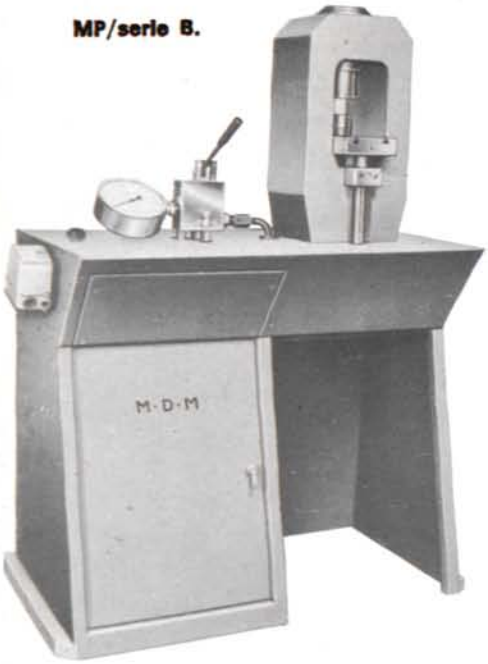
L'ORAFO

VALENZANO

ORGANO UFFICIALE DELL'ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA

☼ GIUSEPPE BENEFICO
brillanti, pietre preziose, coralli
VALENZA · VIALE DANTE, 10 · TEL. 93.092

MP/serie B.



MICROPRESSE IDRAULICHE « MDM ».

Il corpo delle presse di questa nuova serie aumenta lo spazio utile fra i montanti e permette un più razionale sfruttamento delle loro eccezionali doti. E' fornibile in cinque tipi di potenza: 100, 150, 210, 300 e 500 tonn.

BURATTI PER LUCIDATURA AUTOMATICA.

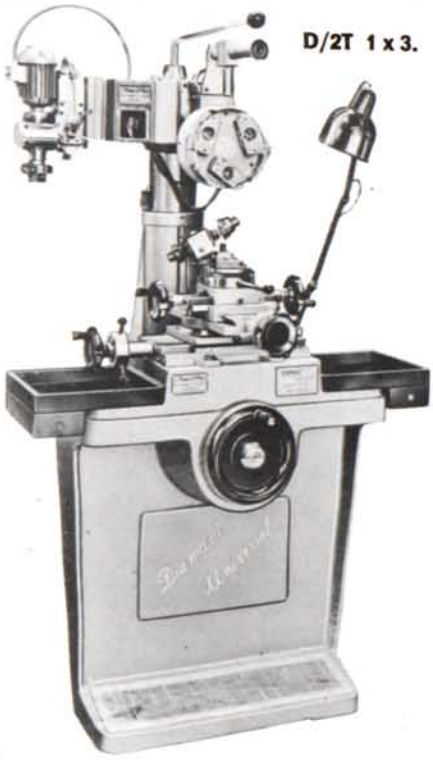
Modelli da uno a otto contenitori separati a chiusura ermetica in materiale plastico antiabrasivo, antialcalino, antiacido. Riduttore di velocità a bagno d'olio. Praticissimi.

BM.

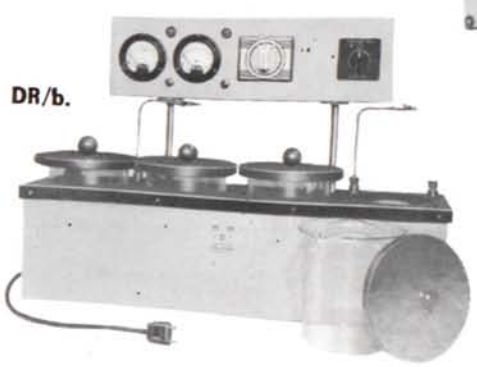
DIAMANTATRICE A DUE TESTE « MDM VALENZA ».

Speciale per la diamantatura di castoni e articoli tipici della produzione valenzana. Una testa a rotazione verticale ed una a rotazione orizzontale consentono una grande versatilità di impiego. Altre caratteristiche: spostamenti universali rapidi e perfetti, slitte indipendenti ad avanzamento semiautomatico su plateau girevole a 360°, leve a bloccaggio rapido per lo spostamento delle teste.

D/2T 1 x 3.



DR/b.



APPARECCHIATURA GALVANICA DA BANCO.

Semplice e razionale, serve a dorare, rodiare e argentare. Provvista di quattro vasche in vetro Pirex da usarsi per le varie fasi del trattamento galvanico. Voltmetro amperometro, regolatore della tensione, interruttore contaminuti, pinze di collegamento elettrodi.

GL/110.

GIOCO LAMINATOI « GL/110 MDM ».

Cilindri ad alta resistenza, giunti testa-croce, cuscinetti in lega speciale, ingranaggi elicoidali in bagno d'olio, lubrificazione forzata sono alcuni fra i molti pregi di questi laminatoi.

TORNIO UNIVERSALE PER LAVORAZIONI CON UTENSILI DI DIAMANTI.

Macchina di alta precisione, movimenti rapidi e perfetti, serve per castoni, fedi schiavette, medaglie, casse d'orologio e per numerose altre applicazioni.

TD.

PER UNA PIU' AMPIA DOCUMENTAZIONE SCRIVETE O TELEFONATE ALLA NOSTRA SEDE, O RIVOLGETEVI DIRETTAMENTE ALLE FILIALI DI **VALENZA, VIALE DELLA REPUBBLICA N. 5/A - TELEFONO N. 94.545**
VICENZA, VIALE ERETENIO N. 1 - TELEFONO N. 22.839

M M
D
MILANO

MARIO DI MAIO

FORNITURE GENERALI PER LE INDUSTRIE ORAFO-ARGENTIERE

20122 - **MILANO**

VIA P. DA CANNOBIO, 10 - TEL. 800.044 - 899.577

Ferraris & C. s.n.c.

orafi-gioiellieri

EXPORT

15048 - VALENZA - VIALE DANTE, 10 - TEL. 94.749

IMA

MARCA DI FABBRICA

23 AL

MARCHIO DI IDENTIFICAZIONE

TELEFONO N. 26-11
TELEGRAMMI: IMA
CASELLA POSTALE 27

ARGENTERIE ARTISTICHE
POSATERIE

I.M.A. - GUERCI & C.

CASA FONDATA NEL 1920

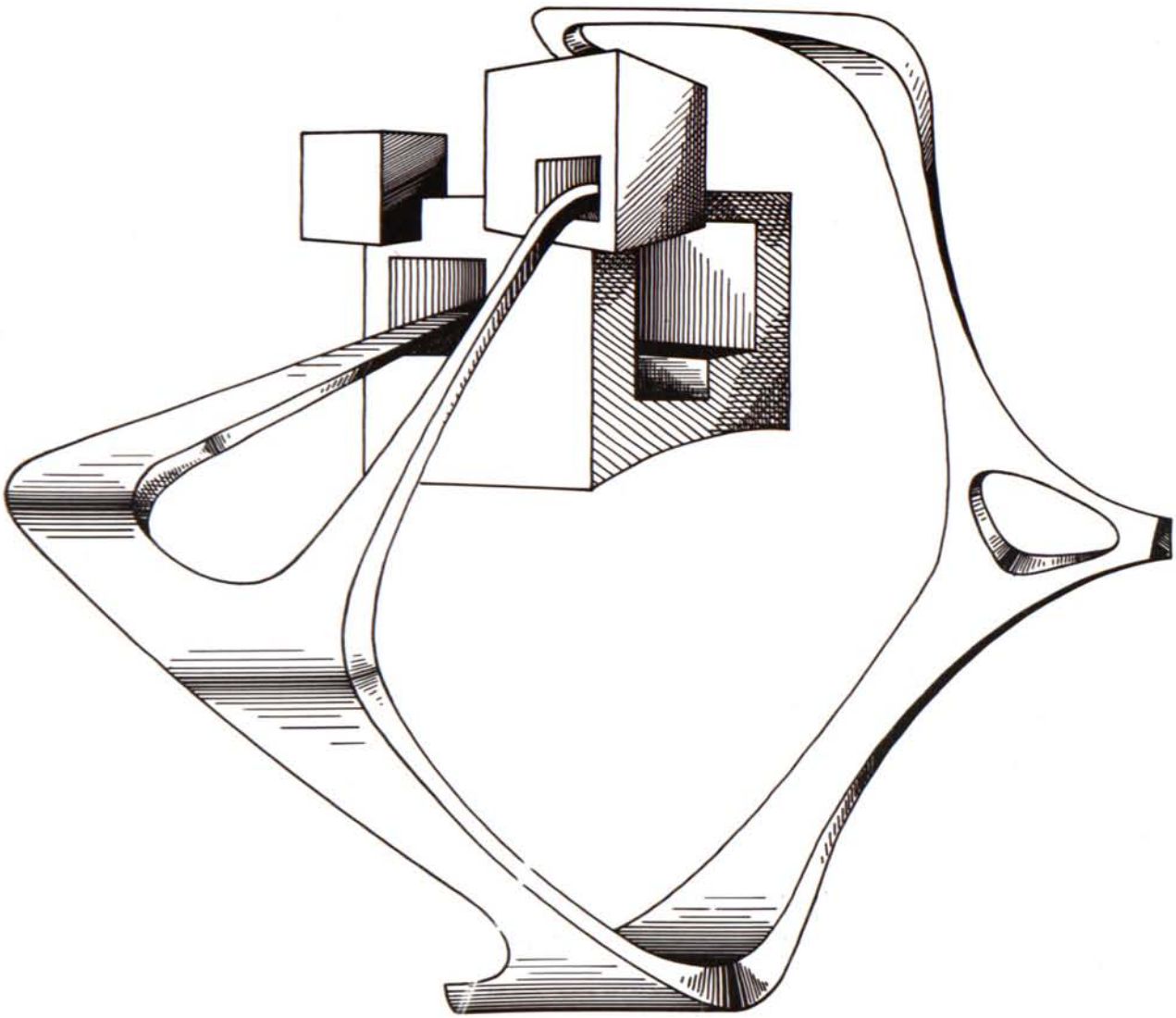
15100 - ALESSANDRIA - VIA DONATELLO, 1 (SPALTO BORGOGLIO)

MOSTRA PERMANENTE DI MILANO

VIA PAOLO DA CANNOBIO 11 - TEL. 87.55.27

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

VISITATE LA NOSTRA ESPOSIZIONE PRESSO IL NOSTRO RECAPITO DI MILANO.

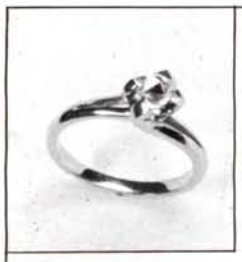


CREAZIONI

zeta

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA **GUIDO ZUCCHELLI**

VIA S. SALVATORE, 38 - TEL. **91.537** — **VALENZA PO** (ITALY) — MARCHIO **927 - AL**



La Ditta

794 AL

Guerci & Pallavidini

FABBRICA DI OREFICERIA

produce le più belle montature di anelli per fidanzamento lapidate e diamantate.

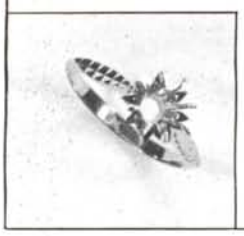
Garantisce la bianchezza e la malleabilità dell'oro ed il titolo

Visitateci !

potrete scegliere un campionario che supera i 500 pezzi diversi

GUERCI & PALLAVIDINI - Via Bergamo, 42 - Tel. 92.668 - Valenza Po

MODELLI DEPOSITATI



VF

FRATELLI
VARONA
GIOIELLIERI

Varona

JEWELLERY EXPORT

330 AL

FABBRICAZIONE PROPRIA
GIOIELLERIA E
OREFICERIA

Via Canonico Zuffi, 10 - Tel. 91.179 VALENZA PO

M
F.lli Moraglione
FABBRICANTI ORAFI GIOIELLIERI
PARM
MANUFACTURING JEWELLERS
EXPORT
VALENZA
MARCHIO 428 AL - VIA SASSI, 45 - TEL. 91.719

DITTA

CERVI ENRICO & C. s. a. s.

OROLOGERIE

15048 - VALENZA PO

VIA TRIESTE, 4/A - TEL. 91.498

Lady Levmatic

LEVRETTE

DA OLTRE UN SECOLO
L'OROLOGIO CHE NON
TEME CONFRONTI

UNION GOLD

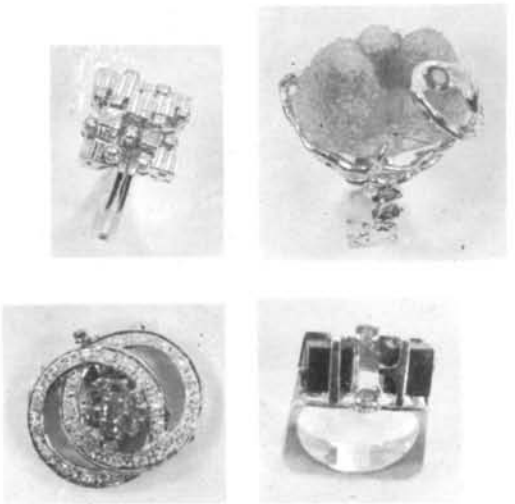
S. R. L.

ARTIGIANI ORAFI RIUNITI

15048 VALENZA PO

(ITALY)

VIA MAZZINI, 16 ☎ 91.450



AZIENDE CONSOCIATE:

Rossetto & C.

Dacquino & Maietti

Gubiani Sergio

Forlani & Torra

Amministratore unico: **sig. LUIGI TORRA**

880 AL

Baio Angelo

FABBRICANTE DI OREFICERIE
CON GRANATI

15048 - VALENZA PO - VIA TRIESTE, 30 - TEL 91.072

pietre preziose

MILKAB

di MOSHE VERED GOL

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

GIUSEPPE BENEFICO

BRILLANTI

PIETRE PREZIOSE

CORALLI

MILANO
Piazza Repubblica, 19 - Tel. 662.417

VALENZA
Viale Dante, 10 - Tel. 93.092

363 AL

F.lli Doria

fabbricanti
orafi gioiellieri

Viale Benvenuto Cellini, 36
Tel. 91.261
UFFICIO ESPORTAZIONE: TEL. 91.180
VALENZA PO

valenza po • italy

viale dante 24 - tel. 92324 - 94230

FABBRICANTI ORAFI • GARAVELLI ALDO • ANNARATONE PIETRO • MOLINA OTTAVIO

filiale: milano - via flavio baracchini 10 - tel. 806148

fiera di milano - palazzo orafi - stands 27204 - 27205

DITTA

P. A. M. O. S.

O. SODORMAN & C.

FABBRICANTI GIOIELLIERI

15048 VALENZA PO - 24, VIALE DANTE - TELEFONO 92.702 - MARCHIO 1363 AL

CARNEVALE ALDO

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA

VASTA GAMMA DI SPILLE

CREAZIONE PROPRIA

671 AL

VALENZA PO

VIA TRIESTE, 26

TEL. 91.662

ALBERA CARLO

1283 AL

di Ida Terzano Albera

OREFICERIA - GIOIELLERIA

TUTTA L'OREFICERIA CON PIETRE DI COLORE

15048 - VALENZA (Italy) VIALE GALIMBERTI, 16 - TELEFONO 91.694

COLOMBAN EMILIO

FABBRICA OREFICERIA

FIERA MILANO STAND 447

FIERA VICENZA STAND E 1

Marchio 640 AL

EXPORT

Assortimento merce a peso in

Perla, Chiusure, Bracciali in 18-14-8 carati

Argento 800°/oo

15048 - VALENZA PO (ITALY)

Via Salmazza, 9 - Telefono (0131) 92.171

Marchio 160 AL

Lunati

FABBRICANTI
GIOIELLIERI
EXPORT

VALENZA PO : VIA TRENTO, 5 - TELEF. 91.338 · 92.649

Credito Italiano

BANCA D'INTERESSE NAZIONALE

SOCIETÀ PER AZIONI
SEDE SOCIALE GENOVA
DIREZIONE CENTRALE MILANO
CAPITALE L. 45.000.000.000 VERSATO
RISERVA L. 14.200.000.000

FONDATO NEL 1870

da oltre un secolo al servizio dell'economia italiana e sempre all'avanguardia quanto a modernità ed ampiezza della gamma dei servizi offerti alla Clientela.

"assicurazione"

Una previdenza in più per il vostro futuro e per quello dei vostri cari:
infatti, una speciale copertura assicurativa entra in vigore nello stesso momento in cui aprite un libretto ed un conto presso il Credito Italiano; in favore dell'intestatario, o dei suoi eredi, nel caso d'invalidità permanente, o di decesso, causati da infortunio.

"carta assegni"

Spendere e pagare senza la preoccupazione del contante: è un sistema comodo e sicuro.
In Italia i vostri assegni, d'importo singolo non superiore alle 50.000 lire, vengono accettati come contante da migliaia di fornitori di beni e di servizi e sono incassabili presso 8.000 sportelli bancari.
In 23 Paesi europei, presso 170.000 sportelli di banche, aderenti al sistema Eurocheque, vengono cambiati a vista nella valuta che vi interessa.

"crediti personali"

La possibilità di anticipare la soluzione di un problema, di cogliere un'occasione, di appoggiare un desiderio:
mediante un prestito
— da un minimo di lire 300.000 fino a 5.000.000 —
a rimborso rateale, concesso a chiunque disponga di un reddito di lavoro subordinato a professionale o comunque di una fonte di reddito costante.

PER MAGGIORI CHIARIMENTI, RIVOLGERSI AD UNO
QUALSIASI DEI 304 **SPORTELLI IN ITALIA**
UBICATI IN 142 PIAZZE.

Uffici di rappresentanza a Buenos Aires, Francoforte sul Meno, Londra, Parigi, New York, San Paolo, Zurigo. Corrispondenti in tutto il mondo.
Filiali situate in provincia di Alessandria: Alessandria, Acqui Terme, Casale Monferrato, Novi Ligure.

SCORCIONE FELICE

di ALBERTO VITALE & BICE SCORCIONE

... dal 1917,
fabbrica
gioielleria
in Valenza Po!

139 AL

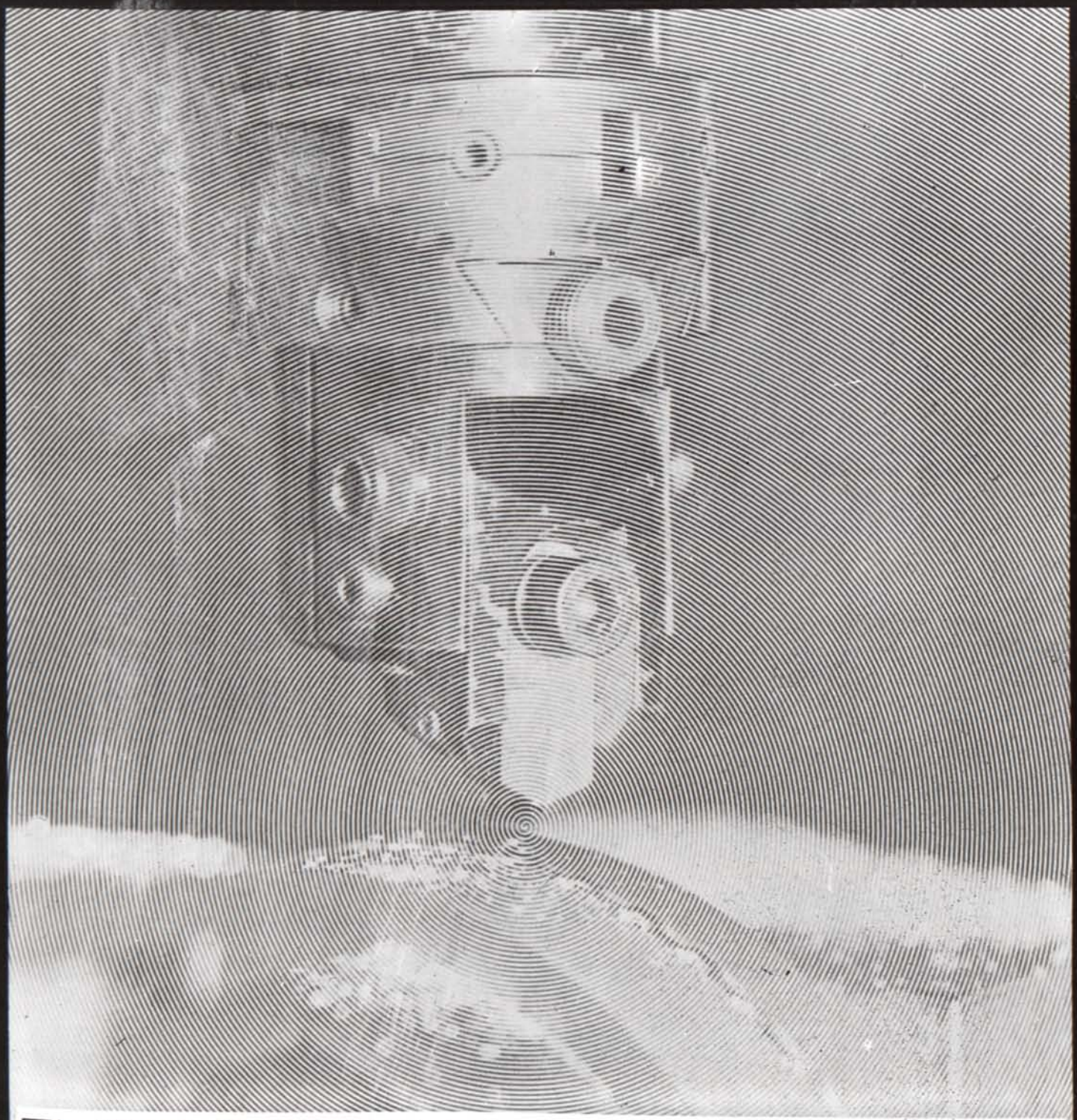
EXPORT

FIERA DI **MILANO**
STAND N. 27.214

FIERA DI **VICENZA**
STAND F. I.

☎ **91.201**

VIALE BENVENUTO CELLINI, 42/44



EVOLUZIONE DI UN' ESPERIENZA

BALESTRA
EVOLUZIONE DI UN ESPERIENZA

13VI

DEPOSITO:

ETTORE CABALISTI

VIA TORTRINO 16 - VALENZA PO - ALESS. - TEL. 92 780

Ponzone & Zanchetta

1207 AL

Gioielleria - Oreficeria

15048 - **VALENZA PO** - CORSO MATTEOTTI, 96 TEL. 94.043

DORATIOTTO FRATELLI

Oreficeria - Gioielleria - Export

ASSORTIMENTO IN FANTASIA - CREAZIONE PROPRIA

1478 AL

Via Cremona, 28 - Telef. 94.669 - VALENZA PO (Italy)

Michele Rinaldi

GIOIELLERIA - OREFICERIA

VIALE DANTE, 13 - TELEFONO 92.135

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**

arte orafa valenzana produce e distribuisce la

fedina dell'AMORE®

ARTE ORAFA VALENZANA Via F. Cavallotti, 69 - 15048 VALENZA - Casella Postale 47

OMODEO & FERRARIS

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Vasto assortimento: Spille - Anelli - Bracciali
Anelli in perla - Spille fantasia in oro rosso

EXPORT

VIA PISACANE, 12 - TELEF. 93.103 15048 VALENZA PO

MARCHIO 911 AL

MARCHIO 1808 AL

OREFICERIA GIOIELLERIA

Maganza Renzo

VASTO ASSORTIMENTO DI MEDAGLIE, CROCI, CUORI, ANELLI A FILO CREAZIONE PROPRIA

Via P. Paietta, 8 Tel. 97.235 15048 VALENZA PO

Lodi & Grassano

OREFICERIA

*

BRACCIALI E ANELLI
IN FANTASIA

*

ANFORE ARTISTICHE

1298 AL

VALENZA PO
VIA MARTIRI DI LERO, 30
TELEFONO 93 330

Modelli depositati

803AL

Ricaldone Lorenzo

BRACCIALI
SPILLE
FERMEZZE

EXPORT

TELEFONO 92.784
VIA C. NOE', 30
15.048 VALENZA PO

945 AL

FRACCHIA & ALLIORI

Oreficeria - Gioielleria

Lavorazione anelli, con smeraldi, zaffiri, rubini e perle

VIA C. NOÈ, 12 - TELEF. 93.129
15048 - VALENZA PO

GILEM S. A.

22, Park Château Banquet
1202 Genève
Téléphone (022) 31.11.10

SMERALDI DI SINTESI GILSON

Sono ottenuti per dissoluzione, purificazione e ricristallizzazione di smeraldi naturali.

Sono tagliati e sfaccettati in grandezze variabili da 0,05 a 30 carati ed in sei forme: rettangolari, quadrati ovali, marquise, goccia e tondi.

Sono di incomparabile bellezza e purezza ed il loro prezzo è circa cinque volte inferiore a quello dello smeraldo naturale.

PER ACQUISTI RIVOLGERSI A:

UGO PINTO

IN COLLABORAZIONE CON

Sig.na ALDA BRUSA

VALENZA PO - VIALE DANTE, 24 - TELEF. 92.040

Marchio 160 AL

Lunati

FABBRICANTI
GIOIELLIERI
EXPORT

VALENZA PO: VIA TRENTO, 5 - TELEF. 91.338 - 92.649

Il Centro Promozione del Diamante vi aiuta a trasformare in "gioie" i desideri.

Il materiale che il Centro Promozione del Diamante mette a vostra disposizione è veramente prezioso perché rappresenta uno dei mezzi più sicuri per dare impulso alle vostre vendite. Sappiate approfittarne!

Pubblicità personalizzata

la più valida incentivazione diretta, che attraverso una serie di bellissime diapositive pubblicitarie, due annunci in clichés, un film di 60 secondi, porterà a conoscenza del grande pubblico oltre al messaggio pubblicitario... il vostro nome e indirizzo!

Per le conferenze

e per organizzare qualsiasi altro tipo di manifestazione promozionale, il Centro Promozione del Diamante può fornirvi una serie di diapositive a colori, 25 fotografie e un film in due versioni sulla storia del diamante.

Un materiale vivo e appassionante che raddoppierà il vostro prestigio presso i clienti.

Per il vostro negozio... tanti opuscoli da regalare e l'elegantissimo blocco-espositore che non mancherà di attirare l'attenzione di tutti i clienti sulle suggestive immagini della campagna stampa 'fidanzamento '73'.

Per maggiori dettagli richiedete il nuovo opuscolo-catalogo 1973 preparato dal Centro Promozione del Diamante che vi fornirà tante preziose informazioni e utili suggerimenti... per vendere di più e meglio.
Lo riceverete inviandoci questo tagliando.

Centro Promozione del Diamante
Via Durini 28 -
20122 Milano - tel. 709041

Vogliate inviarmi copia del nuovo opuscolo-catalogo 1973 preparato dal Centro Promozione del Diamante

Nome _____

Via _____

n. codice _____

Città _____

DEUTSCHER SCHMUCK- UND EDELSTEINPREIS

IDAR-OBERSTEIN

Veranstaltet von den Verbänden: Verband der Edelstein- und Diamantindustrie und Industrieverband Schmuck- und Metallwaren

GOLDSCHMUCK mit EDELSTEINEN

INTERNATIONALER WETTBEWERB

DEUTSCHER SCHMUCK - UND EDELSTEINPREIS

IDAR · OBERSTEIN

Veranstaltet von den Verbänden: Verband der Edelstein- und Diamantindustrie und Industrieverband Schmuck und Metallwaren

Premio tedesco del gioiello e della pietra preziosa Idar - Oberstein 1973

Il concorso internazionale « Premio tedesco del gioiello e della pietra preziosa Idar-Oberstein » è uno dei più importanti ed anche più conosciuti del mondo.

Gli organizzatori della rinomata città della pietra preziosa e di un centro dell'industria orafa tedesca variano il tema ogni anno scegliendo tra « Gioielli con pietre preziose », « Gioielli moderni » e « Creazione della pietra preziosa » perchè vogliono continuare ad incitare e spronare tutti i modellisti, orafi e disegnatori ed elevare il livello della cultura del gioiello con stile e forma creativa, ad unire la tecnica con l'estetica e a legare l'eleganza classica con il gusto del tempo.

Nel quadro di una manifestazione viene conferito ai vincitori del concorso il premio in soldi e il diploma d'onore. Durante una conferenza stampa si annunciano i nomi dei vincitori. Le foto degli oggetti premiati come anche gli articoli di stampa sulle creazioni vengono inoltrati non solo ai giornali pubblici e tecnici, ma anche alla stampa delle città dei vincitori. Anche la radio e la televisione si occuperanno di questa manifestazione.

Oggetto del concorso è una

PARURE DI GIOIELLI
COLLANA ED ORECCHINI IN ORO O ARGENTO
CON PIETRE PREZIOSE

Il progettista può decidere la lunghezza della collana. Si possono usare tutte le pietre preziose senza riguardo al loro valore.

Si attendono nuove soluzioni per quanto riguarda i lavori che non possono essere pubblicati. In conformità alle esigenze elevate deve corrispondere una adeguata esecuzione dell'oggetto. Gli oggetti inviati non vengono stimati per il loro valore commerciale.

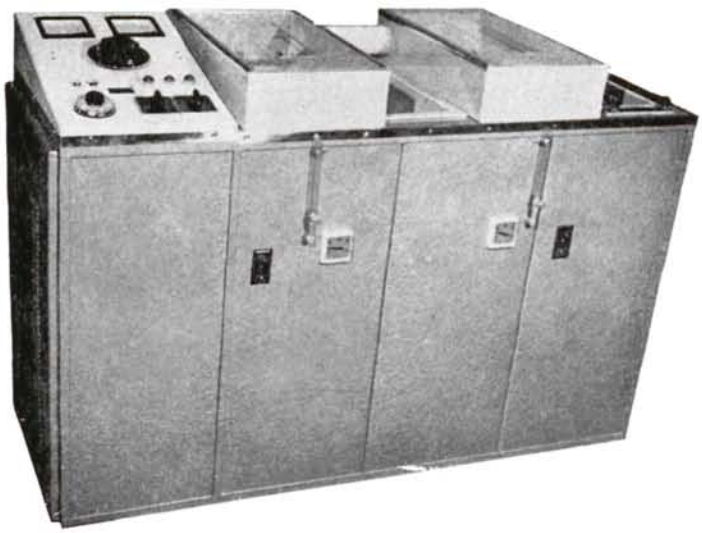
CONCORRENTI:

Potranno partecipare al concorso tutti i creatori di gioielli e tutti i gioiellieri sia dell'interno che dell'estero. Ogni persona può partecipare con un massimo di 4 oggetti, però a nessun partecipante possono essere riconosciuti più di 2 premi compreso le menzioni onorevoli.

Elettrotecnica Valenzana

DI PIETRO PELLIZZARI

Prolungamento Via Trieste - Tel. 91.009 - 15048 Valenza



COSTRUZIONE MACCHINE PER L'INDUSTRIA ORAFA

296 AL

ALDO PASERO

Oreficeria
Montature per cammei, monete e medaglie

Via Carducci, 15 - Tel. 91.108

15048 VALENZA PO

745 AL

Fratelli PASTORE

OREFICERIA
ANELLI FANTASIA
UOMO E DONNA

Via Brescia, 12 - Telefono 92.358

15048 VALENZA PO

BATAZZI & C.

S.R.L. - Capitale Sociale L. 18.000.000

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

FONDERIA
LAMINAZIONI
AFFINAZIONI
CLORURI
NITRATI

15048 - **VALENZA**
VIA ALESSANDRO VOLTA, 7/9 - TELEFONO 91.343

ORAFI E ARGENTIERI GENOVESI

sono presenti alla Mostra Orafa Permanente di VALENZA PO

ALLA MOSTRA PRESENTANO LA PROPRIA PRODUZIONE ANCHE

GLI ARTIGIANI FILIGRANISTI

di CAMPOLIGURE (Genova)

Per i cataloghi della produzione e per informazioni rivolgersi al

CENTRO SVILUPPO ARTIGIANATO LIGURE
Piazza De Ferrari, 4 — GENOVA — Telef. 298168

3

MARZO '73

L'ORAFO VALENZANO

DIRETTORE RESPONSABILE:

Ugo Boccassi

PUBBLICAZIONE MENSILE
ORGANO UFFICIALE DELL'ASSSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA

Reg. col n. 134 presso la Cancelleria del Tribunale di Alessandria e impresso dal Centro Stampa tip. ARTE GRAFICA c.so T. Borsalino, 1 - Alessandria.
Sped. in abb. postale Gr. III

Associato U.S.P.I.
Unione Stampa Periodica Italiana

DIREZIONE e REDAZIONE c/o A.O.V. - 15048 Valenza Po, p.za Don Minzoni, 1
tel. 91.851
C.C.P. 23/12595

AMMINISTRAZIONE E PUBBLICITA':

G.E.P. (Gestione Edit. e Pubblicitaria)
C.so Borsalino, 16 - Tel. 54.332
C.P. 131 - 15100 Alessandria

ABBONAMENTI:

— Italia L. 3.000

— Estero L. 6.000

Pubblicità inferiore al 70%

SOMMARIO

DI-OR-AMA

25 **Marketing un prodotto chiamato diamante**

VITA SOCIALE

36 **Richieste estremi versamenti t.c.g.**

MODA

32 **Primavera-estate: prevalenza del tessuto sul modello**

TECNOLOGIA

34 **L'oro questo sconosciuto** di Carlo Cumo (parte II)

VARIE

38 **Commercio**

CONCORSI

30 **Diamanti oggi 1973**

In copertina:

Antonio GIE' della Ditta NEW ITALIAN ART ha voluto rappresentare in questo lavoro uno degli impulsi più sottili, audaci e primitivi dell'uomo nella sfida contro la morte. Le figure rappresentano l'attimo che precede il momento della « verità ». L'oggetto è di oro, brillanti e smalto (il torero), argento e avorio (il toro), la base è in legno fossile.

ENRICO GORETTA & C. s.n.c.

FABBRICA ARGENTERIE E POSATERIE

971 AL

ALESSANDRIA
VIA CARLO PISACANE, 25 - TELEFONO 54.672

Da « MANAGER »
Anno II - N. 10 - Ottobre '72
Documentazione

Marketing per un prodotto chiamato Diamante

Lionel Burke, della De Beers Consolidated Mines ltd., illustra la politica della Central Selling Organization per il marketing dei diamanti.

Con pochissime e irrilevanti eccezioni, l'industria dei diamanti ha segnato, dal '46 in poi, una continua curva ascensionale, sicchè la recessione dalla quale ci stiamo proprio ora riprendendo è stato il primo vero banco di prova che la CSO ha dovuto superare dal dopoguerra.

Siamo lieti oggi di poter affermare che il sistema di controllo messo a punto dalla CSO in tutti questi anni si è dimostrato assolutamente e perfettamente all'altezza della situazione.

A Johannesburg, Mr. Harry Oppenheimer presidente della De Beers in un suo discorso ha dichiarato di essere molto soddisfatto del modo e della prontezza in cui l'industria del diamante è riuscita a superare la crisi di questi ultimi tempi. Abituata ad un lunghissimo periodo di ascesa, l'industria dei diamanti non si è montata la testa, ma anzi ha saputo premunirsi contro la successiva fase di difficoltà, conservando la propria struttura più forte e compatta che mai.

Le ragioni dello slittamento delle richieste di diamanti per gioielleria sono ormai risapute. L'innaturale, frenetico aumento delle richieste da parte degli acquirenti, verificatosi nel 1969 come riparo contro l'instabilità delle monete e contro l'inflazione, ha inferto grossi colpi alla bilancia delle disponibilità, costringendo i venditori di diamanti ad accumulare riserve nell'eventualità di un ulteriore aumento nelle richieste. In realtà, le monete si sono poi stabilizzate, mentre i tassi d'interesse aumentavano, e la categoria si è trovata quindi costretta ad attingere dalle proprie scorte, piuttosto che acquistare normalmente dalla CSO. Allo stesso tempo, una sensazione

Diamanti grezzi

generale d'insicurezza circa le condizioni economiche, diffusasi negli Stati Uniti e in Europa, determinava quello che noi tutti speriamo sia solo un temporaneo slittamento delle vendite dei beni di lusso.

Conseguenza inevitabile di tale situazione fu, nel 1970, la caduta nelle vendite della CSO: un buon 23% in meno rispetto alle vendite record registrate l'anno precedente. Si tratta indubbiamente di una diminuzione considerevole, che va tuttavia posta nella sua esatta prospettiva valutandone i termini in cifre reali. Vero che le nostre vendite, nel 1970 hanno registrato un totale di 529 milioni e 250.000 dollari, rispetto ai 690 milioni di dollari del 1969 e ai 599 milioni di dollari del 1968. Ma vero anche che le vendite del 1970 rappresentano comunque un aumento del 97% rispetto a quelle del 1961. Tenuto pur conto della lievitazione dei prezzi in conseguenza di svalutazioni e inflazioni, tutto ciò conferma un ragguardevolissimo aumento reale delle richieste.

Il calo delle vendite, d'altra parte, è stato di portata sufficiente a provocare allarme e ansietà, specialmente nei centri di taglio, e la CSO sta compiendo ogni possibile sforzo per appoggiare le vendite, incrementando le proprie campagne pubblicitarie e promozionali a favore dei diamanti nei Paesi di maggior sviluppo industriale. Vi fornirò in seguito maggiori dettagli circa questo importantissimo aspetto del marketing della CSO ed esporvi i metodi da noi adottati per le vendite dei diamanti grezzi destinati alla gioielleria.

Il nostro sistema di « disciplina cooperativa » del mercato è ancor oggi talvolta mal interpretato da coloro che non ne sono continuamente implicati. Esso si basa sulla semplice premessa che, essendo i diamanti beni di lusso soggetti ai cambiamenti del potere d'acquisto determinati dalle condizioni economiche, i produttori di diamanti devono necessariamente cooperare per vendere le rispettive produzioni attraverso una organizzazione unica. Questa organizzazione dovrà abbinare ad una profonda conoscenza del settore una potenza finanziaria che le permetta di « regolare » le vendite al mercato sino al punto massimo d'assorbimento del mercato stesso, ma senza alcun abbassamento dei prezzi. La produzione di diamanti in eccedenza a questo livello dovrà costituire una riserva da tenere in cassaforte finchè un nuovo aumento della domanda non giustifichi la loro immissione sul mercato. Distribuendo attentamente le riserve a fianco delle vendite della produzione corrente, si riduce la pressione ascensionale dei prezzi determinati da una forte ripresa della domanda e si assicura la stabilità dei prezzi. Il punto-chiave del sistema, naturalmente, è costituito dalla stabilità e dalla necessità di mantenere la fiducia che il pubblico ripone nei diamanti come uno dei pochi beni di lusso in grado di conservare nel tempo gran parte del proprio valore di base. Sta agli occhi che, se la maggior parte dei diamanti è distribuita da un unico canale di vendite, ciò che ne risulta è un monopolio. Ma la grossa differenza tra la CSO e gli altri monopoli sta nelle intenzioni. Se, come nel caso dei diamanti, lo scopo è quello di assicurare la stabilità del mercato e proteggere gli interessi di tutti gli appartenenti alla categoria, dai produttori in poi, compreso — e qui è il punto essenziale — il consumatore, allora il monopolio diventa un fatto positivo.

Questo tipo di politica non è un fatto nuovo. La necessità di un mercato controllato era già riscontrata nel XVIII secolo dai produttori brasiliani di diamanti, ma non vi fu alcun serio tentativo di « stabilizzazione » finchè Cecil Rhodes non fondò la De Beers nel 1888, riunendo attorno a sè un gruppo di commercianti londinesi e sud-africani per una controllata immissione sul mercato della produzione De Beers.

L'iniziativa dette risultati soddisfacenti, ma venne in parte messa in crisi dallo spettacoloso aumento della produzione di diamanti di origine alluvionale provenienti da altre parti dell'Africa e da ulteriori fonti alluvionali scoperte in sud-Africa intorno agli anni '20.

I produttori non facenti parte del gruppo De Beers riconobbero senz'altro la necessità di una regolamentazione comune della politica di mercato, ma la mancanza di capitali sufficienti a costituire delle riserve con le eccedenze della produzione, unita ad altre varie difficoltà, determinò una crisi gravissima del mercato dei diamanti. Il tutto fu poi ulteriormente aggravato dalla grande crisi del 1929. Fu a questo punto che Sir Ernest Oppenheimer, nominato poco prima Chairman della De Beers, affrontò di petto il problema. Riuscì innanzi tutto a conquistare la fiducia e la collaborazione degli altri produttori e, nel 1930, fondò la Diamond Corporation che agiva come organismo centrale di vendita. Il graduale miglioramento delle condizioni economiche generali gli permisero poi, nel 1934, la formazione di un altro organismo, la Diamond Trading Company, cui erano affidati i due compiti specifici di selezionare e vendere i diamanti. Alla già esistente Diamond Corporation venne affidato l'incarico di mantenere i contatti con i produttori al di fuori del gruppo De Beers e di costituire la Diamond Producers Association.

Questa associazione agisce come organismo regolatore, stabilendo le quote di vendita e risolvendo i problemi comuni dei produttori. I contratti con i produttori venivano così a garantire un mercato di assorbimento per almeno una parte delle rispettive produzioni, e il tutto veniva basato su un sistema di quote che assegnava a ciascuno un'equa parte di vendite.

Questa è storia, oramai, ma è anche esperienza, ed in forza di questa esperienza, con tutti i suoi lati anche amari, che la CSO ha fermamente deciso di rinforzarsi a tal punto da poter far fronte a qualsiasi difficoltà.

Il boom post-bellico dei diamanti, iniziato negli Stati Uniti nel '49, ha contribuito a creare questa forza. A quel tempo, infatti, la CSO, fu in grado di immettere sul mercato, unitamente alla produzione corrente, le riserve di diamanti accumulate prima e durante la guerra, a prezzi post-bellici.

La maggior parte di questi profitti extra fu destinata alla creazione di riserve finanziarie. Inoltre, le miniere che erano state chiuse durante la grande recessione vennero riaperte e, negli anni '50, la De

Beers aumentò ulteriormente la propria potenza finanziaria investendo proficuamente in altri campi i fondi in eccedenza.

Harry Oppenheimer, che nel 1957 succedette al padre nella presidenza della De Beers, continuò questa politica di investimento di pari passo con l'enorme espansione del gruppo. Le riserve finanziarie accumulate negli ultimi 20 anni hanno permesso alla CSO di far fronte alla recente improvvisa caduta della domanda. E' ormai risaputo che queste riserve sono nell'ordine di parecchi milioni di sterline.

La maggior parte dei diamanti che attualmente costituiscono le riserve della CSO sono di piccola caratura. La proporzione di queste pietre rispetto alla produzione totale tende ad aumentare di anno in anno, non solo per la natura dei depositi diamantiferi, ma anche per il miglioramento dei sistemi di estrazione. Come vedremo in seguito, tutti i nostri programmi promozionali sono stati riveduti in modo da concentrare gli sforzi sul tema delle pietre di piccola e piccolissima caratura in modo da stimolare nel consumatore l'interesse verso questo genere di pietra.

Il Sud-Africa, e in particolare l'Africa sud-occidentale, sono tuttora i maggiori produttori di diamanti di buon livello qualitativo, immediatamente seguiti da Angola, Sierra Leone e Tanzania. La Repubblica Congolese, la Guinea, la Liberia, il Ghana e l'America del sud continuano ad estrarre diamanti, ma in quantità notevolmente inferiori. Il Congo, da parte sua è invece la fonte più importante di diamanti destinati ad uso industriale. L'Unione Sovietica estrae ragguardevoli quantità di diamanti, sia per gioielleria sia per uso industriale, e l'idea che possa improvvisamente immettere sul mercato tutta la sua produzio senza conformarsi al nostro sistema di « disciplina cooperativa » dà adito, di tanto in tanto, ad ansietà preoccupazioni tra gli operatori di settore. A questo proposito, ciò che posso dirvi è che finora non c'è ragione di temere che i russi intendano distribuire la loro produzione in qualche modo che possa recare danno alla stabilità dell'industria diamantifera.

Quest'anno si celebra il centenario dell'apertura della famosa miniera di Kimberley, e l'avvenimento sarà ricordato con una serie di manifestazioni speciali. Benchè le miniere De Beers di Kimberley possono essere senz'altro considerate delle « veterane » se ne continuano ad estrarre ottimi diamanti.

Al di là del confine, nello Stato libero di Orange, invece, la vecchia miniera di Iagersfontein verrà presto chiusa. Ma per compensare la perdita, la De Beers ha già pensato di riaprire un'altra « veterana », la miniera di Koffiefontein, che riprenderà presto la sua produzione. La miniera di Finsch è, nel frattempo, in piena attività, mentre la nuova « vena » Oropa, scoperta nella Botswana dai geologi della De Beers dopo un decennio di ricerche, dovrebbe entrare in funzione il prossimo anno.

Per quel che riguarda l'Africa Sud-Occidentale, è recente la notizia che la De Beers sospende le operazioni di ricerca marine. Questo fatto determinerà indubbiamente una riduzione nella produzione di diamanti di piccola caratura ma non provocherà alcun calo nella produzione totale di diamanti dell'Africa Sud-Occidentale, in quanto verrà compensata dall'aumento che, nelle altre miniere si è previsto per la produzione di diamanti di maggior caratura.

Passiamo ora a considerare il fattore vendite. E' persino superfluo sottolineare come la selezione e valutazione di qualcosa come 600 milioni di sterline di pietre grezze all'anno implichi un gigantesco lavoro, sostenuto da un alto livello di organizzazione e di competenza.

Nel 1947, quando la CSO vendeva diamanti per 57 milioni di sterline, l'organico era formato da 95 persone che lavoravano in locali di fortuna (la sede precedente era stata completamente rasa al suolo durante la guerra). Oggi, qualcosa come 700 persone selezionano e valutano un quantitativo di pietre che è 10 volte superiore, in un edificio di 10 piani ideato e costruito espressamente per questa particolare funzione. Il personale comprende 250 esperti nella selezione e valutazione delle pietre, affiancati da un Reparto Vendite, un Reparto Marketing e un Reparto Amministrazione.

Uno dei nostri maggiori problemi riguarda l'entità del tempo necessario alla formazione professionale di un selezionatore di diamanti. In effetti, e diversamente dalla maggior parte delle altre imprese industriali, a noi è impossibile allargare gli organici nel giro di pochi giorni in caso di imprevisti aumenti di attività.

I diamanti che raggiungono Chartehouse St. dai luoghi di estrazione vengono in un primo tempo divisi tra le cosidette « gemme » e i diamanti destinati ad uso industriale. I diamanti industriali, che rappresentano il 75% della produzione totale, sono quelle pietre che per varie ragioni (colore, qualità, forma) non possono essere utilizzate in gioielleria. Le restanti pietre, di qualità superiore, vengono a loro volta suddivise in cinque gruppi principali, secondo grandezza, colore e qualità. Queste cinque categorie principali comprendono, a loro volta, una vastissima gamma di sottodivisioni sino a raggiungere qualcosa come 2.000 classificazioni.

Per ragioni di verifica e di estrema accuratezza si richiede che ciascun diamante venga esaminato per lo meno due volte prima di addivenire alla sua valutazione definitiva.

I diamanti, così classificati e valutati, passano al Reparto Vendite che li prepara per i cosidetti « sights », il termine adottato per definire le sedute di vendita che hanno luogo dieci volte all'anno.

Il Reparto Vendite, che è stato deliberatamente mantenuto entro dimensioni molto modeste (le più adatte a creare un'atmosfera cordiale e amichevole tra gli addetti alle vendite e la clientela), è in continuo contatto con il Reparto Marketing. e un Marketing Manager è addetto al coordinamento fra le attività di vendita e le attività promozionali che sempre più favoriscono, in tutto il mondo, la vendita dei diamanti.

Gli addetti alle vendite, come quasi tutti gli altri membri del personale della CSO, hanno passato un lungo tirocinio all'interno dell'orga-

nizzazione ed hanno quindi una profonda conoscenza sia della « merce » che dei clienti con i quali trattano. Essi inoltre tendono a specializzarsi in un particolare settore del mercato diamanti e si trasformano, di conseguenza, in veri e propri conoscitori dei centri dove quel determinato tipo di « prodotto » ha corso più frequente. Ecco perchè, tra un « sight » e l'altro, si preoccupano di tenere regolari contatti personali con i clienti e con le borse in cui essi operano.

I clienti, da parte loro, vengono informati del « sight » con una quindicina di giorni di anticipo e invitati a sottomettere alla De Beers una lista dei loro « desiderata ». Queste richieste vengono attentamente analizzate e valutate dal personale del Reparto Vendite sulla base dei quantitativi di merce a disposizione, del tipo di attività svolta dall'acquirente, della sua posizione finanziaria e (se si tratta di un fabbricante) della grandezza della sua fabbrica e del numero dei suoi dipendenti o, se si tratta di un commerciante, del numero di fabbricanti che costituiscono la sua attuale clientela.

All'acquirente viene quindi comunicata la data in cui potrà prendere visione della merce. Nel caso che i « desiderata » non possano venire soddisfatti secondo richiesta, la CSO darà comunicazione delle alternative possibili.

La maggior parte degli acquirenti viene personalmente a Londra per i « sights » dai maggiori centri di taglio: Anversa, New York, Tel Aviv, Amsterdam e Bombay.

Presso le speciali sale di vendita della De Beers, tutte rivolte verso nord, i clienti possono comodamente prendere visione della merce, senza nessun obbligo all'acquisto. Anzi la CSO ha tutto l'interesse che i singoli clienti non immobilizzino le proprie finanze costituendo riserve personali, perchè questo può portare ad una situazione analoga a quella verificatasi un anno fa circa. In definitiva, le società diamantifere hanno costruito la loro grossa struttura finanziaria proprio allo scopo di poter assorbire gli eventuali surplus della produzione e questo è uno dei nostri compiti come stabilizzatori del mercato.

I diamanti destinati alla gioielleria assorbono senz'altro gran parte del lavoro svolto dalla CSO di Londra, non per questo però i diamanti industriali sono considerati « parenti poveri »: dopotutto, rappresentano il 75%, in termini di peso, di tutti i diamanti estratti. Essi vengono venduti giorno per giorno secondo le esigenze della clientela. Le operazioni di vendita sono affiancate da varie attività di ricerca tecnica e scientifica, oltre che da un intenso programma promozionale di informazione alle industrie.

Sarebbe ingiusto omettere, da questo quadro generale sull'industria dei diamanti, i cosidetti « brokers », cioè — per dirla in termini semplificati — coloro che agiscono da intermediari tra la CSO e gli acquirenti. Le società di brokers con cui la CSO tratta regolarmente sono soltanto dieci — alcune delle quali consistono in grosse organizzazioni, e altre agiscono praticamente come persone singole.

Poichè i brokers in pratica rappresentano l'acquirente e godono, nel contempo, di assoluta fiducia da parte della Diamond Trading Company, è chiaro che si tratta di organismi altamente qualificati, di grande correttezza, esperienza e capacità contrattuale. A rigore, non è affatto necessario essere rappresentati da un broker a Londra: ma salta agli occhi come agli acquirenti che risiedono in più lontani centri di taglio, possa tornar utile la collaborazione di un esperto che conosce a fondo i suoi problemi ma anche i dettagliati sistemi di vendita della CSO. Così, parecchi acquirenti di centri lontani finiscono il più delle volte col delegare i propri acquisti ai rispettivi brokers londinesi.

Forse, in questo mio esposto sulle attività di marketing della CSO vi avrò dato l'impressione che esse si limitino alla selezione, valutazione e vendita delle pietre a Londra. Mi affretto ad aggiungere che siamo una organizzazione internazionale, i cui componenti viaggiano di continuo in tutto il mondo per studiare da vicino i problemi relativi ai vari mercati di diamanti. Inoltre, la CSO è sempre pronta ad aprire nuovi centri d'acquisto laddove si presenti la necessità di stabilizzare il mercato. Un esempio di questa « estensione » di attività è l'incarico ricevuto nel 1956 dal Governo della Sierra Leone di dirigere il locale centro governativo di vendita dei diamanti. Fummo incaricati di combattere il traffico illegale di diamanti, assicurare gli utili spettanti al governo e mantenere la stabilità del mercato. Questo incarico in Sierra Leone dura tuttora e ne abbiamo ricavato grande esperienza dei problemi africani.

La collaborazione tra il nostro Reparto Vendite e il Reparto Marketing, sempre più stretta, farà sì che gli obbiettivi delle nostre numerosissime attività promozionali nel mondo coincidano con le necessità riscontrate alla base del ciclo produzione - vendita, specie per quel che riguarda una spinta all'impiego e all'acquisto di pietre di piccola e piccolissima caratura (e, con « piccolissima » caratura, intendo diamanti finiti che stiano nel raggio dai 5 ai 15 punti).

Abbiamo notevolmente intensificato negli ultimi 12 mesi, le attività pubblicitarie e promozionali non solo per dare una spinta alle vendite immediate, ma anche per allargare il mercato in una prospettiva più lontana e più vasta. A questo scopo, collaboriamo strettamente con i dettaglianti in modo che le nostre iniziative promozionali soddisfino le loro reali necessità. Può quindi tornar utile una brevissima scorsa dei nostri obbiettivi pubblicitari e delle campagne che stiamo patrocinando in tutto il mondo.

L'attività pubblicitaria della De Beers è cominciata negli Stati Uniti nel 1939, all'inizio della ripresa dopo la grande recessione economica iniziata nel 1929. Affidammo il budget pubblicitario alla N.W. Ayer & Son Inc., e la nostra agenzia in America studiò per noi un approccio pubblicitario piuttosto ardito a quei tempi. Si pensò di presentare i diamanti non tanto in sè e per sè quanto come simbolo eterno di amore e affetto , un leit-motif che è stato da allora alla base di tutte le nostre campagne. Unitamente alla pubblicità vera e propria, si dette il via ad attività promozionali e di Pubbliche Relazioni, tutte destinate

ad aumentare il prestigio dei diamanti negli Stati Uniti. In particolare, fu ideato il Diamonds-International Awards, ovvero l'Oscar internazionale della gioielleria con diamanti, che è andato da allora assumento un'importanza internazionale sempre più vasta. Un'idea della crescente popolarità del concorso può venire dalle seguenti cifre: nel 1963 al primo D.I.A., furono sottoposti al vaglio della giuria 373 disegni presentati da 71 creatori di 12 Paesi; quest'anno, abbiamo ricevuto 2.280 disegni da 938 disegnatori di 30 Paesi.

Dell'esperienza acquisita sul mercato americano ci siamo serviti per sviluppare lo stesso tipo di attività pubblicitario, promozionale e di PR in parecchi altri Paesi. Attualmente le nostre campagne pubblicitarie si svolgono a pieno ritmo anche in Giappone, Canada, Francia, Germania, Inghilterra e Italia curate dai vari uffici della J. Walter Thompson. Un'attività più limitata ma pur sempre sensibile è condotta anche in Australia, Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Norvegia, Nuova Zelanda, Olanda, Spagna, Svezia, Svizzera e Sud Africa.

Anche in quei Paesi dove la tradizione dell'anello di fidanzamento con diamanti era ignota, o poco diffusa, abbiamo ottenuto risultati quanto mai lusinghieri. In Giappone, per esempio, abbiamo contribuito ad aumentare il possesso di anelli di fidanzamento con diamanti dal 5% del 1966 (anno in cui abbiamo iniziato le nostre attività) al 19% delle spose 1970. Nella Germania Occidentale l'aumento è stato persino maggiore: da una percentuale bassissima registrata nel 1966, siamo arrivati al 29% delle donne maritatesi lo scorso anno.

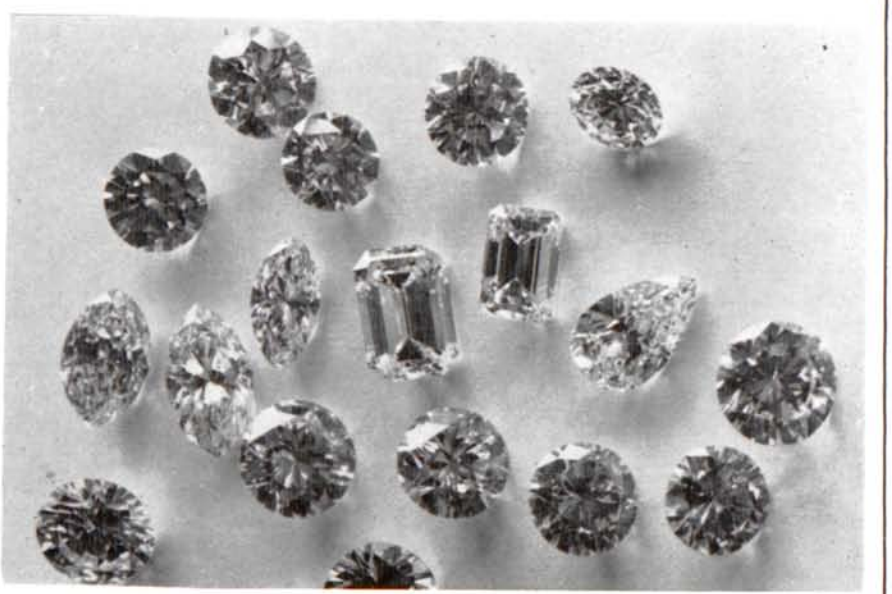
Un aspetto importante del nostro lavoro promozionale riguarda le indagini che via via conduciamo per rilevare e valutare con precisione i fatti su cui basare strategia e messaggi pubblicitari. Poichè l'atteggiamento delle persone è molto diverso da Paese a Paese, e diverse le reazioni emotive e psicologiche, tirare a indovinare rappresenterebbe un grosso rischio. Così, preferiamo basare il nostro lavoro su ricerche e previsioni molto accurate, che possano mettere a buon frutto i notevolissimi investimenti delle nostre campagne.

Abbiamo di recente incaricato una nota società di Ricerche di Mercato americana di studiare il sistema di prevedere a lunga distanza le tendenze del mercato che ci interessano.

Per quel che riguarda il futuro ho già espresso il mio ottimismo in termini di ripresa sia della domanda che dell'offerta. Il gruppo De Beers, da parte sua, sta facendo, come avete visto, il possibile per incrementare questa tendenza. Nel frattempo, le preoccupazioni manifestate dai più apprensivi dovrebbero smussarsi semplicemente se valutate nella prospettiva dell'effettiva potenza — in cifre reali — e la grande stabilità dell'industria dei diamanti.

Ci sarebbe ancora molto da dire — per esempio sulle ricerche minerarie da noi indefessamente condotte, non solo in Africa, ma in altre parti del mondo — ma ho cercato soprattutto di darvi un quadro della nostra politica, di mercato che serva anche a chiarire eventuali malintesi. Ci rendiamo perfettamente conto, alla De Beers, come il nostro tipo di organizzazione e i nostri obbiettivi possano essere difficilmente accettabili al di fuori del campo specifico dei diamanti, e in particolar modo da coloro che, se da una parte criticano l'iniziativa privata, al tempo stesso ostacolano i controlli pur tanto necessari al bene della maggioranza.

Ma siamo certi che, all'interno dell'industria dei diamanti, siano pochissimi coloro che non accettano la « saggezza » di un mercato controllato.



Diamanti alla fine del loro viaggio

DIAMANTI OGGI 1973

Concorso italiano per artisti del Gioiello

Il Centro d'Informazione Diamanti bandisce, col patrocinio della De Beers Consolidated Mines Ltd., il concorso d'arte orafa « Diamanti Oggi 1973 ». Possono parteciparvi persone e ditte che abbiano residenza in Italia, presentando pezzi di gioielleria con diamanti nei termini qui sotto specificati.

Obbiettivi del concorso.

1) Riaffermare l'unicità del diamante, la sua personalità, il suo valore di emblema-luce, anche se di piccola caratura;

2) di conseguenza, indirizzare la creatività di disegnatori e gioiellieri verso l'uso di piccoli diamanti, e verso forme di gioielleria con diamanti che sempre più si adattino all'abbigliamento d'oggi e al costume di vita moderno, anche nel settore maschile;

3) attraverso queste proposte d'alto livello creativo a prezzi molto accessibili, allargare le prospettive di mercato per la gioielleria con diamanti;

4) confermare l'insostituibilità del diamante come simbolo del fidanzamento.

Categorie

Al concorso « Diamanti Oggi 1973 » si partecipa con gioielli e anelli finiti.

Ai diamanti potrà essere accostato qualsiasi materiale prezioso o naturale, ma non altre gemme. E' consentita l'utilizzazione dello smalto.

Il concorso è aperto alle seguenti categorie:

(a) gioielleria con diamanti;

(b) anelli con diamanti

(c) anelli di fidanzamento con « solitario »

(e) premio speciale per gioielli con diamanti destinati all'abbigliamento maschile.

(f) premio speciale per « coordinati » con diamanti.

Ogni concorrente potrà presentare sino a 4, e **non più di 4 pezzi** per categoria (nel « coor-

dinato » l'insieme dei pezzi è inteso come un'unica creazione).

Ciascuno dei pezzi presentati al concorso **dovrà contenere almeno 7 diamanti per un peso complessivo non superiore al carato.**

(preferibilmente pietre fra i 3 e i 30 punti, di buona qualità).

Questa clausola non vige, ovviamente, per la categoria (d), cioè quella con « solitario », per la quale però il valore globale dell'anello **non dovrà superare le 500.000** lire, prezzo di vendita al pubblico.

Norme di partecipazione e scadenza

Le persone o ditte (residenti in Italia) interesate al concorso, dovranno far pervenire i loro gioielli e anelli finiti a Wilma Viganò Pandiani, Centro d'Informazione Diamanti, via Durini, 26 20122 Milano, **entro il 27 aprile 1973.**

Ciascun pezzo (o gruppo di pezzi, nel caso dei « coordinati ») dovrà essere accompagnato dal modulo d'iscrizione allegato, compilato in ogni sua parte.

Al fine di assicurare la più assoluta imparzialità di giudizio, tutti i gioielli in concorso verranno presentati anonimi alla giuria.

Il Centro si riserva la facoltà di non accettare domande d'iscrizione, senza obbligo di comunicare i motivi. Il concorrente ne verrà subito avvertito e i pezzi presentati resteranno a sua disposizione.

Premi

Per ciascuna delle categorie (a), (b), (c) e (d) la De Beers mette a disposizione della giuria un 1.o, un 2.o e un 3.o premio, rispettivamente di L. 200.000, L. 150.000, L. 100.000. Per ciascuna delle categorie (e) (f), un premio speciale, unico, di L. 250.000. Verranno anche assegnati diplomi d'onore per altre creazioni ritenute dalla giuria particolarmente meritevoli, e diplomi ai disegnatori (se non concorrono in proprio) dei gioielli vincenti e segnalati.

Ogni concorrente potrà vincere anche più premi in diverse categorie, ma un solo premio per categoria. L'assegnazione dei diplomi non è soggetta a limitazioni. La decisione dei giudici è inappellabile, e la commissione giudicatrice non sarà vincolata ad assegnare tutti i premi.

La partecipazione al concorso implica l'accettazione di tutte le norme di cui sopra: saranno eliminati dal concorso quei pezzi che eventualmente risultino al di fuori delle regole indicate.

Propaganda e pubblicità

La decisione dei giudici verrà resa nota ai diretti interessati subito dopo la riunione della giuria (fissata per il 3 maggio) e resa pubblica il 7 giugno nel corso di un ricevimento che verrà organizzato per i vincitori del concorso e per la stampa.

In questa occasione verranno attribuiti i premi e presentati i gioielli vincenti e segnalati. Il Centro d'Informazione Diamanti curerà l'uscita di notizie e fotografie sui gioielli premiati e segnalati. I vincitori dei premi o dei diplomi potranno valersene pubblicitariamente o in altro modo a partire dal 7 giugno, purchè in nessun caso sia fatto intendere esplicitamente o implicitamente che premi o diplomi sono stati ottenuti per gioielli diversi da quelli indicati dai giudici.

Proprietà e protezione

Le creazioni presentate resteranno di proprietà dei concorrenti. Il Centro assume la posizione di depositario gratuito e provverà ad assicurare, nell'interesse dei proprietari, i pezzi presentati al valore di sostituzione indicato dal concorrente, contro i rischi di furto e rapina. Qualora tale valore, che in ogni caso verrà mantenuto riservato, non apparisse attentibile, il Centro si riserva la facoltà di far procedere a stima da parte di periti qualificati e di concordare la protezione assicurativa secondo tale stima.

I gioielli vincenti e quelli segnalati verranno restituiti ai concorrenti, personalmente o a mezzo di assicurata postale, nel periodo immediatamente successivo alla mostra. Le creazioni non esposte verranno invece restituite nello stesso modo, nel periodo immediatamente successivo alla riunione della giuria.

I concorrenti riconoscono che, in caso di perdita imputabile al Centro, oltre al valore dei pezzi quale dichiarato all'atto della iscrizione o stimato a cura del Centro e coperto dall'indennità assicurativa, nessun'altra pretesa potranno formulare nei confronti del Centro d'Informazione Diamanti o di ogni altro membro o dipendente del comitato organizzatore.

Nota per i concorrenti

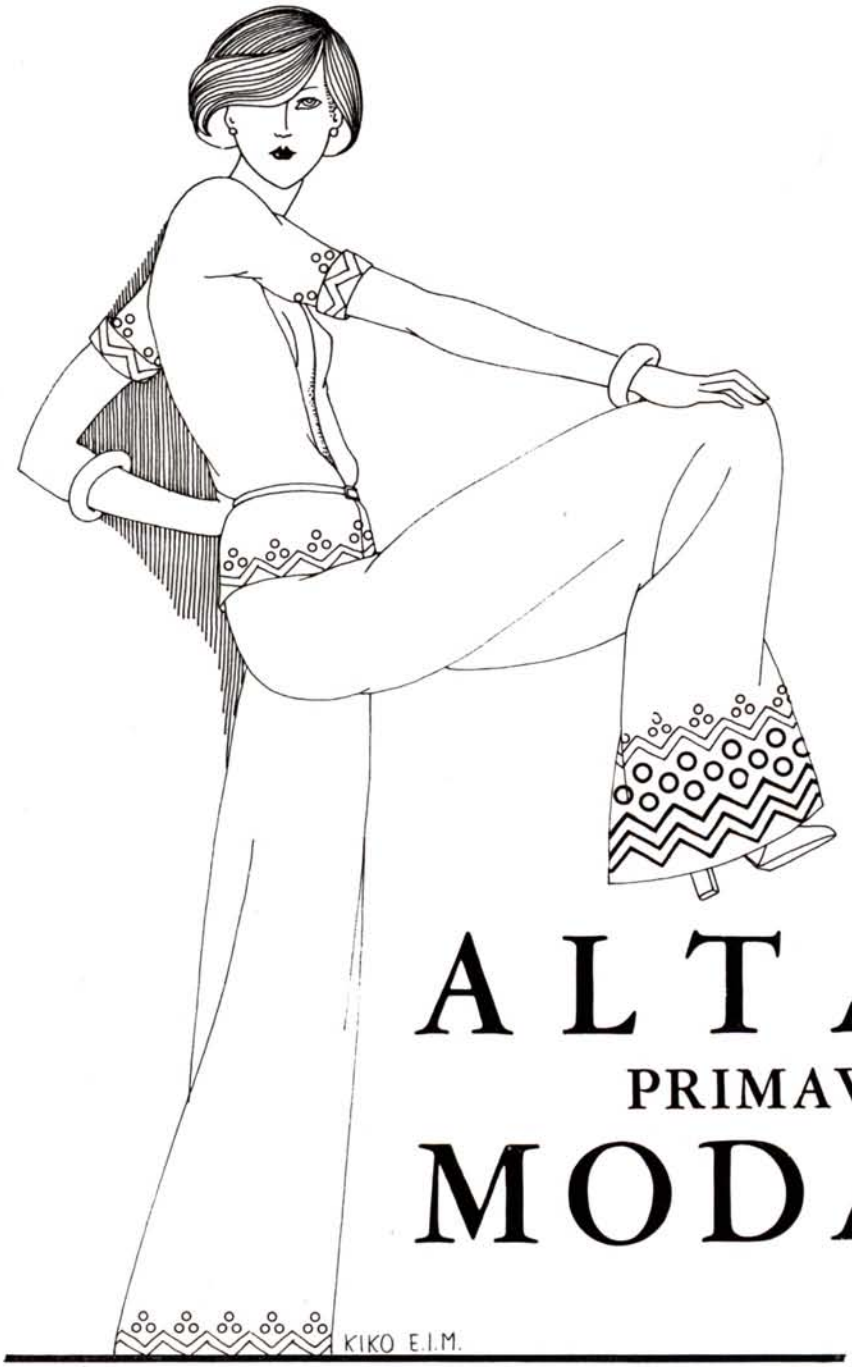
Anche quest'anno abbiamo voluto porre l'accento del nostro concorso su una tendenza che va sempre più diffondendosi con l'aumentare della produzione di gioielleria, e di gioielli con diamanti in particolare. Ci riferiama all'uso e alla valorizzazione di diamanti di piccola caratura, che rappresentano la logica soluzione dei nuovi problemi di produzione e di mercato. Si tratta di realizzare molti più gioielli di un tempo, a un costo nettamente più accessibile; il che implica non solo l'uso dei diamanti di piccola carature, ma anche la necessità di assortire, in uno stesso gioiello, le carature delle singole pietre.

E' certamente più agevole, infatti, produrre tutta una serie di gioielli analoghi con, poniamo, sette diamanti un po' diversi, piuttosto che tutti eguali fra loro.

Andrà inoltre tenuto presente che, anche nel campo della gioielleria, le scelte e gli atteggiamenti vanno sempre più adeguandosi al contesto di vita in cui la donna d'oggi (e l'uomo con lei) si veste, si muove, lavora, si diverte.

Un gioiello avrà tante più probabilità di piacere quanto più potrà essere indossato, sempre e disinvoltamente, in qualsiasi occasione e con qualsiasi abbigliamento.

Questo discorso di « portabilità » è valido anche, e soprattutto, per gli anelli di fidanzamento, che devono rappresentare, in modo fresco e attuale, l'antichissimo simbolo della promessa d'amore.



ALTA MODA

PRIMAVERA - ESTATE

ROMA GENNAIO '73

Dal 14 al 19 gennaio è stata presentata a Roma l'Alta Moda Italiana per la primavera-estate 1973. Il ritorno della moda ai temi classici e le scelte orientate verso la ricerca dei dettagli e la cura dei particolari hanno confermato ciò che già in novembre scorso la passerella del Palazzo Pitti a Firenze aveva proposto.

Per la donna, linee verticali e sportivo-eleganti dalla mattina al pomeriggio; fantasia ed estro romantico unicamente per la sera. L'abito da sera ripete la linea da giorno allungato fino a terra utilizzando tessuti più leggeri e preziosi, dando grazia ad una linea portabilissima.

I tessuti sono stati i veri protagonisti di queste collezioni romane: le lane double che diventano ogni anno più incredibilmente morbide e leggere, quelle secche a lavorazione tweed, fiammate con effetti scozzesi e aspetto rustico; le sete, le garze, il twill, le mussore, la georgette, il crêpe e il chiffon tanto aerei da scivolar addosso, impalpabili e da prestarsi agevolmente alle pieghettature di tutti i tipi senza mai ingoffare. Gli stampati dei tessuti hanno avuto un tale risalto da far passare in secondo piano, in molti casi, il modello. Ricordiamo fra i più piacevoli i mazzi di fiori pastello su fondo bianco degli abiti lunghi di Capucci, le bajadere coloratissime e le mongolfiere da stampa inglese di Barocco, i disegni geometrici in doppia dimensione di André Laug, i mazzetti di violette di Valentino, gli stampati Art-Nouveau — rombi e righe soprattutto — nei colori dei gelati di pesca, mandarino, mirtillo, pistacchio e limone della fresca e riuscita collezione di Pino Lancetti che con un abito lingerie di chiffon lilla,

Prevalenza del tessuto sul modello

lungo e morbido con i volants attorno allo scollo incrociato e ai polsi si è aggiudicato la palma del più bel vestito della sera.

L'unanimità nella scelta dei colori per il guardaroba della prossima primavera è assoluta: son presenti praticamente tutti i pastelli dal rosa all'acquamarina, dal glicine all'albicocca; c'è molto bianco naturale e ci sono gli immancabili rosso e blu a sottolineare in qualche collezione lo stile tennis.

Quanto alle linee, il livellamento totale c'è nell'adozione in massa delle sottane a pieghe o plissées, nella scelta di giacche lunghe o corte ma mai aderenti, nell'insistenza sui paltoncini a vestaglia senza bottoni e con la cintura in vita, nella presenza su tutto il fronte del vestito a camicia di giorno e di sera, solo, oppure con la giacca o il soprabito.

Tutti i sarti lo hanno proposto personalizzandolo in modo diverso: da Biki il più nuovo, diritto e a sacchetto, allacciato fino ai fianchi e senza cintura di giorno, plissettato nella sottana e con i volants intorno ai polsi delle maniche a guanto e sui corpini a formare jabots, di sera. Da André Laug, lo chemisier è la base della collezione sia nella versione con doppia gonna a tunica pieghettata e collo a sciarpa sia in quella a due pezzi: sottana a cannoni piatti e blusa con fiocco in due stampati diversi ma negli stessi colori.

Il 1973 sarà l'anno in cui l'ispirazione viene dalla Cina che rimarrà l'unica fonte folcloristica ammessa, l'anno delle perle di cristallo, delle semplicissime blouses di seta che sono fra le più belle della moda: a righe decise bianche e nere, écru e blu, verde mela o arancio giocate nelle pieghe cucite ai carrés, alle spalle raglan, sciolte e blusanti in vita, del maglione di cotone a maglia sulla gonna di canapa, del pizzo che torna ad affacciarsi dall'orlo, dei sandali colorati a tacco alto, del bustino-brassière d'elastico filzato, delle calze velate color carne, della pettinatura corta un po' alla maschietta, della borsa-busta, delle maniche kimono, dell'abitino corto da sera.

La lunghezza tocca il ginocchio e spesso lo copre appena. La giacca conosce un nuovo rilancio, è lunga e smilza e si porta più spesso sopra il vestito che sopra i pantaloni. Questi ultimi, evidentemente, con gonne fluenti, non fanno più notizia, ma le donne sanno che nessuna potenza al mondo sarà mai più capace di sottrarli al loro guardaroba.

Niente stranezze per gli uomini; l'uomo 1973 è un uomo raffinato e non banale, senza riminescenze del passato, senza stravaganze pericolose, che non abbandona il blazer più classico, ma lo rende nuovo con profili sottilissimi di pelle o lo sceglie di flanella grigia per portarlo sui pantaloni bianchi; per la sera diserta il blu troppo ovvio per il completo di bellissimo velluto nero gessato; per lo sport e la campagna adora i giacconi di maglia col collo a scialle e la cintura e i blousons di flanella reversibili di gatto cinese.

La moda dei bambini è del tutto ritornata ad essere semplice e pratica: prevale il cotone per tutte le ore del giorno così come prevale la semplicità della linea accostata ad una certa ricerca dei particolari e colori.

In conclusione, possiamo dire che la moda fà del suo meglio per avere un'impronta saggia, romantica ma anche pratica, un sintomo come un altro che le stranezze, neppure nel mondo capriccioso delle collezioni non hanno più posto.

D. A.

Collezioni Alta Moda Italiana « primavera-estate 1973 » - Foto E.I.M.
LANCETTI — Abito lungo: gonna in crêpe-de-Chine e camicia composé di georgette a quadri beige e fiori lilla. Tessuto Stucchi.

L'ORO questo sconosciuto

di CARLO CUMO

PARTE II

I tipi di analisi chimica in uso in oreficeria per le leghe di oro sono due: qualitativa e quantitativa. Nelle analisi qualitative si accerta semplicemente la presenza dell'oro nella lega, tali saggi infatti sono detti di riconoscimento; nell'analisi quantitativa invece si determina la quantità di oro presente nella lega, ossia il titolo.

SAGGI DI RICONOSCIMENTO

Volendo determinare la presenza dell'oro in un oggetto se ne raschia la superficie raccogliendo la polvere che si forma in una provetta; si fanno poi cadere sulla polvere due o tre gocce di acqua regia, poichè solo questa — come già detto — è in grado di sciogliere l'oro eventualmente presente. Quindi si aggiungono un paio di gocce di cloruro stannoso: in presenza di oro si ha una intensa colorazione viola. Quando si effettua questo saggio bisogna fare attenzione che l'oggetto in esame non sia semplicemente dorato, perchè la prova risulterà positiva, dato che il prelievo del campione viene fatto sulla superficie.

La prova sopra vista è valida sia per le leghe di oro bianco sia per le leghe colorate di oro.

Volendo però distinguere dell'oro bianco dal palladio e dal platino si può ricorrere al saggio della tintura di iodio. Tale saggio consiste nel fare cadere sull'oggetto in esame un paio di gocce di tintura di iodio controllando ciò che avviene sulla parte trattata, in quanto il platino non reagisce con la tintura di iodio e resta inalterato, il palladio si macchia in nero e l'oro bianco si macchia invece in bruno.

SAGGI QUANTITATIVI

I metodi seguiti sono il saggio a paragone ed il saggio per coppellazione (1). Il primo metodo è approssimativo mentre il secondo è rigorosamente esatto.

Saggio a paragone. Tale saggio si basa sull'azione che miscele di acido nitrico e acido cloridrico, opportunamente preparate, hanno sulle tracce lasciate dalle leghe di oro su una pietra, detta di paragone (2). Confrontando il comportamento della traccia in esame con altre tracce fatte con campioni, detti tocchini, di leghe di oro a titolo conosciuto si può risalire, con una certa approssimazione, al titolo dell'oggetto in esame. Esistono in commercio delle serie di tocchini con i titoli riconosciuti dalla legge del 30 gennaio 1968 n. 46, ossia a 333, 500, 585, 750 millesimi. Con il metodo del saggio a paragone si riesce anche a distinguere se la traccia lasciata è dovuta a dell'oro bianco o a del platino. Infatti se si lascia cadere una goccia di una miscela formata da parti uguali di acido cloridrico di densità 1,12 e di acido nitrico di densità 1,3 sulla traccia e questa resta inalterata si tratta di platino se invece scompare, dopo pochi attimi, si tratta di oro bianco.

Saggio per coppellazione. Questo metodo è quello prescritto dalla legge, sopra citata, per la determinazione del titolo di una lega di oro, in quanto tale metodo comporta un errore non superiore ad un millesimo. Tale saggio viene effettuato negli Uffici Metrici del Saggio e Marchio dei metalli preziosi, preposti al controllo dei titoli degli oggetti d'oro in commercio, e nei laboratori specializzati nelle lavorazioni ed analisi dell'oro. Il nome coppellazione deriva dal fatto che durante il processo si usa una coppella, ossia un piccolo vaso ottenuto con polvere di ossa calcinate.

Essendo tale saggio alquanto complesso si rimanda ad un testo specifico come quello indicato in bibliografia.

ESTRAZIONE DEL METALLO

L'oro è molto diffuso su tutta la crosta terrestre, ma in quantità così piccole da essere la sua estrazione conveniente solamente nelle zone in cui si trovi con una certa abbondanza. Infatti la lavorazione delle rocce aurifere è conveniente solo quando contengano una quantità di oro non inferiore ai 10 gr. per ogni quintale. Però spesso si lavorano anche delle rocce con un contenuto in oro minore: negli Urali i filoni quarziferi hanno un

contenuto di 1,3 gr. per quintale, in Australia da 1,7 a 4,2 gr., a Guadalajara da 0,6 a 2 gr.

Non si può parlare di vera e propria metallurgia ma piuttosto di separazione dalla ganga fino ad ottenere il metallo puro. I sistemi seguiti sono: lavaggio, amalgamazione e cianurazione.

Lavaggio — Le sabbie aurifere vengono levigate, infatti tale processo viene chiamato anche di levigazione, con acqua asportando così la sabbia e lasciando invece l'oro che ha un alto peso specifico. Con questo metodo però molto oro va perduto, occorre una notevole quantità di mano d'opera ed inoltre l'oro così ottenuto risulta alquanto impuro. Infatti bisogna, successivamente fonderlo con borace, soda e nitrato di potassio per eliminare le impurità sotto forma di scorie.

Amalgamazione — Si tratta il minerale, ben macinato e che non deve contenere solfuri, con del mercurio che forma con l'oro un amalgama da cui si elimina poi il mercurio per distillazione (bolle a 357°C). Per amalgamare i minerali che contengono piriti, ossia dei solfuri, si opera, con ottimi risultati, con l'amalgamazione elettrica, dove il catodo è costituito dal mercurio, che si trova sul fondo di un tino in legno, usato come contenitore della poltiglia aurifera.

Cianurazione — Si tratta il minerale, ridotto in polvere, con una soluzione al 0,1 - 0,01% di cianuro di potassio (o di sodio, però con risultati meno soddisfacenti) in presenza di ossigeno atmosferico. La reazione da come risultato finale dell'aurocianuro di potassio: $KAu(CN)_2$, da cui si separa l'oro per azione di lastre di zinco o di alluminio. Le reazioni sono le seguenti:

$$+2\ KOH$$
$$+2\ KOH + H_2$$
$$2\ Au + 4\ KCN + H_2O + 1/2\ O_2 \rightarrow 2\ K\ [Au\ (CN)_2] +$$
$$2\ K[Au(CN_2) + 2\ Zn + 2\ H_2O \rightarrow 2\ ZN\ (CN)_2 + 2\ Au +$$

cianuro auro potassico

L'oro, così ottenuto, viene poi affinato per coppellazione o per via chimica e successivamente raffinato per via elettrolitica.

Esiste anche un processo, ideato da Plattner, che consiste nella clorurazione, dopo torrefazione, del minerale da cui si può estrarre sino al 95% di oro.

AFFINAZIONE E RAFFINAZIONE

Se l'oro si trova misto ad argento ed a poco rame, l'affinazione può essere fatta trattando la massa con acido nitrico caldo, che porta in soluzione sia il rame che l'argento (deve essere in quantità doppia dell'oro, se non lo fosse bisogna aggiungerlo). Il processo di affinazione da migliori risultati, con minor perdita di argento, se si tratta la massa con acido solforico concentrato caldo, nel quale l'oro è completamente insolubile.

Oggi si esegue solitamente un processo detto di affinazione elettrolitica. Come elettrolita viene usato un bagno contenente acido nitrico o, meglio ancora, nitrato d'argento in soluzione debolmente acida.

Ciò che funziona da anodo è la massa di oro, argento ed altri metalli eventualmente presenti, avvolta in sacchi di tela; per catodo vengono usate delle lastre di argento. A processo ultimato l'oro è rimasto nei sacchi, l'argento si è depositato al catodo e tutti gli altri metalli costituenti inizialmente l'anodo sono passati in soluzione. L'argento così ottenuto è al 999,5‰ e l'oro, dopo fusione, al 999‰.

La raffinazione viene eseguita col processo Wohlwill con cui è possibile lavorare con leghe d'oro con un contenuto di argento superiore al 6% usando corrente alternata. In questo processo come metodo catodo vengono usate delle sottilissime foglie d'oro e la soluzione elettrolitica deve avere una temperatura di 60°-70°C.

PRODUZIONE E GIACIMENTI

L'oro si trova in natura allo stato nativo come « oro di monte », in forma di scagliette, lamelle, filoni in rocce quarzose, ossia in giacimenti primari; oppure come « oro alluvionale » in forma di pagliuzze o pepite in terreni alluvionali, ossia in giacimenti secondari. L'oro è spesso accompagnato dall'argento, presente sino al 40%. Anche dall'acqua di mare si può ricavare l'oro in ragione di 1 gr. ogni tonnellata.

I paesi maggiori produttori di oro sono:

1) Repubblica Sud-Africana, produce i 2/3 del quantitativo mondiale, grazie ai giacimenti del Witwatersrand;
2) URSS, dal 1930 è diventato un grande produttore;
3) Canada;
4) Stati Uniti d'America;
5) Australia, fu grande produttore dal 1850 al 1866 (vi fu trovata una pepita di ben 87 Kg.).

In Europa, pur con scarsa importanza, producono oro: Svezia, Germania Occidentale, Jugoslavia, Spagna, Portogallo. In Italia la produzione di oro è minima; si può trovare dell'oro nei filoni di quarzo e di piriti aurifere, in graselli piccolissimi sul Monte Rosa in Val Anzasca, in Val Toppa, e in Val Sesia. Nei fiumi Dora, Orco, Serio, Ticino e Adda si trovano alcune sabbie aurifere però con un contenuto d'oro limitato.

BIBLIOGRAFIA

— Il saggio dei metalli preziosi - A. Gentile.
— Les métaux précieux - J. Voisin.
— Trattato di chimica generale ed applicata all'industria (Vol. I, tomo 3) - E. Molinari.
— Chimica generale e inorganica - G. Bruni.

1) Sembra che la Rand Refineries di Germinstown stia studiando un metodo spettroscopico per la determinazione del titolo dell'oro. Al riguardo sul n. 10 del 1972 di questa rivista è stato pubblicato un articolo.

2) Questa pietra è un diaspro nero o lydite.

SERVIZIO ASSOCIATI

Richiesta versamenti t. c. g.

Facciamo seguito alla circolare della C.C.I.A. che qui riportiamo, invitando tutti gli associati che si trovino in difficoltà nella presentazione di dette ricevute a rivolgersi alla Segreteria della Associazione Orafa Valenzana, tel. 91.851 dandone comunicazione.

OGGETTO: **Richeista estremi versamenti t.c.g.**

Si porta a conoscenza che l'art. 32 del D.P.R 30-12-1970 numero 1946, che approva il Regolamento per l'applicazione della Legge 30-1-1968 n. 46 sulla disciplina dei titoli e dei marchi di identificazione dei metalli preziosi, prescrive alle aziende interessate di esibire direttamente alle Camere di Commercio, per le previste annotazioni in appositi fascicoli, le ricevute dei rinnovi annuali delle tasse di concessione governativa, di cui ai numeri 120 e 141 della tabella allegato A) del T.U. approvato con decreto del Presidente della Repubblica 1-3-1961 n. 121 (ora sostituiti con le voci 81 e 94 dell'allegato al D.P.R. 26-10-1972 n. 641), relativi rispettivamente alla licenza di P.S. ed al marchio rilasciato dal competente Ufficio del Saggio dei metalli preziosi.

Ai fini dell'adempimento di cui sopra, si invita codesta Ditta a voler esibire, presso questa Camera di Commercio, le predette ricevute dei rinnovi annuali, unite a quelle del 1° rilascio, sia della licenza di P.S., sia del marchio.

In caso di comprovata difficoltà, o comunque per facilitare la suddetta operazione, è ammesso, in via eccezionale, l'invio alla scrivente di fotocopie dei descritti documenti.

Si rammenta inoltre che, all'atto delle future richieste del certificato annuale d'iscrizione nel Registro dei venditori di metalli preziosi e/o dei fabbricanti di oggetti contenenti metalli preziosi, occorrerà esibire alla scrivente le ricevute dei versamenti per il rinnovo delle due tasse di concessione governativa sopra illustrate.

Si rimane in attesa del sollecito adempimento.

IL PRESIDENTE
(Luigi Illario)

I. V. A. per fornitura punzoni

MINISTERO DELL'INDUSTRIA, DEL COMMERCIO E DELL'ARTIGIANATO

Dir. Gen. del Commercio Interno e dei Consumi Industriali

SERVIZIO CENTRALE METRICO

Roma, 1° febbraio 1973

Agli UFFICI PROVINCIALI METRICI
LORO SEDI

Alla ZECCA
ROMA

(Rif. sua nota n. 405 del 17-1-1973)

All'UFFICIO CENTRALE METRICO
ROMA

Oggetto: **I.V.A. per fornitura dei punzoni per la** bollatura dei metalli preziosi.

CIRCOLARE N. 10

La Zecca, con nota n. 405 del 17 gennaio 1973 ha comunicato che, per effetto del D.P.R. 26-10-72 n. 633, a decorrere dal 1° gennaio 1973 tutte le forniture di punzoni per il marchio di identificazione dei metalli preziosi saranno gravate della nuova imposta sul valore aggiunto nella misura del 12% in sostituzione dell'imposta generale sull'entrata del 4%.

Gli importi da versare, gravati dell'imposta sul valore aggiunto, dovranno essere arrotondati alle L. 5 per eccesso e vengono fissati nella seguente misura:

a) punzone normale: ciascuno L. 2.800; IVA L. 340 Totale L. 3.140 (con impronta di qualsiasi dimensione);

b) punzone con incavo mm. 4: ciascuno L. 4.500; IVA L. 540; Totale L. 5.040 (con impronta di qualsiasi dimensione).

c) punzone con incavo mm. 9: ciascuno L. 9.000; IVA L. 1.080; Totale L. 10.080 (con impronta di qualsiasi dimensione).

Pertanto, a decorrere dalla suddetta data, i prezzi sopra citati sostituiscono quelli di cui alla C.M. 22 dicembre 1971, numero 148947/103.

IL DIRETTORE GENERALE
F.to **Cantile**

UNA INTERESSANTE INIZIATIVA

Un primo passo verso la moralizzazione delle vendite dei servizi informativi aziendali.

In Italia la necessità di conoscere continuamente la solvibilità dei propri clienti è sempre più sentita dagli operatori economici e ne consegue pertanto un incremento annuo della domanda di servizi informativi.

Ora una delle più intelligenti e valide iniziative nel settore, è stata presa dalla C.P.S., una Azienda con sede a Milano, in via Foppa, 4, che ha creato una organizzazione per la vendita dei servizi informativi e aziendali per conto di 80 Istituti di Informazioni tra i più qualificati oggi esistenti in Italia e sparsi su tutto il territorio nazionale.

Una organizzazione cioè che si prefigge due scopi. Il primo riguarda gli istituti e attiene alla possibilità di usufruire di una unica capillare rete di vendita, ma il secondo riguarda gli aderenti, cioè gli operatori economici.

Fin qui si avevano listini prezzi eterogenei e, spesso, addirittura a discrizione del venditore. Ora gli 80 hanno deciso di unificare i prezzi e soprattutto il sistema di vendita delle prestazioni informative.

E' possibile cioè, ad un prezzo equo e fisso, ottenere le prestazioni informative pagando di volta in volta senza alcun vincolo nè quantitativo nè di tempo.

La modernità ed eficenza di questa brillante iniziativa, unica in Europa, oltre ad aver ottenuto il primo risultato di evitare l'onere degli acquisti anticipati dei soliti blocchetti, offre all'operatore economico un triplice ordine di vantaggi che riteniamo doveroso evidenziare:

VANTAGGIO ECONOMICO:

Perchè: al prezzo che poteva ottenere solo un abbonamento pagato anticipato l'operatore economico:

— paga i servizi solo quando li ordina tramite la C.P.S. (cioè di volta in volta);

— solo se ne ha necessità;

— evita residui a fine anno di schede **pagate** e non usate.

VANTAGGIO TECNICO

Perchè:

1) Gli Istituti lavorano solo nella loro zona di residenza e conoscono meglio di ogni altro i fatti economici della propria provincia.

2) Sono stati consociati solo Istituti con alto grado di specializzazione con esclusione quindi dei soliti informatori abusivi.

3) DA CIO' PERTANTO DERIVA UN ALTISSIMO STANDARD DI QUALITA'.

Perchè:
con la C.P.S. sono stati eliminati due passaggi, inutili su cinque, con un risparmio del tempo di evasione delle informazioni del 40% minimo.

VANTAGGIO DI CONTINUITA' NELLA QUALITA'

Perchè:

Con il sistema C.P.S., pagando di volta in volta, viene assicurato e garantito un costante livello qualitativo nell'esecuzione dei servizi.

In conclusione il sistema C.P.S. per la sua modernità rappresenta un passo importantissimo e proiettato nel futuro verso una moralizzazione delle vendite e la costituzione di un mercato finalmente serio.

Dal canto loro gli 80 Istituti collegati si scambieranno esperienze ed aiuto così che il progresso tecnico, il contenimento di prezzi dovuto al contenimento di taluni costi e la disponibilità di una vasta gamma di servizi, si riversino immediatamente a favore del mercato e finiscano col costituire un reale vantaggio per tutti gli operatori economici soprattutto nel campo dell'oreficeria.

Il Consiglio dell'Associazione Orafa Valenzana partecipa con profondo cordoglio alla recente scomparsa dell'Associato

Valentini Mario

Esprime ai congiunti le più sentite condoglianze.

COMMERCIO CON L'ESTERO

Richieste ed offerte dall'estero per articoli di gioielleria, oreficeria, argenteria, pietre preziose e merci affini, o per rappresentanze.

RICHIESTE DI RAPPRESENTANZA DI MERCI

STATI UNITI

LE GRANDE JEWELRY - 16 N. Park Ave. - Rockville Centre, N. Y. 11570 - **Articoli di gioielleria ed oreficeria.**

B. & M. IMPORT & EXPORT - 1801 S. Michigan Ave. Chicago, Ill. 60616 - **Lamine di oro.**

ORIGINAL DESIGNS Inc. 33-00 Northem Boulevard - Long Island City N.Y. 11101 - **Anelli d'oro con pietre preziose.**

WILBERT CERVANTES - Post Office Box 74433 - Oakwood Station - Los Angeles, Camof. 90004

MERIKO IMPORTS Inc. - P. O. Box 267 - Mantua, N. J. 08051 - **Articoli da regalo in genere: articoli di gioielleria.**

MILLZNER LIONEL R. - 1226 Lawrence Expressway Sunnyvale, Calif. 94040 - **Rappresentanza di bigiotteria.**

AFRICA SPAGNOLA

ROMERA ALVAREZ ANGEL - Apdo de Correos, 397 - Ceuta - **Richiesta di rappresentanza di gioielleria italiana.**

VENEZUELA

MASLOV INTERNATIONAL - Edif. Pasaje El Recreo-Calle Real de Sabana Grande - Caracas - **Articoli di bigiotteria in argento.**

ARABIA SAUDITA

LA GARE - P.O.B. - Riyadh - **Gioielleria.**

CANADA

CUSTOM JEWELLER - CALGARY PLACE - Thomas McArthur-M11 5-345-Ath Ave. S. W. - Calgary, Alta - **Gioielli.**

PENTHOUSE - Karl H. Stittgen - 925 W. Gerogia St. Vancouver, B.C. - **Catenelle d'oro e altri articoli di gioielleria.**

NUOVA ZELANDA

ATLAS IMPORTING Co. - P.O. Box 19041 - Wellington - **Pietre semi-preziose.**

CANADA

HASAN KHAN - 1851 E. 39 th Ave. - Vancouver Bi C. - **Imitazioni di gioielli.**

H. T. KUGLER WEST - 5556 Cambie St. - Vancouver, B. C. - **Bigiotteria.**

STATI UNITI

J. W. WATCH COMPANY - 629 South Hill Street - Bankers Bldg. Suite 706 - Los Angeles, California 90014 - **Gioielleria in oro a 14 e 18 carati, bigiotteria, articoli da regalo.**

ARABIA SAUDITA

GREEN FLAG STORE - P.O.B. 289 - Alkhobar - **Gioielleria.**

SINGAPORE

PAAL TRADE CORPORATION - 674, North Bridge Road - Singapore 7 - **Bigiotterie, bottoncini gemelli.**

POH SENG GOLDSMITH & JEWELLERY - 225, South Brodge Road - Singapore 1 - **Catene e catenelle d'oro.**

STATI UNITI

GUTGAR INDUSTRIES - 4810 West Oakwood Avenue - Los Angeles, California 900004 - **Gioielleria.**

THE HOLES EWBWAY CO. - Webway - PARK St. Cloud, Minn. 56301 - **Cammei.**

IMPORT EXPORT - 602 East Aztec - Gallup, New Mexico - **Cammei, conterie.**

OFFERTE DI RAPPRESENTANZA DI MERCI

KENYA

NIRMAL TRADE MAGNETS INTERNATIONAL - Raj Gor Chambers - MASIJD BUNDER - Bombay - **Pietre semipreziose.**

SELF-HELP GROUP - P. O. Box 17 - Koru - Kenya.

THAILANDIA

« THE SIAMESE GEM CUTTERS LIMITED PARTNERSHIP » - 10/1 Paechr Ploy Lane - Siphaya Road, P. O. Box 1672 - Bangkok - **Pietre preziose e semipreziose.**

CEYLON

MADARA GEM TRADERS - 36 Grace Weerssooriya Mawatha Battaramulla - Talangama - **Pietre preziose.**

INDIA

M. A. RAMZANA - 11, Jor Bagh Market (New Delhi **Gioielli e pietre preziose.**

NISSIE (INDIA) AGENCIES - 99, Hardhyan Sing Road - Karol Bagh - New Dehli - 5 - **Articoli in pelle e seta, avori e gioielleria.**

PEARLS GEM CORPORATION - 224, Sheikh Menon Street - Bombau - 1 - **Perle, diamanti ed altre pietre preziose.**

S. CHANDRA ENTERPRISES - 34, Feroseshah Road New Delhi - 1 - **Lavori artistici in metallo, pietre preziose e semipreziose.**

PORTOGALLO

FERNANDO E RAMOS - Rua de S. Julian, 89/1 Lisbona

FRANKOURO - Rua Santo André, 19/2 - Porto - **Articoli di oreficeria e argenteria.**

TOPAZIO - Ferreira Marques e Irmrao - Rua Do Heroismo, 267 - Porto - **Articoli di oreficeria.**

ABBONATEVI A L'ORAFO VALENZANO CON SOLE 3000 LIRE

●

BASTA UTILIZZARE IL MODULO STAMPATO QUI ACCANTO, OD UNO QUALSIASI DI CONTO CORRENTE, SUL N. 23/12595, INTESTATO A:

"L'ORAFO VALENZANO"

PIAZZA DON MINZONI N. 1 - 15048 - VALENZA PO (AL).

●

AVRETE COSI' UN VALIDO STRUMENTO DI LAVORO E DI INFORMAZIONE CHE VI RAGGIUNGERA' DODICI VOLTE L'ANNO CON LE PIU' UTILI NOTIZIE, LETTURE PIACEVOLI ED ISTRUTTIVE, ED UN AMPIO PANORAMA DELLA VITA E DEGLI AVVENIMENTI DEL MAGGIORE CENTRO ORAFO ITALIANO.

Servizio dei conti correnti postali

Certificato di Allibramento

Versamento di L. 3.000

eseguito da .....

residente in .....

Via .....

sul c/c N. **23/12595** *intestato a:*

L'Orafo Valenzano
Rivista Mensile
15048 - VALENZA (AL)

Addì (1) ..... *19*.....

Bollo lineare dell'Ufficio accettante

Bollo a data dell'Ufficio accettante

N. .....
del bollettario ch 9

Indicare a tergo la causale del versamento

SERVIZIO DEI CONTI CORRENTI POSTALI

BOLLETTINO *per un versamento di L.* 3.000 (in cifre)

Lire TREMILA (in lettere)

eseguito da .....

residente in .....

Via .....

sul c/c N. **23/12595** *intestato a:*

L'Orafo Valenzano
Rivista Mensile
Piazza Don Minzoni, 1 - 15048 VALENZA (AL)

nell'ufficio dei conti correnti di NOVARA

Addì (1) ..... *19*.....

Firma del versante

Bollo lineare dell'Ufficio accettante

Tassa di L. .....

Cartellino del bollettario

Bollo a data dell'Ufficio accettante

L'ufficiale di Posta

Mod. ch. 8 bis

Servizio conti correnti postali

RICEVUTA DI VERSAMENTO

di L. 3.000 (in cifre)

Lire TREMILA (in lettere)

eseguito da .....

.....

sul c/c N. **23/12595** *intestato a:*

L'Orafo Valenzano
Rivista Mensile
15048 - VALENZA (AL)

Addì (1) ..... *19*.....

Bollo lineare dell'Ufficio accettante

numerato di accettazione

Tassa di L. .....

L'ufficiale di Posta

Bollo a data dell'Ufficio accettante

(1) LA DATA DEVE ESSERE QUELLA DEL GIORNO IN CUI SI EFFETTUA IL VERSAMENTO

Sono scaduti gli abbonamenti per il 1972, ed è pertanto necessario rinnovarli tempestivamente per continuare a ricevere la rivista.

●

Preghiamo gli abbonati di aiutarci a far loro giungere con regolarità la rivista e di indicarci perciò chiaramente nominativo, indirizzo e numero di codice postale.

●

Ci sarà molto utile se, nella compilazione della causale verrà segnato, con una crocetta nell'apposito spazio, se si tratta di un rinnovo o di un nuovo abbonamento. Così dicasi per l'indicazione di una delle quattro categorie in cui abbiamo suddiviso i nostri lettori.

Grazie.

●

La rivista viene inviata gratuitamente agli iscritti della Associazione Orafa Valenzana. Di conseguenza per essi basterà essere in regola con la quota associativa. Gli iscritti che vorranno ugualmente contribuire con il loro versamento, saranno considerati abbonati sostenitori.

Spazio per la causale del versamento

Abbonamento a:

l'ORAFO VALENZANO

Rinnovo ☐ **Nuovo** ☐

Sig. .....

Via .....

Città .....

CATEGORIA:

Commerciante ☐ **Negoziante** ☐

Produttore ☐ **Diversi** ☐

Parte riservata all'Ufficio dei Conti correnti

N. ..... dell'operazione.

Dopo la presente operazione il credito del conto è di L. .....

Bollo

Il Verificatore

.....

AVVERTENZE

Il versamento in conto corrente postale è il mezzo più semplice e più economico per effettuare rimesse di denaro a favore di chi abbia un c. c. postale

Chiunque, anche se non è correntista, può effettuare versamenti a favore di un correntista. Presso ogni Ufficio postale esiste un elenco generale dei correntisti, che può essere consultato dal pubblico.

Per eseguire il versamento, il versante deve compilare in tutte le sue parti a macchina o a mano, purchè con inchiostro, il presente bollettino (indicando con chiarezza il numero e la intestazione del conto ricevente qualora già non vi siano impressi a stampa) e presentarlo all'Ufficio postale, insieme con l'importo del versamento stesso.

Sulle varie parti del bollettino dovrà essere chiaramente indicata a cura del versante, l'effettiva data in cui avviene l'operazione.

Non sono ammessi bollettini recanti cancellature, abrasioni o correzioni.

I bollettini di versamento sono di regola spediti, già predisposti, dai correntisti stessi, ai propri corrispondenti; ma possono anche essere forniti dagli Uffici postali a chi li richieda per fare versamenti immediati.

A tergo dei certificati di allibramento, i versanti possono scrivere brevi comunicazioni all'indirizzo dei correntisti destinatari, cui i certificati anzidetti sono spediti a cura dell'Ufficio conti correnti rispettivo.

L'Ufficio postale deve restituire al versante, quale ricevuta dell'effettuato versamento, l'ultima parte del presente modulo debitamente completata e firmata.

FATEVI CORRENTISTI POSTALI

Potrete così usare per i Vostri pagamenti e per le Vostre riscossioni il

POSTAGIRO

esente da qualsiasi tassa, evitando perdite di tempo agli sportelli degli uffici postali.

La ricevuta del versamento in c/c postale, in tutti i casi in cui tale sistema di pagamento è ammesso, ha valore liberatorio per la somma pagata, con effetto dalla data in cui il versamento è stato eseguito.

L'ORAFO VALENZANO

un valido strumento di lavoro e di informazione per il produttore, il commerciante, il negoziante del settore.

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

Baroso = Vecchio & C.

Fabbricanti Oreficeria

in

Stile Antico

Brevetti di modelli depositati

Marchio 976 Al

Viale Benvenuto Cellini, 28/a = Telefono 93.235

15048 = Valenza Po

COLOMBAN EMILIO & FIGLIO

FABBRICA OREFICERIA

Marchio 640 AL

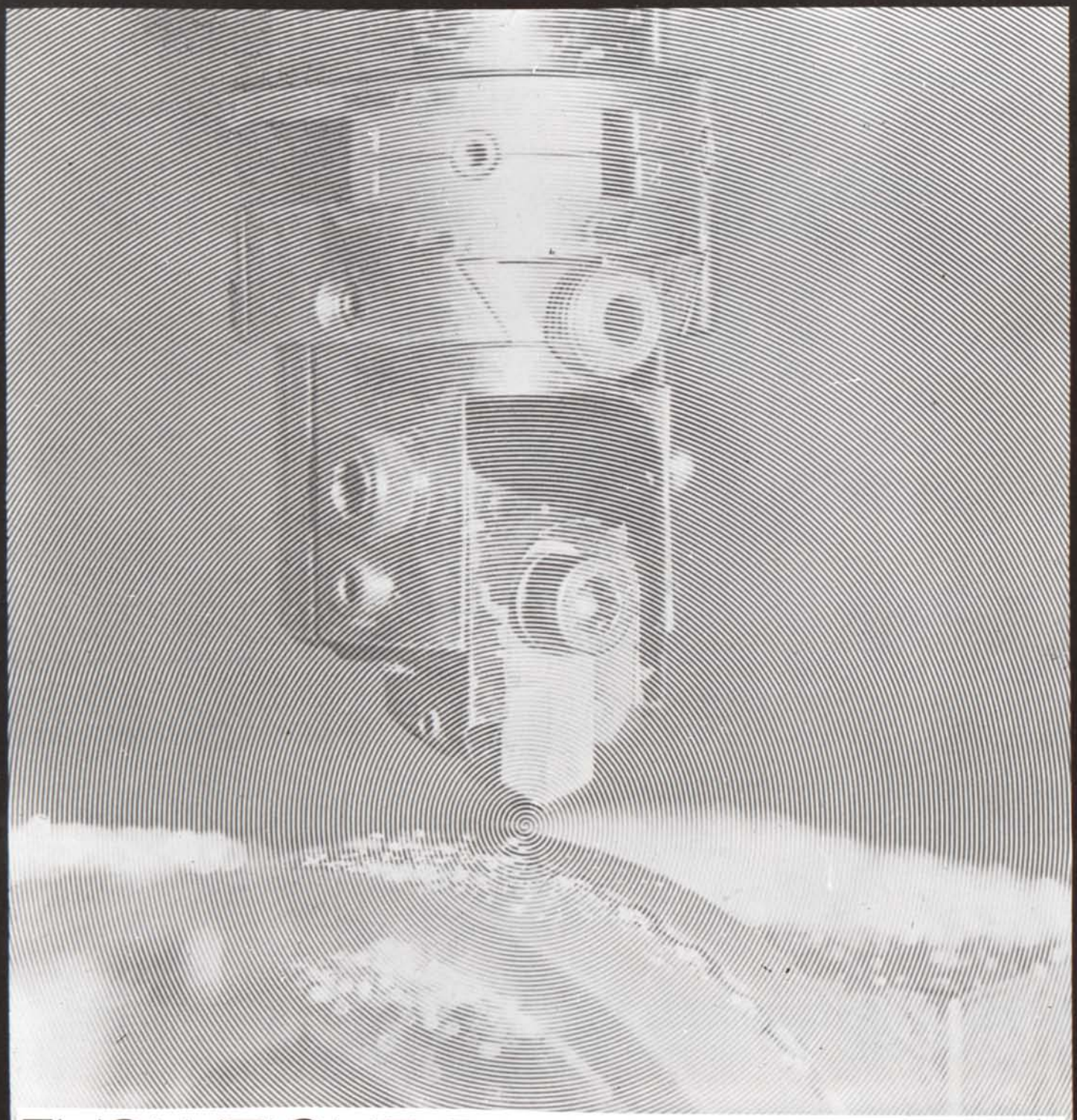
Assortimento merce a peso in
Perla, Chiusure, Bracciali in 18-14-8 carati
Argento 800°/oo

FIERA MILANO STAND 447
FIERA VICENZA STAND 242

EXPORT

15048 - VALENZA PO (ITALY)

Via Salmazza, 9 - Telefono (0131) 92.171



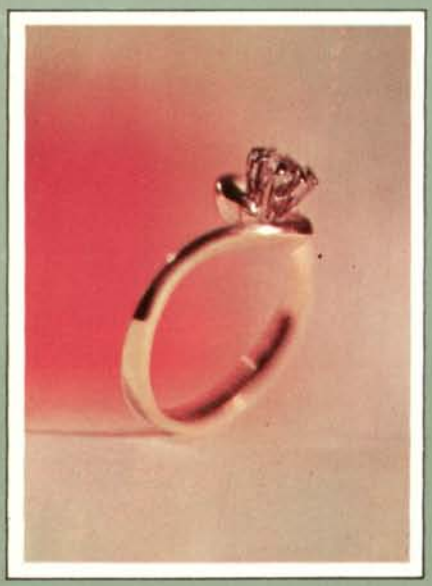
EVOLUZIONE DI UN' ESPERIENZA

BALESTRA
EVOLUZIONE DI UN ESPERIENZA

DEPOSITO:

ETTORE CABALISTI

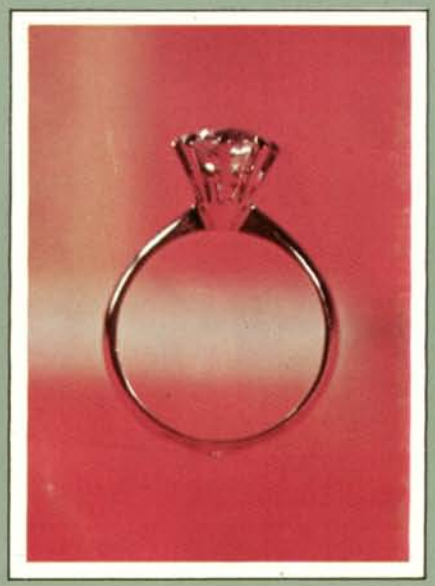
VIA TORTRINO 16 - VALENZA PO - ALESS. - TEL. 92 780



La Ditta Balzana V. G.

crea produce fabbrica

Anelli di Fidanzamento



BALZANA V.G.

Via Tortona, 8 · Tel. 91.755

15048 VALENZA PO · ITALY

773 AL

1467AL

GIOIELLERIA

Canepari

& Annaratone

Anelli
antichi - fantasia - classici - futuristi

VALENZA PO

Via S. Salvatore, 30

Tel. 94.289

MECCANICA VALLE BRAGLIA

MVB

di **GIORDANO BRUNELLO**
VIA BRAGLIA N° 29/B – Tel. 92.282
15048 VALENZA PO

- Ferri da trancia a passo, a blocco e progressivi ad operazioni multiple
- Stampi per imbutitura e trafilatura metalli
- Stampi per resine termoindurenti
- Stampaggio e tranciatura metalli conto terzi
- Stampaggio resine termoindurenti conto terzi

CARLO BARBERIS & C.

S. N. C.

FABBRICANTE GIOIELLIERE

39 AL

VIALE BENVENUTO CELLINI, 57 - TELEFONO 91.611 - VALENZA PO

C. C. I. A. A. 45869

RINO FRASCAROLO

gioielliere
in Valenza

NEW YORK
745 Fifth Avenue - N. Y. 10022
Tel. (212) 753.8448

VALENZA PO
Corso Matteotti, 49 - Tel. 91.507

ISTITUTO BANCARIO S. PAOLO DI TORINO

ISTITUTO DI CREDITO DI DIRITTO PUBBLICO — FONDATO NEL 1563

FONDI PATRIMONIALI: L. 39 MILIARDI

Depositi fiduciari e cartelle fondiarie in circolazione: oltre 3.000 miliardi

Direzione Generale: TORINO - Piazza San Carlo, 156

Sedi a BOLOGNA - FIRENZE - GENOVA - MILANO - ROMA - TORINO

200 FILIALI IN ITALIA

Uffici di rappresentanza a FRANCOFORTE - LONDRA - PARIGI - ZURIGO

TUTTE LE OPERAZIONI ED I SERVIZI DI BANCA

CREDITO FONDIARIO

SEZIONE AUTONOMA OPERE PUBBLICHE

BANCA AGENTE PER IL COMMERCIO DEI CAMBI

SUCCURSALE DI VALENZA - Corso Garibaldi, 101 - 113

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)

Mario Ponzone & Figli

Marchio 1706 AL MPV s. n. c.

al negozio direttamente il gioiello nuovo

15048 VALENZA PO - VIA XII SETTEMBRE, 49 - TELEFONO 93.381

BANCA POPOLARE DI NOVARA

AL 31 DICEMBRE 1972

CAPITALE L. 4.062.950.500 — RISERVE L. 44.445.085.776

301 FILIALI **85 ESATTORIE**

UFFICI DI RAPPRESENTANZA A LONDRA E A FRANCOFORTE SUL MENO

Depositi fiduciari e conti correnti in credito oltre 1.600 miliardi

Opera anche nel settore dei finanziamenti a medio termine all'industria, al commercio ed alla agricoltura, dei mutui fondiari, nonchè nel campo del « LEASING » col tramite degli istituti speciali dei quali è partecipante.

BANCA AGENTE PER IL COMMERCIO DEI CAMBI

TUTTE LE OPERAZIONI DI BANCA

Filiale di **VALENZA** - VIA LEGA LOMBARDA, 5 - TEL. 92.754 - 92.755

Visconti & Baldi

fabbricazione propria di Gioielleria
e oggetti di alta fantasia

VIALE DANTE, 15 - TELEFONO 91.259 — VALENZA PO MARCHIO 229 AL

MARCHIO 200 AL

Carlo Montaldi & C

Gioiellerie

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

BAGNA & FERRARIS S. R. L.

FABBRICANTI
GIOIELLERIA
E OREFICERIA

206 AL

VIALE LUCIANO OLIVA, 10
TELEFONO 91.486
15048 VALENZA PO

F.lli RUGGIERO

Perle coltivate - Coralli - Cammei - Statue pietra dura

80059 TORRE DEL GRECO (NA)
Via Giulio Lecca di Guevara
Telefono 81.21.05

IMPORT - EXPORT

15048 VALENZA PO
Via Canonico Zuffi, 10
Telefono 94.769

Fratelli Ceriana

s. p. a.

Banca fondata nel 1821

Torino - Valenza

Marchio **1586 AL**

BRACCIALI FANTASIA
PORTAMONETE - COLLANE
EXPORT

Masini Giuseppe

FABBRICA OREFICERIA E GIOIELLERIA

Via Varese, 2/A
☎ (0131) 94.418 - 15048 VALENZA (Italia)

FF

EXPORT

Ferraris Ferruccio

OREFICERIA - GIOIELLERIA

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

925 AL

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

FRATELLI DEAMBROGIO

GIOIELLERIA

EXPORT
MARCHIO 1043 AL

SPILLE
FERMEZZE
BRACCIALI
IN GENERE

VALENZA PO
Viale della Repubblica, 5/h - Telefono 93.382

FREZZA & RICCI

OREFICERIA - GIOIELLERIA

ANELLI UOMO

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

785 AL

FABBRICA OREFICERIA MODERNA

1482 AL

EXPORT

Altri recapiti in Italia:
MILANO: Via Paolo da Cannobio, 10
FIERA INTERNAZIONALE DI MILANO: Padiglione 27 - Stand 241
NAPOLI: Via Liborio Romano, 3-7 - T. 32.49.07-32.23.24

15048 **VALENZA PO**
VIA CAN. ZUFFI, 10 - VIA PIEMONTE, 10 - TEL. 91.134

Mortara Pierino

OREFICERIA - GIOIELLERIA DI PROPRIA CREAZIONE

219 AL

Casa fondata nel 1934

EXPORT

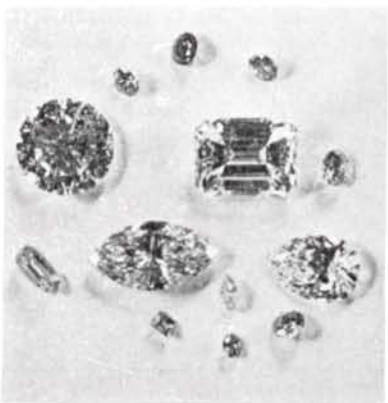
15048 VALENZA PO
Via Trieste, 8
Telef. 91.671

BAJARDI

FABBRICA OREFICERIA
E GIOIELLERIA

VALENZA PO
Telefono 91.756 - VIALE SANTUARIO, 11

"Gemitalia" **s.r.l.**
MILANO



diamanti

Banca Nazionale dell'Agricoltura

SEDE SOCIALE E DIREZIONE GENERALE DI ROMA
Capitale e riserva L. 15.600.000.000

ORGANIZZAZIONE IN ITALIA
142 FILIALI
Ogni operazione e servizio di banca nell'interesse di tutti i settori economici
Credito Agrario — Depositi e finanziamenti a medio termine per conto Interbanca

ORGANIZZAZIONE ALL'ESTERO
Uffici di rappresentanza a Francoforte, Londra, New York e Parigi
Corrispondenti in tutto il mondo

ALESSANDRIA - Via dei Martiri, 2 - Tel. 65.651-2-3-4-5 — SERVIZIO DI CASSA CONTINUA
CASALE M.TO - Via Paleologi, 6-8 - Tel. 61.51-2-3-4 — SERVIZIO DI CASSA CONTINUA
Agenzie a: SERRALUNGA DI CREA - CERRINA

oreficeria · gioielleria
Giuseppe Capra

lavorazione in fantasia

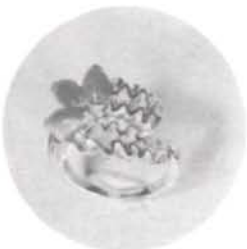
export

VIA S. SALVATORE **RESIDENZA S. GIORGIO** **15048 VALENZA ITALY**
TEL. 93144

LEVA GIOVANNI

Fabbrica Gioielleria e Oreficeria

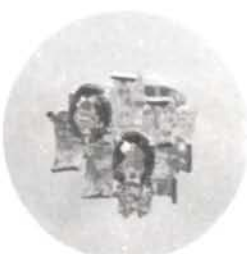
Vasta gamma di anelli in fantasia elaborati con un tocco nuovo giovane e moderno



Modelli depositati EXPORT

UN PRODOTTO CHE VARCA TUTTE LE FRONTIERE

Viale della Repubblica,5 · Tel.94.621
15048 VALENZA PO



LAVORAZIONE
IN FILO RITORTO

FAVARO SERGIO

15048 valenza

1473 AL
effe.V. export

OREFICERIA

VIA CARLO CAMURATI, 19 - TELEFONO 94.683

MARCHIO 1058 AL

B & F
1926

Concessionaria esclusiva
Orologi SOFIOR GREY (La Chaux - de - Fonds)
SEIKO TOKIO (Japan)

BARIGGI & FARINA

FABBRICA OREFICERIA - GIOIELLERIA

AL VOSTRO SERVIZIO NELL'UFFICIO VENDITA

EXPORT

15048 - VALENZA (Italia)

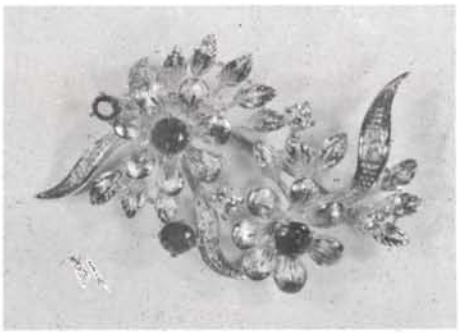
CORSO GARIBALDI, 144 - 146

TELEFONI: Lab. 91.330 - Abit. 94.336 - 91.439

VALENZA EXPORT

gioielleria - oreficeria

Viale Santuario, 50 - Valenza Po - Tel. 91.321



PRATESI FRANCESCO

Oreficeria - Gioielleria
Creazione propria - Export

1362 AL

TEL. (0142) 65.25

VIA C. MASSAIA (strada privata) 15033 - CASALE MONF.

Coggiola & Pagella

ORAFI - GIOIELLIERI

987 AL

VIALE DELLA REPUBBLICA, 5/D - TEL. 93.289
(Condominio Tre Rose)
15048 - **VALENZA PO**

F.lli Raiteri

OREFICERIA
CON GRANATI

529 AL

Via 7 F.lli Cervi, 21 - Telefono 91.968 **15048 - VALENZA PO**

Varona Guido

ANELLI - POLSINI IN MONETA
ANELLI - BOCCOLE IN TURCHESE
CORALLO - CAMMEI

VIA FAITERIA 15 - TELEFONO 91.038 15048 - **VALENZA PO**

1475 AL

Cantamessa Rino & Figlio

OREFICERIA - GIOIELLERIA

408 AL

VIA GIUSTO CALVI, 18 - ☎ 92.243 VALENZA PO

PROVERA LUIGI

Oreficeria - Specialità: montature per cammei, spille, bracciali, boccole, anelli

466 AL

Via Acqui, 14 - Tel. 91.502
15048 - **VALENZA PO**

AUGUST DREHER IV

6850 IDAR-OBERSTEIN 3
ALTE POSTSRASSE 19
Tel. 06781/3290

- PIETRE SINTETICHE IN TUTTI I COLORI
- TAGLIERIA PIETRE FINI

GIAN CARLO PICCIO

OREFICERIA - GIOIELLERIA

EXPORT

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

Bonzano Oreste
Aragni & Ferraris

Marchio 276 AL

GIOIELLERIA

Anelli e boccole in brillanti e perle

Largo Costituzione Repubblica, 14 - Telef. 91.105
15048 **VALENZA PO**

BARBERO & RICCI

OREFICERIA

Anelli e boccole in zaffiro e fantasia

VIALE B. CELLINI, 45 - TELEFONO 93.444
15048 - VALENZA PO

Dirce Repossi

GIOIELLIERE

VIALE DANTE, 49 - TEL. 91.480

15.048 VALENZA PO

SISTO DINO

Gioielliere - Creazione Propria

EXPORT

Viale Dante, 46/B - Telefono 93.343
15048 - VALENZA PO

TIPOGRAFIA
Arte Grafica

RIVISTE - LIBRI
GIORNALI

LAVORI DI
LUSSO E COMMERCIALI

ALESSANDRIA
CORSO TERESIO BORSALINO, 1 - TELEF. 54.332
(CASA DEL MUTILATO)

VALENTINI & GALDIOLO

FABBRICA OREFICERIA

OGGETTI IN PERLA E SMALTO

Marchio 1247 AL

LAVORAZIONE IN FANTASIA

Via L. Galvani, 118 e - Telef. 93.105

15048 - VALENZA PO

Marchio 197 AL

Fratelli BALDI

FABBRICA

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Viale Repubblica, 60 - Tel. 91.097

15048 - VALENZA PO

MARCHIO 286 AL

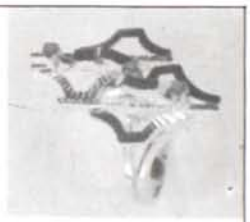
DE CLEMENTE & VACCARIO

fabbrica oreficeria e gioielleria

15048 VALENZA PO

VIA 29 APRILE, 22 - TEL. 91.064

LUNATI GINO



FABBRICA OREFICERIA

Specialita' spille e anelli

Marchio 689 AL

Vasto assortimento

Viale della Repubblica, Condom. "Tre Rose,, 5/F

Telefono 91.065 15048 VALENZA PO

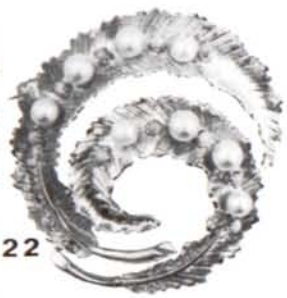
PANELLI MARIO & SORELLA

FABBRICA OREFICERIA

SPILLE IN ORO GIALLO CON PIETRE DI COLORE

Marchio 902 AL

Circonvallaz. OVEST, 22



TELEFONO 91.302

15048 - VALENZA PO

Marchio **281 AL**

Morando Ettore & Fratello

VIA MOROSETTI, 23

TELEFONO 92.111

VALENZA PO

15048

OREFICERIA

GIOIELLERIA

LAVORAZIONE PROPRIA

MARCHIO 288 AL

F.LLI CANTAMESSA

FABBRICANTI OREFICI E GIOIELLIERI

Creazione propria

EXPORT

VIALE DANTE, 45 - TEL. 91.421

15048 VALENZA PO

IVO ROBOTTI

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Fabbricazione propria

Via C. Camurati, 27 - Tel. 91.992

15048 VALENZA PO

Buzio & Massaro

Oreficeria - Gioielleria - Anelli

1817AL

15048 - VALENZAPO
Via Vercelli. 5 - Telefono 92.689

LENTI & BONICELLI

FABBRICA OREFICERIA - GIOIELLERIA

LAVORAZIONE ARTISTICA IN STILE ANTICO

Marchio 483 AL

VIA M. NEBBIA. 20 - TEL. 91.082
15048 · VALENZA PO

La Rosa Cesare

GIOIELLERIA

VIALE VICENZA (Condom. Il Pino) - Telef. **91.554**
15048 - VALENZA PO

MARCHIO **1707 AL**

Marchio 1248 AL

STAURINO F.LLI

GIOIELLIERI - OREFICI

VIALE BENVENUTO CELLINI, 23 - TEL. 93.137
15048 - VALENZA PO

LEVA SANTINO

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Anelli a griffes lapidé diamantati · Fermezze

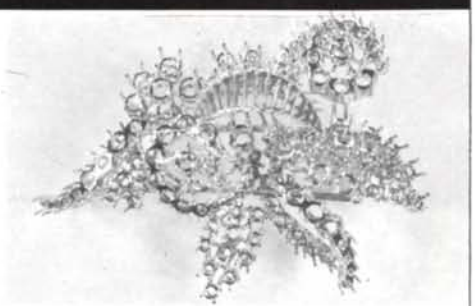
Via Carlo Camurati, 10
Telef. 93.118

15048 - VALENZA PO

RIZZETTO & ANNARATONE

GIOIELLERIA
FABBRICAZIONE
PROPRIA

960 AL



Via L. Ariosto, 31 - Telefono **92.108**
15048 - VALENZA PO

B C D di Castellaro & Dell'Ayra

MARCHIO 1135 AL

Artigiani Orafi in Valenza

15058 - **VALENZA PO** - Viale Dante, 46/B
Tel. 94.101

Ceva *Marco Carlo Renzo*

Marchio **328** AL

Via Sandro Camasio, 8 Tel. 91.027

15048 VALENZA PO

AMELOTTI OSCAR

ANELLI E BOCCOLE IN FANTASIA
FERMEZZE PER COLLANE
E BRACCIALI

Marchio 1528 AL

Via D. Sturzo, 8 - Telef. 92.227
15048 - - VALENZA PO

Tino Panzarasa

DAL 1945
OREFICERIA E GIOIELLERIA
della migliore produzione valenzana

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

Chiusure per collane e bracciali con perle.
Fermétures pour colliers et bracelets avec perles.
Clasps for pearls necklaces and bracelets.
Schliessen fuer Perlenkolliers und Armbaender.

643 AL

RACCONE & STROCCO Via XII Settembre, 4 - Tel. 83.375 15048 . VALENZA PO

CAVALLERO GIUSEPPE

OREFICERIA - GIOIELLERIA

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

BE GA NI & AR ZA NI

IMPERNATURA BREVETTATA

1030 AL

VIALE GALIMBERTI 10
TEL. 93.109

15048 VALENZA PO

Zeppa Aldo

Oreficeria - spille - collane in fantasia

EXPORT

Via Martiri di Cefalonia, 34 - Tel. 92.110

15048 - VALENZA PO

MARCHIO 1585 AL

Marchio 1540 AL

Quargnenti & Acuto

OREFICERIA

FEDINE DIAMANTATE
IN BRILLANTI E SMERALDI
LAVORAZIONE ESCLUSIVA

Viale L. Oliva, 8 - Telef. 91.751
15048 - VALENZA PO

Marchio 1552 AL

ANGELO CERVARI

OREFICERIA - GIOIELLERIA
Spille oro bianco, giallo, fantasia
Creazione propria

VIA ALESSANDRIA, 26 - TELEF. 96.196
15042 - BASSIGNANA (AL)

STEFANI ANTONIO

OREFICERIA - GIOIELLERIA

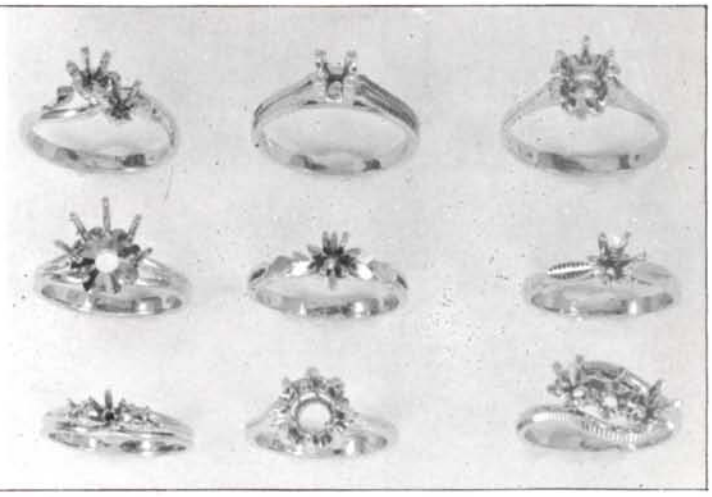
Dispone di vasto assortimento :

Anelli lapidé e solitaires in montatura

823AL

Viale Repubblica, 30 - Telef. 93.281

15048 - **VALENZA PO**



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

LENTI & VILLASCO

OREFICERIA - GIOIELLERIA

VIA ALFIERI, 15 - TEL. 93.584 **15048 - VALENZA PO**

C. C. 33038/3

1164 AL

ARTICOLI IN FANTASIA - SMALTO - TURCHESI - VASTO ASSORTIMENTO
ANELLI - BOCCOLE - BRACCIALI E SPILLE A PESO

Creazione propria - EXPORT

Mussio & Ceva

994 AL

EXPORT

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Assortimento di lavori con perle :

ANELLI - SUSTE - BRACCIALI

Piazza STATUTO, 2 · Telefono 93.327
15048 · VALENZA PO (AL)

M M
D
MILANO

MARIO DI MAIO

MACCHINE PER ORAFI

M M
D
MILANO

20122 MILANO - VIA PAOLO DA CANNOBIO, 10 - TELEFONI: 800.044 - 899.577

LE TECNICHE DI OGGI E DI DOMANI DISPONIBILI SUBITO!

FORNO ELETTRICO A NASTRO TRASPORTATORE

PER RICUOCERE LEGHE DI METALLI PREZIOSI IN ATMOSFERA DISOSSIDANTE

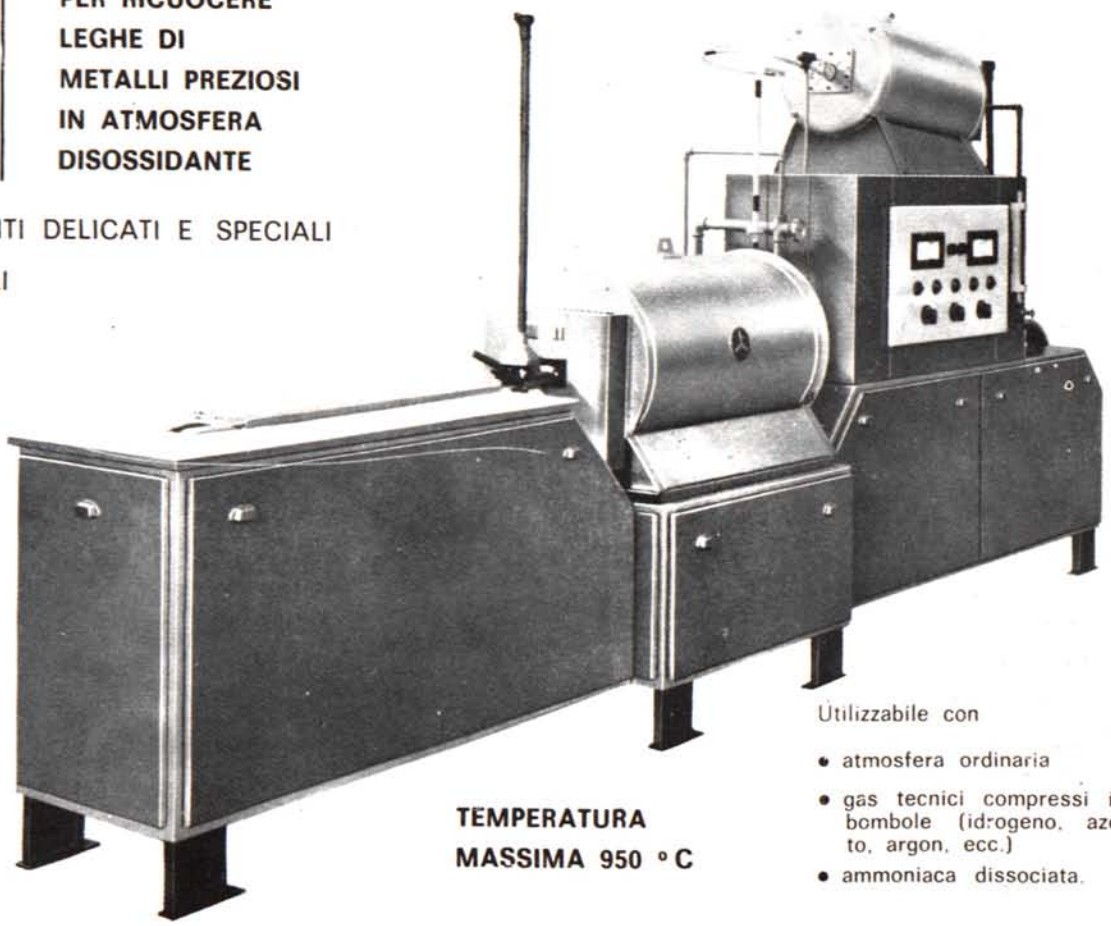
BRASATURA - TRATTAMENTI DELICATI E SPECIALI

DEGASATURA DEI METALLI

Questo forno a nastro trasportatore trova sempre più vasto campo di applicazione in bigiotteria e in oreficeria per le lavorazioni di grandi serie.

DISOSSIDA - SALDA - BRASA

LA VELOCITA' DI AVANZAMENTO DEL NASTRO è regolabile a mezzo di un motoriduttore da un minimo di 450 ad un massimo di 2000 mm al minuto primo. La velocità di avanzamento si regola in base al diverso volume e forma dei pezzi in lavorazione.

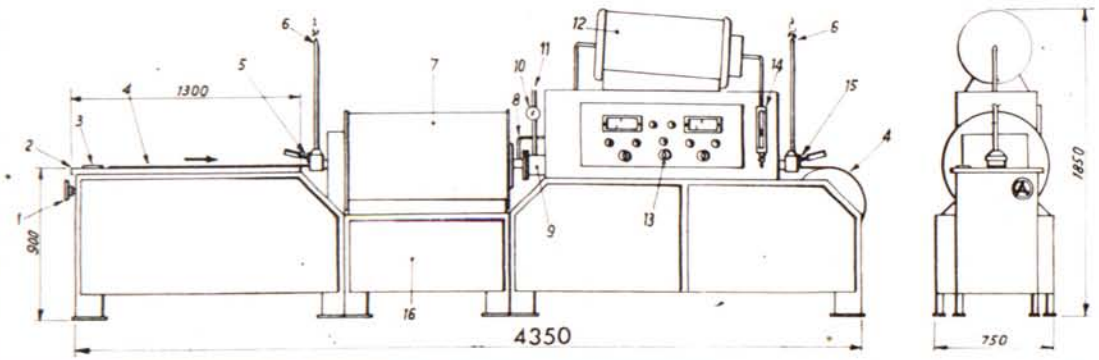


TEMPERATURA MASSIMA 950 °C

Utilizzabile con

- atmosfera ordinaria
- gas tecnici compressi in bombole (idrogeno, azoto, argon, ecc.)
- ammoniaca dissociata.

CARATTERISTICHE



1 variatore di velocità del nastro - 2 piano di servizio 3 indicatore tachimetrico 4 nastro trasportatore - 5 orifizio di entrata ad altezza regolabile - 6 bruciatori - 7 forno - 8 entrata gas protettivo - 9 galleria di raffreddamento - 10 termometro acqua di raffreddamento - 12 dissociatore di ammoniaca (eventuale) - 13 apparecchiatura pirometrica di manovra e controllo - 14 misuratore portata gas protettivo - 15 orifizio di uscita ad altezza regolabile - 16 vano contenente le apparecchiature elettriche.

Catalogo (a)	Sezione utile galleria mm. (b)		Potenza elettrica forno kw (e)	Potenza elettica dissociatore ammoniaca (eventuale) kw (f)	Dimensioni approssimative ingombro mm. (g)			Peso impianto completo Kg	
	larghezza (c)	altezza (d)			lunghezza mm. (h)	altezza mm. (i)	lunghezza mm. (l)	senza dissociatore (n)	con dissociat (o)
494	60	30	5	4,5	750	1850	4350	790	970
495	90	40	6	4,5	750	1850	4350	810	990

Tutti i dati tecnici sono soggetti a variazioni senza preavviso (p)

CIMA
INTERNATIONAL
CORPORATION
SEDE
IN
MILANO
VIA BARACCHINI, 10
20123 - MILANO
TEL. 80.89.60/62
FILIALE
IN
VALENZA PO
VIA C. CAMURATI, 3
TEL. 94.361/2
PERLE
COLTIVATE
PIETRE
PREZIOSE