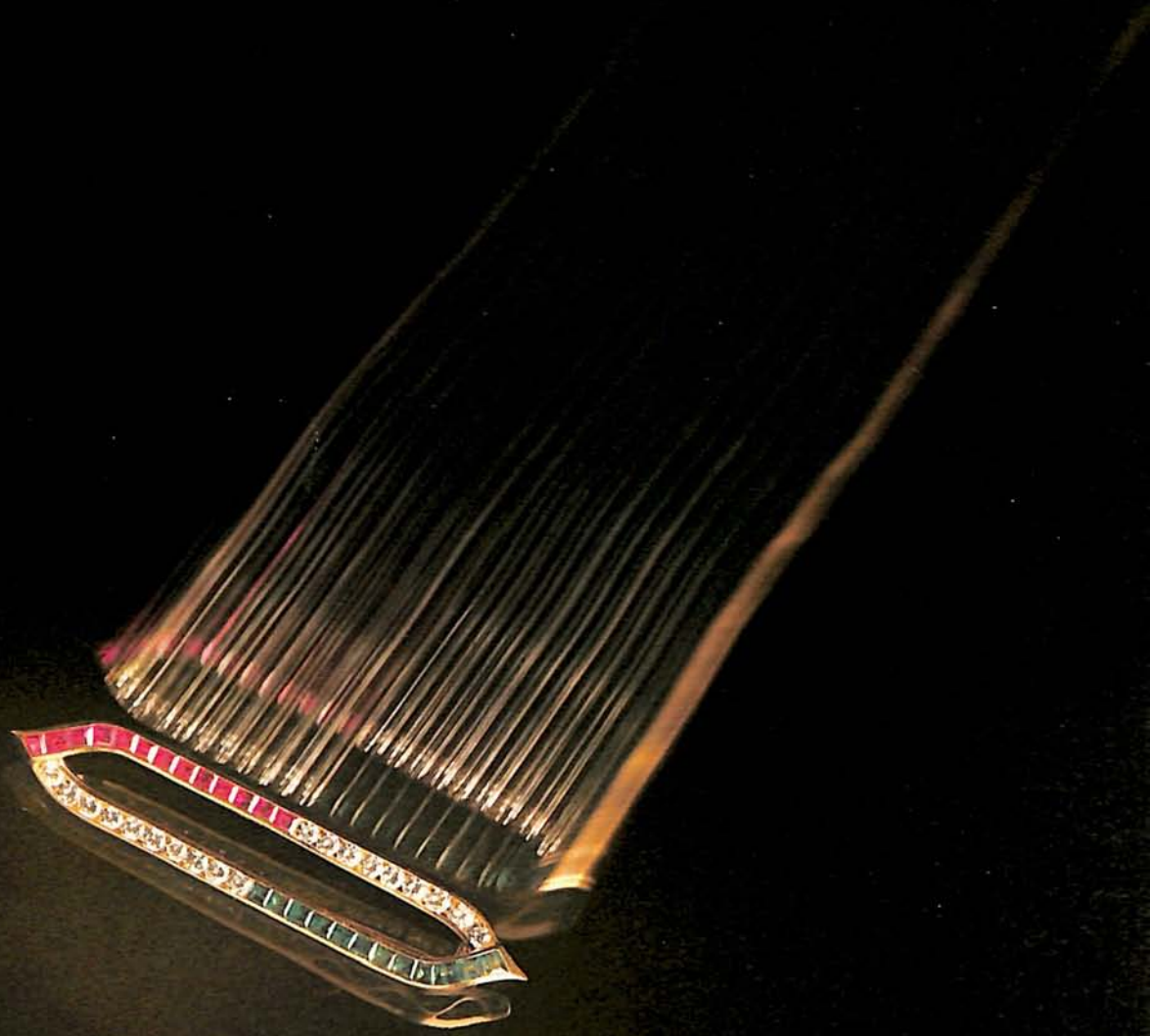
L'ORAFO valenzano

ORGANO UFFICIALE DELL'ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA - PUBBL. BIM. 1/81 - SPED. ABB. POSTALE GRUPPO IV/70 - PIAZZA DON MINZONI 1 - 15048 VALENZA

effe-vi
Effe-Vi di Verita & Fantini - Via Trieste, 9 15048 Valenza telefoni 0131/94012/91286 - 1581 AL

CASTAGNONE & LANZA
artigiani gioiellieri
Viale Manzoni, 33 - 15048 VALENZA - Tel. (0131) 92673
1917 AL

ellepi
GIOIELLI LIVIO PINATO
Circonvallazione Ovest, 24 - Tel. (0131) 97.73.39 - 15048 VALENZA
1217 AL
Fiera Vicenza Stand n. 404
Fiera Milano Stand n. 843
Valenza Mostra del Gioiello Valenzano



New Italian Art
Via Mazzini, 16 - Tel. 95.37.21
15048 Valenza Po (Italy)

VERDI G. & C.
15048 Valenza - Largo Costit. Repubblica, 14/15 - Tel. (0131) 94619
1865 AL

Mussio & Ceva
Gioielleria - Oreficeria
15048 Valenza (Al) - Via Camurati, 45
Tel. (0131) 93.327
994 AL

F.B.L.
Fattore Barberis Lenti
fabbrica oreficeria e gioielleria
15048 Valenza - Via Mazzini, 12 - Tel. (0131) 94525
marchio 2318 AL

BARIGGI
15048 VALENZA - VIA TRIESTE 13 - TEL. (0131) 975201
2314 AL

FOTO POGGI per OV
MARIO TORTI & C.
oreficerie
15048 Valenza - Circonvallazione Ovest 22
tel. (0131) 91.302-93.241
20121 Milano - Piazza Diaz 7
tel. (02) 800.354

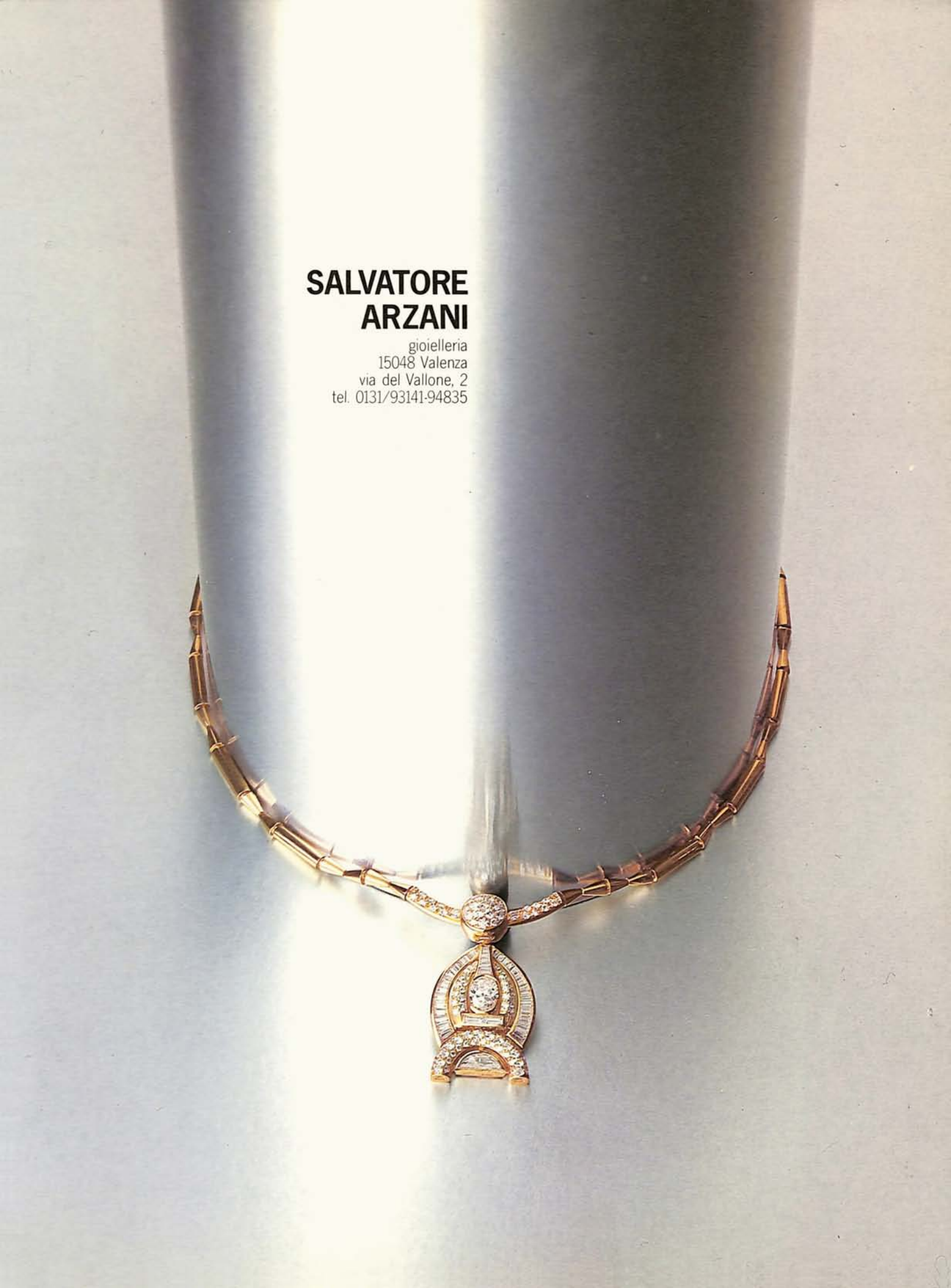
Pubblighiò

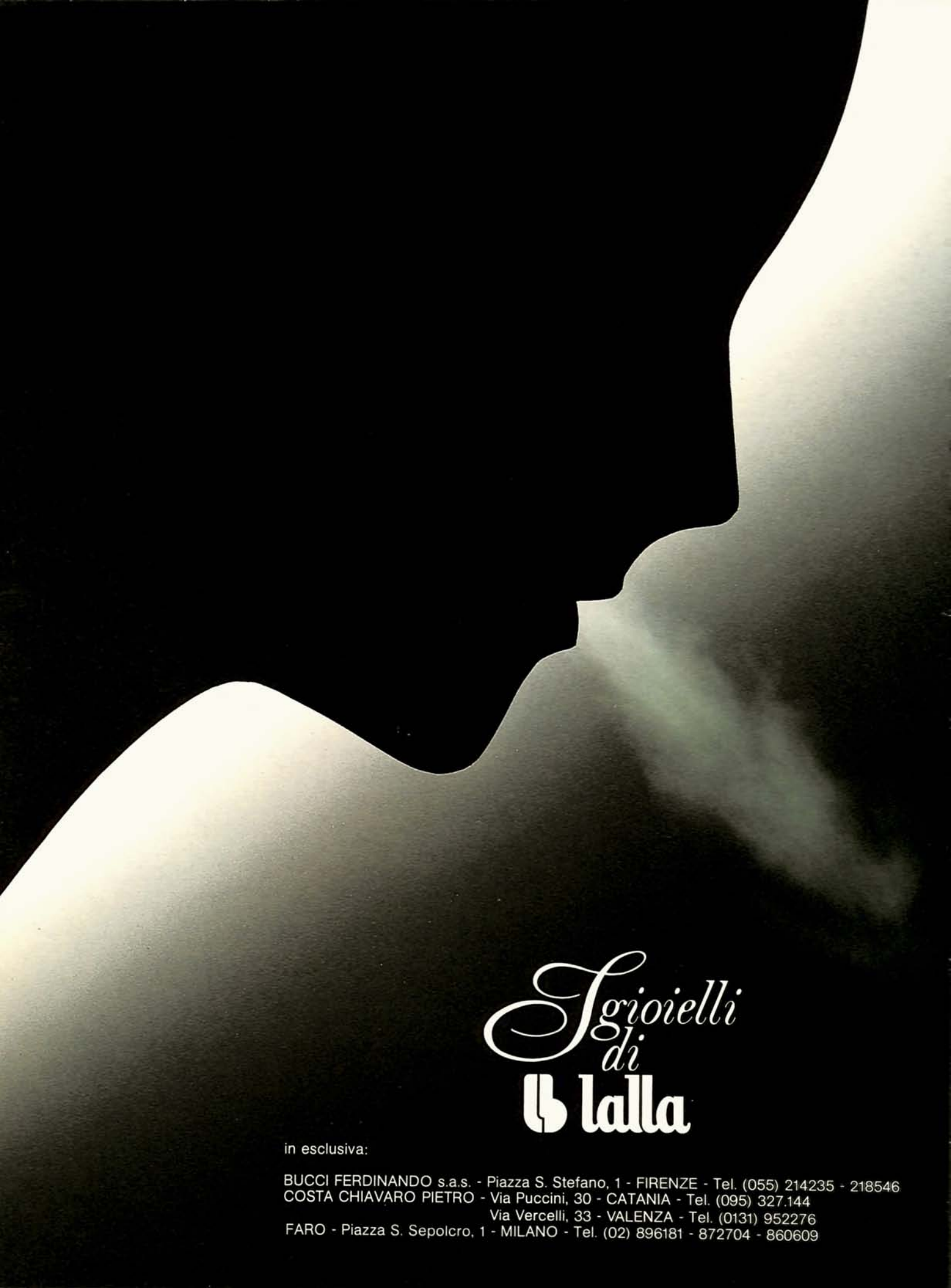
pietro costa chiavaro

Casa fondata nel 1890

Catania - Via Puccini, 30 - Tel. (095) 327.144
Valenza - Via Vercelli, 33 - Tel. (0131) 952.276
12 CT

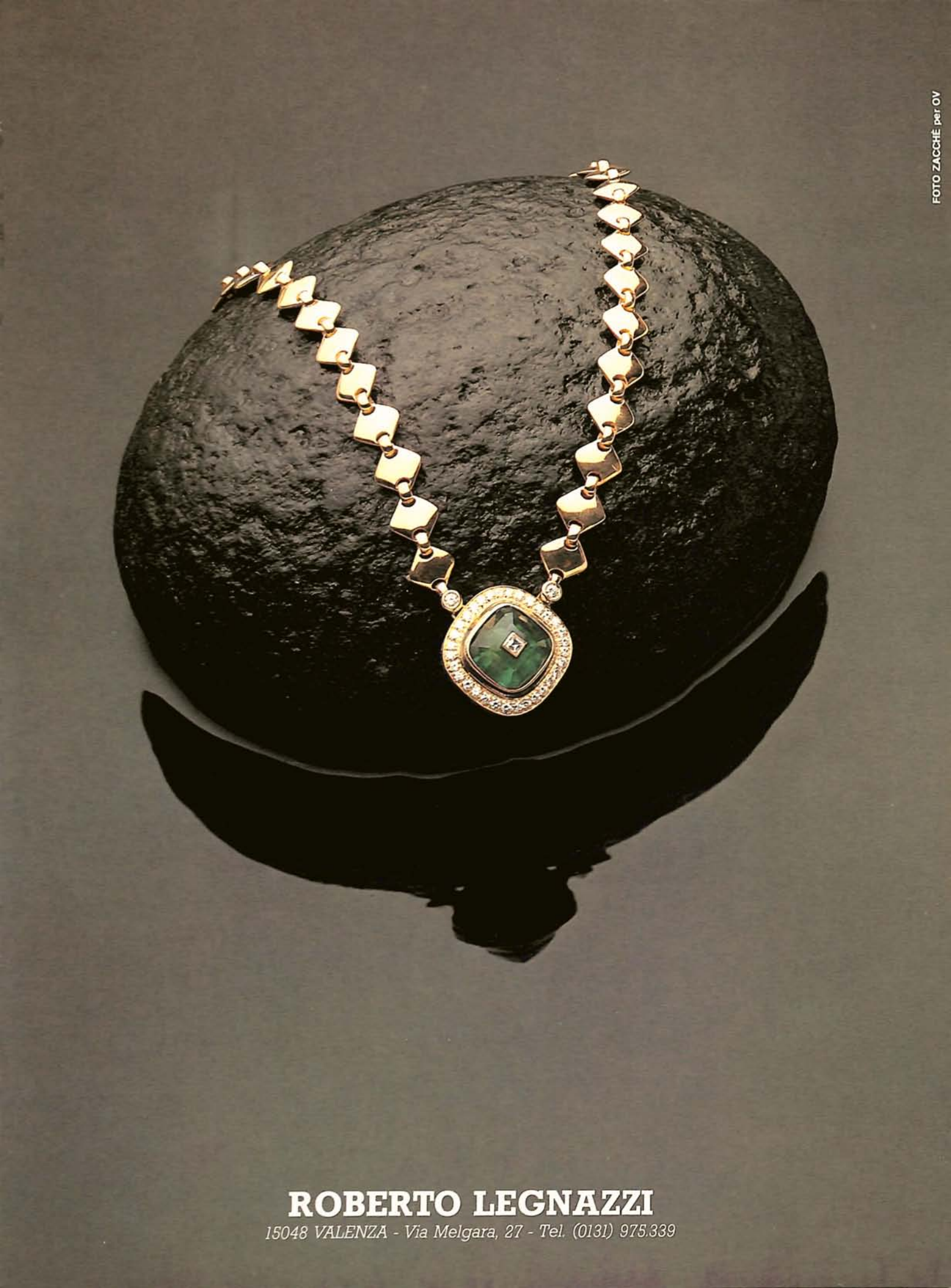
GASTALDELLO F.lli
15048 Valenza
Via Vittorio Veneto, 18
Tel. (0131) 94233
1381 AL


SALVATORE
ARZANI
gioielleria
15048 Valenza
via del Vallone, 2
tel. 0131/93141-94835



in esclusiva:

BUCCI FERDINANDO s.a.s. - Piazza S. Stefano, 1 - FIRENZE - Tel. (055) 214235 - 218546
COSTA CHIAVARO PIETRO - Via Puccini, 30 - CATANIA - Tel. (095) 327.144
Via Vercelli, 33 - VALENZA - Tel. (0131) 952276
FARO - Piazza S. Sepolcro, 1 - MILANO - Tel. (02) 896181 - 872704 - 860609



ROBERTO LEGNAZZI

15048 VALENZA - Via Melgara, 27 - Tel. (0131) 975.339

PHOTOCHROM
TERZANO F.lli
GIOIELLIERI IN VALENZA
Collier GRAN GALA premiato al primo concorso "Gioiello Inedito" alla Mostra del Gioiello Valenzano 1979

ORO TREND

di Ferraris & C.
15048 Valenza - Vicolo Varese, 8/B - Tel. (0131) 952579
2342 AL

CALLEGARO ERMANNO & C. s.n.c.
FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA
Via Pellizzari, 29 - Tel. (0131) 93531
15048 VALENZA (AL)
1094 AL

PERRI & FAVARETTO
Fabbrica Oreficeria - Gioielleria
15048 Valenza - Viale Santuario, 82 - Tel. (0131) 94175
1947 AL

M. RUGGIERO
Import-export
perle coltivate - coralli - cammei - statue in pietra dura
15048 VALENZA - Via Canonico Zuffi, 10 Tel. (0131) 94.769 - Cable RUMA Valenza

FOTO POGGI per OV
GIOIELLERIA
FRANZOSO
Viale Galimberti, 6
Tel. (0131) 93.415
15048 VALENZA
1891 AL

PHOTOCHROM

Taverna & C.

Gioielleria

15048 VALENZA - Viale Repubblica, 3 - Tel. (0131) 94.340

1557 AL

distribuzione esclusiva creazioni

VENDORAFA

gioiellerie morosetti
di carlo moro
corso garibaldi 102
15048 valenza po (al) - tel (0131) 91269

V5-OV

VENDORAFA s.r.l. - Via Mazzini, 15 - 15048 Valenza Po (Italy) - Tel. (0131) 952891/2/3 - Telex 210627 VENDORA

tutte le pietre, le perle, i coralli

GAIA GEMMINDUSTRIA
15048 Valenza Po - via Solferino, 39 - telefono (0131) 91260
20123 Milano - via Falcone, 7 - telefono (02) 80 34 37 - 86 72 90

FOTO ZACCHÈ per OV
MARCHIO 1850 AL
Dario Bressan
15048 VALENZA - Via Ariosto 5/7 - Tel. (0131) 94611
20122 MILANO - Via P. da Cannobio 5 - Tel. (02) 8321078/865233

PASINO ROBERTO

36100 Vicenza - Via Vivorio, 51 - Tel. 0444/500496

506 VI

antonio dini

OREFICERIA GIOIELLERIA

15048 VALENZA - V.LE VICENZA, 4E (INT. 1) - TEL. (0131) 93240

FREZZA & RICCI

15048 VALENZA - Via Martiri di Cefalonia, 28
Tel. (0131) 91101-953380
785 AL

oreficeria e gioielleria

ponzone & zanchetta

15048 VALENZA (ITALY)
CIRCONVALLAZIONE OVEST, 90 - TEL. (0131) 94043
1207 AL

Leo Pizzo

orafo e gioielliere
in valenza
78 circonvallazione ovest
0131 977282
15048 valenza

ZAGHETTO
STEFFANI
BARBIERATO
Fabbrica gioielleria
1570 AL
Via Noce, 2-4 - 15048 Valenza (Italia) - Tel. (0131) 94.679-

LEVA GIOVANNI
FABBRICA GIOIELLERIA 15048 VALENZA PO - VIALE DELLA REPUBBLICA, 5 - TEL. (0131) 94.621 - 96.191

PANELLI & CANU
Fabbrica Oreficeria Gioielleria
Export
15048 Valenza (Italy) - Via Faiteria, 10 - Tel. (0131) 94591
Lavorazione brevettata
1761 AL

CORTI & MINCHIOTTI
Gioielli
Via Tortrino, 16 - 15048 VALENZA - Tel. (0131) 97.53.07-97.78.14 - 1774 AL
FOTO ZACCHÈ per OV

LENTI & VILLASCO
15048 VALENZA (Italia) - Via Alfieri, 15 - Tel. 93584
Oreficeria - Gioielleria
FIERE:
• VICENZA: Gennaio-Giugno, stand n. 627
• MILANO: Aprile, stand n. 861
• VALENZA: Ottobre

LUIGI TORRA
Oreficeria - Gioielleria
Via Salmazza, 7/9 - 15048 VALENZA
Tel. (0131) 94.759 - 2071 AL

Pioniera del nuovo e dell'originale, la Doria F.lli è sempre all'avanguardia per soddisfare con serietà d'intenti la propria estesa clientela che sa, a sua volta, di poter contare su di un nome impegnato.

FRATELLI DORIA

VALENZA

DD
DAVITE & DELUCCHI
viale Dante, 4 - Valenza
telefoni 0131 - 91731-953136
fiera di Milano stand 809
fiera di Vicenza stand 662

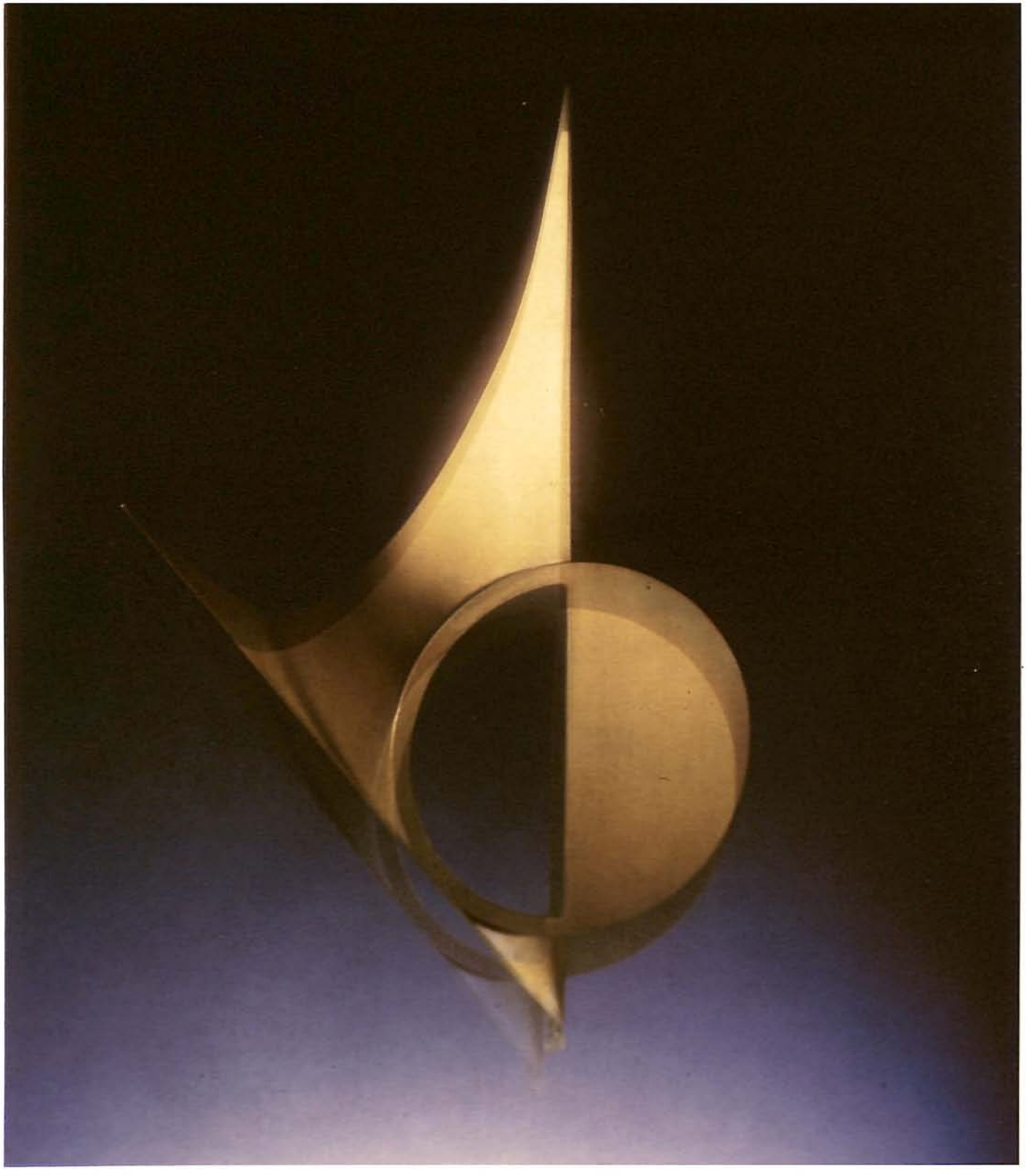
GAM
ALDO
GARAVELLI
FIERE MILANO
NEW YORK TOKYO
COMM. GARAVELLI ALDO & C. S.N.C.
FABBRICA GIOIELLERIA OREFICERIA
VIALE DANTE, 24 TEL. (0131) 91350 - 91248
15048 VALENZA ITALY

DE REGIBUS FRANCO

15046 San Salvatore Monferrato (AL) - Via Santuario, 5 - Tel. (0131) 33.486
20100 Milano - Via Paolo Da Cannobio, 5 - Tel. (02) 808351
Telex: 212377 DIERRE I
608 AL

Export Orafi Mostra Permanente Oreficeria s.r.l.

15048 Valenza (Italy) Via Mazzini, 11 Piazza Don Minzoni, 1 Telegr. Exportorafi-Valenza
Telefono Ufficio Export (0131) 93395/94593 Telefono Ufficio Mostra (0131) 92184/975290 Telex 210106 Exoraf



We exhibit at: VICENZA - January-June - RJA - February-July - MILANO - April
BASLE - April - DUSSELDORF - March-September - VALENZA - Permanent show

GOLDEN EIGHT
di Doratiotto Giuseppe
Oreficeria Gioielleria
Export
15048 Valenza - V.le Manzoni, 22 - Tel. (0131) 94669
1478 AL

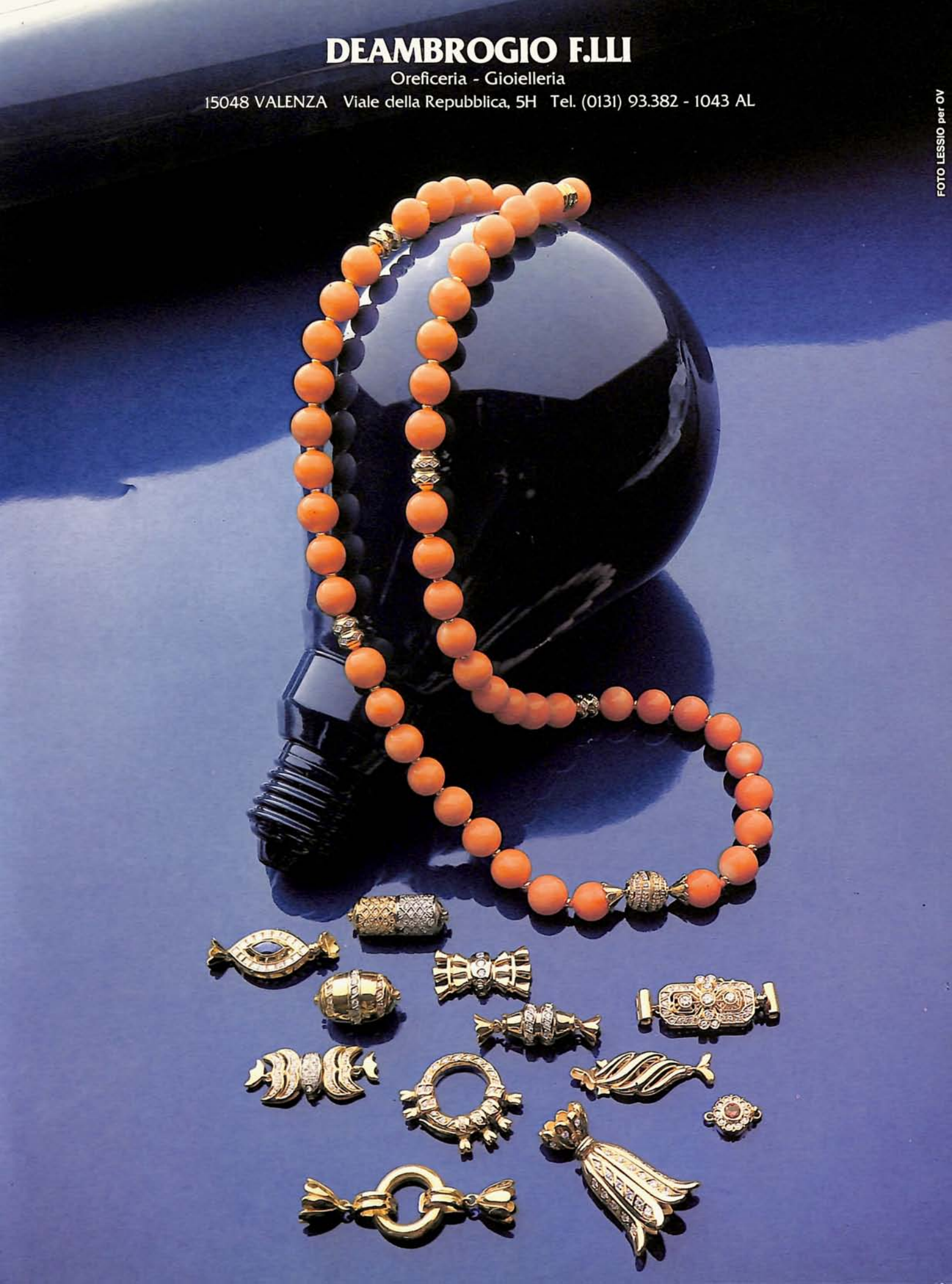
PIETRO LOMBARDI
Oreficeria
15048 Valenza (Italy)
Via Noce, 14
Tel. (0131) 951204
1443 AL

DEAMBROGIO F.LLI

Oreficeria - Gioielleria

15048 VALENZA Viale della Repubblica, 5H Tel. (0131) 93.382 - 1043 AL

FOTO LESSIO per OV



Angelo Blù LINE

Concorso "Mille e un Diamante". Mille e un motivo per creare magici gioielli.

Il Centro d'Informazione Diamanti, con il patrocinio della De Beers Consolidated Mines Ltd., bandisce il concorso nazionale d'arte orafa "Mille e un Diamante".

Il concorso presenta tre categorie differenziate in cui concorrere con pezzi finiti di gioielleria:

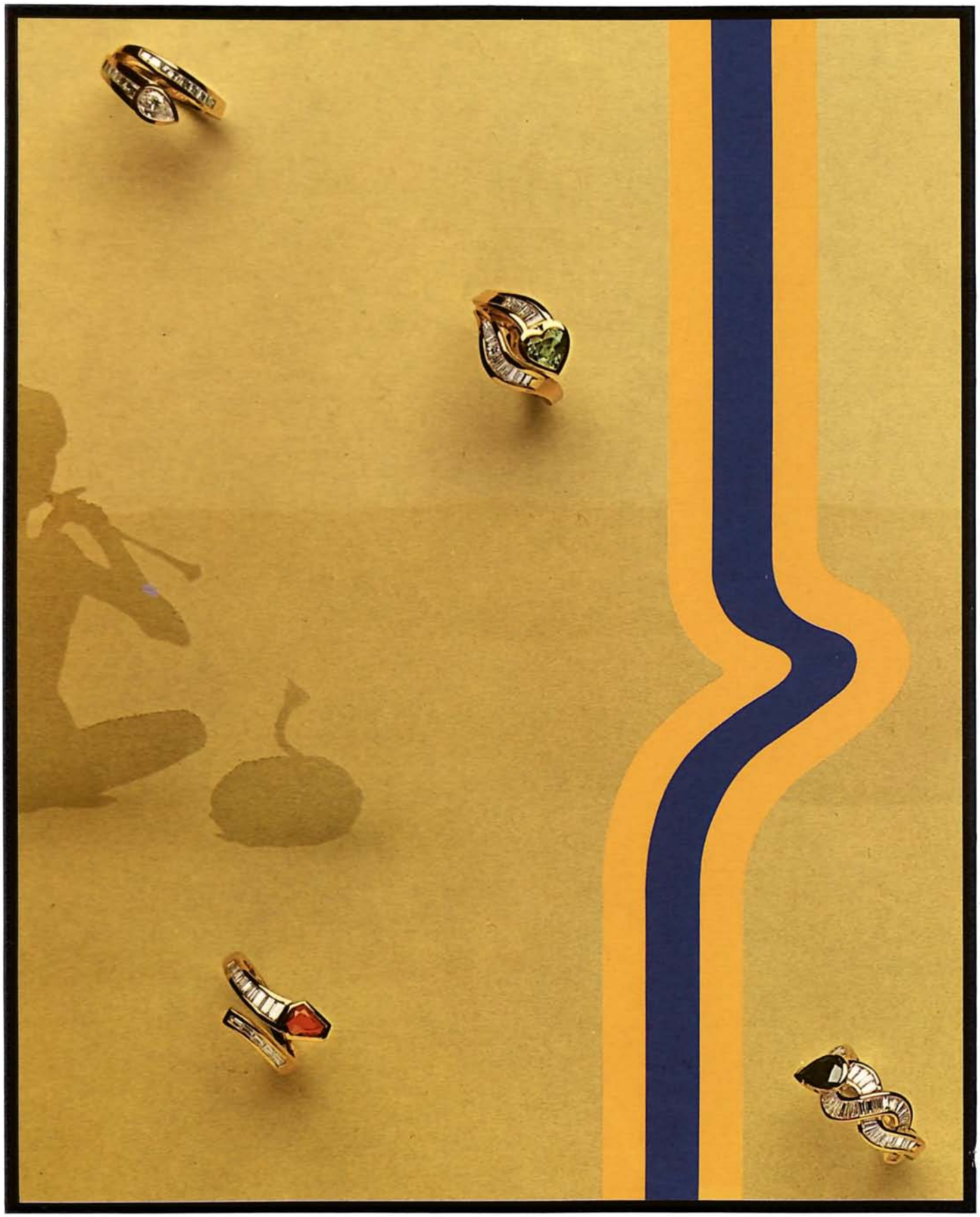
a) Diamanti a pavé
b) Diamanti per la moda maschile e accessori
c) Diamanti giovani

I gioielli che concorrono nella prima categoria dovranno essere realizzati con diamanti a pavé con contenuto minimo complessivo di 0,30 punti. Per le altre due categorie il contenuto minimo in diamanti è di 0,20 punti. Ai diamanti potrà essere accostato qualsiasi materiale, ma non altre gemme. Una Commissione Giudicatrice, composta da esperti del settore orafo, selezionerà i gioielli vincenti che saranno ufficialmente presentati al pubblico e alla stampa nel corso della cerimonia di premiazione che si terrà, quest'anno, a Milano. La collezione vincente sarà inoltre esposta al pubblico durante una serie di manifestazioni promozionali nel corso del 1981.

In ognuna delle tre categorie del concorso, la Giuria assegnerà un primo, un secondo e un terzo premio. Ai vincitori del primo premio sarà offerto un viaggio per due persone a Londra, con l'opportunità di visitare la sede della Central Selling Organization della De Beers. Ai vincitori del secondo e del terzo premio di ogni categoria verranno assegnati prestigiosi trofei a riconoscimento della qualificazione al concorso.

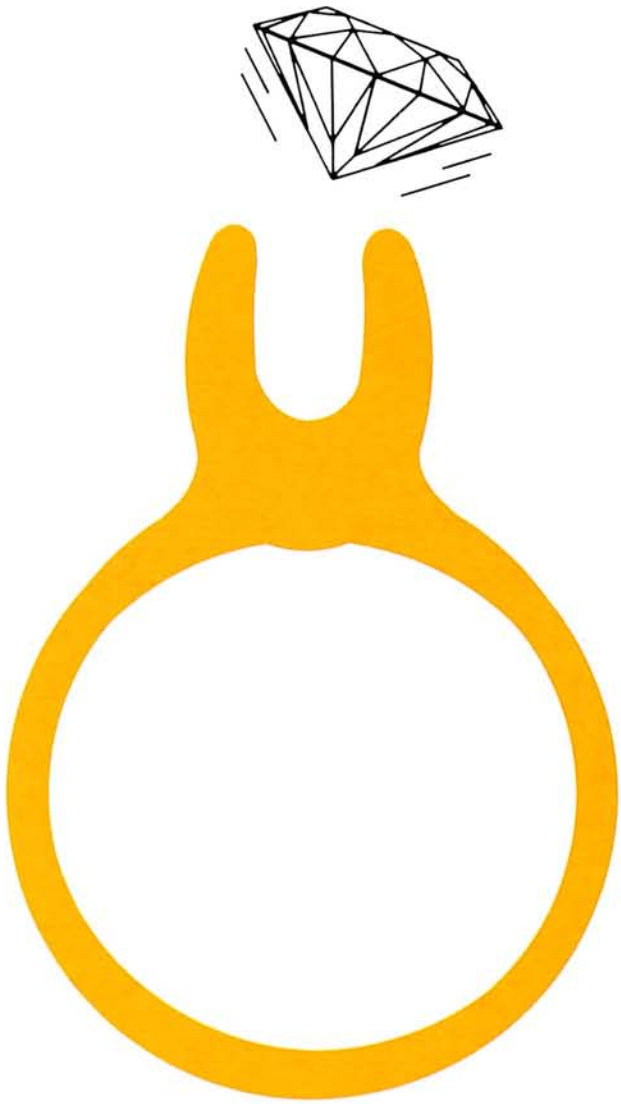
I gioielli che si intendono presentare all'esame della Commissione Giudicatrice dovranno pervenire al Centro d'Informazione Diamanti entro **lunedì, 9 marzo 1981.**

Il bando di concorso e il modulo di iscrizione possono essere richiesti al **Centro d'Informazione Diamanti** - Via Durini, 26 - 20122 Milano. Tel. (02) 79.14.63.



Harpo's

Harpo's gioielli - viale Dante, 11 - Valenza (AL) - tel. 0131-94959/953733-4



Guerci & Pallavidini

"le montature"

Via Bergamo, 42 - 15048 Valenza - Tel. (0131) 92668

MANDIROLA & DEAMBROGI

15048 VALENZA - Via Bergamo 34 - Tel. (0131) 92.078

LINEA UOMO

BARBERO E RICCI

Export/Oreficeria - Gioielleria

15048 VALENZA - Via Ariosto 8
Tel. (0131) 93.444 - 1031 AL

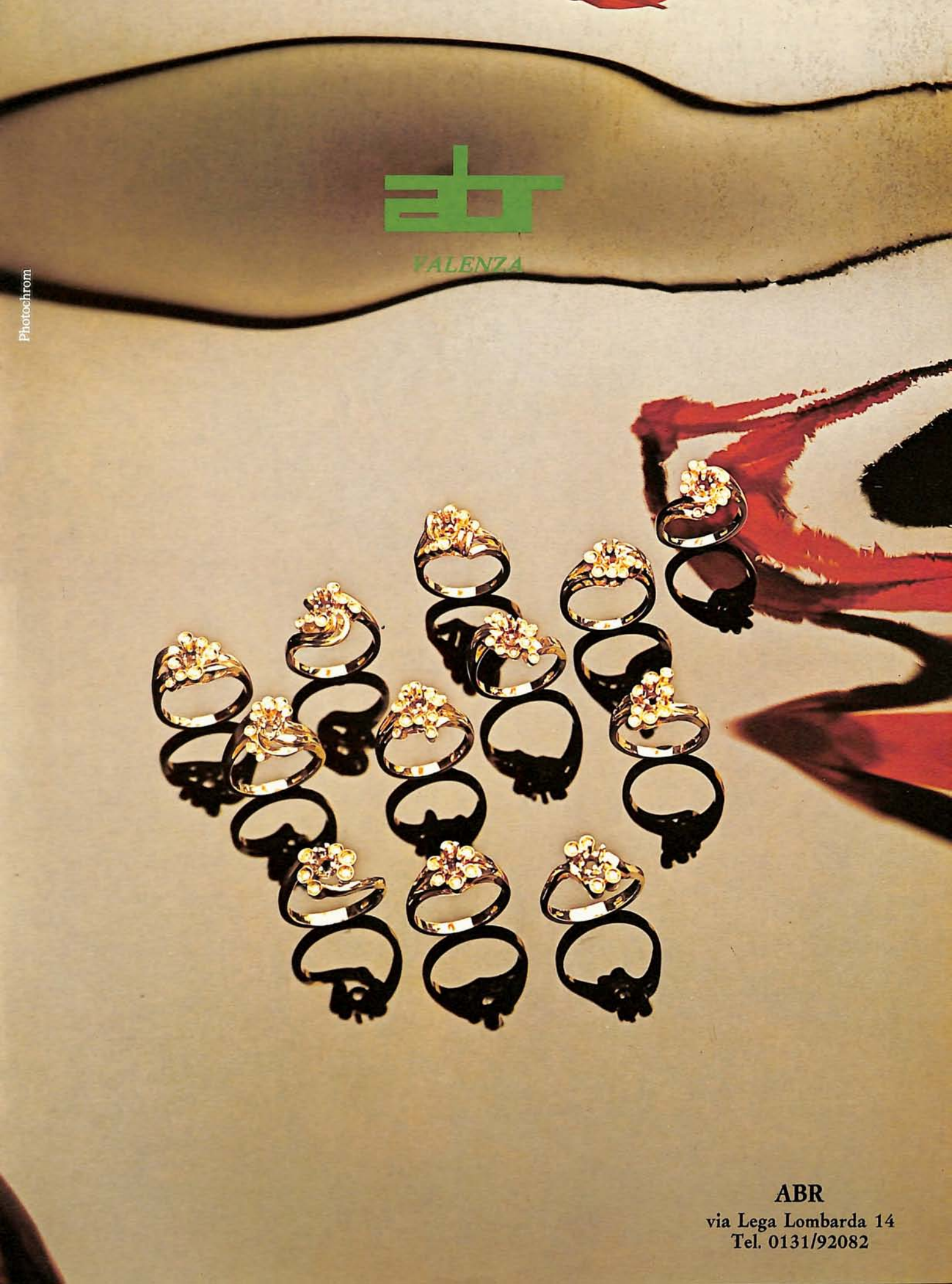
Basilea: Stand 113/43 - Vicenza: stand 257

MORAGLIONE ®
artigiani orafi dal 1922
F.lli Moraglione s.n.c.
valenza po - via sassi, 45
tel.(0131) 91719/975268

eugenio torri & C.

208 ROMA

piazza s. giovanni in laterano, 18 - roma
tel. 06/777.652-775.738 - telex: 614317 torri i-M 709102
filiale di valenza: v.le galimberti, 26 - tel. 0131/953775



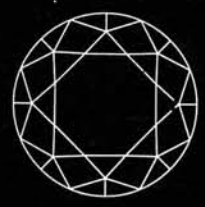
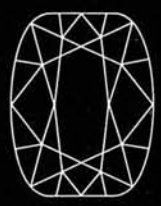
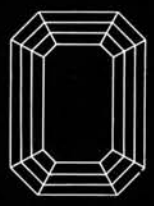
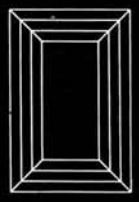
ABR
via Lega Lombarda 14
Tel. 0131/92082

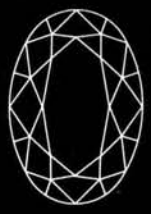
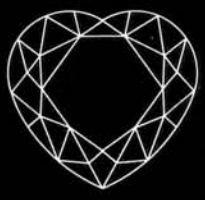
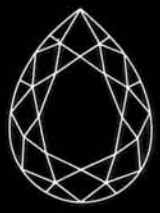
KIMBERLEY DIAMONDS ITALIA S.R.L.

VALENZA (ITALIA) - Viale Dante 24
Tel. (0131) 93592 - 93478 - telex 21051

KIMBERLEY DIAMONDS INC.

JOHANNESBURG (S. AFRICA)
L.C. Diamonds Cutting Works
Dashing Centre - 1 st floor
240 Commissioner street
Tel.: 29-2191/7 - 29-1081/88
Telex 84133 SA

PINO & MORTARA
s.n.c.
VALENZA

diamanti e pietre preziose

viale Dante, 24
tel. 93.592 - 93.478
telex 21051

i nostri diamanti sono una scelta accurata in tutti i tagli
sia classici che fantasia

L'Istituto nazionale per il Commercio Estero
sta realizzando un progetto promozionale triennale 1980/1982
negli Stati Uniti
per sviluppare le esportazioni italiane
di oreficeria, gioielleria, argenteria, coralli e cammei

Obbiettivi del progetto
Qualificare l'immagine del prodotto italiano
Raggiungere le *nuove* aree del mercato americano
Migliorare i servizi connessi all'esportazione

L'ICE invita tutte le aziende produttrici
interessate al mercato USA
a collaborare partecipando alle campagne promozionali
che verranno organizzate nei prossimi due anni

Scopi e finalità del progetto USA
verranno illustrati nel corso di un seminario
che si svolgerà a Vicenza in 15 gennaio 1981

Per ulteriori informazioni
gli interessati sono pregati di rivolgersi
all'ICE, ufficio CESP/SVIL
via Liszt 21, 00100 Roma EUR
telex ICErm 610160/610178/612282/613231

L'ICE realizza il progetto su incarico e finanziamento
del Ministero Commercio Estero

È a disposizione una dettagliata indagine di mercato
che potrà essere ordinata
all'ICE, ufficio CESP/SVIL

02/80.22.24-80.40.91-80.40.94

I numeri dell'oro e dell'argento

Mario Villa. Il filo diretto sulle quotazioni dell'oro e dell'argento.

SERVIZIO SEGRETERIA TELEFONICA (quotazioni dell'oro e dell'argento). Per ulteriori informazioni e per le operazioni rimane a disposizione della spettabile clientela l'UFFICIO CONTRATTAZIONI: Tel. 02/80.97.41 (10 linee ric. aut.)

Mario Villa s.r.l.
METALLI PREZIOSI

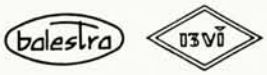
20123 MILANO - Via Giuseppe Mazzini, 16 - Tel. 02/80.97.41 (10 linee ric. aut.) Stabilimento 20159 MILANO - Via Giovanni Bovio, 16 Tel. 02/60.73.241 (5 linee ric. aut.) Telex 334111 MAVILLA - Telegrammi: VILLABANC - P.O. Box: 924 MILANO - Marchio ID 360 MI

Photochrom
eurogold
gioielli
STAND FIERA DI VICENZA 334
STAND FIERA DI MILANO 711-713
VIA C. ZUFFI, 10 - TELEF. 94690 - 951201
15048 VALENZA (AL) ITALY

Giuseppe
Benefico
brillanti, pietre preziose, coralli
Viale Dante, 10 - Tel. 93.092 - Valenza

firma l'oro dal 1882

Deposito fiduciario: Ettore Cabalisti
via Tortrino 10 - tel. 92780 VALENZA



GIOVANNI BALESTRA & FIGLI
SEDE E STABILIMENTO: VIA DELLA RESISTENZA 1/3 CAMPESE
36061 BASSANO DEL GRAPPA (VI) - TELEF. (0424) 80.221 (r.a.)
TELEX 430098 BALESTRA - BASSANOGRAPPA - ITALIA

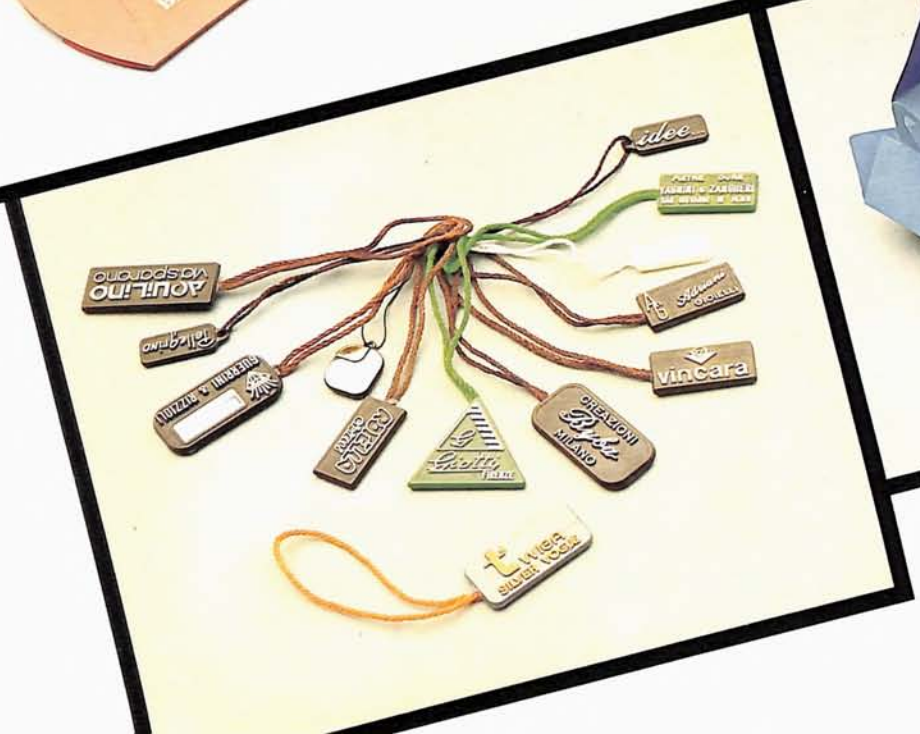
ANGELO BAIO
LAVORAZIONE GRANATI
Oreficeria
Via Trieste 30 - 15048 Valenza
Tel. (0131) 91.072
880 AL

MARIO LENTI
FABBRICA GIOIELLERIA-OREFICERIA
15048 VALENZA
VIA MARIO NEBBIA, 20
TELEFONO (0131) 91.082
483 AL

CATU S.R.L.

20123 Milano
Via dei Piatti, 5
Tel. 866.828
Import - Export

- Sacchetti renna per gioielli - orologi - astucci
- Carta pastello opaca extra lusso e seta
- Carta plastificata
- Scatole in cartoncino a scatto
- Scatole porta astucci
- Scatole Florida
- Sacchetti in carta plastificati
- Sacchetti Miami 5 misure 4 colori
- Borse juta
- Borse telate colorate
- Borse jeans
- Etichette in plastica (qualità segna prezzi)
- Etichette autoadesive negative positive
- Nastro autoadesivo
- Nastri in rajon intestato
- Nastri per fiocchi
- Elastici dorati con fiocchetto
- Bustine per riparazione
- Blocchi per riparazione
- Garanzie per brillanti e generiche
- Biglietti da visita generici e stampa a caldo
- Forniture per dettaglianti e grossisti
- Carta pubblicitaria in blocchi
- Cataloghi e depliants
- Stampati di ogni genere



Studio e soluzione di qualsiasi problema di packaging
Study and solution of any packaging problems

Pubblighiò

Gioielli
RCM
di Ricci, Corbellini, Manfrinati
Valenza
1792 AL

L'ORAFO valenzano

Organo Ufficiale dell'Associazione Orafa Valenzana - Pubblicazione bimestrale
Nr. 1/81 - febbraio/marzo

CITTÀ DI VALENZA - BIBLIOTECA

NUMERO D'INGRESSO
32787
6 GIU. 1992

Commissione stampa: P. Vaglio Laurin (Presidente)
U. Bajardi
F. Cantamessa
G. Verdi

Autorizzazione del Trib. di Alessandria nr. 134
Direttore responsabile: Ugo Boccassi

Direzione, Redazione, Pubblicità, Amministrazione:
Piazza Don Minzoni, 1 - 15048 Valenza - Tel. (0131) 91.851

Abbonamenti:
Italia:
— in omaggio a Dettaglianti e Grossisti
Estero:
— in omaggio a Dettaglianti, Grossisti e Importatori.
Spese per inoltro (via aerea) L. 30.000 per 6 fascicoli.

Spedizione in abbonamento postale gruppo IV
Pubblicità inferiore al 70%
Associato all'USPI

Impaginazione: Gianni Comolli - Oriano Stancari dello Studio CP2
Fotocomposizioni: Linotipia Colombo - Milano
Impianti litografici: Plus Color Milano
Stampa: Arti grafiche Pirovano Milano

In copertina:

Bracciali la cui sostenuta struttura è alleggerita da pietre a taglio cabochon.
Brillanti disposti sull'oro sottolineano il disegno asimmetrico.
Foto: U. Zacchè.

GENTILE AMICO...	Pag. **59**
UN GIOIELLO DI PROFESSIONE di Rosanna Comi	» **60**
E Valenza?	» **62**
Quando l'occhio non basta	» **63**
E allora?	» **64**
Un fiore all'occhiello	» **64**
Le scuole professionali	» **65**
Gli Artigiani di domani	» **65**
LUCE IN TRASPARENZA	» **66**
QUANDO IL BIJOUX FA MODA	» **72**
L'ARTIGIANO E IL MERCATO di Franco Cantamessa	» **76**
Murano	» **78**
DALLA TERRA AL BANCO DELL'ORAFO	» **82**
IL MERCATO DELLE PIETRE DI COLORE di P. Vaglio Laurin	» **84**
NERVOSA ALTALENA PER L'ORO	» **86**
DIECI ANNI DI AUMENTI	» **88**
DALLA STAMPA ESTERA	» **90**
TACCUINO	» **91**

Giuseppe Capra

orafo e gioielliere in Valenza

GIUSEPPE CAPRA - IMPORT - EXPORT
15048 Valenza (Italy) Via San Salvatore 36 - Tel. 0131/93144 - 952182 - Casella Postale 110

Gentile Amico

mi rivolgo a Lei, ideale interlocutore tra i miei 5000 (a volte 9000) lettori, tutti gioiellieri, come Lei.
È a Lei che ho pensato quando, ormai quasi un anno fa, ho voluto cambiare la mia veste e propormi alla Sua attenzione con una formula rinnovata sia esteticamente che nei contenuti.
L'immagine è volutamente privilegiata rispetto ad altre forme d'espressione, ma cosa – meglio di una bella riproduzione a colori – può descrivere la bellezza di un oggetto?
Potrà forse mancarLe il tempo per leggere, ho pensato, ma non per sfogliarmi. Oltre tutto, sulle mie pagine troverà spesso oggetti di Valenzani che solo ed esclusivamente alla «loro» rivista affidano i loro gioielli: non Le pare un valido motivo per dedicarmi un po' del Suo tempo?
La ringrazio, gentile Amico, e mi auguro che anche le «parole» trovino un po' della Sua attenzione. Sono spesso parole dettate o scritte da Suoi Colleghi, che hanno i Suoi stessi problemi, perplessità, speranze.
Sulle mie pagine – così almeno spero – non esistono barriere tra chi parla e chi ascolta: il ruolo del moderno operatore è quello di protagonista e non di passivo osservatore e volentieri gli lascio lo spazio per esprimere il suo punto di vista su quanto lo riguarda da vicino.
Ecco, gentile Amico, questa è la strada che intendo percorrere e spero che Lei mi segua con attenzione e simpatia.

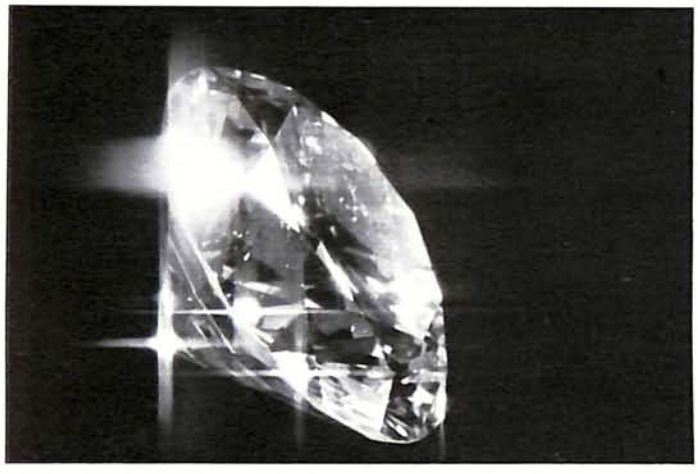
Cordialmente.

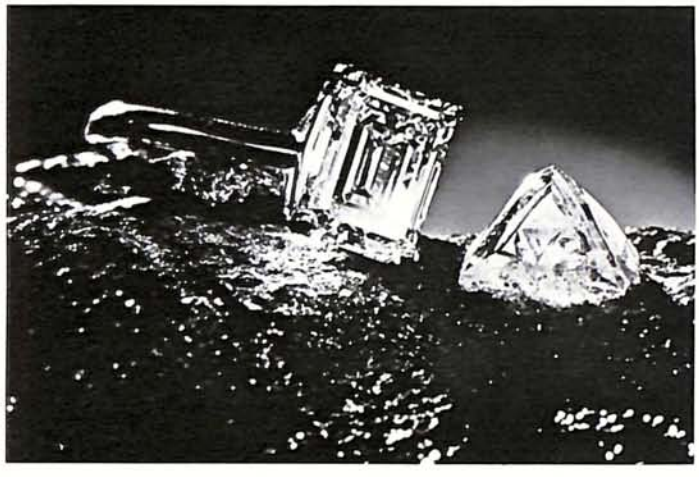
L'Orafo Valenzano

UN GIOIELLO DI PROFESSIONE

RUBINO SI, RUBINO NO

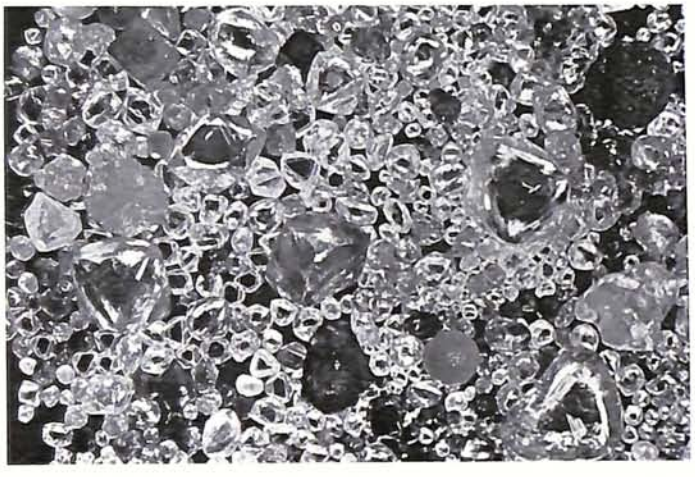
di Rosanna Comi





Una splendida composizione ikebana, poi rocce lunari, poi un'isola sommersa da un mare verde, poi qualcosa che sembra un quadro astratto, poi delle grotte con pareti fatte di lamelle lucenti...
Il microscopio continua a mostrarmi insospettate bellezze racchiuse in rubini, smeraldi, opali: sembra impossibile che una pietra così piccola possa contenere tanta vita, che possa svelare così compiutamente il grandioso mistero della sua formazione. Il suo messaggio fatto di millenni di silenzi è qui sotto i miei occhi e, come si fa quando si incontrano i capolavori, non si può che ammutolire e partecipare emozionalmente a cose che ci sovrastano.
Non sono in un museo o in un sofisticato laboratorio di gemmologia: sono nel "retrobottega" di una gioielleria il cui titolare, oltre a sostituire cinturini di orologio e a vendere gioielli ha trovato il tempo e la volontà di studiare più profondamente la materia quotidianamente trattata: le gemme.
Oltre a me nel negozio ci sono altre persone e ci al-

terniamo al microscopio. "Cos'è questa pietra verde?" domanda provocatoriamente il gioielliere. Uno smeraldo, no. Una tormalina, no. Un granato, butto là perché una volta ne ho visto uno.
Faccio la mia bella figura: è un granato verde, solo che si chiama cromogrossularia. Né io né le altre persone presenti dimenticheremo mai che esiste una bellissima pietra che si chiama cromogrossularia e ogni tanto, parlando di gemme, la butteremo là con nonchalance per far ad altri... E quando andremo da un altro gioielliere come faremo ad aver fiducia in lui se non dimostrerà di saperne molto, molto più di noi?
Questo è uno dei problemi che il gioielliere di domani si troverà ad affrontare. Oggi la stampa dorme: nessuno parla di gioielli (per ragioni varie e da analizzare), nessuno parla di gemme, di sintesi, di pietre trattate, di materiali nuovi trovati in miniere nuove. Verrà il momento in cui questo ghiottissimo piatto sarà preso d'assalto



vedere che noi sappiamo. E così via. Una dopo l'altra il nostro paziente e informatissimo gioielliere ci introduce le pietre più sconosciute — sconosciute ai consumatori intendo dire — e così sappiamo che esiste la kunzite, la morganite, la rubellite, lo spinello. Da qui passa a suggerirci quali libri acquistare: testi di lettura facile e accessibile ai non competenti, con molta documentazione fotografica. Si è innestata una piccola reazione a catena: è inevitabile che ognuno di noi cercherà di saperne di più, di parlarne dalla grande informazione e — come già è successo con l'oro — contribuirà sicuramente a creare ancora di più dubbi e maggiore disinformazione.
Sono molti ormai i dettaglianti che hanno voluto dare maggiore professionalità al loro lavoro e, pagando grossi sacrifici, sono arrivati ad avere un bagaglio di conoscenze di elevatissimo livello. La loro esperienza, forse, può aiutarci a chiarire le idee o a metterci dei dubbi che — comunque — significano una presa di coscienza.
Sentiamoli.

BRUNO CECCUZZI

Com'è, oggi, il suo rapporto col cliente?

Splendido. Il consumatore — in genere — è assolutamente disinformato e si avvicina al gioielliere anche per ricevere informazioni su quanto sta acquistando.

Molti nemmeno sanno dell'esistenza di pietre che non si chiamino diamante, smeraldo, rubino o zaffiro.

Quando li porto a considerare che una tormalina verde può avere più valore di un brutto smeraldo, dapprima mi guardano con perplessità, poi con curiosità, poi condividono il mio pensiero. Io penso che tutti i dettaglianti dovranno, in futuro, avere maggiori conoscenze anche teoriche delle pietre, soprattutto di colore. Ho sperimentato in prima persona che quando a un cliente si danno informazioni esaurienti, comprensibili, in termini accessibili la vendita diventa solo la logica conseguenza di una seria impostazione professionale.

Molti consumatori non conoscono la differenza che c'è tra una tormalina azzurra e un'acquamarina, tra un topazio e un quarzo: io li invito a prendere visione di queste pietre con le apposite attrezzature, ne restano incantati e, alla fine, hanno la sensazione di aver veramente partecipato a una scelta, prescindendo dal prezzo dell'oggetto. Diventa una scelta consapevole, vissuta, e molto difficilmente dimenticano ciò che hanno imparato.

Lei quindi dispone, in negozio, di strumenti gemmologici?

Nel mio negozio ho fatto un soppalco nel quale ho messo un lungo banco con tutti gli strumenti di gemmologia. Sul banco di vendita sul quale tratto le pietre ho messo un microscopio e pretendo che il cliente se, poniamo, acquistando uno smeraldo o un rubino, prenda visione di tutte le inclusioni e si renda conto che in certi casi, anzichè toglierle, queste inclusioni aggiungono alla pietra vita e bellezza. E il cliente capisce. Insegno al cliente a capire che cosa è tollerabile, che cosa non lo è e per quale ragione. Mi porterà via un po' di tempo ma ho scelto di seguire questa politica e le assicuro che paga.

Che cosa è cambiato nel suo rapporto con i fornitori?

Diciamo che il gioielliere fabbricante o il commerciante hanno talvolta una tale dimestichezza con le pietre per cui una certa competenza deriva loro proprio dalla quantità e vastità di confronti che hanno avuto occasione di fare in tanti anni di attività. Quando, poniamo, un gioielliere dice "questo smeraldo è naturale", oppure "è sintetico", non è un istinto: si fida del suo occhio, questo è vero, ma formula un'ipotesi sulla base di cognizioni che il suo cervello ha memorizzato. Si tratta pertando di "risposte" che il cervello dà sulla base di informazioni a suo tempo ricevute. Naturalmente, a parte l'insostituibile preparazione pratica data dall'esperienza, è sempre necessaria anche una preparazione teorica.

Ci sono però molti "gioiellieri" digiuni di tutto e con la presunzione di sapere. Con questi sono stato talvolta anche un po' cattivo perché se uno non sa può tacere, non è obbligato a dire la sua verità. È anche molto pericoloso per tutta la categoria perché le informazioni, sbagliate o corrette che siano, circolano e questo contribuisce a creare pregiudizi che screditano la gioielleria.

GUALTIERO MANZINI

Ho cominciato a fare l'incassatore quando avevo 14 anni e di pietre ne ho viste tante.

A un certo punto, però, ho capito che le pietre le vedevo da praticone, mi servivano conoscenze sul piano teorico. Così, saputo dell'esistenza dell'IGI ho frequentato il corso e oggi mi considero soddisfatto, sia per quanto mi ha dato come cultura personale che per i vantaggi che ne ho per il lavoro.

Oltre che incassatore sono dettagliante e mi sono accorto come sia migliore il rapporto con il cliente quando questo si accorge che chi gli sta davanti è una persona che ha una comprovata e documentabile esperienza.

Senza dire poi dei vantaggi sul piano commerciale. Mi è capitato proprio recentemente un fatto che meglio di tante parole serve a far capire cosa significhi maggiore conoscenza.

Un fornitore abituale mi aveva proposto l'acquisto di un rubino di circa tre carati: la pietra, al primo impatto, mi era sembrata molto bella e valeva il prezzo chiesto.

Trattandosi di una persona che mi conosceva, gli ho chiesto di lasciarmi la pietra qualche ora per eseguire una mia analisi gemmologica.

Risultato: la pietra era una sintesi!

Il fornitore, naturalmente, era in buona fede e mi ha ringraziato perché con la mia analisi era in grado, a sua volta, di rivalersi presso chi gliel'aveva fornita. Ma se non fossi stato in grado di capirlo?

Certe pietre di sintesi sono talmente perfette che persino certi gemmologi di chiarissimo nome — sono cose che si sanno — hanno in certi casi avuto delle perplessità. Ma è un fatto che, senza delle basi teoriche, nemmeno sorgono dubbi e si accetta ad occhi chiusi, sulla fiducia, materiale non naturale.

E VALENZA?

I gioiellieri valenzani sono preparati, così come richiederebbe una moderna professionalità?

I valenzani sono un caso a parte, lo sanno tutti. Probabilmente quando la maestra di prima elementarre dice "scrivete una parola che cominci con r, s, t" i bambini valenzani scrivono rubino, smeraldo, topazio.

Non si può neppure chiedere a un gioielliere valenzano figlio e nipote di gioiellieri valenzani "dove hai acquisito le nozioni che possiedi"? È ovvia la risposta: qui, a Valenza.

E poi, che scuole c'erano. Il banco dell'orafo sul quale qualcuno già a 13 anni "tirava di lima".

La gioielleria, oggi, presenta difficoltà sconosciute ieri e una nuova maggiore conoscenza, anche teorica si impone. Certo, è difficile a 35 o 40 anni, con 15 o 20 anni di professione alle spalle, andare a "scuola".

Eppure qualcuno l'ha fatto.

ALDO ARATA

Signor Arata, perché ha deciso di frequentare una scuola di gemmologia?
Sentivo l'esigenza di arricchire il mio bagaglio di conoscenze di gemmologia. Ho scelto l'IGI sia perché non inferiore come livello ad altri Istituti internazionali sia perché, essendo a Milano, non mi obbligava a sottrarre tempo al mio lavoro di gioielliere.

Le conoscenze in gemmologia acquisite presso l'IGI hanno modificato qualcosa in lei?
Moltissimo. All'inizio c'è stata un'emozionante altalena tra una relativa tranquillità che mi veniva da una maggiore consapevolezza e una ridda di dubbi che questa consapevolezza mi dava. Non tanto per quanto mi sarei trovato a fare in futuro ma per quanto avevo fatto in passato: un modo di operare, per intenderci, che a posteriori mi appariva in tutta la sua discutibile impostazione.
Oggi, almeno, quando mi capita di avere un dubbio so con chi discuterne, con quali strumenti cercare di approfondirlo, a quale collega o docente esporlo e con quale terminologia parlarne.
Ho imparato — tra le altre cose — la serietà e l'umiltà di ammettere i propri limiti conoscitivi di fronte a qualcosa di nuovo.

Lei, però, non era completamente digiuno di gemmologia.
Certo, in anni di lavoro come gioielliere avevo maturato una certa esperienza. L'IGI, tuttavia, mi ha dato la chiave per utilizzare in modo razionale quanto avevo precedentemente appreso, inserendo le mie conoscenze in un contesto più ampio e più completo. Sottolineo anzi che la teoria, in gemmologia, deve assolutamente essere sostenuta dalla pratica perché sono complementari. Nessuno strumento può sostituire l'occhio umano.

La sua maggiore competenza ha in qualche modo influenzato i suoi rapporti con clienti o fornitori?
Si. Coi fornitori, quelli competenti, si è stabilito un rapporto migliore, più professionale, più soddisfacente per entrambi. Con i clienti è stato anche meglio. Con quelli che conoscono — anche superficialmente — qualche nozione di gemmologia c'è il piacere di parlare la stessa lingua e con quelli del tutto digiuni si è stabilita una corrente di fiducia che ha enormemente agevolato il mio lavoro. Oggi poi, che in gioielleria sono state introdotte pietre diverse dalle tradizionali, quelle che noi chiamiamo alternative, da parte del dettagliente c'è molta voglia di sapere, di conoscere, e il fabbricante correttamente informato e documentato si trova in una posizione obiettivamente più favorevole.

Consiglierebbe ai suoi colleghi di seguire il corso IGI?
Assolutamente si. I vantaggi che ne derivano sono veramente notevoli e valgono senz'altro il sacrificio di ore spese sui libri o su un microscopio. Tra non molto una maggiore preparazione professionale sarà una necessità perché i dettaglianti — anche a causa delle pietre che continuano ad arricchire il mercato tradizionale — stanno cercando di migliorare la propria conoscenza e noi fabbricanti non dobbiamo correre il rischio di imparare da loro quello che dovremmo conoscere.

PIO VISCONTI

Lei era già laureato in geologia quando si è avvicinato alla gemmologia?
Ero laureando e a questa facoltà mi aveva indirizzato la mia passione per la mineralogia.
Ho frequentato l'IGI dove ho completato una cultura specifica sulle gemme ed è stata per la mia formazione professionale di enorme importanza.
Tra l'altro, non considero esaurite le mie possibilità di nuove acquisizioni, tant'è vero che vado almeno una settimana al mese ad Anversa dove ho la possibilità di frequentare i più importanti gabinetti gemmologici.

Che cosa le ha dato l'IGI?
Molto, perché c'è un grande salto tra l'Università e la pratica e l'IGI, per me, ha rappresentato un po' la pratica.
A parte il fatto, marginale e del tutto personale, che col Prof. De Michele c'è un rapporto di amicizia e soprattutto di stima. Non sono il solo a pensare che De Michele è uno dei migliori mineralogisti europei, di valore assoluto, forse più conosciuto ed apprezzato all'estero che in Italia.

Lei pensa che tutti i gioiellieri dovrebbero seguire un corso di gemmologia?
Non occorre che il gioielliere diventi un esperto gemmologo: questo lo porterebbe forse lontano da quella che è la sua professione, il gioielliere. Sarebbe tuttavia auspicabile una certa preparazione, almeno per essere in grado di sostenere con corrette cognizioni teoriche ciò che la lunga pratica gli ha insegnato giorno per giorno.
Oggi poi che oltre alle pietre tradizionali vengono impiegati nuovi materiali è più che mai necessario. Tra l'altro, sono parecchie le sintesi che circolano: rubini, smeraldi e zaffiri che, a occhio, è molto facile scambiare per naturali e saper usare gli strumenti adatti, almeno per farsi venire qualche dubbio e ricorrere allo specialista per avere un consiglio sarebbe veramente utile. Tra gli strumenti utili alla preparazione metto anche i libri, purché vengano letti.

QUANDO L'OCCHIO NON BASTA

Per le analisi occorrono strumenti, attrezzature particolari. Quanto costa l'allestimento di un mini-gabinetto di analisi? Giriamo la domanda a **Gianfranco Lenti** che di questa materia si occupa da anni.

Qual è l'attrezzatura minima che un gioielliere dovrebbe avere?
Con circa quattro milioni e mezzo potrebbe disporre di strumenti essenziali quali rifrattometro, polariscopio e un buon microscopio.

Sono strumenti difficili da usare? Lei aiuta il suo acquirente a capirne l'uso?
Quando compri l'automobile non ti danno anche la patente. Vale anche per gli strumenti di gemmologia: ti devi rivolgere a qualcuno che possa insegnarti a usarli. Normalmente io faccio una dimostrazione che può concludersi in un paio di incontri e che può essere dilatata a una settimana, e diventa la brutta copia di un corso. Questo esce dai miei compiti. Io posso solo onestamente consigliare la strumentazione adeguata alle necessità del cliente, offrirgli attrezzature d'avanguardia e garantire la necessaria assistenza. Non sono, nè mi sento, autorizzato a tenere corsi: il loro acquisto, dunque, è conseguente a una certa preparazione in gemmologia perché avere una macchina non basta.
Bisogna sapere perché la si usa e che cosa si cerca. Bisogna avere, insomma, un certo bagaglio di cognizioni dal quale non si può prescindere.

Quindi, anche Lei suggerisce la frequenza di corsi di gemmologia?
Si, anche se trovo insufficienti e inadeguate alle necessità dei valenzani le attuali fonti di apprendimento. I valenzani sono dei gioiellieri, non degli aspiranti gemmologi e da un corso di gemmologia si aspettano di avere solo delle cognizioni utili per fare meglio il loro mestiere. I corsi dell'IGI, ad esempio, forniscono un eccesso di informazioni e i meno ferrati ne sono

sconfortati. Per i gioiellieri che da anni operano nel settore sarebbe sufficiente un corso forse meno dotto ma più accessibile.

Secondo lei, quindi, sarebbe sufficiente una preparazione di medio livello e qualche apparecchiatura per svolgere meglio il proprio lavoro?

Ne sono convinto. Io stesso utilizzo le mie cognizioni in questo senso. In qualità di gioielliere utilizzo i miei strumenti per acquistare le pietre e se mi nascono dei dubbi, perché maggiore conoscenza significa maggiori interrogativi, mi rivolgo a qualcuno più esperto di me che mi aiuti. Ma quando devo vendere delle pietre preferisco avvalermi del Prof. Leone o del Prof. Visconti o di altri il cui nome offra garanzie.

Anche perché, essendo esterni alla mia organizzazione e quindi non coinvolti nella trattativa commerciale potrebbero — in caso di errore — dimostrare la loro buona fede.

Io, o altri colleghi, di fronte allo stesso problema avremmo delle grosse difficoltà. Affidiamoci dunque ai periti gemmologi i quali hanno una cultura specifica di gran lunga superiore alla media valenzana e utilizziamoli meglio.

Il nostro dovere è quello di imparare a leggerli e a capirli anzichè fare i corrieri dei certificati.

E ALLORA?

Diciamo che, grazie anche alla volontà dei gioiellieri che oggi hanno 40, 50, 60 anni, i gioiellieri di domani avranno maggiori possibilità di formarsi in maniera più completa, partendo da una preparazione anche generale ad hoc.

Ne riparleremo nelle colonne successive a proposito dell'ISA o del Centro di Formazione Professionale.

Ma oggi?

Per chi — già adulto — volesse completare le proprie conoscenze che cosa c'è?

C'è ben poco.

Sono lodevoli le iniziative Intergold e De Beers, abbinate al CFH di Losanna, che svolgono corsi della durata di un paio di giorni durante i quali i partecipanti acquisiscono una certa dimestichezza con la parte teorica della materia. Sono per lo più dettaglianti che mandano i loro commessi perché acquisiscano delle basi accettabili per comunicare col cliente o coi fornitori. Molti mandano i loro commessi addirittura nelle fabbriche perché un contatto in prima persona con le tecniche di lavorazione e con quello che c'è dietro la realizzazione di un oggetto contribuisca a migliorare il rapporto personale con la gioielleria.

Con un salto qualitativo incalcolabile troviamo poi l'IGI, Istituto Gemmologico Italiano.

Essere diplomati IGI non è avere un fiore all'occhiello o, per lo meno, è molto meritato, perché è avere una preparazione professionale di altissimo livello.

L'IGI è infatti accusata di essere troppo "top", di realizzare corsi troppo difficili e quindi di operare una selezione troppo severa tra gli iscritti ai corsi. Di formare una casta, insomma.

Cosa c'è di vero?

UN FIORE ALL'OCCHIELLO

Giovedì sera di una qualunque settimana: sono le 23 e all'IGI c'è aria di 11 di mattina.

Nel laboratorio ogni strumento è in funzione: studenti iscritti ai corsi di corrispondenza che hanno la possibilità, quando vogliono, di venire ad utilizzarli; ex allievi che hanno abbandonato il corso a metà e sono qui per vivere l'impressione di fare ancora parte di questo stimolante gruppo; gemmologi già diplomati che qui si scambiano informazioni, si consultano a vicenda e sono a disposizione degli studenti per aiutarli a capire meglio (questo si chiamerebbe anche assistentato volontario.

Prof. De Michele, che cosa li tiene qui?

L'IGI è nato pochi anni fa dalla volontà di pochi. I primi soci e i primi frequentatori dei nostri corsi sono stati, oserei dire, dei pionieri ed è stata loro chiesta una volontà di ferro.

L'IGI era in grado di offrire pochissimo: mancavano le attrezzature e qualcuno se le è comprate per proprio conto, bisognava addirittura fare delle ricerche in proprio.

Ma ci eravamo dati un traguardo: collocarci al livello degli altri istituti di gemmologia esistenti negli altri paesi, e i fatti dicono che ci siamo riusciti.

Non so se le accuse di svolgere dei corsi troppo difficili e severi sono giuste o no. Io so che dovevamo partire dall'alto perché solo così avremmo potuto, in breve tempo, raggiungere gli altri.

Rispetto agli altri Istituti gemmologici, quelli americani o tedeschi, per intenderci, come si colloca l'IGI?

Posso affermare che l'IGI è solo di più recente costituzione, ma non per questo meno qualificato e qualificante.

I nostri docenti, io compreso, hanno frequentato questi istituti anche per confrontare le differenti impostazioni didattiche e l'IGI è la fusione di esperienze molto avanzate.

C'è differenza tra essere diplomati IGI o soci IGI?

Chi frequenta i nostri corsi deve necessariamente essere socio libero poi, a diploma conseguito, di continuare o no a restarlo. Socio dell'IGI può essere chiunque, semplicemente pagando una irrisoria quota annua. Ma essere soci IGI non significa semplicemente fruire dei nostri servizi che vanno da una generica collaborazione tra associati a informazioni di carattere internazionale e altre numerose possibilità.

Essere soci IGI significa prevalentemente contribuire alla formazione di una politica italiana di gemmologia. Significa dare corpo e voce a un organismo e dargli la possibilità di essere interlocutore a livello internazionale su fatti che riguardano il nostro settore. Prima dell'IGI in Italia c'erano dei gemmologi, ma non c'era la gemmologia.

Questa può esistere solo con un Istituto al di sopra delle parti, con uno staff scientifico, con possibilità di fare delle ricerche, con contatti internazionali e con un substrato costituito da allievi che frequentano corsi di formazione.

A Valenza l'IGI conta molti soci?

Sono una ventina, ma se sono pochi in parte è colpa nostra. I valenzani sono dei pratici e abbiamo volutamente aspettato ad allargare la nostra penetrazione perché volevamo offrire qualcosa di concreto. La costruzione della nostra impalcatura ci ha fino ad oggi impegnato in altre direzioni.

Nell'ottobre scorso l'IGI ha realizzato a Valenza un incontro di presentazione. Che scopi aveva e che risultati ha dato?

Intanto abbiamo rilevato una preponderante maggioranza di giovani, confermata dalle numerosissime telefonate ricevute per chiarimenti sui nostri corsi. Ci sono stati chiesti suggerimenti anche su testi da adottare. Inoltre, il Presidente dell'A.O.V. ha annunciato che l'Associazione collaborerà con noi alla realizzazione di un corso introduttivo e informativo della durata di tre gioni.

LE SCUOLE PROFESSIONALI

La nuova generazione, come dicevamo poc'anzi, ha maggiori possibilità per arrivare a una formazione professionale.
Oggi è impensabile parlare di quella "gavetta" che molti cinquantenni di oggi ricordano quasi con orgoglio. Ai ragazzi non si chiedono più i grossi sacrifici che i loro genitori hanno sostenuto. Le scuole specializzate sostituiscono, a partire dai 14 anni, quel lungo apprendistato che spingeva i ragazzini ad entrare in fabbrica appena dopo le elementari.
C'è sempre quella maturazione pratica che solo nel contesto di un'Azienda può avere luogo ma, grazie alla formazione scolastica, il processo di assorbimento è molto più veloce, perché maggiore è la ricettività, primo prodotto dell'istruzione.
A Valenza esistono due scuole alle quali i giovani possono accedere.
Diversa l'impostazione, diversi gli obiettivi: l'Istituto Statale d'arte Benvenuto Cellini e il Centro di Formazione Professionale della Regione Piemonte.

Prof. FERRAZZI

Preside dell'Istituto Statale d'arte "Benvenuto Cellini"

Cos'è esattamente l'ISA? Una scuola per gioiellieri?
L'I.S.A. è un istituto Statale d'arte che ha un esame di stato e attribuisce una maturità in arte applicata. Dopo aver conseguito il diploma, l'allievo può iscriversi a qualsiasi facoltà universitaria. Le 39 ore di insegnamento settimanale sono distribuite tra materie culturali, scientifiche, artistiche e applicazioni pratiche.
Per quanto concerne materie artistiche, e applicazioni pratiche l'ISA di Valenza è indirizzata verso la gioielleria, così come altre scuole analoghe sono indirizzate verso la ceramica o il legno o il settore tessile, a seconda della zona in cui sono ubicate.
È per questo suo tipo di formazione pratica che questa scuola è frequentata da ragazzi provenienti da tutta Italia e dall'estero.

Quanti sono mediamente gli allievi diplomati ogni anno?
L'anno scorso 14 e quest'anno saranno probabilmente anche meno.

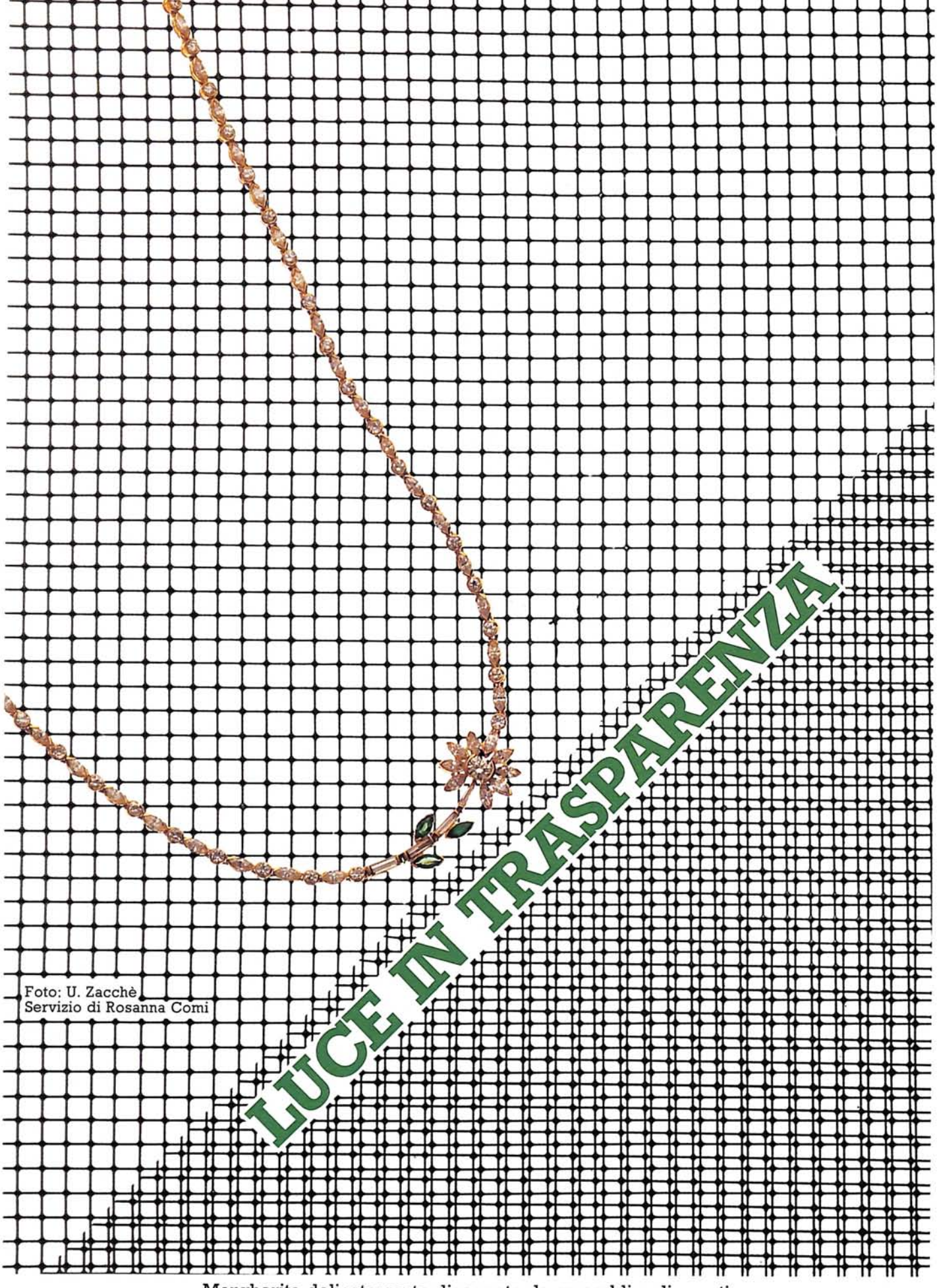
Come mai tanta severità?
Diciamo che, in parte, c'è un po' di autoselezione determinata sia dagli stessi ragazzi che accorgendosi di aver scelto una scuola non idonea per le loro attitudini abbandonano dopo il primo anno, sia dalle famiglie che, spesso, tolgono i ragazzi dalla scuola dopo il terzo anno di frequenza e li mandano a lavorare.
Un po' di severità, ovviamente, c'è perché l'ISA è selettivo nel senso delle capacità.

I ragazzi diplomati all'ISA trovano facilmente lavoro?
Tutti indistintamente trovano lavoro. Abbiamo anche una specie di accordo con l'Associazione Monte Pegni per cui i posti che si rendono liberi vanno, a titolo preferenziale, ai nostri allievi diplomati che hanno frequentato la sezione gemmologica.
È una sezione questa che l'ISA propone in alternativa a quella dell'arte del metallo.

Come sono i rapporti tra i diplomati ISA e Valenza?
I titolari di molte fabbriche sono usciti da questa scuola e molti hanno trovato collocazione presso aziende di rilievo e con soddisfazione.
C'è tuttavia, in molti casi, una sorta di "sufficienza" da parte di imprenditori che assumono i nostri ragazzi. Spesso, purtroppo, anziché cercare di studiarli per capire le loro attitudini e definire la loro ottimale collocazione nell'ambito della propria azienda, li mettono al banco solo per il gusto di vedere "che cosa gli hanno insegnato a scuola".
Questo a mio avviso non è un atteggiamento costruttivo perché la scuola dà una serie di nozioni che il ragazzo può tradurre positivamente solo se inserito in un ambiente che faciliti la sua presa di coscienza con il mondo del lavoro e ne favorisca l'utilizzo delle capacità.
È probabile che un ragazzo che a 14 anni già andava in fabbrica a 18 sia più avanti di un ragazzo di pari età appena uscito dalla scuola.
Ma le cognizioni apprese porteranno il ragazzo a capire più in fretta, a sviluppare praticamente le conoscenze teoriche e, a lungo andare, sarà in grado di rendere molto bene all'azienda che ha investito su di lui.

GLI ARTIGIANI DI DOMANI

Completamente diversa la preparazione che il Centro di Formazione Professionale della Regione Piemonte offre ai ragazzi che intendono svolgere l'attività di orafo e incassatore. Non più materie umanistiche ma una specifica preparazione intesa a formare artigiani orafi. Il Centro non sostituisce, nè potrebbe farlo, quell'apprendistato che deve essere maturato nell'ambiente di lavoro, a fianco dell'artigiano-maestro che introduce l'allievo ai segreti del mestiere: ne accelera però i tempi consentendo al ragazzo di andare "a bottega" con un certo bagaglio di cognizioni e di rendere più proficuo il contatto con il mondo del lavoro.
Alla scuola ogni allievo dispone di un banco di lavoro più o meno simile a quello che troverà in fabbrica, utilizza strumenti che gli diventano rapidamente familiari, prende conoscenza con materie quali la gemmologia, tecnologia orafa, storia dell'oreficeria che gli faranno da valido supporto nel suo futuro di artigiano.
Di artigiano consapevole della sua funzione nel mercato del lavoro, preparato anche a difendere la propria posizione perché il Centro lo abitua anche ad affrontarla criticamente e razionalmente. Oltre che un Centro di formazione professionale, questa scuola è un lodevole progetto di rivalutazione e riqualificazione della figura dell'artigiano, una figura che in una società ad alta industrializzazione deve difendere il suo ruolo di più umano rapporto col lavoro, i suoi valori culturali, proiettando nel mondo che lo circonda la sua vitale presenza.



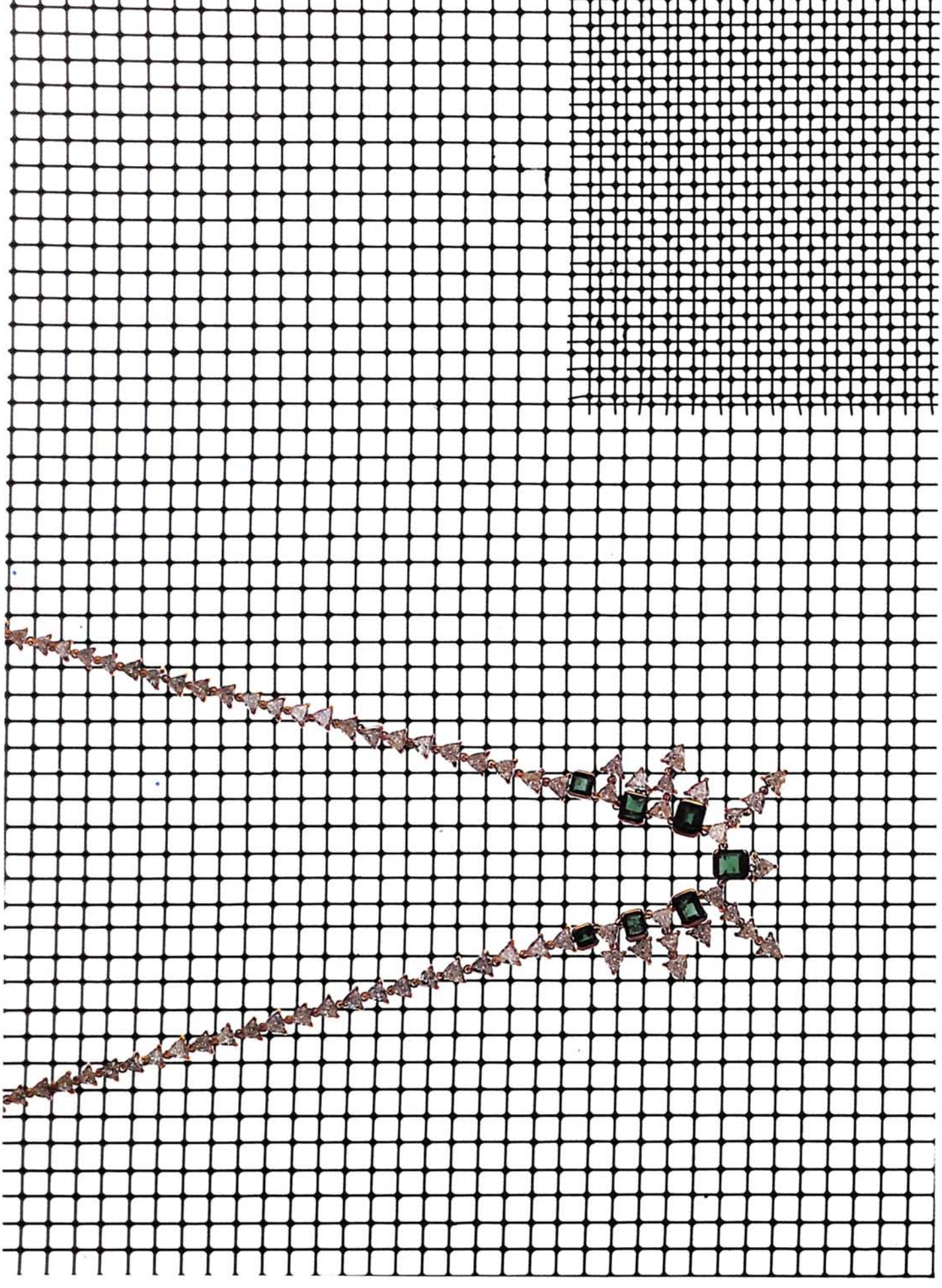
Margherita delicatamente disegnata da smeraldi e diamanti tagliati a navette. Centrocollo di esile grazia, sostenuto da una importante catena illuminata da numerosi brillanti. *Mario Fontana*

Floreale o geometrico, ricco di colore o vissuto in toni di più raccolto contenuto cromatico, l'oggetto da indossare al collo conduce a possibilità creative tra le più interessanti. Troviamo così disegni minuti in cui il taglio delle pietre determina una loro quasi logica disposizione o gli oggetti ottenuti con gemme di marcante presenza in cui l'abilità si esprime soprattutto attraverso un rapporto di pesi tra i materiali impiegati. Catene d'oro, in oro e diamanti o di soli diamanti formano un tutt'uno con il centrocollo per il quale sono nate in un imprescindibile e studiato legame.

Delicatissimi accostamenti di colore in questi oggetti che reinventano lo stile floreale, da usare come broche o pendantif. Le luminose trasparenze delle pietre impiegate alleggeriscono il preciso disegno. *Teia.*

Aggressivo per la ricca disposizione di rubini e brillanti e
per l'importanza della sua forma il collier
di questa pagina che fa parte di una parure composta anche da anello, orecchini e bracciale. *R.C.M.*

Rubini e zaffiri di intenso colore sottolineano
la lievità del collier in cui metallo e brillanti vivono proporzioni di grande effetto. *New Italian Art*



Diamanti a taglio triangolare sono il motivo dominante
di questo gioiello da collo. Smeraldi di grandezza decrescente vivacizzano l'insieme.

Protagonista di un gioiello di importante costruzione
uno smeraldo di grosse
proporzioni che costituisce un ricco pendente. Lo sostiene una catena di adeguato volume. *Damiani*

Alle sfilate di Milano

QUANDO IL BIJOUX FA MODA

La primavera-estate '81 presentata dagli stilisti del prêt-à-porter italiano a Milano non ha proposto solamente uno stile, ma ha suggerito alla donna tanti modi per essere attraente, sofisticata, sportiva, affascinante.
Molti i temi di rilievo, ma se vogliamo individuare un filo conduttore dobbiamo senz'altro indicare il tema safari-giungla nel quale gli stilisti si sono espressi con omogeneità e forza creativa.
L'immagine esotica è stata sottolineata da bijoux in armonia con i modelli.
Privilegiate sono state tutte le forme che in un certo senso richiamano magicamente alla memoria i monili africani così squisitamente femminili: interpretazioni stilizzate, geometriche o sinuose, a ricordare antiche civiltà.

Il tocco dell'attualità si è fatto però sentire in tutte le proposte sia per l'impiego di materiali che per l'interpretazione dei soggetti: immagini catturate alla fauna esotica e trasformate in collane, bracciali, cinture ad imitare le sinuose volute dei rettili, in una interessante fusione di selvaggio e moderno.
Non sono mancate le ispirazioni a temi tipicamente più estivi, come la frutta e un accenno al classico.
Particolarmente interessanti alcuni orecchini molto allungati, arricchiti da ciuffi di catenelle.
In queste pagine sintetizziamo alcune idee che saranno il leit-motiv della prossima estate.

L'ARTIGIANO ED IL MERCATO

Pietro Bigaglia: Vetrata archiacuta composta da "rui" a fili policromi, Murano Musso Vetrario.

Nei precedenti fascicoli di questa rivista ci siamo soffermati ad esaminare quali devono essere le caratteristiche peculiari dell'artigianato sotto l'aspetto del tipo di produzione, ed in particolare quelle dell'artigianato artistico, tracciandone anche molto sinteticamente la storia.

Abbiamo volutamente tralasciato tutto quanto riguarda la commercializzazione del prodotto artigianale per poter più compiutamente affrontare il tema in questo numero. Innanzitutto è bene porsi un problema di individuazione dei diversi tipi di impresa artigiana.

Artigianato artistico - In questo caso è di assoluto rilievo l'impronta del titolare il quale dirige la propria azienda, per lo più di piccole dimensioni, assumendosi l'onere delle più svariate mansioni; da quelle amministrative a quelle progettuali, dall'approvvigionamento delle materie prime alla commercializzazione, dalla ricerca di nuove tecnologie all'insegnamento del mestiere ai propri dipendenti apprendisti.

Evidentemente una struttura aziendale che basa completamente il suo equilibrio sulle capacità imprenditoriali del singolo, non può crescere anzi, crescendo, indubbiamente verrebbe meno la sua natura.

Per contro, si troverà in posizione di debolezza rispetto al problema della commercializzazione del prodotto. La possibilità che l'imprenditore ha di seguire personalmente e da vicino tutte le fasi aziendali è certamente un pregio che rende estremamente solida e flessibile l'impresa artigiana, in grado cioè di adattarsi alle più diverse esigenze, ma certamente è un limite alla sua ulteriore crescita.

Da tutto ciò si possono dunque trarre due considerazioni: una tale impresa subisce la concorrenza industriale in maniera assolutamente scarsa, perciò ne è sempre garantita la sopravvivenza, ma mai potrà divenire essa stessa industria.

Ed ecco perché l'artigianato artistico sopravvive: esiste una domanda sempre più alimentata di prodotti non seriali ed un tipo di impresa la quale, per crearli, non può mutare strutturalmente passando ad una fase industrializzata o semi-industrializzata, con la risultante che non subisce la concorrenza dell'industria, e conserva il proprio spazio di mercato.

Artigianato proto-industriale - Denominiamo così in mancanza di altra più efficace sintesi, quel tipo di produzione artigiana analoga od in concorrenza con quella industriale. In questo caso la più grande dimensione dell'impresa industriale ha la meglio sotto l'aspetto dei minori costi d'acquisto delle materie prime, e sotto quello della commercializzazione del prodotto. La minore impresa può resistere alla concorrenza con un prodotto meglio curato (semi-artigianale, appunto). Ma soprattutto può resistere consorziandosi con le altre sue simili, sia per l'acquisizione delle materie prime che per la commercializzazione del prodotto, come pure per fruire del credito bancario necessario all'impresa stessa.

Artigianato complementare (all'industria). Sorge ove vi siano attività industriali di grande rilievo che intendono delegare ad imprese più piccole determinati tipi di produzione (parti di prodotti oppure la rifinitura degli stessi).

L'interazione con l'industria è in questo caso pressochè assoluta essendo la produzione rivolta interamente ad essa.

Non esistono dunque problemi di commercializzazione del prodotto, ma si è interamente legati alla politica aziendale delle più grosse imprese.

La commercializzazione del prodotto assume quindi, come abbiamo potuto constatare, diverso rilievo a seconda del tipo di impresa artigiana che si intende esaminare.

L'impresa artigiana in genere, non è interessata ad avere un diretto rapporto con il mercato in quanto, essendo strutturalmente limitata, la produzione assorbe da sé tutto il potenziale aziendale. Un diretto rapporto con il mercato potrebbe indebolire il potenziale produttivo, specie se ci si riferisce all'artigianato artistico.

D'altro canto l'artigianato è sempre portato a sospettare che la delega del problema della commercializzazione all'intermediario si risolva in una riduzione del proprio margine di profitto. Proprio perché è abituato ad accentrare su di sé tutte le funzioni imprenditoriali, si trova spesso oscillante fra la volontà di fare tutto da sé, e la necessità di delegare ad altri la commercializzazione del proprio prodotto. (Che come si sa, ha pur sempre un costo!).

"Quando l'artigiano è particolarmente interessato al rapporto con il mercato, e quindi non lo delega – scrive Ennio Paderni – egli commercializza il proprio prodotto ed anche quello di altri colleghi: tende cioè a trasformarsi in intermediario di altri artigiani che si qualificano "terzisti" anche se producono beni finiti".

È un tipo di scelta che inevitabilmente tende a relegare in un secondo piano l'attività produttiva dell'impresa a favore invece di un potenziamento dell'apparato commerciale e quindi in definitiva a trasformare l'impresa artigiana in impresa commerciale.

Ma, scrive ancora Paderni: "...L'artigiano che si dedica solo alla attività produttiva vive questa situazione come appagante dei suoi bisogni di indipendenza, intesa come possibilità di profitto, accumulazione e gestione del proprio tempo". Un diretto rapporto con i mercati può ottenersi in questo caso con i consorzi che possono fondamentalmente avere due direttrici: i consorzi di promozione del prodotto e quelli per la vendita.

I primi favoriscono solo indirettamente le vendite: rientrano in questa ottica le mostre e fiere, la pubblicizzazione di un marchio di qualità, le ricerche di mercato, ecc.

I consorzi di promozione del prodotto sono in genere di più difficile realizzazione in quanto la loro attività non porta a risultati immediati e quantificabili, pur garantendo l'indipendenza economica dell'azienda consentendole di essere più efficacemente presente nei mercati.

I secondi sono invece vere e proprie imprese commerciali che in pratica acquistano in proprio il prodotto dei soci per la vendita. Parimenti è possibile operare per gli acquisti delle materie prime.

I consorzi per la vendita incontrano però generalmente difficoltà nella gestione, in quanto l'imprenditore artigiano mal si adatta a gestire con criteri moderni organizzazioni più complesse della propria azienda.

E non dimentichiamo che bisogna sempre fare i conti con lo spiccato individualismo proprio dell'ambiente artigianale.

Si tratta dunque di affidare le mansioni amministrative ad uno staff di personale specializzato. In Valenza, città ascrivibile nel settore dell'artigianato artistico, si è riusciti ad operare a livello associazionistico soprattutto sul piano promozionale.

Così è per esempio per la Export-Orafi Mostra Permanente che consente agli artigiani di esporre il proprio prodotto per la vendita. I servizi consortili sono quelli dell'acquisizione degli spazi espositivi, delle esposizioni e dell'interpretariato, mentre è l'espositore che commercializza in proprio il prodotto.

Analogamente la Mostra del Gioiello Valenzano è un ente promozionale che consente in loco spazi espositivi per gli orafi, conservando la loro individualità aziendale.

Collettivamente è assunta la locazione degli stands e la promozione pubblicitaria della mostra stessa.

Esperimenti di consorzi per la vendita, intesi come commercializzazione dei prodotti degli associati tramite un ente che acquista e vende in proprio, non pare abbiano avuto fin'ora grossi risultati, forse per la particolare tipologia dei prodotti stessi.

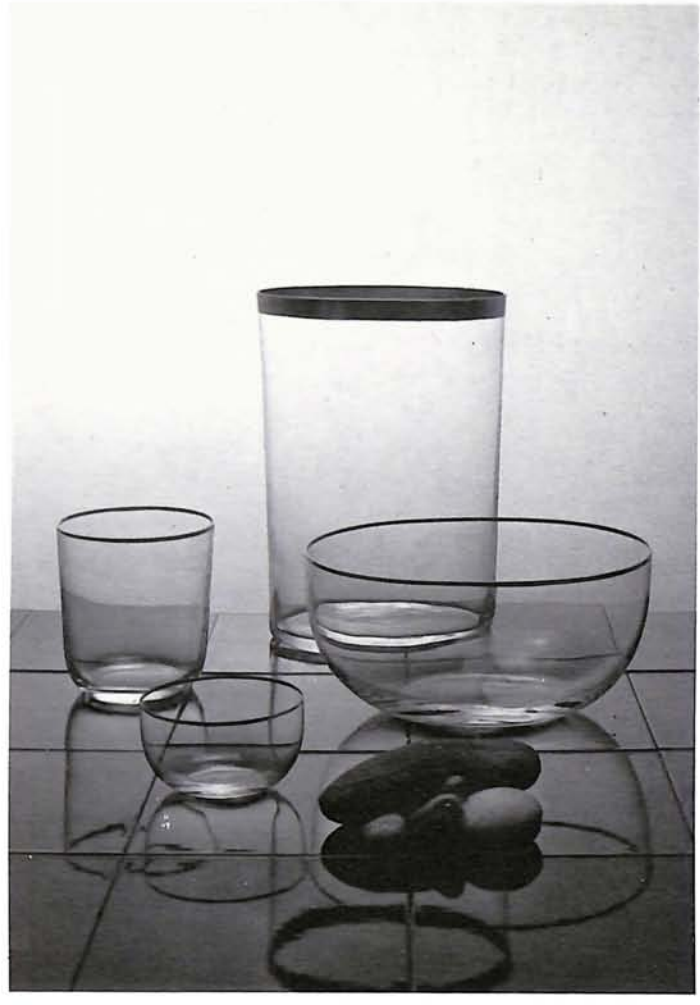
Questa funzione, intendiamo il rapporto diretto e capillare con il mercato, è svolta dalla particolare categoria dei viaggiatori orafi, i quali altro non sono che iniziali artigiani che hanno sviluppato l'attività commerciale distribuendo la produzione propria e di altre imprese produttive, assumendo in proprio costi e rischi di questa attività.

Esiste invece un Consorzio per il credito agevolato agli orafi il quale tramite sottoscrizioni di fidejussioni è in grado di affidare le aziende associate.

Riteniamo che, anche alla luce della costituenda zona orafa e dell'annesso centro commerciale, in Valenza si stia ancor più comprendendo l'importanza dell'associazionismo, che consente alle imprese di affrontare il mercato senza per questo trasformare la loro struttura artigiana.

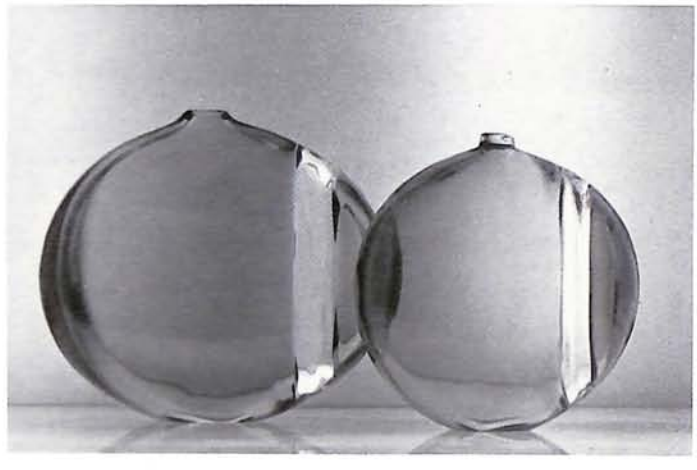
Consorzi per la vendita "in proprio" sono più facilmente realizzabili se limitati ad un numero esiguo di aziende.

Franco Cantamessa



Carlo Moretti:
Vasi e coppe in vetro sonoro.
Il più alto è a sezione "ovale"
e bordo in filo in oro,
Murano Vetreria Carlo Moretti.

MURANO



Alfredo e Flavio Bardini:
Vasi "alghe"
in vetro soffiato.

Claire Falkenstein:
Vaso.
Venezia Salviati & C.

Anche se l'arte orafa di Valenza è nata più di 300 anni dopo, non sono poche le analogie che è dato riscontrare fra lo sviluppo dell'arte vetraria muranense e di quella orafa valenzana.
In primo luogo la concentrazione delle aziende: è infatti questa concentrazione di piccoli laboratori che ha fatto di Murano, come Valenza, un centro unico nel suo genere. Si tratta di un'isola della laguna veneta ove fin dall'antichità si insediarono i maestri vetrai veneziani dando luogo ad una vera e propria scuola vetraria che si è formata in bottega. Il giovane "servente" (apprendista) diventerà maestro ed a sua volta insegnerà i segreti del difficile mestiere ad altri allievi.
Rosa Mentasti, nella sua introduzione alla Mostra "Manualità", scrive tra l'altro: "L'esercizio dell'arte era l'unico modo di raggiungere benessere e dignità sociale e la vicinanza e la concorrenza tra le fabbriche ha sempre stimolato l'invenzione dei più dotati e l'emulazione dei colleghi sufficientemente abili.
Non solo la ricerca di nuovi modelli, ma anche di nuove qualità di vetro, è sempre avvenuta ad opera di un singolo, ma si è presto estesa alle altre vetrerie grazie ad un vero e proprio "spionaggio industriale" ante litteram, facilitato dalla vicinanza e dal movimento dei salariati e dei soci, nel complesso gioco di composizione e scomposizione delle società".
Chi appena conosce un po' di storia valenzana, anche recente, non faticherà a comprendere come questa sia simile, sotto l'aspetto della mobilità aziendale, a quella descritta dalla Mentasti, per non parlare della "fuga" continua di

Ercole Barovier:
Vaso e coppa ad intarsio rosso.
Vaso "efeso blu",
Murano Barovier & Toso.

modelli da una azienda all'altra. Ma, molto probabilmente, proprio questa intercomunicabilità, che di fatto è uno scambio di notizie in fatto di scelte estetiche e di inventività tecniche, è la piattaforma dalla quale può nascere un artigiano non seriale, unico nel suo genere, schivo di ogni forma di riproduzione meccanizzata e che quindi per giustificare anche i più alti costi deve porre le sue scelte in direzione di una più alta manualità.
Il vetro di Murano viene infatti lavorato completamente a caldo. A differenza di altri centri anche di fama internazionale, la lavorazione mediante "soffiatura" mette in diretto contatto l'artista con la duttilità della materia, e consente di forgiare forme sempre nuove con grande immediatezza e fantasia.
Nelle vetrerie industrializzate straniere, invece, si forgia il vetro in forme piuttosto semplici e successivamente, mediante la tecnica dell'intaglio, gli si dà una più precisa caratterizzazione.
L'altra caratteristica peculiare del vetro di Murano, è l'uso del colore che rispecchia senz'altro gli splendidi trasparenti e scintillanti colori della laguna, in accostamenti spesso bizzarri ma sempre armonici.
Il mestiere si apprende in bottega: oggi sono bravi designers coloro che accanto ad una preparazione culturale nel campo dell'arte figurativa hanno svolto in bottega il lavoro manuale in collaborazione con i maestri vetrai per cui non esiste la solita frattura che si può riscontrare fra le esigenze del progettista e quelle connesse alla realizzazione dell'opera.
Sviluppatasi nel Rinascimento, la "Façon de Venise" se-

Owe Thorson: Merletti. Murano Venini.

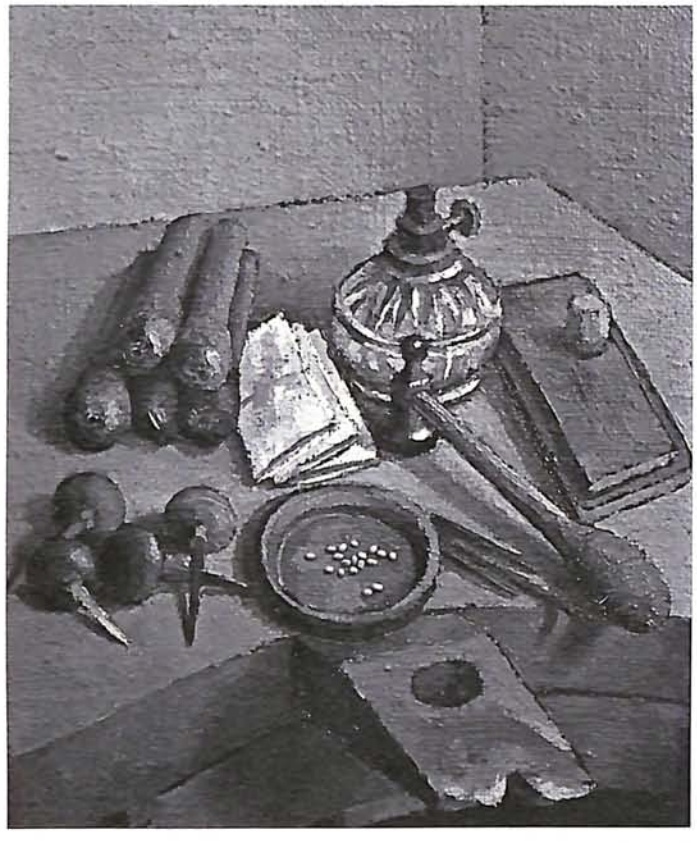
gnò nel 1600 l'apogeo dell'arte vetraria in Europa e diffuse ovunque la conoscenza del virtuosismo tecnico e creativo di Murano.
Nel '700 si verificò, con la crisi del mondo veneziano, un periodo di decadenza, soprattutto per la concorrenza dei vetri boemi ed inglesi. Dopo la caduta della Repubblica di Venezia, per circa un trentennio si fabbricarono solo conterie, cioè piccole perle in vetro che costituirono l'unica produzione industriale dell'isola, insieme con quelle delle lastre da specchio e delle tessere per mosaico.
Con l'aiuto dei vecchi maestri, verso la metà dell'800 fu possibile riprendere l'antica tradizione. Parte importante di questo "revival" è ascrivibile alla creazione del Museo Vetrario (1861) con annessa scuola di disegno per vetrai. L'Art Nouveau è arrivata a Murano molto più tardi cioè attorno al 1910 grazie alla collaborazione dei vetrai con alcuni pittori del gruppo secessionista di Cà Pesaro.
Attualmente la produzione spazia dal "pezzo unico" di grande pregio agli apparecchi da illuminazione progettati al fine di fornire forme lineari e funzionali.
"Non ha però avuto successo – scrive ancora Rosa Mentasti – la produzione in serie di oggetti d'uso quotidiano a basso costo, che non sono congeniali ai Muranesi e forse non corrispondono a quello che i compratori cercano nelle vetrerie lagunari".
L'esigenza di tante piccole aziende ha messo in condizione i maestri vetrai di puntare sul manufatto, e cioè sulle doti di creatività ed originalità proprie dell'artigianato artistico. Anche sotto questo aspetto come non ravvedere una analogia con le scelte della produzione valenzana?

di Franco Cantamessa

DALLA TERRA AL BANCO DELL'ORAFO

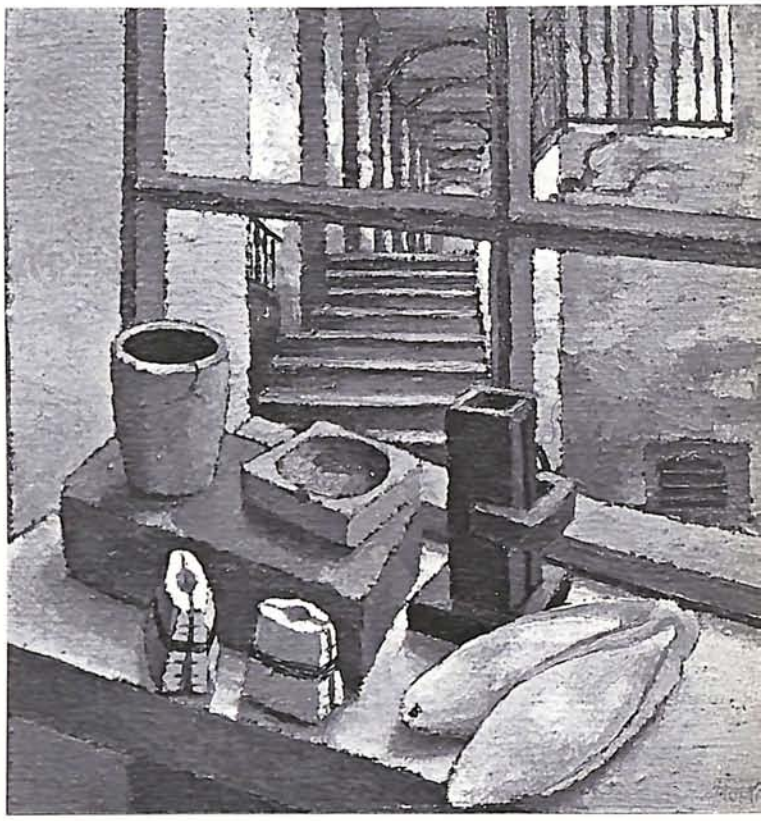
Mostra del pittore Piero Porta

Solo un orafo avrebbe potuto rappresentare con tanta precisione ed affetto gli strumenti del suo lavoro.
Questa è stata la prima impressione alla visita della Mostra di Piero Porta tenutasi recentemente al Centro Comunale di Cultura.
Intitolata "Dalla Terra al Banco Orafo" essa è stata il frutto di più di due anni di pazienti ricerche, partendo dall'ambiente contadino valenzano di più di cento anni fa nel quale, rigogliosissima, si innestò l'arte dell'oreficeria.
E tutto questo per il tramite di più di 150 oli e disegni, tutte nature morte, le prime rappresentanti anti-



Piero Porta è nato a Valenza Po nel 1925. Autodidatta, ha frequentato le scuole serali di disegno ornamentale. Fino a poco tempo fa svolgeva l'attività di orafo con un proprio laboratorio, mentre contemporaneamente si dedicava all'arte figurativa.
Attualmente, nel suo studio di Frascondino (S. Salvatore) si dedica unicamente all'impegno pittorico. Ha partecipato a numerose mostre collettive e personali.

chi strumenti contadini, la più parte attrezzi da lavoro dell'orafo.
Afferma Porta nella sua auto-presentazione: "...Trovo che è un fatto culturale trasmettere la storia di un qualunque valenzano come me, che dalla terra — sempre cara a tutti — ha trasferito il suo fare nel fucinare metalli e trasmettendo oltre confine la sua esistenza".
È infatti cosa mirabile osservare con quanta tenera affettuosità il pittore, che ha sempre affiancato all'attività di valente orafo la ricerca figurativa, si sia accostato a vecchi ed incrostati crogiuoli, ai globi che si usavano per concentrare la luce sul banco orafo, ai gessi ove si imprimevano i nuovi modelli, i disegni, le lime, vecchie bilance, trapani a mano, bulini, morsetti, mentre in un angolo della "tola" si intravvede il vecchio "piutì", la zampa di lepre che veniva usata per raccogliere la limatura, il tutto inserito nel calore umbratile del vecchio laboratorio, ove regna sovrano il silenzio ed una statica serenità. Addirittura non ha dimenticato di inserire vere pietre preziose nelle cartine dispiegate sul banco, con la nota di matericità che è servita a rendere palpabile la presenza dell'uomo al lavoro, anche se è rappresentato attraverso i suoi soli strumenti.



Noi crediamo che al di là delle doti intrinseche dell'arte di Porta, che dimostra una maturità tecnica ed espressiva più che convincente, è di somma importanza aver saputo raccogliere e rappresentare con tanta precisa e documentata nitidezza gli strumenti da lavoro dell'orafo, lasciando una testimonianza diretta, e non mediata, della tradizione orafa valenzana.

Paolo Vaglio Laurin

IL MERCATO DELLE PIETRE DI COLORE VISTO DA IDAR OBERSTEIN

Per gentile concessione della Borsa Diamanti e Pietre Preziose di Idar Oberstein riassumiamo alcune notizie sulla situazione del mercato delle pietre di colore che sono apparse di recente sul bollettino della Borsa stessa e che riteniamo possano interessare i nostri lettori.

LAPISLAZZULI: il greggio di lapislazzuli di buona qualità è ancora disponibile in qualche misura sul mercato di Idar Oberstein, ma in quantità sempre più ridotta. La situazione migliorerà soltanto se ci sarà un cambiamento radicale nel quadro politico di Kabul ed in ogni caso ci vorrà del tempo finchè le scorte siano reintegrate.
Rimane invece buona la disponibilità del materiale afgano più povero e di quello proveniente dal Cile.

TURCHESI: le pietre gregge di buona qualità sono scarse, specialmente nelle misure più grandi. La maggior parte del greggio è minuto e di colore non uniforme. Un'alta percentuale di pietre presenta macchie bianche e tende a perdere la tinta in un tempo relativamente breve. Per questa ragione la richiesta di turchesi "rinforzate" è in aumento. Sia quando vengono molate sia quando in seguito vengono incassate queste ultime danno un risultato nettamente superiore rispetto alle turchesi che sono state trattate alla paraffina o semplicemente lasciate come sono.
Le sfere sono al momento più richieste dei cabochons, i piccoli cabochons più di quelli grandi. Prezzi in leggero aumento.

MALACHITE: le forniture di malachite negli ultimi tempi sono state abbastanza abbondanti ed i prezzi sono rimasti invariati.
La domanda di malachite-azzurrite si mantiene sostenuta.

OCCHI DI TIGRE: il greggio di occhio di tigre di buona qualità è solo disponibile in piccoli quantitativi ed i prezzi sono in aumento. La merce di media qualità è reperibile in misura sufficiente e a prezzi ragionevoli. Le sfere continuano ad essere richieste, ma c'è abbastanza merce disponibile. Le pietre da centro invece sono scarse ed il loro prezzo è in aumento.

AGATE: le agate di colore rossiccio hanno continuato ad essere molto richieste alle ultime aste. Particolarmente richieste le agate con belle striature, come quelle che ricordano dei paesaggi, e le agate dentriti. Malgrado che la richiesta per le corniole sia forte i prezzi si mantengono inalterati, come succede del resto per le piastre di agata nei colori onice, verde e blu.
In generale la richiesta per le pietre di buona qualità si mantiene costante anche se c'è qualche aumento nei prezzi.
È invece difficile trovare acquirenti per la merce tagliata proveniente da paesi a basso salario, malgrado i prezzi siano più competitivi.

OPALI: i tipi, la struttura ed il valore dell'opale variano largamente da una miniera all'altra. Solo gli esperti con molti anni di esperienza sono in grado di determinare il tipo di greggio a cui si trovano di fronte, dargli un valore e stabilire quando una pietra è "sana". Per questo è sconsigliabile acquistare del greggio senza il parere di un esperto. Le forniture di greggio sono al momento inadeguate a far fronte alla richiesta. Le pietre di buona qualità provengono per lo più dal Queensland, dal distretto del Woomera e del Coober Pedy.
La domanda è stabile per gli opali doublets e doublets cabochons, sostenuta per gli opali nobili, in aumento per le triplets.

TORMALINE: le forniture afgane di tormaline verdi di bella tinta che negli ultimi anni avevano sopperito in parte alle diminuite importazioni dal Brasile sono in via di esaurimento. C'è da aspettarsi quindi che il loro prezzo aumenti nel prossimo futuro. D'altra parte anche gli arrivi di tormaline rosse dal Madagascar sono diminuiti bruscamente negli ultimi tempi, a causa della minore resa delle locali miniere.

TSAVOLITE: l'offerta di greggio è diminuita negli ultimi tempi. Questo purtroppo avviene proprio mentre la richiesta sia in Germania che altrove per questa pietra dal colore verde brillante è in aumento.

ACQUAMARINE: l'offerta dall'Africa e dal Madagascar negli ultimi tempi è notevolmente diminuita. Poiché questo coincide con l'enorme aumento dei prezzi del greggio brasiliano a causa dell'inflazione, mentre la richiesta sui mercati internazionali si mantiene alta, tutto fa prevedere un ulteriore aumento dei prezzi.

TOPAZI IMPERIALI: qualche tempo addietro c'è stata sul mercato una offerta sostenuta di pietre gialle e giallo arancione a prezzi ragionevoli. Al momento però la miniera di Saramenha presso Ouro Preto è pressochè inattiva. La stessa cosa sta accadendo per gli altri giacimenti brasiliani. Per questa ragione i prezzi del tagliato nelle misure correnti sono pressoché raddoppiati.
Continua intanto la richiesta dei topazi blu trattati ai raggi X. Devono passare comunque alcuni mesi prima che si possano avere pietre di questo genere nelle forme e misure speciali.

AMETISTE E CITRINI: l'aumento vertiginoso del prezzo dell'oro ha portato ad una maggiore richiesta di pietre di colore e soprattutto di ametiste e citrini da parte dei fabbricanti che cercano di controbilanciare con il loro prezzo più contenuto il nuovo costo del metallo. Ora mentre le richieste di merce piccola e di qualità media può essere agevolmente soddisfatta le pietre grosse di qualità superiore diventano sempre più rare.

SMERALDI: negli ultimi tempi erano apparsi sul mercato degli smeraldi provenienti dalla miniera di Corinto in Brasile che potevano gareggiare in qualità con la migliore produzione dello Zambia.
Poichè però questa miniera si sta avviando all'esaurimento i prezzi del materiale che vi viene attualmente estratto sono saliti talmente da non essere più competitivi sul mercato internazionale.
D'altra parte dopo i recenti mutamenti politici anche dalla Rhodesia/Zimbabwe gli smeraldi Sanda Wana arrivano con minore regolarità. Più costanti invece le forniture provenienti dallo Zambia.

ZAFFIRI: la richiesta per gli zaffiri Ceylon continua a mantenersi sostenuta, malgrado che specialmente nelle misure più grandi e nelle qualità superiori i prezzi abbiano registrato dall'inizio dell'anno notevoli aumenti, superati soltanto da quelli verificatisi nel campo dei rubini.

RUBINI: la richiesta di rubini siamesi specilamente nelle misure oltre il carato e nelle qualità superiori si mantiene molto elevata rispetto ai quantitativi di merce che sono disponibili sul mercato.
I prezzi pertanto permangono in tensione ed anche le qualità e misure inferiori risultano notevolmente rivalutate. Tutto ciò accentua l'interesse per i rubini provenienti dal Kenia, che risultano ora più richiesti specie nel taglio a cabochon.

NERVOSA ALTALENA PER L'ORO

Vi erano tutti gli elementi in giusta dose per la combinazione di una mistura che facesse esplodere il prezzo dell'oro, invece sembra essere venuto meno l'elemento catalizzatore, cioè quell'elemento che non partecipa direttamente ma favorisce con la sua presenza la combinazione.

Dallo scorso mese di settembre si sono succeduti fatti ed avvenimenti di portata eccezionale che, tuttavia, hanno avuto solo momentaneamente e sporadicamente ripercussioni sul mercato dell'oro.

Il conflitto tra Iran ed Iraq ha sospinto, infatti, il prezzo del metallo giallo sino al massimo annuale di 720,50 dollari per oncia, ma queste basi sono apparse molto fragili ed in breve tempo la quotazione è ridiscesa a 600 dollari, per poi oscillare in una fascia compresa tra 600 e 650 dollari, denotando, però, una tendenza generalmente calma. Le ripercussioni che il conflitto tra Iran ed Iraq potrà avere a medio termine sui prezzi e sulle disponibilità di petrolio sono state solo parzialmente avvertite dal mercato dell'oro, come riflessi altrettanto momentanei hanno avuto le tensioni sociali scoppiate in Polonia, sulla quale oltre tutto grava la minaccia di invasione da parte dell'Unione Sovietica.

Anche l'elezione di Reagan alla Casa Bianca, che in un primo momento aveva dato nuovo slancio al metallo giallo, si è ben presto dimostrata di scarsa consistenza.

Il susseguirsi di improvvise impennate e di altrettanti celeri assestamenti del prezzo dell'oro ha indotto a supporre che tutte queste occasioni venissero prese a pretesto per un disimpegno, soprattutto da parte della speculazione, di posizioni che sarebbero potute diventare più difficili da mantenere in un immediato futuro sia per la ridotta presenza sul mercato degli utilizzatori (industria orafa innanzi tutto), sia per le aspettative, poi avveratesi, di un nuovo e sensibile rialzo nei tassi di interesse sul dollaro.

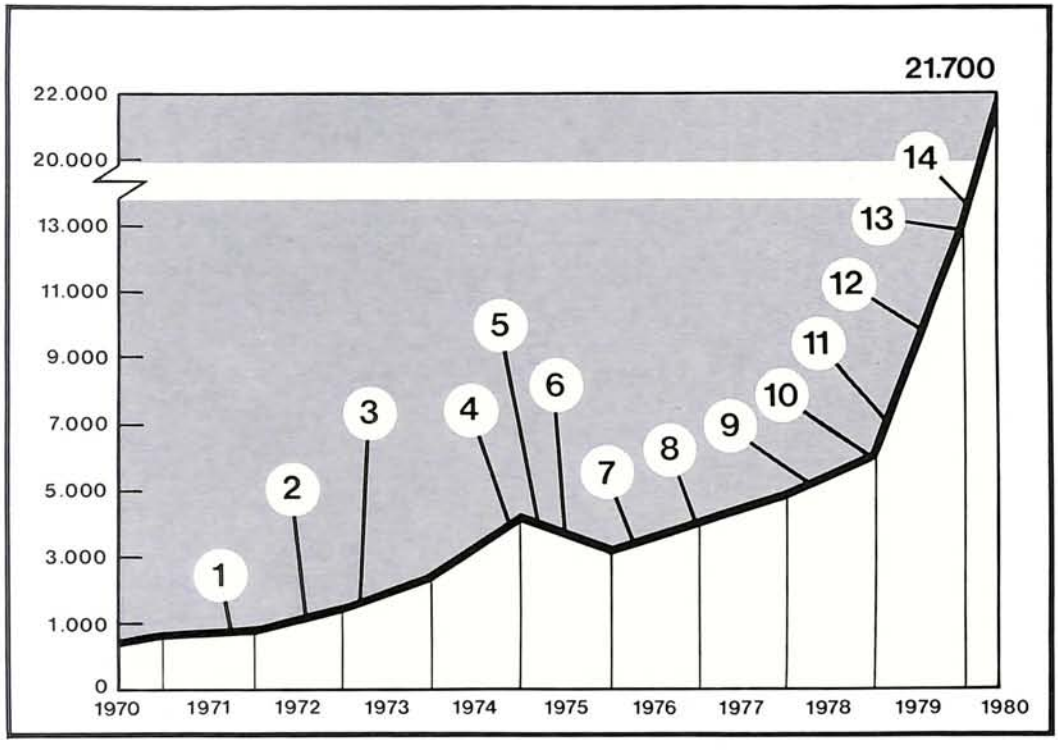
Un elemento che negli ultimi mesi ha inoltre contribuito a frenare anche le frange speculative più accanite sembra essere costituito dal timore che l'Unione Sovietica aumenti le sue vendite di oro per reperire valuta pregiata destinata a pagare le importazioni di cereali.

Fenomeno questo non nuovo, ma che ha costituito un ulteriore deterrente in un mercato molto incerto e nervoso. In autunno, infatti, l'Unione Sovietica, ha venduto quantitativi modesti di oro se paragonati alle 230 tonnellate del 1979 ed alle 410 tonnellate dell'anno precedente.

Anche i tesaurizzatori, cioè l'investitore privato, è apparso molto più prudente diminuendo sensibilmente i propri acquisti di oro in lingotti e di monete d'oro e ciò per il timore che il crollo della domanda industriale, valutabile in circa il 30-40% in meno rispetto ai livelli del 1979, possa lasciare un eccessivo spazio di manovra alla speculazione.

D'altra parte i forti aumenti dei tassi di interesse negli Stati Uniti, con il "prime rate" che è tornato a sfiorare il 20%, da un lato rendono più costose ed impegnative le aperture di posizioni sull'oro e, dall'altro, lato, rendono più allettanti gli investimenti in dollari. Ciò senza dubbio ha provocato e sta provocando uno spostamento di fondi dall'oro al dollaro. L'aumento dei tassi di interesse negli Stati Uniti, la possibilità di vendite più consistenti di oro da parte dell'Unione Sovietica e l'assenza dal mercato degli utilizzatori industriali, che in genere giudicano il prezzo del metallo giallo relativamente alto, potrebbero portare ad una fase di consolidamento delle quotazioni a livelli più bassi.

Per ora, in ombra le preoccupazioni per il protrarsi delle tensioni internazionali e di nuovi rincari del prezzo del petrolio, ma in un prossimo futuro...



DIECI ANNI D'ORO (...E DI CRISI)

Nel grafico è espressa (in lire per grammo) la corsa dell'oro dal 1970 al 1980. Vediamo le tappe più salienti di questa corsa: 1) Gli Stati Uniti decidono di non convertire più l'oro; 2) Il prezzo dell'oro viene fissato a 38 dollari l'oncia; 3) Il dollaro viene svalutato; 4) Gli USA legalizzano il possesso dell'oro; 5) Prima asta del Tesoro USA; 6) Il Fmi decide di demonetizzare l'oro; 7) cominciano le aste del Fmi; 8) Il Fmi inizia a restituire oro ai Paesi membri; 9) Il prezzo dell'oro diventa libero; 10) Gli USA difendono il dollaro e vendono oro; 11) Gli USA riducono le vendite mensili; 12) Sul mercato si inseriscono gli arabi; 13) Gli USA decidono di fare aste a sorpresa; 14) Scoppia la crisi iraniana, l'Opec rincara il petrolio, i russi intervengono in Afghanistan.

Il grafico, rilevato da "La Stampa" lo scorso gennaio, sintetizza con molta chiarezza le varie tappe che hanno siglato gli aumenti del metallo giallo negli anni 70/80.

DIECI ANNI DI AUMENTI

PREZZI IN LIRE	1970	1980	
VINO (1 lt.)	176	621	+ 352‰
PASTA (1 kg.)	250	883	+ 353‰
CARNE (1 kg.)	2.042	8.008	+ 392‰
TAZZINA CAFFÈ	68	283	+ 416‰
ASPIRINA	223	900	+ 404‰
QUOTIDIANO	70	400	+ 571‰
SETTIMANALE	150	700	+ 466‰
BENZINA SUPER (1 lt.)	147	850	+ 578‰
FRIGORIFERO	169.000	438.000	+ 259‰
TELEV. B/N	159.000	245.000	+ 155‰
LAVABIANCHERIA	107.000	268.000	+ 250‰
CINEMATOGRAFO	439	1.905	+ 434‰
PARTITA DI CALCIO	1.245	4.480	+ 360‰
AFFITTO (ROMA)	33.500	52.200	+ 155‰
AFFITTO (PALERMO)	32.900	49.900	+ 151‰
AUTO (DYANE CITROËN)	725.000	4.130.000	+ 570‰
AUTO (128 FIAT)	1.060.000	5.817.000	+ 548‰
ORO (1 grammo)	750	19.000	+2534‰

RAFFRONTO 1970/80 DEI PREZZI DI ALCUNI GENERI DI CONSUMO
Il grafico indica dati formulati sulla base delle statistiche dell'Istat. Ad essi abbiamo aggiunto quelli relativi al balzo del prezzo dell'oro e tutti gli aumenti espressi in percentuale.
Mediamente sono prezzi quadruplicati in dieci anni, ma... osservate un po' l'oro? Abbiamo dovuto "tagliare" la striscia indicante graficamente la variazione percentuale, in quanto sarebbero occorse ben 13 volte la lunghezza di una intera striscia per visualizzare l'aumento!

Alla Borsa di New York sospese le contrattazioni sulle monete d'argento.
Dal mese di gennaio la Borsa mercantile di New York sospenderà a tempo indeterminato le contrattazioni a termine sulle monete d'argento a seguito del modesto volume di affari. Lo scarso interesse degli investitori per questo tipo di monete è uno dei motivi principali che hanno spinto la borsa di New York a prendere tale decisione.

Nuova pellicola fotografica senza argento.
La Eastman Kodak ha posto sul mercato una nuova pellicola fotografica senza argento. Per ora questa pellicola ha un uso limitato alle sole rilevazioni geologiche per ricerche di giacimenti petroliferi e gassiferi. La novità di questa pellicola consiste nel fatto che invece di essere sensibile alla luce è sensibile alle cariche elettriche.

Diminuita la produzione di oro in Sud Africa.
Nei primi dieci mesi del 1980 il Sud Africa ha prodotto 566,5 tonnellate di oro contro 588,9 tonnellate del corrispondente periodo del 1979.
Anche le vendite di krugerrand sono calate rispetto ai livelli elevati dello scorso anno. Nei primi undici mesi dell'anno il Sud Africa ha venduto 2,5 milioni di monete d'oro contro i 4,5 milioni del corrispondente periodo dello scorso anno.

Prodotto più oro dalla Corea del Sud.
Nei primi mesi del 1980 la Corea del Sud ha prodotto 979,2 kg. di oro con un incremento di oltre il 55% rispetto ai 628,6 kg. del corrispondente periodo del 1979. Entro la fine dell'anno la produzione sudcoreana di oro dovrebbe raggiungere la tonnellata. In aumento anche la produzione di argento che entro la fine del 1980 dovrebbe risultare di 72 tonn. contro 70,8 tonn. del 1979.

Platino e rodio utilizzati nei catalizzatori delle auto.
L'industria automobilistica giapponese ha concluso con la società sudafricana Rustenburg Platinum Mines un contratto per la fornitura decennale di ingenti quantitativi di platino e di rodio da usarsi nei catalizzatori delle auto.
Vi è da aggiungere che nel corso dell'anno la domanda di platino da parte dell'industria petrolifera, per produrre benzina senza piombo, ha largamente compensato la minor richiesta da parte dell'industria automobilistica e di quella delle fibre di vetro.

Il Krugerrand in vendita in Giappone.
Con il nuovo anno anche in Giappone saranno messe in vendita le monete d'oro sudafricane a corso legale (Krugerrand).
Saranno poste in vendita monete da un'oncia, da mezza, da un quarto e da un decimo. La moneta da un decimo di oncia sarà senza dubbio la più venduta (si stima un milione di pezzi al mese), anche perché quelle di peso maggiore saranno assogettate all'imposta sulle merci del 15%.

Futuro incerto per l'orologeria nazionale.
Le imprese dell'orologeria nazionale si trovano ad operare in condizioni di crescente difficoltà sia per la negligenza dimostrata dall'apparato pubblico sia per la pesante incidenza del costo del lavoro. Il particolare tipo di prodotto non consente, infatti, il ricorso all'automatismo mentre risulta sempre più marcato l'impiego di manodopera. Se tali condizioni non dovessero mutare in breve periodo, è stato rilevato nel corso di un incontro tenuto a Como dall'Assomep, l'associazione di categoria del settore, l'industria orologiaia appare avviata ad un futuro incerto. Il prodotto nazionale ha infatti perso competitività e le importazioni aumentano ad un ritmo vertiginoso.

Nuovo complesso boliviano per la produzione di piombo ed argento.
A Potosì, in Bolivia, è stata iniziata la costruzione di un nuovo complesso industriale per la produzione di piombo e argento. Il complesso che richiederà un investimento di 165 milioni di dollari verrà attrezzato con tecnologie fornite dalla tedesca Kloeckner-Humbold e dalla belga Sidec.
L'entrata in funzione è prevista per il 1982 con la produzione di 22 mila tonnellate di piombo e di 20 tonnellate di argento.

Ricco giacimento di argento in Svezia.
La notizia della scoperta di un giacimento di argento in Svezia ha fatto in poche ore il giro del mondo. Oggi infatti le scoperte riguardano quasi esclusivamente giacimenti petroliferi, mentre molti esperti davano come in via di esaurimento le miniere d'argento. Proprio per questo la notizia diffusa dal quotidiano del pomeriggio di Stoccolma è stata accolta con sorpresa, tanto che il mercato borsistico di Stoccolma ha sospeso le contrattazioni sulle azioni della Boliden, la società presso le cui miniere è stato fatto l'interessante rinvenimento. Il giacimento, battezzato Dammsoje è uno dei maggiori mai scoperti in Europa, contiene 5 milioni di tonnellate di minerale con un tenore medio superiore ai 200 grammi di argento per tonnellata. Tuttavia queste prime valutazioni potrebbero rivelarsi inesatte per difetto: secondo alcuni esperti della Boliden, infatti, il minerale d'argento potrebbe anche superare i 10 milioni di tonnellate. Quando sarà raggiunta la piena capacità estrattiva, si ritiene verso il 1985, la miniera dovrebbe produrre circa 1.000 tonnellate di argento.
Una cifra davvero ragguardevole se si tiene conto che dalla miniera d'argento di Sala la Boliden ha ricavato in 400 anni circa 500 tonnellate di argento.

In crisi l'oreficeria italiana.
Le esportazioni italiane di oreficeria hanno denunciato nel corso dell'anno un calo del 60% circa. Tale flessione che viene ad aggiungersi al fortissimo calo della domanda anche sul mercato interno costituisce il segno più evidente — ha detto il neo presidente della Confedorafi, Pasquale Puorto, all'assemblea generale tenutasi a Roma — di una crisi senza precedenti.
"Riuscire ad eliminare le piaghe dei ricettatori e dei commercianti abusivi — ha aggiunto Puorto — significa recidere una delle arterie vitali della criminalità, che contro le oreficerie e gioiellerie compie l'80% delle rapine ai danni dei negozianti". Per uscire dalla crisi è necessario trovare nuove aree di sbocco alla produzione nazionale e provvedere ad una miglior tutela del prodotto e della attività orafa attraverso una più organica applicazione della legge sui titoli ed i marchi di identificazione dei preziosi, nonchè svolgere una intensa campagna promozionale sia in Italia che all'estero.

La Svizzera rivaluta riserve auree.
Le autorità elvetiche hanno allo studio un progetto per la rivalutazione delle riserve auree. Tale decisione è stata presa a seguito della diminuzione della copertura aurea del circolante che attualmente è del 53% contro il 60% di due anni fa. Attualmente l'oro delle riserve elvetiche è valutato in 11,9 miliardi di franchi per un totale di 2.600 tonnellate, pari cioè a 4,595,74 franchi al chilo.

DALLA STAMPA ESTERA

Notizie apparse su riviste settoriali

INDAGINE SUI DIAMANTI

Sono recentemente apparsi i dati relativi all'indagine 1979 eseguita su 12.000 donne americane capo-famiglia dalla National Family Opinion.
Nel 1979 l'acquisto di gioielli con diamanti risulta aumentato, ma è diminuita la caratura tipicamente acquistata.
Gli studi della National Family Opinion indicano nella percentuale del 10,7% la popolazione femminile che nel corso dell'anno ha acquistato un gioiello con diamante, mentre la percentuale dell'anno precedente era del 9,8%.
È aumentata anche la vendita di gioielli con diamanti per uomo. Nel 1978, l'1,5% della popolazione maschile adulta ha acquistato gioielli con diamanti ed è interessante rilevare che solo il 19% dei consumatori ha acquistato oggetti per proprio uso personale.

(da Jewelers' Circular Keystone)

NUOVI GIACIMENTI DI PIETRE PREZIOSE SCOPERTI IN CINA.

Xinhua, un'agenzia cinese, riferisce che nel corso dell'anno geologi cinesi hanno scoperto più di 30 varietà di giade e altre pietre preziose in diverse province e regioni del paese.
La scoperta è stata annunciata al convegno sulle ricerche geologiche di pietre preziose tenutasi a Kunming, capitale della provincia dello Yunnan.
Tra le pietre trovate ci sono zaffiri, acquamarine, ambre, tormaline e topazi.
Le scoperte più significative sono quelle fatte nelle regioni all'est della Cina.
L'agenzia sottolinea che questa ricerca è stata programmata per individuare nuovi giacimenti e si inquadra nella corrente politica del Paese tendente a sfruttare il più possibile le risorse naturali per facilitare il massivo programma di modernizzazione. Lo scorso anno il Ministero Cinese di Geologia ha preparato professionalmente alle ricerche geologiche più di 100 tecnici.

(da Retail Jeweller)

TIFFANY VENDE PICASSO

Tiffany ha aggiunto al suo staff un nuovo designer: Paloma Picasso. Ora, oltre ai Peretti e ai Cummings si potranno acquistare dei Picasso.
La figlia del famoso artista ha una certa dimestichezza con la gioielleria per sue precedenti esperienze maturate presso Yves St. Laurent, per il quale ha disegnato una linea di bigiotteria, e presso Zanatos, un orafo greco.
Paloma ha detto che creerà dei gioielli con colori brillanti e accostamenti insoliti, mai visti prima.

(da Jewelers' Circular Keystone)

SCIOPERI E MINIERE

Alcuni osservatori finanziari prevedono la diminuzione della produzione di argento negli Stati Uniti a causa di uno sciopero alla Sunshine Mine, la più grande miniera d'argento attualmente attiva negli Stati Uniti.
La miniera produce annualmente 3 milioni e mezzo di once quale sottoprodotto degli scavi di rame.
La Sunshine ha intanto dato inizio allo sviluppo di una nuova miniera denominata "16 to 1" situata nel Nevada.
La Compagnia prevede in 18 milioni di dollari il costo iniziale per lo sfruttamente di questa miniera ed è valutata in circa un milione di once la produzione annuale a partire dal 1982.

(da Jewelers' Circular Keystone)

Taccuino Valenzano

IL COMMENDATOR PUORTO ALLA PRESIDENZA DELLA CONFEDORAFI

Il 3 dicembre scorso si è riunita a Roma l'Assemblea Generale della Confedorafi che ha eletto a grande maggioranza il suo nuovo Presidente nella persona del Comm. Pasquale Puorto, il noto industriale vicentino che nell'ultimo decennio ha già ricoperto cariche sindacali di primissimo piano quali la presidenza della Federazione Italiana Fabbricanti Orafi e la presidenza della Federazione Internazionale dello stesso settore in seno alla C.I.B.J.O. Assume il nuovo delicato incarico in un momento notoriamente difficile per il settore.
Egli ha comunque già dimostrato in altre occasioni di possedere quelle doti di dinamismo e di determinazione che sono richieste in questi casi.
A lui pertanto l'augurio fiducioso dell'A.O.V. che dalla rinnovata direzione della Confedorafi si attende un appoggio decisivo per vedere risolti i non pochi problemi che in questi ultimi tempi ha portato all'attenzione delle Autorità di Governo e della stessa Confedorafi.

ORO RARO

Dopo gli scossoni che — in tutti i sensi — l'oro ha ricevuto negli ultimi 12 mesi era prevedibile, ed auspicabile, che l'International Gold Corporation facesse sentire la sua voce con una campagna istituzionale in "difesa" dell'oro.
La campagna, che con una serie di annunci a colori è in corso sulle più importanti testate, è impostata sull'informazione, intesa a sottolineare la rarità del metallo, la sua funzione non solo ornamentale e a giustificarne — in un certo senso — il prezzo.

GEMMOLOGI AL MUSEO DELLA SCIENZA

Si è svolto a Milano, al Museo della Scienza e della Tecnica, il 4° Convegno Nazionale di Gemmologia. In sintesi, il Convegno si è articolato in due parti; nella prima si sono confrontati i metodi ed i programmi didattici delle varie Associazioni Europee mentre, nel pomeriggio, sono state svolte e dibattute alcune interessanti relazioni. Particolarmente seguiti gli interventi di Alessandro Borelli e Renza Trosti Ferroni, sul tema "Metodo per la determinazione di gemme policristalline, delle loro imitazioni naturali e di certi sostituti artificiali" e quello di Mario Bonoldi sul pericolo che può derivare dai grezzi apparentemente naturali acquistati nei Paesi di tradizionale estrazione di gemme, che si sono invece rivelati prodotti sintetici.

CONCORSO DIAMANTI 1981

L'impiego di diamanti di piccola caratura è il leit-motiv sul quale la De Beers ha puntato per il concorso "Mille e un Diamante".
Le 3 categorie in cui il concorso è suddiviso sono:
diamanti a pavé - gioielli con pavé di diamanti con contenuto complessivo a partire da 0,30 punti;
diamanti per la moda maschile e accessori - contenuto in diamanti a partire da 0,20 punti;
diamanti giovani - contenuto in diamanti a partire da 0,20 punti.
Termine ultimo per la consegna dei pezzi destinati al concorso è il 9 marzo. I vincitori (tre per categoria) saranno annunciati alla stampa nel prossimo aprile.
Per ulteriori informazioni rivolgersi alla De Beers.

INCONTRO CON L'ISTITUTO GEMMOLOGICO ITALIANO

Le gemme racchiudono in sé la storia della genesi della materia e i palpiti della evoluzione del creato.

Questa è stata l'impressione che ha destato il bellissimo documentario filmato dal Prof. Bettettini dell'Università di Nizza, proiettato al Centro Comunale di Cultura.

Sottoponendo le gemme ad una leggera fonte di calore e filmandole attraverso il microscopio è riuscito a mostrare la trasformazione di particelle liquide in gas e viceversa all'interno delle inclusioni sicchè queste ultime parevano esseri viventi. Veramente non si riusciva a scindere la fredda e razionale opera dello scienziato da quella del poeta.

La proiezione del filmato del Prof. Bettettini ha felicemente concluso un'interessante serata organizzata dall'A.O.V. per presentare l'IGI, Istituto Gemmologico Italiano.

Gianmaria Buccellati, Presidente dell'Istituto, ha brevemente tracciato la storia dell'IGI nato nel 1973 — ha affermato — per iniziativa di un gruppo di operatori commerciali con lo scopo di diffondere le conoscenze della gemmologia.

Esso organizza corsi biennali per corrispondenza e corsi a frequenza obbligatoria. Questi ultimi si svolgono in sei settimane (non consecutive) di teoria e pratica e alla fine, dopo un esame, viene rilasciato un diploma.

L'IGI è stato recentemente riconosciuto dallo Stato Ente Morale ed è in stretta collaborazione con il Consiglio Nazionale delle Ricerche. Con il patrocinio De Beers ha curato una pubblicazione sul diamante, mentre ha istituito un premio per le migliori tesi di laurea di studenti italiani che abbiano interesse gemmologico. Fra le altre attività, l'IGI cura la ristampa di opere esaurite di gemmologia e pubblica la rivista "Gemmologia". Inoltre organizza corsi informativi di tre o più giorni in collaborazione con enti vari, ed anche ad alto livello specialistico.

Il Prof. Pio Visconti, insegnante dell'Istituto Professionale Regione Piemonte, ha mostrato in funzione alcuni delicati strumenti gemmologici in dotazione al suo corso.
Per tutte le informazioni è possibile rivolgersi all'A.O.V. o direttamente all'IGI a Milano.

BANCA POPOLARE DI NOVARA

Società cooperativa a responsabilità limitata
Fondata nel 1871
Sede sociale e centrale in Novara

AL 31 DICEMBRE 1979:

CAPITALE L. 12.456.167.000
RISERVE E FONDI L. 240.330.421.634
RACCOLTA OLTRE 7.500 MILIARDI

357 SPORTELLI
92 ESATTORIE

mezzi amministrati oltre 5.200 miliardi

Tutte le operazioni di Banca

Banca agente per il commercio dei cambi

UFFICI
DI RAPPRESENTANZA:
A BRUXELLES, CARACAS,
FRANCOFORTE sul Meno,
LONDRA, NEW YORK,
PARIGI E ZURIGO.
UFFICIO DI MANDATO
A MOSCA.
RECAPITO A MADRID.

TUTTE LE OPERAZIONI ED I SERVIZI DI BANCA, BORSA E CAMBIO

Distributrice dell'American Express Card
Finanziamenti a medio termine all'industria, al commercio, all'agricoltura, all'artigianato e all'esportazione, mutui fondiari, "leasing" e servizi di organizzazione aziendale e controllo di gestione tramite gli istituti speciali nei quali è partecipante

Succursale di VALENZA
via Lega Lombarda, 5/7 - Tel. 92754-5-6
Agenzia di BASSIGNANA
via della Vittoria, 5 - Tel. 96129

servizi estero Sanpaolo

dove puoi trovare collaboratori esperti;
dove puoi operare al passo con i tempi, con sicurezza ed efficienza;
dove i tuoi affari possono assumere nuove e più ampie dimensioni.

sanpaolo I P

ISTITUTO BANCARIO SAN PAOLO DI TORINO

Istituto di credito di diritto pubblico - Sede Centrale Torino - piazza S. Carlo 156

A DYNAMIC FIRM CATERING TO FOREIGN JEWELLERS OPERATING IN ITALY.

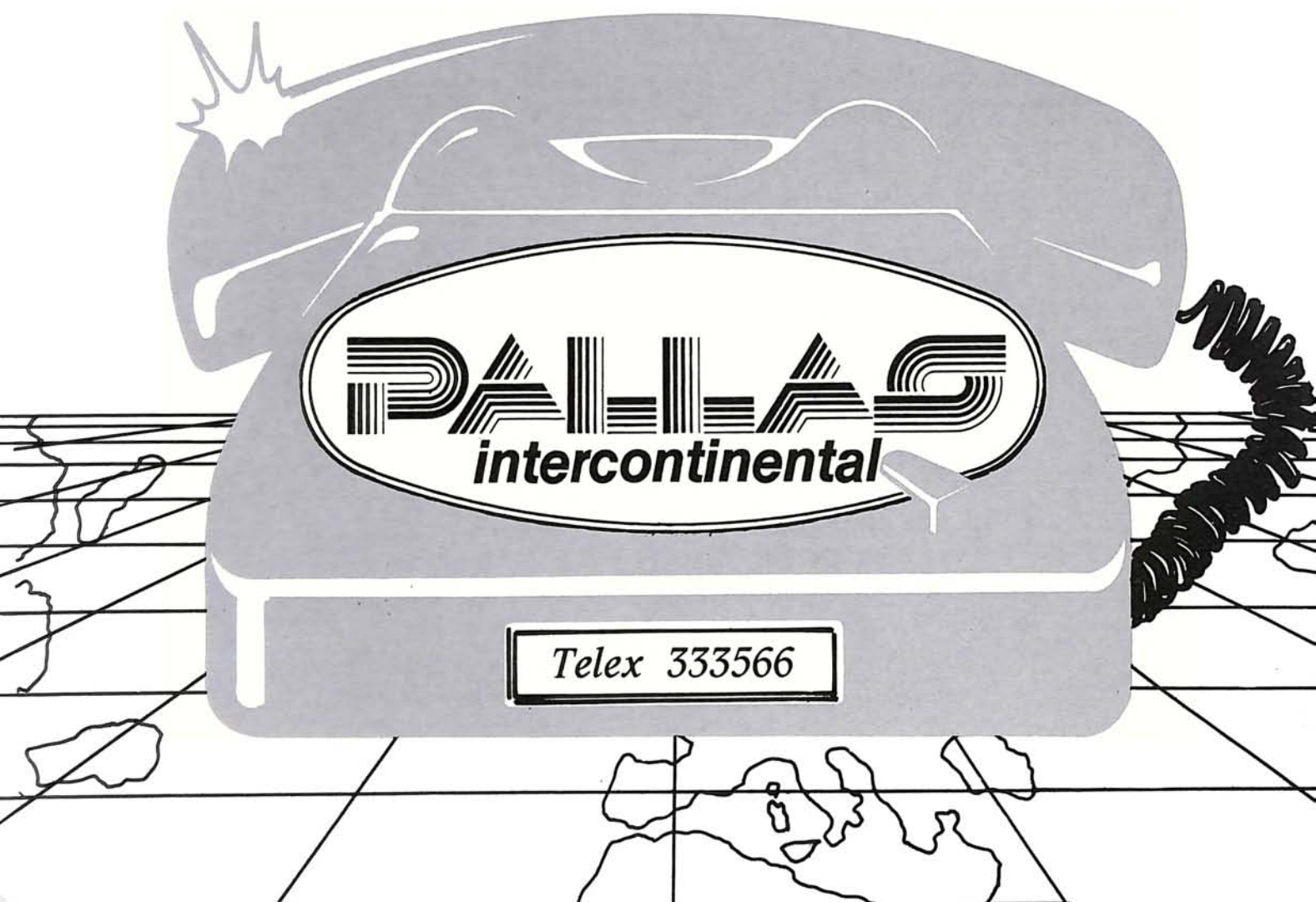
An experienced staff forever in search of new ideas and new models, guarantees accurate service from manufacturers and solves legal, customs and other technical problems.

PALLAS intercontinental

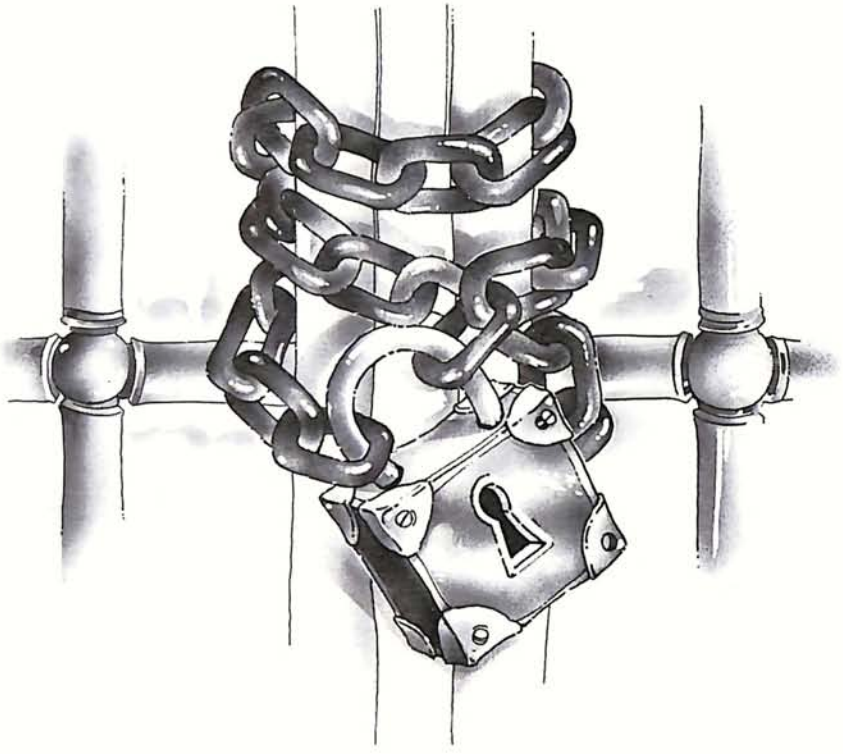
PALLAS S.a.S. di Juliette Pallas & C.

MILANO
via Fratelli Gabba, 5
tel. 02/87.77.26 - 87.50.60
telex 333566 MDT

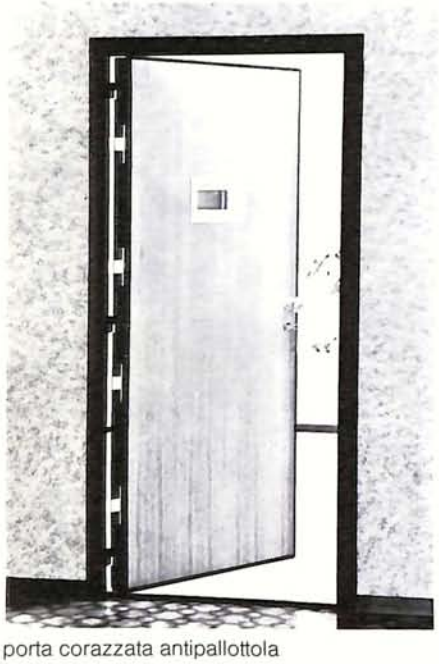
VALENZA
via Mazzini, 40
tel. 0131/97.76.08 - 97.76.27



LA SICUREZZA E' UN AFFARE SERIO



non scegliere un sistema di sicurezza qualsiasi!



porta corazzata antipallottola

Conforti, una delle aziende leader nel settore della sicurezza, propone diversi sistemi su misura.

I nostri prodotti maggiormente utilizzati nel campo della sicurezza passiva sono: porte corazzate per appartamento, anche nel modello antipallottola, casseforti, armadi blindati e atermici ecc.

Nel campo della sicurezza attiva è stato messo a punto un impianto d'allarme progettato per consentire la massima affidabilità unita ad una flessibilità in grado di adeguare l'impianto alle esigenze di ogni singolo utente.

impianto d'allarme

Conforti

Ufficio Vendite di Valenza Po: Via F. Cavallotti, 1 - tel (0131) 977778
Ufficio Vendite di Torino: Via A. Vespucci 55/c - Tel. (011) 598802

ARGENTERIE ARTISTICHE POSATERIE

I.M.A. - GUERCI & C.

CASA FONDATA NEL 1920

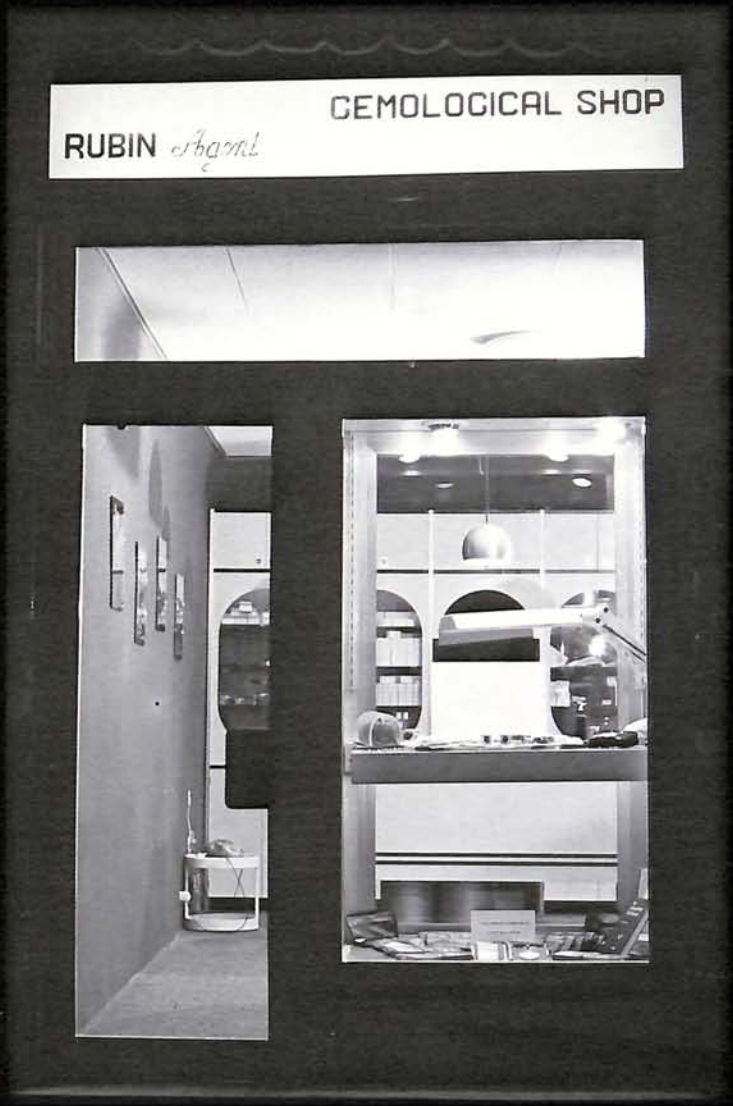
- ARGENTERIE ARTISTICHE
- CESELLI E SBALZI
- VASELLAME PER TAVOLA
- SERVIZI CAFFÈ
- CANDELABRI COFANETTI
- CENTRI TAVOLA
- JATTES VASI ANFORE
- CRISTALLERIE E PORCELLANE ESTERE
- POSATERIE

Alessandria - Via Donatello, 1 - (spalto Borgoglio) - Tel. 43243 - Telegr. IMA - Cas. Post. 27
Marchio 23 AL

MOSTRA PERMANENTE DI MILANO Via Paolo da Cannobio, 11 - Tel. 875527

VISITATE LA NOSTRA ESPOSIZIONE PRESSO IL NOSTRO RECAPITO DI MILANO

VI INFORMIAMO DELL'APERTURA
A VALENZA PO DEL PUNTO
VENDITA ARTICOLI INERENTI
GEMMOLOGIA-GIOIELLERIA:
CARTINE,LEVERIDGE,PINZETTE,
MICROSCOPI,RIFRATTOMETRI,
SPETTROSCOPI,LABGEM PORTATILE
ETC.
SONO DISPONIBILI:
SINTESI E NATURALI ACCOMPAGNA-
TI CERTIFICATO ANALISI PER
COSTITUENDA COLLEZIONE
CONFRONTO-LAVORO.
ASSICURATA COLLABORAZIONE
SCIENTIFICA DOTT.CARLO
TROSSARELLI FGA OF G.B.
ISTITUTO MINERALOGIA UNIVERSITA'
TORINO.
PREVISTO INVIO CATALOGO AD
INTERESSATI.



Gemological Shop

C.so Garibaldi, 19 – Tel. 0131 – 953832 – 15048 Valenza – AL

L'ORO DI VALENZA

GIOIELLI DI QUALITA'
E PRESTIGIO

GIORGIO LOMBARDI - GIOIELLI

viale della repubblica 4/a 15048 valenza
tel. (0131) 93462 - marchio AL 2467 -
presenti alla Mostra del Gioiello Valenzano

AIMETTI & BOSELLI

LABORATORIO OREFICERIA

Telefono (0131) 91.123
Via Carducci, 3
VALENZA
Marchio 1720 AL

Gioielli Arianna
Valenza

ART.O.VA. s.n.c.
Artigiani Orafi Valenza
Creazioni Proprie
Via Camurati, 32 - Tel. (0131) 92730 - 15048 Valenza

ditta BAJARDI LUCIANO
fabbrica gioielleria oreficeria
export
15048 Valenza (Italy) · viale Santuario,11 · tel. (0131) 91756

BALDI & C. SNC

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA

15048 VALENZA
VIALE REPUBBLICA, 60
TEL. 91.097

Marchio 197 AL

Baracco Alessio

OREFICERIA GIOIELLERIA

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

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

FABBRICA OREFICERIA

SI ESEGUONO LAVORI SU DISEGNO creazione propria

BARBIERATO SEVERINO

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

BEGANI ARZANI

gioielleria

15048 valenza
via s. giovanni, 17
tel. (0131) 93109

AL 1030 - C.C.I.A.A. 75190

GIUSEPPE BENEFICO

BRILLANTI
PIETRE PREZIOSE
CORALLI

MILANO
Piazza Repubblica, 19 - Tel. 662.417

VALENZA
Viale Dante, 10 - Tel. 93.092

BERISONZI & DEMARTINI

OREFICERIA GIOIELLERIA
FABBRICA LAVORAZIONE PROPRIA

Fiera VICENZA: Gennaio-Giugno - stand n. 688

Fiera MILANO: Aprile - stand n. 27/411

MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO

15048 VALENZA
Viale Padova, 10
Tel. (0131) 91830
1676 AL

oreficeria - gioielleria - argenteria

Fratelli BIANDRATE

EXPORT

15048 VALENZA (Italy) - VIA DONIZETTI, 10/A - TEL. (0131) 91484

Alfredo Boschetto

FABBRICA OREFICERIA

anelli - boccole - spille cammeo - ciondoli

CREAZIONI PROPRIE

15048 VALENZA (Italy) - Via Sandro Pino, 15 - Tel. 0131-93.578 1603 AL

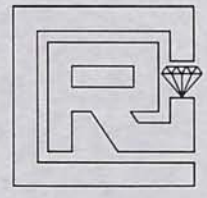
LIBERO CANEPARI

FABBRICANTE GIOIELLIERE
P.zza Gramsci, 15 - Tel. (0131) 94015 - 15048 Valenza

CANEPARI RENZO gioielleria

Anelli stile antico - fantasia - classici - in oro bianco

via del Castagnone, 1 - Tel. 94289
VALENZA
Marchio 1467 AL



FRANCO CANTAMESSA & C.
Produzione e commercio Preziosi

Via G. Calvi, 18 — Telef. (0131) 92243 — 15048 Valenza
Marchio 408 AL

CATTAI F.lli
ORAFI GIOIELLIERI

15048 Valenza
Via Cavour, 21
Tel. (0131) 952683

2286 AL

angelo cervari

15042 Bassignana
via Alessandria, 26 - tel. (0131) 96196

872 AL

MARCO CARLO RENZO CEVA

Via Sandro Camasio, 4 - Tel. 91027 - 15048 VALENZA

Marchio 328 AL

COBRILL *International*

DIAMANTI

38 VIA S.SALVATORE·VALENZA·TEL.94549

CORRAO s.n.c.

FABBRICA GIOIELLERIA

1912 AL

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

doria f.lli

V.LE B. CELLINI, 36 - TEL. (0131) 91261 - 15048 VALENZA

DUCCO F.LLI

P.zza B. Croce, 30
Tel. (0131) 92109
15048 Valenza
679 AL

ERIKA

FABBRICA OREFICERIA e ARGENTERIA

CREAZIONI PROPRIE

Vasto assortimento di catene, ciondoli bracciali e anelli

Via Rogna 2 - Tel. 0142/63283 - 15040 MIRABELLO MONF. (AL)

1825 AL

ERMA s.n.c.

laboratorio di gioielleria

Via Sottotorre, 21
Telefono 0131/339054
15046 San Salvatore Monferrato (Al)

F.A.G.

Fabbricanti - Artigiani - Gioielleria

di Rivera Palazzolo Raccozzi
Via Carlo Noé, 12 - Tel. (0131) 94694 - 15048 Valenza

FRACCHIA & ALLIORI

GIOIELLERIA

Lavorazione anelli con pietre fini

Circ. Ovest, 54 – Tel. 93129 – 15048 Valenza

Marchio 945 AL

HARPO'S

DIAMANTI - GIOIELLI

V.le Dante, 11 - Tel. uff. (0131) 953733/4 - lab. (0131) 94959 - 953246 - 15048 Valenza
2461 AL

1354 AL

LEVA GIOVANNI

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA

Import - Export

V.le della Repubblica, 5 - Tel. (0131) 94621 - 15048 Valenza

Lunati

fabbricanti
gioiellieri
export

Via Trento - Tel. 91338/92649
VALENZA

Marchio 160 AL

MC

MAIORANA & CABRINO s.n.c.

Gioielleria

15048 Valenza - Via Wagner, 11 - Tel. (0131) 93521
1874 AL

Fiera Milano Stand 803
Mostra del Gioiello Valenzano - Ottobre
Gift Firenze

MANCA

Gioielli

VALENZA

Via Mario Nebbia, 7
Tel. (0131) 94112

1258 AL

GIUSEPPE MASINI

gioielleria - oreficeria

CREAZIONI PROPRIE

15048 Valenza - via del Castagnone, 68 - tel. (0131) 94418 91190
20122 Milano - via Paolo da Cannobio, 10 - tel. (02) 800592

pasero acuto pasino

ORAFI

15048 Valenza
Via Carducci 17 - tel. 91.108
marchio 2076 AL

B. TINO & VITO PANZARASA

DAL 1945
OREFICERIA E GIOIELLERIA
della migliore produzione valenzana

28021 BORGOMANERO (Novara)
Via D. Savio, 17 - Tel. 0322/81.419

gian carlo piccio
gioielliere

VIA P. PAIETTA, 15 - TEL. 93423 - 15048 VALENZA

AL 1317

l'oro e i gioielli di
PONZONE F.lli s.n.c.

al negozio direttamente
il gioiello nuovo

15048 VALENZA - VIA XII SETTEMBRE, 49 - TEL. 93381
MARCHIO 1706 AL

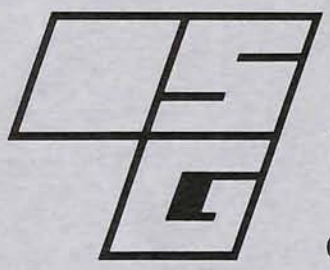
RACCONE & STROCCO

chiusure per collane e bracciali

via XII Settembre 2/a
tel. ☏ 0131-93375
15048 VALENZA (Italy)

Dirce Repossi
GIOIELLIERE

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



Seven Gold s.n.c.

Gioielleria Oreficeria

15048 VALENZA - Via Mazzini, 16
Tel. (0131) 91.450 - 91.742 (2 linee urbane)

SISTO DINO

FABBRICANTE
GIOIELLIERE
EXPORT

CREAZIONI FANTASIA

VALENZA V.le Dante 46/B-ang. via Ariosto Tel. (0131) 93.343 Marchio 1772 AL

FRATELLI TERZANO

gioielli

Corso Garibaldi, 123 - Tel. (0131) 92174 - 15048 Valenza
520 AL

EUGENIO TORRI & C. s.r.l.

GIOIELLERIE - OREFICERIE - CREAZIONI

Sede: 00184 ROMA - P.zza San Giovanni, 18 - Tel. (06) 777.652-775.738 - Telex: 614317 Torri
Filiale: 15048 Valenza - Via Galimberti, 26 - Tel. (0131) 953.775
208 Roma

VALENTINI & FERRARI

OREFICERIA GIOIELLERIA

EXPORT

15048 VALENZA - VIA GALVANI 6 - TEL. 0131 93105

MARCHIO 1247 AL

VALORAFA

di De Serio & C.
Fabbrica Oreficeria - Gioielleria
Via Camurati, 8/B - Tel. (0131) 94915 - 15048 Valenza
2191 AL

C. APRILE

CIELO-TERRA-MARE

SPEDIZIONI INTERNAZIONALI
AEREE - MARITTIME - TERRESTRI
UFFICI: Aereoporto Milano Linate
Tel. 718441 - Telex 311402 APRIAR
Aereoporto Milano Malpensa - Tel. 868002

AGENTE IATA.
DICHIARANTE DOGANALE.
SERVIZIO CON: CAMION BLINDATI PER RITIRO VALORI.
SPECIALIZZATO IN: SPEDIZIONI VIA AEREA DI GIOIELLERIA, VALORI, ORO, PIETRE PREZIOSE.

UFFICI COMMERCIALI
APRIL BROS - 3405 Francis Lewis
Boulevard Flushing - N.Y. 11358
Tel. (212) 3584700-3
Telex 230125 ATB UR

UFFICI OPERATIVI
GENOVA
ROMA
MODENA
CARPI
TREVISO
CARACAS
PORLAMAR

ALCUNI ESEMPI DI TASSI ASSICURATIVI PER IL TRASPORTO VIA AEREA DI GIOIELLERIA

CANADA	1,8‰
USA	1,8‰
EUROPA	1,2‰
GIAPPONE	2,6‰
AUSTRALIA	3‰

ENZO VARONA

Via M. di Lero, 14 - Tel. (0131) 91850 - 15048 Valenza
2329 AL

VARONA GUIDO

FABBRICA OREFICERIA

ANELLI BATTUTI
CON PIETRE SINTETICHE E FINI

MONTATURE

15048 VALENZA (AL) - Via Faiteria, 15 - Tel. (0131) 91038

Valenza export

gioielleria
oreficeria

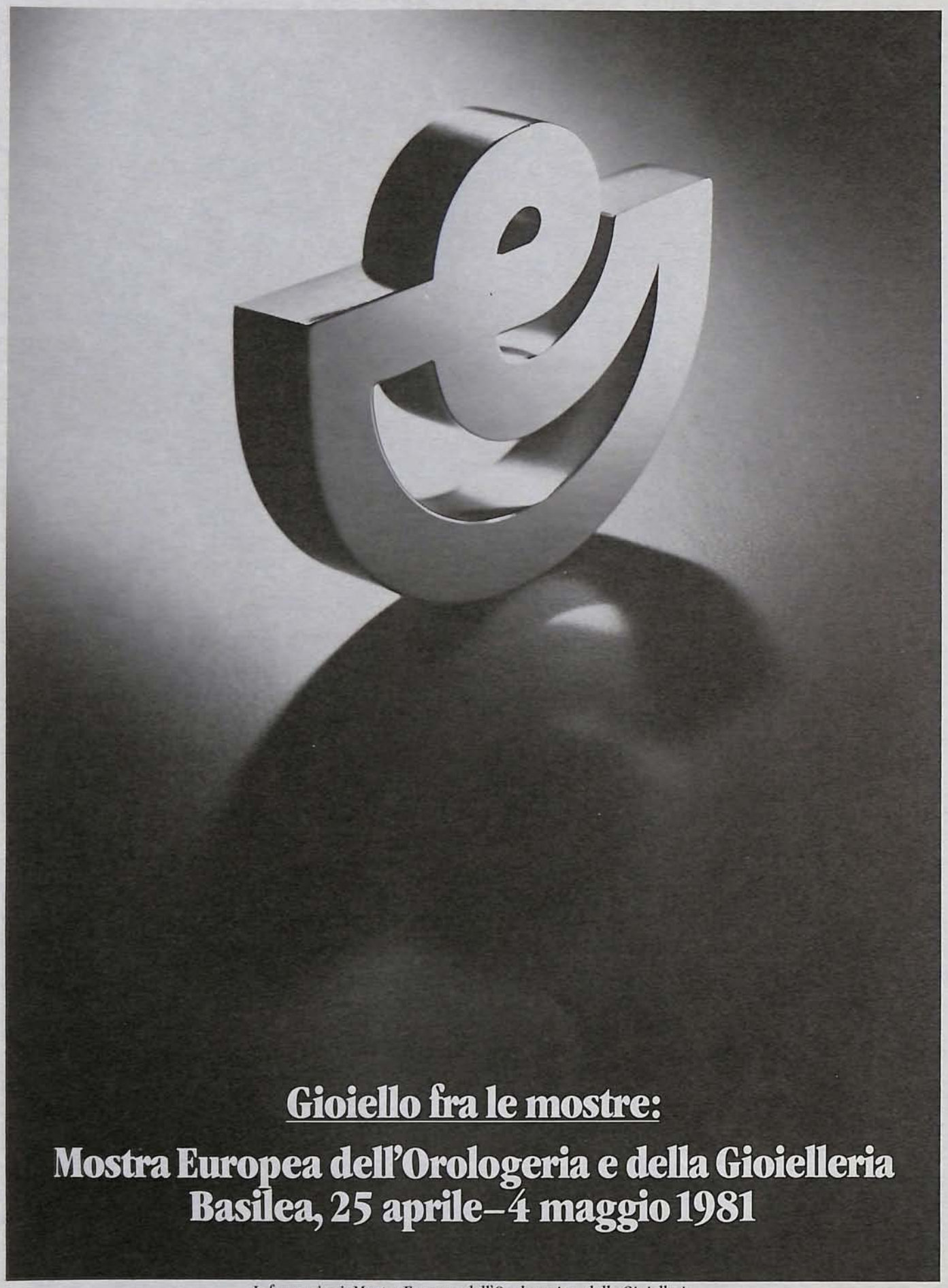
Viale Santuario, 50
tel. 91321
VALENZA PO

Zeppa Franco

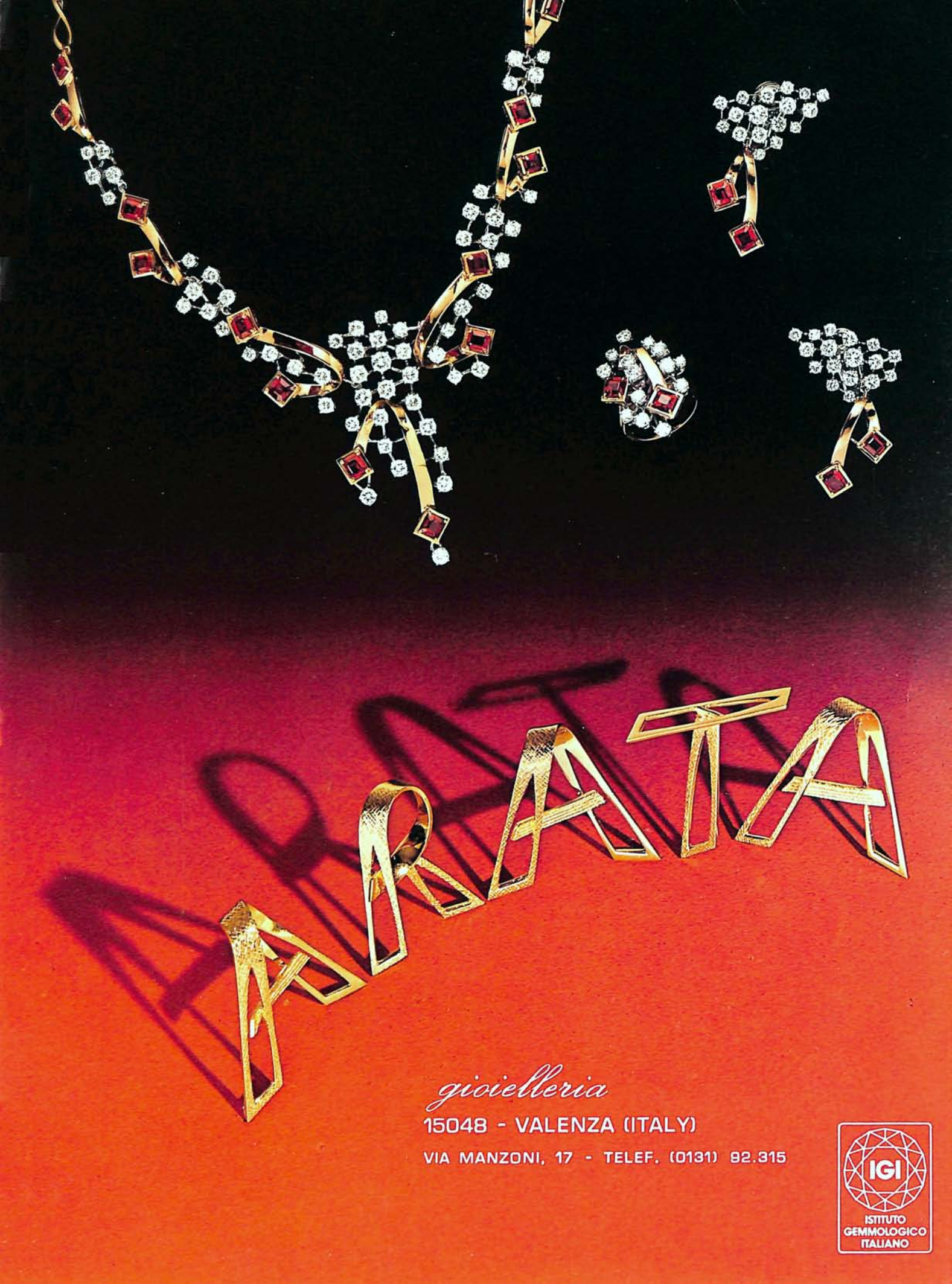
OREFICERIA GIOIELLERIA

Laboratorio e uffici:

Via XXIX Aprile, n. 36 Tel. (0131) 93477 VALENZA



Informazioni: Mostra Europea dell'Orologeria e della Gioielleria
Casella postale, CH-4021 Basilea/Svizzera


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

Ad Service

Se la prima cosa che chiedete di un gioiello è il costo per favore non fatevi mostrare i gioielli di Mario Fontana.

Gioielli di Mario Fontana s.r.l. - Via Fabio Filzi, 27 Milano Tel. 02/639056