

AON notizie

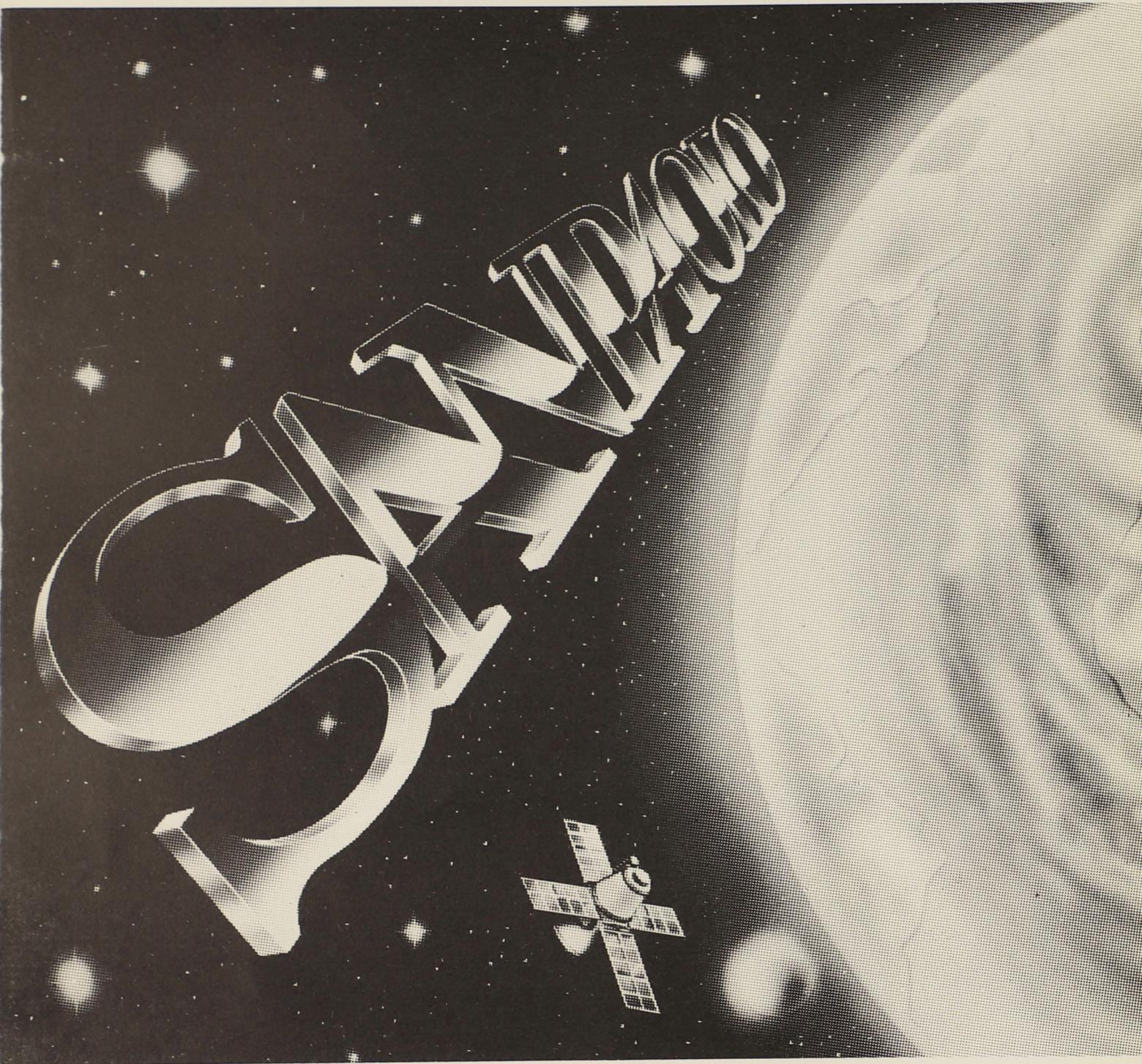
Febbraio 1988 - N. 2 - Anno II

Sped. abb. gruppo III 70%

Pubblicazione mensile riservata alle Aziende associate
Spedizione in abbonamento postale gruppo III/70%
Reg. al Tribunale di Alessandria n. 350 del 18.12.1986

Associazione Orafa Valenzana

UNA BANCA ITALIANA NEL MONDO



Il Sanpaolo.

Una Banca in continua evoluzione che offre servizi efficaci e moderni, in risposta ad ogni esigenza economica e finanziaria.

Il Sanpaolo.

È oltre 400 punti operativi in Italia e filiali estere ad Amsterdam, Francoforte, Londra, Los Angeles, Monaco, New York, Parigi e Singapore; Rappresentanze a Bruxelles e Zurigo; Banche estere consociate: Sanpaolo Bank (Austria) A.G., Vienna; First Los Angeles Bank - Los Angeles; Sanpaolo

Bank (Bahamas) Ltd., Nassau; Sanpaolo-Lariano Bank S.A., Lussemburgo.

Il Sanpaolo.

È 3.391 miliardi di fondi patrimoniali e fondi rischi e 42.736 miliardi di raccolta fiduciaria.

Il Sanpaolo.

È anche: consulenza, gestione fondi comuni di investimento, analisi e ricerche di mercato, banca dati, leasing, factoring, per operatori nazionali ed esteri.

SANPAOLO
ISTITUTO BANCARIO
SAN PAOLO DI TORINO

In Italia e all'estero

Filiale di: Valenza - Corso Garibaldi, 111/113 - Tel. (0131) 953621 - Telex 210569 ISPAOL I

AOV notizie

sommario

VITA ASSOCIATIVA

- 1 ACCORDO TRA AOV, CENTRO AFFARI DI AREZZO ED ENTE FIERA DI VICENZA
- 2 IL SENATORE LUCIANO LAMA ALL'ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA
- 3 L'AMBASCIATORE SOVIETICO IN VISITA A VALENZA
- 4 GRUPPO GIOVANI

STOCCAGGIO E RACCOLTA DEI RIFIUTI TOSSICO-NOCIVI

MOSTRE

- 1 VICENZA ORO 1
- 2 STAND PROMOZIONALE DELL'AOV A BASILEA:
14-21 APRILE 1988

ECONOMIA E STATISTICA

- 1 ANDAMENTO ECONOMICO DELLA PROVINCIA DI ALESSANDRIA PER IL 1986
- 2 CRESCE IL CONSUMO DI OREFICERIA MA L'EXPORT RESTA A GUARDARE...

VALENZA GIOIELLI, MOSTRA DI PRIMAVERA 12/16 MARZO 1988

AOV NOTIZIE

edito dalla Associazione Orafa Valenzana
Pubblicazione mensile riservata alle Aziende associate
Registrazione del Tribunale di Alessandria n. 350 del 18.12.1986
Pubblicità inferiore al 70%
Spedizione in abbonamento postale gruppo III
Direttore Responsabile: Stefano Verità
Redazione e Segreteria: Valenza, Piazza Don Minzoni, 1 - tel. 91851
Stampa: Tipolitografia Battezzati, Valenza, Viale della Repubblica, 27/B - tel. 91567

IMPORTANTE: LEGGERE! "VALENZA A CONFRONTO: IL MARKETING E LE PROBLEMATICHE ORGANIZZATIVO-FINANZIARIE DELL'AZIENDA ORAFA"

CHE COSA È, CHE COSA FA L'I.C.E.

IL MERCATO INGLESE

INFORMAZIONI VARIE

- 1 PIEMONTE, REGIONE EUROPEA D'AVANGUARDIA
- 2 DUE CONCORSI NAZIONALI DA VITTORIO VENETO
- 3 WORLD GOLD COUNCIL
- 4 RESPONSABILITÀ PER DANNO DA PRODOTTI DIFETTOSI
- 5 INIZIATIVA DELLA LEGA ITALIANA CONTRO I TUMORI
- 6 CERTIFICATI IGI PER CORRIERE
- 7 PROGETTO CELLINI

SEGNALAZIONI

PROPOSTE

1 ACCORDO TRA AOV, CENTRO AFFARI DI AREZZO ED ENTE FIERA DI VICENZA

Martedì 2 febbraio si sono riuniti a Bologna i rappresentanti dei tre centri produttivi orafi, protagonisti della recente firma del protocollo d'intesa il cui contenuto abbiamo riportato per esteso nel precedente numero.

Il Presidente dell'Ente Fiera di Vicenza ha riferito sul colloquio con il Presidente dell'Associazione Orafa Lombarda avvenuto a Vicenza il 17 gennaio, scambio di idee preparatorio all'incontro con il Segretario Generale della Fiera di Milano fissato per l'8 febbraio.

In questa ultima riunione a carattere informale, l'Avv. Dal Maso ha avuto l'opportunità di ribadire le motivazioni che hanno indotto i rappresentanti di Arezzo, Valenza e Vicenza a procedere verso una stretta collaborazione, sottolineando l'ampia disponibilità del "gruppo" a discutere e chiarire con le altre realtà operanti nel settore orafo le numerose problematiche da risolvere, con particolare riguardo a quelle "fieristiche". Anche l'Avv. Colombo si è detto disponibile ad affrontare apertamente tali problemi in un incontro collegiale ed ufficiale da fissare entro i prossimi due mesi.

Fra le azioni che l'INTESA avrebbe in animo di realizzare, sono state prese in esame le seguenti:

- a - presentazione degli obiettivi dell'**Intesa** alla realtà territoriale di ogni singolo centro, effettuata dai tre Presidenti congiuntamente, con il seguente calendario:
 - a Vicenza il 21 marzo
 - ad Arezzo il 23 marzo
 - a Valenza il 25 marzo
- b - presentazione dell'**Intesa** alla Fiera di Basilea nella forma che nel frattempo si sta concordando con i

VITA ASSOCIAITIVA

responsabili dell'Ente svizzero

- c - presentazione del calendario fieristico dei tre enti dell'**Intesa** al mondo orafo statunitense, con una manifestazione di alto prestigio nei locali della J.A. di New York durante l'edizione del prossimo luglio. Accordi in tal senso sono stati già presi con Mr. Ebelsoon.

L'ultimo punto toccato nella riunione, riguarda lo studio da effettuare per verificare la forma giuridica in cui configurare l'**Intesa** in funzione della necessità di un formale allineamento giuridico per poter risolvere problemi fiscali da un lato e di assegnazione di possibili e probabili contributi da parte di enti statali per attivare azioni di promozione, in specie all'estero.

2 IL SENATORE LUCIANO LAMA ALL'ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA

Il Senatore Lama, invitato dal Partito Comunista di Valenza per la commemorazione del Sindacalista Di Vittorio svoltasi presso il Teatro sociale, si è recato nel pomeriggio di martedì 19 gennaio in AOV per un interessante incontro con il Direttivo dell'associazione.



Il Senatore Luciano Lama accolto dal Direttivo dell'AOV.

Il Vice-Presidente del Senato ha poi visitato la Mostra Permanente di Oreficeria ed ha mostrato molto interesse per la produzione orafa artigianale valenzana.

3 L'AMBASCIATORE SOVIETICO IN VISITA A VALENZA

La cronaca associativa ha fatto registrare per sabato 30 gennaio u.s. l'importante visita dell'Ambasciatore Sovietico a Roma, Lunkov, accompagnato dalla gentile consorte.



L'Ambasciatore Lunkov e signora durante la visita alla Mostra Permanente di Oreficeria insieme al Dr. Castellani, il Signor Ferraris ed il Signor Canepari.

Su invito del Presidente della Camera di Commercio di Alessandria, Ing. Castellani, l'ambasciatore si è recato nel capoluogo di provincia piemontese ed ha poi incontrato la realtà artigianale di Valenza attraverso le numerose vetrine della Mostra Permanente di Oreficeria.

All'incontro erano presenti, oltre alle autorità sovietiche ed il Presidente Castellani, il Vice-Presidente ed il Direttore dell'Export Orafi M.P.O. Sig. Ferraris e Sig. Conca, il Vice-Presidente ed il Direttore dell'AOV Sig. Canepari e Dr. Diarena.

Gli ospiti hanno apprezzato la prestigiosa rassegna ed hanno sostato presso molte vetrine per ammirare i pezzi messi a disposizione dai Soci, che a questo proposito vorremmo ringraziare per l'allestimento di sicuro effetto che avevano predisposto per l'occasione.

Nel corso dei colloqui seguiti alla visita, si sono poi approfonditi svariati punti di contatto tra le diverse realtà artigiane e si è auspicata una esposizione della Mostra Permanente a Mosca per il prossimo anno.

Un cordiale anche se frettoloso incontro questo con l'ambasciatore Lunkov che ha saputo generare grande soddisfazione per i consensi espressi e le valutazioni fatte.

4 GRUPPO GIOVANI

Il Gruppo Giovani Operatori Valenzani, nato alcuni mesi orsono nell'ambito della Associazione Orafa Valenzana, ha portato avanti numerosi contatti finalizzati alla realizzazione di iniziative che possono concretamente svilupparsi coinvolgendo i giovani che operano nel settore orafo e dando loro nuovi e validi strumenti per affrontare la politica aziendale.

Sintetizzando, gli obiettivi di prossima realizzazione sono i seguenti: cicli di conferenze sul

mercato orafo (distribuzione, punti vendita, punti di vista del dettagliante e del grossista, ecc.), incontri con esperti in campo gemmologico, incontri con personalità del mondo economico (Istituti bancari) e in ultimo, ma solo in ordine di enunciazione, corsi di marketing operativo e strategico.

L'impegno del Comitato in carica (Bonzano Giovanni, Api Daniele, Pasino Enrico, Lunati Giovanni Luca, Benzi Riccardo, Deambrogio Paola, Massa Massimiliano, Cerutti Gianluigi e Bosco Fabio come addetto stampa) si concretizzerà al più presto nella realizzazione delle sopracitate iniziative, avvalorato dal consenso del Consiglio di Amministrazione.

Il Gruppo Giovani Operatori, conta al momento 50 iscritti, anche se potenzialmente il numero è sicuramente maggiore. Alcuni degli aderenti, sia facenti parte del Comitato Direttivo che non, hanno esternato la loro disponibilità a candidarsi in occasione del rinnovo del Consiglio di Amministrazione dell'AOV che si svolgerà entro breve tempo.

I nominativi dei candidati sono i seguenti:

API Daniele

(Api F.lli)

BARZIZZA Mauro

(Barzizza Capra Ponzone)

BENZI Riccardo

(Benzi Pietre Preziose)

BONZANO Giovanni

(Bonzano di Lenti M.)

PASINO Enrico

(Stargold)

CASORATI Flavio

(Casorati Luciano)

FERRARIS Maurizio

(Diaminor)

FUREGATO Graziano

(Furegato F.lli)

COVA Massimo

(Magiulè)

MAZZA Massimiliano

(Mazza Piero & Figlio)

AMISANO Giampaolo

(Italgold)

La speranza è che il gruppo possa contare al più presto su un numero ben superiore di persone, pertanto invitiamo coloro che ritengono di essere interessati a contattare gli uffici della Associazione lasciando il loro recapito e numero telefonico.

□ STOCCAGGIO E RACCOLTA DEI RIFIUTI TOSSICO-NOCIVI

* Il servizio in oggetto, per il quale la Municipalizzata ha completato un interessante studio tecnico pubblicato sul notiziario di gennaio, ha raccolto numerosi consensi da parte di tutte le associazioni e gli enti di categoria che si sono inoltre espressi su vari punti al fine di rendere il servizio più idoneo alla nostra realtà produttiva.

Per il costo a carico dell'azienda, per esempio, stabilito, nella proposta, per 2.360 lire/kg sarebbe a nostro giudizio più appropriato giungere ad un costo "per prelievo", definito in prima approssimazione e da aggiornare susse-

guentemente in ragione della esperienza maturata.

Sarebbe opportuno a tale proposito una riscossione anticipata del prezzo del servizio con un conguaglio a fine anno; tale impostazione ridurrebbe un'eventuale possibile evasione e conferirebbe senza dubbio al servizio credibilità ed affidabilità.

* Al fine di fare chiarezza sul comportamento da osservare da parte delle ditte, stralciamo dalla delibera emessa dall'Amministrazione Provinciale di Alessandria alcune norme alle quali attenersi compiutamente:

a) autorizzazione per 2 anni allo stoccaggio provvisorio in azienda di fanghi e/o liquami tossici e nocivi prodotti dalle lavorazioni effettuate nei propri insediamenti, nel rispetto delle prescrizioni deliberate;

b) lo stoccaggio provvisorio è ammesso in funzione del previsto smaltimento dei rifiuti tossici e nocivi attraverso conferimento a ditte ed impianti autorizzati ai sensi del D.P.R. n. 915/82;

c) i rifiuti tossici e nocivi dovranno essere contenuti in recipienti mobili, in possesso di adeguati requisiti di resistenza in relazione alle proprietà chimico-fisiche ed alle caratteristiche di pericolosità dei rifiuti contenuti;

- d) i recipienti utilizzati per lo stoccaggio provvisorio non devono superare la capacità massima di litri 100;
- e) i rifiuti incompatibili, suscettibili cioè di reagire pericolosamente fra di loro, dando luogo alla formazione di prodotti esplosivi, infiammabili e/o tossici, ovvero allo sviluppo di notevoli quantità di calore, devono essere stoccati in modo che non possano venire a contatto tra di loro, e, più precisamente: acido solforico da imbianchimento e decapaggio, nitrico da "canna", sali da brillantatura, solventi, trielina ecc. dovranno essere raccolti in recipienti diversi, avendo cura di dividere acidi e solventi secondo il seguente esempio:
- 1 - solforico e decapaggio
 - 2 - acido nitrico
 - se diluiti è possibile stoccarli in un recipiente unico
 - 3 - trielina - solventi vari - acetone
 - 4 - residuo liquido di sali per la brillantatura.
- f) i recipienti devono essere provvisti di idonee chiusure per impedire la fuoriuscita del contenuto, di accessori e dispositivi atti ad effettuare in condizioni di sicurezza le operazioni di riempimento e svuotamento, di mezzi di presa per rendere sicure ed agevoli le operazioni di movimentazione;
- g) allo scopo di rendere nota, durante lo stoccaggio provvisorio, la natura e la pericolosità dei rifiuti, i recipienti devono essere opportunamente contrassegnati con etichette o targhe, apposte sui recipienti stessi o collocate nelle aree di stoccaggio, detti contrassegni devono essere ben visibili per dimensione e collocazione;
- h) i recipienti che hanno contenuto i rifiuti tossici e nocivi, e non destinati ad essere reimpiegati per gli stessi tipi di rifiuti, devono essere sottoposti a trattamenti di bonifica appropriati alle nuove utiliz-
- zazioni;
- i) le aziende devono comunicare alla Provincia di Alessandria eventuali modifiche alla propria attività o eventuali cambiamenti di denominazione o ragione sociale, salvo l'obbligo di richiedere nuova autorizzazione ove necessario;
- l) le comunicazioni che le aziende devono trasmettere ai sensi della citata autorizzazione devono essere inviate mediante lettera raccomandata a.r.;
- m) l'Autorizzazione è rilasciata ai sensi delle LL.RR. n. 18/86 e n. 31/79, pertanto sono fatte salve tutte le ulteriori autorizzazioni prescritte dalle vigenti leggi ed ha validità **sino al 31/12/88**;
- n) le aziende devono richiedere nuova autorizzazione 3 mesi prima della scadenza del presente provvedimento;
- o) dovrà essere inoltre garantita la conformità a tutte le prescrizioni contenute nel regolamento di autorizzazione del D.P.R. n. 915/82 emanato da parte dello Stato ai sensi dell'art. 4 del D.P.R. n. 915/82 e pubblicato sul supplemento ordinario alla Gazzetta Ufficiale n. 253 del 13/09/84.
- * Il registro di carico e scarico della Amministrazione Provinciale di Alessandria è ormai in mano delle ditte che lo hanno richiesto. Dalla autorizzazione deliberata dalla Giunta Provinciale stralciamo alcuni punti interessanti:
- a) presso la sede delle aziende deve essere tenuto un apposito registro di carico e scarico, con fogli numerati e bollati dall'Ufficio del Registro, sul quale devono essere annotati:
- 1 - la quantità stoccati ogni 20 litri di rifiuti prodotti, e comunque trimestralmente, con l'indicazione delle caratteristiche chimico-fisiche;
 - 2 - nome o ragione sociale, indirizzo e codice fiscale della ditta autorizzata al trasporto ed estremi dell'autorizzazione, volume o peso dei rifiuti trasportati e scaricati;
 - 3 - nome o ragione sociale, indirizzo e codice fiscale del destinatario e il luogo di destinazione;
- b) il registro deve essere conservato presso l'azienda per almeno 5 anni dalla data dell'ultima registrazione effettuata; in caso di cessazione dell'attività i registri devono essere consegnati all'Autorità che ha rilasciato l'autorizzazione;
- c) le aziende devono comunicare con preavviso di 30 giorni alla Provincia di Alessandria la cessazione della propria attività.
- Ricordiamo per maggiore chiarezza alle ditte che delle due parti di cui è composto il registro, a tutt'oggi si dovrà compilare solo la prima e cioè quella per lo stoccaggio in quanto il trasporto è ancora in fase di definizione da parte della Municipalizzata ed annotiamo:
- 1 - l'identificazione della ditta dovrà essere completa ed alla voce "luogo di produzione o detenzione" si dovrà trascrivere la sede della fabbrica o della ditta a secondo dei casi;
 - 2 - la quantità dovrà essere sempre specificata ad ogni registrazione anche se non sarà possibile darne una stima esatta ma solo approssimativa;
 - 3 - la multa per la mancata istituzione del registro è fissata in Lit. 200.000.
- Si sottolinea infine che per qualsiasi voce esiste la nota corrispondente e l'istruzione per completarla nel migliore dei modi.

MOSTRE

1 VICENZAORO 1

La cinquantreesima edizione della fiera Vicentina di gennaio ha fatto registrare un vero record di presenze. I circa 15.000 visitatori - questo è il dato divulgato dall'Ente Fiera - che si sono alternati negli 8 giorni di mostra hanno così inaugurato con una nota di ottimismo il calendario fieristico 1988. Al di là del mero dato statistico vanno comunque lette tra le "tessere distribuite" le tendenze principali del mercato che pare si sia orientato per quanto concerne i buyers americani verso scelte abbastanza prudenti anche se incoraggianti.

2 STAND PROMOZIONALE DELL'AOV A BASEA: 14-21 APRILE 1988

L'iniziativa inaugurata nell'edizione 1987 della Fiera di Basilea viene ripetuta anche per questo 1988

La prestigiosa Mostra Europea di Orologeria e Gioielleria rappresenta infatti oggi più che mai una grossa opportunità a livello internazionale per le numerose aziende orafe che vi partecipano. L'esperimento avviato l'anno scorso di realizzare un ulteriore spazio espositivo a favore delle ditte socie verrà così riproposto ed arricchito di tutti quegli accorgimenti resi possibili grazie all'esperienza maturata.

Secondo il breve questionario distribuito alle 60 ditte che avevano partecipato all'iniziativa, è stato largamente appurato che per la maggior parte di queste, l'esposizione è da ritenersi positiva e la posizione scelta da con-

siderarsi valida visto l'elevato flusso di operatori che transitano nella zona. Apprezzamento è stato inoltre espresso anche per l'uso di materiale promozionale di vario genere.

L'area espositiva presa in affitto dall'AOV sarà così come per l'anno passato nella Halle 224, ma con un numero superiore di vetrine dotate di propria illuminazione che permetteranno la curata disposizione degli oggetti delle diverse ditte in maniera razionale ed elegante. Il materiale espositivo è stato completamente rinnovato e garantirà una adeguata valorizzazione degli oggetti. Lo spazio sarà poi dotato di un apparecchio telefonico al fine di comunicare alle ditte espositrici la presenza di eventuali operatori interessati mentre il personale a disposizione, multilingue, sarà in grado di dare le necessarie informazioni sugli oggetti e sulle ditte.

Il video, con il filmato sul ciclo di produzione artigianale dei gioielli valenzani con commento in 3 lingue, offrirà l'opportunità al visitatore, oltre che di apprezzare il procedimento, anche di sostare al di fuori della frenetica attività dei corridoi in comode poltrone all'interno dell'area espositiva AOV.

Altra novità dell'edizione di quest'anno è l'inserimento dello stand della rivista nello spazio riservato all'esposizione collettiva e rappresenterà un ulteriore punto di forza per la nostra iniziativa.

A parziale copertura delle spese espositive le ditte partecipanti dovranno versare un contributo di Lit. 360.000.

L'adesione, per la quale pubblichiamo il modulo in fac-simile, dovrà pervenire presso i nostri

uffici entro il prossimo **28 marzo** insieme alle fotocopie degli oggetti ed al relativo prezzo di costo per la copertura assicurativa.

La consegna dei gioielli verrà effettuata come per l'anno scorso direttamente a Basilea presso l'area espositiva nel pomeriggio della vigilia, o, al limite, nella mattinata dell'apertura della mostra. Il ritiro avverrà invece nel pomeriggio dell'ultimo giorno dell'esposizione.

L'accurata scenografia predisposta per questa presenza promozionale collettiva e la distribuzione di depliant con nome e collocazione delle ditte espositrici, renderanno l'iniziativa un'occasione unica per le 100 ditte socie presenti a Basilea per sfruttare appieno un appuntamento commercialmente tanto importante.

Comunque gli ultimi dettagli organizzativi verranno comunicati entro pochi giorni. Inoltre, durante la prossima mostra di marzo, le ditte ivi presenti verranno contattate personalmente da nostri incaricati.

All'Associazione Orafa Valenzana

La Ditta

Partecipa all'esposizione collettiva della Mostra di Basilea (14-21 aprile 1989 con i seguenti oggetti:

timbro e firma

Valenza li.

Si segnala che dal 15 febbraio il numero di emergenza per i V.V.F.E. è il 115.



ECONOMIA E STATISTICA

1 ANDAMENTO ECONOMICO DELLA PROVINCIA DI ALESSANDRIA PER IL 1986

Riceviamo dalla Camera di Commercio di Alessandria la relazione sull'andamento economico della Provincia per il 1986.

L'analisi del settore dell'oreficeria e della gioielleria riporta una flessione della produzione di quasi il 14% rispetto al 1985, andamento ancora più accentuato per l'esportazione la cui diminuzione è stata valutata intorno al 20%.

Secondo il rapporto, la congiuntura negativa è stata causata da una serie di fattori: l'estrema instabilità delle valute che ha portato alla eccessiva prudenza dei "buyers"; la diminuzione del prezzo del petrolio che ha penalizzato il mercato arabo; l'indebolimento del dollaro ed infine la pressante concorrenza dei paesi dell'Estremo Oriente avvantaggiati dal basso costo della manodopera e dalle numerose azioni di sostegno dei propri governi.

A ciò si aggiungono le difficoltà tipiche della configurazione delle aziende del comparto orafo provinciale caratterizzate da "ridotti investimenti in capitale fisso, pochi addetti, alta intensità di lavoro ed elevato valore aggiunto".

Questa struttura piuttosto rigida può portare a difficoltà gestionali e finanziarie dell'azienda, costi di manodopera eccessivi, elevati

oneri fiscali ed amministrativi che necessariamente conducono a costi di commercializzazione troppo alti.

Ai fattori "provinciali" fanno poi eco difetti a livello nazionale quali il monopolio di stato sull'oro che penalizza le aziende operanti nel settore e determina un aggravio di oneri, le carenze istituzionali ed infine le eccessive formalità doganali.

Secondo lo studio della Camera di Commercio dal quale abbiamo stralciato alcuni passi, l'esperimento commerciale tentato nel 1986 di applicare piccole pietre semipreziose per creare oggetti in oro più economici, non ha avuto il successo sperato e la tendenza del mercato ha invece confermato il gusto per l'oggetto completamente d'oro o in platino ed oro abbinati alle classiche pietre preziose quali il diamante, al primo posto nelle preferenze del mercato, seguito dallo smeraldo, dal rubino e dallo zaffiro; mentre

sono state riportate nuovamente alla ribalta le perle coltivate.

Per quantificare quanto esposto, riportiamo i dati relativi al settore estratti dalle tabelle generali della relazione.

La voce sulle variazioni nel corso del 1986 dà una consistenza numerica al 31/12/85 di **1.620 ditte** con l'aggiunta di **116 iscrizioni** nel corso dell'anno successivo e **156 cancellazioni** hanno portato ad una consistenza numerica di **1580 ditte**.

Per quanto riguarda la graduatoria delle esportazioni della Provincia, gli oggetti di oreficeria (perle, pietre e metalli preziosi) sono al secondo posto con 83 miliardi pari al 19%, subito dopo i macchinari. Quasi tutte le prime voci dell'export provinciale riflettono tuttavia una diminuzione rispetto al 1985.

Riportiamo a tale proposito la tabella con i valori assoluti in migliaia di lire:

PER L'IMPORTAZIONE	Gen.-Giu. 1985	Gen.-Giu. 1986	composizione % 1986	variazione % 1986/85
perle, pietre preziose, metalli	32.279.393	32.069.961	14,4	- 0,65

PER L'ESPORTAZIONE	Gen.-Giu. 1985	Gen.-Giu. 1986	composizione % 1986	variazione % 1986/85
perle, pietre preziose, metalli	96.639.335	83.142.089	19,0	- 12,97

2 CRESCE IL CONSUMO DI OREFICERIA MA L'EXPORT RESTA A GUARDARE...

I dati relativi ai primi 8 mesi dell'87 elaborati dal Club degli Orafi Italia hanno evidenziato un aumento del consumo di oreficeria del 16,30% rispetto allo stesso periodo del 1986.

Tale risultato appare ancora più incoraggiante perché dal periodo considerato sono esclusi gli ultimi 4 mesi dell'anno, tenden-

zialmente molto attivi a causa del Natale.

Altro dato interessante dell'indagine Nielsen, fatta per conto del Club degli Orafi sui due quadrimestri del 1987, è una sorta di "Hit Parade" del gioiello italiano che vede gli anelli al primo posto con il 28%

degli acquisti seguiti dagli orecchini e dai bracciali rispettivamente al secondo ed al terzo posto con una percentuale del 19 e del 18%.

Da un articolo recentemente apparso sul quotidiano finanziario "Il Sole-24 Ore", si può tracciare inoltre un interessante

identikit dell'acquirente e del destinatario tipo degli articoli di gioielleria. Strano a dirsi, ma il 55% del totale degli acquisti fatti nel 1986 erano destinati a bambini da 0 a 14 anni, tendenza questa che sembra aumentare secondo i dati sui primi mesi dell'87.

Protagonisti dell'incremento del numero dei pezzi nel mercato nazionale, sono però gli uomini che ricevono sempre più spesso articoli di gioielleria; pur rappresentando solo un decimo del totale, fermacravatte, gemelli, bracciali e spillini da giacca, hanno avuto un deciso rialzo del 20% mentre i regali fatti al gentil sesso sono aumentati nei primi mesi dello scorso anno solo del 10%.

Altra tendenza evidenziata dall'indagine è poi quella che vede l'88% degli oggetti preziosi regalati e solo il 12% indossati da chi li acquista.

La geografia commerciale dei gioielli, pur confermando la tradizionale supremazia del Sud, tende ad una più conforme distribuzione delle vendite.

Per quanto riguarda i dati sull'importazione di oro grezzo, sempre nei primi 8 mesi del 1987, si registra una flessione dell'11%. Delle 142,5 tonnellate di oro importato, solo 47,2 erano destinate all'esportazione come prodotto finito il che evidenzia un calo del 25% rispetto al precedente anno.

La flessione dell'importazione in generale e dell'esportazione in particolare, potrebbe in questo caso essere dovuta all'aumento del 5% nel prezzo dell'oro grezzo rispetto allo stesso periodo del 1986.

Sempre nei primi due quadri-mestri del 1987, va inoltre valutato il calo registrato nelle esportazioni che vede gli Stati Uniti in posizione decisamente negativa con -23% rispetto all'anno precedente pur continuando ad essere il mercato privilegiato della nostra esporta-

zione di gioielleria.

Negativi anche gli scambi con l'Arabia Saudita ed il Kuwait calati rispettivamente del 15% e del 57%; mentre per l'Europa ed il Giappone si può parlare di incrementi leggeri nel primo caso, notevoli nel caso della Terra del Sol Levante.

Vale la pena, a questo punto, focalizzare l'attenzione sull'acquirente U.S.A.

L'Italia è da sempre il primo fornitore degli Stati Uniti per articoli in oro, ma, contrariamente al passato oggi deve lottare per difendere la propria posizione. Questa in sostanza la tendenza che va letta nelle iniziative dell'ICE che ha deciso di dirigere le proprie strategie di penetrazione dal "basso", coinvolgendo cioè il diretto consumatore.

Per le catene in oro sia fabbricate a mano che a macchina, il ruolo di primo piano dell'Italia è sostanzialmente minacciato da Israele, Perù, Colombia e Porto-rico.

Per la media ed alta gioielleria invece i nostri più diretti antagonisti sono Hong Kong e Thailandia che pur non "brillando" per fantasia e design, basano la propria strategia sull'ottimo taglio delle pietre e sui prezzi decisamente concorrenziali.

Dalle rilevazioni del Ministero del Commercio americano, le importazioni del mercato di gioielleria negli ultimi 10 anni sono aumentate del 250%, quantificato in 2 miliardi di dollari; di questi, il "made in Italy" occupava nel 1984 il 59% ed ha raggiunto nel 1985 il 64%.

Un tale successo del prodotto italiano sta però subendo la sfrenata concorrenza dei Paesi Asiatici.

I primi 4 mesi del 1987 per esempio hanno registrato una flessione di 3 punti; per contro, la Thailandia ha visto aumentare il proprio export verso gli U.S.A. del 168%.

Barettoni Gianfranco s.a.s.

di Barettoni Luca & C.



FORNITURE PER OREFICI



ASTUCCI - MESCOLATORE
SOTTO VUOTO S. LOUIS
PER RIVESTIMENTO -
CROGIOLI - PRODOTTI
PER IL SAGGIO DELL'ORO
PER COPPELLAZIONE -
GOMME PER STAMPI
AL SILICONE

15048 VALENZA PO
Via XXIX Aprile, 40/B
Tel. 0131/974037



VALENZA GIOIELLI, MOSTRA DI PRIMAVERA 12/16 MARZO 1988

PRO-MEMORIA

Allestimento:

Da lunedì 7 a giovedì 10 marzo con orario 8.30-12.30 e 14.00-19.00; venerdì 11 marzo, pulizie generali.

Smobilizzo:

Giovedì 17 e venerdì 18 marzo con orario 8.30-12.30 e 14.00-19.00 tenendo presente che a causa dei lavori di preparazione del Convegno, la hall verrà completamente chiusa e sarà di conseguenza non agibile.

Ritiro tessere di ingresso:

Da lunedì 29 febbraio sono a disposizione per i soci e gli espositori presso i nostri uffici previa richiesta scritta dei quantitativi e dei nominativi.

Ingresso dipendenti:

Nelle giornate di martedì 15 e mercoledì 16 marzo potranno entrare in mostra i dipendenti delle ditte espositrici previa richiesta scritta da parte delle ditte interessate del quantitativo di tessere necessario.

Prevenzione incendi:

Oltre alle regole da osservare per l'arredo (vedi notiziario 1/88) si ritiene opportuno predisporre adeguata ventilazione nel cassetto della vetrina.

Vetrine:

In ogni vetrina dovrà essere esposta la targhetta "ORO 750‰" che potrà essere ritirata presso i nostri uffici per coloro che non ne fossero in possesso.

Bilancia:

Ricordiamo che le bilance usate negli stand devono essere videnze dall'Ufficio Metrico Provinciale (e quindi non elettroniche).

SERVIZI IN MOSTRA

Telefono:

Al piano rialzato sono situate le cabine con telefoni a scatti metri presso i bar sono collocate cabine con telefoni a gettoni o a moneta. Ricordiamo che dalle ore 13.00 del giorno 11 marzo verrà attivato in mostra il centralino rispondente al 955511.

Telex e telefax:

presso l'ufficio stampa al piano rialzato.

Camera di Commercio:

Al piano rialzato funzionerà l'Ufficio dell'Ente Camerale per chiarimenti ed informazioni.

Dogana:

L'Ufficio Doganale di Alessandria sarà come sempre in mostra con un proprio stand al piano rialzato dove gli operatori potranno effettuare direttamente in loco lo sdoganamento degli oggetti.

Spedizionieri:

Ferrari Spedizioni e Mauro Spedizioni saranno al piano rialzato della mostra e garantiranno il servizio per tutti coloro che ne faranno richiesta.

Sportello bancario:

La Cassa di Risparmio di Ales-

sandria sarà presente con un proprio stand, e oltre a curare lo sportello, informerà quotidianamente sulle quotazioni delle valute e dell'oro.

Servizio fotografico:

A disposizione anche dei soci è stato affidato allo STUDIO TECLA.

Interpreti:

Presso l'ufficio informazioni saranno a disposizione interpreti di lingua francese, inglese e tedesca.

Sala stampa:

Coordinata dallo Studio AESSE in collaborazione con il personale AOV, l'ufficio per l'informazione stampa sarà come di consueto posizionato al piano rialzato e funzionerà quale punto di raccolta e smistamento del materiale fotografico per i giornalisti che interverranno alla mostra.

Fotocopiatrice a colori:

Sarà a disposizione degli espositori e verrà dislocata nel corridoio centrale a sinistra rispetto alla hall l'apparecchiatura per la realizzazione di foto a colori che saranno fatte gratuitamente fino ad un massimo di due esemplari e che comporteranno un costo di Lit. 4.000 per ogni foto successiva.

Servizio Bar Ristoro:

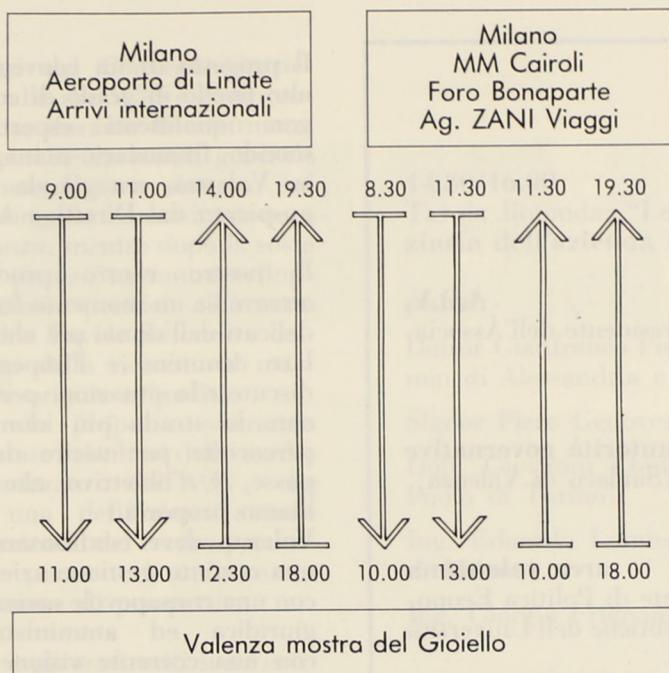
Ad est ed ad ovest della hall sono funzionanti i due bar, ed accanto al bar ovest sarà allestita una funzionale ed accogliente sala ristorante con personale che servirà piatti caldi e freddi.

Servizio sanitario:

Un locale adibito a pronto soccorso sarà allestito in mostra con la costante presenza di un medico.

Servizio Bus:

Ricordiamo il servizio di collegamento gratuito con Milano e l'aeroporto di Linate visualizzato nello specchietto seguente:



MANIFESTAZIONI IN MOSTRA

Grafica Computerizzata

Spettacolarità e funzionalità sono le caratteristiche della scenografia che verrà realizzata nella hall quale cornice alla presentazione del "disegno computerizzato".

La tecnologia più avanzata mette a disposizione degli orafi lo strumento per elaborare in innumerevoli varianti disegni di gioielli. Partendo da una idea,

un programma appositamente studiato realizza progetti di gioielli che appariranno su monitor, diffondendo immagini multicolori contemporaneamente su 10 video disposti sui due lati della struttura. Questa verrà realizzata con il concorso di alcuni sponsor per la cui collaborazione ringraziamo sentitamente.

Premio "Valenza Gioielli"

Tutto era predisposto perché l'assegnazione del trofeo avve-

nisse a favore dell'Ing. Carlo De Benedetti. Purtroppo, per le note vicissitudini belghe, il Presidente dell'Olivetti, non potrà essere presente alla cerimonia di consegna del premio: pertanto la sua candidatura subirà lo slittamento agli anni successivi. In questo anno 1988, il riconoscimento al personaggio che con la propria attività ha contribuito a rendere famoso e competitivo il "Made in Italy" all'estero, verrà assegnato ad altra personalità che in questo momento stiamo contattando.

* In mostra oltre al trofeo del Premio "Valenza Gioielli", verrà esposto lo spaccato della turbina Garrett della Ferrari F. 1987 dono della Casa di Maranello.

Il Signor Piero Lardi Ferrari insieme alla gentile consorte, saranno graditi ospiti in fiera.

* Per la cerimonia di inaugurazione della mostra, siamo in attesa della conferma riguardante la presenza di un personaggio politico che ricopre un'alta carica nella nostra Repubblica.

* Nell'ambito del progetto per una sistemazione definitiva dello **stand della nostra rivista** in mostra, si è proceduto alla localizzazione di questo nella hall a prosecuzione degli stand delle ditte di orologeria, sotto la scala che porta al piano rialzato e precisamente al posto della Gold Travel.

Il box dell'agenzia, invece, è stato spostato all'inizio del corridoio centrale, sulla sinistra.

PER I SOCI

Si ricorda ai Sigg. Soci che negli uffici AOV sono funzionanti ed a loro disposizione:

- Telex il cui numero è 225131 AOV I
- Telefax Infotec con 16 tonalità di grigio per la trasmissione anche di fotografie di gioielli con linea telefonica autonoma: 0131/946609
- Fotocopiatrice a colori per la stampa di fotografie di oggetti.

IMPORTANTE: LEGGERE!

“VALENZA A CONFRONTO:

MATTINA

9.30/10.00

Inizio lavori

10.00/10.20

Intervento del Signor Stefano Verità (Presidente dell'Associazione Orafa Valenzana)

10.20/10.35

autorità governative

Intervento dell'Ing. Cesare Baccigaluppi (Sindaco di Valenza)

10.35/11.15

area valenzana

Intervento del Prof. Carlo Magni (Docente di Politica Economica Regionale alla Facoltà di Scienze Politiche dell'Università di Pavia)

Intervento del Prof. Davide Molina (ricercatore CEDOC)

Intervento del Dottor Gianfranco Pittatore (Presidente della Cassa di Risparmio di Alessandria e Commercialista)

11.15/11.40

marketing

Intervento del Prof. Salvio Vicari (Prof. straordinario di Tecnica Industriale e Commerciale dell'Università di Brescia e docente di marketing dell'Università Bocconi)

11.40/12.10

comunicazione

Intervento del Dottor Attilio Consonni (Responsabile delle Relazioni Esterne della Coca Cola & C. e Presidente della Federazione Relazioni Pubbliche Italiana)

12.10/12.40

finanza

Intervento del Prof. Alberto Dessy (Docente di Economia dell'azienda Industriale dell'Università Bocconi)

12.40/14.00

Pranzo

Il progetto di un convegno ad alto livello in grado di coinvolgere qualificati esperti del mondo finanziario-manageriale su Valenza, era già da tempo auspicato dal Direttivo AOV.

Il nostro centro produttivo attraversa un momento fra i più delicati dell'ormai più che secolare cammino e l'impegno di discutere la situazione per ricercare la strada più idonea da percorrere per uscire dall'impasse, è l'obiettivo che dobbiamo proporci.

Valenza deve confrontarsi con una corretta gestione aziendale, con una consapevole conoscenza giuridica ed amministrativa, con una coerente visione degli intenti da perseguire. In sostanza, Valenza deve analizzare se stessa, confrontarsi con il mondo esterno e le sue esigenze, operare delle scelte precise che traccino le vie sulle quali incamminarsi verso il proprio futuro.

Una scelta questa che si impone da tempo, ma che oggi forse più che mai chiede una effettiva e pronta risposta. È al fine di dare alle centinaia di aziende orafe valenzane la consapevolezza di questo importante momento, che l'AOV porterà al Palazzo delle Esposizioni i numerosi professionisti che daranno vita **sabato 19 marzo** al confronto al quale Valenza avrebbe da anni dovuto rivolgersi.

il marketing e le problematiche organizzativo - finanziarie dell'azienda orafa"

I lavori del Convegno inizieranno alle ore 9.30 e comprenderanno, durante la mattinata, interventi a carattere generale sulla nostra area sistema, sul marketing, la comunicazione e la finanza; mentre dopo la sosta per il pranzo verranno sviluppati temi specifici all'interno delle due Tavole Rotonde e dell'analisi della ricerca sul marchio di origine e qualità.

A questo proposito verranno presentati i risultati dello studio sponsorizzato dall'AOV che darà una definizione attuale delle aziende del centro produttivo e permetterà un'accurata valutazione di prospettive.

I Soci e gli orafi tutti sono invitati a partecipare: ad ascoltare, ad esprimere i propri pareri, a chiedere precisazioni.

Insistiamo nello stimolarVi alla partecipazione - ad una partecipazione attiva e produttiva - dedicare qualche ora ai problemi delle proprie aziende è doveroso da parte Vostra ma anche utile ed indispensabile - Vi sollecitiamo, inoltre, a scollare di dosso la Vostra timidezza o ritrosia - sono in gioco i Vostri interessi, il Vostro futuro.

* * *

POMERIGGIO

14.30/16.00

Tavola Rotonda: "Le problematiche organizzativo-finanziarie dell'azienda orafa"

panel:

Dottor Gianfranco Pittatore (Presidente della Cassa di Risparmio di Alessandria e Commercialista)

Signor Piero Genovese (Assessore alla Regione Piemonte)

Dott. Giovanni Chidini (Vice Direttore Centrale Istituto S. Paolo di Torino)

Ing. Edoardo Lombardi (Direttore Generale della Fininvest di Milano)

Ing. Giorgio Frignani (Presidente della Finpiemonte)

moderatore:

Dottor Angelo Pergolini (Redattore Finanza di Panorama - A.M.E.)

16.00/16.30

Analisi della ricerca di mercato sul marchio di origine e qualità

16.30/17.30

Tavola Rotonda: "Il marketing e la comunicazione per l'azienda orafa"

panel:

Dottor Milo Goj (Responsabile della testata "Marketing-Espansione - A.M.E.)

Dottor Roberto Zangrandi (Redattore Capo de "Il Mondo" - R.C.S.)

Dottor Enrico Robbiati (Direttore di "Media Forum" Enrico Robbiati Editore)

moderatore:

Dottor Luciano Rispoli (Giornalista televisivo RAI 2)

A VALENZA



in viale Ludovico Ariosto, 6/8
(tel. 0131-946464/946472)
si è aperta una nostra nuova agenzia.

Presso il nuovo sportello è a disposizione della clientela
un apposito Ufficio speciale borsa (tel. 0131-946461)
dove è possibile svolgere qualsiasi operazione
in titoli italiani ed esteri.

BANCA COMMERCIALE ITALIANA
"sempre un servizio in più"



CHE COSA È, CHE COSA FA L'I.C.E.

L'Istituto Nazionale per il Commercio Estero (60 anni di attività, 38 uffici in Italia, 79 all'estero, circa 2.000 dipendenti) opera, nel quadro delle direttive del Ministero del Commercio Estero, per incentivare e favorire l'export delle imprese: soprattutto di quelle piccole e medie.

L'Istituto è in grado di corrispondere ad una diversificata domanda di servizi, grazie alla sua esperienza e professionalità, al suo adeguamento costante all'evoluzione del commercio mondiale.

L'attività è articolata in 4 comparti: INFORMAZIONE (per orientare), ASSISTENZA (per agevolare), PROMOZIONE (per vendere), FORMAZIONE (per operare).

INFORMAZIONE

Senza informazioni precise, tempestive, complete è impossibile operare sui mercati. È indispensabile tra l'altro, conoscere la domanda dei prodotti nazionali e l'offerta dei paesi concorrenti, i potenziali acquirenti, le normative doganali, valutarie e tecniche, le gare internazionali e gli appalti, i finanziamenti di organismi internazionali.

L'ICE è in grado di dare una risposta a questi quesiti, avvalendosi del Sistema Informativo Estero (SICE) e delle sue pubblicazioni realizzate con l'apporto determinante degli Uffici all'estero.

Tali notizie sono disponibili presso la Sede di Roma - Settore infomazioni -

ASSISTENZA

Per superare le tante e note difficoltà che si incontrano sui mercati esteri occorre anche poter disporre sul posto di strutture adeguate per individuare e intrattenere le controparti, esporre ed illustrare i prodotti. Non basta. È necessario trovare il modo migliore per dirimere eventuali vertenze, per ottenere informazioni riservate su proba-

bili acquirenti.

L'ICE, con i suoi Uffici in Italia ed all'estero, offre la possibilità di avere una ampia assistenza. Un'azienda all'estero non è mai sola, o meglio non lo è con l'ICE.

PROMOZIONE

I prodotti non si vendono da soli. È indispensabile farli conoscere in tutti i modi possibili.

Da qui l'esigenza di partecipare a manifestazioni fieristiche generali e settoriali, realizzare mostre autonome, organizzare missioni all'estero, ospitare in Italia importatori nonché giornalisti qualificati per sensibilizzare la pubblica opinione.

L'ICE, con i suoi uffici in Italia ed all'estero, è in grado di indirizzare, agevolare e coordinare le imprese in ogni tipo di attività promozionale.

Per vendere meglio, per vendere di più, per vendere con i migliori risultati e con continuità.

Informazioni sull'attività promozionale possono ottersi rivolgendosi alla Sede di Roma - Ufficio Pianificazione Sviluppo -

FORMAZIONE

Uno degli aspetti negativi dell'export italiano è la scarsa continuità operativa e quindi la insufficiente internazionalizzazione dell'economia del Paese.

In genere ciò è dovuto alla mancanza di idonee strutture commerciali all'interno ed all'estero, mancanza da attribuirsi soprattutto alla difficoltà di reperire elementi preparati e capaci che ne costituiscano i quadri.

L'ICE, con i suoi corsi di formazione, realizzati anche in collaborazione con altri organismi pubblici e privati, prepara per le aziende professionisti in grado di rispondere a tutte le problematiche connesse con l'attività esportativa.

Informazioni sull'attività di formazione possono ottersi rivolgendosi alla Sede di Roma - Ufficio Formazione Esterina -

LA RISPOSTA DAGLI UFFICI ICE NEL MONDO

Gli Uffici ICE all'estero:

- danno informazioni sui mercati: di base per chi li affronta per la prima volta, più approfondite per chi già vi opera;
- forniscono assistenza: nominativi di operatori locali, di rappresentanti o agenti, segnalazioni di gare e appalti, sondaggi postali, incontri, presentazione e pubblicizzazione di prodotti;
- intervengono: per l'acquisizione di informazioni riservate su operatori locali attraverso agenzie specializzate, per la risoluzione di contestazioni o controversie commerciali, per indirizzare le aziende nella scelta di professionisti e consulenti locali.

I servizi alle imprese

L'utente per ciascuno dei servizi offerti dovrà attenersi alle modalità di richiesta stabilite.

Rivolgendosi per la prima volta ad un Ufficio ICE all'estero dovrà comunicare i seguenti dati per l'archivio utenti:

- anagrafe completa di indirizzo, telefono, telex
- numero meccanografico all'esportazione
- partita IVA e codice fiscale
- numero Camera di Commercio
- prodotto trattato.

I servizi sono prestati gratuitamente e a rimborso spese dei costi esterni sostenuti dall'ICE.

FIERE ALL'ESTERO

servizi offerti:

- elenchi selezionati delle manifestazioni di rilievo per specifici settori merceologici;

- per ogni manifestazione informazioni sulla tipologia, contenuto merceologico, termini di scadenza per la presentazione delle domande di partecipazione e ancora dati su: superficie, costo area, numero espositori e visitatori nazionali ed esteri (in precedenti edizioni), paesi esteri partecipanti, contingenti fieristici, allestimento, spedizioniere.

per richiederli:

per telefono, telex, lettera.
A tutti gli uffici ICE all'estero e, per le manifestazioni più importanti, all'Ufficio INF/COMM della Sede di Roma.

**NORMATIVE FISCALI,
DOGANALI, VALUTARIE E
TECNICHE**

servizi offerti:

- informazioni doganali: regime delle importazioni, documenti di accompagnamento merci, tariffa doganale;
- informazioni fiscali: imposte, tasse, ecc.;
- informazioni valutarie: regime valutario e cambi;
- informazioni finanziarie e creditizie;
- informazioni su regimi contrattuali: compravendita, contratto di agenzia, sistemi di pagamento, ecc.;
- informazioni sugli investimenti: disciplina, finanziamenti di organismi internazionali, accordi, trasferimento di tecnologie, costituzione di joint-ventures;
- informazioni tecniche: standards tecnici di settore, normative su imballaggi, trasporti, marchi e brevetti.

per richiederli:

per telex, lettera.
A tutti gli Uffici ICE all'estero e all'Ufficio INF/TECN della Sede

di Roma.

Normative di carattere generale del paese sono anche contenute nella "Scheda Paese" disponibile su richiesta presso l'Ufficio INF/COMM dell'ICE di Roma ed alcuni Uffici ICE in Italia.

INDAGINI DI MERCATO

servizi offerti:

- schede sintetiche ed indagini di mercato per prodotto o settore merceologico già disponibili, contenenti dati su: esportazione e importazione, normative valutarie, doganali, finanziarie, canali distributivi, domanda interna, promozione locale, concorrenza;
- indagini di mercato per prodotto effettuate su commissione anche mediante agenzie specializzate, con eventuale test del prodotto sul mercato; (tale servizio è a pagamento)
- traduzioni di indagini di mercato già esistenti in lingua (tale servizio è a pagamento).

per richiederli:

per telex, lettera.
A tutti gli uffici ICE all'estero. L'elenco delle schede disponibili è ottenibile presso la Sede di Roma, Ufficio RACC/INF ed alcuni Uffici ICE in Italia.
L'agenzia applica tariffe concordate con l'ICE.

OPERATORI LOCALI

servizi offerti:

- nominativi, completi di dati anagrafici, di operatori locali che richiedono merci e servizi italiani;
- nominativi, completi di dati anagrafici, di operatori locali potenzialmente interessati a prendere contatto con una controparte italiana per un dato prodotto o servizio;
- nominativi di operatori locali non selezionati su etichette

(ad es. dettaglianti non importatori) forniti da agenzie di informazioni (tale servizio è a pagamento).

per richiederli:

per telex, lettera.

A tutti gli Uffici ICE all'estero e, salvo quelli forniti su etichetta, alla Sede di Roma Ufficio INF/COMM e ad alcuni Uffici ICE in Italia.

Le richieste estere di merci e servizi italiani sono anche pubblicate nella rubrica Flash del quotidiano informazioni per il Commercio Estero.

**RICERCA DI
RAPPRESENTANTE**

servizi offerti:

pubblicizzazione del nominativo dell'operatore completo di indirizzo, telefono, telex e del prodotto offerto per il quale è ricercato il rappresentante, con inserzioni su:

- "Trade news" dell'Ufficio estero, ove esistente;
- pubblicazioni di associazioni o enti locali (tale servizio è a pagamento).

per richiederli:

per telex, lettera.

A tutti gli uffici ICE all'estero.

SONDAGGIO POSTALE

servizio offerto:

indagine presso gli operatori locali potenzialmente interessati al prodotto offerto. A conclusione del sondaggio, comunicazione dei nominativi degli operatori contattati, con l'indicazione di coloro che hanno risposto positivamente.

Informazioni sulla commercializzazione del prodotto ed altre eventuali osservazioni utili all'operatore italiano scaturite nel corso del sondaggio (tale servizio è a pagamento).

per richiederlo:

per telex, lettera, fornendo: dati anagrafici, eventuale presenza sul mercato e clienti, depliants illustrativi del prodotto offerto.
A tutti gli uffici ICE all'estero.

ORGANIZZAZIONE INCONTRI

servizi offerti:

- organizzazione telefonica di incontri con operatori locali direttamente segnalati dall'utente e di visite presso fiere e mostre locali;
- organizzazione di incontri con potenziali controparti selezionate dall'Ufficio, presso la propria sede o all'estero (in albergo o presso la ditta locale interessata), con eventuale utilizzo di interpreti (tale servizio è a pagamento).

per richiederli:

per telex, lettera, con 20 giorni di anticipo sulla data prevista di presenza ne Paese. Fornire la documentazione illustrativa del prodotto offerto.

A tutti gli uffici ICE all'estero.

PROMOZIONE DEL PRODOTTO

servizi offerti:

- presentazione del prodotto agli operatori selezionati dall'Ufficio (importatori, agenti, consumatori). Può tenersi presso l'Ufficio stesso in appositi locali: Centro Affari e sale attrezzate, o all'esterno (alberghi, ecc.).
Presso i Centri Affari (Uffici di Londra, Dusseldorf, New York, Tokyo, Parigi) possono essere organizzate anche tavole rotonde, conferenze stampa, degustazioni (tale servizio è a pagamento);
- pubblicità del prodotto tramite agenzie su riviste specia-

lizzate o altri media (tale servizio è a pagamento).

per richiederli:

per lettera, completa della documentazione necessaria (dati anagrafici e materiale illustrativo del prodotto), che deve pervenire almeno 90 giorni prima della presenza in loco dell'operatore.
A tutti gli Uffici ICE all'estero.

GARE E APPALTI

servizi offerti:

- acquisto per conto del richiedente ed invio del capitolato (tale servizio è a pagamento);
- assistenza in caso di presentazione delle offerte, limitata alla sola iscrizione della ditta offerente ed alla presentazione dell'offerta (ritiro dell'offerta, richiesta di proroga della data di scadenza per la presentazione di autentiche, presentazione dell'offerta per conto della ditta);
- segnalazione dei vincitori della gara, nei mercati ove possibile, per l'eventuale ottenimento di subfornitura.

per richiederli:

per telex, lettera.
A tutti gli Uffici ICE all'estero e alla Sede di Roma - Ufficio INF/COMM ove segnalato sul quotidiano informazioni per il Commercio estero.

INFORMAZIONI RISERVATE

servizio offerto:

informazioni sull'affidabilità dell'operatore locale segnalato, fornite tramite fonti locali specializzate, convenzionate con l'ICE (tale servizio è a pagamento).

per richiederlo:

per telex, lettera.

A tutti gli Uffici ICE all'estero.
All'ICE di Roma - Ufficio INF/COMM per alcuni dei paesi non coperti dagli Uffici ICE.

VERTENZE E RECUPERO CREDITI

servizio offerto:

composizione amichevole della controversia; qualora non realizzabile, segnalazione del professionista (avvocato, commercialista) per la risoluzione in via legale della vertenza.

CONSULENZA PROFESSIONISTI LOCALI

servizi offerti:

- nominativi selezionati di interpreti e traduttori convenzionati con l'ICE;
- nominativi di studi convenzionati con l'ICE, completi di servizi prestati e tariffe applicate, selezionati per specializzazione: avvocati, commercialisti, studi tecnici (ad es.: studi di ingegneria, società di certificazione);
- pareri forniti da professionisti richiesti dall'Ufficio ICE per conto dell'operatore (tale servizio è a pagamento).

L'ICE non assume alcuna responsabilità sull'esito delle prestazioni dei professionisti segnalati.

Le prestazioni vengono fornite in base a costi convenzionati ove possibile e consentito dalla legislazione locale.

per richiederli:

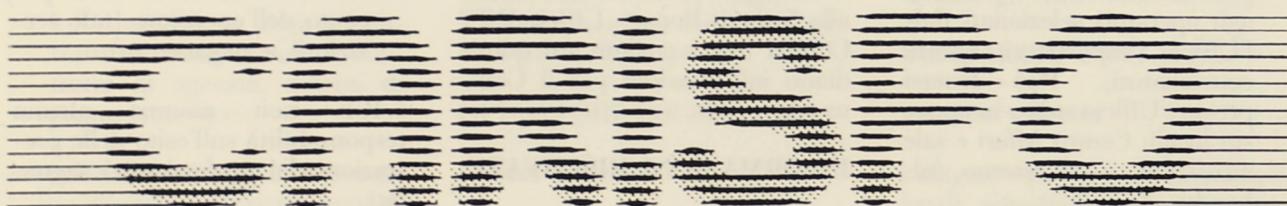
per telex e lettera. Anche per telefono in caso di segnalazione nominativi.

A tutti gli Uffici ICE all'estero.

L E A S I N G

CARISPOLEASING CARISPOLEASING CARISPOLEASING CARISPOLEASING CARISPOLEASING

STUDIO DUE A.D. PERRONE



SOCIETÀ DI SERVIZI PARABANCARI DELLE CASSE DI RISPARMIO p.A.

CASSE DI RISPARMIO DI:
ALESSANDRIA
ASTI
BIELLA
SAVONA
VERCELLI
E
LOCAFIT S.p.A.

Riportiamo da un'analisi inviata dalla Confedorafl sul mercato della gioielleria in Gran Bretagna alcuni passaggi e riflessioni al fine di presentare una breve ma completa definizione del ruolo svolto dall'oggetto prezioso (fabbricato in loco o importato) nel Regno Unito.

Per quanto concerne l'**ampiezza e l'andamento del mercato**, l'Inghilterra presenta una situazione produttiva e distributiva molto frammentaria.

La produzione è caratterizzata dalla presenza di numerosissime piccole aziende. L'analisi statistica al dettaglio è poi particolarmente difficile perché molti gioiellieri vendono anche orologi ed articoli da regalo mentre spesso non vengono compresi nelle analisi gli oggetti venduti attraverso canali non specializzati come i grandi magazzini, la vendita per corrispondenza e la vendita diretta che invece possono incidere in maniera considerevole.

La gioielleria in oro ha avuto una reale ripresa solo nel 1983 quando cioè il prezzo dell'oro si è abbassato dopo l'impennata che nell'80 aveva inibito il mercato.

La gioielleria con brillanti rappresenta sempre una importante quota con più del 25% del valore totale del mercato e soprattutto i "classici" anelli di brillanti detengono circa il 72% di questo segmento.

Il 60% circa del mercato è rappresentato dai regali ed il 20% di questi viene effettuato solo nel mese di dicembre.

Per quanto riguarda l'**Importazione**, le cifre del Hallmarking Council possono sembrare particolarmente basse a prima vista, ma non va sottovalutato il fatto che molti oggetti vengono importati in montatura ed essendo finiti in Inghilterra sono poi registrati come articoli britannici. Le stime riportano così un'inci-

IL MERCATO INGLESE

denza del 30% sul totale del mercato, e nel 1986 gli oggetti in oro hanno ulteriormente registrato un aumento del 5,40%.

L'importazione per paese secondo lo studio riporta i primi 5 stati per ordine di importanza e registra, per il 1986, l'Italia, il Brunei, la Svizzera, Hong Kong e Singapore. Il nostro paese è ancora il numero uno ed ha visto una crescita del 7,90% rispetto

all'85, tuttavia altri paesi quali Brunei, Germania Ovest e Francia hanno fatto registrare notevoli sviluppi visualizzabili nelle tabelle riportate di seguito.

Per il **profilo del consumatore finale** risultato da un'indagine effettuata dal British Market Research Bureau nel mese di novembre 1986 su un campione nazionalmente rappresentativo di 929 adulti ha evidenziato che la maggior parte degli acquisti viene effettuata da donne che hanno inoltre dichiarato per il

IMPORTAZIONI DI GIOIELLERIA NEL REGNO UNITO ARGENTO/ORO/PLATINO

(Escluso orologi)

Quantità = Tonnellate
Valore = Lst 000

	QUANTITÀ		VALORE		VAR. %
	1985	1986	1985	1986	
TOTALE	65	94	233.972	323.406	+ 38.2
ITALIA	32	38	67.921	73.291	+ 7.9
U.S.A.	10	8	12.981	16.916	+ 30.3
GERM. O.	6	15	6.770	9.889	+ 46.0
SPAGNA	4	4	4.687	4.603	- 1.8
ISRAELE	2	2	7.590	6.954	- 8.4
SVIZZERA	1	4	32.155	40.212	+ 25.0
FRANCIA	1	3	14.054	19.154	+ 36.3
BRUNEI	0	0	13.224	64.115	+ 385.0
HONG KONG	0	1	19.395	24.400	+ 25.8
SINGAPORE	0	0	22.025	28.937	+ 31.3

1° SEMESTRE 1986/87

	QUANTITÀ		VALORE	
	1986	1987	1986	1987
TOTALE	32	34	126.943	196.184
ITALIA	16	10	26.459	27.442
U.S.A.	5	6	5.764	8.157
GERMANIA O.	3	6	4.470	4.847
SPAGNA	—	—	—	—
ISRAELE	1	1	2.819	5.672
SVIZZERA	0	1	18.278	22.638
FRANCIA	0	0	10.065	48.383
BRUNEI	0	0	8.131	28.431
HONG KONG	1	0	4.721	2.846
SINGAPORE	0	0	21.875	14.070

Fonte: Overseas Trade Statistics

50% di aver acquistato almeno un articolo di gioielleria nel 1986.

In generale l'acquirente tipo tende ad essere soprattutto giovane.

In base alla suddivisione regionale la maggior parte degli acquisti è stata fatta nel sud dell'Inghilterra (fuori Londra), mentre sono risultati inferiori alla media nazionale tutte le altre

regioni ed in particolare la Scozia.

I principali **canali distributivi** sono:

Dettaglianti specializzati
Gruppi d'acquisto
Grandi Magazzini
Discounters
Vendita per corrispondenza

I dettaglianti possono essere sud-

divisi in due settori: specializzati e non specializzati.

I punti vendita sono generalmente costituiti sia da negozi indipendenti che da catene multiple.

Circa il 65% delle vendite di gioielleria è attribuibile ai piccoli negozi indipendenti mentre le catene multiple detengono il 20% del mercato.

1 "PIEMONTE, REGIONE EUROPEA D'AVANGUARDIA"

Questo il titolo della recente pubblicazione edita dall'Unione delle Camere di Commercio del Piemonte che illustra le molteplici realtà di una delle più industrializzate regioni d'Italia e d'Europa.

Tra i numerosi punti di forza viene sottolineato l'artigianato che conta qui - secondo il testo - circa 200.000 persone attive in diverse aree della regione "a testimonianza di capacità professionali e creative diffuse, disponibili, nel rispetto del prestigioso passato, ad ogni forma di innovazione e perfezionamento".

Valenza, capitale dell'artigianato orafo, gode di una posizione privilegiata in questa mappa delle attività regionali più rappresentative e viene citata nel testo quale "polo mondiale dell'industria dei gioielli".

La pubblicazione, redatta in francese, inglese e tedesco, con immagini attuali e particolarmente significative, è un mezzo promozionale ed informativo di sicuro successo per "tutti coloro - ha sottolineato il Presidente della Camera di Commercio di Alessandria Ing. Attilio Castellani in occasione della presentazione - che vengono a contatto, nella loro attività quotidiana, con operatori stranieri, o, comunque, con realtà economiche diverse dalla nostra piemontese".

INFORMAZIONI VARIE

2 DUE CONCORSI NAZIONALI DA VITTORIO VENETO

Il Comune di Vittorio Veneto ha bandito 2 concorsi distinti a livello nazionale ai quali possono partecipare cittadini di ogni nazionalità.

Le domande di partecipazione ad entrambi i concorsi devono essere presentate entro il 31 marzo p.v.

Riportiamo di seguito i titoli dei concorsi e ricordiamo che le schede di iscrizione possono essere ritirate in fotocopia facsimile presso i nostri uffici.

"Concorso Nazionale per la medaglia commemorativa nel 150º anniversario della morte di Lorenzo Da Ponte".

"Concorso Nazionale per la medaglia commemorativa nel 70º anniversario della vittoria dell'Italia unita, nella pace, all'unità d'Europa".

Gli interessati potranno richiedere i regolamenti dei Concorsi presso gli Uffici AOV.

3 WORLD GOLD COUNCIL

È di recente costituzione il "World Gold Council" a Milano, Corso Garibaldi, 49 il cui scopo primario è la "promozione dell'oro in ogni sua applicazione, con particolare riferimento alla gioielleria" attraverso programmi promozionali in collaborazione con fabbricanti, grossisti, dettaglianti e con i più qualificati organismi di settore. Il World Gold Council si prefigge infatti di sostenere ed incrementare la domanda dell'oro nei confronti degli utilizzatori finali.

Non ci rimane che augurare al neo-costituito Ente un proficuo e buon lavoro nell'interesse di tutto il settore orafo mondiale.

4 RESPONSABILITÀ PER DANNO DA PRODOTTI DIFETTOSI

La Direttiva del Consiglio delle Comunità Europee n. 85/374/CEE per l'allineamento delle disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative dei paesi membri sulla responsabilità per danno da prodotti difettosi entrerà in vigore anche in Italia con decorrenza 1 agosto 1988. Dato che anche il nostro settore sarà direttamente interessato dall'introduzione della normativa si stanno vagliando opportune coperture assicurative per le aziende orafe.

5 INIZIATIVA DELLA LEGA ITALIANA CONTRO I TUMORI

Visto il successo riscontrato per l'edizione 1988, la Lega Italiana per la lotta contro i tumori varerà anche per il 1989 la pubblicazione della Agenda-planning delle città di Alessandria-Casale.

L'agenda illustra i servizi e le vie delle città con caratteristiche inedite che ne fanno un prezioso strumento di consultazione. Avrà inoltre una capillare distribuzione in tutti gli uffici comunali, hotel e pubblici servizi.

La società che edita l'agenda vorrebbe estendere la vendita degli spazi pubblicitari alle ditte orafe valenzane creando così un inserto completamente dedicato alla presentazione dell'attività orafa in un contesto provinciale e regionale.

Dato che il ricavato della vendita di tali spazi verrà devoluto alla Lega ci è sembrato doveroso segnalare la lodevole iniziativa ed incitare i Sigg. Soci affinché contribuiscano con la propria presenza.

Quantifossero interessati possono contattare la società Sarica, tel. 0131/41274-68779 - 011/659877.

6 "CERTIFICATI IGI PER CORRIERE

Riceviamo dall'Istituto Gemmologico Italiano la comunicazione che è stato recentemente istituito un servizio di certificazione da parte del Laboratorio di Analisi dell'Ente con l'invio delle pietre per corriere.

Chi fosse interessato a tale procedura potrà contattare direttamente la Segreteria della sede di Milano-Sesto San Giovanni, tel. 02/2409354 per richiedere maggiori informazioni e l'invio del manuale "Regolamento e Condi-

zioni di Utenza" del laboratorio.

7 PROGETTO CELLINI

L'ISAD (Istituto Superiore d'Architettura e Design) di Milano propone un interessante stage dal titolo: "Il designer nel mondo del gioiello" destinato a coloro che intendono potenziare le proprie capacità creative per progettare gioielli ed oggetti preziosi ed approfondire allo stesso tempo una cultura di base sul piano progettuale e stilistico che consenta di conoscere le problematiche di marketing legate al mondo dell'industria e della distribuzione commerciale.

Per informazioni e iscrizioni rivolgersi a:
ISAD
Via Bianca di Savoia, 14
Milano
tel. 02/8321781-8360098

□ SEGNALAZIONI

Secondo Corso Superiore di Gemmologia

Si è concluso con il successo di tutti i partecipanti al 2° corso di gemmologia organizzato dall'IGI in collaborazione con la Regione Lombardia e con il finanziamento del Fondo Sociale della Comunità Economica Europea.

Il corso, composto da una parte teorica e da uno stage presso aziende di settore, garantisce serietà e preparazione professionale dei neo-diplomati.

Le aziende interessate ai 19 diplomati IGI possono rivolgersi alla Direzione dell'Istituto Gemmologico Italiano, Viale Gramsci 228, Sesto San Giovanni, MI, tel. 02/2409354 per ulteriori informazioni e per i contatti del caso.

Stefano Vaglio Laurin, di anni 22, residente in Valenza Viale Cellini, 1 - tel. 92788, attualmente impiegato presso società commerciale in Brescia con buona conoscenza di inglese e tedesco ed esperienza nel rapporto con il cliente, si rende disponibile per una occupazione nella zona di Valenza.

Enrico Battezzati, di anni 23, residente in Valenza, Via S. Pino 6, tel. 974950, ragioniere, militante assolto con esperienza sia di ufficio che di viaggiatore, si rende disponibile come impiegato o come viaggiatore orafo.

Antonella Garda, di anni 21, residente in Mortara, Via Parona Cassolo 819, tel. 0384/90688, maturità d'arte applicata ISA, cerca lavoro come orefice.

Ilaria Vassallo, di anni 19, residente in Valenza, Via Rimini 6, tel. 977167, diploma di segretaria d'azienda, cerca impiego presso ufficio.

Manuela Pasetti, di anni 27, residente in Alessandria, Via G. Galilei 12, tel. 96117/62207, laurea in lingue, si rende disponibile come interprete per l'inglese in fiera.

La Sig.ra Angela M. Erbeia, insegnante di italiano presso il Liceo di Annemasse in Alta Savoia, chiede la disponibilità di ditte valenzane praticanti commercio con l'estero ad accogliere Sonia SACCU, capace studentessa del corso per il Brevetto Superiore "Commercio Internazionale" per un periodo di 6/10 settimane **non pagate** dal 1 maggio a fine giugno circa.

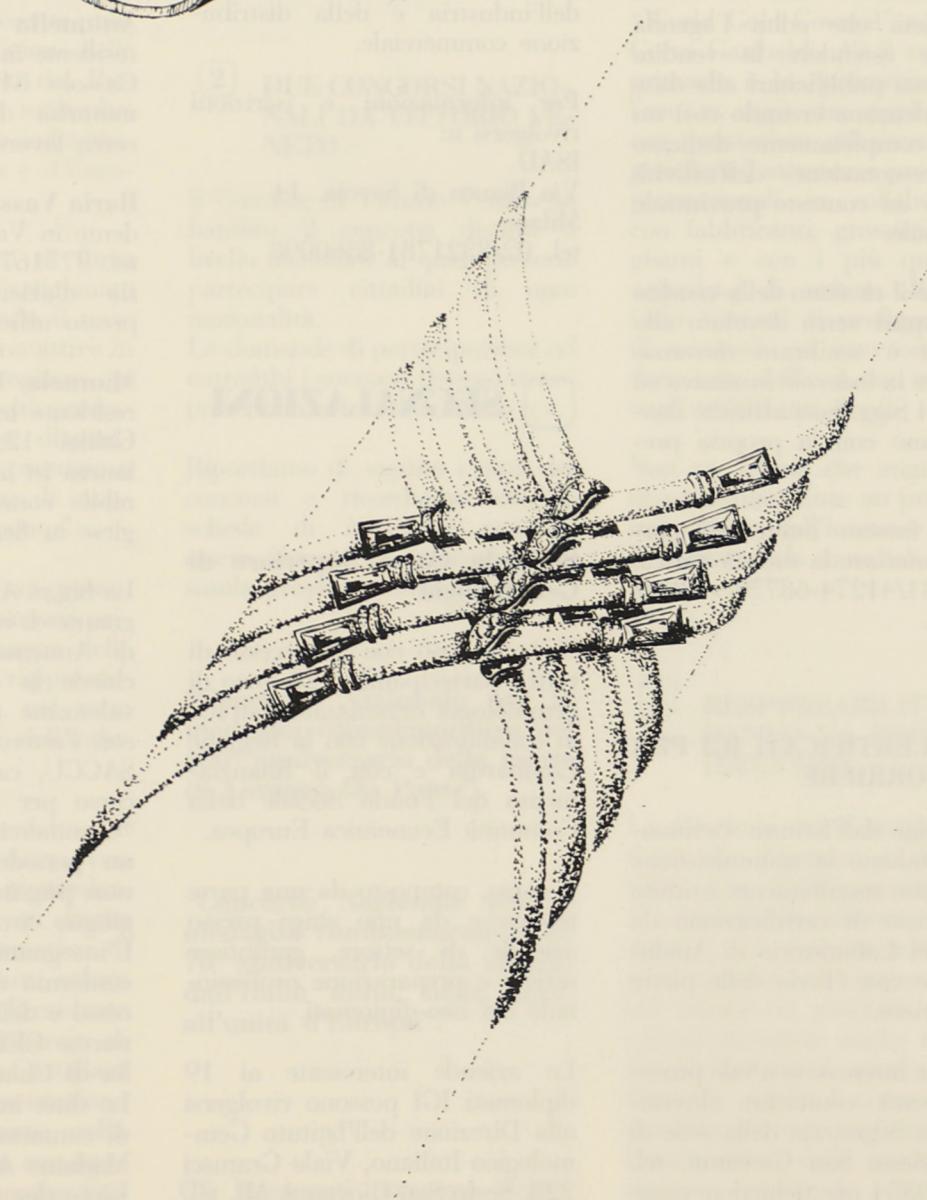
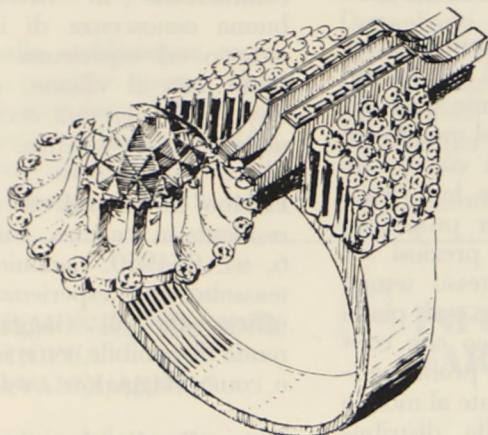
L'insegnante è in attesa della conferma della legalità del processo e della sua conformità alle norme CEE dal Consolato d'Italia di Chambéry.

Le ditte interessate sono pregate di contattare direttamente:
Madame Angela M. Erbeia
Licée des GLIERES
2, Avenue de Verdun
F 74100 ANNEMASSE - France

PROPOSTE

Lo spazio che l'orafo può utilizzare quale motivo per la sua creatività è molto vasto, come dimostrano i due disegni.

Rappresentano due bracciali realizzati mediante l'utilizzazione e l'accostamento di gemme preziose e semipreziose al nobile metallo. L'uno trae ispirazione dalle carte dei "tarocchi", l'altro è impreziosito da un motivo floreale.



Cristina Prina
1^a A

SVILUPPO Negli ultimi cento anni siamo cresciuti molto, grazie alla nostra tradizionale esperienza e volontà, tanto da essere diventati la Banca Popolare più grande del mondo. Andiamo fieri di aver raggiunto un traguardo così ambito. Più di 1.200.000 rapporti e più di 7.260 miliardi di lire di operazioni giornaliere rappresentano i risultati più significativi. Un patrimonio di oltre 1.600 miliardi è la garanzia per la sicurezza dei vostri risparmi.  377 sportelli in Italia e 7.328 persone sono ogni giorno al vostro servizio per ogni problema bancario e parabancario. Se operate all'estero, la nostra Filiale di Lussemburgo, la nostra partecipata al 100% Banca Interpolopare di Zurigo e Lugano e i nostri uffici di Rappresentanza a Bruxelles, Francoforte, Caracas, Londra Madrid, Parigi, Zurigo, New York e Mosca vi aspettano con centinaia di nostri Corrispondenti, in ogni parte del mondo.

Banca Popolare
di Novara





BOIENTI

**occhiali o lenti a contatto
invisibili ma...**

**da
specialisti**

**Valenza
Po**

