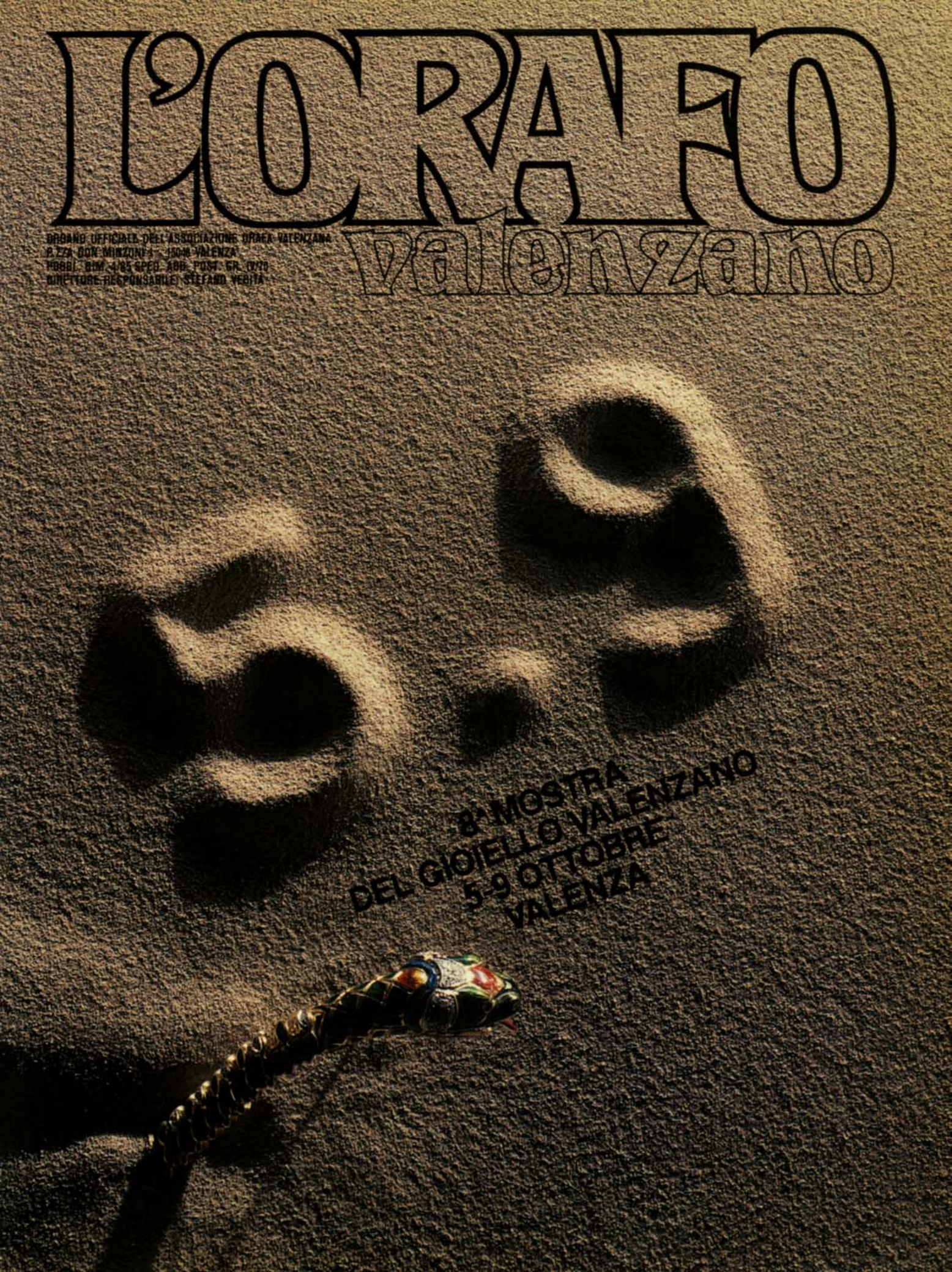
L'ORAFO valenzano

ORGANO UFFICIALE DELL'ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA
P.ZZA DON MINZONI 4 - 15048 VALENZA
MENSILE - BIM. 4/85 SPED. ABB. POST. GR. IV/70
DIRETTORE RESPONSABILE: STEFANO VERITÀ



ellepi
GIOIELLI di LIVIO PINATO
Circonvallazione Ovest
COINOR 14/BB
15048 Valenza
Tel. (0131) 977.339
1217 AL
Vicenza: stand 1066
Valenza: stand 131/142
Basilea
Poggi per O.V.

BB.G FABRICA

"FOR YOUR EYES ONLY"

In Valenza from October 5th - 9th 1985

The heart of the Italian jewelry is in Valenza. The most striking innovations in this valuable craft will be on display for trade visitors from all over the world during the eighth edition of the "Gioiello Valenzano" (Valenza jewels).

The functional nature of the exhibition site, the quality of the service and the breadth of the exhibition all contribute to making this a valuable and stimulating occasion - not to say a unique occasion.

MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO

(Valenza Jewels)

VALENZA PRODUCE

Associazione Orafa Valenzana
Piazza Don Minzoni 1 - 15048 Valenza (Italy)
Tel. (0131) 91851/953221 - Telex 210106 Exoraf I

Travel and accommodation: **Goldtravel**
Piazza Gramsci 14 - 15048 Valenza
Tel. (0131) 94971/94972 - Telex 211360 Goldva I

SHOW FOR THE TRADE ONLY

MOSTRA RISERVATA AGLI OPERATORI

"SOLO PER I TUOI OCCHI"

A Valenza dal 5 al 9 ottobre '85

Il cuore dell'oreficeria italiana è a Valenza. Le più abbaglianti novità di quest'arte preziosa saranno in mostra per gli operatori di tutto il mondo nell'ambito dell'ottava edizione del "Gioiello Valenzano".

La funzionalità della sede, la ricchezza dei servizi, l'ampiezza del panorama fanno di questa mostra un momento di lavoro stimolante, prezioso, esclusivo.

MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO

VALENZA PRODUCE

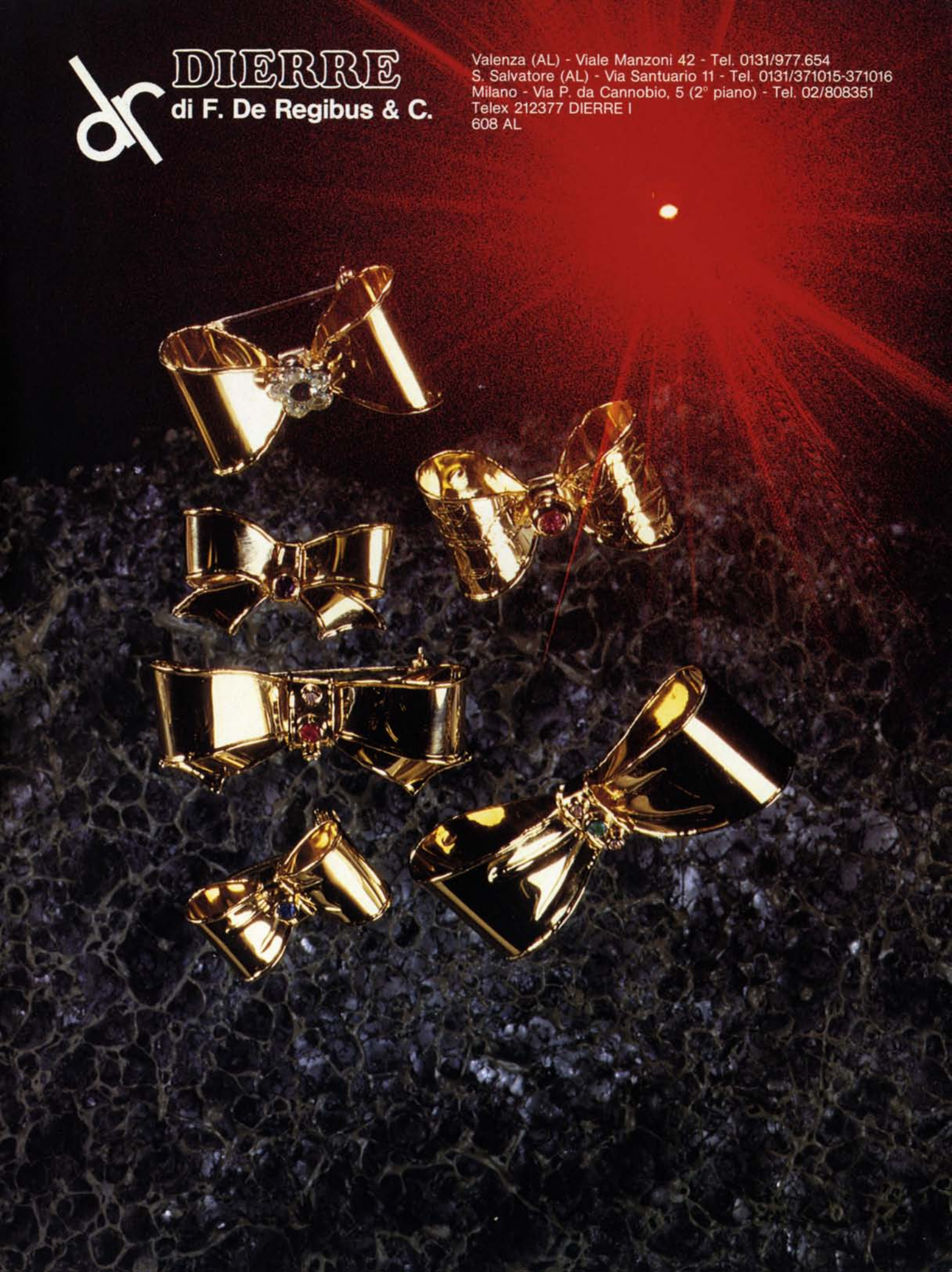
Associazione Orafa Valenzana
Piazza Don Minzoni 1 - 15048 Valenza
Tel. (0131) 91851/953221 - Telex 210106 Exoraf

Servizi logistici: **Goldtravel**
Piazza Gramsci 14 - 15048 Valenza
Tel. (0131) 94971/94972 - Telex 211360 Goldva

EFFE-VI spa
fine jewelry manufacturers
15048 Valenza (Italy)
Via Trieste, 9
phone (0131) 94012/3 - telex 215419 EFFEVI I
20 E. 46th Street Suite 1303
New York, N.Y. 10017 ☎ (212) 9866850/1
Tlx 220751 EFVI UR

R.T. sas di Riccioli - Tabacchetti & C. - via G. Calvi, 7 - 15048 Valenza (Italy)
tel. (0131) 93237/94632 - telex 210660 RT I
Fiere: Vicenza, Monaco, Valenza, Milano, Basilea, New York, Barcellona.

R.T. sas di Riccioli - Tabacchetti & C. - via G. Calvi, 7 - 15048 Valenza (Italy)
tel. (0131) 93237/94632 - telex 210660 RT I
Fiere: Vicenza, Monaco, Valenza, Milano, Basilea, New York, Barcellona.
rt
gioielli


DIERRE
di F. De Regibus & C.
Valenza (AL) - Viale Manzoni 42 - Tel. 0131/977.654
S. Salvatore (AL) - Via Santuario 11 - Tel. 0131/371015-371016
Milano - Via P. da Cannobio, 5 (2° piano) - Tel. 02/808351
Telex 212377 DIERRE I
608 AL

DD

DAVITE & DELUCCHI

VALENZA

Vicenza *(Gennaio/Giugno): stand 662*
Valenza *(Marzo/Ottobre): stand 553/544*
Gold Italia
Basilea: *stand 20-735*

Foto: Lessio per O.V.

Taverna & C.

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA Viale Repubblica, 3 - 15048 VALENZA (AL) - TEL. (0131) 94340
1557 AL

MARIO TORTI & C. snc

Privitera per O.V.

Via Circonvallazione Ovest - Co.in.or 14/BB - tel. (0131) 91302/93241

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

RC

CLAUDIO RASELLI
Commercio preziosi

Viale B. Partigiane, 9
tel. (0131) 94577
15048 Valenza (AL)
Fiera di Valenza: Stand 402

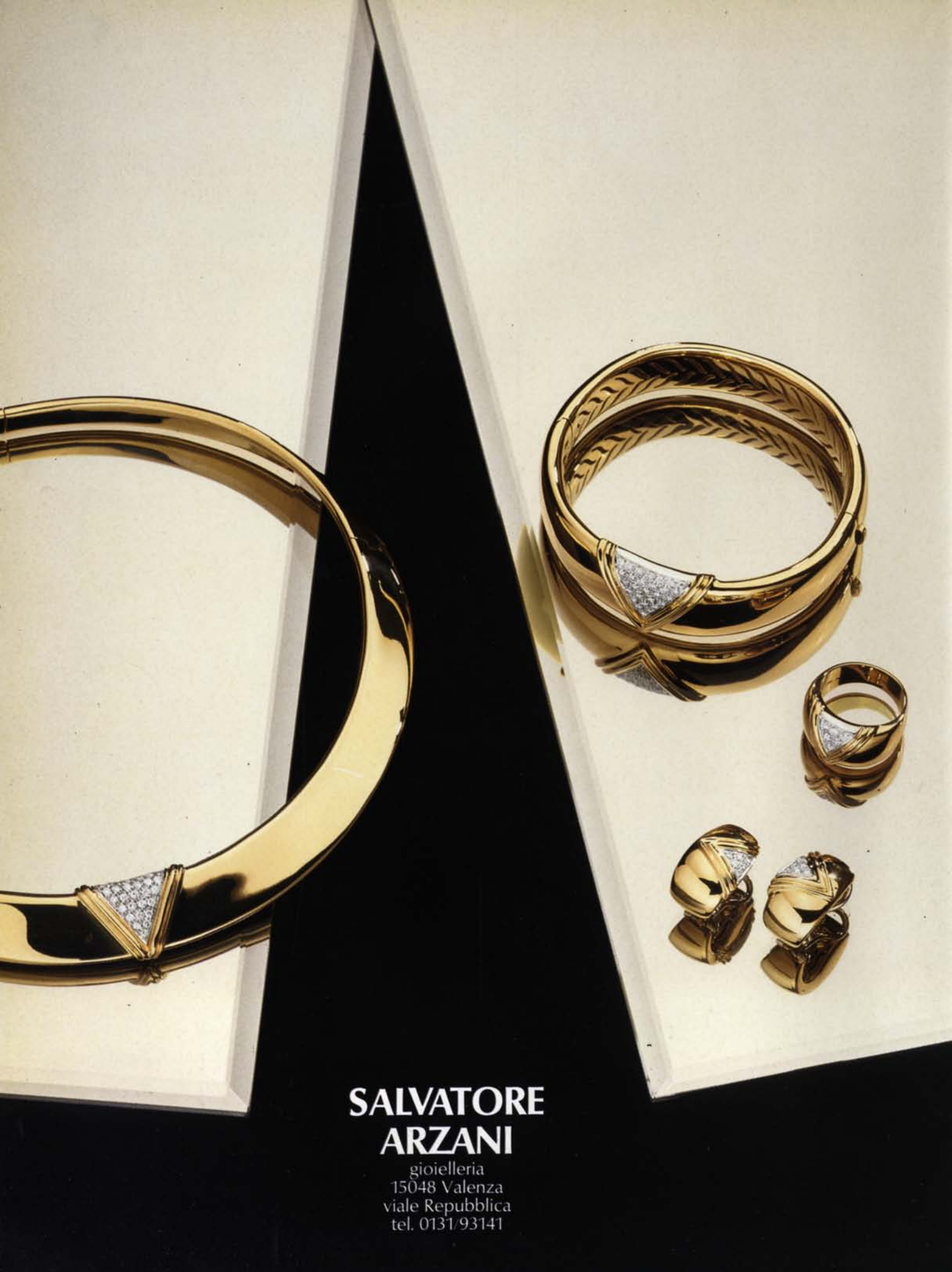
Privitera per O.V.

Dario Bressan
FABBRICA GIOIELLERIA - CREAZIONI PROPRIE - EXPORT
15048 VALENZA (ITALY) VIA TRIESTE, 13 - TEL. 0131 - 94611
FIERE: VALENZA MARZO OTTOBRE - MILANO GOLD ITALIA - VICENZA GENNAIO GIUGNO

BARIGGI F.lli
15048 VALENZA - VIA TRIESTE 13 - TEL. (0131) 975201

GIULIANO MAZZETTO
Fabbrica gioielleria
15048 VALENZA - Viale Manzoni 45
Tel. (0131) 93.391
Mostra Gioiello Valenzano
Bari - Oro Levante

RAIMA
gioielli di Raia Giuseppe & C.
via Banda Lenti, 1 - tel. 0131/951809 - 15048 Valenza (AL)
Vicenza: gennaio/giugno/settembre - stand 1172
Firenze: Florence Gift Mart febbraio/settembre - stand D-44
Milano: Gold Italia marzo/aprile - stand Z-72
Basilea: aprile - stand 20-811
Valenza: marzo/ottobre - stand 145
Poggi per O.V.


SALVATORE
ARZANI
gioielleria
15048 Valenza
viale Repubblica
tel. 0131/93141

SALVATORE ARZANI
gioielleria
15048 Valenza
viale Repubblica
tel. 0131/93141

f.lli moraglione - valenza (al) - via sassi, 45 - tel. 0131/91719-975268

MORAGLIONE

Foto: Ugo Zacchè
NEW ITALIAN ART
Via Mazzini, 16 - Tel. (0131) 953721
15048 Valenza - Italy - 1813 AL

ÖRO TREND

di FERRARIS & C. s.n.c.
15048 VALENZA (ITALY)
Vicolo Varese, 8/B
Telefoni:
Valenza (0131) 952579
Arezzo (0575) 29295

FIERE:
Vicenza: Gennaio/Giugno
Firenze: GIFT MART Febbraio/Settembre
Valenza: Marzo/Ottobre Stand 206A - 215A
Milano: GOLD ITALIA Marzo
Basilea: Aprile

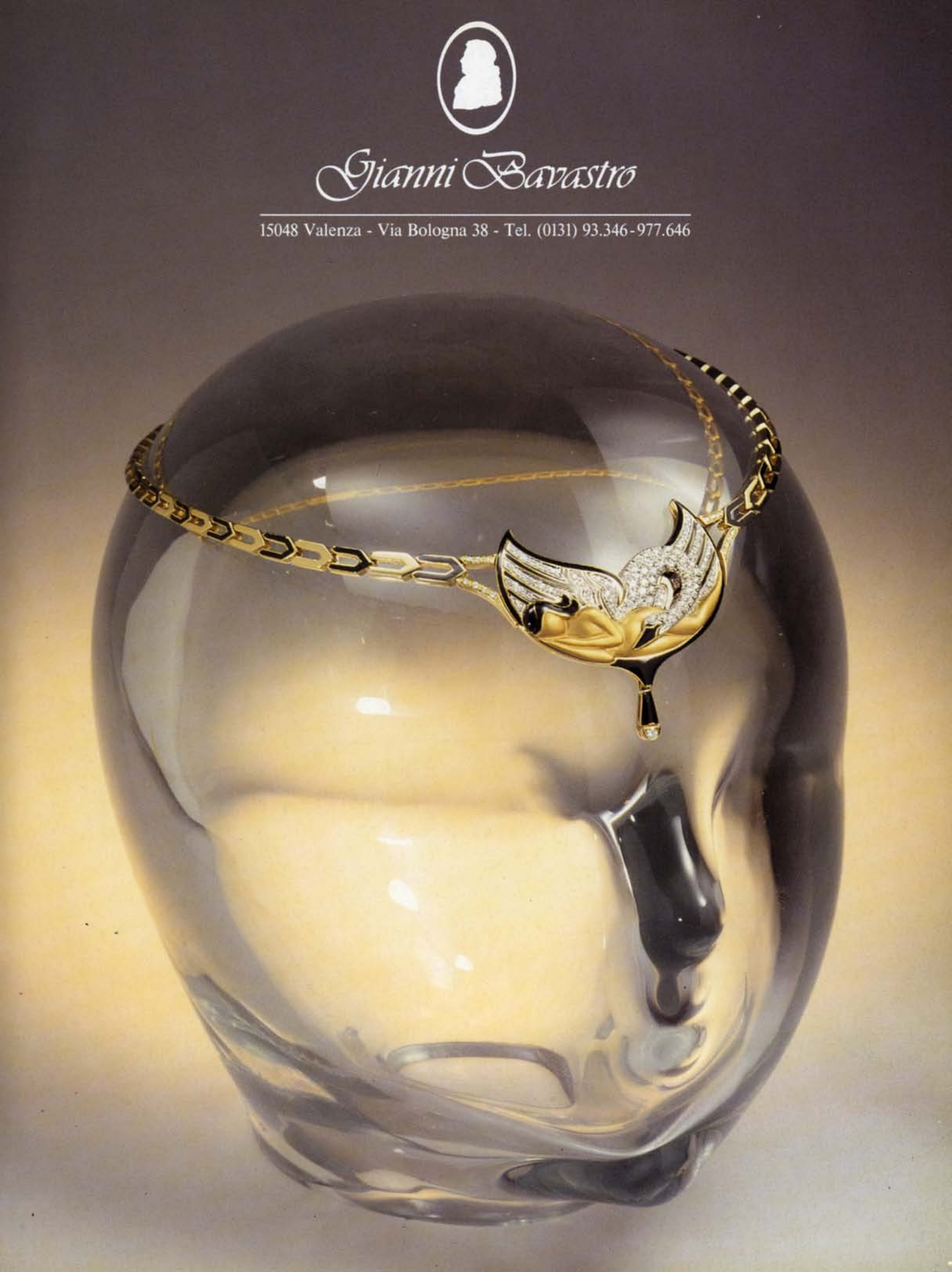
Leva gioielli

viale della repubblica, 5
15048 Valenza (Italy) 1354 AL

GARAVELLI ALDO & C.
VALENZA
15048 Valenza - V.le Dante, 24
Tel. (0131) 91350-91248 - Telex 215007 KIRA I

FERRARIS & C. s.n.c.
Oreficeria Gioielleria s.n.c. - Viale Dante 10 - 15048 Valenza (Italy) - tel. 0131.94749
Fiere:
Valenza - stands 221-222
Gold italia - stands V10/V12A - Corsia V. - Pad. 28
Basilea - stand 263 - Pad. 17
Vicenza - stands 1079-1080
Macef. autunno-primavera - stand B8 - Pad. 31

enrico terzano
Oreficeria e gioielleria
15048 Valenza - Viale Vicenza, 4/8
Tel. (0131) 94884
Fiera di Valenza
Marzo/Ottobre - stand 412


Gianni Bavastro
15048 Valenza - Via Bologna 38 - Tel. (0131) 93.346-977.646

FIERE:
VALENZA - MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO
marzo/ottobre
MILANO - aprile - stand 711 - 713
BASILEA - aprile
VICENZA - gennaio/giugno - stand 334
LESSIO per O.V.
eurogold
15048 VALENZA - VIA C. ZUFFI, 10 - TEL. 0131/94690-951201

Corti & Minchiotti

CREAZIONE GIOIELLI

15048 Valenza - Via Tortrino, 16 - Tel. (0131) 975307

Valenza (marzo/ottobre): stand 507-508
Vicenza (gennaio/giugno): stand 252
Basilea: stand 358
Gold Italia
New York: 2nd floor - Booth 293

I classici... con fantasia.

GIANFRANCO CANU & C.

gioielli export

15048 VALENZA - Viale Manzoni 54 - Tel. (0131) 953698 P.O. Box 151 - Telex 214254 CGEFFE I
2701 AL
NEW YORK - BRAVURA Cr. Ltd. - 366 Fifth Avenue - N.Y. 10001 - Tel. (212) 594-3412

FIERE:
MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO
VICENZA - Gennaio/Giugno
BASILEA - Aprile Pad. 17/362
NEW YORK - Febbraio/Luglio

GIOIELLI TERZANO F.LLI
di Ninetto
Corso Garibaldi, 123 - Valenza
telefono (0131) 92174

DORO FERNANDO

Via Carlo Noè, 6 - 15048 VALENZA
Tel. (0131) 93074

Foto: Lessio per O.V.
GIORGIO VISCONTI
GIOIELLERIA
15048 VALENZA - VIALE GALIMBERTI 12A
TEL. (0131) 91161-94598
2149 AL
Mostra Gioiello Valenzano - Stand 216-227

OV 15799/85

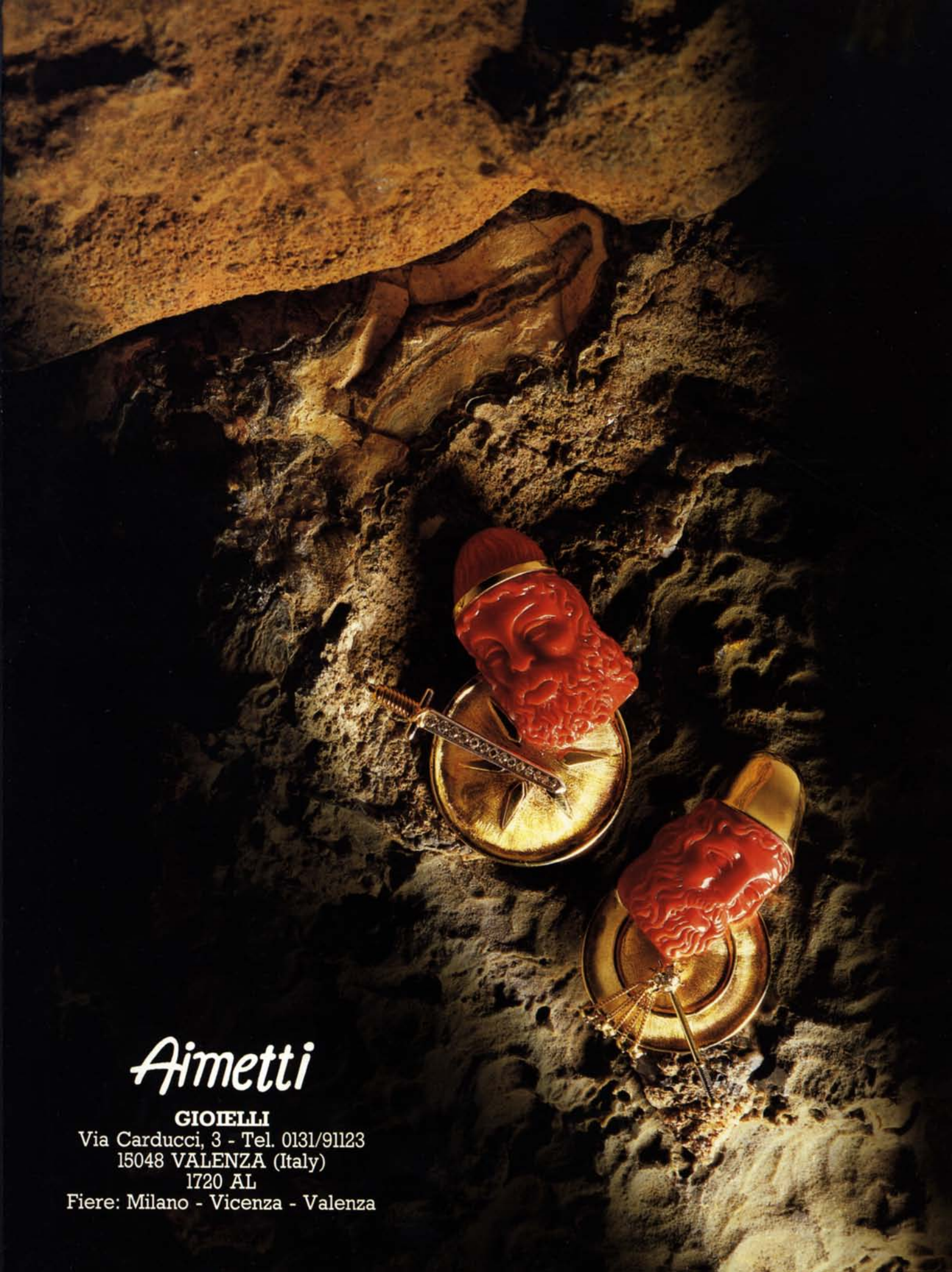
Distribuzione Nord Italia Gioiellerie Morosetti di C. Moro

VENDORAFA

VENDORAFA s.r.l. - Via Mazzini, 15 - 15048 Valenza Po (Italy) - Tel. (0131) 952891/2/3 - Telex 210627 VENDOR I - P.O. Box 201

Regalli & Cassini
Fabbrica oreficeria - Export
15048 VALENZA (Italy)
Via Mantova, 2 - Tel. (0131) 93433
1084 AL

Foto: Lessio per O.V.
L&V
LENTI & VILLASCO
OREFICERIA - GIOIELLERIA - CREAZIONI PROPRIE
15048 Valenza - Via Alfieri, 15 - Tel. (0131) 93584
20100 Milano - Recapito Via Larga, 16 - Tel. (02) 806944-8690810
GENNAIO - VICENZA: Stand 1160 MARZO - VALENZA: Stands 416-427
APRILE - MILANO GOLD ITALIA: Stand U14
APRILE - BASILEA: Stand 115 GIUGNO - VICENZA: Stand 1160
OTTOBRE - VALENZA: Stands 416-427


Aimetti
GIOIELLI
Via Carducci, 3 - Tel. 0131/91123
15048 VALENZA (Italy)
1720 AL
Fiere: Milano - Vicenza - Valenza

Milano Piero s. r. l.
15046 SAN SALVATORE MONFERRATO (AL) - Via Ernesto Panza 51 - tel. (0131) 33.370
Sede secondaria: 20123 MILANO - P.za S. Maria Beltrade 1, tel. (02) 8690490-867927
Partecipa alle Fiere di: Valenza, stands 219/220/223/224 — Vicenza, stand 637 — Basilea, Halle 17, stand 370
Gold Italia - New York (JA), stand 128

BARIGGI
linea safari
ZACCHE' per O.V.
15048 VALENZA - VIA TRIESTE 13 - TEL. (0131) 975201

it's safari time

BY BARIGGI

BARIGGI

linea safari

it's safari time
BY BARIGGI
It's always
safari time

STUDIO PHOTOCHROM

Leo Pizzo

VALENZA - CIRCONVALLAZIONE OVEST, 78 - TEL. (0131) 977282

Leo Pizzo

FIERA MILANO - VICENZA - VALENZA - BASILEA

NOVARESE & SANNAZZARO SAS
FABBRICA GIOIELLERIA 320AL
15048 Valenza - Italy - Via Dante, 10 - Tel. (0131) 91150
Fiere: Vicenza - Valenza - Basilea

Panelli Mario & C.

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA - EXPORT - 1761 AL
15048 VALENZA (ITALY) - VIA FAITERIA 10 - P.O. BOX 166
TELEX 214506 PANELL I - TEL. (0131) 94591-92113

RASELLI FAUSTO & C.

Fabbrica oreficeria
15048 Valenza - P.zza Gramsci, 19 - Tel. (0131) 91516
923 AL

LESSIO per O.V.

THE ONLY UNIVERSAL FLAG
Oro giovane
Multipli s.r.l.
GoldArt
Via Galileo Galilei, 16 - 15048 Valenza
tel. (0131) 955419

RAITERI & CARRERO
Fabbrica Oreficeria Gioielleria
Regione Vecchio Porto, 20 - 15048 Valenza
Tel. (0131) 95.30.16 - 2366 AL

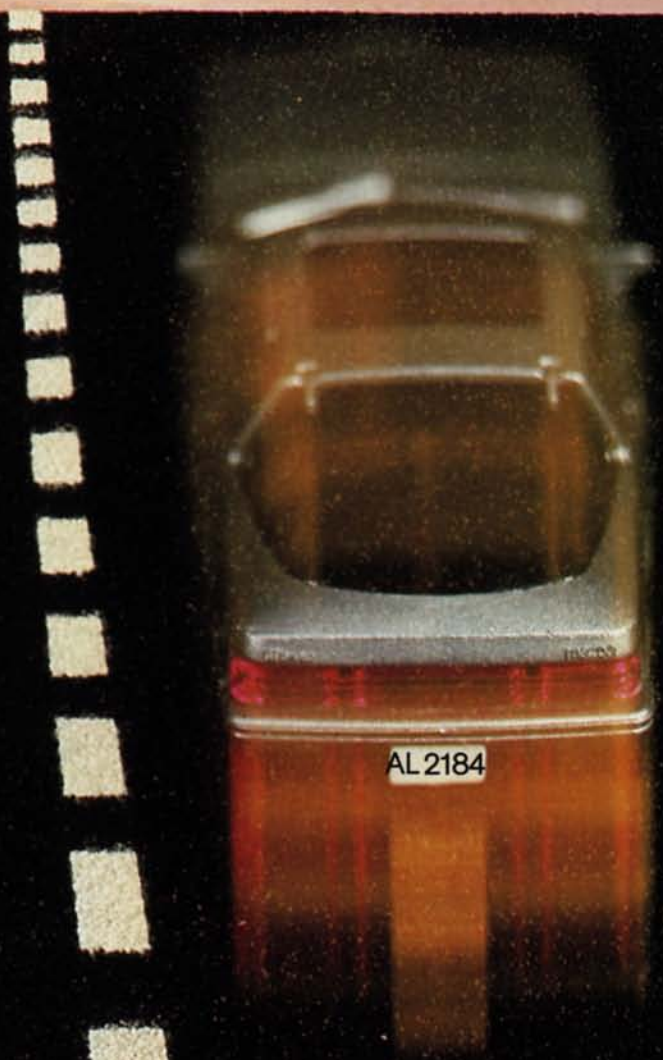
Fiere:
VICENZA - gennaio - giugno - settembre - STAND 1186
VALENZA - marzo - ottobre - STAND 161

VITTORIO LAZZARIN

Gioielli

Via Mameli 65 - Casale Monferrato (AL)
Tel. (0142) 74993
Via P. da Cannobio 9 - Milano
Tel. (02) 875004
AL 2184

Fiere:
Vicenza - stand 1162
Valenza - stand 575
Milano Gold Italia - stand 228



B.B.G.
Laboratorio Orafo
Beltrami, Bernadotti, Guarona

15046 San Salvatore Monferrato
Via del Pratone 10
Tel. (0131) 371.012
2155 AL

Clio
GIOIELLI

essere... anche con un gioiello

RENATO FERRARIS GIOIELLI

15048 Valenza (AL)
Via Mazzini, 40 - Tel. 0131.953320

Fiere: Valenza (Marzo/Ottobre)
stand n. 243

ABR via Lega Lombarda, 14-Tel. 0131/92082

MARIO RUGGIERO
perle coltivate - coralli - cammei
15048 Valenza Italy - Via Canonico Zuffi, 10 - Tel. (0131) 94.769 / 977.388 - Cable RUMA Valenza
Fiere: Valenza stand 546 / 551 - Vicenza stand 202 / 203

PER LEGGERE L'INVIDIA...
NEGLI OCCHI DELLE ALTRE DONNE

Siamo presenti alle seguenti Fiere:
VICENZA: Gennaio - Giugno - Settembre - Stand 1196
MACEF-MILANO: Febbraio - Settembre - Pad. 31 - 3° Post. - Stand H 11
GOLD ITALIA-MILANO: Marzo - Aprile - Pad. 28 - Salone 4° - Stand U 16
BASILEA: Aprile - Stand 13/616
CAMPIONARIA-MILANO: Aprile
VALENZA: Marzo - Ottobre - Stand 136/137

ci·zeta di TODOERTI LUIGI - Oreficeria-Gioielleria

15048 VALENZA - Via XII Settembre, 33 - Tel. (0131) 977659 - Casella Postale N. 167

ANGELO BAIO
LAVORAZIONE GRANATI
Oreficeria
15048 Valenza - Via Trieste, 30 - Tel. (0131) 91072
880 AL

MAIORANA CARMELO & C. s.n.c.

GIOIELLERIA

Circonvallazione Ovest lotto 14 B/B COINOR
15048 Valenza - 1874 AL

Fiere - gennaio, giugno, settembre: Vicenza, Gold Italia
marzo, ottobre: Mostra del gioiello Valenzano

Harpo's Gioielli
MediaRetail B.G.
Valenza AL Italia Via Piacenza,14 Tel.(0131) 953671 (5 linee)

BOSCO GIOVANNI

VIA MANTOVA, 1 - TELEF. 0131-93570 - 15048 VALENZA

FIERE: MILANO - BASILEA - VALENZA - VICENZA

Fileri GIOIELLI
ROMA - VALENZA
ROMA - VIA DELL'ARTE, 85 - Tel. (06) 5917411/5914986
VALENZA - VIA CIRCONVALLAZIONE OVEST, 18 - Tel. (0131) 955114

PIETRO LOMBARDI

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

oreficeria e gioielleria

ponzone & zanchetta

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

SORO s.n.c.
OREFICERIA GIOIELLERIA - EXPORT
Via M. Nebbia, 55 - 15048 Valenza
Tel. (0131) 92777-93222
1838 AL

Art director MAURIZIO SEREGNI

Fiere, alle quali partecipiamo:
Vicenza - Gennaio (mostra internazionale)
Monaco - Febbraio (inhorgenta)
Valenza - Marzo (gioiello moda)
Milano - Marzo (gold italia)
Milano - Aprile (campionaria)
Basilea - Aprile (fiera europea)
Vicenza - Giugno (mostra internazionale)
Vicenza - Settembre (gemmologica)
Valenza - Ottobre (mostra gioiello valenzano)

MADE IN VALENZA

FOS s.r.l.
Semilavorati per Orafi
Catene a macchina

Piazza Gramsci, 13 - 14
I - 15048 Valenza Po
☎ 0131/91001 r.a.
c.p. 131
cable: FOSVALENZA
telex: 212378 FOSVAL - I
Marchio di Stato: 283 AL

gioielli
Il vostro
meraviglioso
espositore
antonio barbieri
gioielli
80133 Napoli - Via Benvenuto Cellini, 4 - Tel. (081) 205843 PBX

Mostra Gioiello Valenzano
stand 456/459

preziosi RICCI GABRIELE & C. s.n.c.

15048 VALENZA
Via Martiri di Cefalonia, 30
Tel. (0131) 91101

Bucolo srl

Via Vercelli, 33
15048 VALENZA (AL)
Tel. 0131/91983-955317

Mostra del Gioiello Valenzano
e Gioiello Moda STAND n° 257

STUDIO PHOTOGRAPH
RE CARLO
Oreficeria-Gioielleria
Uffici: Via Camurati, 34 Fabbrica: Via Roma, 17 15048 Valenza (AL) Tel. (0131) 94208-953801 AL 1845

STUDIO PHOTOCHROM
A. Annaratone & C. s.n.c.
OREFICERIA - GIOIELLERIA
V.le Galimberti, 12 - tel. (0131) 91470 - 94459 15048 Valenza - Italy
Fiera Vicenza Gennaio - Giugno stand 106
Fiera Valenza Marzo - Ottobre stand 326

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

ITALGOLD

SALE OFFICE - MILANO - PIAZZA VELASCA, 5 - Tel. 02/804585
HEAD OFFICE - VALENZA PO - VIA C. ZUFFI, 7 - Tel. 0131/94797
FACTORY - VALENZA PO - VICOLO VARESE, 2 - Tel. 0131/91145

RCM
GIOIELLI

di Ricci Corbellini Manfrinati
Via Camurati 45
15048 VALENZA (I)
Tel. 0131 / 97.53.92
Tlx 214317 RCMVAL I

Pendente:
cuore brillante kt 10.58
tepers kt 26.07

Orecchini:
cuore brillante kt 4.05
tepers kt 16.16

VALENZA PRODUCE

MADE IN VALENZA
MADE IN VALENZA
MADE IN VALENZA

5

MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO 5-9 OTTOBRE 1985

ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA
Piazza Don Minzoni, 1 - 15048 Valenza
Tel. 0131.91851/953221

VALENZA PRODUCE

MADE IN **VALENZA**
MADE IN **VALENZA**
MADE IN **VALENZA**

L'ORAFO valenzano

Organo Ufficiale dell'Associazione Orafa Valenzana
Pubblicazione bimestrale Nr. 4/85
luglio/agosto

Direttore responsabile: Stefano Verità
Direttore editoriale: Rosanna Comi
Commissione stampa: Paolo Staurino (Presidente)
U. Bajardi
G. Prandi
G. Ponzone
A. Raccone
P. Vaglio-Laurin

Autorizzazione del Trib. di Alessandria nr. 134

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

Abbonamenti:
Italia: L. 45.000
Europa: L. 60.000 (via terra)
L. 90.000 (via aerea)
Altri Paesi: L. 120.000 (via aerea)

Di questo numero sono state stampate 14.600 copie.

Distribuzione in Italia: in omaggio a dettaglianti e grossisti, a rotazione.

Spedizione in abbonamento postale gruppo IV Pubblicità inferiore al 70%

Grafica: Visual due
Vittorio Prina, Massimo Castiglioni

Fotocomposizioni: Linotipia Colombo - Milano

Impianti litografici: Plus Color Milano

Stampa: Grafica Comense

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana.

Le date valenzane più importanti del 1985: 5/9 ottobre - Mostra del Gioiello Valenzano.

LA SCOPERTA DELL'ITALIA - Stefano Verità	Pag.	**78**
8ª MOSTRA GIOIELLO VALENZANO Un appuntamento che conta	»	**80**
Elenco Espositori	»	**82**
Invito	»	**84**
FIERE: DECIDERE O OBBEDIRE?	»	**86**
CARI GIORNALISTI - Rosanna Comi	»	**88**
BASILEA CAMBIA DATA - Luciano Arati	»	**90**
VIA CON LA DUE - Luciano Arati	»	**92**
SUGGERIMENTI D'ORO	»	**96**
CRONACA Un valenzano in America	»	**98**
Delegazione afro-asiatica	»	**98**
Valenzani alle urne	»	**98**
Valenza produce	»	**99**
Dalla scuola il futuro	»	**102**
VAMP ANNI '80	»	**104**
LA VITA È ARGENTO - Rodolfo Castellaro	»	**116**
MONDO ECONOMICO Lugano: Conferenza sull'oro - R. Capezzuoli	»	**122**
Rapporto sui metalli - Carlo Beltrame	»	**123**
Flash sul platino	»	**125**
Dai mercati finanziari	»	**126**

LA SCOPERTA DELL'ITALIA

"L'Ammiraglio dismontò in terra con la barca armata e con lo stendardo reale spiegato. Il medesimo fecero i capitani degli altri due navigli, dismontando nelle loro barche con le bandiere dell'impresa, ch'era dipinta d'una croce verde con una F da una parte e dall'altra aveva alcuni coronati per memoria di Ferdinando e d'Isabella.
E, avendo tutti reso grazie a Nostro Signore, inginocchiati in terra, e baciatela con lacrime di allegrezza per l'immensa grazia ch'egli lor fatta avea, lo Ammiraglio si levò su, e mise nome a quell'isola San Salvador.
Poi con la solennità e parole che si ricercano tolse il possesso in nome de' Re Cattolici, presente molta gente della terra che vi si era ridotta; e per conseguenza i Cristiani accettarono lui per Ammiraglio, e Vice Re, e gli giurarono ubbidienza, come a colui che già rappresentava la persona delle loro Altezze, con tanta allegrezza e piacere quanto di così fatta vittoria era giusta cosa che avessero; chiedendogli tutti perdono delle ingiurie che per la lor paura e incostanza gli avevano fatte. Alla qual festa e allegrezza essendo concorsi molti Indiani, vedendo lo Ammiraglio che era gente mansueta, quieta, e di grande semplicità, donò loro alcuni cappelletti rossi, e corone di vetro, le quali si mettevano al collo; e altre cose di poca valuta, che da loro furono stimate assai più che se fossero state pietre di molto prezzo".
L'Ammiraglio è Cristoforo Colombo che chiama indiani quella gente perché è convinto di essere sbarcato nelle Indie: in realtà è approdato in un isolotto corallino delle Bahama, a Guanahani, oggi indicato come Wathing Island, al largo della punta meridionale della Florida.
Il brano, tratto dalle "Historie" documenta una delle più grandi scoperte di tutti i tempi, il culmine di un viaggio di settanta giorni che porò l'italiano Colombo in terra Americana, un evento destinato a mutare profondamente le sorti del mondo.
Non pare dunque dovuto al caso il fatto che gli Americani, sia pure a distanza di tanti anni, riscoprano il "Made in Italy" e con esso i gioielli di Valenza.
E le molte delegazioni condotte dall'istituto per il Commercio Estero nella nostra città, testimoniano il crescente interesse degli operatori commerciali americani per il nostro artigianato.
Nati timidamente nel 1959, con l'inaugurazione della Mostra Permanente di Oreficeria, primo importante veicolo promozionale, i rapporti con l'America sono andati man mano rafforzandosi con la sempre maggiore modernizzazione dei mezzi di trasporto che hanno accorciato le distanze e reso più agevoli i contatti. Oggi gli incontri dei nostri orafi con i "buyers" americani sono cosa quasi naturale, tanto che riteniamo indispensabile la creazione di un centro servizi negli Stati Uniti che possa curare ed assistere sia gli associati, sia i clienti stranieri.
Questa non è soltanto una promessa ma un punto fisso che, come Presidente dell'Associazione Orafa Valenzana, ho inserito tra i programmi del mio mandato.
Senza andare molto avanti nel futuro, vorrei rivolgere un vivo invito agli operatori americani che già ci conoscono, a visitare le nostre due Mostre del Gioiello, prima fra tutte quella autunnale, in svolgimento dal 5 al 9 ottobre 1985, per rinsaldare quei legami di amicizia che contraddistinguono i nostri rapporti commerciali.
Per chi ancora non ci conosce, l'invito è ancora più sentito, nella certezza che la visita servirà alla scoperta di un artigianato che non ha eguali, proiettato verso una sempre maggiore professionalità, e pronto ad adeguarsi alla realtà di un mercato enorme come quello Americano.
Sarà un pò come ripercorrere a ritroso il viaggio di Cristoforo Colombo non per la scoperta di oro e gemme allo stato naturale, ma di gioielli lavorati da autentici maestri dell'oreficeria.

THE DISCOVERY OF ITALY

"The Admiral came ashore in an armed boat flying the royal standard. The captains of the other two ships did the same, landing in their boats with the banner of the undertaking, which had a green cross with the letter F on one side and on the other several crowns in honor of Ferdinand and Isabel.

"And when all had given thanks to Our Lord, kneeling on the ground and kissing it with tears of joy for the immense favor he had shown them, the Admiral arose and named that island San Salvador, the Holy Savior. Then with fitting words and ceremony he took possession of it in the name of the most Catholic Kings, in the presence of many people who were there gathered; and as a result the Christians accepted him as their Admiral and Viceroy, swearing obedience to him as the representative of Their Majesties' persons, and showing the cheer and joy befitting so great a victory, and all asking his forgiveness for the injuries they had done him out of their fear and inconstancy. To this feast there had also come many Indians; and when the Admiral saw them to be gentle, quiet and very simple and innocent, he gave them some red chaplets, and crowns of glass, which they wore about their necks; along with other things of scant value, but of which they thought more highly than if they had been very precious stones".

The Admiral is Christopher Columbus, who called the people Indians because he was convinced that he had landed in India.

In reality, he had come ashore on a little coral island in the Bahamas, Guanahani, known today as Wathing Island, of the southermost point of Florida.

The passage quoted above, taken from the *"Histories"*, documents one of the greatest discoveries of all times, the climax of a seventy-days' voyage which brought the Italian Columbus to American soil, an event was to alter profoundly the world's destiny.

Soi it hardly seems an accident that Americans, even after so many years, are rediscovering Italian-made goods, including the jewelry of Valenza.

The many delegations sent out by our city's Foreign Trade Institute tell of American business people's interest in the work of our craftsmen.

After a modest beginning in 1959, when the Permanent Goldsmiths' Show, our first important promotional vehicle, was inaugurated, our dealings with America have progressively widened in scope as improved transportation has cut down distances and made contact easier. Today meetings between our goldsmiths and American buyers is a frequent occurrence, so much so that we think it essential to create a centre in the United States to look after and help both our associates and our foreign customers.

This isn't just a vague promise; it is a specific goal which I have included among those to be realized during my term as President.

Without looking too far ahead, though, I would like to extend a warm invitation to those American business people who already know us to visit our two jewelry shows, first of all the Autumn show to be held from the 5th through the 9th of October 1985, a splendid opportunity to reinforce those bonds of friendship which already distinguish our commercial relationship.

To those who do not yet know us, we extend an even heartier invitation, certain that the visit will provide a chance to discover unrivalled workmanship, our intensely professional approach, and our willingness to adapt in order to meet the needs of the enormous American market.

It will be a bit like retracing in reverse Christopher Columbus' itinerary, so as to discover, not gold and gems in their natural state, but jewelry made by genuine masters of the goldsmith's art.

Stefano Verità
Presidente dell'Associazione
Orafa Valenzana

8ª MOSTRA GIOIELLO VALENZANO

5/9 OTTOBRE L'APPUNTAMENTO CHE CONTA

Il 5 ottobre apre i battenti l'8ª Mostra del Gioiello Valenzano. Un'esposizione particolare alla quale partecipano solo produttori dell'area di Valenza, cuore della gioielleria italiana.

Gli affannosi spostamenti per rincorrere le proprie postazioni in un panorama fieristico come quello italiano così denso di manifestazioni sono finalmente finiti.

Ora gli orafi valenzani possono concentrarsi sulla loro fiera: il 5 ottobre apre i battenti la Mostra del Gioiello Valenzano, ultima di una troppo lunga serie di manifestazioni spesso deludenti.

Per molti valenzani è l'ora della verità, il momento del bilancio di un intero anno di lavoro, un sicuro punto di riferimento per l'anno successivo per i trend – sia in termini di mercato che di moda – che qui si manifesteranno più marcatamente che altrove.

Una Mostra concentrata su un solo tipo di produzione – pur considerata nella sterminata estensione che Valenza può proporre – lascia più lucidamente trasparire le reali esigenze di un mercato sottoposto a continue stimolazioni, a pressioni che giungono da ogni dove.

A Valenza – in ottobre – ancora una volta gli orafi si aspettano di veder confermato quel predominio di certe caratteristiche del loro prodotto così universalmente conosciuto e senza il quale sarebbe forse persino impossibile parlare di gioielleria italiana.

Una Mostra incentrata sulla produzione di un delimitato comprensorio acquista ancora maggiore significato se si considera l'autonomia della sua realizzazione, il suo svincolamento da pur allettanti connubi, il coraggio di muoversi controcorrente per perseguire e dilatare un progetto collettivo: Valenza produce.

I valenzani non disertano le altre mostre italiane, alcune di ampio respiro internazionale, altre a carattere regionale o quasi: la loro presenza è indispensabile e qualificante proprio per il prodotto che li distingue.

Ma è qui – a Valenza – che l'orafo valenzano si esprime al meglio, mostrando nella sua totalità la compattezza creativa e commerciale del suo comparto.

Il peso della mostra di ottobre è ormai determinante per ogni operatore perché la produzione valenzana offerta al compratore è anche qantitativamente superiore a quella di altre fiere italiane.

Ed è qui che aspettiamo numerosi i compratori italiani e di tutto il mondo, qui attendiamo la stampa internazionale perché i gioielli valenzani possano trovare sempre più ampie platee dalle quali emergere per la loro qualità.

Ultima mostra dell'anno, unica manifestazione di così compatto contenuto e intendimenti, con vetrine che parlano un linguaggio di professionalità e determinazione, la Mostra del Gioiello Valenzano muove i suoi interessi verso i mercati di tutto il mondo.

Qui, a Valenza, sarà giocata l'ultima partita dell'anno, la più attesa, la più scommessa.

The exhausting bustling about in the numerous Italia fair exhibitions is finally over.

Finally the Valenza goldsmiths can concentrate on their "personal" fair: the Valenza Jewel Exhibition (Mostra del Gioiello Valenzano) which opens on 5th October. It is the last of a sequence of often disappointing exhibitions.

Many goldsmiths from Valenza believe this is the moment of truth, the time of balance of the whole year's woork; it is a sure point of reference for the next year's trends – both in terms of market and style – which will emerge here more strongly than elsewhere. An exhibition which centres on only one kind of production – despite the indefinite development which Valenza can introduce – emphasizes the real needs of a market which is continuously subjected to stimuli and pressures from all sides.

In October the goldsmiths in Valenza hope that some aspects of their products will again dominate – aspects which have so far made their products generally accepted. Without Valenza, italian jewelry would even not exist.

The significance of an exhibition which is based on a very specific kind of production is emphasized further if we consider the autonomy of its creation and release from alluring unions, its

courage to act against the stream in order to reach and develop a common project: Valenza produces.

Valenza goldsmiths do not ignore other Italian exhibitions; some are far-reaching international fairs while others are based on a more or less regional level. The presence of Valenza goldsmiths is essential and qualifying precisely for the products that distinguish them.

But it is here in Valenza, that Valenzan goldsmiths find the best means of expression and totally show the creative and commercial solidity of their section. By now the value of the October exhibition is vital for all those directly concerned because the Valenzan production offered to the buyer is even larger than of other italian fairs.

Here we expect many Italian and foreign buyers, the international press, so that Valenzan jewels can stand out before more and more people.

It is the last exhibition of the year, the only exhibition with such a compact form and purpose, an exhibition which reflects a professional and determined nature. The Valenzan jewel exhibition concerns the interests of the whole world.

The last match will be played here in Valenza. And it is the most longed for and staked match of all.

Produttori e commercianti dai nomi famosi in tutto il mondo e presenti alle più importanti rassegne internazionli e piccoli artigiani di più limitate possibilità produttive e distributive, fianco a fianco nella fiera più speciale dell'anno.

ELENCO ESPOSITORI

Questo elenco è provvisorio.
Per ragioni di tempo questo elenco non tiene conto di cambiamenti avvenuti dopo il 30 giugno.

A
Acuto Pietro & C. s.n.c.
Aggeri & Frascarolo
Albarello Dario
Alfieri & St. John
A. Annaratone & C.
Api Fratelli
Argenteri Giuliano
Ars di Abbiati & Sarra
Art-Line di Ceva & C.
Arzani Salvatore

B
Bagnara Renato & C. snc
Baio Angelo
Bajardi Luciano
Barberis Carlo & C.
Barberis Franco & F.llo
Barberis & Prati
Barbero & Ricci
Bariggi Fratelli
Bartolini Paolo & C.
Barzizza, Capra, Ponzone
Battezzato Rinaldo
Battistella Giovanni
B.B.G.
B.B.P. di Gianni Baiardi & C.
Begani Alberto & C.
Benefico Giuseppe
Benetti Diego
Beraldo Silvano
Bergonzelli Carlo
Berri Gioielli
Biandrate Fratelli
Biemme
Bigbag di Bicciato Gianni
Bisio & Rossi
B.M.B. di Marchese G. & C.
Borsalino s.a.s.
Bosco Giovanni
Bottini Amedea
Bressan Dario
Bruni Bossio Emilio
Bucolo srl
Buttini Carlo
Buzio Luciano & C.
Buzio, Massaro & C.

C
Cabrino - De Vecchi
Cafiso & Roda F.lli
Canepari Fratelli
Canepari Sergio
Canor Gioielli
Cantamessa Franco & C.
Canu Gianfranco & C.
Capra Giuseppe
Capra Fratelli
Carboni Renzo
Cassola Gilberto & C.
Cassola & Staffoni
Castagnone & Lanza
Castaldo Ezio & Ratti Paolo
Cattai Fratelli
Cecchettin Sergio
Cervetti Giovanni
Cervi Enrico s.n.c.
Ceva Dino
Ceva Renzo & C. s.n.c.
Ci-Zeta
CM Gioielli di Capra & C.
Cordon Bleu
C.Oro.L. di Lombardo Paolo
Corrao s.n.c.
Corti & Minchiotti
Costa Chiavaro Pietro SpA
Crucitti Domenico
Curcio Francesco

D
Dacquino & Maietti s.n.c.
Damiani
Davite & Delucchi
Dea Gioielli
Deambrogi L. del Dr. E. & C.
Deambrogio Fratelli
Dierre di De Regibus & C.
3 D.G. di Domenichetti G.
Doria Fratelli
Ducco Fratelli & C. s.n.c.

E
Effepi gioielli
Effevi S.p.A.
Ellepi Livio Pinato
Erma s.n.c.
Eurogold s.r.l.

F
Falaguerra Ginetto
Fassi Giorgio
F.B.L. di Fattore & Barberis
Ferraris & C. s.n.c.
Ferraris Ferruccio & F. s.n.c.
Ferraris Renato
Ficalbi & Litta
Floriani Astucci
Forlani Enrico
Forlani Gian Carlo
Forlani Umberto
Fos s.r.l.
Fracchia Pietro

G
Gaia s.n.c.
Galdiolo Fratelli
Garavelli Aldo & C.
Garavelli Lino
Garbieri sas
Gaspari Fratelli
Gastaldello Fratelli
Geal di Bagnara & C.
Gei gioielli
Ghidetti Franco
Giacometti & Gaudino
Giancappa di Cappa G.
Giloro di Preda Gilberto
Gioia Carlo
Gioielli di Mario Fontana
Gioielmoda BBP
Giò Caroli
Giotto & Bruno
Giusti Roberto
Golden Eight di Doratiotto
Goretta Enrico & C.
Guasco Franco
Guerci & Pallavidini

H
Harpo's

I
Illario Carlo & F.lli SpA
Imballaggi speciali
Intragold srl
Italgold di Amisano Franco

J
Jewel's House

K
Korova di Dotta Giorgio

L
La Grillanda snc
Lani Fratelli
Lara snc
La Rosa Cesare
Lazzarin Vittorio
L.B.L. di Lorenzon F.lli & B.
Legnazzi Roberto
Lenti di Lenti & Raiteri
Lenti & Villasco
Lepidor di Legora Sergio
Leva Gioielli
Leva Santino
Lingua Elio & C. sas
Locatelli Giacomo
Lombardi Giorgio
Lombardi Pietro
L.P.L. di Arimondo Giovanni
Lunati di P. & G. Lunati snc
M
Maggiolo Ivan & C.
Magiulè di Cova Massimo
Maiorana Carmelo & C.
Manca Fratelli
Maragno Eliseo
Maragno Rino
Masini Giuseppe
Megazzini Alfredo
Meroni & Bosco
Milanese Violetta
Milano Piero & C.
Mineralgemme
Minto Gian Carlo
Mocchi Pietro
Molina & C.
Monile di Arata & Gangi
Montaldi Carlo & C
Moraglione Fratelli
Morosetti Gioiellerie
Mussio & Ceva s.n.c.
N
National Export
New Italian Art
Novarese-Bossio
Novarese & Sannazzaro
O
Omodeo & Ferraris
Orafa Nord Italia sdf
O.R.M. Export di Malvisini & C.
Oro-Art snc
Oro Trend
Orsi Fratelli
Orstil Gioielli - S. Fontanella
P
Panelli Mario & C.
Panelli Pier Angelo
Panorval di Panzarasa A.
PARM snc
P.A.P. Pasero-Acuto-Pasino
Pautasso Bordoni
Perri Florindo
P.G.P. di Pagella & C. snc
Picchiotti sas
Pierez di Perez Giuseppe
Pizzo Leo di Pizzo L.
Pollarolo Maurizio
Ponzone Aldo
Ponzone & Zanchetta
Provera & C.
R
Raccone & Strocco snc
Raima Gioielli snc
Raiteri & Carrero s.n.c.
Raselli Claudio
Raselli Fausto & C.
Raselli Giorgio & Renzo
Raspagni Gian Carlo
RB di Raselli & Biginelli
R.C.M.
Re Carlo
Regalli & Cassini
Repossi Dirce
R.G. di Bellini e Trovò
Ricaldone Lorenzo
Ricci Gabriele & C s.n.c.
Ricci Gian Pietro & C.
Rinaldi Michele
Rivalta G. Gabriella
Robotti G. di M. Robotti
Rosin Vittorio
Rossi Germano & F.lli
Rossi Astucci
RT Riccioli, Tabacchetti & C.
Ruggiero Mario
S
Santangeletta G.C. & C. snc
Saracco Mauro & C.
Scala F.lli
Simeoni Fratelli
Sivep
Soro di Elio Soro & C.
Stanchi Pier Paolo
Staurino Luigi e Figli
Sun Rise Jewelry
T
Taverna & C. s.n.c.
Terzano Enrico
Terzano Lorenzo
Terzano F.lli di Terzano N.
Testera Giorgio
Tinelli & C.
T.J.L. srl
Tonino Carlo
Torra Luigi
Torri Eugenio & C. spa
Torti Mario & C.
V
Vairelli & C.
Varona Enzo
Vendorafa srl
Verdi Giuseppe & C.
Vergagni Pier Giorgio
Vigraf di Sturaro & C.
Visconti Gian Piero
Visconti Giorgio
Visconti Mirco
W
White Gold di M. & Natta
Z
Zaghetto, Steffani, Barbierato
Zucchelli Giorgio & C. snc

L'ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA VI INVITA ALLA

8ª MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO VALENZA 5/9 OTTOBRE 1985

Riservata agli operatori del settore

Associazione Orafa Valenzana
Piazza Don Minzoni, 1 - 15048 VALENZA
Tel. (0131) 91851/953221
Telex 210106 EXORAF (attention AOV)

Valenza:
100 km. dagli aeroporti
di Milano,
Genova, Torino.

Agenzia viaggi accreditata:
Gold Travel
Piazza Gramsci 14
15048 Valenza
Tel. (0131) 94971/94972
Telex 211360 GOLDVA

ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA INVITES YOU TO VALENZA FOR

8th VALENZA JEWELRY EXHIBITION 5-9 OCTOBER 1985

Reserved for the trade

Associazione Orafa Valenzana
Piazza Don Minzoni, 1 - 15048 VALENZA
Tel. (0131) 91851/953221
Telex 210106 EXORAF (attention AOV)

Valenza:
100 km. from Milano,
Genova, Torino
airports

For your travel to Valenza:
Gold Travel
Piazza Gramsci 14
15048 Valenza
Tel. (0131) 94971/94972
Telex 211360 GOLDVA

FIERE: DECIDERE O OBBEDIRE?

Non accettare passivamente decisioni che non tengono conto degli interessi degli espositori. Dilatazioni impensabili in un momento di crisi.

Parlando di Fiere, del loro moltiplicarsi e dei disagi provocati da questo fenomeno, sul fascicolo 3 de L'Orafo Valenzano dello scorso anno in un articolo titolato "Bandiere a mezz'asta" scrivevamo "un orafo, da solo, non può decidere poiché la sua presenza o assenza sono irrilevanti nel contesto globale di una manifestazione ed una presa di posizione personale, una rinuncia in solitario, può soltanto rivelarsi negativa".

Negativa ovviamente per l'espositore che rinuncia e che rischia di cedere un posto che in una più favorevole situazione di mercato potrebbe ridiventare interessante.

Ma chi ha rinunciato a Gold Italia 1985 – ad esempio – ha avuto la certezza di aver fatto una buona scelta, così come altri che quest'anno seguiranno la stessa decisione.

Ma è giusto che sia così, che ciascuno per proprio conto decida se lasciare o partecipare, se riprovare o ridurre alla completa inutilità gli sforzi investiti in questa o quell'altra manifestazione?

Nell'intento di affrontare coralmente il problema Fiere, l'Associazione Orafa Valenzana ha indetto una riunione alla quale hanno preso parte – numerosi – i valenzani toccati in prima persona da questo argomento balzato in primo piano con assoluta priorità anche a causa della programmata terza edizione vicentina.

Gold Italia 1986 e Orogemma erano i temi sui quali gli associati sono stati chiamati ad esprimere assenso o dissenso allo scopo di dare risposta unitaria, rilevante per la categoria orafa in generale e per quella valenzana in particolare che in Vicenza potrebbe ravvisare una minaccia per la propria esposizione autunnale. Cerchiamo di riassumere le posizioni emerse da questo incontro molto animato in cui i valenzani hanno realisticamente, con lucidità imprenditoriale e con estrema franchezza analizzato ed esposto i propri interessi e i motivi delle loro scelte.

MOSTRA GIOIELLO VALENZANO

Nella scelta delle date per l'edizione primaverile sono stati coinvolti tutti gli espositori invitati con un questionario ad esprimere le loro preferenze su alcune date studiate anche in relazione agli spazi già occupati da altre manifestazioni. È emersa una notevole propensione per una data da posizionare entro il mese di febbraio, mentre qualcuno ha optato per marzo e altri per il mantenimento della data attuale.

La decisione finale sarà presa dal Consiglio che dovrà ovviamente prendere atto delle indicazioni espresse dalla maggioranza e operare la scelta definitiva.

Per quanto concerne l'edizione autunnale, tutti d'accordo sull'attuale periodo, un posizionamento che la colloca alla fine dell'anno fieristico e che proprio da questa situazione trae notevoli vantaggi.

GOLD ITALIA

L'edizione 1984 sembrava aver toccato il fondo del passivo per i partecipanti ma l'AOV e i suoi associati avevano accordato nuova fiducia per l'edizione di quest'anno.

Riprovarci per non vanificare gli sforzi promozionali – lautamente pagati dagli stessi espositori – o abbandono definitivo?

Si sa per certo che alcuni imprenditori hanno già dato forfait per concentrare i propri sforzi sulla più redditizia Basilea, ma l'AOV vorrebbe ancora sostenerla.

A tale scopo, l'Associazione ha sottoposto all'Ente Fiera di Milano delle date che potrebbero conciliare gli interessi di espositori e visitatori consentendo loro di programmare la loro presenza ad entrambe.

In mancanza di altre proposte è sulle date elaborate dall'AOV che l'Ente Fiera di Milano sta analizzando le possibili soluzioni, compatibilmente con gli altri impegni fieristici e le due Pasque, quella cristiana e quella ebraica.

VICENZA

Veniamo al punto più scottante. Terza fiera che di fatto esisteva già e alla quale senza convinzione partecipavano valenzani di tutto rispetto.

Una fiera minore, di secondaria importanza e un po' contrabbandata perché era in realtà nata come Mostra di gemmologia.

L'attuale staff dirigenziale intende promuoverla facendola assurgere al ruolo di più importante fiera per il dettagliante.

Un nuovo padiglione al quale sono stati invitati a prendere posto alcuni big dovrebbe fare da richiamo per vendere lo spazio che si renderebbe così libero; 200 aziende – pare – troverebbero posto accanto alle altre: 800 se tutte partecipano, raggiungendo l'imponente totale di quasi 1000 aziende.

Per inciso, gli espositori di gioielleria a Basilea erano

"solo" 856, per un totale di quasi 50.000 visitatori.

Quanti visitatori farà saltar fuori dal suo cilindro magico l'Ente Fiera di Vicenza per garantire affari ai suoi mille gioiellieri?

A parte l'investimento in denaro e il fermo delle valigie c'è anche il grosso interrogativo, la chiave di volta del sistema sul quale si basa l'Ente vicentino per la collocazione del suo spazio.

In effetti, più o meno direttamente il messaggio è stato trasmesso molto chiaramente: chi non partecipa a tutte e tre le manifestazioni dovrà quasi sicuramente scontrarsi con "ambiguità" già fin troppo palesemente manifestate con parecchi degli associati AOV e persino con gli stessi vicentini.

L'onestà degli organizzatori si verificherà molto presto ed è su questi equilibri che Vicenza gioca la sua partita.

Intanto, per protestare contro soprusi più o meno chiaramente allusi molti valenzani – tra i quali aziende di rilevante valore – hanno disdettato la propria partecipazione in toto, gennaio compresa. Altre sulla scia di chi ha invece aderito, hanno già firmato la richiesta per settembre, immotivata, ma allineandosi con gli altri facendo così il gioco di quei bravi venditori di spazio che sono i responsabili delle manifestazioni vicentine.

Ammiriamo francamente il coraggio di chi per protestare contro soprusi ha rinunciato all'unica Fiera italiana che oggi ha un autentico successo, la Fiera di Vicenza di gennaio. Successo che è stato costruito non soltanto dall'Ente Fiera ma dalla qualità degli espositori, quegli stesssi che oggi si vedono costretti a rinunciarvi utilizzando il solo mezzo a loro disposizione per non cedere a ricatti. E ci sembra, questo, un peso ed una responsabilità molto gravi sui quali Vicenza dovrà riflettere.

Mors tua, vita mea penseranno in molti. Ma Vicenza no, non può e non deve permettersi di perdere certi espositori che in passato hanno contribuito a fare la sua fortuna, richiamando grossi compratori con la loro presenza.

È un impegno morale che nessuno scopo commerciale – per lucroso che possa sembrare – deve far dimenticare.

L'Associazione, a richiesta di tutti i presenti, si è assunto l'incarico di tutelare presso l'Ente Fiera gli interessi dei propri associati.

Certo che far coincidere interessi contrastanti è quasi sempre impossibile. Se l'associazionismo è indispensabile per certe imprese di medie o modeste proporzioni, quando imprenditori sfiorano cifre da capogiro, hanno dozzine di rappresentanti, hanno impegni verso decine di laboratori devono operare scelte personali, talvolta in contrasto con quelle degli altri ma in sintonia con la propria filosofia aziendale.

Anche queste aziende però possono far sentire il loro peso schierandosi con le altre quando sono in gioco gravi questioni di principio. Per verità di cronaca riportiamo l'asserzione di Damiano Grassi – espressa pubblicamente – che si è dichiarato pronto ad interventi anche drastici in caso di gravi e palesi mancanze da parte degli organizzatori.

IL DOPO-FIERA

A parlare di fiere sono sempre gli Enti Organizzatori, gli espositori, la stampa di categoria... Ma i visitatori, chi li interpella mai.

A quando un sondaggio serio, esteso, per conoscere il loro parere sulle date più congeniali, sui luoghi di svolgimento più convincenti, su quanto sembrerebbe loro lecito aspettarsi dalla visita a una Fiera?

Non dimentichiamo che anche i dettaglianti hanno nei loro bilanci la voce "viaggi" che diventerebbe parecchio sostenuta se – poniamo per assurdo – decidessero di seguire ovunque qualcuno che esponesse qualcosa.

E i disagi dei viaggi, le assenze dal negozio, da che cosa sarebbero giustificate?

Da reali novità del prodotto esposto, probabilmente. Ma come può il gioielliere espositore rinnovare le proprie collezioni ad ogni manifestazione fieristica.

Doppioni di fiere significano quindi anche scadimento di immagine perché pochissime aziende sono in grado di rispondere a questa necessità.

Questo è il punto sul quale tutti siamo invitati a riflettere.

Più fiere significano dispersione di energie, maggiori esposizioni che potrebbero meglio essere utilizzate come investimenti sul prodotto, e oltre che allontanamento del dettagliante per eccesso di inviti.

Le Fiere, nate per agevolare il rapporto tra il commerciante e il dettagliante, per sollevare il primo dai rischi del viaggio e per facilitare al secondo scelte più vaste hanno finito col sortire l'effetto contrario.

R.C.

CARI GIORNALISTI

Cari Colleghi giornalisti, siamo invitati, coccolati vezzeggiati. Ogni tanto anche un regalino perché sanno che ci fa tanto piacere. Ci dicono che la nostra presenza è indispensabile, affermano che il nostro lavoro è determinante, un essenziale contributo alla categoria.

Ci lusingano rispondendo alle nostre domande che definiscono "acute e particolarmente centrate". Fingono di ricordarsi i nostri articoli e con qualche battuta onnicomprensiva plaudono ai nostri "coraggiosi interventi".

Così quando una Fiera ci manda un comunicato-stampa che sembra un bollettino di vittoria come si fa a contestarlo.

Francamente, dopo essere stati signorilmente ospitati, invitati a feste sontuose, come si fa a scrivere nei propri articoli che la maggior parte degli espositori se ne è andata a casa senza neppure aprire il copia-commissioni. Meglio focalizzare le voci positive di quei quattro o cinque che hanno lavorato e dire che la Fiera non è stata proprio eccezionale ma che ha comunque pagato.

In fondo, è verità anche questa.

E le date sbagliate, le doppiette, le triplette, chi avrà mai il coraggio di contestarle, visto che qualcuno potrebbe offendersi e non passare più la pubblicità?

Tutto sotto silenzio.

Qui a Valenza dovrebbero essere contenti di questa situazione perché, così stando le cose – nessuno oserà mai contestazioni frontali. E invece diciamo chiaramente – così come lo ripetiamo a tu per tu con gli espositori nei corridoi – che anche la fiera valenzana di marzo è un inutile doppione. L'Associazione Orafa Valenzana accoglie le critiche, nessuno è permaloso nel Consiglio.

E se da queste pagine ci permettiamo di criticare certe altre fiere malgrado la nostra doppietta di marzo lo facciamo perché quella di Valenza è un male minore. I nostri giocano in casa, non sostengono quelle spese che gonfiano a dismisura i costi: ai valenzani è chiesto unicamente di bloccare i campionari per qualche giorno.

La Mostra di marzo – per chi ancora non l'avesse capito – è parte integrante di quella politica di marchio e di rilancio del prodotto valenzano che l'Associazione Orafa Valenzana sta articolando su una serie di iniziative e di cui la Fiera di marzo è soltanto un anello della catena. Hanno le carte in regola.

Ma tutte le altre fiere inutili, perché continuare a parlarne in termini positivi o acritici?

Ho assistito alla conferenza stampa tenuta a Vicenza nel giugno scorso: l'argomento sul tappeto era la terza fiera vicentina, quella che i dirigenti di Vicenza hanno programmato senza minimamente tener conto di realtà precedenti o, semplicemente senza considerare il parere degli espositori, quelli che pagano anche per immotivate scelte altrui.

Sapete meglio di me quali sono state in quell'occasione le domande "acute e centrate" poste dai nostri colleghi: quanti sono i visitatori previsti, quanti i mq. in più per le edizioni a venire, quanti gli espositori che troveranno spazio nel nuovo padiglione, come saranno allestiti gli stand, e così via con altre curiosità di poco o nessun conto rispetto al vero, scottante problema: una terza mostra che si inserisce prepotentemente in un programma già pesante e definito e che, oltretutto, si pone in aperto contrasto con quella valenzana di ormai riconosciuta importanza.

Pochissimi, tra i quali la sottoscritta, hanno avuto il coraggio di affrontare l'argomento con domande "scomode". Ad esempio, se chi sceglierà di non partecipare alla terza edizione vicentina potrà ritrovare il proprio stand alla fiera di gennaio.

Risposta, dopo lunghi giri di parole: NO! Dobbiamo avere il coraggio di chiamare le cose con il loro nome e questo atteggiamento ne ha uno preciso: ricatto. A quando una quarta fiera vicentina?

Nessuno, se non noi de L'Orafo Valenzano, si è posto in posizione critica di fronte all'annunciata realizzazione di Oromassimo: una serie di mostre-immagine rivolte al consumatore il cui contenuto potrebbe creare distorsioni, confusioni o addirittura difficoltà all'apparato produttivo orafo. Scelte importanti che l'Ente Fiera di Vicenza – da solo – non può arrogarsi il diritto di operare. Ci è stato assicurato che sarebbero stati interpellati organismi vari e le maggiori associazioni di categoria: com'è che Lorenzo Buccellati, Presidente della Federazione Dettaglianti, ne era totalmente all'oscuro mentre nel comunicato era dato per scontato l'appoggio della sua Federazione?

Vagliare e approfondire certi argomenti prima di divulgarli è compito precipuo del giornalista, se non vuole limitarsi a fare il compiacente passa-comunicati. Ma no. Qualcuno di noi per fare il suo piccolo "scoop" ha pubblicato in anticipo la notizia così com'era stata trasmessa a noi giornalisti, senza forse neppure rendersi conto degli interessi in gioco: bravo!

E mentre noi scriviamo che tutto va bene, che le fiere sì, sono effettivamente un po' troppe ma insomma c'è crisi e bisogna andare verso il dettagliante, le Fiere – quelle che non funzionano – sono proprio il momento più negativo per le vendite.

Valigie che non viaggiano, spese che vanno alle stelle e ricadono sotto forma di costi sul prodotto finale, dettaglianti che non si spostano perché, tanto, se perdono - quella della prossima settimana ce n'è un'altra tra dieci giorni, un'altra tra venti... e finiscono per non andare a nessuna.

Cari colleghi giornalisti, perché non facciamo anche noi come i dettaglianti? Ci scegliamo le nostre fiere, quelle che riteniamo valide e presso le quali gli espositori tutti, non solo quattro o cinque, trovano validi riscontri e disertiamo le altre, passandole sotto il più accurato silenzio?

Se veramente il nostro parere ha qualche valore facciamo concretamente qualcosa per la categoria degli orafi, facciamo sentire anche il nostro peso, e non limitiamoci a prendere delle pagine di pubblicità!

Rosanna Comi

Inviti, inviti, inviti... Dalle pagine di questa rivista un invito ai giornalisti di categoria ad un più obiettivo rapporto con il mondo orafo, i suoi esponenti e con le Fiere. Molte di esse sono inutili e persino dannose: trovare il coraggio di esprimere il proprio pensiero anche quando si scontra con interessi più forti può sembrare controproducente ma a lungo termine la professionalità pagherà molto di più.

BASILEA CAMBIA DATE

**La Fiera Europea di Basilea ha cambiato le date per la Mostra dell'orologeria e gioielleria.
L'appuntamento 1986 è dal 17 al 24 aprile.**

A dimostrazione di quanto sia delicato e determinante decidere e fissare le date di effettuazione di una fiera settoriale alla luce anche di avvenimenti esterni che possono condizionare l'ottimale svolgimento della manifestazione, la Fiera Europea dell'Orologeria e della Gioielleria di Basilea, ha mandato al macero quintali di moduli e formulari già stampati con la data prevista per il 1986 e, dopo convulse e veloci consultazioni con i Comitati degli Espositori di tutta Europa, ha deciso le nuove date di effettuazione a partire dal prossimo anno fino al 1990.

Dopo la Fiera di Monaco di Baviera che aveva inopinatamente cambiato le date due mesi or sono anche la Fiera svizzera di Basilea sorprende tutti con questo improvviso mutamento.

Non si tratta naturalmente di un capriccio. Tutti possiamo intuire quanto sia costato ai teutonici svizzeri di Basilea arrivare a questo cambiamento.

Come ha spiegato al Comitato italiano il Direttore Generale della Fiera di Basilea Michel Mamie, che ha convocato una riunione consultiva durante la Fiera di Vicenza e che nel corso di tre diversi incontri ha potuto avere il parere dei rappresentanti degli espositori italiani a Basilea, il cambiamento di date è stato imposto dalla necessità della Fiera svizzera di programmare per i prossimi cinque anni le date delle più importanti manifestazioni dell'anno: la Fiera Europea dell'Orologeria e della Gioielleria e la Fiera Campionaria Nazionale Svizzera.

Queste due fiere che comportano mesi di lavoro per il montaggio e lo smontaggio delle strutture espositive dovevano essere posizionate ad una ragionevole distanza di tempo l'una dall'altra e siccome per la Fiera Orafa-Orologiaia esiste anche il problema annoso della Pasqua Cattolica e della Pasqua Ebraica, che hanno posto sempre problemi di operatività per larghi strati di operatori orafi di tutto il mondo, la Fiera di Basilea decise, lasciando la priorità di scelta alla fiera orafa, di proporre delle nuove date di effettuazione fra i mesi di marzo, aprile e maggio a partire dal 1986.

Dai sondaggi effettuati presso i Comitati di tutta Europa è emerso che il mese di aprile è senz'altro il più valido per la fiera orafa.

Pertanto il Consiglio di Amministrazione della Fiera di Basilea, nella sua riunione del 12 giugno, ha deciso di spostare la Fiera Campionaria Nazionale Svizzera nel mese di marzo e di lasciare la Fiera dell'Orologeria e della Gioielleria in aprile.

Naturalmente, sia per i problemi di montaggio e smontaggio delle due fiere, ma soprattutto per la mobilità delle due festività pasquali non è stato facile stabilire un calendario coerente nel senso che l'anno prossimo, per esempio, gli ultimi due giorni della Fiera dell'Orologeria e della Gioielleria coincideranno con i primi due giorni della Pasqua Ebraica. Purtuttavia il Consiglio di Amministrazione della Fiera di Basilea ha stabilito un calendario di massima per la Fiera Orafa fino al 1990.

È naturale che a fronte di queste decisioni della Fiera di Basilea altre manifestazioni settoriali abbiano riesaminato il loro calendario.

La manifestazione più interessata a questi cambiamenti è naturalmente Gold Italia, sia per la sua tradizionale posizionatura in aprile, sia per i rapporti di collaborazione recentemente instaurati con la Fiera Svizzera.

Il 13 giugno, non appena a conoscenza della decisione della Fiera di Basilea, Gold Italia ha convocato il suo Comitato Consultivo per studiare il problema e prendere le opportune decisioni sulle nuove date di Gold Italia dal 1986 al 1990.

Esiste una proposta, non ancora accettata dall'ente Fiera, che prevede la chiusura di Gold Italia due giorni prima dell'apertura di Basilea e, per un paio di edizioni, l'apertura di Gold Italia due giorni dopo la chiusura di Basilea.

La proposta che tiene conto di tutti gli impegni, comprese le due festività pasquali, ci sembra la più realistica anche se comporterà notevoli oneri all'Ente Fiera di Milano e costringerà in un paio di occasioni gli espositori a chiudere la primavera fieristica ai primi di maggio.

Una ragionevole decisione di Gold Italia potrebbe portare già da quest'anno ad una promozione abbinata delle due manifestazioni fieristiche con un deciso vantaggio per gli espositori delle due Fiere. Purtroppo il tempo a disposizione non è molto ma se una decisione di Gold Italia dovesse arrivare al massimo entro fine giugno, il panorama europeo, per quanto riguarda il settore orafo orologiaio, potrebbe cambiare volto e offrire agli operatori di tutto il mondo un nuovo, allargato punto d'incontro di dimensioni mondiali.

Just to show how delicate

and determinant it is to decide and fix the date of a specialized fair, taking into account also external factors which can influence the optimum unwinding of an event, the European Watchmaking Jewelry Fair of Basel has had to send to the retting pit thousands of forms that had already been printed with the foreseen date for 1986. And, after agitated and hurried consultations with the European Exhibitors Committee, they had to decide on the new dates as of next year and up until 1990.

Following the Munich Fair of Bavaria, which had unexpectedly changed dates two months ago, it is now the turn of the Swiss Fair of Basel to surprise everyone with this unforeseen modification.

It is not of course just a fancy on their part. We can all understand how difficult it has been for the Swiss Teutonics of Basel to have to change the dates.

The General Manager of the Basel Fair, Michel Mamie, who convened a consultattive meeting during the Vicenza Fair and had the opportunity during the course of three meetings to have the opinion of the Italian representatives of the exhibitors at Basel, explained to the Italian Committee that the change of dates was made necessary as the Swiss had to schedule for the next five years the dates of the most important events of the year: the European Watchmaking and Jewelry Fair and the Swiss National Trade Fair.

These two fairs which imply months of work for the setting up and unsetting of the exhibition structures, had to be positioned with a reasonable lapse of time in between them.

And concerning the Jewelry-Watchmaking Fair there also exists the ever present issue of the Catholic Easter and the Jewish Easter, which has always entailed operative problems for a large sector of jewellers all over the world.

Therefore the Basel Fair decided to propose, as from 1986, new dates between the months of March, April and May, granting priority of choice to the Goldsmith Fair.

Results of a survey conducted with all the European Committees have shown that the month of April is without doubts the best time for the Goldsmith Fair to take place.

Therefore the Administrative Council of Basel, during a meeting held on June 12th, has decided to change the date of the Swiss National Trade Fair to the month of March and to leave the Watchmaking and Jewelry Fair in April.

Of course, due to the problems of setting up and disassembling of the two fairs, but above all because of the mobility of the Easter festivities, it has not been easy to establish a coherent calendar. Next year, for instance, the last two days of the Watchmaking and Jewelry Fair will coincide with the first two days of the Jewish Easter. Nevertheless, the Administrative Council of the Basel Fair has established a preliminary calendar until 1990 for the Goldsmith Fair.

It is obvious that following the decisions taken by the Basel Fair, other specialized exhibitions have had to reconsider their calendar.

The event most interested by these changes is of course Gold Italia. Because it is traditionally held in April, but also due to its recently established cooperation relations with the Swiss Fair.

On June 13th, upon learning of the decision taken by the Basel Fair, Gold Italia convened its Consultative Committee to study the problems and take the necessary decisions concerning the new dates from 1986 to 1990.

There exists a proposal, not yet accepted by the Fair Organization, which foresees the closing of Gold Italia two days before the opening of the Basel Fair and, for a few sessions, the opening of Gold Italia two days after the closing of the Basel Fair.

This proposal which takes into account all the engagements, including the two Easter festivities, seems to us the most realistic even if it does entail a heavy burden for the Milano Fair and will compel the exhibitors, in a few occasions, to close the Spring Fair before the first days of May.

A reasonable decision from Gold Italia could, already as from this year, lead to a joint promotion of the two events with a decisive advantage for the exhibitors of the two fairs.

Unfortunately there is not much time left, but if a decision from Gold Italia should be made known by the end of June at the latest, the European fair panorama, as far as the Goldsmith and Watchmaking sector is concerned, could change its appearance and offer the operators of the whole world a new expanded meeting place of world wide dimensions.

L. Arati

VIA CON LA DUE!

Pareri contrastanti sull'edizione semi-estiva della Fiera vicentina. Qualcuno ha lavorato benino altri no. Con gli stessi visitatori e un numero inferiore di espositori forse tutti avrebbero avuto maggiori soddisfazioni.

L'inaugurazione è avvenuta nel solito clima di rassegnazione, con gli espositori convinti di pagare, con l'edizione di giugno, un inevitabile tributo per conservare il diritto a partecipare alla più fortunata edizione di gennaio, con la Fiera e le altre strutture sociali e sindacali impegnate nel riempire pomeriggi e serate con riunioni, meeting, presentazioni e serate di gala.

Invece l' "effetto Mariotti" ha fatto sentire tutto il suo peso anche in questa occasione arrivando a sorprendere positivamente buona parte degli espositori.

Con il potenziamento della pubblicità e della promozione, con una serie di inviti ben calibrati, con un più stretto rapporto con la stampa di settore di tutto il mondo, la Fiera di Vicenza di giugno ha potuto registrare il raddoppio dei visitatori qualificati rispetto alla precedente edizione tanto da consentire a buona parte degli espositori di chiudere l'edizione estiva di Vicenza con un bilancio non trascurabile.

Non che il rapporto dei visitatori rispetto all'ultima edizione abbia risolto il problema ormai endemico di Vicenza Oro Due perché, benchè raddoppiati, i compratori sono stati sempre troppo pochi per soddisfare le esigenze dei circa seicentocinquanta espositori titolari di stands ai quali bisogna aggiungere circa un centinaio di coespositori più o meno ufficializzati.

Ma grazie alla buona qualità dei pur pochi compratori e al ritmo intenso della manifestazioni collaterali nessuno si è annoiato a Vicenza.

Visto il panorama e i risultati delle numerose fiere orafe nazionali ed internazionali buona parte degli espositori ha dovuto convenire che Vicenza Oro Due, ai primi di giugno, se proprio non è stata il toccasana per un settore affamato di ordini, è stata il minore dei mali.

L'incontro del Ministro per il Commercio Estero On. Capria con gli operatori orafi non ha certamente sortito il benchè minimo vantaggio alle esportazioni orafe italiane, ma avendo consentito agli esponenti ufficiali del settore di esporre le loro teorie, non sempre in sintonia con quelle del Ministero, ha sollevato sentimenti di riconoscenza verso l'Ente Fiera che aveva provocato l'incontro.

La festa in Villa, a Trissino, nella splendida residenza del Conte Giannino Marzotto, ha consentito a una ventina di gioiellieri di far sfilare le proprie collezioni in un contesto di ottimo livello per l'ambiente, la coreografia, le musiche e l'abbinamento con la moda.

Oltre cinquecento gli invitati abbastanza selezionati per questa festa in Villa che ha assunto da questa edizione una nuova dimensione sia per la qualità degli invitati, per il tono dello spettacolo e per l'accentuata capacità promozionale a favore del gioiello vista la partecipazione di almeno due emittenti televisive.

Un'altra manifestazione, che ha premiato un produttore di Valenza, è stata organizzata dall'Ente Fiera in collaborazione con il Ristorante "Leoncino" per premiare il "gioiello più aggressivo" esposto nelle vetrine di Vicenza Oro Due.

Fra le altre manifestazioni collaterali riteniamo giusto citare la presentazione da parte della Intergold del "Quaderno delle tendenze moda-gioiello" per il 1985/86. Questo quaderno, giunto alla sua quarta edizione, deve aver incontrato il favore degli operatori vista la grande partecipazione alla riunione di presentazione.

L'introduzione del tema è stata fatta dal Dott. Franco Falletta, uno dei nuovi dirigenti della Intergold Italia, mentre il commento, con l'ausilio di un bellissimo filmato, è stato fatto dalla Signora Anny Talli Nencioni.

La penultima presentazione di questo quaderno, che coinvolge maggiormente i gioiellieri, era stata fatta a Valenza ma, analizzando nel dettaglio le origini degli espositori della Fiera di Vicenza, si può convenire con la scelta fatta dalla Intergold.

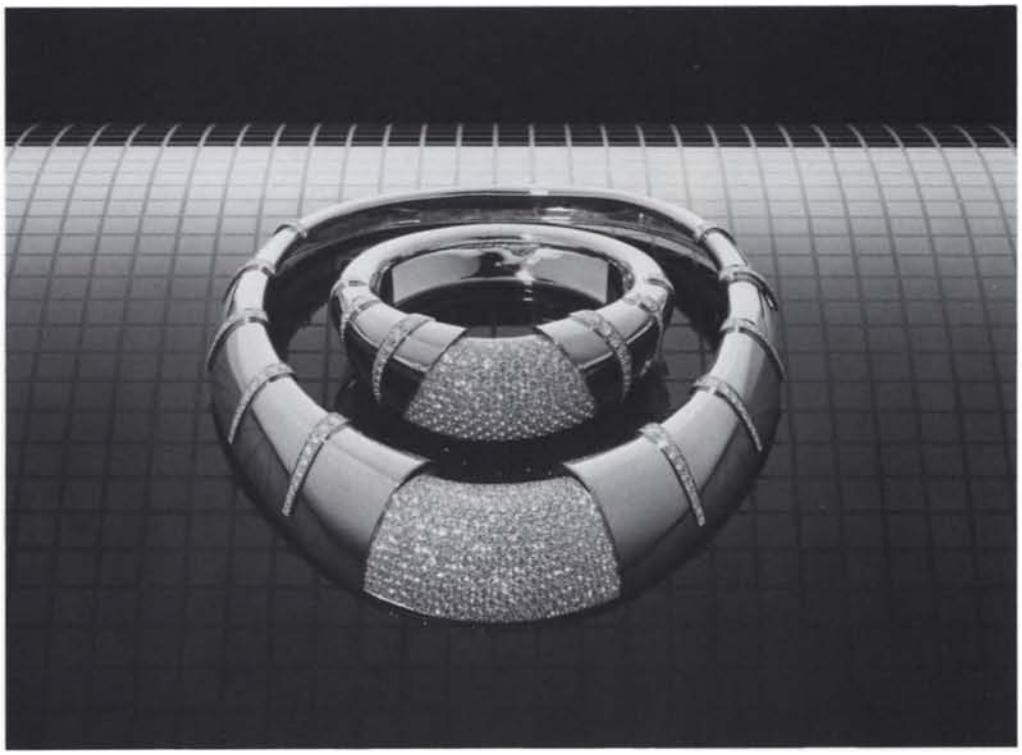
Infatti a fronte di un 35% di espositori dell'area vicentina e ad un 14% dell'area aretina, si ha un buon 25% di ditte valenzane, un 8% di ditte di Napoli e Torre del Greco e

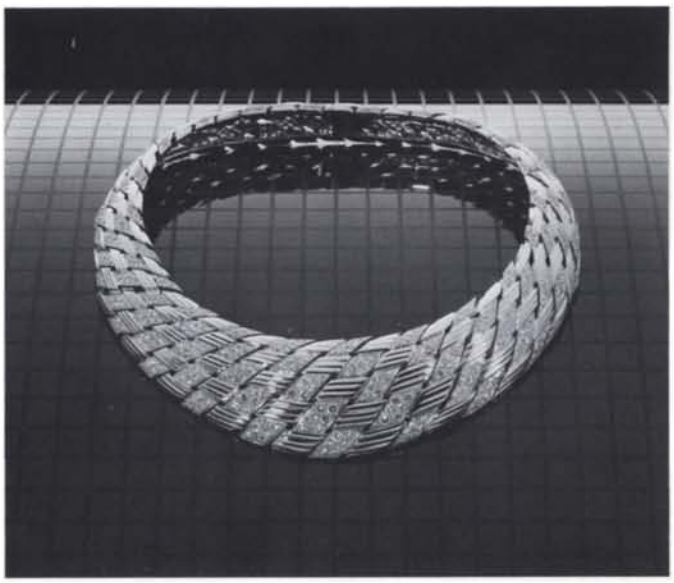
un 5% di ditte lombarde. Il che dimostra, oltre che l'ottima composizione merceologica del fronte espositivo di Vicenza Oro Due, la perfetta scelta della Intergold per la presentazione del suo "Quaderno".

Concludendo, Vicenza Oro Due, è stata un ottimo motivo d'incontro per gli espositori orafi italiani con discreti risultati commerciali per buona parte degli espositori ma non certo una pietra miliare nei progetti del Dottor Vittorio Mariotti, che tendono a fare di Vicenza Oro una delle più importanti manifestazioni orafe d'Europa. È anche vero che questa edizione estiva della Fiera di Vicenza il Dottor Mariotti se l'è trovata fra le mani senza colpa nè peccato e che l'ha gestita al meglio.

Non ci meraviglieremmo comunque se, nel prossimo futuro, anche per raggiungere i suoi ambiziosi obiettivi, il Dottor Mariotti mettesse in discussione di fronte all'Ente Fiera, se non proprio l'esistenza, almeno le date di effettuazione di questa edizione della Fiera Orafa di Vicenza.

The inauguration occured in the usual mood of resignation, with the exhibitors convinced of paying with this June session, an unavoidable tribute to preserve their right to participate to





Nelle foto:
Alcuni oggetti presentati all'edizione vicentina di giugno da orafi valenzani.

the more successful session of January. With also the Fair and the other social and trade-union organizations busy spending afternoons and evenings with meetings, presentation and gala performances.

On the other hand the "Mariotti effect" had an incredible impact on this occasion, and succeeded in surprising in a positive way a good majority of the exhibitors.

Thanks to the encouragement of publicity and promotion, of a series of carefully chosen invitations and a closer relation with the world specialized press, the Vicenza Fair of June has registered a number of specialized visitors which has doubled compared to the last session. Up to the point of allowing a good number of exhibitors to close the summer event of Vicenza with a very good balance-sheet.

However the fact that the number of visitors has doubled compared to the last session has not settled the problem, now endemic, of Vicenza Oro Due. As, even if the number has doubled, the amount of buyers is still not important to satisfy the requirements of the almost six hundred and fifty exhibitors holders of stands to which it is necessary to add almost a hundred co-exhibitors, more or less official.

But thanks to the high standard of the too few buyers and to the intensive rhythm of the collateral events non one had time to be bored at Vicenza.

Looking back at the panorama and the results of the numerous national and international Goldsmith Fairs, a majority of the exhibitors had to admit that Vicenza Oro Due, at the beginning of June, was maybe not the panacea of a sector hungry for orders but it certainly was not either a failure.

The encounter of Mr. Capria Secretary of Commerce with the goldsmith certainly did not produce the minimum advantage for Italian goldsmiths' exports, but it allowed the official exposers, and who were therefore thankful to the Fair organizers who had arranged the meeting, to disclose their theories, not always attuned to those of the Secretary of Commerce.

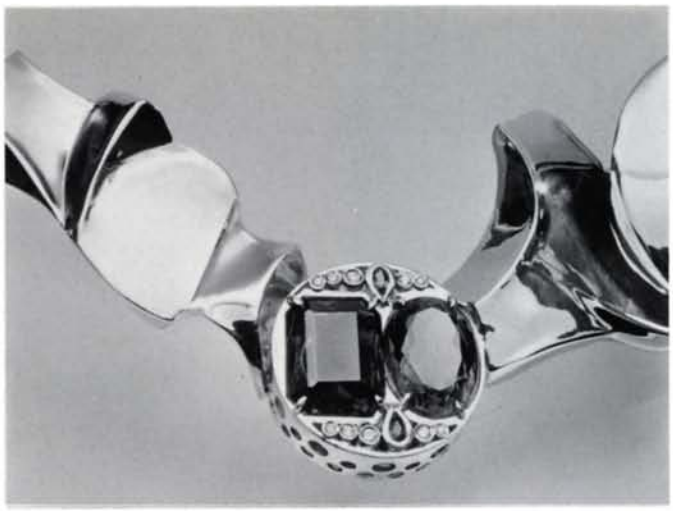
The party, in Trissino, in the splendid home of the Count Giannino Marzotto, was the occasion for approximately twenty jewellers to show their collections in a perfect context, be it for the surroundings, the choreography, the music and the combination with fashion. More than five hundred selected guest attended the party which assumed a new dimension thanks to the quality of the guests, the tone of the entertainment, the increased promotion in favour of jewels thanks to the participation of at least two television broadcastings.

Another event, at which a designer from Valenza was given a prize, was organized by the Fair together with the restaurant "Leoncino" to award the "most agressive jewel" exhibited in the window displays of Vicenza Oro Due.

Concerning the other collateral events we would like to mention the presentation by Intergold of the "Book on fashion-jewelry trends" for 1985/86. If we consider the large attendance there was at this presentation this book, which is now in its fourth edition, must have encountered the favour of the operators.

The last presentation of this book, which is of interest mainly to jewellers, had been made in Valenza. Looking at a detailed analysis of the origin of the exhibitors present at the Vicenza Fair, one can only but agree with the choice made by Intergold.

In fact in front of 35% of exhibitors coming from the



area of Vicenza, and 14% from the area of Arezzo, there is good 25% of companies from Valenza, 8% from Naples and Torre del Greco and 5% from the Lombardy region.

Which demonstrates, apart from the optimum composition of marketable goods exhibited at Vicenza Oro Due, the perfect choice of Intergold for the presentation of its book.

To conclude, Vicenza Oro Due has been an ideal meeting place for Italian Goldsmiths with moderate commercial results for a good majority of the exhibitors. But certainly not a milestone for Mr. Vittorio Mariotti's projects, whose wish is to make Vicenza Oro one of the most important European Goldsmith events.

It is also true that Mr. Mariotti found himself involved in spite of himself for this summer session of the Vicenza Fair and nevertheless has managed it in the best possible way.

We would not be surprised however if in the near future, also to reach his ambitious objectives, Mr. Mariotti would not discuss with the fair Organization, if not the existence, at least the dates of this session of the Goldsmith Fair of Vicenza.

Luciano Arati

Nelle foto:
Alcuni oggetti presentati all'edizione vicentina di giugno da orafi valenzani.

OROMODA INTERGOLD

SUGGERIMENTI D'ORO

Abbiamo più volte espresso il nostro parere positivo sulle operazioni che Intergold sta sviluppando da qualche anno a questa parte a favore della categoria orafa.

Analisi delle tendenze del mercato, trasformazione delle risultanze in temi-moda, progetti proposti ai produttori, campagne promozionali e pubblicitarie d'appoggio verso il consumatore.

Così esposto il programma Intergold sembrerebbe il toccasana per un settore in crisi, ma la realtà è purtroppo ben diversa.

Rinnoviamo il nostro consenso a questa organizzazione che, comunque, si muove con obiettivi lodevoli e chiaramente definiti, ma ci sia consentito di esprimere qualche dubbio sul valore globale delle operazioni progettate quando da suggerimenti o indicazioni le tendenze devono trovare la loro traduzione in realtà.

Spieghiamo intanto a chi ancora non lo sapesse come nascono le tendenze.

Lo studio è svolto da un'Agenzia francese, la Promostyl, che avvalendosi di specializzatissimo personale, con appropriate richerche sul costume e le sue prevedibili evoluzioni anticipa o cerca di farlo quelle che saranno le mode o gli stili che sono nell'aria e che sono pronti per essere assorbiti ed adottati dal consumatore nelle stagioni o nei mesi successivi.

La Promostyl non si occupa solo di gioielleria ma studia le tendenze nella loro globalità: calzature, abbigliamento, accessori, acconciature e persino arredamento.

Possiamo quindi accettare per valide le tendenze – e i suggerimenti derivanti – che questa competente organizzazione elabora.

Ma se a Promostyl il compito di approfondire le ricerche sulla prossima moda del gioiello invece che Intergold l'avesse commissionata De Beers o, che so, un gruppo di produttori brasiliani i risultati sarebbero stati gli stessi? Ne dubitiamo molto.

Nel corso della presentazione del quaderno fatta a Valenza, lo stesso Fabio Torboli General Manager per l'Italia rispondendo a un intervento ha ammesso un certo atteggiamento "partigiano". È ovvio.
Il quaderno però, aggiungiamo subito, si offre allo spunto, all'interpretazione, non alla copiatura pedissequa. Perciò chi sente la propria "mano" più creativa con diamanti, pietre massive o fini, smalti o platino usi tranquillamente i materiali che gli sono più congeniali. L'importante, secondo Intergold e anche secondo noi, è non perdere di vista il tipo di donna, il genere di gusto al quale gli oggetti sono destinati.

E fin qui tutto bene. Le cose si complicano quando il fabbricante si pone – e deve farlo – in modo critico di fronte alle proposte Intergold.

Produrre oggetti nuovi, in sintonia con il gusto più attuale è relativamente facile: chi non ce la fa da solo può con un briciolo di umiltà e tanta intelligenza rivolgersi a designer professionisti.

Ma a chi vendere questi prodotti, questo è il problema.

Attraverso le indagini motivazionali fatte realizzare per conto del Club degli Orafi Intergold sa che la stragrande maggioranza dei consumatori è ancorata a gioielli tradizionali, acquisiti dalla mentalità del consumatore-medio più per il loro contenuto prezioso che non per quello stilistico.

È stata indicata nel dettagliante la "strozzatura" che rallenta l'evoluzione di una nuova gioielleria e nel rappresentante il suo naturale portavoce.

Mille rappresentanti possono fare molto – ha affermato Torboli sempre nella stessa occasione.

Il rappresentante, ribattiamo noi, non è un missionario. Ha un compito molto importante, vendere ad ogni costo e spesso è sul suo lavoro, esclusivamente sul suo, che si regge un'azienda.

E vende quello che gli è più facile, quello che il dettagliante a sua volta ritiene più vendibile e che ordina sicuro di poterlo collocare presso una clientela di cui conosce il gusto.

Questo, secondo noi, è il punto debole sul quale si dovranno in futuro far convergere tutti gli sforzi.

Non lasciamo che sia il fabbricante a pagare l'evoluzione della gioielleria con immobilizzo di metallo e gemme in gioielli bellissimi che rimangono in cassaforte.

Il gusto del consumatore medio purtroppo non è ancora preparato all'assorbimento di certi gioielli: disinformazione, mancanza di cultura, totale assenza di pubblicità che lo attiri nella sfera di questo consumo e lo stimoli a confronti, a osservazioni, a comparazioni.

Molte delle proposte Intergold – bellissime – sono comprensibili solo a un'èlite del mercato, non alla massa.

Occorrono miliardi per parlare al consumatore in termini di massa e questi miliardi bisognerà trovarli assolutamente, se si vuole interferire in modo aggressivo per cambiare la faccia della gioielleria.

Intergold, De Beers, Organizzazioni di metalli e gemme e, perché no, le Fiere di settore dovrebbero contribuire al reperimento di fondi per questo sforzo collettivo che investe gli interessi di tutti.

Facciamo in modo che gli orecchini della bisnonna smettano di essere esibiti con orgoglio e restino dove devono stare, in un cassetto. Solo così sulla toilette della donna si creerà un po' di spazio per gioielli autenticamente nuovi.

We repeatedly supported the work that Intergold has been developing during these last years in favour of the goldsmith's sector.

A careful study of the market trends; changes of the results into fashionable subjects; projects suggested to the producers; promotional and advertising campaigns for the consumer.

This account does give the impression that Intergold programme is exactly what is needed for a sector which is passing through a crisis. But actually, things are quite different.

Despite this, we emphasize the point that we do give our support to this organization, whose aims are worth-considering and well-defined. Yet we have to express our doubts about the overall value of the work established when it comes to applying these suggestions or indications to reality.

Dopo una presentazione a più vasto raggio durante lo svolgimento della Fiera di Vicenza, Intergold ha riservato a Valenza una serata speciale per la visione del "quaderno" tendenze 1985.
Alla presentazione è seguito un dibattito dal quale sono emerse positive valutazioni, così come interessanti posizioni critiche.
In quese colonne cerchiamo di riassumere il parere dei valenzani, riservandoci una maggiore meditazione sui temi-moda sui quali torneremo in uno dei prossimi fascicoli.

Let's now give an outline, for those who are not familiar with it, of the ways in which thse tendencies arise.

The study is carried out by a french Agency, the Promostyl. With the aid of skilled technicians, appropriate research on custom and its possible evolution, it anticipates (or at least tries to) the fashion and styles which are only perceptible but ready to be taken in by the consumer in the following months or seasons. Promostyl does not only deal with jewelery but it studies trends in general: footwear, clothes, fashion accessories, hair-styles and even furniture.

We can thus recognize the value of the trends and suggestions from the study carried out by this skilled organization.

Yet if De Beers, or let's say, a group of Brazilian producers, and not Intergold, had given the task of going thoroughly into the studies concerning the following style of jewelry to Promostyl, would things have been different?

Wethink, indeed, it is possible.

Even Fabio Torboli, General Manager for Italy, during the presentation of the issue in Valenza, remarked that we acknowledged a certain "biased" attitude. This is obvious. Yet we immediately add that the issue is a stimulus and is liable to interpretation and not to servile imitation. Thus those who feel they can create better things with diamonds, and other gems, with enamel or platinum should use the kind of materials they prefer. What Intergold considers important, and we agree, is the kind of taste and the kind of woman who will wear this kind of objects.

No problems so far. Things get difficult when the producer adopts a critical attitude – and he has to do this – faced with Intergold's suggestions.

The fact of producing new objects which suit the most modern taste isn't particularly complicated: those who aren't skilled enough can apply with some humility and much intelligence to professional designers.

But the problem is, who are the right people to sell these objects to?

The study on the motif behind the consumer's mentality, led by the "Club degli Orafi" (The goldsmiths' Club) has shown Intergold that the great majority of consumers is still attached to traditional jewels which are assimilated by the average consumer for their real, rather than for their stylistic value.

The retailer has been recognized as the factor restricting the development of a new jewelry.

One thousand representatives, can do much – Torboli has again stated on the same occasion.

Representatives, we insist, are no missionaries. They play a vital role, that is they have to sell at all costs.

A firm often thrives on his work – and solely on his.

Representatives sell what they find easiest, what the retailer considers more marketable and which he orders thinking that he can, in turn, place it on a market he knows is suitable.

We believe this is the weak point upon which all efforts should in future concentrate.

Let's make sure that the producer does not pay for the evolution of jewelery himself, by locking up metals and gems in beautiful jewels which are kept in a safe. It is a pity that the taste of the average consumer is not yet ready for the assimilation of certain jewels for several reasons: lack of information, of culture, of advertising campaigns which attract in this market and urge him to make comparisons and observations. Many of Intergold's suggestions – some beautiful ones – aren't within the reach of the mass of the population: they only involve the market's élite.

Thousands of millions are necessary to deal with the consumer via mass-media and if we really want introduce drastic changes in jewelry, we will have to find the money required.

Intergold, De Beers, Organizations of metals and gems and, why not, even Fairs specialized in this sector, should help us find funds for this common effort which concerns everybody.

Let's make sure that we stop wearing our grandmother's earrings with pride and rather keep them where they should be: in the drawer. This is the only way by which truly new jewels can find their proper place in a woman's dressing-table.

CRONACA VALENZANA

UN VALENZANO IN AMERICA

JC Penney: una catena di circa 1600 department stores di cui 600 con gioielleria fine. Un incredibile volume di affari se si considera la vastità dei prodotti trattati che vanno dall'orologio da poche decine di migliaia di lire all'oggetto con gemme e diamanti che tocca anche i 30 mila dollari.

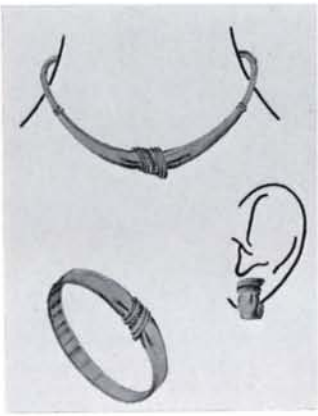
Molto massicce, ovviamente, le campagne promozionali che questa smisurata organizzazione di vendita svolge sul consumatore: azioni sempre diverse, in funzione della località, del punto vendita, del tipo di clientela e, conseguentemente, del prodotto da proporre.

Con appropriati interventi promozionali e pubblicitari la catena JC Penney ha raggiunto gli obiettivi stabiliti, migliorando la propria immagine e riposizionandosi sul mercato a un livello più elevato. Scelte che forse sono costate la perdita di consumatori finali con minore potere d'acquisto, sostituendoli però con clientela più selezionata.

Nell'ottobre 1984 JC Penney svolge la prima campagna pubblicitaria su scala nazionale e per la riqualificazione dei suoi punti vendita punta sull'Italia: "Salute to Italy" è il tema di vendita che con fortissimi richiami di merchandising per un intero mese è completamente dedicato al prodotto italiano: moda, accessori, calzature, abbigliamento sportivo, articoli da tavola e per l'arredamento, gioielli.

Per questo settore i responsabili degli acquisti hanno affidato a un designer valenzano, Diego Benetti, la realizzazione di una collezione esclusiva di 80 pezzi.

Televisione, radio, giornali e tutti i più tradizionali canali di informazione di massa hanno ampiamente ospitato questo "Salute to Italy" e visto che tra tanti italiani l'unico a rappresentare la gioielleria è un collega di Valenza non ci resta che congratularci con lui.



Nella foto:
Alcuni oggetti della collezione realizzata in esclusiva per JC Penney.

DELEGAZIONE AFRO-ASIATICA A VALENZA

Rappresentanti di Paesi in via di sviluppo sono venuti in questi giorni a Valenza nell'ambito di un viaggio di studio promosso dal Centro Internazionale di sviluppo professionale di Torino.

La delegazione di cui facevano parte alti funzionari di organismi statali di quindici Paesi afro-asiatici e della Repubblica Popolare Ungherese è stata ricevuta alla Associazione Orafa dai Consiglieri Paolo Vaglio-Laurin e Danilo Chiappone che hanno illustrato agli ospiti le caratteristiche peculiari ed irripetibili della struttura produttiva di Valenza.

Nel corso dell'incontro sono così emerse le ragioni per cui Valenza si pone oggi al vertice dei grandi centri orafi italiani e serve da elemento di traino per l'affermazione del prodotto italiano all'estero.

Prima di accomiatarsi dall'A.O.V. il capo della delegazione, sig. Jakob, ha tenuto ad esprimere ai rappresentanti dell'Associazione la profonda impressione riportata dai presenti per l'efficienza dell'apparato produttivo valenzano e per i servizi realizzati dall'A.O.V. per la commmercializzazione dei prodotti dei suoi associati.

VALENZANI ALLE URNE

I soci dell'A.O.V. sono stati chiamati alle urne per l'elezione del nuovo Consiglio.

Dallo spoglio delle schede il massimo organo dell'Associazione sarà così composto:
Stefano Verità
Giampiero Angeleri
Carlo Buttini
Mario Cominetti
Giampiero Arata
Giuseppe Verdi
Ferruccio Lorenzon
Italo Deambrogio
Andrea Raccone
Ginetto Prandi
Danilo Chiappone
Piero Milano
Ubaldo Bajardi
Fausto Raselli
Giulio Doria
Adelio Ricci
Sergio Canepari
Giulio Ponzone
Paolo Vaglio Laurin
Mauro Marcalli

Sono stati nominati Sindaci:
Paolo Staurino
Giorgio Bariggi
Franco Cantamessa
Giorgio Testera
Lino Garavelli

I Consiglieri dovranno riunirsi per eleggere il nuovo Presidente e per la formazione delle Commissioni di lavoro.

Al momento di dare alla stampa la nostra rivista ancora non si conosce le nomine, che saranno pertanto rese note nel prossimo fascicolo.

CRONACA VALENZANA

VALENZA PRODUCE

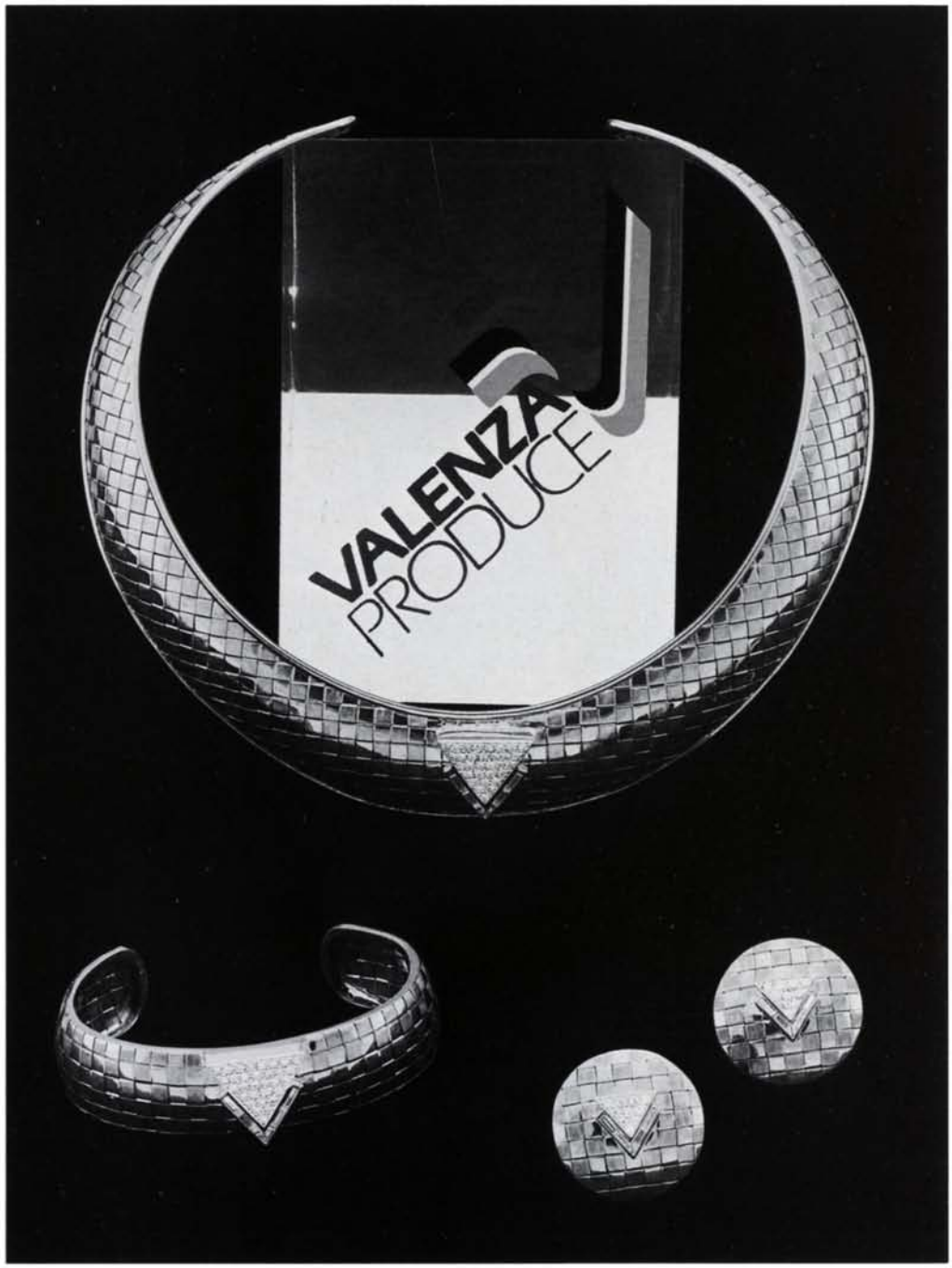
Su alcune delle più fortunate trasmissioni televisive sono spesso articolate forme di sponsorizzazione quali concorsi o sorteggi che vivacizzano e rendono ancora più seguito il programma.

Nel fascicolo precedente della nostra rivista abbiamo presentato le dieci collane messe a disposizione da altrettanti orafi valenzani per la trasmissione Wiva le Donne.

Pubblichiamo in queste pagine i due maxi-premi che saranno attribuiti nei prossimi mesi: una parure in oro e brillanti per il concorso-sorpresa Camay abbinato alla trasmissione condotta da Andrea Giordana e Amanda Lear e la parure che Pikenz the First ha messo in palio per le appassionate di Dinasty. Secondo e terzo premio, rispettivamente, una pelliccia di visone e un viaggio a Denver sul set del seguitissimo serial televisivo.

Queste partecipazioni promozionali fanno parte del programma AOV che intende raggiungere il consumatore anche con canali non tradizionali e quindi non sovraffollati di messaggi pubblicitari. Un modo efficace, questo, poiché punta sul desiderio di possedere l'oggetto in palio... o di procurarsene uno acquistandolo dal proprio gioielliere.

Parure in oro giallo e brillanti che la Procter & Gamble offrirà alla fortunata vincitrice del concorso Camay. (Produzione Vendorafa, diamanti della Federpietre).
La parure verrà estratta tra tutte coloro che entro il 31 Agosto '85 avranno inviato a Retequattro - W le Donne - Casella Postale 10810 - 20100 Milano, una prova d'acquisto di bagno schiuma o doccia schiuma e un incarto di saponetta Camay.



Set in oro giallo lavorato a intreccio con inserto triangolare in brillanti è il primo premio per la vincitrice del concorso Pikenz The First abbinato alla trasmissione Dinasty. (Produzione Effe-Vi).

CRONACA VALENZANA

DALLA SCUOLA IL FUTURO

Nel rinnovato salone del Consiglio dell'A.O.V. si è tenuto il momento "clou" del concorso riservato agli allievi dell'Istituto Statale d'Arte "Benvenuto Cellini", giunto alla quinta edizione.

Sono stati infatti premiati gli studenti ritenuti più bravi nel folto novero dei partecipanti: in tutto nove che hanno ricevuto un assegno di 250.000 lire ciascuno.

Nato nel 1980, per sottolineare l'interesse dell'Associazione Orafa Valenzana per il mondo della scuola, il concorso ha il duplice intento di stimolare gli studenti ad impegnarsi nella ricerca, realizzando disegni di oggetti d'oro, adatti alla commercializzazione, e di mantenere vivo e proficuo il contatto tra l'artigianato locale e i futuri designers.

Il concorrente deve presentare all'A.O.V. uno o più disegni a china eseguiti secondo il metodo I.S.A., con l'oggetto colorato a tempera ed acquerello, a grandezza naturale, accompagnati da una concisa descrizione dei materiali da usare per realizzarlo.

Tre sono le categorie cui gli allievi sono chiamati a partecipare: oreficeria fine, gioielleria, oggettistica.

Valgono i criteri che contraddistinguono i preziosi: nel primo caso le componenti predominanti debbono essere la manodopera e l'oro, eventualmente abbinato ad altri meetalli; nel secondo, prevalenza delle pietre preziose; nell'ultima sezione infine, l'oggetto dev'essere di tipo ornamentale per l'arredamento.

Ogni allievo dell'I.S.A. della 3ª, 4ª e 5ª classe può partecipare con un solo disegno per categoria, quindi con un massimo di tre elaborati.

Sin dalla sua prima edizione il concorso ha incontrato grande interesse e partecipazione, confermando il dinamismo e l'inventiva dei giovani per le iniziative intelligenti e stimolanti.

Per questa quinta edizione, sono stati presentati 76 disegni, realizzati da altrettanti studenti, tutti di buon livello stilistico, con un unico neo: la troppa parsimoniosità degli elaborati, tesi forse ad incontrare i favori del mercato attuale, che ha conferito scarsa caratterizzazione e differenziazione tra gli oggetti destinati alla sezione oreficeria e gioielleria.

Così la giuria ha ritenuto opportuno premiare, senza distinzione di categoria, i seguenti nove allievi, classificandoli a pari merito: Gianni Battaglia, Silvio Boscato Sopetto, Angela Cresta, Enrico Manfredi, Patrizia Morgavi, Costante Nasi, Carmelo Platania, Alberto Scaffardi, Gian Luca Villasco.

Come abbiamo detto all'inizio, la cerimonia di premiazione si è svolta nel salone riunioni dell'A.O.V. presente una folta delegazione di studenti, il Preside dell'Istituto Statale d'arte "Benvenuto Cellini" prof. Aurelio Ferrazzi, il vice presidente dell'A.O.V. Adelio Ricci, il segretario Giampiero Arata, i componenti la giuria Antonio Gié, Piero Pasero e Danilo Chiappone (gli altri giurati erano Giorgio Ghersi, Paolo Spalla e Dirce Reposi), il direttore dell'Associazione Orafa Valenzana dott. Mario Diarena.

Alle parole di ringraziamento del prof. Ferrazzi, tese a sottolineare la sensibilità dell'A.O.V. verso il "Cellini", ha risposto il vice presidente Adelio Ricci mettendo in risalto l'interesse che l'A.O.V. ripone nel mondo della scuola e nei giovani. "In un mondo in cui la telematica e la robotica paiono prevalere – ha proseguito Ricci – noi puntiamo ancora sull'intelletto, sull'estro, sulla mente umana insomma, l'unica in grado di darci un futuro più sicuro".

"Per questo fine offriamo la nostra opera, volontariamente, in favore dell'Associazione, trattenendoci spesso sino a tarda ora entro queste mura, per discutere e mettere a punto soluzioni nuove nell'interesse di tutta la categoria.

Per l'identico scopo – ha concluso il vice presidente dell'A.O.V. – oggi vi abbiamo chiamato a collaborare nella speranza che domani costituiate il nucleo portante del nostro artigianato".

In un clima festoso è seguita la consegna degli attestati e dei premi in denaro ai nove vincitori.

VAMP ANNI '80

Casual o rigorosamente formale, colta nell'essenzialità o incredibilmente sovrastrutturata, la moda dell'abbigliamento sembra offrire sempre più spazio all'immaginazione.
In realtà, il margine per l'interpretazione è sempre più ridotto e ogni donna — più o meno consapevolmente — finisce per scegliere, sì, un proprio stile, ma sempre tra quelli schematizzati dai professionisti della moda.
Accanto a tailleur haute couture rigorosi e sofisticati nella loro lineare semplicità, l'abbigliamento riscopre anche centinaia di folli follie, care al tempo passato e riproposte come nuove avventure creative alle donne più giovani. Guanti di pizzo a mezze dita, improbabili cappellini con veli che cadono a coprire il viso, spalle gonfiate come tute spaziali. E ancora, pizzo accostato alla pelle, velette che spuntano da ogni dove, annodate ai polsi, al collo, e così via.
Un invito a giocare la "femme fatale", ruolo che inconsciamente ogni donna recita volentieri e al quale è piacevole ogni tanto abbandonarsi con genuino divertimento.
Gli stilisti anticipano le tendenze — affermano gli esperti. Qualche volta spudoratamente le inventano tentando di far passare per moda ciò che alla donna non interessa affatto — diciamo noi.
I grandi mass-media, poi, fanno da cassa di risonanza ad ogni proposta, anche la più inattendibile, e il gusto è massificato, abilmente pilotato, preparato a recepire qualsiasi cosa.
Ma se la moda di oggi ci vuole femminili, fataleggianti, graffianti: eccoci qui.
Il sapore suggerito dagli stilisti dell'abbigliamento trova riscontro anche nella moda del gioiello poiché anche gli artigiani di Valenza sanno cogliere le tendenze nell'aria e proporre al momento opportuno studiate possibilità.
Il servizio delle pagine che seguono ne è un esempio. Con gioielli che possono essere indossati anche in modo più tradizionale abbiamo volutamente giocato per seguire la new wave proponendo situazioni di seduzione, di fascino sofisticato, di esasperata femminilità.
Un susseguirsi di immagini autenticamente possibili ma nelle quali l'occhio più disincantato può leggere quel tanto di ironia, quel pizzico di humor che affrancano la donna dalla schiavitù che gli stilisti dell'abbigliamento vorrebbero imporle.
È la risposta della donna di oggi, quella intelligente e sicura di sè, che non subisce ma si pone in atteggiamento critico di fronte alle mode più strampalate: se le accetta, sa farlo con sottile malizia.

Onice, pochi diamanti e oro giallo lavorato a effetto traforo in una composizione dagli insoliti effetti cromatici. Splendido complemento per la sofisticata linea di un attualissimo tailleur che libera la fantasia in una personalissima interpretazione.

Onyx, few diamonds and yellow gold wrought in a special see-trough pattern for a set by the unusual cromatic effects. A splendid completion for a very up-to-date tailleur that allows for a very personal interpretation.

VAMP ANNI '80

Gioiello da indossare e objet d'art che si propone alle più soggettive interpretazioni.
Gioiello per la donna di oggi e oggetto fuori da spazi temporali, pura espressione di qualificante tradizione orafa.
Due modi di intendere il gioiello che si fronteggiano in un improbabile accostamento: parure in tormaline, peridot e topazi dai colori luminosi e aquila smagliante per oro, diamanti e rubini.
A jewel to be worn and an objet d'art that proposes itself to the most subjective interpretations. A jewel for a modern woman and an object that stands out from time links pure expression of the qualifying goldsmith tradition. Two ways of interpreting a jewel, two ways that face each other in an improbable assent: tormalines peridots and topazes and a glowing eagle with gold, diamonds and rubies.

Casual or strictly formal, with the strict minimum or incredibly overstructured, fashion clothes seem to always offer more room for imagination.
Actually, however, the margin of interpretation becomes ever more reduced and each woman — more or less aware of it — ends up choosing, yes, maybe her own style, but still always among those schematized by fashion professionals.
Next to the haute couture tailleur, severe and sophisticated in its linear simplicity, clothes also rediscover hundreds of follies, cherished in past times and proposed once again to the younger women as new creative adventures. Lace mittens, funny little hats with veils falling to cover the face, squared shoulders ressembling astronaut's overalls. And again, lace, clinging to the skin, veils everywhere, placed on wrists and so on.
An invitation to play the "femme fatale", role which all women unconsciously play with pleasure and to which it is nice to let oneself go to once in a while with genuine fun.
Stylists anticipate the trends — so affirm experts. We say they sometimes invent them without fear, pretending it is fashion. A fashion for which maybe women do not care for.
The important mass-media act as amplifiers of each new ideas, even the most unexpected ones and they become the general taste if smartly lead and people are prepared to accept anything.
The look suggested by clothe designers finds without doubt similarities in the fashion world of jewels. Also the craftsmen of Valenza are aware of the trends of the moment and suggest at the right time the results of their studies. We can find examples in the following pictures. With jewels that can also be worn in the most traditional way we have voluntarily worked to follow the new wave proposing sophisticated situations, sophisticated beauty and overstressed feminity.
A succession of truly possible images, where the most critical eye can read the irony, the humour which liberates the woman from the slavery which clothe designers would like to impose on her.
Its' today's woman'answer, intelligent and sure of herself, who does not accept to be imposed upon but who looks upon with a critical eye whatever eccentric fashion she is proposed.
If she does accept it, she does so with a bit of malice.

L'importante catena dalle strettissime maglie conduce a un topazio blu di notevole caratura. Senza soluzione di continuità, decine di brillanti avvolgono e fondono i due elementi che si amalgamano in un perfetto e avvolgente disegno.
Topazi blu, tagliati a cuore, anche per gli orecchini.

The important chain by the tight links leads to a remarkable blue topaz weighing several carats. Tens of diamonds shroud and merge the two elements in a perfect desing. Heart-shaped blue topazes also for the ear-rings.

Sovrapposizione di colori come filo conduttore: quasi una rete dalle strettissime maglie sulle quali è posato un fiore con brillanti e oro giallo come il bordo che delimita il collier.
Il motivo è ripetuto negli orecchini; oltre che nel bracciale e nell'anello perfettamente identici che completano il set.
The clue is the superimposition of colours: a very tight net on which lies a flower made of diamonds and yellow gold as for the edge of the collier. The same motif for the ear-rings, besides the bracelet and rings which are exactly the same and complete the set.

Smitizzazione del gioiello o rilettura di un classico in termini di esasperata attualità.
Due stili in contrasto, la lucida pelle aggressivamente nera e il delicato disegno del bracciale e degli orecchini, suggeriscono insoliti utilizzi per diamanti, platino e smeraldi.
Il gioiello più tradizionale vive rinnovato splendore.
A way to reappraise a jewel or to see a classic one in the frame of an excessive topicality.
Two contrasting styles: a shiny and aggressively black skin and the delicate design of the bracelet and ear-rings. They both suggest unusual uses for diamonds, platinum and emeralds. A most traditional jewel lives in a restored splendor.

VAMP ANNI '80

Sintesi di una ricca collezione sviluppata sul tema del cordoncino da tappezzeria, questo gioiello-gadget presenta due facce: cristallo di rocca e ametista su un lato, cristallo di rocca e brillanti sull'altro. Piacerà soprattutto alla donna anticonvenzionale attratta dalle novità più personalizzanti.
The synthesis of a wide collection based on the idea of the curtain cord. This gadget-jewel has two faces: rock crystal and amethyst on one side, rock crystal and diamonds on the other. It will mainly suit a non-conformist woman who likes those personalizing novelties.

Gioielli di: G. Verdi (104), Buttini (106), Corti & Minchiotti (107), RAU gioielli - Diego Benetti designer (108), Lunati (110), Renato Ferraris (111), Mario Panelli (112), Ferraris & C. (114)
Foto: Ugo Zacché
Make-up: Braco

Gioiello insolito, presentato al concorso "Gioielli in musica" sul tema del Flauto Magico. Un sottile filo d'oro appoggiato sulle spalle (concetto-collana di assoluta novità) sul quale si rincorrono i motivi magici e allegorici ispirati dal favoloso testo dell'opera mozartiana. Universo cosmico, simbologia universale, acqua, fuoco, tutto è riassunto ed esposto in un oggetto che non disgiunge creatività e indossabilità.
An unusual jewel, it was presented at the competition "Gioielli in musica" (Music for jewels) on the subject of "The Magic Flute". A very thin gold chain nicely resting on the shoulders (the necklace concept, here introduced, is an absolute novelty) full of magic and allegoric motives chasing each other and taking their inspiration from the fabulous opera by Mozart. Cosmos, universal symbolism, water, fire, everything is condensed in an object that does not sever creativity from wearingness.

LA VITA È ARGENTO

Rodolfo Castellaro

Presentare Enrico Goretta, artista e manager, è facile e difficile allo stesso tempo.

Facile, perché l'arte gode di un linguaggio universale, a tutti visivamente e immediatamente esplicito; difficile, perché la particolarità della sua figura, proiettata ora verso l'uno, ora verso l'altro dei compiti che si è prefisso in vita, presenta molteplici e irrisolti aspetti.

Certo qui non parleremo delle sue qualità di manager che gli hanno permesso di condurre a posizioni di grande prestigio l'azienda argentiera omonima, preferendo accentrare il discorso sulla sua arte che è tutt'altra cosa anche se integra e arricchisce un discorso iniziato sui banchi di scuola e proseguito in fabbrica.

Leggerete più avanti alcune note della sua vita: dove ha iniziato il cammino artistico e come l'ha proseguito, ora punteremo la nostra attenzione sull'ultima personale, volta ad esaltare, meglio, a riconoscere, la sua maturità artistica che – ne siamo sicuri – è ancora suscettibile di ulteriore evoluzione.

Si è tenuta presso la Sala Comunale d'Arte Contemporanea di Alessandria, sotto il patrocinio dell'Amministrazione Provinciale e del Comune, quasi a voler sottolineare il generale riconoscimento alla sua arte.

"Ma – come assicura Gian Luca Veronesi, Assessore alla Cultura e Teatro del Comune – la rassegna non deriva da un obbligo che Alessandria prova nei confronti di un suo concittadino.

"Enrico Goretta infatti, non ha bisogno di farsi conoscere, è uno dei maestri italiani della tecnica a sbalzo: quei suoi contorni lineari, così netti, nitidi, essenziali, si caricano di un forte senso plastico, di una consistenza che suggerisce bene l'idea di peso e di fisicità.

"Questo nostro appuntamento non è quindi un atto dovuto, ma un avvenimento culturale che – in onore dell'arte di Enrico Goretta – potremmo definire a tutto tondo".

Queste ultime parole mettono già a fuoco un aspetto, unico, dell'arte del Goretta ma avremo modo di occuparcene più avanti; ora continuiamo il discorso sulla mostra che ha avuto una incredibile risonanza: almeno cinquemila visitatori, tra cui critici ed esporti di tutta Italia, senza contare gli esponenti della carta stampata e dell'informazione televisiva.

A questo proposito è stato realizzato, oltre alle occasionali riprese delle diverse emittenti pubbliche e private, un servizio in videotape, grazie alle apparecchiature messe a disposizione dalla Bell Howell – JVC di Milano.

Splendido inoltre il catalogo che illustrava l'avvenimento, avvalendosi del commento di un critico d'eccezione, Marco Rosci, le cui osservazioni sull'arte del Goretta sono di autentica ammirazione.

Dopo un eloquente preambolo, dove ci si richiama all'alta e millenaria tradizione dell'artigianato artistico dei metalli, tornata a trionfare nelle moderne fucine, spicca infatti questo periodo: "...Goretta perpetua oggi ad Alessandria la più ricca tradizione novecentesca italiana, quella della Scuola d'Arte di Monza, erede a sua volta dell'Umanitaria di Milano e delle prime Biennali alla Villa Reale.

"Il grande prodotto finale di quella formazione, nell'immediato anteguerra, il "Leone di San Marco", un nome a tutto tondo, oggi al Museo di Buenos Ayres è nello stesso tempo una coraggiosa sfida alla più classica tradizione del grande artigianato metallico e un omaggio al maggior plastico fra le due guerre, Arturo Martini.

Dopo la parentesi bellica, questa nobile vocazione al "fare grande" e questa sintesi fra tradizione e contemporaneità, trovano espressione nello sbalzo su rame, sue due personalissime direttrici, entrambe ben radicate nella poetica di Novecento: la ripresa in chiave attuale, neoprimitivistica, della sintesi romanica, trascorrente dal portale della Chiesa di San Pio V al "Rambaldo di Vaqueiras"; la parallela e non discordante eco della severa moralità formale dell'amico Morando.

"Re Magi" - 1984.

Enrico Gosetti

"Più tardi, e fino ad oggi, la maggiore ma anche più difficile e sfuggente duttilità della materia argentea suggeriscono a Goretta giochi più morbidi e pittorici, ironie e grotteschi di costume, ritmi di musiche e danze, sguscianti guizzi di cavalli evocanti l'alunnato a Monza con Marini; o d'altro canto echi raffinati degli antichi vasai-orafi greci e romani, non raggelati in accademismo neoclassico, anzi all'opposto palpitanti di espansa vitalità plastica".

A questo punto, alcuni appunti sulla vita di questo artista sono d'obbligo.

Enrico Goretta è nato ad Alessandria nel 1915. Ha compiuto i suoi studi d'arte presso l'Istituto Superiore d'Arte di Monza, avendo come maestri Giuseppe Pagano, Umberto Zimelli, Raffaele De Grada, Marino Marini, Pio Semeghini, per diplomarsi nel 1938.

A conclusione di tali studi l'Istituto presentò il grande rame sbalzato a tutto tondo, il "Leone di San Marco" alla Mostra di Arti Decorative di Buenos Ayres, nel cui museo l'opera è oggi conservata.

Nel dopoguerra, Goretta si specializzò nello sbalzo su rame a grande superficie: sono da ricordare il paliotto d'altare nella chiesa del Carmine di Alessandria, il portale e il timpano della chiesa di S. Pio V, opere nell'Ospedale Psichiatrico e al Cimitero, fra cui la lastra ricordo degli atleti e dirigenti "Azzurri" defunti, e nella chiesa del Gesù a Genova.

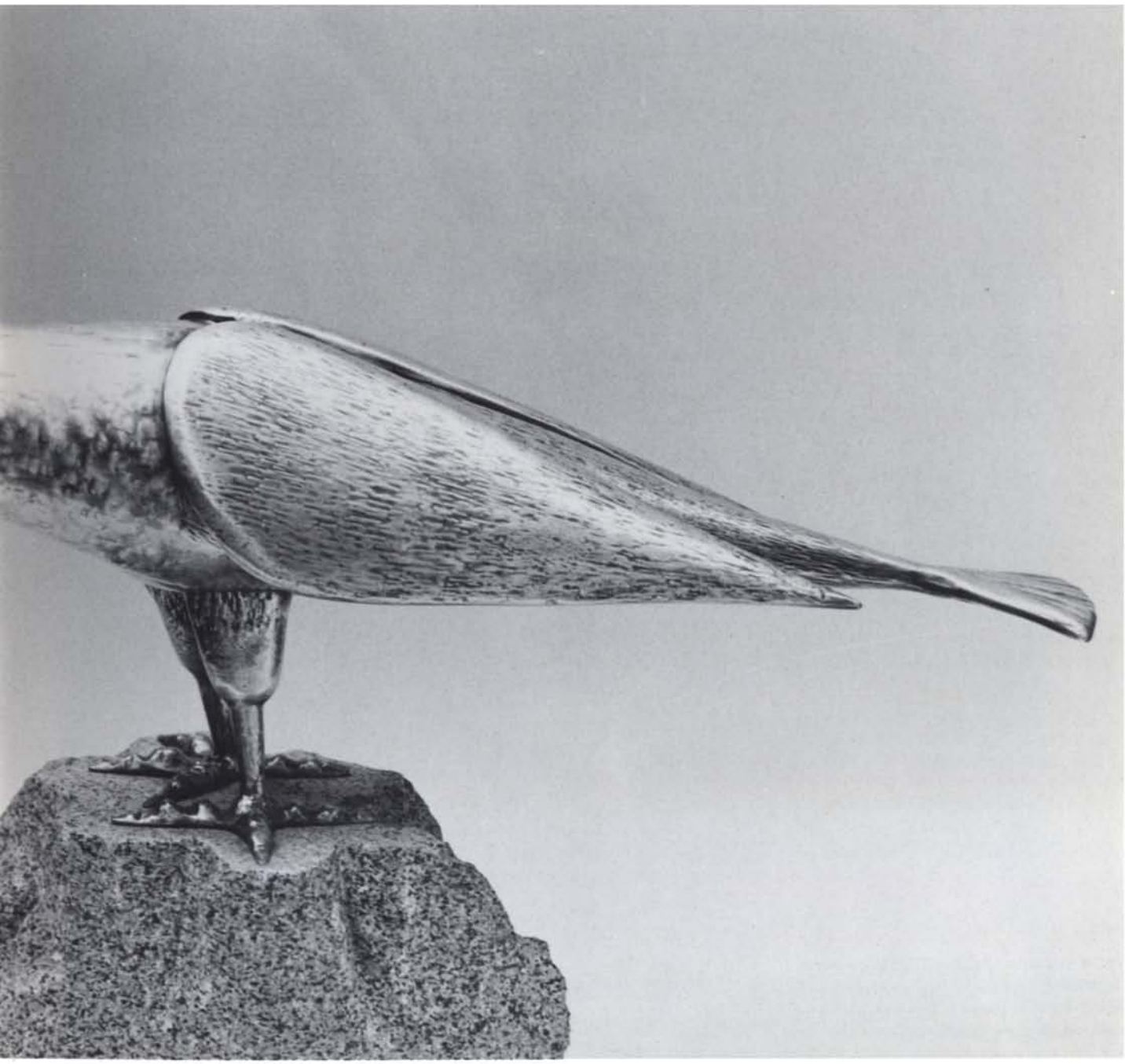
Negli ultimi decenni, si è dedicato anche alla lavorazione a sbalzo e a incisione su lastra, a tutto tondo e su vasi in argento. Un'ampia esemplificazione è stata presentata alla galleria "La Maggiolina" di Alessandria mentre numerose commissioni sono state espletate per conto della Rai.

Ci accorgiamo di aver usato spesso l'espressione "a tutto tondo" per definire un modo particolare di lavorare di Enrico Goretta, ebbene non vogliamo concludere queste note senza spiegarlo a chiare lettere.

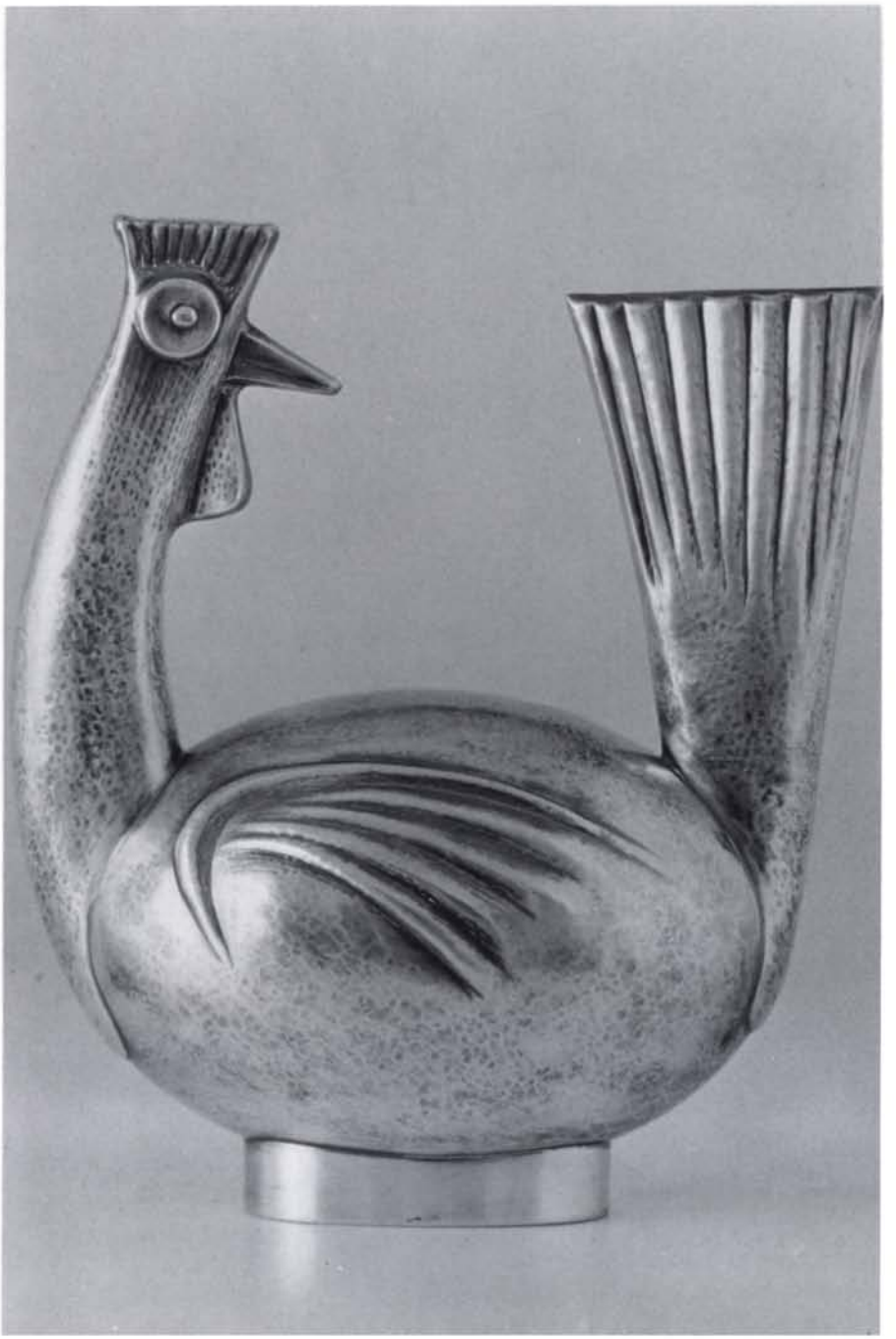
Si tratta infatti di cesellare e sbalzare una lamina d'argento in modo tale che, quando viene arcuata a 360 gradi, sia perfetta in ciascuno dei suoi particolari e comunque la si osservi. Un lavoro, anzi un'arte, che riesce a pochi eletti.

Salutiamo quindi in Enrico Goretta un messaggero del nostro tempo, erede di un'arte che viene dal passato e trae dal suo spirito la forza e l'impronta per affondare nel futuro.

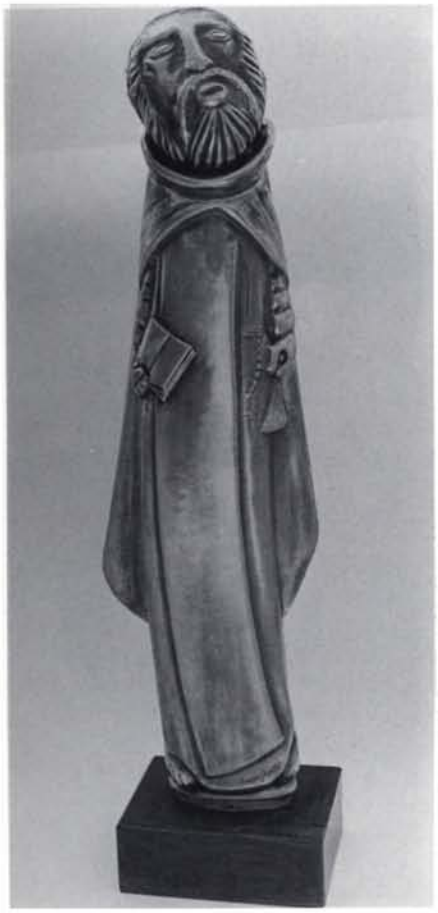
"Rapace" - 1980.



Nella foto a lato: "Gallo".



Nella pagina accanto, in piccolo: "Santone" - 1980.
Nella foto grande: "Monumento agli atleti e dirigenti azzurri" - 1983.



A RICORDO DEGLI ATLETI E DIRIGENTI

LUGANO: CONFERENZA SULL'ORO

Roberto Capezzuoli

Il prezzo più realistico per l'oro quest'anno non dovrebbe scostarsi da una gamma compresa tra i 300 e i 350 dollari per oncia. L'opinione, sulla quale molti operatori e molti rapporti di mercato si sono trovati d'accordo, è stata ribadita da Timothy Green, della Consolidated Gold Fields, nel corso della Conferenza sull'oro indetta a Lugano l'11 e il 12 giugno dal "Financial Times" e da "The Banker".

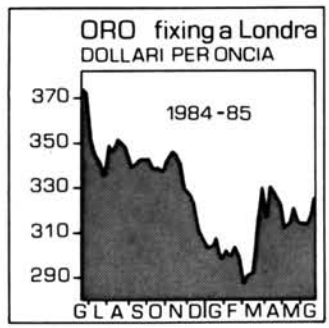
Secondo Green la situazione statistica, cioè i livelli produttivi, quelli di consumo e quelli del riciclaggio, è sostanzialmente positiva; meno favorevole appare la situazione "emotiva", poiché gli investitori continuano ad essere attratti dalle opportunità offerte dal dollaro e dal mercato dei cambi in genere, mentre nessuno sembra credere più alla possibilità che le quotazioni del metallo tornino a toccare punte vicine agli 850 dollari per oncia raggiunti nel 1980.

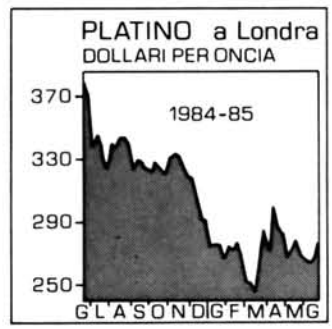
Per quanto riguarda i prezzi, comunque, altre notazioni si impongono all'attenzione: la prima consiste nel divario che da tempo caratterizza le quotazioni espresse in valuta Usa e quelle in altre monete. In termini di sterline, lire italiane, franchi francesi, franchi svizzeri e marchi l'oro ha mostrato in realtà una tendenza molto stabile, fatto troppo spesso trascurato dagli investitori e dagli acquirenti finali di oggetti in oro.

Il secondo elemento da non sottovalutare è la funzione svolta dalla gioielleria nella stabilizzazione dei prezzi: a sottolinearlo a Lugano è stato Vittorio Gori, presidente della Gori e Zucchi, ma il fatto emerge anche dalle cifre. Intervenendo sul mercato ogni volta che la quotazione mostrava cedimenti, la gioielleria ha contribuito a riportare su valori superiori a 300 dollari l'oncia i prezzi del metallo; nel 1984 il settore ha assorbito ben 818 tonnellate d'oro, un quantitativo record, e di queste ben 611 sono state acquistate in otto mesi (quelli nei quali i prezzi sono risultati inferiori a 350 dollari) da cinque soli Paesi, l'Italia, il Dubai, Singapore, Hong Kong e il Giappone.

Quindi, alla conferma del ruolo determinante assunto dagli orafi italiani, si aggiunge la conferma dell'interesse sempre più vivo che circonda l'oro in Medio ed Estremo Oriente.

I paesi asiatici nel 1984 hanno importato il 38% di tutta l'offerta aurea mondiale e nel primo trimestre dell'85 la tendenza ha avuto un'accelerazione. Nei dati forniti dalla Shearson Lehman - American Express, in tre mesi dell'85 il Giappone ha importato 63 tonnellate, Hong Kong 84 e Singapore 47. Un totale di 194 tonnellate, contro 480 assorbite dagli stessi tre Paesi in tutto l'anno precedente.





La domanda interna verificata a Tokio è cresciuta nell'84 del 40%, con una forte componente di richiesta per investimento: segno che in Giappone gli acquirenti sono molto attenti a valutare i prezzi (generalmente si è assistito a vendite quando i costi sono saliti oltre 3000 yen al grammo, mentre sotto i 2500 yen gli acquisti si sono intensificati, il tutto alla luce dell'andamento dell'inflazione e del deficit pubblico.

Per la conclusione dell'85 le stime più accreditate parlano di una domanda mondiale proveniente dal comparto gioielleria su basi abbastanza stabili. Poiché il conio di monete non vedrà una ripresa, i prezzi dell'oro saranno – a detta dei maggiori analisti di mercato – relativamente fermi (dollaro permettendo). La produzione mineraria invece si avvarrà delle nuove attività estrattive inaugurate in Australia, Canada e Stati Uniti, superando quindi lievemente le 1150 tonnellate raggiunte in Occidente lo scorso anno. Però dovrebbero arrestarsi le vendite di metallo da parte delle Banche centrali (quelle dei Paesi indebitati con l'estero), mentre una funzione "cuscinetto" potrà essere esercitata dal riciclaggio di oro vecchio e dal settore dell'investimento.

La grossa incognita è rappresentata dalle vendite sovietiche, che nei primi quattro mesi dell'85 si sono notevolmente intensificate per consentire a Mosca di recuperare parte di quei profitti

RAPPORTO SUI METALLI

Carlo Beltrame

che si attendeva dall'export di petrolio e gas naturale. La valutazione di Timothy Green, necessariamente vaga, parla di 150-300 tonnellate annue, a fronte delle 205 vendute dall'Urss nel 1984.

È da queste considerazioni che nasce la previsione di quotazioni comprese tra 300 e 350 dollari l'oncia. Ma in un futuro non troppo lontano i prezzi dell'oro torneranno ad essere influenzati sensibilmente dall'inflazione e dal ritorno dei capitali speculativi: secondo gli esperti del Credit Suisse, gli investitori dovrebbero prepararsi a riacquistare oro, specialmente in momenti di prezzi bassi, per suddividere meglio i loro capitali e per ridare al metallo la sua tradizionale funzione di bene rifugio.

Il consiglio è di investire in oro il 5-10% delle risorse; se fosse seguito, si assisterebbe certamente a un progressivo aumento delle quotazioni sopra la gamma prevista per il 1985.

Un consiglio di natura differente, che peraltro ha suscitato notevoli perplessità tra gli osservatori della Conferenza di Lugano, è venuto invece da Chris Stals, primo vicegovernatore della Reserve Bank sudafricana. Stals ha affermato che l'oro potrebbe assumere un ruolo stabilizzante per il mercato dei cambi, attraverso un uso più elastico delle riserve auree in dotazione alle Banche centrali.

Una rete di operazioni cosiddette "swap" tra il Fondo Monetario Internazionale e i Peasi aderenti al Fmi, darebbe più mobilità alle riserve stesse. I Paesi costretti a sostenere la loro moneta potrebbero infatti vendere oro al Fmi per riacquistare lo stesso oro "a scadenza differita", dando maggiori possibilità di influire sui cambi e dando maggiore "agilità" agli interventi del Fondo Monetario. Si riuscirebbe così a "muovere" – secondo Stals – quel 40% d'oro che giace inoperoso presso le Banche centrali, senza tuttavia aumentare il volume dell'offerta sul mercato libero, in quanto le operazioni si concluderebbero tutte nella rete istituita tra le banche e il Fmi.

Dalla *"annual bullion review"* di Samuel Montagu (uno dei bullion dealers londinesi), distribuita di recente, presentiamo alcuni dati essenziali su produzioni, consumo e mercato dell'oro nel 1984.

Cominciamo dal mercato, segnalando che a Londra, nel corso dell'anno si è scesi, dalla media mensile di 370,81 dollari per oncia di gennaio a 319,71 dollari di dicembre. Le tendenze vengono sintetizzate, dalla nostra fonte, così:

– il rafforzamento del dollaro è stato il principale fattore nel declino del prezzo dell'oro (–19 per cento) nel corso dell'anno;

– gli utilizzi di oro nell'Estremo Oriente sono più che raddoppiati, pervenendo a 515 tonnellate;

– il consumo di oro per la gioielleria è cresciuto del 20 per cento rispetto al 1983.

La *produzione* di oro è salita da 960 tonn. nel 1981, a 1.011 tonn. nel 1982, a 1.080 tonn. nel 1983, a 1.118 tonn. nel 1984. Il peso del Sud Africa su questi totali è sceso dal 68 per cento del 1981 al 61 per cento del 1984. Dopo il Sud Africa (681 tonn. prodotte nel 1984), tra i maggiori produttori di oro abbiamo il Canada (77 tonn.), gli USA (66 tonn.), il Brasile (52 tonn.). È il caso di ricordare ancora le produzioni dell'Australia (35 tonn.), delle Filippine (33 tonn.), del Cile (22 tonn.), della Colombia (19 tonn.).

Queste cifre riguardano la produzione dei soli Paesi occidentali. Ecco allora le cifre dell'*offerta di oro* relativa al 1984:

	tonnellate
produzione occidentale	1.118
vendite URSS	100
vendite istituzioni ufficiali	122
disinvestimenti e utilizzo di scorte	210
	1.550

Le vendite di oro da parte dell'URSS (influenzate dalla necessità di valuta estera forte) erano state nel 1983 pari a 55 tonn. Tra le vendite ufficiali, nel 1984, hanno avuto un grosso peso (85 tonn.) le vendite da parte di istituzioni ufficiali della Colombia.

Passiamo ora al versante degli *utilizzi* dell'oro, i quali nel 1984 si sono geograficamente così ripartiti:

	tonnellate
Europa	405
Nord America	235
Medio Oriente	280
Estremo Oriente	515
Altre aree	40
Acquisti ufficiali nuovi investimenti	75
	1.550

È il caso di far rilevare subito che, sul totale degli utilizzi, un peso di grosso rilievo, (740 tonn. nel 1984) hanno i fabbisogni del settore della gioielleria.

Analizziamo ora in dettaglio i consumi delle diverse aree mondiali. Nel Nord America, il grosso dei consumi riguarda gli USA e si ripartisce così: 120 tonn. per la gioielleria, 85 tonn. di monete importate e 18 tonn. di monete coniate in occasione delle Olimpiadi. In Europa i consumi sono largamente per la gioielleria e per usi industriali (elettronica in modo particolare). Tra i più elevati consumi citiamo quelli di:

– Italia: 200 tonn., principalmente per la gioielleria orientata verso le esportazioni;
– Germania Federale: 70 tonn. (60 per usi industriali);
– Regno Unito: 25 tonn.
– Svizzera: 32 tonn. (22 per l'industria e per la gioielleria);
– Spagna: 14 tonn.
– Francia: 32 tonn.

Tra i consumi del Medio Oriente, citiamo quelli dell'Arabia Saudita (105 tonn.) e del Kuwait (30 tonn.).

Ma i più elevati consumi, come si è visto nel prospetto riportato sopra, si sono registrati nell'Estremo Oriente e, in particolare:

– nel Giappone: 225 tonn. (95 tonn. sono state utilizzate nel processo industriale);
– a Hong Kong: 175 tonn. (95 tonn. sono state riesportate, particolarmente a Taiwan, ma anche in India);
– a Singapore: 105 tonn. (ma solo 25 tonn. sono andate all'industria e all'investimento locale).

Il rapporto annuale di Samuel Montagu ci dice anche che nel 1984 le vendite di monete ufficiali sono diminuite del 15 per cento, a 150 tonn. Il grosso di queste vendite (82 tonn. pari al 55per cento) è rappresentato dal Krugerrand. Vanno poi ricordate le vendite di 31 tonn. di Maple Leaf da parte del Canada.

Al 30 settembre 1984 i "possessi ufficiali" di oro da parte delle banche centrali (incluse quelle di Romania e Ungheria, ma non quelle dell'URSS e degli altri Paesi del COMECON) avevano raggiunto i seguenti livelli:

	tonnellate
USA	8.175
Germania Federale	2.960
Svizzera	2.590
Francia	2.546
Italia	2.074
Paesi OPEC	1.362
Paesi Bassi	1.367
Giappone	754
Austria	657
Portogallo	631
Canada	627
Regno Unito	592

Con le altre banche centrali in possesso di oro si arriva a un totale mondiale di 29.426 tonn., al quale vanno però aggiunti altri possessi ufficiali, tra cui, 3.217 tonn. del Fondo Monetario Internazionale.

Il rapporto di Samuel Montagu tratta anche di argento e di platino. Ci limitiano, per questi metalli, a riprendere alcuni dati di fondo. Per l'*argento*, abbiamo avuto nel 1984 una produzione mondiale (URSS esclusa) di 9.985 tonn., con in testa i seguenti maggiori produttori: Canada con 1.340 tonn., Messico con 1.810 tonn., Perù con 1.755 tonn., USA con 1.300 tonn., Australia con 980 tonn., Giappone con 325 tonn. Ed ecco il bilancio di questo metallo per il 1984 (cifre in tonn.):

OFFERTA	
9.985	produz. miniere
150	dagli stocks governativi
125	demonetizzazione
2.350	utilizzo scarti, rottami
200	esportazioni indiane
12.810	totale
CONSUMO	
10.800	industria
260	conio monete
600	export verso i Paesi comunisti
11.660	totale

L'andamento del 1984 viene sintetizzato così:

– il prezzo medio del 1984 (814 USA cents per oncia) è più basso del 29 per cento rispetto al prezzo medio del 1983;
– l'offerta di argento delle fonti secondarie ha registrato una caduta del 36 per cento;
– il vigoroso sviluppo registrato negli USA non si è tradotto in aumento della domanda industriale di argento;
– sono avvenute significative spedizioni, nel corso dell'anno, in direzione dell'URSS e della Cina.

Quanto al *platino*, ci limitiamo ad annotare che il prezzo mensile medio, nel corso del 1984, è sceso da 375,57 dollari per oncia di gennaio a 307,01 dollari di dicembre.

FLASH SUL PLATINO

Il platino ha un discreto potenziale rialzista sia come metallo prezioso che industriale e strategico, nonostante la buona tenuta del dollaro contro le valute europee, il basso livello dell'inflazione nel mondo industrializzato e la lentezza della ripresa economica mondiale. Tale punto di vista è condiviso da numerosi analisti fra cui il gruppo di ricerca delle materie prime. J. Aron Goldman Sachs, il quale ha notato in un recente rapporto che finora i prezzi del metallo non hanno mostrato un andamento all'altezza delle previsioni, ma che questa tendenza potrebbe mutare anche di riflesso ad una maggiore domanda di metallo da parte dell'industria automobilistica per i convertitori catalitici dei nuovi motori con benzina priva di piombo.

Questa fetta di mercato, è rilevato dal gruppo, è attiva da una decina di anni in Giappone e negli Stati Uniti, dove sembra destinata a crescere ancora, e nella CEE dovrebbe rappresentare, nella metà degli anni '90, una crescita della domanda globale del 19%, a circa 14 tonn. di platino all'anno.

Il gruppo ha quindi indicato un altro mercato di sbocco per il metallo, costituito dalla crescente domanda degli investitori, quadruplicata nel 1980 a quasi 7 tonn. nel 1984. Secondo le stime del direttore commerciale della Johnson Matthey, Alans Austin, i dati disponibili fanno prevedere un aumento significativo della domanda nel 1985 rispetto al 1984 ad un massimo di 94 tonn circa contro 85,5 tonn., mentre l'offerta dovrebbe ammontare quest'anno a 84,9 tonn.

Il deficit produttivo rispetto ai consumi, ha asserito Austin, potrebbe tradursi in una carenza di disponibilità di metallo per consegne vicine, benchè tale eventualità possa essere ovviata rapidamente mediante un maggiore utilizzo di rottame ed un aumento delle vendite di platino sovietiche e sudafricane. La carenza, anche se temporanea, potrebbe comunque spezzare il legame tradizionale fra il platino e l'oro.

Il primo metallo, ha detto Austin, continuerà ad essere oggetto di limitate contrattazioni sul mercato finchè non sarà chiaro l'errore fatto nel collegare il prezzo di una materia prima a limitata disponibilità (platino) con quelli di un'altra per la quale non esiste scarsità (oro).

Se aggiustati dagli effetti dell'inflazione, ha fatto presente Austin, i prezzi del platino sono, in termini di dollaro, più bassi ora che agli inizi del 1975 e mostrano uno sconto di circa 50 dollari a 270 dollari rispetto all'oro, ora intorno al livello di 320 dollari l'oncia, e dovrebbero stimolare quindi interesse della domanda.

I giapponesi, ha proseguito Austin, continueranno a restare i maggiori consumatori di platino del mondo. In base a fonti del ministero nipponico dell'industria metallurgica, le importazioni del Giappone di platino sono aumentate nel periodo gennaio/aprile a 15,91 tonn. contro 9,88 tonn. nel corrispondente periodo del 1984, di riflesso alla maggiore domanda industriale, per la gioielleria e dei piccoli investitori. Gli acquisti di questi ultimi, ha asserito un portavoce della ditta leader operante nel settore dei metalli preziosi, Tanaka Kikinzoku Kogyo KK, sono ammontati nel primo quadrimestre a 3,5 tonn., appena al di sotto del totale del 1984 e potrebbero raggiungere quest'anno un record di 8 tonn. se i prezzi al dettaglio resteranno intorno agli attuali 2.200 yen per grammo contro 2.950 nel giugno 1984.

Il Giappone, oltre che il maggior consumatore di platino del mondo, importa più del 95% del suo fabbisogno e l'anno scorso ha acquistato 36,75 tonn. di metallo contro 29,72 nel 1983. La Sumitomo corp. ha precisato i dettagli dei consumi giapponesi nel 1984, in tonn.: gioielleria 18 (15,7 nel 1983), industria dell'auto 5 (4,6), elettronica 4,9 (3,8) chimica e petrolchimica 3,7 (3,4), vetro 1,55 (1,2), altri, compresi l'investimento privato, 3,64 (1,02).

DAI MERCATI FINANZIARI

PRODUZIONE AURIFERA SUDAFRICANA

Johannesburg - La produzione sudafricana di oro è scesa in aprile a 54.313 kg contro 57.584 in marzo e 56.391 nell'aprile 1984. Lo indicano i dati della camera delle miniere dai quali si apprende che nei primi quattro mesi del 1985 la produzione è risultata di 226.096 kg contro 224.144 nel corrispondente periodo del 1984.

AUMENTO PRODUZIONE AURIFERA DOME MINES

Toronto - La produzione aurifera della Dome Mines Ltd. dovrebbe aumentare quest'anno a 454.000 once contro 431.000 dell'anno scorso. Lo ha annunciato il presidente C. Henry Brehaut all'assemblea annuale della società, dicendosi del parere che la Dome Mines in Ontario dovrebbe produrre nel 1985 128.000 once contro 118.000 dell'anno scorso.

NUOVA PRODUZIONE AURIFERA

Tokyo - La Sumitomo Metal Mining Co. Ltd. ha annunciato che intende iniziare in luglio la produzione al suo giacimento aurifero di Hishikari, nel Giappone sudoccidentale, che nel 1985 dovrebbe ammontare a 10.000-20.000 tonn. di minerale. La società ha inoltre in programma di aumentare la capacità produttiva di 200 tonn. al giorno con contenuto aureo di 80 grammi per tonn., nella prima metà del 1986. Il giacimento dovrebbe contenere, secondo le stime, 120 tonn. di oro.

AUMENTO PRODUZIONE DIAMANTIFERA

Kinshasa - Lo Zaire è ritornato ad essere il primo produttore di diamanti nel mondo con una produzione del 1984 di 6.895.932 carati. Lo ha annunciato l'agenzia giornalistica ufficiale Azap, precisando che la società mineraria di Bakwanga (Miba), che ha il monopolio dello sfruttamento dei giacimenti diamantiferi ha incrementato in un anno la sua produzione del 19%. Secondo l'Azap, la Miba ha effettuato nel 1984 investimenti per 8 milioni di dollari e realizzato un utile netto di 575,2 milioni di Zaire (uno Zaire equivale a circa 50 lire).

ORO: DISPONIBILITÀ + 7% NEL 1984

Londra - Le nuove disponibilità di oro sono aumentate nel 1984 del 7% a 1.439 tonn. rispetto al 1983 con la produzione mineraria dei Paesi non comunisti salita a 1.149 tonn. contro 1.112 e le vendite del blocco sovietico a 205 tonn. contro 93 tonn. Lo ha reso noto la Consolidated Gold Field, osservando che le vendite ufficiali sono calate a 85 tonn. contro 142 nel 1983. Benchè la produzione mineraria sia aumentata costantemente dal 1980, ha fatto presente la Gold Field, il tasso di crescita è rallentato nel 1984 rispetto al 1983 ed il Sudafrica ha prodotto 683 tonn. contro 680, portando la sua quota al di sotto del 60% del totale mondiale. La produzione aurifera canadese è salita a 81 tonn. contro 73 nel 1983, quella statunitense a 72 tonn. contro 61, crescendo dal 1980 del 137%, e quella brasiliana è scesa a 55 tonn.

FORTE FLESSIONE VENDITE KRUGERRAND

Johannesburg - Nei primi cinque mesi di quest'anno le vendite sudafricane di krugerrand sono nettamente calate a 685.228 once contro 1,04 milioni nel corrispondente periodo dell'anno scorso. Lo ha reso noto l'International Gold Corp. (Intergold), osservando che in maggio le vendite sono salite a 60.994 once contro 44.137 in aprile, benchè siano rimaste molto al di sotto delle 152.600 once vendute nel maggio 1984. Secondo la Intergold la domanda di krugerrand e dell'oro in generale dovrebbe restare bassa nel breve termine.

EXPORT DIAMANTI ISRAELIANI

Tel Aviv - Le esportazioni israeliane di diamanti sono aumentate del 10% nei primi cinque mesi del 1985 a 489,6 milioni di dollari rispetto al corrispondente periodo dell'anno scorso. Lo ha annunciato il ministero del commercio e industria, precisando che in maggio l'export è rimasto invariato a 102 milioni di dollari rispetto ad un anno fa.

ORO E ARGENTO: AUMENTO PRODUZIONE PERUVIANA

Lima - La produzione peruviana di oro e argento dovrebbe aumentare nel 1985 del 5%. Lo ha dichiarato il ministro delle miniere e dell'energia del Perù, Juan Inchaustegui, precisando che, secondo i programmi, la produzione di oro, ammontata nel 1984 a 213.000 once, salirà nel 1986 del 20/30% in seguito alle estrazioni di metallo, che dovrebbero iniziare l'anno prossimo, nelle regioni di Puno e Madre de Dios ai confini con la Bolivia.

L'espansione produttiva delle piccole miniere farà invece aumentare la produzione di argento, attualmente di 5,7 milioni di once, portandola a 6 milioni. Il Perù è il secondo esportatore mondiale di argento.

NUOVO GIACIMENTO AURIFERO

Vienna - Un giacimento di oro del valore approssimativo di circa un miliardo di dollari a prezzi correnti (310 dollari l'oncia) è stato scoperto in Cecoslovacchia, ad una quarantina di km da Praga. Lo riporta l'agenzia ufficiale cecoslovacca "Ceteka", precisando che si tratta del più grande giacimento scoperto in Europa negli ultimi 20 anni.

URSS NON RIDUCE I PREZZI

Londra - L'Unione Sovietica non diminuirà i prezzi dei suoi diamanti nel 1985 e non aumenterà le vendite a ritmi inconsueti. Lo ha annunciato un portavoce della Central Selling Organisation (CSO) ai clienti in occasione di un'asta di pietre grezze, rivelando che l'informazione è stata fornita da una fonte autorevole. L'anno scorso il mercato aveva subito un improvviso aumento delle esportazioni sovietiche di diamanti grezzi non puliti e per di più a prezzi ridotti, fra giugno e settembre. L'evento aveva suscitato la preoccupazione dei tagliatori di diamanti di Anversa e Israele, essendosi verificato proprio nel momento in cui il mercato stava cercando di risollevarsi dalla più pesante recessione degli ultimi cinquant'anni. Le vendite di pietre grezze della Cso, ad esempio, sono diminuite di conseguenza all'iniziativa sovietica ad un valore di 668 milioni di dollari nel secondo semestre del 1984 contro 945 milioni nel primo.

DEGUSSA: FATTURATO SEMESTRALE QUASI STAZIONARIO

Francoforte - Il fatturato della Degussa AG è ammontato nel semestre terminato il 31 marzo scorso a 5,82 miliardi di marchi contro 5,43 miliardi nel corrispondente periodo dell'esercizio precedente, di cui 4,15 miliardi provenienti da attività con l'estero e 1,67 miliardi dall'interno, contro, rispettivamente 3,34 e 1,89 miliardi. Nel settore dei metalli il giro di affari è stato per 3,71 miliardi contro 3,55 miliardi.

MINIMI ARGENTO USA

Washington - I consumi industriali statunitensi di argento hanno toccato l'anno scorso il minimo dal 1963 di 114,9 milioni di once e le importazioni sono scese del 39% rispetto al 1983 a 91 milioni di once. Lo ha reso noto l'associazione degli utilizzatori di argento, aggiungendo che nel 1984 l'accumulo degli stocks è ammontato a 43 milioni di once contro 100 milioni nel 1983. La produzione di metallo delle miniere statunitensi è stata di 42 milioni di once contro 43 milioni nel 1983.

CHIUDE IL MERCATO A TERMINE DI LONDRA

Londra - I membri del mercato londinese dell'oro a termine hanno approvato la liquidazione volontaria dei contratti in considerazione dell'esiguità degli scambi. Lo ha annunciato il presidente Beale, senza precisare la data di chiusura del mercato.

PRODUZIONE DELLE FILIPPINE

Manila - La produzione di oro delle Filippine è salita nei primi tre mesi del 1985 a 6.188 kg. contro 5.983 kg. nel corrispondente periodo dell'anno scorso. Lo ha annunciato la camera delle miniere, osservando che l'incremento produttivo è derivato probabilmente dalle previsioni di alcuni esperti secondo cui i prezzi dell'oro hanno oramai raggiunto i livelli più bassi ed ora dovrebbero salire.

NUOVA MONETA AUREA

Pechino - La Banca Nazionale Cinese ha emesso in maggio una nuova moneta d'oro con una purezza del 99,9%, che mostra su un lato il "tempio del cielo" di Pechino e sull'altro un panda gigante. Lo riporta l'agenzia Nuova Cina.

STOCK ARGENTO USA CALATI IN MARZO

Washington - Gli stocks di argento presso le raffinerie statunitensi sono calati in marzo a 5 milioni di once contro 5,4 milioni in febbraio, ma erano superiori di 1,6 milioni di once al livello del marzo 1984. Lo ha reso noto il "Silver Institute" nel suo rapporto mensile dal quale emerge che, sempre in marzo, la produzione di metallo è salita a 8,6 milioni di once contro 7,9 milioni in febbraio e 8,4 milioni nel marzo 1984. Secondo l'istituto, le giacenze di argento presso tutte le fonderie note in Australia, Canada, Messico, Perù, Sudafrica, Svezia, Germania ed altri paesi ammontavano a 24,8 milioni di once alla fine di marzo contro 20,2 milioni di un anno fa.

TUTTI SOSTITUITI I MINATORI LICENZIATI

Johannesburg - I 14.400 lavoratori licenziati per avere partecipato ad una serie di scioperi illegali all'inizio di maggio nella divisione meridionale della miniera aurifera Vaal Reefs della Anglo-American Corp. South Africa Ltd. saranno rimpiazzati al più presto. Secondo stime della società, la produzione della divisione sarà nel secondo trimestre pari al 70% del normale a causa delle interruzioni del lavoro. Nel trimestre terminato al 31 marzo l'utile netto della Vaal Reefs è stato di 114,27 milioni di rand e la produzione di oro di 21.175 kg.

CALO IMPORT GIAPPONESE

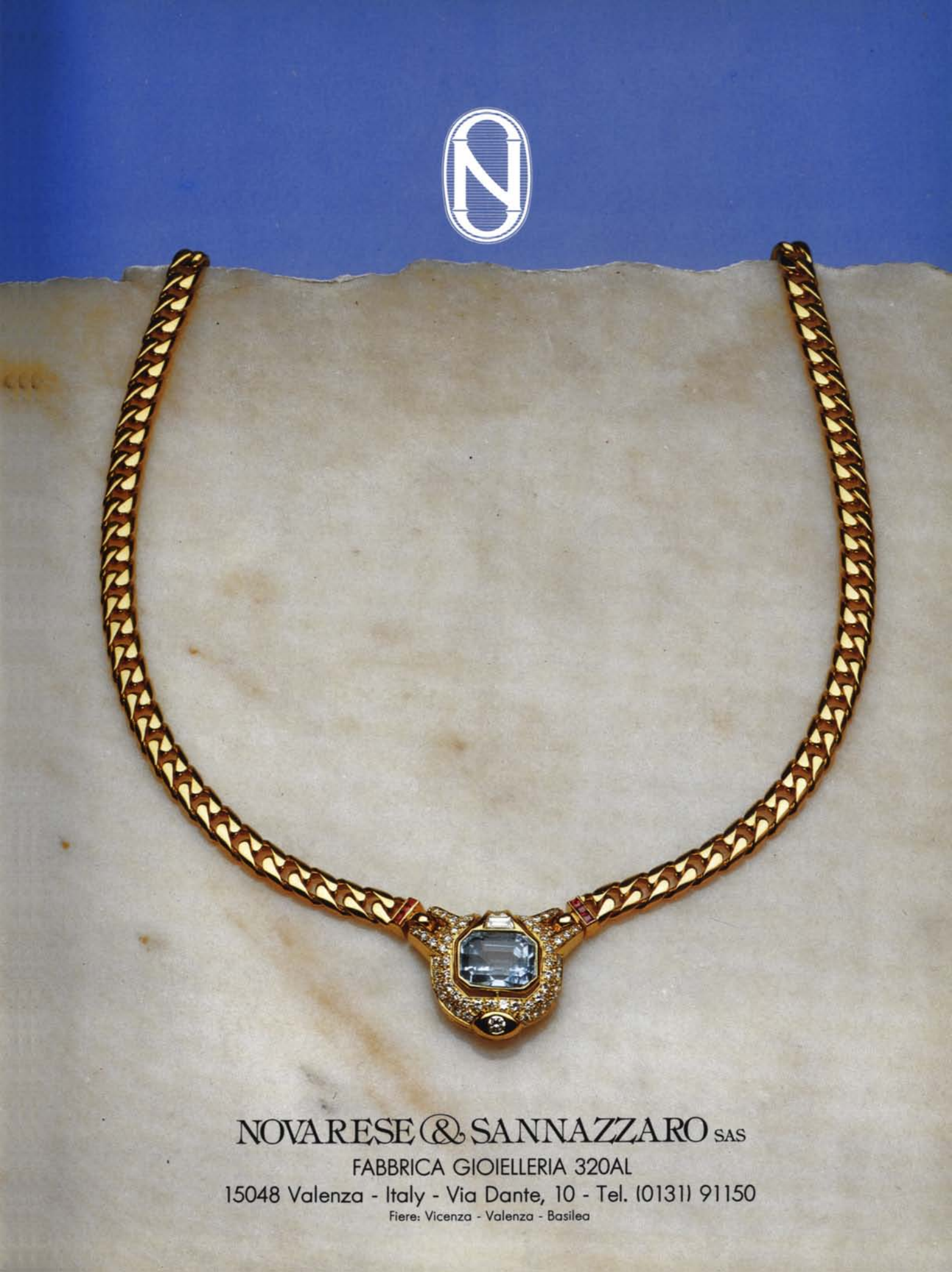
Tokyo - Le importazioni giapponesi di oro sono calate in aprile a 12,77 tonn. contro 22,22 in marzo e 15,17 di un anno fa. Lo mostrano le statistiche del ministero delle finanze dalle quali emerge che nei primi quattro mesi dell'anno l'import nipponico di metallo è cresciuto a 75,91 tonn. contro 63,35 nel corrispondente periodo dell'anno scorso. I maggiori fornitori in aprile sono stati: Gran Bretagna con 3,18 tonn. (3,08 in marzo e 3,93 nell'aprile 1984), Svizzera con 6,42 tonn. (12,33 e 9,52 tonn.) Sudafrica con 0,92 tonn. (3,34 e 0,99 tonn.) e Australia con 1,13 tonn. (nessuna esportazione).

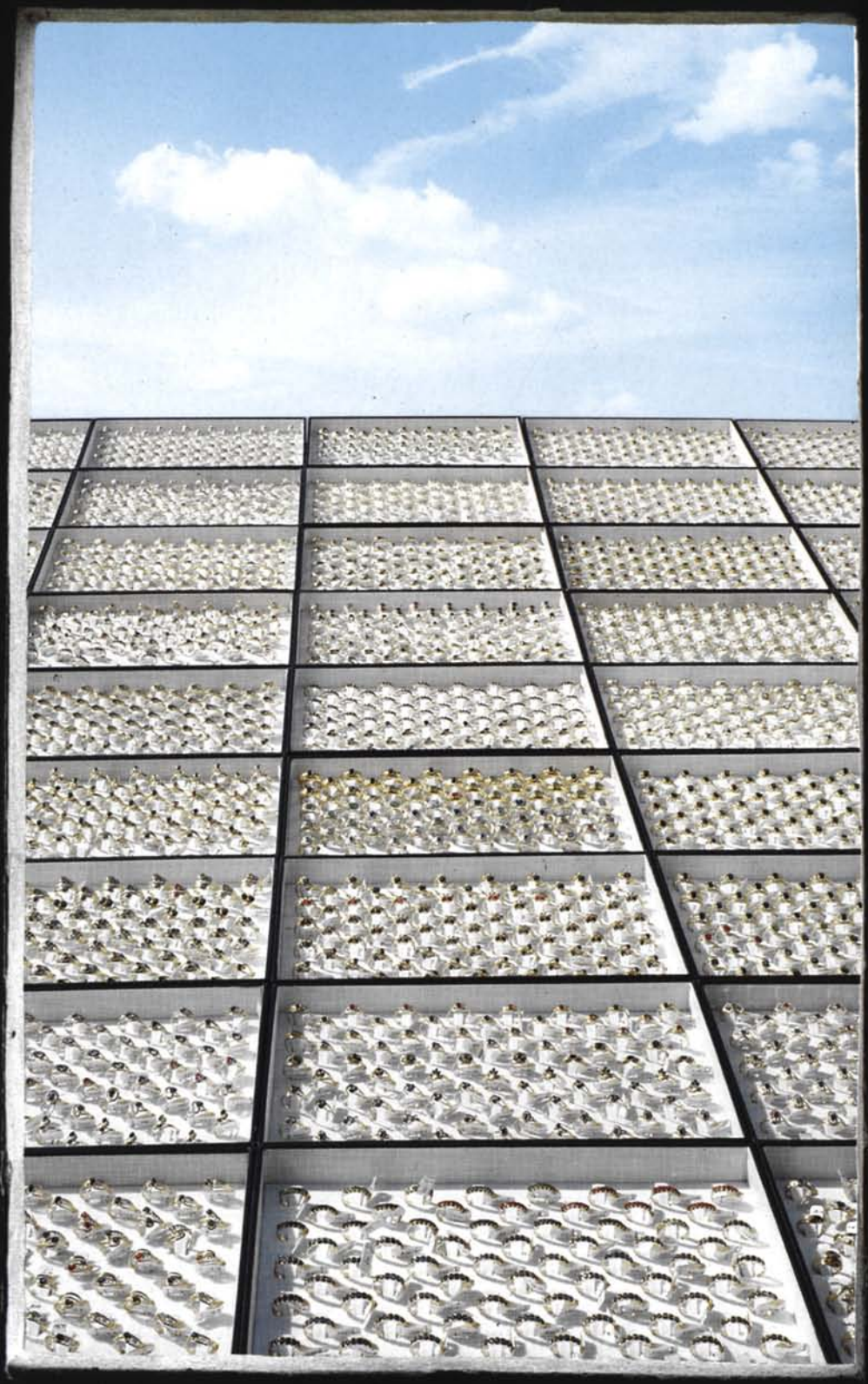
CONTRATTAZIONI A TERMINE IN OLANDA

Amsterdam - Il 29 maggio sono iniziate le contrattazioni sull'oro a termine sulla piazza di Amsterdam ed i primi mesi del contratto sono luglio, agosto, ottobre, dicembre ed i sette mesi successivi, giugno incluso. Lo hanno annunciato fonti ufficiali, dopo l'approvazione definitiva del ministero delle finanze, precisando che i lotti trattati sono di 500 grammi di oro e che le contrattazioni hanno luogo dalle 10 alle 16,30, ora locale, nello stesso periodo in cui saranno trattate le opzioni dei cambi europei.

DIMINUITA LA PRODUZIONE AURIFERA INDIANA

Nuova Delhi - La produzione aurifera indiana è calata nell'anno fiscale terminato al 31 marzo a 2,03 tonn. contro 2,08 nel 1983/84 e 2,24 nel 1982/83. Lo ha annunciato il ministro delle finanze Janardhana Poojary al parlamento. Fonti del commercio hanno osservato che la produzione ha continuato a registrare un declino perché la maggior parte delle miniere aurifere indiane è vecchia ed il minerale facilmente recuperabile è stato già estratto.


NOVARESE & SANNAZZARO SAS
FABBRICA GIOIELLERIA 320AL
15048 Valenza - Italy - Via Dante, 10 - Tel. (0131) 91150
Fiere: Vicenza - Valenza - Basilea



GIUSEPPE MASINI

gioielleria – oreficeria – creazioni proprie – Marchio AL 1586

15048 Valenza - via del Castagnone, 68 - tel. (0131) 953695 (4 linee r.a.)

20122 Milano - via Paolo da Cannobio, 10 - tel. (02) 800592 - 3498185

GAMBERONI per O.V.

Visconti Preziosi di Gian Piero Visconti - 15048 Valenza - Via Mazzini, 46 - Tel. (0131) 94656-91240

St. Photochrom - Valenza

Lepidor

di LEGORA SERGIO & C. s.n.c.

OREFICERIA - GIOIELLERIA

15048 VALENZA - Strada alla Collina, 49 - Tel. 97.73.46 2038 AL

Mostra del Gioiello Valenzano

Marzo-Ottobre Stand 226 C

Gei gioielli

di GIANSANTE - BUTERA & C.

15048 Valenza - Via M. Nebbia, 43

Tel. (0131) 91.135

2352 AL

Valenza - Marzo/Ottobre

Milano - (Gold Italia) Marzo

Firenze - Gift Mart

Vicenza - Gennaio/Giugno/Sett.

Monaco - Inhorgenta

Basilea - Aprile

Renzo

CARBONI

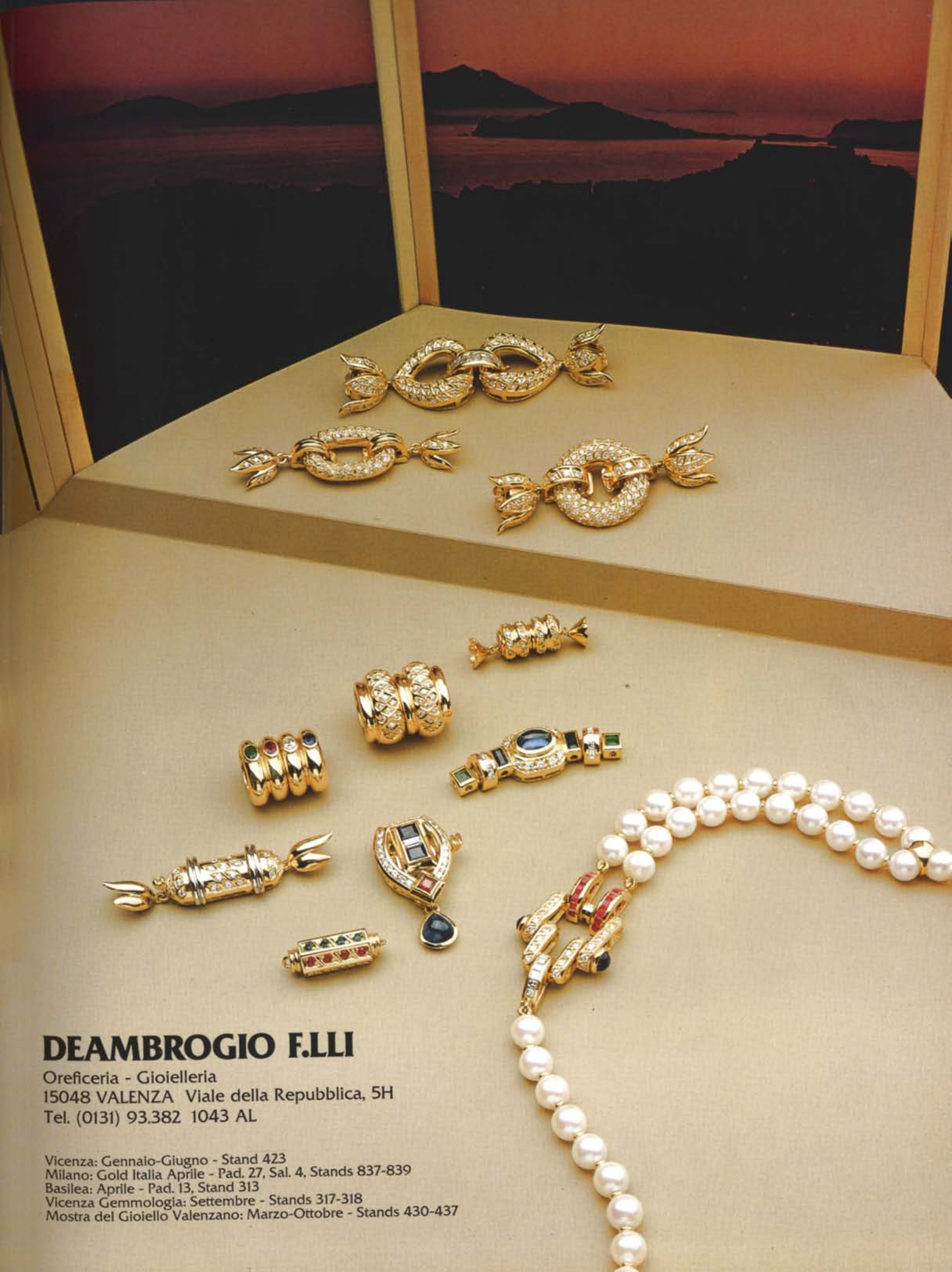
presenta

CARBONI

Fiera di Valenza, marzo e ottobre, stand **109-116**

via rosselli 6-8 / 15048 valenza (al) / tel. 0131-91842

EFFE-PI GIOIELLI CORSO GARIBALDI 139 - 15048 VALENZA - ITALY - TEL. 0131-92.138 MARCHIO AL 2247



DEAMBROGIO F.LLI

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

Vicenza: Gennaio-Giugno - Stand 423
Milano: Gold Italia Aprile - Pad. 27, Sal. 4, Stands 837-839
Basilea: Aprile - Pad. 13, Stand 313
Vicenza Gemmologia: Settembre - Stands 317-318
Mostra del Gioiello Valenzano: Marzo-Ottobre - Stands 430-437

Rossi Astucci

astucci e rotoli
espositori per vetrine
valigie campionario
contenitori per gioielli

15048 Valenza (AL)
Via Lega Lombarda 42
tel. (0131) 94041
Fiere: Valenza - stand 106
mostra del gioiello Valenzano

PREMIERE '85

INTERGEM

Idar-Oberstein
4th to 7th October 1985
West Germany

Visit the four days of gems with their whole offer of range and variety: unset gems, rough gems, minerals, gem jewellery, handcrafted articles made of gemstones and trade related accessories. In the centre for gems and jewellery: Idar-Oberstein, West Germany.

International Trade Fair for Gems and Jewellery

To: INTERGEM GmbH, Lindemannstraße 30, 4000 Düsseldorf 1, West Germany.
Please send us detailed visitor information for INTERGEM

Name: _____

Street: _____

City: _____

Country: _____

BARBERO & RICCI

OREFICERIA - GIOIELLERIA - EXPORT

15048 VALENZA - Via Ariosto, 6 - Tel. 0131/93444 - 1031 AL

Basilea: Halle 44 - stand 312 / Vicenza (Gennaio-Giugno) stand 257 / Valenza (Ottobre) stand 368

Banca Popolare di Novara

AL 31 DICEMBRE 1984

Capitale	L.	47.119.630.000
Riserve e Fondi Patrimoniali	L.	1.314.854.078.821
Fondo Rischi su Crediti	L.	135.634.793.580

Mezzi Amministrati oltre 15.988 miliardi

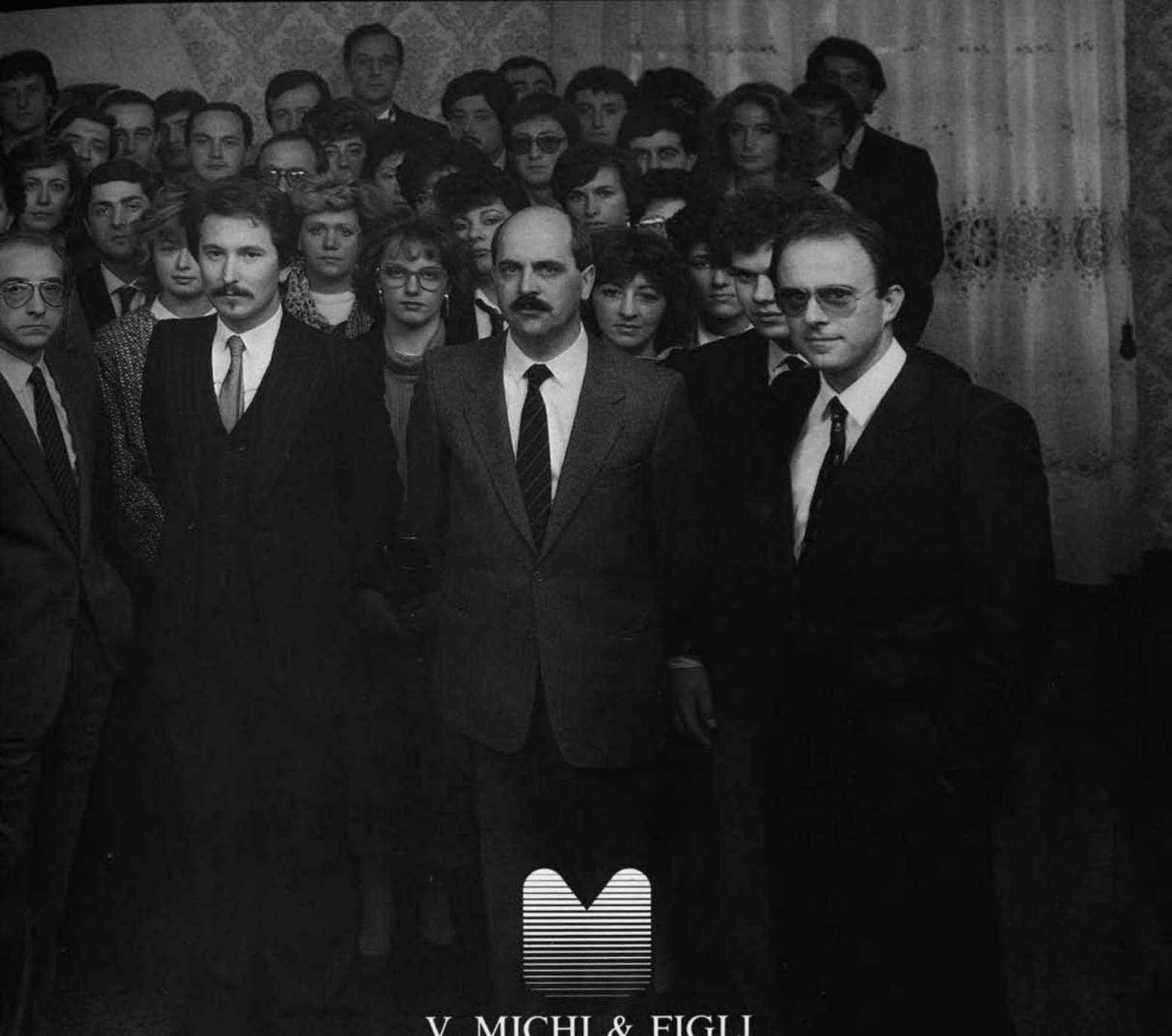
Succursale di Valenza - Via L. Lombardia, 5/7 - tel. (0131) 953636
Agenzia di Bassignana - Via della Vittoria, 11 - tel. (0131) 95129

378 Sportelli e 94 Esattorie in Italia
Succursale all'Estero in Lussemburgo
Uffici di Rappresentanza a Bruxelles, Caracas, Francoforte sul Meno, Londra, Madrid, New York, Parigi e Zurigo.
Ufficio di Mandato a Mosca.

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

Distributrice dell'American Express Card, «Bancomat».
Finanziamenti a medio termine all'industria, al commercio, all'agricoltura, all'artigianato e all'esportazione, mutui fondiari ed edilizi, «leasing», «factoring», servizi di organizzazione aziendale, certificazione bilanci e gestioni fiduciarie tramite gli Istituti speciali nei quali è partecipante.

LA BANCA È AL SERVIZIO DEGLI OPERATORI IN ITALIA
E IN TUTTI I PAESI ESTERI



V. MICHI & FIGLI

INGROSSO PREZIOSI

SEDE

51011 BORGO A BUGGIANO (Pistoia)
Via Indipendenza, 77/79 - Tel. (0572) 32.054/32.896-7-8
Telex 570175 MICORO I

SUCCURSALE

50123 FIRENZE
Via Orti Oricellari, 26 - Tel. (055) 263.408/293.117

UFFICI VENDITA

06100 PERUGIA
Via Masi, 6 - Tel. (075) 65.302

09100 CAGLIARI
Via Barone Rossi, 27/29 - Tel. (070) 662.895

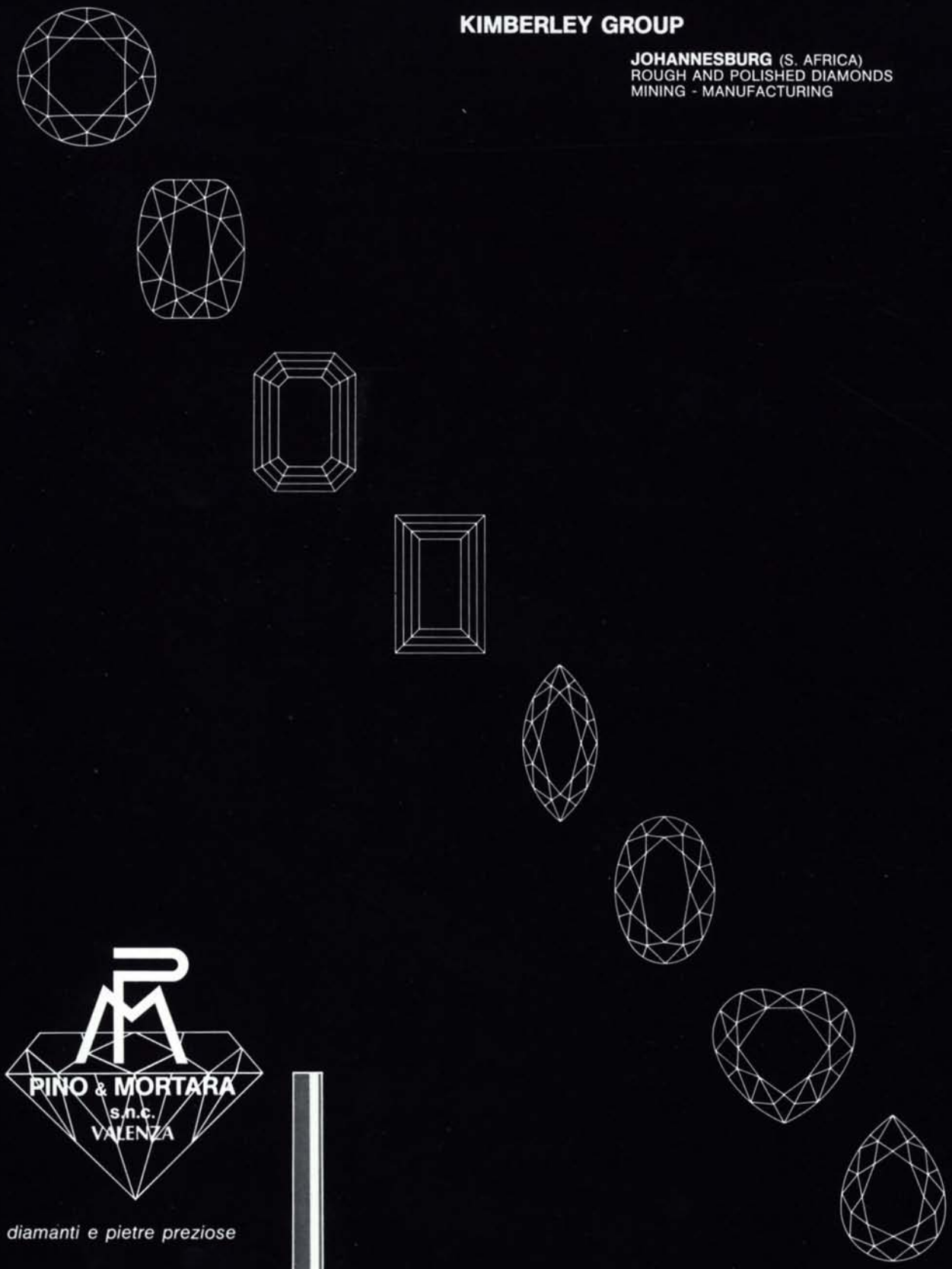
MICHINORD

27058 VOGHERA
P.zza Duomo, 33 - Tel. (0383) 214052

studio nicoli/foto Anghinelli

KIMBERLEY GROUP

JOHANNESBURG (S. AFRICA)
ROUGH AND POLISHED DIAMONDS
MINING - MANUFACTURING



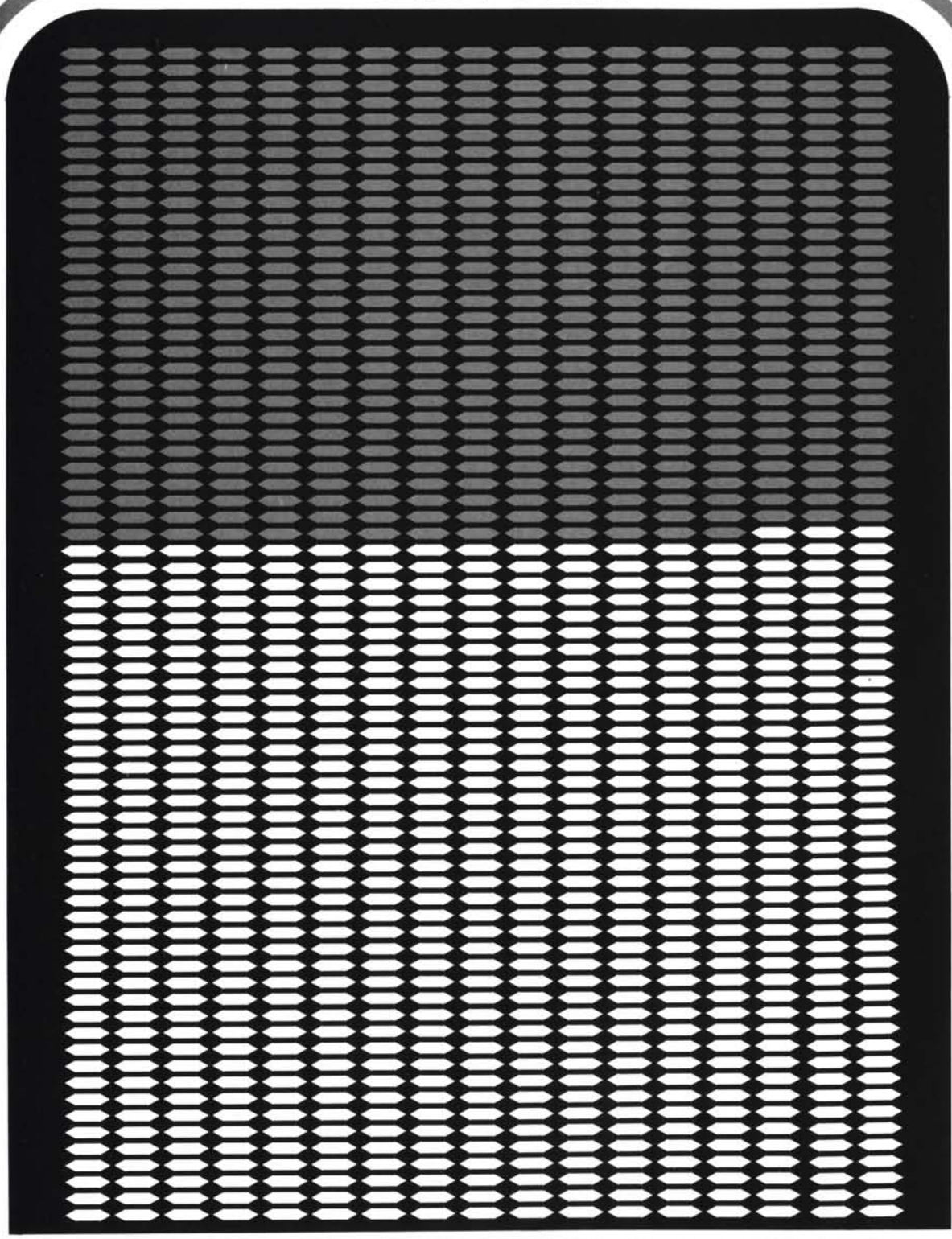
PINO & MORTARA
s.n.c.
VALENZA

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

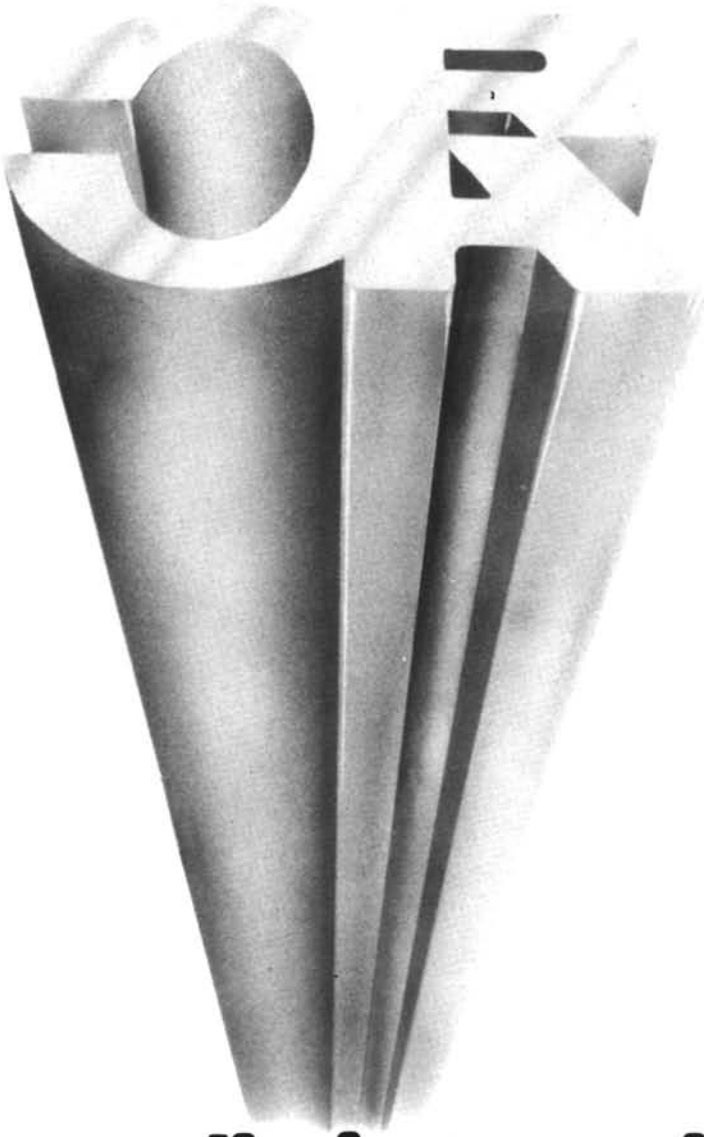
VALENZA HA 1200 AZIENDE ORAFE 700 SONO ASSICURATE CON NOI



GOGGI ASSICURAZIONI

ALESSANDRIA - P.za Turati, 5 - Tel. 56238/41772
VALENZA - P.za Gramsci, 15 - Tel. 952767
TELEX 211848

sede centrale - Alessandria via Dante 2 tel. (0131) 3031
telex 212199 CRADIR I - 220283 I
41 dipendenze in provincia



cassa di risparmio di alessandria

Fondo Dotazione 40.000 Riserve 34.503.725.741

Tutte le operazioni di banca - Bancomat

ART LINE di Ceva & C. snc
fabbrica gioielleria

15048 valenza
via martiri di lero, 9
tel. (0131) 94275
1131 AL

BAJARDI LUCIANO snc
fabbrica gioiellerie
export

15048 valenza
viale santuario, 11
tel. (0131) 91756

BALDI & C. snc
fabbrica oreficeria gioielleria

15048 valenza
viale repubblica, 60
tel. (0131) 91097
marchio 197 AL

BALDUZZI, GULMINI & FUSCO
chiusure per collane

15048 valenza
viale b. cellini, 28
tel. (0131) 953261

BARBIERATO SEVERINO
fabbrica oreficeria

creazione propria

15048 valenza
via sassi, 9
tel. (0131) 94807
marchio 2080 AL - CCIAA 113948 AL

BEGANI & C.
gioielleria

15048 valenza
via s. giovanni, 17
tel. (0131) 93109
1030 AL

GIUSEPPE BENEFICO

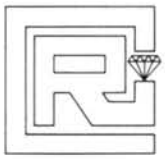
brillanti
pietre preziose
coralli

20124 milano
p.za repubblica, 19
tel. (02) 662417

15048 valenza
viale dante, 10
tel. (0131) 93092

BUZIO, MASSARO & C. snc
fabbrica oreficeria
e gioielleria

15048 valenza
viale b. cellini, 61
tel. (0131) 92689
1817 AL



CANTAMESSA FRANCO & C.

produzione gioielleria
e commercio preziosi

15048 valenza
via giusto calvi, 18
tel. (0131) 92243
408 AL

ditta espositrice alla mostra
del gioiello valenzano
stand 515

CEVA RENZO & C. snc gioiellieri

15048 valenza (AL)
via sandro camasio, 4
tel. (0131) 91027
328 AL

COVA GIANCARLO & C. snc oreficeria a peso

san salvatore monferrato (AL)
via prevignano, 41
tel. (0131) 33354
1396 AL

DE GASPARI & BARBERIS fabbrica oreficeria e gioielleria

15048 valenza
via san salvatore, 28 (casa visca)
tel. (0131) 93266
1002 AL

ESSEBI di Siligardi Alberto
fabbrica oreficeria

15048 valenza
p.zza gramsci, 7
tel. (0131) 93431
2000 AL

FRACCHIA & ALLIORI
gioielleria
lavorazione anelli con pietre fini

15048 valenza
circ. ovest, 54
tel. (0131) 93129
marchio 945 AL

FREZZA REMO
oreficeria gioielleria

15048 valenza (AL)
via martiri di cefalonia, 28
tel. (0131) 953380
telex exporaf 23196
785 AL

MARIO LENTI
fabbrica gioielleria
oreficeria

15048 valenza
via mario nebbia, 20
tel. (0131) 91082
483 AL

LUNATI
fabbricanti gioiellieri
export

15048 valenza
via trento
tel. (0131) 91338/92649
marchio 160 AL

MANCA
gioielli

15048 valenza
via mario nebbia, 7
tel. (0131) 94112
1258 AL

mg

MANDIROLA GINO
anelli - oggettistica per uomo
fantasie

15048 valenza
via bergamo, 34
tel. (0131) 92078
1433 AL

ERMES MORAGLIO
laboratorio oreficeria
lavorazione propria

15048 valenza
via b. cellini, 63
tel. (0131) 91228
1983 AL

B. TINO & VITO PANZARASA

dal 1945 oreficeria e gioielleria
della migliore produzione valenzana

28021 borgomanero (NO)
via d. savio, 17
tel. (0322) 81419

PGP di Pagella & C.

fabbrica oreficeria
gioielleria - export

15046 san salvatore
monferrato (AL)
via don guarona, 3
tel. (0131) 371154
1884 AL

gold italia - stand 641
fiera vicenza (gen-giu-sett) - stand 1175
fiera valenza (marzo) - stand 558
macef (febb-sett) pad. 31 - stand G105

GIAN CARLO PICCIO
oreficeria gioielleria

15048 valenza
via p. paietta, 15
tel. (0131) 93423
1317 AL

RACCONE & STROCCO

chiusure
per collane e bracciali

15048 valenza
via XII settembre, 2/A
tel. (0131) 93375

SISTO DINO
fabbricante gioielliere
export - creazioni fantasia

15048 valenza
v.le dante 46/B, ang. via ariosto
tel. (0131) 93343
marchio 1772 AL

VALENTINI & FERRARI
oreficeria gioielleria
export

15048 valenza
via galvani, 6
tel. (0131) 93105
marchio 1247 AL

VALORAFA di De Serio & C.
fabbrica oreficeria gioielleria

15048 valenza
via camurati, 8/B
tel. (0131) 94915
2191 AL

VARONA GUIDO
fabbrica oreficeria
anelli battuti con pietre sintetiche e fini montature

15048 valenza
via faiteria, 15
tel. (0131) 91038

GIORGIO TESTERA

15048 Valenza – Via XX Settembre, 16B – Tel. (0131) 94029

MOSTRA GIOIELLO VALENZANO - MARZO/OTTOBRE 1985 - STAND 547

Export Orafi Mostra Permanente Oreficeria s.r.l.

15048 Valenza (Italy) Via Mazzini, 11 Piazza Don Minzoni, 1 Telegr. Exportorafi - Valenza
Telefono (0131) 953641-2-3-4 Telex 210106 Exoraf

LA MOSTRA PERMANENTE E' ORA APERTA ANCHE AI GIOIELLIERI ITALIANI
TUTTI I GIORNI FERIALI DELL'ANNO.
ESPONGONO 200 DITTE PRODUTTRICI
PRESENTARSI MUNITI DI LICENZA DI P.S.