GIOIELLI VALENZA

Spedizione in abbonamento postale
Gruppo IV/70
Autorizzazione Direzione
Provinciale PT Alessandria

Valenza Gioielli Periodico dell'Associazione Orafa Valenzana

CANTAMESSA

di Cantamessa Fabrizio & C. s.a.s.

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA
15048 VALENZA (AL) - Viale Dante, 43 - Tel. (0131) 941421 - Fax (0131) 947026
FIERE: VALENZA - MILANO MACEF

studio photochrom - Valenza (A

CARMI E UBERTIS ASSOCIATI PH. LORIS BARBANO

Bibigì e Clio

Collezioni Nate

Per Dare Libertà

Alle Emozioni

Coniugando Creatività

E Cura

Del Particolare

BIBIGI'
orolibero

CLIO
la natura in un gioiello

Per informazioni tel. 0131/237012

Dov'è possibile vedere contemporaneamente il cronografo [redacted], la collezione platino di V[redacted]s e gli orologi «squelette» di [redacted]?

Basel 93

Alla Mostra Europea dell'Orologeria e della Gioielleria, Basel 93. Dal 22 al 29 aprile 1993.

Messe Basel.

GIULIO PONZONE

gioielli

15048 Valenza - corso Garibaldi, 107
tel. 0131/927.218 - fax 0131/924.939

AL 1857

fiere: "Valenza Gioielli"
marzo-ottobre - stand 311

Dario Bressan
Fabbrica gioielleria
"LO STILE DI
UN GIOIELLO-CATENA"
15048 Valenza - Via Trieste, 13
Tel. (0131) 924.611
Fax (0131) 953.068
Fiere: Valenza - Vicenza

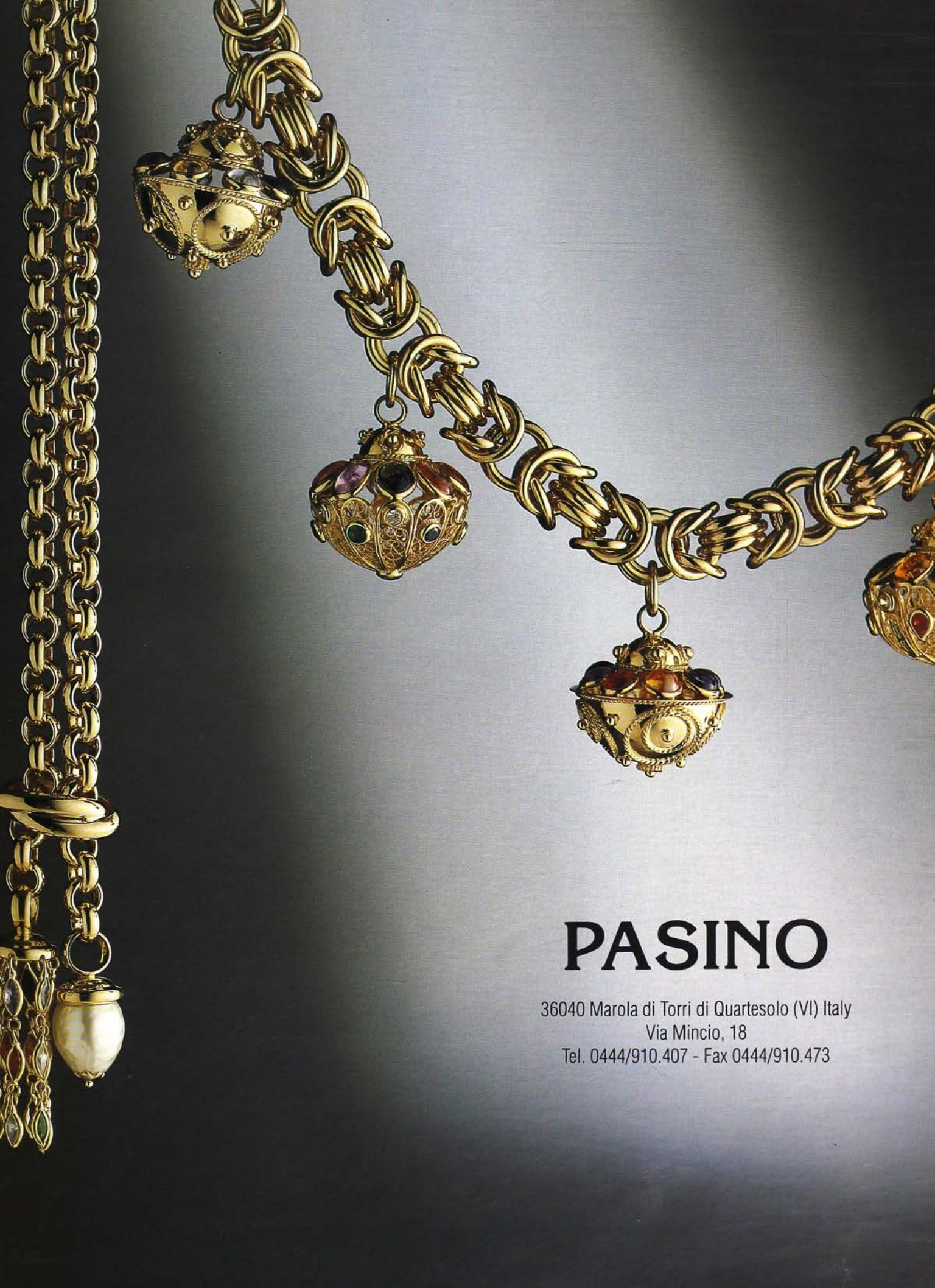
Artwork Fulvia Ferraris - Pietre tagliate da ZBF

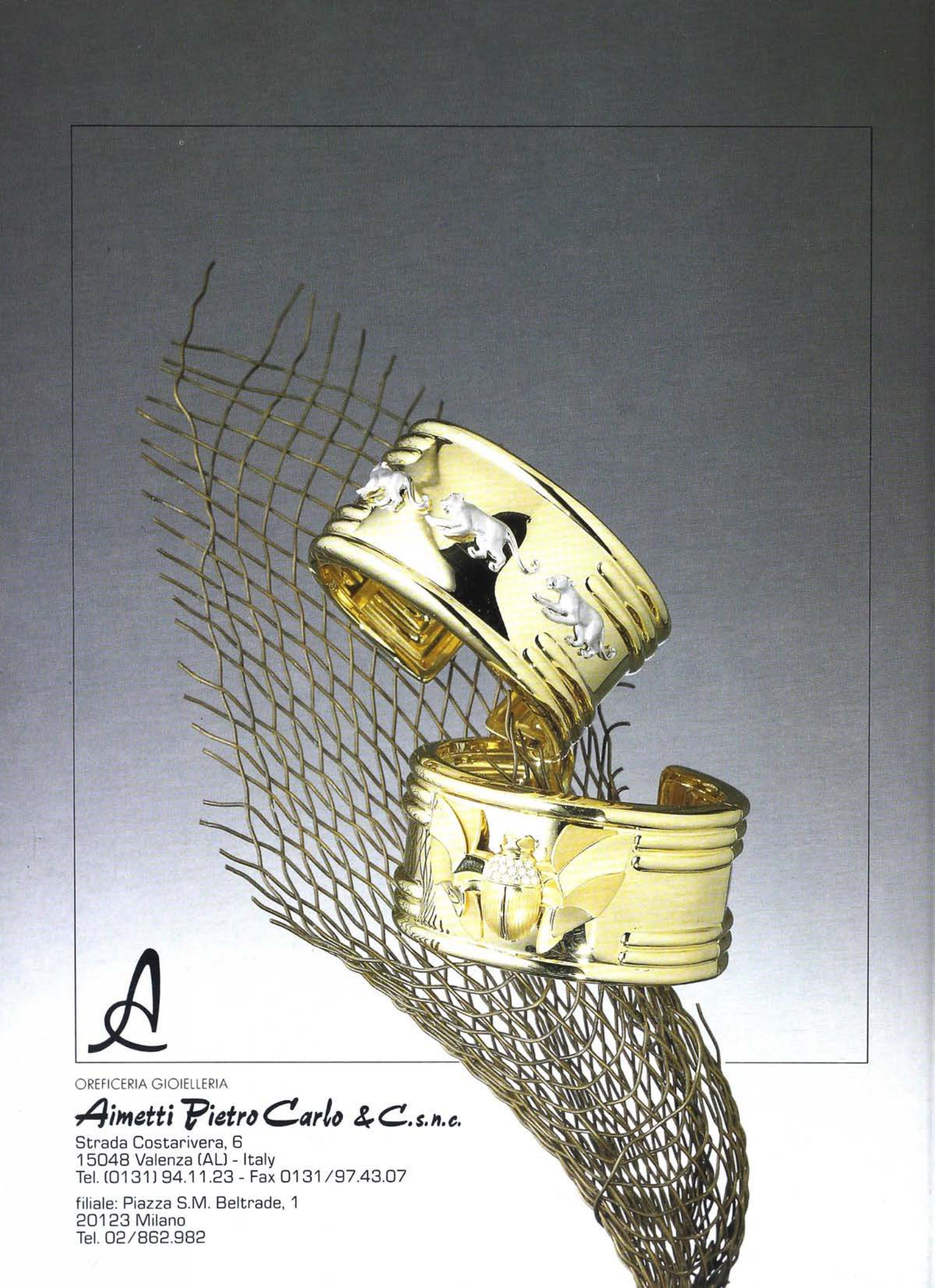
Arthur

GIOIELLI

di GASTALDELLO STEFANO
VIALE VITTORIO VENETO, 18
15048 VALENZA
TEL. 0131/943.426
FAX 0131/947.582

"VALENZA GIOIELLI" STAND 552


PASINO
36040 Marola di Torri di Quartesolo (VI) Italy
Via Mincio, 18
Tel. 0444/910.407 - Fax 0444/910.473



OREFICERIA GIOIELLERIA

Aimetti Pietro Carlo & C. s.n.c.

Strada Costarivera, 6
15048 Valenza (AL) - Italy
Tel. (0131) 94.11.23 - Fax 0131/97.43.07

filiale: Piazza S.M. Beltrade, 1
20123 Milano
Tel. 02/862.982

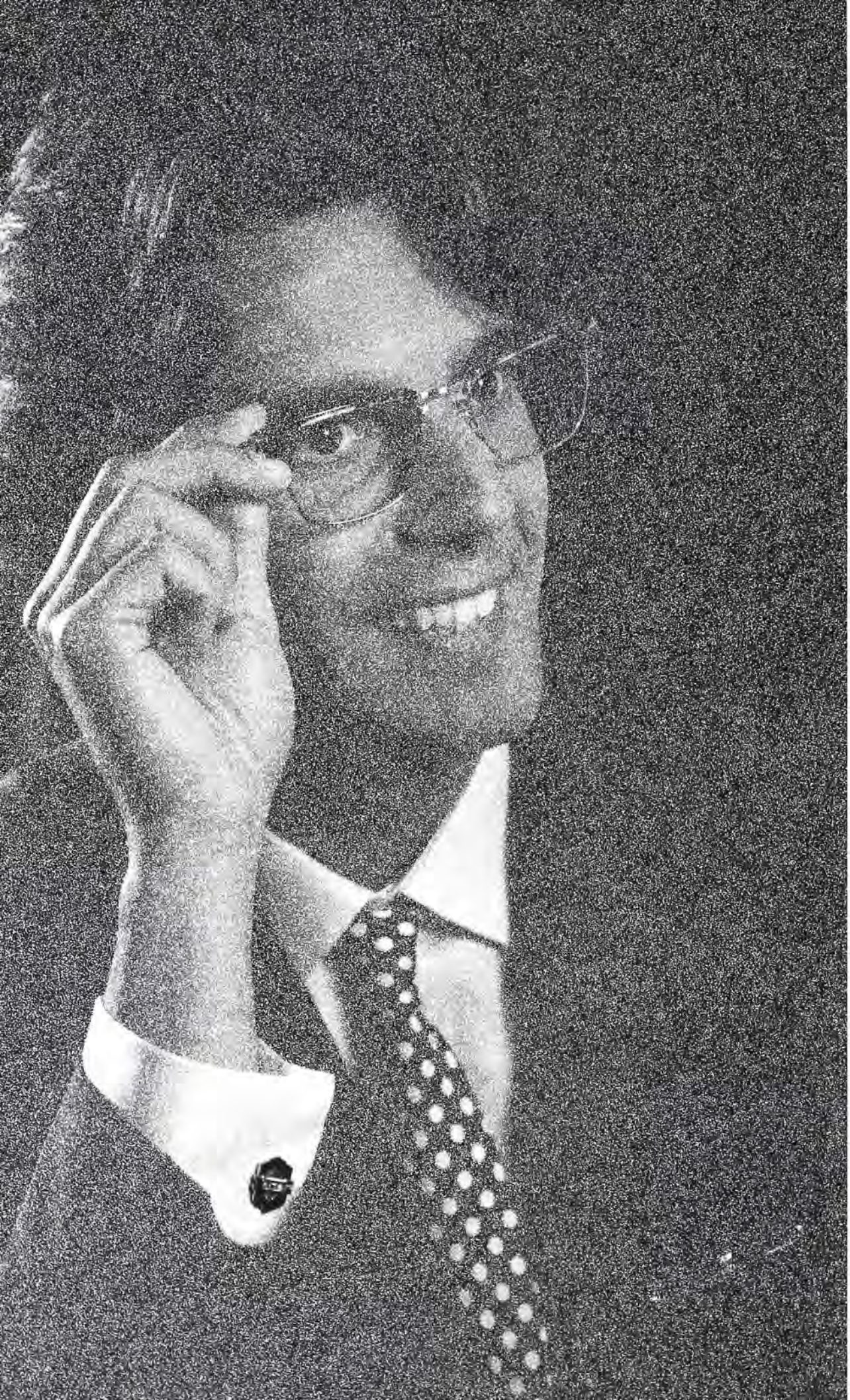
MORAGLIONE
dal 1922...
Pino Rausa / VI
GIOIELLERIA F.LLI MORAGLIONE snc
Via Sassi, 45 - 15048 VALENZA (AL)
Tel. 0131/941719-975268 - Fax 0131/941411
FIERE BASILEA - VALENZA - VICENZA
★ 428 AL

carlo buttini s.n.c.

gioielli

15048 Valenza - via martiri di cefalonia, 24 tel. 0131 - 943260 - fax 0131 - 943107

AVVOLGERSI
DI LUCI
TRASPARENZE
E COLORI
MINERALGEMME
AFFIDABILITA' EFFICIENZA
Corso di Porta Romana, 68
20122 Milano
Tel. 02/58318040-58315887
Fax 02/58318050
FIERE:
VICENZA-MILANO-VALENZA



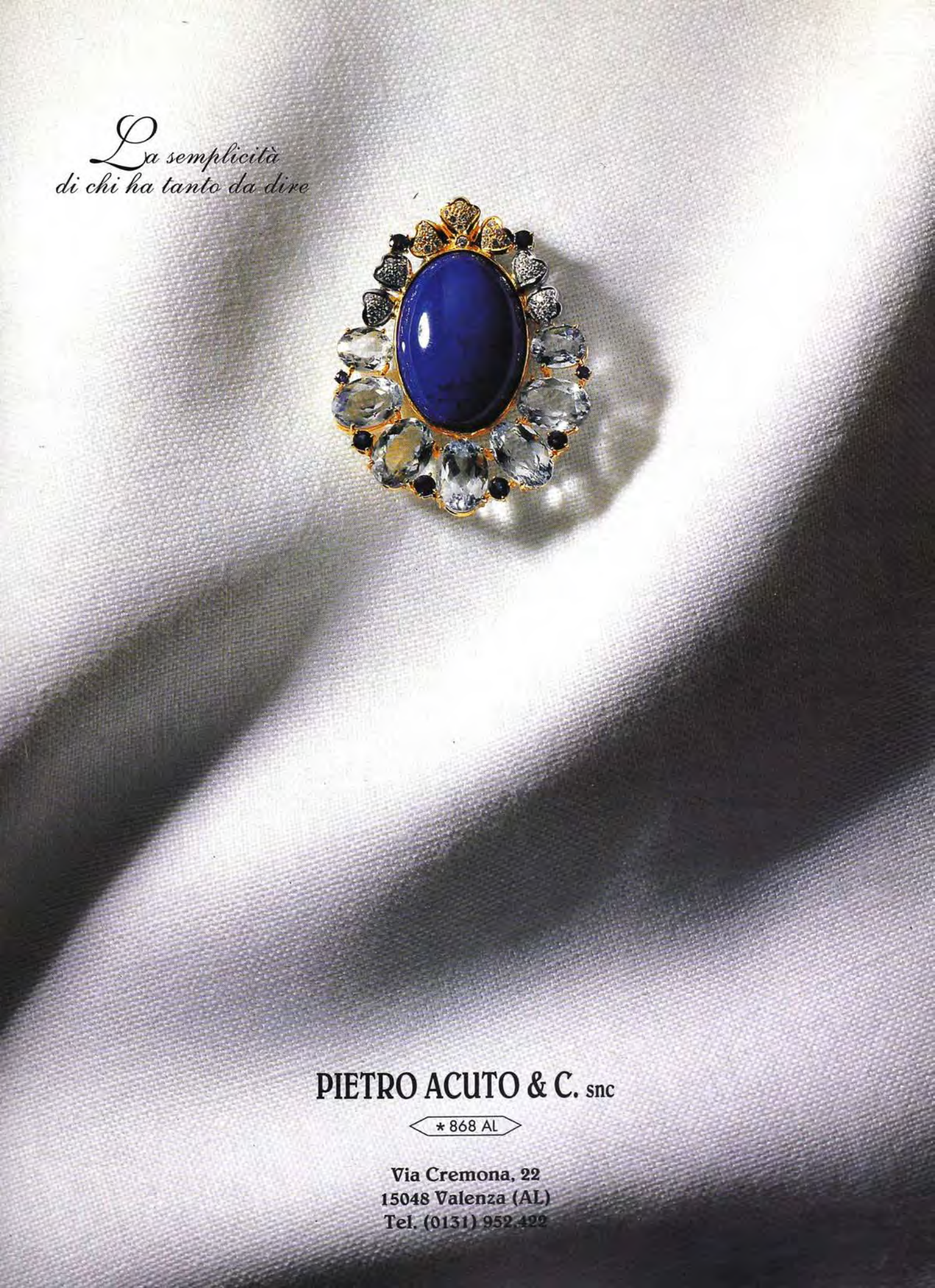
UOMINI

DIAMANTI

I DIAMANTI
PER L'UOMO

G&J SNC
VIA BOLOGNA 6/A
15048 VALENZA
TELEFONO 0131/953179

kappagi
Via del Castagnone, 5
15048 Valenza (AL) Italy
Tel. (0131) 952.950
Fax (0131) 945.920


La semplicità
di chi ha tanto da dire
PIETRO ACUTO & C. snc
* 868 AL
Via Cremona, 22
15048 Valenza (AL)
Tel. (0131) 952.422

EMMETI S.p.A.
20121 Milano - Via Paolo da Cannobio, 2
Tel. 02/864.64.911 - Fax 02/801.110

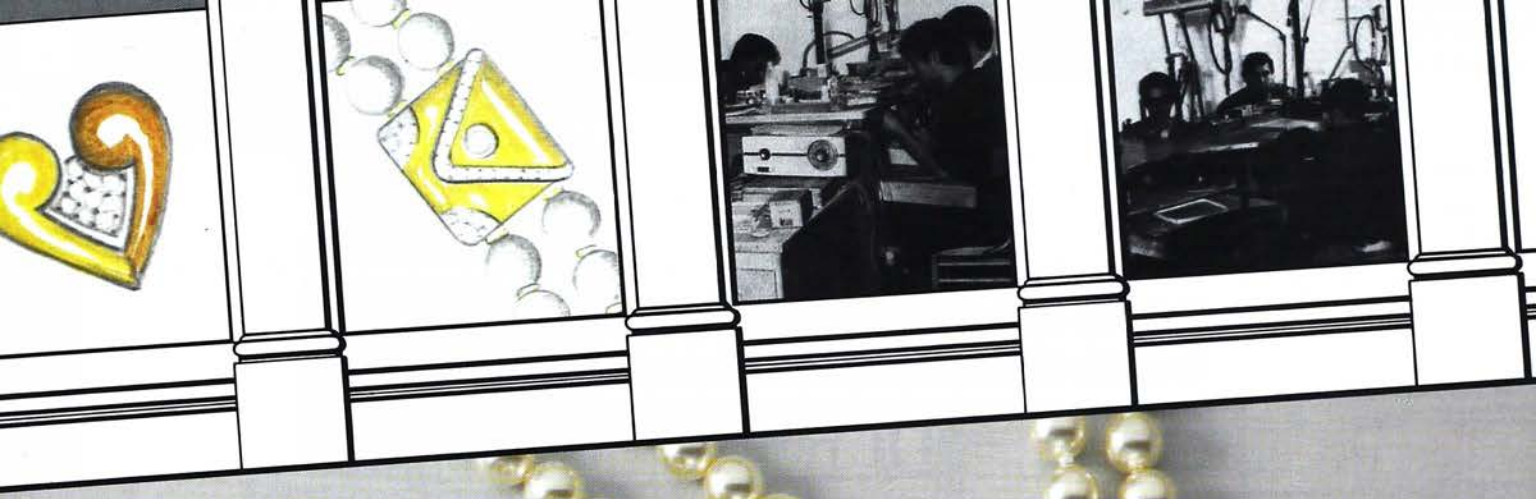
MARIO TORTI S.r.l.
15048 valenza - Zona Co.In.Or. 14/Bb
Tel. 0131/941.302 - Fax 0131/943.241

FIERE:
BASILEA
MILANO
NEW YORK
VALENZA
VICENZA

15048 Valenza
Circ. Ovest - Co.In.Or. 13/A
Tel. 0131/952.579
Fax 0131/946.240

Presenti a:
Basilea - Macef
Valenza - Vicenza

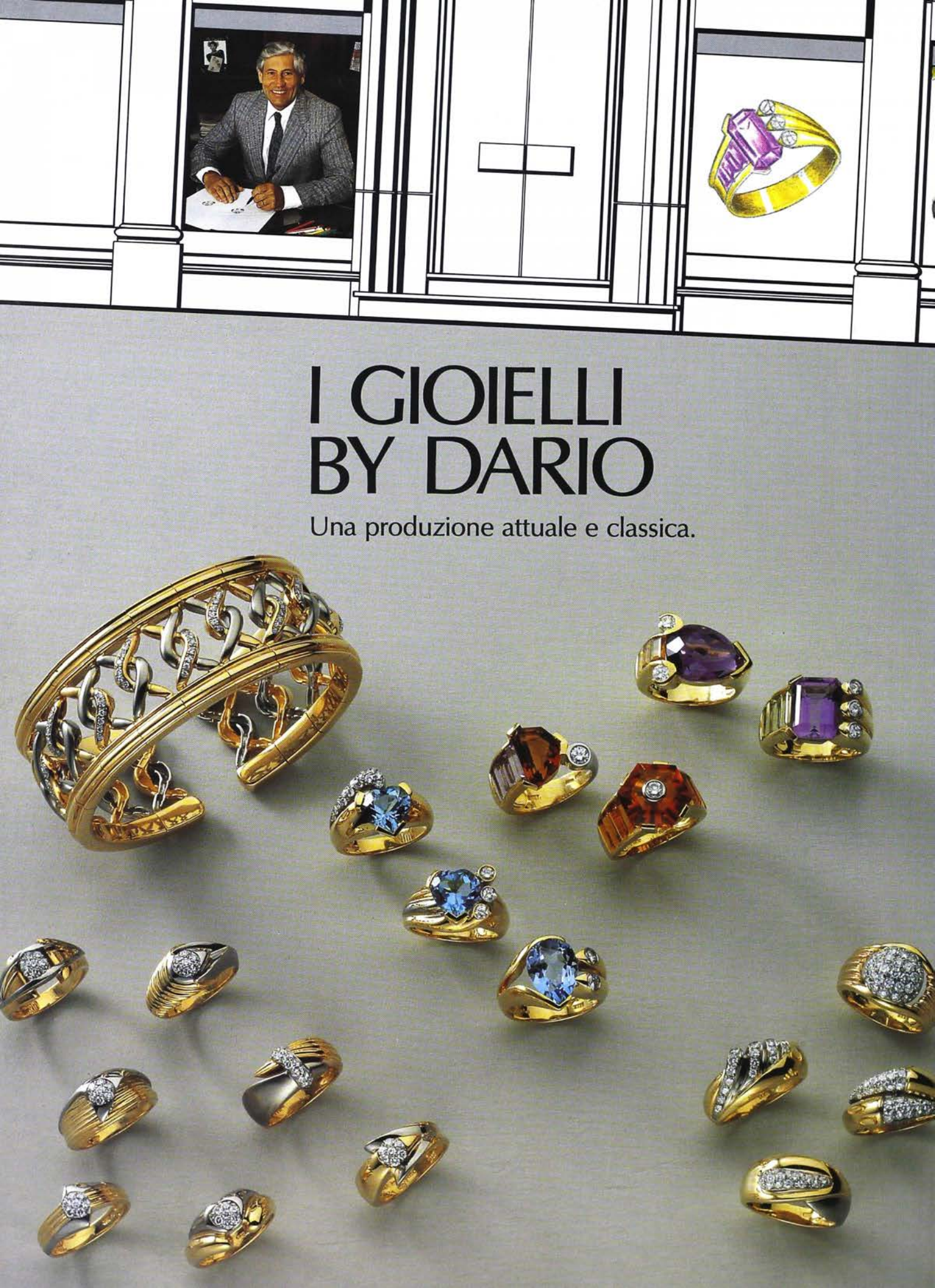
LE NUOVE
TRADIZIONI
Una data: 1957, una sigla: 794 AL.



GUERCI & PALLAVIDINI
Fabbrica Oreficeria Gioielleria
Via Bergamo, 42 - 15048 Valenza (Italy)
Tel. 0131/942668 - Fax 0131/953807

modelli brevettati

FIERE: VICENZA-VALENZA-BASILEA


I GIOIELLI
BY DARIO
Una produzione attuale e classica.

© copyright LG STUDIO snc - milano

modelli brevettati

GUERCI & PALLAVIDINI
Fabbrica Oreficeria Gioielleria
Via Bergamo, 42 - 15048 Valenza (Italy)
Tel. 0131/942668 - Fax 0131/953807

FIERE: VICENZA-VALENZA-BASILEA

ESCLUSIVI
ANCHE PER UOMO
Tutte le linee di gioielli by Dario sono coperte da brevetto.

GUERCI & PALLAVIDINI
Fabbrica Oreficeria Gioielleria
Via Bergamo, 42 - 15048 Valenza (Italy)
Tel. 0131/942668 - Fax 0131/953807
FIERE: VICENZA-VALENZA-BASILEA
modelli brevettati

jedifa

"Per conquistare i mercati del Nord"

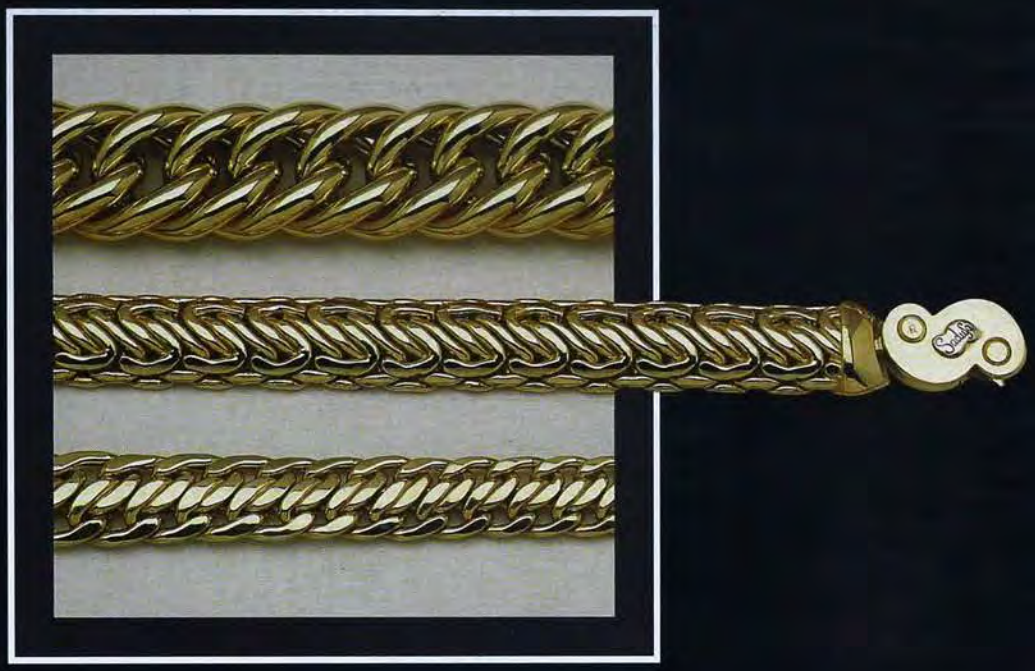
FIERA DEI GIOIELLI E DIAMANTI

12 - 13 - 14 Settembre 1993

ANVERSA - BELGIO

Per informazioni: CLAUDE MAZLOUM
VIA CASSIA, 1172 • I-00189 ROMA
TEL: (06)3766182 • FAX: (06)30310419

Ontwerp : Greet Verhasselt



antonio dini

* 1989 AL

15048 Valenza
Via XX Settembre, 15b
Tel. (0131) 943.240

Vicenza stand 1027 - Valenza stand 506

salvatore arzani
gioielli e preziosi
via del vallone, 2 (cond. 3 rose) ingr. b
15048 valenza, italy
tel. (0131) 93141 974835
Fiere: MACEF - stand B 13 - salone 1 - padiglione 33
VICENZA - 2124-2125 padiglione C
VALENZA - stands 255-256-259-260
BASILEA - Halle 204 - stand 122

DEAMBROGIO F.LLI

Oreficeria-Gioielleria

Marchio 1043 AL

15048 VALENZA Viale della Repubblica 5/H Tel. e Fax. (0131) 943382

FIERE: : VALENZA Stand 429-430-437 - VICENZA Pad. C Stand 2102-2103
BASILEA Pad. 204 Stand 313 - MILANO Pad. 35 Corsia A Stand A 21-23

ditta Scorcione felice
di Vitale licio
pietre preziose

15048 Valenza (Italia)
Viale Cellini 42/44 - Tel. 0131/941.201
Fax 0131/946.623

Un'attività ininterrotta
da quasi 75 anni.
Tre generazioni al timone dell'azienda,
fondata nel 1918

DD *Gioielli*

DD
DAVITE & DELUCCHI
Gioielli

Raselli Fausto SRL
FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA
Sede operativa - 15048 VALENZA Piazza Gramsci, 19 tel. 0131 - 941516
Sede legale - Alessandria Via A. da Brescia 16
Fiere: VALENZA - MILANO (Macef) - BARI
Marchio 923 AL

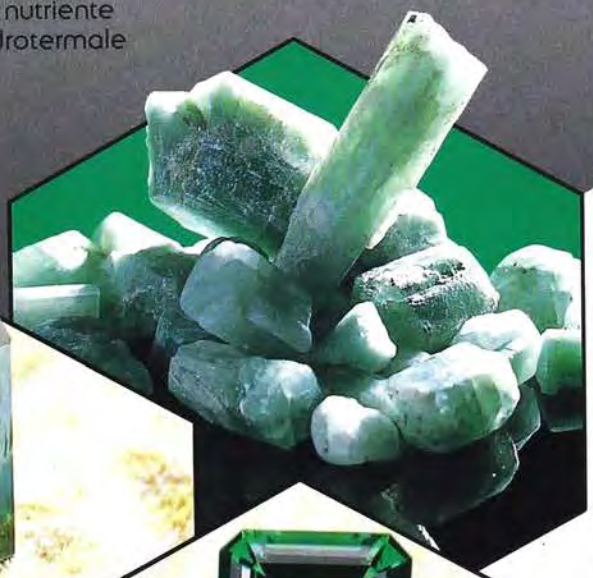
GIORGIO VISCONTI
CREAZIONE GIOIELLI
15048 Valenza (Al) - Viale Galimberti, 12-A Tel. (0131) 955.988 - Fax (0131) 941.583
Fiere: Vicenza - Basilea - Milano-Macef - Valenza

grilloro
oro & moda
girobussola
l'idea è innovativa,
proporre una linea nautica,
dopo il successo di American Cup
ritroviamo il piacere di parlare di vela e di mare.
grilloro ha creato una fedina esclusiva
con incisi i punti cardinali
dove un diamante, azzurro o bianco,
indica lo Zenith.
Una bussola in oro
completa la confezione
in un elegante cofanetto.
GRILLORO sas VALENZA Via F. Cavallotti, 63 Tel e Fax 0131 - 943651
Presenti alla Mostra Orafa di Valenza stand 174
Roma - Orocapital pad. 4 stand. SET. B.N°25

BIRON

Lo smeraldo riprodotto in laboratorio

Smeraldi naturali grezzi, utilizzati come nutriente nella tecnica idrotermale Biron.



Lo smeraldo Biron è ottenuto in laboratorio da grezzo di smeraldo naturale, purificato e ricristallizzato con un lento metodo idrotermale in grado di duplicare il processo della natura.
Lo smeraldo Biron possiede la cristallizzazione, la transparenza e l'intensità di colore pari a quelle dei più rari smeraldi naturali.
Il Biron è identificabile solo da qualificati analisti gemmologi.
Esso è privo di qualsiasi trattamento.
Pertanto è garantito nel tempo.

Un raro cristallo accresciuto mediante processo esclusivo Biron.

Smeraldi Biron sfaccettati una perfezione di sintesi.

Biron-Prodotto in Australia.

Maiorana Carmelo & C. s.n.c.

FABBRICA GIOIELLERIA 1874 AL

15048 VALENZA - CIRCONV. OVEST COINOR 33 LOTTO 14 BB

TEL. 0131/943521 FAX 0131/952377

FIERE VALENZA - VICENZA - BASILEA

MARIO RUGGIERO
import* export
perle coltivate - coralli - cammei
15048 Valenza Italy - Via Canonico Zuffi, 10 - Tel. (0131) 974.769 / 977.388 - telex 225133 RUMA I
Fiere: Valenza stand 546 / 551 - Vicenza stand 203

20° SIOGO
SALONE ITALIANO
DELLA OREFICERIA
GIOIELLERIA
OROLOGERIA
ARGENTERIA

30 APRILE
3 MAGGIO
1993

OROANAPOLI

MOSTRA D'OLTREMARE - NAPOLI

Lunedì 3 Maggio ore 10.00 - 15.00 altri giorni ore 10.00 - 20.00

ente autonomo mostra d'oltremare

80125 NAPOLI - P.LE V. TECCHIO 52 - TEL. (081) 7258111-311 - TELEX 722244 ENTAMO I - TELEFAX 7258336

BARIGGI
linea safari
via Trieste, 13
15048 Valenza
tel. 0131/945.201

PHOTO 2000 • VALENZA
GIANCARLO
RASPAGNI
& C. s.n.c.
15048 VALENZA (AL)
Corso Matteotti, 6
Tel. (0131)
943310 - 924272
Fax (0131)
924272
RG
dal 1896

argenti antichi inglesi

Volpi ~ Silver Fox

il fascino delle cose autentiche

Livorno - Londra
Tel. (0586) 898829 - 897331

Giorgio II, Jabez Daniel, Londra 1750

FORMAGRAFICA

LEVA SANTINO & FIGLI
Valenza - Via Camurati, 12 - Tel.(0131)94.31.18 - Fax(0131)94.31.18
O.V
INVIATEMI
IL VOSTRO
CATALOGO
GRATUITAMENTE
Ritagliare e spedire
in busta chiusa

Z P oreficeria e gioielleria
ponzone & zanchetta s.n.c.
15048 Valenza (Italy) Circ. Ovest, 90 Tel 0131 - 924043 Fax 0131 - 947491

VICENZAORO 2

Dal 5 Al 10 Giugno 1993

LA REPLICA DI UN SUCCESSO

VicenzaOro2
Mostra Internazionale dell'Oreficeria, Gioielleria, Argenteria ed Orologi.

OREFICERIA E GIOIELLERIA
VicenzaOro2 è la grande fiera europea dove la prestigiosa offerta di mille espositori permette di programmare gli acquisti di fine anno e verificare le tendenze commerciali e della moda del 1993.

GEMMOLOGIA
Tutte le pietre del mondo, preziose, semipreziose e sintetiche, nelle infinite varianti di tagli ed applicazioni al Salone della Gemmologia.

OROMACCHINE
La vetrina internazionale delle tecnologie e delle attrezzature delle maggiori aziende italiane ed estere. Una rassegna completa dove trovare una soluzione a tutte le esigenze produttive.

Coupon da spedire a:
Ente Fiera di Vicenza
via dell'Oreficeria - 36100 VICENZA

Desidero ricevere:
❑ Depliant della manifestazione
❑ Modalità di abbonamento a VicenzaOro Magazine

Nome _____
Cognome _____
Ditta _____
Indirizzo Ditta _____
Città _____ Stato _____

Riservato agli operatori:
❑ Fabbricante ❑ Dettagliante ❑ Grossita ❑ Rappresentante ❑ Import-Export
❑ Inviatemi le modalità per ricevere la tessera d'ingresso valida per il 1993

PENTASTUDIO VICENZA
Aut. Reg. 5092 del 28.08.92

PAPPAGALLI DIETRO L'ANGOLO .

COSTANTINO ROTA

Fabbricanti gioiellieri dal 1921
Valenza
Tel. (0131) 941306 - 974574
Fax (0131) 951818

Ezio Campese Pubblicità, Valenza AL / foto: Studio Photochrom

Gioielleria Leonardi (Massa)

Leonardi (interno)

Nuova Sede
e Stabilimento
di 2500 m²

Progettiamo e arrediamo GIOIELLERIE

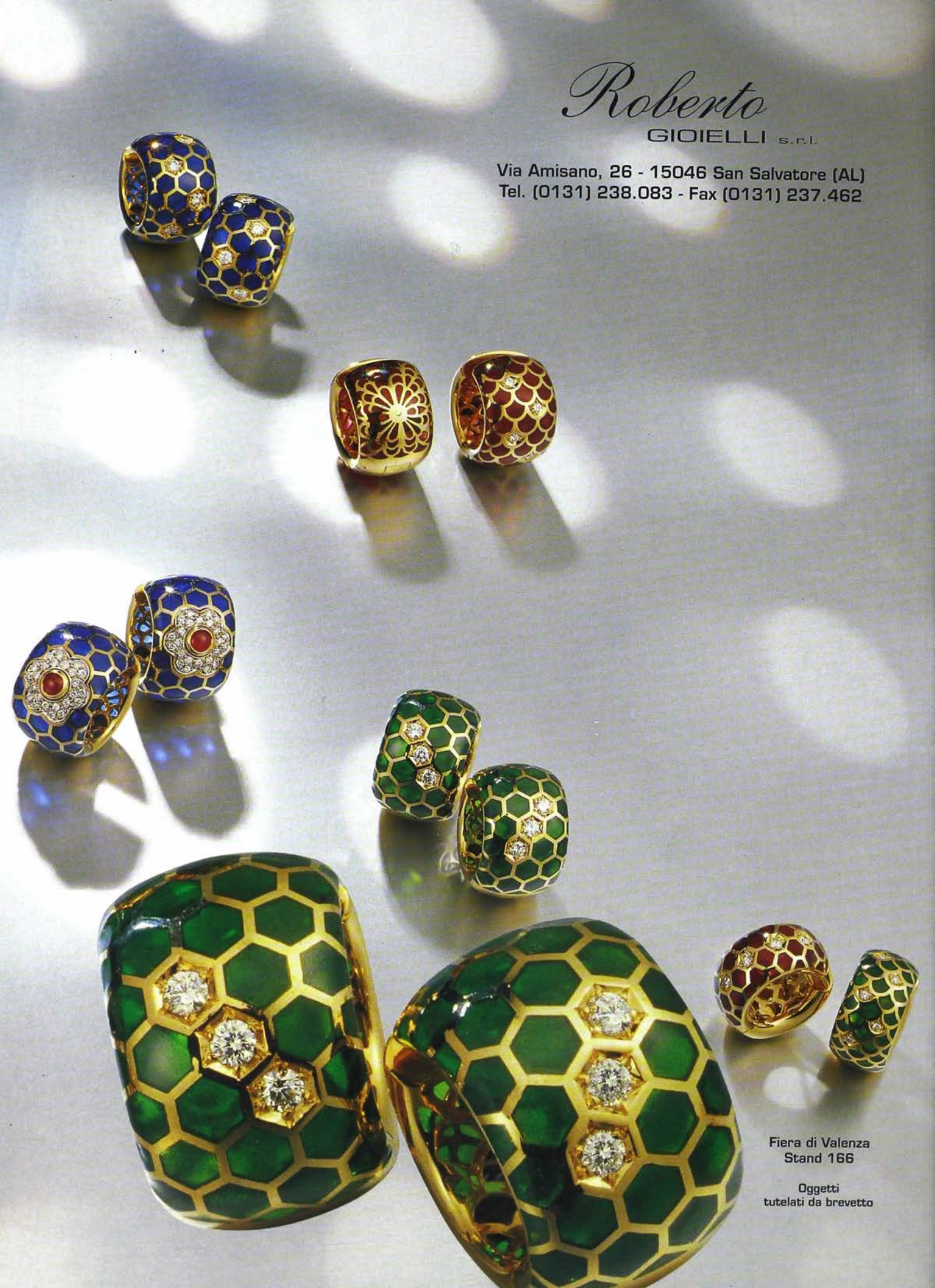
STUDIO E PRODUZIONE
IN SEDE

CUBO s.n.c. di Cuzzolin Idelio & C.
VIA CAVALLO, 18
10078 VENARIA (TO)
TEL. (011) 459.42.91

Leonardi (interno)

Leonardi (interno)

GEAL
Da sempre specializzati in anelli semi-montati ed adattabili a qualsiasi dimensione di pietra centrale.
Vastissima collezione
Since ever we are specialized in semi-mounted rings suitable for central stones of every dimension. Wide collection.
GEAL
di Bagnara & C. - Via C. Zuffi, 1/E - 15048 Valenza
Tel. 0131/924.038 - Fax 0131/946.727
Fiere: Vicenza Pad.C Stand 2019 - Valenza Stand 409
Basel Halle 204 Stand 521


Roberto
GIOIELLI s.r.l.
Via Amisano, 26 - 15046 San Salvatore (AL)
Tel. (0131) 238.083 - Fax (0131) 237.462
Fiera di Valenza
Stand 166
Oggetti
tutelati da brevetto

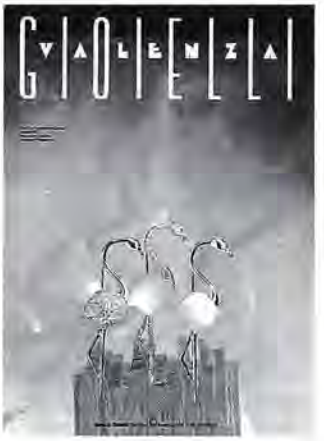


Foto Sandro Sciacca

Così gradevole da indossare, così facile da coordinare con ogni "mise", l'oggetto-spilla non conosce declino. Meglio ancora se a disegnarla è l'elegante silhouette di un fenicottero garbatamente stilizzato, col suo implicito richiamo alla bellezza della natura.
Oro bianco e giallo, diamanti, corallo, quarzo ialino e rosa, onice, smalti: con queste preziose materie sono state progettate decine di varianti.

Princess - Valenza

33668
7 APR. 1993

Valenza Gioielli
Periodico trimestrale
dell'Associazione Orafa Valenzana
1/93 - 28 Febbraio

Direttore Responsabile
Rosanna Comi

Commissione stampa:
Andrea Raccone
Roland Smit

Pubblicità
Valeria Canepari

Grafica
Rory Pesce

Traduzioni
Virginia Shuey Vergani

Direzione, Redazione, Pubblicità, Amministrazione
AOV Service
Piazza Don Minzoni, 1
15048 Valenza (AL)
Tel. (0131) 941.851
Fax (0131) 946.609

Redazione di Milano:
20145 Milano - Via Rotondi, 2
Tel. (02) 469.54.39
fax (02) 468.068

Abbonamenti
Italia: L. 25.000
AOV Service Srl
Piazza Don Minzoni, 1
15048 Valenza (AL)

Estero: L. 75.000
A.I.E. S.p.A.
Via Manzoni, 12
20089 Rozzano (Milano) Italia
Tel. 02/57.51.25.75
FAX 02/57.51.26.06

Distribuzione in Italia:
In omaggio a dettaglianti e grossisti, a rotazione.
Spedizione in abbonamento postale. Gruppo IV
Pubblicità inferiore al 70%

Fotocomposizione
Scotti snc

Impianti litografici
Plus Color

Stampa
Stampamatic

Autorizzazione del Tribunale
di Alessandria n. 134

Associato all'Unione Stampa
Periodica Italiana

Rischiare, ma insieme - *Giuseppe Verdi* 50

Where dreams are born 52
La fabbrica dei sogni

Un taxi per Valenza 72

All'ombra dei Maharaja - *Rosanna Comi* 78

L'iconostasi degli Zar - *M.F. Fasano* 88

Creativi del nostro tempo - *Claude Mazloum* 90

Fuori dalle convenzioni 92

Tutto è architettura - *M.F. Fasano* 94

Bagliori dal nuovo mondo - *Franco Cantamessa* 96

East & West - *Giannino Serra* 100

Il pranzo è servito 102
Convegno Argentieri
Macef - Il "Trasloco"
Il fascino di Israele
Auriade - Premesse e promesse
Oronapoli - Segnali positivi
Basilea - Ribalta per big
Jedifa '93

Europa da conoscere 108

Beati i primi 110

Bianco/Nero 113
Gioielli del novecento - La cura delle pietre
Un messaggio in sordina - Le calze sui muri - Davide & Golia
Sangue sui gioielli - Un nome da ricordare

SHARING THE RISK

This issue of "Valenza Gioielli" will reach 3,500 non-Italian buyers. The jewelry of the city of Valenza will send a clear message to everyone everywhere of the quality and creative fantasy that have made it famous the world over.

Of course a recession, you hear it said, is not the time to buy a luxury item like a jewel. Still, the lackadaisical interest being shown in many goods - not just the luxury ones - is undoubtedly due to a species of "psychological terrorism", fueled by the mass media, that tends to create and sustain a climate of crisis and instability.

It's a climate that douses enthusiasm and dries up the wellsprings of our faith in the future. Purchases are put off indefinitely, setting in motion a highly dangerous mechanism of indifference and rejection.

It spreads like wildfire through all levels of society from the highest to the lowest , for each of us is a producer of goods for others. And each of us, in turn, is a recipient or consumer of goods produced by other categories with tightly interdependent commercial targets.

But, for the time being, Valenza has not yet fallen victim to the slump. Her manpower is still in place, down to the last artist-artisan. These people are basic capital assets with whom company owners have established a symbiotic relationship.

The opening, last February, of a Permanent Show of Manufacturers for Italian and Foreign Wholesalers was but one instance of a growing body of evidence of the tenacity with which jewelry entrepreneurs are facing down the crisis.

The Vicenza Fair furnished still further proof of the Valenzan creative resources for sparking new interest and keeping the eternal appeal of jewelry glowingly alive. But there's a risk of it all going up in smoke if the buyer doesn't meet, at least halfway, those who have invested so much in their art.

In times of crisis, long-term payments and unpaid bills produce negative repercussions on companies that have everything riding on the originality of their product.

Retailers who well know the value of originality should be willing to share the risk, rather than let these companies go it alone down a dead-end street.

Giuseppe Verdi
Presidente
Associazione Orafa Valenzana

RISCHIARE MA INSIEME

Questo numero di "Valenza Gioielli" raggiungerà anche 3500 compratori esteri e attraverso le sue pagine i gioielli di questa città amplificheranno e dilateranno il loro messaggio, da sempre affidato a quelle caratteristiche di qualità e fantasia che li ha resi famosi nel mondo.

Certo i tempi non sono clementi e un prodotto di necessità non primaria quale è appunto il gioiello più di altri potrebbe essere relegato tra il superfluo, tra gli acquisti da rimandare.

Insieme alla caduta di interesse verso molti beni - in molti casi più che giustificata dall'incertezza del presente e dall'insicurezza sul futuro - si registra però anche una contrazione meno comprensibile, in parte sicuramente riconducibile ad una specie di frustrante e deleterio "terrorismo psicologico" alimentato dai mass-media che tendono a prospettare soltanto - o prevalentemente - situazioni di crisi e instabilità.

Si spengono così gli entusiasmi, svanisce la fiducia, si procrastinano decisioni, si riducono gli acquisti mettendo in moto un meccanismo di rifiuto e indifferenza altamente pericoloso che penalizza tutti indistintamente perché - non dimentichiamolo - ognuno di noi è al tempo stesso produttore di beni ma anche destinatario di merci diffuse da altre categorie, e i nostri destini commerciali sono strettamente interdipendenti.

Per il momento, comunque, di grande crisi a Valenza ancora non si può parlare, almeno a giudicare dalla quasi totale conservazione delle forze di lavoro, persone con le quali a volte il titolare d'azienda ha instaurato un rapporto di simbiosi e che costituiscono l'ultimo "bene" da alienarsi.

L'apertura avvenuta nel febbraio scorso di una Mostra Permanente di Fabbricanti per Grossisti italiani ed esteri è una delle tante conferme della tenacia con la quale gli imprenditori di quest'area affrontano le difficoltà.

La Fiera di Vicenza, a gennaio, ha messo ancora una volta a fuoco quanto i valenzani sanno dare sul fronte della creatività, per stimolare nuovi interessi, mantenere vivace il richiamo dei gioielli, ma tutto questo rischia di trasformarsi in spreco se il compratore non premierà chi tanto generosamente continua ad investire, proprio per questo esponendosi più di altri.

In momenti di crisi, i sospesi e i pagamenti a lungo termine sono pratiche che si riflettono negativamente soprattutto sulle aziende che hanno puntato sull'originalità del prodotto e che su questa componente hanno investito tutte o quasi le loro risorse: perché non vengano spazzate via, liberando il campo all'avanzata di una piatta e monotona uniformità, i dettaglianti che ne conoscono il valore devono operare responsabilmente nei loro confronti: non devono lasciarle rischiare da sole su una strada a senso unico

Giuseppe Verdi
Presidente
Associazione Orafa Valenzana

WHERE

ARE

Gold and diamond alphabet
by ÖROTREND

We're being told that we're a throwaway society wallowing in a era of fleeting fads. A worst-case scenario, where the simplest human emotions have been throttled by rampant cynicism.

But it's not quite as bad as all that. The old, enduring values like love, joy, enthusiasm, passion, friendship and gratitude are still with us. And what better means of expressing them than a jewel? A feeling, a memory or soul-stirring experience are all caught forever in this microcosm of imprisoned light.

Of course, a jewel is not simply a symbol of tying the knot, as they say. It may be a present you give yourself, a prize for something well done, a rational response to the present outcry against useless, superflous time-markers, or a sunburst of sheer hedonism. These are but a very few of the motivations underlying the choice of a jewel. Like a flower, it has its own language, but one that is much vaster, more complex and more elusive.

That's why jewelry-making is an art. The smartest designers, most revered artisans and most successful dealers are the first to sixth-sense the right message.

Able to predict the unpredictable, they somehow hit on the right mix of fashion, life styles, symbolisms, myths, hopes and desires, perceived both consciously and subconsciously. And all translated into a reality to be objectively considered in terms of the right price.

Jewelers are born, not made. They sometimes learn the trade, but the highest peaks are scaled only by those whose innate desire to fashion things out of gold or gems is nurtured by being born into a fertile setting.

And what better setting than Valenza with its master jewelers? In this town of a thousand ateliers, "jewelry" becomes destiny. The fatal attraction to precious stones and metals, genetically passed on from father to son for nearly a century, combines with a spirit of congeniality to persuade Valenzans that nothing is impossible.

As opposed to Vicenza and Arezzo, no less famous for their jewelry centers and industrially produced items, Valenza is world-renowned for handcraftsmanship that is hers alone.

In Valenza's entrepreneurial laboratories there are productive units with as many as 30/50 workers. Small series of pieces are produced there, made competitive thanks to avantgarde technologies, but the final touch is always applied by hands with legendary skills.

Each item is put through a meticulous finishing process founded on a thousand, jealously-guarded secrets. And that goes for all pieces, whether king's-ransom class or modestly priced.

The best of Valenza can be seen in exclusive works featuring rigorously selected stones. Even though, in response to today's more pressing needs, research and experimentation, both stylistic and technological, has focused on the medium segment of jewelry. The results have been jewels in synch with the times at prices firmly anchored to more than affordable levels.

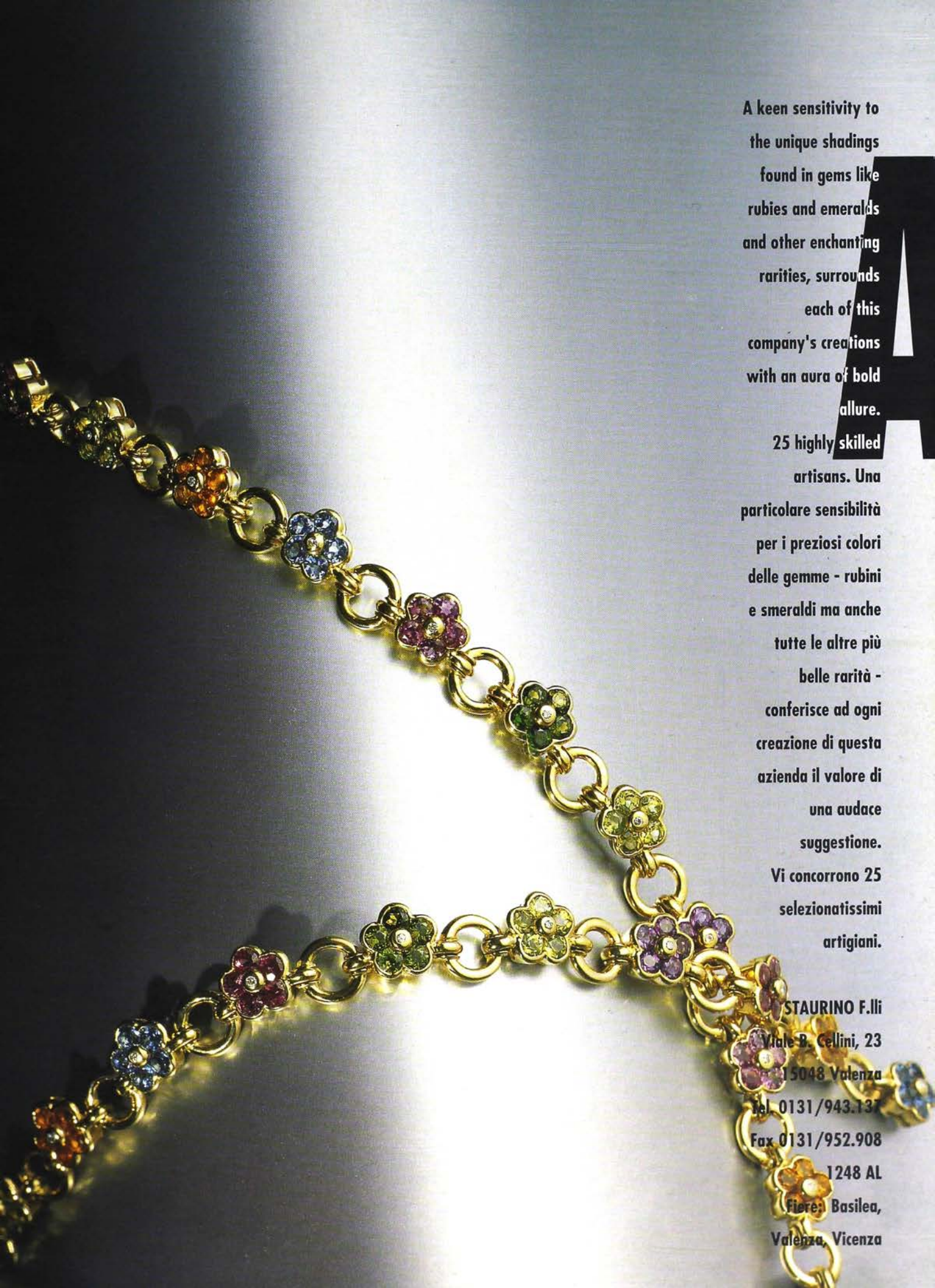
So buyers flock to Valenza from all over world, secure in the knowledge that what invariably awaits them is a panoply of novelties, never seen before by anyone anywhere. All fine-tuned to the kaleidoscopic, mercurial changes in today's tastes.

BORN

One product only - clasps for necklaces. The company has reaped success after success with this theme, since the day it was founded. They now vaunt a range of clasps in an endless variety of styles, sizes, shapes and price brackets. 22 skilled workers.

Un solo prodotto: chiusure per collane. Su questo tema l'azienda si cimenta con grande successo sin dalla sua fondazione. La sua offerta è vastissima per stili, dimensioni, forme e fasce di prezzo. Il tutto con l'ausilio di 22 collaboratori.

TAVERNA & C.
Viale Repubblica,3
15048 Valenza
Tel. 0131/924.340
Fax 0131/947.011
1557 AL
Fiere: Basilea, Valenza, Vicenza

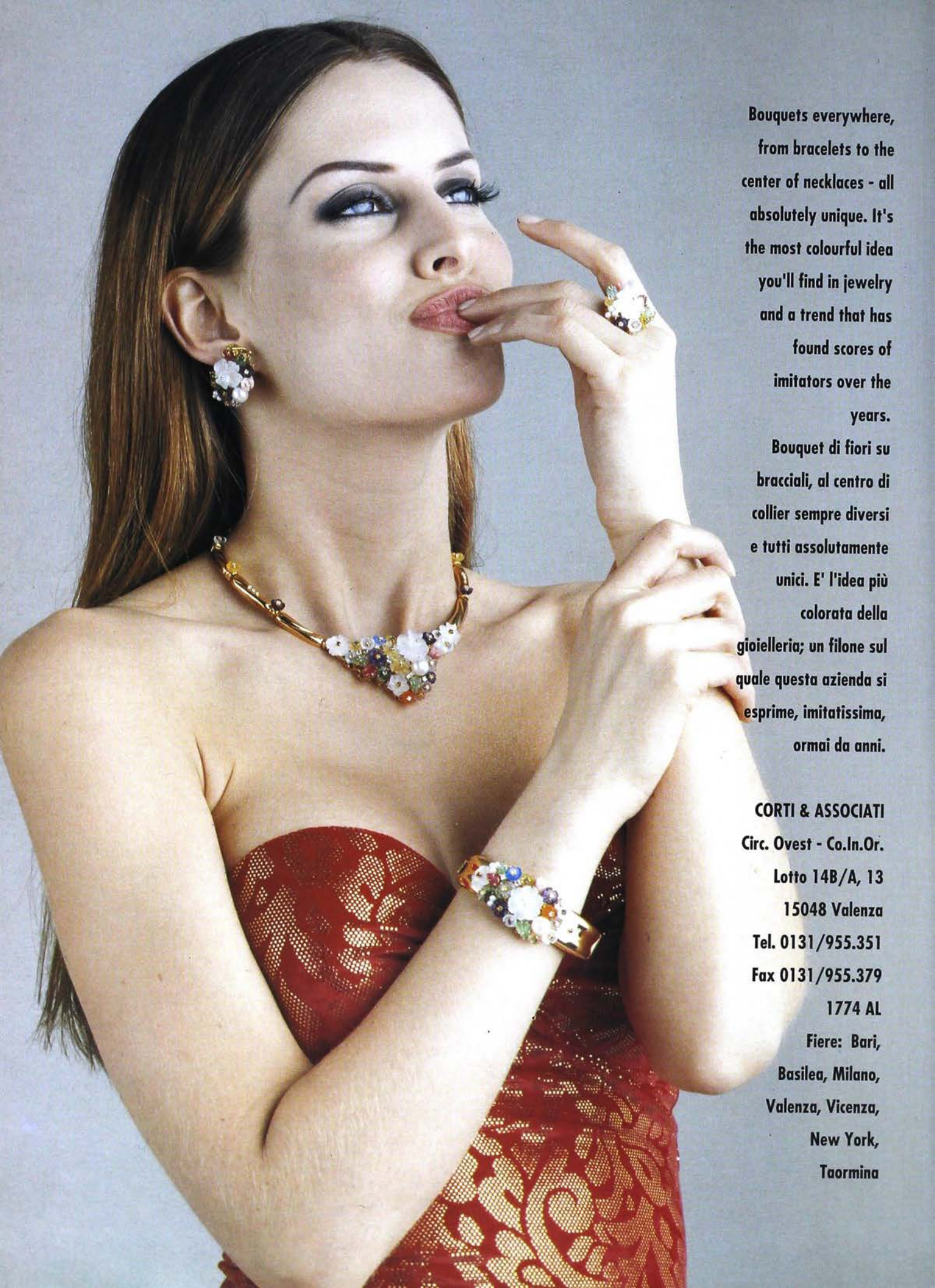


A keen sensitivity to the unique shadings found in gems like rubies and emeralds and other enchanting rarities, surrounds each of this company's creations with an aura of bold allure.

25 highly skilled artisans. Una particolare sensibilità per i preziosi colori delle gemme - rubini e smeraldi ma anche tutte le altre più belle rarità - conferisce ad ogni creazione di questa azienda il valore di una audace suggestione.

Vi concorrono 25 selezionatissimi artigiani.

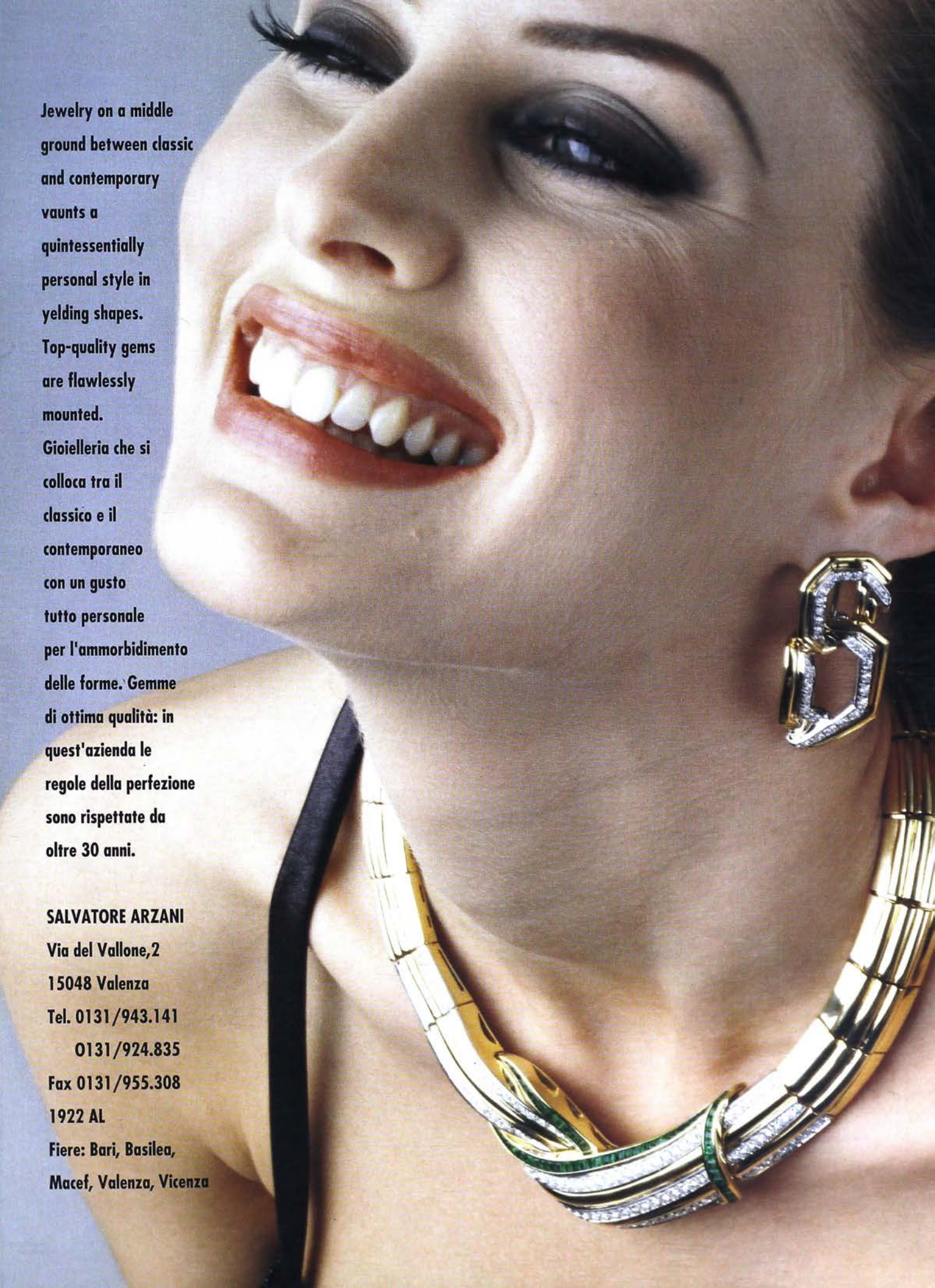
STAURINO F.lli
Viale B. Cellini, 23
15048 Valenza
Tel. 0131/943.137
Fax 0131/952.908
1248 AL
Fiere: Basilea, Valenza, Vicenza



Bouquets everywhere, from bracelets to the center of necklaces - all absolutely unique. It's the most colourful idea you'll find in jewelry and a trend that has found scores of imitators over the years.

Bouquet di fiori su bracciali, al centro di collier sempre diversi e tutti assolutamente unici. E' l'idea più colorata della gioielleria; un filone sul quale questa azienda si esprime, imitatissima, ormai da anni.

CORTI & ASSOCIATI
Circ. Ovest - Co.In.Or.
Lotto 14B/A, 13
15048 Valenza
Tel. 0131/955.351
Fax 0131/955.379
1774 AL
Fiere: Bari, Basilea, Milano, Valenza, Vicenza, New York, Taormina



Jewelry on a middle ground between classic and contemporary vaunts a quintessentially personal style in yelding shapes. Top-quality gems are flawlessly mounted.
Gioielleria che si colloca tra il classico e il contemporaneo con un gusto tutto personale per l'ammorbidimento delle forme. Gemme di ottima qualità: in quest'azienda le regole della perfezione sono rispettate da oltre 30 anni.

SALVATORE ARZANI
Via del Vallone,2
15048 Valenza
Tel. 0131/943.141
0131/924.835
Fax 0131/955.308
1922 AL
Fiere: Bari, Basilea, Macef, Valenza, Vicenza

A recently formed company, run by managers whose youth is reflected in their product: princess-cut diamonds that emerge as stars against architecturally flawless structures. Azienda di costituzione relativamente recente, diretta da giovani manager che si riflettono nel prodotto: i diamanti "princess cut" emergono come protagonisti da strutture aggressivamente perfette.

LUCA CARATI
Via Piacenza,6
15048 Valenza
Tel. 0131/927.127
0131/954.533
Fax 0131/924.630
3058 AL
Fiere: Basilea,
Valenza, Vicenza

Exclusive designs, conceived for consumers who love jewelry that's a little offbeat, to bring out their personalities. Underscoring it all is workmanship that's above criticism.
Disegni esclusivi, concepiti per consumatori che amano gioielli originali, coi quali esprimere la propria individualità. A sottolineare il tutto, una ineccepibile esecuzione.

ALFIERI & St. JOHN
Viale Manzoni, 38
15048 Valenza
Tel. 0131/953.681
Fax 0131/946.820
Fiere: Basilea, Macef, Orogemma, Vicenzaoro

Lettere in oro e diamanti
di OROTREND

LA CITTA' DEI S

Foto Sandro Sciacca
Abiti di Rocco Barocco

Viviamo nell'epoca dell'effimero, dell'usa e getta e del consumo esasperato, una realtà nella quale le emozioni più umane, semplici, genuine sembrano sopraffatte da un dilagante cinismo.
Ma non è così e - fortunatamente per noi - eterni valori quali la gioia, l'entusiasmo, l'amore, la passione, l'amicizia, la gratitudine non solo sono più vivi che mai ma addirittura continuano a trovare nei gioielli felici modalità espressive alle quali affidare una sensazione, un ricordo, la materializzazione del significato di una esperienza umana.
Certo un gioiello non è solo un simbolo di sentimenti appena intrecciati o da eternare; può essere anche autogratificazione, piacere edonistico, razionale risposta alla logica dell'inutile e del superfluo, che mostra di segnare il passo.
Una somma di valenze che riflettono le molteplici motivazioni che concorrono alla scelta di un gioiello che comunica quindi con un suo peculiare linguaggio, decodificabile come quello dei fiori, ma più complesso, più vasto, più difficile.
Anche per questo fare gioielli è un'arte. Il designer di successo, l'artigiano più apprezzato, il commerciante più intelligente sono in sostanza coloro che prima di altri intuiscono - in sintonia con le più imprevedibili esigenze - il messaggio da trasferire; coloro che nelle loro opere sanno fondere quell'indispensabile mix nel quale confluiscono mode, stili di vita, simbolismi percepibili solo dall'inconscio, desideri, aspettative, miti. Il tutto mediato e tradotto alla luce di una realtà che verrà considerata anche oggettivamente, e cioè un equo costo.
Impossibile dunque improvvisarsi gioiellieri. Lo si diventa per vocazione, talvolta; molto spesso le vette più alte possono essere raggiunte solo da chi all'innato desiderio di creare con oro e gemme può sommare anche la chance di essere nato in un già fertile contesto. Ed eccoci inevitabilmente a parlare di Valenza e dei suoi Maestri Orafi.
In questa cittadina dai mille laboratori il "mestiere" è vissuto come un destino; la fatale attrazione per i preziosi da quasi un secolo è trasmessa quasi geneticamente di padre in figlio e quando su coincidenze così fortunate si innesta anche una personale genialità nulla si rivela impossibile.
A differenza di Vicenza e Arezzo, centri orafi di non minore notorietà per la loro produzione a carattere industriale, Valenza è ben conosciuta per quella componente di artigianalità che le è peculiare.
Nel suo tessuto imprenditoriale non mancano unità produttive che allineano 30/50 e anche un centinaio di addetti: qui si producono piccole serie di oggetti resi competitivi grazie al ricorso a tecnologie di avanguardia, ma il passaggio tra abili mani per il tocco finale è rigorosamente d'obbligo. Ogni oggetto subisce un meticoloso processo di finitura mediante la pratica di quei mille segreti di cui gli orafi locali sono depositari e anche a quelli di prezzo più contenuto è riservato il trattamento di un pezzo di alta gioielleria.
E' in quest'ultimo campo, naturalmente, che Valenza dà il meglio di sé con opere esclusive e pietre severamente selezionate. Anche se, in ossequio alle esigenze oggi più diffuse, è nella fascia della media gioielleria che da qualche anno la ricerca e la sperimentazione stilistica e tecnologica si è spinta ancora più avanti: gioielli al passo coi tempi ma a prezzi ben ancorati a livelli più che accessibili, questo il comune atteggiamento.
A Valenza, dunque, scegliendo tra le opportunità delle sue mille specializzatissime imprese, i compratori di tutto il mondo possono trovare risposte sempre nuove, felicemente intuite e realizzate in funzione delle poliedriche e repentine mutazioni del gusto.

SOGNI

Three partners pooled their experience in a team whose focus has been on originality for nearly fifteen years. Ecology, poetically expressed through flowers and animals, has a powerful impact.
Tre soci, il cumulo di diverse esperienze fuse in un team che da quasi tre lustri punta sull'originalità, sul continuo rinnovamento di idee, sempre fresche e vincenti. L'ecologia, i fiori, gli animali poeticamente descritti sono la loro carta vincente.

BIBIGI'
Via del Pratone,10
15046 San Salvatore Monferrato (AL)
Tel. 0131/237.012
Fax 0131/237.855
2155 AL
Linea "Clio"
Fiere: Basilea, Macef, Orocapital, Valenza, Vicenza

Take time out to admire a peerless timepiece. This the philosophy of a designer who has transformed the watch into an exquisite jewel. It's function decked out in line with the canons of aesthetic wizardry.

Fermarsi ad ammirare il tempo: questa la filosofia suggerita da un creatore che ha trasformato l'orologio in un piacevole gioiello interpretando un oggetto funzionale alla luce di irrinunciabili canoni estetici.

TINELLI & C.
Largo Machiavelli,4
15048 Valenza
Tel. 0131/924.348
Fax 0131/953.224
1384 AL
Fiere: Basilea,
Las Vegas,
New York, Valenza,
Vicenza

Wholesalers have an infinite variety of goods to choose from, all sold by weight. Special jewelry items for retailers.
Due linee nettamente distinte: oggetti di gioielleria per i dettaglianti mentre i grossisti possono scegliere tra una infinita varietà di merce venduta a peso.

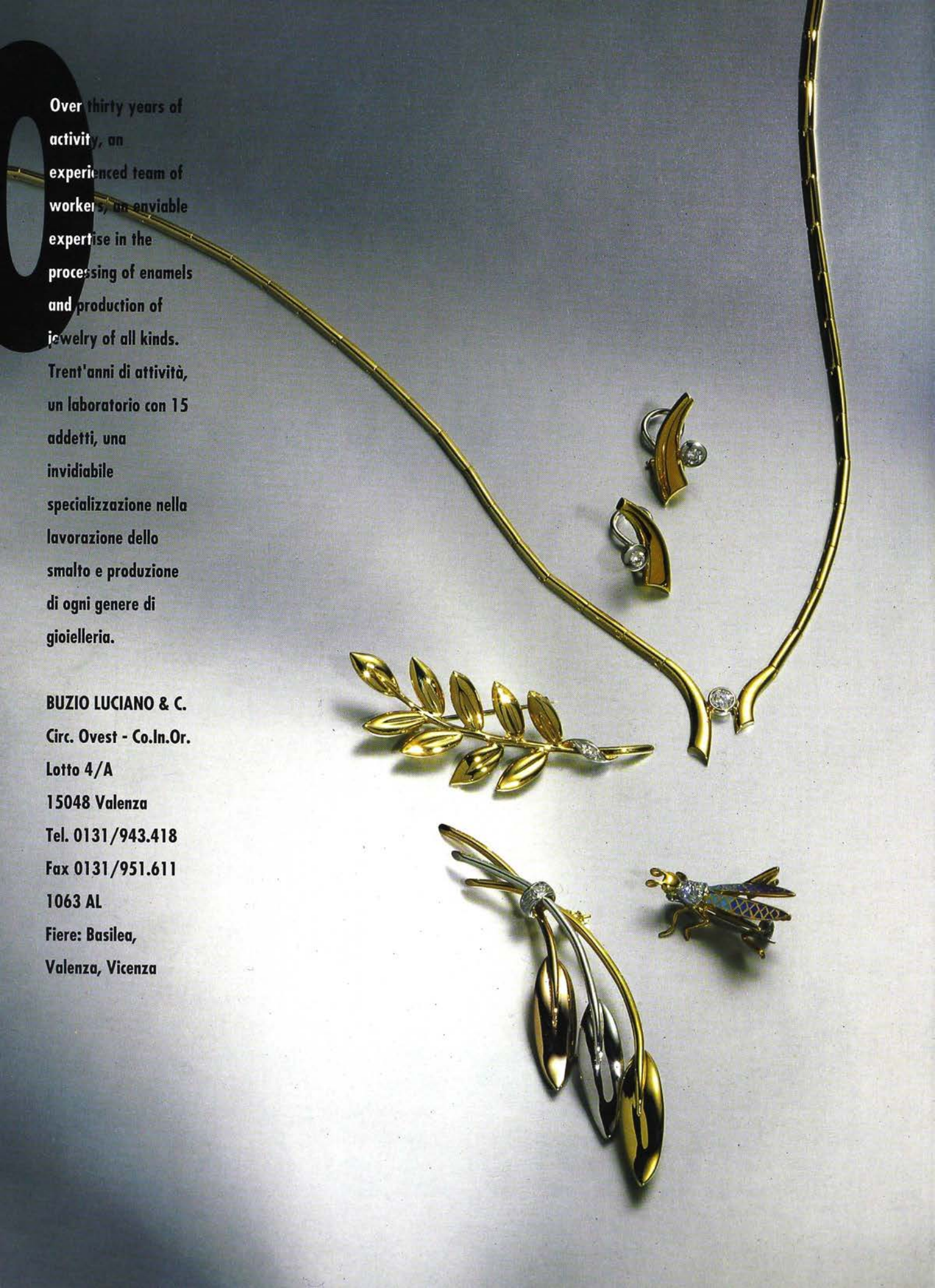
MOCCHI PIETRO
Viale Dante,10
15048 Valenza
Tel. 0131/942.302
0131/924.741
Fax 0131/924.115
1974 AL
Fiere: Basilea, Valenza, Vicenza

A precise commercial address: products that are made exclusively for European and overseas wholesalers. Inventions on the colour theme in a host of different shapes. Rapid updates through ever-new models. Un preciso orientamento commerciale: la produzione è riservata esclusivamente a grossisti europei e d'oltreoceano. Multiformi invenzioni sul tema del colore, rapidi aggiornamenti con sempre nuovi modelli.

P.A.P.
Pasero, Acuto, Pasino
Via G. Carducci, 17
15048 Valenza
Tel. 0131/941.108
Fax 0131/946.970
2076 AL
Fiere: Basilea, Valenza, Vicenza,

Over thirty years of activity, an experienced team of workers, an enviable expertise in the processing of enamels and production of jewelry of all kinds.
Trent'anni di attività, un laboratorio con 15 addetti, una invidiabile specializzazione nella lavorazione dello smalto e produzione di ogni genere di gioielleria.

BUZIO LUCIANO & C.
Circ. Ovest - Co.In.Or.
Lotto 4/A
15048 Valenza
Tel. 0131/943.418
Fax 0131/951.611
1063 AL
Fiere: Basilea,
Valenza, Vicenza



A minuscule quantity of gold but an infinitude of poetry in fairy-tale images, designed with multicoloured enamels, applied with superb skill in a child's first jewel.
Pochissimi grammi d'oro e poetiche o fiabesche immagini, disegnate con smalti policromi applicati con rara competenza: così i primissimi gioielli per bambini.
ALFIERI & St. JOHN
Viale Manzoni, 38
15048 Valenza
Tel. 0131/953.681
Fax 0131/946.820
Fiere: Basilea, Macef, Oragemma, Vicenzaoro

GLOBETROTTING VALENZA

You won't find a show from Europe to the farthest corners of the world where windows don't dazzle you with "Made in Valenza" Jewels. Valenzan jewelers are always on the lookout for new contacts, to guarantee buyers of regular encounters that no one would dream of failing to show up for. That's why you're likely to run into them in Vicenza, where their presence is crucial to the success of the fair. The same goes for France, Germany, Spain, Basel, New York, Japan and others too numerous to mention.

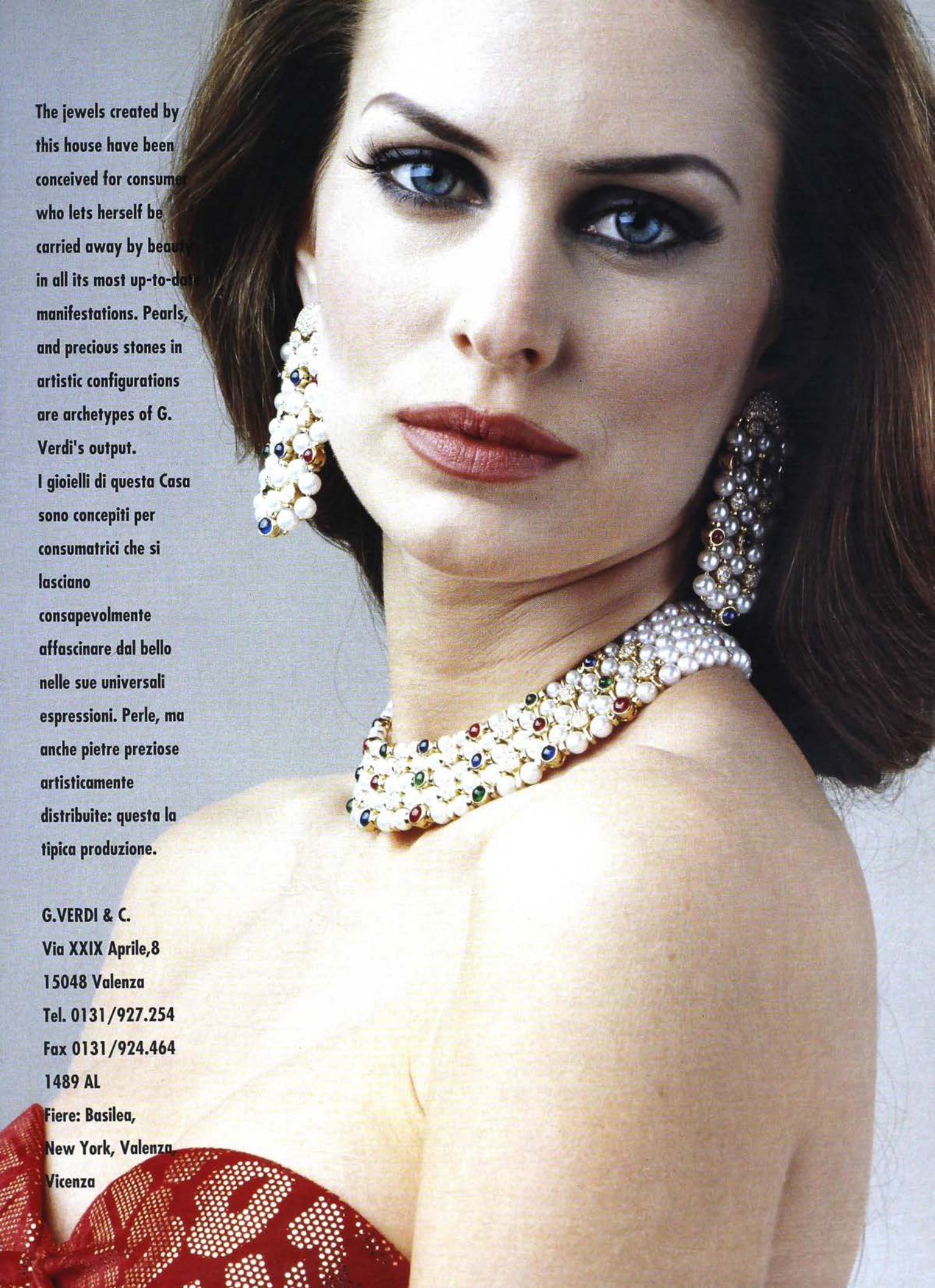
On these pages you will find a sequence of images that eloquently illustrate what Valenza has to offer. It's a brief but meaning-packed synthesis of the most widely differing styles, shapes, volumes and price brackets. There is something for everyone, and finding it is made easy by indications of fairs where producers can be met.

Of course, Valenza has its own show, staged every year in March and October. Elsewhere in this issue is a rundown on these unique events (see page 72).

Non c'è Mostra in Europa o nei più lontani angoli del mondo, dalle cui vetrine non si sprigioni il bagliore di gioielli "made in Valenza". Gli orafi di questa città sono infatti prontissimi a raccogliere ogni opportunità di contatto per garantire ai compratori incontri periodici e costanti, veri e propri appuntamenti che nessuno si sognerebbe di disertare. Per questo è facile incontrarli a Vicenza, ove la loro presenza è determinante nell'ambito della gioielleria, oppure in Francia, in Germania, in Spagna, a Basilea, a New York, in Giappone e in tanti altri luoghi.

Su queste pagine appaiono immagini che eloquentemente illustrano quanto Valenza può dare; una breve ma significativa sintesi di espressioni diversissime tra le quali ognuno può facilmente trovare i "suoi" gioielli, facilitato anche dalle indicazioni sulle Fiere alle quali incontrare i rispettivi produttori.

Naturalmente Valenza ha anche una "sua" Mostra, che ogni anno si svolge in marzo ed in ottobre: eventi "specialissimi", illustrati in altra parte di questo stesso fascicolo (pag. 72).



The jewels created by this house have been conceived for consumer who lets herself be carried away by beauty in all its most up-to-date manifestations. Pearls, and precious stones in artistic configurations are archetypes of G. Verdi's output.
I gioielli di questa Casa sono concepiti per consumatrici che si lasciano consapevolmente affascinare dal bello nelle sue universali espressioni. Perle, ma anche pietre preziose artisticamente distribuite: questa la tipica produzione.

G.VERDI & C.
Via XXIX Aprile,8
15048 Valenza
Tel. 0131/927.254
Fax 0131/924.464
1489 AL
Fiere: Basilea,
New York, Valenza,
Vicenza

Typically Valenzan skill and directly imported diamonds: an unbeatable combination that makes items from a vast collection encompassing rings and earrings even more appetizing.

Abilità valenzana e diamanti importati direttamente: vantaggi che rendono ancora più appetibili gli oggetti di una vasta collezione che comprende anche anelli, orecchini e altre varietà merceologiche.

ZYDO - Via Camurati, 19
15048 Valenza
Tel. 0131/924.093
Fax 0131/941.559
2243 AL
Fiere: Basilea, New York, Orogemma, Vicenzaoro1e2

Precious stones only for "haut de gamme" jewelry, with original designs, made expressly for very open-minded clients. A captivating synthesis of classic purity and linear essentialness.

Solo gemme preziose per gioielleria "haut de gamme" destinata a fruitori particolarmente ricettivi. Una accattivante sintesi tra la purezza del classico e la ricchezza dei particolari.

PICCHIOTTI
Corso Garibaldi,137
15048 Valenza
Tel. 0131/953.081
Fax 0131/946.322
1952 AL
Fiere: Basel, Inhorgenta, Macef, New York, Valenza

Valenza is not Milan. Visitors won't be able to luxuriate in world-renowned restaurants or while away thought-free afternoons shopping or nights of just getting away from it all. Not even a five-star hotel to relax in .

Nonetheless, Italy's jewelry capital pulls in thousands of visitors every year, who seem unable to do without its famous products.

Basel, Vicenza and New York are, for many buyers, rows of windows or places to set up another appointment, in a factory perhaps, where contacts with designers and artisans will fuel a more exclusive, original, personal rapport with a company.

That's why Valenza has a show all its own, rigorously dedicated to its product. Here, undistracted by miles of chains and acres or silverware and watches, the town can talk, one on one, to its new or most faithful clients.

Valenza is where you'll find exhibits by all the jewelers who stay off the big national and international fair circuits. Both small-scale artisan and vast organisation of international fame can be found here, side by side in a superb interplay of stylistic expressivity, varieties of workmanship, quality and price ranges.

a CAB to

Your next date with Valenzan jewelry has been slotted from the 2nd to the 6th of October.

Getting to Valenza is not as labyrinthine a proposition as you might think. If you go by car, it's less than 20 miles from the exit off the Milan/Genoa highway. If you fly, you can land in Milan, Genoa or Turin, all equidistant from Valenza. A cab will be waiting at each of these air terminals to take you to Valenza free of charge. Make your reservation now for a ride to Valenza, home of Italy's most riveting jewelry treasures!

Spilla con diamanti, zaffiri,
rubini e smeraldi.
RCM

VALENZA

FREE OF CHARGE, OF COURSE!

ORGANISATION :
AOV Service srl
15048 Valenza (AL) Italy - Piazza Don Minzoni, 1
Tel. 0131/941.851 - Fax 0131/946.609

HOTEL AND FREE TAXI BOOKINGS: GOLD TRAVEL
15048 Valenza - Piazza Gramsci, 15
Tel. 0131/924.971 - FAX 0131/946.707
Telex 211360 Goldva I

"Valenza Gioielli" - 2-6 October 1993

Certo, Valenza non è Milano. Ai suoi visitatori non può suggerire ristoranti rinomati, pomeriggi di shopping o serate di svago. E neppure lussuosi alberghi.

Tuttavia, la capitale italiana della gioielleria cattura ogni anno migliaia di visitatori, saltuari o abituali, che dei suoi preziosi prodotti non possono fare a meno.

Basilea, Vicenza, New York per molti buyers rappresentano soltanto delle vetrine, occasioni per darsi un successivo appuntamento, magari in fabbrica dove a contatto con i disegnatori, gli artigiani, i selezionatori di gemme si possono avviare vicende aziendali più esclusive, più originali, più personali.

Ecco perché, malgrado i convenzionali appuntamenti fieristici, Valenza ha una Mostra tutta sua, rigorosamente riservata al suo prodotto che qui, senza catene, argenti e orologi che le sottraggono attenzione, può agevolmente dialogare con i suoi nuovi o più fedeli interlocutori.

A Valenza - molti ormai conoscono questa sua peculiarità - espongono anche gioiellieri solitamente assenti dai grandi circuiti naziona-

un TAXI per

li o internazionali; qui artigiani di modeste dimensioni e organizzazioni di respiro internazionale, fianco a fianco si offrono in una stupenda alternanza di espressioni stilistiche, modalità esecutive, qualità e fasce di prezzo.

Il prossimo appuntamento con i preziosi valenzani è per ottobre, dal 2 al 6.

Raggiungere Valenza non è poi così tortuoso; in macchina dista meno di 30 Km. dall'uscita dell'autostrada Milano/Genova.

Arrivandoci in aereo si può atterrare a Milano, Genova o Torino, praticamente equidistanti: in ognuno di questi Air Terminal vi attende un taxi che, gratuitamente, Vi porterà a Valenza per introdurvi ai tesori più belli della gioielleria italiana. Prenotate il vostro taxi.

Anelli in oro con pietre
dall'originalissima forma.
Devecchi.

VALENZA

GRATIS, NATURALMENTE!

INFORMAZIONI:
AOV Service srl
15048 Valenza (AL) Italy - Piazza Don Minzoni, 1
Tel. 0131/941.851 - Fax 0131/946.609

PRENOTAZIONE TAXI E ALBERGHI: GOLD TRAVEL
15048 Valenza - Piazza Gramsci, 15
Tel. 0131/924.971 - FAX 0131/946.707
Telex 211360 Goldva I

"Valenza Gioielli" - 2-6 Ottobre 1993

2

VALENZ

Mostra di gioielleria
e oreficeria.
Riservata agli operatori del settore

AOV Service srl
15048 Valenza (AL) Italy - Piazza Don Minzoni, 1
Tel. 0131/941.851 - Fax 0131/946.609

56 OTTOBRE

ZAGIOIELLI

Jewelry exhibition
for trade only

Book your free taxi to Valenza

ALL'OMBRA DEI *Maharaja*

La bellissima Jaipur, definita "città rosa" per il caratteristico colore di molti suoi monumenti, nasconde altre coloratissime sorprese. I forzieri che un suo Maharaja aveva colmato di smeraldi di straordinaria bellezza e in strabiliante quantità - che qui venivano levigati e sfaccettati - le hanno anche conquistato il prestigioso appellativo di "città degli smeraldi". Oggi oltre al verde di queste gemme, il cui taglio qui vanta la sua capitale, nei laboratori di Jaipur rosseggia anche il bagliore dei rubini; il blu degli zaffiri, il viola delle ametiste, il rosa delle tormaline si fanno qui più splendenti e trasparenti per i gioiellieri di tutto il mondo.

Servizio di Rosanna Comi
Foto di Giulio Oriani - Agenzia Vega

Ringraziamo per la collaborazione l'Indian Tourism Office

Il collo e il busto ricoperti da smeraldi, rubini e brillanti disposti a cascata fin sotto la cintura; sul capo una sfavillante corona di smeraldi con una specie di "coda" che scende quasi fin dietro le ginocchia, luccicante di perle e oro; la posa necessariamente ieratica poiché i bracciali che dai polsi alle spalle ricoprono interamente le braccia non le permettono alcun movimento: così la Maharani di Jaipur si mostrava alle cerimonie di gala.

L'arte del taglio delle gemme è nata in India. Oggi costituisce un'attività nazionale tra le più diffuse e assorbe centinaia di migliaia di addetti.

E il Maharaja non poteva certo essere da meno. Le cronache dell'epoca raccontano di principi talmente carichi di ori e di gemme che dovevano essere sorretti da due dignitari di corte o che più prosaicamente si appoggiavano ad una specie di stampella sfarzosamente ricca, ovviamente, come i troni che facevano da cornice a tanta gloria.

Assicurarsi le gemme più rare e preziose costituiva l'hobby di quasi tutti i principi indiani, che con le loro immense ricchezze praticamente potevano materializzare i sogni più arditi.

Rubini grandi come uova di piccione, perle di mitica rarità, zaffiri, diamanti, tutto andava progressivamente ad aumentare il contenuto dei ricchi forzieri, da esibire orgogliosamente per dare la misura del proprio potere economico e quindi politico e sociale.

Tesori immensi che col tempo sono stati smembrati, trafugati, dispersi, come la mitica collezione di smeraldi di un Maharaja di Jaipur - iniziata almeno 250 anni fa - che comprendeva esemplari probabilmente unici al mondo per colore, caratteristiche e dimensioni.

Parte di questa favolosa raccolta è stata acquistata da un non meno appassionato amatore - forse americano - che ne ha fatto un inaccessibile tesoro privato; nessuno pronuncia il nome di questo Creso dei nostri giorni ma in Jaipur resta l'orgoglio di essere stati a lungo custodi di queste leggendarie gemme verdi.

Per procurarsele, il Maharaja convocava alla sua Corte i più famosi commercianti del mondo; poi, per rendere le gemme più trasparenti e luccicanti a Jaipur erano invitati i più esperti tagliatori di smeraldi che, protetti, coccolati e profumatamente pagati dal munifico Maharaja qui si stabilirono dando l'avvio ad una specializzazione che attraversò i confini del regno consacrando Jaipur "città degli smeraldi".

Il tempo diede quindi un seguito alla principesca mania; la passione contagiò ed assorbì interessi sempre più vasti e stratificati facendo nascere e progredire un vero e proprio artigianato, fortemente specializzato nel commercio e nel taglio degli smeraldi.

"I nostri avi - affermano con orgoglio a Jaipur - hanno fatto del taglio delle pietre un'arte che solo successivamente si è estesa nel resto dell'India e fuori dei suoi confini".

Jaipur, oggi

Quanti sono oggi a Jaipur i continuatori di tanto glorioso passato?

Quattrocentomila, seicentomila azzarda qualcuno; ottocentomila perentoriamente concludono altri. In realtà, il numero di quanti in questa splendida città del Rajasthan sono direttamente o indirettamente coinvolti nell'attività del taglio delle gemme è alquanto impreciso. Secondo la tesi di chi è convinto che almeno il 30% degli abitanti di questa città (che sono 2.200.000 circa) si dedicano al taglio, se ne desume che il numero degli attivi oscilla tra le seicentomila e le settecentomila unità.

Ma non c'è da stupirsi, né della nebulosità delle cifre né della loro più che impressionante entità. E' un fenomeno che Jaipur divide con Bombay, ove è invece concentrata la lavorazione dei diamanti. La struttura delle imprese è tale da sfuggire ad ogni controllo; la quantificazione dei dati è subordinata a sistemi di lavorazione che lasciano spazio più ad ipotesi che a dati concreti.

Una situazione che a noi occidentali può sembrare assurda ma che non lo è per un Paese come l'India, immenso, che deve fare i conti con la necessità di creare possibilità di sostentamento a una popolazione poverissima e che necessariamente deve puntare molto sull'export per risolvere parte dei suoi problemi.

Ne consegue una politica molto liberale verso le taglierie, che danno un contributo non certo secondario al conseguimento dei due obiettivi e le aziende che operano nell'ambito del taglio non essendo soggette a particolari imposizioni fiscali non subiscono neppure l'onere di registrazioni e controlli sui passaggi di lavorazione. Figuriamoci la registrazione degli addetti!

Imprese che globalmente, insieme a quelle di Bombay, Surat e altri centri minori hanno fatto balzare l'export di questo prodotto ai primi posti nella bilancia dei pagamenti e non deve quindi meravigliare se il Governo guarda con un occhio di particolare riguardo procedure contabili e amministrative che col nostro lessico fiscale non esiteremmo a definire "sommerse".

Nei laboratori di Jaipur sono tagliate prevalentemente pietre di colore, dalle più preziose a quelle di minor valore. I diamanti sono invece lavorati a Bombay e in zone circostanti.

la struttura Artigianale

L'assenza di cifre e attendibili statistiche non intacca tuttavia la realtà della struttura artigianale, organizzata su schemi forse primitivi e rapportati alla quantità della mano d'opera disponibile ma non per questo senza una sua logica e una sua efficienza.

Di fatto, le operazioni nelle quali si completa il ciclo del taglio possono essere sintetizzate in tre stadi:

1 - I grezzi, catalogati e separati per varietà e qualità vengono segati in tanti pezzi, da avviare

alle successive operazioni. Alla segatura provvedono aziende attrezzate per questa funzione, con personale alle dirette dipendenze, molto specializzato, in grado di individuare la peculiarità di ogni singolo cristallo, prevederne l'ottimale trasformazione e tagliarlo di conseguenza.

2 - Le piccole pezzature così ricavate vengono quindi sottoposte al *pre-shaping*. Passano cioè nelle mani di altri operai che ne interpretano le possibilità, in grado cioè di intuire quale forma dare ad ogni singolo individuo per conservarne al massimo il peso.

L'esperienza guida l'occhio e la mano del tagliatore che su macchine rudimentali imprime alla futura gemma il suo primo abbozzo. Col *pre-shaping*, per lo più effettuato all'interno di aziende appositamente strutturate, si prepara quindi ogni cristallo per la successiva faccettatura.

3 - Faccettatura. E' in questa parte conclusiva che mancano dati obiettivi poiché questa lavorazione è effettuata da centinaia di migliaia di lavoratori a domicilio. Il *home-job* è svolto da un imprecisabile numero di addetti che lavorano in unità imprenditoriali - si fa per dire - composte anche da una sola persona, che lavora in cantina, sotto una tenda o in qualunque altro posto dove solitamente vive, con mezzi rudimentali, compensati da grande destrezza e una impressionante velocità, parametro quest'ultimo col quale si computa il suo guadagno.

A caratterizzare la produzione indiana è l'abilità con la quale vengono tagliate le gemme più piccole in assoluto: anche pietre di un centesimo di carato!

Il filosofico spirito di adattamento di questa mite e paziente popolazione che per procurarsi di che vivere ha sempre accettato anche le lavorazioni meno remunerative, ha trasformato l'iniziale e umile approccio in assoluta prerogativa ed oggi per le gemme più piccole tutti ricorrono all'India.

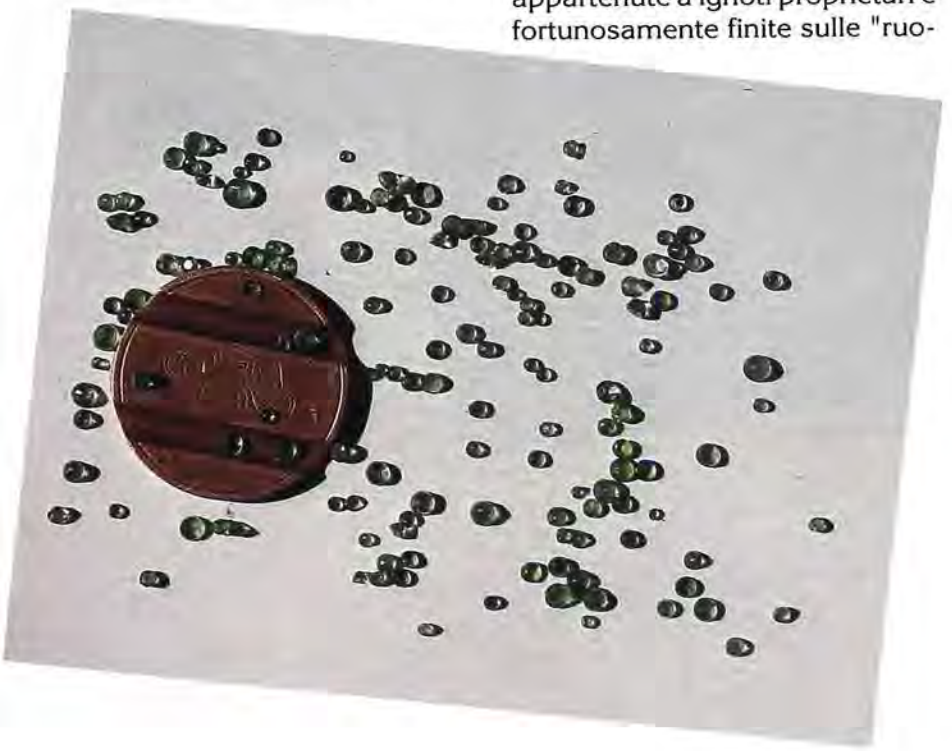
Titolari di oggi narrano di quanto disponevano i loro bisnonni all'esordio delle loro fabbriche: beds di collane che erano appartenute a ignoti proprietari e fortunosamente finite sulle "ruote" delle loro aziende; si segavano in due e da ogni bed si ricavavano due perfetti cabochon. Poi gli smeraldi sono cominciati ad arrivare dalla Rhodesia, dal Brasile, dalla Colombia, dove nel frattempo intraprendenti commercianti indiani avevano aperto uffici in stretta collaborazione con i colleghi rimasti in Patria.

Oggi tutti hanno sufficiente materiale per sbizzarrirsi con tagli di ogni genere, anche se non sempre si può fare ciò che si vorrebbe; l'imperativo del peso da salvare è una realtà che toglie parecchie chances, ma i tentativi verso nuove soluzioni, quando possibile, non si trascurano mai.

Un imprenditore mi racconta di avere introdotto il taglio ovale faccettato sugli smeraldi dietro suggerimento di un suo grande compratore italiano, anzi valenzano. E' stato probabilmente il primo, rapidamente imitato dai colleghi perché se l'Italia cerca una specifica cosa si può stare certi che si tratta di una tendenza che avrà un seguito.

Dopo aver superato le iniziali perplessità circa proporzioni e simmetrie si è compiuto un altro passo, affrontando il taglio a pera. A sollecitarglielo, lo stesso cliente che assorbe quasi il 75% della sua intera produzione, realizzata in fabbrica da un centinaio di operai.

Oltre all'Italia - ma sono pochissimi coloro che si spingono fino a Jaipur - i Paesi verso i quali l'India esita i suoi prodotti sono gli Usa, il Giappone, Hong Kong e Bangkok, centri privilegiati dai dealers internazionali.



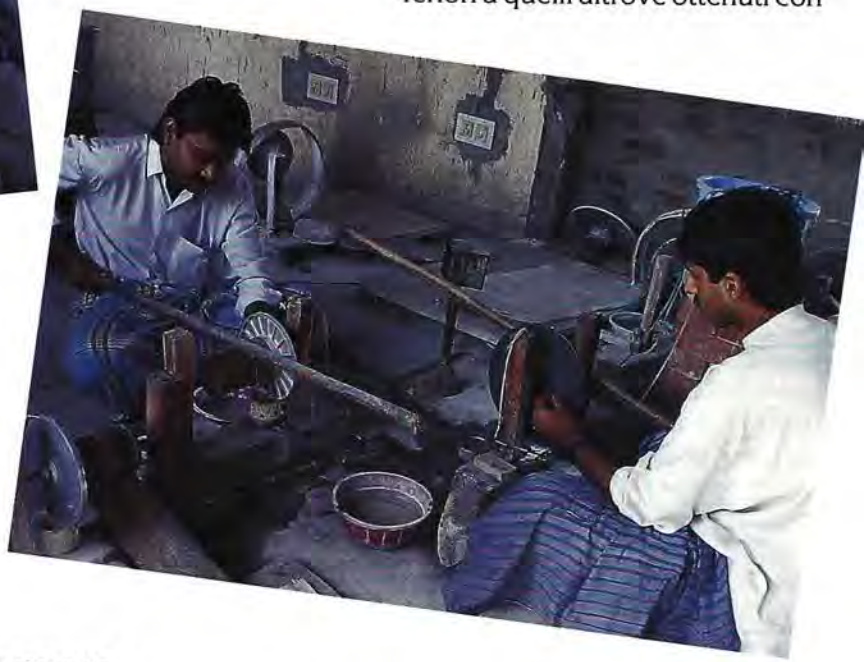
Un gettone telefonico, qui fotografato come punto di riferimento, accanto a smeraldi piccolissimi, dimensioni nei quali gli indiani sono indiscussi specialisti.

Avvicinarsi alla cultura indiana con rispetto, animo aperto e disponibile anche a lasciarsene sopraffare può condizionare positivamente l'impatto con questo popolo mite, gentile, abituato soltanto all'essenziale e talvolta neppure a quello.

Così, luoghi che osservati con occidentale superiorità economica potrebbero apparire solo miseri contenitori di una annaspante umanità assurgono ad una dimensione quasi sacrale, rendendo ieratici e quasi mistici anche i gesti più banali.

Questa è l'atmosfera che ho avvertito in una piccola taglieria tradizionale - simile a tantissime altre - nella quale a Jaipur sono stata ammessa per assistere alla segatura del grezzo ed al pre-shaping, effettuati secondo tecniche immutate da secoli.

L'umiltà del luogo, l'arretratezza degli strumenti, la pazienza con la quale vengono usati, la perizia con la quale si raggiungono risultati quanto meno non inferiori a quelli altrove ottenuti con



1 - Segatura del grezzo: ogni cristallo viene tagliato in due o più pezzi a seconda delle sue dimensioni e delle sue inclusioni.

Sawing: a rough crystal is sawed into two or more pieces, according to its dimensions and inclusions.

2 - Dopo la segatura ogni cristallo passa al pre-shaping, operazione che gli conferirà una forma regolare, pronta per la sfaccettatura. Nei laboratori tradizionali è effettuata con macchine rudimentali. Un sistema di cinghie collegate ad una lunga bacchetta azionata dalla mano trasmette il movimento alla ruota posizionata verticalmente, che gira più o meno velocemente in rapporto ai gesti del tagliatore. Con l'altra mano un cristallo viene avvicinato alla ruota abrasiva. Unica variante rispetto al passato, il metodo col quale si provvede a tenere irrorata d'acqua la ruota: una volta per farlo si interrompeva il lavoro. Oggi con un ingegnoso sistema idraulico l'acqua viene risucchiata da un secchio e incanalata verso la ruota mediante un cavo di plastica ricavato da un laccio da fleboclisi.

A system of belts tied to a stick, worked by hand, makes a wheel turn at a speed that depends on the cutter. It's the ticklish moment of pre-shaping or transformation of a formless crystal into a rough-hewn inkling of the gem to come.

ben altre tecnologie impongono rispetto.

Esattamente nello stesso modo lavoravano i tagliatori di tanto tempo addietro e nulla o quasi è stato modificato.

In Jaipur, there are two diametrically opposed cutting systems in operation. The "traditional" one is carried out with near-archaic equipment, the other one with technologies like those used by companies in Gemstone Park. The Park, a complex built expressly for the cutting industry, is located at the gates to the city of Jaipur.

3 - Il pre-shaping - in questo caso - è già stato fatto. Un tagliatore lo ritocca perché la sfaccettatura successiva sia meno problematica e più precisa. Aiutandosi col fuoco di una fiammella la futura gemma viene saldata con della cera su uno stick di legno.

Pre-shaping is re-honed to make the subsequent phase of faceting less problematical. With the aid of a small flame, the crystal is applied with wax to a wooden stick

4 - Un tipico esempio di "home-job". La sfaccettatura e la politura sono affidate ad un lavorante a domicilio, che può essere solo o inserito in un gruppo più o meno numeroso. Con una macchina azionata da un motorino appoggia sul disco rotante, questa volta orizzontale, la gemma da sfaccettare. Questa fase, soprattutto per le gemme più importanti, è affidata a persone di risaputa esperienza, di solito acquisita fin da bambini in uno dei tanti laboratori a domicilio o attraverso uno dei corsi professionali istituiti dall'attivissima Associazione locale. Questo tipo di lavorazione, tutta investita sulla più schietta artigianalità, è considerata molto qualificante. Sul luogo di lavoro si deve stare scalzi quasi che anziché di un ambiente di lavoro si trattasse di un luogo di culto.

Faceting: the worker rests the stone on a rotating disk, driven by a small motor. It's highly specialized work, most often done at home.

L'India del 2mila

Mi ha piacevolmente sorpreso un'analogia tra una certa strutturazione di Jaipur e quella di Valenza.

Così come nella nostra città il CO.IN.OR. (Consorzio Insediamenti Orafi) costituisce l'aspetto della Valenza moderna con laboratori raggruppati in un'area appositamente attrezzata, in Jaipur è stato progettato il Gemstone Industrial Park, in parte già occupato e nel quale sono destinate a confluire gradualmente sempre più numerose unità imprenditoriali.

E non è il solo progetto del genere poiché il programma del Diamond & Gem Development Corporation di cui fa parte, prevede altri analoghi centri in altre località interessate al taglio.

Abbiamo visitato alcune delle fabbriche qui già da tempo installate, dotate di attrezzature modernissime, diametralmente opposte come spirito e concetti produttivi a quelle immerse nell'atmosfera legata alla tradizione. Abbiamo osservato indu e musulmani lavorare gomito a gomito; assenti solo le donne. Queste ultime sono per lo più impiegate nell'*home-job* e si occupano soprattutto della foratura dei beds, guarda caso, come avviene nella nostra corallaia Torre del Greco.

Una rivincita, però, l'abbiamo avuta. Una delle tante unità con più di 20 operai al lavoro appartiene a una donna, che la dirige personalmente. Lavora per conto terzi, mi hanno detto, così come la stragrande maggioranza degli indiani, il cui prodotto confluisce prevalentemente in grandi compagnie commerciali che lo collocano sui mercati di tutto il mondo.

Interni di un laboratorio del Gemstone Park. Tecnologie moderne e personale adeguatamente preparato: alla sua conduzione una donna imprenditrice.

Il progetto finale del Gemstone Park, un complesso che prevede un progressivo raggruppamento di piccole, medie o grandi taglierie. Attualmente qui sono già attive una ventina di aziende con 10/20 e anche più dipendenti.

Interior of an atelier in Gemstone Park, run by a woman entrepreneur. Modern technologies and skilled personnel.

Gemstone Park, a complex that is gradually absorbing a growing group of gem-cutting ateliers, both big and small. A couple of dozen firms with 10/20 or more employees are already in operation.

Kamau

Kamau: possa tu fare profitti! Generalmente con questo augurio reciprocamente scambiato si conclude una trattativa commerciale che spesso viene condotta secondo un'usanza tutta indiana.

Questa sequenza fotografica illustra una transazione in atto tra chi ha gemme da vendere e un compratore, assistiti dall'indispensabile mediatore.

Gli interessati devono trattare i prezzi di un lotto ma anziché discuterlo verbalmente ricorrono al linguaggio dei gesti.

Kamau: may you make a profit! This is the phrase, freely translated, that usually winds up a business deal conducted in India.

This sequence of photographs shows a bargaining session in progress between a seller of gems and a buyer, referee-ed by a broker.

Haggling over the price of a lot of gems is also done, not verbally but with gestures.

1

2

3

4

1 - Con le mani discretamente coperte da un pezzo di stoffa, il compratore muovendo opportunamente le dita indica al mediatore la cifra che è disposto a pagare.

2 - Con lo stesso metodo, il mediatore comunica al venditore l'offerta ricevuta e il mercanteggiamento va avanti sempre con le dita.

3 - Quando ritiene eque offerta e richiesta, il mediatore scrive con una matita sulla bustina del lotto in questione la cifra che secondo lui è per entrambi conveniente e la mostra ai due commercianti.

4 - L'affare è fatto: la bustina è posta nella mano del compratore; il venditore vi appoggia sopra la sua e il mediatore le copre entrambe a sancire l'avvenuta transazione. Kamau!

1 - His hands discreetly covered by a piece of cloth, the buyer uses his fingers to telegraph the figure he is willing to pay to the broker.

2 - Using the same method, the broker relays the offer to the seller with his fingers, and this digital wheeling and dealing continues until the final figure is agreed on.

3 - Finally the broker writes in pencil on the envelope of the lot the figure he thinks will suit both parties and shows it to them.

4 - The deal is done. The envelope is placed in the hand of the buyer, the seller places his hand over it, and the broker covers both with his own, to seal the bargain. Kamau!

arrivederci India

Sfortunatamente, sull'India delle gemme non ho altro da aggiungere. Il mio viaggio, che avrebbe dovuto toccare anche Bombay, Surat e altre località nelle quali il taglio delle gemme costituisce un'attività quasi preminente mi è stato impedito dai noti avvenimenti che nel dicembre scorso hanno posto su dure contrapposizioni alcune fazioni indu e musulmane.

In Italia giornali e televisione non hanno dato eccessivo peso a quanto stava accadendo ma, laggiù, i 1200 morti contati in una sola settimana di disordini avevano stravolto il Paese. Voli interni sospesi, aeroporti chiusi, coprifuoco nel centro delle principali città mi hanno impedito la continuazione del viaggio.

Confesso che non mi sarebbe stato possibile realizzare neppure il servizio su Jaipur se non fossi stata prontamente aiutata da Francesco Roberto, importatore di Valenza, che in un vortice di fax e telefonate mi ha letteralmente messa nelle mani di un amico indiano che appositamente per me ha fatto aprire i battenti di qualche azienda in giornate di sciopero generale.

E, naturalmente, senza la preziosa e vigile scorta dell'efficiente personale dal quale l'Indian Tourist Office mi ha praticamente fatta scortare durante tutto il mio soggiorno indiano.

Prima della partenza pregustavo le vertiginose sensazioni che avrei provato di fronte a tavoli stracolmi di gemme ma, ahimè, le mura della "città rosa" mi sono risultate inaccessibili per via del coprifuoco, con tutte le casseforti delle numerose fabbriche ivi concentrate.

Se il fotografo che mi accompagnava ha potuto eseguire qualche ripresa lo devo all'amabile Mr. Pinku Dhandia che oltre ad avere radunato qualche operaio ha cercato di alleviarmi il disagio di quei giorni spalancandomi le porte della sua casa. Quelle delle sue casseforti, purtroppo, no. Coprifuoco. Peccato. Mi sarebbe piaciuto fotografare almeno i suoi gioielli personali che - alla moda indiana - lui stesso indossava il giorno del suo matrimonio pochi anni fa.

Nelle immagini del suo album che fissavano l'avvenimento avevo infatti potuto osservare che il suo candido vestito era decorato da bottoni di diamanti e varie pietre preziose; al collo aveva un favoloso collier di diamanti che raccoglieva uno smeraldo da capogiro mentre sul suo petto cadeva una catena nella quale poche maglie d'oro trattenevano dei rubini grezzi, appena levigati: almeno una ventina, tutti uguali per colore e dimensione, e di almeno una ventina di carati ciascuno!

Perciò non mi sono sorpresa più di tanto quando una sera ho partecipato da invitata ad uno dei più sontuosi matrimoni della stagione. Lo sposo, figlio di un proprietario di miniere e notissimo commerciante internazionale, aveva fatto allestire un fiabesco party per oltre 2000 persone al quale, mi è stato detto, era presente quasi l'80% dei più facoltosi commercianti indiani di gemme e proprietari di miniere.

Tutti insieme, i gioielli che indossavano le rispettive mogli sui loro fastosi sari intessuti d'oro, farebbero spegnere i bagliori di una intera fiera settoriale!

A Jaipur vengono tagliate gemme di ogni genere ma gli artigiani per tradizione qui eccellono nella trasformazione degli smeraldi. Il grezzo affluisce da ogni parte del mondo, grazie al coinvolgimento di molti indiani anche nell'attività di sfruttamento delle miniere.

The India of the Maharajahs and Maharanees, who covered every inch of their persons with jewels of undreamed-of sumptuousness, has left to indu people a legacy of incalculable importance - a love for gems and a fabled genius for cutting them.

While Bombay and sourrounding areas are known for their diamond-cutting prowess, Jaipur spreads its talents around among coloured gems of all kinds, with the emphasis on emeralds. So, though they may call it the "pink city" because of its famed monuments, Jaipur has also been dubbed "Emerald City".

The prestigious moniker was conferred by a Maharajah of Rhajastan, wose collection of emeralds was renowned throughout the Far East. Dealers in these glowing lumps of green fire were given the red-carpet treatment at the Court of the Maharajah, as were the world's most gifted gem-cutters.

They settled in Jaipur to play the arts of faceting and polishing and founded a school that, as time went on, spread to the rest of the world.

Though no one knows the exact number of artists-artisans engaged in this activity in Jaipur, current estimates are that at least 30% of the population of 2,000,000 are involved in cutting arts to some degree. There is an army roughly 600,000 of them.

Firms are structured very differently from one another. You find companies with all the most modern equipment, staffed by 20, 30, 50 or more employees. Then there are hundreds of thousands of "home workers", who do it all in their own homes with equipment as anciet as the art of cutting itself.

The normal process breaks down the following phases:

- sawing the raw material: done in companies where highly skilled personnel interpret each crystal to bring out the best in the gem as a whole;

- pre-shaping: this, too, is done mainly at the company, with both modern and rudi-mentary tools;

- faceting and polishing: this is done by artisans who work at home, which means most of the people engaged in the gem-cutting trade.

Classica immagine dell'India: una bella donna in sari e i doni più preziosi: gemme.

Oltre a Mr.Pinku Dhandia, a sua madre, la gentile signora Manoj e alla sua giovane e bella moglie, Rajshree, devo ringraziare Neelam Ahuja, Ajay, Manish, Shiknar, Mohan Bhagia, Sushil Goyale e tutti quanti sono mi hanno offerto il loro cortesissimo supporto.

Malgrado i disagi del momento, sono stata ricevuta da R. S. Singh Presidente del Gemstone Park, e da Mr. Gupta Presidente dell'Associazione dei tagliatori di Jaipur; a loro ed ai loro assistenti e collaboratori, esprimo la mia più viva considerazione.

L'ICONOSTASI DEGLI ZAR

SPLENDORI DEL MONASTERO DELLE VERGINI

Maria Francesca Fasano

In una solenne atmosfera i fedeli percorrono un itinerario che ha il sapore dell'iniziazione: dal buio della vita quotidiana si avvicinano lentamente alla luce dell'iconostasi, punto d'incontro e di separazione tra immanente e trascendente, tra dimensione terrena e vita liturgica.

Le cornici delle icone, i motivi ornamentali, le aureole - in argento dorato, con lavorazioni particolarissime e varie - creano un magico alone di luce intorno al dipinto, che ha tratti severi e toni di colore volutamente cupi. Le icone, incastrate nella struttura complessa dell'iconostasi, alla luce fioca delle candele e dei lievi riflessi del sole formano un'unica superficie dorata e tremolante, attraversata da bagliori e scintillii.

L'iconostasi è una componente tipica delle Chiese Cristiane d'Oriente e va compresa nel suo significato simbolico, prima che artistico. E' una struttura architettonica lignea o marmorea, ricoperta da icone e segnata da tre porte oltre le quali c'è l'altare, con il suo corredo di arredi sacri, necessari alla preparazione del Mistero Eucaristico; l'iconostasi ha una funzione puramente liturgica e insieme di frontiera sacrale, e rappresenta il limite del mistero, invalicabile all'occhio umano: attraverso le sue Porte principali, dette Regali, realizzate in legno dorato e magistralmente intarsiato, soltanto i ministri superiori del culto possono accedere al mistero della trascendenza divina.

Nel tempio cristiano d'Oriente l'accostarsi lento e quasi timoroso dei fedeli all'iconostasi è un momento di grande tensione interiore: la concezione "misteri-

A sinistra: Santa Sof'ja; rivestimento in argento dorato e cesellato 1652 - cm 46x15.

Sopra: Giovanni Battista; rivestimento in oro dorato e niellato - XVI secolo - cm47,5x38.

ca" del luogo di culto, molto più accentuata rispetto alla nostra, attribuisce un profondo significato all'incontro con le immagini sacre.

E' un'emozione simile, quella che si prova trovandosi di fronte alle 42 icone, provenienti dall'iconostasi della Cattedrale di Smolensk, esposte nello scenario suggestivo del trecentesco Palazzo della Ragione, a Milano.

Le icone ci guardano, mute, misteriose: e senza parole riescono a comunicarci il senso più autentico di un mondo culturale, artistico e religioso diverso e distante dal nostro. Sono testimonianze di grande importanza storica, oltre che artistica e religiosa ; giungono dal Monastero delle Vergini, costruito intorno alla Cattedrale di Smolensk, vicino Mosca, nei primi decenni del XVI secolo; edificato per volere del principe Vassilij III , fu destinato ad ospitare rappresentanti di nobili famiglie e congiunte degli stessi zar. Le spesse mura di questo complesso architettonico furono discrete testimoni dell'avvicendarsi di regni e dinastie: tra le presenze più significative ricordiamo Boris Godunov e la principessa Sof'ja, che adornarono la Cattedrale di un gran numero di icone, purtroppo non tutte giunte sino a noi. I loro ritratti, esposti nell'ambito della mostra, sono carichi di immagini simboliche legate alla rappresentazione della regalità; anche un gioco di pietre preziose, disposte secondo un particolare ordine formale e cromatico sui vestiti e sui copricapi rimanda ad antiche simbologie.

Ritroviamo nelle immagini sacre le stesse gemme e la stessa studiata accuratezza nel disporle sulle vesti, sui copricapi, persino sui libri: la loro funzione è quella di sottolineare la nobiltà di sangue e di spirito del personaggio rappresentato.

Ma la preziosità degli ori e delle gemme dipinti non eguaglia certamente quella delle cornici, delle aureole e dei motivi ornamentali delle icone, quasi tutte in lamina d'argento dorato. Per la lavorazione delle cornici la tecnica più usata è quella dello sbalzo, arte antichissima ed eseguita totalmente a mano; non mancano tuttavia preziose incisioni e lavorazioni a niello e a cesello. In special modo nelle decorazioni, nelle coroncine cesellate, nelle piastrine d'argento disposte a rombo, nel gioco di pietre preziose che adornano le aureole, l'abilità e la fantasia degli artisti hanno prodotto delle opere uniche, preziosissime e di grande impatto emotivo, che costituiscono esempi particolarmente significativi dell'arte orafa nei secoli XVI e XVII.

L'iconostasi della Cattedrale di Smolensk è composta da vari ordini di icone che per l'espressività del segno, per la ricchezza dei materiali e la raffinatezza della lavorazione sono opere d'arte di grande valore e rappresentano una delle più autentiche espressioni di una cultura che vede la tradizione artistica fortemente ancorata a profondi valori spirituali.

Porte regali: legno dorato e intagliato, gesso e metallo cm. 200x70x16.

La mostra è stata ospitata da Milano nel Palazzo della Regione. Catalogo Electa.

CREATIVI del nostro tempo

L'ESPERIENZA BELGA

Claude Mazloum

Se quest'anno Anversa è stata eletta Capitale Culturale dell'Europa non sono certo le motivazioni a mancare.

Frontiera naturale e morale tra latini e anglosassoni, il Belgio è imbevuto di una cultura cosmopolita nella quale facilmente si formano creatori di gioielli di illimitata fantasia; inoltre, la reciproca influenza o i conflitti tra Nord e Sud portano talvolta a risultati eccellenti.

Nell'ambito della gioielleria, ad esempio, la combinazione di materie rare e comuni, l'impiego del diamante di ogni forma e colore e un chiaro gradimento del pubblico hanno consentito lo sviluppo di una vera e propria forma d'arte.

1

Nel 1992 sono stati recensiti quattrocentocinquanta creatori di gioielli, oltre ad una miriade di pittori e scultori che si sono espressi con gioielli-scultura che i Belgi acquistano e indossano con fierezza.

A stimolare aggressivamente e costantemente sia artisti già celebri che gli ultimi arrivati concorrono diverse organizzazioni quali la De Beers, il Consiglio Superiore del Diamante (HRD) e altre Associazioni; a tutti sono praticamente offerte preziose possibilità per giocare le proprie carte.

Tra gli orafi-artisti ci sono nomi più che celebri, come quello di Simone Muylaert-Hofman le cui opere hanno fatto il giro del mondo; Jean Pierre De Saedeleer, tra l'altro fondatore del Centre Belge du Bijou Contemporain e geniale nell'uso delle perle barocche; Jacques Michel pittore-gioielliere le cui opere pervase di uno stravagante lirismo trasportano nella dimensione del sogno; Zarkhane, che proviene dalle Belle Arti e del quale ormai non si contano più i riconoscimenti ufficiali; Jean Pierre Laloux, l'artigiano del "su-misura"; il grande scultore Hubert Minnebo per il quale non esistono differenze tra tonnellate di bronzo e qualche grammo d'oro: è arte, comunque.

Ci sono anche i giovani o quelli che alla gioielleria si sono avvicinati da poco ma dalle idee d'oro, come Kathy Hanuise che

2

ha inventato un insolito gioiello con metallo e pietre applicati su un guanto che ricopre la mano; Nicole Thienpont, poetica alchimista dell'oro; Daniel Van Muffel considerato un tecnico dell'arte per via dei suoi ingegnosi gioielli che ruotano; Danielle Goffa, la prima ad avere usato piume di rari volatili per farne magnifiche spille ed altre originalissime idee.

Sarebbe veramente un peccato se tutte queste novità non riuscissero a raggiungere il grande pubblico, annoiato dalla monotonia di gioielli visti e stravisti. Non sarebbe interessante, per rilanciare la gioielleria e uscire dalla monotonia, che ogni gioielliere patrocinasse uno di questi creatori, magari anche soltanto per qualche speciale occasione nel corso dell'anno?

Un po' di nuova linfa vitale sicuramente gioverebbe a un corpo atrofizzato, che potrebbe anche rischiare l'estinzione a causa di coloro che guardano alla gioielleria soltanto nell'ottica della speculazione.

Riflettere è inventare, inventare è rivivere.

Ce n'est pas sans raisons que cette année Anvers a été élue Capitale Culturelle de l'Europe.

Frontière morale naturelle entre latins et anglo-saxons la Belgique est imbibée d'une mentalité cosmopolite qui lui permet de former voire même de reformer des créateurs de bijoux à la fantaisie illimiteé.

L'influence ou le tiraillement entre Nord et Sud donne d'excellents résultats.

La combinaison de matériaux rares et communs, l'usage du diamant sous toutes ses formes et ses couleurs, l'appréciation du public aidant, ont permis le développement d'une véritable forme d'art en joaillerie.

Quatre cent cinquante créateurs contemporains ont été recensés en 1992, de plus une myriade d'artistes, peintres ou sculpteurs ont leur ligne de bijoux-sculptures que les Belges achètent et portent fièrement.

La De Beers, le Conseil Supérieur du Diamant (HRD) et autres associations stimulent agressivement et d'une façon ininterrompue les artistes et noveaux venus sur la place: ils ont la précieuse possibilité de tenter leur chance.

Il y a des noms célèbres tels que Simone Muylaert-Hofman dont les oeuvres ont fait le tour du monde, Jean-Pierre De Saedeleer fondateur du Centre Belge du Bijou Contemporain et mage dans l'usage des perles baroques, Jacques Michel peintre-joaillier dont les pièces nous emportent dans le rêve par leur lyrisme extravagant, Zarkhane provenant des Beaux-Arts et qui ne compte plus ses oscars; Jean-Pierre Laloux l'artisan du "sur-mesure" et le grand sculpteur Hubert Minnebo adepte de la sculpture portable. Pour lui il n'y a aucune différence entre plusieurs tonnes de bronze et quelques grammes d'or: l'art est présent de toute façon.

Certes il serait vraiment dommage que toutes ces nouveautés n'arrivent pas aux yeux du grand public désormais aveuglé par la monotonie de bijoux faits et refaits.

Pour relancer la joaillerie et sortir de la saturation ne serait-il pas valable que chaque bijoutier décide de parrainer un créateur de bijoux même si ce n'est que durant une petite période de l'année? Ce serait injecter un peu de sang nouveau dans un corps atrophié destiné à l'extinction complète par la faute de quelques indus-triels ne pensant qu'à la spéculation.

Réfléchir c'est inventer, inventer c'est revivre.

3

Opere di artisti belgi:
1 - Bracciale con perla barocca centrale, di Jean-Pierre De Saedeleer.
2 - "Le chant de la sirène", opera di Jacques Michel con perle di forma allungata e legate con oro.
3 - Di Jean Pierre Laloux un eleborato centro di collana.

FUORI DALLE CONVENZIONI

A Parigi, il Musée des Arts Décoratifs ha ospitato la terza Triennale del gioiello, dopo le due precedenti edizioni ospitate rispettivamente dall'hotel de Sens nel 1987 e dal Musée du Luxembourg nel 1990. In rassegna 60 artisti di 15 Paesi d'Europa.

Articolo di Claude Mazloum, in collaborazione con Caroline Portail. Foto di JanJac

Protagoniste dell'esposizione sono sorprendenti creazioni, più opere di artisti che di gioiellieri. Le materie rare rivaleggiano con quelle povere ed insolite; ad accomunarle è la magia, che si sprigiona dall'argento come dall'alluminio, dal diamante come dallo strass, dall'oro come dalla plastica.

Opere concepite per il piacere degli occhi, che esprimono poesia ma anche humour, rigore, stravaganza. Riflettono il mondo di oggi, le sue inquietudini e i suoi sogni, inventandone anche di nuovi.

Questa Esposizione, che ha riunito sessanta artisti di quindici Paesi d'Europa, è un tributo alla creatività e all'intrepida libertà di creatori in un campo fin troppo conservatore. Trova la sua ragione nella tradizione ma anche nel futuro del Musée des Arts Décoratifs nel quale è conservata una delle più importanti collezioni orafe d'Europa e che tra tre anni dedicherà al gioiello una Galleria perma- nente.

La Triennale è stata ulteriormente arricchita da due eventi: la presentazione delle opere degli allievi del Royal College of Art di Londra, diretto sin dal 1984 dallo scultore David Watkins, e un'esposizione monotematica dal titolo "L'anello in oro" patrocinata dal World Gold Council. Pezzi unici realizzati da artisti ma anche modelli concepiti da produttori quali risultato di ricerche personali sviluppate esplorando le possibilità offerte dalle nuove tecnologie, spesso stimoli per nuove forme espressive.

Tra gli oggetti esposti, alcuni si staccavano decisamente dal tradizionale, come ad esempio il pendente e l'anello dell'austriaca Christine Bohmig, oggetti in argento trattato di ispirazione spaziale.

L'italiano Graziano Visintin ha toccato un eccezionale livello con un collier giocato su strati sovrapposti; Wilhelm Mattar, con opere stravaganti e di incredibili dimensioni realizzate combinando oro a osso di bue; la norvegese Heidi Sand ha fatto invece ricorso all'italianissima tecnica del traforato per un largo bracciale e per finire la nostra breve carrellata, citiamo l'opera "Bello" di Robert Smit, una spilla in oro e pigmento blu.

Di Heidi Sand (Norvegia) bracciale in argento trattato.

Du 22 Octobre au 20 Décembre, le Musée des Arts Décoratifs de Paris a accueilli la troisième Triennale du Bijou. Les deux premières manifestations ont eu lieu à l'Hôtel de Sens en 1987 et au Musée du Luxembourg en 1990. C'est une exposition de créations inattendues, oeuvres d'artistes plutôt que de joailliers. Les matières rares côtoient les matières pauvres, inhabituelles, réunies par la magie de tout matériau, l'argent comme l'aluminium, le diamant comme le strass, l'or comme le plastique.

Ces oeuvres faites pour le plaisir des yeux expriment poésie, humour, rigueur, extravagance. Elles illustrent le monde d'aujourd'hui, son inquiétude ou ses rêves, elles en inventent parfois un autre.

La Triennale rassemble soixante artistes venus de quinze pays d'Europe. Parmi les noms les plus illustres on trouve celui de Henri Gargat ou Arnaldo Pomodoro.

Cette manifestation veut saluer la créativité et l'intrépide liberté des créateurs dans un domaine trop souvent conservateur. Elle s'inscrit dans la tradition et dans l'avenir du Musée des Arts Décoratifs riche de la plus importante collection de bijoux d'Europe, de l'Antiquité à nos jours, qui présentera dans trois ans une Galerie permanente consacrée au Bijou.

Deux autres événements ont été également présentés à la Triennale: le travail des élèves ou anciens élèves du Royal College of Art à Londres dont le sculpteur David Watkins assure la Direction depuis 1984 et une exposition sur le thème de la "Bague en Or", sous l'égide du World Gold Council.

Il s'agit de pièces uniques réalisées par des artistes ou de modèles conçus par des fabricants, résultats de recherches personnelles servies par de nouvelles technologies qui en élargissent les formes d'expression.

Parmi les pièces exposées, certaines sortaient complètement du traditionnel, comme, par exemple, le pendentif et la bague de l'autrichienne Christine Bohmig, deux objects en argent traité aux allures tout à fait spatiales; l'italien Graziano Visintin qui a réussi à épurer au plus haut niveau un collier en or composé de deux carrés superposés; Wilhelm Mattar qui a combiné l'or à l'os de boeuf en obtenant des pièces extravagantes aux dimensions inouïes. La technique du "traforato" typiquement italienne a été utilisée par la norvegiénne Heidi Sand pour la création d'un bracelet large, façon "esclave". La broche intitulée "Bello" de Robert Smit est faite en or avec du pigment bleu.

Spilla "Bello" in oro e pigmento blu dell'olandese Robert Smit.

Di Wilhelm Mattar (Germania) anelli in oro e osso di bue.

TUTTO E' ARCHITETTURA

M. F. Fasano

Un lampo dorato squarcia il buio artificiale di un fondo fotografico; onde geometriche con un movimento luminoso e lieve catturano il nostro sguardo, i nostri sogni; indissolubilmente uniti a forme senza tempo, parlano un linguaggio eterno che non ha parole: è il linguaggio dell'arte, del segno perfettamente compiuto e insieme tutto da inventare, da scoprire, da interpretare.

Gli ori di Hans Hollein per la Collezione di Cleto Munari sono creazioni recenti, ma vengono da molto lontano: nascono dalla mente e dalla mano di un artista che ha esplorato il mondo delle forme nei suoi meandri più nascosti e che nella sua lunga e fortunata carriera di architetto, scultore, scenografo, critico d'arte ha saputo coniugare un patrimonio culturale ricco di conoscenze e di studi "classici" con la passione per la sperimentazione e un gusto attuale e innovativo, attento alle esigenze di culture e occasioni diverse.

Come un attore consumato, interpreta in maniera personalissima l'arte del segno in tutte le sue forme ed espressioni e, cercando nuovi territori da esplorare, è approdato sulle coste di una terra difficile, ma generosa con chi ne comprende le potenzialità e vi si accosta con discrezione e originalità.

Nascono così i suoi argenti, essenziali e luminosi, "metafora e metamorfosi" - direbbe lui stesso - di un eterno tentativo di raggiungere l'infinito; i suoi vetri, trasparenze che hanno il colore dell'acqua, spirali appena accennate ma fortemente ipnotiche, che attraggono e trascinano in un vortice di mare e di cielo.

Nascono così anche i suoi orologi, creati sempre per la Collezione Munari, quattro artisti per quattro gioielli.

E infatti, il progetto "Gioielli di architetti" punta su quattro fuoriclasse - Hollein, Graves, Sottsass, Isozaki - che riescono a creare perfette opere d'arte da polso, in una personalissima interpretazione dell'oggetto-tempo secondo stili diversi, ma con un denominatore comune: la sintesi, l'equilibrio tra il segno originale e ricercato e la purezza della forma.

Hans Hollein realizza così un orologio in forma di capitello, rivisitando la tradizione classica coerentemente con una delle sue affermazioni più conosciute:

L'architetto austriaco Hans Hollein e orologi creati per Cleto Munari.

"Tutto è architettura". E nella perfezione di questo orologio ritroviamo il senso più profondo dell'arte e dell'architettura greca, che hanno attraversato i secoli, la storia, il tempo, intatte nel loro splendore e nella loro sconvolgente attualità.

Ma l'intreccio tra arte, oro e tempo continua: ecco la Collezione Parentesi, sempre per Cleto Munari. Ed Hans Hollein parte da una forma a lui particolarmente cara, il cerchio, figura infinita e perfetta, e trasformandolo in una curva di luce lo adatta al polso. Poi crea un incastro unico di forme e colori per il quadrante: lavorazione *craquelé*, colori forti e decisi in accostamenti raffinati, per le quattro versioni.

Un orologio che è una sintesi mirabile e armoniosa di forme, cromatismi, materiali e nello stesso tempo è pieno di attenzioni per quei particolari che servono a renderlo anche pratico e funzionale: Hollein è artista, ma artista attento all'occasione di utilizzo dell'oggetto-gioiello, al concetto di utilizzazione, fondamentale nell'arte applicata agli oggetti d'uso.

Ciò non significa piegarsi alla fredda logica del marketing, che a volte spinge a levigare le proprie creazioni fino a spersonalizzarle o promuove oggetti informi purché firmati.

Emerge invece dalle creazioni di Hollein il rispetto per l'individuo e nasce una complicità profonda tra l'artista e chi consapevolmente indossa un oggetto unico, che a sua volta lo avvolge e l'essere umano e l'oggetto prezioso diventano un tutt'uno armonico, continua testimonianza di come la vita e l'arte si scambino quotidianamente messaggi senza parole.

Anello e orologi di Hans Hollein

Si è svolta a Vicenza, dal 16 gennaio al 7 marzo 1993, una mostra sull'attività di Cleto Munari dal titolo "Oggetti".

E proprio "editore di oggetti" si definisce questo personaggio vicentino, difficile da collocare nei ruoli tradizionali: né committente, né collezionista, né promotore e imprenditore, ma forse tutte queste cose insieme, appare come un uomo inquieto, desideroso di riaffermare un ideale di bellezza e di armonia che ai nostri giorni sembra trascurato.

Munari si fa committente di una indefinita e possibile serie di oggetti d'uso "ad alta reazione poetica", che nascono per amore e per affinità elettive con gli artisti con cui entra in contatto, attraverso un processo che somiglia alla distillazione di un liquore. Non ama la serialità e non ama affidare al grande numero il suo messaggio estetico, ma i suoi oggetti, che portano la firma di artisti famosissimi, scatenano una vera e propria passione tra i collezionisti.

Nello spettacolare allestimento della mostra, nell'imponente scenario della Basilica Palladiana, i gioielli, gli argenti e i vetri di tanti famosi protagonisti della cultura contemporanea rappresentano un esauriente spaccato del design internazionale.

A Vicenza, città dalle forme perfette e luminose, Cleto Munari è profeta in patria e nella Basilica del Palladio le sue piccole meraviglie hanno respirato all'unisono la dimensione eterna dell'arte.

Cleto Munari: "editore di oggetti". Dietro sua sollecitazione, i più famosi protagonisti della cultura contemporanea hanno disegnato oggetti decorativi o d'uso, realizzati poi in metalli nobili.

BAGLIORI DAL NUOVO MONDO

Franco Cantamessa

E' noto che le civiltà precolombiane eccellevano nell'arte della oreficeria e se è stato possibile indagare a fondo tra i simboli della cosmologia precolombiana, è anche grazie alla traduzione che ne è stata fatta in splendidi gioielli.

L'oro rappresentava preziosissimo materiale di scambio poiché nella cultura meso-americana era conosciuta solo la forma del baratto e non si coniavano monete, ma era anche pregno di una simbologia religiosa legata al culto del sole, dunque della vita, delle stagioni, del cosmo.

Nel giorno della semina del mais, per esempio, l'oro veniva donato come offerta agli dei e gettato in profondi crateri lacustri, considerati l'utero della terra, affinché questa concedesse la fecondazione.

Da qui la famosa leggenda del tesoro dell'Eldorado, peraltro rimasta tale malgrado le ricerche effettuate sino ai nostri giorni.

L'estrazione dell'oro era praticata in giacimenti primari nelle zone montuose della Colombia ove, con gallerie oblique e profonde fino a 35 metri si raggiungevano le vene aurifere; ma per lo più veniva però cercato nei giacimenti secondari, lavando le sabbie aurifere di fiumi e torrenti del lungovalle.

Per questo tipo di estrazione si usavano zappe di legno o di pietra per rimuovere le sabbie o ghiaie, che venivano dilavate con acqua corrente e sciacquate in speciali vassoi di legno detti

Oro fuso versato nella gola: così gli Indios si vendicavano della rapacità dei Conquistadores.

"batée" dopo avere ridotto in granuli il materiale aurifero (quarzo, ecc.) in grossi mortai di pietra grandi come macine da mulino.

E' curioso osservare che la stessa tecnica era usata anche nel Po di Valenza fino ai primi anni del '900. I cercatori d'oro usavano un analogo strumento il cui nome addirittura aveva una certa assonanza con quello precolombiano (la basla, ovvero bacile): l'oro, avendo un peso specifico più alto, si depositava sul fondo e da qui recuperato, mentre ghiaia e acqua venivano versate all'esterno. In crogioli di ceramica refrattaria veniva poi fuso in qualcosa di simile a lingotti.

Posto in fornelli con due camere divise da un diaframma che permetteva il passaggio dell'aria, si ravvivava il fuoco insufflando aria con tubi ceramici per portare l'oro ai 1063 gradi necessari per la sua fusione.

Si formava così una cialda d'oro puro (erano chiamate tejuelos) da una parte liscia e piena e dall'altra convessa e increspata. Queste cialde sono ben note anche a tutti gli orafi di Valenza, che le chiamano familiarmente "nocciole". Crogiolo e fornello sono essenzialmente gli stessi strumenti usati anche dai precolombiani.

Poiché sapevano estrarre anche altri metalli, fra cui argento e rame, avevano imparato anche a combinarli tra loro.

Vi era una lega povera, molto usata dalle popolazioni che abitavano territori avari di oro: 700 per mille, ma in rapporto rovesciato e cioè 700 parti di rame e 300 di oro.

Il "Tumbaga", questo è il suo nome, veniva utilizzato sia per l'oreficeria che per l'utensileria da lavoro o di uso domestico; aveva un punto di fusione a 800 gradi ed era perciò di facile lavorazione.

Erano bravissimi nello sbalzo e nel cesello, che eseguivano su lastre ottenute martellando l'oro su levigatissima pietra.

Abbiamo il resoconto di un testimone oculare del '500, Gonzalo Fernandez de Oviedo: "...e tengono le loro fucine, incudini e martelli, che non sono altro che robuste pietre, e c'è chi dice che sono di un metallo nero che assomiglia allo smeriglio. I martelli hanno le dimensioni di un uovo o anche meno, e gli incudini grandi quanto un formaggio di Maiorca (sarà come il nostro parmigiano?) sono di altre fortissime pietre".

Le parti curve del martello servivano per ottenere le superfici concave.

Conoscevano inoltre anche la tecnica della "ricottura" per ridare all'oro malleabilità ed evitare le screpolature. L'orafo riscaldava la lastra sul fuoco ogni volta che tendeva ad indurirsi e la raf-

Metodo di lavorazione in serie tramite matrici di pietra.

freddava immergendola in acqua, e ciò più volte fino al risultato voluto.

Si tratta di una tecnica che qualunque orafo contemporaneo non può non conoscere, essendo basilare e tutt'ora in uso.

Ottenuta la lastra, questa veniva sbalzata e cesellata: dopo avere tracciato il disegno, la si poggiava su un supporto morbido (di cuoio o un sacchetto di sabbia finissima, come oggi) e poi si procedeva battendo delicatamente con ceselli, scalpelli fatti, come si è detto, di tumbaga, oppure di pietra o di corno. Con questa tecnica i precolombiani creavano i magnifici pettorali sacerdotali, con immagini sacre a rilievo.

Per unire le varie parti usavano piccoli chiodi d'oro ribattuti, oppure incastonavano fra loro le lamine, anche se conoscevano molto bene le tecniche della saldatura e della granulazione.

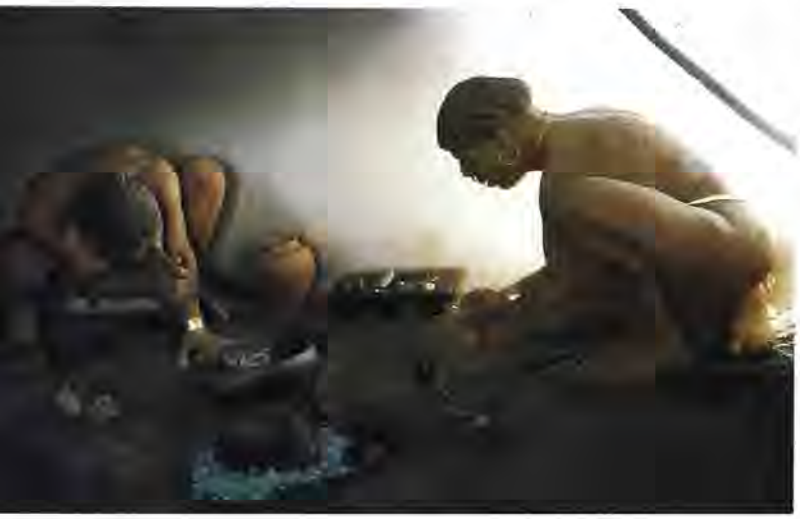
Queste ultime erano ben note anche a Greci ed Etruschi (poiché fanno evidentemente parte della manualità artigianale innata in ogni razza umana) e consistevano nel collocare colla organica ed acetato di rame nel punto di saldatura.

Con una fiammella diretta e insufflando aria con una cannuccia, dapprima si bruciava il collante, che serviva esclusivamente per tenere ben ferme al loro posto le parti da saldare, mentre l'acetato di rame creava successivamente l'unione molecolare delle parti a contatto: una ottima e resistente saldatura, per di più quasi invisibile. Sapevano anche come fissare minuscoli granuli di oro ottenuti per gocciolatura dell'oro fuso su una superficie piana e fredda: si tratta della famosa granulazione dai magnifici effetti decorativi.

Naturalmente i precolombiani non ignoravano che il punto di fusione della saldatura doveva essere di almeno 25° inferiore a quella dell'oro. Per il "Tumbaga" la fusione avveniva invece semplicemente portando le parti a temperatura.

Certamente la tecnica che più stupisce è la fusione a cera persa.

Con la cera di api si modellavano i soggetti, meglio se di piccole dimensioni. Si procedeva ad applicare dei tubetti di cera per permettere la circolazione dell'aria durante lo sversamento dell'oro fuso, che avveniva attraverso un imbuto, pure di cera che veniva applicato al soggetto. Ciò fatto si ricopriva il tutto di argilla,



Forno e cannello per fondere l'oro. In terra alcuni crogioli.

Indios che lavano sabbie aurifere.

così come noi tutt'ora facciamo con gesso, o cristobalite al quarzo. A questo punto, dopo che il tutto era seccato, lo si riscaldava bene: la cera si scioglieva e fuoriusciva da appositi orifizi perdendosi (da qui il nome della tecnica "a cera persa"), mentre l'oro occupava lo spazio lasciato libero.

Dopo il raffreddamento, rotta l'argilla si estraeva l'oggetto, lo si ripuliva, si tagliavano i canaletti di sfiato e quello adduttore, ed iniziavano le operazioni di finizione.

Tutta l'operazione che abbiamo descritta potrebbe far parte anche di un contemporaneo testo di tecnologia orafa. Addirittura si praticava anche la pressofusione, usando una fionda che faceva ruotare il "cilindro" a mò di elica, sfruttando la forza centrifuga (tecnica usata dagli odontotecnici fino agli anni '50).

La tecnica a cera persa veniva utilizzata anche versando l'oro in intercapedini per ottenere forme vuote (es. il vasellame).

Ma c'era anche una produzione che si potrebbe definire di tipo "industriale".

I precolombiani predisponevano delle matrici in pietra, molto morbida (pietra paesina) sulla quale veniva scolpito il soggetto voluto. Poi si comprimevano le matrici su argilla per lasciare l'impronta, si applicava uno strato di cera d'api, che veniva di nuovo impressa con la stessa matrice. Infine ottenuto il modello di cera, si procedeva alla fusione a cera persa come già descritto, a formare per esempio i grani tutti uguali di una collana.

Riguardo alla finitura dei gioielli, questa era strettamente legata al loro uso.

Se dovevano essere indossati subivano una rifinitura più accurata mentre se erano destinati a una offerta sacrificale erano mantenuti grezzi.

Poiché il "Tumbaga" era una lega povera, e quindi di un colore troppo ramato, era stata inventata anche la doratura: rilevata dalla superfice la ossidatura del rame tramite acido, ricoprivano il tutto con una pellicola d'oro. La cosa non era affatto apprezzata dai famelici spagnoli che quando mettevano le loro rapaci mani su quegli oggetti si sentivano "truffati".

Dulcis in fundo, gli oggetti in oro venivano sottoposti anche a brunitura e levigatura ed a "trattamenti" che avevano lo scopo di creare una patina protettiva. Ma era conosciuto anche l'oro opaco, ottenuto tramite l'uso di sabbia quale abrasivo, oppure di acidi corrosivi.

Sarebbe interessante, a questo punto, sapere se oltre agli orafi artigiani già esistevano anche i viaggiatori orafi, i negozi e le rapine.

Tutto farebbe supporre di sì, specie se si fa riferimento alla avidità degli spagnoli, che trucidarono barbaramente intere popolazioni per impadronirsi del luminoso metallo. Il resto lo fecero le malattie importate dall'Europa, per le quali non avevano i necessari anticorpi.

E dalle Americhe fu importato tanto oro che la Spagna, e poi l'Europa intera, conobbero per la prima volta... l'inflazione. Ma la colpa non fu certo dei nostri colleghi precolombiani.

Incudine e battitore in pietra che veniva usato dal lato piatto per le lastre e da quello convesso per imbutire.

Un'azienda giapponese ha puntato su Valenza per alimentare i suoi sedici punti di vendita con gioielleria a forte contenuto creativo. Per i contatti con le aziende si avvale di un funzionario a tempo pieno.

EAST & WEST

Giannino Serra

Nel variegato mondo valenzano c'è spazio per ogni professione.

Tra le più qualificate c'è anche quella del *buyer*, con tutta la sua gamma di varianti che comprende assistenti agli acquisti, controllori del prodotto, "talent scout" che segnalano le novità e così via. Una serie di personaggi che nei laboratori sono accolti con molto calore e per lo più liberi professionisti o dipendenti di Trading Companies che operano per diversi gruppi di acquisto.

Con le dovute eccezioni. Sul libro paga della "Ponte Vecchio Hotta Co.", ad esempio, figura il nome di un italiano assunto per svolgere questa attività a tempo pieno ed in esclusiva e data la rilevanza degli scambi con Valenza proprio qui opera il loro "contact man".

In Maurizio Robotti, ex rappresentante di gioielleria, conoscitore per diretta esperienza di ogni tecnica di lavorazione, viaggiatore di lunga data nei Paesi orientali, la Hotta Co. ha individuato le caratteristiche del suo ideale funzionario e con una insolita proposta ha favorito il non facile salto della barricata. Come ci si trova, dopo anni di vendita, dalla parte opposta?

"Piuttosto bene, afferma Robotti. Lavorare con questa azienda, nella quale sono inserito a tutti gli effetti e con un cumulo di mansioni che vanno dagli acquisti, al controllo, al coordinamento di speciali progetti promozionali, per me è anche fonte di inesauribili esperienze perché quotidianamente non solo incontro aspetti sociali e culturali inimmaginati ma ho anche modo di osservare dall'interno un'articolata e complessa gestione".

Se confrontata alle colossali organizzazioni nipponiche presenti nella grande distribuzione la Hotta Co non può competere in termini quantitativi, alla luce di altri parametri questa azienda relativamente piccola spicca invece per l'originalità delle sue scelte. Nella sua stessa ragione

Yukio Hotta, titolare della Ponte Vecchio Hotta Co. con Maurizio Robotti, funzionario della grande azienda giapponese.

One of the thousands of buyers that go for Valenzan products in a big way is the Ponte Vecchio Hotta Co., a japanese concern, known for its discriminating taste and originality. It has also built a distinguished reputation for the consistency and determination with which it pursues selling policies.

Hotta serves a medium-high segment of buyers, through 16 points of sale that are refined boutiques, done in a tipically European style. Managed by female personnel, they are organized according to special criteria of efficiency.

All movements - from the volume of daily receipts to models and types of gems sold, to any orders that have remained unfilled, and the reasons why - are transmitted to Hotta's headquarters each day.

A computerized center collects all the data, processes it and transforms it into tips on trends in consumption, so that forecasts on future oscillations can be made.

In Valenza, Hotta has picked out a vast number of ateliers capable of responding in lightning-fast times to every need. It's a constantly evolving give-and-take requiring Hotta's presence in Valenza on a steady basis.

So a contact man by the name of Maurizio Robotti checks out all orders relative to points of sale, the planning of purchases and coordination of special promotional projects.

During the Fairs, a group made up of one or two managers is always in circulation, along with three, in shifts, of the sixteen woman managers of Hotta's points of sale.

Maurizio Robotti was chosen by Hotta Co. because of his profound knowledge of the market, processing techniques and producing countries. He has become an integral part of the firm's staff and his all-important function as a "filter" at the moment orders are given is a guarantee for producers also.

sociale "Ponte Vecchio" è enunciata una precisa connotazione o quanto meno la volontà di darsi un'immagine del tutto originale.

Seconda, ma non meno determinante caratteristica, l'obiettivo di rivolgersi ad un target medio-alto di consumatori attraverso propri punti di vendita: 16, per ora. I negozi, vere e proprie boutique di concezione più europea che giapponese, sono condotti da direttrici che alternativamente partecipano agli acquisti viaggiando con i compratori.

Raramente le scelte sono frutto di decisioni estemporanee, né potrebbe essere altrimenti poiché alla sede centrale quotidianamente sono trasmessi tutti i movimenti registrati nei 16 punti di vendita: volume degli incassi ma anche quanti oggetti sono stati venduti, quali le fasce di prezzo, i modelli, le materie prime, le gemme. Oltre, naturalmente alla segnalazione di eventuali richieste inevase con le relative motivazioni.

Questa enorme massa di informazioni, opportunamente elaborata ed analizzata consente alla Hotta Co. di mettere a fuoco il trend dei consumi, analizzare le oscillazioni, formulare attendibili previsioni. Tutti i dati vengono quindi abilmente decodificati ed ecco, pronti per i buyers, precisi orientamenti circa gli acquisti, in tempi utili per la loro pianificazione.

Per alimentare i 16 punti di vendita gli ordini sono talvolta di 50/60 pezzi per ogni modello; molti di più ovviamente se si tratta di oreficeria: un volume di oggetti che implica la necessità di un controllo prima della spedizione.

"La mia non è solo una funzione ispettiva, precisa Maurizio Robotti, ma un servizio che la Hotta Co. ha istituito anche nell'interesse degli stessi produttori, vicentini o valenzani che siano.

All'atto delle conferme vengono espresse determinate esigenze, alcune delle quali assolutamente indispensabili per il mercato giapponese; il mio intervento riduce l'eventualità di contestazioni a posteriori, con l'inevitabile restituzione dei pezzi e il disagio che questo comporta, ivi compreso, per il fornitore, il pericolo di essere bollato come inaffidabile e giocarsi future opportunità".

La Hotta esterna un notevole interesse per il prodotto italiano, sul quale concentra il 70% delle sue globali forniture; particolare è l'attenzione per Valenza, data la possibilità di poter contare su laboratori che rispondono agilmente ed in tempi accettabili ad ogni esigenza.

"E' una caratteristica tutta valenzana e per certi laboratori strutturati molto artigianalmente potrebbe costituire una buona carta su cui puntare. Ma non sono in molti ad averlo compreso appieno. Affiorano anche dei pregiudizi che talvolta limitano i rapporti. Molti ad esempio, memori magari di precedenti negativi, reagiscono con perplessità alla mia richiesta di fotocopie, mezzo per me indispensabile per comunicare con la Casa di Tokio.

Inoltre c'è chi ancora si trincera dietro posizioni di attesa anziché anticipare le idee del cliente rifiutando, unitamente al rischio di qualche nuovo modello anche possibili e remunerativi ordini".

Questa l'esperienza quotidiana di un valenzano alle prese con altri valenzani. Un suggerimento conclusivo? "I nostri prezzi, dichiara Robotti, in certe fasce di prodotto sono concorrenziali anche con Hong Kong, perché la piccola differenza in meno che là si potrebbe spuntare non compensa i disagi di trattare con un Paese geograficamente così lontano e commercialmente difficile.

In Giappone, mercato che sto analizzando anche da un privilegiato punto di osservazione, c'è ancora molto spazio per il prodotto valenzano; l'importante è non arrestarsi a Tokio e Osaka ove tutti concentrano i loro sforzi e cercare il proprio spazio un po' più lontano dai circuiti già fin troppo frequentati".

L'arredamento, di gusto chiaramente europeo, di uno dei 16 punti vendita della Hotta Co.

il pranzo è servito! ma per chi?

Aumenta il numero delle fiere e degli espositori mentre cala quello dei visitatori. A quale punto si potrà parlare di autolesionismo?

Hai lavorato? "Poco, male, non soddisfacentemente"

Risposte scontate ma a colpi di bugie e mezze verità si deve concludere che le Fiere qualcosa devono rendere perché altrimenti non si comprenderebbero gli investimenti in questa direzione, talvolta davvero onerosi. Perché insistere se non sono redditizie o, quanto meno, non tanto da giustificarne i costi?

Certo, al di là dei loro risultati in termini di concretezza alle Fiere vengono affidati anche valori promozionali; con la presenza si riafferma la propria vivacità aziendale, non si lascia eventuale spazio ai concorrenti ... e via con tante altre motivazioni la cui validità sarebbe fin troppo facile smantellare. Se sevissero almeno ad eliminare e ridurre viaggi sempre più rischiosi! Ma, a quanto evidenziano i fatti, non sembra lecito sperare nell'altrui comprensione.

Restano i costi. Analizziamo, ad esempio quelli relativi alla più costosa per via delle tre tornate e cioé la Fiera di Vicenza. I valenzani che l'affollano ad ogni edizione sono poco meno di 300 e sulla base di calcoli sia pure approssimativi risulta che ad ogni Mostra il contributo dell'imprenditoria di quest'area è nell'ordine dei 3 miliardi, vale a dire 9 miliardi all'anno! Una cifra considerevole e con la quale in alternativa si potrebbero fare un sacco di cose. Sicuramente eccessiva se valutata alla luce di una "ospitalità" sulla quale gli interessati non possono in alcun modo interferire, chiamati come sono soltanto a subire - e in passato anche pesantemente - decisioni spesso prese indipendentemente dai loro reali interessi.

Ci sembra assurdo che in una Fiera ove il comparto di una città è presente in un modo tanto massiccio, e determinante per il suo successo anche qualitativo, non esista un Comitato degli Espositori, che nessun gruppo di espo-

Il gioielliere si diverte: un animale privo di grazia si trasforma in deliziosa spilla. Ingredienti: oro, diamanti e humour. Picchiotti.

sitori possa ufficialmente porre dei "veto" a decisioni che potrebbero anche ledere gli interessi di una intera categoria.

A gennaio abbiamo rilevato alcune presenze di gioiellieri dell'Est, ad esempio, che con la massiccia defezione degli orologiai nel prossimo futuro potranno essere in numero maggiore, invitati ad occupare le posizioni liberate: a vantaggio di chi?

Alle 3 edizioni vicentine nessun espositore - ormai passivo e rassegnato - muove più obiezioni; i soli a contestarle sono i compratori, la cui presenza non è certamente definibile assidua o assai numerosa. I visitatori qualificati, cioè grossisti e dettaglianti che approfittano delle Fiere per i loro acquisti sembrano diminuire ad ogni manifestazione, mentre parallelamente aumenta sia il numero degli espositori che quello delle Mostre che li allettano con prospettive di contatti ravvicinati e selettivi con la distribuzione in aree mirate. Ma di questo passo dove andremo?

Il conto delle Mostre che si svolgono in Italia è ormai difficile da tenere. Dopo Vicenza c'è Macef, poi Firenze, Valenza, Roma, Napoli, ora anche Silvi Marina, poi Arezzo, Bari e altre minori....

Una grande abbuffata alla quale, sembra, i visitatori non accorrono numerosi come si vorrebbe, e comunque vi approdano disperdendosi in tanti insignificanti rivoletti. Ad ogni inaugurazione un invisibile gong avverte che "il pranzo è servito": ma quanti sono i commensali?

Rosanna Comi

CONVEGNO ARGENTIERI

Nell'ambito di Vicenzaoro 1 sull'onda del successo dell'edizione dello scorso anno si è tenuto il secondo convegno mondiale degli Argentieri.

Il titolo del convegno, "Argenti, immagine e promozione" era già indicativo dei due aspetti maggiormente considerati: il metallo "argento", il suo mercato, le sue quotazioni, i principi fiscali sul commercio e l'argento come sottile filo conduttore nella storia della civiltà umana e della sua cultura.

Erano presenti i principali argentieri europei, a testimonianza del vasto interesse suscitato dalle relazioni che hanno abbracciato le tematiche più varie.

Nella sua relazione conclusiva, Gianni Cacchione, Presidente della Federargentieri, ha ulteriormente chiarito il suo pensiero circa la costituzione di un Organismo stabile a carattere internazionale nel quale far confluire in concreto comuni obiettivi.

A maggio nascerà infatti Promosilver, un'Associazione nella quale dovranno confluire energie finora non adeguatamente incanalate creando nuove occasioni di rilancio di un metallo già molto amato.

Tutti insieme, con la stessa immagine, lo stesso spirito, la stessa filosofia, gli argentieri di tutto il mondo raccolti in Promosilver, potranno costituire un punto fermo in un mercato ormai rassicurato sul valore che il consumatore odierno attribuisce all'argento, nonostante la recessione e le buie previsioni.

Tra i numerosi interventi dei presenti che nel convegno hanno colto anche un'occasione per esporre nuove o insolite possibilità di utilizzo dell'argento, è emersa una curiosa proposta avanzata dall'argentiere De Vecchi, che vede nel "noleggio" di vasellame un nuovo filone per aumentare i consumi.

L'idea che in particolari occasioni trova già applicazione in altri settori merceologici, potrebbe aprire impensabili possibilità, sia per i notevoli consumi che ne deriverebbero a causa dell'usura, sia per l'implicita creazione di un mercato di "seconda mano", preludio ad un più solido e diretto approccio con l'argenteria di nuove fasce di utenti.

Il prossimo appuntamento è comunque con la Promosilver, con quelle convergenze di idee ed intenti che potrebbe sfociare in efficaci campagne collettive: gli argentieri di tutto il mondo, anche se con lingue diverse, parlano infatti degli stessi problemi e nutrono le stesse speranze.

Una serie di ciondoli con diamanti progettati per fruitori maschili. Giollaro. (a sinistra)

Portafoto in argento e pietre massive. Gabriele De Vecchi.

MACEF - IL TRASLOCO

Definire "Salone della Gioielleria" la sezione che il Macef riserva a questa produzione francamente ci sembra eccessivo. Sparpagliati tra balconate e passaggi di recupero, disseminati su aree toruosamente e insufficientemente collegate, gli stand degli orafi rivelano con l'evidenza dei fatti ciò che la categoria rappresenta nella grande Mostra: ospiti e nulla più.

Ma ecco spuntare un "Salone degli Orologi" che al suo debutto già si presenta con un assetto di tutto rispetto. Un trattamento di privilegio per una categoria che conta di più?

No. Semplicemente, gli orologiai sono meglio organizzati, più compatti e coerenti nel perseguire la loro politica fieristica; hanno un referente che si è fatto carico dei loro interessi, che li difende, che è autorizzato ad accostarsi al tavolo delle trattative facendo sentire il peso di espositori disposti a seguire i suoi suggerimenti.

Gli orologiai erano da tempo scontenti dell'edizione vicentina di gennaio; i compratori esteri e i grossisti che tradizionalmente la frequentano non incontravano i loro interessi commerciali, puntati sul dettaglio italiano, e la decisione di abbandonarla in blocco è stata unanime.

Alla guida della defezione, Franco Tollardo, lo stesso che a suo tempo aveva promosso la loro presenza a Vicenza. Così commenta l'avvenimento "Oltre al salone di settembre, il solo che a Vicenza interessasse agli orologiai, si era dovuto "ob torto collo" accettare anche quello di gennaio perché nella logica dell'Ente Fiera la doppia presenza era pressoché obbligatoria se ci si voleva assicurare una certa stabilità espositiva. Ma se fino a qualche tempo fa in migliori condizioni di mercato qualche sacrificio era tollerabile, alla luce dell'attuale recessione non è più possibile sostenere situazioni di debolezza. Lo spostamento di interessi da Vicenza a Milano non costituisce quindi che una normale risposta alla legge di mercato che impone di eliminare o sostituire un prodotto che non funziona più.

La gioielleria subisce mentre l'orologeria impone. Come mai? Il segreto sta nella coesione.

"Abbiamo riscontrato - continua Tollardo - che le date del Macef sono più confacenti essendo indirizzato al dettaglio; che qui affluiscono anche quei compratori del sud assenti a Vicenza; che è di forte richiamo per la vastità della sua offerta merceologica e come "contenitore" degli orologiai potrebbe dunque rivelarsi assai più conveniente. Ci sono ovviamente anche degli aspetti negativi, a partire dalla sua brevità che indubbiamente penalizza gli orologi così come la gioielleria ma non è da escludere che col tempo qualche modifica non possa intervenire in nostro favore".

"Consideriamo questa prima esperienza un sondaggio; per ora l'appuntamento con Milano è solo per febbraio e sarà rispettata la presenza autunnale a Vicenza, poi si vedrà. Le indicazioni circa dove e quante fiere si dovranno fare ce le darà il mercato".

E' dunque possibile esercitare condizionamenti facendo prevalere gli interessi di un gruppo di espositori su quelli di un Ente Fiera? Sì: gli orologiai, a quanto pare, l'hanno dimostrato.

"Questo può accadere, conclude Tollardo, perché a differenza della gioielleria in cui c'è una enorme frammentazione, nell'orologeria ci sono alcune aziende leader che trascinano le altre nella loro scia. Il principio che in futuro dovrà prevalere è che si devono fare delle Fiere per gli affari e non gli affari delle Fiere".

Un'inversione di rotta, dunque, che sarà attuabile solo se le varie categorie riusciranno a recuperare coesione e compattezza, affermando la propria autonomia e rivendicando il diritto a partecipare alle scelte anziché subire imposizioni.

Corallo rosato, oro giallo e diamanti: li accoglie un movimento sinuoso, ondulato. Arata Gioielli.

IL FASCINO DI ISRAELE

La storia della gioielleria di Israele è tutta da scrivere, con il suo scontato sviluppo favorito dalla presenza di una specializzatissima industria del taglio del diamante.

Dalle collezioni visionate a Vicenza balza con evidenza agli occhi che non si può ancora parlare di uno "stile" israeliano ma, forse proprio per questo, con la duttilità dimostrata nel seguire le correnti europee questo Paese finirà sicuramente con la conquista di uno spazio sui mercati internazionali.

Alla Conferenza Stampa di presentazione questa caratteristica è stata anzi sottolineata, insieme ad un'altra di importanza non certamente inferiore: la possibilità, attraverso Israele, di esportare verso gli USA, Paese che facilita l'ingresso dei suoi prodotti con agevolazioni fiscali.

Ci risulta che qualche azienda italiana stia già tentando la strada della joint-venture con prodotti israeliani: la loro manodopera è in continuo miglioramento, grazie anche alle scuole di preparazione professionale prontamente costituite; i diamanti sono già in casa: come non approfittare di coincidenze tanto favorevoli?

AURIADE: PREMESSE E PROMESSE

L'ultima nata si chiama "Auriade"; è alla sua terza edizione e - come si legge nella sua scheda tecnica - il salone è stato promosso da operatori del centro-Italia interessati a creare in questa zona un punto di incontro che più direttamente risponda alle loro esigenze.

La data del suo svolgimento è stata collocata a cavallo tra fine aprile e l'inizio di maggio che - secondo gli Organizzatori - oltre a coincidere con un lungo ponte festivo è anche un periodo nel quale dettaglianti e grossisti provvedono ai riassortimenti in previsione della stagione turistica.

A quanto abbiamo esposto non possiamo aggiungere alcun commento poiché non abbiamo visitato le precedenti edizioni e non ne conosciamo i risultati.

La tradizionale ospitalità abruzzese, sommata alla modernità delle attrezzature del complesso nel cui ambito si svolgerà Auriade danno, ad ogni modo, ampie garanzie sulla sua organizzazione. Traspare la voglia di vivacizzare la Mostra ad ogni costo, anche coinvolgendo gli stessi espositori, pregati di inviare cartoline-invito a tutti i loro clienti: è previsto un premio finale all'azienda che avrà smosso un maggior numero di visitatori.

Quanto invece ci incuriosisce - e moltissimo - è il prospettato ricorso ad una convenzione con la Bank Americard-Visa "al fine - dice il relativo comunicato - di agevolare l'incontro tra espositori ed operatori che non hanno mai avuto rapporti di lavoro facilitandone le eventuali trattative".

Pronta cassa anziché le solite dilazioni o, peggio ancora, controproducenti sospesi? Magari!

R.C.

Da Israele: interpretazione di un orecchino in oro e diamanti.

Sinuose, lineari e morbidamente avvolgenti: così le ultime creazioni per bracciali e collier disegnate da U. Delens per Ciarocchi. Modelli depositati.

ORONAPOLI SEGNALI POSITIVI

Quest'anno l'edizione del Salone Orafo di Napoli sarà la ventesima della ormai sua lunga storia e già l'Ente Fieristico che da anni gestisce direttamente lo show riceve numerose prenotazioni di vecchi e nuovi espositori.

Anzi, ci fanno notare che in questa "tornata" saranno più numerose che in passato le presenze di Aziende di Torre del Greco, produttrici dei famosi articoli in corallo, la cui lavorazione artigianale nell'area napoletana, iniziata massicciamente alcuni secoli fa, ha raggiunto veramente la perfezione.

Come sempre saranno presenti, con stand che espongono i lavori dei loro allievi migliori, la Scuola di Arte Orafa Napoletana e la Scuola di Arte Orafa Meridionale, due centri di insegnamento che aiutano i giovani a proseguire la ricca tradizione orafa campana preparandoli a un lavoro di sicuro interesse.

Da sottolineare che quest'anno Oronapoli ha leggermente anticipato il suo calendario e si svolgerà dal 30 aprile al 3 maggio.

Oronapoli '93 sarà sempre un momento di incontri qualificati, di programmazione e riscontri interessanti, a livello nazionale, posizionato come è dopo che le grandi Fiere, Vicenzaoro, il Macef e Basilea, avranno permesso ampi confronti a livello internazionale.

Luigi Bini

BASILEA RIBALTA PER BIG

Si svolgerà a Basilea, dal 22 al 29 aprile prossimi, la Mostra europea dell'orologeria e della gioielleria, che questa volta vedrà anche la partecipazione di Maison famose quali Bulgari, Tiffany, Chaumet e Royal Kopenhagen: nomi prestigiosi per una mostra che giustamente è considerata la più importante nel suo genere.

Particolare attenzione, come sempre, sarà rivolta alla vasta esposizione di orologi: le migliori marche, le nuove tendenze stilistiche, i meccanismi più originali, i materiali più pregiati nelle lavorazioni più nuove e raffinate.

Basilea si propone ogni anno come la vetrina delle novità e delle linee di tendenza più attuali, ma quest'anno con una marcia in più: la presenza appunto di grandi gioiellieri, che metteranno in mostra le loro creazioni anche nel settore dell'orologeria.

E già si parla di stand di grande spettacolarità, come quello di Tyffany, che riprodurrà la facciata della sua sede principale, nella 5th Avenue a New York; nonostante il momento particolarmente delicato che attraversa l'economia mondiale, i grandi nomi non rinunciano a fare di un gioiello, di un orologio, oggetti di sogno e simboli di distinzione, di raffinatezza, di gusto.

Basilea è la loro cornice ideale: più tardi occhieggeranno dalle vetrine più famose, offrendosi ai sogni... e alle imitazioni.

Su licenza della Warner Brothers, e quindi rigorosamente coperti da copy right, gli eroi dei cartoons sono trasformati in preziosi gioielli. Nella foto: gatto Silvestro adagiato al centro di un collier. Max Staurino.

JEDIFA 93

Quando si pensa ad Anversa si pensa alla capitale del diamante. Ma quest'anno si parlerà di Anversa anche come capitale culturale d'Europa e soprattutto come fiera internazionale dell'oreficeria, orologeria, gioielleria e pietre: JEDIFA, che riceve più di 10.000 visitatori, tutti dettaglianti, e che si terrà dal 12 al 14 del mese di settembre 93, sarà l'undicesima edizione.

Si prevede una presenza notevole ed importante di stranieri provenienti dai paesi del Nord Europa come Germania, Danimarca, Norvegia, Finlandia, Olanda, Islanda, Irlanda ed Inghilterra. E' da ricordare che Anversa si trova nel cuore della zona d'Europa con più alto potere d'acquisto.

Il 1993 è il primo anno dell'unione Europea ed è stata Anversa ad essere eletta la sua capitale culturale; in questa occasione, gli organizzatori di JEDIFA hanno deciso finalmente di aprire le porte delle fiera ad espositori Europei mettendo alla loro disposizione una parte degli stand.

L'Italia sarà rappresentata da una decina di prestigiose ditte di altissimo livello dal punto di vista artigianale e creativo.

L'organizzazione del padiglione italiano è stata affidata a Claude Mazloum, specialista internazionale nel campo della gioielleria e grande conoscitore dei due paesi

Paolo Pellegrini

Sfere d'oro e diamnti legati da maglie in un simpatico e portabile collier di Recarlo

Spilla in oro con diamanti e zaffiri. Franco Cantamessa (sopra)

Franco Cantamessa

EUROPA ANCORA LONTANA

Promosso dalla Associazione Orafa Valenzana e realizzato in collaborazione con il Banco Ambrosiano Veneto un convegno sulle discipline tributarie alla luce del Mercato Unico Europeo

Non è facile, ma cercheremo di presentare una sintesi di quanto è stato detto Cominciamo dall'oro in prestito d'uso, un tema che è stato trattato da diversi punti di vista. Il primo ad affrontare l'argomento è stato il Dr. Ermanno Ferretti del Banco Ambrosiano Veneto, un Istituto attraverso il quale passano circa 30 tonn. d'oro, 12 delle quali con la formula del prestito d'uso e quindi particolarmente informato sulle normative che regolamentano questa pratica.

Come è noto il prestito d'uso si ottiene senza l'obbligo di autorizzazione valutaria e limita per le aziende i rischi derivanti dalla fluttuazione del prezzo dell'oro. Oggi la formula è applicata oltre che ai fabbricanti piccoli e grandi, anche ai commercianti. E' possibile anche il prestito d'uso a breve termine, per cicli di lavorazione anche di soli 28 giorni per la consegna. Particolare attenzione è stata posta sul tipo di contratto che regola questa materia. Secondo il Prof. Giulio Tremonti, è un "contratto tipico" e per questo conta di più il rapporto sottostante alla definizione (nomen juris) che viene data. Occorre allora verificare se si tratta di un contratto estimatorio - tipico l'esempio del libraio che restituisce i libri invenduti, che non si adatta però all'orafo - oppure di comodato.

Ma mentre il comodato è gratuito non lo è invece il prestito d'uso; inoltre - contrariamente a quanto avviene nel comodato che prevede la restituzione del bene - l'orafo non lo rende affatto. Sembrerebbe più corretto definire il prestito d'uso un mutuo, perché di fatto è un finanziamento e non uno scambio.

In questo caso nelle registrazioni contabili l'oro non dovrebbe però figurare come merce di magazzino, così come non si iscrivono titoli dati a pegno o garanzia e che quindi non costituiscono proprietà.

Interessanti anche le precisazioni del Dr. Di Dato. La Banca - ha affermato - non deve fatturare se si tratta di finanziamento, perché l'oro è bene merce, ma il finanziamento in sé non è rappresentativo di bene merce. E' opportuno comunque tipizzare il contratto di prestito d'uso in modo da poter applicare, secon-

In veste di relatori hanno partecipato al Convegno: Ermanno Ferretti e Cesare Ricci, rispettivamente Direttore dell'Area Piemonte e della Filiale di Alessandria del Banco Ambrosiano Veneto; Rodolfo Di Dato, consulente fiscale della Confedorafi; Gaetano Cavalieri; Giulio Tremonti, Ordinario di Diritto Tributario dell'Università di Pavia.

do il tipo di contratto, la normativa fiscale relativa.

NORMATIVA CEE

Riguardo la normativa CEE, Di Dato ha subito introdotto il tema dicendo che è vero che questa è entrata in vigore con il primo di gennaio, ma è anche vero che le direttive sull'oro non sono state ancora discusse e approvate.

Mentre la libera circolazione delle merci ormai di fatto esiste, resta in attesa di soluzione il problema dell'IVA sull'oro e quello del controllo sul titolo dell'oro e relativa punzonatura.

Ma i mutamenti ci sono e sostanziali: gli acquisti e le vendite da ora sono definiti acquisti e concessioni intercomunitarie. I controlli avverranno attraverso metodi informatici centralizzati cui possono accedere tutti i Paesi membri.

In Italia siamo in grande ritardo: l'operatore deve prevedere l'applicazione di norme dal primo gennaio e non le ha conosciute fino al 31 dicembre.

La sesta direttiva prevede alcuni obblighi: gli operatori internazionali devono comunicare reciprocamente un loro numero di codice internazionale, costituito da partita I.V.A. più codice alfabetico che individua lo stato di appartenenza.

Sparisce la bolletta doganale e l'acquirente deve annotare la fattura nel registro acquisti e fatture emesse.

La fattura avrà numerazione separata. Il cambio sarà rapportato alla data di emissione della fattura. I tempi per la compilazione degli elenchi riepilogativi sono molto ristretti: primo mese successivo al trimestre fra i 50 e i 150 milioni, mensile sopra ai 150 milioni.

E la bolla di accompagnamento? Per ora in Italia non è stata eliminata e ciò provoca disparità all'interno della Comunità Europea. Si spera che il Legislatore provveda presto a rimediare.

MINIMUM TAX

Una vera e propria ovazione ha salutato il commento del Prof. Tremonti che - ha affermato - questa tassa ci riporta al Medioevo.

La materia è complessa, anche di difficile interpretazione e molti operatori dovranno sicuramente ricorrere ad un esperto per la sua comprensione.

Non ci dilunghiamo sull'argomento perché l'Associazione Orafa Valenzana nel fascicolo di gennaio di AOV Notizie ne ha dato una dettagliata illustrazione e rimandiamo pertanto gli interessati alla citata pubblicazione.

Il Convegno - che come abbiamo visto verteva su materie piuttosto ostiche per la maggior parte dei presenti ha tuttavia tenuti inchiodati al loro posto per tutta la sua durata.

Tra loro, naturalmente, moltissimi commercialisti che sono intervenuti con domande, precisazioni o diverse interpretazioni della legge o esternando non poche perplessità.

Per finire, il chiarissimo contributo di Gaetano Cavalieri che ha parlato delle direttive C.E.E. in materia di controllo sui metalli preziosi. "l'Italia, ha ricordato, detiene una quota del 70% sul prodotto orafo europeo, quindi i nostri interessi devono essere difesi in sede di armonizzazione per non essere penalizzati da obblighi che potrebbero rallentare la produzione.

Conclusioni? Pareva che con il fatidico '93 le cose si semplificassero ma a quanto pare non è proprio così. Le direttive che riguardano gli orafi sono ancora in alto mare e non sono previste soluzioni fino al '96.

Attentamente seguito da orafi e commercialisti, il Convegno si è svolto sull'arco di una intera giornata.

BEATI
I PRIMI

Una Mostra permanente riservata ai Grossisti. In vetrina la produzione di 90 fabbricanti che hanno scelto l'anonimato. E' garantito un periodico rinnovamento di modelli. Arrivare tempestivamente per assicurarsi vantaggiose esclusive.

"Questa mostra è un'idea più che valida perché anche grazie ad essa vengono precisati alcuni ruoli e viene specialmente messa in evidenza una scelta coerente che ogni azienda dovrebbe già compiere a monte: definirsi produttori, grossisti o dettaglianti è importante quanto essere pronti ad assumere i rischi e le responsabilità derivanti dal proprio ruolo".

Queste le parole di Morgantini, Presidente della Federgrossisti, che ha gratificato con la sua presenza l'inaugurazione della Mostra Permanente, avvenuta ai primi di febbraio.

Una Mostra Permanente, superspecializzata, con sede in Valenza, nella palazzina dell'Associazione Orafa, ed è aperta tutti i giorni feriali; per accedervi, basta qualificarsi come grossisti, documentando la propria attività. Si potrà così prendere visione delle vetrine, rigorosamente anonime, nelle quali al visitatore è offerta una soddisfacente selezione sia di gioielli preziosi ed esclusivi che di oggetti appartenenti a fasce di prezzo differenziate, nonché una vasta scelta tra opere in montatura.

Il grossista potrà poi prendere direttamente contatto con il produttore senza l'intervento di alcun intermediario.

Questo è uno dei tanti servizi che l'Associazione Orafa Valenzana rende al comparto orafo e naturalmente anche agli stessi

Il Dr. Nazareno Morgantini, Presidente della Federgrossisti Orafi.

grossisti. E la stessa Associazione, ospitando la mostra nella sua Palazzina, fa da filtro e da garanzia, consentendo l'ingresso soltanto ai grossisti.

I produttori che partecipano alla mostra - circa 90 - sono fabbricanti "puri", che hanno scelto di produrre oggetti che altri proporranno al dettagliante.

I gioielli esposti, secondo una clausola dello Statuto, vengono rinnovati ogni quattro mesi e sono previste altrettante manifestazioni "clou" per presentare i nuovi campionari: chi vorrà assicurarsi vantaggiose esclusive dovrà cogliere tempestivamente gli inviti a visionare le novità.

I produttori si offrono quali autentici e affidabili collaboratori perché, cercando di intuire e anticipare le tendenze, propongono al commerciante oggetti in sintonia con quanto il mercato richiede: il rapporto tra queste due categorie, che operano quindi in strettissima connessione e sono complementari, deve essere regolata dalla fiducia e dall'onestà reciproche.

Possiamo quindi affermare, d'accordo con Morgantini che è giusto ed importante spingere la ricerca del rinnovamento nel design e nella modellazione, ma ci sia consentito di esprimere anche una nostra opinione: è altrettanto importante che le aspettative di queste aziende non vengano deluse poiché - lavorando in esclusiva per i grossisti - si attendono un riscontro anche in termini di ordini, che dovrebbero essere quantitativamente proporzionati all'impegno e alla professionalità di cui le aziende non sono certamente avare.

I budget destinati al periodico rinnovo dei modelli sono infatti piuttosto considerevoli e giustificati solo se al prototipo fa seguito una congrua produzione.

E' con questo spirito di collaborazione che tra grossisti e fabbricanti potranno evolversi duraturi e soddisfacenti rapporti.

Dalle vetrine della Mostra Permanente: oggetti destinati ai grossisti. Per conoscere i nomi dei produttori, rivolgersi all'Associazione Orafa Valenzana o, meglio, visitare la Mostra, aperta esclusivamente ai grossisti in tutti i giorni feriali.

STUDIO PHOTOCHROM - VALENZA
CLASPS
CIERRES
FERMOIRS
CHIUSURE
SCHLIESSEN
Taverna & C.
15048 VALENZA PO (Italy) Viale Repubblica, 3 - Tel 0131 - 924340 Fax 0131 - 947011

Gioielli del Novecento

La Casa Editrice Electa ha recentemente pubblicato un elegante volume dal titolo "Gioielli del Novecento", che illustra con ricchezza di particolari il percorso artistico e culturale dell'arte orafa e della gioielleria nel nostro secolo, così inquieto e rivoluzionario.

Nella prima delle due sezioni in cui si articola il libro, il saggio introduttivo di Annamaria Massinelli racconta come è avvenuto il graduale passaggio dall'Art Noveau al gioiello d'artista e come compie un appassionante excursus attraverso le sperimentazioni archeologizzanti, lo stile ghirlanda, il Liberty, passando dall'Art Decò, le fantasie geometriche e i gioielli convertibili di Van Cleef & Arpels.

Non è trascurata la nascita dell'American Style con i fasti hollywoodiani, del made in Italy e della sperimentazione artistica che vede Arnaldo e Giò Pomodoro, Bruno Martinazzi e tanti altri, impegnati nelle ricerche sulle textures, sulle forme che diventano sempre più astratte e concettuali, sull'esaltazione della materia attraverso particolari effetti di irregolarità: la storia del gioiello nasce veramente da un magico intreccio tra arte, moda e storia.

Lodovica Rizzoli Eleuteri, curatrice del libro, si sofferma su quei gioielli che per la loro particolarità definisce "straordinari": una qualità che va oltre l'importanza mercantile, oltre l'opulenza e il fascino intrinseco e che consiste nella capacità di un gioiello di esprimere in trasparenza le valenze artistiche e storiche della cultura che lo ha prodotto.

Non tutti i gioielli possiedono in maniera forte e chiara questa caratteristica e solo alcuni diventano testimonianze irripetibili del loro tempo.

Nella seconda sezione, le splendide foto di Alessandro Parenti ci mostrano i capolavori dei primi vent'anni del secolo, degli anni venti e trenta, e degli anni quaranta-sessanta.

Una Panoramica sulle opere dei più grandi e famosi gioiellieri del nostro secolo: Cartier, Mauboussin, Boucheron, Fouquet, Van Cleef & Arpels, Tiffany, Bulgari, solo per citarne alcuni. Qua e là, nelle didascalie e tra le immagini dei gioielli, nomi e fotografie delle fortunate che ispirarono e indossarono i gioielli più famosi.

Un libro rigoroso e attento nella parte saggistica, ricco di foto e preciso nelle descrizioni: un'opera interessante e coinvolgente per chi vive e lavora nell'affascinante mondo dei gioielli d'autore.

"Gioielli del Novecento"
Editrice:
Electa - Elemond Editori Associati.

Bracciale:
Van Cleef & Arpels

La cura delle pietre

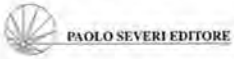
Così come un tè con gli amici, uno dei tanti possibili momenti d'incontro con gli altri, può essere sprecato perché consumato in fretta, anche il possesso di una pietra preziosa può trasformarsi da occasione di contatto con una scheggia di infinito a pretesto per ostentazione, esibizionismo che ha le sue radici inattaccabili nel consenso degli altri.

Paolo Severi, nel suo libro "Pietre che curano", sostiene che non ci sono ricette. Ci invita comunque a partecipare all'armonia dell'universo attraverso le pietre preziose, che comunicano emozioni, hanno degli effetti innegabili sul corpo umano.

La conoscenza delle proprietà terapeutiche e del significato recondito dei cristalli non ci salva dal "mal di vivere": la carica di energia sprigionata dalle pietre preziose, quel loro essere concreta materia e insieme luce allo stato puro, può però servire a ricordarci che anche l'uomo partecipa al mistero dell'universo.

Paolo Severi

tagliatore e mercante di pietre preziose, divulgatore e fotografo di gemmologia, creatore di strani gioielli un po' magici, Paolo Severi spiega il suo punto di vista su proprietà terapeutiche e affinità zodiacali delle pietre preziose.



Un messaggio in sordina

Che cosa spinge il consumatore a scegliere proprio "quel" gioiello tra i tanti che cercano di sedurlo dietro rilucenti vetrine?

Uno speciale e indefinibile appeal, favorevoli concomitanze, materializzata visione di un oggetto sempre cercato, la sua accessibilità? Potremmo continuare all'infinito con motivazioni diverse e altrettanto valide, scomodando indifferentemente Freud... o Giuliano Amato.

Innegabilmente però al di là di valenze puramente soggettive, il richiamo di un gioiello è riconducibile anche ad altre componenti quali ad esempio la notorietà di chi lo propone. Ma la griffe non è un elemento a sè stante anzi costituisce un "plus" solo se fa parte di un contesto nel quale le peculiarità di un gioiello, il modo con cui vengono comunicate al consumatore e altri contenuti si equilibrano in un complesso mix.

E per comunicazione non si allude certo agli annunci pubblicitari che cercano di focalizzare l'attenzione unicamente sul prodotto ma a tutta quella serie di segnali coi quali il consumatore è stuzzicato anche indirettamente.

Alfieri & St. John ad esempio, oltre alla classica pubblicità sui più diffusi media ha fatto largo ricorso anche a più sottili forme di dialogo, con incursioni anche in un settore come la moda, limitrofo e complementare.

Un esempio è la partecipazione al Premio "L'Occhio d'Oro" che una Giuria composta da star del giornalismo internazionale ogni anno conferisce alla miglior firma della moda italiana. Si è limitata a creare il trofeo e a consegnarlo al vincitore: nessun accenno al prodotto ma il marchio innegabilmente ci guadagna in notorietà che si riverbera, attraverso i rotocalchi di moda e attualità, anche sui consumatori.

LE CALZE SUI MURI
(e i gioielli nel cassetto)

Ridono i muri, ha detto il fotogiornalista Ferdinando Scianna, parafrasando Dante, nel corso della conferenza stampa che ha presentato la mostra "Le calze sui muri", all'Arengario di Milano dal 5 al 21 febbraio scorso.

Hanno riso senz'altro i muri che hanno ospitato nel corso di decenni questi manifesti pubblicitari sulle calze: osservando le tante donne che si sono immaginate al posto delle modelle, dipinte o fotografate, dalle gambe lunghe e nervose, tornite e volteggianti, e sempre seducenti e allusive; e i tanti uomini che con inconsapevole stupore hanno scoperto sui muri come e quanto fossero cambiate le loro compagne che, da oggetto di desiderio, abili nel gioco dello "svelar velando", si sono imposte come soggetti e protagoniste degli eventi.

Una trasformazione documentata ancor più chiaramente dalla rassegna di spot TV che in 33 minuti ci fa passare in maniera del tutto naturale dal classico maschio latino che commenta: "Omsa, che gambe!" all'aggressiva Kim Basinger che trasforma un pedante poliziotto in un bamboccio disorientato, usando le armi dell'ironia e della seduzione.

La donna che ci sorride dai manifesti, dalle cartoline, dagli spot TV di cui è ricca questa mostra è comunque e sempre femminile e creativa, e certamente dedica la stessa attenzione alla scelta delle calze e dei capi di abbigliamento, agli oggetti preziosi di cui si orna, poiché le considera tutte forme di espressione della sua personalità.

Seguire l'evoluzione del mondo femminile, i capricci ma soprattutto il modo con cui si manifestano è quindi un dovere anche per chi si occupa di gioielleria: bisogna creare nuovi stili, osare nuove forme.

E' importante, insomma, suscitare la curiosità delle donne, catalizzare la loro attenzione: perché è vero che le calze sono finite anche sui muri, ma i gioielli non restano certo nel cassetto.

M.F.F.

Laura Shiffer, Giorgio Armani e Ilaria Furlotti della Alfieri & St. John, insieme per l'assegnazione de "L'occhio d'oro".

DAVIDE & GOLIA

Quale pensiero può attraversare la mente di un artigiano per vocazione che in ogni oggetto trasmette un po' della sua cultura orafa, quando ha finalmente tra le mani la perfetta materializzazione di un'idea dapprima affidata alla carta e vista più progressivamente crescere tra esperte mani?

Compiacimento, possiamo immaginare. Ma anche gratificazione, più che legittimo orgoglio e soprattutto la piacevole sensazione di essere riuscito veramente a concretizzare "qualcosa" con un suo particolare segno.

Orologio-gioiello di Luciano Tinelli.

E se un'Organizzazione Internazionale invita ad un Concorso, perché non prendervi parte con quel pezzo, quando si è onestamente consapevoli di aver toccato la perfezione?

Questo deve avere pensato Luciano Tinelli leggendo che a New York nell'ambito della celebre Mostra, una giuria di dettaglianti avrebbe preso in considerazione le novità dell'orologeria. Neppure per un attimo si è arrestato ad immaginare i nomi dei "grandi" che avrebbero colto la stessa opportunità per emergere da un giudizio sicuramente severo: incartato l'orologio (Tinelli è uno specialista di Valenza in gioielli-orologio) senza esitazione l'ha spedito oltreoceano.

Mentre scriviamo non ci sono noti i particolari di quanto è avvenuto, né come si è svolta la selezione e quali sono le motivazioni che hanno portato la giuria alle sue scelte; sappiamo però per certo che Luciano Tinelli è un "vincente".

Tra tante famose griffe, il suo prezioso orologio ha trasmesso l'umile ma autentico messaggio di grande artigianalità che gli era stato affidato, ed eccolo vedette tra le vedette.

SANGUE SUI GIOIELLI

Nel corso di una tentata rapina perde la vita Pietro Rigari

"Periferia di Torino: muore orafo assalito dai banditi".

E' con queste scarne parole che potrebbe essere sintetizzata la drammatica corsa verso la morte di un nostro collega, un altro nome che si aggiunge alla lunga lista di chi ha perso la vita nell'espletamento del proprio lavoro.

Si chiamava Pietro Rigari, era un commerciante di preziosi di San Salvatore Monferrato, aveva 53 anni.

E' stato ucciso da un'auto con banditi a bordo che, armi puntate dai finestrini, lo avevano affiancato intimandogli di arrestarsi. Ha reagito, ingaggiando una fuga con gli inseguitori che, implacabili, lo speronavano mandandolo fuori strada.

La rapina non è stata messa in atto perché l'incidente aveva ormai richiamato altri automobilisti, ma nell'incidente Pietro Rigari ha perduto la vita e a nulla è valsa la disperata corsa al più vicino ospedale.

Era Presidente dell'AIDO (Associazione Donatori di Organi) e faceva parte dell'Avis: una vita

dedicata, oltre che al lavoro, al volontariato e per questo ci sembra ancor più drammatico l'epilogo della sua vita intessuta di coraggio e generosità, di un costante impegno verso il bene civico.

E, con il cordoglio, si fanno strada amare riflessioni.

Chi difende persone come queste? Chi ci difende?

Sappiamo che il nostro è un mestiere a rischio ma ogni volta che la cronaca porta alla ribalta atti di efferatezza contro orafi, siano essi colleghi speronati da un'auto in corsa o dettaglianti inchiodati con un colpo di pistola nel loro negozio, l'angoscia ci stringe come una morsa.

E dopo le aggressioni - anche se fortunatamente non sempre concluse con la morte - gli altri rischi da fronteggiare: incancellabili conseguenze di carattere psicologico, il recesso da parte delle compagnie di assicurazioni e la beffa di sapere liberi e impuniti aggressori e ricettatori, che magari sono tra noi.

In una civiltà d'immagine e di facciata come la nostra con ogni probabilità presso questi sinistri personaggi viene presto represso, quando c'è, anche ogni rimorso, ripagato dal benessere derivante da quei quattro soldi sporchi di sangue.

Franco Cantamessa

UN NOME DA RICORDARE

Tragicamente scomparso Ivo Misani, un gioielliere che diede una personalissima impronta alla gioielleria contemporanea

Quegli oggetti così lontani da ogni schema e così gioielli, quei materiali così insoliti, il perspex, le sature colorazioni della baddelyte, quelle spesse lamine d'oro variamente accartocciate e sulle quali si posavano, provocatoriamente, dei piccolissimi brillanti, tutto concorreva a fare delle opere di Ivo Misani qualcosa di superbamente soggettivo.

"Mi piacerebbe fare qualcosa con i valenzani, mi disse una volta. Quel loro modo così particolare e lieve di combinare il prezioso mi affascina, sento che con loro potrei raggiungere risultati davvero speciali". Ma non ne ebbe il tempo.

Né lo soddisfò un tentativo di collaborazione instaurato con una grande casa vicentina; Misani era un *outsider* di cui non si poteva imbrogliare il pensiero, contenere la dirompente fertilità ideativa, più orientata verso la personalizzazione di gioielli per opinion-leader già in sintonia con lui che non verso l'educazione di consumatori troppo lontani dal suo stile.

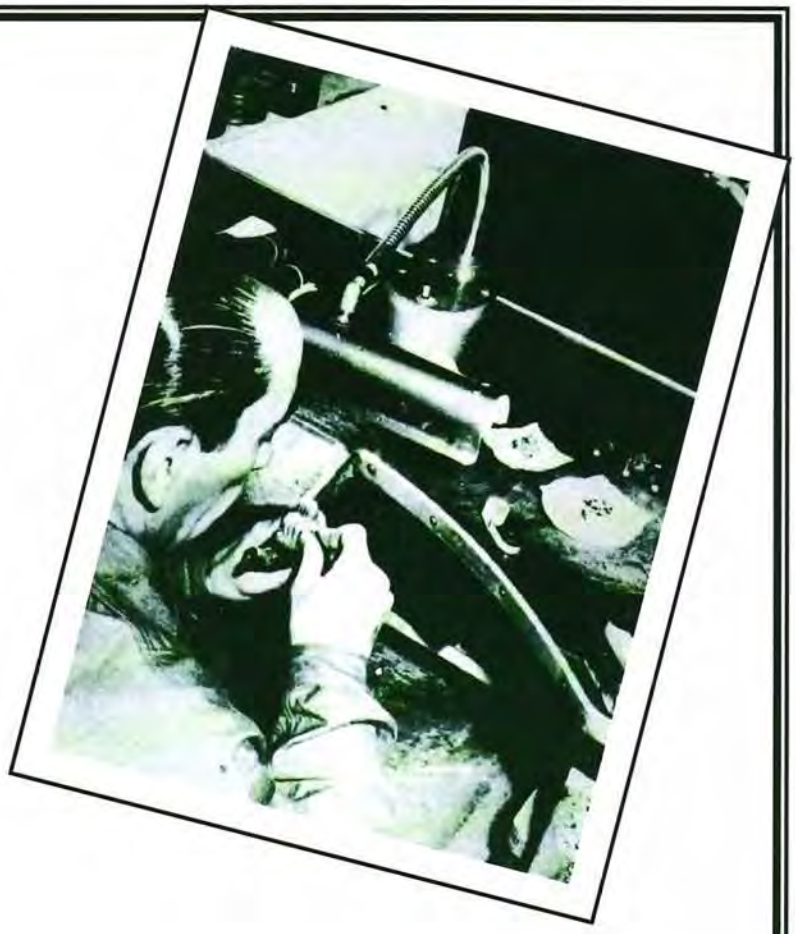
Il suo negozio a Milano, con le sue vetrine affacciate sulla piazzetta del Liberty, era un invito permanente a visionare l'insolito e lo straordinario. Qualcuno neppure definiva gioielli quei soprammobili, quegli orologi e neppure quelle collane e quei bracciali dal disegno così graffiante, così unico. Ma gioielli erano, e bellissimi: non opere da guardare ma da indossare.

Fortunatamente condusse dei Corsi-seminario sul design e, con autentica sincerità, ci auguriamo che qualcuno che fu suo allievo possa un giorno riannodare quel filo che con lui si è spezzato. Non sarà facile perché Misani ha dato moltissimo alla gioielleria contemporanea, aprendola a esplorazioni nelle quali altri - magari con maggiore profitto economico - si sono a loro volta incanalati contribuendo alla costruzione di un filone decisamente atipico fino ad un decennio fa.

Ivo Misani non è scomparso: se ne è andato. Intuito dietro il segnale di un male incurabile l'inesorabile approssimarsi della fine, non ha voluto attendere. E' uscito dalla comune ma da protagonista.

Rosanna Comi

una nuova opportunità per il commercio all'ingrosso



RASSEGNA FABBRICANTI ORAFI

ESPOSIZIONE PERMANENTE

di oreficeria e gioielleria
riservata ai grossisti orafi muniti di Licenza di P.S.

Valenza

Piazza Don Minzoni, 1
dal lunedì al venerdì
(9:00/12:00 - 14:30/17:30)

RAFO

Promotion: **AOU SERVICE s.r.l. - 15048 Valenza (AL) Piazza Don Minzoni, 1**
Tel. 0131/953221-941851 Telefax 0131/946609

Fiera Adriatica

S.S. 16 - km. 432 PESCARA Nord - 64029 SILVI MARINA (TE) - Tel. 085/93581 (30 linee r.a.) - Fax 085/932653

29 APRILE - 3 MAGGIO '93

Terza Edizione

ÀURIADE

MANIFESTAZIONE RISERVATA AGLI OPERATORI DEL SETTORE

Fiera dell'Oreficeria, Gioielleria, Orologeria, Pietre Preziose, Forniture ed Attrezzature Settoriali, Arredatori del Settore, Assicuratori, Editoria

APRILE 29 GIOVEDÌ
APRILE 30 VENERDÌ
MAGGIO 1 SABATO
MAGGIO 2 DOMENICA
MAGGIO 3 LUNEDÌ

Un ponte d'Oro...

SE.R.IM. "D"

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA
SE.R.IM. "D" srl
SERVIZI REALI ALLE IMPRESE

PER INFORMAZIONI E PRENOTAZIONI: TEL. 085/93581 30 LINEE r.a. - FAX 085/932653

progettazione grafica: A. CORNELI • realizzazione: grafica SIVA

COUPON VALIDO PER L'INGRESSO E PARCHEGGIO GRATUITO

ÀURIADE

VALIDO DAL 29 APRILE AL 3 MAGGIO '93

Fiera Adriatica

nome _____ cognome _____

via _____ città _____

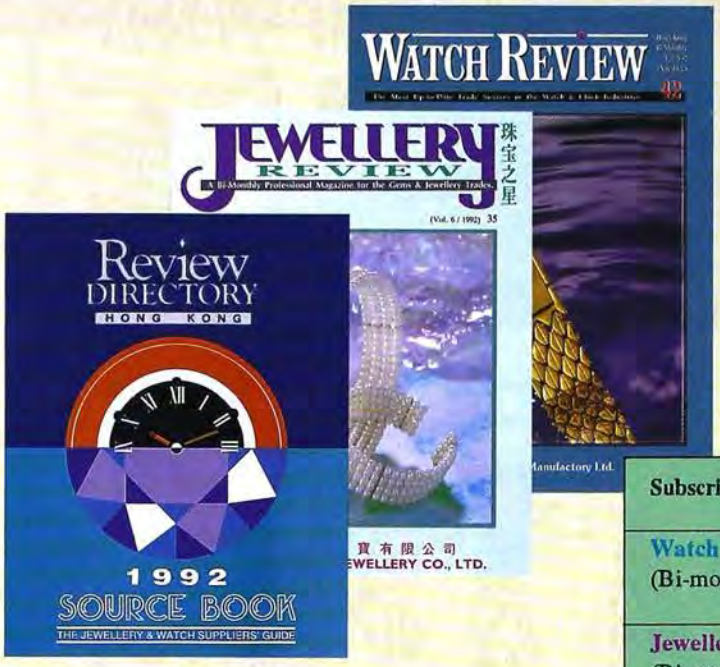
campo di attività _____

Fiera Adriatica

ATTENZIONE: Il presente COUPON consegnato in biglietteria, da diritto alla TESSERA VIP. RISERVATO AI PRODUTTORI E OPERATORI MUNITI DI LICENZA DI P.S.

Unbeatable Trade Partner

The Most Comprehensive Information That Keeps You Ahead of Competition



WATCH REVIEW and JEWELLERY REVIEW provide everything you want to know about the watch and jewellery business. Each issue of about 320 & 220 pages respectively are packed with the most up-to-date industry news, in-depth product stories, the latest designs in the market as well as advertisements. Subscribe today to WATCH REVIEW and JEWELLERY REVIEW to boost your sales and be ahead of competition.

If you are looking for detailed information of the watch and jewellery suppliers, REVIEW DIRECTORY is what you need. Names, addresses, product lines, contact person, price range and annual sales volumes of more than 1,800 manufacturers and suppliers are clearly listed in this 400-page RD'92.

Subscription Rates	Year (Issues)	Hong Kong	By Airmail	
			Asia	Outside Asia
Watch Review (Bi-monthly)	1 (6)	HK$ 420	US$ 100	US$ 120
	2 (12)	HK$ 768	US$ 180	US$ 216
	3 (18)	HK$ 990	US$ 270	US$ 324
Jewellery Review (Bi-monthly)	1 (6)	HK$ 210	US$ 60	US$ 90
	2 (12)	HK$ 384	US$ 108	US$ 162
	3 (18)	HK$ 495	US$ 144	US$ 216
Review Directory	Yearbook '92	HK$ 320	US$ 55	US$ 66

The above rates are effective from 01 January 1993

For Faster Services :
Europe call Germany, (211) 343 237 or Fax: (211) 343 556
North America call, (818) 700 6920 or Fax: (818) 700 6921

For futher information or advertising details,
please contact us by :
Phone : (852) 511 6077 Fax : (852) 507 5855

Subscription Form

I would like to order ☐ WATCH REVIEW ☐ JEWELLERY REVIEW Date:_____

starting from Jan/Mar/May/Jul/Sep/Nov, 19_____for ☐ 1 year ☐ 2 years ☐ 3 years and / or

☐ REVIEW DIRECTORY '92. Please send_____copy/copies for each edition.

Amount : US$/HK$ _____

Subscription Fee is paid by :

☐ Check enclosed
*(Payment should be made payable to **Brilliant-Art Publishing Ltd.**)*

☐ Credit Card ☐ AMERICAN EXPRESS ☐ VISA ☐ MasterCard
(Rate : US$ 1.00 to HK$ 7.80)

Card #|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|

Expiry Date_____

Signature: _____ Date: _____

Main Product Lines :

☐ Watch ☐ Jewellery
☐ Clock ☐ Coloured Stone
☐ Parts ☐ Pearl/Gold
☐ Others_____

Subscriber's Details:

Nature of Business :

☐ Importer ☐ Exporter ☐ Wholesaler
☐ Retailer ☐ Manufacturer ☐ Agent
☐ Others _____

(Your Name Card attached is preferable)

Name: _____

Job Title: _____

Company: _____

Address: _____

_____

City & State: _____

Country & Zip Code: _____

Phone: _____ Fax: _____

Please send to **G.P.O. Box 985 Hong Kong** or Fax to **(852) 507 5855**

Si risparmio Si ecologia No bombole No scoppio No tossico

Le saldatrici ossidriche PIEL (generatori di gas idrogeno e ossigeno separati) sono il sistema più intelligente, sicuro e moderno di avere gas pulito ed economico.
Prodotte in una vasta gamma di modelli, soddisfano le esigenze di tutti i settori dell'industria e dell'artigianato: arredamenti metallici, lampadaristi, oggettistica, vetrerie, oreficerie, occhialerie ecc. eliminando l'uso delle scomode, pericolose e costose bombole di gas compresso.
Tutta la tecnologia PIEL al servizio dell'ambiente: un modo intelligente per risparmiare.

PIEL

Tecnologia, Ecologia

56025 PONTEDERA (PI) ITALY - Via Turati, 18
Tel. (0587) 290464 - Fax (0587) 291688

CENTRI ASSISTENZA PIEL:

ITALIA NORD-OVEST	Valenza	**0131/955252**
ITALIA NORD-EST	Vicenza	**0424/72682**
ITALIA CENTRO	Arezzo	**0575/410102**
COSTA TIRRENICA	Pisa	**0587/291688**
COSTA ADRIATICA	Macerata	**0733/638938**

2

VALENZ

Mostra di gioielleria
e oreficeria.
Riservata agli operatori del settore

AOV Service srl
15048 Valenza (AL) Italy - Piazza Don Minzoni, 1
Tel. 0131/941.851 - Fax 0131/946.609

6 OTTOBRE

GIOIELLI

Jewelry exhibition
for trade only

Book your free taxi to Valenza

L'IMMAGINE ESCLUSIVA DELLA VOSTRA GIOIELLERIA
CON UN ARREDO PERSONALIZZATO

PROGETTI E PREVENTIVI A RICHIESTA

LA LINEA

Via Ponteboccale, 57 - 46029 Suzzara (Mantova) tel. 0376/533009

BUSINESS CARD

Art Line snc
Fabbrica gioielleria

15048 Valenza - Via Martiri di Lero, 9
Telefono (0131) 974275
1131 AL

Bajardi Luciano snc
Fabbrica gioiellerie
Export

15048 Valenza - Viale Santuario, 11
Telefono e Fax (0131) 941756

Baldi & C. snc
Fabbrica oreficeria
Gioielleria

15048 Valenza - Viale Repubblica, 60
Telefono (0131) 941097
197 AL

Balduzzi, Gulmini & Fusco
Chiusura per collane

15048 Valenza - Viale B. Cellini, 28
Telefono (0131) 953261

Giuseppe Benefico
Brillanti
Pietre preziose - Coralli

20124 Milano - Piazza Repubblica, 19
Telefono (02) 6552417
15048 Valenza - Viale Dante, 10
Telefono (0131) 942326

Buzio, Massaro & C. snc
Fabbrica oreficeria
e gioielleria

15048 Valenza - Viale B. Cellini, 61
Telefono (0131) 942689
1817 AL

Ceva Gioielli
di Roberto & C. sas

15048 Valenza - Via Sandro Camasio, 4
Telefono (0131) 941027
328 AL

Due Erre di Roberto Rossetti
Oreficeria, gioielleria
Chiusure per collane,
spille

15048 Valenza - Via del Castagnone, 17
Telefono e fax (0131) 943234
2622 AL

F. A. Gioielli
Lavorazione anelli con pietre fini

15048 Valenza - Circ. Ovest, 54
Telefono (0131) 943129
945 AL

Mario Lenti
Fabbrica gioielleria
Oreficeria

15048 Valenza - Via Mario Nebbia, 20
Telefono (0131) 941082
483 AL

BUSINESS CARD

Linea Emme
di Marino Montani
Girocolli in montatura

15048 Valenza - Viale Repubblica, 5L
Telefono (0131) 954379
3053 AL

Lunati
Fabbricanti gioiellieri
Export

15048 Valenza - Via Trento
Telefono (0131) 941338
160 AL

Manca Gioielli srl

15048 Valenza - Via San Giovanni, 9/A
Telefono (0131) 954.779
Fax (0131) 924.112

MG Gold
di Gino Mandirola
Anelli - Oggettistica per uomo
Fantasie

15048 Valenza - Via Pellizzari, 29
Telefono (0131) 942078
1433 AL

Panzarasa & C. snc
Dal 1945
Oreficeria e gioielleria
di produzione valenzana

28021 Borgomanero (No) - Via D. Savio, 24
Tel. (0322) 843.901

Piccio Gian Carlo
Gioielli Valori

15048 Valenza - Via P. Paietta, 15
Telefono (0131) 943423
1317 AL

Raccone & Strocco snc
Jewellery factory
Exclusives clasps for pearls
and corals

15048 Valenza - Circonvallazione Ovest
Co.In.Or. Edificio 14 Bb
Telefono (0131) 943375
Fax (0131) 955.453
643 AL

Raiteri & Carrero
Fabbrica oreficeria
gioielleria

15048 Valenza - Via Piacenza, 34
Telefono (0131) 95.30.16
2366 AL

Sisto Dino
Fabbricante gioielliere
Export - Creazioni fantasia

15048 Valenza - V.le Dante 46/B,
ang. Via Ariosto
Telefono (0131) 943343
1772 AL

"Valenza Gioielli"

Subscription form

Periodico trimestrale
Organo Ufficiale
dell'Associazione Orafa Valenzana

Yes please

We would like to take out a year subscription (4 issues)
to the magazine "VALENZA GIOIELLI" - Lit. 75.000

To send to:

Here enclosed please find cheque n°

Bank:

Made out to: A.I.E. - Milano

Signature:

RISERVATO ALL'ITALIA

Sottoscriviamo un abbonamento annuale (4 fascicoli)
alla rivista "VALENZA GIOIELLI", a partire dal primo fascicolo raggiungibile

Spedire a:

Indirizzo

CAP e città

Partita IVA

Il relativo importo di L. 25.000 viene da noi versato a mezzo allegato assegno numero:

sulla Banca:

Intestato a: AOV Service Srl

Timbro e firma:

AOV Service
Sezione Abbonamenti
Piazza Don Minzoni, 1
15048 VALENZA (AL)

A.I.E.
AGENZIA ITALIANA ESPORTAZIONI S.p.A.
Settore Abbonamenti
Via Gadames, 89
20152 MILANO (Italy)

We exhibit
at the jewel shows in:
Valenza - Vicenza
Basel - New York

RCM
Gioielli

Via Camurati, 45 - 15048 Valenza - Tel. 0131/945.392 - 952.815 - Fax 0131/955.998 - Tlx 214317 RCMVAL I
Rockfeller Plaza, 45 - Suite 2440 - New York - 10111 NY - Tel. 212/489.63.20 - Fax 212/489.63.23

LEO PIZZO - 15048 VALENZA - ITALY - CIRC. OVEST COINOR 14/ba
TEL. 0131-955102 - FAX 0131-946688 - TELEX 225217 LEOPIZ
WE ARE PRESENT AT THE FOLLOWING JEWELRY SHOWS
NEW YORK - MILANO (Macef) - VICENZA - BASEL - VALENZA - TOKIO