

L'ORATO VALENZANO

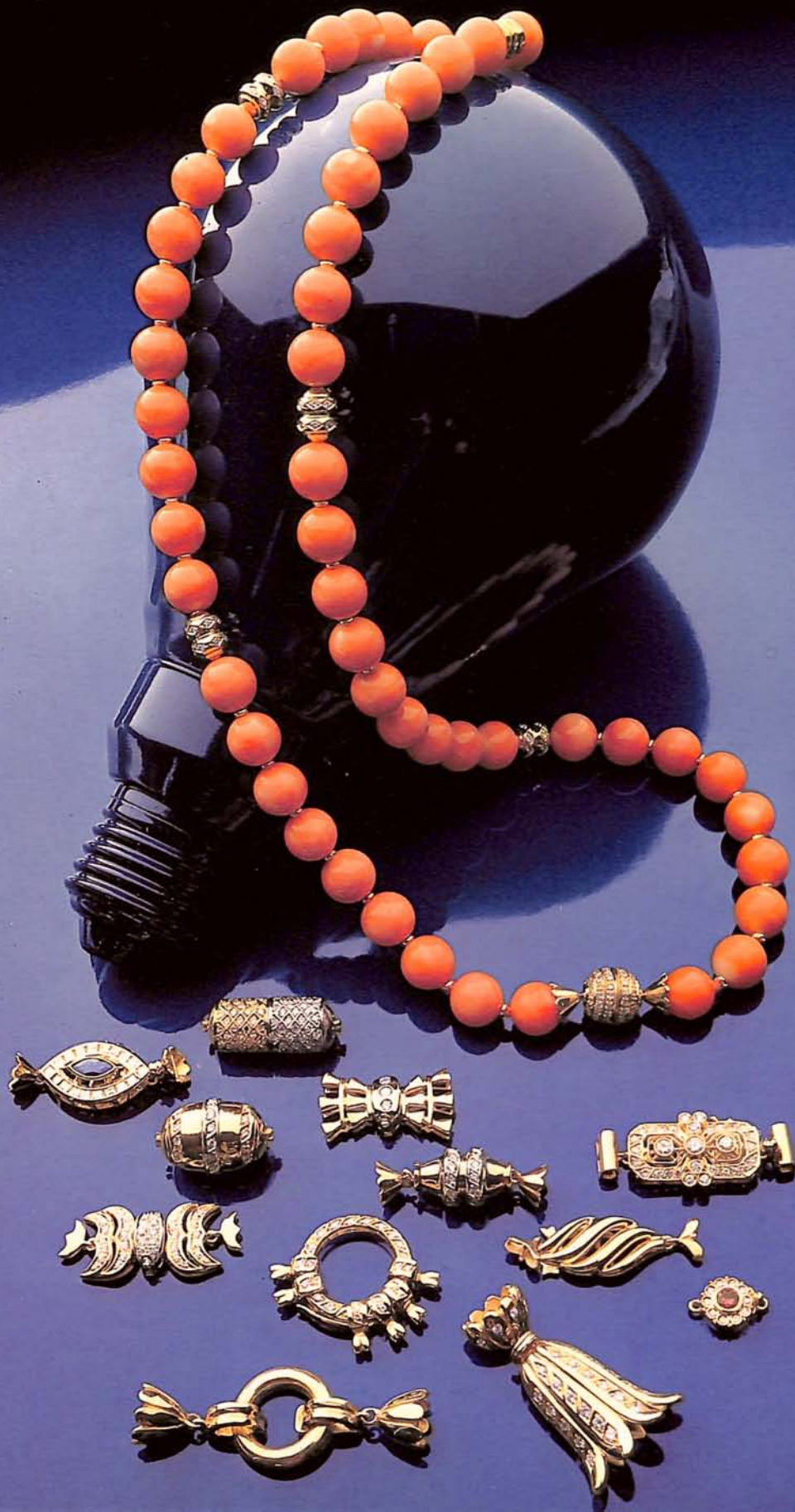
10-14 OTTOBRE 1981
APPUNTAMENTO A VALENZA
4 MOSTRA
DEL GIOIELLO VALENZANO



DEAMBROGIO F.LLI

Oreficeria - Gioielleria

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





FRANZOSO GIOIELLI



RAITERI & CARRERO

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



BARIGGI

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



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



BIERE: MILANO



NEW YORK - TOKYO

COMM. **GARAVELLI ALDO & C. S.N.C.**

FABBRICA GIOIELLERIA OREFICERIA

VIALE DANTE, 24 TEL. (0131) 91350-91248

15048 VALENZA ITALY



DD

DAVITTE & DELUCCHI

FABBRICA OREFICERIA

Viale Dante, 4 - Tel. (0131) 91731 - 953136

15048 VALENZA - ITALY

1995 AL

Fiera di Milano stand 809 - Fiera di Vicenza stand 662





effe-vi

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



pietro costa chiavaro

Casa fondata nel 1890

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

12 CT

**monile**



ARATA

15048 Valenza - Viale Manzoni 17 - Tel. (0131) 92315
20122 Milano - Galleria Unione 4 - Tel. (02) 865290
90144 Palermo - Via Botticelli 7 - Tel. (091) 298855
Fiera Milano: Stand 27/535



VERDI G. & C.

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



CASTAGNONE & LANZA
artigiani gioiellieri

Viale Manzoni, 33 - 15048 VALENZA - Tel. (0131) 92673
1917 AL



COBRILL

International

38 via S. Salvatore - Valenza - tel. 94.549-92041



Dario Bressan

15048 VALENZA - Via Ariosto 5/7
Tel. (0131) 94611

20122 MILANO - Via P. da Cannobio 5
Tel. (02) 8321078/865233

1850 AL

ellepi

GIOIELLI LIVIO PINATO

Circonvallazione Ovest, 24 - Tel. (0131) 97.73.39 - 15048 VALENZA



1217 AL

Fiera Vicenza Stand n. 404

Fiera Milano Stand n. 843

Valenza Mostra del Gioiello Valenzano

Mussio & Ceva

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





TERZANO F.lli
GIOIELLIERI IN VALENZA

Collier GRAN GALA premiato al primo concorso "Gioiello Inedito" alla Mostra del Gioiello Valenzano 1979



ÖRO TREND

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



F.A.G.

Fabbricanti Artigiani Gioielleria
di Rivera Raccozzi Palazzolo
15048 Valenza - Via C. Noè, 12
Tel. (0131) 94694



GASTALDELLO F.lli

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



CORTI & MINCHIOTTI

Gioielli

Via Tortino, 16 - 15048 VALENZA - Tel. (0131) 97.53.07-97.78.14 - 1774 AL

FOTO ZACCHE' per OV





MARIO TORTI & C.

oreficerie

15048 Valenza - Circonvallazione Ovest 22

tel. (0131) 91.302-93.241

20121 Milano - Piazza Diaz 7

tel. (02) 800.354



F.B.L.

Fattore & Barberis

fabbrica oreficeria e gioielleria

15048 Valenza - V.le della Repubblica, 35 - Tel. (0131) 975304
2318 AL



Sgioielli
di
lalla

in esclusiva:

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



RAIMA

gioielli

di Raia & Maddaloni snc

via Banda Lenti, 1

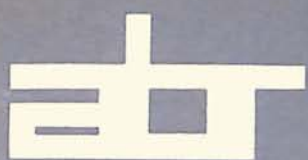
tel. 0131/951809

15048 Valenza (AL)

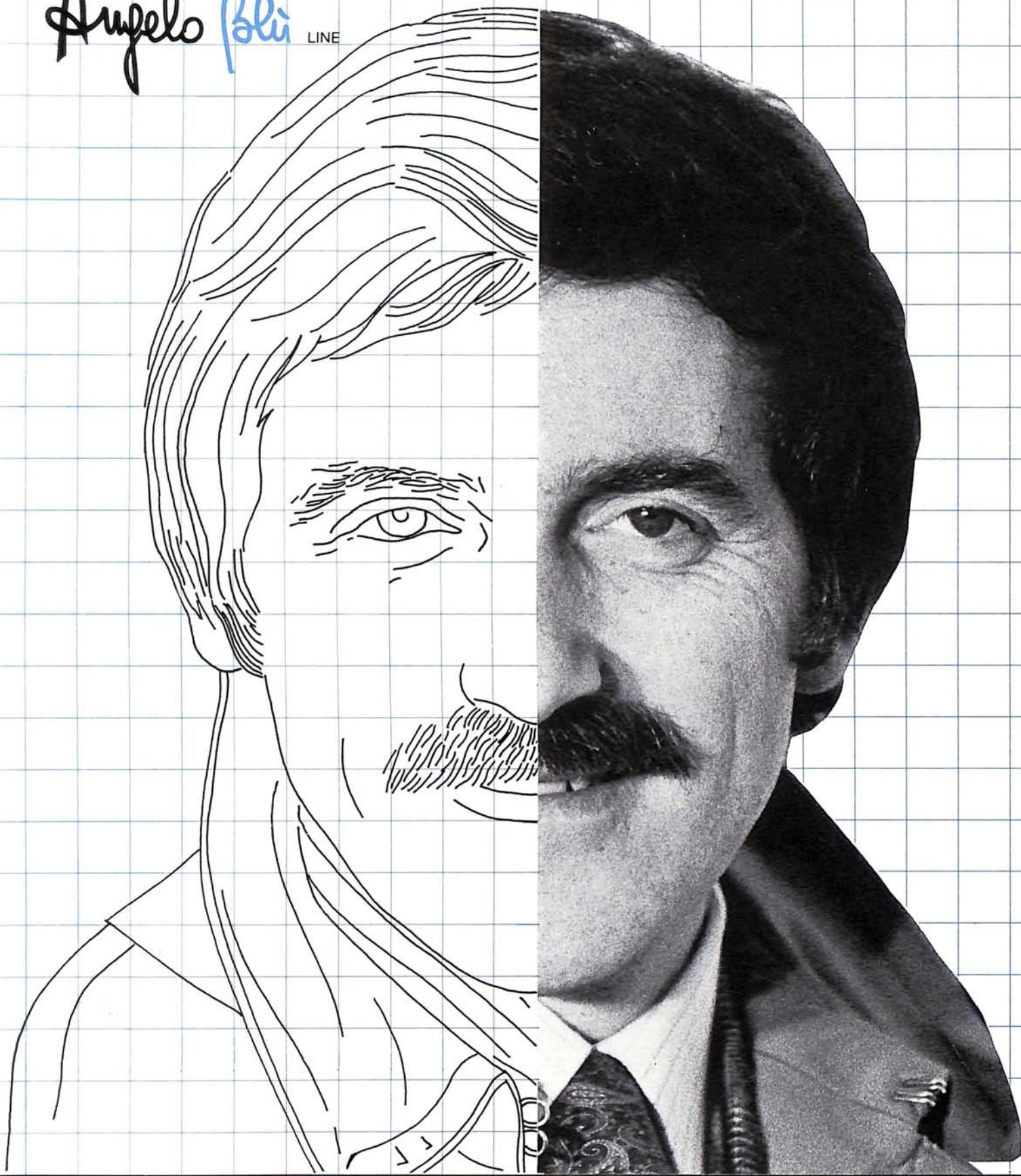
SALVATORE ARZANI

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





Angelo Bli LINE



PIERANGELO PANELLI EQUIPE GIOIELLI - 15048 VALENZA - C.SO GARIBALDI 107 - TEL. 94594-94033 - TELEX 212172 GIOPAN I - 1978 A

Angelo



DE REGIBUS FRANCO

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

Leo Pi330



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



antonio dini

OREFICERIA GIOIELLERIA

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



LENTI & VILLASCO

Oreficeria - Gioielleria
creazioni proprie

Via Alfieri, 15
Tel. (0131) 93584
15048 Valenza
1164 AL





PANELLI & CANU

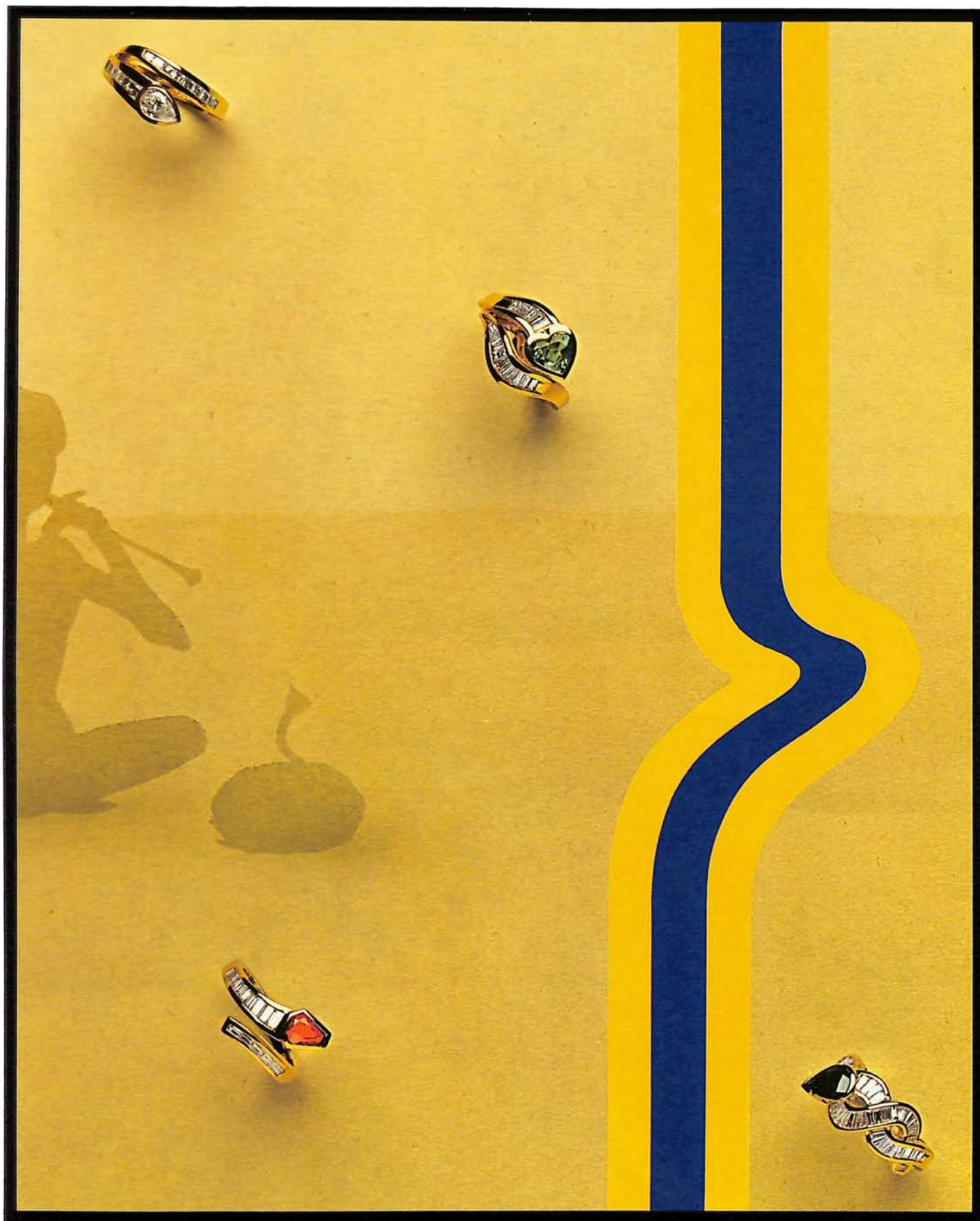
Fabbrica Oreficeria Gioielleria

Export

15048 Valenza (Italy) - Via Farteria, 10 - Tel. (0131) 94591

Lavorazione brevettata

1761 AL



Harpo's

Harpo's gioielli - via Piacenza, 14 - Valenza (AL) - Tel. 0131/953671



CALLEGARO ERMANNO & C. s.n.c.

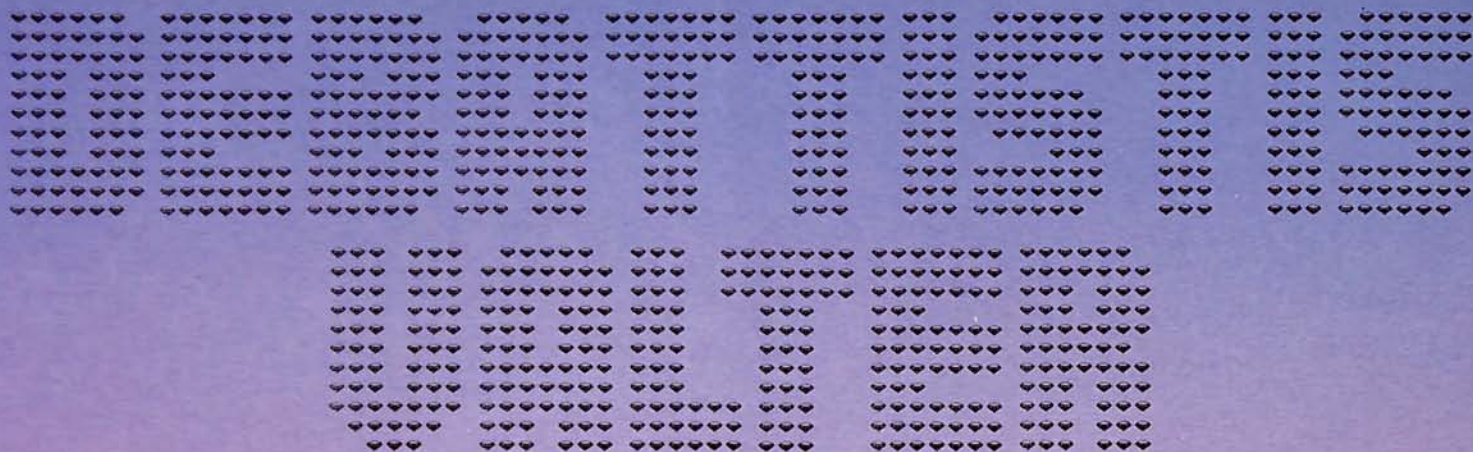
FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA

Via Pellizzari, 29 - Tel. (0131) 93531
15048 VALENZA (AL)
1094 AL



FREZZA & RICCI

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



Fabbrica creazione gioielli
Viale Benvenuto Cellini 77 - 15048 Valenza - Italy
Stand's Vicenza 166/167 - Milano 27/010/011 - Basel 17/358

LUIGI TORRA

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



PERRI & FAVARETTO

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



PHOTOCHROM

M. RUGGIERO

Import-export

perle coltivate - coralli - cammei - statue in pietra dura

15048 VALENZA - Via Canonico Zuffi, 10 Tel. (0131) 94.769 - Cable RUMA Valenza



MANDIROLA & DEAMBROGI

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

LINEA UOMO



ANGELO BAIO

LAVORAZIONE GRANATI

Oreficeria
Via Trieste 30 - 15048 Valenza
Tel. (0131) 91.072
880 AL



Taverna & C.
Gioielleria

15048 VALENZA - Viale Repubblica, 3 - Tel. (0131) 94.340
1557 AL



eurogold
gioielli



FIERA DI MILANO STAND 771-713
FIERA DI VICENZA STAND 334
FIERA DI BASILEA STAND 313 - HALLE 34
MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO
VALENZA (AL) ITALY - VIA C. ZUFFI, 10 - TELEF. 94690 - 951201

Regalli & Cassini



eugenio torri & C.

208 ROMA

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



OREFICERIA DI
PASINO ROBERTO

maestro artigiano di bottega-scuola

36040 Marola di Torri di Quartesolo (VI) - Via Mincio, 7 - Tel. 0444/510984
506 VI





oreficeria e gioielleria

ponzone & zanchetta

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



PIETRO LOMBARDI

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



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



2 grandi firme lavorano per voi.

La "settimana cinema" de Beers vi offre i più grandi vantaggi con la minima spesa. E con il minimo disturbo per voi: pensa a tutto la De Beers.

Vi mette a disposizione una grande ditta specializzata, la Opus Proclama, che vi farà vedere due stupendi film a colori De Beers, sul fidanzamento e la gioielleria con diamanti, tra cui sceglierete quello che preferite per organizzare una campagna pubblicitaria locale.

La stessa Opus Proclama provvederà a programmare la vostra settimana cinema nel periodo e nella sala più convenienti per voi, curando anche l'inserimento, nel film prescelto, di un codino con

il vostro nome e indirizzo. E soprattutto, la De Beers contribuirà con il 50% alle spese di programmazione della settimana cinema. A voi resta solo il costo: del codino (L. 15.000) e l'altra metà dello spazio di programmazione. Aderire a questa iniziativa significa raggiungere il maggior numero di possibili clienti nel modo più efficace. La collaudata esperienza pubblicitaria e promozionale della De Beers e l'alta specializzazione Opus Proclama nella programmazione sono una garanzia dei migliori risultati.

Per ulteriori informazioni rivolgetevi al Centro Promozione del Diamante!

De Beers

Il tempo vola.
Partecipa al concorso
internazionale d'arte orafa
Diamonds-International
Awards 1982.

Il 28 settembre di quest'anno è
l'ultimo giorno valido per la presentazione
a New York dei disegni di gioielleria che
partecipano all'edizione 1982 del massimo
concorso internazionale d'arte orafa,
patrocinato dalla De Beers.

Non perdere un minuto! Per ulteriori
informazioni rivolgersi a Daniela Invernizzi,
Centro d'Informazione Diamanti,
Via Durini 26, Milano. Telefono: (02) 77981.





Gioielli

RCM

di Ricci, Corbellini, Manfrinati
Valenza
1792 AL



L'ORAFI valenzano

Organo Ufficiale dell'Associazione Orafa Valenzana - Pubblicazione bimestrale Nr. 3/81
giugno/luglio

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

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

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

Abbonamenti:

Italia: L. 36.000

Europa: L. 42.000

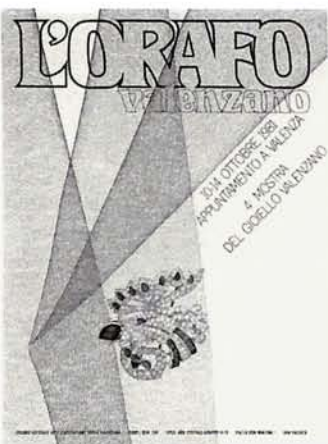
Altri Paesi (via aerea): L. 60.000

Dettaglianti e grossisti: omaggio

Copie singole (solo nelle edicole di Valenza)
L. 3.500.

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

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



In copertina:

Spilla fantasia che disegna una testa di gallo,
realizzata con rubini di diverso taglio e dia-
manti su oro giallo.
Foto: U. Zacche.

**CARICHE SOCIALI DELL'ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA
PER IL BIENNIO 1981/82**

Pag. 50

VALENZA AL FEMMINILE di Rosanna Comi

» 52

...e per arma un sorriso

» 52

Modernamente donna

» 54

TRADIZIONALI MA NON TROPPO

» 58

I GIOIELLI DEGLI ANNI '20 di Nino D'Antonio

» 64

**USI, COSTUMI, REGOLAMENTI NELLA BOTTEGA ORAFA
DEL RINASCIMENTO** di Franco Cantamessa

» 70

LA LUCE DEL MARE

» 74

IN AUMENTO I DANNI PER FURTO E RAPINA

» 76

DAI MERCATI FINANZIARI INTERNAZIONALI

» 78

QUATTRO GATTI IN UNA CAMERA

» 82

TACCUINO

» 84

NUOVE CARICHE SOCIALI DELL'ASSOCIAZIONE ORAFI VALENZANA PER IL BIENNIO 1981/1982

PRESIDENTE:

PAOLO STAURINO

VICE-PRESIDENTI:

ADELIO RICCI

STEFANO VERITÀ

SEGRETARIO:

FRANCO CANTAMESSA

CONSIGLIO DIRETTIVO

ANGELO BAIO

UDALDO BAJARDI

GIANCARLO CANEPARI

FRANCO CANTAMESSA

GIUSEPPE CAPRA

DANILO CHIAPPONE

MARIO COMINETTI

ITALO DEAMBROGIO

GIAN PIERO FERRARIS

ELIA GASTALDELLO

GIUSEPPE ICARDI

GIOVANNI ILLARIO

UGO MILANESE

GINETTO PRANDI

ANDREA RACCONI

ADELIO RICCI

PAOLO STAURINO

ARNO TERZANO

PAOLO VAGLIO LAURIN

GIUSEPPE VERDI

STEFANO VERITÀ

COLLEGIO SINDACALE

SINDACI EFFETTIVI:

GIAMPIERO ARATA

CARLO BUTTINI

LORENZO TERZANO

SINDACI SUPPLEMENTI:

GIOVANNI LEVA

GIULIO DORIA

COMMISSIONE DISCIPLINA

Presidente:

GIAN PIERO FERRARIS

UBALDO BAJARDI

MARIO COMINETTI

UGO MILANESE

GIUSEPPE ICARDI

ADELIO RICCI

PAOLO VAGLIO LAURIN

COMMISSIONE FINANZIARIA

Presidente:
GIOVANNI ILLARIO
ANGELO BAIO
ADELIO RICCI
ARNO TERZANO

COMMISSIONE TECNICO-LEGALE

Presidente:
PAOLO VAGLIO LAURIN
GIANCARLO CANEPARI
GIAN PIERO FERRARIS
GIUSEPPE VERDI

COMMISSIONE STAMPA

Presidente:
FRANCO CANTAMESSA
UBALDO BAJARDI
ANDREA RACCONI
PAOLO VAGLIO LAURIN
GIUSEPPE VERDI

COMMISSIONE MOSTRA

Presidente:
PAOLO STAURINO
UBALDO BAJARDI
GIUSEPPE CAPRA
MARIO COMINETTI
ITALO DEAMBROGIO
GIAN PIERO FERRARIS
ELIA GASTALDELLO
ANDREA RACCONI
ARNO TERZANO

COMMISSIONE VIAGGIATORI

Presidente:
GIANCARLO CANEPARI
UBALDO BAJARDI
FRANCO CANTAMESSA
GIUSEPPE CAPRA
ADELIO RICCI
ARNO TERZANO

COMMISSIONE FABBRICANTI

Presidente:
GINETTO PRANDI
ANGELO BAIO
DANILO CHIAPPONE
MARIO COMINETTI
ITALO DEAMBROGIO
ELIA GASTALDELLO
STEFANO VERITÀ

INCARICO PER SCUOLE PROFESSIONALI

DANILO CHIAPPONE
UGO MILANESE
GINETTO PRANDI

INCARICO PER ZONA ORAFA E CENTRO COMMERCIALE

UBALDO BAJARDI
FRANCO CANTAMESSA
DANILO CHIAPPONE
GIAN PIERO FERRARIS
GIUSEPPE ICARDI
ANDREA RACCONI
PAOLO STAURINO
STEFANO VERITÀ

Valenza al femminile

...e per arma un sorriso



FRANCESCA BELLINGERI - Ragioniera, contitolare della Ferraris & C., dirige il settore commerciale e amministrativo da oltre 15 anni. Nessuna precedente esperienza in campo orafa.



ILARIA FURLOTTI - Contitolare della Alfieri St. John che dirige col marito dalla sua costituzione, avvenuta tre anni fa. Proviene dal settore finanziario ed è alla sua prima esperienza in gioielleria.



ELLY BALDINI - Titolare unica della *Elly Creazioni*. Lunghi soggiorni di studio all'estero. Precedenti interessi nella moda e nell'arredamento. Ha un bambino di tre anni.



DIRCE REPOSSI - Figlia di orafi, lascia gli studi di chimica e prende nell'azienda il posto del padre alla sua morte, affiancandosi al socio che le insegna le prime cognizioni di gioielleria. Ha modificato la struttura aziendale nel 1961, diventando l'unica titolare.



MARISA SANPIETRO - Ha frequentato il liceo classico ad Alessandria, poi l'Università dove si è laureata in lingue estere. La *PARM*, che dirige dal 1958, anno in cui è stata fondata, è stata la sua prima esperienza nel campo della gioielleria.

Non c'è ufficio in Valenza senza una graziosa segretaria che con un gentile sorriso non sappia dire almeno in due lingue "il titolare arriva subito".

Spesso è la moglie del titolare che a tempo pieno o per qualche ora al giorno assiste il marito-gioielliere, gli fa da segretaria, riceve i clienti, controlla le spedizioni, le fatture, la contabilità. Qualche volta la moglie del titolare tiene addirittura le fila di tutta l'organizzazione commerciale, lega tutto quanto gira intorno a lui che sembra invece il solo perno attorno al quale ruota tutta l'Azienda.

Anonime vestali di un tempio consacrato ad un successo che non sono mai loro a cogliere.

Con qualche eccezione.

Valenza conta le sue donne di punta, protagoniste di situazioni commerciali e produttive dai contorni precisi, fermamente acquisite.

Vivono il loro ruolo con la decisione e l'impegno dei loro colleghi; affrontano con la stessa determinazione e la stessa elasticità di mente e di movimento i mercati nazionali e quelli internazionali; partecipano con vitalità ed energia alla costruzione e al rinnovamento di quell'importante tessuto connettivo costituito — specie a Valenza — dalla piccola, attivissima impresa.

Coinvolte in un discorso collettivo fatto di operosità, volontà, pazienza e, perché no, di successo, hanno puntato sul lavoro anche per conseguire la propria realizzazione umana e per esprimere la propria personalità.

Diverse per provenienza, preparazione professionale, hanno saputo dare corpo ad aspirazioni che andavano al di là di un generico inserimento nel mondo del lavoro, materializzando per se stesse personali collocazioni.

È ormai definitivamente scontato l'antico discorso che vorrebbe la donna sempre e comunque di fronte a una scelta: o la moglie-madre (lavoratrice, magari, ma solo fin quando possibile) o la donna d'affari che deve sacrificare all'eventuale riuscita nel lavoro parte della sua vita, dei suoi affetti familiari. Dalle simpatiche interviste che qui pubblichiamo emergono profili di donne compiute, soddisfatte, in armonia con le persone che le circondano, senza rimpianti, anzi.

Modernamente donna

ELLY BALDINI

Il tuo è un viso molto conosciuto: su alcune riviste hai fatto pubblicare la tua immagine come annuncio di pubblicità...

È stata una cosa abbastanza chiacchierata anche se, veramente, non ne vedo la ragione. Non si è trattato né di narcisismo, né di megalomania. Da parte mia c'era semplicemente l'intenzione di allacciare una produzione, la mia, a un'immagine, la mia appunto, visto che sono io a produrre. Non è stata capita come, d'altra parte, io non capisco certa altra pubblicità.

E come molti non capiscono il tuo genere di "gioielleria". Anzi, non la considerano affatto gioielleria.

E mi sta bene così; anche se questo non ha impedito a molti di copiarmi e molto grossolanamente. E non parlo solo di Valenza.

È vero. Ti ha danneggiato?

Mi risulta che ormai nessuno vende oggetti con la mia "mollettina" mentre a me continuano a chiederli, oltre al resto, naturalmente.

Come è nata la linea Elly?

Guardandomi in giro ho visto che nella produzione proposta al consumatore c'erano pochi oggetti che mi piacessero veramente. E se non piacevano a me non dovevano piacere neppure alle consumatrici con il mio gusto. Così è nata la linea Elly: oggetti che piacciono a me. Il problema successivo è stato quello di trovare dei dettaglianti che li capissero.

Qual è il tuo cliente ideale?

È un genere di negozio che per il momento esiste prevalentemente all'estero, dove vendo infatti molto bene: la gioielleria-boutique. Il mio è un gioiello indirizzato alla donna dai 25 ai 40 anni, con un gusto sicuro, che segue la moda, un po' creativa. Posso sembrare presuntuosa o incosciente ma mi è più volte capitato di dire a un potenziale cliente: "non comperi la mia produzione, non è per lei e per il suo genere di clientela".

Sei tu ad avere i rapporti con i clienti?

Per l'estero sì. Per l'Italia ho una rappresentante, donna, che ha accettato la mia filosofia e politica aziendale e dalla quale mi sento rappresentata molto bene.

Come sono i tuoi rapporti con i clienti?

Molto buoni anche se, essendo fondamentalmente una timida, come tutti i timidi tendo ad essere un po' aggressiva. D'altra parte il fatto che io sia una donna e tratti prevalentemente con uomini non sottintende alcun particolare atteggiamento. Sono contraria per temperamento alle smancerie e ai sorrisi facili.

Quindi, non c'è alcun privilegio nel fatto di essere donna?

Certo che ci sono dei vantaggi. Hai mai visto la polizia stradale sostituire una gomma bucata ad un uomo? A me, come a tante altre donne è successo. Essere donna tante volte è comodo.

Viaggi molto?

Moltissimo. Anche perché ho uno spirito un po' vagabondo e mi sono costruita addosso quest'azienda anche per crearmi delle possibilità di evasione che grazie al lavoro posso avere. In qualsiasi momento posso partire per visitare clienti a Berlino, Monaco o Parigi e questo, oltre tutto, mi consente la possibilità di maturare nuove idee da trasformare in nuovi oggetti.

E tuo marito?

Lui è il responsabile degli acquisti e della produzione e deve per forza restare sempre in azienda. Il problema, caso mai, è mio figlio.

Hai molti clienti-donne?

Moltissime, soprattutto all'estero. Non dico che siano amiche, ma posso affermare che è stato molto facile con molte di esse instaurare un rapporto fatto di stima e simpatia.

Come sono stati i tuoi inizi a Valenza?

Abbastanza duri, soprattutto sul piano umano perché so di aver destato un po' di curiosità. Ero nuova alla gioielleria e totalmente estranea al mondo e ai sistemi valenzani e, secondo alcuni, "pretendevo" di fare a modo mio. Ora che l'azienda va bene, che mi sono fatta un nome, anche se piccolissimo, ho dimostrato — a me stessa prima che a ogni altro — che ero capace di costruire qualcosa.

FRANCESCA BELLINGERI

Lei ha precedenti esperienze nella gioielleria?

No. Sono entrata alla Ferraris & C. (allora Ferraris & Spalla) nel 1965 e risale a questa data il mio primo approccio con la gioielleria. Devo anzi dire che, avendo seguito ragioneria, mi sono trovata abbastanza avvantaggiata nel mio lavoro che consiste prevalentemente nella direzione commerciale e amministrativa.

Lei non si occupa della parte creativa?

Absolutamente no. C'è Paolo Spalla, uno dei soci, che ha una vena creativa e una sensibilità enorme ed è lui che sviluppa questo settore.

Il suo intervento nell'azienda non ha fatto registrare cambiamenti?

Parecchi, ma solo nell'organizzazione aziendale, commerciale e organizzativa. Per quanto concerne la modellazione la Ferraris & C. ha sempre prodotto gioielleria un po' particolare, d'avanguardia se vogliamo.

Lei rappresenta la parte commerciale: non si verificano mai attriti con la parte creativa?

Diciamo che è possibile che la parte creativa proponga oggetti che, benché belli o di notevole effetto, non possono essere realizzati perché difficilmente vendibili per questioni di costo. A questo punto deve intervenire la componente umana, che deve assolutamente esistere in qualsiasi rapporto, in modo da presentare il proprio punto di vista, se negativo, senza offendere minimamente o sminuire il lavoro dell'altro. È indispensabile che alla base di ogni rapporto ci sia la stima.

Nella sua azienda siete una donna e tre uomini: non le è mai capitato di dover lottare duramente per far accettare il suo punto di vista?

Certo. So essere dura e aggressiva quando è necessario, ma sempre con onestà. Noi donne abbiamo dalla nostra il vantaggio di un feeling, un intuito che ci porta non solo a esporre le cose in un certo modo ma anche a capire il modo di pensare di chi sta dall'altra parte del tavolo.

Come lavora con il personale della sua azienda?

Sono tutte donne e abbiamo creato un ambiente piacevole e sereno. Recentemente mi sono opposta all'assunzione di un collaboratore perché sono convinta che per certi lavori che richiedono pazienza o addirittura pignoleria una donna riesca meglio.

Lei si occupa direttamente delle vendite?

Solo per l'estero. Ricevo i clienti qui a Valenza, oppure alle Fiere. Se necessario vado da loro o li incontro in una sede di reciproco interesse.

Il cliente accetta volentieri di trattare con Lei?

C'è qualche perplessità, qualche volta, al primo impatto. Se un nuovo cliente entra nel mio stand e mi chiede di parlare con il titolare, ad esempio, resta un po' male quando gli rispondo che sono io. È una piccola gaffe iniziale che — il più delle volte — mi dà qualche vantaggio. Poi tutto fila liscio, assolutamente senza problemi. Devo ammettere che però la donna titolare d'impresa per molti continua a restare una specie di sorpresa. A riprova di questo posso dire che vengo spesso chiamata signora Ferraris mentre la corrispondenza viene indirizzata al signor Bellingeri.

Lei è una bella signora. Non ha mai avuto momenti di imbarazzo con qualche cliente?

Molto raramente e comunque molti anni fa. Ma questo non è un problema perché il rapporto uomo-donna lo viviamo quotidianamente e oggi fortunatamente c'è anche da parte dell'uomo più disinvoltura ad accettare certe situazioni.

Con la cliente-donna ci sono difficoltà?

Con le donne si stabiliscono il più delle volte delle relazioni meravigliose che spesso si trasformano anche in amicizia. Mi sono trovata molto spesso ad aiutare delle persone, magari neppure clienti, indirizzandole verso fornitori adatti alle loro esigenze, fornendo loro informazioni, addirittura prenotando alberghi o biglietti per la Scala. Quando ho di fronte qualcuno penso che ha fatto magari parecchie ore di aereo anche per venire da me e si tratta molto spesso di persone che periodicamente si incontrano una o due volte l'anno. È facile, direi inevitabile, essere gentili con loro, al di là del rapporto di lavoro.

Come vive suo marito la sua libertà?

Posso dire di aver sposato l'uomo giusto e col quale l'intesa è estremamente facile. Io mi entusiasmo per cose nuove, mentre lui è l'uomo calmo, tranquillo, sereno, equilibrato.

Pensa che avrebbe vissuto le stesse esperienze di lavoro, così complete e positive, se avesse avuto un figlio?

Absolutamente no. E con buona pace delle femministe sottolineo che non è l'uomo a bloccare gli slanci di una donna ma soltanto la maternità. È solo in questo senso che si deve parlare di scelte condizionate.

ILARIA FURLOTTI

Il tuo arrivo a Valenza è molto recente. Sbaglio?

Il mio arrivo a Valenza coincide con la data di nascita della Alfieri St. John, che è l'emanazione di quell'uomo di grande fantasia e capacità che è Ciarli. Devo riconoscergli molto merito per quanto concerne questa Azienda, anche senza togliere niente a me e ai collaboratori che hanno saputo farla crescere.

E prima?

Mi occupavo di controllo di gestione presso una grande società di credito svizzera. Mio marito ed io — lavoravamo insieme — siamo stati attratti dal fascino della piccola azienda che consente di svolgere il proprio ruolo in modo determinante e di vederne i risultati.

Eravamo entrambi assolutamente digiuni di qualsiasi conoscenza del lavoro orafa.

Siete partiti allo sbaraglio?

No. Intanto, come ho detto, c'era Ciarli. Poi Giovanni Illario è tutt'ora socio di maggioranza.

E come è stato il passaggio dall'amministrazione al gioiello?

Estremamente positivo e sottolineo che trovo incredibilmente importante il contributo che a Valenza potrebbe derivare dalla collaborazione con elementi ad essa del tutto estranei.

Dall'esterno, da altri settori voglio dire, possono arrivare idee nuove, interessanti, utili per ravvivare e vivacizzare il settore.

Qual è la tua funzione nell'Azienda?

Siamo dieci o dodici impiegati e si fa un po' tutto, dall'elettricista all'ingegnere secondo le necessità del momento.

Mi piace pensare che seguo la nostra disegnatrice-creativa. Le dò molto merito e sono convinta di averne un po' anch'io perché chi riesce a tirar fuori le idee è coinvolto nel merito di chi le ha.

Dalla sua nascita, l'Alfieri St. John ha fatto passi molto svelti.

Quando si è giovani è facile fare passi in avanti. E dopo, quando si cresce, che svanisce l'euforia.

Un marito come socio e attivamente inserito nell'Azienda: un handicap o un vantaggio?

Se i due sono "due mezze mele" come noi, indubbiamente è un vantaggio. Lui è pratico, risoluto, realista, tenace, quanto io sono estroversa, impulsiva, fantasiosa. Abbiamo stabilito tacitamente dei ruoli: lui è quello che brontola, io quella che perdona. Anche con i clienti: se c'è da sollecitare un pagamento preferisco farlo io e il cliente non si accorge neppure che gli sto chiedendo i soldi.

Ecco, i clienti. Ci vai tu?

Da sola non mi piace. Se posso vado con un funzionario di vendita.

E com'è il rapporto con i clienti-uomini?

Tutto dipende da come ti presenti tu. E questo non vale solo per i clienti, lo sai bene. Io sono di Parma e un secolo fa in Emilia le donne facevano le barricate. La donna emiliana ha avuto sempre un ruolo più partecipe: un rapporto che in certe regioni sta arrivando solo adesso.

Ma ti piace essere trattata da donna?

Da donna, hai detto bene, non da "signora". Mi irrita se un uomo, solo perché è magari un collaboratore sente il dovere di aprire la portiera della macchina o mi aiuta a infilare il cappotto come se fossi una specie di paraplegica. Questi sono atti esteriori e di nessun conto, il rispetto è un'altra cosa.

Hai riscontrato differenze tra il cliente estero e quello italiano?

L'estero è più abituato a trattare con la donna d'affari ed ha un comportamento meno inibito. Con certi gioiellieri italiani il rapporto è all'opposto, ma addirittura meraviglioso: c'è una tale stima per la donna che lavora e indipendente che ti riempiono di cortesie persino imbarazzanti.

E con le donne?

I rapporti sono un po' più difficili — in genere — la donna preferisce trattare con un uomo, forse per quella specie di deferenza che un uomo ha e una donna no. Devo ammettere, che anch'io, dovendo scegliere tra una cena in compagnia di un amico o di una amica sceglierei l'uomo.

Com'è, secondo te, che quando un uomo fa un lavoro tradizionalmente femminile gli riesce meglio che a una donna. Com'è, insomma, che non esiste un grande chef donna?

Penso che a una donna fare la cuoca, ad esempio, non dia alcuno stimolo e quindi non si impegni, e di conseguenza non riesca a dare qualcosa. Poiché la tradizione vuole che la donna faccia la cuoca non potrà mai vivere le pentole con fantasia. Quindi, riesce meglio l'uomo. Se invece sconfini in un campo non tuo, ma che ti interessa naturalmente, può scoccare la scintilla. Sai che oggi è sempre più facile trovare dei ristoranti con donne sommelier?

MARISA SANPIETRO

Come sei arrivata alla gioielleria?

Abbastanza rapidamente. Dopo il liceo classico e l'università mi sono ritrovata a insegnare lingue in un collegio svizzero di ragazze "bene". Sono anche finita su qualche settimanale che aveva pubblicato una foto mia con Maria Beatrice di Savoia, che era mia allieva, e da Valenza mi sono arrivate proposte di lavoro. Volevo fare l'impiegata e mi sarebbe stato bene anche Milano o Como: l'importante era tornare in Italia con un lavoro sicuro per potermi guardare in giro con un po' di calma. I problemi dell'inizio di una carriera c'erano anche allora, anche se diversi. Forse noi però eravamo un po' più elastici, ed accettavamo di partire anche da posizioni, sfavorevoli, inferiori alla nostra preparazione.

Così, sei andata alla Parm?

No. La Parm non esisteva ancora. Sono entrata all'Associazione Orafa Valenzana e, dopo un anno, alla Parm.

È stato un inizio abbastanza insolito perché Annaratone, Rota e Moraglione, i tre soci che costituiscono la Parm, mi hanno messo a disposizione un ufficio e un assortimento di oggetti e l'incarico di cercare tutto quanto serviva, dai mobili ai clienti.

Questo quando succedeva?
Nel 1958 e da allora i tre Soci non sono mai cambiati.

È un caso abbastanza anomalo per Valenza, non credi?

È anomalo perché molte aziende sono sorte, scomparse, si sono modificate, hanno cambiato soci: la Parm è sempre rimasta così com'è nata.

Quanto c'è di tuo in tutto questo?

Sinceramente, non saprei dirtelo. Io so però che per lavorare bene bisogna essere selettivi, anche verso i principali che ci si sceglie. Forse avevo bisogno di muovermi in una Azienda piccola, che mi lasciasse spazio e il piacere di lavorare. Alla Parm ho trovate tutto questo ed ho potuto quindi esprimere al meglio le mie capacità.

La Parm, nata come ufficio per l'esportazione conta clienti esclusivamente all'estero. Devi avere viaggiato parecchio.

Puoi ben dirlo. La mia uscita è stata a Teheran con "Italia produce" nel 1958. Poi negli Stati Uniti, dove sono andata per parecchi anni. A quell'epoca, va ricordato, Valenza era molto viva e fino al 1973, anno della prima grande crisi del petrolio, nei mesi di febbraio, marzo e aprile ricevevamo ogni giorno dai quattro ai cinque clienti. Neppure ci rendevamo conto di quanto poco costasse la nostra gioielleria. Un anello di solo oro, ma sostenuto, costava 15 dollari.

All'estero viaggiavi da sola o con qualcuno?

Avevo sempre qualcuno con me, come del resto anche gli uomini in genere non sono mai soli in certi viaggi. Ma non ci ho mai tenuto molto a viaggiare. Mi piace fare la padrona di casa in ufficio e ricevere qui i clienti. Viaggio solo quando è necessario.

Il fatto di essere una donna ti ha procurato qualche vantaggio, o svantaggio, nei tuoi rapporti di lavoro con i clienti?

Se sai essere te stessa davanti al cliente, ed è questo che vuoi, sei trattata da pari a pari.

Mi è capitato di trattare con clienti un po' duri che con me hanno avuto lo stesso identico comportamento che avrebbero avuto con un uomo. Poi, finito il lavoro, con lo stesso cliente poteva anche uscire una piacevole e amichevole serata. L'uomo, secondo me, non ha atteggiamenti, ma risponde semplicemente al tipo di persona che tu gli proponi. E la professionalità paga sempre.

E con il cliente-donna?

Il discorso è un po' diverso. Occorre molta psicologia, dimenticare che sei una donna anche tu e darle l'impressione che sia lei a fare tutto.

Mi sembra un discorso negativo.

Non è negativo. Fa soltanto parte di quel miscuglio di cose che formano il carattere femminile. Nella maggior parte dei casi la donna anche se non lo confessa, preferisce trovare un uomo dietro il banco.

E i tuoi rapporti con i Valenzani?

Meravigliosi. Sono sempre stata molto rispettata e stimata, fin troppo.

Qualche aneddoto?

In Giappone, era il 1964, giravo per acquistare perle e, essendo per me un mercato nuovo, suonavano di porta in porta. Non volevano credere che fossi una compratrice. Uno mi ha addirittura preso per un'attrice!

Hai dedicato al lavoro gran parte della tua vita. Ti è costato qualche sacrificio?

Secondo me, qualsiasi cosa si faccia è indispensabile farla bene. Se avessi deciso di passare la mia vita a lavare calzini, stà certa che l'avrei fatto bene. Se ho fatto dei sacrifici, non me ne sono accorta e, comunque, non ho rimpianti. Quando a 18 anni, mi hanno chiesto che cosa volevo dalla vita ho risposto "l'indipendenza". E l'ho avuta, no?

DIRCE REPOSSI

Quando è nata la sua azienda?

Nel 1929 e i titolari erano mio padre e un socio. Alla morte di mio padre ho preso il suo posto nell'azienda.

Dal 1961 sono l'unica titolare.

Quando è entrata in azienda al posto del padre aveva già pratica di gioielleria?

No. Studiavo chimica.

E il socio, come l'ha presa?

Doveva insegnarmi tutto e l'ha fatto di buon grado. Io avevo 23 anni e tanta voglia di imparare. Non mi ha mai fatto pesare niente, anzi, è stato lui ad insistere perché entrassi.

E il suo impatto con la fabbrica, com'è stato?

Mi sono buttata con passione per apprendere quante più cose potevo nel minor tempo possibile. Quello che mi ha maggiormente attratta è la parte creativa, che seguo tutt'oggi cercando di produrre oggetti sempre nuovi ma fedeli ad un filone tradizionale che è l'impronta della mia ditta.

C'è stato del coraggio a mettersi per proprio conto, non trova?

Non è questione di coraggio. Quando uno è dentro, va. Le decisioni vengono una dopo l'altra e anche le scelte che sembrano importanti diventano routine.

Com'è riuscita a conciliare la sua attività di imprenditrice con quella di moglie?

Con un po' di fortuna e con una madre che mi ha aiutato ad allevare i bambini.

Allora c'è qualcosa di vero, quando dicono che la libertà di una donna passa sulla schiavitù di un'altra?

Purtroppo sì. Senza mia madre non so come avrei potuto dedicare al lavoro tutto il tempo che richiedeva. Ho anche avuto fortuna, dicevo, perché ho sposato

un uomo che oltre a dividere con me le responsabilità di un'azienda ha sempre accettato il mio ruolo di donna d'affari senza pretendere assurde, per me, prestazioni "casalinghe".

I suoi figli continueranno la sua Azienda?

Se potranno. Coi tempi che corrono è anche possibile il rischio di chiudere e, glielo assicuro, non certo per mancanza di lavoro. Quello c'è.

Qual è il problema?

La mano d'opera. Io ho quattro o cinque operai altamente specializzati che, una volta pensionati, non potrò sostituire con altri altrettanto preparati; a Valenza ci si preoccupa di strutture di vendita, di Mostre, di palazzi e ci si dimentica della cosa più importante, senza la quale la nostra attività finisce: creare una scuola valenzana per creare buoni operai che tra qualche anno possano sostituire quelli attuali.

Ci sono due scuole qui a Valenza.

Io vedo le cose in un altro modo. Io sono per una scuola privata, gestita da privati, pagata dagli orafi. Una specie di autotassazione sulla base del personale dell'Azienda. E gli insegnanti dovrebbero essere esclusivamente degli orafi, scelti tra i migliori di Valenza, che insegnino ai ragazzi il mestiere dal vivo.

Come fa un'Azienda ad assumere degli apprendisti a 2.660 lire l'ora? E, per di più, metter loro dietro qualcuno per insegnare cosa devono fare?

Valenza è quella che è perché si è lavorato tanto. Ma quando un ragazzo va a scuola 4 o 5 ore al giorno fino a 18 anni che cosa pretende di poter fare?

Una scuola dal vivo serve, se vogliamo che Valenza sopravviva.

Com'è impiegata la mano d'opera femminile?

Ci sono impiegate, rappresentanti, pulitrici.

Orafe non ce ne sono?

Non mi risulta.

Perché, secondo Lei?

Non lo so. So però che tra un po' mancheranno anche gli uomini.





Un cerchio in oro movimentato da un solco che ne alleggerisce il disegno. Motivi floreali e geometrici con brillanti e un unico rubino a taglio cabochon. Disegno molto interessante di gusto vagamente art déco che piacerà alla donna un po' ricercata nel vestire. Gastaldello F.lli.

TRADIZIONALI MA NON TROPPO

Il nuovo orientamento della gioielleria è per oggetti di linea moderna, un po' ricercata, di facile abbinamento con le proposte dell'abbigliamento. Dai loro laboratori i gioiellieri valenzani rispondono con proposte di sicuro successo.

Discreto per le sue dimensioni, importante per il suo contributo di colori naturali e preziosi, il gioiello per le occasioni importanti è irrinunciabile.

Abbandonati gli sfarzosi esibizionismi, il gioiello di oggi è più sofisticato nel disegno, misurato nell'impiego dei materiali e — soprattutto — al tempo con gli orientamenti che la moda dell'abbigliamento ad ogni stagione matura. Le tradizionali pietre usate dall'alta gioielleria si prestano a splendide traduzioni in chiave moderna, a interpretazioni infinite delle loro possibilità di combinazione in cui — come sempre — i gioiellieri valenzani sono impareggiabili.

Oggetti importanti, ma fatti per essere indossati con disinvoltura, per esprimere un gusto personale e sicuro, al di là del loro valore intrinseco.

Gioielli, come quelli che in questo servizio presentiamo, in cui è evidente la tendenza dell'attuale gioielleria valenzana, che sa produrre in un perfetto equilibrio oggetti realizzati con materiali tradizionali ma di attualissima concezione.

Servizio di Rosanna Comi
Foto di Sinisa Blazina

Il make-up per questo servizio è stato realizzato da MAKE-UP STUDIO con i nuovi colori della PHAS: fond de teint beige cendré, rouge à levre cerise, ombre poudre ibis, chamois e prunelle. Mascara crème brun.

Zaffiro tagliato a goccia inserito in una costruzione che dà la misura dell'abilità interpretativa del gioielliere. Il tocco particolare è dato dall'incassatura della pietra che ne lascia libera tutta la luce e la lega alla catena che la sostiene realizzata con minuscoli e irregolari elementi d'oro infilati a collana.

Diamanti navette restituiscono a questo oggetto estremamente moderno quel tanto di tradizionale che il taglio dello zaffiro sottintende.

Paolo Spalla per Ferraris & C.







Quarzi spezzati da brillanti incassati al centro sottolineano gradevoli effetti cromatici, ottenuti con un armonioso equilibrio di metallo e colore. Concentrate in una studiata disposizione, le pietre conducono ad una marcante zona di luce destinata ad illuminare il viso.

Staurino F.Ili.



Una cascata di diamanti tagliati a navette liberi e trattenuti solo nella parte superiore del bordo. I rubini e l'importante belière sottolineano il prezioso insieme di questo oggetto che propone una versione attuale e un po' ricercata del gioiello tradizionale. Terzano.

L'ARTE ORAFA FRA STORIA E COSTUME

NINO D'ANTONIO

I GIOIELLI



Allo scoppio della Grande Guerra, i fiori del Liberty sono ormai appassiti.

È stata una splendida stagione, ma tirata oltre i suoi naturali confini. E ora che il gusto sta cambiando, gli esiti di questo stile che è diventato manierismo e accademia, non trovano più mercato.

L'introduzione del platino, agli inizi del secolo, ha cambiato le cose solo sul piano tecnico. Niente più argento nelle montature. Il nuovo metallo non solo non si ossida, ma presenta eccezionali doti di resistenza, che permettono di ridurre al minimo gli spessori dei castoni, esaltando così le caratteristiche delle pietre.

Ridotte all'essenziale le *griffes* alleggeriscono l'immagine del gioiello (nasce allora l'espressione "montare nuda una pietra") e creano un mercato anche ai brillanti di più modesta caratura, sino ad allora soffocati dalle vecchie tecniche di lavorazione.

È un momento significativo nella storia della gioielleria, specie se si tiene conto dei risultati raggiunti da molti artigiani di Valenza nel realizzare spille a nastri, archetti e stelle, dove la struttura dell'oggetto non è più che un sottilissimo reticolo per la disposizione delle pietre.

Poi la lunga pausa imposta dal conflitto, e gli anni difficili del dopoguerra. Il fronte si è ora spostato a casa, dove l'inflazione, il carovita e gli scioperi sono all'ordine del giorno. Non c'è lavoro, né si sa come tirarlo fuori. Al Nord le industrie hanno appena finito di produrre materiale bellico, ed ora dovrebbero riconvertire i loro impianti; nel Mezzogiorno l'agricoltura impoverita dall'abbandono, durante gli anni della guerra, (la partecipazione più larga al conflitto è venuta proprio dalle popolazioni meridionali) non ha più risorse.

Così, mentre nelle città folle di reduci si spostano dai distretti alle prefetture in cerca di un sussidio e di una sistemazione, nelle campagne i contadini occupano le terre. È un coro crescente di proteste, che sfocerà più volte in gravi fatti di sangue.

È il clima che prepara l'avvento del fascismo, mentre la spinta inflazionistica brucia il piccolo risparmio e mette a dura prova i lavoratori a reddito fisso. L'ultimo tentativo per salvare il Paese, passa attraverso il ritorno al governo del vecchio Giolitti, strappato a 78 anni alla quiete della campagna piemontese. Ma è troppo tardi, anche per un uomo con il suo carisma.

DEGLI ANNI VENTI

Nell'area assai più ristretta del gioiello, gli anni Venti portano l'impronta della Bauhaus. Intendiamoci: non che gli orafi italiani abbiano assunto i canoni estetici della famosa scuola di Weimar come riferimento per le loro creazioni, ma l'influenza esercitata da questa équipe di artisti, da Gropius a Klee a Kandinsky a Marcks, è tale che niente in quegli anni può dirsi estraneo ai suoi principi.

Intanto è proprio Bauhaus (che nasce come scuola di architettura) a cercare i primi contatti con le arti applicate ed a sostenere che "il fine ultimo è il lavoro artistico collettivo, in cui non ci saranno barriere tra arti strutturali e arti decorative". Questo porta come conseguenza che alla scuola di Gropius troviamo non solo pittori e scultori, ma tipografi, ebanisti, incisori, orafi, e il risultato di questo lavoro di gruppo è un disegno chiaro, semplice, di linea pulita, che contrasta enormemente con ogni precedente esperienza.

Ecco: l'insegnamento della Bauhaus più largamente acquisito dai nostri orafi (e se si vuole, indirettamente, proprio per il diffondersi che questo nuovo orientamento estetico riesce ad avere in ogni campo) sta nella essenzialità della li-

nea, nella convinzione che un gioiello non migliora caricandolo di particolari motivi, nel rifiuto di certe stanche soluzioni che avevano caratterizzato la produzione del primo dopoguerra.

Ma il vento rinnovatore di Weimar non è il solo a soffiare sull'arte orafa. Il Cubismo, ad opera soprattutto di Picasso e di Braque, sta vivendo la sua grande stagione, ed anche in questo caso gli effetti non tardano a venire.

Certo è difficile ricostruire i sotterranei legami tra il geometrismo di un ciondolo e la scomposizione dei piani in un quadro, ma il rapporto c'è, e le testimonianze non mancano.

Piuttosto bisogna aggiungere che siamo sempre nell'area della ricerca, per cui anche gli esiti di questa avanguardia non entrano nella grossa produzione. Ma la cosa non può sorprenderci, se ancora oggi un *design* che si ponga controcorrente rispetto al generale orientamento del gusto, è destinato solo a suscitare commenti e a fare vetrina. Così, mentre in Francia Brandt e Fouquet (il cui padre era stato un maestro del Liberty) realizzano gioielli di linea astratta, sui quali dispongono audaci geometrie di diamanti a pavé, a Valenza non si vegeta.



Con meno estremismo, forse, ma certamente con altrettanto rigore, nasce una piccola serie di gioielli geometrici, impostati su semplici composizioni di quadrati, cerchi e ovali.

È probabile che questi artigiani (specie se si tiene conto del livello medio di cultura di quegli anni) non sappiano chi sia Braque, come già prima ignoravano chi fosse Gropius, ma non ha importanza. Resta il fatto che non sono rimasti indifferenti ed estranei ad una corrente di gusto e di pensiero che ha rivoluzionato l'arte moderna.

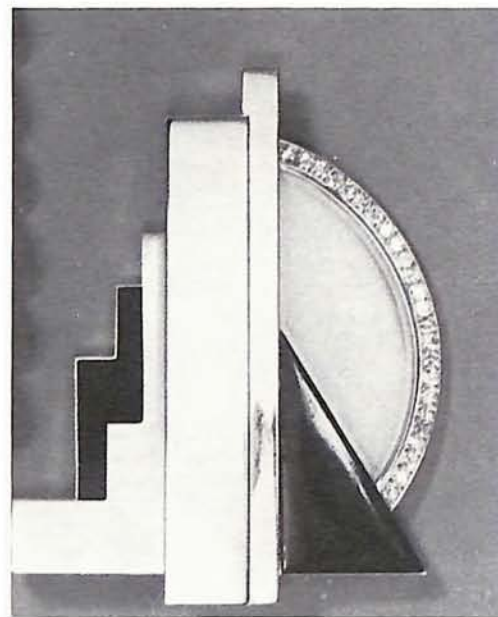
Ma a voler spulciare tra le "presenze" più originali della gioielleria italiana degli anni Venti, non manca qualche altra curiosità. Mentre infatti la produzione cammina sui binari di una certa tradizione, e del recupero degli stili più accreditati, primo fra tutti il Settecento, gli orafi più attenti non si lasciano sfuggire una straordinaria occasione che, nel '22, farà chiasso nel mondo non meno della marcia su Roma. La scoperta del favoloso tesoro di Tutankhamon rilancia d'improvviso la civiltà egizia, il mondo dei faraoni, la magia delle sue tombe. La vecchia Europa impazzisce, e come avvenne agli inizi dell'Ottocento per i reperti romani di Pompei e di Ercolano, tutto ciò che ha da fare con l'Egitto diventa di moda. È un'esplosione (insieme a quella delle cineserie, ed in senso lato di ogni forma di artigianato orientale) di vasta eco, ma destinata a non durare a lungo. Tuttavia, per qualche anno, numerose collezioni si rifaranno a temi e motivi dell'arte egizia che, sia pure variamente elaborati, continueranno ad ispirare la nostra oreficeria. E forse la popolarità che negli anni Venti avranno le

spille a forma di cane o i braccialetti-amuleto non è estranea alla persistenza di quel gusto orientale, che aveva tra l'altro accreditato la moda del gioiello-talismano. E la tecnica? Che c'è di nuovo su questo piano? Influenze estetiche e *design* a parte, è sul banchetto che nasce un gioiello, per cui la scoperta della cosiddetta molletta-doppia entra di diritto nella storia di questi anni. Niente di eccezionale, a pensarci bene (uno scatto a due sezioni che, agganciate, consentono di utilizzare insieme le due parti di un oggetto), ma la soluzione incontra così largamente il favore del pubblico da determinare una piccola rivoluzione nelle campionature esistenti. Il mercato intanto continua a segnare il passo. C'è stata una certa ripresa, nei primi anni del dopoguerra, grazie all'aumento dei matrimoni e soprattutto all'affermarsi di un ceto mercantile ma ora si riparla di crisi.

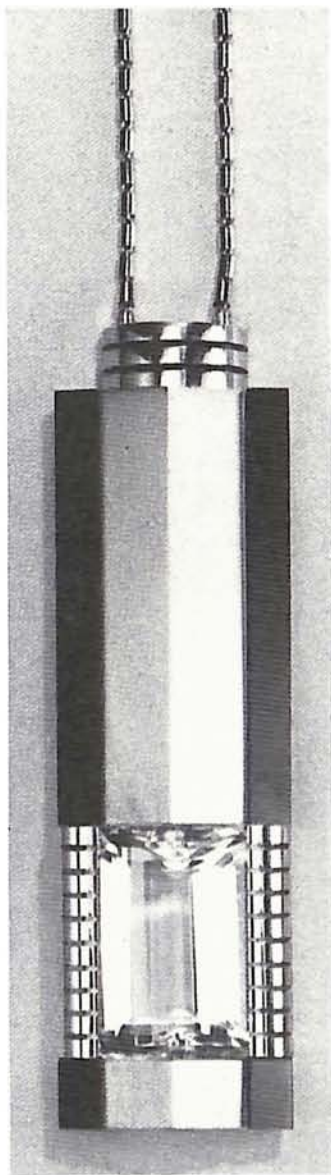
Il regime, alle corde dopo il delitto Matteotti del '24, punta sulla politica economica per guadagnare credito. Viene decisa la rivalutazione della lira, rispetto al dollaro ed alla sterlina, e questo riduce immediatamente l'area delle nostre esportazioni. In più le imposte doganali gravano a tal punto sul manufatto orafico da indurre i valenzani a spedire all'estero merce senza pietre, per non perdere del tutto i mercati.

La situazione è resa più pesante dall'espansione che il settore ha avuto in questi anni. A Valenza si contano ormai poco meno di cinquanta aziende con oltre settecento addetti, e l'improvvisa contrazione del mercato ripropone lo spettro della disoccupazione. Vero è che gran parte di queste imprese sono a conduzione familiare e che il lavoro a domicilio annovera

Bracciale in argento e lacca nera.



Spilla in oro giallo e bianco con cristallo di rocca, onice, lacca e brillanti. (Jean Fouquet).



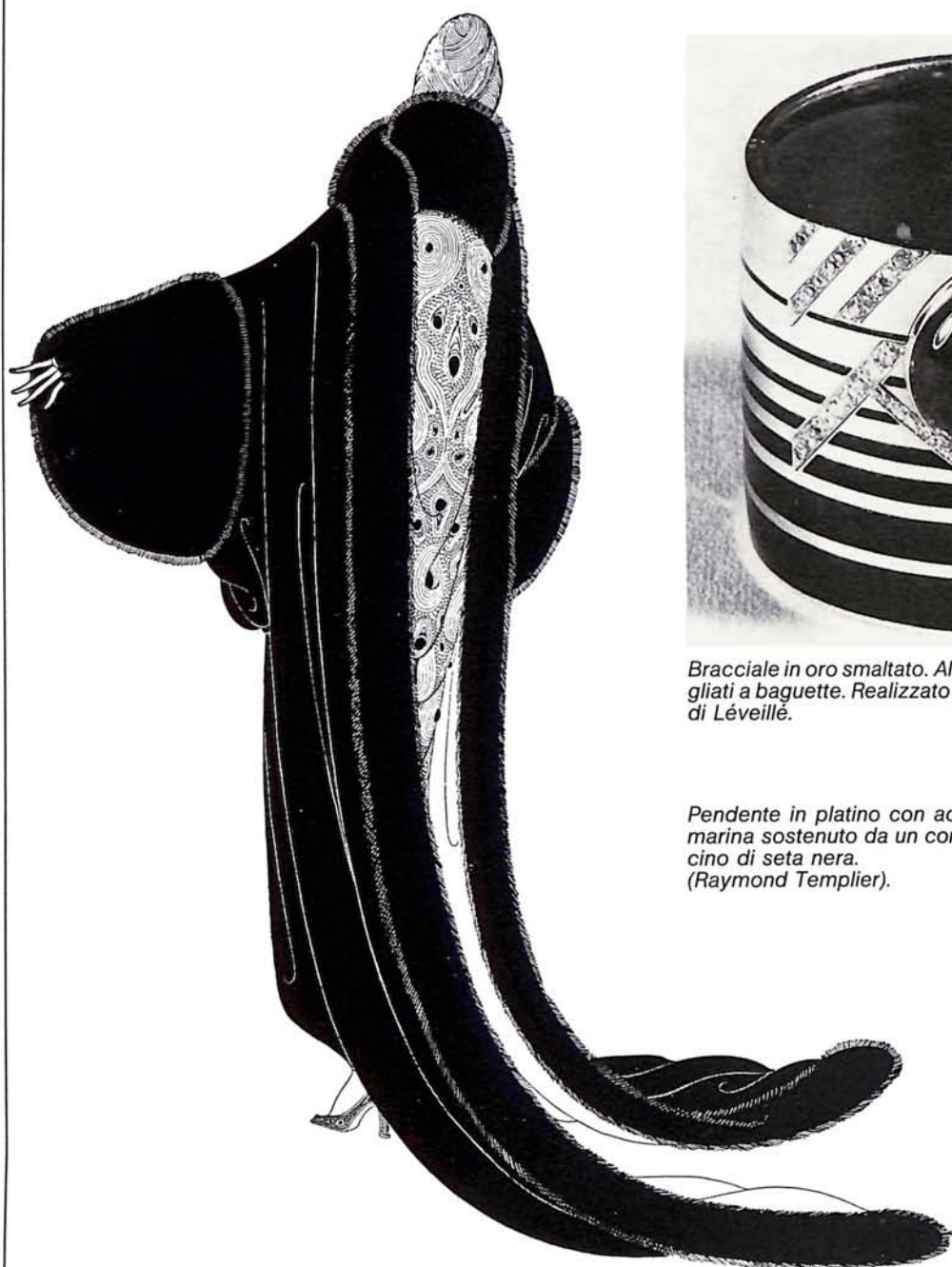
Pendente con acquamarina e onice montate su oro bianco. (Gérard Sandoz).



Spille in platino e diamanti realizzate intorno al 1925. (Raymond Templier).



Disegni realizzati da Erté (Romain de Tiroff) per Harper's Bazar negli anni '20.

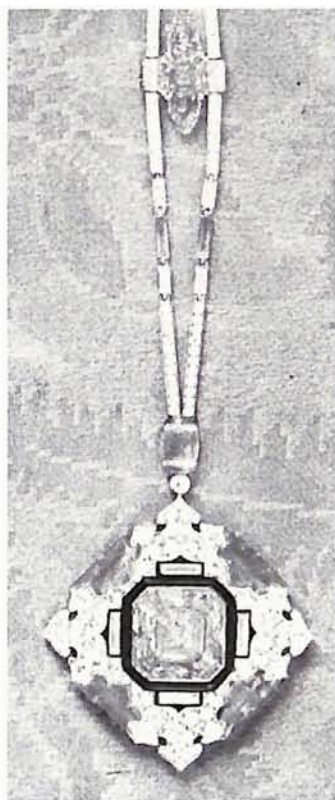


Bracciale in oro smaltato. Al centro uno smeraldo, brillanti e topazi tagliati a baguette. Realizzato nel 1925 da Georges Fouquet su disegno di Lévillè.

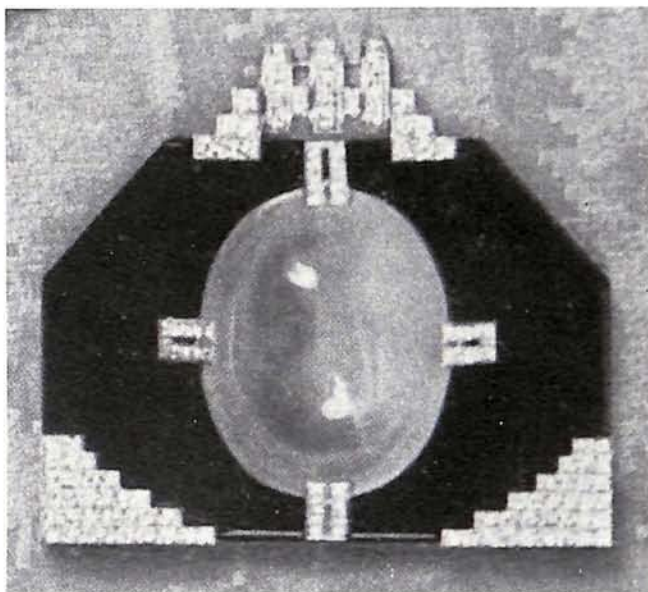
Pendente in platino con acquamarina sostenuto da un cordoncino di seta nera. (Raymond Templier).



Pendente con grande smeraldo tagliato a cabochon montato su onice.
(Georges Fouquet)



Applique composta da un diamante jonquille, ametiste e piccoli brillanti.
(Chaumet).



Pendente in corallo e onice con diamante al centro.
(Dusausoy).



il maggior numero di operatori, ma non mancano le fabbriche, industrialmente attrezzate (Mino ad Alessandria produce già da qualche anno macchine per oreficeria), che per sopravvivere hanno bisogno di mantenere determinati ritmi produttivi.

Una spinta al mercato potrebbe venire dalla moda, ma l'Italia si è messa in divisa, ed anche in questo campo ha rafforzato le frontiere. Basta con la Francia e con la soggezione ai grandi sarti parigini. Basta con la donna fatale, un po' decò, che ama i larghi cappelli, le giarrettiere, le calze velate. Il regime punta sulla donna-madre, che accudisce i figli e crede nel futuro del Paese, e per la quale la prima regola è la praticità.

Ma si tratta evidentemente di scelte velleitarie, anche se ad appoggiarle scendono in campo i più bei nomi dell'Italia fascista, primo fra tutti Marinetti, padre del Futurismo.

Pur di contrastare la moda francese, Marinetti scrive persino un manifesto sull'uso del cappello, e arriva a proporre venti modelli, per tutti gli usi e le esigenze: cappello veloce, notturno, solare, piovoso, alpestre, marino e così via. Tutti da arricchire, come vuole l'autarchia, con piume caserecce, da quelle di anatra a quelle di fagiano.

Per fortuna la moda si rivela la più fiera oppositrice del regime, tanto che Mussolini, nel '33, dirà che "Ogni potere, qualunque esso sia, è destinato a fallire di fronte alla moda. Se la moda dice che le gonne devono essere corte, non si riuscirà ad allungarle neppure con la ghigliottina".

È il solo terreno sul quale il fascismo riconosce di essere stato battuto. Non è stato facile, e la gioielleria italiana ha avuto in questa battaglia il suo posto.

USI, COSTUMI, REGOLAMENTI NELLA BOTTEGA DEL RINASCIMENTO

LO "STATUS" SOCIALE DELL'ORAFO DEL '400



Uno degli elementi fondamentali che contribuì a segnare il passaggio dalla economia feudale a quella di mercato fu l'aumento demografico.

L'eccedenza di prodotti della terra, che non veniva consumata nell'ambito del castello e delle sue terre, veniva commercializzata da contadini che a duro prezzo riuscirono a ottenere una certa libertà di movimento, non più asserviti alla coltivazione del latifondo.

Sicché via via l'attività economica si spostò dal latifondo alla città, che ricevette così un nuovo impulso. Nacquero insieme con gli scambi dei prodotti della terra, le imprese artigiane che nell'ambito della nuova economia cittadina trovarono ampia possibilità di collocare il prodotto. In un secondo tempo le nuove classi mercantili ed artigiane si raggrupparono in corporazioni, che avevano lo scopo di regolamentare le varie attività e soprattutto di controbilanciare il "peso" della classe aristocratica detentrici degli ultimi privilegi feudali.

L'iscrizione all'arte o corporazione era fattore indispensabile per poter esercitare un lavoro autonomo e regolamenti severi operavano in maniera molto selettiva. Va ricordato che nell'età dei comuni era possibile accedere al potere amministrativo solo se si apparteneva ad una corporazione. Erano perciò moltissimi gli esclusi.

Il tumulto dei Ciompi, che si verificò in Firenze nel 1378, può essere considerato una lotta di classe ante litteram, in quanto furono proprio i garzoni e lavoratori esclusi dal potere che si ribellarono, soprattutto per le condizioni di estrema povertà in cui si trovavano relegati.

Fra le numerose attività artigiane legate alla lavorazione dei metalli, un posto di assoluta preminenza era occupato dagli orafi i quali non si limitavano, naturalmente, alla sola lavorazione dell'oro, ma anche dell'argento, del rame e dell'ottone.

Il loro intervento si estendeva anche alla monetazione che richiedeva capacità tecniche e soprattutto doti di integrità e onestà. A loro era affidato l'intaglio dei conii che avrebbero dovuto imprimere le immagini sulla moneta, ad altri, detti "rimettitori" era affidato il compito di aggiungere ad ogni moneta il metallo mancante rispetto al peso prestabilito, ad altri ancora, la fonditura e la politura dei metalli preziosi, ed infine i sentenziatori ed i saggiatori giudicavano la bontà della fusione e per mezzo di una apposita

bilancia (il saggiolo) stabilivano se le monete erano del peso minimo richiesto.

In epoca in cui erano frequenti le "tosature", e cioè l'alleggerimento delle monete del metallo nobile che le costituiva, il parere dell'esperto orafo era richiesto non solo dalle autorità ufficiali, ma anche dai mercanti che le ricevevano in pagamento dei loro commerci.

Le corporazioni in cui erano presenti gli orafi (a Firenze gli orafi aderivano all'arte della seta di Por Santa Maria) stabilivano una lunga serie di norme che riguardavano i diritti di rappresentanza nell'ambito della corporazione stessa e i criteri di fabbricazione cui dovevano attenersi per quanto riguarda le leghe, le punzonature, le tecniche di saldatura, i titoli, ecc. La loro produzione era definita da una precisa gamma merceologica. Essi potevano creare oggetti di vasellame, posateria, gioielli, arredi liturgici o devozionali, parti in metallo di cuoiami e mobili, e poi vari tipi di armi finemente decorate.

La vita di bottega era pur essa cavillosamente regolamentata sia per l'ubicazione della stessa che per l'arredo, per le scritture contabili, il numero dei componenti, ecc. Ai trasgressori erano inflitte severe pene pecuniarie trasformate in corporali per i recidivi oltre, naturalmente, l'espulsione dalla corporazione. Bisogna aggiungere tuttavia che le pene non furono mai applicate con tutta la loro severità.

Per entrare per esempio nell'arte di Por Santa Maria, l'orafo doveva prestare giuramento e pagare una somma non indifferente (dalla quale era però esonerato se poteva dimostrare d'essere parente di un orafo già iscritto alla corporazione). La somma era molto ridotta per chi poteva dimostrare di aver svolto un apprendistato di almeno sei anni in una bottega orafa.

Una regola fondamentale dell'arte di Por Santa Maria era l'obbligo per gli orafi di impiantare botteghe in zone non buie o parzialmente nascoste: la gente doveva poter vedere ciò che l'orafo stava facendo. Essi dovevano insediarsi in zone ben definite in cui tutte le botteghe affini erano raggruppate.

Per evitare frodi e falsi chiunque poteva dunque controllare il lavoro che veniva svolto nell'interno della bottega. Negli statuti dell'arte di Por Santa Maria si legge tra l'altro: "...non si possa lavorare né il dì né la notte se non a bottega aperta, si possano però bruniare in casa i lavori già compiuti. Item, che niuno della detta o alla detta arte possa

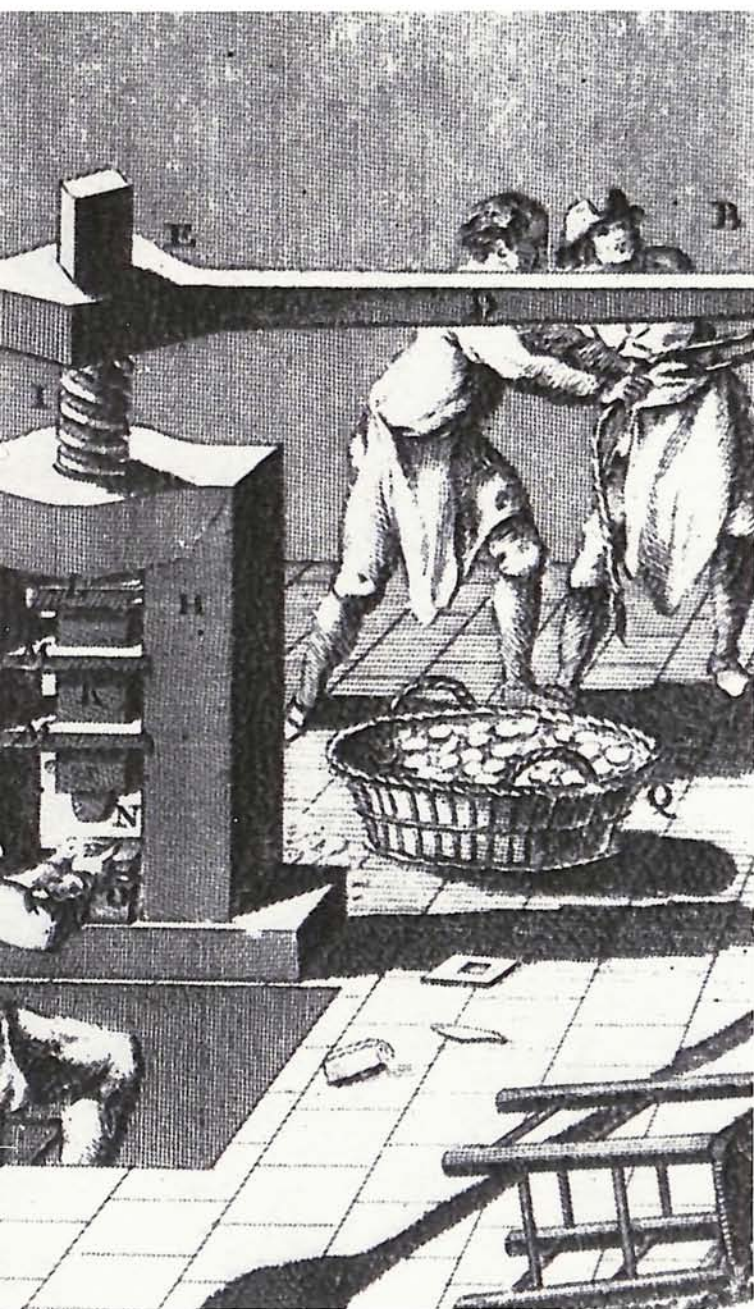
da quindi innanzi lavorare né lavorare fare né il di né di notte se non a botteghe aperte in vie pubbliche, acciò che sia manifesto e patente a ciaschuno viandante, salvo lo vergiare di notte o di meze feste, debono lavorare, nelle botteghe ove di di sono usati di lavorare.”

Riportiamo da una pubblicazione di Alessandro Guidotti “L'Oreficeria nella Firenze del Quattrocento” (Studio per Edizioni Scelte - Firenze 1977):

...“Ogni bottega era diretta da almeno un maestro (l'unico ad avere il diritto e l'obbligo di immatricolarsi), considerato il responsabile di tutto quello che in essa avveniva, come persona più anziana ed esperta del mestiere. Egli poteva contare su un numero più o meno grande di sottoposti, distinti grosso modo in due principali categorie: i garzoni ed i discepoli (gli uni e gli altri detti talora “lavoranti”, se da più tempo al servizio di maestri); i primi erano salariati, retribuiti in denaro secondo brevi contratti rinnovabili, destinati a rimanere tutta la vita dei dipendenti, essendo loro preclusa la possibilità di divenire maestri; i secondi invece, aspiravano proprio a questo e volontariamente si impegnavano a svolgere presso il maestro prescelto un apprendistato che di solito era di sei anni. Durante tale periodo, le parti dovevano adempiere a reciproci impegni: il capobottega assicurava per i primi anni vitto, vestiario ed alloggio, o parte di essi; quindi, successivamente, poteva anche elargire certi compensi, tuttavia limitati o pagati in natura; anzi, per altri mestieri talora è il maestro ad essere pagato dal discepolo: ma non abbiamo alcuna prova di ciò per l'oreficeria. Il maestro poteva esigere, prima della stesura del contratto, un periodo di prova che testimoniassse la predisposizione al mestiere dell'aspirante, che di solito vi si accostava completamente digiuno. Questi, dal canto suo, doveva promettere assoluta obbedienza al maestro, impegnandosi a lavorare solo per lui, a non lavorare cioè, né per la concorrenza né in proprio; gli venivano riconosciuti pochissimi diritti, non si poteva lamentare del trattamento ricevuto e le sue mancanze venivano pesantemente punite. Il contratto di discepolato poteva essere sciolto solo se il maestro era consenziente.

“...Nella bottega dovevano tenersi anche, da parte del maestro, libri sempre aggiornati relativi a debiti e crediti ed alle entrate ed uscite che spesso appositi ufficiali passavano a controllare, unitamente alla buona fattura dei metalli e degli oggetti. All'interno della bottega, ove doveva essere esposto il disegno del marchio da essa usato per se-





gnare i suoi manufatti, non si dovevano tenere né lumi né lanterne accese per evitare la presenza di materiali infiammabili: gli incendi erano frequentissimi e catastrofici.

La merce andava esposta all'interno del locale, in modo che nessuna sovrastruttura (assi, tende, stanghe, banchi, ecc.) sporgesse sulla pubblica via per più di un braccio (cm. 58 circa) era proibito attirare clienti e passanti gridando frasi di richiamo od obbligando in qualche modo ad osservare le merci che erano delle più svariate specie.

Le botteghe, quasi sempre in affitto e non di proprietà dei maestri, dovevano rimanere chiuse per un alto numero di giorni all'anno, considerati festivi;... la festa particolare degli orafi era il giorno del loro patrono Sant'Eligio chiamato anche San Lo e Sant'Alò, che cade il primo di dicembre".

Come è facilmente deducibile, gli orafi non avevano vita molto facile: il loro mestiere era oggetto di numerosissime regole da rispettare.

Ancora più difficile e vincolante era la posizione degli apprendisti ai quali, per la verità, spettavano ben pochi diritti e molti doveri. Anche allora "appositi ufficiali" passavano a controllare le scritture, per cui, anche senza regime IVA, i maestri avevano grosse responsabilità.

Occorre dire, a conclusione di questo "excursus" sulla bottega orafa del primo rinascimento, che la posizione sociale dell'orafa, soprattutto riguardo alla ricchezza, risulta notevole, se si escludono naturalmente gli orafi dediti alle lavorazioni "povere" (ottone, bronzo, rame).

Nell'ambito di questa tradizione di alto artigianato fiorirono grandi artisti del livello di Filippo Brunelleschi, Ghiberti, Antonio del Pollaiuolo, Donatello, Michelozzo, fino al grande Cellini.

Artisti come Paolo Uccello, Verrocchio, Ghirlandaio, Botticelli, Francia, ed altri, provenivano tutti dall'oreficeria, e questa matrice artigiana è facilmente riscontrabile nelle loro opere.

Ancora da sottolineare il lungo periodo di apprendistato per divenire maestri: da sei a otto anni. Possiamo dire che tale lasso di tempo non era eccessivo, giacché anche oggi un buon orafo si forma dopo un periodo certamente non inferiore, a dispetto delle leggi che prevedono un tempo più breve!

Uno dei dati preponderanti dell'attuale situazione di mercato delle perle coltivate è il forte incremento avuto recentemente nella domanda del prodotto finito.

Si è venuta a creare di conseguenza una situazione paradossale mai verificatasi in precedenza, cioè il completo esaurimento di tutte le scorte disponibili che ha costretto le ditte di Kobe, specializzate nella lavorazione ed esportazione di perle, ad una chiusura forzata durante i mesi estivi.

Altro dato emergente dalle statistiche di mercato giapponesi, è l'incremento registrato nelle quotazioni nell'ultimo decennio: a parità di qualità il prezzo risulta decuplicato.

Va aggiunto inoltre che l'attuale alto costo della manodopera giapponese, peraltro insostituibile in questo particolare settore, graverà non poco sul costo del prodotto finito.

Per quanto riguarda la produzione, si è avuta per contro una diminuzione dovuta a diversi fattori, tra i quali i più rilevanti sono: la riduzione delle aree coltivabili, l'inquinamento dei mari ed ancora la coltivazione in tempi forzati delle ostriche che conseguentemente più deboli, difficilmente potranno dare delle perle oltre i 9 mm. di buona qualità.

Le famose "AMA" che vestite di bianco si tuffavano nelle profondità marine per pescare le ostriche perliere "Meleagrine", le migliori per ottenere un ottimo prodotto da coltivazione, sono ora poco più di un ricordo, in alcuni casi solo un richiamo per turisti.

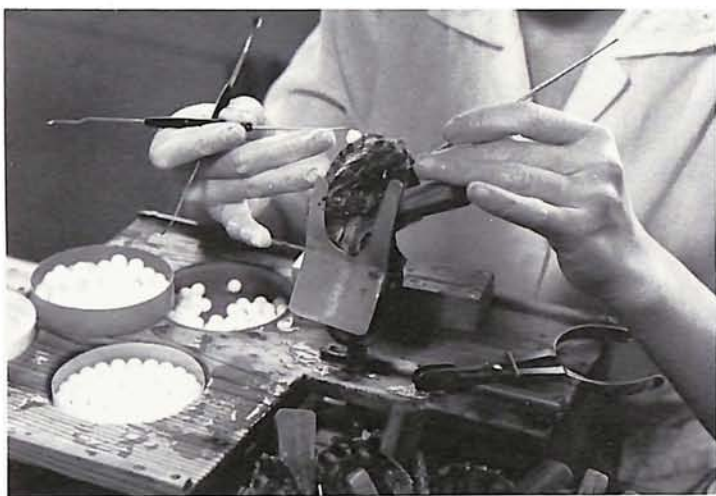
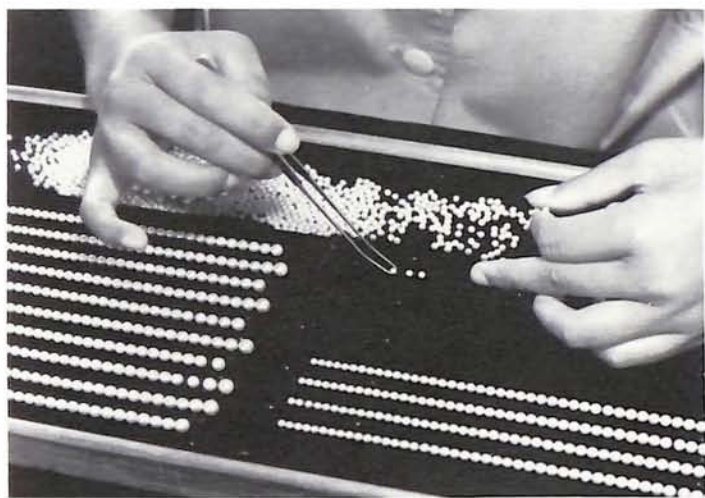
Quest'anno, per di più, alcune aree coltivabili sono state attaccate dal "red tide" o cosiddetta marea rossa, famosa per il potere distruttivo del plancton, alimento indispensabile al sostentamento dell'ostrica, che ha largamente danneggiato le coltivazioni.

Per concludere, se consideriamo oltre a questi fattori, il più determinante e cioè il sempre più largo uso di perle in tutte le sue varietà, e la crescente domanda in linea con l'attuale tendenza imposta dai creatori di moda su scala mondiale, avremo un quadro completo della situazione e la quasi certezza di sensibili aumenti per il prossimo raccolto.

LA LUCE



DEL MARE



Questo 1981 è iniziato purtroppo registrando un aumento della criminalità ai danni del settore orafa. Non passa giorno in cui non si apprenda con costernazione dai giornali che qualche orafo è stato rapinato o, peggio ucciso vigliaccamente mentre è nell'esercizio del suo lavoro.

Numerose valigie di rappresentanti Valenzani sono state rapinate. Non si contano le rapine nei negozi, specie delle grandi città. La gravità del fenomeno fa passare in secondo piano i furti, che pure sono numerosissimi. Qualche nostro collega ha tentato di reagire con le armi in pugno. Bisogna dire che si tratta di una battaglia persa in partenza, giacché è statisticamente provato che i delinquenti hanno la meglio. Il fattore sorpresa giova sempre a loro favore. E l'eccezione conferma la regola.

Sulla nostra rivista ci siamo più volte occupati di questo grosso problema che ha radici profonde nella nostra società.

Lietta Tornabuoni, in un articolo apparso sulla Stampa dei primi giorni di marzo, dal titolo "La piccola vita violenta", mette in guardia contro questo stillicidio quotidiano di criminalità. "...Contro i grandi problemi discussi al vertice ed in TV con tanta verbosa allarmata gravità, il terrorismo, l'ingovernabilità, Visentini, l'inflazione, Reagan, cresce la quantità di sopraffazione quotidiana che la gente è costretta a subire.

Prepotenze, violenze, liquidate con fretta indifferente sotto l'etichetta "piccola criminalità"... ma che giorno dopo giorno trasformano col buio dell'inciviltà la società italiana".

Gli orafi fra le prime vittime della criminalità dilagante. Uno sguardo al problema costituito dai Monti Pegno.

IN AUMENTO I DANNI PER FURTO E RAPINA

F. Cantamessa

È un grido di allarme che la nostra categoria porta avanti già da tempo. Ricordiamo, per tutti, la serrata che fu fatta circa 3 anni or sono su iniziativa della Confedorafi per sensibilizzare la classe dirigente.

Da allora le cose, per la verità, non sono molto cambiate. Se pure occorre registrare l'abnegazione delle forze dell'ordine nel reprimere i crimini, è vero anche che la maggior parte di questi restano impuniti.

Fa eccezione in questo la nostra città, che grazie ad una assidua ed efficace protezione delle forze dell'ordine, ha fortunatamente registrato fin'ora un numero di fatti criminosi ai danni degli orafi

relativamente circoscritto, non solo, ma quasi tutti si sono risolti con l'arresto dei responsabili. Le indagini della polizia giudiziaria hanno portato recentemente all'arresto di alcuni ricettatori ed al ritrovamento delle merci rapinate presso un Monte di Pegni. Di questo argomento ci occupiamo fra poco.

Si è sempre detto che occorre prevenire il crimine in primo luogo diminuendo i rischi costituiti dalla merce fin dove è possibile.

Una buona assicurazione non mette in condizione la vittima della rapina di reagire rischiando la vita. Le misure preventive costituite dagli anti proiettili e da

sofisticati congegni hanno pur esse un peso importante. Ma, a parte il fatto che ormai la nevrosi da rapina tiene continuamente tutti noi con una tensione tale che basta niente per provocare reazioni dettate più dall'istinto che dalla ragione, e che questa nevrosi è pure dei rapinatori, sovente troppo giovani ed inesperti per evitare di premere senza ragione il grilletto della loro arma, a parte tutto ciò, dicevamo, dove va a finire tutta questa merce rubata e rapinata?

Si può pensare che venga rifiuta, o esportata all'estero, o rivenduta attraverso chi sa quali canali. Per cui si è più volte consigliato tutti i colleghi di diffidare di merci offerte da personaggi non qualificati quali operatori del settore, o comunque a prezzi troppo favorevoli rispetto ai valori di mercato.

Certo, scoprire alcuni di questi canali potrebbe essere una via per vedere diminuire la criminalità ai nostri danni.

Anni fa, il nostro stupore raggiunse il diapason quando scoprimmo che merci di illecita provenienza potevano eclissarsi impunemente e in modo del tutto legale semplicemente depositandole ai monti di pegno i quali rilasciavano una polizza al portatore del tutto legale. Il segreto bancario copriva inoltre operazioni, per cui nel complesso l'operazione era piuttosto semplice e soprattutto sicura. I monti pegno, istituzioni bancarie o private che videro l'origine nel '500, nacquero con scopi filantropici, per assistere la povera gente in momenti di particolari esigenze di denaro e, questa resta tutt'ora la loro fondamentale ragione di esistere, anche se in alcuni paesi europei queste istituzioni, dal sapore vagamente arcaico, sono state soppresse. Nel momento in cui si riscontrò che merci di illecita provenienza potevano essere portate ai monti pegni, si chiese, da parte della nostra categoria una revisione della legge che li reggeva, promulgata nel 1939.

Dopo molte insistenze con la legge del 4 febbraio 1977 n. 20 "Modifiche all'ordinamento degli istituti di credito abilitati all'esercizio del credito pignoratorio" si ottennero alcune riforme che qui sintetizziamo brevemente.

Chiunque depositi merce a pegno deve dimostrare con documenti certi la propria identità. L'Istituto deve annotare in apposito registro l'identità del depositante, l'indirizzo, la data dell'operazione e la descrizione degli oggetti dati a pegno. La polizia giudiziaria può essere delegata dal giudice a esaminare dette scritture.

Sanzioni: da lire 100.000 a 1.000.000. In caso di recidiva è revocata l'abilitazione all'esercizio del credito pignoratorio, che però può essere limitata alle agenzie o sedi ove il reato è commesso.

Ora, come è applicata questa legge? A parte le pene comminate che paiono allo scrivente di ben poco conto se si pensa che sono rivolte ad istituti bancari, ma come si spiega che recentemente è stato trovato in un istituto di pegno non lontano da Valenza un ingente quantitativo di merci rubate e poi riconosciute dai legittimi proprietari? Come possono, personaggi di cui non si conosce l'attività portare a pegno quantitativi di gioielli così ingenti e passare inosservati? Forse perché la legge non prevede che al di là di un certo importo, venga richiesta al depositante la licenza di commercio o di fabbricazione di preziosi, o comunque che dimostri con fatture od altro la provenienza dei gioielli. La legge dunque è carente sia nelle pene che negli obblighi. In ogni caso, vista l'origine filantropica di questi istituti, per consentire piccoli prestiti ai meno abbienti, questa origine non è in stridente con tipi di operazioni di diverse decine di milioni per un solo soggetto? Non sarà per caso che questa legge dimostri un tipico compromesso all'italiana?

C'è di più. Risulta che le aste dei gioielli sono soggette all'unica aliquota del 15%, mentre, si sa, il settore sconta due aliquote, di cui una al 35%. Sarebbe bene, dunque, che la nostra categoria riprendesse in mano il problema per verificare, innanzitutto se la legge è correttamente applicata, e secondariamente se non è tutt'ora carente.

Si tratta di poca cosa, di fronte alla enormità del problema, tuttavia rimanere inerti è peggio.

F.C.

Legge 4 Febbraio 1977 N. 20 (in gazzetta Uff. 14 Febbraio N. 41). Modifiche all'ordinamento degli istituti di credito abilitati all'esercizio del credito pignoratorio.

La camera dei deputati ed il Senato della Repubblica hanno approvato;

Il presidente della repubblica promulga la seguente legge:
Art. 1. Chiunque, al fine di ottenere un prestito in denaro, concede in pegno beni mobili ad un istituto o azienda di credito abilitati ad esercitare il credito pignoratorio disciplinato dalla legge 10 maggio 1938, n. 745, e dal regio decreto 25 maggio 1939 n. 1279 deve dimostrare la propria identità nei modi previsti dall'articolo 119 del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza.

A cura dell'istituto o azienda di credito che concede il prestito devono essere annotate in un apposito registro le generalità e il domicilio di chi concede il pegno con l'indicazione del documento di identificazione, la data dell'operazione; il numero della polizza di pegno, nonché la descrizione dettagliata degli oggetti ricevuti in pegno.

All'atto della registrazione del prestito a margine delle indicazioni di cui sopra dovranno essere segnate le generalità dell'isbitore della polizza di pegno con la indicazione del documento di identi-

cazione personale.

Art. 2. In deroga all'articolo 340 del codice di procedura penale, gli ufficiali e gli agenti di polizia giudiziaria possono essere delegati dal giudice ad esaminare il registro indicato nell'art. 1 per rintracciare le cose di illegittima provenienza o per accertare altre circostanze utili alla scoperta della verità.

Art. 3. Le disposizioni della presente legge si applicano anche alle imprese non comprese tra gli istituti ed aziende di credito di cui al regio decreto legge 12 marzo n. 375 e successive modifiche, le quali effettuano, anche occasionalmente, operazione di prestito su pegno.

Tali imprese devono effettuare le annotazioni previste nell'art. 1 su un registro vidimato e bollato nelle forme sancite dagli articoli 2215 e 2216 del codice civile.

Art. 4. Chiunque violi gli obblighi di cui all'art. 1 è punito, salvo che il fatto costituisca reato più grave, con l'ammenda da lire centomila a lire un milione.

Nei casi di particolare gravità o di recidiva nell'osservanza degli obblighi di cui all'art. 1 è revocata l'abilitazione all'esercizio del credito pignoratorio.

La revoca di cui al precedente comma può essere limitata alle agenzie o alle sedi ove il reato è stato commesso.

DAI MERCATI FINANZIARI INTERNAZIONALI

ARGENTO IN ABBONDANZA NEL 1981

New York - Le condizioni del mercato internazionale dell'argento dovrebbero essere meno tese nel 1981 di quanto lo sono state nei due anni precedenti. Lo afferma la "Handy Harman" precisando che non ci sarà carenza di metallo per uso industriale. Nel 1980 il consumo di argento per uso industriale e per coniazione è diminuito del 20%: nei paesi occidentali il consumo è stato di 355,9 milioni di once mentre negli Stati Uniti è stato di 119,7 milioni. La produzione nel mondo occidentale è diminuita del 5% a 255 milioni di once mentre la produzione secondaria è aumentata del 106% a 288,5 milioni di once. Anche la Commodities Research Unit concorda nel prevedere che probabilmente i deficit di disponibilità degli scorsi anni non si ripeteranno. Le disponibilità di argento presso i privati è cresciuta nel 1980 di oltre l'80% ed ora supera largamente il consumo di un anno delle industrie, dei gioiellieri e delle zecche. Questa abbondante disponibilità renderà più difficile il ripetersi di forti tensioni speculative nei prezzi sugli esempi di quanto avvenuto nel '79 ed agli inizi dell'80, tensioni che hanno fatto salire la produzione mineraria e scendere l'utilizzazione.

LA RUSTENBURG AUMENTA PREZZI MINIMI PLATINO

Londra - La "Rustenburg Mines Ltd." ha aumentato il prezzo minimo del platino in sterline portandolo da 202 a 213,50 per oncia troy. Anche i prezzi dei metalli del gruppo del platino sono stati riveduti. La società ha precisato che la decisione è stata presa in seguito all'indebolimento della sterlina nei confronti del dollaro.

La "Rustenburg" ha reso noto inoltre che insieme alla "Matthey Rustenburg Refiners" costruirà in Gran Bretagna una raffineria di metalli del gruppo del platino. La società ha precisato che l'impianto, del costo di 15 milioni di sterline, inizierà l'attività verso la fine del prossimo anno e raffinerà concentrati e metalli contenenti platino provenienti da rottami e residui industriali.

I PRODUTTORI D'ORO SUDAFRICANI IN... CRISI PER GLI ALTI COSTI ESTRATTIVI?

Ai prezzi attuali l'oro rappresenta ancora un grosso affare per i produttori sudafricani, ma qualche cosa scricchiola: alcune società infatti, devono sperare nei rialzi dell'oro per riequilibrare i propri bilanci per non dover trovarsi costrette a ricorrere ai sussidi statali o a ridimensionamenti dei programmi produttivi. Per alcune compagnie sono sufficienti appena 218 dollari l'oncia (sulla base dei costi di esercizio e del tenore aureo del minerale estratto nel quarto trimestre dell'80) per pareggiare costi e ricavi, ma per altre il "break even point" supera il prezzo corrente di mercato. Occorre aggiungere tuttavia che alcune di queste aziende possono contare anche sulla parallela produzione di uranio per ripianare i propri bilanci. Il problema, infatti, è più di bilancio che di mercato dal momento che il "break even point" fluttua secondo i costi di gestione delle singole società oltre che secondo il prezzo di vendita dell'oro. Numerose aziende estrattive, sulla spinta dei rialzi dell'oro dell'ultimo anno e mezzo, hanno avviato costosi programmi di ampliamento della produzione e si trovano ora a dover ammortizzare gli investimenti. Hanno per questo motivo la necessità di realizzare sul mercato un prezzo del loro prodotto molto alto.

La Loraine, per esempio, ha intrapreso un piano di spesa quinquennale di 80 milioni di rand (di cui 27 nel 1981 e 28 nel 1982) e la East Rand PTY Mines, un programma di analoga durata di ben 300 milioni di rand; quest'ultima circa sei mesi fa aveva già dichiarato che avrebbe potuto sostenere un ribasso dell'oro a circa 500 dollari per non più di un anno prima di modificare i piani di investimento. Poiché le sovvenzioni dello Stato vengono concesse solo ad aziende che hanno una vita di almeno 8 anni, qualche analista sudafricano prevede che qualche giovane azienda si troverà in gravi difficoltà; d'altro canto lo sfruttamento di giacimenti a basso tenore aurifero pare sia conveniente solo a prezzi dell'oro più elevati di quelli correnti.

In verità le compagnie hanno potuto beneficiare degli aumenti del dollaro, ma il fenomeno non dà sicurezza di continuità né garantisce un compenso sufficiente alla debolezza del mercato.

Il problema verrebbe facilmente risolto da una ripresa dei prezzi dell'oro, ma questa è una possibilità sulla quale la maggior parte degli esperti non fa affidamento, per lo meno a scadenza breve, per la presenza di ostacoli obiettivi rappresentati dagli alti tassi di interesse, dall'attrazione esercitata da investimenti più remunerativi e da una certa sfiducia della clientela minore. Secondo l'analista Timothy Green il mercato è tuttavia potenzialmente rialzista: ha pronosticato per l'oro un futuro roseo per gli anni '80, grazie alla persistente carenza di disponibilità ed all'aumento della domanda industriale, di investimento e pubblica.

Secondo Green, le disponibilità mondiali del decennio fluttueranno fra le 1.200 e 1.500 tonn. all'anno, e cioè molto al di sotto di quelle degli ultimi anni '70, per l'esaurimento delle liquidazioni dei tesaurizzatori e la stabilità delle forniture sudafricane e sovietiche: le prime si manterranno fra le 600 e le 700 tonn. (674 tonn. nell'80) per poi ridursi a 400-600 tonn. negli anni '90) e le seconde, attualmente stimate in 350 tonn. annue, non aumenteranno, dato che l'URSS sarà probabilmente in grado di soddisfare con esse il proprio fabbisogno di valuta estera.

Dal lato dell'offerta, aumenteranno le forniture da Canada, Ghana e Brasile, che però non influiranno molto sulle disponibilità totali.

Dal lato della domanda, invece, dovrebbe allargarsi la presenza dei gioiellieri (dopo la defezione del 1980 per il rialzo dei prezzi) che quest'anno aumenteranno la quota sull'utilizzazione totale dal 40 al 50 per cento.

Ad essi si affiancheranno l'industria, che fornirà una solida base per tutto il decennio, come pure e soprattutto gli investitori privati e gli speculatori, particolarmente dal medio oriente, che daranno vita ad una crescita della domanda più dinamica.

I paesi dell'Opec hanno tutt'ora quote molto modeste delle loro riserve investite in oro e dovrebbero cercare di aumentarle nel corso degli anni '80. Una crescente domanda dovrebbe inoltre provenire dalle banche centrali di Paesi quali la Libia, l'Iraq e la Giordania, che hanno incominciato a diversificare le riserve ed attenuare le conseguenze di un possibile congelamento di attività come è capitato all'Iran

per l'affare degli ostaggi USA. (Questi dati e previsioni ci sono pervenuti dal Centro Studi della Cassa di Risparmio di Alessandria).

Gli anni '80 dunque dovrebbero siglare ulteriori rialzi del metallo giallo in quanto a diminuzione dell'offerta, la domanda tende ad aumentare.

Le preoccupazioni delle aziende estrattive del Sudafrica sarebbero dunque in breve tempo vanificate dai migliori prezzi che queste potrebbero spuntare sul mercato.

Ma che dovremmo dire allora noi Italiani, che di miniere d'oro non abbiamo manco l'ombra e ci dibattiamo con problemi di deficit di bilancia dei pagamenti enormi essendo la nostra una economia di pura trasformazione?

Ci pare un po' la situazione di chi, avendo troppo mangiato, lamenti difetti di digestione con chi invece ha saltato il pranzo!

IN AUMENTO LE VENDITE DI "KRUGERRAND"

Johannesburg - Le vendite di "krugerrand" nello scorso mese di febbraio sono ammontate a 320.507 onces d'oro, globalmente per tutti i vari tipi di conio, con un incremento del 12,7% rispetto alle 284.423 onces di gennaio e contro una media mensile di 261.975 onces del 1980.

In dettaglio le vendite di febbraio hanno riguardato 285.667 monete da un'oncia, di cui 279.413 all'esportazione, contro 259.908 di gennaio, 28.985 monete da mezza oncia (27.455 in gennaio), 28.605 da un quarto di oncia (35.702 in gennaio) e 131.962 da un decimo di oncia (18.666 in gennaio).

Il Sud Africa ha coniato cento medaglioni da 1 kg (100 millimetri di diametro e 11,25 di spessore) con l'effigie di Kruger. I medaglioni sono stati posti in vendita ad un prezzo di 27.750 rand corrispondente ad un 50% in più rispetto al prezzo dell'oro fino. Successivamente al 20 marzo il prezzo di vendita è stato di 30.000 rand.

NUOVI MERCATI PER LE CONTRATTAZIONI SULL'ORO

Winnipeg - Il mercato di Winnipeg (Canada) ha reso noto di aver introdotto un nuovo contratto da 20 onces per l'oro ed uno da 200 onces per l'argento, entrambi a termine. Inoltre gli operatori che trattano contratti più consistenti (100 onces per l'oro e 1.000 per l'argento) potranno beneficiare di una riduzione delle commissioni.

Un nuovo mercato per le contrattazioni sull'oro sarà aperto nel prossimo mese di maggio in Giappone ad Osaka, sull'esempio del mercato di Tokyo che aprirà in aprile.

Alla borsa valori di Lussemburgo sono iniziate lo scorso 17 marzo le contrattazioni sull'oro. Prendono parte alla fissazione 18 banche mentre altre hanno chiesto l'autorizzazione per intervenire.

DOLLARO E ORO

Alla ricerca di nuovi equilibri e di nuovi rapporti economici: il 1981 è iniziato in un clima turbolento e caratterizzato da violente tensioni monetarie, mentre sul fronte economico si sono avvertiti i segni di una recessione che si è allargata a macchia d'olio interessando tutti i paesi industrializzati e che non sembra destinata ad esaurirsi in un breve spazio di tempo. Oltre tutto gli ampi differenziali tra i tassi di inflazione dei vari paesi hanno costituito delle vere e proprie cariche dirompenti.

La nuova amministrazione Reagan si è presentata con progetti ambiziosi: debellare l'inflazione con tagli nella spesa pubblica e contemporanee riduzioni fiscali, accompagnate da un drenaggio della liquidità con conseguente rincaro del costo del denaro. Gli ambienti finanziari internazionali sembrano aver ritrovato con Reagan una diffusa fiducia nell'economia statunitense ed in particolare nel dollaro. Gli elevati tassi di interesse hanno, infatti costituito l'ago della bilancia tra dollaro ed oro, con il primo in netto rialzo ed il secondo in fase discendente, tanto da toccare ai primi di marzo il minimo degli ultimi due anni. Abbandonata quota 500 dollari per oncia, l'oro si è portato attorno ai 560/470 dollari. Su queste basi si è registrato un ritorno degli acquisti da parte di banche svizzere. Secondo queste ultime, infatti, l'oro ben difficilmente potrà scendere sotto la soglia dei 400 dollari per oncia poiché le banche centrali hanno rivalutato le loro riserve auree a quel livello e con tutta probabilità lo difende-

ranno. Ed ancora una volta gli gnomi di Zurigo sembrano aver avuto ragione.

Il rialzo del dollaro e gli elevati tassi di interesse negli Stati Uniti non potevano lasciare indifferenti i paesi europei. Germania e Svizzera hanno ritoccato al rialzo i loro tassi di interesse. Al rialzo del dollaro ha fatto seguito la ripresa del marco e schiacciata tra queste due valute forti la lira, nonostante le assicurazioni dei vari ministri, è stata svalutata. È stata un'ulteriore conferma della fragilità delle monete in presenza di tassi di inflazione elevate ed un incentivo a riscoprire l'oro quale bene rifugio. È stato sufficiente infatti un lieve assestamento del costo del denaro negli Stati Uniti perché il metallo giallo si riportasse a quota 535 dollari per oncia. Certamente la ripresa del dollaro rimarrà condizionata dal perseguimento o meno degli obiettivi antinflazionistici del presidente Reagan. Se il nuovo presidente statunitense non dovesse essere in grado di frenare le spese correnti di bilancio, la Riserva Federale manterrà ed, anzi, accentuerà la stretta creditizia riportando i tassi di interesse su valori molto elevati. In questo caso l'ago della bilancia penderà nuovamente a favore del dollaro.

Se invece la politica di Reagan dovesse dare risultati positivi ed i tassi di interesse dovessero scendere sotto il 15% l'oro potrebbe riprendere la corsa al rialzo per portarsi, secondo le valutazioni di alcuni esperti, intorno ai 700 dollari per oncia entro la fine dell'anno.

ORO IRANIANO DAGLI USA A LONDRA

New York - Il trasferimento effettivo di oro iraniano dagli Stati Uniti alla Gran Bretagna nei primi due mesi del 1981 è stato di oltre 105 tonnellate. Solo tra l'8 e l'11 febbraio scorso l'oro consegnato è ammontato a 50 tonnellate, mentre le altre 55 tonnellate sarebbero entrate in Gran Bretagna in gennaio. Questi movimenti sarebbero collegati all'accordo intervenuto tra Iran e Stati Uniti, ma non avrebbero comportato trasferimenti fisici ingenti di metallo. Una gran parte dell'oro inglese è custodita infatti presso la Banca della Riserva Federale di New York e i trasferimenti di oro sarebbero stati contabilizzati almeno parzialmente nelle riserve.

DIMINUITE LE IMPORTAZIONI GIAPPONESI DI ORO

Tokyo - Nel corso del 1980 il Giappone ha importato 31.816 kg. di oro, comprese billette, barre e laminati, con una flessione di circa il 50% rispetto ai 62.827 kg. di oro importati nel '79. Le importazioni giapponesi di oro lo scorso anno sono scese al livello più basso dal 1973, da quando cioè in Giappone sono state liberalizzate le importazioni di oro che nel 1978 hanno raggiunto il record di 98.500 kg. La Svizzera è stata la maggior fornitrice di oro al Giappone con 16.746 kg. contro i 27.356 del 1979, seguita dall'Inghilterra con 11.702 (27.103) e dall'Unione Sovietica con 2.482 kg. (4.464).

"GOLD STANDARD" E SCORTE STRATEGICHE ALL'ESAME DELL'AMMINISTRAZIONE REAGAN

New York - L'eventualità di riadottare il sistema "Gold Standard" è ancora in fase di esame da parte della amministrazione Reagan, che tuttavia non ha ancora formulato una politica specifica. Secondo esperti finanziari del nuovo governo statunitense il progetto è ancora nella fase di discussione. Il governo Reagan inoltre ha intenzione di incrementare le scorte di alcuni materiali strategici. A tale proposito gli Stati Uniti potrebbero riprendere gli acquisti di platino.

COOPERAZIONE TRA I DUE MAGGIORI PRODUTTORI SVIZZERI DI OROLOGI

Basilea - I due maggiori gruppi svizzeri produttori di orologi, la "ASUAG" e la "SSIH" hanno annunciato di aver in progetto una più stretta collaborazione. Il programma di cooperazione comprenderà tutti gli aspetti dei differenti settori di attività dei due gruppi, ma sarà mantenuta l'indipendenza delle due marche. La "SSIH", che produce notissime marche come "Omega" e "Tissot" e che è la maggior produttrice svizzera di orologi finiti, ha denunciato nel 1980 una forte perdita a causa del calo delle vendite. Nei primi dieci mesi dell'anno il fatturato della "SSIH" è stato di 498 milioni di franchi svizzeri con una flessione del 7,1% rispetto all'analogo periodo del 1979 e con una perdita economica di 42 milioni di franchi nei soli primi sette mesi. Nello scorso dicembre un consorzio di banche svizzere si era impegnato a fornire crediti supplementari alla "SSIH" per aiutarla a superare la crisi di liquidità.

FABBRICA PRODUTTRICE GIOIELLI ALTA MODA

CERCA

Rappresentante per zone da destinarsi. Richiedonsi referenze primarie, introduzione nel campo orafa - orologeria di marca. Fare offerte dettagliate indicando posti già occupati e referenze a:

ASSOCIAZIONE ORAFI VALENZANA

CORRIERE DELLA SERA

speciale «prêt-à-porter»

ARIA NUOVA IN GIOIELLERIA CON L'AVVENTO DEL GIOIELLO-MODA

Crollato il gioiello tradizionale è il momento del gioiello firmato

Quattro gatti in una camera

Appare sul Corriere della Sera di una domenica di marzo, e incuriosita, mi leggo l'articolo. Al lettore ignaro si spiega che i sarti e gli stilisti di moda sono praticamente coloro che stanno salvando la gioielleria dalla catastrofe determinata dalla mancanza di creatività dei gioiellieri e stanno smuovendo il settore che è un po' in "stanca".

Meno male. E che cosa propongono i "creatori"? Uditte, udite: oro limitato nel peso, prima di tutto, e poi... "altro motivo di questa ricerca creativa degli stilisti consiste nella riscoperta delle pietre naturali semipreziose..."

Ecco, avevamo proprio bisogno, noi Valenzani, che qualcuno ci spiegasse che esistono le tormaline, la malachite, l'agata, il quarzo rosa.

Non importa se da anni i gioiellieri valenzani utilizzano massicciamente queste pietre. Non importa se alla 3ª Mostra del gioiello Valenzano la Giuria ha individuato in una collana di

rubelliti un gioiello degno di un premio.

Concedetemi un'escursione anche tra gli amici-colleghi milanesi: gioielli leggerissimi, e collier stupendi realizzati con diaspro, calcedonio e agata sono anni che ne vediamo da Misani, Mancadori, Sabbadini... tanto per non fare nomi.

Improvvisamente spunta una cosiddetta Camera Nazionale della Gioielleria che - tanto per tenere alto il prestigio della gioielleria italiana - ci dice che sono i sarti ad averne per primi intuito l'impiego.

La cosa ci incuriosisce: cos'è questa Camera della Gioielleria?

Le informazioni raccolte ci confermano che si tratta di una organizzazione privata, gestita da privati, che si è data questa definizione e la utilizza per spingere gli interessi di una ditta fiduciaria (di cui il Presidente della Camera è il titolare) che vende gioielli firmati da sarti.

Non mettiamo in discussione il valore dell'idea gioiel-

lo-firmato: i pro e i contro potrebbero riempire pagine e pagine.

Ma, ci chiediamo, è giusto che una organizzazione commerciale a carattere privato possa fregiarsi di una definizione che suona ufficiale e la utilizzi a suo esclusivo e personale beneficio?

È giusto che una sedicente Camera Nazionale della Gioielleria che lavora per quattro sarti e che non conta nessun, dico nessun, gioielliere membro possa non solo esistere, ma addirittura ledere come ha fatto con l'articolo che qui stiamo commentando gli interessi e il prestigio dei Gioiellieri?

È giusto che nel nome della gioielleria italiana, che ne è del tutto ignara, organizzi sfilate per la stampa a grande diffusione (quella settoriale, forse per non avere critiche, non è invitata) e che proponga con l'ufficialità di una "Camera Nazionale" un prodotto che non è rappresentativo della produzione globale italiana?

E quando la "Camera Nazionale della Gioielleria Italiana" vorrà esportare i propri prodotti staremo passivamente ad assistere a questa presuntuosa auto-presentazione, che finirà senz'altro col creare equivoci anche presso la stampa e i compratori esteri? E i Dettaglianti, come dovranno comportarsi se il cliente chiederà loro "È vero che il gioiello tradizionale è crollato?"

Nei giorni scorsi ho guardato con maggiore attenzione le vetrine dei più quotati gioiellieri di Milano: nessuna creazione della Camera e dei suoi quattro gatti, ma gioielli "tradizionali" con tormaline, con giade, con brillanti, rubini e tutte le altre pietre che la gioielleria italiana impiega da sempre. E allora? La Confedoraf ha un presidente attivo ed attento ai problemi del settore. Tra i problemi che oggi ci stringono in una morsa questo è il minore ma, Commendator Puorto, cos'è questa Camera?

Rosanna Comi

La Camera di Commercio di Alessandria ci comunica di aver portato alcuni correttivi ai meccanismi di erogazione dei contributi per la partecipazione a mostre, e precisamente:

- annullamento dei contributi ai partecipanti delle fiere locali;
- elevazione del limite massimo annuale per azienda ad 1.000.000 anziché 800.000 per manifestazioni a carattere promozionale svolte in Italia;
- elevazione del limite massimo annuale per azienda a Lire 1.300.000 anziché 1.000.000 per le manifestazioni all'estero.

Lo stanziamento complessivo predisposto dall'Ente Camerale è di 140 milioni.

L'AMBASCIATORE DEL GHANA A VALENZA

Martedì 10 marzo l'ambasciatore del Ghana, sig. Thomas Ennison, accompagnato dall'Avv. Prof. Mario Fiore del Foro di Roma, si è incontrato con il Presidente Staurino, e con alcuni Consiglieri e Soci dell'A.O.V. Durante il breve soggiorno in Valenza, l'ambasciatore ha visitato alcuni laboratori orafi, l'Istituto Statale d'Arte e la Mostra Permanente.

In una riunione di lavoro, alla presenza delle sopracitate persone e del rappresentante dell'Amministrazione Dott. Raspagni, l'ambasciatore ha prospettato l'interesse del Governo del Ghana a che venga ripreso lo sfruttamento delle miniere d'oro di cui il proprio Paese è ricco (una quarantina di giacimenti a stimata alta redditività).

Il rivolgersi agli operatori valenzani è dovuto dal fatto che il Ghana vorrebbe costituire una società mineraria in cui almeno parte del capitale fosse apportato dai diretti consumatori del metallo, questo anche al fine di sganciare l'immissione dell'oro sul mercato dalla tutela delle società multinazionali che da sempre esercitano il monopolio su questo settore.

Quanto prima perverrà all'A.O.V. la documentazione tecnica sull'argomento che permetterà un approfondimento della questione a tutti coloro che saranno interessati.



SEMINARIO DELL'ISTITUTO GEMMOLOGICO ITALIANO

Seminario informativo di base sulle pietre di colore.

Promosso dall'IGI in collaborazione con l'AOV si è tenuto nei giorni 23/26 febbraio un seminario sulle pietre di colore.

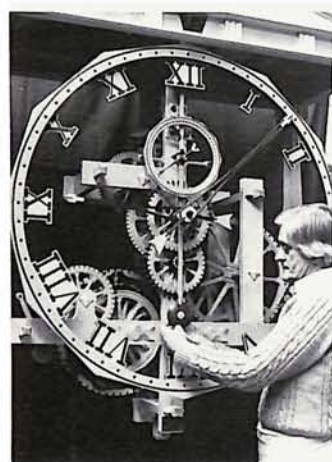
Le lezioni sono state svolte dal

Prof. Trossarelli dell'Ist. di Mineralogia dell'Università di Torino, nell'aula di gemmologia dell'ISA. Fra i 22 partecipanti c'erano parecchi giovani, accanto a titolari e dirigenti di aziende orafe. L'adesione, che è andata oltre la previsione, ha testimoniato il vivo interesse che l'iniziativa ha suscitato fra i soci dell'AOV e che sarà certamente ripresa in avvenire.

LA MOSTRA SOCIALE DELL'A.O.V.

La 5ª edizione della Mostra sociale — una mostra indetta dall'A.O.V. ove gli artigiani orafi presentano la loro produzione a commercianti e grossisti si è svolta quest'anno nei saloni assembleari dell'A.O.V. con la partecipazione di un folto numero di aziende, quasi il doppio di quello dello scorso anno. Si è anche registrato un notevole afflusso di visitatori, viaggiatori e grossisti italiani. Le vetrinette, arre-

date con molta cura, presentavano la produzione primaverile di 62 aziende esposta in forma anonima. Il visitatore poteva richiedere nome ed indirizzo del produttore alla apposita segreteria. Questa manifestazione fieristica, anche se in tono minore rispetto alla più importante Mostra del Gioiello Valenzano, è ormai divenuta un appuntamento tradizionale per i riassortimenti dopo le vendite natalizie. La prossima edizione si terrà nella prima decade di settembre.



L'industria orologiaia inglese trova in Ron Woodford un artigiano di punta.

Gli sono stati necessari oltre sei anni di lavoro per mettere a punto un prototipo di misuratore del tempo, probabilmente l'unico al mondo completamente in legno.

20 diverse qualità di legno, opportunamente bilanciate, sono state impiegate per la costruzione di questo straordinario pezzo che ci offre la possibilità di constatare come un certo artigianato, fatto di pazienza, di creatività, di originalità, possa ancora ai nostri giorni trovare un suo spazio. Ron Woodford è in grado di consegnare otto orologi all'anno.

DA BASILEA

Anche quest'anno nell'ambito della Fiera di Basilea si è svolta l'ormai consueta conferenza-stampa alla quale hanno partecipato esponenti delle più qualificate testate internazionali.

Alle relazioni introduttive svolte da Gianni Cacchione, Presidente della Federazione Nazionale Argentieri, e da Stefano Verità, neo Vice-presidente dell'Associazione Orafa Valenzana, è seguito un interessante dibattito condotto da Giampiero Ferraris.

I giornalisti presenti hanno mostrato un vivo interesse per la situazione della gioielleria italiana e numerosi sono stati gli interventi, che hanno consentito ai relatori di fornire esaurienti informazioni sul nostro mercato produttivo.



Gianni Cacchione: "Perdere mano d'opera altamente qualificata — quale è appunto quella che esprime il massimo standard della gioielleria e dell'argenteria italiana — significherebbe sottrarre a questi due settori la loro principale e vitale ricchezza.

I livelli di occupazione sono mantenuti soprattutto grazie agli sforzi che gli artigiani e le piccole imprese sono oggi chiamati a sostenere.

Nuovi mercati stanno diventando estremamente interessanti, anche per la riesportazione di prodotti acquistati dall'Italia.

È il caso, ad esempio, del Regno Unito nel quale stiamo conducendo una ricerca di mercato per poter operare su basi di attendibilità.

Sappiamo con certezza che attraverso importazioni dal Regno Unito molti Paesi del Commonwealth, prima di tutti Canada e Australia, avvicinano la produzione orafa e argenteria italiana".



Giampiero Ferraris: "È stata registrata una caduta in verticale della domanda dai Paesi del Medio Oriente mentre, a compensare una flessione di esportazioni verso i Paesi industrializzati, sono intervenuti acquisti — quasi sempre indiretti — da Paesi per noi nuovi nel mercato della gioielleria quali Cile, Argentina, Messico, ecc.

Se le manovre messe in atto dall'amministrazione Reagan dovessero durare, l'oro non dovrebbe superare i 500 dollari l'oncia e — con la sua stabilità — consentire alla gioielleria una certa ripresa. Ma è difficile prevedere che cosa potrà succedere quando si esaurirà l'effetto del prime-rate attualmente in vigore negli Stati Uniti, che ha influenzato anche gli altri Paesi".



Stefano Verità: "Valenza ha una sua Mostra — per ora soltanto annuale — in cui viene proposto un prodotto estremamente qualificato, legato anche al lancio di nuove linee.

La Mostra del Gioiello Valenzano non vuole sostituirsi ad altre manifestazioni, ma esprimere con un discorso altamente specializzato la propria flessibilità alle esigenze del mercato. Le imprese valenzane — per la loro struttura tipicamente artigianale — sono in grado di reagire rapidamente e di rispondere tempestivamente ad ogni nuova tendenza.

Gli artigiani valenzani rispondono alla crisi con maggiore creatività, più viva fantasia, con più alto impegno professionale".





A PFHORZEIM

Anche a Pforzeim si è svolto l'annuale concorso tra gli allievi della scuola orafa.

Nelle foto, alcuni dei pezzi che si sono classificati ai primi posti.

A) Realizzato con l'antica tecnica della granulazione un pendente a forma di boccio-
lo, legato ad una originale ca-
tena.

B) L'interessante proposta di
un allievo: la fusione di un
orecchino con un pettine per
capelli che costituiscono un
unico oggetto.

C) Effetti di opaco e lucido in
un girocollo estremamente
lineare, movimentato dai
diversi colori dell'oro impie-
gato.

D) L'idea dei boccioli e dei
petali è qui sviluppata in due
orecchini: il movimento del
disegno è sottolineato dai
contrasti di lucido-opaco.

E) Girocollo con chiusura che
forma la parte centrale.

F) Orecchini abbastanza in-
soliti da indossare senza
clips o viti.

CONVEGNO SICILIANO

Promossa da una nostra associata particolarmente sensibile ai problemi del settore, la Costa Chiavaro di Catania, è stato organizzato a Taormina un incontro dibattito tra Operatori Orafi dell'Italia meridionale e insulare e alcuni relatori che hanno toccato temi di attuale, profondo interesse.

Un'iniziativa insolita ed interessante per gli operatori del Sud che solo a Roma, Vicenza o Milano trovano tradizionalmente sedi per incontri di questo genere e che hanno manifestato con la loro presenza di gradire l'opportunità offerta.

Sono state presentate tre relazioni: nella prima F.V. Torboli, Direttore Generale della Intergold, ha svolto il tema del "Prezzo dell'oro e le sue implicazioni nell'industria orafa". Partendo da una analisi della domanda e dell'offerta del metallo negli ultimi dieci anni, il Dr. Torboli ha evidenziato l'andamento anti-ciclico della domanda nell'ultimo periodo, il che, unitamente a fattori politici ed economici ha generato l'aumento di prezzo degli ultimi 16 mesi.

Luigi Balestra, Amministratore Delegato della Vieri S.p.A., ha invece affrontato il tema della funzione e delle prospettive dell'imprenditore orafo degli anni '80: partendo dalla constatazione che gli anni '80 hanno segnato una svolta radicale del settore, il relatore ha sottolineato il diverso ruolo che l'imprenditore orafo è chiamato ad assumere, e le diverse priorità che l'ottica aziendale si dovrà porre per convivere con un mercato in continua evoluzione.

Infine G. Campo della R.A.S. ha sviluppato l'argomento delle assicurazioni nell'industria e nel commercio orafi: la continua e spesso triste esperienza quotidiana del settore sottolinea l'esigenza di una approfondita informazione sui problemi assicurativi, per evitare spiacevoli equivoci che spesso hanno conseguenze drammatiche anche dal punto di vista finanziario.

DAGLI U.S.A.

Il GIA (Gemmological Institute of America) ha programmato per il febbraio 1982 il Primo Simposio Internazionale di gemmologia.

Alla manifestazione, che concluderà la celebrazione di 50 anni

di attività dell'Istituto, sono invitati tutti i diplomati del GIA e vedrà quali ospiti d'onore le figure più rappresentative della gioielleria, curatori di Musei e professori universitari.

Relatori di interesse internazio-

nale terranno conferenze di aggiornamento sulle più recenti scoperte e ricerche nel campo dei diamanti e delle pietre di colore, i trattamenti e le sintesi. Per maggiori informazioni gli interessati potranno rivolgersi direttamente al GIA.



Il gioielliere Blondi, titolare dell'omonima gioielleria di Modena, riceve il premio "Qualità, garanzia e cortesia 1980/81".

Il riconoscimento è stato assegnato anche alla gioielleria Bertazzani di Guastalla e alla gioielleria Perini di Rovereto. Questi dettaglianti sono risultati vincitori di un singolare concorso organizzato da Masella e da Intergold, in cui la giuria era costituita da consumatori che — con apposite cartoline — hanno espresso la loro preferenza e la loro fiducia.

All'iniziativa promozionale, particolarmente simpatica per il coinvolgimento del pubblico, hanno preso parte numerosi gioiellieri di tutta Italia.



AFRICA D'ORO

Secondo l'Intergold la produzione di gioielli in oro a basso titolo o troppo leggeri potrebbe avere conseguenze negative per il settore.

Per questo motivo è suggerito l'utilizzo dei titoli più elevati, magari in combinazione con materiali diversi quali il legno, il vetro, il cuoio, ecc., per consentire la realizzazione di oggetti a prezzi contenuti.

Nell'intento di fornire indicazioni e soluzioni stilistiche di nuova concezione, alcuni stilisti sudafricani hanno realizzato una serie di oggetti estremamente interessanti, presentati nel corso di uno show-defilé che, dopo il suo debutto a Basilea, toccherà le più importanti città di tutta Europa.

PIÙ PUBBLICITÀ PER I GIOIELLI

Più aggressiva, a partire da quest'anno, la presenza pubblicitaria della De Beers sui mass media italiani.

L'incremento nelle vendite di diamanti, obiettivo di marketing di questa organizzazione, spinge ovviamente in una precisa direzione gli sforzi promozionali e pubblicitari a vantaggio — possiamo francamente ammetterlo — non solo della gioielleria con diamanti ma del prodotto orafo in genere.

Particolare impegno sta ponendo la De Beers nello smuovere un consumatore per tradizione refrattario al gioiello: l'uomo.

Ricerche motivazionali hanno messo a fuoco alcuni dei motivi dietro i quali l'uomo si trincerava per non indossare gioielli e gli aspetti positivi sui quali far leva per avvicinarlo.

Secondo la De Beers la gioielleria per uomo sarà, nel prossimo futuro, un mercato estremamente interessante ed è su questa che incentrerà gran parte dei suoi investimenti pubblicitari e promozionali.

Presso la stampa a grande diffusione e le agenzie di pubblicità più importanti la De Beers sta svolgendo un'interessante azione di informazione e consulenza per l'impiego di gioielli nei servizi di moda e nella produzione di materiale pubblicitario e, grazie all'influenza delle riviste di moda nella formazione del gusto, non è da escludere che da questi canali possa derivare una certa spinta al consumo di gioielleria sia femminile che maschile.



Giuseppe Capra

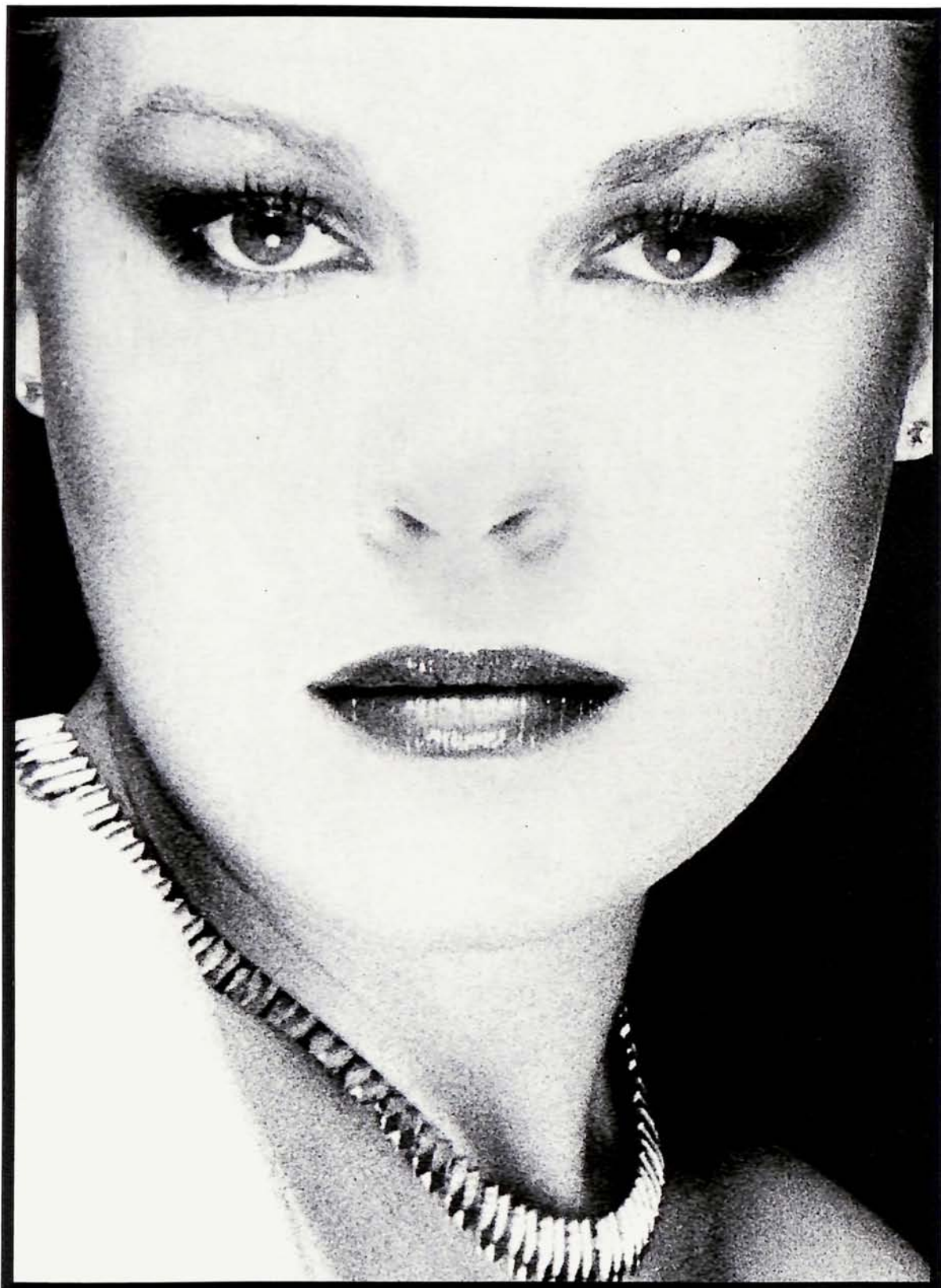
orafo e gioielliere in Valenza

GIUSEPPE CAPRA - IMPORT - EXPORT

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

SANTO MASSIMINO

PREZIOSI



VALENZA - Tel. 095/822187 - 608322 - 607755
CATANIA - Viale Oliva, 6 - Tel. 0131/953377

A DYNAMIC FIRM CATERING TO FOREIGN JEWELLERS OPERATING IN ITALY.

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



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

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

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



ibro

s. r. l.

Insurance Brokers

Consulenza Assicurativa e Finanziaria

Assicuratore di fiducia delle
seguenti Associazioni:

Associazione Orafa Valenzana

Associazione Orafa Piemontese

Federazione Nazionale Grossisti

Federazione Nazionale Dettaglianti.

*via Cavour, 5
tel. 0131 - 2357
15100 - Alessandria*

*P.zza Donatori di Sangue, 16
tel. 041 - 984678
30171 Mestre - Venezia*

GIORGIO LOMBARDI - GIOIELLI

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



firma l'oro dal 1882



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



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

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

RUBIN *stam*

GEMOLOGICAL SHOP



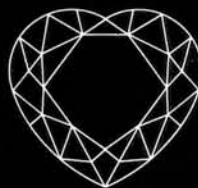
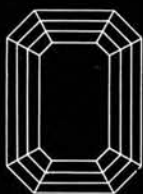
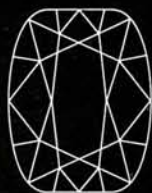
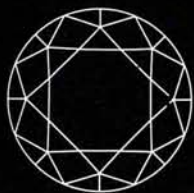
Gemological Shop

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



1821

Fratelli Ceriana s.p.a. Banca



KIMBERLEY DIAMONDS ITALIA S.R.L.

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

KIMBERLEY DIAMONDS INC.

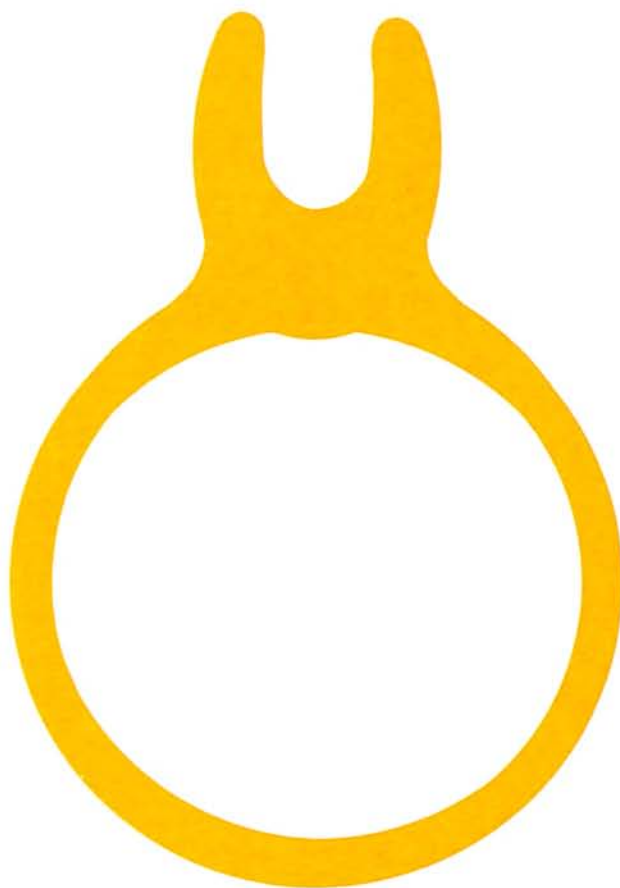
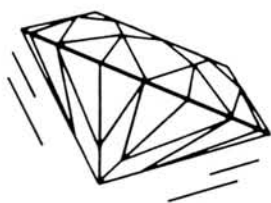
JOHANNESBURG (S. AFRICA)
L.C. Diamonds Cutting Works
Dashing Centre - 1 st floor
240 Commissioner street
Tel.: 29-2191/7 - 29-1081/88
Telex 84133 SA



diamanti e pietre preziose

viale Dante, 24
tel. 93.592 - 93.478
telex 21051

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



**Guerci
Pallavidini**

"le montature"

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

CATU

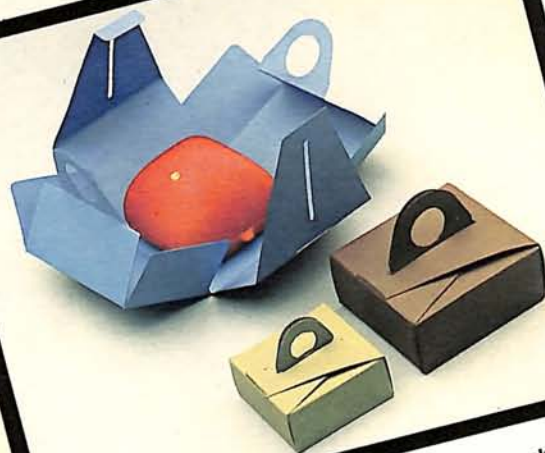
S.R.L.

20123 Milano
Via Gian Battista Vico, 42
Tel. (02) 482445-486670

- Sacchetti renna per gioielli - orologi - astucci
- Carta pastello opaca extra lusso e seta
- Carta plastificata
- Scatole in cartoncino a scatto
- Scatole porta astucci
- Scatole Florida
- Sacchetti in carta plastificati
- Sacchetti Miami 5 misure 4 colori
- Borse juta
- Borse telate colorate
- Borse jeans
- Etichette in plastica (qualità segna prezzi)

- Etichette autoadesive negative positive
- Nastro autoadesivo
- Nastri in rayon testato
- Nastri per fiocchi
- Elastici dorati con fiocchetto
- Bustine per riparazione
- Blocchi per riparazione
- Garanzie per brillanti e generiche
- Biglietti da visita generici e stampa a caldo
- Forniture per dettaglianti e grossisti
- Carta pubblicitaria in blocchi
- Cataloghi e depliant
- Stampati di ogni genere

Import Export - Telex 316299 Cases I



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

BARBERO E RICCI
Export/Oreficeria - Gioielleria

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



Basilea: Stand 113/43 - Vicenza: stand 257



DUCCO F.lli

15048 VALENZA - P.zza B. Croce, 30 - Tel. (0131) 92.109
679 AL



PARURE IN ZAFFIRI

GOLDEN EIGHT

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

GIORGIO BETTON



*Laboratorio oreficeria, gioielleria
15030 VALMADONNA (Al)
Strada Provinciale Pavia, 36 bis
Tel. (0131) 50.108*





**Giuseppe
Benefico**

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

02/80.22.24-80.40.91-80.40.94
**I numeri dell'oro
e dell'argento**



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

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



Mario Villa s.r.l.
METALLI PREZIOSI

**ZAGHETTO
STEFFANI
BARBIERATO**

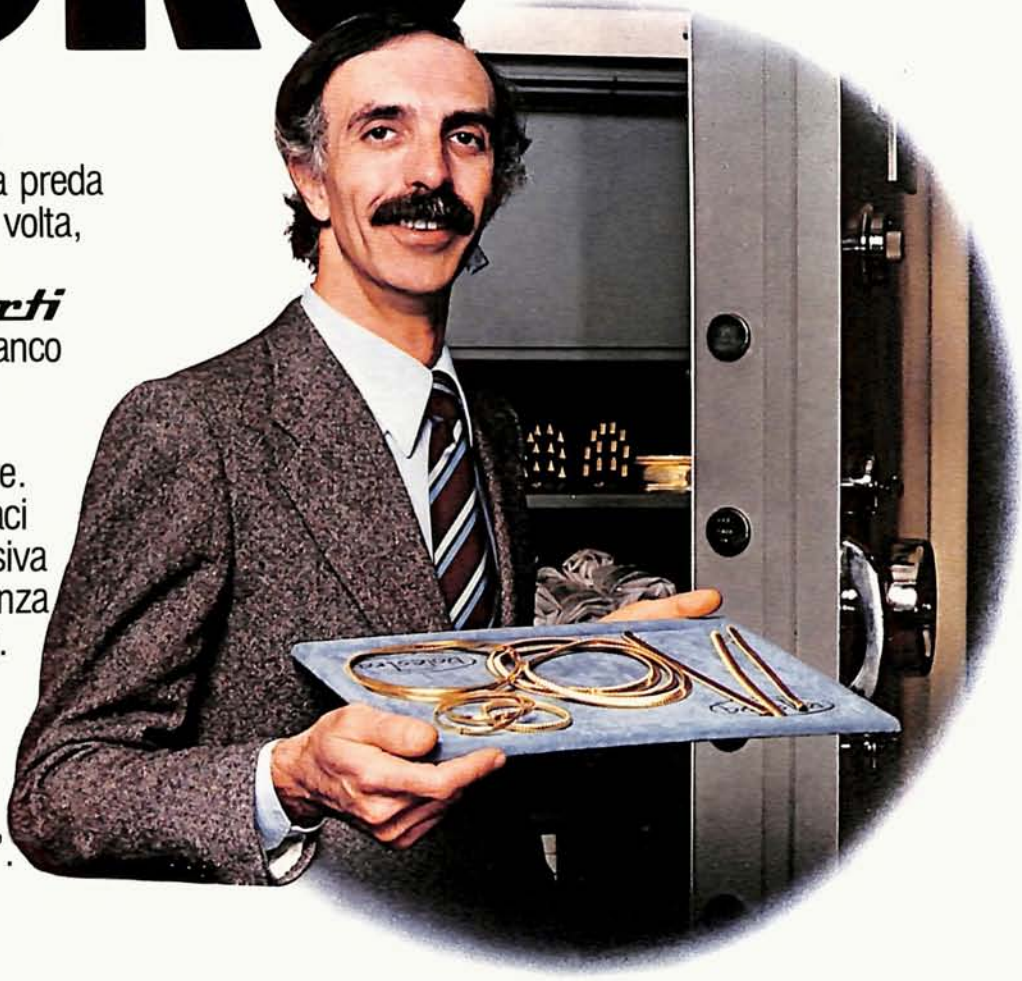
Fabbrica gioielleria

1570 AL

Via Noce, 2-4 - 15048 Valenza (Italia) - Tel. (0131) 94.679-

PROVACI ANCORA LADRO

Gioielli, ori, preziosi. Da sempre, la preda più ghiotta per i ladri. Ma, questa volta, sono davvero al sicuro: la vostra protezione ha il marchio **Conforti**. **Conforti**, dal 1912, lavora fianco a fianco con artigiani, industriali e commercianti di preziosi per proteggerli contro i nemici di sempre. **Conforti** realizza le più efficaci soluzioni di sicurezza attiva e passiva suggerite da una perfetta conoscenza delle metodologie dei vostri nemici. Come tutti i clienti **Conforti** potrete essere tranquilli in ogni situazione e mormorare con un sorrisetto di soddisfazione: "Provaci ancora ladro".



Conforti a difesa del tuo.

Camere Corazzate, Casseforti, Armadi blindati, Porte corazzate, Serrature, Impianti d'allarme.
Centri vendita: consultare le pagine gialle - Sede: 37123 Verona - Via Saffi 2 - tel. 25692 - telex: 431058 SICCON

L'ORO DI VALENZA



GIOIELLI DI QUALITA'
E PRESTIGIO

C. APRILE

CIELO-TERRA-MARE

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

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

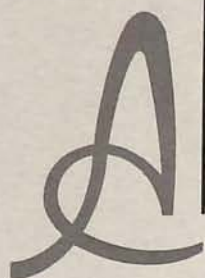
UFFICI COMMERCIALI
APRIL BROS - 3405 Francis Lewis
Boulevard Flushing - N.Y. 11358
Tel. (212) 3584700-3
Telex 230125 ATB UR

UFFICI OPERATIVI
GENOVA
ROMA
MODENA
CARPI
TREVISO
CARACAS
PORLAMAR

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

CANADA
USA
EUROPA
GIAPPONE
AUSTRALIA

1,8‰
1,8‰
1,2‰
2,6‰
3‰



**Aimetti
Pietro Carlo**

OREFICERIA GIOIELLERIA

15048 Valenza - Via Carducci, 3 Tel. 0131/91123

*Gioielli Arianna
Valenza*

ART.O.VA. s.n.c.

Artigiani Orafi Valenza

Creazioni Proprie

Via Camurati, 32 - Tel. (0131) 92730 - 15048 Valenza



ditta BAJARDI LUCIANO

fabbrica gioielleria oreficeria
export

15048 Valenza (Italy) - viale Santuario, 11 - tel. (0131) 91756

**BALDI
&C. SNC**

**FABBRICA
OREFICERIA
GIOIELLERIA**

15048 VALENZA
VIALE REPUBBLICA, 60
TEL. 91.097

Marchio 197 AL

Baracco Alessio
OREFICERIA GIOIELLERIA

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

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

FABBRICA OREFICERIA
SI ESEGUONO LAVORI SU DISEGNO creazione propria
BARBIERATO SEVERINO

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

BEGANI ARZANI

gioielleria

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

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

GIUSEPPE BENEFIGO

BRILLANTI

PIETRE PREZIOSE

CORALLI

MILANO

Piazza Repubblica, 19 - Tel. 662.417

VALENZA

Viale Dante, 10 - Tel. 93.092

BERISONZI & DEMARTINI

OREFICERIA GIOIELLERIA
FABBRICA LAVORAZIONE PROPRIA

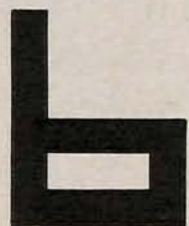
Fiera VICENZA: Gennaio-Giugno - stand n. 688

Fiera MILANO: Aprile - stand n. 27/411

MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO



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



oreficeria - gioielleria - argenteria

Fratelli BIANDRATE
EXPORT

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

Alfredo Boschetto

FABBRICA OREFICERIA

anelli - boccole - spille cammeo - ciondoli

CREAZIONI PROPRIE

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

Buzio, Massaro & C. s.n.c.

Fabbrica Oreficeria e Gioielleria

15048 VALENZA (ITALIA)
VIALE B. CELLINI, 61 - TEL. (0131) 92689
1817 AL



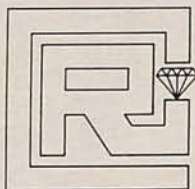
**LIBERO
CANEPARI**

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

**CANEPARI
RENZO gioielleria**

Anelli stile antico - fantasia - classici - in oro bianco

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



FRANCO CANTAMESSA & C.

Produzione e commercio Preziosi

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

CATTAI F.lli

ORAFI GIOIELLIERI

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

2286 AL

angelo cervari

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

872 AL

MARCO CARLO RENZO CEVA

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

Marchio 328 AL

CORRAO s.n.c. **FABBRICA GIOIELLERIA**

1912 AL

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

De Gaspari & Barberis

FABBRICA OREFICERIA E GIOIELLERIA

VIA SAN SALVATORE 28 (CASA VISCA) - 15048 VALENZA (AL) - TEL. 0131/93266
1002 AL

doria f.lli

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

DUCCO F.LLI

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

effe pī GIOIELLI

fabbrica gioielleria-oreficeria
di ELIO PERON

15048 Valenza (Italy) - Corso Garibaldi, 139 - Tel. 0131/92138
marchio 2247 AL

ERIKA

FABBRICA OREFICERIA e ARGENTERIA
CREAZIONI PROPRIE

Vasto assortimento di catene, ciondoli bracciali e anelli

Via Rognà 2 - Tel. 0142/63283 - 15040 MIRABELLO MONF. (AL)
1825 AL

ERMA

S.n.c.

laboratorio di gioielleria

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

F.A.G.

Fabbricanti - Artigiani - Gioielleria



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

FRACCHIA & ALLIORI

GIOIELLERIA

Lavorazione anelli con pietre fini

Circ. Ovest, 54 - Tel. 93129 - 15048 Valenza
Marchio 945 AL



DIAMANTI - GIOIELLI

Produzione e Direzione: 15048 Valenza - Via Piacenza, 14 - Tel. 0131/953671 (5 linee)
2461 AL

1354 AL

LEVA GIOVANNI

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA

Import - Export

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

Lunati

fabbricanti
gioiellieri
export

Via Trento Tel. 91338/92649
VALENZA

Marchio 160 AL



MANCA

Gioielli

VALENZA

Via Mario Nebbia, 7
Tel. (0131) 94112

1258 AL



MAIORANA & CABRINO s.n.c.

Gioielleria

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

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

B. TINO & VITO PANZARASA

DAL 1945
OREFICERIA E GIOIELLERIA
della migliore produzione valenzana

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

PANZARASA & RASELLI

OREFICERIA



1184 AL

15048 VALENZA (ITALY) - VIALE B. CELLINI - EX STRADA ALLA COLLINA - TEL. 0131/94171

pasero acuto pasino

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

ORAFI

P.G.P.

di Pagella Galdiolo Pancot

15046 San Salvatore (AL) - Via Amisano 18 - Tel. (0131) 33.583
1884 AL

gian carlo piccio

gioielliere

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

AL 1317



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

**al negozio direttamente
il gioiello nuovo**

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



**RACCONNE
& STROCCO**

chiusure per collane e bracciali

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

PAOLO RATTI

15048 Valenza
Viale Padova, 8 - tel. (0131) 94467
1805 AL

Dirce Repossi GIOIELLIERE

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



Seven Gold s.n.c.

Gioielleria Oreficeria

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

SISTO DINO

FABBRICANTE
GIOIELLIERE
EXPORT

CREAZIONI FANTASIA

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



FRATELLI TERZANO

gioielli

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



**EUGENIO TORRI & C.
s.r.l.**

GIOIELLERIE - OREFICERIE - CREAZIONI

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

VALENTINI & FERRARI

OREFICERIA GIOIELLERIA

EXPORT

15048 VALENZA - VIA GALVANI 6 - TEL. 0131 93105

MARCHIO 1247 AL

**Valenza
export**

**gioielleria
oreficeria**

**Viale Santuario, 50
tel. 91321
VALENZA PO**



VALORAFÀ

di De Serio & C.

Fabbrica Oreficeria - Gioielleria

Via Camurati, 8/B - Tel. (0131) 94915 - 15048 Valenza
2191 AL

ENZO VARONA

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

VARONA GUIDO

FABBRICA OREFICERIA

ANELLI BATTUTI
CON PIETRE SINTETICHE E FINI
MONTATURE

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

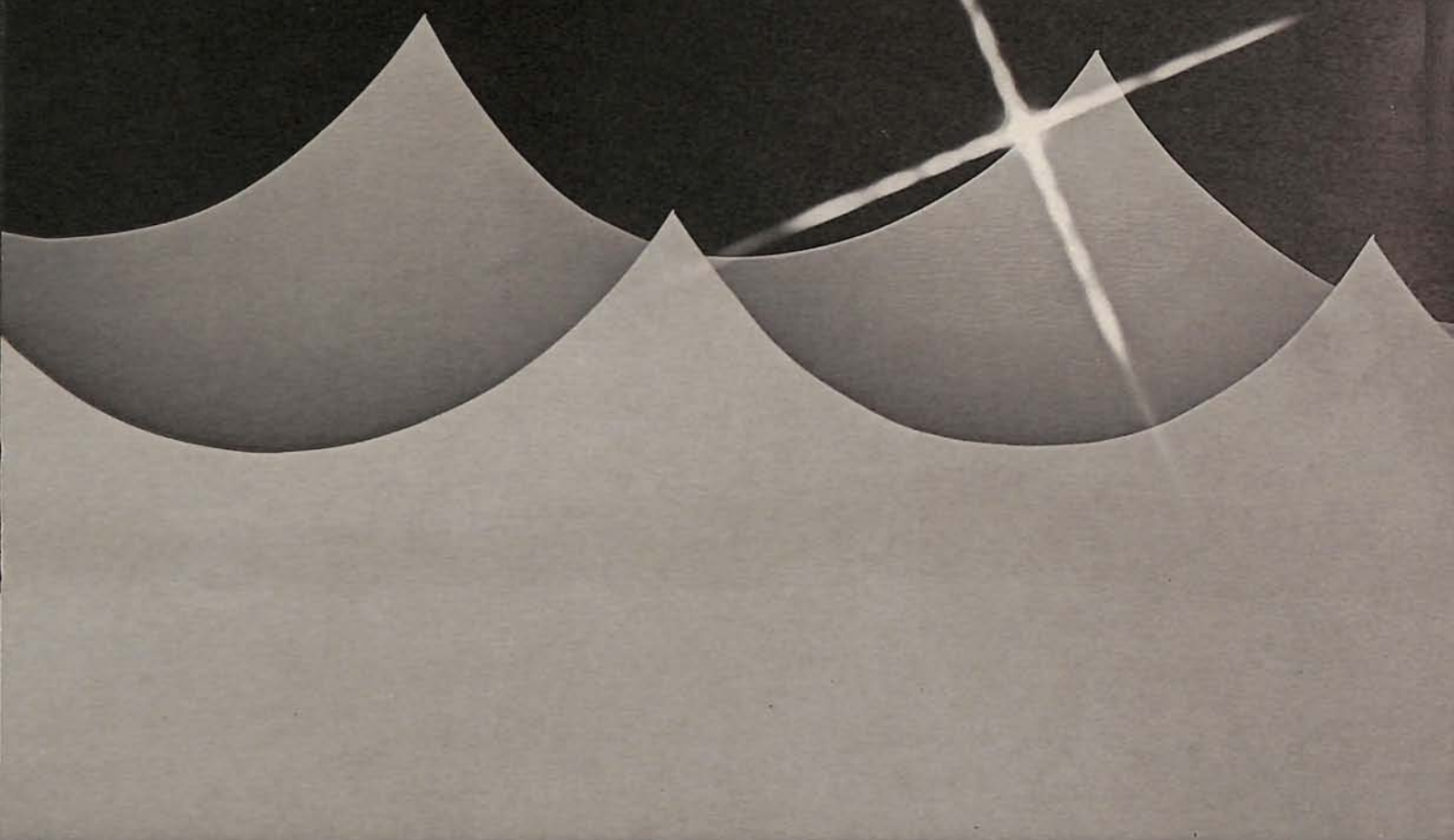
Zeppa Franco

OREFICERIA GIOIELLERIA

Laboratorio e uffici:

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

**Appuntamento a Valenza
10-14 Ottobre 1981**



4^a Mostra del Gioiello Valenzano



Export Orazi Mostra Permanente Oreficeria s.r.l.

15048 Valenza (Italy)

Via Mazzini, 11

Piazza Don Minzoni, 1

Telegr. Exportorafi-Valenza

Telefono Ufficio Export (0131) 93395/94593 Telefono Ufficio Mostra (0131) 92184/975290 Telex 210106 Exoraf



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

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

Ad Service



*Gioielli
di Mario
Fontana*
MILANO-PARIGI